

## 平成 28 年度 事業報告書

### I. 平成 28 年度事業の概況

### II. 事業別の活動実績

1. 研究開発事業
2. 政策調査事業
3. 人材開発事業
4. 情報サービス事業
5. 調査・コンサルティング事業
6. その他

## I. 平成 28 年度事業の概況

平成 28 年度の我が国経済は、雇用・所得環境が改善し、緩やかな回復基調が続きました。ただし、個人消費及び民間設備投資は、所得、収益の伸びと比べ力強さを欠いた状況となりました。

こうした中、公益財団法人流通経済研究所は、流通・マーケティングに関わる重要課題の解決に貢献し、我が国経済の好循環の進展に資するべく、研究開発・政策調査・人材開発・情報サービス・調査コンサルティングの各事業活動を実施しました。

### <研究開発事業>

店頭研究分野では、「Shopper & Merchandising Development :SMD 共同研究機構」として、リテールテクノロジーの活用、ショッパーの変化とオンラインチャネルへの対応など、新たな流通変化に関する研究調査を行うとともに、インスタ・マーチャンダイジングをより進化させるための消費者調査やビジュアル・マーチャンダイジングの研究を行いました。

「テーマ別研究会事業」では、メーカーの量販チェーン政策、ショッパーマーケティングの具体的展開、ID-POS データの戦略活用等について、専門的な研究を実施しました。

### <政策調査事業>

政策調査事業としては、ビッグデータを用いた統計指標開発、食品ロス削減に向けた商慣習見直しとフードバンク活用、食料品アクセス問題の改善等に継続的に取り組みました。また、農業・地域振興への取り組みを強化し、生鮮流通構造の見える化事業として、生産者と実需者・卸売市場をオンラインでつなぐマッチングシステムを開発しました。

### <人材開発事業>

人材開発事業では、流通ビジネススクール公開講座として、「店頭マーケティング関連領域」、「メーカー等の営業・流通戦略領域」における基礎・中級・上級の各種プログラムを企画・実施しました。

また、財団設立 50 周年を記念して“流通・マーケティングにおけるイノベーションの展望”をテーマに「流通大会」セミナーを開催するとともに、各種の戦略テーマに応じたセミナーを実施しました。

### <情報サービス事業>

情報サービス事業では、機関誌「流通情報」を発刊するとともに、消費者購買行動分析など複数の研究調査レポートを作成しました。

### <調査コンサルティング事業>

民間企業個別の委託として、メーカーの営業・流通戦略、流通業のマーチャンダイジング戦略に関わる複数のプロジェクトを実施しました。また、農業関係団体に対するマーケティング支援

プロジェクトを実施しました。

平成 28 年度事業収支に関しては、事業収入は 480 百万円と前年より増加し、経常増減額は 20 百万円弱のプラスとなりました。

## II. 事業別の活動実績

### 1. 研究開発事業

#### (1) 店頭研究開発事業

店頭研究開発事業では、「Shopper & Merchandising Development : SMD 共同研究機構」として、ショッパーの購買実態と今後の変化を研究対象の中心と位置づけ、中長期的な視点でマーケティング・マーチャンダイジングの改善・革新に貢献する製配販の共同研究プロジェクトを行っています。消費者や小売業態の環境変化に対応した、マーケティング戦略、販売戦略等に応用できるような、プロジェクトに参画する製配販の企業からの意見を踏まえた形で、研究調査を進めています。

平成 28 年度は 4 つの研究領域において、11 の研究テーマを設定して研究調査を実施しました。

研究領域の 1 つめは、「消費財流通をとりまく社会制度の変化」とし、社会制度の変化が消費財流通に与える影響を予測し、製配販の対応方向性を検討しました。

2 つめの研究領域は「ショッパーマーケティングにおけるリテールテクノロジーの活用」として、センサー技術やスマートフォンアプリなど進化するリテールテクノロジーの活用により、将来の店頭施策がどのように変化するかを検討するために、店頭における実証実験を含めた研究を行いました。

3 つめの研究領域は「ショッパーの変化とオンラインチャネルへの対応」として、高齢者や有職女性といった購買力のある重要なショッパーセグメントの購買行動や意識を捉える研究をしました。また、近年増加するインターネットを通じた購買が業態選択に与える影響等も研究しました。

4 つめの研究領域は「インスタ・マーチャンダイジング基礎研究」として、従来から店頭研究で推進してきたインスタ・マーチャンダイジング（ISM）の領域にビジュアル・マーチャンダイジング（VMD）を新たに加えて研究を推進しました。また、チェーンイメージというショッパーの評価を捉えるための研究を行いました。

研究領域／内容
研究領域① 消費財流通をとりまく社会制度の変化
1) 消費税増税と軽減税率導入の影響分析
研究領域② ショッパーマーケティングにおけるリテールテクノロジーの活用
1) Beacon（ビーコン）を活用した販売促進施策の実証研究
2) 定番売場におけるショッパーの視認に関する研究
研究領域③ ショッパーの変化とオンラインチャネルへの対応
1) カテゴリー購買時の業態選択に関する研究
2) 高齢者の購買行動と意識に関する研究
3) 有職女性の購買行動に関する研究

