

## 平成 29 年度 事業報告書

### I. 平成 29 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 29 年度事業の概況

平成 29 年度の我が国経済は、所得から支出への循環メカニズムが働きつつ、緩やかに拡大しました。個人消費も所得・雇用環境の改善を背景に増加方向に向かいました。

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、研究の基盤となるインストア・マーチャンダイジング研究と、シニア・有職女性・団塊ジュニア等の重要セグメントショッパーの研究、SNS で話題にされる売場づくりの研究等を行いました。

「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等の、専門的な研究を実施しました。

また、「戦略テーマセミナー」として、流通ビジョンを提示する「流通大会」を3日間にわたり実施するとともに、自主研究に基づくテーマ別セミナーを開催しました。

### <政策調査事業>

政策調査事業としては、食品ロス削減分野において、商慣習見直しやフードバンク活用を推進するための調査研究を国・地方自治体より受託し実施しました。また、農業・地域振興分野では、農水産物の流通実態分析、地域産品の販路拡大、生鮮流通における IT 導入、農業経営者の人材育成に関する調査研究を実施しました。

### <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基礎・中級・上級の各種プログラムを企画し、「店頭マーケティング関連領域」では、インストア・マーチャンダイジング基礎講座、ID-POS データ活用講座、店頭マーケティングアナリスト養成講座等を実施しました。また、「営業・流通戦略領域」では、小売業業態動向講座、食料品・日用品の卸売流通動向講座を実施しました。

### <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 29 年度事業収支に関しては、事業収入は 456 百万円と前年よりやや減少しましたが、経常増減額は 4 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、販売戦略等に貢献できるように、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て、研究調査を進めています。

#### ① インストア・マーチャンダイジング基礎研究

「インストア・マーチャンダイジング基礎研究」として、売場づくりの生産性向上等を目的として店頭調査を実施し、製配販の対応方向性を検討しました。前年より取り組んでいるビジュアル・マーチャンダイジング（VMD）に関しても継続テーマとして研究を実施しました。

研究テーマ	内 容
インストア・マーチャンダイジング基礎研究	(1) 店頭販促物の生産性向上に向けた研究 (2) 食品日用品小売業におけるビジュアル・マーチャンダイジング（VMD）の研究 (3) 計画・非計画購買調査（CVS 業態） (4) CVS におけるショッパーの購買行動に関する研究 (5) ショッパー属性による購買の計画性（SM 業態）

#### ② 重要ショッパーセグメントの研究

「重要ショッパーセグメントの研究」として、製配販企業の販売・マーケティングのターゲットとして注目すべきショッパーセグメントを選定して、研究を実施しました。

会員企業以外にも研究成果を広く発信していく目的で、重要ショッパーセグメントに関する研究テーマの一部に関しては、戦略セミナーを開催し、成果報告を行いました。

研究テーマ	内 容
重要ショッパーセグメントの研究	(1) オンラインショッパーの購買行動の研究 (2) 高齢者の購買行動と意識に関する研究（シニア・ショッパー研究セミナーで報告） (3) 有職女性の購買行動と意識に関する研究（有職女性ショッパー研究セミナーで報告）

	(4) 団塊ジュニア・ショッパーの買物に関する意識と行動（団塊ジュニア・ショッパーセミナーで報告） (5) 若年ショッパーの買物に関する意識と行動（若年ショッパー研究セミナーで報告）
--	--

### ③WADAI プロジェクト

SNSの普及により、従来と比べてクチコミによる話題の拡散が消費者の消費・購買に与える影響が強まっています。また、店頭ではコト消費を訴求し、インスタ映えと言われるような話題につながる売場づくりも注目されています。本研究プロジェクトは、売場を起点として、SNSを通じて消費者間の話題拡散とその影響を受けた伝染購買の発生メカニズムに関して明らかにすべく、3年計画を立てており、初年度の研究を実施しました。

研究テーマ	内 容
「話題＋売れる」売場の要件抽出	調査モニターに買い物客として、実験店の店内で売場を自由に撮影してもらい、その内容を調査用 SNS に投稿してもらうことで、注目される(話題にされる)売場の特徴を整理した。 調査用 SNS に投稿されたコメント・売場写真に対する「いいね」の数等を分析し、話題になり拡散されやすい要素を提示した。

