

特集

編集長の  
オースメ

39

特集 ● 寡占市場で勝ち残れ!



<b>寡占と競争 ● 10兆円市場の勝者</b> ..... 40	<b>出店競争</b> ..... 60
拡大する「コンビニ格差」 大手・中堅はいかに戦うか	● <b>5万店時代に突入!</b>
<b>戦略レビュー</b>	大手3社、怒濤の出店攻勢
① <b>セブン-イレブン・ジャパン</b> ..... 42	異業種・異業態との提携も拡大
「近くて便利」を徹底追求!	<b>海外展開</b> ..... 64
食の外部化ニーズの取り込みを加速	● <b>アジアの成長を取り込めるか?</b>
② <b>ローソン</b> ..... 45	アジアで店舗網を拡張 海外店舗数5万店超に
商品力向上ねらい製造小売化を進める	<b>商品開発</b> ..... 66
玉塚新体制で今期、2兆円に王手	● <b>川上から革新</b>
③ <b>ファミリーマート</b> ..... 48	顧客を飽きさせない!
2014年度は1600店舗の出店を計画	進化するコンビニ流“モノづくり”
「売場大改革の年」と位置づけ既存店も強化	<b>最強CVS分析</b> ..... 68
④ <b>サークルKサンクス</b> ..... 51	● <b>将来成長への課題</b>
グループ力を活用し再生めざす 商品と売場の改革を加速	セブン-イレブンの
⑤ <b>ミニストップ</b> ..... 54	持続成長メカニズムを解剖する
食品スーパー代替機能を強化し、先行する大手を追撃!	田村正紀 (神戸大学名誉教授)
⑥ <b>セイコーマート</b> ..... 56	<b>業績比較</b> ..... 70
製造小売モデルを深化 「経営構造の単純化」で成長へ	● <b>CVS 5社データ</b>
⑦ <b>スリーエフ</b> ..... 58	セブン-イレブン独走続く
インスタアFF強化型「ゲーツ」本格出店へ	大手と中堅で格差拡大
FC展開も視野に入れる	

# 編集長のPAPER BLOG

▶関西スーパーマーケット(兵庫県/井上保社長:以下、関西スーパー)の2014年3月期決算短信を読み込んだ。「①当期の概況(P2)」に目を向けると、お客から高い信頼をもらうための指針として、「食を守る」「食を育む」「食を楽しむ」という3つのキャッチフレーズを掲げた」とあった。さらに、「味」「鮮度」「品質」「見栄え」「容量」「価格」にポイントをあて、お客がいつ来店しても価値ある商品を提供することに注力したと続く。▶さすが、関西スーパー、と妙に感心した。今や日本の食は、空腹を満たすだけの作業に墮落してしまったようなところも散見できる。高齢社会の進展や働く女性の増加は、家で料理をつくらない化につながり、古くより綿々と続いてきた日本の家庭食文化は、存亡の危機に直面していると言っている。▶守り、育み、楽しむ、という関西スーパーの方向性は、ひょっとすると現代の消費者の志向には逆行し、必ずしも歓迎されるものではないかもしれない。けれども、こういった哲学こそがオリジナリティそのものである。低価格一辺倒主義に簡単に日和らないという姿勢を顕示し、多くの企業と優先ポイントの順位を逆転させている辺りに、信じた我が道を貫く強さを垣間見ることができる。「地域になくはない店の実現」を標榜する関西スーパーにあらためて注目したい。

「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
- 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・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

編集部の  
**オススメ**  
の

**36**



しまむら代表取締役社長  
**野中正人**

「価値と価格のアピール」  
をテーマに  
景気浮揚の追い風つかむ!

## NEW STORE REPORT






**ヤオコー相模原光が丘店** ..... 28  
価格競争激戦区で「品質と鮮度で差別化」

**ベisiaスーパーマーケット前橋川曲店** ..... 30  
お膝元の前橋市内に出店したSM

**イオンモール名古屋茶屋** ..... 32  
ふだんの生活に密着した物販・サービスが充実

**Flying Tiger Copenhagen** ..... 34  
**アクアシティお台場ストア(Zebra Japan)**  
若者とファミリー層の集まるお台場に出店

## 連載

**景気を読む** ..... 13  
SM、駆け込み需要の反動なくなる

**CSA TOPLINE**

●INSIDER ..... 21  
コープみらい発足初年度は増収・経常増益 ほか

●データで見る流通 ..... 23  
地方食品スーパーが訪日外国人の買物場所になる日

●WORLD ..... 24  
ネット、セインズベリーとの合併で英国に再進出 ほか

鈴木敏仁の**アメリカントレンド** ..... 26  
第72回●「健康」を売るための標語「ウェルネス」

**新連載熊谷 徹のユーロトレンド** ..... 27  
第1回●国外にも進出するドイツのディスカウンター アルディ

安土 敏の**スーパーマーケット物語** ..... 72  
第36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** ..... 130  
第124回●蒼空の風 [28] 日本人の暮らしを変える生き方

## MD EDITION

75

**特集●シニアマーケット** ..... 76

**MDスペシャル●小容量MD** ..... 86

**MDスペシャル●クロスMD** ..... 90

**カテゴリーフォーカス** ..... 95  
パッケージサラダ/スパイス&ハーブ/ブランド卵/  
機能性ヨーグルト/エナジードリンク

**104週販促カレンダー** ..... 119  
店頭プロモーション直前対策決定版! 8月

**新製品情報** ..... 124

**注目プロモーション** ..... 125