<p>4) 食品スーパーが取り組む新MDとショッパーの購買行動に関する研究</p> <p>研究領域④ インストア・マーチャダイジング基礎研究</p> <p>1) 有力小売業のチェーンイメージに関する研究</p> <p>2) 小売業のチェーンイメージ形成に向けたカテゴリーの役割に関する研究</p> <p>3) 食品日用品小売業におけるビジュアル・マーチャダイジング(VMD)の研究</p> <p>4) 計画・非計画購買調査(SM業態)</p>
<p>データ分析提供サービス</p>
<p>(1) 日別POSデータ分析</p> <p>(2) レシートデータ分析</p> <p>(3) FSPデータ分析</p>

## (2) テーマ別研究会事業

テーマ別研究会事業は研究の中心テーマを設定して会員を募り、月1回程度研究会を開催して研究成果を報告するものです。研究会は、研究スタッフによる情報収集・研究、また外部講師の講演により、それぞれの分野について情報提供しています。

### ① 量販チェーン政策研究会

メーカーの視点で市場、流通の変化をウオッチし、どのような対応をしていくべきかを検討し、提案しました。また各種の制度面での変化についてもメーカーとしての対応のあり方を提言しました。

研究テーマ	内 容
流通環境の変化と課題	<p>(1) 消費および物価の最近の変化、日経小売業調査</p> <p>(2) 消費税引き上げ延期公表後に実施された物価モニター調査から</p> <p>(3) 流研による2025年の主要業態別食品販売額予測の検討</p> <p>(4) 日経1万人ネットライフ調査に見られるネット消費の変化</p> <p>(5) 2017年の展望と課題：ディープな高齢社会への対応とヤングファミリー層開拓、生産性向上</p>
チェーン小売業を中心とする流通の動向研究	<p>(1) GMS、SM、CVS、DGS、HCの2016年2・3月期決算、2017年2・3月期中間決算、第3四半期決算、アマゾン、楽天の16年度決算</p> <p>(2) 大手コンビニの商品開発の「これまで」と夕夜間強化などの「これから」</p> <p>(3) 生協の宅配事業の現状と課題</p> <p>(4) ハードDSの現状と今後の課題</p> <p>(5) アマゾン・プライムデーなどのポイント</p> <p>(6) ファミマFC契約変更とその影響</p> <p>(7) CVS業界の動向と将来：ファミリーマートとCKSの統合はどうなるのか、三菱商事のローソン子会社化</p>

	(8) アマゾンのプライム戦略 (9) 高質SMの商品政策 (10) 商社のリテイルビジネス (11) 生協のマーケティング部のデータ活用
メーカーの流通 政策研究	(1) 2017年のイベントとメーカーが何ができるかの強制発想 (2) 食品メーカーのエリアマーケティング

## ② ショッパーマーケティング研究会

主要小売チェーンの売場づくりのトレンドやショッパー（購買者）の動向を捉え、メーカー・卸売業の売場提案や販促企画に役立つ情報を提供することを目的に、下記3領域について研究・報告を行いました。

研究テーマ	内 容
リテラーの「売場・店舗が直面する課題」と課題解決に向けた戦略事例の研究	(1) 売場が直面する今日的課題と、課題解決の方向性 (2) 注目のショッパータイプ（有職女性など）の買い物意識と売場づくりの対応事例 (3) ショッパー視点のプロモーション事例 (4) 米国でのショッパーマーケティングの最新動向 (5) 注目の新店、リニューアル店舗に見る、売場づくりの方向性の考察
効果的な売場づくりや、販売・マーケティング事例の研究	(1) ショッパーの「日常の買い物」に関する意識・困り事や、買い物において重視度を強めていることの考察 (2) 成果を挙げた売場づくりの事例や、マーケティング事例の研究
ショッパーの業態・店舗選択行動の研究	(1) 消費者の業態利用状況 (2) 消費者のカテゴリ別業態使い分け (3) 消費者の業態への評価 (4) 消費者の業態別主利用チェーンとチェーンへの評価

### ③ ID-POS データ活用戦略研究会

近年の小売業における競争の激化にともない、ID-POSデータの戦略的な活用への期待が高まっています。本研究会は、メーカー・卸売業が、取引先小売業に対してより効果的なMD提案や商談資料作成のために、ID-POSデータを分析・活用する知見について研究を実施しました。

研究テーマ	内 容
MD提案・商談へのID-POSデータの効果的かつ効率的活用の定石を構築する	(1) ID-POS データ開示の現状（小売アンケート・ヒアリングから） (2) MD や販促の精度を上げるための最適なセグメンテーション手法 (3) カテゴリーの評価のための外部データ活用 (4) 顧客セグメントに基づく店舗クラスターへの対応 (5) 商品起点での提案における ID-POS データ活用の流れ (6) 自社製品の位置付けーデシル、セグメントそれぞれの使い方 (7) ID-POS データで見るシニアショッパーの特徴 (8) ID-POS データによる店舗別カテゴリー課題発見 (9) ID-POS データを活用したプロモーション効果

### ④ 情報連携ワークショップ・ワーキンググループ

製配販の効果的な情報連携を実現するべく、参加者（事業者）間の創発を通じて、各層単独では解決できない課題の解決や未来への協働を目指した活動です。各回異なるテーマに関する講演と意見交換を行う「ワークショップ」と特定テーマに特化して年間で継続的な検討を行う「ワーキンググループ」の2つを開催しました。

