

セントラル& マツモトキヨシ リミテッド

トップメッセージ

代表取締役 CEO
廣瀬 浩一



設立11周年を迎え タイのお客様により一層愛されるよう 魅力的な商品を提供してまいります

当社は2015年8月、東南アジア最大規模のコングロマリット、セントラルグループの中核会社であるセントラルフードリテイルとの合併会社として設立され、この度設立11周年を迎えました。合併パートナーのセントラルグループが運営する大型ショッピングモールに優先的に出店できることが当社の強みです。現在、半数以上の店舗がセントラル関連のモール内にあり、特にバンコク都心部の店舗は多くのお客様で賑わっています。

これからも、プライベートブランドをはじめとする魅力的な日本製品を、タイのお客様へ積極的に提供してまいります。

エリア別
店舗数

計37店舗

バンコク首都圏 29店舗 北部(チェンマイ県) 3店舗
東北部(ナコーンラチャシマー県/ウドンタニ県) 2店舗
東部(チョンブリー県) 2店舗 南部(ソンクラーク県) 1店舗

※2026年3月末現在

名称	セントラル&マツモトキヨシリミテッド (タイ王国) CENTRAL & MATSUMOTO KIYOSHI LIMITED
所在地	18th Fl., Central Plaza Chaengwattana Office Tower Bld., 99/9 Moo 2 Chaengwattana Road, Bangtalad, Park Kret, Nonthaburi 11120, Thailand
会社設立	2015年8月

事業計画と施策

当社は2022年度の黒字化以来、増収増益を続けており、2025年度は9店舗増の37店舗への拡大を達成しました。2026年度も引き続き、バンコク首都圏やチェンマイに加え、タイ南部や東北部の地方中核都市、さらにはコロナ禍で一時的に閉店したブーケットにも再出店することで、タイ全土での認知度向上を目指してまいります。

タイでは医薬品や食品の輸入規制が厳しく、日本製品の品揃えが難しいため、他社との差別化が課題となっています。この課題に対し、当社はスキンケアやヘアケア等の化粧品カテゴリーにおいて日本製品、特にPB商品の導入を積極的に進めています。これに加えて、SNSでの情報発信や店頭での丁寧な接客を通じて、差別化を強化しています。

また、通信販売が伸長するタイ市場の動向に合わせ、従業員によるライブ配信経由でのオンライン販売も強化しております。これらの取り組みにより、PB商品は多くのお客様から高い支持を得ています。

今後の方針

タイのお客様にマツモトキヨシをより一層ご愛顧いただくため、以下の施策に取り組んでまいります。

1. **品揃えの強化**：特にPB商品の拡充を図ります。
2. **プロモーションの展開**：魅力的なプロモーションを通じて、お客様の満足度を高めます。
3. **接客スキル・定着率の向上**：従業員教育を徹底し接客スキルと店舗スタッフの定着率を向上させます。

NB商品の利益率・リベート条件の改善、PB商品の拡充と自社輸入化、店舗家賃値下げ交渉などにより会社収益を改善してまいりました。今後も一層の事業拡大に向け、日本の皆様とも協力しながら従業員が一丸となって様々な取組みを進めてまいります。

