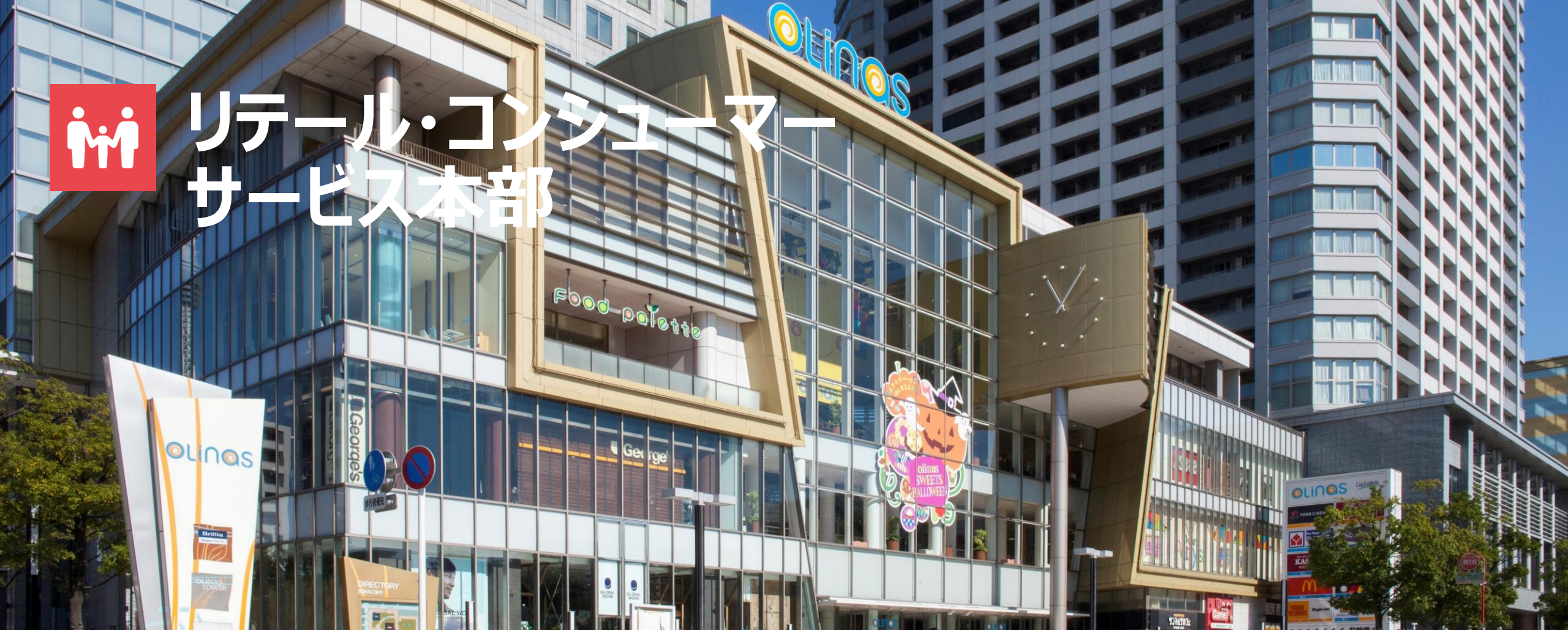




リテール・コンシューマー サービス本部



執行役員
リテール・コンシューマーサービス本部長
村井 宏人
2021年11月29日

自己紹介



執行役員
リテール・コンシューマーサービス本部長
村井 宏人

略歴

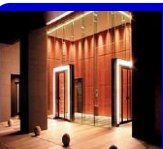
京都府出身

- | | |
|--------------|------------------------|
| ◇ 1989年 | 入社 |
| ◇ 2005～2009年 | タイ駐在 |
| ◇ 2010～2012年 | 自動車第二部 部長 |
| ◇ 2012～2014年 | 経営企画部 部長 |
| ◇ 2016～2020年 | 自動車本部長 |
| ◇ 2020～2021年 | リテール・生活産業本部長 |
| ◇ 2021年～ | リテール・コンシューマーサービス本部長(現) |

※機構改革に伴いリテール・生活産業本部から改称

**「挑戦とスピードを強く意識した明るい本部運営」を目指しつつ、
収益規模が見込める事業投資を、大きく・素早く仕掛けていきます。**

リテール・コンシューマーサービス本部 -本部概要-

	リテール事業部 食品流通事業 (製造、卸売、物流、小売)
	物資・繊維事業部 ブランド、消費財事業 アパレル(製造、卸売)
	商業プラットフォーム事業部 商業施設(ショッピングモール)運営 リテールプラットフォーム事業
	アセットマネジメント部 不動産(マンション、物流施設等) J-リート事業
	双日食料 食料品輸出入・卸売事業 (食肉、農水産加工品、菓子類等)
	双日ファッション 繊維(生地)の加工、卸売事業
	双日新都市開発 賃貸マンションの開発、販売

