

令和7年度 事業報告書

I. 令和7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7年度事業の概況

令和7年度のわが国経済は、米国関税引き上げ等の影響もある中、企業収益は高水準を維持し、雇用・所得環境は緩やかに改善しました。一方、物価上昇は継続したことから実質ベースの所得と個人消費は横ばいで推移しましたが、支出と節約を使い分けるメリハリの効いた消費行動が継続しました。流通では人手不足に対応した効率化への取組みと、消費の二極化を意識した施策展開が行われました。

こうした中、公益財団法人流通経済研究所は、経済の持続的成長、生産性向上に向けた消費・流通分野の有効な政策・戦略を提言できるよう、研究活動・情報発信を行いました。

<研究開発事業>

「店頭研究開発事業」では、消費者の生活・購買・消費へ大きな影響を与えている物価高の環境下で流通業の対応策を検討するため、消費者・ショッパーの変化を捉える研究を実施しました。ショッパーのドラッグストアにおける購買の実態を店頭調査で把握し、課題と対応策について検討しました。また、前年に実施したスーパー、コンビニエンスストアの調査結果と合わせて主要3業態におけるショッパーの購買行動の最新の実態を把握し、対応について検討しました。そのほか、ショッパーマインド定点調査からみられる買物意識の変化や消費者購買データの分析による業態使い分けの実態などを報告しました。

「テーマ別研究会事業」「戦略テーマセミナー」においては、物価上昇や値上げへの対応、ディスカウント小売業の台頭や流通業の再編、ドラッグストア業態、EC市場の成長など変化する小売構造に対応するために各研究会、セミナーで重点テーマを掲げ、研究報告を実施しました。

<政策調査事業>

政策調査事業では、農業・地域振興分野において、内閣府・農林水産省の研究開発とSociety 5.0との橋渡しプログラム（BRIDGE）の研究開発を担当・実施するとともに、農産物のブランディングに関する事業、農水産物等の価格転嫁・適正取引推進に係る事業を受託し、地域の農産物・特産品のマーケティングと販路拡大等に資する事業を実施しました。

また、物流分野において、農林水産省の総合的な備蓄体制の推進に向けた民間在庫緊急調査、国土交通省のスマートボックス実用化スキーム検証事業を実施しました。サステナビリティ分野では、食品ロス削減やリサイクル促進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。

<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は体系を「売場改善・売場提案」「データ活用」「提案・商談実践力養成」に改め、各種プログラムをZOOMによるオンライン開催により実施しました。また受講者の利便性の向上のために2023年より一部講座で導入し

たオンデマンドによる録画視聴を拡大するとともに、一部講座では弊所セミナールームで対面での開催を実施しました。

また、学習した知識とスキルの認定を学びの目標とするために創設したデータ活用検定は、「POS データ活用検定」「ID-POS データ活用検定」ともに企業からのリピート受講が増え、データ活用人材育成に貢献しています。

<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」を隔月刊で発刊するとともに、毎年刊行している「消費者購買行動年鑑」に加え、食品小売市場の将来予測「流研ロングタームフォーキャスト」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、小売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。

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、消費者・ショッパーの生活・購買行動の変化と社会・市場・技術などの環境変化に対する製・配・販をはじめとした流通関係企業の課題対応について研究に取り組み、領域ごとの研究プロジェクトおよび研究会を開催し、参加する企業に対して情報提供を行いました。

① ISM・ショッパー研究プロジェクト

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タ・マーチャンダイジング（ISM）に関する研究として、小売業の協力のもとドラッグストア（DGS）での店頭調査を実施し、前年に実施したスーパー（GMS/SM）とコンビニエンスストア（CVS）の調査結果と合わせて、物価高の影響を受けた直近の購買行動の変化を捉えて、報告いたしました。本調査では、ISMにおける購買の計画性を把握することを中心に、店頭における購買意思決定の要因、近年重要度が高まっているスマホアプリや SNS による来店前の情報接触の実態等を店頭で直接聴取することでリアルに把握することができました。

