

七十七ビジネス大賞受賞

第10回（平成19年度）

企業 インタビュー

Interview

株式会社 ウジエスーパー

代表取締役 氏家 良典 氏



会社概要

住 所：登米市迫町佐沼字中江一丁目7番1号

設 立：昭和57年（創業：昭和22年）

資 本 金：100百万円

事業内容：食品スーパーマーケット

電 話：0220（22）7117

U R L：http://www.ujiesuper.com/

青果・鮮魚・精肉へ特化し、お客様の 多様なニーズに応じた新鮮で安価な 食品の提供により「食の基本」を最も 大切にする県内屈指の食品スーパー

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、青果卸売業と食品小売業として創業し、登米市迫町を中心とする宮城県北地区のネットワークをベースに食品スーパーとして現在31店舗を展開する株式会社ウジエスーパーの氏家社長を訪ね、今日に至るまでの経緯や事業戦略などについてお伺いしました。

赤いりんごの社章が創業の原点

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

創業以来、どんな局面でも「ウジエらしさ」を守り抜き、食品スーパー業を通して地域貢献等に努めてきた当社の活動が認められたと、大変嬉しく思っています。社内報「CYNTHIA（シンシア）」へ掲載し従業員へも報告しました。この賞が従業員の今後の励みと自信になることを願っています。

——創業当初の経緯をお聞かせください。

1947年12月、大家族を養う為に公務員だった祖父が青果卸売業として氏家商店を創業しました。当時は父が、北海道で事業を営んでいた叔父の手伝いに行く度にスルメ等の海産物を持ち帰り登米の米と交換し地元の小売店へ卸していましたが、北海道では遠く不便だった為、岩手県や青森県の果物、特にりんごの卸しを始めました。その原点の象徴として赤いりんごが当社のマークとなっています。

次第に加工食品や冷菓の卸しへと業務を拡大して1969年にウジエスーパー1号店(的場店)を開店し、1982年には株式会社ウジエスーパーを設立しました。私は、26歳の時に母が亡くなり、それまで勤

めていた仙台のスポーツウエア
会社を辞めて会社を手伝い始め
ました。現在は、県北を中心に
仙台圏、石巻圏に31店舗を運
営しています。

——「ウジエスーパー」の由来
について教えてください。

開店当初は名前の読み方と同
じ「氏家(うじいえ)スーパー」
だったのですが、その後もっと分かりやすく親しみ
を込めて「ウジエスーパー」とカタカナ表示へ変
更しました。しかし、お客様から読みにくいという
意見が寄せられました。地元では“うじいえ”を
“うじえ”と読む習慣があった為、地元密着型のス
ーパーを目指す意味でも地元のお客様に合った「ウ
ジエスーパー」へと変更しました。

——経営理念についてお聞かせください。

「より良い品をより安く、お客様の立場になって
サービスいたします」が当社の基本理念です。この
目的達成のために「誠実・明朗・躍進」という社訓
を掲げ、お客様のニーズに合った新鮮で安価な食品
の提供に努めています。

また、各店舗毎に地域密着型の店舗運営や産地直
送の生鮮食品を中心とした“感動のある店舗運営・
販売展開”を提唱しています。お客様と各店との交
流を通して大きな感動が生まれ、大きな信頼と共感
を得られる企業を目指しています。

多種多様なネットワークの活用

——取扱商品について教えてください。

生鮮及び一般食品・日用雑貨品・薬品・酒を取り
扱っています。その中でも特に、青果・鮮魚・精肉
の生鮮3品を重要視しています。お客様が数あるス
ーパーマーケットの中から価値があると選ぶ比較対
照商品は生鮮品だと考えます。お客様に選んでもら
える店になれるよう今よりもさらに鮮度の高い良品
質な品物の提供に努める等、生鮮3品の品質・鮮度



「ウジエスーパー」店舗

には徹底的にこだわり、他店にはないウジエスー
パーらしさをアピールし差別化を図っていきたくと思
います。

——地域密着型店としての取組みについて教えてく
ださい。

お客様の要は従業員だと思っています。従業員に
は、買物をした商品についての感想や意見等のアン
ケートをとっています。全てのアンケートに目を通
し率直な意見を取り入れ改善に努めています。また、
山沿いの店舗では寒くて日暮れが早いため閉店時間
を早めたり、都心部の店舗では深夜まで営業する等
店舗毎に営業時間を設定しています。