営業
ユニット
・
中核子会社

× 強み

長年の歴史で確立した
アジア各国の
ネットワーク・顧客基盤

商業施設のバリューアップ投資・
マネジメント実績と
不動産ビジネスの一貫推進

ライフスタイルの多様化に
対応した
食品・消費財の供給基盤

北米産冷凍牛肉の輸入で
国内トップシェア

2021年3月期連結決算

当期純利益	49億円
総資産	3,370億円
人員数(単体)	129人
出向者数(国内/海外)	67人

中計2023 –全社方針と本部方針–

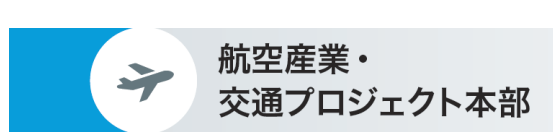
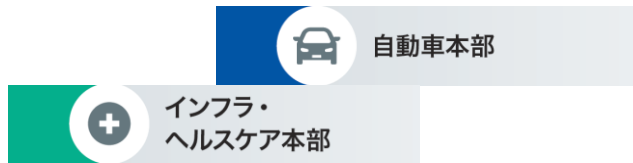
成長市場 × マーケットイン志向



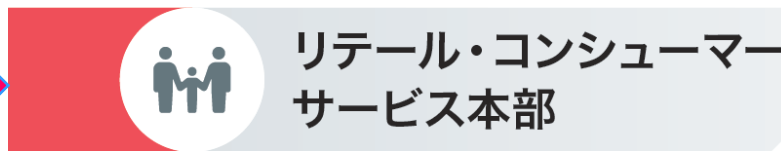
- ✓ 消費者目線(衣食住)を身近に捉えられる本部
- ✓ 新興市場の成長スピードを捉えた事業展開
- ✓ 各領域のプロである他営業本部との共創



