

## 平成 30 年度 事業報告書

### I. 平成 30 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 30 年度事業の概況

平成 30 年度の我が国経済は、基調としては緩やかに拡大しましたが、輸出・生産面に海外経済の減速の影響が現れるところとなりました。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が、一方で流通・物流における人手不足もより深刻な状態となりました。

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と生産性の向上に資するべく、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>

「消費者・店頭研究事業」では、製・配・販の企業をメンバーとする「Shopper & Merchandising Development :SMD 共同研究機構」において、従来から実施している売場づくり等のマーチャンダイジングに必要な基礎的なショッパー調査やシニアや訪日外国人、ヘルスケア等のショッパー対応が求められる領域の調査・データ分析等に加え、マーケティングにおける新技術活用に関する研究を実施し、共同研究参画企業へ研究成果を報告しました。

「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。2018 年度は新たにネット・ショッパー研究会を開催しました。

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、海外における農産物の生産状況、農産物を対象としたスマートフードチェーン構築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、インスタ・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や米国流通動向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直売所等でのマーケティング支援プロジェクトを実施しました。

平成 30 年度事業収支に関しては、事業収入は 583 百万円と前年より大きく増加しました。また、経常増減額は 7 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) 消費者・店頭研究事業

消費者・店頭研究事業では、製・配・販の企業をメンバーとする「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し、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・革新に貢献するための研究を継続的に行っています。

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、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、研究調査を進めました。

#### ①ショッパーの購買行動に関する研究

「インスタ・マーチャンダイジング基礎研究」として、ショッパーの買物行動に対応したマーチャンダイジングの実施に貢献することを目的に店頭研究をベースとした研究を実施しました。本年は、ドラッグストアで実施した店頭調査の他、昨年までに実施したスーパーマーケット、コンビニエンスストアでの調査結果と合わせて、業態別の対応方向性を検討しました。研究成果に基づき、これまで理論構築を進めてきたインスタ・マーチャンダイジング（ISM）のマニュアルを更新しました。

また、消費者パネルの購買データからショッパーの業態使い分けの変化に関する分析を行いました。

研究テーマ	内 容
ショッパーの購買行動に関する研究	(1) ショッパーの業態スイッチに関する研究 (2) 店頭販促物の生産性向上に向けた研究 (3) DRGにおけるショッパーの購買行動（計画・非計画購買調査） (4) ショッパーの購買行動の業態間比較 (5) 購買計画性による商品特性の業態間比較

#### ②重要ショッパーセグメントの研究

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
重要ショッピングセグメントの研究	(1) 訪日外国人調査（中国語、英語による街頭アンケートの実施） (2) 買物不便地域における高齢者調査（訪問面接調査とグループインタビュー） (3) ヘルスケアを軸にした消費者の購買行動分析（Web 調査と購買データ分析） (4) ドラッグストアにおける食品購買ショッピングの研究（ドラッグストアチェーン施策分析、Web 調査、購買データ分析）

### ③マーケティングにおける新技術活用の研究

中長期的に活用することを目的にマーケティングにおける新たな研究手法の活用や新たなマーケティングツールの活用に向けた研究テーマを設定しました。

研究手法に関しては、バーチャルリアリティ（VR）の機器を用いた売場評価と脳波等の生理指標の店頭マーケティングへの活用に関する研究を複数年で取り組む研究テーマとして実施しました。

また、マーケティングツールに関する研究としては、スーパーマーケットにおけるスマートフォンアプリの活用に向けた研究を実施しました。

研究テーマ	内 容
マーケティングにおける新技術活用の研究	(1) 生理指標を用いた売場評価（実験室実験） (2) スーパーのスマートフォンアプリの利用実態と購買行動に与える影響に関する研究（Web 調査、Web 上のアプリ評価）

### ④WADAI プロジェクト（「話題＋購買」を軸にした研究）

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を明らかにすることを目的に研究を実施しました。本年度は、3年計画の2年目としてオンライン上に模擬SNSを開設し、実験的な調査を実施しました。

