

Best Local

ベストローカルへの挑戦

店舗づくり

カスミは「よろこびを分かちあえる食卓づくり」を使命に、商品・売場、サービス、業態を通してより地域に密着した店舗づくり、「ベストローカル・スーパーマーケット」を目指します。お客さまのニーズに応える商品・売場づくりをはじめ、地域コミュニティの拠点として気軽に立ち寄っていただける場と機会づくり、お客さまの利便性向上のためのデジタル・カード施策、新業態の開発など、お客さまにとって便利で魅力ある店舗づくりに取り組んでいます。

よろこびを分かちあえる食卓づくり

Vision 1



クッキング・コミュニケーションコーナーは、料理実演と試食で毎日の献立づくりに役立つメニューをご提案



新鮮・おいしさを訴求する青果部門のカットフルーツ、フルーツゼリーコーナー



健康をキーワードに「千葉大学発ノンメタボーク」を使用したデリカ部門のとんかつコーナー

商品売場

即食・簡便・健康などをキーワードにお客さまの求める商品・売場づくり

お客さまの毎日の食生活に欠かせない定番商品として「共感プライス」「トップバリュ」の品揃えの幅を広げ、値ごろ感のある価格でご提供しています。また、「おいしい・安全安心」「新鮮・新しい」「健康」「簡単便利」「地域」「楽しさ・豊かさ」の6つをキーワードに、お客さまニーズの高い商品開発や品揃え、サービスを強化。旬のフルーツを手軽に味わえる健康志向のフルーツゼリーの開発や生魚をその場で焼き上げる便利なサービス、選べる楽しさのあるスーパーなど、新たな商品・売場づくりに取り組んでいます。



使用頻度の高い定番商品を値ごろ感のある価格でご提供する「共感プライス」

全面リニューアルによる品質向上とお値打ち価格が魅力の「トップバリュ」

サービス

お客さまのお買い物に役立つサービスをご提供

「イートインコーナー」「クッキング・コミュニケーションコーナー」を中心に、出会い・ふれあい・発見のある売場づくりを行っています。一方、スマートフォン向けに「カスミアプリ」で商品の魅力を伝える情報を発信。他にもお得なクーポンが手に入る「ガッチャ！モール」のサービスをご提供するなど、デジタル施策にも力を入れています。また、新たに電子マネー「WAON」による決済を開始。WAON一体型カスミカードはお買い上げごとにポイントが貯まり、電子マネーへの交換でお買い物に利用できるなど、従来のカードに比べ利便性が向上しました。



スマートフォン向けアプリ「カスミアプリ」(左)と「ガッチャ！モール」



従来のカードに比べ利便性が向上した電子マネー WAON一体型カスミカード

業態

3つの店舗フォーマットを基本に新業態も展開

※店舗数は2018年4月末現在



FOOD SQUARE

79店舗

料理と食生活を提案する
フラッグシップ店舗

食卓への提案機能を高めたカスミのフラッグシップ店舗です。対面販売による市場感の演出、クッキング・コミュニケーションコーナーによるメニュー提案、味と品揃えを追求した専門店の導入など、ミールソリューション型の売場づくりをしています。

Food Market KASUMI

78店舗

鮮度のよい商品と便利さを提供する
標準店舗

食に特化した売場づくりを特徴とするカスミの標準店舗です。チェーンとしてのスケールメリットを生かしながら、地域の食習慣や生活行事に合わせた品揃えでお客さまのニーズにしっかり応え、地域密着型の店舗づくりによって競合店との差別化を図っています。

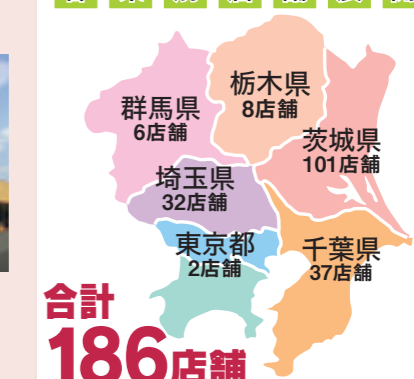
FOOD OFF ストッパー

25店舗

エブリデイロー・プライスを追求する
価格訴求型店舗

商品の品目を絞り込むことによりローコストオペレーションを構築、安全・安心で良質な商品を、毎日お求めやすい価格でご提供する店舗です。2004年に展開を開始し、商圏ニーズをにらみ既存店からの業態転換を進めてきました。生鮮食品の旬と鮮度を追求しています。

都県別店舗展開



ファミリーマート プラス 3店舗

コンビニの便利さと生鮮・惣菜などスーパーの品揃え

セレクトショップ「プルシェ」 1店舗

世界のワインや日本各地の隠れた逸品を品揃え