ショッパーの購買や生活の実態と考え方を捉えるために3カ月ごとに継続して実施しているショッパーマインド定点調査や消費者購買データ（QPR™）等の分析を通じて、各研究テーマに基づく報告をいたしました。

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) DGSにおけるショッパーの購買の計画性に関する研究 （計画・非計画調査） (2) ショッパーの購買計画性に関する研究：3業態比較（店頭調査） (3) 購買データによるPB購買の実態分析
ショッパーに関する知見を深める研究	(1) ショッパーの購買行動と買物志向の現状と変化 (2) ショッパーのPBに関する意識調査 (3) 米の値段が高くなったことによる行動の変化 (4) 猛暑と購買行動/嗜好性の高い商品の購買 (5) ショッパーのタイパ志向に関する研究 （時間節約意識と購買行動） (6) 物価上昇期における低価チェーンの購買行動研究（消費者購買データ分析） (7) ショッパーの業態使い分けに関する研究

	(8) ショッパーの節約疲れと社会的価値志向の実態分析 (9) ショッパーの選択行動と食生活価値観／防災対策と備蓄品の実態
新しい需要開拓の研究・新技術の活用研究	(1) 消費者のスマホアプリの利用実態と販促利用に向けた研究 (2) VR を利用した感情と購買の関係に関する研究 (3) 商品特徴データを活用したショッパー理解の研究

(2) 流通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掲げて、関心を持つ企業を会員として募り、年間に複数の会合を開催して研究成果を報告するものです。当年度は6つの研究会を開催し、それぞれの分野について、研究スタッフによる情報収集・研究の成果報告および業界の専門家・実務家を講師として招聘し、最新事例や流通現場の実態/課題等について、会員企業に情報提供しました。

① ショッパー・マーケティング研究会

物価高が続く一方、企業による賃上げの動きが広がり、生活や消費・買い物を取り巻く環境は大きく変化しています。本研究会では、これまで以上に環境変化へのキャッチアップに努めるとともに、「売場・店舗が直面する課題」や、消費行動の変化をテーマに研究・報告しました。消費ボリュームの停滞や人手不足が深刻化していることで、スーパーマーケットやドラッグストア、コンビニといった主力業態の事業環境は転換期に差し掛かっています。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、およびその背景にある問題意識などの情報提供に努めます。またショッパーの買い物意識や心理にスポットを当て、買い物で重視することや、購買・意思決定のベースにある消費者の心理・行動の解説にも注力しました。

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) 2025年度の小売展望と買い物行動をめぐる着目ポイント (2) 購買関連データに見る、買い物先の実態と注目点 (3) 最近の新店に見る強化の方向性や注目ポイント (4) 消費者心理をめぐる押さえないポイント (5) 「食料品の消費税ゼロ」が実現するケースでの消費・販売への影響シミュレーション (6) 2026年度の営業・マーケティングをめぐる備えたい視点
効果的な売場づくりや、販	(1) 都市型スーパー事業で注力する取組み（小売実務家） (2) 営業・販促において注力していること（小売実務家）

売・マーケティング事例の研究	(3) 営業強化に向けて取り組んでいること（小売実務家） (4) 地方スーパーの活性化戦略（小売実務家） (5) 食卓の現状とこれから 検索データ×レシートデータで生活者ニーズを把握（実務家） (6) 大手コンビニが描く商品戦略（小売実務家）
ショッピングの業態・店舗選択行動の研究	(1) 物価高での買い物意識 (2) 消費者が抱く買い物でのストレス (3) 消費者による業態・店舗選択の重視ポイント (4) 消費者の業態別主利用チェーンとチェーンへの評価 (5) 「地域別」の買い物意識