成長市場の多様な需要に応え、市場と共に成長



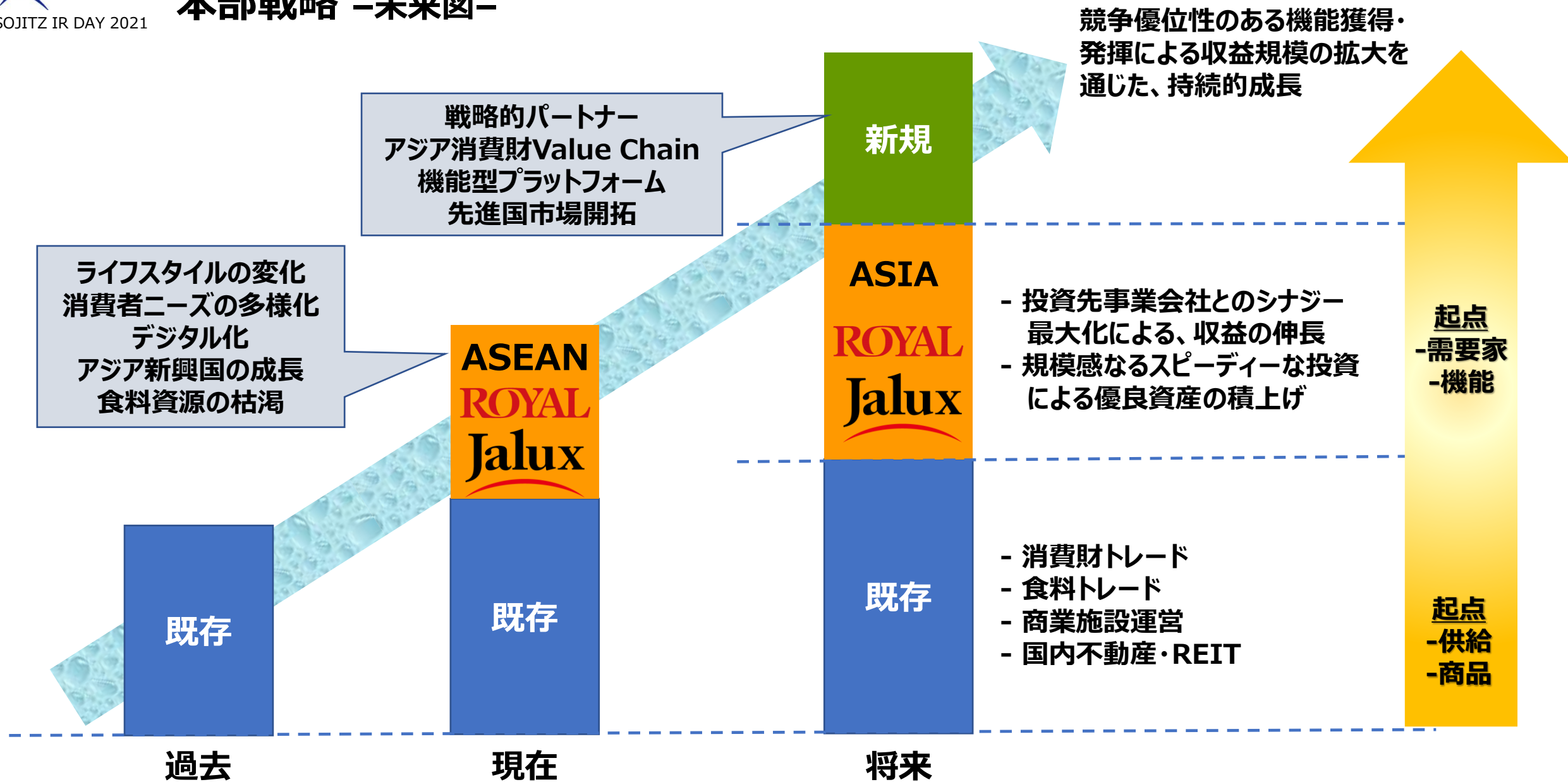
ROYAL



SOFCO
Sojitz Foods Corporation



本部戦略 -未来図-



成長戦略のKey Words

- ✓ 消費者・需要家起点によるマーケットインアプローチ
- ✓ 多様化するニーズ・消費トレンドへの呼応
- ✓ 新興国に於ける「生活の豊かさ・利便性」への貢献～ベトナム、インドetc.
- ✓ 機能軸の強化～DX、リテールテックetc.

注力領域	当社の強み	外部環境	成長へのドライバー
共創と共有 (ロイヤルHD・JALUX)	・顧客ネットワーク基盤 ・消費者向けビジネス知見	・消費者ニーズの多様化 ・新しいビジネス機会	・お互いの強みのシナジー
アジアにおける 食品・消費財 バリューチェーン	・ベトナムの一气通貫バリューチェーン ・国内外パートナー	・アジア新興国の成長 ・現地流通網の近代化	・機能強化 ・地域的拡大
国内リテール事業 (商業施設・不動産事業)	・商業施設のバリューアップモデルとマネジメント力	・「モノ」から「コト」、「トキ」への消費者ニーズの変化	・デジタル技術の活用

成長戦略を実現するための注力領域 –パートナーとの共創・共有①–

- 2021年3月に出資実行した、ロイヤルホールディングス（以下「ロイヤルHD」）との共創によるシナジー最大化

ロイヤルHDとの取り組み

- 当社が保有する国内外「ネットワーク」とロイヤルHDが保有する「コンテンツ」を活用し、親和性の高い事業を推進するとともに、新たな商品・サービス・価値を共に創出・提供することで、両社の企業価値の向上を目指す
- 多様化する消費者ニーズに応じた、より良い生活の実現を目指す

ROYAL

[取り組み事例]

購買コスト最適化

双日の調達力を活かした、食材や副資材の購買コスト最適化の推進

コントラクト事業拡大

双日のネットワークとロイヤルHDのノウハウを活かした、空港等への新規出店の検討

工場稼働率向上

国内大手小売との協業を通じた、工場稼働率向上の推進

海外事業展開

外食事業・食品事業などに於ける、事業パートナー並びにM&A案件の共同発掘



- TOB実施・非上場化によるJALUXとの共創を加速・シナジーの最大化
～リテール × ブランド × 空港にて新規事業創出～

JALUXとの取組み

- ・ 当社が保有する国内外[ネットワーク]・[事業投資ノウハウ]とJALUXが保有する航空系商社としての[調達・商品開発力]・[販売ネットワーク]、JALが保有する[顧客基盤]・[ブランド力]を最大限に活用
- ・ 新規事業を創出するとともに、新たな商品・サービス・価値を共に創出・提供することで、企業価値の最大化を目指す

[取組み検討事例]

