

特集1 流通サバイバル時代を勝ち抜け!

55

生協 組合員創造

COVER STORY	56	⑥ ユーコープ	70
生協の最優先事項は組合員の創造		イベント参加と新たなマーケットの開拓で、 新規組合員の獲得にチャレンジ	
PART① 組合員創造ケーススタディ		⑦ コープあいち	72
① コープさっぽろ	58	「宅配無料」「イベント」「子育てひろば」で子育て世代を取り込む	
テーマは「コープを好きな人をふやす」 2014年5月、組合員数は150万人を突破!		⑧ コープみやざき	74
② パルシステム東京	61	既存組合員の満足を創出 店舗事業を4年ぶりに黒字化!	
「生協を利用したくてもできない」を解決! 「指定便」で子育て世代の支持を獲得		PART② インタビュー	76
③ コープこうべ	64	嶋田裕之 ● 日本生活協同組合連合会 専務理事 生協の原点に立ち戻り商品開発力で生協ファンを創造する	
新規加入者に手厚いフォロー 宅配の“お得意さん”を増やす		PART③ 生協の“いま”を分析	
④ コープネット事業連合	66	組合員座談会	79
子育て世代の手数料無料化へ 将来の安定運営のための先行投資		本音から見える組合員創造の処方せん	
⑤ 福井県民生協	68	生協アンケート調査	82
「ロコミ」を活用し、新規組合員を獲得 生涯にわたって組合員をサポートする!		取り組みに温度差? 新規加入者数で明暗分かれる 調査から見える生協組合員の実態	
		生協を利用しない最大の理由は「他に利用しやすい店がある」 近本聡子 (生協総合研究所研究員)	85

THE INTERVIEW



24



マックスバリュ九州 代表取締役社長

佐々木勉

製造小売化で
独自のポジションを築きたい

THE INTERVIEW PLUS

92



ベルノ・リカール・ジャパン 代表取締役社長

ティム・ペック

ウイスキーブームが追い風!
イノベーションにこだわり、
より品質の高いものを提供する

▶セグメンテーションは、ターゲティングやポジショニング同様、マーケティングの基本の1つであるが、選挙における票田にもセグメンテーションがある。かつて米国には、「サッカー・ママ(Soccer mom)」という括りがあった。子供にサッカーを習わせる教育熱心な母親層を指す。双日総合研究所副所長の吉崎達彦さんによれば、「(サッカー・ママは)2008年の大統領選挙ではオバマの支持に回り、彼の勝利に一役を買った」という。▶今年の米国中間選挙で注目されたのは「ウォルマート・ママ(Walmart mom)」と言われる層である。ご存知世界最大の小売業ウォルマートで月に1度以上買い物をし、1セントでも節約しようとする子供ある女性のことである。政治的な見解については、述べる立場にないけれども、1企業の利用者が大きな票田として分類されている事実に驚かされる。▶日本では、しまむら(埼玉県/野中正人社長)の「しまらー」をはじめ、「ムジラー」(無印良品)、「ニトラー」(ニトリ)など流通業の熱狂的ファンに付けられた愛称はある。しかしながら票田とは直結していないような気がする。ただ、「ある企業のファン」を《新しい市場》とみなしてみれば、商売的には何か面白い仕掛けが出来るかもしれない。「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
- DgS:ドラッグストア
- 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・ショッパーズ・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャндаイス・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ндаイズ・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
- 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.

特集2 **ホムズ** 41

「ゆめの1兆円」構想実現へアクセル!



イズミ
ザ・ベスト・リージョナル

- PART①MD・ドミナント・ゆめブランド戦略 42
- PART②既存店の競争力 48
- PART③経営指標&戦略分析 52

MD EDITION 95

- カテゴリーフォーカス 96
即席めん/チーズ/ウイスキー/レギュラーコーヒー/
ドリンクヨーグルト
- 104週販促カレンダー 123
店頭プロモーション直前対策決定版! 12月
- 新製品情報 128
- 注目プロモーション 129

連載

- 景気を読む 3
- CVS、タバコ・雑誌の不調続く
- CSA TOPLINE
- データで見る流通 17
- 顧客の主体的行動を促すインバウンドマーケティング
- INSIDER 18
- イオン●グループ再編を加速、ドラッグ事業を統合へ ほか
- WORLD 20
- アップル●スマホ決済「アップルペイ」は浸透するか ほか
- 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12回●店舗の役割
- 安土 敏のスーパーマーケット物語 88
- 第42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6章 130
- 第131回●緑まぶしく[1]天駆けりゆく個の生命

NEW STORE REPORT



- マックスバリュくりえいと宗像店 27
小容量、簡便商品の品揃えを強化
- ダイエー浦安駅前店 30
保育所を併設、働く女性を意識した都市型店
- ヨークベニマル長井小出店 32
地域シェアの3割をめざし地元対応を強化
- ベイシアスーパーマーケット石岡東光台店 34
茨城県内でヨークベニマル、カスミと競合
- フードスクエアカスミ牛久刈谷店 36
ファミリー層向けに簡便・即食商品を強化
- 鮮Do! エブライ海田店 38
鮮度を徹底追求した「鮮Do! エブライ」