種別	内 容
ワークショップ	下記テーマについて4回のワークショップを開催いたしました。 (1) 製・配・販連携の現状・課題・今後の方向 (2) 店舗営業力強化に向けた企業間情報連携の方向性 (3) 電子決済がもたらす流通の未来 (4) オムニチャネル・ネット流通における消費者コミュニケーションと小売業・サプライヤーの情報連携の方向性
ワーキンググループ	下記テーマについて年間10回の検討会と自主分科会を開催しました。 (1) 電子レシートによる情報連携に向けた研究 (2) 災害時における EDI の研究 (3) 情報連携効果拡大のための簡易的（シンプル）EDI の検討

### ⑤ 日用品共同物流研究会

日用品メーカーの共同物流に参画するメーカーと物流関連事業者をメンバーとし、物流最適化に向けて情報共有・研究調査・提言を行うため、平成28年度より、日用品共同物流研究会をスタートしました。研究会では下記活動を実施しています。

テーマ	内 容
共同物流の実績・効果に関する情報共有	(1) 配送数量・保管数量の実績共有 (2) 物流品質（配送・保管・情報システム）の実績共有
共同物流効果の検証	(1) 共同配送効果の検証 (2) 共同保管効果の検証
物流連携の改善・改革のための研究・課題解決	(1) 納品・荷渡し条件の調査 (2) 納品時の付帯作業の調査 (3) 課題解決に向けた方向性の検討

### (3) 製・配・販連携協議会

サプライチェーン上の様々な課題を解決するために、メーカー（製）、中間流通・卸（配）、小売（販）の各企業が協力して取り組む事を目的とした協議会です。平成 22 年より、経済産業省の支援のもと、流通システム開発センターとの共同事業として実施しています。

本年度は、加工食品 WG、日用品 WG にて、継続的に返品削減・配送効率化を推進するとともに、商品情報多言語フィジビリティスタディプロジェクトを通じて、訪日外国人旅行者に商品情報を提供する具体的な方策について議論を進めました。平成 29 年 7 月にフォーラムを開催し、平成 28 年度の取組成果の発表を予定しています。

種別	検 討 内 容
加工食品 WG	(1) 返品削減のフォローアップ ①返品削減実施計画の進捗確認 ②返品実態調査の継続実施 (2) 返品削減の事例共有・手引書の普及促進 (3) 配送最適化の事例共有・手引書の普及推進（加工食品・日用品共通） (4) 優良事例の表彰制度（加工食品・日用品共通）
日用品 WG	(1) 返品削減のフォローアップ ①返品削減実施計画の進捗確認 ②返品実態調査の継続実施 (2) 返品削減の事例共有・手引書の普及促進 (3) 配送最適化の事例共有・手引書の普及促進（加工食品・日用品共通）



	(4) 優良事例の表彰制度（加工食品・日用品共通）
商品情報多言語 フィジビリティ スタディ	(1) 商品情報多言語化アプリの開発 (2) ドラッグストア・コンビニエンスストアでの店頭実験 (3) 情報提供基盤のあり方の検討

## 2. 政策調査事業

政府等公的機関からの委託事業・補助事業として、各分野の流通政策・産業政策に関する調査研究等を実施しました。本年度は下記の委託事業を実施しました。

### (1) 流通政策・産業政策関係

テーマ	委託元等	内 容
「新しい経済産業指標開発コンテスト」の企画・運営・報告書作成	経済産業省、PwCあらた有限責任監査法人、(株)エヌ・ティ・ティ・データ	経済産業省の委託事業を、PwCあらた有限責任監査法人、(株)エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所からの再委託で、ビッグデータを活用した新しい経済産業指標の開発を目的としたコンテストを企画、運営し、成果を報告書にとりまとめました。学术界や産業界の幅広い分野で活躍する、優れた技術やアイデアを持った参加者により、ビッグデータを活用した経済産業指標開発の可能性が示されました。
食品関連事業者による食品ロス削減の促進事業	農林水産省	食品産業における食品ロス削減を促進するため、商慣習の見直し等により食品ロスが削減された取組等を分析・整理し、その内容を広く普及しました。平成28年11月から平成29年2月にかけて、全国4カ所（東京、名古屋、大阪、福岡）で研修会を開催した。4回合計で443人を動員しました。
国内フードバンクの活動実態把握調査及びフードバンク活用推進情報交換会事業	農林水産省	フードバンク活動の適正な運営、積極的な活用により食品ロスの削減につなげることを目的として、①現在活動しているフードバンク活動団体の把握、②フードバンク運営上の課題等の整理、③フードバンクの活動を推進するための情報交換会、を実施しました。情報交換会は、全国8会場で情報交換会を開催、290名を動員しました。
職業能力評価基準の改訂及び活用ツール開発のための企業調査	厚生労働省・中央職業能力開発協会	厚生労働省が整備する「職業能力評価基準」（業種毎に求められるスキルを体系化したもの）の卸売業分をリニューアルするため、企業調査等を実施しました。

