

特集

編集長の
オススメ

63

小売業を 強くする会計

成長のための数字の使い方

INTRODUCTION ●会計が嫌われる理由	64	⑥証券アナリストはここを見る!	80
「1人当たり決算書」で会計を身近に感じる		●事業で稼いだ利益を再投資しているかがポイント 津田和徳(大和証券 企業調査部担当部長 チーフアナリスト)	
PART①基本編		●利益を生み出す構造を総合的に評価する 皆川良造(野村證券 エクイティ・リサーチ部消費チームアナリスト)	
①財務3表一体で読む	67	PART③現場編 ●計数感覚を磨く	84
小売業の事業活動は決算書にどう表れるのか		店長・バイヤーの現場の数字の使い方 市川晃久(ウインテルコンサルティンググループ社長)	
②直感的に読む	70	PART④上級編	
ファーストリテイリング、ヤマダ電機のB/S/P/L/C/Fを図解する! 川口宏之(公認会計士/早稲田大学大学院非常勤講師)		①海外小売業	88
PART②経営分析編		米国の最大手SM クローガーの決算書を読む	
①時系列に見る	74	②企業価値	90
イズミ、安定した収益力 成長に向けた再投資を継続		会社の値段はどのように決まるのか	
②会社を比べる	76	③会計活用の課題	92
ヨークベニマル、ヤオコーの経営指標を比較分析 高田直芳(公認会計士/CPAファクトリー社長)		決算書は経営の役に立たない? 櫻庭周平(公認会計士・税理士/櫻庭公認会計士事務所)	
●COLUMN	79		
自社の経営状況をチェックする! 14の経営指標			

THE INTERVIEW 37



イオンタウン 代表取締役社長

大門 淳

年間2ケタ以上のNSCを開業!
地域密着の商業集積めざす

エリア特集 40

編集部の
オススメ

激戦区レポート

●千葉ニュータウン(千葉県印西市・白井市・船橋市)

カインズ、ベイシア、コストコがオープン
広域から集客する流通大激戦区に!

▶小誌2013年11月15日号の特集「スーパーマーケット混沌」の記事中にもあり、日本の多くの食品スーパー(SM)は、同質飽和の渦中にあるといっている。この成熟市場から抜け出すには差別化か異質化を図っていかねばならないのは、経営者はもちろん、SMビジネスに関わる誰もが考えているところだろう。▶では、実際の現場はどうだろうか？ あるバイヤーに直近の業務について尋ねてみると、「味や品質で差別化しなければいけないのはわかっている。でもルーチン業務に忙殺され、産地を訪問したり、新しい取引先を開拓する時間がない。残念だ」と下を向いた。▶「バイヤーの仕事は、本部で取引先を待つ《蜘蛛の巣型》ではダメで、外に向かって飛び回り蜜を集める《ミツバチ型》であるべき」と言い続けたのは日本リテイリングセンターの故渥美俊一さんだ。現状把握ができており、問題点も解決策もわかっている事柄に手を打たない責任は、経営者にあるといわざるを得ない。

「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・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・ダイズ
- 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.

特別企画 101

店頭プロモーションのヒント集

プロモーション フォーカス2014

販売促進担当者に聞く! 102

①西友 富永朋信
マーケティング本部担当執行役員シニア・バイス・プレジデント

②エブリイ 永谷真次
取締役営業企画部長

ベストプラクティス 106

- 受賞店から探るオリジナルPOP制作 傾向と対策
- ディスプレイコンテスト年間スケジュール
- DISPLAY OF THE YEAR 2014のお知らせ
- 販促カレンダー2014

NEW STORE REPORT

カインズホーム千葉ニュータウン店	46
ライフスタイルの提案と「体験」型の売場づくりに注力!	
ベシアスーパーセンター千葉ニュータウン店	50
簡便商品と高質商品を拡充し、EDLPで提供	
ヨークベニマル若林店	52
NSC出店でドミナントエリアを深耕	
いなげや西東京富士町店	54
ドミナントエリア内のシェアアップめざす	
ヤオコー前橋箱田店	56
価格競争激戦区の群馬で、地場対応に注力	
ファミリーマート×イズミヤ寺田町東店	58
SMとCVSの強みを融合した新フォーマット	
フーズマーケットおかじま甲州店(山梨さえぎ)	60
売場面積450坪の標準フォーマットのモデル	

連載

データで見る流通	5
スーパーマーケットはもともと生鮮食品を売り込もう!	
NEW STORE INFORMATION	6
新店情報	
CSA FRONTLINE	28
ケンコーコム●処方薬のネット販売許可を求めて国を提訴 ほか	
井本省吾の流通時評	29
脱「差別化」マーケティングのすすめ	
CSA WORLD NEWS	30
ユニクロ●サンフランシスコの旗艦店に	
バーチャル試着室を導入 ほか	
CSA INSIDER	31
西友●ウォルマートの調達網を活用し	
低価格の独自商品を増やす ほか	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	95
第65回●事業の切り売りを続けるシアーズの低迷	
ロイ・ラーケのユーロトレンド	96
第46回●イギリスの小売市場業態別に見る今後5年間の動向	
③ディスカウンターとオンライン	
CSA BOOK REVIEW	97
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	98
第22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110回●蒼空の風[14] 渥美教のにわか伝道師	

MD EDITION 123

カテゴリーフォーカス	125
食用油	
パワーコンセプトノート	128
売場づくりのヒント 2月	
新製品情報	133
注目プロモーション	134