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	(1) 物価上昇、値上げ問題・・・消費者物価・企業物価の動き (2) 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 (3) 米の価格高騰と政府備蓄米放出の影響 (4) 2040年までの食品小売業態構造予測-「流研ロングタームフォーキャスト2025」のポイント- (5) 経済産業省「EC市場調査」と総務省「家計消費状況調査」で見る年代、地域別のEC支出 (6) ECの状況と食料ECシェアに関する検討 (7) 商業動態統計の暦年時系列データで見る主要小売業態の全国およびリージョン別の動向
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の2024年度決算レビュー (2) 2025年度第1四半期決算、中間決算、第3四半期決算 (3) サミットの現状と課題 (4) トライアルHDの西友全株式取得完了と今後 (5) インバウンドの動向、ドン・キホーテ免税売上日本一 (6) 躍進のマミーマート研究～「生鮮市場TOP!」「マミープラス」とそのベースにあるシステムや考え方～ (7) セブン&アイHD「7-Elevenの変革」のポイント (8) 9/1 ベインキャピタル傘下、セブン&アイHD持ち分法適用会社となるヨークHD

	<ul style="list-style-type: none"> (9) PB問題の検討：7プレミアム、トップバリュ、マツココ (10) イトーヨーカ堂の現状と今後の展開 (11) セブン-イレブンの商品戦略 (12) ツルハHD・ウエルシアHD統合、アオキの生鮮フルライン店、ウォルマートのCEO交代など (13) マミーマート25/9期の決算のポイントと将来に向けた成果 (14) コスモス、トライアルなどと競合する小売市場の状況とローカルスーパーの展開 (15) 2026年小売業の出店計画 (16) アマゾン、楽天の2025年度決算 (17) ローカルスーパーの生き残り戦略
メーカーの流通政策研究	<ul style="list-style-type: none"> (1) 営業部門が知っておくべきESG経営・・・欧州の動きが日本へ波及する前に (2) ライオンとしての流通チャネル戦略～消費行動や流通構造の変化と対応の考え方について～ (3) 2025年ヒット商品、2026年ヒット予想商品の検討、2025年の関連各分野のスケジュール

③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

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"> (1) 物価上昇、値上げ問題・・・消費者物価・企業物価の動き (2) 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 (3) 米の価格高騰・政府備蓄米放出と小売業の対応 (4) 経済産業省「EC市場調査」と総務省「家計消費状況調査」で見る年代、地域別のEC支出 (5) ECの状況と食料ECシェアに関する検討 (6) 商業動態統計の暦年時系列データで見る主要小売業態の全国およびリージョン別の動向
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"> (1) GMS、SM、CVS、DGSの2024年度決算レビュー (2) 2025年度第1四半期決算、中間決算、第3四半期決算 (3) PB問題の検討：7プレミアム、トップバリュ、マツココ (4) セブン&アイHD「7-Elevenの変革」のポイント (5) 9/1ペインキャピタル傘下、セブン&アイHD持ち分法適用会社と

	<p>なるヨークHD</p> <p>(6) イオンによるツルハHD・ウエルシアHD統合と首都圏・近畿圏のSM統合</p> <p>(7) ディスカウント小売業の最新決算と今後の展開・・・PPIH、トライアルHD、オーケー、大黒天物産</p> <p>(8) スギHDのセキ薬局持ち分法適用会社化</p> <p>(9) コスモス、トライアルなどと競合する小売市場の状況とローカルスーパーの展開</p> <p>(10) ツルハHD・ウエルシアHD統合後ビジョン、イオンの公開買付</p> <p>(11) 2026年小売業の出店計画</p>
--	---

④ 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ワンストップで提供することを目的に公開情報に基づく業界動向のサマリー、独自調査・データ分析によるネット購買の実態など報告をしています。

当年度は、継続調査であるネットショッパー基礎調査（Web調査）やインタビュー調査を行うとともに消費者購買データを用いて、猛暑とネット購買の関係や3大ECプラットフォームの利用トレンド、カテゴリーごとのEC比率のトレンドと将来予測などを報告しました。

研究テーマ	内 容
ショッパーのネットショッピングの実態把握	<p>(1) ECをめぐる環境変化（トピック報告）</p> <p>(2) 2025年のEC利用の傾向と変化（ネットショッパー基礎調査）</p> <p>(3) ネットショッピングの利用動向調査</p> <p>(4) ネットショッピングに関するインタビュー詳細報告</p>
ECにおけるカテゴリー購買動向および市場構造の分析（消費者購買データ分析）	<p>(1) カテゴリー別EC比率の状況</p> <p>(2) 猛暑の影響とネット購買の分析</p> <p>(3) ネットとリアルのメーカーシェア分析</p> <p>(4) 3大ECプラットフォームの利用のトレンド</p> <p>(5) ネット購買のトレンド分析</p>
ネット販売事業者、関連サービスおよび海外の動向	<p>(1) Uberが進めるクイックコマースとデリバリーサービス（実務家講演）</p> <p>(2) 米国におけるEC、ネットSM、流通動向（外部有識者）</p> <p>(3) 2025中国流通・EC動向</p>