食料品アクセス問題対策検討事業	農林水産省	食料品の購入などに不便や困難をもたらす「食料品アクセス問題」を改善するために、課題を抱える地域ごとに事業者及び有識者による協議会を結成し、対策方法を検討しました。方策の策定にあたっては、地域特性を考慮しながら、「買い物」という行動を軸として、「食」を中心とした総合生活支援の視点を持って進めました。なお、平成28年度は、広域と狭域での支援を行い、広域としては新潟県、群馬県と連携したセミナー等の開催を実施しました。狭域としては、長野県伊那市、新潟県新潟市南区と連携し、協議会を開催すると共に、地域の実態を把握するための調査を行いました。最終的には、今までの取り組みで得られたノウハウと買い物困難者対策スタートブックとして取りまとめました。
-----------------	-------	---

(2) 農業・地域振興関係

テーマ	委託元等	内 容
生鮮流通構造の見える化事業	農林水産省	農林水産物の生産者の所得向上と出荷先の選択肢を増やすべく、生産者と実需者（小売業、飲食業のバイヤーや一般卸売業等）をオンラインでつなぐマッチングシステムを構築しました。また、同システムにて、生産者が出荷する卸売業者を選択できるようにするため、市場内卸売業者とのマッチングの機能も付加しています。 今回、構築したオンラインマッチングサイトは「agreach（アグリーチ）」という名称（商標出願中）でβ版として公開しました。生産者とバイヤー卸売市場の情報共有とマッチング促進に向けて運営も強化していきます。
山形県 首都圏 販路拡大プロジェクト	山形県	山形県の農林水産物を原材料とした加工食品の首都圏での販路拡大を支援しました。具体的には、首都圏小売業へのアプローチの実施、小売業バイヤー、飲食店舗展開企業とのマッチング等を実施しました。
静岡県産農産物流通実態調査	静岡県	静岡県産農産物のマーケティング活動を推進するために、静岡県産わさびとメロンについて調査を行いました。具体的には、卸売市場の卸売業者に対するヒアリングと、小売業者等へのアンケートを行い、これをもとに、上記二品目のマーケティング戦略を提案しました。
新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習	農林水産省 ・（一社）アグリフュ	（一社）アグリフューチャーが農林水産省の補助を受けて実施した全国の農業者に向けた経営力・マーケティング力向上のための教育講座において、運営・開催を共同事業者として支援を行いました。具体的には、青森県、新潟県、群馬県、

得支援事業	一チャージ ジャパン	大分県、都内で開催した農業経営力養成講座のコーディネーター、運営、講義を実施しました。
-------	---------------	---

(3) 業界団体、その他

テーマ	委託元等	内 容
石油製品販売業 経営実態調査	(一社) 全国石油協会	石油販売業者の経営近代化、合理化、効率化に資することを目的に、石油製品販売業者の経営状況について、アンケート調査によるデータ収集を行って集計・分析するとともに、これらの結果を判り易い資料として編集・掲示しました。 (1) 経営組織 (2) 仕入・販売状況 (3) 財務状況 (4) 労務関係状況 (5) 異業種進出・転換事業計画 (6) 経営上の課題
食品輸出マーケティング・スクール	(独法) 日本貿易振興機構	地域の食品・農林水産物輸出事業者を対象に、海外輸出ビジネスに求められるマーケティング能力の向上を目的として、全国8カ所で開催しました。 (1) マーケティングの基本 (2) ブランディングの考え方 (3) プライシング (4) 輸出に向けたパッケージ戦略 (5) 海外市場調査・情報収集手法 (6) コミュニケーションデザイン (7) 実習 (ケースをもとにしたグループワーク)

### 3. 人材開発事業

メーカー・卸売業・小売業に対して継続的・体系的な教育プログラムとして「流通ビジネススクール」を開講しています。平成28年度より、領域・レベルに応じた体系を再整備しました。領域としては、「店頭マーケティング」、「メーカーの営業・流通戦略」の2つを設定、レベルについては、基礎・中級・上級を設定し、ニーズに対応するプログラムを整備しました。

また、流通分野の戦略テーマについて研究・報告するセミナーを企画・実施しました。このうち「流通大会」セミナーは設立50周年記念大会と位置づけ、3日間にわたり開催しました。

#### (1)「流通ビジネススクール」教育プログラム

##### ①店頭マーケティング関連領域

売場づくり・マーチャンダイジング・販売促進提案、ID-POSの実践活用や店頭マーケティング等について、基礎から実践的な知識・スキルの習得を目指すプログラムとなっています。

##### <基礎>

名称	実施日	対象	内 容
インスタ・マーチャンダイジング基礎講座	平成28年 9月 平成29年 3月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業	(1) ISM理解の必要性と消費者の購買行動 (2) スペース・マネジメント (3) インストア・プロモーション
売場提案力育成講座	平成28年 5月	消費財メーカー、 卸売業、	(1) 小売戦略・構造変化の把握（小売業態構造の基本的な見方） (2) 主要小売業態の動向（GMS、SM、CVS、HC、DGS、総合DS） (3) SMを取り巻く環境と最近の動向