EC事業の拡大

日本航空のブランド力・顧客基盤を活かしたECサイトにて、双日グループのネットワークを活用した商品開発・ラインナップの拡充

空港リテールの強化

JALUXの排他的販路（空港内店舗）への双日グループの飲食・物販ブランドなどを展開することによる商品ラインナップの拡充・差別化

双日グループ販路へのJALUX商品拡販

双日グループが有する販路（例：ロイヤルHD、双日食料）へのJALUX商品の拡販



成長戦略を実現するための注力領域 –アジアにおける食品・消費財バリューチェーン–

- ベトナムにおける一気通貫の食品バリューチェーンと、機能強化によるバリューチェーンの重層化・充実化
- インドへの横展開を含む「東南アジア・インド市場のリテール領域強化」の推進

ベトナムでのバリューチェーン



日本基準の品質管理



四温度帯倉庫
ベトナム全土をカバーする販売網



一気通貫バリューチェーンの出口



ベトナムでの打ち手：

- ・ イオングループとの連携による小売店舗網の拡大
- ・ 食品製造、物流施設の拠点拡大
- ・ デジタル化を通じた売上改善・事業効率化

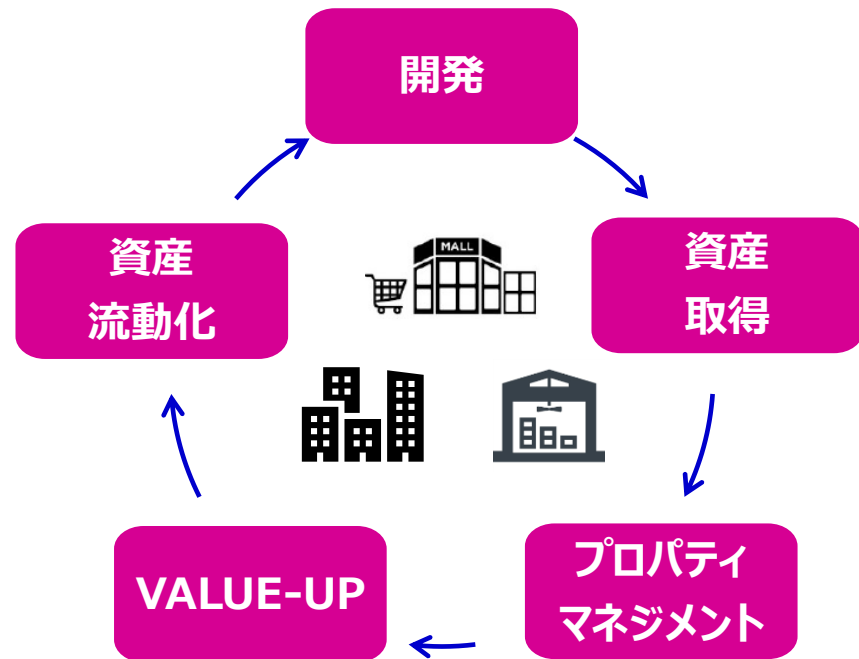


インドへの横展開：

- ・ 成長市場 x マーケットイン志向
- ・ 現地パートナーとの連携
- ・ インドでのバリューチェーン構築

- VALUE-UP機能発揮による回転モデルと、開発機能・マネジメント機能の融合～商業施設、マンション、物流施設（企画開発/リーシング/マーケティング/コスト管理 etc.）
- パートナーとの連携を通じDXを組み合わせたVALUE-UP機能の強化

■ VALUE-UP機能発揮型回転モデル



DXを組み合わせたVALUE-UPの一例 ～商業施設に於けるデジタル活用のケース～

- ・収入改善：
「顧客分析⇒データに基づいた売上向上施策実施⇒施策結果分析改善」のサイクルによる、既存のテナントリーシング力・イベント販促ノウハウの強化
- ・コスト改善：
既存の水光熱・修繕・警備・清掃等のスコープ適正化・コスト改善ノウハウの強化を通じた、施設運営の効率化

本部人材戦略 ～組織力強化と人材の育成～

- 「稼げるビジネスを創出できる人材」の体系的な育成
- 経営人材の育成

本部独自の取組

- ・ **RHDP** / **R**etail & Consumer Service Div. **H**R **D**evelopment **P**rogram :
 - 本部内のコミュニケーション強化
 - 本部戦略の周知徹底と実行力強化
 - 仕事に対する考え方・姿勢のベクトル合わせと、必要なスキルの習得…WILL編／SKILL編
- ・ **Task Force** :
部横断・本部跨りで、本業の拡張・新規事業モデルの創出に資するテーマの具現化にチャレンジ
～DX、リテールテック、マーケティング、フェムテック 等



将来情報に関するご注意

本資料に掲載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、業績を確約するものではありません。実際の業績等は、新型コロナウイルス感染症の収束時期や、内外主要市場の経済環境、為替相場の変動など様々な要因により、大きく変動する可能性があります。重要な変更事象等が発生した場合は、適時開示等にてお知らせします。