

特集

53

「縮小拡大」現象?!  
日本の中間流通  
1000社  
ランキング

<b>中間流通1000社ランキング全体分析</b> ..... 54	<b>卸有用論</b> ..... 65
小売業の販売好調を背景に食品、医薬品卸が売上伸ばす	小売業の強さを生む 知られざる食品卸の実力
<b>業種別ランキング&amp;動向</b>	有賀泰夫 (H&Lリサーチ代表)
●食品卸..... 58	<b>生存戦略</b> ..... 68
上位10社は増収を達成!	「ご用聞き営業」から脱却できるか 付加価値向上への難題
小売業の売上規模拡大が業界再編を惹起	渡辺和成 (カート・サーモン・ユーエス・インク日本支社パートナー)、
●日用品卸..... 60	杉山裕哉 (同シニアコンサルタント)、池田晴香 (同アナリスト)
上位3社が53.6%のシェアを握り、寡占化が着々と進行中	<b>取引変革</b> ..... 72
●医薬品卸..... 61	巨大化する小売業 大手卸に揺さぶり
医療用医薬品の売上が堅調に推移	<b>特別インタビュー</b> ..... 74
成長著しい中国での事業展開が活発に	玉生弘昌 (プラネット代表取締役会長)
●衣料・繊維卸..... 62	卸売業は正當に評価されるべき
衣料品市場に明るい兆し 上位10社中5社が増収に	<b>主要上場卸決算ランキング</b> ..... 76
●その他の卸..... 63	医薬品卸は好調を維持、食品卸の粗利益率が悪化
家電/書籍・AVソフト/文具・事務/スポーツ用品/服飾品/	売上高ランキング151~1000位..... 81
玩具/家具・インテリア	

特別レポート 28

消費税増税

小売業はどう対応するか?  
~価格・表示・商談~

市川晃久 (ウインテルコンサルティンググループ社長)

THE INTERVIEW 30



成城石井 代表取締役社長

原 昭彦

貿易部門、食品工場、物流センター...  
こだわり実現する仕組みで差別化

▶「昔の消費者は買わないで節約したものが、今は買って節約するようになった」とある経営者が力説していた。現在の消費行動は、「買物というよりは仕入れに近くなっている」のだという。コストコやジョイフル本田のような大型店舗で大容量をまとめ買いしてユニットプライスを落とし、冷凍庫に保存あるいは物置に在庫——。それで節約する。▶そして、「買物が仕入れに近い」という説が正しいとするなら、ネット販売は、ここでも本領を発揮するに違いない。重くてかさばる水モノや紙モノを送料が無料になる金額まで購入して、スペースが許される限り、家庭内に在庫を持ってほしいからだ。▶ネット販売は、節約に貢献するだけでなく、本来の意味であるビジネススペースの仕入れも可能にするだろう。たとえば、ユニクロ(山口県/柳井正社長)のネットショップで錦織圭モデルのテニスウェアを85着、アダムスコットモデルのゴルフウェア100着という具合にオリジナル商品を大量購入する。これに、いくばくかの利益を乗せ、ユニクロが進出していない第3国で販売すれば、商売として成り立つかもしれない。そう考えると、ネット販売の普及は、さらに思いもよらない方向に消費行動を変えていくのかもしれない。

「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・ショッパーズ・プログラム
- GMS: セネラル・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・ゼンダ
- 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 PLUS 96



日本製粉 代表取締役社長  
**小寺春樹**

多角的事業展開を推進する!  
生活者になりきり、  
商品に命を吹き込む

連載

データで見る流通	5
消費者がブランドに期待するもの「ステイタス性」から「品質保証」へ	
NEW STORE INFORMATION	19
新店情報	
CSA FRONTLINE	20
マルキョウ●西鉄と資本・業務提携へ ほか	
井本省吾の流通時評	22
日本酒「獺祭」、世界ブランドへの挑戦	
CSA WORLD NEWS	23
テスコ●フレッシュ&イージーをユカイパに売却で合意 ほか	
CSA INSIDER	24
食品スーパー2団体●2014年4月に統合、新協会会長に横山清氏 ほか	
鈴木敏仁のアメリカトレンド	87
第63回●カナダ市場をめぐるアメリカ/カナダ小売業の攻防	
ロイ・ラークのユーロトレンド	88
第44回●イギリスの小売市場業態別に見る今後5年間の動向	
①スーパーストアとGMS	
CSA BOOK REVIEW	89
ビジネス書ランキングTOP10	
安土 敏のスーパーマーケット物語	90
第18回●第7章 新しい展開	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章	113
第106回●蒼空の風[10]	
ほかの経営コンサルタントとはまったく違う	

NEW STORE REPORT SPECIAL 33



いなげや下石神井店	34
ニューSSMのモデルとなる総菜強化型店舗	
ダイエー相武台店	36
関東地区の中食強化モデル店舗	
ヤオコー志木宗岡店	38
住宅立地に売場面積500坪以下の小型店を開業	
マックスバリュグランド名西店(マックスバリュ中部)	40
ハレの日に対応できる品揃えを重視	
マックスバリュエクスプレス	42
北条店(マックスバリュ西日本)	
セルフ式コーヒーサービスを初導入	
阪急オアシス神戸旭通店(阪食)	44
総菜、こだわり商品強化で都市部ニーズに応える	
マックスバリュ新宮杜の宮店(マックスバリュ九州)	46
ばら売り、量り売りによる量目対応を強化	
ライフ御幣島店	48
「簡便」「産地」を切り口とした商品を強化	
カインズホームスーパーセンター結城店	50
SuC3号店を大幅リニューアル	

MD EDITION

カテゴリーフォーカス・白だし	100
パワーコンセプトノート	104
売場づくりのヒント 12月	
新製品情報	109
注目プロモーション	110