

特集

編集部の
オススメ

49

国内市場規模3兆円へ プライベートブランド 大競争!

拡大するPB市場50	⑦ドン・キホーテ64
「トップバリュ」「セブンプレミアム」大手小売2社が成長を牽引	「斬新さ」「面白さ」「ワクワク感」「ドンキ流」商品開発を加速
PB戦略事例	⑧CGCグループ66
①イオン52	加盟企業の売上高約2943億円 「売って儲かる」商品の開発を強化
ブランドを集約、パッケージも一新 「セレクト」と「ベストプライス」を強化	⑨日本生活協同組合連合会68
②セブン&アイ・HD54	組合員の声を「見える化エンジン」で分析 商品開発に生かす生協の強み
「新しい価値」「上質」を追求 2014年度売上高8000億円へ	海外動向
③ユニーグループ・HD56	①欧米食品小売業の潮流70
2017年度、売上高2000億円へ グループシナジーの最大化めざす	拡大傾向にあるPBシェア テーマ別の商品開発が活発化 神谷渉(流通経済研究所 主任研究員)
④西友58	②セインズベリー74
2014年度からPB専門組織 広範な機能でマネジメント力を強化	英食品小売業大手のPB戦略 商品開発組織が競争力の源泉 藤岡里圭(関西大学商学部教授)
⑤ヤオコー60	PBとSPA化78
開発をマネジメントする商品戦略部を新設 「つくる」「つたえる」「たしかめる」のサイクル回す	商品開発力の磨き方 「PBブーム」を超えて成長の新しい軸を獲得へ 松本渉(フロンティア・マネジメント コンサルティング第1部シニア・ディレクター)
⑥東急ストア62	
2012年にブランドを刷新 消費者の声を商品開発に生かす	

編集長のPAPER BLOG

▶「うに」や「ふぐ」を食べようとした先達がいなかったから、今の日本の優雅な食生活がある。毒に当たるかもしれない、と誰もが尻込みしていたら、永遠に海の珍味にたどり着くことはなかったろう。▶ 私たちのチェーンストア業界も似たようなところがある。「チェーンストア」「総合スーパー(GMS)」「食品スーパー」「コンビニエンスストア」「PB」「海外進出」…失敗を恐れ震え、誰もが踏み出さなかったならば、今の快適な消費環境は別のかたちに姿を変えていたことだろう。歴史を振り返れば、三越を興し、「店先現金販売」「諸国商人販売」「反物の切売り」を実践した三井高利。戦後は、中内功さん、伊藤雅俊さん、鈴木敏文さん、岡田卓也さん…。その超常識ぶりは、「うに」「ふぐ」と何ら変わらない。▶ところが近年の日本の流通業界では、突拍子もないビジネスにチャレンジする経営者が減ってきた——と考えているところで、異彩を放ち凄みを見せているのが、神戸物産の創業者である沼田昭二(60)CEO(最高経営責任者)だ。エジプトや北海道に土地を買い耕作し、宮城県では漁船を購入し、生産拠点となる工場を次々と買取り、製造業がフランチャイザーの「業務スーパー」ビジネスを成功に導いた。次なる一手は、「米国でのしゃぶしゃぶ事業」。毀誉褒貶はあるだろうが、沼田さんのような超常識商人を見ているとワクワクとさせられ、日本の流通業のダイナミズムも決して失われていないと安心する。

「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・ジョッパーズ・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャンダイズ・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 30

編集長のオススメ



神戸物産 代表取締役社長
沼田博和

《日本最大の6次産業》を標榜
第1次産業を守り、育てていきたい

THE INTERVIEW PLUS 88



白鶴酒造 代表取締役社長
嘉納健二

「白鶴 まる」が発売30周年
時代の変化に対応し、
日本酒市場を活性化する!

NEW STORE REPORT

ヨークベニマル明石台店	34
ファミリー層向けに簡便・即食商品を強化	
食品館イトーヨーカドー中野店	36
「即食コーナー」で時短需要に応える	
とりせん前橋駒形店	38
ドミナント強化を図る前橋市4号店	
ライフ西大橋店	40
大阪市都心部の繁盛店をリニューアル	
ユニクロ吉祥寺店	42
グローバル繁盛店4号店を開業	
驚安堂目白店(ドン・キホーテ)	44
「ビッグ・コンビニ」実験3号店を出店	
原信篠ノ井東店	46
生鮮食品の品質と鮮度の高さを打ち出す	

連載

NEW STORE INFORMATION	5
新店情報	
CSA TOPLINE	
●INSIDER	20
楽天、リアル進出に本腰 ほか	
●井本省吾の流通時評	22
上期決算の明暗 3つの特徴	
●データで見る流通	23
家庭の常備調味料トレンドは「加熱で簡便」「本格派」志向へ	
●WORLD	24
●アマゾン・ドット・コムがニューヨークに小売店を出店	
●注目展示会(季刊)	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	27
第75回●アメリカ小売業で相次ぐデータ漏洩被害	
熊谷 徹のユーロトレンド	28
第4回●欧州で広がる「フェア・トレード」消費	
徐 向東のチャイナトレンド	29
第2回●中国の化粧品市場を牽引する「辣媽」と「剩女」	
安土 敏のスーパーマーケット物語	86
第41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	137
第130回●蒼空の風[34]入学前の冷たい悲しみ	

SPEAKS 82

ファーストリテイリング
決算発表実況中継

MD EDITION 91

特集●パッケージ・イノベーション	92
カテゴリーフォーカス	101
クリーム/低カロリー甘味料/卸オリジナル商品/本格焼酎/機能性乳飲料/フリーズドライ	
パワーコンセプトノート	130
売場づくりのヒント 1月	
新製品情報	134
注目プロモーション	135