

特集

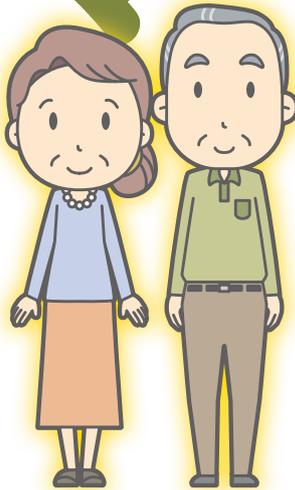
編集
長の
ホメ

55

見えてきた!

Next

シニアマーケット



カバーストーリー	56	⑧ザグザグ	76
需要をどう掘り起こすか シニア対応は次のステージへ		シニアにも配慮したモデル店をオープン お客のリアルな声を売場づくりに反映	
ケーススタディ		⑨赤ちゃん本舗	78
①イオンリテール	58	子育てに参加するシニア層が増加 「孫需要」の取り込みをめざす	
変わるイオンの「シニアシフト」 G.Gモールから見えてきたシニア事情		シニアマーケット徹底調査	80
②イオンライフ	62	首都圏1都3県のシニアはどんな買物をしているのか?	
人生は後半戦がおもしろい! 人気を集める「終活フェア」の全貌		海外動向	
③京王百貨店	66	①アメリカ	86
シニア対応のバイオニア 小型店で顧客接点を拡大		「ミレニアルズ」が「ベビーブーマー」の人口上回る 小売企業はシニアの労働力に着目	
④松源	68	②欧州	88
「お買い物バス」を毎日運行 手厚いサービスで高齢化に対応		高齢化が進む欧州諸国で 進化するシニア向けSM	
⑤とくし丸	70	シニアマーケットをデータで見る	
「おばあちゃんのコンシェルジュ」 高齢者に支持される移動スーパー		①シニアの消費力のポテンシャル 市場開拓に向けて	90
⑥ユニー	72	前田展弘(ニッセイ基礎研究所 生活研究部 主任研究員)	
多方面からシニアにアプローチ GMS内にカルチャーセンターを新設		②シニアは「長寿社会の第2世代」に	92
⑦ローソン	74	キーワードは「退かない」「頼らない」「気負わない」 川谷愛作・菅順史(博報堂生活研究所研究員)	
高齢社会に対応する2つの新フォーマット 地域の「健康」「介護」をサポート			

- 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

THE INTERVIEW 34



ジュピターショッピングチャンネル
代表取締役社長

篠原淳史

商品力・番組力・オペレーション力
三位一体の底上げで成長する

PICTORIAL REPORT 37



ららぽーと 湘南平塚

神奈川県内4番目のリージョナル型SCが開業!

MD EDITION 95

カテゴリーフォーカス	96
卸オリジナル商品 / シャンパン / スティック飲料 / クリーム / 即席麺	
パワーコンセプトノート	122
売場づくりのヒント 1月	
新製品情報	126
注目プロモーション	127

連載

景気を読む	5
度重なる台風の接近・上陸で大打撃	
DCS TOPLINE	
●INSIDER	24
セブン&アイ●GMS・百貨店の構造改革、 オムニ戦略転換は成功するか ほか	
●WORLD	26
イータリー●カナダに初出店へ ほか	
●井本省吾の流通時評	28
高まるコンビニの優位性	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	29
第97回●ヘルシーブームで変革を求められる食品メーカー	
太田美和子のユーロントレンド	30
第15回●仏小売大手オーシャン、組織再構築に動く	
徐 向東のチャイナントレンド	31
第24回●中国人向けのビジネスで必要なスピード感	
ブライアン・ウルフの	32
新・顧客識別マーケティング最前線	
第12回●卓越したロイヤルティ・プログラム	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第7章	129
第174回●疾風怒濤[9] マス・マーチャントダイジング	

NEW STORE REPORT



フレッセイ元総社蒼海店	44
前橋市西部のドミナントを深耕する最新店	
KOHYO難波湊町店	48
大阪市内に新型SMの3号店をオープン	
鮮Do! エブリー府中店	50
広島県府中市に初出店!	
ファミリーマート+miniピアゴ菊名駅西店	52
グループシナジーを期待! CVSとSMの一体型店舗	