### ④ID-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。本研究会では、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、平成28年度に続き、ID-POSデータを分析して戦略的な活用に関する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) データ開示ツールによる指標・集計の違いと留意点 (2) 優良顧客（上位ランク客）の伸びしろの可能性 (3) バスケット分析のバリエーションと活用 (4) トライアル・リピート分析の留意点と活用 (5) ターゲティング販促の反応率を上げるためのセグメンテーション手法 (6) 提案開発への生鮮データの活用 (7) バスケット分析とメニューデータ活用による提案開発 (8) 簡易なセグメンテーションのためのメーカー商品の特定 (9) ID-POS データの棚割・品揃（商品改廃）への活用

	(10) 施策の評価・改善のための ID-POS データ活用手順
--	----------------------------------

⑤データ分析提供サービス

スーパー・CVS・DGS の調査実験店舗について、データを収集・データベース化し、多角的に統計分析できるサービスを提供しました。

データ分析提供サービス
(1) 日別POSデータ分析
(2) レシートデータ分析
(3) FSPデータ分析

(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、流通の変化をウォッチし、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	(1) 消費関連調査・小売業界統計・各社既存店前年比などにみる消費、市場の状況 (2) 消費者のネット通販利用状況を捉える「家計消費状況調査」 (3) 流研による2030年の消費市場と小売構造予測の検討 (4) 2018年の展望と課題：既に始まっている新たなIT活用など
チェーン小売業を中心とする流通の動向研究	(1) GMS、SM、CVS、DGS、HC の 2017 年 2・3 月期決算、2018 年 2・3 月期中間決算、第 3 四半期決算、アマゾン、楽天の 17 年度決算 (2) GMS 大手 5 社、SM 大手 7 社の 5 年間時系列データによる収益構造、損益構造、生産性基礎数値の検討と比較 (3) 大手 GMS の食品部門の売場作りと商品政策の考え方 (4) 米アマゾン動向：ホールフーズ買収、ウォルマートのアマゾン対抗策、日本のメーカー・小売業が米国の動向から学んでおきたいこと (5) 総合業態ナンバーワンになるかも知れないドン・キホーテのビジネスモデル (6) 都市型 SM と地方型 SM の損益構造と生産性の比較検討

	(7) 首都圏大手スーパーの中期経営計画のポイント (8) 首都圏大手スーパーの現状と課題 (9) 大手ディスカウントストアの最近の展開 (10) 地方SMのID-POSデータ活用と顧客とのコミュニケーション・チャンネルの拡大
メーカーの流通政策研究	(1) 2018年のイベントとメーカーが何ができるかの強制発想 (2) 食品メーカーのマーケティング (3) 食品メーカーの長期ビジョンと働き方改革

## 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
リテーラーの「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) 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 (5) 消費者心理のポイント

### ③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しました。 (1) チェーン小売業のIT導入・活用－現状の課題と今後の方向 (2) 米国と中国におけるオムニチャネル戦略の進化 (3) 消費財流通のEDIの最新動向と今後の見通し (4) eコマース宅配物流の展望
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・RFID等による情報連携に向けた研究 (2) 今後を見据えた新たなEDIの研究

### ④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・提言を行いました。

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) 戦略セミナー

流通分野の各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」は、流通ビジョンセミナーとして、「改革への新たな視点」を統一テーマに掲げ、3日間にわたり開催しました。