研究テーマ	内 容
「話題＋購買」を軸にした研究	(1) SNS における話題の展開 (2) SNS 参加による意識の変化 (3) SNS における話題が購買に与える影響

### ⑤ ネット・ショッパー研究会

消費者の購買に占めるEC化率は年々増加しており、食品や日用品購買においても消費者の購買チャネルとしての重要性が高まっています。弊所でもネットを介した購買の今後について多面的に、またより深く研究することを目的として「ネット・ショッパー研究会」を立ち上げました。

研究テーマ	内 容
食品・日用品のネット・ショッパーの特徴・ニーズと今後	(1) ネット購買利用者の特徴（誰が利用しているのか？） (2) ネット購買利用者の利用実態と今後の意向（どのように利用し、今後の利用が増えるのか？） (3) Web調査によるネット購買者の業態別の利用実態とネット購買の「なぜ」について調査分析
ネット上でのカテゴリ・商品選択など購買行動の特徴	(1) ネット購買される商品の特徴 (2) ネット購買における購買商品・ブランド選択の特徴 (3) Web調査及びグループ・インタビューによるネット購買のプロセス等の解明 (4) ネット販売事業者、関連サービスおよび海外の動向
ネット販売事業者、関連サービスおよび海外の動向	(1) 直近3年程度のネット購買および関連分野の国内の動向のご報告 (2) ネット購買および関連分野に関する海外の動向のご報告 (3) 外部講師講演：アスクルのeコマース物流革命 (4) 外部講師講演：米国の流通・小売ビジネスをめぐる注目の動向

### ⑥ データ分析提供サービス

スーパー・CVS・DRG 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 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 売場が直面する今日的課題と、課題解決の方向性</li> <li>(2) 注目のショッパータイプ（有職女性やシニアなど）の買い物意識と売場づくりの対応事例</li> <li>(3) 注目の新店や改装店舗に見る、売場づくりの方向性の考察</li> <li>(4) 消費者心理をめぐる要点</li> </ul>
効果的な売場づくりや、販売・マーケティング事例の研究	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) ショッパーの買い物において重視度を強めていることの考察</li> <li>(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</li> </ul>
ショッパーの業態・店舗選択行動の研究	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 消費者の業態利用状況</li> <li>(2) 消費者のカテゴリ別業態使い分け</li> <li>(3) 消費者の業態への評価</li> <li>(4) 消費者の業態別主利用チェーンとチェーンへの評価</li> <li>(5) 買い物をめぐる課題意識や困り事</li> </ul>

## ②量販チャネル研究会

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>(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</li> <li>(2) 流研による2030年の消費市場と小売構造予測の検討</li> <li>(3) 診療報酬、薬価改定とドラッグストア業界の将来展望</li> <li>(4) 中国ニューリテールの最新動向から</li> <li>(5) 2019年10月予定の消費税率引き上げのインパクトと基本的な対応、軽減税率関連問題</li> <li>(6) キャッシュレス決済、消費者還元事業問題</li> </ul>
チェーン小売業を中心とする流通の動向研究	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) GMS、SM、CVS、DRG、HCの2018年2・3月期決算、2019年2・3月期中間決算、第3四半期決算、アマゾン、楽天、アスクルの18年度決算</li> <li>(2) 大手GMSと地方GMSの提携</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>(3) 大手 SM のネットスーパーの現状と今後の展開</li> <li>(4) セブンのネットコンビニの損益評価</li> <li>(5) DRG トップ層と関心を共有できるようになるために一度おさえておきたい 基礎知識</li> <li>(6) 高質 SM の取り組み</li> <li>(7) 地方 DRG の最近の展開</li> <li>(8) 生協の現状と今後の事業戦略、宅配の成長</li> <li>(9) EC を取り巻く環境の変化と EC 大手の展開</li> </ul>
メーカーの流通政策研究	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 2018 年のイベントとメーカーに何ができるかの強制発想</li> <li>(2) メーカーが考えるリテールマーケティング</li> <li>(3) メーカーの POS データダウンロード業務への RPA 導入の経緯と活用状況</li> <li>(4) メーカーのオフィス改革による働き方改革の実現</li> </ul>

