

特集

編集部の
オスマ

53



オムニチャネル元年

IT白書

小売業

2014

アウトLOOK2014	54	COLUMN	70
オムニチャネル元年 IT基盤も大転換!		スタートトゥデイ社長 前澤友作 スマホアプリ「ウェア」で、オムニチャネル戦略を推進	
PART① IT活用動向調査	56	PART③ 海外動向	
積極化するIT投資 注力分野は情報分析システム		① 欧米大手小売業	71
PART② ケーススタディ		アマゾン・ドット・コムに対抗 ネット&デジタル戦略が加速	
① 良品計画	62	神谷 渉(流通経済研究所 主任研究員)	
「ムジバスポート」でCRM強化 ビッグデータ分析基盤も整備		② アマゾン・ドット・コム	74
② パルコ	64	売上高700億ドルを突破! 食品宅配、じわり拡張	
めざすは「24時間パルコ」! 実店舗・ウェブをシームレスに連携		鈴木敏仁 (R2Rink代表)	
③ セブン&アイ・HD	66	③ ステープルズ	76
国内約1万7000店 グループ店舗網を生かす		米オフィス用品チェーン大手 オムニチャネル戦略で生き残りへ	
④ イオン	67	大島 誠(日本オラクル オムニチャネル・スペシャリスト 担当ディレクター)	
売場と従業員を武器に モノ・コト・ネットを融合		④ ホインター	78
⑤ 東急百貨店	68	元アマゾン副社長が開発 衣料品の未来型店舗	
スマホアプリを活用し来店ポイント、クーポン配布		PART④ オムニチャネル実践の勘所	80
⑥ ライフコーポレーション	69	アプリだけでは実現できない真のオムニチャネル対応	
来店ポイント「スマホポ」を活用 若年層の顧客の取り込みへ		山口邦成(アクセンチュア 製造・流通本部 シニア・マネージャー)	

▶楽天(東京都/三木谷浩史会長兼社長)は、モバイルメッセージングとボイスオプIPサービスのViber Media Ltd.(以下、バイバー)を9億ドルで買収すると発表した。バイバーのユーザー数は193カ国の3万人。だが楽天のねらいは会員数増強にはないと思われる。本丸は、〈カカオトーク:KakaoTalk〉〈ライン:LINE〉〈ワッツアップ:Whatsapp〉など、インターネットの次のレイヤー(層)がコミュニケーションのできる「メッセージング プラットフォーム」にシフトしていることへの対応だ。▶これが何を可能にするのか? 何より消費者が「楽天市場」でモノを購入するときに、チャット(文字)やボイス(肉声)で出店者に相談することができるようになる。バイバーは、パソコンのみならず、スマートフォン、タブレットなどほとんどのデバイスに対応しているから、ユーザーエクスペリエンス(利用者体験)は格段に向上するはずだ。▶楽天は今のところネットスーパーの楽天マートを運営しているものの、リアル店舗は展開していない。しかし、バイバーの買収によってシームレスの度合いは深まり、会員に金融サービス、デジタルコンテンツ、EC(電子商取引)を提供する楽天経済圏は着実に拡大している。そして、これこそが楽天にとってのオムニチャネルなのだろう。
[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.

THE INTERVIEW 37



大地を守る会代表取締役社長
藤田和芳
有機栽培野菜への
こだわりを武器に
事業拡大めざす

連載 34

編集長のオススメ

桜井多恵子の中堅社員のための
チェーンストア理論
第4回●チェーンストアの客層のとらえ方

NEW STORE REPORT

ヨークベニマル大平町店	40
NSC内に衣料品売場併設の大型店を開業	
ヤオコー松戸穂台店	42
「こだわり」「名物」商品を強化した松戸市1号店	
タチヤ四日市店	44
部門担当者自ら市場から仕入れ、売り込む!	
西友蓮根坂下店	46
地域密着型のプロモーションで集客力を高める	
ライフ若松河田駅前店	48
店舗空白エリアの新宿区に初出店!	
デイリーカナートイズミヤ堀川丸太町店	50
衣食住を揃えた2フロアのSM	

連載

データで見る流通	5
エルダー世代のライフスタイル創造意欲が高齢社会を変える	
NEW STORE INFORMATION	23
新店情報	
CSA FRONTLINE	24
イトーヨーカ堂●PBにもオムニチャネル?! 新PB「つくるものがたり」シリーズを発売 ほか	
井本省吾の流通時評	26
PBという「特区」	
CSA WORLD NEWS	27
アマゾン・ドットコム●画像認識技術を使い買物リスト作成 ほか	
CSA INSIDER	28
トライアルカンパニー●北海道で出店攻勢 ほか	
安土 敏のスーパーマーケット物語	82
第27回●第8章 大規模小売店舗法	
CSA BOOK REVIEW	84
ビジネス書ランキングTOP10	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章	121
第115回●蒼空の風[19]渥美の意地	

MD EDITION 85

カテゴリーフォーカス	89
食用油/ハム・ソーセージメーカーマーケティング戦略/プロバイオ ティクス乳酸菌/ワイン販促カレンダー(春夏)	
FOODEX JAPAN 2014の歩き方	107
展示会レポート	113
パワーコンセプトノート	114
売場づくりのヒント 5月	
新製品情報	118
注目プロモーション	119