

公益財団法人 **流通経済研究所**

The Distribution Economics Institute of Japan

事業案内

INDEX

# 目次

ごあいさつ .....	3
組織概要 .....	4
沿革 .....	5
事業紹介	
農業・地域振興 .....	6-7
サプライチェーン領域 .....	8
サステナビリティ領域 .....	9
流通・店頭領域 .....	10-11
流通・店頭コンサルティング&スクール .....	12-14
情報サービス領域 .....	15



# ごあいさつ



理事長

**加藤 弘貴**

Hiroataka Kato

流通経済研究所は、1966年の設立以来、流通・マーケティングの専門研究機関として、政府・地方自治体の流通行政、流通事業者の経営政策、生産者の流通政策に関わる研究活動を行ってまいりました。研究活動を通じて、経済や経営の実態・課題を明らかにし、課題解決のための提言をすることを主たる使命としております。

近年、わが国の流通をとりまく環境は大きく変化しています。日本経済がデフレからインフレに移行する中で、原材料・エネルギー価格が上昇するとともに、店舗や物流分野での人手不足が深刻になっています。温室効果ガス排出削減に向けた本格的な取組も必要です。一方、人口減少・高齢化により需要の量的縮小が見込まれます。

消費財・流通産業がこうした課題に対応し継続的に事業を成長させるには、DX（デジタルトランスフォーメーション）をベースとして、生産・物流・販売の仕組みをより生産性・効率性を高いものへ変革するとともに、新たな付加価値の創出と利用促進を進めることが重要です。

弊所は、新しい時代の社会課題解決に貢献できるよう、流通をより良くするオピニオンを発信してまいります。関係各位のご支援とご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

