

特集

編集長の  
ホメ

57

# 怒濤の成長

# ライフ

ユーポレーション

## PICTORIAL SKETCH

写真で見るライフの最新売場

### ① ライフ天神橋店

食品売場を拡大した大阪都心部のSM

### ② ライフ浜甲子園店

住宅街立地のワンフロア店舗  
「ライフプレミアム」、ラム肉など商品提案を強化

### 岩崎社長が語る「第五次中期3カ年計画」

核は「3つの風土改革」! 楽しさを提供し、お客のニーズに応える

### 中期3カ年計画から見る岩崎改革の変遷

売上だけではなく、名実ともにナンバーワンのSMをめざす

### 徹底調査でライフの強さを探る

#### ① 首都圏エリア

都市部でお客の支持を得るライフの強さとは?

58

58

61

64

67

70

70

### ② 近畿圏エリア

新フォーマット「セントラルスクエア」  
既存店とともにドミナントを深耕!

### ライフコーポレーション決算分析

新規出店・既存店改装が奏功  
強化部門の生鮮食品と総菜の伸び顕著

### ライフコーポレーションを取り巻く関連図

総合商社が首都圏SM再編を主導!?  
ライフ・ヤオコー強者連合のその先

### 売上高日本一のSMに至る軌跡

1990年代の「怒濤の出店」が売上ナンバーワンの決め手

### 番外編

### 証券アナリストが関東圏SMの成長性を分析!

ライフが地盤とする人口集中エリアは有望か!?

清水倫典 (Gマネジメント&リサーチ代表)

76

82

84

86

88

## THE INTERVIEW

編集部の  
ホメ

22



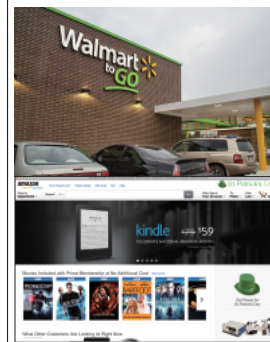
西友CEO兼ウォルマート・ジャパン・ホールディングスCEO

## スティーブ・デイカス

出店だけが成長の手段ではない  
ビジネスモデルを根本的に変える

## 特別レポート

25



## ウォルマート VS アマゾン

時価総額  
世界1位、2位の小売業  
2014年度決算報告

▶『チェーンストアエイジ』誌の創刊第1号の発刊は1970年4月10日のこと。タブロイド判仕様で24ページ。毎月2回・第1月曜・第3月曜の発行で、キャッチコピーには「スーパーマーケット・ボランティアチェーン・その他各種小売業のためのニューズペーパーマガジン」とあります。年間購読料は3300円。手元にある1面には「注目よぶサミット・ストアの新方程式」「通産省 小売業の実態調査」などの文字が躍っています。また、3面には「ネクタイとズボンと常識人間」のタイトルでダイエーの中内功社長を取り上げています。▶実は、当時の紙名は『チェーンストアエイジニューズ』紙といきました。この「ニューズ」が取れ、現在の『チェーンストアエイジ』誌の名前になったのは、1991年4月1日号から。誌名とA4変型版の雑誌形式への変更に、当時の小社内は賛否両論に分かれたそうです。しかし、その後、誰もがこの変更を称賛するようになりました。▶そして、次号2015年4月1日号から『ダイヤモンド・チェーンストア』誌へと2回目の誌名変更をすることになります。現在の編集方針である「マーケティング&イノベーションのために」をさらに高く掲げ、ダイヤモンド社グループの流通専門出版社として内容の充実を図ってまいります。どうぞ期待です。では『ダイヤモンド・チェーンストア』誌でお会いしましょう。  
 「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・ショップ・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・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

**CHAIN STORE AGE**  
 THE INTERNATIONAL STORE RETAILER'S JOURNAL

**DRUG STORE NEWS**

**Home Channel News!**

**Retailing Today**

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.

**特別寄稿** **32**



**店数増加企業からみたチェーンストアの成長策**

渥美六雄 (日本リテイリングセンター リサーチャー)

**連載**

景気を読む **9**  
 百貨店、苦戦続く  
**CSA TOPLINE**  
 ●INSIDER **10**  
 「ゆめの1兆円」構想の実現に向けて  
 イズミの新物流センターが稼動 ほか  
 ●WORLD **14**  
 顧客満足度調査 ウェグマンズと  
 トレーダージョーズが第1位に ほか  
 ●データで見る流通 **16**  
 “働くママ”の料理ニーズ  
 鈴木敏仁のアメリカントレンド **17**  
 第79回●新PB「プライスファースト」にみる  
 ウォルマートのぶれない企業文化  
 熊谷 徹のユーロトレンド **19**  
 第8回●独のスーパーで実験される、  
 スマホのアプリによる顧客案内システム  
 徐 向東のチャイナトレンド **21**  
 第6回●注目! シャオミのビジネスモデル  
 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章 **137**  
 第138回●緑まぶしく[8] 渡邊恒雄回顧録(4)

**PB調査レポート** **92**



**ブランド価値の戦いに勝てるパッケージデザイン**

坂元英樹 (プラダ副社長)

**MD EDITION** **99**

**特集●市場トレンド2015春・夏** **100**  
 ●2015年春・夏トレンド予測  
 ●商品部長インタビュー①  
 ユニー加藤大介食品本部ドライ食品部部長  
 「健康」がキーワードの商品を拡充  
 購買頻度の高い商品は価格訴求強める  
 ●商品部長インタビュー②  
 京王ストア神崎公仁営業本部商品第二部長兼衣料課長  
 こだわり商品を強化! 京王ストアらしさを打ち出し差別化を図る  
 ●小売業関係者が選ぶ  
 2015年春・夏 注目商品  
**カテゴリーフォーカス** **122**  
 ビール類メーカーマーケティング戦略/マヨネーズ  
**104週販促カレンダー** **129**  
 店頭プロモーション直前対策決定版! 4月  
**新製品情報** **134**  
**注目プロモーション** **135**

**NEW STORE REPORT**

ヨークベニマルひたち野うしく店 **43**  
 牛久市2号店、200店舗を達成!  
 フレンドマートMOMOテラス店(平和堂) **46**  
 商業施設の核テナント こだわり商品を強化  
 goozみなとみらい店(スリーエフ) **48**  
 「OBENTO MARCHE」にチャレンジ、インスタアFF強化型店舗  
**BON BON HOME木場店** **50**  
 「イトーヨーカ堂×バルス」の専門店誕生!