### ③流通業のための「消費と流通の明日を読む研究会」

小売業、卸売業の視点で市場、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	<ul style="list-style-type: none"> <li>(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</li> <li>(2) 流研による2030年の消費市場と小売構造予測とSMの対応策</li> <li>(3) 診療報酬、薬価改定とドラッグストア業界の将来展望</li> <li>(4) 中国の無人店舗、QRコード決済などの評価</li> <li>(5) 2019年10月予定の消費税率引き上げのインパクトと基本的な対応、軽減税率関連問題</li> <li>(6) キャッシュレス決済、消費者還元事業問題</li> <li>(7) 2020年代に向けた新たなITの活用から</li> </ul>
チェーン小売業を中心とする流通の動向研究	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) GMS、SM、CVS、DRG、HC の 2018 年 2・3・5 月期決算、2019 年 2・3 月期中間決算、第 3 四半期決算、アマゾンの 18 年度決算</li> <li>(2) 大手 GMS と地方 GMS の提携</li> <li>(3) 夕夜間競争再考</li> <li>(4) ドンキの展開</li> <li>(5) セブンのネットコンビニの損益評価</li> </ul>

### 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しました。 (1) 経済産業省の流通とITに関する政策について (2) 米国リテール・テクノロジーの動向と流通・マーケティングの課題 (3) アマゾン・エフェクトを考える～アマゾンのすごい物流戦略 (4) 流通業の生産性向上～高効率な流通小売を実現するために
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) 新たな情報を有効活用するための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

#### ⑤ サプライチェーン物流生産性研究会

消費財メーカーと物流関連事業者をメンバーとし、サプライチェーン全体の物流生産性向上に向けて情報共有・研究調査・提言を行いました。

テーマ	内 容
物流生産性の考え方・管理手法	(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
物流生産性を高める取組・事例	(1) ドラッグストア等小売業の生産性改善事例 (2) 卸売業の生産性改善事例／最新物流センター視察

### (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、「ポスト平成時代の製・配・販の成長戦略」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：「ポスト平成時代の製・配・販の成長戦略」

実施日	内 容
平成31年 2月	<p>■ 第1日目：環境変化への対応と流通ビジネスの改革</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) わが国流通の課題と経済産業省の流通政策について</li> <li>(2) 消費と流通の今を捉え、先を読む 2019</li> <li>(3) 小売流通のビジネスモデル変革に向けたカインズの挑戦</li> <li>(4) 共創マーケティングの実践</li> <li>(5) U. S. M. Hの挑戦</li> </ul>
	<p>■ 第2日目：経済動向・消費の展望と変化する需要への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 2019 年日本経済の展望 ～秋から景気後退の可能性～</li> <li>(2) ウエルシア薬局が推し進める次世代に生き残れるドラッグストアの創出</li> <li>(3) 日本アクセスの成長戦略と次世代型フルライン卸としての価値創造</li> <li>(4) 課金方式のバリエーション ～サブスクリプション・モデルから成果ベース課金まで～</li> <li>(5) SCMによる流通生産性向上 PALTACの物流戦略</li> </ul>
	<p>■ 第3日目：</p> <p>A会場：技術革新と流通の新たなビジネスモデル</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) リテール・テクノロジー導入・活用によるMD・オペレーション革新の方向</li> <li>(2) 中国におけるキャッシュレス化と無人決済の普及</li> <li>(3) 薬王堂の強みを最大限に活用した、リアル店舗とITの融合</li> <li>(4) LINEが提供するモバイル送金・決済サービス LINE Payについて</li> <li>(5) 小売業における最新テクノロジーとマーケティングの変化</li> </ul> <p>B会場：生鮮流通のイノベーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 生鮮流通のイノベーション</li> <li>(2) 産地と消費者を繋ぐ新時代の鮮魚流通</li> <li>(3) アグリゲートによる農産物流通のイノベーション</li> <li>(4) 「さば」から始まるマーケットリーダーへの道</li> <li>(5) 【パネルディスカッション】新しい青果売場づくりへの取り組み報告 熊本における生産者×ママ×ハローデイによる新たな売場づくり</li> </ul>

