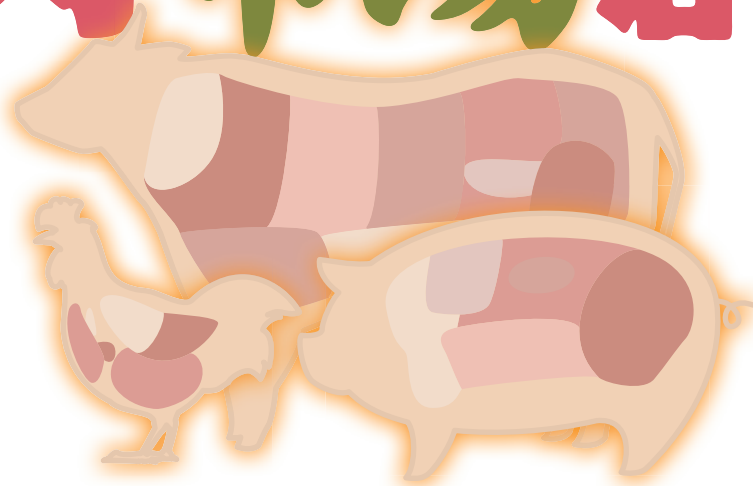


1億総肉食時代!

精肉市場創造



<b>COVER STORY</b> .....	<b>62</b>	<b>⑥ ライフコーポレーション</b> .....	<b>85</b>
肉食化で生まれる商機 市場を創造しよう		精肉部門は「集客部門」! 価格訴求と品質向上で客数アップめざす	
<b>アンケート● 精肉部門実態調査</b> .....	<b>64</b>	<b>⑦ マックスバリュ西日本</b> .....	<b>88</b>
精肉は生鮮3部門の収益源、「簡便・即食」 「新カテゴリー開拓」「関連販売」で売上・利益を伸ばす		「ブランディング」と「簡便性」を強化 消費者目線の改革が功を奏す	
<b>ケーススタディ</b>		<b>市場創造に向けた第一手</b> .....	<b>91</b>
<b>① サミット</b> .....	<b>70</b>	精肉プロモーション 季節に合わせたイベント実施&メニュー提案で 購買意欲を刺激しよう!	
肉総菜「グリルキッチン」で差別化 精肉はイベントで売上伸ばす		<b>畜種別市場動向</b> .....	<b>96</b>
<b>② 阪急オアシス</b> .....	<b>73</b>	食肉消費は牛肉から豚肉、鶏肉にシフト キーワードは「健康志向」「外食ニーズ」「総菜化」	
オリジナルの品揃えが強み 即食・簡便商品の比率を20%に伸ばす!		<b>解説● 食肉消費の実態</b> .....	<b>100</b>
<b>③ 東急ストア</b> .....	<b>76</b>	これからの食肉販売戦略 量的縮小市場で問われる質的競争力	
「わくわく感のある売場」づくりを実践 創意工夫で固定客を増やす!		<b>コラム● 精肉関連 検索ワードのトレンド</b> .....	<b>103</b>
<b>④ 平和堂</b> .....	<b>79</b>	<b>精肉市場創造 MD EDITION</b> .....	<b>104</b>
成功事例を全店舗で実践 売場での提案力強化で業績が伸長			
<b>⑤ いなげや</b> .....	<b>82</b>		
商品の価値を伝える売場づくりに注力 産地と連携してブランドをアピール!			

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)
- SuC:スーパーセンター

**短期集中連載** 28



鈴木敏仁の  
短期集中海外レポート第③回

**スマート&ファイナル**

2014年上場の高速成長  
スーパーマーケット

**DCSスペシャル** 32

編集長の  
ホメ



**フジ**

「商品供給業」から  
「需要・市場創造業」に  
変革

**NEW STORE REPORT** 38

- MEGAドン・キホーテ大森山王店** ..... 38  
老舗ダイシン百貨店をリニューアルオープン!
- ライフ堺筋本町店** ..... 43  
「簡便」「即食」商品を強化した都市型店舗
- ライフ旭大宮店** ..... 46  
効率運営とにぎわいの両立をめざしたSM
- タチャ山県店** ..... 48  
生鮮食品の品揃えで差別化を図る!
- フレンドマートかみしんプラザ店** ..... 50  
平和堂、大阪市内3店舗目を開業!
- そうてつローゼン伊勢原駅前店** ..... 52  
即食商品を出入口付近に集中配置
- KOHYO小野原店** ..... 54  
重点エリアに新店を開業! 生鮮・総菜を強化
- KOHYO東生駒店** ..... 56  
奈良県生駒市に新フォーマット2号店を開業

**連載**

- NEW STORE INFORMATION** ..... 7  
新店情報
- DCS TOPLINE** ..... 16
- INSIDER ..... 16  
サミット新社長 竹野浩樹 ほか
- WORLD ..... 18  
ウォルマート●中国eコマース事業を京東商城に売却 ほか
- 井本省吾の流通時評 ..... 20  
消費者のホンネに迫る
- データで見る流通 ..... 21  
サラダがメイン料理化  
シニア層にはメニュー提案の余地あり
- 桜井多恵子の中堅社員のための ..... 22  
チェーンストア理論
- 第31回●21世紀型チェーンストア・フォーマットの決め手
- 渡辺林治のリンジのアドバイス ..... 24  
第16回●英国のEU離脱への経営財務の対応策
- 月刊アマゾン** ..... 25  
第8回●アマゾン、インド市場への投資を強化
- ブライアン・ウルフの ..... 26  
新・個客識別マーケティング最前線
- 第9回●最良のプロモーションとは何か
- 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第7章 ..... 178  
第169回●疾風怒濤[4] 警察回り

**MD EDITION** 115

- MD特集●ロングセラーブランド** ..... 116
- MDスペシャル** ..... 132  
和食マーチャントダイジング/プロモーションフォーカス
- カテゴリーフォーカス** ..... 141  
ワイン販促カレンダー(秋冬)/ごま/トクホ清涼飲料/  
スパイス&ハーブ/家庭用手袋
- パワーコンセプトノート** ..... 166  
売場づくりのヒント 10月
- 104週販促カレンダー** ..... 171  
店頭プロモーション直前対策決定版! 9月
- 新製品情報** ..... 176
- 注目プロモーション** ..... 177