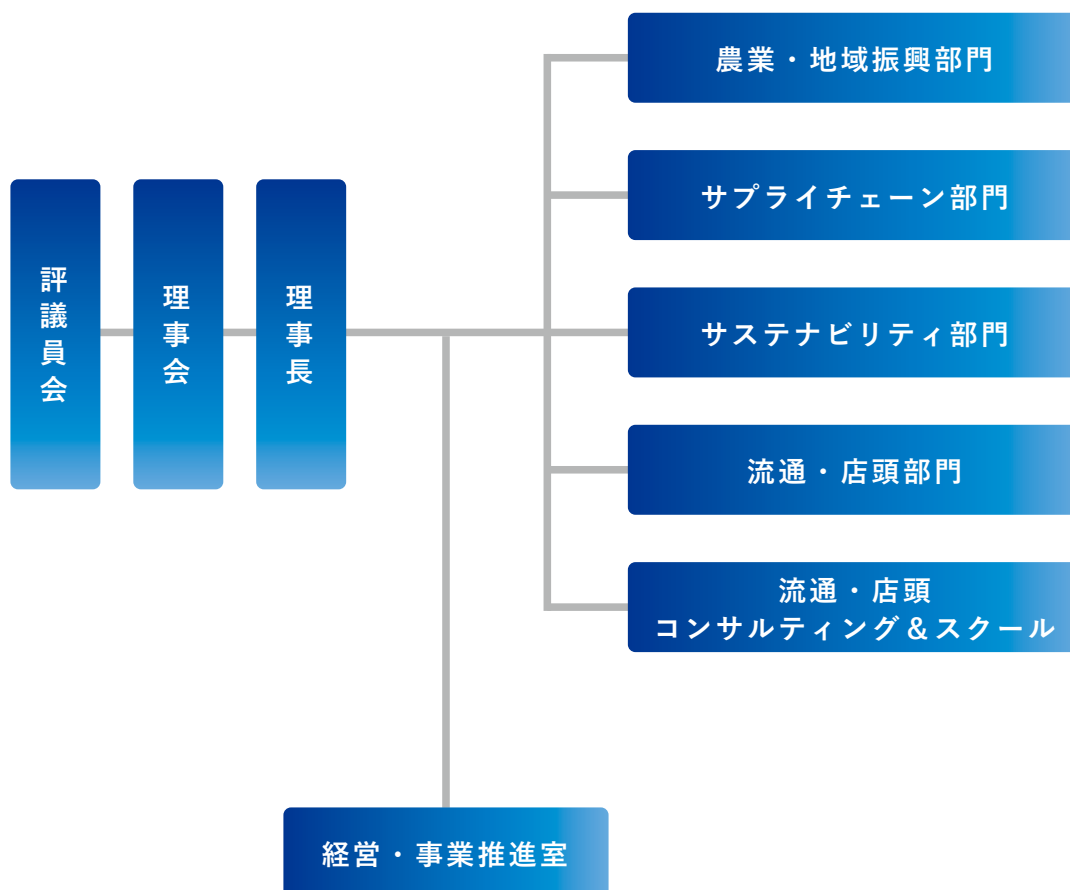
# 組織概要

公益財団法人流通経済研究所は、流通経済に関する研究調査、情報収集・発信、普及啓蒙及び人材の育成等を通じて流通及びマーケティングの改善を図り、もって日本及び世界経済の均衡ある発展に寄与することを目的としています。

【設 立】 1966年10月

【所在地】 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10F

## 組織体制



- 1963 田島義博により任意団体として創設
- 1966 通商産業省（経済産業省）の指導のもと、財団法人として設立
- 1968 研究情報誌『流通情報』創刊
- 1972 システム開発部門を分離し、流通システム開発センターが発足
- 1978 量販チェーン政策研究会開始
- 1980 POS・インストアマーチャンダイジング（ISM）研究開始
- 1983 スキャンパネルデータ（モニター購買履歴データ）の収集・研究開始
- 1995 コンビニエンスストアのISM研究開始
- 1997 『カテゴリーマネジメント（全5巻）』翻訳出版
- 2000 『CPFRガイドライン・ロードマップ』翻訳出版
- 2004 ドラッグストアのISM研究開始
- 2009 『インストア・マーチャンダイジング』出版（日本経済新聞出版）
- 2011 「製・配・販連携協議会」が発足  
日本農業経営大学校の開校を支援、農業・地域振興研究を本格化
- 2012 「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」が発足
- 2013 制度改革に伴い、公益財団法人に移行
- 2015 農業・地域振興プロジェクトが発足
- 2018 内閣府SIPスマートフードチェーン研究開発
- 2019 内閣府SIPスマート物流サービス研究開発
- 2023 内閣府・農林水産省BRIDGE研究開発

●創設者・田島義博について

学習院大学経済学部教授として  
教鞭をとるとともに、流通経営  
者の指導・支援、経済産業省・  
農林水産省等の政府委員を数多  
く務めました。

1955年 一橋大学社会学部卒業  
1963年 流通経済研究所創設  
1964年 学習院大学経済学部助教授  
1970年 学習院大学経済学部教授  
1973年 独 ザールランド大学 客員教授  
1992年 日本商業学会会長  
2002年 学校法人学習院院長・理事長  
2006年 逝去

# 農業・地域振興

## 農業領域

### 農産物の流通実態を明らかにし、「儲かる農業」への変革を支える、流通・マーケティング戦略の提示

私たちのミッションは、流通・マーケティングの徹底した分析に基づき、農業・生産者の付加価値を最大化し、「農業が儲かる産業」へと変革していくプロセスを支援することです。小売・飲食・消費者のニーズを起点としたマーケットインの視点から、農林水産物の需要動向を精緻に分析。また農産物の物流課題に切り込みます。マーケティング戦略の立案、流通経路の最適化、そして6次産業化の出口戦略まで、農業が「産業として稼ぐ」ための具体的な方向性と施策を提示し、その実現を後押しします。課題の見極めから解決手法の提案にいたるまで、データと洞察に基づいた確かな知見を提供します。

#### 特徴・強み

- 豊富なサプライチェーンの現場ネットワークと「一次情報」の収集力
  - ▶ 流通・卸・産地（生産者・自治体）・加工事業者等、農畜水産物の全行程を網羅する独自ネットワークを保有
  - ▶ 現場のリアルな実態や埋もれている課題を直接吸い上げることで、机上の空論ではない、血の通った現状把握を可能
- アカデミックな分析手法と「現場知」を融合させた、実効性の高い施策提示
  - ▶ 徹底的な調査研究に基づくマーケティング手法や統計分析を、現場から得た生の情報と融合
  - ▶ 理論の正しさのみならず、現場での実現可能性を両立させた、明日から動ける具体的なアドバイス・示唆を提供

