

特集1

61

まだまだフロンティア

朝ごはんを  
奪ろう!

朝ごはんは「時短」と「健康」がキーワード	62	アメリカ小売業に学べ!	72
消費者に聞く毎日の朝食	64	朝ごはんに便利な店になるための条件	
解説●食事の用意は15分以内 10~20分で食べる		瀨美六雄(日本リテイリングセンター リサーチャー)	
①健康が気になる70代	65	食品小売業の動向	
朝食で1日の摂取カロリーを調整		イオン●冷凍食品の朝食を開発	76
②子供が自立、ふたり暮らし2年目の50代	66	時短と栄養バランスの両立がカギ	
料理は血圧を気にして塩分控えめ		レイアウトは? 品揃えは?	78
③育ち盛りの男子が2人いるフルタイムママ	67	朝食を買いやすい売場づくりのトレンド	
朝からカレー、ラーメンもあり		本州縦断売場調査	80
④弁当持参の幼稚園児が2人いる30代	68	食材の幅が狭い朝食提案は「バリエーション」がキーワード	
朝食はトーストと牛乳で簡単に		COLUMN●福島屋「日本一の朝ごはん」	83
⑤小学生と幼稚園児のいる30代4人家族	69	イベントでこだわり商品の価値を訴求	
朝食メニューは全員バラバラ!		外食チェーンの動向	84
⑥子供なし・共働きの30代夫婦	70	外食チェーンの朝メニュー、空間の魅力が成否を分ける	
家事は分担、仕事優先で外食が多め		高橋勇人(ジェネックスソリューションズ代表取締役)	
⑦自由になるお金の多い30代シングル	71	月刊『栄養と料理』誌監物南美編集長に聞く	88
外食とコンビニで生活がほぼ完結		栄養学的にみる理想の朝食	

THE INTERVIEW

31



平和堂 代表取締役社長

夏原平和

「価値訴求型の商品、  
売場で支持獲得したい」

THE INTERVIEW

48



マルナカ 代表取締役会長

藤本 昭

「商品・売場改革」を推し進め、  
四国SM市場のシェア3割めざす

▶「平成24年国民健康・栄養調査」(厚生労働省)によると、「朝食の欠食率」は男性12.8%、女性9.0%であり、前年との比較では男女ともに減少している。男女ともに欠食のピークを迎えるのは、20代であり、男性29.5%、女性22.1%となっている。欠食とは、①食事をしない、②錠剤・栄養ドリンクのみ摂取、③菓子、果物、乳製品、嗜好飲料のみ摂取の合計。逆に言えば、国民のほぼ9割が朝食をしっかりと食べている事実が驚かされる。▶「馬を水飲み場に連れていくことはできるが水を飲ませることはできない」の諺にあるとおり、自分の意志で朝食を食べない人たちの口を無理矢理こじ開け、消費してもらうことは至難の業だろう。ことに朝食に限って言えば、「ノンカスタマーのカスタマー化」専心は得策とは言えない。流通業としては、9割の人たちに焦点を当て、市場の深耕、創造を図りたい。▶早朝7時30分オープンの某ホームセンターの資材館では、レジ横で菓子パンやコーヒーなどを品揃え、忙しいプロ業者の朝食需要を満たしている。このように朝食の品揃えや提案は、主要顧客ベースで考えたい。日本の食品小売業は、すべての世代や世帯に対しての品揃えに努めてきたらいいがあるけれども、朝食市場攻略を思案するに当たっては、「顧客は誰であるか?」を再度しっかり認識しておきたいし、その良い機会であるとも言える。「CSA編集長のBLOG」(検索)でバックナンバーとオリジナル(平日更新)を公開中!

●本誌で使用している略語

- CRM:カスタマー・リレーションシップ・マネジメント
- CVS:コンビニエンスストア
- DgS:ドラッグストア
- DS:ディスカウントストア
- ECR:エフィシエント・コンシューマー・レスポンス
- FC:フランチャイズ・チェーン
- FSP:フリークエント・ショッパーズ・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャндаイス・ストア
- H&BC:ヘルス&ビューティケア(美容健康関連商品)
- HC:ホームセンター
- MD:マーチャндаイズ・ジニング
- NB:ナショナルブランド
- PB:プライベートブランド
- QR:クイック・レスポンス
- SC:ショッピングセンター
- SKU:ストック・キーピング・ユニット(絶対単品)
- SM:スーパーマーケット(食品スーパー)
- SCM:サプライチェーン・マネジメント
- SUC:スーパーセンター

●本誌の海外提携雑誌



The editorial content of Chain Store Age is in some part translated and adapted from magazines and newspapers shown above (published in the United States of America by Leiber-Friedman Inc.) under agreement granting executive Japanese language rights to such material to DIAMOND-FRIEDMAN CO., LTD.

特集2



35

変化対応・ライフスタイル提案型製造小売業 日本一のスーパーマーケット



ヨークベニマル

特別レポート



53

イオンモール

珠玉の超巨大SC、次々と!



特別企画●店頭プロモーションのヒント集 93

プロモーションフォーカス2015

販売促進担当者に聞く!

- ①マルエツ  
三吉精司 執行役員商品本部商品企画統括部長
- ②天満屋ストア  
橋本克弘 営業本部店舗運営部営業企画部門長
- 受験生応援
- 大陳売場でんとうむし流虎の巻
- ディスプレイコンテスト年間スケジュール
- DISPLAY OF THE YEAR 2015のお知らせ
- 販促カレンダー2015

NEW STORE REPORT

ファミリーマートプラス上青木店(カスミ)	44
カスミとファミリーマートの一体型店舗1号店	
KIRARITO GINZA(キラリト ギンザ)	46
結婚の“ワンストップショッピング”銀座で輝く!	

連載

NEW STORE INFORMATION	4
新店情報	
CSA TOPLINE	
●INSIDER	24
紳士服専門店の活路 ロジスティクス整備で、都心に小型店	
●井本省吾の流通時評	25
セブン&アイ オムニ戦略の疑問	
●データで見る流通	26
2015年施行予定の認証制度「地理的表示法」は消費者に届くか?	
●WORLD	27
ウォルマート・ドット・コム●アマゾン価格を下回る ほか	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	28
第76回●アマゾン・ドット・コム	
タクシーを利用した商品配達の実験を開始	
熊谷 徹のユーロトレンド	29
第5回●エコロジーを重視するバイエルンの老舗パン屋	
徐 向東のチャイナトレンド	30
第3回●本格的に市場が形成されていない中国のシニアマーケット	
安土 敏のスーパーマーケット物語	90
第43回・第11章●スーパーマーケットのマネジメント	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章	129
第132回●緑まぶしく[2]新聞とテレビ、エネルギーと流通	

MD EDITION

114

カテゴリーフォーカス	115
食用油/チルドパウチ食品	
パワーコンセプトノート	122
売場づくりのヒント 2月	
新製品情報	127
注目プロモーション	128