

## 中村学園大学 流通科学研究所 第15回国際セミナー

### 講演 2

### 「コロナ禍による流通の影響と対応」

株式会社ハローデイホールディングス

執行役員管理開発統括部長 徳 留 基 雅 氏

皆さん、こんにちは。それでは私から15分間、お時間をいただきまして、コロナ禍による小売りの影響と対応ということでお話しさせていただきます。

本日は中村学園大学流通科学部創設20周年記念ということで、本当におめでとうでございます。よろしくお願ひいたします。

今日の講演内容ですが、まず、ハローデイ、創立63年の会社でございます。弊社の特色、ざっとお時間を詰めておりますので、10ページほどでお話しさせていただきます。

また「WITH コロナ」でどういった活動をしたかということで、弊社はスーパーマーケットでございますので、従業員を大切にするというのは、もともとやっていた会社でございます。その部分を15枚ほど。

そして、「After コロナ」ということで、具体的な内容はここには掲げておりませんが、弊社の考え方というのをぜひ聞いていただいて、お時間15分、述べさせていただきます。

まず弊社は、資本金5000万円、63年目の会社でございます。年商は約830億円、従業員が今、6500名前後います。店舗数は55店舗、熊本に4店舗と山口に2店舗、49店舗が福岡でございます。

これは野村総合研究所様から3年前に出ている、100都市調査でございます。成長ポテンシャルとして福岡市は1位、またこれは総合ランキングですけれども、福岡市は2位ということで、久留米市は9位、北九州市も19位と、非常に九州はポテンシャルが高い。3年前ですが、今も

現在もそんな都市でございますといった数字でございます。

これは1年半前の春の経営方針発表で、弊社の本部長の常務が言った言葉でございます。非常に今、多数の競合店、ディスカウントストアさん、またドラッグストアさんがある中、容易でない環境ではありますが、成長可能性は非常にあるエリアであると。店舗展開、営業できていることに、まず感謝しましょう。弊社は非常に「感謝」という言葉を大事にしておりますので、競合店の出店等の他責にせず、感謝して、方針を実行していきましょうという言葉でございます。

これは地場小売業の売り上げランキングでございます。コスモスさんが5000億円を超えて、ここにトライアルさんも、なぜか入っていないのですが、四千数百億円の会社でございます。イオン九州さんは2000億円超えですね。マックスバリュさんと合併もされておりますが、ハローデイは11位ということで、弊社は売り上げ自体を追い求める会社ではございませんので、個店経営を中心に一店舗一店舗、強いお店をつくらうということで、たまたまこの順位に入っている会社でございます。

これが『食品スーパーマーケット年鑑』、2019年のものですが、市場規模、食品の有効需要の推定が1兆8000億円、福岡にはございますが、その中でスーパーマーケット（SM）のシェアは44%です。その8172億円の中の745億円、48店舗、1店舗は去年、クローズしている経緯がございますので、シェアは9.1%の会社でござ

徳 留 基 雅

ざいます。

特徴といたしましては、圧倒的な生鮮売上比率ということで、現在の新店におきましては、生鮮売上品は55%ございます。だいたい一般のSMで30から40%と言われておりますが、弊社は生鮮に特化したスーパーマーケットでございます。

また、特徴の2点目は、遊び心にあふれた売り場ということ。店ごとでレイアウト、尺数、売り場づくり、すべてを現場の人間中心に任せている会社でございますので、雰囲気は全部違います。買い物をお客さまに楽しくしていただきたい、従業員も楽しんで仕事をしていただきたいということで、こういったコンセプトにしております。

もう一つの特徴でございますが、商品自体も見とれてしまうと。教育の面もございますが、スーパーマーケットにおける食品販売高、福岡県ナンバー1のシェアに成長した理由でもあると考えております。

そして一番大事にしていることが、働く従業員の皆さんのモチベーションを上げるということです。ハロリンピック、キラリンピック、詳細を話すと、30分、40分かかりますので話しません、とにかく従業員が働きたい、楽しんで仕事に就いていただきたいということで、コロナ研修、これも海外の視察、社員とパートナーを含めて20名で行ったり、いろいろなものを食べて、実際に見て、五感を鍛えるということもやっている会社でございます。