#### 【主な事業実施フロー（一例）】



◆アンケート調査の前後に現場の意見を取り入れ、実効性の高いものにしていく

#### これまでの主な調査研究・コンサルティング実績

テーマ・事業名	委託元	調査・事業概要
福島県産農産物等流通実態調査	農林水産省	福島県産農産物の風評被害の現状、現在の流通実態を明らかにすることを目的に、生産者、卸売業者、小売業者等へのヒアリング、アンケート調査、POSデータ等を用いた販売データの分析等を実施
県産農産物等の流通実態調査・分析等	新潟県	新潟県内の青果・水産・花き市場に対して、現場の課題をヒアリングし、物流の2024年問題に向けた対応策として実証実験を実施。特に花きは中継拠点化を目指した実証実験から物流課題への対応を検討し、今後の方向性に対する示唆を提示
食品流通段階別価格形成調査	農林水産省	産地から消費地に至る各流通段階別の流通経費等の実態を把握するとともに、その結果を用いて価格形成の過程を試算し、食料の安定供給の確保に向けた食品流通の効率化・高度化、流通構造改革等の施策を推進するための基礎資料を作成
米の付加価値向上・流通合理化支援	農林水産省	多様な消費者・実需者ニーズに適應するため、米の生産から消費に至るまでの情報を連携するスマート・オコメ・チェーンを活用した米の付加価値向上・流通合理化に資する取組及び米の付加価値を高める情報に関する調査・検証を実施

## 地域資源の価値を再定義し、 実効性のある地域ブランドを創出する

私たちは、地域振興の観点から、地域産品や地域そのものの価値を最大化するブランディング事業を多数展開しています。アカデミックな視点を基に、各地域に合わせたブランディング立案をサポートします。ブランディングに必要な商品開発等の具体的なプロジェクトにおいては、現場の事業者に寄り添った伴走支援を実施しています。ブランドユーザーである地域に寄り添う一方、消費者からの認知を高めるために徹底した消費者調査を実施します。確かな地域ブランドを確立するため、データに基づいた論理的な戦略と、現場で動くための実効性を高い次元で融合させ、地域が自律的に稼ぎ続ける仕組みを構築します。

### 特徴・強み

#### ■ 理論（アカデミック）を「武器」に変える実装力

- ▶統計や分析手法をわかりやすく用いることで現場の事業者を納得させ、明日から取り組める具体的なアクション（商品開発やプロジェクト）へ翻訳する知見の深さ

#### ■ 地域ブランドの「自律」をゴールにする本質的アプローチ

- ▶地域や事業者に寄り添いながらも、消費者に支持され、選ばれ続ける地域ブランドへの確かな導き
- ▶支援が終わった後も地域に経済が回り続ける、持続可能なビジネスモデル（構造）を設計できる、経営・マーケティングのプロフェッショナル性



#### 理論を武器に変える実装力

- 「納得感」のあるデータ可視化
- 分析結果から逆算した「即実行可能」なタスクの切り出し
- 現場の経験則をロジックで裏付ける「成功の再現性」の提示



#### 地域ブランドを創るだけでなく、「自律」に向けた本質的アプローチ

- 「地域側の想い」と「市場ニーズ」の徹底的なチューニング  
地域・事業者に寄り添うアプローチ
- 「現場主導型」の意思決定等プロセスの確立

### これまでの主な調査研究・コンサルティング実績

テーマ・事業名	委託元	調査・事業概要
千葉市「食のブランド」認定事務局運営等委託業務	千葉市	千葉市「食のブランド」認定制度の構築から認定までを一貫して行い、認定者向けセミナーや認定見送りとなった申請者に対する支援等、全方位での支援とともに、千葉市「食のブランド」の知名度向上や商談会開催、商品開発支援等幅広く実施
令和6年度群馬県産農畜産物ブランディング業務	群馬県	「ナス」、「ウメ」、「ニジマス」、「上州地鶏」、「リンゴ」について状況に応じた必要な調査や販路拡大支援等を実施し、その結果を検証・評価することでブランドの新たな方向性を提示し、品目ごとにヒアリング調査を通じプロモーション実施案を提案したり、生産者に対しブランディングに関する意識啓発を実施
農産物ブランド向上対策事業支援業務	鹿児島県	鹿児島県産農産物のブランド力向上に向けて、高付加価値産品市場において存在感を発揮し、県産高付加価値産品のシンボルとなり得るような産品群（シンボリック産品群）の創出に向けた、市場調査、検討会等を実施し、産地づくり方針案や、PR方針案を作成、ブランド化に向けた方策を提示
産業間連携おきなわブランド戦略推進委託業務	沖縄県	国内外の6カ国6,000人の消費者を対象とした定量調査・分析を基に、おきなわブランドのターゲットと価値を導き出し、またブランドユーザーとなる県内事業者へのヒアリング調査も実施した上で、ブランド戦略書及びコンセプトブックを作成

