

特集① 小売業界を揺さぶるネットの巨人

39

アマゾン、待った!

PART① 激流アマゾン

① 国内売上高7300億円の衝撃 40
小売業を飲み込む世界最大のネット通販

② アマゾン・ロッカー 43
リアル店舗での商品受け取りサービス
“アマゾン流”オムニチャネル戦略

マック大島

③ 驚異のCF創出力 46
自社固有の流通構造に競争優位
莫大な回転差資金を生み出す

青木英彦(メリルリンチ日本証券マネージングディレクター)

PART② 海外小売業の戦い

① 価格と配送をめぐる攻防 48
ターゲットは「プライスマッチング」を導入
ウォルマートは当日配送を実験中

鈴木敏仁(R2リンク代表)

② IT活用で勝負する! 50
ネット受注品のリアル店舗発送が拡大
モバイル対応でネットとの一体化も進む

玉田かほり(大和証券キャピタルマーケティングアメリカ アナリスト)

③ アマゾンに負けない方法 52
対抗する究極の戦略は「唯一化」
独自の商品・サービス開発をめざせ!

厄口友厚(ネットコンシェルジェ代表取締役)

④ オムニチャネル戦略 54
「ショールーマー」は敵ではない!
顧客ニーズに素早く応えられるかが勝負

PART③ 追撃! 国内プレーヤーの戦い方

① 楽天 56
“自動販売機”と真逆のビジネスモデル
「打倒アマゾン」で燃えるネット通販大手

② ヤフー 58
国内最大級ポータルサイトの集客力を生かす
小売業との提携によるネット通販戦略

③ NTTドコモ 60
食品・日用品のモバイル通販を開始
「アマゾンをめざす」通信大手のねらい

④ セブン&アイ・HD 62
専用物流センターを今年6月に稼働
先行ネット通販企業を追い上げる!

⑤ イオン 63
オムニチャネル・リテリングを本格始動
ネットとリアル顧客接点をシームレスに

⑥ ヨドバシカメラ 64
アマゾンに真っ向勝負を挑む!
自社ネット通販で書籍を本格販売

COLUMN● ネット通販市場動向 65
2017年度市場規模、17兆3000億円へ

RANKING● 66
無店舗販売 売上高ランキング
通販市場は5兆円超、7割以上の企業が売上伸びる

短期集中連載



18

流通構造改革提案!
「全体最適」のすすめ
第1回●なぜ今「全体最適」なのか?

特集②



71

決定!! 第26回
ストア・オブ・ザ・イヤー2013
ヤオコー川越的場店(埼玉県)に栄冠!

▶日本市場は依然厳しく、その厳しさはさらに増すものと予想される。少子高齢化と人口減少は、さらに進展し、飼料やエネルギー高騰、円安によって物価高騰が現実視される。そこに2段階の消費税増税が加われば、多少所得が増加するくらいでは、消費意欲が一挙に高揚するとは思えない。▶では、流通業界にとって活路はないのかと言えば、そんなことは決してない。「朝食」「カスタマイズ」「ヘルシー(健康)」「ダイレクトビジネス」「単身世帯・2人世帯」「コミュニティ」「新コミュニケーション」…と新しい成長の切り口は思いつくだけでも山ほどあるからだ。ただ、いくら打開策やアイデアが多くても、具体的に動かなければ何も始まらない。▶さて、4月1日、新年度。この始まりに当たって、詩人であり書家であった相田みつをさんの「アノネ がんぼんなくてもいいから さ 具体的に動くことだね」を記したい。できれば、オリジナリティをもって…。「CSA編集長のBLOG」(検索)でバックナンバーとオリジナル(平日更新)を公開中!

●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
- DS:ディスカウントストア
- EOR: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
- H&BC:ヘルス&ビューティケア(美容健康関連商品)
- HC:ホームセンター
- 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
- 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
- DgS:ドラッグストア
- SuC:スーパーセンター

●本誌の海外提携雑誌



The editorial content of Chain Store Age is in some part translated and adapted from magazines and newspapers shown above (published in the United States of America by Lebher-Friedman Inc.) under agreement granting executive Japanese language rights to such material to DIAMOND-FRIEDMAN CO.,LTD.

THE INTERVIEW 36



西友CEO兼
ウォルマート・ジャパン・
ホールディングスCEO

スティーブ・ デイカス

ウォルマートのビジネスモデルは
全世界で通用する!

激戦区レポート 20



大阪市住吉区 「あびこ」駅周辺

ライフ、イズミヤ、阪食が火付け役となり
肥沃なマーケットで競争勃発

THE INTERVIEW PLUS 68



日本ハム 代表取締役社長

竹添 昇

オンリーワン・インテグレーターの
強みを生かし、
商品開発によって
新たな市場を創造する!

連載

- データで見る流通 3
- 趣味のメリハリ化と消費の総“交際費”化が進む若者
- NEW STORE INFORMATION 11
- 新店情報
- CSA FRONTLINE 12
- 平和堂●農業事業への参入を発表 ほか
- 井本省吾の流通時評 14
- やはり高収益の決め手は商品力
- CSA WORLD NEWS 15
- 米国●オムニチャネルは「ゲーミフィケーション」がトレンド ほか
- CSA INSIDER 16
- AP・HC●第2ブランド・新業態を育成できるか ほか
- 桜井多恵子の食品スーパー大革命! 84
- 第22回●「熟年マーケット対策」
- 安土 敏のスーパーマーケット物語 86
- 第7回●第2章 中内 功とダイエー
- CSA BOOK REVIEW 88
- 流通人の1冊●アークス横山清社長
- 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第4章 113
- 第95回●猛き息吹[29] 前代未聞の恥すべき不祥事

NEW STORE REPORT

- ザ・プライス 湘南台店 24
- 足元商圏のシェアをつかむ300坪タイプのモデル店
- ヤオコー 新座栗原店 26
- 都市生活者をターゲットにした独自の簡便商品が進化
- ライフ 相模大野駅前店 28
- VMDとクロスMDに取り組む!
- ライフ 千川駅前店 30
- 競合企業の出店に対抗し、大幅改装を実施
- フードマーケットカスミ 匝瑳店 32
- 野菜とデリカが重点部門!
- イオンモール 春日部 34
- “コト消費”を喚起する次世代型SC

MD EDITION 89

- パワーコンセプトノート 90
- 売場づくりのヒント 6月
- カテゴリーフォーカス 94
- 牛乳
- 新製品情報 102
- 注目プロモーション 104