

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
総合案内 (PDF)

▲ 流通ビジネススクールへ戻る ▲

卸売流通動向講座 日用品部編

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。

開催日時	2018年9月19日(水) 13:00～17:30
開催場所	公益財団法人流通経済研究所会議室 東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル10F(市ヶ谷駅徒歩2分)
参加料	1名様 税抜30,000円(税込32,400円)
参加対象	メーカー、卸売業、小売業、物流関連事業者、情報システム関連事業者など

- 本講座では、主に「日用品(日用雑貨・一般用医薬品)」の卸売流通の基本的な見方と構造変化を踏まえた卸売業各社の戦略動向を学びます。
- なお、本講座は今回で2回目(3年目)の開催となり、最新動向を踏まえた情報を提供します。

なぜ卸売流通を学ぶのか

- ・卸売業は、流通の中心的役割を担っています。メーカーと小売業の間に位置し、高流・物流・代金回収・情報共有など流通機能を果たしています。
- ・メーカーや小売業が今後の卸店戦略を考えた時、卸売業が他社の動向をベンチマークしたりする上で、卸売流通について理解することは重要であると考えます。

講座の内容

1. 卸売流通の基本的な見方

- (1)卸売業の定義と分類
- (2)卸売流通の特徴
- (3)卸売業の機能
- (4)卸売業を取り巻く環境変化による影響



2. 日用品卸売業の特徴と構造変化

- (1)日用品卸売業の多段階性の変化
- (2)日用品卸売業の上位集中度の変化
- (3)日用品卸売業の損益構造・在庫水準の変化
- (4)日用品卸売業の取扱品目の変化

3. 主要日用品卸売業各社の動向・取組比較

- (1)主要日用品卸売業各社の取組比較(各社の動向まとめ)
- (2)主要日用品卸売業各社の動向

対象企業	整理する項目
PALTAG あらかた CBグループマネジメント(中央物産) アルフレッサヘルスクア 大木ヘルスクアホールディングス エコトレーディング	(1)企業概要 (2)沿革(事業背景) (3)財務状況(売上高、利益等) (4)経営戦略・組織構造 (5)マーチャンドライジング機能 (6)ロジスティクス機能 (7)ファイナンス機能 (8)トータル・マネジメント機能(情報提供等) (9)その他事業・新事業(海外展開等)

卸売流通の基本的な見方

- ・卸売業は、メーカーや他の卸から商品を仕入れて、小売業や他の卸に販売しています。
- ・卸売業にも、広域大手卸や地域中小卸、専業卸などタイプが異なります。また、仕入先の違いによって一次店、二次店と格付けされることもあります。
- ・卸売業の特徴の一つは、古くからのメーカーの特約店制によって、業種別の縦割構造になっていることです。
- ・メーカーと小売業の間で、主に4つの卸売機能を果たしています(下表参照)。
- ・中間に位置するため、メーカーの取引制度改定や小売業の上位集中化といった環境変化から、多大な影響を受けます(特に中小卸や二次店)。

卸売機能の例

卸売機能	小売業の購買代理機能	メーカーの販売代理機能
マーチャンドライジング機能	販売促進支援機能 カテゴリーマネジメント機能 市場分析情報提供機能 オリジナル商品開発機能 商品フルライン化機能 商材調達機能	販売機能 販売促進支援機能 商品供給調整機能 販売情報交換機能 商品開発支援機能 商品選別育成機能 価格設定機能
ロジスティクス機能	センター構築開発機能 マテリアル機能開発機能 欠品防止機能 流通加工機能 ジャストインタイム機能 業種別物流システム機能 鮮度管理機能	配荷機能 集荷機能 保管機能 荷役機能 流通加工機能 鮮度管理機能
ファイナンス機能	金融・与信機能	金融・与信機能
トータル・マネジメント機能	EDI化推進・開発機能 情報共有化・活用機能 店舗支援指導機能	EDI化推進・開発機能 情報共有化・活用機能 販売場の提供・育成機能