# サプライチェーン領域

## 標準化とデジタルで物流の未来を共創

サプライチェーン領域では、物流業界の標準化とデジタル化を牽引し、フィジカルインターネットの実現を視野に、政策調査・共同実証・コンサルティングを展開。国や自治体、民間企業との連携を通じ、持続可能でレジリエンスな物流・商流の構築を目指します。

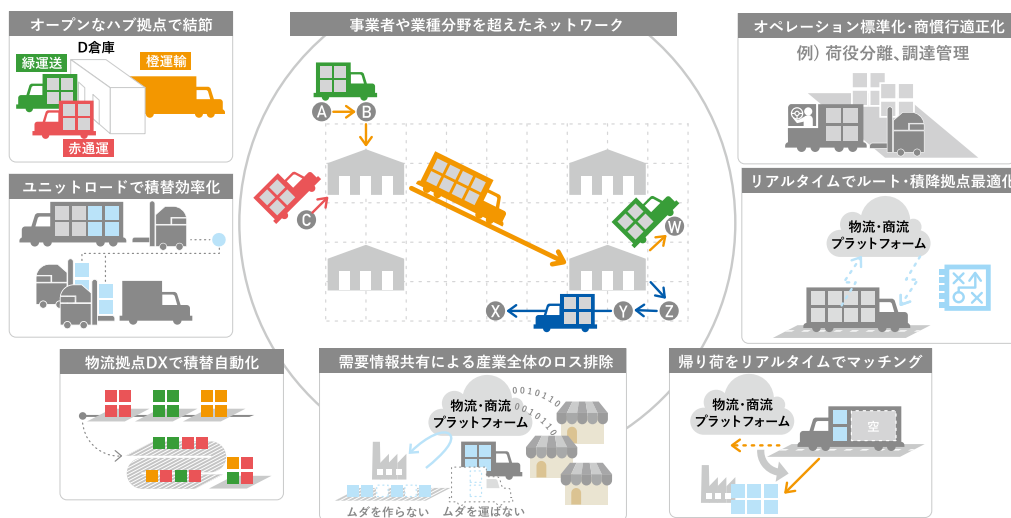
### 特徴・強み

- 国内の物流標準化トレンドを見据えた政策提言力
- 流通事業者／メーカー／卸売／小売／物流事業者等、サプライチェーン全体との広範なネットワーク
- SIPスマート物流で培ったデータ連携基盤と実証ノウハウ
- 業界横断の実装支援力

### 近年の重点的な取り組み

- 納品伝票エコシステムの社会実装
- 物流標準マスタ（商品／事業所）の整備とルール策定
- モーダルシフト等の推進支援
- 日用品・家電領域における物流資材標準化、共同輸配送の制度設計
- データ連携による共同輸送マッチング、荷主マッチング支援

### 【フィジカルインターネットの実現イメージ】



(出所) 経済産業省 フィジカルインターネット実現会議資料より抜粋

### これまでの主な調査研究・コンサルティング実績

テーマ・事業名	委託元	調査・事業概要
物流データの標準化促進に向けたオープンプラットフォーム構築支援事業	国土交通省	「物流・商流情報のオープンプラットフォーム」の構築・運営に係る取組に対し、補助金の執行団体として、募集開始から伴走支援
流通レジリエンス実現に向けた持続可能な物流ネットワークの構築事業	経済産業省	日本海側ルートを活用した共同輸送ネットワークの構築に向け、検討会及び実証実験を実施し、あるべき物流ネットワークの姿を検討
標準事業所コード活用ルール検討	経済産業省	消費財サプライチェーンを対象とし、「物流標準事業所コード」の提供スキームや活用のルールを検討
物流効率化支援コンサルティング	民間企業、社団法人等	多様な業界における物流標準化のコンサルティング及びプロジェクトマネジメント実施、官公庁の補助金に関する申請支援、実施運営、取りまとめ対応

