

特集

編集長の
ホヌメ編集部
の
ホヌメ

63

「守り」から「攻め」へ 生協店舗大改革



カバーストーリー	64	⑧ユーコープ	86
店舗事業が8年ぶりに増収 既存店改装で巻き返しへ		最優先課題は損益改善 21年度の黒字化をめざす	
ケーススタディ		生協店舗の強みを探る	88
①コープさっぽろ	66	コープ高倉店(コープみらい)徹底調査	
売場リニューアルと商品拡充が 既存店の成長エンジン		生協の現状と今後の課題を探る	92
②コープネット事業連合	70	生協アンケート調査	
“攻め”の改装で黒字転換 2015年度から新規出店も再開		店舗改装により店舗事業が好転 課題は組合員の高齢化対応	
③おおさかパルコープ	74	特別インタビュー	98
2013年に生鮮食品の個店仕入れを開始 めざすは組合員の要望に応える「私のお店」		日本生活協同組合連合会 代表理事専務嶋田裕之 育成商品とエリア限定商品を強化 成功ノウハウを共有する場も提供	
④コープこうべ	77	データから見る生協の経営力	100
コスト削減で収益を改善 2016年度から既存店改装を強化		経営指標ランキング分析	
⑤コープ東北サンネット事業連合	80	店舗事業が8年ぶりに増収 供給高全体を押し上げる	
オリジナル商品で競合と差別化 組合員の店舗利用を促進		供給事業と組合員活動	102
⑥京都生協	82	生協の強みの生かし方	
改装店舗の供給高が平均2ケタ増 店舗・宅配の併用促進にチャレンジ		生協ならではの総合力を組合員の利用促進に生かす 宮崎達郎(生協総合研究所 研究員)	
⑦生協くまもと	84		
熊本地震で被災した店舗をモデルに 大型店のノウハウを磨く			

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
- 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

DCS SPECIAL

49



オーケー

EDLPをとことん追求
5年後に年商6000億円超へ

連載

NEW STORE INFORMATION 3

新店情報

DCS TOPLINE

●INSIDER 38

H20、関西スーパー●資本業務提携後の次の焦点 ほか

●WORLD 40

ターゲット●小型店をマンハッタンに出店 ほか

●データで見る流通 42

小売業での女性活躍の現状と働き方改革

桜井多恵子の中堅社員のための 44

チェーンストア理論

第34回●立ち止まって消費者ニーズを突き詰める

渡辺林治のリンジのアドバイス 46

第19回●決算のキーワードは収益性

月刊アマゾン 47

第11回●小型店とドライブスルー型受け取り拠点を開設か?

樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第7章 142

第175回●疾風怒濤[10]横浜支局時代の仕事

THE INTERVIEW PLUS

104



アドビシステムズ
小売・旅行・CPG業界戦略&
マーケティングディレクター

マイケル・クライン

加速するデジタル化の流れ
小売業はどう対処するか?

NEW STORE REPORT

54

ヤオコー柏南増尾店 54

SM激戦区に出店、こだわり商品で差別化

ココカラファイン天理店 58

生鮮食品を扱うDgSの旗艦店

スーパーバリュー川口伊刈店 60

約1年ぶりの新規出店! 生鮮3部門を強化

MD EDITION

107

MD特集 108

パッケージ・イノベーション

カテゴリーフォーカス 113

チーズ/ドリンクヨーグルト/白だし/ウイスキー

104週販促カレンダー 135

店頭プロモーション直前対策決定版! 12月

新製品情報 140

注目プロモーション 141