

特集

編集長の
 オススメ
 編集部の
 オススメ

43

特集アメリカ小売業 対決アマゾン!

2014

PART①TOP100社ランキング&解説 44	FILE⑦ダラーストア 74
アマゾン・ドット・コムが5位に躍進 Eコマース市場の高成長が顕著 大手はIT投資を加速	大手3社の勢力図を塗り替える!? ファミリーダラー争奪戦が勃発
PART②主要業態別動向 51	FILE⑧ファイブピロウ 76
大手が新業態開発にアクセル 業態の垣根を越えた競争が過熱!	キッズとティーンの間世代をねらう ユニークな日用雑貨チェーンが伸びる
PART③注目企業&フォーマットの動向	FILE⑨スプラウツ・ファーマーズ・マーケット 77
FILE①ウォルマート 54	「ホールフーズ・ライト」の異名をとる 産直市場を模したチェーンストアが絶好調
●ウォルマート社長兼CEO ダグ・マクミロン 「変わり続ける環境や消費者に合わせ、変化への対応を加速する」	FILE⑩アマゾンとグーグル 78
●Eコマース、小型店の事業規模はすでに業界大手に匹敵! スーパーセンターの既存店強化を急ぐ	ネットの勝ち組、アマゾンとグーグルは食品市場をどう攻める? 神谷渉 (流通経済研究所)
COLUMNウォルマートのオムニチャネル戦略 59	番外編●アメリカ小売業の歩き方
「ウォルマート・ロッカー」を試してみた! 大島誠 (日本オラクル オムニチャネル・スペシャリスト)	①特別提言 テーマを絞って改革につなげる! 今、アメリカから何を学ぶか 桜井多恵子 (日本リテイリングセンター シニア・コンサルタント)
FILE②ターゲット 60	②現場が変わる! 流通視察のポイント..... 84
減収減益に沈みCEOが交代 「マーケティングのターゲット」復活なるか?!	渥美六雄 (日本リテイリングセンター)
FILE③スーパーマーケット 62	PART④世界の小売業
大手チェーンはM&Aで規模拡大 中堅以下の再編が続く	●TOP100社&Eコマース企業TOP50社 ランキング&解説..... 89
FILE④ウェグマンズ 65	大手小売業のEコマース市場への参入が続々 矢矧晴彦 (デロイト トーマツ コンサルティング パートナー)
売場面積は既存店の2分の1 ウェグマンズの粋を集めたパワフルな都市型店をオープン!	●ヨーロッパで躍進するハードディスクカウンター カンター・リテール (Kantar Retail)..... 94
FILE⑤ドラッグストア 68	PART⑤中国小売業TOP50社ランキング 97
調剤を強化するCVSヘルス 買収による店舗強化急ぐウォルグリーン	キーワードはネット、物流、ローカル対応 地域間格差が広がるなかで、存在感増すリージョナル・チェーン 徐向東 (中国市場戦略研究所)
FILE⑥コストコとアルディ 71	
勝ち続ける企業の共通項はシンプルな仕組みづくりにあり	

編集長のPAPER BLOG

▶厚生労働省は、介護の必要がなく健康的に過ごすことのできる日本人の「健康寿命」について、男性71.19歳、女性74.21歳と推計、報告した。4年前の調査との比較では、男性が0.78歳、女性が0.59歳延びている。日本人の平均寿命は男性80.21歳、女性86.61歳なので現状は、「健康ではない余生」が男性では9.02年、女性では12.4年も存在することになる。▶昔から「命あつての物種」と言われる。一方では、生活の質が著しく失われる中で長生きしても仕方ないという考えもある。「長生き」と「健康」は同義ではないということだ。そのギャップを埋めるべく、米国では「Wellness(ウェルネス)」という言葉を使って、健康維持を啓蒙し推進する小売業が増えてきている。ウェルネスは、医食同源を自負する食品小売業だけの専売特許ではない。ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストア、スポーツ専門店、家電専門店…などそれぞれのフォーマットに応じて活用することが可能だろう。▶さて、世界保健機関(WHO)憲章では「健康」は、「肉体的にも、精神的にも、社会的にも、すべてが満たされた状態」と定義されている。ここにあるのは、「健康」は「未病」とも違うということだ。いまや、「元気あつての物種」の時代。この具現化を促進するためには、さらに多くのビジネスチャンスがあるに違いない。
「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
- 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 PLUS 102



エースコック代表取締役社長

村岡 寛

消費者の
ニーズの変化をとらえ、
即席めんの価値を
高め続ける!

NEW STORE REPORT



- ベisiaスーパーセンター青梅インター店 36
カインズに隣接する東京都内1号店
- 西友東川口店 38
生鮮・総菜強化型の改装2号店

連載

- 景気を読む 5
SM、生鮮食品が堅調
- CSA TOPLINE
- INSIDER 30
「ダイエー」、イオンに 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11回●標準化の意味
- 安土 敏のスーパーマーケット物語 40
第40回・第10章●スーパーマーケットの店長の役割
- 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第5章 121
第129回●蒼空の風[33]「悲傷」

MD EDITION 105

- カテゴリーフォーカス 106
シリアル/ヘアカラー
- 104週販促カレンダー 113
店頭プロモーション直前対策決定版! 11月
- 新製品情報 118
- 注目プロモーション 119