では、With コロナ。弊社は何のために存在しているのかということで、弊社の存在理由です。自ら考えて行動する企業風土、そして縁ある方々を幸せにしよう、より多くのお客さま、これは経営理念でございますが、お客さまに感謝をしましょう。その感謝は必ず自分に返ってきます。

そして、よりよく地域社会に貢献する会社でありましょう。そして、チャレンジを忘れずに。

そして、楽しい食の提案企業になりましょうということで、ここが弊社のコンセプトというか、目的、存在理由でございます。

With コロナにおきまして、最前線で働いていただいているパートナーさん、パートさんのことを「パートナーさん」といいますが、業務にあたっていただいている従業員の皆さんに、何かできることはないかということ、弊社、社長の加治（敬通）をはじめ、サービスセンターメンバーは、常に念頭に置いて働いています。4月7日をスタートに、毎月従業員支援行動を実践しました。4月はサージカルマスクをお配りし、社長のお手製マスクは、なかなかマスクが手に入りませんでしたので、店長へ55店舗分、お配りしています。

また5月は決算賞与。微減収微減益だったんですが、決算賞与を支給しました。パートナーさんは4500名ほどいますが、1人1万円。

また、ひんやりグッズ、マスク、子どもマスクを選択で、どれを選んでもいいということで、選択でお配りしました。

7月の夏季賞与におきましても、社員は2.0カ月、今までは1.7カ月でしたので、0.3カ月上乗せの、パートナーさんの支給は2倍にさせていただきました。

ということで、これは具体的な社長の、書いていただいたコメントですが、とにかく自ら考えて行動する。「マスクが手に入らない」と不平不満を言う前に、自ら考えて行動しましょう。見栄えはよくないかもしれませんが、思いを込めていますので、ぜひ使ってくださいというコメントがございます。

あと、15年間毎年1000万円の寄付を、いろいろな場所、パーセンテージも書いてございますが、身障者福祉、国際貢献等々、レシート投函をお客さまにさせていただきまして、その重さで支援先を決めている活動を15年しております。1年で1000万円ということで、今、2005年から2019年で1億5000万円させていただいております。

す。

今回は5月15日、緊急対応を決定しまして、弊社社長が小川知事に1000万円、私は熊本県の蒲島知事に100万、下関市に50万円。計1150万円、緊急支援をさせていただきました。

新型コロナウイルスの拡大の経緯。これは皆さん、ご存知だと思いますが、社内対応から国内の感染状況、世界の感染状況、また、競合店等々の時系列も残して、こういった表をつけております。

ハローデイといたしましては、私は対策の本部長もしておりますので、1月30日にコロナ対策の第1報をしました。対策本部を設置しております。

また、弊社の強みでございますバイキング、おいしいものをしっかり売っていくということも中止、点数制限、営業時間の変更、また、一番の強みであります試食、味を伝える等で試食販売の中止も、この時期にしております。また、折り込みチラシ。朝市の中止等々、弊社の本当に強みですね、朝市というものも土曜日の名物でございましたけど、これも4月3日に中止しております。また、ポイント、3倍5倍等々も4月12日より中止。肉の割引販売におきましても、4月18日、これも牛肉3割、豚肉、鶏肉2割引というのを午前中だけやっておりますが、これもすべて中止しました。

コロナ禍、アフターコロナを見据えた取り組みということで、まず、お客さまの安全、密の場をつくらない、そして従業員の安全、集中する時間帯をつくらないということで、うちの強みをなくしました。

ということで、ピンチをチャンスとして新しい販促のスタイルを確立しましょうということで、この後にも本当は、メリット、デメリットの抽出というのをたくさん、100以上出せということで、社長から言われている部分もございますので、しております。

一番大きなものが、大きな方向転換というこ

とで、5月19日スタートの安心価格の展開でございます。折り込みチラシをやめた分、店内チラシ、店には店置きチラシを置きまして、来ていただいたお客さまがそこで見て、これを買おう、あれを買おうというやり方に変えております。お客さまへ、よりよいものを、より安く、食生活をより楽しいものへということで、まず弊社はどちらかというと、ちょっとお高いよねという部分があるんですけども、それを、来て、安いものがたくさんあるわという品ぞろえ、売り場展開にしております。

