

特集

編集長の
ホスト

71

アマゾンの存在感強まる!

アメリカ小売業大全 2013

| | | | |
|---------------------------------------|-----------|-------------------------------------|------------|
| PART①TOP100社ランキング&解説 | 72 | FILE⑤ホールフーズ・マーケット | 94 |
| アマゾンドットコムが8位に上昇 Eコマースがじわり、存在感を増す | | 低価格戦略が好評 客層拡大でシェアアップめざす | |
| PART②主要業態別動向 | 79 | FILE⑥ウィンコ・フーズ | 96 |
| 上位企業による寡占化が進行中! ポーダレス競争の勝者は誰だ!? | | 標準化を徹底してコストを削る 低価格チェーンの王道を行く! | |
| ●TOPICS アメリカ小売業界トレンド..... | 82 | FILE⑦アマゾンドットコム | 98 |
| PART③注目企業&フォーマットの動向 | | 年率27.1%の高成長を誇るネット販売最大手の強さの秘密 | |
| FILE①ウォルマート | 84 | PART④アメリカ小売業の歩き方 | |
| グローバルで年商46兆円! Eコマース市場でも増す存在感 | | 学びを生かす! 流通視察のポイント..... | 100 |
| ●COLMUN 動画配信大手 ネットフリックスの躍進..... | 87 | 桜井多恵子(日本リテイリングセンターシニア・コンサルタント) | |
| FILE②ターゲット | 88 | 体験して学ぶ!..... | 104 |
| 新市場、大都市、Eコマース... 次なる成長機会を模索中 | | 帰国後のあなたが変わる買物のコツ | |
| FILE③スーパーマーケット業界 | 90 | 瀧美六雄(日本リテイリングセンター ベガサスクラブ・リサーチャー) | |
| 堅調な最大手クローガーと伸び悩む二番手セーフウェイ | | 番外編①世界の小売業トップ100社ランキング | 107 |
| FILE④ウォルグリーン | 92 | 世界の小売業、上位企業の成長率と収益性が回復傾向 | |
| PBMとの関係悪化で大打撃! 巻き返しに向けた改革が進行中 | | 番外編②中国小売業トップ50社ランキング | 110 |
| | | 家電大手の蘇寧雲商が首位奪還! | |

REPORT

49

激戦区レポート



●東京都東大和市
ヤオコーが今年5月に
旗艦店をオープン
激しい競争の火付け役に

THE INTERVIEW

45

編集部の
ホスト



三越伊勢丹フードサービス社長
内田貴之

高質と効率を同時に実現
経営改革を加速する!

▶2020年の東京への五輪誘致決定を商機とらえ、さまざまなセールを仕掛けたい小売業者は少なくない。だが、周知のとおり、「オリンピック」という単語や五輪マーク、「がんばれ!ニッポン!」のスローガンなどは日本オリンピック委員会(東京都/竹田恒和会長:JOC)が知的財産として管理しており、スポンサー企業以外は使えない。▶それは仕方ないのであるが、納得のいかないのは、「4年に1度の祭典がやってくる」「おめでとう東京」「招致成功おめでとう」「日本代表、応援します!」などもJOC的には「アウト」ということだ。どれもこれも、「言葉狩り」としか言い様のない理不尽さを感じざるを得ない。けれども、こうした極度の縛りがあるからこそ、また新しい知恵も生まれて来ようというもの。頭を切り替え、「一本取られた!」とJOCを唸らせるような販促アイデアを捻り出したい。▶そんななかで、突出した威力のある社名を持っているのがOlympicグループ(東京都/金澤良樹社長)だ。創業は1962年と前回の東京五輪前。IOC(国際オリンピック委員会)が商業主義にシフトする以前に商標をとってしまった先見の明は、「さすが」としか言いようがない。同社が次の7年間にどんなセールを実施していくのか、新しい販促アイデア同様、注目したい。

「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: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:マーチャントセンター
- 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 **40**

個人消費はどう変わるか?
消費税増税

- 永濱利廣(第一生命経済研究所 経済調査部 主席エコノミスト)
- 久我尚子(ニッセイ基礎研究所 生活研究部 准主任研究員)
- 松下東子(野村総合研究所 経営コンサルティング部 主任コンサルタント)

特別レポート **44**

通販市場の市場規模は
5兆4100億円に拡大!

●柿尾正之(日本通信販売協会理事)

NEW STORE REPORT **54**

| | |
|---------------------------|-----------|
| ヨークベニマル須賀川森宿店 | 54 |
| 繁盛店近くに標準規模店を出店! 市内シェアを高める | |
| ライフ上鶴間店 | 56 |
| 若年層をターゲットにした品揃えを強化 | |
| ベシアスーパーマーケット深谷国済寺店 | 58 |
| 埼玉県北部におけるドミナント形成をねらう | |
| マックスバリュエクスプレス | 60 |
| 片江店(マックスバリュ九州) | |
| 「バラ売り」「小容量」「地場産」商品を強化 | |
| フードマーケットカスミ桐生相生店 | 62 |
| 地元の素材を使用した総菜を訴求 | |
| mini ピアゴ入船1丁目店 | 64 |
| 都心に都市型小型店のモデル店を開業 | |
| ボンラパス薬院六つ角店 | 66 |
| 専門性の高い商品と簡便商品を強化 | |

連載

| | |
|-------------------------------|------------|
| データで見る流通 | 5 |
| ライフスタイルで異なる働く女性の消費志向 | |
| 景気を読む | 23 |
| 百貨店、猛暑が後押し | |
| CSA FRONTLINE | 32 |
| マルエツ●中国1号店をオープン! ほか | |
| 古谷治子の店舗の作法 | 35 |
| 第10回●売上目標を要素に分解してみよう | |
| CSA WORLD NEWS | 37 |
| ダンハンビー●小売業の技術開発を支援する投資会社を設立ほか | |
| CSA INSIDER | 38 |
| アクシアル リテイリング進発! ほか | |
| CSA BOOK REVIEW | 113 |
| ビジネス書ランキングTOP10 | |
| 桜井多恵子の食品スーパー大革命! | 114 |
| 最終回●店内物流の改善に取り組む | |
| 安土 敏のスーパーマーケット物語 | 116 |
| 第19回●第8章 大規模小売店舗法 | |
| 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章 | 137 |
| 第107回●蒼空の風[11] | |
| “渥美理論”なんて存在しない | |

MD EDITION **119**

| | |
|-----------------------|------------|
| カテゴリーフォーカス | 120 |
| コメ・コメ関連商品/ヘアカラー | |
| 104週販促カレンダー | 129 |
| 店頭プロモーション直前対策決定版! 11月 | |
| 新製品情報 | 134 |
| 注目プロモーション | 135 |