

Beyond Supermarketを目指して ビヨンドスーパーマーケット



代表取締役社長
山本 慎一郎

スーパーマーケットをこえて前に進む

カスミが生まれて60余年が経過し、世界はそして日本は大きく変わりました。世代や文化、常識や風習、生き方や家族のありかた、家庭の役割や仕事の意味、人々の心の中にある風景、すべてが以前とはすっかり変わりました。また産業構造や、ファッション、政治的な課題、企業の競争状態、経済のグローバル化など、日々のニュースを彩る話題も大きく変わりました。さらに有限な資源や有限な地球、気候変動や生態系の変化など、人間が依存している環境そのものが、このまま放置できない状況に陥っています。

しかし、人類は、いや地球上に生きる生命は、生まれてから常に過酷な環境に立ち向かい、時には環境を変え、さらには自身の生物としての機能を変えて、厳しい環境の変化を乗り越えてきました。いや、乗り越えてきたものだけが現在に残っていると言えるでしょう。

人が生きるには安全な水や空気、適度な気温、豊富な食糧が必要です。さらに家族や仲間が生きていくためには、衣類や住居、快適な社会設備が必要になります。

人は一人では生きていけず、家族や仲間と手を取り合って、共通の目標に向かって、時には笑い、時には怒りながら前進することが必要なのです。

カスミはスーパーマーケットと呼ばれる業態を中心に事業を展開しています。初期には安全で安価で豊富な食品を提供することが、社会のニーズに沿った役割でした。お正月に始まり、行楽やお盆、家族や友人との家庭での食を満たすことが使命でした。それが拡張し、外食や住居関連、自動車や旅行まで、人々の生活を潤すためのビジネスを拡大していきました。しかし、人々の生活が豊かになり、生活体験が豊富になり、単なる商品やサービスではなく、そこに意味を見出すことが求められるようになったとき、事業の専門性の観点から、事業の再編を行い、食品スーパーマーケットに集中する体制に変革しました。

現在、そのスーパーマーケットもまた高い専門性を要求される時代を迎えています。食の意味、食品の役割、歴史、提供のための物語、本物の追求…食を中心とする生活に対する、今一步深い専門性が要求される時代を迎えていると思います。

2050年を見据えて、カスミは大きく変わろうとしています。人の創造性を最大限に活かし、新しい技術を縦横に使い、単なる食料品の提供者から、食を中心にした幸せな社会への貢献、何よりも人々の幸せを願う企業になりたいと考えています。

原動力は人の繋がりで、お客さま、社会との繋がり、生産者、製造事業者、中間流通事業者との繋がり、カスミはそれらの中心にある軸受け・車軸として、これからも人の幸せの実現に尽くしていきたいと考えています。

皆さまにとって好ましい存在になるために、私たちは全力で変わり、壁をこえて進んでいきます。

新たな価値の創造

新たなスーパーマーケット
のカタチ

価値ある
商品・サービスの提供

地域に根差した
エリア展開

お客さまに寄り添う
DX戦略

多様な人財が活躍できる
機会づくり

共生社会の実現

経営を支える力

商品・サービス力
・新しい商品・独自の商品、地元野菜など
・DX推進

多様な開発力
・店舗開発
・商品開発

多様な人財の活躍
・透明性あるキャリアアップ
・フレキシブルパートナー制度

チーム力
・従業員約1万6千人
・専門人財(管理栄養士・ソムリエなど)

地域との繋がり
・地域社会との連携
・多様な取引先

SDGs
・リサイクル・脱プラの取り組み
・環境可視化

成長力
・営業収益2845億62百万円
(2023年2月末現在)

カスミが目指すもの

Well-being
ウェルビーイング

食を中心とした幸せな社会への貢献

新たな
顧客体験

持続可能な
サプライチェーン

生活を豊かにする4つの提供価値

突き抜ける鮮度

鮮度にこだわった商品をお届けします。

商品との出会い

驚きや発見のある商品をお届けします。

エンリッチ

食生活を豊かにする商品をお届けします。

繋がり創出

地域社会を結ぶ機会・サービスをお届けします。