②テーマ別セミナー

1) ショッパー研究セミナー

テーマ	実施日	内 容
「訪日外国人消費」獲得セミナー	平成30年 9月	<p>多様化するインバウンド消費を獲得することを目的に、観光庁と実務家の講演に加えて、訪日外国人アンケート調査結果の報告をしました。</p> <p>(1) 日本における訪日外国人の消費動向 (2) インバウンド消費の変化とビジネスチャンス (3) サツドラが取り組むインバウンド対策</p>
「ヘルスケアショッパー」徹底分析	平成30年 10月	<p>ショッパーのヘルスケア需要を獲得することを目的に、実務家の報告に加えて、ヘルスケアを軸にした消費者の購買行動に関する研究成果を報告しました。</p> <p>(1) 三菱食品が考える健康提案 (2) ウエルシア薬局が考えるヘルスケアニーズへの対応 (3) ヘルスケアを軸にした消費者の購買行動 調査編 (4) ヘルスケアを軸にした消費者の購買行動 データ分析編</p>
シニア・ショッパー研究セミナー	平成30年 11月	<p>ショッパーとしてのシニアに注目し、店頭面接調査や訪問面接調査を通じて、シニアの店舗利用の実態やニーズ、不便に感じていること等を明らかにしました。また、小売業各社によるシニア対応施策を整理し、現状のシニア対応の問題点を指摘しました。</p> <p>(1) シニアの消費実態と小売業のシニア対応事例 (2) シニアの買物実態とニーズを捉える (3) 買い物不便地域のシニア・ショッパーが抱える課題</p>
ドラッグストア食品ショッパー研究セミナー	平成31年 3月	<p>ドラッグストア業態での食品の売り上げ規模は、2017年でおよそ1兆8千億円と推計され、過去10年間で66%増加しています。そこで、ドラッグストアで食品を購入するショッパーの実態を分析研究して報告しました。</p> <p>(1) ドラッグストア業界と主要チェーンの食品強化の動き (2) 消費者調査に基づく食品の位置づけと対応 (3) ドラッグストアにおける食品購買の深層 (消費者購買パネルデータ分析をベースに報告) (4) 食品メーカー・卸の対応への示唆</p>

2) 業界分析研究セミナー

テーマ	実施日	内 容
食品スーパーの利益率向上のための店舗オペレーション革新セミナー	平成 30 年 5 月	経営成果の優れた食品スーパーとそうでない食品スーパーは何が違うのか、生産性向上への取組という視点から解説しました。  (1) 経営戦略における生産性向上の取組事例 (2) 店舗オペレーションにおける生産性向上の取組事例 (3) 株式会社ハローズの生産性向上の取組事例
ドラッグストア戦略セミナー	平成 30 年 6 月、11 月 (全 2 回)	2010 年代前半の低成長期を脱し、再成長期を迎えつつあるドラッグストア業界に求められる営業戦略を整理するとともに、主要企業の業績分析や注目エリアにおける店舗調査報告を通じ、メーカーおよび卸売業の営業戦略に求められる点を整理しました。  1 日セミナーで、上期・下期の 2 回実施。  (1) ドラッグストア業界および主要チェーン分析 (2) ドラッグストア業界における注目トピックス (3) ドラッグストア業界再成長の今後
平野健二のドラッグストア原論 2018 ～ドラッグストアの現状、将来展望とサンキュードラッグの展開～	平成 30 年 9 月	ドラッグストアとその経営環境、今後の変化などに関する理解を深め、この業態との協業や対峙の仕方を長期的な視点から示しました。  (1) ドラッグストアに影響を及ぼす市場、制度、IT などの変化 (2) ドラッグストア業界の状況との基本的な 3 つのモデルの将来展望 (3) 超狭小商圈モデルにおける物販の強化とデジタル・マーケティング (4) 地域に向けたサービスの展開、地域との連携など
消費と流通の今を捉え、明日を読む 2018/12 ～2018 年のレビューと短期、中期、長期展望～	平成 30 年 12 月	TPP11、日欧 EPA の発効、改元、消費税率引き上げなどが予定される来年度計画、五輪とその後を見込んだ中期計画、さらには 2030 年あたりを目指す長期計画をお考えの方々に参考となる情報をご提供しました。  (1) 市場と流通の基本的な変化と長期展望：市場の変化、小売消費市場予測、診療報酬改定、EC の動向 (2) 主要小売チェーンの業績と来期に向けた展開： GMS、DS、CVS、SM、DRG の状況と上位チェーンの展開 (3) 2019 年の展望と課題 ・ 2019 年の主なイベント ・ 消費税率引き上げの捉え方、走り方、戦い方

