

特集

55

# アマゾン参戦!

# ネットスーパー

## 激戦乱戦縦横無尽

<b>食品EC大競争</b> .....56	<b>⑧楽天</b> .....72
大手EC、ネットスーパーは60兆円市場をどう取り込むか?	即時配送サービス「楽びん!」を開始 ECでの食品・日用品の購入体験を広げる
<b>ケーススタディ</b>	<b>海外事情</b>
<b>①イトーヨーカ堂</b> .....58	<b>①米国動向</b> .....74
「ダークストア」開設で都心部の需要獲得ねらう	アマゾンVSウォルマート どちらが食品ECを制するか? 鈴木敏仁 (R2Link代表)
<b>②イオンリテール</b> .....60	<b>②欧州動向</b> .....77
売上高2ケタ増で成長 サイトを刷新し、品揃えも拡大	イギリスで発展するオンライングロサリー 世界最大級の専業、オカドが収益化 神谷渉 (流通経済研究所主任研究員)
<b>③西友</b> .....62	<b>番外編</b> .....80
「セルフピックアップ」を本格導入 店舗と倉庫の融合も計画	<b>最強!? 生協の宅配システム</b> ネットスーパー収益化のヒントはあるか
<b>④ユニー</b> .....64	<b>提言</b> .....82
配達効率化で収益化めざす 店舗とネットで顧客を囲い込む	<b>SMの強みを生かす</b> デジタル時代だからこそ見直すべき「商いの本質」と「三方よし」 山口邦成 (アクセンチュア 製造・流通本部シニア・マネージャー)
<b>⑤東急ストア</b> .....66	<b>COLUMN</b> .....84
東急グループ内で連携 顧客接点の拡大を図る	物流を制するものがネットスーパーを制す
<b>⑥アマゾンジャパン</b> .....68	
「アマゾン・パントリー」を開始 食品・日用品を1個から販売	
<b>⑦アスクル(ロハコ)</b> .....70	
ヤフーとの連携で攻める! 急成長する「日常使いEC」	

THE INTERVIEW

27



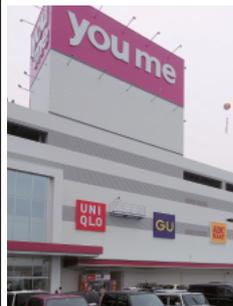
フジ 代表取締役社長

## 尾崎英雄

創業50周年に向け、  
中期経営計画をスタート  
顧客に近づき、多様な事業で  
市場を深耕する

特別レポート

31



新規出店、既存店活性化、M&amp;Aで高成長

## イズミ

日本一の  
GMSをめざす!

●山西泰明社長談話抄録

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・マーチャント・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:マーチャント・ダイニング
- 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

## PICTORIAL REPORT



34



# ららぽーと海老名

ららぽーと海老名 ..... 34

「海老名」駅直結の都市型SC「ららぽーと」  
新スタイルの「交流の場」と「フードコート」を展開

ロピアららぽーと海老名店 ..... 36

最大の直営鮮魚売場を展開  
にぎわいある売場を創出し集客を図る

## THE INTERVIEW PLUS

52



ペルノ・リカール・ジャパン  
代表取締役社長

# ティム・ペック

コンシューマー・セントリック  
(消費者目線)であり続け  
持続的な成長めざす

## MD EDITION

85

カテゴリーフォーカス ..... 87

チーズ/ドリンクヨーグルト/レギュラーコーヒー/ウイスキー

104週販促カレンダー ..... 111

店頭プロモーション直前対策決定版! 12月

新製品情報 ..... 116

注目プロモーション ..... 117

## NEW STORE REPORT

東急ストア祐天寺店 ..... 40

競合店を意識し価格訴求を強化!

KOHYO光明池店 ..... 42

生鮮・総菜を強化した「マーケットガーデン」1号店

デイリーカーナートイズミヤ千本中立売店 ..... 44

京都市内のドミナントを深耕する小型SM

フレッシュバザール小野黒川店(さとう) ..... 46

鮮魚部門で差別化を図る300坪タイプのSM

ライフ有馬五丁目店 ..... 48

ファミリー層を意識した品揃えとサービスに注力

フードスクエアカスミ東習志野店 ..... 50

習志野市へ初出店、子育て世代の需要取り込む

## 連載

景気を読む ..... 3

シルバーウイーク需要取り込む

DCS TOPLINE ..... 18

●INSIDER ..... 18

国分が丸紅との包括提携に合意 ほか

●WORLD ..... 20

ウールワース●アルディ対策を継続実施 ほか

●データで見る流通 ..... 22

東京都23区のCVS店舗間の平均距離は149m

渡辺林治のリンジのアドバイス ..... 23

第8回●忘れてはいけない財務の健全性

桜井多恵子の中堅社員のための ..... 24

チェーンストア理論

第23回●効率数値日米比較

樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章 ..... 118

第153回●緑まぶしく[23]日本マクドナルドと渥美俊一