また、火曜日、土曜日の密集する場をつくらず、安心してお買い物していただける。

そして、これは商品部長ですが、毎日350品目以上、1週間これを続けまして1カ月で1400品目が安いということ、今、続けております。

とにかくハローデイファンのお客さまに、密をつくらず、日々お買物を楽しんでいただくことを実践しております。

ここからはアフターコロナのお話になります。特に今、社長から言われているのが、変えてはならないもの、変えなくてはならないものを見極めよう。それをもって英知を養おうということをやっております。

これはダーウィンのお話であります。弊社はもともと、先ほども言いましたが、売り上げを追い求めて、売り上げがたくさんある会社が強い会社だとは思っておりません。強い会社をつくりたいということで、「強いもの、頭のいいものが生き残るわけではない。変化するものが生き残るのだ」ということを、これも1年半以上前に言っていることが、たまたまコロナが起こったというような状況でございます。いかに1人でも多くのお客さまに、このハローデイがあつてよかったと思われるお店をつくるのが、弊社の存在理由でございます。

スーパーマーケットからの脱却ということで、変化対応業。ただし、変えてはいけないものが、九州のスーパーマーケットもこの30年で

徳留基雅

M&Aが進んでおりますが、なぜハローデイは生き残っているのかというところで、まず一番大事にしていることは、お客さまの声を大切にしているからということで、とにかくお客さまの声をまず聞きなさいということをやっております。

真摯に耳を傾けてお答えしている企業が生き残る。従業員の声にもしっかりお答えできなければ、企業として存続はできませんよということで、これはずっと継承されていることでございます。弊社の元気メモ、従業員の声も聞くということで、月1回、全従業員に書いているメモも存在しています。

ここはBefore、Withの話でございます。これは一般的なお話でございますので、資料を見ただけであれば分かると思いますが、本当に今時期のマスク、アルコールの需要、本当に半年以上前には考えられない状況が、今、当たり前になろうとしています。

弊社も人混み、とにかく名物で、そこにたたくさんのお客さまに来ていただくということをやっていたけど、これをお客さまの立場に立った販促・サービスに変えましょうということで、時間帯、曜日に関係なく、どの時間にどう来ていただいても、ハローデイさんはやっぱ

りいいよね、⑤の右側にあります、安全、味・品質、安さというのがさらに強まっていくのではないかと考えて、手だてをしているところでございます。

最後のページでございます。四半世紀続いた成功体験。25年、本当にそれを名物としてやってきた会社でございますが、それから抜け出せない企業は滅びるということで、まさに弊社のやっていることは、30年続いた販促・サービスを抜け出す取り組みとして考えております。

最後に3つございますが、一つは生鮮加工センターの取り組みもしております。そしてネット販売ですね。先ほどイオンさんのお話もございましたが、ネット販売におきましても、弊社は他社とは一緒ではなくて、なかなか手に入りづらい、本当にハローデイさんがリアル店舗で売って、おいしいねと言われるものを販売していきたいと考えております。


あと、おいしいものを本当に安心した価格で売っていくというのを貫いて、ハローデイはやって参りますので、地域のライフラインとして、今後も成長していきたいと考えております。

私の講演は以上とさせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

(終了)

**中村学園大学流通科学部  
創設20周年記念**

**「コロナ禍による流通の影響と対応」**



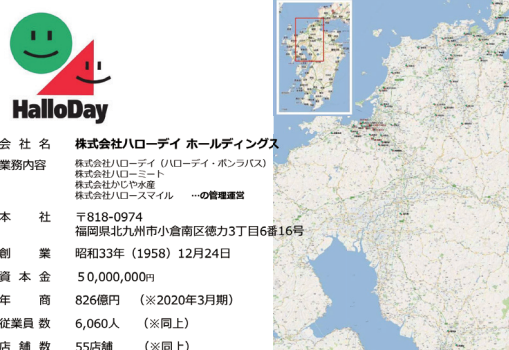
令和2年9月11日(金)  
(株)ハローデイホールディングス  
執行役員管理開発統括部長  
徳留 基雅

