

## 人材開発 流通ビジネススクール

流通ビジネススクール

個別企業向け研修

過去の講座

ダイレクトメールのご登録

お問い合わせ

▲流通ビジネススクールへ戻る▲

流通ビジネススクール  
小売業基礎講座

～チェーン小売業の基本的な仕組みを学ぶ～

2018年度の講座は終了いたしました。  
多数のご参加ありがとうございました。

流通ビジネススクール  
総合案内 (PDF)

### 目的と特長

☆有力食品スーパーの実務経験者をゲストに招き、具体的な事例で戦略の組み立て、組織・機能等を学びます。  
○チェーン小売業の基本的な仕組みを理解するための講座です。  
○小売業の分類や産業構造などを俯瞰し、全体像をつかみます。  
○業態別の営業特性を、主要チェーンの事例データで分析し、可視化します。  
○チェーン小売業の組織や機能について、具体的な事例から学びます。

### 本講座の内容：チェーン小売業の基礎知識

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
  - ・総合スーパー
  - ・食品スーパー
  - ・コンビニエンスストア
  - ・ドラッグストア
  - ・ホームセンター
3. チェーン小売業の組織と機能

### 受講をお勧めしたい方

- ・メーカー・卸等の営業経験1～5年程度のチェーン営業担当者
- ・チェーン小売業の基礎知識を短時間で理解したい方
- ・情報システムベンダーや広告・SP等の小売業をクライアントとする方

開催日時	2018年5月15日(水) 13:30～16:30
会場	公益財団法人流通経済研究所講堂 東京都千代田区九段南4-9-21 山崎ビル10F(最寄駅：市ヶ谷駅)
受講料	1名様：税抜20,000円(税別) ・お申込受付後、ご請求書と受講料のお振込先を併せて郵送させていただきます。 ・振込料は貴社でご負担下さい。 また、振込受入票をもって領収書にかえさせていただきます。
参加対象	メーカー、卸売業など ※上記業種以外の場合、お申し込みをお受けできない場合がございます。 あらかじめご了承ください。

