

## 特集1

79

収益源は渡さない!

## 生協宅配防衛戦

<b>COVER STORY</b> .....	<b>80</b>	<b>⑧エフコープ</b> .....	<b>100</b>
週1回の生協宅配モデルで組合員との信頼を築く!		組合員のニーズに徹底対応 宅配事業は予算を超える実績で推移	
<b>ケーススタディ</b>		<b>特別インタビュー</b> .....	<b>102</b>
<b>①コープさっぽろ</b> .....	<b>82</b>	<b>嶋田裕之</b> (日本生活協同組合連合会 代表理事専務) 宅配事業にはフォローの風が吹く 生協の総合力で差別化図る	
取扱商品数拡大で業務用品、DgSマーケットに取りに行く!		<b>COLUMN</b> ●日本生協連の商品開発・商品販促	<b>105</b>
<b>②コープネット事業連合</b> .....	<b>86</b>	会員生協との連携を強化し、 「コープ商品」のブランド価値向上に注力	
主要ターゲットは子育て世代 購買履歴データをマーケティングに活用		<b>生協アンケート調査</b> .....	<b>106</b>
<b>③福井県民生協</b> .....	<b>89</b>	若年層の組合員獲得が課題 生き残りをかけ、高まる生協間の競争意識	
利用高8000円で宅配手数料を無料化 宅配を軸に「事業ネットワーク」を推進		<b>主な経営指標から見る生協の経営力</b> .....	<b>112</b>
<b>④みやぎ生協</b> .....	<b>92</b>	経営指標ランキング	
「利用登録」済みの宅配組合員は7割 利用組合員をさらに増やす!		<b>食品宅配競争時代の生協の生き残り策</b> .....	<b>114</b>
<b>⑤生活クラブ連合会</b> .....	<b>94</b>	「組合員との強固な関係性」をもとにした 生協の特質をさらに生かす!	
週次の受注体制に移行 宅配の利便性を高め、新規加入者を増やす!		折笠俊輔(流通経済研究所 主任研究員)	
<b>⑥パルシステム東京</b> .....	<b>96</b>	<b>COLUMN</b> ●宅配市場における生協の競合企業最新動向	<b>116</b>
配達日時を指定できる「指定便」が好評 2016年3月までに都内全域に拡大!			
<b>⑦おかやまコープ</b> .....	<b>98</b>		
ポイント制度を宅配にも導入 相互利用、相乗効果を促進			

## 特集2

53

編集長の  
ホメ

## コンビニ最新商品戦略

<b>①セブン-イレブン・ジャパン</b> .....	<b>54</b>
商品開発の視点は「お客さまとの競争」 11月1日から「omni7」スタート	
<b>②ローソン</b> .....	<b>56</b>
市場の変化にきめ細かく対応 おいしさと健康へのこだわりで差別化を図る	
<b>③ファミリーマート</b> .....	<b>58</b>
中食、生活支援サービスを強化 次世代CVSの確立をめざす	
<b>④サークルKサンクス</b> .....	<b>60</b>
めざすは「欲しいモノ・コトがある身近なお店」 スイーツブランド「シェリエトルチェ」を全面刷新	
<b>⑤ミニストップ</b> .....	<b>62</b>
新しい強みを創りだす 積極的な商品開発で低迷を打破!	

## 特別レポート

42

総合化学メーカー発の植物工場

## Plant Plant



ベビーリーフの  
多品種栽培に成功  
ローソンファーム秋田などが  
工場設備を導入

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・ショッピング・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャндаイズ・ストア
- HC:ホームセンター

- H&BC:ヘルス&ビューティケア(美容健康関連商品)
- MD:マーチャндаイズ・デザイン
- 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

## 注目企業レポート

44



# 万代

大阪都市部で圧倒的な存在感  
万代の強さを探る!

## THE INTERVIEW

50



カスミ代表取締役社長

## 藤田元宏

経営統合のシナジーを創出し  
カスミの質的転換に生かす

## 特別インタビュー

118



1WorldSync CCO

## ダニエル・ウィルキンソン

商品情報管理の効率化につながる  
ソリューションを提供

## MD EDITION

123

特集●パッケージ・イノベーション	124
カテゴリーフォーカス	133
卸オリジナル商品/低カロリー甘味料/クリーム/即席麺	
パワーコンセプトノート	152
売場づくりのヒント 1月	
新製品情報	156
注目プロモーション	157

## NEW STORE REPORT

原信女池店	64
MD「ニューコンセプトパート2」の総仕上げ	
ライフ羽曳野西浦店	68
34年ぶりに羽曳野市に出店したコンパクトなSM	
サミットストア三鷹市役所前店	70
繁盛店に新MDを導入、昼食需要を取り込む	
ベシアスーパーマーケット鳩山店	72
町内初の大型店 高齢者と単身世帯への対応強化	
ブルーミングブルーミー	74
西武本川越へぺ店(いなげや)	
駅利用者と足元商圏の需要取り込む	
ハローズ緑町店	76
激戦区にオープンした生鮮強化型SM	

## 連載

NEW STORE INFORMATION	5
新店情報	
DCS TOPLINE	30
●INSIDER	30
ファミマ・ユニー●経営統合に合意 ほか	
●WORLD	34
アマゾン●英国「プライムナウ」で冷凍・冷蔵食品の宅配開始 ほか	
●井本省吾の流通時評	36
SC型店づくりに切り替えた丸井	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	37
第86回●インディブランド台頭の理由	
太田美和子のユーロトレンド	38
第4回●共同仕入れで経営強化するオーシャン	
徐 向東のチャイナトレンド	39
第13回●大型SCを起点にし、中国市場に入り込もう	
新連載ブライアン・ウルフの	40
新・個客識別マーケティング最前線	
第1回●英テスコはクラブカードをやめるべきか?	
短期集中連載●実践的ID-POS分析	120
第3回●プロモーションの最適化	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章	158
第152回●緑まぶしく[22]堤清こと藤田田	