

## 調理・健康など高付加価値商品提案

### 大和無線電器

大和無線電器は、コ電部門で2020年のコロナ禍で環境変化が激しい中、状況に合った行動・活動を推進し、意思決定してギアチェンジする。付加価値の高い調理家電や健康商品などを積極的に提案するほか、新しい販路や商材も開拓する。

今年度の実績は、家が昨夏の長雨で苦戦している。コロナ禍では環

たものの、調理家電が好調に推移。家庭用炭酸水メーカー「ソーダスパークル」は前年比2桁伸長した。

電子部品は、半導体製造装置向やアミューズメント向けなどの需要が好調に推移した。

同社の坂本賀津也社長は「実績は微減となるが、売上げは高水準のまま維持ができて

いる。コロナ禍では環

境の変化に対応し、新トなどアウトドア商材

しい販路や商材を開拓を開拓した。

移。商材も1人用テンし、付加価値の高い健

康商品や調理家電を提案して



本社ビル

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。

また、蓄電池などのB2BとB2Cの隙間の商材も、積極的に取り扱う方針だ。EC向けの販路もさらに拡大する。