テーマ	実施日	内 容
ヘルスケア産業・流通セミナー	平成31年 2月	わが国におけるヘルスケアニーズの高まりを、どうビジネスチャンスに生かすのかをテーマに、ヘルスケア産業・流通の方向性を議論しました。 (1) ヘルスケア産業・流通の可能性と展望 (2) 消費者調査報告「ヘルスケアサービスに対する信頼度」 (3) ドラッグストア業態および主要チェーン分析 (4) 2019年のドラッグストア注目ポイント
流研ロングタームフォーキャスト2019	平成31年 3月	2035年をターゲットに設定し、食品・日用品等の品目別消費金額と食品小売業態構造について、これまで蓄積してきたデータに最新のデータを追加・整備し、中長期的な経営課題に資する予測を行いました。 (1) 2035年までの市場と流通の変化と対応課題 (2) 2035年までの品目別の消費金額予測 (3) 2035年までの小売業態構造の予測

### 3) 海外動向セミナー

テーマ	実施日	内 容
「新小売」の波で変革を急ぐ中国のリアル小売チェーン	平成30年 7月	「ネットとリアルから見る中国流通の今」をテーマとして、新小売（ニューリテール）の波に対応する中国リアル小売チェーンの動向について報告しました。 (1) ニューリテールの本質 (2) 主要内資・外資チェーンの動向 (3) 急成長の時代に突入したCVS
中国ニューリテール動向現地体感セミナー	平成30年 8月	激変期にある中国の流通システムを理解するために、中国・広州と深センの2都市において、無人店舗やニューリテール業態の視察および現地セミナーを開催しました。
中国ニューリテール検討セミナー	平成30年 10月	中国の流通における最新動向を踏まえ、日本への影響や展開の可能性を検討し報告しました。 (1) 中国におけるスマホ決済、グローサリント、即時物流、無人店舗の実態と評価 (2) 日本におけるスマホ決済、グローサリント、即時物流、無人店舗などの可能性と展開の方向

テーマ	実施日	内 容
アメリカ流通 と消費者 2019	平成 31 年 3 月	平成 30 年 10 月に刊行した「アメリカ流通概要資料集（新版）2018 年版」執筆者による、最新の米国流通と消費者動向の報告セミナーを行いました。  (1) 『アメリカ流通概要資料集』の注目ポイント (2) アメリカ流通の最新トピックス ・ 成長が続く E-コマース市場と amazon の動き ・ 米国流通における IT テクノロジー関連の注目動向 ・ ミレニアルをはじめとする世代性の注目点 ・ 健康志向への対応、流通による環境対策 ほか

