

# 【特集】 Small Supermarket Age

## 「コンビニ消費への逆襲」アンダー1000㎡開発戦略

月刊商人舎 2017年12月号の主な内容：

- ◆巻頭論「City Super-Marketing 時代来る!」結城義晴
- ◆[Long Long Interview] サミット社長 竹野浩樹  
この2年間の「原因(Cause)と成果(Effect)」を語り尽くす!
- ◆[Long Long Monologue] 万代社長 阿部秀行  
「売ったことない奴は売り方を知らん」
- ◆[Strategic Eye] ヤオコー社長 川野澄人  
都市型小型店「八百幸成城店」の戦略的意味
- ◆ケーススタディ：

- [店舗研究Ⅰ] サミットストア下馬店
- [店舗研究Ⅱ] 万代郡津店
- [店舗研究Ⅲ] 万代塚本店
- [店舗研究Ⅳ] 八百幸成城店
- [店舗研究Ⅴ] ライフ堂島大橋店

- ご注文の翌営業日には発送いたします。  
\* 1～6冊の場合：レターパック360 (360円・税込)  
\* 7冊以上ご注文の場合：送料サービス
- ご請求書は商品と同送または商人舎より後日送付いたします。  
代金は指定口座へお振込みください。



2017年11月7日、八百幸成城店の意味、またその、都心部スモール・スーパーマーケットの論議が掲載された。そしてスーパーマーケットは少なくなった。しかし1979年、大規模小売店舗法の第二次改訂が行われ、規制緩和の意図を主眼とした「アンダー1000㎡」の店舗が、全国のローカルチェーンによって前後の勢のように出現した。その後、多様な形を繰り返した。大規模店舗立地法が施行された2000年から、店舗更新規制は緩和される。しかし世は都心の店舗のコンビニエンスストア時代を迎えていた。そして2007年、アメリカから「ミニスーパー」あるいは「ネイバーフッドマーケット」が出現すると、かつてのSmall Supermarketを存んで、日本のトップ企業が小売店舗開発に着手し始めた。イギリス本国におけるアスコエクスプレスからの話も、日本のマーケットに大きく影響を与えた。そのうち、コンビニエンスストアが一つの旗手となった。そんな2017年、コンビニで買われた日本全国の小売店舗消費マインドを追い風に、トップ・スーパーマーケットの殻からの脱殻となって、大都市中心部に思いが定めたのは、雑誌がトピックの「アンダー1000㎡」にちなみ「サブロー・ミニ・スーパー」がネットストアの戦略的店舗。それぞれの計画と工夫によって、300坪以下のスーパーマーケットが開発されている。取材してきて、今更こそ、これはモバになりそうなる予感はあるのだが……。

【お申込み・お問合せ先】

(株)商人舎事務局 担当：鈴木・城山(きやま)  
TEL:045-350-6651 FAX:045-313-1261  
Email : magazine@shoninsha.co.jp

月刊『商人舎』2017年12月号(2017年12月10日発売号) 本体価格1,500円(税別)を

冊申込みます。

貴社名			
送付先住所・Tel	〒		
	Tel		
申込ご担当者	部署	氏名	
	連絡先Tel	Email	
備考欄			

\* FAX をいただき次第、事務局より確認のご連絡をさせていただきます。