令和２年度　事業報告書

Ⅰ．令和２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．令和２年度事業の概況

令和２年度の我が国経済は、新型コロナウイルス感染拡大により、大きな影響を受けることとなりました。流通においても、いわゆる三密を回避する「新しい生活様式」によって、百貨店や外食は大きく落ち込む一方で、食品スーパー・ドラッグストア・ホームセンターの売上は増加、Ｅコマースの成長が加速することとなりました。

こうした中、公益財団法人流通経済研究所は、研究開発事業や人材開発事業における研究会・セミナー・教育講座について、年度当初からオンライン開催に切り替える対応を進め、大きく変化する消費・流通の動向等について、継続的に研究活動・情報発信を行いました。また、所内情報システムを整備し、安定的にテレワーク運用ができるように取組みました。

＜研究開発事業＞

「店頭研究開発事業」では、新たに発生した新型コロナウイルスの感染拡大およびその防止により変化する消費者・購買者の行動・マインドの変化を四半期ごとの定期調査や購買データ分析を用いて研究を実施しました。

新型コロナウイルスの影響は消費者の生活・購買行動へ大きな影響を与え、テレワーク、巣ごもり消費、宅配・デリバリー利用などが注目されました。それに伴い、ＥＣやネットスーパーの成長、流通業におけるＤＸ施策の推進など、流通業界の変革が進みました。店頭研究領域では、流通関連企業がこのような変革に対応するための研究に取り組みました。

「テーマ別研究会事業」および「戦略テーマセミナー」においても、各研究会・セミナーのテーマに沿って、新型コロナウイルスによる影響に対応するための、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展開などを実務家の講演も交えて研究報告を実施しました。また、例年３日間にわたり開催している流通ビジョンを提示する「流通大会」を含め、各研究会・セミナーの報告会の場を新型コロナウイルス感染防止の観点から、開催方法をオンラインに変更して予定通り実施いたしました。

＜政策調査事業＞

政策調査事業としては、内閣府 SIP（戦略的イノベーション創造プログラム）「スマート物流サービス」「スマートバイオ産業・農業基盤技術」の研究開発を担当・実施するとともに、食品ロス削減に向けた商慣習見直しや事業系ロスに関する調査研究を国・地方自治体より受託し実施しました。また、農業・地域振興分野において、地域産品の流通実態把握と販路拡大等に関する事業を実施しました。店頭研究の領域においては、小売業の新型コロナウイルス感染症対策の取り組み事例を紹介するＷＥＢサイトを構築しました。

＜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、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。本年度は新型コロナウイルス感染防止対策として、いち早く全ての公開講座を ZOOM による Web 開催に切り替え、遠方より

の受講者の増加を得ることができました。また、急遽テレワークとなった企業の教育ニーズに応えて個別の教育プログラムも多数実施しました。

＜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、農業団体等に対する直売所・販路拡大等に関するプロジェクトを実施しました。

令和２年度事業収支に関しては、経常収益は 890 百万円と予算 776 百万円を大きく上回る結果となりました。

また、当期経常増減額は 11 百万円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、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、変化する流通環境におけるショッパーの購買行動の特徴を捉え、マーチャンダイジングの革新や、効果的な店頭施策を展開するための示唆を提示し、具体的な施策を提案しました。

①売場づくりに関する理論体系化の研究

消費者行動に基づく、科学的な売場づくりの実践のために構築してきたインストア・マーチャンダイジング（ISM）に関する研究として、本年度は食品カテゴリーを取り込み売上げを伸ばしているドラッグストアにおける店内動線調査を行いました。調査結果から、ドラッグストアにおける効果的な売場づくりの施策について報告しました。

研究テーマ	内　　容
売場づくりに関する理論体系化の研究	(1) ドラッグストアにおけるショッパーの店内行動に関する研究 (2) ドラッグストア店内動線の過去からの変化 (3) ドラッグストアの店舗タイプによるショッパーの行動の特徴

②ショッパーの購買行動に関する研究

重要ショッパー・セグメントとして、シニア・ショッパーに注目し、購買データ分析や後期高齢者に対するインタビュー調査などを通じて、購買行動や意識の特徴を捉え、報告しました。また、節約志向の高まりを受けて成長する有力なディスカウント・チェーンを主利用するショッパーに注目し、購買行動の特徴や、ディスカウント・チェーンを支持するポイントなどを明らかにしました。