⑤ドラッグストア研究会

「利便性」と「専門性」の両面を強化し、地域の「健活ステーション」、および、最寄りの買物場所として店舗機能の高度化を図っているドラッグストア業態について、情報提供・研究調査・提言を行いました。

ドラッグストア業態は成長を続け、小売チャネルとしての重要性が相対的に高まっていますが、コスト上昇と根強い節約志向のなか“優勝劣敗”傾向も現れており、大型の経営統合や業界再編が進み、各社の方向性や店舗施策が多様化・複雑化しています。当年度は、急速に変化する業態や個別企業の最新動向をわかりやすく整理して情報提供するとともに、非上場企業も含めた全国8エリア別のドラッグストア市場分析や、ヘルスケア政策・流通産業に関する研究報告等を行いました。

研究テーマ	内 容
ドラッグストア業態と主要企業、政策の研究	(1) DGS業態と主要DGS企業（上場11社）の研究 (2) エリア研究（全国8エリア別） (3) 注目トピック：「商圈人口」縮小とエリア拡大、「食品強化」店舗フォーマット開発、ドラッグストアの「介護」関連市場ポテンシャル分析等 (4) ヘルスケア政策・流通産業の概況（DGS関連）
ドラッグストアのショッパーニーズの研究	(1) DGSの品揃えとショッパーの購買行動、業態の「使い分け」分析 (2) ドラッグストア・ショッパーのチェーン評価（エリア別分析）
店頭最新動向の把握	(1) ドラッグストアのリテールメディア（実務家講演） (2) 「ライフタイムバリュー」の提供に向けた、「専門性」強化の店舗運営（実務家講演） (3) 注目エリア・注目チェーンの取材報告

⑥取組営業革新プロジェクト

食品・日用品の国内市場は、将来に向けて人口減少が進展する中で、既存の小売チャネルでは、上位企業の寡占化が進み、競争が激しくなっており、メーカー・卸の営業の活動は変化が求められます。こうしたメーカー・卸の課題への対応に向けて、令和6年度に立ち上げた取組営業革新プロジェクトの2期目を開催しました。

本プロジェクトは、座学での情報共有だけでなく、参加者に積極的に関与してもらうワークショップ形式でメーカー・卸の参加者と活発な議論を進め、エリアマーケティングなどの対応について、深く掘り下げて検討しました。

テーマ	内 容
寡占化時代の 営業	(1) 不確実・格差・寡占化 (2) DS系の躍進 (3) 個性化・多様化・業際化 (4) 「寡占化」への営業対応 (5) 「価値」の共創と取組
エリアを味方 にする	(1) 取組優位の営業 (2) 得意先の「地域密着」 (3) 卸/メーカーのエリアペンタゴン (4) 営業にとってのエリア課題 (5) エリア戦略営業の組織
エリア営業戦 略	(1) 得意先のエリア越境 (2) 「狭商圈化」競争 (3) 営業のエリア経営 (4) 最大の焦点：東京・大阪圏
企業価値営業	(1) 流通環境の新ステージ (2) エリア経営＝狭域化と広域化 (3) キーアカウントとエリア再活性 (4) DX/AI化での営業

(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。今年度は、令和8年度に向けて、研究企画の充実を図る等の理由から、例年2月に開催している戦略ビジョンセミナー「流通大会」セミナーの開催を取りやめました。

