

特集
43

客数・売上・利益・信用・味・鮮度・品揃え・VMD

青果 を上げる!

COVER STORY	44	⑤ ライフコーポレーション(近畿圏)	62
集客と差別化の柱だ 青果を上げよう!		独自の商品、売場で競合店との差別化図る	
青果取り扱い実態調査	46	⑥ マックスバリュ西日本	64
青果部門は集客の要 鮮度・地域性・簡便で独自色を打ち出す!		産地との連携強め「旬」を売り込む	
ケーススタディ		⑦ ローソン	66
① 阪食	51	ねらいは客層の拡大! 製造小売業の強みを生かし、SM需要を奪取する!	
「産直」「カットフルーツ」「価格訴求」 農産品の強化手法を磨く		解説	
② 東急ストア	54	① 青果物流通	68
「安心感・信頼感」「利便性」「わくわく感」が キーワードの集客の柱		食の多様化、高度化が促す青果物流通の構造変化 藤澤研二(江戸川大学経営社会学科教授)	
③ イオンリテール	57	② 日米青果事情	70
地域カンパニーへの仕入れ権限を委譲 ローカルSMに打ち勝つ!		日本と米国のコールドチェーンの実際 梅村美由起(日本リテイリングセンター アナリスト)	
④ エブリイ	60	③ 小売業の農業参入	72
グループ農場のキャベツを販売開始 6次産業化にアクセル!		目的は各社各様 川上に遡る小売業	

編集長のPAPER BLOG

▶「Eコマースのアマゾン、検索のグーグル、端末デバイスのアップル、ソフトウェアのマイクロソフト…。各社ともに得手とする分野は異なるが、めざすべき山頂はひとつ。登山ルートが違うだけだ」と持論を展開するのはKADOKAWA(東京都/松原真樹社長)の角川歴彦会長だ。「その証拠に、今や徐々に事業領域が重なり、ぶつかりあうようになってきた」。▶そんな中で新興勢力として台頭してきたのが動画配信サービス企業のネットフリックス(Netflix)だ。10月からは日本でも事業をスタートさせる。ネットフリックスの強みは、映画やドラマといったコンテンツを自ら制作し、ストリーミング配信してしまうことである。しかもそれら作品が業界の各賞を次々と受

賞している。▶従来、「われわれはメディア産業ではない」とコンテンツ側とは一線を画してきたアマゾンもネットフリックスの勇躍に刺激を受けた1社だ。同じ世界に足を踏み入れ、作品の制作にも力を入れ始めた。「(映画やドラマの世界では)これまでの均衡が崩れ、イノベーションが起ころうとしている」と角川氏は言い、2013年を「動画配信元年」と名付けた。小売業以外の市場でも、ネット・デジタル事業者による寡占化の足音がより大きくなっている。

「DCS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・ショップ・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャント・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:マーチャント・ダイジング
- 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
- SCM:サプライチェーン・マネジメント
- 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)
- SU:スーパーセンター

THE INTERVIEW



29



イオンアグリ創造代表取締役社長

福永庸明

農地バンク活用で
コメづくりを開始
めざすは地域活性化と農業改革!

THE INTERVIEW PLUS

76



ファーマインド代表取締役社長

堀内達生

2015年7月1日、ファーマインドが誕生!
総合力をフル活用し、
新鮮でおいしい青果を届ける!

MD EDITION

79

特集	80
ヒット商品トレンド2015春夏	
カテゴリーフォーカス	87
ノンアルコールビールテイスト飲料/スパイス&ハーブ/ 機能性ヨーグルト/チリワイン	
104週販促カレンダー	105
店頭プロモーション直前対策決定版! 8月	
新製品情報	110
注目プロモーション	111

NEW STORE REPORT

36



サミットストア小岩駅南口店	36
シニアに対応、青果部門と接客を強化	
フードスクエアカスミ咲が丘店	38
提案強化型店舗で認知度向上を図る	
ダイエー赤羽店	40
新業態「フードスタイルストア」の1号店	

連載

景気を読む	17
天候、休日増が好影響	
DCS TOPLINE	20
●INSIDER	20
ローソン、佐川と組んで「御用聞き」サービス本格スタート ほか	
●WORLD	22
ホールフーズ●新フォーマットの店名が「365」に決定 ほか	
●データで見る流通	24
人手不足を売場変革の契機にする	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	25
第83回●チェーンストア限界論の勘違い	
新連載 太田美和子のユーロトレンド	26
第1回●H&M チャネル拡大と品揃え拡大で急成長	
徐 向東のチャイナトレンド	27
第10回●“爆買い”する中国人旅行者を自店に引き寄せるには	
渡辺林治のリンジのアドバイス	28
第4回●財務3表は社長の成績表	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章	113
第146回●緑まぶしく[16] 渡邊恒雄回顧録(12)	