#### ①戦略ビジョンセミナー「流通大会」 統一テーマ：「改革への新たな視点」

実施日	内 容
平成30年 2月7～9日	<p>■第1日目：</p> <p>環境変化への対応と流通ビジネスの改革</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 2018</p> <p>(3) ファミリーマートが推進する商品改革と、需要創出に向けて</p> <p>(4) 二極化の進行と”より良い”食流通に向けた三菱食品のアプローチ</p> <p>(5) “サントリー流コミュニケーション”</p> <hr/> <p>■第2日目：</p> <p>経済動向・消費の展望と、変化する需要への対応</p> <p>(1) 2018年の日本経済の展望について</p> <p>(2) 家計調査に見る世帯の消費動向</p> <p>(3) 売場・収益力の高さを支える—— アクシアル リテイリングが注力してきた「改善」の取り組み</p> <p>(4) イオンリテールが注力するシニア対応の取り組み</p> <p>(5) ライオンが推進する営業改革</p> <hr/> <p>■第3日目：</p> <p>A会場：流通・マーケティングの改革に向けた新しい視点ショッパーの購買や選択を後押しする——</p> <p>(1) 押さえておきたい『消費者心理』のポイント</p> <p>(2) 米国の流通・小売ビジネスをめぐる注目の動向</p> <p>(3) オギノが取り組むスマホアプリによる顧客接点の構築とFSPデータ活用の新しい取り組み</p> <p>(4) ウエルシアが推進する、データ活用と既存店強化の取り組み</p> <p>(5) ベイシアグループのテクノロジー活用を通じた生産性向上の取り組み</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) 流通の環境変化・構造変化と物流・ロジスティクス改革の方向性</p> <p>(2) アスクルのeコマース物流革命</p> <p>(3) ハローズのSCMとロジスティクス戦略</p> <p>(4) 三菱食品のロジスティクス戦略～最適流通に向けた物流革新</p> <p>(5) 丸和運輸機関における成長戦略と物流革新</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2017	平成29年 6月、11月 (全2回)	全国1万9千店舗、売上高6.5兆円のドラッグストア業態について、最新の業態動向や主要チェーンの業績動向・経営戦略、利用者の「健康」ニーズなどを概観し、今後のドラッグストアの方向性や課題などを検討しました。平成29年度は、売上高首位企業が入り替わり、戦略タイプ別に業績動向の差異が表れ、上位集中化が更に進展するなど、ダイナミックな変化の一年でした。1日セミナーで、上期・下期の2回実施。
有職女性の購買行動を考える～有職女性ショッパー研究セミナー	平成29年 7月	ショッパーとして存在感を高める有職女性の買物行動や意識、その背景にある生活の特徴などを俯瞰した上で、詳細な買物の実態を確認し、有職女性の需要を捉えるための要件を検討しました。  (1) 有職女性の買物の実態およびニーズと小売業における対応例 (2) 購買履歴データからみえる有職女性の買物の特徴 (3) 有職女性の店内における意識と購買行動
スーパーマーケットの次世代マーケティング戦略セミナー	平成29年 7月	近年注目される小売業のスマホアプリを活用したマーケティング戦略に関して、米国での状況等からの示唆、具体的なアプリケーション活用事例の報告から提案しました。  (1) スーパーマーケットにおけるスマホ活用の方向性 (2) スマホアプリによる「価値提案型」マーケティング (3) ヤオコーが取り組む顧客対応型販促
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29年 7月、平成 30年3月 (全2回)	昨年度に続き、最新の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・提案しました。  (1) 中国主要小売チェーンの最新動向：活発化する新業態開発 (2) リアル市場への影響力を増す中国ネット企業の躍進
市場、流通、制度、ITの変化と営業・マーケティング課題	平成29年 9月(2回)	五輪までの3年間、そしてその後2020年代に向けた消費財のメーカー、流通業にとっての課題を検討しました。  (1) 市場、人口構造、マクロ分野の変化と中期課題 (2) 流通の変化と営業、マーケティング課題 (3) おさえおくべき情報通信技術等の実用化とその影響 (4) 2020年代に向けた営業、マーケティング課題