研究テーマ	内　　容
ショッパーの購買行動に関する研究	(1) シニア・ショッパーの購買行動の特徴 (2) コロナ下におけるシニア・ショッパーの消費意識の変化 (3) コロナ下における後期高齢女性の生活および買物の実態 (4) シニア・ショッパーのコロナ下の業態利用実態 (5) 節約志向の強まりによる購買行動変化の考察 (6) 近年のディスカウントストアの動向と消費者評価 (7) ショッパー視点でのディスカウント・チェーンの研究 (8) 有力ディスカウント・チェーン主利用者の研究

③新型コロナウイルス感染拡大がショッパーに与える影響に関する研究

新型コロナウイルスの感染が拡大する前から3か月に1回の頻度で実施している「ショッパーマインド定点調査」を通じて、新型コロナウイルスによるパンデミックがもたらすショッパーの意識や行動の変化を明らかにしました。また、ショッパーの変化を踏まえた、対応施策を提案しました。

研究テーマ	内　　容
新型コロナウイルス感染拡大がショッパーに与える影響に関する研究	(1) 新型コロナウイルス感染拡大が続く環境下におけるショッパーの生活意識・購買行動 (2) 二度目の「緊急事態宣言」期間中におけるショッパーの生活意識・購買行動

④リアル店舗活性化プロジェクト（ＶＲと脳活動・視線データを用いたリアル店舗評価のための共同研究プロジェクト）

本研究プロジェクトは、ＶＲ（バーチャル・リアリティ）下でリアリティ高い売場における視線計測と脳血流計測を行い、リアル店舗における売場の買いやすさを評価することを目的に研究を実施いたしました。また、得られた視線データを元にＡＩ（人工知能）を育成し、売場画像よりショッパーの視線推定することにも取り組みました。

研究テーマ	内　　容
VR 売場における無意識下での購買行動の研究	(1) VR 売場における視線データの分析 (2) 脳血流データの定性的分析 (3) プロジェクト参加企業への個別ご報告
ショッパーの視線を学習した AI の育成	(1) AI 視線推定の精度に関する確認 (2) AI 視線推定によるデザインへの応用

(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。

本年度は、緊急事態宣言期間中は、zoomを使ったオンライン開催とし、その他の期間も新型コロナウイルス感染防止対策として、人数を制限した会場開催とオンライン開催の併

用で実施しました。オンライン開催により、参加人数の制限を設けていない研究会では、例年より多数の出席していただくことができました。

①ショッパーマーケティング研究会

本研究会では、「売場・店舗が直面する課題」や、ショッパーの買い物行動・心理をめぐる注目ポイントについて研究・報告を行います。本年度は特にコロナ下で一変した消費者の買い物行動に着目し、買い物で重視するようになったことや、購買・意思決定のベースにある「消費者心理」の把握に努めました。また主要業態（スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニなど）がそれぞれ直面する課題に合わせた売場づくりのトレンドや、消費者の利用動向の変化・トレンドの報告に注力しました。

本年度はオンラインとリアルの併用開催をすることで、地方からも多数の方に会合に参加いただきました。

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) 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 (2) 新型コロナがもたらす消費や販売活動の変化ポイント (3) 新しい生活様式下での小売企業の販促活動・売場づくりをめぐる注目トレンド
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) 自社の IT 活用による MD サイクル再構築（小売実務家） (2) コロナ禍における店舗利用の現況と今後の展望（小売実務家） (3) 自社が注力する施策について（小売実務家） (4) ディマンドチェーンマネジメント実現に向けた自動発注システムの活用（実務家） (5) 自社が考える SM のデジタル販促（小売実務家） (6) 自社グループのデジタル戦略（小売実務家） (7) 自社が考えるこれからの販促（小売実務家）
売場づくり・営業活動に役立つ消費者心理の研究	(1) シニア・高齢層のコロナ禍における消費や買い物意識 (2) 押さえておきたい消費者心理のポイント (3) コロナ下で増える「男性買い物客」買物をめぐる男性層の傾向と対策