また、数年ぶりとなる海外流通視察セミナーをMDソリューションズとの共同で企画しました。

テーマ	実施日	内 容
チェーン小売 業 動 向 セ ミ ナ ー	令和7年 7月8日 7月9日 + オンデマ ンド配信	GMS、SM、CVS、DGSの主要4業態について、業績のコロナ下での変化のポイント、各業態有力チェーンの注目すべき展開に関する情報を包括的にご提供しました。 (1) GSM主要チェーンの動向・・・24年度決算、直近5期の業績、大手2社(イオンリテール、イトーヨーカ堂)の展開 (2) SM主要チェーンの動向・・・24年度決算、直近5期の業績、大手4社(ライフ、ヤオコー、ベルク、ハロー

		<p>ズ)の展開</p> <p>(3) CVS主要チェーンの動向・・・24年度決算、直近5期の業績、大手3社(SEJ、ファミリーマート、ローソン)の展開</p> <p>(4) DGS主要チェーンの動向・・・24年度決算、直近5期の業績、大手4社(ウエルシアHD、ツルハHD、マツココ&カンパニー、コスモス薬品)の展開</p>
<p>有力DS基礎研究シリーズ3：大復活・躍進のマミーマート研究</p>	<p>令和7年 8月28日～ 11月14日 オンデマ ンド配信</p>	<p>ディスカウントストア(DS)が活発な展開を見せており、これからも成長を続けそうなことから、有力企業に関する基礎情報を可能な限り収集し、鋭意検討した結果を報告しています。</p> <p>シリーズ3回目となる今回は、数年前に赤字転落も経験しながら、新業態「生鮮市場TOP!」「マミープラス」の成功により大復活を遂げたマミーマートを徹底検討、分析し、新業態の革新性・競争力、基盤強化、今後の成長戦略などを解明しました。</p> <p>(1) マミーマートの企業概要と沿革</p> <p>(2) 24-26年度中期経営計画</p> <p>(3) 生鮮市場TOP!・・・広域集客型の業態開発の経緯と業態特性</p> <p>(4) マミープラス・・・小商圈型の業態開発の目的と業態特性</p> <p>(5) 創業の地である東松山・坂戸のドミナントエリア・スタディ</p> <p>(6) 今後の出店政策、企業規模拡大政策</p> <p>(7) 基盤の強化1：オリジナル商品の開発・育成と供給体制の強化</p> <p>(8) 基盤の強化2：店舗、本部の生産性向上</p> <p>(9) 基盤の強化3：人材の育成、確保のための改革と制度の構築</p> <p>(10) 直近の状況と将来展望</p>
<p>米国流通視察セミナー</p>	<p>令和7年10 月19日～25 日</p>	<p>米国2都市(ダラスとロサンゼルス)で話題の盛業小売業態を視察し、参加者には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、売り場戦略、ビジュアル・マーチャンダイジング(VMD)、顧客体験(CX)、現地化に成功している日系企業の対応などを学んでいただきました。</p>

気候変動と消費者行動から見るこれからのリテール戦略	令和8年3月19日	<p>気候変動によって不安定化する消費者行動に対し、小売・メーカーがどのように需給・売場・連携を高度化し適応すべきかを、データと実証研究をもとに解説するセミナーを開催しました。</p> <p>セミナーのねらい</p> <p>第1部：猛暑が消費者の買物意識と購買行動に与える影響を探る</p> <p>第2部：極端な気候への適応は進むのか？小売・消費者反応のメカニズム理解</p> <p>全体まとめ</p>
---------------------------	-----------	---

(4) 製・配・販連携協議会

経済産業省の支援の下、消費財の製・配・販の企業による流通効率化の取組みを一般財団法人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。当年度のワーキンググループは、フィジカルインターネット（PI）実現に向けた検討を行いました。

種別	検 討 内 容
ワーキンググループ	PI 推進 WG (1) 物流商品マスタの整備 (2) 物流事業所マスタの整備 (3) スマートボックスによる物流効率化 (4) データ共有による物流効率化
その他	(1) 返品実態調査の継続実施 (2) サプライチェーン最適化の取組み事例共有

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、農業・地域振興領域、サプライチェーン領域、サステナビリティ領域に関する調査研究等を実施しました。