##### <中級>

名称	実施日	対象	内 容
提案型営業力育成講座	平成28年 4月、7月 10月 平成29年	消費財メーカー、 卸売業	(1) 提案型営業の意味、最終消費者の重要性 (2) 得意先を知る (3) MD提案の定石 (4) データ分析の考え方

	1月		(5) 分析の効率化 (6) 提案ストーリーの作成と伝わる資料作成のコツ (7) グループ演習・模擬提案・ディスカッション
ID-POS データ活用基礎講座	平成28年 6月、10月 平成29年 3月	消費財メーカー、卸売業、小売業	(1) ID-POSデータ活用の現状と活用事例 (2) 店頭施策の立案におけるID-POSデータの役割 (3) ID-POSデータの分析手法 (4) グループ演習・模擬提案
データとISM理論に基づく棚割作成基礎講座	平成28年 4月、10月	消費財メーカー、卸売業	(1) 棚割に関するISM理論のおさらい (2) 棚割作成の流れと市場・小売POSデータの使い方 (3) データに基づく棚割方針の策定 (4) 演習：棚割分析と棚割方針の作成 (5) グループワーク：棚割方針検討と棚割表作成
店頭プロモーション企画立案講座	平成28年 6月、12月	消費財メーカー、卸売業、小売業、他	(1) 店頭プロモーション手法に関する基礎知識 (2) 店頭プロモーションの企画立案 (3) PDCAサイクルとプロモーション効果検証 (4) 演習 ・プロモーション事例を基にした改善案検討 ・前年実績の分析と今期の企画立案
“マーケット”のためのID-POSデータ基礎講座	平成28年 10月	消費財メーカー、卸	(1) ID-POSデータの基礎知識 (2) 事例で学ぶID-POSデータの利点と使用上の注意 (3) ID-POSデータ活用のポイント（特定の分析手法をより深く） ・購買者属性の見方・ブランド間比較 ・期間併売による購買者のプロファイリング ・バスケット分析によるプロモーション開発 (4) グループワーク

<上級>

名称	実施日	対象	内 容
店頭マーケティングアナリスト養成講座	平成28年 4月～6月 (春期)  9月～11月 (秋期)	消費財メーカー、卸売業、小売業	第1回：店頭マーケティングと消費者行動理論 第2回：カテゴリー・アセスメントの基本と商品構成・品揃えの改善手法 第3回：売場スペースの改善手法 第4回：店頭価格設定の考え方と改善方法 第5回：店頭プロモーションの考え方と改善手法

			第6回：FSPデータを活用した協働マーチャンダイジングの考え方・販促提案手法 第7回：売場診断、改善提案総合実習
--	--	--	---

## ②メーカーの営業・流通戦略

小売業・卸売業を理解し、メーカーの営業・流通戦略を学びます。

### <基礎>

名称	実施日	対象	内 容
小売業入門講座	平成28年 5月	メーカー、卸売業、他	(1) 小売業の分類と産業構造 (2) 主要業態の営業特性・損益構造 (3) チェーン小売業の組織と機能

### <中級>

名称	実施日	対象	内 容
小売業態動向基礎講座	平成28年 8月	メーカー、卸売業、商社、広告代理店	(1) 小売戦略・構造変化の把握（小売業態構造の基本的な見方） (2) 主要小売業態の動向（GMS、SM、CVS、HC、DGS、総合DS） (3) SMを取り巻く環境と最近の動向
食料品卸売流通動向講座	平成28年 8月	メーカー、卸売業、小売業他	(1) 卸売流通の基本的な見方 (2) 食料品卸売業の特徴と構造変化 (3) 主要食料品卸売業各社の動向 (4) 食料品卸売業の今後の方向性
日用品卸売流通動向講座	平成28年 9月	メーカー、卸売業、小売業他	(1) 卸売流通の基本的な見方 (2) 日用雑貨・医薬品卸売業の特徴と構造変化 (3) 主要日用雑貨・医薬品卸売業各社の動向 (4) 日用雑貨・医薬品卸売業の今後の方向性

### <上級>

名称	実施日	対象	内 容
流通チャネル戦略・取引制度設計講座	平成28年 7月	メーカー	(1) 取引制度の見方と分析の枠組み (2) 取引制度の改定事例の分析 (3) 物流効率化と取引制度 (4) 今後の流通構造の変化と取引制度整備の方向

③その他

<基礎>

名称	実施日	対象	内 容
女性営業ステップアップ講座	平成28年 10月～平成 29年2月 (全5回)	メーカー 入社3年 目以上、 営業部 門・営業 サポート 職に在籍 の女性	第1回：マインド編「自分を知る」 第2回：ナレッジ編「得意先を知る」 第3回：マインド編「営業の仕事を面白くする」 第4回：スキル編「提案力を身につける」 第5回：マインド編「自分を高める」

<上級>

名称	実施日	対象	内 容
流行心理ゼミナール	平成28年 4月～6月 (全6回)	商品企 画・開 発、ブラ ンドマネ ージャー 等	(1)流行心理の基本概念、要素の理解 (2)コミュニケーション論を通じた流行の理解 (3)ヒット商品・定番化を生み出すための実践トレーニング