# サステナビリティ領域

## More Sustainable, More Well-being

### もっとサステナブルな未来を、 もっとすべての人にウェルビーイングを

サステナビリティ部門では、「More Sustainable, More Well-being」をパーパスとして、SDGsの実現と社会課題の解決に向け、小売・流通業界における脱炭素化や食品ロス削減、持続可能な商品の普及等、多角的アプローチで企業の成長と社会価値向上を支援します。

#### 特徴・強み

- リサーチ&コンサルティング領域、オープンイノベーション領域、倫理・哲学領域の三位一体の取り組みを通じて、企業や行政と連携しながら持続可能な未来の創出に貢献
- 小売・流通業界に特化した脱炭素・持続可能性戦略の策定
- カーボンフットプリントの可視化、サプライチェーン全体での脱炭素化施策の推進

#### サステナビリティ部門の事業領域



サステナビリティに関する官公庁及び民間企業向けのリサーチ・コンサルティング分野における市場開拓を推進する



「倫理・哲学×流通」のアプローチを具体化し、企業のより倫理的かつ持続可能な活動の実現を後押しする



社会課題の解決に対する意識の高い事業者・官公庁と、具体的な解決策を有する事業者・官公庁とをつなぐストーリーを構築し、協働による事業化を推進する

研究機関として 流通市場を題材に、社会構造を捉えて、今気づかれていない何かしら重要な問題の改善提案をする

#### これまでの主な調査研究・コンサルティング実績

テーマ・事業名	委託元	調査・事業概要
食品ロス削減商慣習検討事業	農林水産省	検討会・調査・セミナー・プレスリリース等の実施により、食品ロス削減につながる商慣習の見直しに取り組む企業や品目の拡大を図るとともに、今後の具体的方策等を取りまとめ
ALPS処理水による風評影響調査関連事業	資源エネルギー庁	ALPS処理水海洋放出後の継続調査として、農林水産品の価格動向調査等を行い、調査結果を分析して対応策を提案するとともに、翌年度の風評影響調査計画を提案
大規模・先進的フードバンク活動支援事業	農林水産省	多くの未利用食品の受け皿となる大規模かつ先進的な取組を行うフードバンクに対して、未利用食品の受入れ・提供を拡大する取組等を支援
顧客・従業員エンゲージメント調査	民間小売企業	自社のポジショニング把握のための顧客エンゲージメント調査と、従業員のウェルビーイング等を測定する調査を実施し、それを基に管理職がアクションプランを作成・対策を検討

# 流通・店頭領域

## 小売流通・消費動向を分析・整理し、 マーケティング施策を提言

研究開発事業として、流通に関わる製（メーカー）・配（卸売業）・販（小売業）企業とサービス事業者を対象に短期から中・長期の戦略・戦術の立案に役立つ知見を創造するための研究を推進しています。研究成果は共同研究プロジェクトや研究会、テーマ別セミナーという活動を通じて、参加する企業に提供しています。

### 特徴・強み

- 定例の報告会等を通じて、流通・消費動向などに関する情報サポート
- テーマに沿って近年の環境変化を様々な角度から捉え、専門研究員が調査研究成果を報告
- 業界の専門家・実務家を講師として招聘し、最新事例や流通現場の実態、課題等を分かりやすく解説

### 主な共同プロジェクト・研究会

#### リテールマーケティング 共同研究プロジェクト

生活者・ショッパーの実態調査やデータを定量的に分析し、メーカー、卸売業、小売業各社の売場づくり等の施策立案に役立つ知見・情報を提供することを目的に継続的に実施しています。ISM・ショッパー研究プロジェクトを継承し、近年注目されるリテールメディアやスマホアプリの活用等、リテールマーケティングの領域を幅広く研究テーマに取り上げます。

#### ショッパー マーケティング研究会

人口減によるマーケット規模の縮小や、人材確保の困難化が続き、スーパーマーケットやドラッグストア、コンビニといった小売業態の事業環境は転換期を迎えています。こうした状況下での各業態の売場づくりの方向性や注力ポイント、及びその背景にある問題意識等の情報提供に努めます。またショッパーの購買・意思決定の背景にある、消費者の心理や意識の解説にも注力します。

#### 量販チャネル研究会

チェーン小売業を中心に流通の動向を把握し、メーカーのマーケティング、営業政策を考える研究会で、40年以上にわたり継続して開催しています。消費の変化、流通業の直近の動向を随時把握し、メーカー各社のお役に立つ情報を鋭意提供します。また人口減少が進み、高齢化のステージがもう一段深まる2020年代後半に向けた中期課題もあらためて検討する予定です。