ショッパーの業態・店舗選択行動の研究	(1) 存在感が高まるネットスーパー その利用動向と押さえておきたい変化ポイント (2) 消費者の業態利用状況 (3) 消費者のカテゴリー別業態使い分け (4) 消費者の業態への評価 (5) 消費者の業態別主利用チェーンとチェーンへの評価 (6) 買い物をめぐる課題意識や困り事

②ネット・ショッパー研究会

食品や日用品購買における消費者の購買チャネルとして成長するEC・ネットスーパーの利用実態を捉え、メーカー・卸売業のオンライン戦略に役立つ情報を提供することを目的に2018年より開催しています。

本年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響による外出自粛に伴い、食品や日用品購買においてもEC・ネットスーパーの利用が増加しました。1万人を対象とした消費者調査、オンライン・インタビューや消費者購買データの分析などから利用の実態を捉えて報告しました。

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基本的な購買行動の実態 (2) コロナ禍におけるネット購買利用者の生活変化・意識 (3) 今後のネットショッピング利用意向
ネット上でのカテゴリー・商品選択など購買行動の特徴	(1) 商品カテゴリーによるＥＣにおける購買計画性 (2) ネット購買時のブランド・スイッチの状況 (3) 実店舗とＥＣにおける購買商品・ブランドの違い
ネット販売事業者、関連サービスおよび海外の動向	(1) サービス提供事業者の動向 (2) アメリカのEC市場動向

③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	(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コロナ下の消費、市場の状況 (2) 新型コロナ感染症リスク下での消費と流通 (3) 感染症の状況、コロナ下での企業動向、Go To問題、商売のネタ探し (4) 家計のEC支出、コロナ下の勤労者世帯の黒字の拡大、コロナ後/21年の展望 (5) 2020年の家計：黒字の累積、各業態のコロナ特需・特損評価 (6) アプリマーケットの分析と優れたアプリ
チェーン小売業を中心とする流通の動向研究	(1) GMS、SM、CVS、DRG、HCの2020年2・3月期決算、2021年2・3月期中間決算、第３四半期決算、アマゾン、楽天の2020年度決算 (2) 米ウォルマートの2020年度決算と今後の展開 (3) アマゾン・ジャパンの革新、J. ハヤシダ社長の発言、ネットスーパーの基本的な問題点と革新の方向 (4) 大手SMのビジネス変革と新事業：デリバリーサービスなど (5) 生協･･･新型コロナ下での現状と今後の課題 (6) デジタル化の先に見える大手DGSのプラットフォームビジネス (7) ビッグ・エー、アコレ、まいばすけっと研究、コンビニの下期商品開発 (8) 大手SMの基本的な考え方とロジスティック部門の展開 (9) ロピアに関する情報収集 (10) 大手CVSのネットコンビニのこれまでとこれから (11) 2021年小売業の出店計画
メーカーの流通政策研究	(1) 2021年のイベント、制度の変化とメーカーの対応 (2) 2020年ヒット商品番付・ランキング、2021年予想の検討 (3) 大手食品メーカーの働き方の改革、アフターコロナの働き方

④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	(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コロナ下の消費、市場の状況 (2) 新型コロナ感染症リスク下での消費と流通 (3) 感染症の状況、コロナ下での企業動向、Go To問題、商売のネタ探し (4) 家計のEC支出、コロナ下の勤労者世帯の黒字の拡大、コロナ後/21年の展望 (5) 2020年の家計：黒字の累積、各業態のコロナ特需・特損評価
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2020年2・3・5月期決算、2021年2・3月期中間決算、第３四半期決算 (2) コロナ下で売れた食品、雑貨、医薬品のランキングから (3) 新型コロナ下で健闘するサンキュードラッグ、カインズ (4) コロナ下のウォルマートの展開･･･即日宅配、MFC活用などの展開 (5) 生協に関する検討…SWOT分析と2030年に向けた課題 (6) デリバリーサービス：セブンのネットコンビニ、イオンなどの展開、初めから間違っていたネットスーパー (7) 20年ヒット商品、21年ヒット商品予想、21年の関連各分野のスケジュール、2021年小売業の出店計画