(2)戦略セミナー

①戦略ビジョンセミナー「流通大会」

統一テーマ：「流通・マーケティングにおけるイノベーションの展望」

実施日	内 容
平成29年 2月8～10日	<p>■第1日目：</p> <p>流通・マーケティングにおけるイノベーションの展望</p> <p>(1)わが国流通の課題と経済産業省の流通政策について</p> <p>(2)消費と流通の今を捉え、先を読む 2017</p> <p>(3)セブン-イレブン・ジャパンの事業戦略と改革アプローチ</p> <p>(4)国内のEC市場をけん引するAmazonが描く成長戦略</p> <p>(5)経営革新</p>



	<p>■第2日目：</p> <p>環境変化への対応と流通ビジネスの価値創造</p> <p>(1) 2017年の日本経済の動向と展望について</p> <p>(2) Tポイントを基軸としたマーケティングの進化と今後の事業戦略</p> <p>(3) 差別化に向けて阪急オアシスが推進する事業戦略とマーケティング</p> <p>(4) 地域のSMを取り巻く市場環境とシジシー日本の対応戦略</p> <p>(5) マツモトキヨシが推進する成長戦略と需要創出に向けた取り組み</p>
	<p>■第3日目：</p> <p>A会場：店舗・売場の活性化と需要創出の視点I”話題力”によるチェーン小売業の競争力強化</p> <p>(1) リアル店舗活性化に向けた店頭の課題</p> <p>(2) 生活者に選ばれるためには…コンシューマーマーケティングのあり方</p> <p>(3) トライアルグループが取り組むIT活用戦略と、ショッピングカートを通じた購買促進の取り組み</p> <p>(4) ファミリーマートが推進する商品改革を通じた需要創出の取り組み</p> <p>B会場：物流・ロジスティクスから捉える流通革新の方向性</p> <p>(1) 物流・ロジスティクスの企業間連携による流通革新</p> <p>(2) アークスの商品政策とロジスティクス政策</p> <p>(3) イトーヨーカ堂の物流改革—現状の課題と今後の方向性</p> <p>(4) 中国への越境ECのロジスティクスについて</p> <p>(5) 消費財サプライチェーンの改革—— 現状の課題と今後の展望</p>

②テーマ別セミナー

テーマ	実施日	内 容
ドラッグストア戦略セミナー2016	平成28年 4月、6月 9月、10月 12月 平成29年 2月 (全7回)	<p>全国1万8千店舗、売上高6兆円を超える業態であるドラッグストアについて、エリア別に競合するチェーンに着目する形で、各社の戦略とエリア別に見た消費者のニーズ、それぞれの違いについて検討しました。セミナーは各回2時間半に収まる形とし、平成28年度は計7回実施。</p> <p>&lt;調査対象エリア&gt;</p> <p>(1)京浜エリア、(2)阪神エリア、(3)北関東エリア、(4)広島・岡山エリア、(5)中京エリア、(6)札幌エリアおよびマツモトキヨシ・ツルハグループの研究</p> <p>(7)京浜エリアおよび阪神エリアの再報告</p>

2025年の消費と流通展望セミナー	平成28年 5月	(1) 2025年までの人口減少・高齢化による食品小売構造の変化予測 (2) 2025年に向けたセルフサービス小売業の変化、展望、課題 (3) 年齢・世代・時代の効果による2025年の消費金額予測
中国流通研究シリーズセミナー～ネットとリアルから見る中国流通の今～	平成28年 5月～平成 29年3月 (全5回)	中国流通の実態を体系的に調査・分析し、中国市場への日本の消費財企業のアプローチ策を研究・提案した。 (1) 主要小売チェーンのEC事業拡大と業態転換 (2) 注目される成長業態と中国消費市場の今後 (3) 中国EC物流の最新動向 (4) 中国市場における成長カテゴリー分析：菓子とパーソナルケア用品 (5) 中国ネット企業の決済金融事業と消費者ネット購買行動
リアル店舗活性化プロジェクト2016セミナー 「人間生活工学を活用した新しい売場作りを考える」	平成28年 6月	人間生活工学の視点から、快適な買物、楽しい買物、便利な買物を実現するための仮説について、研究報告いたしました。 (1) リアル店舗活性化に向けた課題と人間生活工学への注目 (2) お客様インサイトを考慮した商品価値訴求への取組と今後の課題 (3) 人間生活工学から見たリアル店舗における販売施策の課題点と新しい施策の方向性 (4) 人間生活工学を活用したリアル店舗活性化に向けて（パネルディスカッション）
“ネタ”（話題）にしたい！売場作り研究セミナー	平成28年 7月	伸びない市場の中で新規顧客を獲得していくための新しい施策の方向性として、「ネタになり、かつ売れる売場」とはどのような要素を持った売場なのか、これまでの研究を元に報告いたしました。 (1) 日本の量販業界を取り巻く問題と業界活性化のキーとなる視点 (2) 楽しい買物を実現するために一買物における情緒的価値への注目と流通経済研究所における最新店頭実験の結果報告— (3) 消費者間で“ネタ”になる商品・売場の条件とは？— SNS 投稿・反応履歴と購買履歴の融合データ分析—
生鮮食品流通研究セミナー2016	平成28年 11月	食品小売業における生鮮食品の重要性の高まりを受け、2015年に続き、生鮮食品のマーチャンダイジングに関するセミナーを開催しました。