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 1

**本日の講演内容**

- 1. Before コロナ振り返り**
  - ・(株)ハローデイホールディングスのご紹介
  - ・コロナ感染拡大前の弊社の特色について
- 2. WITH コロナでの取り組み**
  - ・社会貢献1,000万円の寄付活動
  - ・従業員への「感謝」をお伝えする実践行動
  - ・名物行事(火曜均一祭・土曜朝市)から「安心価格」へのシフト
- 3. After コロナに向けて**
  - ・変えるべきものと変えてはならないもの見極め
  - ・四半世紀続いた成功体験から抜け出せない企業は滅びることを実践できるチャンス

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 2



**HaloDay**

会社名 株式会社ハローデイ ホールディングス  
 業務内容 株式会社ハローデイ (ハローデイ・ボンラバス)  
 株式会社ハローニート  
 株式会社カピコ水道  
 株式会社ハロースマイル ...の管理運営

本社 〒818-0974  
 福岡県北九州市小倉南区徳力3丁目6番16号

創業 昭和33年 (1958) 12月24日

資本金 50,000,000円


年商 826億円 (※2020年3月期)

従業員数 6,060人 (※同上)

店舗数 55店舗 (※同上)

**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 3

野村総合研究所 都市の持つ「成長可能性」の可視化  
 成長可能都市ランキング  
 総合ランキング (2017.7月報告 全100都市調査)



順位	都市名
1	東京都 特別区部
2	福岡県 福岡市
3	京都府 京都市
4	大阪府 大阪市
5	鹿児島県 鹿児島市
6	茨城県 つくば市
7	北海道 札幌市
8	長野県 松本市
9	福岡県 久留米市
10	長崎県 佐世保市
19	福岡県 北九州市

※成長ポテンシャルでは  
 1位福岡市 5位久留米市 10位熊本市

**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 4

**多数の競合店出店・  
 ディスカウントストア市場等  
 容易でない環境ではあるが  
 成長可能性のあるエリアで  
 店舗展開、営業出来ている事に  
 「感謝」をする**

◎競合店等の他責にせず「感謝」  
 する事で、方針実行の「ヒント」

**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 5

地場小売業売上高ランキング

順位	社名	住所	事業	売上高 (億円)
1	興コスモ薬品	福岡市博多区博多駅前	医薬品・化粧品・雑貨・食品の小売	502,730,223
2	イオン九州	福岡市博多区博多駅前	チェーンストア(総合小売)	232,076,000
3	東エフコー	北九州市小倉北区東町	ホームセンター・家庭・ホームファッションの小売	225,511,000
4	マックスバリュ九州	福岡市博多区博多駅前	スーパー・マックスバリュ等の経営	175,211,000
5	興サンパ	北九州市小倉南区上藤原	総合スーパー・食品スーパーの経営	174,068,000
6	興ドラッグストアモリ	福岡市博多区博多駅前	医薬品・日用雑貨・化粧品・他小売	135,641,000
7	興ベスト電器	福岡市博多区千代	家電・情報・住宅機器販売	128,917,000
8	興日建建三郎	福岡市中央区天神	百貨店	117,867,000
9	興ミスターマックスホールディングス	福岡市中央区天神	総合DSのチェーン展開を行うグループ会社の経営管理 他	113,767,501
10	総合メディア丸	福岡市中央区天神	書籍・文具・おもちゃの経営 書籍・文具・おもちゃの経営	94,199,000
11	興ハローデイ	北九州市小倉南区徳力	スーパー・コンビニの経営(スーパーマーケット経営)	83,910,000
12	興マルキョウ	大野城九井	スーパーマーケットの経営	83,386,453
13	興誠実ストア	筑紫野市萩原中央	スーパーマーケットの経営	74,974,000
14	福岡トヨタ自動車	福岡市中央区渡辺	自動車の販売・修理・リース 損害保険代理	65,590,979
15	福岡スタンダード石油	久留米市白吉町	石油小売販売・不動産業 自動車整備工場 他	62,135,522
16	福岡コベト	福岡市博多区東光	自動車の販売・賃貸・修理	59,033,121
17	興味楽堂	北九州市小倉南区藤崎町	百貨店	58,226,000
18	興南多丸	福岡市中央区天神	百貨店	54,848,391
19	三興薬業	福岡市博多区博多駅前	ディスカウントストア(リミエール)の経営	54,500,000
20	エコフコ	生活協同組合	生活協同組合	53,664,975
21	トヨタクロック福岡	福岡市中央区東渡辺	自動車の小売及び修理 自動車保険代理業	43,344,862
22	興アリス福岡	福岡市中央区千早	自動車の販売及び修理	39,659,487
23	興パルカース福岡	福岡市中央区東坂	自動車の販売・修理 損害保険・生命保険代理店 他	39,580,620
24	明治産業薬業	福岡市博多区博多駅前	食肉・惣菜の小売 レストラン経営	33,138,773
25	JR九州リテーラ	福岡市博多区博多駅前	コンビニ・ファミリーマート 専門店・食品店 小売 他	32,146,025