⑤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、「ワークショップ」「ワーキンググループ」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ワークショップを開催しました。 (1) 流通とITに関する産業政策と事業者の対応 (2) 欧米の流通ＤＸ動向とわが国への示唆 (3) プロモーション・商品情報の連携による流通効率化
ワーキンググループ	下記テーマについて検討会と自主分科会を開催しました。 (1) 消費活性化に向けた購買データ活用方法の研究と可能性の検証 (2) 最新技術を活用した購買データ分析と、顧客行動を捉えるためのプラットフォームの考察

⑥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
新たな物流制度	(1) 流通・物流を巡る環境変化と課題 (2) わが国物流政策の動向と今後の課題
物流生産性を高める取組	(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 (3) メーカーの生産性改善・共同化事例
企業間連携・データ活用手法	(1) 化粧品日用品業界の物流データ連携 (2) SIP 物流の実証実験報告

(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・コロナの流通～加速するデジタルシフトの展望～」を統一テーマに掲げ、3日間にわたり開催しました。

本年度はすべてのセミナーをzoomによりオンライン配信で開催いたしました。

①戦略ビジョンセミナー「流通大会」

統一テーマ：「ポスト・コロナの流通～加速するデジタルシフトの展望～」

実施日	内　　容
令和3年 2月	■第1日目：ポスト・コロナの流通～戦略とビジョン (1) With/After コロナにおける流通政策の方向性 (2) 消費と流通の今を捉え、先を読む 2021 (3) お客様、患者様に寄り添うデジタル・トランスフォーメーション スーパーマーケットにおける経営革新とDXの展望
	■第 2 日目：流通業のデジタルマーケティングの展望 (1) 「情報卸」で変わる、お買物の未来。 (2) LINE が実現する、顧客体験とマーケティングの革新 (3) スーパーマーケットにおける販促のゲームチェンジ ポスト・コロナにおける流通業のデジタルマーケティングの展望

	■第3日目：新たな流通環境における事業革新とDX (1) 2021年の日本経済の展望について (2) ニューノーマルにおける店舗のスマート化 (3) トライアルグループにおけるＤＸの取り組み (4) 生協の現況や今後の展望・取り組み課題について

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
男性ショッパー研究セミナー	令和2年 7月31日	スーパーマーケットやドラッグストアの多くは、男性ショッパーの需要を十分に獲得できていません。本セミナーでは、男性の食品や日用品の購買の特徴を解説し、需要獲得に向けた示唆を提示しました。 (1) 押さえておきたい男性ショッパーの基本知識 (2) 男性ショッパーのリアルな購買実態を捉える (3) 男性ショッパーの購買にまつわる意識と価値観
「新しい買物様式」対応セミナー	令和2年 9月4日	新型コロナウイルス感染予防のための「新しい生活様式」が浸透する中で顕在化した「新しい買物様式」と呼びうるような変化と、企業の対応のあり方について報告しました。 (1) コロナ禍に顕著になった購買行動の特徴や変化 (2) コロナ禍における小売業および異業種における対応 (3) ショッパーの「新しい買物様式」と変化への対応
消費者データから「消費意識の変化」を探る	令和2年 11月4日	消費者の意識について、コロナ禍前から続く変化と、コロナ禍以降に生じた変化の両面を捉え、今後の消費を見通すとともに、考慮すべき事項について報告しました。 (1) 2020年までの消費者の変化と、2021年以降の動き (2) コロナ禍の購買動向と生活者意識 (3) 今後の見通しと考慮すべき要因

2)業界分析研究セミナー

テーマ	実施日	内　　容
スマホ行動データを活用した小売業のデジタル・トランスフォーメーション	令和２年 12月	デジタルマーケティングの新しい技術である「スマホ行動データ（位置情報や検索履歴等）」の活用について取り組み事例の紹介や活用に向けた課題を報告しました。 (1) コロナ禍によって変わったショッパーの動き (2) 小売業におけるスマホ行動データ活用事例 (3) 今後の小売業のデジタルマーケティングの進化と課題 （パネルディスカッション）