## 主な共同プロジェクト・研究会

### 流通業とその支援企業のための消費と流通の明日を読む研究会

量販チャンネル研究会が大手メーカーを会員とするのに対し、本研究会はチェーン小売業、卸売業をメインの顧客にするとともに、それらの企業を支援する専門企業、また中小規模のメーカーにもご参加いただけるようになっています。

### ドラッグストア研究会

メーカー・卸がドラッグストアへ提案する際に必要となる情報の提供を目指し、業態動向、主要企業の経営分析、エリア研究、ショッパー調査・消費者購買データ分析、注目チェーンの店舗取材等を行い、必要な情報の整理、対応施策等を提案します。

### 〈商品開発&ブランディング〉 マーケターフォーラム

ヒット商品の開発成功事例について、開発担当者のインサイトや考え方を基に業界の実務家・専門家のパネラーと参加者で真摯に考え、議論を深め、深掘りします。毎回、商品開発やブランディングに関する異なるテーマを設けて、パネラーや実務家、専門家による講演や議論も行います。また、商品開発・マーケター等、参加者のネットワーキング強化を支援して、参加者同士の情報交流の促進を図ります。

### アジアショッパー & ブランドインサイト研究会 (ASBI研究会)

小売業の経営戦略やDX活用の実際を確認し、メーカーと小売業のブランド戦略や流通戦略をショッパー視点で明らかにしようとする産学研究会です。また、ショッパーのカスタマー・ジャーニーにおける情報探索や買い物の瞬間の意識・無意識の購買動機について実証的に分析し、ブランドの習慣化(定着)に関する戦略構築や小売業の生産性向上を高めるための理論構築を行います。

## テーマ別セミナー（近年の主な取り組み）

### チェーン小売業態動向セミナー

企業決算情報等の直近決算データと最新動向をもとに、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア等の主要小売業態に関する直近情報を包括的に提供いたします。示唆された情報は戦略立案などの参考としていただけます。

### アメリカ最新流通視察セミナー

米国で話題の小売業態に関して、スーパーやディスカウントストアなど30店舗近くを視察するセミナーツアーです。米国でのデジタルを始めとした新しい取り組みや最先端のマーケティング成功事例、現地化に成功している日系企業の対応等を学びます。

# 流通・店頭コンサルティング & スクール

## 公開講座

### 一人ひとりの知識とスキルを向上させ、 効果と効率両面で生産性を向上

流通・マーケティングの専門調査研究機関としての知識・ノウハウと、専任スタッフ及び外部の専門家ネットワークを活用し、流通ビジネスに携わる人材の能力向上に向けて、主にメーカー・卸売業、小売業各社を対象とした公開講座を実施しています。

#### 特徴・強み

- 「流通ビジネススクール」として、通年で流通業に関わる人材開発を実施
- お客様の変化、競合業態の状況を読み取り、商品開発・MD・店頭施策を適応させるためのスキルを養成
- 独自のオンデマンドシステムによるオンライン開催で、いつでも・どこでも受講可能（一部講座）
- オンデマンド形式の講座を活用して、通常よりも参加しやすい価格で、チーム全体のスキル底上げに最適な5名から利用できる法人向けサブスクリプションサービスを提供（2026年度より）

#### 流通ビジネススクール 講座一覧

### 1

売場改善・  
売場提案に  
必要な基礎知識を  
習得する

- 初級 インストアマーチャンダイジング基礎講座
- 初級 [小売版] インストアマーチャンダイジング基礎講座
- 初級 店頭プロモーション企画基礎講座
- 初級 店舗・売場観察力育成講座
- 中級 棚割作成基礎講座

### 2

データ活用力・  
データに基づく  
提案力を  
身につける

- 初級 POSデータ分析活用基礎講座
- 初級 ID-POSデータ活用講座1 基礎編
- 中級 ID-POSデータ活用講座2 応用編
- 上級 ID-POSデータ活用講座3 実践編
- 中級 卸売業動向講座
- 中級 提案ロジック構成力育成講座
- 上級 店頭マーケティング・アナリスト養成講座