**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 6

2019年福岡県の食品スーパー市場とシェア率(食品スーパーマーケット年度より)  
 ●市場規模(食品有給業)推定 1兆8,564億円 内 スーパー食品販売高 8,172億円(SMシェア44.0%)

NO	社名	店舗数	食品販売高(百万円)	シェア(%)
1	(株)ハローデイ	48	74,587	9.1
2	(株)サンリブ	55	71,683	8.8
3	マックスバリュ九州(株)	55	61,299	7.5
4	(株)コスモ薬品	161	58,940	7.2
5	(株)西鉄ストア	61	58,101	7.1
6	イオン九州(株)	19	52,623	6.4
7	(株)マルキョウ	55	50,122	6.1
8	(有)西友	60	46,820	5.7
9	(株)トライアルカンパニー	40	45,861	5.6
10	(株)イゼミ	17	44,564	5.5
11	三角商事(株)	22	35,425	4.3
12	グリーンコープ(生協)ふくおか	20	21,076	2.6
13	ダイレックス(株)	40	16,465	2.0
14	(株)ミスターマックスホールディングス	23	13,959	1.7
15	イオンストア九州(株)	7	12,499	1.5
	その他	209	153,553	18.9
	合計	892	817,177	100.0

**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 7

**ハローデイの特徴** 一般のSMとハローデイの違い

**特徴①**  
**【圧倒的な】  
 生鮮売上比率**  
 生鮮食品へのこだわり  
 生鮮売上比率50%以上  
 ・全国トップクラスの生鮮比率  
 ・新鮮で美味しいから出来ること



**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 8

**ハローデイの特徴** 一般のSMとハローデイの違い

**特徴②**  
**遊び心溢れた  
 売場**  
 楽しい売場へのこだわり  
 ・店ごとに違うコンセプト  
 ・店内雰囲気全て違う  
 ・買物を楽しく



**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 9

**ハローデイの特徴** 一般のSMとハローデイの違い

**特徴③**  
**見とれてしまう  
 商品  
 結果...**  
**食品スーパーに  
 おける食品販売高  
 【福岡県NO1】  
 シェア率へ成長**



**コロナ禍による流通の影響と対応** 令和2年9月11日(金) 10

## ハローデイの特徴

一般のSMとハローデイの違い



**特徴④**  
**【働く魅力】**  
 従業員のモチベーションUP  
 従業員が楽しく働ける行事満載

- ・ハロリンピック
- ・キラリンピック
- ・コロナブス研修

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 11

## With コロナでの取り組み

コロナ禍、現場の最前線で滞りなく日々前向きに業務にあたって頂いている従業員に**「何か出来ることはないか」**を社長をはじめサービスセンターメンバー(本社)は常に念頭においている。

4月7日をスタートに、毎月従業員支援行動を実践

- ・4月: サージカルマスク・社長お手製マスク支給(店長へ)
- ・5月: 感謝を込めた「決算賞与」支給(増収増益、予算達成時のみ実施を役職別支給。パートナーさん一律1万円)
- ・6月: ひんやりグッズ、マスク、子供マスク選択
- ・7月: 夏季賞与支給月数 社員2.0ヶ月、パートナーさん2倍へ

