

②市場動向を捉えた販売体制最適化（国内市場）

ライフスタイルの変化や消費の二極化に向け、商品力と提案力をさらに磨く

事業環境

- ① 日本の**少子高齢化・人口動態**の変化
- ② 顧客ニーズの**多様化**と**ライフスタイル**の変化
- ③ **生活防衛意識**の高まり

国内で活かせる強み

- ① 国内外の強固な**調達基盤**
- ② 高い**商品化技術**と**衛生水準**
- ③ 50カ所の営業拠点の**情報収集力**と**提案力**

重要施策

- ①製造拠点および生産ラインの見直し
- ②加工食品群の品ぞろえと生産能力強化
- ➔ **商品力のさらなる進化**
- ③市場動向に合わせた営業拠点の再配置
- ④サプライチェーン全体でお客様視点の商品提案
- ➔ **提案力のさらなる進化**