### 3

提案・商談の  
実践力を養う

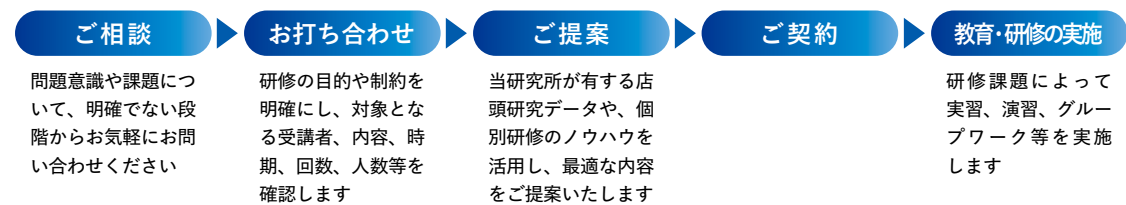
- 初級 小売業基礎講座
- 中級 商談力強化講座
- 中級 価値訴求型提案スキルアップ講座
- 上級 営業マネージャー育成講座

## 個別講座

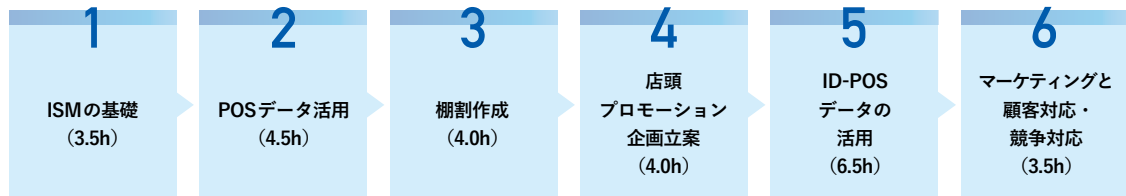
# 各企業のニーズに基づいたカリキュラム開発

長年にわたる公開講座の実施に基づいて蓄積されたスキームを、個々の企業ニーズに基づいて公開講座の既存カリキュラムをカスタマイズ、あるいは新規にカリキュラムを開発して、個別企業向け研修を実施しています。

### 個別研修実施までの流れ



### ● メーカー・卸売企業向け個別研修コース例 ●



### 近年実施している個別企業向け研修の実施事例

#### メーカー・卸売業向け個別研修

##### ■ 小売・売場研修 [1日]

メーカー・卸 営業担当新入社員

小売の収益構造、組織と役割、主要業態と課題、商圏・店舗の見方、売場・営業提案の要素を学ぶ

##### ■ 棚割作成研修 [半日]

メーカー・卸 営業・MD担当

データとISM理論に基づく根拠のある棚割方針作成の手法とステップを学ぶ

##### ■ ID-POSデータ活用研修 [半日]

食品メーカー 営業担当

ID-POSデータについて、基礎からカテゴリ提案への活用までを学ぶ

##### ■ 提案型営業実践研修 [半日×2回]

食品メーカー 営業担当

実際の取引先の課題解決提案作成に向けた実践的な研修

##### ■ カテゴリー・マネジメント基礎研修 [半日×2回]

食品メーカー 拠点営業サポート

カテゴリー・マネジメントの考え方をベースに、取引先小売との単位・中長期の取り組みの進め方を学ぶ

#### 小売業向け個別研修

##### ■ インストアマーチャндаイジング研修 [半日]

商品部バイヤー・運営部SV・店長

インストアマーチャндаイジングに基づく売場展開手法の定石を、講義と演習を通じて習得する

##### ■ インストアマーチャндаイジング・棚割作成研修 [1日]

商品部バイヤー

演習を交え、売場作りの基礎としてのインストア・マーチャндаイジングと棚割作成を総合的に学ぶ

##### ■ バイヤー向けPOSデータ活用研修 [半日]

商品部バイヤー

POSデータ活用の基礎、商品改廃、売価設定と販促の評価改善等を学ぶ

##### ■ バイヤー向けマーケティング研修 [1日]

商品部バイヤー

顧客視点のマーチャндаイジングを実践するための小売業としてのマーケティングの考え方、データ活用をグループワークを交えて学ぶ

##### ■ 小売業役員向け研修 [半日]

食品小売業 役員クラス

トップマネジメントの立場から押さえるべき競合業態の分析視点を体系的に確認

資格・検定

特徴・強み

40年近くにわたり製・配・販各社とPOSデータ・ID-POSデータ活用に関する共同研究やコンサルティングを行ってきた当研究所では、POSデータを活用する人材育成に貢献するために、小売業のデータ活用に向けた学習の成果を認定する「POSデータ活用検定」、「ID-POSデータ活用検定」を実施しています。検定はそれぞれ年2回実施しており、オンラインでの受検で、即時に合否がわかります。合格者には合格証及び名刺掲載用のロゴ・データ、合格認定バッジを発行しています。

