

特集

編集部の
ホメ

55

首都圏スーパーマーケット連合誕生!

イオンの 都市型小型店 戦略全貌

COVER STORY	56	⑥ マックスバリュエクスプレス	78
大都市の肥沃な新市場を、都市型小型店で奪取する!		テスコジャパンからの移管で店舗数増える お客のニーズに応えるためSKU数を拡大	
PART① 特別寄稿・イオン「大都市シフト」戦略	58	⑦ オリジン東秀	79
小型SM、食品+調剤が柱!? 鈴木孝之(プリモリサーチャパン)		働く女性をターゲットにした 新業態「キッチンオリジン」の展開をスタート	
PART② イオン都市型小型店ファイル	60	PART③ 有カチェーンの都市型小型店ファイル	80
① まいばすけっと①	60	① 食品館イトーヨーカドー	
最新の売場と事業モデルに迫る! 黒字化を果たしたイオンの切り札 17年2月期、1000店舗の勢力に		14年5月、埼玉県内に初出店	
まいばすけっと②	64	② ESBI(エスピー)	
お客を引きつける磁力 じわりとシェアを拡大中! まいばすけっとのお客は誰だ!?		100円商品が充実する駅前の小型SM	
② アコレ	69	③ サンディ	
イオン発「ボックスストア」の完成度		日本版ボックスストアの元祖	
③ ビッグ・エー	72	④ 成城石井	
2つの小型店プロトタイプを開発 立地や競合状況に合わせて積極出店		4つの出店パターンで駅ビル、商業施設に出店	
④ ミニストップ	76	⑤ フードステーション	
食のSPA化進め反転攻勢へ SMマーケットの取り込み図る		多店舗化を想定し、モデル構築を急ぐ	
⑤ れこっず	77	⑥ マルエツ プチ	
「地域ヘルスケア&生活支援ステーション」 CVS主体の小型化店舗を検討		自前のプロセセンターを活用し、首都圏に56店舗展開	
		⑦ ミニコープ	
		若年層の集客ねらい、改装を実施	
		⑧ miniピアゴ	
		300店舗、売上高600億円を目標に積極出店	
		⑨ ローソンマート	
		3年で500店舗めざす!	
		PART④ 解説・アメリカ都市型小型店	83
		小型フォーマット確立を急ぐウォールマート 鈴木敏仁(R2Link代表)	

▶自宅から徒歩3分の場所にある「まいばすけっと」が便利だ。以前は、低価格のナショナルブランド10アイテムほどを集中して購入していた。ところが毎日の食事を調達する食品スーパーとして見直してみれば、しっかり機能してくれることがわかった。8時から24時の開業時間も勤め人にはありがたい、不自由を感じることはない。▶カットサラダやトマト、もずく、めかぶ、豆腐に納豆、キムチなどを組み合わせれば、コンビニエンスストアよりも安価で手抜き感のない前菜を取ることができる。惜しむらくは、メインディッシュとなる肉、魚、総菜だ。もう少し、充実していればなおありがたいと思う。冷凍食品はそれなりの品揃えだけでも、主菜として毎日食べていると、さすがに寂しくなってくる。その意味では、商品政策的には改善の余地が残っているのかもしれない。▶さて、小売業の成功ポイントは「1に立地、2に立地、3に立地」から「1に消費者、2に消費者、3に消費者」に変わったと言われて久しい。オムニチャネル時代を迎え、この傾向はさらに強くなったような気がする。しかしながら、私の財布の支出に占める「まいばすけっと」構成比率が高くなるにつれ、「立地」は依然、店舗選択の大きな要素だと認識せざるをえない。

「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・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.

THE INTERVIEW 39

編集長の
おススメ



ヨークベニマル 代表取締役社長
大高善興

マーケットは縮小、競争は激化
変化に対応できる企業が生き残る!

CSA SPECIAL 31



ラウンディズ

高品質な生鮮と
低価格のグロサリーで急成長!
マリアノズ・フレッシュ・マーケット

鈴木敏仁(R2Link代表)

SPECIAL REPORT 36



ネットスーパー

収益改善をどう図るか

池田満寿次(流通経済研究所 主任研究員)

MD EDITION 89

カテゴリーフォーカス 90
青果/輸入フルーツ/チリワイン/ギフト/瓶詰

パワーコンセプトノート 106
売場づくりのヒント 8月

新製品情報 111

注目プロモーション 112

NEW STORE REPORT



ヨークベニマル南光台店 42
仙台市中心部への出店で都市型MDを強化

食品館イトーヨーカドー小手指店 44
「食品館」最大規模の生鮮食品売場を展開

フレンドタウン深江橋(平和堂) 46
大阪市内の激戦区にNSCを開業

フーズマーケット・ハピネ銚田店(茨城さえぎ) 48
「美と健康」「地産地消」をテーマに既存店を刷新

デイリーカナートイズミヤ杭瀬店 50
駅高架下の商業施設内に出店

サミットストア環八南田中店 52
練馬区内の西武線沿線のドミナントを強化

連載

NEW STORE INFORMATION 9
新店情報

CSA TOPLINE

●INSIDER 21
イオン、系列SM3社を経営統合 ほか

●井本省吾の流通時評 24
アマゾンSPAをめざす

●データで見る流通 25
消費税増税後の小売店の販売実態と消費者意識

●WORLD 26
英デスコ、スマートフォン市場に参入 ほか

桜井多恵子の 34
中堅社員のためのチェーンストア理論

第7回●パーティカル・マーチャント・ダイジング

安土 敏のスーパーマーケット物語 86
第33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 113
第121回●蒼空の風[25]科学的根拠を示す