ドラッグストア戦略 セミナー	令和2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
新型コロナ下の消費と流通 Webセミナー ～これまでのレビュー＋今後の展望と課題～	令和2年 8月	新型コロナ発生から半年近く経った時点での消費、流通のこれまでの動向を整理するとともに、今後について検討しました。 (1) 新型コロナ下での主要小売業態・主要チェーンの動向 (2) 新型コロナ下でのＥＣ消費支出の動向 (3) 今後の経営環境の変化と主要なスケジュール (4) 新型コロナウイルス感染症の今後・・・この秋冬、そしてその後をどう見るか (5) 新型コロナ下での競争戦略・・・短期課題と長期課題 (6) 長期的に需要が高まり続けると考えられるデリバリーサービス
コロナ下の流通・コロナ後の流通セミナー ～主力小売業態の現状と課題～	令和2年 12月	コロナがどうなるか不透明な状況のなか、主力小売業の動向を把握し、それを通じて市場の状況、その変化を見たうえで、21 年、そしてコロナ後に向けた課題をお考えの方々に参考となる情報をご提供しました。 (1) 新型コロナ下での主要小売業態の動向 (2) 主力業態・主力チェーンの動向 (3) 今後の経営環境の変化と主要なスケジュール
ヘルスケア産業・流通セミナー2021 ～ヘルスケア産業・流通のビジネスチャンスを考える～	令和3年 3月	健康寿命延伸に向け、わが国で取り組みが進むヘルスケア産業および流通の現状と課題、2021年以降のビジネスチャンスを探り報告しました。 第1部　ヘルスケア産業・流通のビジネスチャンス 第2部　2021年ドラッグストア業界の注目トピックス ドラッグストアを考える上で注目したいポイント

流通業のサステナブルへの挑戦セミナー	令和3年3月	社会課題の解決に正面から向き合い、それを自社の成長や事業構造改革、価値向上に結びつけていこうとする流通業の動向や取組を解説し、大手流通業における変革の推進状況について４名の実務家より報告いただきました。

3)海外動向セミナー

テーマ	実施日	内　　容
「アメリカの流通と消費者2020-2021」第1回	令和2年9月	米国における新型コロナウイルスに影響された消費者の行動変化や流通対応を中心に米国現地からの報告を含めた3回セミナーを開催しました。 (1) 米国流通の基本情報 (2) 2020年以降の米国流通 (3) 質疑応答・セミナーのまとめ
「アメリカの流通と消費者2020-2021」第2回	令和2年11月	(1) 米国流通の基本情報（最新動向） (2) 2020年以降の米国流通（流通・サービスの動き） (3) 質疑応答・セミナーのまとめ
「アメリカの流通と消費者2020-2021」第3回	令和3年1月	(1) 米国流通の基本情報（最新動向） (2) 2020年以降の米国流通（消費者の変化と今後） (3) 質疑応答・セミナーのまとめ

(4)製・配・販連携協議会

サプライチェーン上の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。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。

種別	検　　討　　内　　容
ロジスティクス最適化 WG	(1) 加工食品のリードタイム延長について (2) 返品削減のフォローアップ（返品実態調査の継続実施） (3) ロジスティクス最適化の事例共有
スマート物流構築推進検討会	SIP 物流等と連携して、スマート物流構築に向けた、物流・情報流インフラのあり方を検討
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

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、流通政策・産業政策、農業・地域振興に関する調査研究等を実施しました。

(1)流通政策・産業政策関係

テーマ	委託元等	内　　容
SIP「スマート物流サービス」プロトタイプのデータ基盤構築及び概念実証「ドラッグストア・コンビニ等」	内閣府	物流の効率化、共同化にむけた商流・物流データ基盤の構築においてドラッグストア・コンビニ等を対象にプロトタイプのデータ基盤構築及び概念実証を実施しました。
SIP「スマート物流サービス」プロトタイプのデータ基盤構築及び概念実証「日用消費財」	内閣府	物流の効率化、共同化にむけた商流・物流データ基盤の構築において日用消費財を対象にプロトタイプのデータ基盤構築及び概念実証を実施しました。
SIP「スマート物流サービス」研究会開発課題：「リテール・日用消費財」プロトタイプ基盤の高度化（その１）	内閣府	物流の効率化、共同化にむけた商流・物流データ基盤の構築において「ドラッグストア・コンビニ等及び日用消費財のプロトタイプのデータ基盤構築及び概念実証」の成果をふまえ、社会実装に向けた検討会を実施しました。
宮崎カーフェリー下り荷確保調査事業	宮崎県	宮崎カーフェリーの下り荷確保に向けて、フェリー（関西発宮崎着）の利用可能性をメーカー・卸売業を対象に調査のうえ実証実験を実施。調査・実証実験より、課題を整理し関係者と宮崎カーフェリーの下り荷確保に向けた協議会を実施しました。
納品期限の見直し・適正発注の推進事業	農林水産省	食品ロス削減に向けてサプライチェーン上の商慣習（特に納品期限の見直しと適正発注の推進）に焦点を当て、検討会や調査研究を実施し、今後の事業者間連携の方向性等を取りまとめました。