## POSデータ活用検定

POSデータを正しく分析・活用するための知識とスキルを身につける

POSデータは、小売業における販売管理、発注業務やマーチャンダイジング計画立案はもとより、メーカーや卸の営業活動で小売業向けの棚割や販促の提案の作成等、様々な業界で幅広い業務領域に使われています。「POSデータ活用検定 (POS検!)」は、こうした業務に携わる方々が、POSデータの特性を理解し、POSデータを適切にかつ効果的に分析・活用するために必要な知識とスキルの証明となる検定です。

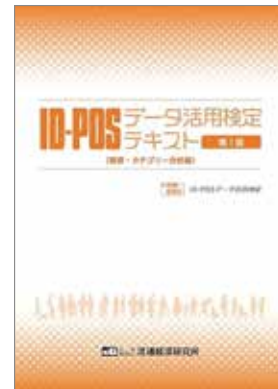


POS検!の参考テキスト

## ID-POSデータ活用検定

ID-POSデータの正しい知識と活用スキルを身につける

ID-POSデータはお客様視点での店頭施策を考えていくうえで非常に有効なツールです。近年、小売業のみならず取引先メーカー・卸売業も含め、ID-POSデータ活用についての注目が高まっています。しかしID-POSデータはPOSデータに比べ変数が非常に多く複雑なため、正しく活用できる人材が十分とは言えない状況にあります。「ID-POSデータ活用検定 (ID-POS検!)」は、マーチャンダイジングや店舗集客に携わる方々が、ID-POSデータの特性を理解し、ID-POSデータを正しくかつ効果的に分析・活用するために必要な知識の証明となる検定です。



ID-POS検!の参考テキスト

### 検定制度の意義

●社内・取引先への知識・スキルの証明

POSデータ・ID-POSデータ活用に関する一定レベル以上の知識・スキルの保有を、第三者機関が証明します

●「学ぶ」動機付け

正しい知識やスキルを「学ぶ」ことへの動機付けとなり、また集計・分析の効率化につながります

### このような方に

- メーカーで営業推進、営業、営業サポートを担当されている方
- 卸売業で営業推進、営業、営業サポートを担当されている方
- 小売業でバイヤー、販促企画を担当されている方

※上記以外でもPOSに関わる仕事をされている方には大変有効な検定です。

# 情報サービス領域

主に食品・日用品の流通・マーケティングに関する各種情報を収集し、提供しています。当研究所の研究成果を掲載する研究情報誌『流通情報』の刊行や、各種研究レポートの発行、またホームページ等を通じた情報を提供、広く公表しています。

## 研究情報誌『流通情報』の発行

研究成果を論文・資料等として公表するとともに、外部の研究者・実務家等の執筆する論文を加えて、最新の研究に関する情報を提供しています。また、査読付き学術誌として学界に貢献しています。



## 各種研究レポート・資料の出版

研究成果は分野別・テーマ別に書籍、研究レポート、電子資料として出版するとともに、ホームページ等を通じて広く情報を発信しています。

- 消費者購買行動年鑑  
スーパーマーケット編 / ドラッグストア編
- 流研ロングタームフォーキャスト
- 主要小売6業態決算データファイル
- ネット購買研究レポート



## 流通情報データサービス

### ● 市場POSデータ販売代行サービス

全メーカー、卸売業を中心に営業ツールとしての活用支援を含めて、株式会社マーチャングデザイン・オンの市場POSデータサービス「RDS」(※)を販売代行しています

※全国のスーパーマーケット及びドラッグストアのPOSデータを基に、商品単品別販売動向を分析出来るツールです(サンプル店舗スーパー 3,800店舗・ドラッグストア570店舗 [2025年9月現在])

### ● 流通統計データサービス、 インデックス検索サービス

## 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、流通情報データサービスを構築し、情報検索サービスを提供しています。

 公益財団法人 **流通経済研究所**

HP



SNS

