

特集

49

店長レビュー2014 閉塞感を 打ち破れ!

ブレイクスルー型 店長の条件 50 店長・本部同時アンケート 「店舗の問題発見・解決」力を求む!	⑥フレスタ室の木店 深川貫太郎店長 68 改装を機に、差別化の方針を強く打ち出す
やり手店長の突破スタディ	⑦マルナカ栗林南店 水澤智洋店長 70 従業員とともに仕事の意味を考える
①フレンドマート高槻川添店 目片和幸店長 58 従業員の意見を品揃えに生かす	⑧ライフ宮崎台店 尾澤朋弘店長 72 店舗運営の軸は、やはり「人」
②大阪屋ショップ赤田店 小林哲人店長 60 競合店を研究し、差別化策を打ち出す	⑨MrMax小倉北店 井上孝光店長 74 コンセと協業して、集客力アップをねらう
③アピタ精華台店 北村善則店長 62 従業員にチャレンジを促し、習慣化させる	⑩いなげや西東京富士町店 関根 力店長 76 「参加型の朝礼」で従業員のモチベーションを高める
④オオゼキ中央林間店 宮崎裕樹店長 64 店長裁量の大きい「個店経営」の強みを生かす	⑪ユアーズLIVIアツセ店 中井敬一郎店長 78 従業員全員で情報を共有し、競合店に対抗
⑤サミットストア志村店 藤原 博店長 66 店長が果たすべきは「演」の役割!	提言 80 店長に求められる役割は「作業の指揮官」 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)

THE INTERVIEW



25



ユニー 代表取締役社長
佐古則男

マーケットイン発想で売場をつくり直す!

THE INTERVIEW PLUS



85



アイリスオーヤマ 代表取締役社長
大山健太郎

アイリスオーヤマ“食”参入
 コメビジネスにイノベーション!

▶日本百貨店協会(東京都/茶村俊一会長)は、2013年度の百貨店業界の売上高を6兆2171億円(対前年度比1.2%増)と発表。実に16年ぶりに前年実績を上回った。「アベノミクス」効果の円安株高による景気回復への期待感や消費マインドの高揚をベースに高値商材が大きな伸びを示した結果だ。▶百貨店市場は、バブルの絶頂期、1991年度の9兆7000億円をピークに漸減。消費不況に加え、ファストファッション企業やアウトレットモールの台頭に抗しきれず、ピーク時と比較すると約3兆5000億円、ホームセンター業界の市場規模に匹敵する売上が消えた格好だ。某有力企業トップが「2016年度には5兆円規模になる」と厳しく予測するように将来的にも明るい材料を見つけることは容易ではない。▶ただし、阪急うめだ本店、伊勢丹新宿本店、あべのハルカス...など大手企業は、大都市の旗艦店を改装して競争力に磨きをかけることに余念がない。1997年度以来の増加はそうした企業努力の賜物といっていざらう。ところが、せつかくの好転も束の間、この4月には消費税増税が実施される。駆け込み需要は期待できるにせよ、百貨店企業は、また試練の1年を迎えることになる。

「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・ジョイン・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャンダイズ・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:マーチャンダイジング
- 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.

NEW STORE REPORT

<p>テラスウォーカー宮(ユニー) 28 大型GMSをSC旗艦店に建て替え</p> <p>デリスクエア(ユニー) 30 GMSを「減築」し、新タイプのSCを開業</p> <p>引野新鮮市場Shinsenエブリイ 32 鮮度、低価格、にぎわいが特徴の新業態</p> <p>ヨークベニマル上谷路店 34 簡便商品・メニュー提案を強化したSC内店舗</p> <p>ライフ宮崎台店 36 20~40歳代の若年層が主要ターゲット</p> <p>ライフ中野坂上店 38 都心部のニーズに徹底対応!</p> <p>いなげや桜新町店 40 総菜と生鮮食品を強化した950㎡の小型店</p> <p>マックスバリュ稲毛長沼店 42 「食の専門性」と「楽しさ」を追求</p> <p>フードスクエアカスミ柏中新宿店 44 600坪クラスのフラッグシップフォーマット</p> <p>F.T(エフティ)吉川美南店(イオンリテール) 46 イオン発、衣料・生活雑貨の新業態</p>	<p>28</p> <p>30</p> <p>32</p> <p>34</p> <p>36</p> <p>38</p> <p>40</p> <p>42</p> <p>44</p> <p>46</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

連載

<p>データで見る流通 14 激戦のインターネット小売市場、革新的な顧客経験の提供がカギ</p> <p>NEW STORE INFORMATION 15 新店情報</p> <p>CSA FRONTLINE 16 セブン&アイとサントリー●PBとNBのダブルブランド缶コーヒーを発売 ほか</p> <p>井本省吾の流通時評 18 「訳あって高め」に商機</p> <p>CSA WORLD NEWS 19 全米小売業協会●基調講演で実店舗の意義と可能性を説く ほか</p> <p>CSA INSIDER 20 日生協●消費税増税対応でPB1700品目をリニューアル ほか</p> <p>桜井多恵子の中堅社員のためのチェーンストア理論 22 第3回●チェーンストア経営の本質</p> <p>安土 敏のスーパーマーケット物語 82 第25回●第8章 大規模小売店舗法</p> <p>CSA BOOK REVIEW 90 ビジネス書ランキングTOP10</p> <p>樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章 113 第113回●蒼空の風[17] 氏家齊一郎、渥美俊一を語る</p>	<p>14</p> <p>15</p> <p>16</p> <p>18</p> <p>19</p> <p>20</p> <p>22</p> <p>82</p> <p>90</p> <p>113</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

MD EDITION

<p>第48回スーパーマーケットトレードショー2014 92 開催直前見どころチェック!</p> <p>カテゴリーフォーカス 102 コーヒーメーカーマーケティング戦略</p> <p>パワーコンセプトノート 106 売場づくりのヒント 4月</p> <p>新製品情報 110</p> <p>注目プロモーション 111</p>	<p>91</p> <p>92</p> <p>102</p> <p>106</p> <p>110</p> <p>111</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------