

特集1

53

縮小する市場、拡大するグループ
市場占有率
2014

COVERSTORY	54	PART②各種流通シェア	
市場寡占化の中心はイオン 迫る大再編劇!		①食品卸	66
PART①業態別シェア		上位10社のシェアは約15% 大手食品卸売業は増収基調を堅持	
①食品スーパー	56	②通信販売	67
首位はイオングループの10.7% 2位以下を大きく引き離す		ネット通販が市場拡大を牽引 アマゾンがダントツのシェア握る	
②生協	57	PART③米国流通シェア	
店舗・宅配ともに競争激化 大型合併で巻き返しをねらう		アメリカ小売業業態別シェア	68
③総合スーパー	58	小売市場は10年で約1.5倍に拡大 競争激化でSM市場が草刈り場に	
イオン、イトーヨーカ堂、西友、上位3社による寡占化が進む		PART④売上高ランキング	
④コンビニエンスストア	59	①食品部門	72
2014年、市場規模10兆円へ 大手3社のシェア8割に迫る		業態の垣根を越えた競争が激化 大手CVSが売上を伸ばす	
⑤ドラッグストア	60	②衣料品部門	73
ウエルシア、コスモスが躍進 上位10社への寡占化が進む		カジュアル衣料品専門チェーンが市場を牽引	
⑥百貨店	61	③住居関連品部門	74
16年ぶりに市場がプラス成長 大手5社のシェア、じわり拡大		圧倒的な強さ示すセブン-イレブン 駆け込み需要の反動減は続くか?	
⑦ホームセンター	62	④プライベートブランド商品	75
2012年度、3年ぶりに市場規模縮小 大手企業10社の占有率は61.7%に		4大PB売上高は2兆円を突破 セブン&アイ「セブンプレミアム」が急伸!	
⑧家電量販店	63	⑤流通グループ	76
市場縮小もヤマダ電機、ビックカメラがM&Aでシェア拡大		上位15グループ総売上高は約40兆円 イオン、セブン&アイが圧倒	
⑨外食	64	COLUMN●拡大続く総菜市場 CVSが急成長中!	77
「アベノミクス」効果でトレンドが変化 市場規模が対前期比1.6%拡大		PART⑤特別インタビュー	78
⑩総菜専門店	65	コープさっぽろ大見英明理事長 ソーシャル・マーケティング戦略でしたたかに勝ち残る!	
専門店の市場規模は2兆8069億円 プレナスがトップ		PART⑥解説	81
⑪100円ショップ	65	4つの占有率を事業に生かす! 石井裕明(千葉商科大学 サービス創造学部准教授)	

編集長のPAPER BLOG

▶「何%を取ると市場を制することができるのか?」。《市場》をいかに定義するか、ということも含め、究極の難問だ。仮に100%を制し、独占市場になった場合にも市場を制したとはいえないだろう。国営企業よろしく自己革新を怠り、自ら沈んでいく可能性が大きいからだ。企業や市場が健全な成長を遂げるために健全な競争が必要であるならば、市場の25%程度を制する者同士がしのぎを削っている状態が最も健全のような気もする。▶さて、日本の小売業界も寡占化に一直線の様相をみせている。中心に居るのはイオン(千葉県/岡田元也社長)だ。とくにGMS(総合スーパー)、食品スーパー、ドラッグストアの分野での集中度は注目に値する。ただ、どんなにシェアを奪っても消費者から見捨てられた瞬間に代替企業が台頭する。その意味では、企業にとっては、シェアよりも、消費者のニーズ・ウォンツに的確に答える継続革新こそが重要だといえる。▶国外に目を向けると、米国の小売業界は、日本よりも一足先に寡占化が進んでいる。だが、王者であるウォルマートも絶対的な存在とはいえず、いつ何時に転んだとしても不思議ではない。同業の強豪は多々存在するし、アマゾンのような異業態もある。そして、こんなふうにと考えると、自由経済下においては、何%を取ったとしても市場を制することはできないのかもしれない。

「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:フリーエージェント・ジョブバース・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:マーチャントデザイン
- 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 Leiber-Friedman Inc.) under agreement granting executive Japanese language rights to such material to DIAMOND-FRIEDMAN CO., LTD.

特集2
24

心躍る! スーパーマーケット 今さら聞けない ヤオコー講座

NEW STORE REPORT

IKEA立川	34
イケアが東京に初出店、売場をワンフロアに集約	
サミットストア下馬店	38
単身世帯向けMDを強化した、2棟構成の小型店舗	
ライフココネリ練馬駅前店	40
駅前の複合施設内に出店	
東急ストアフードステーション中延店	42
多店舗化を想定した小型SMのモデル店舗	
セルバ本店	44
生鮮と総菜の部門間連携を強めた旗艦店舗	

THE INTERVIEW
47

さえきセルバホールディングス代表取締役社長

佐伯行彦

従来のやり方は通用しない
「脱・スーパー」が生きる道

連載

CSA TOPLINE

- INSIDER.....14
2014年2月期決算 企業間の業績格差が鮮明に ほか
- 井本省吾の流通時評.....17
ネット通販vs.接客
- WORLD.....18
ウォルマート、「ワイルドオーツ」ブランドで
オーガニック商品を刷新 ほか
- データで見る流通.....20
食品購入先選択理由からみるスーパーマーケットの競争優位性

NEW STORE INFORMATION.....21

新店情報

- 桜井多恵子の.....22
中堅社員のためのチェーンストア理論
第6回●「本部の役割」
- 安土 敏のスーパーマーケット物語.....50
第31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.....105
第119回●蒼空の風 [23] 商業界セミナーで講演する理由

MD EDITION
83

- カテゴリーフォーカス.....85
アジアンフード/プレーンヨーグルト
- パワーコンセプトノート.....96
売場づくりのヒント 7月
- 新製品情報.....101
- 注目プロモーション.....102