#### (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。

平成 30 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。令和元年 7 月にフォーラムを開催し、取組成果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) 検品レスの推進に向けた検討 (3) ロジスティクス最適化の事例共有 (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) 多言語対応用商品情報 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
サプライチェーン上の商慣習の見直し事業	農林水産省	世界的な課題ともなっている食品ロスの削減に向けて、個別企業等では解決が困難な商慣習の見直しに焦点を当て、検討会の開催、調査研究を実施し、日本の食品サプライチェーン上の商慣習の見直しについて今後の具体的方策等の取りまとめを行いました。
農水省食品産業リサイクル状況等調査	農林水産省	食品関連事業者51業種について、2020年度以降における食品廃棄物の発生目標値案を食品廃棄物データ等から算定するとともに、食品関連事業者が可食部食品ロスを2030年までにどの程度減らすことができるかを推定するために、企業ヒアリング調査等を行いました。
取引条件の改善等の調査委託事業	農林水産省	日本の加工食品業界における適正取引推進に向けた政府施策検討の基礎資料とすることを目的として、下請取引等の取引実態、適正取引の推進に向けた課題及び優良事例等を調査しました。
食品産業「稼ぐ力」応援セミナー委託事業	農林水産省	政府が推進する生産性向上と最低賃金水準の引き上げを食品産業において推進するため、働き方改革、売上拡大、労務問題の専門家を招いた業界別・地方別のセミナー及び個別相談を全国12会場で開催しました。また、セミナーや個別相談の結果から今後の取組の方向性をとりまとめました。
検品レス普及に向けた実態調査	経済産業省	納品トラックの荷卸し・待機時間の削減に向けて、物流センターにおける検品作業の実態、検品レスの取組の先進事例を調査するとともに、今後検品レスの取組がより普及するための課題・方策についてとりまとめました。



テーマ	委託元等	内 容
食品ロス削減のための商習慣見直しに関する検証業務委託	富山県	富山県食品ロス・食品廃棄物削減推進県民会議を中心として、富山県内の食品流通段階で発生する食品ロスを削減していくために、商習慣見直しに関するシミュレーション等による検証及び食品関連事業者実態調査を実施し、商習慣見直しのための現状と方策を検証し、とりまとめを行いました。
食品ロス削減のための商習慣見直し啓発事例集制作委託事業	富山県	富山県の食品関連事業者による商習慣の見直し等による食品ロス削減を促進するため、納品期限の緩和や過剰在庫の解消等に取り組む事業者の優良事例等をまとめた事例集を制作し、富山県内の事業者や消費者に配布することで事業者の新たな取組みを促進するとともに、県民の理解促進を図りました。
鳥取県食品ロス削減推進協議会アドバイザー委託業務	鳥取県	平成30年度に設置された食品流通事業者や食料支援団体、消費者等で構成する「鳥取県食品ロス削減推進協議会」において、食品ロスの削減等に係る知見を活かし、鳥取県の食品ロス削減への取組や協議会運営に関する助言等を行いました。
販売期限の延長等による食品ロス削減効果に関する調査・社会実験	京都市	京都市「循環型社会・ごみ半減をめざす 条例・プラン推進部会」を中心として、京都市内の食品ごみの削減を進めるため、平成29年度に実施した調査・社会実験により得られた結果を基に、検証方法の改善、実験期間・対象品目の拡大を図るなどにより実験精度を更に高めた「加工食品の販売期限の延長の社会実験」を京都市内食品スーパー10店舗の協力を得て実施。得られた食品ロス削減効果や店頭・店舗スタッフアンケート調査結果を整理し今後の食品小売段階における食品ロス削減に向けた方策を検討し、とりまとめました。
コンビニエンスストア及び食品スーパーから排出される食品ロスに係る調査業務委託	京都市	京都市「循環型社会・ごみ半減をめざす 条例・プラン推進部会」を中心として、京都市内の食品ごみの削減を進めるため、小売業の中でも、食品流通の主要業態であるコンビニエンスストア及び食品スーパーの本部／店舗を対象に、ヒアリングやアンケートを行うことで食品廃棄物の排出実態を把握し、食品リサイクルの促進と食品廃棄物の発生抑制に関する方策を検討しました。

