

上場小売業360社の最新データを一挙掲載!

決算2017

ランキング

上場小売企業全体動向2017	32	DP百貨店	62
業態間で明暗分かれる SM・GMS・DgS・通販が増収・営業増益		大手5社が軒並み減収 インバウンド消費失速で苦戦	
業態別ランキング分析		AP衣料品専門店	66
SM食品スーパー	38	しまむらは2期連続の増収増益を達成 ユニクロは価格戦略の転換で回復	
32社中21社で増収・営業増益 成長率は前年度から鈍化		CE家電量販店	71
GMS総合スーパー	45	電子機器とインバウンドが不調 上場12社中9社が減収	
大手GMSの収益が回復傾向に 地方の中堅GMSは好調を維持		MO通信販売	75
CVSコンビニエンスストア	49	躍進するEC大手 改革を急ぐカタログ通販	
セブン・イレブンの好調続く ファミマ全店売上高が3兆円超		その他の業態決算データ	79
DgSドラッグストア	53	EO外食	81
ウエルシアHDが 売上高トップに躍り出る		日本マクドナルドHDが黒字転換 吉野家HDは2期ぶりの増収に	
HCホームセンター	58	時価総額ランキング	85
特殊要因除けば、上位中心に おおむね増収増益基調		ニトリ、3位に浮上 イオンを追い抜く	
		2017年小売業界の展望	87
		明暗が分かれ始めたSMとDgS	

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・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
- 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 16



平和堂

地域密着を強さの源泉に
100年続く企業をめざす!

特集2 89

“肉食化”の波に乗る

精肉市場創造 2017

ケーススタディ

- ①オオセキ質と価格の徹底追求でファン拡大!.....90
- ②近商ストア販促イベントを強化し集客図る
カナダ産の牛・豚が好評.....92
- ③フジ精肉を利益部門と位置づけ付加価値商品の開発に注力.....94
- ④イオンリテール.....95
- ラム肉の専用コーナーを新設!「第4の肉」として育成
- 寄稿●激変する市場環境.....96
- 精肉部門はどう動くべきか?

NEW STORE REPORT

- イオンスタイル新茨木.....22
- 西日本初!「G.Gコンセプト店舗」の旗艦店
- MEGAドン・キホーテ東名川崎店.....26
- 改装で生鮮食品を導入!ファミリー対応を強化
- Daily Table KINOKUNIYA西荻窪駅店.....28
- 駅ナカにオープンした新フォーマット2号店

連載

NEW STORE INFORMATION.....3

新店情報

DCS ROUNDUP

- TOPICS.....6
- セブン・イレブン●2019年度に沖縄進出 ほか
- WORLD.....8
- テスコ●自動走行の配送ロボットを試験導入 ほか
- 森田俊一の流通時評.....10
- コンビニの2020年問題
- データで見る流通.....11
- オーガニック食品の市場規模約1000億円
「主体消費者」はリアル店舗で動く!
- 桜井多恵子のチェーンストア理論入門.....12
- 第6回●総合化の前提となる商品レベルの統一
- 渡辺林治のレンジのアドバイス.....14
- 第26回●多様化する百貨店
- 月刊アマゾン.....15
- 第17回●加速するリアル店舗の展開
- 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第8章.....121
- 第189回●暁天の星[13]
- 毎週1ページの大役、「商店特集」連載開始

MD EDITION 101

- MDスペシャル.....102
- 減塩マーチャント・デザイン
- カテゴリーフォーカス.....111
- レンジ対応レトルト食品
- パワーコンセプトノート.....114
- 売場づくりのヒント 9月
- 新製品情報.....118
- 注目プロモーション.....119