

特集

編集長の
ホッス

57

バイヤーレビュー2014
課題は

独自性

オリジナリティ

カバーストーリー バイヤーは独自性で勝負する! PART①バイヤーアンケート調査 商品力と品揃えが差別化の要! 石井裕明(千葉商科大学サービス創造学部専任講師)	58 60	⑤タチヤ・鮮魚 ●鮮魚部部長 額綱昇 店舗の担当者が独自に仕入れ 顧客ニーズを品揃えに反映する!	74
PART②ケーススタディ ①東急ストア・青果 ●生鮮食品部青果バイヤー 花野明子 切り口はいろいろ お客起点の商品化	66	⑥阪食・鮮魚 ●営業本部商品統括部商品計画部バイヤー(水産担当) 加味英樹 「SPA化」で高利益体質への転換めざす 独自開発商品が続々登場	76
②いちやまマート・青果 ●青果部部長 矢崎秀次 マネされない独自商品を販売 仕入れ先の確保が差別化の要	68	⑦ライフコーポレーション・総菜(首都圏) ●首都圏惣菜部首都圏惣菜課チーフバイヤー 吉田真也 「おいしさの追求」をテーマに商品の価値を高める!	79
③文化堂・精肉 ●商品統括部生鮮三課(精肉)課長 土戸達也 ブランド化図る 独自商品の価値を訴求	70	⑧オークワ・日配品 ●食品事業部日配部門シニアバイヤー 北林宗幸 差別化と価格訴求の両面を強化 より競争力ある日配部門を追求	82
④原信 ナルス・精肉 ●商品本部生鮮部精肉チーフバイヤー 樋熊敏和 デリカ化に挑む! ローストやレンジアップ商品も開発	72	PART③解説 ①食品バイヤー必読! ベーシックアイテムの強化からはじめよ 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)	84
		②ローカルメリットで競争優位に立つ 地縁の見直し、再強化に活路あり! 藤澤研二(江戸川大学社会学部経営社会学科教授)	86

スペシャルレポート

編集部の
ホッス

30



**開業! イオン
幕張新都心**

イオンが模索し続けた
「体験型」SCの集大成

THE INTERVIEW

41



ヤマザワ 代表取締役社長

板垣宮雄

成長のため
出店・インフラ整備に
積極投資する!

▶「ぼっち市場」なるマーケットがある。「ぼっち」とは、1人ぼっちの「ぼっち」を語源とする言葉であり、孤独な単身者に向けた商売を指す。「お一人さま市場」とも近く、すでにその対策としてカラオケやレストラン、居酒屋、ゴルフ、レンタル彼氏・彼女などを提供する企業やサービスが生まれている。▶流通業界も、これぞ商機とばかり、「小容量」の商品を次々と開発して提案している。かつての家族数に合わせた「2・3の法則」はとうに崩れ去っており、生鮮3品、総菜、日配、加工食品に至るまで、ほとんどの企業が「ぼっち」向けに力を入れている。▶注意したいのは、「ぼっち」にはさまざまな顔があるということだ。老若男女の組み合わせで言えば、4通り。「職」の有無、「所属サークル」の有無の条件を考慮すれば、32通りにもなる。この場合分けをいかに考えるかは、各企業次第。だが、今の売場をみると「ぼっち」という一括りで終わっているようなところがあり、細分化の余地はまだ大いに残っているような気がしてならない。「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
- 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:フリーエージェント・ジョブ・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.

最新店舗 売場調査 54

PLANT志摩店

三重県志摩市

コンパクトな売場ながら「暮らしの拠り所となる店」づくりを実践

MD SPECIAL EDITION 97

2013年度上半期 注目カテゴリーランキング特集

POWER CATEGORY 2014

- 食品 101
中華調味料/ルウカレー/キムチ/スンドゥブ/お茶漬の素/生麺・ゆで麺/インスタントカップ麺/マヨネーズ/牛乳/ドリンク剤/チルドカップコーヒー/ヨーグルト/ファミリーアイス/食パン/ガム/砂糖/スバゲティ
- 酒類 135
ビール/ワイン(果実酒)/ウイスキー/RTD/新ジャンルアルコール飲料/ノンアルコールビールテイスト飲料/日本酒
- 雑貨 149
ティッシュペーパー/アルミホイル/ラッピングフィルム/接着剤/ヘアカラー/室内用芳香剤/防虫剤/トイレ用芳香剤/たわし/スポンジ/大人用紙オムツ/身体洗い用品/ローソク/犬用品・用具/ハブラシ

NEW STORE REPORT 44

- ヤマザワ上山店 44
ヨークベニマルと料理提案で勝負!
- ダイエー東大島店 46
中食とワインを強化し、客層拡大をねらう
- ダイエー名谷店 48
近畿圏で初めて中食強化型に改装
- ザ・プライス野田店(イトーヨーカ堂) 50
ディスカウントストアで生鮮強化にチャレンジ
- アリオ市原(イトーヨーカ堂) 52
イトーヨーカ堂初のハイブリッドモール

連載

- データで見る流通 5
2013年中食・総菜売上 CVSが量販店を上回る
- 景気を読む 21
SM. 消費動向改善を実感
- CSA FRONTLINE 24
セブン&アイ●「オムニチャネル」強化ねらい専門店と相次ぎ提携ほか
- CSA WORLD NEWS 27
米アマゾン●新サービス「バントリー」事業をスタート ほか
- CSA INSIDER 28
ダイエー●進むイオン化 ほか
- 鈴木敏仁のアメリカントレンド 88
第66回●ネット販売でも“売場”と“仕組み”が重要
- ロイ・ラークのユーロトレンド 89
第47回●小売業に広がるモバイル・リテリング7つの活用法
- CSA BOOK REVIEW 92
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24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 193
第112回●蒼空の風[16] 氏家齊一郎登場

MD EDITION 175

- カテゴリーフォーカス 176
たまご/生乳100%ヨーグルト
- パワーコンセプトノート 180
売場づくりのヒント 3月
- 104週販促カレンダー 185
店頭プロモーション直前対策決定版! 2月
- 新製品情報 190
- 注目プロモーション 191