その他には、廃棄物の減量化、食品トレーや牛乳
パックの回収、廃食用油のリサイクルの推進等を通
して地域社会の環境保全を実施しています。地域と
のネットワークを大切にして、そこから新たなビジ
ネスチャンスやネットワークを生み出していきたい
と考えています。

——独自の情報ネットワークを構築されたそうです
ね。

全31店舗を運営する上で、本部から各店舗や店
舗間でのスピーディ且つ密な情報伝達と情報の共有
は最重要課題でした。当初はFAXで行っていたの
ですが、時間差や不正確さ等の問題が発生し思うよ
うに機能しませんでした。そこで、当社独自の社内
情報ネットワークを構築したことにより、スケジュ
ール管理、企画関連の情報、業務報告等が効率的に
行えるようになりました。現在では、全店舗が一律

のサービスを提供するのに不可欠な存在となっています。

——関連会社について教えてください。

1980年に設立した株式会社ウジエ物流は、市場と店舗を結ぶパイプ役として行動指針や毎日の目標を明確に定め、ウジエスーパーのほとんどの取扱商品を安全・確実に配送しています。

2006年に設立した株式会社ウジエクリーンサービスは、産業廃棄物処理業・清掃業・人材派遣業・損害保険業を業務とし多方面のサービスを実践しています。現在、ウジエスーパーの惣菜部門で排出された使用済み食用油を回収・加工して配送トラックの燃料とする計画を推進中です。また、ハンディキャップを持つ方の雇用も積極的に推進しています。赤いりんごマークのネットワークを最大限に活用し、シナジー効果を生み出していきたいです。

信頼あるウジエブランドの確立

——消費者志向に対する取組みについて教えてください。

商品の供給を担当する商品部ではお客様のニーズや消費動向を見極めて、お客様が満足する商品構成と販売方法の為にいくつかの会議を開催しマスタープランを作成しています。

市場と商品部で構成される市場連絡会議は、当社が求める品質についての情報を共有化し伝達をスピーディにする為に週1回の割合で開催しています。またその中で、青果部門・農産部門・水産部門・畜産部門の 카테고리毎に分かれて各々ミーティング



生産者のみなさん

を行うカテゴリー・マネージメント会議も開催し意思の疎通を図る等、お客様のニーズに対応できるよう取引先との密な会議を重ねています。

——オリジナルブランド“かだっぱり野菜”について教えてください。

他店との差別化を目的に創作したオリジナルブランドの“かだっぱり”とは、地元の方言で「頑固な商品作り」という意味です。地元の近郊農家に栽培してもらった産地直送の野菜の中から、当社独自の品質レベルを満たしたものに“かだっぱり”というブランド名を付けて販売しています。

徹底的なこだわりから生まれたこの商品は、通常の商品の価格に比べて約1割高いですが、生産地や生産者が一目で分かり安心・安全且つ新鮮であるためリピーターのお客様が多く大変好評です。

お客様とのふれあいを力に

——店舗作りのこだわりについてお聞かせください。

お客様に好印象を持ってもらえる店舗作りだけでなく、商品やサービスを提供する我々も楽しみ、やりがいを感じる事が大切だと考えます。昨今、様々なお店で生産性と効率性を上げる取組みとしてセルフサービスが行われていますが、果してお客様は心から満足しているのかという疑問を持ちます。

当社は、各店舗において「ながら販売」「試食販売」を実践しており大変好評で成果を出しています。



「かだっぱり野菜」

お客様の目の前で魚をさばいたり、調理したての料理をその場で試食していただいて、味や品質、価格に納得いただいた上で購入してもらいます。その際、単に調理や販売をするのではなく新しい食材や調理法の提案を行う等、プラスαの情報の提供に努めています。逆にお客様から新しい情報を頂くことも多く我々にとっては学習の場となっています。当社は、お客様と従業員との密なコミュニケーションを大切に、市場等の取引先も含めた3者が双方に満足できる店舗作りを目指しています。

また、新店舗の建設や既存店舗のリニューアルを積極的に進めて、日々進化し多様化しているお客様のニーズに柔軟に対応していきたいと思えます。

——売場の特長について教えてください。

商品の陳列方法では、商品の特長を活かした見せ方を心掛けています。例えば、お刺身の隣にはわさび、秋刀魚の隣には大根を陳列し相乗効果を図っています。

商品の価格表示方法では、国産の食品は産地の都道府県名を、宮城県産の食品はより詳しい産地名の表示を必ず行います。最近では産地偽装問題が多発している中で各スーパーでも産地名の表示を行っていますが、当社はその以前からお客様に安心して食べてもらいたい、当社では良品質な食品だけを取り扱っているということをお客様に知っていただきたいという想いから実践しています。