テーマ	委託元等	内　　容
事業系食品ロス対策普及推進等企画	栃木県	栃木県内の事業系食品ロス削減を促進するため、食品製造から流通等の各段階で発生する食品関連事業者の食品ロス発生の実態を踏まえ、各段階の事業者が規模や環境に応じて実施可能で、効果が見込める取組の概要を整理した上で、特に食料品の流通と消費者の意識による課題に対する取組（普及方法を含む）を企画しました。
鳥取県食品ロス削減推進協議会アドバイザー	鳥取県	食品流通事業者、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、鳥取県の食品ロス削減への取組に対する助言や協議会運営のサポート等を行いました。
地方公共団体による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業等	環境省	三鷹市と連携して、家庭内の食品ロスの発生実態・発生要因、および市民の食品ロス削減に関する意識・行動等を調査し、市民が家庭で効率的に食品ロスを把握・削減するために求められる方策を検討しました。また、家庭内の家庭系食品ロスの把握・削減を支援するツール（アプリ等）に関するユーザーニーズを整理しました。
「スーパーなど小売店舗における感染拡大防止のための取組事例サイト」（WEBサイト）の構築・運用	経済産業省	小売現場における新型コロナウイルスの感染予防を徹底する観点から、「スーパーなど小売店舗における感染拡大防止のための取組事例サイト」（WEBサイト）を開設しました。小売業の各店舗における、感染拡大の防止に向けた取組の好事例を収集してサイト上で発信することで、事業者の取組の横展開を図るとともに、消費者に対しても感染予防の取組への理解の促進を図りました。

(2)農業・地域振興関係

テーマ	委託元等	内　　容
SIP「スマートバイオ産業・農業基盤技術」	内閣府	農産物の鮮度や輸送状況などの情報をデータ連携することで、付加価値となるかどうかを検証する実証実験を実施しました。また、農産物の輸出においてもデータロガーを搭載して輸送環境を把握し、データ連携を実施しました。
福島県産農産物等流通実態調査委託事業	農林水産省	福島県産農水産物の販売不振払拭に向けて、事業者に対するヒアリングやアンケート調査、モデル実証等により実態分析と今後の施策検討を行いました。特にモデル実証においてはナッジの知見を活用した施策を立案し、結果を最新の統計手法により分析しました。
農業データ連携基盤への実装データ提案業務委託事業	農林水産省	様々なデータを連携して共有・活用するために構築された「農業データ連携基盤（WAGRI）」に関して、今後実装するべきデータを提案しました。具体的には、利用者として想定される企業や農業者に対してヒアリングやアンケートを行い、検討会での協議を経て提案をとりまとめました。
沖縄県産黒糖需要拡大・安定供給体制確立実証事業	内閣府沖縄総合事務局	沖縄県産黒糖の安定供給体制を確立するために、ヒアリング調査やアンケート調査を通して流通実態を明らかにしました。安定供給体制構築に向けた適正な在庫数量や保管調整のあり方についてのシミュレーションを様々なリスクシナリオやパターンごとに実施し、今後に向けた施策の方向性を提案しました。
農産物の物流革新調査事業	宮崎県	持続可能で効率的な農産物輸送の実現に向けて、アンケート調査やヒアリング調査を実施し、体制確立に向けた施策を提案しました。また、先進的なロールモデルとなるような宮崎県の農業や物流の特徴を活かした農産物物流モデル構築を行いました。
「食のブランド」認定事務局運営等業務	千葉市	千葉市「食のブランド」認定制度を立ち上げ、審査員を招聘し、第１回認定を実施しました。また認定に向けたセミナーや、認定者に対するセミナー、さらには認定見送りとなった申請者に対するセミナーなどを開催し、全方位での支援を実施しました。

