

特集●ストア・オブ・ザ・イヤー2015直前

27

NEW STORE

総決算



COVER STORY 社会の変化に対応しながら 出店意欲は依然旺盛	28	店舗編⑦いちやま mart 岡谷店 新レイアウトを採用した長野県2号店	42
店舗編①阪急オアシス西院店 京都市内で2店目となる「高質食品専門館」	30	店舗編⑧スーパーセンターオークワ 富雄中町店 ワンランク上の商品で差別化を図るSuC	44
店舗編②阪急オアシス神崎川店 こだわり商品を強化、広域からの集客もねらう	32	店舗編⑨クイーンズ伊勢丹目白店 (三越伊勢丹フードサービス) 「食」の提案に磨き 高質路線を強化	46
店舗編③鮮Do! エブリー伊勢丘店 オリジナルの「超鮮Do! 商品」で差別化を図る	34	店舗編⑩アルク井口明神店(丸久) 水産部門を強化して競合との差別化を図る	48
店舗編④ヤオコー志木本町店 小型店フォーマットに手応え! 志木市2号店を開業	36	SC編①イオンモール岡山 「地域密着」「高級感」「情報発信」がキーワード	50
店舗編⑤ヨークベニマル針ヶ谷店 生鮮食品の簡便・即食商品を強化	38	SC編②ポートウォークみなと(ユニー) 既存SCをリニューアルし、ライフスタイル提案に注力	56
店舗編⑥フレンドマート八幡一ノ坪店(平和堂) 「鮮度」「簡便」「即食」を強く意識した八幡市1号店	40	SC編③ベニバナウォーク桶川(ユニー) 回遊性の高いサーキット型通路のSCを開業	58

編集長のPAPER BLOG

▶ある年齢を超えると、《私》を叱ってくれる人が極端に少なくなっていることに気付く。《私》の過去数年を振り返ってみても片手にさえ余るほど少ない。けれども、それは《私》にとっては大きなマイナスだ。成長は止まってしまうだろうし、裸の王様になっている可能性も大きい。

▶規模を拡大した企業の場合も同じことが言えるかもしれない。従業員は「灯台下暗し」で自らの欠陥や欠点に気が付きにくい。取引先は、「物言えば唇寒し秋の風」とばかりに“お得意様”に対して面と向かっては問題や欠陥を指摘しない。我々、メディアにしてみても負の情報を直接伝えるのは「清水の舞台から飛び降りる」ほどに勇気のいることだ。▶そういえば、思い出したのは、1995年にファーストリテイリング(山口県/柳井正社長)が全国紙や雑誌に一面広告を掲載して実施した「ユニクロの悪口言って100万円」キャンペーンである。ユニクロの批判に賞金を出す企画には実に1万通以上の意見が集まった。誹謗中傷・罵詈雑言の類も少なくなかったというが、指摘を真摯に受け止め対策を打つことで確実に成果は現れた。そして、もし、「最近叱られていない」という自覚症状を持つ企業があるのなら、二番煎じだとしても同じような手を使って、意見収集を試みるのも悪くはない。

「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ндаイズ・デザイン
- 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.

特別レポート
20



渥美フーズ 「Bio・あつみ エプスリー浜松」

安全・安心、健康、自然派、美容、……
「スローフード」「ロハス」テーマのSMが
売上伸ばす!

調査
74



潜在成長性高い 冷凍食品 徹底調査!

売場での存在感増す
プライベートブランド

THE INTERVIEW
23



阪食代表取締役会長
千野和利

「3つの施策に取り組み、
長期目標を達成したい」

連載

NEW STORE INFORMATION	5
新店情報	
CSA TOPLINE	
●INSIDER	12
ユニーGHD●新社長に佐古則男氏が就任 釧路DS戦争●ザ・ビッグ、トライアルが出店拡大 ほか	
●井本省吾の流通時評	15
チェーンストア理論に限界なし	
●WORLD	16
アマゾン・ドット・コム●1時間内配達サービスを マンハッタンで導入 ほか	
桜井多恵子の	18
中堅社員のためのチェーンストア理論 第14回●チェーンストアの教育システム	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章	106
第135回●緑まぶしく[5]渡邊恒雄回顧録(1)	

特別企画
編集長の
オススメ
60

製造小売業時代の 売れる商品の 作り方

PART① 特別寄稿	60
製造小売化を進める小売業は、 メーカーの商品開発プロセスに学べ! 文=小川孔輔(法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科教授)	
PART② 商品開発キーワード	64
即食/簡便/時短/健康/シニア/働く女性/パーソナルユース/ 容量/ストック/安価/プチ贅沢 文=石井裕明(千葉商科大学サービス創造学部准教授)	

MD EDITION
79

第49回スーパーマーケット・トレードショー2015	81
開催直前 見どころチェック!	
カテゴリーフォーカス	95
冷凍麺	
パワーコンセプトノート	98
売場づくりのヒント4月	
新製品情報	103
注目プロモーション	104