## (2) 農業・地域振興関係

テーマ	委託元等	内 容
平成30年度 福島県流通実態 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価格の追跡調査と統計等による概要調査から明らかにしました。
平成30年度 世界食料需給動 向等総合調査・ 分析関係業務 (北米・オセア ニア地域におけ る食料需給現地 情報収集	農林水産省	日本への食料安定供給に資するため、米国、カナダ及び豪州における小麦、とうもろこし、米、大豆及び菜種を対象に、各種統計情報や現地報道情報等の収集・分析等を行い、月次で報告しました。また、米国現地調査を実施したとともに、米国産大豆の動向等を整理した報告書を作成しました。菜種
平成30年度 食品製造業にお ける原料調達動 向分析調査等委 託事業	農林水産省	食品製造業と生産者の直接取引（契約栽培）の事例を全国各地の20事例以上探し、現地調査を実施した上で優良事例を10事例に整理するとともに、その優良事例における共通項などの整理を行いました。また、同時に食品製造業と生産者にアンケートを実施し、現在の取組状況及び今後の動向について調査し、こちらも報告会で結果を発表しました。
アグリーチ運営	農林水産省	農林水産業の生産者とバイヤー、卸売市場をマッチングするWEBサイトである「agreach（アグリーチ）」の運営を行い、市況情報の表示機能などの機能拡張を行いました。
平成30年度 福島県物流実態 調査	経済産業省 (再委託)	福島県内の被災12市町村において物流手段が不足している問題について、その解決方法を検討しました。具体的にはアンケート調査等により課題を洗い出すとともに、共同配送等の解決方法の検討や、その実証実験の企画を行いました。
SIP スマート フードチェーン 構築事業	内閣府	農産物等を対象としたスマートフードチェーン構築に向けて、農産物を箱単位で個品識別するためのデータフォーマット、情報規格の標準化に向けたルール作成等を実施しました。
平成30年度 カナダにおける トマトの生産状 況等に関する調 査	農畜産業振 興機構	カナダにおける施設栽培のトマトの生産及び消費、輸出動向などに関する調査を実施しました。具体的には、カナダの統計データ、USDA や日本の貿易統計などからデータ収集し、さらに定性情報の収集を行いました。また、現地サプライチェーンの特徴や大手生産企業の輸出戦略などについて、現地調査を実施し、レポートをまとめました。

テーマ	委託元等	内 容
米国野菜の生産状況調査	農畜産業振興機構	日本の野菜の安定供給にとって重要である米国における野菜の生産・流通状況等に関する情報を収集するため、各種政府統計情報や現地報道情報等の収集・分析等を行い、月次で報告しました。また、米国現地において話題となっている情報等を整理したトピックスレポートを作成しました。
ふくしまプライド農林水産物販売力強化事業（調査分析業務）	福島県（再委託）	福島県が実施する風評対策事業の検証及び改善策の提案を行うために、福島県産農林水産物に関する情報収集、及び調査・分析を行いました。具体的には、消費者アンケート調査、ジャーナリスト・有識者ヒアリング、報道状況調査、首都圏小売店頭における福島県産農産物等の占有率調査、福島県内の認定農業者に対するアンケート調査等に基づいて、風評認識の変化や販売・報道実態、専門家の評価等を探り、今後の風評払拭に向けた提言を行いました。
宮城県「絶品創出」プロジェクト	宮城県	宮城県の生産者の6次産業化商品のブラッシュアップを行い、テストマーケティング等も通じて売れる商品づくりの支援を8社に対して実施しました。
山形県販路開拓支援事業	山形県	山形県の6次産業化商品の販路拡大に向けて、卸売業の現状等について整理すると共にアドバイス・助言等を実施しました。
新庄市ブランド構築事業	新庄市	新庄市の加工食品のブランド「いいにゃ新庄FOOD」のテストマーケティング等を実施すると共に、小売業を紹介するなどの販路拡大支援を行いました。
輸出EDI効果検証	アグリゲート産地輸出協議会	青果品の輸出に向けた産地からインボイス、BL発行までの新しいEDIシステムについて、その有効性について工数削減の観点から検証しました。

(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3カ所で開催しました。  (1) マーケティングの基本とブランディング (2) プライシングと商流・流通の基礎 (3) 海外市場調査・情報収集手法 (4) コミュニケーションデザイン (5) 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。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30年 6月、10月 平成31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) インスタ・プロモーション
売場観察力育成講座	平成30年 6月、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30年 4月、7月 10月、12月 平成31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

名称	実施日	対象	内 容
ID-POSデータ活用講座1 (基礎編)	平成30年 5月、8月 11月 (大阪) 平成31年 2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30年 4月、9月、 6月 (大阪)	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30年 5月、11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30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」を知る (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30年 6月、 平成31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 <b>■演習</b> (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30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30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
チェーン小売業動向講座	平成30年 7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、DRG、