<p>団塊ジュニア ショッパー研 究セミナー</p>	<p>平成 29 年 10 月</p>	<p>人口ピラミッドの最後の山である「団塊ジュニア」について、各種消費関連調査、ライフヒストリー、消費者調査、購買パネルデータ分析などから、団塊ジュニアへの対応の在り方について研究報告しました。</p> <p>(1) 団塊ジュニア世代の特徴と生活者意識 (2) 団塊ジュニア・ショッパーの買物に関する意識と行動 (3) 購買データで見る団塊ジュニアの買物行動の実際 (4) まとめ - 団塊ジュニア・ショッパーへのMD・店頭マーケティング対応</p>
<p>大手チェーン の損益構造・ 生産性分析と 直近・来期に 向けた展開</p>	<p>平成 29 年 11 月</p>	<p>メーカー・卸売業が主要小売業に対する来期営業計画を詰めるのに合わせ、GMS・DS 大手 6 社、SM 大手 6 社について、弊研究所が蓄積してきたチェーンの決算数値などの時系列データを整理し、それぞれの損益構造、生産性およびその変化について検討し、各チェーンの強み、弱みなどを明らかにしました。</p> <p>(1) GMS・DS 大手 6 社、SM 大手 6 社の 5 年間時系列データによる収益構造、損益構造、生産性基礎数値の検討と比較 (2) GMS・DS・SM 主要チェーンの最近の展開と今後の展望 (3) まとめ：主要小売業に対する来期計画立案に向けて</p>
<p>シニア・ショ ッパー研究セ ミナー</p>	<p>平成 29 年 12 月</p>	<p>昨年度実施したシニアの研究をさらにすすめ、シニア・ショッパーの「多様性」に注目し、意識や購買行動の面からシニア・ショッパーをいくつかのセグメントに分け、その特徴と商品、売場、店頭マーケティングにおける対応について研究報告しました。</p> <p>(1) シニア・マーケットの特徴と近年の生活者意識 (2) 購買データに基づくシニア・ショッパーの分類と対応 (3) シニア・ショッパーの買物に関する意識と行動 (4) まとめ - シニア・ショッパーへの商品・MD・店頭マーケティング対応</p>

<p>ヘルスケア産 業・流通セミ ナー</p>	<p>平成 30 年 2 月</p>	<p>健康食品市場の拡大や、ヘルスケアサービス提供手段の広がりといったヘルスケア産業・流通のビジネスチャンス。「政策動向調査」「消費者調査」「ドラッグストア業態動向調査」の視点をもとに報告しました。</p> <p>(1) ヘルスケア産業・流通の最新動向 (2) 消費者調査報告：「ヘルスケアサービスニーズの実態」 (3) ドラッグストア業態および主要チェーン分析</p>
---------------------------------	------------------------	---

		(4) 2018年のドラッグストア注目ポイント
若年ショッパー研究セミナー～若者の生活・消費・買物の実態とニーズを捉える～	平成30年 2月	<p>今後の消費市場の主役になる可能性が高い30歳前後の若年者を、重要なショッパー・セグメントと位置付け、上の世代との比較や、育ってきた時代背景を踏まえた消費性向、買物の実態や意識などを明らかにし、対応の考え方を示しました。</p> <p>(1) 若者の消費動向と生活実態 (2) 購買データで見る若年ショッパーの買物行動の特徴 (3) 若年ショッパーの買物に関する意識と行動</p>
2030年の消費市場と小売構造予測	平成30年 3月	<p>(1) 2030年までの市場と流通の変化の変化と対応課題 (2) 2030年までの品目別の消費金額予測 (3) 2030年までの小売業態構造の予測</p>
アメリカ流通基礎セミナー	平成30年 3月	<p>平成29年11月に刊行した「アメリカ流通概要資料集（新版）2017年版」の内容をもとに、アメリカ流通の基礎知識と最新トピックスを解説しました。</p> <p>(1) アメリカ流通に関する基本情報 (2) アメリカ消費者の購買行動 (3) Eコマース（EC）の成長に伴うアメリカ流通の変化 (4) ミレニアル世代による新しい消費行動</p>

#### (4) 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、ロジスティクス最適化 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 30 年 7 月にフォーラムを開催し、平成 29 年度の実績発表の発表を予定しています。

種別	検 討 内 容
ロジスティクス最適化 WG	(1) 返品削減のフォローアップ（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）
多言語商品情報プロジェクト	(1) 多言語対応アプリの開発・提供 (2) 多言語対応商品情報 DP の開発・運用 (3) メーカーに対する多言語による商品詳細情報ページの作成支援

