

新春トップインタビュー

明治屋

磯野太市郎社長



「商品」「海上」で横のつながりを持たせることを行っています。たとえば、「商品」でナチュラルチーズや生ハムを輸入し、日本国内でカット

21年5月末に就任した明治屋の磯野太市郎社長。コロナ禍真っ只中と厳しい環境下での船出となったが、「この半年はとても濃密な時間を経験できた」と話す。現在社内に向けて、3つのキーワード(シームレス・チャレンジ・スピード)での変革に取り組んでいる。
またストアー部門である小売事業本部長も兼務しているが、今春は都内に大型店の新店開業を控えており、その期待なども聞いた。(聞き手 石母田主幹、まとめ 松丸浩一)

——社長就任から半年余りが経過したが

明治屋創業以来の歴史と伝統を守りつつ、4つの柱事業である「小売」「商品」「海上」「不動産」とともに、時代のニーズにも応えながら大胆な変革への取り組みを進めています。「明治屋でないとできないこと」を常に考えながら、いつも輝いている会社になりたいと考えています。

現在3つのキーワード(シームレス・チャレンジ・スピード)を全社に発信し、取り組みを進めている。「シームレス」では、「小売」「商品」「海上」で横のつながりを持たせることを行っています。たとえば、「商品」でナチュラルチーズや生ハムを輸入し、日本国内でカット

「小売」のストアー部門で販売していますが、明治屋ならではのクオリティと自負しております。おかげさまで販売も好調に推移しています。ここに直輸入ワインの提案も加えることでさらなる付加価値も生まれま

商品では食品で昨年8月末から「サラダビーフ(ブラックペッパーとハーブ&スパイスの2品)を発売しました。高たんぱくな赤身牛肉100%だからヘルシーなのに満足感をコンセプトにした商品です。開発にあたり、若手メンバーを中心にプロジェクトを立ち上げました。

商品では食品で昨年8月末から「サラダビーフ(ブラックペッパーとハーブ&スパイスの2品)を発売しました。高たんぱくな赤身牛肉100%だからヘルシーなのに満足感をコンセプトにした商品です。開発にあたり、若手メンバーを中心にプロジェクトを立ち上げました。

最後に「海上」ですが、工業製品を扱うチェスターン事業は、今後のカーボンニュートラルへのシフトなど環境与件にも注視したいと考えています。そして創業期から明治屋を支えてきた船舶事業は、コロナ収束後を見据えて今は踏ん張り時で、現状の環境をなんとか乗り越え、「小売」「商品」との連携もさらに進めていきます。

3つのキーワードで変革推進

「小売」のストアー部門で販売していますが、明治屋ならではのクオリティと自負しております。おかげさまで販売も好調に推移しています。ここに直輸入ワインの提案も加えることでさらなる付加価値も生まれま

「小売」では、コロナ禍に求められる非接触・オンライン・デジタルなどの流れに対応し、「明治屋ネットストア」を立ち上げました。扱いアイテムも生鮮

「商品」の商品部門(食品・酒類)について

「商品」の商品部門(食品・酒類)について

「商品」の商品部門(食品・酒類)について



「商品」の商品部門(食品・酒類)について

「商品」の商品部門(食品・酒類)について

「商品」の商品部門(食品・酒類)について