		<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 角上魚類のビジネスモデルと売場作り</li> <li>(2) 生鮮食品マーチャンダイジングの研究</li> </ul>
シニアショッパー徹底検証！	平成 28 年 11 月	<p>食品スーパーの売上の 50%に迫るシニアショッパーについての 16 の定説を ID-POS データにより検証し、また後期高齢者の買物行動に関する過去の定性調査の結果を報告しました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 人口動態の変化とシニアショッパーの位置付け</li> <li>(2) シニアショッパーに関する定説の検証</li> <li>(3) シニアの買物における意識・行動と超高齢社会における小売業の役割</li> </ul>
小売業界の動向とメーカー、卸売業の営業課題	平成 28 年 11 月	<p>コンビニエンスストア業界をはじめに、小売業界が大きな変化を見せているなか、メーカー、卸売業などのサプライヤーが、小売業の動向をどう捉え、営業分野でどのような課題を設定すべきか検討した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 消費と流通の今を捉え、先を読む 2016/2017</li> <li>(2) 食品小売業態主要チェーンの上期の動向と下期以降の展開</li> <li>(3) コンビニエンスストアの現状、課題、将来展望</li> </ul>
小売業態構造の現状分析と将来予測	平成 29 年 1 月	<p>小売業態構造の「現状分析」と「2025 年までの予測」について定量データを用いて報告。分析は地域別にも行い、各地域の市場規模や業態構造の変化等から、メーカー・卸売業・小売業の営業課題を提示しました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 小売業態構造の現状分析と地域別営業課題の検討</li> <li>(2) 小売業態構造の将来予測と今後の流通政策の方向性</li> </ul>
プライベート・ブランドセミナー（平成 28 年度）	平成 29 年 1 月	<p>プライベート・ブランド（PB）の「プレミアム化」をテーマとして、国内外の PB 市場の概況や主要小売業 PB の最新動向、および、消費者調査に基づいた日本の主要 PB の強みや課題、今後の方向性を検討しました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) PB の現状と小売業 PB の成長戦略</li> <li>(2) 欧米小売業の PB 戦略</li> <li>(3) 消費者調査から見た日本の主要 PB に対する評価</li> </ul>
ディスカウント型小売業研究セミナー	平成 29 年 3 月	<p>消費者の根強い節約意識を追い風に、低価格販売を武器として存在感を高める個性的な小売業者の戦略、動向を解説し、展望や課題について考察しました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 食品スーパー編「EDLP 型小売業 3 社の注目動向」（西友、オーケー、ビッグ・エー）</li> <li>(2) ドラッグストア編「食品強化型ドラッグストアの現状と</li> </ul>

		<p>今後の可能性を考える」（コスモス薬品、クスリのアオキ、ゲンキー、カワチ薬品）</p> <p>(3)総合ディスカウントストア編「変化を続ける総合ディスカウントストアの戦略と動向」（ドンキホーテ、トライアルカンパニー）</p>
欧州における食品ロス削減の最新動向とわが国食品流通の課題セミナー	平成29年3月	<p>食品流通業で重要課題となっている「食品ロス削減」について、先進地域である欧州の政策・食品事業者の取り組みを検討し、日本の先進企業の実務者の事例紹介と合わせて、今後の課題や取り組みの方向性を検討しました。</p> <p>(1) 欧州における食品ロス削減の最新動向</p> <p>(2) ユニーにおける食品廃棄物削減の取り組みと、欧州の取り組みからの示唆</p> <p>(3)流通における食品ロス削減の意義と課題</p>
中食ニーズの深層	平成29年3月	<p>有職主婦の増加、高齢化の進展による高まる「中食」需要について、消費者調査、購買データ、食卓データの分析から消費者の「中食」利用の実態および要望を明らかにし、商品開発、MD、売場づくりに向けた知見を報告しました。</p> <p>(1)「中食」需要 — トレンドと現状確認</p> <p>(2)消費者の「中食」利用場面</p> <p>(3)業態別「中食」カテゴリー購買状況</p> <p>(4)「中食」購買における消費者の業態・店舗選択と評価</p>
ヘルスケア産業・流通セミナー	平成29年3月	<p>現在の健康食品市場が抱える課題点を整理するとともに、今後、消費者のヘルスケアニーズに基づき健康食品市場を発展させるための条件や、食品スーパーにおける売場戦略について検討しました。</p> <p>(1) 新たに健康食品カテゴリーを提案するための視点</p> <p>(2) 健康食品に対する消費者のニーズ調査結果</p> <p>(3)売場展開に求められる発想</p>

#### 4. 情報サービス事業

##### (1) 資料情報センター

国内外の専門書・各種資料を収集・所蔵して開架式の専門図書館としてのサービスを提供するとともに、流通・マーケティングに関する専門誌・雑誌等の情報をデータベース化して、流通情報データベースを構築し情報検索サービスを実施しています。

##### (2) 機関誌「流通情報」の発行

機関誌「流通情報」（A4版約100頁）は、外部研究者を交えた編集委員会を組織して、特集論文、流通データ等を拡充し、隔月刊で発行しています。流通・マーケティング関連の論文や、研究報告、データ等を掲載し、各分野における最新動向の情報提供を実施しています。本年度の特集テーマは以下の通りでした。