## 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
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	製・配・販の有力食品企業に参集を得、食品ロス削減に向けた食品流通の商慣習の見直しを前進させるため、実証実験、効果検証、実態調査、小売店用広報資材の開発、検討会での課題整理や方向性の議論を行いました。
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	食品企業によるフードバンク活用を促進するため、企業とフードバンクのマッチングセミナー（7回）、フードバンクの衛生管理講習会（7回）、企業とフードバンクの連携先進事例調査（10事例）、フードバンク活用促進に向けた検討会（4回）を開催し、マッチングの促進、フードバンクの運営水準向上、および活用促進に向けた関係者の課題整理等を行いました。
商慣習の見直しに関する調査・社会実験	京都市	GMSを展開する2事業者（計5店舗）に御協力いただき、一部の加工食品について販売期限を延長する社会実験を実施し、廃棄量の削減効果を調査するとともに、市民の皆様及び食品スーパーへの食品ロスに関するアンケート調査を実施し、食品の販売・購入（消費）段階における食品ロス削減に向けた課題と改善策について検証しました。
食品ロス削減に向けた研修会・フードバンク活動に関する意見交換会	鳥取県	流通過程で発生する食品ロスの削減を推進するため、食品流通事業者を対象に、経営の視点から食品ロス削減を有効に進めるための手法を学ぶ研修会を開催しました。廃棄物処理コストの削減につながり、余剰食品の削減と福祉対策としても重要なフードバンク活用に関する意見交換を実施しました。
インターネット通信販売価格の試験的な指数作成等に係る業務	総務省統計局	総務省統計局がウェブスクレイピングにより収集したインターネット通信販売価格等のデータを用いて、試験的に指数作成及び分析に必要な各種統計量の算出及びデータ出力を行い、分析の手順等を報告書にまとめました。

(2) 農業・地域振興関係

テーマ	委託元等	内 容
福島県農林水産物流通実態調査	農林水産省	福島県産農林水産物の流通の実態について、サプライチェーンの川上から川下までを調査した。本調査では流通経路の確認から、それぞれの段階での販売価格、風評被害等を含む流通における課題等についてヒアリングをベースに明らかにしました。
農業人材力強化総合支援事業のうち農業経営者育成教育	農林水産省・(一社)アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー	(一社)アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・アグリフューチャー・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教育講座において、運営・開催を共同事業者として行いました。特に、講座の講師として経営戦略や経営計画、マーケティング等について講義するとともに、グループワークのコーディネートを行いました。
生鮮食料品流通における新たな情報通信技術等の活用可能等調査	農林水産省	近年の流通の変化を踏まえ、今後の生鮮食品流通の高度化のための、情報通信技術の活用方法について調査を行いました。具体的には、近年の新技术について整理をするとともに、事業者に対するヒアリングと政府統計の整理から、ブロックチェーンや人工知能の活用可能性を報告しました。
山形県産農作物地方主要5都市別販路・販売拡大に向けた調査業務	山形県	山形県の主要農産物の首都圏・大阪圏以外でのマーケットポテンシャルについて調査を行いました。具体的には、札幌、名古屋、金沢、広島、福岡の市場を中心に山形県産農林水産物の出荷量拡大の可能性等について調査を行いました。
福島県商談会支援事業	福島県	福島県産農産物とその加工品の販路拡大のため、商談スキルアップ塾を開催、バイヤーとの意見交換による商品のブラッシュアップから商談・営業のトレーニングまで実施した。さらに実践の場としてバイヤーツアーや首都圏バイヤー50社を集めた商談会を開催した。東北博報堂からの再委託で実施しました。
わかやま産品商談会&わかやま中小企業元気ファンド新商品コレクション首都圏バイヤー招聘業務委託	和歌山県	和歌山県産農産物を使った新しい加工食品を首都圏等のバイヤーに見てもらい、意見をもらうために、新商品の発表会場にバイヤーを招へいし、試食ならびに求評を行いました。その結果を生産企業ごとに整理し、レポートを行いました。

