

特集1

51

環境変化に対応!

生協商売再設計

カバーストーリー 商売を再設計し「稼働組員」を増やす!	52	⑧ コープこうべ 若年層の利用拡大めざし、ネットの活用を強化	70
地域生協 市場創造		⑨ コープやまぐち 「夕食宅配」が黒字事業に 新規組員の獲得にも成功	72
① コープさっぽろ 「配食」「給食」、相次いで新事業 社会貢献ニーズに応え、勝ち残る!	54	試される日本生協連のサポート力 インタビュー 嶋田裕之 ●日本生活協同組合連合会専務理事 原点回帰と新たなニーズの掘り起こしで、 コープ商品へのロイヤルティを取り戻す	74
② 大阪いずみ市民生協 すべての事業で成長戦略に舵を取る! 今年度から新たなマーケティングに挑戦	57	日本生協連の商品開発 組合員の“ウォンツ”を具現化し、市場創造型の商品開発を強化する	77
③ コープ東北サンネット事業連合 成長余地の大きい「宅配」、登録世帯数20%をめざす	60	課題と今後の方向性 生協アンケート調査 ●子育て世代の開拓に活路!	78
④ コープネット事業連合会 データ分析によるマーケティングで、 主力の宅配サービスの利用拡大へ	62	主な経営指標から見る生協の経営力 経営指標ランキング分析 1人当たり利用高の減少を、 新規加入でカバーする収益構造は変わらず	82
⑤ ユーコープ 1人当たり利用額のアップねらい、年齢別のマーケティングに本腰	64	辛口評論 生協への提言 環境の変化を先取りし、ミッションを「再定義」せよ 若水靖永 (京都大学経営管理大学院教授)	84
⑥ パルシステム連合会 生協の原点に立ち返り、再成長にチャレンジ!	66		
⑦ 福井県民生協 年齢やライフステージに応じた多様な事業を揃え利用拡大へ	68		

THE INTERVIEW

編集部の
オース 23



コストコ ホールセール ジャパン 代表取締役

ケン・テリオ

物流センター新設で
出店スピード速める!
2020年、日本国内50店態勢へ

決算レポート

26



**2013年
3~8月期**

食品スーパー、収益悪化で苦戦

編集長のPAPER BLOG

▶ホームセンター業界では、ジョイフル本田(茨城県/矢ヶ崎健一郎社長)を知らぬ者はいない。わずかに15店舗を展開するに過ぎないが連結売上高は1768億円(2013年6月期)を計上するビッグカンパニーだ。特徴は1店舗当たりの規模にある。敷地面積3万~4万坪、売場面積4万㎡、取り扱いアイテム数22万、駐車台数3500台、売上高150億円超——。消費者の度肝を抜くようなスケールのビジネスで長く業界を牽引してきた。▶その創業者である本田昌也さんが亡くなった。83歳。家業の材木商を離れ、ジョイフル本田を設立したのが、1975年のこと。顧客第一主義を貫いた。商品回転率が1に満たない商品もしっかり揃え、接客を重視し、製造小売業化を進め新奇な商品や安価な商品の開発に注力。「ガマンの経営」を謳い、「結果(=業績)は後からついてくる」を信念とした。オリジナリティの重要性を強調し「日本の小売業はモノマネが多すぎる。しかし、モノマネは長続きしないし、身に付かない」と警鐘を鳴らした。▶現場主義の人だった。「売場は生きているので、継続させるには、しょっちゅう何か手を掛けないといけない」と休暇を取ることはほとんどなく売場巡回を続けた。中途半端を嫌い、規模を重視し、ものづくりに取り組んだ豪傑は、売場で倒れそのまま帰らぬ人になった。本田さんは最期まで本田さんだった。合掌。

[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・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.

特集2 編集長のオースメ 42

PLANT、ベイシア、ミスターマックス… 再び脚光を浴びる 日本版 スーパーセンター

元祖・スーパーセンターPLANT	43
値ごろ感+充実の地域ブランドが強み ディスカウンターと一線画す	
●PLANT-5横越店	
イオンに対抗! 安さ+ローカル色を打ち出す食品売場	
●PLANT-5見附店	
生活必需品が幅広く揃う 利便性が強みの非食品売場	
北関東のプライスリーダーベイシアグループ	46
グループで50店舗以上のSuCを展開	
粗利益率向上で収益改善に挑む	
●ベイシアスーパーセンター真岡店	
ディスカウンター激戦区に5000㎡の小型SuCを出店	
家電出身のディスカウンターミスターマックス	48
起死回生ねらい食品強化に舵を切る	
価格競争激戦区の九州で戦うSuC	
●MrMaxリム・ふくやま店	
出店機会拡大ねらう小型SuCの実験店	

MD EDITION 95

特集●パッケージ・イノベーション	96
脱コモディティ化のパッケージ戦略	
石井裕明(千葉商科大学サービス創造学部専任講師)	97
カテゴリーフォーカス	104
フライパン用食品/キャンディ・キャラメル/低カロリー甘味料/	
クリーム/ココア/即席めん	
MDスペシャル	126
ロコモ	
パワーコンセプトノート	130
売場づくりのヒント 1月	
新製品情報	134
注目プロモーション	135

NEW STORE REPORT

阪急オアシス石屋川店(阪食)	30
「製造小売業」の取り組み強めた旗艦店	
食品館イトーヨーカドー石神井公園店	34
駅直結の都市型小型店	
ヤオコー八千代大和田店	36
標準600坪フォーマットで八千代市に初進出!	
フレンドマート枚方養父店(平和堂)	38
「洋」をキーワードとする品揃えで差別化図る	
デイリーカーナートイズミヤ深江橋店	40
生鮮食品を強化した都市型店舗	

連載

データで見る流通	5
ブログデータからみる20歳代「コンビニ好き」の特徴とは?	
NEW STORE INFORMATION	9
新店情報	
CSA FRONTLINE	18
ファーストリテイリング●売上が初の1兆円超え ほか	
井本省吾の流通時評	19
アマゾンに勝てるか	
CSA WORLD NEWS	20
ホールフーズマーケット●財政破たんした自動車の街	
デトロイトに地元志向の店舗を新規出店	
CSA INSIDER	21
いちまる●ダイイチとイトーヨーカ堂の提携に反旗 ほか	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	87
第64回●テスコ「フレッシュ&イージー」を売却、米市場から撤退	
ロイ・ラークのユーロトレンド	88
第45回●イギリスの小売市場業態別に見る今後5年間の動向	
②スーパーマーケットとコンビニエンスストア	
CSA BOOK REVIEW	89
ビジネス書ランキングTOP10	
短期集中連載ショッパーマーケティング	90
第1回●進化するショッパーマーケティング	
中島静佳(博報堂買物研究所)	
安土 敏のスーパーマーケット物語	92
第20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108回●蒼空の風[12] 小篠綾子 回顧	