(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

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います。「店頭マーケティング関連領域」と「営業・流通戦略関連領域」の2つ領域で、内容レベルを初級・中級・上級と設定して、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。本年度は、新型コロナウイルス感染防止対策として、いち早く全ての公開講座をZOOMによるWeb開催に切り替え。東京圏以外の遠方からの受講者の増加を得ることができました。

(1)店頭マーケティング関連領域

＜初級＞

名称	実施日	対象	内　　容
インストア・マーチャンダイジング基礎講座	令和2年4月、令和2年9月令和3年2月	消費財メーカー、卸売業、小売業他	(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
POSデータ分析・活用基礎講座	令和2年4月令和2年9月	消費財メーカー、卸売業、小売業他	(1) POSデータ分析の基本 (2) トレンド分析の定石と注意点 (3) 品揃評価におけるPOS・市場データ活用 (4) 売価分析の基本 販促・施策の効果検証

＜中級＞

名称	実施日	対象	内　　容
ロジカル営業基礎講座	令和2年8月、11月、令和3年3月	消費財メーカー、卸売業	(1) 提案型営業の位置付けと求められる視点 (2) ロジカルに考え課題を発見する方法を学ぶ ロジカルな提案方法を学ぶ
売場観察力育成講座	令和2年6月、11月	消費財メーカー、卸売業、	(1) 売場観察の目的と考え方 (2) 店舗環境の理解 (3) 店内全体の見方 (4) 定番売場の見方 (5) 観察結果の記録 (6) 講座のまとめ

名称	実施日	対象	内　　容
棚割作成基礎講座	令和2年 6月、10月 令和3年2月	消費財メーカー、卸売業	(1) 棚割に関するISM理論 (2) 棚割作成のプロセス (3) 市場データ・小売POSデータの使い方 (4) データに基づく棚割方針の策定 (5) 棚割ツールによる作成フローの確認 ■演習 (1) 棚割分析結果の読み込みと棚割方針の作成 (2) 棚割方針の検討、ゾーニング・品揃案作成
店頭プロモーション企画立案講座	令和2年 7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の基礎知識 (2) 店頭プロモーション企画立案の要素 (3) 店頭プロモーション手法に関する基礎知識 ■演習 エンド事例の評価
ID-POSデータ活用講座 基礎編	令和2年 5月、11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 ■演習 (1) ID-POSデータ集計結果の読み込みと理解 (2) 課題共有と改善案の検討（グループワーク） グループ発表
ID-POSデータ活用講座 応用編	令和2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) 様々な会員分類と活用 (3) ID-POSデータの活用例 ■演習 (1) バスケット分析帳票の読取りからのクロスMD開発 (2) ターゲティング・クーポン発行対象会員の選定 (3) 目的に合った集計の選択を通じた応用力の獲得

＜上級＞

名称	実施日	対象	内　　容
ID-POSデータ活用講座実践編	令和2年8月、令和3年1月各2日間	消費財メーカー、卸、小売業	(1) ID-POSデータ　分析・集計のポイント (2) トライアル・リピート分析の考え方と応用 (3) ブランド・スイッチに関する分析と解釈 (4) 分析・提案のストーリーを考える (5) ID-POSデータの棚割への活用 ■演習 (1) ID-POS指標からの課題発見と深堀り (2) 会員属性によるID-POS指標の深掘り (3) 会員属性を使った集計と読み取り (4) カテゴリー併買分析の算出と読み取り (5) ID-POSデータからの別バラエティ指向の算出 (6) カテゴリー内での自社商品の位置づけ (7) 新製品のトラッキング (8) ID-POSデータを使った販促評価 (9) 商品改廃におけるID-POSデータの活用 (10) ID-POSデータによるカテゴリー購買間隔の算出
店頭マーケティングアナリスト養成講座	令和2年10月～11月（秋期のみ）	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の視点とフレーム 第2回：カテゴリーの課題発見と原因の深掘り 第3回：カテゴリー改善へのID-POSデータの活用 第4回：定番棚割・品揃えの診断と改善 第5回：店頭販促の診断と売価設定・販促企画立案 第6回：販促の効果分析・予測・シミュレーション 第7回：総合演習