(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)マーケティングに関する基礎理論 (2)流通・商流の基本 (3)各種規制と市場環境の調査方法 (4)マーケティングの観点からの輸出成功事例分析 (5)ジェトロによるウェブ活用紹介 (6)輸出に向けたパッケージ戦略 (7)ウェブを通じたコミュニケーションデザイン (8)実習(ケースをもとにしたグループワーク)
中国流通視察団との意見交換会等アレンジ業務	(独法) 日本貿易振興機構	日本貿易振興機構が進める中国市場への農産品主出促進に向けた情報収集を目的として、中国小売業幹部による日本小売業視察旅行を捉えた、意見交換会の開催をサポートしました。

### 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。本事業では、領域・レベルに応じた体系を整備しております。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、それぞれのニーズに対応するプログラムを実施しました。

#### (1) 店頭マーケティング関連領域

##### <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29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
売場観察力育成講座	平成29年 11月	消費財メーカー、 卸売業、	(1) 売場観察・課題発見のためのポイント、習得しておくべき知識 (2) フィールドワーク（実際の売場での観察実習） (3) グループワーク（課題整理・提案作成）

##### <中級>

名称	実施日	対象	内 容
提案型営業力育成講座	平成29年 4月、7月 10月、12月 平成30年 2月	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 (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 データ活用講座 1 (基礎編)	平成29年 6月、10月 平成30年 3月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業	(1) ID-POSデータの基礎知識 (2) ID-POSデータ分析の基礎 (3) ID-POSデータ活用演習・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29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 (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29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 ・前年実績の評価と今期の企画立案
ID-POS データ活用講座 2 (応用編)	平成 29 年 6 月、11 月	消費財メーカー、 卸、小売業、 他	(1) ID-POSデータ基礎知識（復習） (2) カテゴリー課題の発見と究明 (3) カテゴリーの「買われ方」を知り (4) 自社商品の「売り方」に活かす (5) 単品の分析へのID-POSデータの活用 (6) プロモーションの企画と評価 (7) 演習 ・ID-POS指標の読み取りからの課題発見 ・バスケット分析の読み取りとクロスMD開発 ・目的に合った指標の選択と応用力の獲得 (8) 定番棚割へのID-POSデータ活用
ID-POS データ活用講座 3 (実践編)	平成 29 年 6 月、平成 30 年 1 月	消費財メーカー、 卸、小売業	■講義 (1) ID-POSデータ 分析・集計のポイント (2) 統計・データ集計の要点（データ取扱いの留意点） (3) ID-POS指標の理解と取り扱いの注意点 (4) 集計対象会員の絞り込み (5) トライアル・リピート分析の考え方と応用 (6) ブランド・スイッチに関する分析と解釈 (7) 分析・提案のストーリーを考える ■演習

			(1) カテゴリーの購買の特徴を明らかにする (2) 単品の購買の特徴を明らかにする (3) ID-POS指標からの課題発見とドリルダウン (4) 上位商品の販促企画 (5) 中・下位商品のポジショニングの把握と活性化 (6) ID-POSデータを使った販促評価 (7) MD・棚割作成へのID-POSデータ活用
--	--	--	--

<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29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) 営業・流通戦略関連領域

<基礎>

名称	実施日	対象	内 容
小売業入門講座	平成29年 5月	消費財メーカー、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
小売業態動向講座	平成29年 6月	消費財メーカー、卸売業、商社、広告代理店など	(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、DGS、総合DS） (3) 主要チェーンの物流システム (4) 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29年 8月	消費財メーカー、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29年 9月	消費財メーカー、卸売業、小売業他	(1) 卸売流通の基本的な見方 (2) 日用品卸売業の特徴と構造変化 (3) 主要日用品卸売業各社の動向 (4) 日用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29年 7月	消費財メーカー	(1) 市場・流通構造の実態と変化 (2) 取引制度の分析の枠組みと制度整備の方向 (3) 価格戦略及び販売促進の最新動向 (4) 主要な取引制度改定の事例分析 (5) 取引制度の設計と整備の進め方 (6) カルビー社の営業革新

