

特集1 ● 組合員の維持・深耕、創造!

編集長の  
オススメ

43

# 生協 VS マーケティング

|  |  |
|--|--|
| <b>カバーストーリー</b> .....44                                    | <b>④ユーコープ事業連合</b> .....59                |
| 組合員の需要喚起をねらい、生協がマーケティングに挑む!                                | 利用促進をねらい「ペルソナ」を設定<br>満足するような商品やサービスを考案する |
| <b>PART①特別インタビュー</b> .....46                               | <b>⑤大阪いずみ市民生協</b> .....62                |
| <b>矢野和博</b> 日本生活協同組合連合会専務理事<br>生協が存続し続けるためのマーケティング力が問われている | ドラスティックな事業改革で不振脱する 出店攻勢に転じ成長戦略描く         |
| <b>コラム</b> .....49   | <b>⑥コープこうべ</b> .....64                   |
| 利用者が増加する「eフレンズ」<br>コメント閲覧や特売商品の販売機能が好評                     | インターネット事業を強化し、若年層の定着と組合員化をねらう            |
| <b>PART②生協のマーケティング戦略ケーススタディ</b>                            | <b>番外編</b> .....66                       |
| <b>①コープさっぽろ</b> .....50                                    | 日生協●「コープ商品」開発に新たな方向性<br>シニアと働く女性がターゲット   |
| 若年層の新規獲得・定着化に注力して事業の継続図る                                   | <b>PART③マーケティングに挑む! 生協のいま</b>            |
| <b>②みやぎ生協</b> .....53                                      | <b>生協アンケート調査</b> .....67                 |
| 組合員組織率は全国トップの70%超!<br>独自商品で競合と差別化図る                        | 「子育て層」に照準! 課題は「商品」「宅配」「SNS」              |
| <b>③コープネット事業連合</b> .....56                                 | <b>経営指標ランキング</b> .....70                 |
| 子育て世代と60歳代に照準!<br>ターゲットに合わせたカタログ戦略が奏功                      | 宅配が好調で増収増益となるも、店舗事業は苦戦が続く                |
|  | <b>PART④生協への提言</b> .....72               |
|  | 独自性を打ち出せ! ヒントは「無印良品」にある                  |

THE INTERVIEW PLUS 78



麒麟ビールマーケティング  
代表取締役社長

## 植木 宏

営業機能を統合した  
新会社で  
最適な提案を実現する!

REPORT 28

編集部の  
オススメ

増増 上場小売業3~8月期  
**決算レポート**

増減 増減

SM・GMSが苦戦  
震災特需の反動で収益悪化

▶ 創業経営者はフリーハンドである。自分の大きな夢を事業という形に具体化して、邁進するのみだ。奇想天外な発想は、時に市場に受け入れられず、撤退しなければならないこともあるだろう。だが、自分の信念にしたがい起こした事業だ。失敗しても諦めはつくというものだろう。▶ それに比べて、同じ「経営」という括りにあっても、リストラ(事業の再構築)執行とは甚だつまらないものだ。手枷足枷にがんじがらめにされ、「なんでもあり」の状態では、事業を推し進めることができないからだ。既存の体制の中で起死回生の一打を打たなければならないけれども、冷蔵庫の残り物でつくることのできる料理は限られている。▶ 「リストラに臨まなければならないのに、まだ夢を見ている経営者が多い」と嘆くのは、ある証券マン。「安売り原資など捻出できない財務状況であるにもかかわらず、『ディスカウントストアで勝負したい』なんて平然と言ってくる。だからダメなんだと思ってしまう」。ファーストリテイリング(山口県)柳井正CEO(最高経営責任者)の新著のタイトルは『現実を視よ』。経営者もいま置かれている現実を直視する必要がある。

[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
- 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・ダイジング
- 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
- 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 Lebher-Friedman Inc.) under agreement granting executive Japanese language rights to such material to Diamond Friedman Co. Ltd.

特集2 81



ヘルスケア食品スーパー  
**最新無・減  
マーチャント  
ダイジング**

「無・減」市場トレンド ..... 82  
CASE STUDY①ダイエー ..... 84  
CASE STUDY②いちやまマート ..... 85

NEW STORE REPORT



- マックスバリュ平塚真田店**(マックスバリュ東海) ..... 32  
100号店達成! お客の用途に合わせた売場づくりが定着
- ヨークベニマル名取バイパス店** ..... 34  
都市生活者をターゲットに「売場提案」を強化
- 阪急オアシス西田辺店** ..... 36  
スケルトンタイプの天井を導入し、開放感を演出する小型店
- アピタ敦賀店** ..... 38  
全面改装を行い、提案型の売場を導入
- ina(いな)21西武入間ぺぺ店**(いなげや) ..... 40  
生鮮カテゴリーキラー撤退跡の商業施設に居抜き出店

連載

**データで見る流通** ..... 5  
食品の売上拡大のカギは、単身世帯の需要取り込みにあり

**NEW STORE INFORMATION** ..... 20  
新店情報

**CSA FRONTLINE** ..... 22  
ベシア●千葉県内に在庫機能を備えた  
常温の物流センターを開設 ほか

井本省吾の**流通時評** ..... 24  
総合スーパーの変貌

**CSA WORLD NEWS** ..... 25  
ユニクロ●米国西海岸で「バーチャル試着室」を導入 ほか

**CSA INSIDER** ..... 26  
マルヤ●ゼンショー傘下で再建なるか ほか

鈴木敏仁の**アメリカントレンド** ..... 74  
第53回●プライベートブランドのタブレット端末を投入する  
米トイザラスの思惑

ロイ・ラーケの**ユーロトレンド** ..... 75  
第34回●小売業のプロモーションが変わる!

太田美和子の**流通英語のABC** ..... 76  
SCENE 38●意見に賛同する

**CSA BOOK REVIEW** ..... 77  
ビジネス書ランキング

樽谷哲也の**評伝・渥美俊一「革命一代」第4章** ..... 121  
第86回●猛き息吹[20]東京学生同盟事務局長に就く

MD EDITION 89

**パワーコンセプトノート** ..... 90  
売場づくりのヒント 1月

**特別連載 食品SMヒット特売商品の法則** ..... 95  
第10回 ドレッシング×野菜

**MD FOCUS** ..... 96  
生クリーム/鍋物調味料(売場調査編)/ココア/即席めん

**MD PLUS** ..... 114  
ロコモ

**新製品アクセス情報** ..... 118

**注目プロモーション** ..... 119

**トレードスキャン・オランダ農業振興会** ..... 120