

特集1

41

脱・消耗戦

顧客体験
 カスタマー・エクスペリエンス

PART① <small>エクスペリエンス・エコノミー</small> 解説・「経験経済」	42	PART③ めざすは「また行きたい店」	
脱コモディティ化のマーケティング戦略 <small>小高尚子(電通)</small>		CASE 1 テーマパーク運営 オリエンタルランド 「体験」を運ぶ商品のつくり方	60
PART② お客様の心をつかむ経験		CASE 2 ディスカウントストア ドン・キホーテ 好奇心旺盛な売場担当者がつくる“カオス”	63
CASE 1 家具販売チェーン イケア(IKEA) 暮らしのヒントであふれる売場がリピート客をつくる	46	CASE 3 デベロッパ イオングループ 体験型の“コト消費”に対応 眠れる需要を振り起こす	66
CASE 2 コーヒーチェーン スターバックスコーヒー、コメダ珈琲店 家でも職場でもない「居場所」を求める消費者 <small>高橋勇人(ジェネックスパートナーズ)</small>	50	PART④ 海外発・お客を魅せる技術	68
CASE 3 会員制倉庫型店舗 コストコホールセール・ジャパン 「アメリカのスーパー」で海外生活気分を満喫	54	個人の技量に頼らない! アメリカ小売業は売場の演出も標準化 <small>鈴木敏仁(R2リンク代表)</small>	
CASE 4 住関連専門店 良品計画 日本人の求める豊かさは「良質」に向かう	58	カスタマー・エクスペリエンスとは	70
CASE 5 衣料品チェーン ユニクロ グローバル市場で新たな需要をつくる	59	お客に意識させることなく 「楽しさ」や「喜び」を与える仕組み <small>大島誠(日本オラクル インダストリーソリューション本部担当ディレクター)</small>	

短期集中連載

18

流通構造改革提案!

「全体最適」のすすめ

第4回●米国のECRから学べること

CSA SPECIAL

20



大創産業

年間500店舗を新型店へ
 リニューアル“進化”する
 100円ショップ「ザ・ダイソー」

▶元来、小売業への参入障壁とは低かったはずだ。仕入れた品物に利益を付加して売るだけだからだ。やる気があれば、店舗さえなくとも商売はできた。だからだろう。海千山千、多士済々がこの分野には集まった。うまくいわずに早々と撤退を強いられた人もいたろうし、流通革命を実践したダイエー創業者、中内功さんのような革命家、セゾングループを発展させた堤清二さんのような知性派、ライフコーポレーションを興した清水信次さんのような豪傑もいた。

▶ところが最近はどうだろうか?? 寡占化が進み、ネットショッピングが普及し、PB(プライベートブランド)を始めとする製造小売業化が定着する中では、ある程度の資本力が必要になっている。小売業が近代化し産業化すること自体は喜ばしいが、そのことで参入障壁が高くなってしまうのは、少し残念な気がする。▶ある大手チェーンの創業者は「創業者なんて、変態、変人ばかりだよ」と言って笑った。だが、「変態”や”変人”の宝庫だったからこそ、小売業界は発展してきたようなところはある。今後、放っておいても、破天荒な人物は、小売業界に次々と出現するのだろうか、その絶対数が減っていくことに寂しさを感じる。

「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
- 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・ジョーパース・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
- MC: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
- 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.

特別レポート **26**

ドイツ市場での成功から読み解く アマゾンドットコム のグローバル戦略

鬼頭孝幸(ローランド・ベルガー パートナー)
木下 拓(ローランド・ベルガー シニアコンサルタント)

特集2 **75**

編集部の
オピニオン

節電対策は万全ですか? 最新エネルギー マネジメント

ケーススタディ①イオン
次世代エコストア「スマートイオン」の展開をスタート

ケーススタディ②平和堂
過去3年間で電力使用量の1割を削減!
快適な買物環境にも配慮

NEW STORE REPORT

- イオンタウン新船橋.....30
次世代型エコストア「スマートイオン」第2号店
- ヨークベニマル植田店.....32
簡便商品と総菜を強化したいわき市内10号店
- 阪急オアシス東中浜店(阪食).....34
競合店に対抗し、価格訴求を強めた新型SM
- デイリーカーナートイズミヤ尼崎店.....36
イズミヤ初の“駅直結”出店
- フエンテ下丸子店(東武ストア).....38
高質SM「フエンテ」のモデル店舗

連載

- データで見る流通.....10
二極化する食品スーパーの収益性
- 景気を読む.....11
百貨店、好調続く
- CSA FRONTLINE.....12
ユニグループ・HD●
2015年度営業利益500億円めざす ほか
- 古谷治子の店舗の作法.....13
第6回●成功している店舗には優秀な店長がいる
- CSA WORLD NEWS.....14
アメリカ大手小売業●中国でのEコマース事業に意欲 ほか
- CSA INSIDER.....16
CVS大手3社●13年度は商品開発で差別化図る ほか
- 安土 敏のスーパーマーケット物語.....72
第10回●第3章 消費者の買物行動と小売業態
- 鈴木敏仁のアメリカントレンド.....82
第59回●グーグルが小売事業に参入
めざすは楽天市場型のネットモール?
- ロイ・ラーケのユーロトレンド.....83
第40回●アルディの成長力がリドルに勝る理由
- CSA BOOK REVIEW.....84
ビジネス書ランキング
- 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章.....113
第98回●蒼空の風[2] 恋愛は東大に入ってから

MD EDITION **86**

- 104週販促カレンダー.....87
店頭プロモーション直前対策決定版! 6月
- カテゴリーフォーカス.....94
日本酒/ビール系飲料/ヘアカラー
- 新製品情報.....110
- 注目プロモーション.....111