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 13

## 15年継続している「社会貢献活動」

ハローデイグループ社会貢献活動は  
 おかげさまで15周年を迎えることができました!  
 活動開始の2005年から2019年までの寄付総額  
**1億5,000万円**達成  
 レシート控照にご協力いただきましたお客様に心から感謝申し上げます。

社会貢献への拠出金額(31.7%)	支援先
社会福祉(16.1%)	レシート投函で
国際貢献(14.6%)	支援先を
高齢者福祉(13.1%)	お客様にお選び頂く活動。
環境貢献(8.5%)	
教育・子供支援(2.9%)	
スポーツ振興(0.16%)	

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 15

## 新型コロナウイルス感染拡大の経緯

日付	項目	社内対応	お客様対応	国内感染状況	海外感染状況
1月14日	水			神奈川県で国内感染1人目発生	東アジアで感染拡大による死者発生
1月20日	水			東京都内で国内感染1人目発生	中国国境が実用交通封鎖
1月27日	水			インフルエンザの流行状況が異常に悪化、インフルの予防グッズもCMOSにて販売	中国国境が事実上閉鎖
1月31日	水			東京都で初めての新型コロナウイルス(新型インフル)発生	
1月31日	水			東京都で初めての新型コロナウイルス(新型インフル)発生	
1月31日	水			東京都で初めての新型コロナウイルス(新型インフル)発生	
1月31日	水			東京都で初めての新型コロナウイルス(新型インフル)発生	
1月31日	水			東京都で初めての新型コロナウイルス(新型インフル)発生	

2020年1月14日に国内最初の新型コロナウイルス感染が発生。ハローデイとしては、1月30日に**コロナ対策の第1報**を発信。

※お客様、全従業員の安全と安心を確保することを最優先とした方針を発表し、『**コロナウイルス対策本部**』を設置。

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 17

## With コロナでの取り組み

### 弊社は何のために存在しているのか?

↓

- ・縁ある方々を幸せにする!
- ・より多くのお客様に感謝する会社(経営理念)
- ・より良く地域社会に貢献する会社(同上)
- ・寝てもさめても新たな試みの深化
- ・楽しい食の提案企業へ

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 12

従業員支援を現在  
**第4弾まで実施**  
 (4月7日開始)

「何か出来ることはないか」を社長をはじめサービスセンターメンバー(本社)は常に念頭においている。

4月7日をスタートに、毎月従業員支援行動を実践

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 14

## 2020年度「ハローデイグループ 社会貢献活動のご報告」

5月15日、新型コロナウイルスの最前線で奮闘しておられる医療従事者の皆さまに感謝と応援を込めて、ハローデイグループから**1,150万円**を寄付しました。

福岡県へ **1,000万円**  
 熊本県へ **100万円**  
 下関市へ **50万円**

HaloDay MCBN REPS 令和2年9月11日(金) 16

## 社内対応(1/末～3/末)

日付	項目	社内対応	お客様対応
1月31日	金	ファイヤーストップのPOPの撤去	ファイヤーストップのPOP撤去
2月24日	月	イベント中止のPOPの作成と掲示	イベントの催し中止
2月29日	土	食品、雑貨等の品切れの告知、商品の入荷、点検業務の迅速な実施	品切れ、欠品、自粛対応
3月3日	火	マークシート、領収書等の印刷・発行、従業員の出勤時間の変更	マークシート印刷業務の変更
3月4日	水	従業員への安全対策の徹底(体温測定、消毒、マスク着用、手洗い)	マークシート印刷業務の変更
3月11日	水	従業員への安全対策の徹底(体温測定、消毒、マスク着用、手洗い)	インシデントの発生防止
3月17日	火	従業員への安全対策の徹底(体温測定、消毒、マスク着用、手洗い)	インシデントの発生防止
4月2日	水	従業員への安全対策の徹底(体温測定、消毒、マスク着用、手洗い)	インシデントの発生防止

ファイヤー・ホールド中止  
 バイキング(採売)の中止  
 点検制限  
 営業時間変更(シフトタオ)中止  
 サポートを含む**試食の中止**  
 トイレ・ペーパー・マスクの未入荷対応

HaloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 18

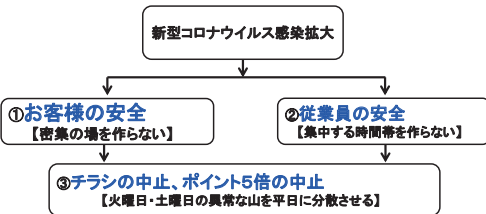
## 社内対応(4/3~4/10)

日付	曜日	社内対応	お客様対応
4月3日	金	店舗全従業員にマスク配布(3枚 全従業員) 全従業員マスク着用企業取組APOP提示 土曜朝市のびりーチン等販促物使用中止	全従業員マスク着用企業取組APOP提示
4月4日	土	びりーチン対策の搬送機上を整理より送付 品は確保し	HD折込チラシ中止(WebO、設置O)
4月6日	月	早稼人より従業員にマスク着用お願い、無 駄も帰来後マスク着用(センターのみ)、後 日取りゆめ、弊社もマスク着用、4/7付停止	イベント(ドリンク)中止
4月7日	火	びりーチン対策、毎日オプション機、特定仕事 者確保継続	HD折込、Webチラシ中止(設置O)
4月8日	水	店舗採用確保注意(事前検温、アルコール 消毒、体温記入表記入、マスク着用)	HD折込、Webチラシ中止(設置O) びりーチン対策(4/11~6/5予定)
4月9日	木	店舗採用確保注意(事前検温、アルコール 消毒、体温記入表記入、マスク着用) びりーチン対策(4/11~6/5予定) びりーチン対策(4/11~6/5予定) びりーチン対策(4/11~6/5予定)	HD折込、Webチラシ中止(設置O) びりーチン対策(4/11~6/5予定) びりーチン対策(4/11~6/5予定) びりーチン対策(4/11~6/5予定)
4月10日	金	びりーチン対策(4/11~6/5予定) びりーチン対策(4/11~6/5予定)	HD折込、Webチラシ中止(設置O) びりーチン対策(4/11~6/5予定)

マスク着用  
折込チラシ中止  
ドリンクバー中止  
朝市中止  
密集の場を作る特売を中止

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 19

### ◆コロナ禍、アフターコロナを見据えた取り組み



新型コロナウイルス感染拡大に伴い、お客様、従業員の安全を確保し、地域のライフラインを守る為、店内の混雑緩和、安定した商品調達を目的にチラシ、ポイントを中止。

コロナ対策(ピンチ)をチャンスとして新しい販促スタイルを確立する  
弊社メリット・デメリットの抽出

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 21

## 社内対応(4/11~4/18)

日付	曜日	社内対応	お客様対応
4月11日	土		水産部門(品売)販売ネット開閉、「列車販売セール」へ変更 土曜朝市中止 HD折込チラシ、Webチラシ中止(設置O)
4月12日	日		ポイント5倍デー(自粛) 販売ネット配布中止
4月13日	月	コロナ感染発生時発生時対応チェックリスト更新 感染時連絡方法、マスク対応、店休中の対応、テナント稼働内書、店舗清掃対応(折込引換券) 保育所の子供のお預かりについて大森店長より送付。	土曜日の(前)折引セール(中止)告知 大手前店閉店時22時~19時に変更(4/20~5/20予定)
4月14日	火	コロナ対策委員MT開催(マスク、アルコール、体温検測機申請等)	下巻閉店時22時~21時に変更(4/11~5/20予定)
4月15日	水	SC内部事務折込プロ移動先決定 従業員が感染発生届出	チラシ・関連完全中止(折込・WEB・設置×) レジ前ビジュアルボード設置完了
4月18日	土	コロナ対策委員MT開催(マスク、アルコール、体温検測機申請等)	毎週土曜日の(前)折引セール中止 前の特売中止

水産バラレパック販売  
ポイント5倍中止  
レジ前ビジュアルボード設置完了  
肉の割引中止

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 20

大きな方向転換 私達が宣言します! 安心価格  
生活応援!!  
5月19日スタート  
このPOPが目印!!

毎日350品目以上を値下げ!!

