

総力特集



41

合併・買収・提携・撤退・再編・混沌

# 流通相関図

2014

<b>流通相関図2014</b> .....	42	<b>アパレル・衣料品専門店</b> .....	66
都市部で存在感強めるイオン		異業種・異業態間のM&Aが活発化	
セブン&アイはネット事業強化ねらい専門店に出資		<b>生協</b> .....	68
<b>インタビューアークス 代表取締役社長 横山清</b> .....	46	合併で意思決定の迅速化を図る コーブみらいとユーコープ	
決してひっくり返らない“ムカデ経営”で		<b>COLUMN 共通ポイント</b> .....	69
めざすは国内3兆円!		「Tポイント」と「Ponta」が市場を2分、今秋には楽天も参入へ	
<b>商社・卸軸</b> .....	49	<b>ネット通販軸</b> .....	70
商社の川下戦略、練り直しか? 川中は系列卸が存在感		セブン&アイがニッセンを子会社化	
<b>流通二大グループイオン、セブン&amp;アイHD</b> .....	52	ネット通販をめぐるM&Aに変化の兆し	
イオンがダイエーを子会社化		<b>電鉄軸</b> .....	72
セブン&アイは専門店のM&Aを加速		JR西日本がセブン-イレブンと提携	
<b>業態軸</b> .....		鉄道会社と大手小売業が距離縮める	
<b>食品スーパー</b> .....	54	<b>外食業界</b> .....	74
業界再編が進行! ローカルSM連合は大手に勝てるか		景気回復が向かい風 「デフレ勝者」が失速	
<b>コンビニエンスストア</b> .....	56	<b>食品業界</b> .....	76
セブン-イレブン、JR西日本と提携		国内市場の縮小にらみ海外での販路拡大に活路	
「サンクス」エリアFCのチェーン競替え続く		<b>SC軸</b> .....	78
<b>ドラッグストア</b> .....	58	SC開業数が6年ぶり増加に転じる	
大手を中心に再編進む 異業種との連携も加速		デベロッパーの大都市圏シフトが鮮明に	
<b>百貨店</b> .....	60	<b>地域軸</b> .....	80
H2O、イズミヤと経営統合 業態を超えた流通再編へ		ローカルチェーンの再編加速 大手が地方で存在感強める	
<b>ホームセンター</b> .....	62	北海道・東北/関東・甲信越/中部・関西/中四国・九州	
勢力圏に大きな変化なし 大手HCは自主拡大路線を堅持		<b>主要共同仕入・協業グループ</b> .....	90
<b>家電量販店</b> .....	64	加盟企業一覧	
成長求めて新規分野に続々進出!			
大手は住宅販売・リフォームに注力			

▶4月1日。イオン(千葉県/岡田元也社長)は、サッカー日本代表でイタリアセリエA、ACミランの「10番」、本田圭佑選手プロデュースの『夢ノート』を全国イオングループの店舗で発売した。A5版変形サイズでツインリングノート70枚、税込価格は1058円。本田選手が「Wカップで有名になり、セリエAのチームに入団して、レギュラー、背番号10、年棒40億円を勝ち取り、親孝行する」という夢を実現するために中学生の頃から付け始めたノートをもとに制作したものだ。

▶従来、『夢ノート』のような商品は、出版社が企画、編集、発刊することが当たり前だった。もう少し広がったとしても、せいぜい玩具業界やスポーツ業界がよいところだったろう。既成の枠組みを飛び出し、製造小売化に邁進するイオンの意欲と商魂の凄まじさには驚かされる。▶4月4日。今度は「イオンのスマートフォン」だ。イオンは、日本通信(東京都/三田聖二社長)との協業で通信料金と本体代金あわせて2980円(税抜き)で利用できるスマートフォンを発売した。もはやイオンの製造小売化は仁義なきボーダーレスと言っていい。こうなると業界という閉ざされた小宇宙から出る意思のない「山椒魚」に未来がないことは明らかだ。

「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・ショッピング・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・センター
- 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 PLUS 34



UCC上島珈琲 代表取締役社長  
**上島昌佐郎**  
プロフェッショナル集団として  
新しいコーヒー飲用文化を  
創出する!

THE INTERVIEW PLUS 94



エステー 取締役兼代表執行役社長  
**鈴木貴子**  
主力ブランドを強化し、  
「世にない商品」を開発して  
成長図る!

連載

景気を読む	12
駆け込み需要本格化	
CSA TOPLINE	
●INSIDER	13
西友が推し進める生鮮食品強化プロジェクト ほか	
●WORLD	15
ウォルマート、価格比較ツールの提供開始 ほか	
●データで見る流通	17
「サクッとつくて、じっくり味わう」がトレンドに	
鈴木敏仁のアメリカトレンド	37
第69回●セーフウェイ、アルバートソンズと統合へ	
安土 敏のスーパーマーケット物語	38
第30回・第9章●スーパーマーケットの組織運営	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章	137
第118回●蒼空の風[22]ショッピングセンターづくりの成否	

NEW STORE REPORT



イオンモール和歌山	22
コミュニティ空間を提供する地域密着型SC	
ヴェルサウォーク西尾(ユニー)	26
ライフスタイルの提案を強化したモール型SC	
スーパーセンターオークワ河南店	28
競合との差別化ねらい、こだわり商品を充実	
フーズマーケットさえき多摩平の森	30
生鮮食品と総菜を強化した、約10年ぶりの新店	
ハローズ鳴門店	32
地場商品を強化した徳島県1号店	

MD EDITION 97

特集●ザ・海外ブランド	98
カテゴリーフォーカス	108
清涼飲料メーカーマーケティング戦略/ 魚肉ハム・ソーセージ/シェービング/低カロリー甘味料	
MDスペシャル	122
イースター	
104週販促カレンダー	127
店頭プロモーション直前対策決定版! 5月	
新製品情報	133
注目プロモーション	134