(2)営業・流通戦略関連領域

＜初級＞

名称	実施日	対象	内　　容
小売業基礎講座	令和2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 (4) 小売業の今日的課題

＜中級＞

名称	実施日	対象	内　　容
チェーン小売業動向講座	令和2年7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、DRG、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	令和2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各社の取組比較 (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	令和2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各社の取組比較 (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

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・所蔵して専門図書館としての機能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。当年度の特集テーマは以下の通りでした。

・5月号「流通における人材育成」
・7月号「流通視点でみる農業の未来」
・9月号「食品ロス削減」
・11月号「価格戦略のニューノーマル」
・1月号「コロナ下におけるＥコマースの成長」
・3月号「データとAIを活用した顧客理解の深化」

(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。

消費者購買行動年鑑2020：スーパーマーケット編／ドラッグストア編
アメリカ流通概要資料集　2021年改訂版

(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）

マーチャンダイジング・オン社が提供するＲＤＳデータに独自収集ＰＯＳデータを加えて、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。カテゴリー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の実務利用や大学等の研究利用に提供しました。

②流通統計データサービス

「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流通情報インデックス検索サービス

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	・メーカー向け消費者調査 ・メーカー向け消費者購買データ分析による購買者動向分析 ・メーカー向けカテゴリー購買者調査 ・メーカー向け営業資料作成支援 ・メーカー向け流通ＤＸ検討ワークショップ ・メーカー向けＤＸ対応支援 ・小売業向けＭＤ施策立案支援 ・小売業向けＰＢ戦略立案支援 ・小売業向けアプリ開発・検証支援 ・小売業向け顧客アンケート調査 ・小売業の研究会運営支援 ・業界団体向け消費者調査など
流通研究関連	・メーカー向けチャネル政策支援 ・メーカー向け流通の将来動向シナリオ作成 ・小売業向け消費・流通関連定期レポート作成 ・システム会社向け社内セミナー（流通動向、チャネル動向） ・特定カテゴリーの中長期需要予測 ・物流機材の標準化推進・
農業・地域振興関連	・農産物直売所の移設計画策定業務（農業協同組合） ・農産物販路拡大・商品化支援業務（農業協同組合・農業生産法人等） ・農産物のマーケット調査業務（民間企業） ・農業分野への参入支援業務（民間企業）

(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。本年度は１回目の緊急事態宣言下、消費財メーカーからリモートでの営業職新入社員への流通基礎研修のご要望を多く頂きました。

テーマ	委託元	内　　容
新入社員向け提案営業研修	食品メーカー	営業系新入社員向けに「提案型営業力育成講座」をベースとした研修を実施

新入社員向け小売・流通基礎研修	食品メーカー 卸売業	基本内容（依頼企業の要望に合わせてカスタマイズ） (1) 小売業を知る（事業・収益特性、組織、主要業態の課題と最近動向、店舗・売場・店頭販促の知識） (2) メーカー営業の活動
小売団体向け新入社員研修	小売団体	POS データ分析・活用の基本についての研修を実施
店舗・売場観察研修	食品メーカー	流通ビジネススクールの「店舗・売場観察力育成講座」をベースとした研修をフィールドワークも含め実施
棚割研修	食品メーカー	食品メーカー営業企画系社員向けに「棚割作成基礎講座」をベースとした研修を実施
ID-POSデータ活用研修	食品メーカー	メーカーの営業担当向けに、「ID-POSデータ活用講座 基礎編＋応用編」をベースとした研修を実施
MD サポート研修	食品メーカー	営業サポート担当向けに、小売の組織、主要業態の課題、カテゴリー・マネジメントの考え方、カテゴリー提案の基礎を習得する総合的な研修を実施
トレードマーケティング研修	食品メーカー	営業担当者を対象に、単品商談からトレードマーケティングに移行するために必要な考え方・基礎知識に関する研修を実施
インストア・マーチャンダイジング研修	小売業（商品部・営業部SV）	小売業の商品部バイヤー、営業部門 SV それぞれを対象に、「インストア・マーチャンダイジング基礎講座」をベースに売場づくりの基礎についての研修を実施
店長研修	小売業	小売団体主催の店長研研修にて、消費者の店内行動と ISM 理論をベースとした売場づくりに関してグループワークを交えた研修を実施

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