- ・5月号「ショッパー行動の新たな変化とマーケティング対応」
- ・7月号「ヘルスケアビジネスの新潮流」
- ・9月号「ダイレクトマーケティングとパラダイムシフト」
- ・11月号「新時代の農産物流通」
- ・1月号「2017年流通の展望と課題」
- ・3月号「新段階にきた流通における電子決済」

##### (3) 研究レポート・資料

以下の資料集・書籍・報告書を発刊しました。

- ①消費者購買行動年鑑 2016：スーパーマーケット編
- ②消費者購買行動年鑑 2016：ドラッグストア編
- ③消費者の業態・店舗選択とチェーン評価に関する調査報告書
- ④プライベート・ブランド商品の購入実態に関する調査報告書 2016（CD-ROM）
- ⑤アメリカ流通概要資料集 2016年版

##### (4) 流通情報データベース

###### ①全国 POS データインデックス（NPI Report）

流通システム開発センターの RDS データを基に、スーパーマーケット業態を中心とする全国の多店舗型 POS データを Web ブラウザで分析できるサービスとして提供しています。カテゴリ単位で低価格に利用できるサービスとして、食品メーカーや小売業等のユーザーに利用されています。

###### ②流通統計データベース

「流通情報」に掲載している「流通データ」（経済指標・小売販売統計等）のエクセル表のインターネットサービスを実施しています。

###### ③流通雑誌記事インデックス

雑誌記事の目次データをインターネットで検索できるシステムを運営しています。

## 5. 調査・コンサルティング事業

民間企業・団体等に対する調査・コンサルティング事業として、以下のような内容の事業を実施しました。

### (1) 民間企業等からの委託調査・コンサルティング

研究知見に基づき、民間企業等に対して以下のような委託調査・コンサルティング事業を行いました。

分野	内容
店頭研究関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小売店頭におけるショッパー購買行動調査</li> <li>・ ID-POS データによるコンシューマー・デシジョン・ツリー (CDT) の作成</li> <li>・ 小売業の顧客アンケートによる店頭施策立案支援</li> <li>・ 小売業の ID-POS 研究会運営支援 など</li> </ul>
流通研究関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品小売構造の将来予測シミュレーション</li> <li>・ サプライチェーン及びチャネル戦略研究</li> <li>・ メーカーの取引制度の改革支援</li> <li>・ 小売バイヤーによるサプライヤー評価</li> <li>・ ユニットロード・システムの今後の方向性</li> <li>・ 物流管理基準の改定案と効果推定</li> <li>・ 小売業の地域貢献活動</li> </ul>
国際流通関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中国小売業の売場づくりに関するコンサルティング</li> </ul>
農業・地域振興関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 農産物直売所の立ち上げ支援</li> <li>・ 農産物直売所の ID-POS 分析・経営分析</li> <li>・ 農産物、6次加工品のブランディング支援</li> <li>・ 日本産の農畜産物の海外における市場性調査</li> <li>・ 生産者と流通業者の協働MD支援の実施</li> </ul>

### (2) 個別企業向け教育

企業の固有ニーズに合わせた企業内研修を、以下のように企画・実施しました。

テーマ	委託元	内容
ISM・棚割研修	食品メーカー	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) インストア・マーチャンダイジングの基礎</li> <li>(2) 棚割作成の流れと市場・小売 POS データの使い方</li> <li>(3) データに基づく棚割方針の策定</li> <li>(4) グループワーク：棚割方針検討と棚割表作成</li> </ul>

新人営業担当者 向け、小売・店 頭観察研修	食品メーカー	(1) 小売業の基礎知識 ・ 小売業の分類と産業構造 ・ 主要業態の営業特性・損益構造 ・ チェーン小売業の組織と機能 (2) 店頭観察力育成 ・ 店頭の見方 ・ 店頭観察（フィールドワーク） ・ グループワーク・発表
ISM 研修	菓子メーカー	(1) 消費者の購買行動をとらえる理論的枠組み (2) インストア・マーチャンダイジングの基本知識 (3) 理論に基づいた売場づくりの考え方
ID-POS 活用 研修	食品メーカー	(1) ID-POS データ活用の現状と活用事例 (2) 店頭施策の立案における ID-POS データの役割 (3) ID-POS データの分析手法 (4) グループ演習・ディスカッション
マーケティング 研修	食品メーカー	(1) マーケティングの本質・マーケティング環境 (2) マーケティング情報・組織・戦略 (3) 製品戦略・売価戦略 (4) コミュニケーション・会計（2017 年度実施予定） (5) 流通戦略・物流戦略（2017 年度実施）
卸売業の営業担 当者向け 提案 営業研修	食品卸売業	(1) 消費者、流通業を取り巻く環境の変化 (2) 営業活動の前提知識 (3) スペース・マネジメントの知識 (4) インストア・プロモーションの知識 (5) 新たな MD 手法（ID-POS データ活用など）
中国の小売業向 けの流通研修	中国の小売業 の経営者等	(1) 日本の食品スーパーの業態開発 (2) 品揃え・売場管理等

## 6. その他

- (1) 政府・地方自治体等への委員の派遣
- (2) 大学への講師派遣