人材こそ最高の資本

——「挨拶大賞」制度について教えてください。

マニュアル通りの挨拶では本当のサービスとは言えません。心からの挨拶ができるようにとスタートした挨拶大賞制度は、お客様への接し方や挨拶の仕方が素晴らしい従業員を従業員同士が推薦して決定しています。管理職以外全ての社員とアルバイト・パートタイマーを対象に、大賞には3千円、準大賞には千円を月毎に贈呈しています。いいことはいいとストレートに評価するスタイルは従業員のやる気と



仕事風景

スキルアップにつながっています。

——人材育成への取組みについて教えてください。

当社の社訓の大きな柱は「誠実」です。どのような局面でも誠実さを忘れず、より良いものをより安く提供するというモットーとのバランスが上手にとれる社員こそがウジエマンであり、私が求める人材です。

人材育成の一環として、新入社員や中間管理職を対象とした研修会や講演会を社内外で実施しています。また、グローバルな視野を磨いて日本の食文化を見直してもらう為に、ヨーロッパやアメリカ、オーストラリア等への海外視察研修もパートタイマーを含め入社5年目の従業員を対象に実施しています。社員の3年後、5年後を見越し、その人が持っているスキルがさらに伸びるよう後押しをしてあげることが大切だと考えます。

躍進するお客様第一主義

——今後の出店拡大についてお聞かせください。

今後の新規出店は、食品スーパーだけではなく薬局やカフェ等がひとつに集合されている複合スタイルの店舗であることが求められます。異業種との連携も視野に入れて、様々なデータ検証の下に出店先の立地選定をプランニングしています。現状では、

企業 インタビュー

人口密度や競合店の有無等を勘案すると良い立地の選定が難しくなりつつありますが、企業としての力をさらに身に付けて出店拡大に意欲的に取り組んでいきたいと思っています。

——“CGC JAPAN”へ加盟されたそうですね。

昨今の様々な世界情勢の影響下で、あらゆる商品の価格が高騰しお客様が購入しにくくなっているだけでなく、我々地域スーパーも個々での仕入れが難しくなっています。そこで昨年、当社は日本最大のコーペラティブ・チェーンであるCGCに加盟しました。このCo-operative Grocer Chain(共同で食料品を扱うチェーン)は、大手スーパーに対し、中堅・中小クラスの食品スーパーが共同で商品開発や調達などを行う為に組織化された団体です。グループとして仕入れることで、より安心・安全な商品をお客様が購入しやすい価格で安定的に提供することが可能になります。当社の歴史を大きく変えるこの取組みは、お客様を想えばこそその選択です。

——「食の安全性」に対するお考えをお聞かせください。

「食の安全」とは簡単に作り出すことはできません。店毎にコストをかけて安全に対する様々な取組みを行っていますが、いくら我々のような小売店が努力をしても仕入れる前の段階で偽装されてしまうとその努力は全て水の泡となってしまいます。そもそも、膨大なコストをかけて提供した「食の安全」に対し、消費者はそれを負担しているのでしょうか。日本人は半分だけ食べてすぐに新しいものを欲しがるとの傾向があり食べ物を無駄にしています。

まずは食べ物があることに感謝の気持ちを持ち、消費者、小売店、関連業態の全員で食の安全を作り上げていくことが大事であり、それ以外に方法はないのではないかと思います。

人にも事業にも真摯さを持つこと

——最後にこれから起業する方へアドバイスをお願いします。

何事にも真摯に粘り強く取り組むことで、お客様や商品に対する熱い想いが自然とお客様に伝わると思っています。それはお客様の購買動機へとつながり、リピーターが増加して好循環が生まれます。

また、対従業員、対お客様、対取引先とのコミュニケーションの場を作り、そこから得られる情報や可能性を良いチャンスとして事業に活かして下さい。

良い商品・サービスの提供、良い経営を目指すにあたっては、常に真摯さと粘り強さを大切にしお客様満足度100%を目標に頑張ってください。



本社にて

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後のますますの発展をお祈り申し上げます。

(20. 1. 15取材)