(3) その他

<基礎>

名称	実施日	対象	内 容
女性のための営業力向上講座	平成30年 1月	消費財メーカー、卸売業、物流業、情報システム会社などの営業部門・営業支援部門の女性の方々	(1) 営業に必要なベースの知識をおさえる ・得意先について知り、情報収集の仕方、数値の見方を知る ・提案型営業に必要な視点を身につける (2) 自分の興味・関心を営業に生かす ・自分の経験・知識・関心を提案に結びつける (3) 女性営業の先輩に学び、これから自分の目指す姿を考える ・営業の仕事について改めて考える ・営業で活躍している女性の先輩たちに学ぶ

<上級>

名称	実施日	対象	内 容
流行心理ゼミ ナール	平成29年 8月～9月 (全4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

#### 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ました。

##### (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「小売業の業態構造変化シヨPPER行動の新たな変化とマーケティング対応」
- ・7月号「農産物流通のイノベーションヘルスケアビジネスの新潮流」
- ・9月号「小売業の“話題力”ダイレクトマーケティングとパラダイムシフト」
- ・11月号「物流・ロジスティクス改革の方向性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「IoT、AI、ARによる小売業の変化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 2017：スーパーマーケット編
- ②消費者購買行動年鑑 2017：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アメリカ流通概要資料集 2017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ました。

##### 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・提供しました。

#### 5. 調査・コンサルティング事業

##### (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>・メーカー向け流通の将来動向に関する資料作成</li><li>・メーカー向け新流通チャネルに関する研究調査</li><li>・メーカー向け小売企業動向に関する資料作成</li><li>・メーカー向け ID-POS 分析による販促効果検証</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</li><li>など</li></ul>
流通研究関連	<ul style="list-style-type: none"><li>・2030年の加工食品小売市場の予測</li><li>・ITイノベーションによる小売流通の変化</li><li>・メーカーの取引制度の改革支援</li><li>・欧州におけるロジスティクス改革のロードマップ・ユニットロード・システムの今後の方向性</li><li>・業界における品目別・流通別販売統計の整備</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

個別企業の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	(1) インストア・マーチャンダイジングの基礎 (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) グループワーク：棚割方針検討と棚割表作成
営業部門向けマーケティング研修	菓子メーカー	全 5 回 (1) マーケティング革新、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) マーケティング・コミュニケーション、マーケティング会計 (5) チャンネル戦略、物的流通戦略
初級営業研修	食品メーカー	流通ビジネススクールの下記 2 講座をベースに実施 ・ 小売業基礎講座 ・ 売場観察力育成講座
ISM・棚割研修	家庭用品メーカー	流通ビジネススクール 「データと ISM 理論に基づく棚割作成基礎講座」をカスタマイズし実施
提案営業実践研修	食品メーカー	次のような内容で、全 6 回の研修を実施 ・ 提案資料作成の基礎 ・ 取引先カルテ、提案ストーリー作成 ・ 提案書発表と添削 ・ 取引先への提案結果の共有と改善 ・ 提案内容実施結果・課題の共有と改善
中堅営業研修	食品メーカー	流通ビジネススクールの下記 3 講座をベースに実施 ・ 提案型営業力育成講座 ・ データと ISM 理論に基づく棚割作成基礎講座 ・ ID-POS データ活用講座 1 (基礎編)
バイヤー向けマーケティング研修	小売業	(1) マーケティングの基礎 ・ マーケティングとは ・ 小売業にとってのマーケティング ・ グループワーク (セグメンテーションと対応) (2) 消費者の購買行動を考える

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 来店から売場まで</li> <li>・ 売場内の行動</li> <li>・ 購買決定</li> </ul> <p>(3) 注目すべき消費者セグメントの動向</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ シニア、団塊ジュニア、有職女性</li> <li>・ グループワーク</li> </ul>
SV 向け ISM 研修	小売業	流通ビジネススクール 「インスタア・マーチャライジング基礎講座」をベースに実施
商品部員向け ISM・棚割研修	小売業	流通ビジネススクールの下記2講座をベースに実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ インストア・マーチャライジング基礎講座</li> <li>・ データと ISM 理論に基づく棚割作成基礎講座</li> </ul>

## 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