X：最小参加人数：10名

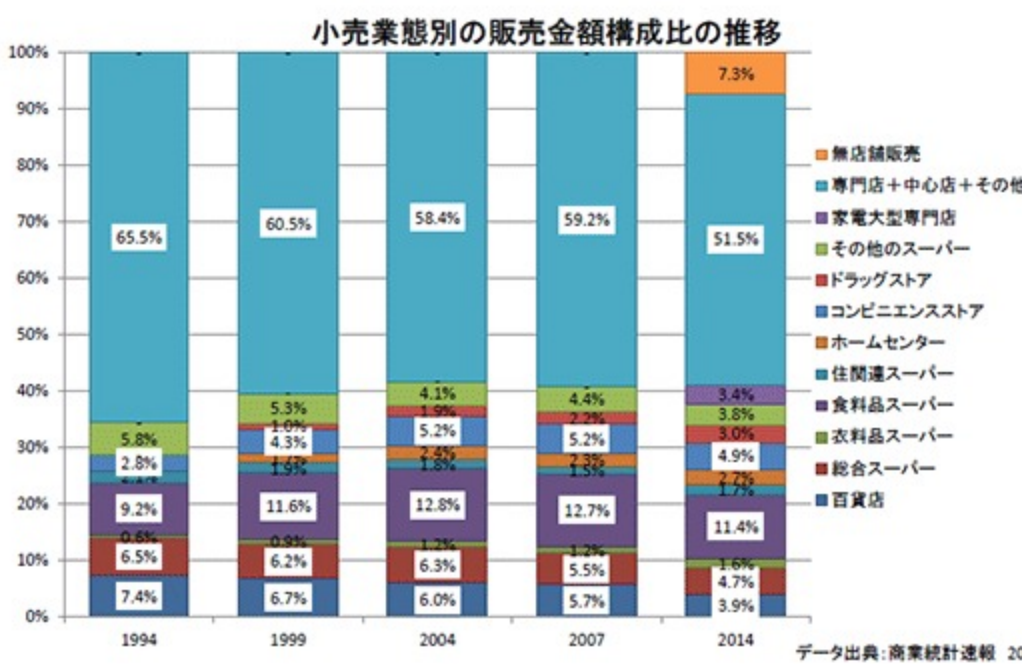
### プログラム

第1部 小売業の分類と産業構造	
13:30～14:15	<p>小売業の業種・業態の定義・分類を学び、業種・業態ごとの店舗数・販売額・売場面積の変化など、小売業界全体を俯瞰します。次に、地域別みると、小売構造が異なることなどについても理解を深めます。また、食品小売業でも、併売しているネット販売についても言及していきます。</p> <p><b>講義内容</b></p> <p>(1)小売業の分類と定義・業種・業態 (2)小売業の構造変化：事業所数・販売額・売場面積の推移 (3)地域別の食品市場規模・上位集中度 (4)食品小売構造の国際比較 (5)その他</p> <p>公益財団法人 流通経済研究所 常務理事 高橋 佳生</p>
第2部 主要業態の営業特性・損益構造	
14:25～15:20	<p>主要業態について、店舗単位の売上高、売上総利益、在庫回転率、従業員数などの営業特性を比較するとともに、業態別の主要チェーン損益データから企業単位の損益構造を確認します。次に、大手チェーンの経営数値を基に、成長性、収益性の変化をデータで見えていきます。</p> <p><b>講義内容</b></p> <p>(1)業態別の営業特性：売上規模、売場面積、取扱品目数、客単価等 (2)業態別の損益構造：営業収益、売上総利益、販売費、経常利益等 (3)小売業の成長性の見方：食品スーパーの成長性の推移 (4)小売業の収益構造の見方：食品スーパーの収益構造の推移</p> <p>店舗単位の比較対象：総合スーパー、食品スーパー、CVS、ドラッグストア等 企業単位の比較対象：総合スーパー、食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンター</p> <p>公益財団法人 流通経済研究所 常務理事 高橋佳生</p>
第3部 チェーン小売業の組織と機能／食品スーパー業界の課題(★ゲスト講師)	
15:30～16:30	<p>チェーン小売業は、仕入と販売を分離して、本部で一括して仕入、それを各地域の店舗で販売する仕組みです。そのため、チェーン小売業は多くの組織で成り立っています。ここでは、主力小売業の事例を取り上げ、営業担当が関係する商品部・営業部等の機能・役割を学ぶとともに、バイヤー等の主要職種の計数目標等についても理解を深めます。そして最後に、今後の環境変化と食品スーパーの経営課題についても学びます。</p> <p><b>講義内容</b></p> <p>1. チェーン小売業の組織と機能 (1)チェーン小売業における経営数値・目標 (2)組織構造と機能：営業部、商品部、管理部等の機能 (3)店舗オペレーション 2. 環境変化と食品スーパーの経営課題</p> <p>日本スーパーマーケット協会 元専務理事 ヤオコー(株)元常務取締役 コーネル大学 リテール・マネジメントプログラム プログラム・ディレクター 大塚 明氏</p>

※プログラムは都合により変更場合がございます。あらかじめご了承ください。

### 小売業態別の販売金額構成比の推移

近年、百貨店・総合スーパーの金額構成比が減少する一方、無店舗小売業が伸長するなど業態別の売上シェアは大きく変化しています。



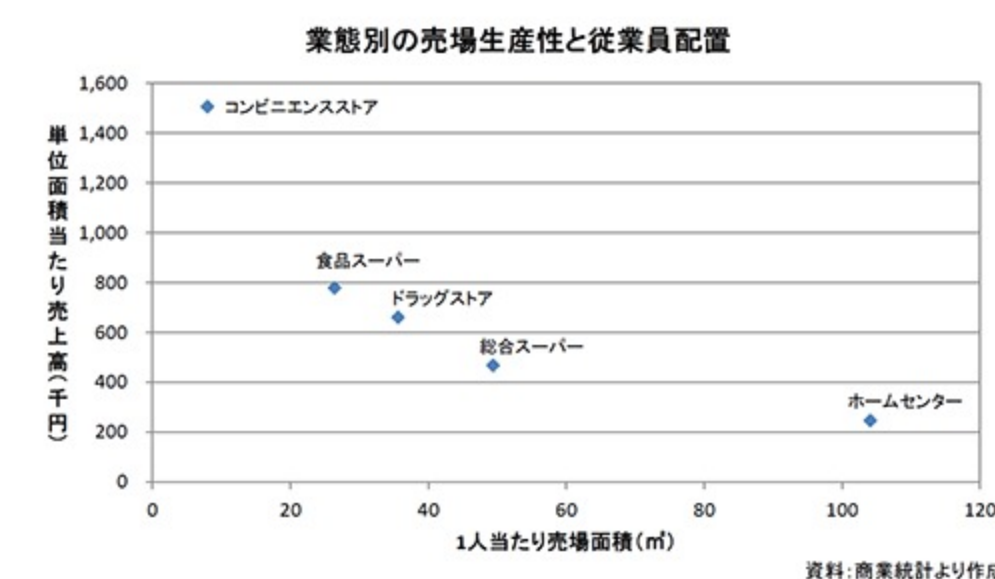
### 業態別の損益構造の比較

下記の主要チェーン小売業のデータを統合して損益構造を比較する予定です。

業態	主なチェーン小売業
総合スーパー	イオンリテール、イトーヨーカ堂、イズミ、平和堂等
食品スーパー	ライフコーポレーション、関西スーパーマーケット、いなげや、マックス・リュウ日本、ヨークベニマル
コンビニエンスストア	セブンイレブン等
ドラッグストア	ウェルシアHD(連結)、スギ薬局、ココカラファイン(連結)
ホームセンター	コーナン商事、コリ、DCM HLDNGS、ジョイフル本田

### 小売業態別の生産性比較

生産性を単位面積(m<sup>2</sup>)当たりの売上高、1人当たり売場面積といった指標で分析し、小売業態別に比較します。



### 担当講師

- 公益財団法人 流通経済研究所 常務理事 高橋佳生
- 日本スーパーマーケット協会 元専務理事  
ヤオコー(株)元常務取締役  
コーネル大学 リテール・マネジメントプログラム プログラム・ディレクター 大塚 明氏

### お問い合わせ

公益財団法人流通経済研究所 担当:中田  
TEL:03-5213-4533 FAX:03-5276-5457

▲流通ビジネススクールへ戻る▲