

特集1

35

生鮮垂直統合食品

利は元にあります!

カバーストーリー	36
「川上」にさまざまな「利」を求める小売業	
PART①解説	
①PB売上高比率がポイント!.....	38
食品小売業が「ユニクロ」から学ぶべきこと 鈴木孝之(プリモ リサーチ ジャパン代表)	
②多様化する小売業のソーシングと パーティカルMDの進展.....	40
藤澤研二(江戸川大学社会学部経営社会学科教授)	

コラム●「川上」へと遡る小売業	43
③食品フォーマットのSPA化の要諦は 生鮮食品のPB化とグロサリー化である! 桜井多恵子(日本リテイリングセンター シニア・コンサルタント)	44
PART②CASE STUDY	
①イオンアグリ創造.....	46
グループの既存物流網活用で大幅なコストダウンが可能に	
②神戸物産.....	49
「安全・安心」商品の安定供給が第一義 規模拡大でコスト削減ねらう	
③パロー.....	52
「小売業から流通業への進化」を掲げてSPA化に取り組む	
④阪食.....	55
産直商品を拡充! 加工度を高め、独自の品揃えを構築する	
⑤イトーヨーカ堂.....	58
店舗の食品残さを堆肥化した循環型農業 「セブンファーム」農場を拡大中	
⑥東急ストア.....	60
青果バイヤーが農場に常駐 商品開発で農家と協業する 「東急ストアファーム」	
⑦マルエツ.....	62
物流センターを刷新! PC活用で商品開発力高める	
⑧サミット.....	64
店内加工で半調理品や即食商品を提供 「食事の材料の提供業」の機能高める!	
番外編●イー・ピーカンパニー	66
生販直結のビジネスモデルで急成長 自社で養鶏場や定置網漁も行う	

NEW STORE REPORT SPECIAL 18



東京ソラマチ

「東京スカイツリー」の足元に
巨大商業施設が開業!

編集部の
ホント

特集2 73

編集長の
ホント

クロスMD新潮流2012

- カバーストーリー
注目! メーカーコラボ型クロスMD
- 商品部長特別インタビュー
池野賢司 マルエツ取締役執行役員 営業統括 生鮮商品統括部長兼日配食品部長
52週マーチャンドライジングの深耕で販売力を強化する!
- ケーススタディ
メーカーコラボ型のクロスMDが流行中!

▶「アメリカの今は、日本の10年後」という見方がある。流通先進国の米国は、日本の10年先を走っているという意味になる。百貨店やゼネラルマーチャンドライズストアが衰退業態になり、業態内の寡占化が進み、競争がボーダーレス化する…など確かに思い当たる節は多い。▶そして、食品スーパー業界もなやら米国を追随しているような感じになってきた。たとえば、米国2位の流通業クロウガーの傘下には、クロウガーのほか、ラルフス、フード4レス、フライス、フレッドマイヤーなどかつて“地域の雄”として輝きを見せてきた企業が名を連ねている。セーフウェイ傘下にはセーフウェイ、ドミニクス、ボンズ、パピリオンス…。スーパーバリュ傘下には、アルバートソンズ、ジュエルオスコ、ラッキーなど。▶その姿を日本の食品スーパーに当てはめれば、ラルズ、福原、ふじ、ユニバース、ジョイスなどの連合「アークス」であるし、各地域の有力スーパーを結集してきた「マックスバリュ」グループである。びっくりするような合従連衡も米国の歴史と照合していけば、実は、“いつか来た道”であつたりするのである。

「CSA編集長のBLOG」(検索)でバックナンバーとオリジナル(毎日更新)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・ショッパーズ・プログラム
- GMS:ゼネラル・マーチャンドライズストア
- 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:マーチャンドライズ
- 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・キープ・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 adopted from magazines and newspapers shown above (published in the United States of America by Leiber-Friedman Inc.) under agreement granting executive Japanese language rights to such material to Diamond Friedman Co. Ltd.

NEW STORE REPORT



ベストプラクティス	22
遠鉄ストアフードワン高林店	24
ドミナントを深耕、浜松市中区でシェアアップをねらう	
ヤマナカ鳥居松店	26
次世代の「ヤマナカ」を担うトライアル店舗	
阪急オアシス御影店(阪食)	28
「高質食品専門館」2号店を最新店舗に改装	
ライフ塩草店	30
大阪市中心部に新店を出した都市型SM	
ズームアップ精肉/総菜	32

MD SPECIA EDITION 86

2011年度下半期注目カテゴリーランキング特集
POWER CATEGORY 2012

- 売場活性化の視点
震災後丸1年の消費動向を見極め、成長軌道に進路をとろう!
- 食品
中華調味料/ルウカレー/漬物/お茶漬けの素/インスタントカップ麺/風味調味料/マヨネーズ/スパゲティ/低カロリー甘味料/ドリンク剤/チルドカップコーヒー/牛乳/紅茶ドリンク/ヨーグルト/食パン/ビスケット・クッキー/ガム/ドレッシング
- 酒類
ビール/ワイン(果実酒)/ウイスキー/RTD(缶チューハイ・缶カクテル)/新ジャンルアルコール飲料/ノンアルコールビールテイスト飲料/日本酒
- 雑貨
ハンドソープ/トイレ用芳香剤/ティシュペーパー/室内用芳香剤/防虫剤/除湿剤/たわし・スポンジ/家庭用手袋/大人用紙オムツ/身体洗い用品/ローソク/犬用品・用具/キャットフード

連載

データで見る流通	9
CM好感度に見る消費者マインドの変化	
震災を機に本質重視へシフト	
景気を読む	10
外食、震災による不振から回復基調	
CSA FRONTLINE	11
イオン、全国約1200店で午前7時開店 ほか	
吉田涙子のアップ・トレンド	13
機械オンチのわたくしが家電を購入してきた理由は…	
CSA WORLD NEWS	14
ターゲット●スマートフォンアプリ活用し来店誘導 ほか	
CSA INSIDER	15
ファミリーマート、DgS企業とのFC展開を推進 ほか	
鈴木敏仁のアメリカントレンド	69
第49回●成長が止まらない! アマゾンの脅威	
ロイ・ラーケのユーロトレンド	70
第30回●英国内での成長が鈍化するTescoの再成長戦略	
太田美和子の流通英語のABC	71
SCENE 30●理解を示す	
CSA BOOK REVIEW	72
流通人の1冊	
たいらや 村上篤三郎社長 ほか	
樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第4章	177
第78回●猛き息吹[12]「全寮制復活宣言」	

MD EDITION 164

104週販促カレンダー	165
店頭プロモーション直前対策決定版! 7月	
MD FOCUS・食用油	170
特別連載 食品SMヒット特売商品の法則	172
第2回 ヨーグルト	
新製品アクセス情報	173
注目プロモーション	174
トレードスキャン・ユウキ食品/大正製薬	175