

特集

編集部の
オススメ

51

日本発 世界最強フォーマット!



COVER STORY	52	CVS FILE④サークルKサンクス	74
日本のコンビニエンスストアが 世界に雄飛する!		再生に向けユニーの経営資源を活用 「スーパーとコンビニの融合」めざす	
CVS FILE①セブン-イレブン・ジャパン	54	CVS FILE⑤ミニストップ	77
「近くて便利」な店舗を進化させ、 日本の生活インフラをめざす!		イオンのPB「トップバリュ」を強化! 女性とシニアの取り込みねらう	
●商品開発.....	58	エリアレポート②東京都北区・赤羽駅前エリア	80
「セブンゴールド 金の食パン」から見た 「チームMD」の商品開発力 国内最大級の製パン工場を持つベンダーと強力タッグ!		CVS上位5社の品揃え・サービス比較 競争が厳しくなる中、強まるPBの存在感	
●分析.....	60	CVS FILE⑥中堅5社	84
圧倒的な日販の差に表れる強み 「近くて便利」を徹底追求! 強さの根底にある“ぶれない軸” 山崎泰弘(流通経済研究所 主任研究員)		大手に対抗するため 新たな客層の開拓を強化	
エリアレポート①香川県・高松エリア	62	COLUMN①	87
セブン-イレブン・ジャパン、四国に進出! 2019年2月末までに570店舗体制へ 競合するCVSにとっては脅威に		生鮮食品の販売チャンネルとしてのコンビニエンスストアの可能性 近藤稯(スーパー開発 代表)	
CVS FILE②ローソン	66	業界再編・くすぶる“大連立”観測	88
2013年度、生鮮コンビニ8400店へ 製造小売業化を進め収益改善めざす		三菱商事、伊藤忠商事 大手商社はどう動くか?	
CVS FILE③ファミリーマート	70	提言・CVSに求められていること	90
2014年2月期は「次の10年を決める勝負の年」 PB刷新で新たな客層開拓に挑む		成長の源泉は消費者の「時間価値」への対応力 日本のCVSは世界最強フォーマットになれるのか? 松岡真宏(フロンティア・マネジメント 代表取締役)	
		COLUMN②	92
		ドイツ証券シニアアナリスト風早隆弘氏が読み解く コンビニ大手3社の生き残り戦略	

編集長のPAPER BLOG

▶食品スーパーの経営者は、本当に如才ない人たちがばかりだ。ストアコンパリゾンを守ることなく行い、よいケーススタディがあれば、遮二無二、導入する。その結果、企業間の同質化が進んでしまうという難点はあるけれども、時代や競合に取り残されぬようによく学び、常に実践している。▶最近の商品政策の事例で言えば、「冷凍野菜」「冷凍肉」、電子レンジで温めるだけで食べられる「レンジアップ商品」やフライパンで焼くだけで食べられる「味付け肉」「味付け魚」などの「時短・簡便・即食」商品。「小容量パック」「地元の農家がつくった野菜」「おはぎ」...など枚挙に暇がない。オリジナルはいついどここの企業なのかさえわからなくなってしまっているほど積極的だ。▶ただ、不思議なのは、各社が同じ打ち手であるにもかかわらず、成功する企業と失敗する企業が出てきてしまうことだ。両者の違いは何かを私なりに突き詰めてみると、人材のモチベーションによるところが大きいような気がする。たとえば、「レンジアップ商品」という課題を与えられたときに、担当者がいかに面白がって真剣に取り組んでいるかが成否のカギを握っているのだと思う。言葉にしてしまうと、たったそれだけの差でしかないのだが、その差が企業の存亡にかかわるほどの結果になって現れることがあるのだから怖い。

「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
- 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

CHAIN STORE AGE
THE NEWSMAGAZINE FOR RETAIL INDUSTRY

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 Leiber-Friedman Inc.) under agreement granting executive Japanese language rights to such material to DIAMOND-FRIEDMAN CO.,LTD.

THE INTERVIEW 33



マルエツ代表取締役社長
上田 真

全体最適を進め、
競争優位性を確立して
「攻めの商売」に転じる!

NEW STORE REPORT

マルエツ プチ駒込中里一丁目店 「少量目」、「簡便性」を強化した駅前店舗	36
マルエツ平二丁目店 買物代行サービスに取り組む実験店	38
ヤオコー 柏若葉町店 千葉県北西部の店舗網を拡充	40
サミットストア 砧環八通り店 世田谷区西部のドミナントエリアの要	42
マックスバリュエクスプレス市川店 小型SMで都市部でのドミナントを強化	44
イオンモール 東久留米 “モノ”と“コト”消費を喚起する都市型SC	46



短期集中連載 30

流通構造改革提案!

「全体最適」のすすめ
第5回●製造小売への進化は必然

連載

データで見る流通 商品ジャンルによって異なる「店頭情報検索」の目的と その後の行動	6
NEW STORE INFORMATION 新店情報	22
CSA FRONTLINE 三越伊勢丹HD●食品扱うGMS規模の新業態を開発 ほか 井本省吾の流通時評	23
イオンの部分最適と全体最適	26
CSA WORLD NEWS オンライン専業小売業に異変! 加速する実店舗への参入	27
CSA INSIDER イオン●発注にiPad グループ各社への導入が進む ほか 桜井多恵子の食品スーパー大革命!	28
第24回●プロトタイプづくり方	94
安土 敏のスーパーマーケット物語 第11回●第4章 ワン・ストップ・ショッピング	96
CSA BOOK REVIEW 流通人の1冊●いちやまマート 三科雅嗣社長 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章	102
第99回●蒼空の風[3]忙しい浪人生活	129

MD EDITION 103

パワーコンセプトノート 売場づくりのヒント 8月	104
カテゴリーフォーカス	108
酒類レポート2013/チリワイン/瓶詰/精肉/ギフト	125
新製品情報	125
注目プロモーション	126