©ダイヤモンド・リテイルメディア2019 本誌掲載の記事、写真、イラストなどの無断複写（コピー）、複製（転載）を禁じます

2019年7月15日号 第50巻 第13号 通巻1161号

DIAMOND Chain Store

2019 7.15

www.diamond-rm.net/

Contents

特集●14社の「儲けの仕組み」

勝ちの組の総菜 39

COVER STORY ……40
総菜4つの儲けの型を推進せよ

ケーススタディ

CASE❶ ライフコーポレーション ……42
最高金賞に導いた
「自社発信型」商品開発とは!?
独自性の追求と主力商品の
磨き込みに注力

CASE❷ 成城石井 ……45
なぜ"高く"て
"見栄えがフツー"でも売れる!?
驚きの仕掛けとMDを徹底解説!

CASE❸ ヨークベニマル ……48
抜群の収益性と売場の変化をどう両立!?
商品開発と売場づくりの秘訣を分析!

CASE❹ マックスバリュ九州 ……50
開発手法を変えてヒット連発!
事業再編に向け製造面も改革

CASE❺ 阪急オアシス ……52
こだわり、つくりやすさ、利益の3つを追求した
「強い単品」づくりに注力

CASE❻ 平和堂 ……54
20%増目標!
増税を機に、天ぷらを売り込め!
旬の素材を工夫し季節感も表現

専門店編❶ 角上魚類HD（ホールディングス） ……56
提案次第で"魚離れ"は起きない!
鮮魚専門店が生み出す人気総菜の秘訣

専門店編❷ ヒライ ……58
ローカル総菜チェーンが圧倒的な商品力と
複雑な店舗運営体制を両立できる理由

CASE❼ ハローデイ ……60
専任バイヤーを設置し、精肉部門の総菜を強化
メニューのオリジナリティや量目にもこだわる

CASE❽ ぎゅーとら ……62
名物総菜2品が企業売上の1%超を稼ぐ
「独自性」テーマに売れ筋見直し

CASE❾ さとう ……64
弁当はすべてインストアに変えて、差別化推進
独自の検定制度で均質化を図る

CASE❿ マルナカ ……66
自社だけの素材、味わい、
調理を徹底して差別化
地場メーカーと組んできめ細かな地域対応も

CASE⓫ いちやまマート ……68
健康提案のパイオニアに学ぶ
売れる! ヘルシー総菜のつくり方

CASE⓬ 八百彦商店（スーパーヤオヒコ） ……70
ギガ弁、酒蔵コラボの唐揚げ、
究極の地産地消弁当…
他社にない商品で差別化実現!

THE INTERVIEW●東急ストア代表取締役社長
須田清 36
6期連続で既存店売上プラス成長!
21年2月期までに7店舗出店を計画

NEW STORE

新店戦略レポート●埼玉県川越市
ヤオコー川越今福店 29
新店でネットスーパーサービス初導入
定期開催の料理教室も実施

新店ピクトリアル●愛知県名古屋市
V・ドラッグ内山店（中部薬品） 32

新店ピクトリアル●茨城県潮来市
ベイシアスーパーセンター潮来店 34

連載

MARKET DATA INDEX
景気を読む 7

成田直人の
"ファンづくり"総研! 20

WORLD NEWS
シアーズ●新フォーマット出店を計画 ほか 22

有田英明の
食品スーパーパールネサンス! 24

鈴木敏仁の
アメリカントレンド 26

太田美和子の
ユーロトレンド 27

牧野武文の
チャイナ&アジアトレンド 28

ホットペッパーグルメ外食総研の
外食トレンド最前線 73

樽谷哲也の
評伝・渥美俊一「革命一代」第10章 94

MD EDITION

MDスペシャル
販促プロモーショントレンド 76

カテゴリーフォーカス
機能性ヨーグルト／冷凍米飯加工品 81

104週販促カレンダー 10月 88

新製品情報 92

注目プロモーション 93