お客様へより良いものを  
お客様へより安く  
お客様の食生活をより楽しいものへ

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 22

ハローデイの毎日 安心価格宣言。  
お客様へより良いものを  
お客様へより安く  
お客様の食生活をより楽しいものへ

これらで均一祭や朝市がお買い得!のイメージから、毎日いつでも、どの時間にお買い物に来て頂いても『安い!』『美味しい!』『楽しい!』安心してお買い物して頂けるようなお店づくりに努めさせていただきます。

執行役員 商品部 部長 長瀬 公

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 23

生活応援!! 安心価格  
執行役員 店舗運営部 部長 馬場 隆之

現状コロナウイルスの影響で、収入が減って困りの方が多く、日々お買い物される必需品を買いやすい価格で販売し『お客様に喜ばれる』対応を目指します!  
日替わりでのお買い得商品から週間での安心価格商品で作業性も上がり、『従業員さんに喜ばれる』対応を目指します!

火曜日・土曜日に密集する場を作らず  
安心してお買い物出来るお店づくりを目指します!

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 24

生活応援!! ハローデイの毎日 安心価格宣言  
8/18 113  
8/24 108  
11週間ずっとこのお値段

バイヤーが厳選したより良い商品を毎日お買い得な価格で350品目以上お届けします 安心価格

執行役員 商品部 部長 浅谷 秀彦

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 25

ハローデイファンのお客様に『密』をつくらず、日々お買い物を楽しんで頂くことを目指します。

密を避けて外出しましょう!

ゆっくり買い物できるね!

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年4月11日(金) 26

◆**変えてはならないもの**  
 ◆**変えなければならないもの**

**その両方を見極める  
英知を養う！**

**スーパーマーケット  
→ 変化対応業**

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 27

**スーパーマーケットからの脱却  
⇒ 変化対応業**

・弊社は平成元年に倒産してもおかしくない状況にあった。九州のスーパーマーケットにおいて、この30年で50社ほどが倒産・吸収合併・M&Aしている。何故 ハローデイは生き残っているのか・・・。

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 29

**Before コロナ**      **With コロナ**

家族で旅行      スポーツ観戦      家族で旅行

外食が大好き      ネット需要      飲み会

集まる会合      公共交通機関      内食うまくなる      W/M会合

**コロナで変わる生活様式**

●コロナウイルス感染拡大によって生活様式に変化が・・・  
 昨年の今頃マスクやアルコールの需要がここまであったか？  
 リモート飲み会やソーシャルディスタンスという言葉を使っていたか？

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 31

**「四半世紀続いた成功体験から  
抜け出せない企業は減じる」**

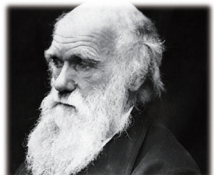
**ピーター・ドラッカー**  
Peter Drucker

正に『安心価格宣言』は30年続いた販促・サービスを抜け出す取り組み

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 33

**「強い者、頭の良い者が  
生き残るのではない。  
変化する者が生き残るのだ」**

**チャールズ・ダーウィン**  
Charles Darwin



HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 28

**お客様の声を大切にしているから**

「お客様のお声を聴かない」企業から潰れていく。お客様のお声を真摯に耳を傾け、お答えしている企業が生き残る。勿論、従業員のお声にもしっかりお答え出来なければ、企業として存続は出来ない。だから「感謝」を経営理念の一番にしている。このことは、「自分自身の幸せに繋がる」ものとして継承されている。

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 30

**Before コロナ**      **With コロナ**

テラシを見て、特売商品や求め複数のスーパーに行き、安い商品を買求める

①人込みを避ける  
 ②買い物に出る回数を減らす(不要不急の外出を避ける)  
 ③生活リズムに合わせた時間帯での買い物を行う  
 ④生活様式の変化で出来た時間を有効活用 → 内食需要の拡大  
 ⑤安全 > 味・品質 > 安さ (安全に対する優先順位が高まる)

●お客様の立場に立った販促・サービス  
 曜日・時間帯関係なく、毎日・どの時間帯でも『買やすい』価格で商品を提供  
 → 安心価格宣言(主力商品/必需品)を買やすい価格で提供

HalloDay コロナ禍による流通の影響と対応 令和2年9月11日(金) 32