

特別企画

我が国主要小売業態における
東日本大震災の影響と今後の方向

- 4 百貨店 月泉 博
- 10 食品スーパー 川崎博之
- 16 コンビニエンスストア 清水俊夫
- 22 ホームセンター 高橋直樹
- 28 ドラッグストア 日野真克
- 34 ネット通販 柿尾正之
- 40 我が国主要小売業態における東日本大震災の影響と今後の方向 佐藤 聖

特別報告

- 44 注目される海外流通企業をレポートする⑩
独自路線を貫き成長を続けるノードストローム ジェイ広山

国際流通標準の動き

- 52 GS1 & EPCglobal レポート

国内の動き

- 56 流通政策の動き
- 57 産業界の動き

センターニュース

- 59 一般財団法人への移行等について

流通レーダー

- 60 小売業
- 61 総合政策
- 62 物流
- 63 海外

調査研究

- 64 新規出店訪問⑥
シンクス 渋谷大改造計画の新しい橋頭堡・
ヒカリエの顔として姿を現した SC 新業態 田中真理子
- 68 RFID を利用したベッドサイドでの注射安全管理システム 近藤克幸
- 流通情報システム化先進事例
- 72 食品包装資材の取引における GS1標準の利用 森 修子
- 流通情報システム化先進事例
- 76 外食産業企業向け食品における商品識別と
情報交換業務の現状調査と方向性 山口範行、岩崎仁彦



我が国主要小売業態における 東日本大震災の影響と今後の方向

東日本大震災による小売業の被災状況や復旧への取組み、ライフラインとして果たした役割、震災後の売上げの変化等震災の影響を紹介し、今後の方向を探る。

「百貨店」では、百貨店の既存店売上高は、震災直後、史上2番目の大幅な落ち込み幅に見舞われた後、スーパーを上回る回復ぶりを見せているが、専門店の台頭、業態間競争の激化、百貨店を支持する大衆層の崩壊等の構造的な問題があると指摘し、そうした中で、独自の思想と戦略で活路を見いだそうとしているのが老舗系ビッグスリーであるとし、その具体的な取組みを詳しく紹介する。

「食品スーパー」では、スーパーマーケット各社の震災直後の営業の継続や再開の状況、被災したスーパーマーケットの従業員の使命感、物流機能の回復への取組みと商品供給の混乱状況等を具体的に紹介した後、計画停電と電力使用制限令への節電対策等の対応、震災で顕在化した高齢化社会への対応、スーパーマーケット業界の上位集中化の見通しと震災を契機とした業界再編の動き等を紹介する。

「コンビニエンスストア」では、コンビニエンスストアは震災時のライフラインとしての存在意義を認識されたとして、物流網や通信回線の寸断等、震災による被害の状況とそれへの対応、個々の店舗への影響と商人としての使命を果たした店舗のオーナー、ライフラインとして果たした具体的役割を紹介し、震災後のコンビニエンスストアの方向性について、価格競争への対応、客層の拡大策、狭小商圈化への対応等、様々な観点から分析している。

「ホームセンター」では、ホームセンター業態は震災によって、



「災害対策産業」としての自らの使命・役割を再認識しただけでなく、さらに地域に根ざしたローカルホームセンターの役割を再認識したとして、それぞれ具体例を紹介し、被災地域の人口減少に伴う大都市周辺での競争の過熱を予想し、震災を契機とした本部と店舗との関係の見直しを示唆し、商品の調達と物流における対応と課題等を紹介する。

「ドラッグストア」では、ドラッグストアの震災以降1年間の既存店売上げはおおむね前年を上回ったとし、地域の生活と雇用を守るリアル店舗の価値を強調し、ツルハグループにおける被災店舗の復旧への具体的な取組み、震災の直接の被害の他に原発事故の影響も受けた福島県いわき市の「くすりのマルト」の地域医療の担い手としての奮闘ぶりを紹介し、また、この震災によりSKU数の絞込み等の構造転換が加速したと指摘する。

「ネット通販」では、ネット通販企業の被災状況と対応、被災地へのバックアップ的企画の推進、義援金や支援物資の配送等積極的な支援の取組み、震災後のテレビCM等メディアの動向とネット通販の状況、通販を支える配送企業各社の救援物資配送等の復旧へ向けた献身的取組み、震災を契機に増大したソーシャルメディアの存在感等を紹介し、ネット通販の特質と今後の方向性を分析する。

総括として、「我が国主要小売業態における東日本大震災の影響と今後の方向」において、東日本大震災の与えた影響等を論じ、国・地方自治体等の緊急時物資供給対策を概観した後、東日本大震災後の業態別対応について、各論文の要点を紹介しながら、全体を総括する。