

特集1

37

イオンをめぐる再編!
流通相関図
2013

| | | | |
|--|-----------|--|-----------|
| メガトレンドと流通再編 | 38 | アパレル・衣料品専門店 | 62 |
| イオン、ダイエー子会社化で売上高6兆円超の 巨大流通グループ誕生へ | | 商社、大手アパレルが次々と海外ブランドを傘下に収める | |
| 巻頭インタビューエコス会長 平富郎 | 42 | 生協 | 64 |
| 試練続きの小売業界で今後も合従連衡が進む | | 生協法の改正から5年、国内最大規模の「コープみらい」が誕生 | |
| 商社・卸軸 | 45 | COLUMN | 65 |
| 丸紅、ダイエー株をイオンに売却へ 商社の流通戦略に変化はあるか? | | 流通再編は終わらない | |
| 流通二大グループイオン、セブン&アイHD | 48 | ネット通販軸 | 66 |
| 「大都市シフト」で首都圏でのM&Aを積極化させるイオン 「セブン・イレブン」でじわりと食品市場をつかむセブン&アイ | | アマゾンジャパンは国内小売業の大手に成長 ネット通販をめぐるM&A、資本・業務提携が活発に | |
| 業態軸 | 50 | 電鉄軸 | 68 |
| 市場縮小、競争激化で業界勢力図がめまぐるしく変化する! | | 「沿線価値向上」を合言葉に生活産業に注力 グループ内の流通事業の再編が進む | |
| 食品スーパー | 50 | SC軸 | 70 |
| イオンが仕掛ける業界再編劇 中小SMは勝ち残れるか | | 首都圏で厳しさを増すSC間競争 「大都市シフト」を掲げるイオンは橋頭堡を築けるか | |
| コンビニエンスストア | 52 | 地域軸 | 72 |
| 大手のDgS・宅配の提携が活発化 準大手・中堅は経営立て直しに本腰 | | 首都圏SMの再編は、イオンが主役! ローカルチェーンの合従連衡も進む | |
| ドラッグストア | 54 | 北海道・東北／関東・甲信越／中部・関西／中四国・九州 | |
| ココカラファインは傘下の事業会社を統合 イオン系の「ハピコム」グループが存在感を示す | | 外食業界 | 79 |
| 百貨店 | 56 | コロナがレックスHDを買収 海外進出が一段と活発に | |
| 限られたパイの争奪戦 大手の増床・改装が相次ぐ | | 食品業界 | 80 |
| ホームセンター | 58 | 味の素がカルピスをアサヒに売却 国内再編は沈静化も海外M&Aが加速 | |
| 大手HCは自主拡大路線を維持 ネット通販で顧客を開拓する動きも | | 主要共同仕入・協業グループ | 81 |
| 家電量販店 | 60 | 加盟企業一覧 | |
| ヤマダがベスト、ビックがコジマを買収 異業種とのM&Aや業務提携も | | | |

編集長のPAPER BLOG

▶ナショナルブランド(NB)商品よりも、アイデア、品質に優れ、買得感のあるプライベートブランド(PB)が市場で目立つようになった。イオン(千葉県/岡田元也社長)の冷凍食品「トップ・バリュレディメール」は「簡単調理」「おいしい」「安心メニュー」を標榜。レンジで温めるだけで、定食を楽しむことができる。セブン&アイ・ホールディングス(東京都/村田紀敏社長)の「セブンゴールド カップラーメン」も268円と割高ながら、「おいしい」と納得させられる。▶加工食品だけではない。総菜もしかりだ。なぜ、小売業が製造業よりもよい商品を開発できるようになっているのか? チームMD(マーチャンダイジング)によるところが大きいと考えられる。小売業を中心に各製造業が技術を結集する。技術を出さなければ、同業他社にチェンジされてしまうから各社は目の色を変えて取り組まざるをえない。▶どんな素晴らしい技術を有する製造業も1社の技術のみでは限界があるだろう。花王(東京都/澤田道隆社長)の縦軸(商品開発)、横軸(基礎研究)の商品開発は有名どころだが、それにしても拠所しているのは1社の技術。最近の素晴らしいPBを見ると、企業間の壁を越え、お互いの最新技術を持ち合い、掛け合わせることで、見たこともないような商品を開発する時代が来ているような気がする。

「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・ジョッパーズ・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
- 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

CHAIN STORE AGE

THE NEW MAGAZINE FOR GREAT RETAILING

DRUG STORE NEWS

Home Channel News

Retailing Today

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 編集長のオアシス 34



シジシージャパン CGCグループ代表兼社長

堀内淳弘

家庭での料理を支援し、食品スーパーの存在意義を發揮する!

THE INTERVIEW PLUS 88



日本食研ホールディングス 代表取締役社長

大沢哲也

ミールソリューション 貢献No.1企業をめざす!

特集2 編集部のおススメ 95

スーパーマーケット ザ・海外ブランド

特別寄稿
日本に定着した海外ブランドの条件
石井裕明(千葉商科大学サービス創造学部専任講師)
海外ブランド商品の育成方法
篠原光義(博報堂コンサルティング)

NEW STORE REPORT

- 食品専門館ハーベス五位堂店(近商ストア).....24
奈良県南部に強固なドミナントを築く高質SM
- ライフ昭和町駅前店.....26
大阪市南部の激戦区にオープンした都市型SM
- オークワ三田店.....28
「魚のオークワ」を打ち出した兵庫県3号店
- ピーコックストア明舞店.....30
移転オープンにより、新たな客層の開拓をねらう
- マルエツ長津田駅前店.....32
「デリカ・シフト」を打ち出す!

短期集中連載 22

流通構造改革提案!

「全体最適」のすすめ

第2回●日本の流通に潜む非効率

連載

| | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| データで見る流通.....5 | 消費者は「ネットスーパー」と「食材宅配サービス」をうまく使い分けている |
| 景気を読む.....12 | 百貨店、2カ月連続で前年実績上回る |
| CSA FRONTLINE.....16 | マルエツ●上田真氏が社長に就任 ほか |
| 古谷治子の店舗の作法.....18 | 第5回●クレームをつけるお客さまの期待とは |
| CSA WORLD NEWS.....19 | 医療保険改革法施行で困惑の度を深める米國小売業 ほか |
| CSA INSIDER.....20 | コープみらい誕生●生協同士の合併機運は高まるか? ほか |
| 鈴木敏仁のアメリカントレンド.....85 | 第58回●ベストバイとバース&ノーブル 経営不振の深い根 |
| ロイ・ラーケのユーロトレンド.....86 | 第39回●スマートフォンの普及が買物を変える |
| CSA BOOK REVIEW.....87 | ビジネス書ランキング |
| 安土 敏のスーパーマーケット物語.....91 | 第8回●第2章 中内 功とダイエー |
| 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第4章.....129 | 第96回●猛き息吹[30] 東大法学部入試失敗 |

MD EDITION 104

| | |
|---------------------|-------------------------|
| 104週版仮カレンダー.....105 | 店頭プロモーション直前対策決定版! 5月 |
| カテゴリーフォーカス.....110 | 錠菓/清涼飲料/シェービング |
| MDスペシャル.....120 | チラシでみる仮版プロモーショントレンド6~8月 |
| 新製品情報.....123 | |
| 注目プロモーション.....125 | |