		商社、広告代理店など	総合DS) (3) 主要チェーンの物流システム
食料品卸売流通 動向講座	平成30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30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30年 10月	消費財メーカー	(1) 市場・流通の構造変化と営業取引戦略 (2) 卸店政策と取引制度 (3) 需要創造に向けた営業活動と協働取組の方向（キーアカウント対応） (4) カルビー社の需要創造に向けた取組み

(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31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30年 8月 (全2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「AI時代の売場開発」
- ・7月号「農産物の新たなるマーケット創造」
- ・9月号「食品ロス削減の取り組み」
- ・11月号「生体情報を活用した消費者へのアプローチ」
- ・1月号「感覚マーケティング」
- ・3月号「アメリカ流通における“アマゾン・エフェクト”への対抗策を考える」

### (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。

- ①2030年の消費市場と小売構造予測：データ販売
- ②消費者購買行動年鑑 2018：スーパーマーケット編
- ③消費者購買行動年鑑 2018：ドラッグストア編
- ④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
- ⑤アメリカ流通概要資料集 2018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
消費者・店頭 研究関連	<ul style="list-style-type: none"><li>・メーカー向け新流通チャン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>・メーカー向けカテゴリ購買者調査</li><li>・小売業向けMD施策立案支援</li><li>・小売業向け顧客アンケート調査</li><li>・小売業の研究会運営支援</li><li>・業界団体向け消費者調査など</li></ul>

分野	内容
流通研究関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特定カテゴリーの中長期需要予測</li> <li>・ ドラッグストアチャネルの動向分析</li> <li>・ メーカーの取引制度の改革支援</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 ID-POS 分析・経営分析</li> <li>・ 農産物流通の調査</li> <li>・ 生産者と流通業者の連携の在り方の検討</li> <li>・ 農業生産企業の販路拡大コンサルティング</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	<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>
店舗・売場の 見方	飲料メーカー	<p>ラウンダー向けに、流通ビジネススクールの下記2講座をベースに実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) ISM 基礎講座</li> <li>(2) 売場観察力育成講座</li> </ul>
売場の見方講座	食品メーカー	<p>新入社員向けに流通ビジネススクールの下記講座を、フィールドワークも含め実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 売場観察力育成講座</li> </ul>
流通業態動向 研修	家庭用品メーカー	<p>流通ビジネススクール 「チェーン小売業動向講座」をカスタマイズし実施</p>
提案営業 実践研修	食品メーカー	<p>次のような内容で、全6回の研修を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 提案資料作成の基礎</li> <li>・ 取引先カルテ、提案ストーリー作成</li> <li>・ 提案書発表と添削</li> <li>・ 取引先への提案結果の共有と改善</li> <li>・ 提案内容実施結果・課題の共有と改善</li> </ul>

テーマ	委託元	内 容
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 ・ 来店から売場まで ・ 売場内の行動 ・ 購買決定 (3) 注目すべき消費者セグメントの動向 ・ シニア、団塊ジュニア、有職女性 ・ グループワーク
POS データ活用 研修	医薬品メーカ ー	取引先小売向け提案での使用を前提とした、POS データ 分析活用研修を新たに作成し実施
新任バイヤー向 け研修	小売業	以下の2講座を実施 POS データ活用研修は新規にカリキ ュラムを作成 (1) 棚割作成研修 (2) POS データ活用研修
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 ・ インストア・マーチャンダイジング基礎講座 ・ データとISM理論に基づく棚割作成基礎講座

### (3) その他

テーマ	共 催	内 容
日米食品流通 シンポジウムの 共催	食品メーカー	今後の食品流通のあり方について、日米の著名な流通・ マーケティングの研究者の基調講演、日米各3社の主要 食品小売業の経営者等が参加したパネルディスカッショ ンを実施して、消費者の変化やIT技術の革新を背景と したネットとリアル店舗の融合など、幅広く議論した。

## 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