出所:日本加工食品卸協会「価格制度の再構築への提言」(2006年12月)をもとに作成

日用品卸売業の特徴と構造変化

- ・日用品卸売業の特徴を他業種卸と比較しながら学びます。
- ・日用品卸売業の構造変化を政府統計・業界統計や卸売業各社などのデータを用いて学びます。

(1)日用品卸売業の多段階性の変化

- ・日用品卸売業が小売業に販売するまでの段階数の変化を、W/R比率、W/W比率等を用いて確認します。

(2)日用品卸売業の上位集中度の変化

- ・日用品卸売業の売上ランキングから、上位企業の市場シェア(上位集中度)の変化について確認します。

(3)日用品卸売業の損益構造・在庫水準の変化

- ・日用品卸売業の売上、利益、資産・負債、在庫水準などの変化を確認します。

(4)日用品卸売業の取扱品目の変化

- ・日用品卸売業の品目別売上高の変化から、取扱品目の変化を確認します。

主要日用品卸売業各社の動向・取組比較

- ・大手卸売業各社の事例をもとに、卸売業の具体的な戦略動向・取組を学びます。
- ・各社の戦略動向・取組を比較し、各社がそれぞれどのような位置づけにあるのかを評価します。
- ・今回は、日用品卸売業6社を取り上げる予定で下記。

PALTAG、あらかた、CBグループマネジメント(中央物産)、アルフレッサヘルスクア、大木ヘルスクアHD、エコトレーディング

【整理する主な内容(戦略動向・取組)】

※内容は取り上げる企業によって異なります。

- 財務状況**: 事業展開の成功・失敗を客観的に評価するために、売上高・利益などを確認します。
- 経営戦略**: 企業の特徴、各種戦略・卸売機能の前提として、経営計画・方針などを確認します。
- 組織構造**: 事業展開に必要な当社部門・支社構造、組織改編の動向、子会社など関係会社を確認します。
- 4つの卸売機能について学びます。
 - ①**マーチャンドライジング機能**: 基本方針、取扱品目数、品目別販売先別売上高・構成比、販売先・仕入先等
 - ②**ロジスティクス機能**: 基本方針、物流拠点、在庫水準、小売DC受託状況、製造販運の取組等
 - ③**ファイナンス機能**: 債権・債務回転日数、回転差資金、借入金・キャッシュフローの状況、設備投資額等
 - ④**トータル・マネジメント機能**: 情報提供、情報システム、リテールサポート等
- その他事業・新事業**: 卸売業が行う海外展開、それらの支援などを確認します。

講座のプログラム

時間	テーマ内容
13:00-13:40	1. 卸売流通の基本的な見方 (1)卸売業の定義と分類 (2)卸売流通の特徴 (3)卸売業の機能 ①マーチャンドライジング機能 ②ロジスティクス機能 ③ファイナンス機能 ④トータル・マネジメント機能 (4)卸売業を取り巻く環境変化による影響 ①小売業の上位集中化による影響 ②メーカーの取引制度改定による影響
	休憩(10分)
13:50-14:20	2. 日用品卸売業の特徴と構造変化 (1)日用品卸売業の多段階性の変化 (2)日用品卸売業の上位集中度の変化 (3)日用品卸売業の損益構造・在庫水準の変化 (4)日用品卸売業の取扱品目の変化
	休憩(10分)
14:30-17:20 ※途中休憩含む	3. 主要日用品卸売業各社の動向・取組比較 (1)主要日用品卸売業各社の取組比較(各社の動向まとめ) (2)主要日用品卸売業各社の動向 【対象企業】 PALTAG あらかた CBグループマネジメント(中央物産) アルフレッサヘルスクア 大木ヘルスクアホールディングス エコトレーディング 【整理する項目】 (1)企業概要 (2)沿革(事業背景) (3)財務状況(売上高、利益等) (4)経営戦略・組織構造 (5)マーチャンドライジング機能 (6)ロジスティクス機能 (7)ファイナンス機能 (8)トータル・マネジメント機能(情報提供等) (9)その他事業・新事業(海外展開等)
17:20-17:30	本日のまとめ、日用品卸売業の今後の方向性

※プログラムは変更される可能性があります。予めご了承ください。

講師

公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 木島豊希

お問い合わせ先

公益財団法人 流通経済研究所 (担当:中田、木島)
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル
TEL:03-5210-4531 FAX:03-5276-5457

▲ 流通ビジネススクールへ戻る ▲