(1) 農業・地域振興領域

テーマ	委託元等	内 容
研究開発と Society 5.0との橋渡しプログラム(BRIDGE) 商品コード標準化・ソースマーキング技術による農水産物・食品流通の高度化	内閣府、農林水産省	スマートフードチェーンプラットフォーム「ukabis」とリテール商流データ基盤を連携させ、遅れている農水産物・食品流通のデジタル化をすすめる、農水産物・食品流通の高度化を加速的に進めることを目的に研究開発を行い、既存の事業者等によるオリジナルなコードをGS1の標準化コードへの自動変換アプリや検品自動化技術の開発等の環境整備と、それによる農水産物・食品流通の高度化モデルの構築と普及にR5年度から引き続き取り組み、社会実装まで実施しました。
食品流通段階別価格形成調査、取引適正化の広報事業等	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、その結果を用いて品目別のコスト指標作成を行った。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しました。
豆腐・納豆のコスト指標作成団体組成に向けた準備	農林水産省／全国納豆協同組合連合会	食料システム法で規定された豆腐・納豆のコスト指標作成団体を組成していくための準備会合の開催、運営、レポート、とりまとめの支援を行いました。
もうかる誇れる産地づくり調査事業業務（ブロッコリー、椎茸）	福島県	福島県のブロッコリー（相双地区）と椎茸（全域）のブランド力強化に向けた計画の策定・実践を進める上で必要な産地分析・市場調査等を実施しました。具体的には生産者へのヒアリング、市場関係者への取扱状況やニーズのヒアリング、購入に関する消費者へのアンケート調査等を行いました。
福島県水産物安全安心発信事業	福島県	福島県産水産物の安全性や魅力を事業者と消費者に発信する事業において、協力小売業者の開拓や、委員会の運営業務を行いました。また、小売店頭やWebで消費者へのアンケート調査を行い、情報発信の成果について分析しました。

沖縄黒糖販売力強化支援事業	内閣府・沖縄総合事務局	沖縄県産黒糖の販売力を強化するため、沖縄県黒砂糖協同組合とJVを組み、事業を受託しました。内容は、経年変化を伴う科学的な調査やサプライチェーンの実態を明らかにするためのアンケート調査、POSデータ分析などを実施しました。また5月10日の黒糖の日に沖縄を発着する航空会社に黒糖（個包装）を配布し、PRを実施するなど、消費者に向けた認知度向上にも寄与しました。
沖縄黒糖販路拡大推進事業	沖縄県	沖縄黒糖の販路拡大事業として、県内のイベント、県外のイベントに参加するとともに、商談会を開催しました。また沖縄黒糖カンファレンスとして、サプライチェーンの関係者が集まり、沖縄黒糖に関する情報交換をするイベントを企画し、実施しました。
県産牛肉ブランド力向上対策事業	沖縄県	沖縄県産の牛肉のうち、赤身肉のブランド価値を高める事業を実施しました。赤身肉の中でも特に経産牛について現地調査を実施し、また消費者調査を実施することで、赤身肉の消費者インサイトを導き出し、ブランド化の方向性を打ち出しました。
鹿児島県産農産物ブランド力向上対策事業	鹿児島県	鹿児島県内の農産物からブランド化が可能な品目を見出す事業として、市場調査を行い、有識者を招聘した検討会議を実施しました。調査、会議の議論を経て、11品目を産品群として見出し、それらを4つに分類し、ブランディングの方向性とPRの方向性を打ち出しました。種子島安納芋と大将季の2品目については、消費者調査を実施し、消費者インサイトを導き出しました。
千葉市「食のブランド」認定事務局運営業務	千葉市	千葉市食のブランド「干」の認定事務局を実施しました。地域ブランドの先進モデルとしてブランドマネジメントを実施するのみならず、認定を受けるための事業者に向けた伴走支援も実施しました。
恵那市における食のブランド構築事業	恵那市	恵那らしい食に係る商品やメニューを認証するえなブランド認証の支援を行いました。
県産農産物等の流通実態調査・分析業務	新潟県	新潟県内の事業者の物流課題に対して、国の補助金を活用した効率化支援を実施しました。花きの物流は中継拠点化を振興しており、統一規格段ボールの導入を試験的に実施しました。

(2) サプライチェーン領域

テーマ	委託元等	内 容
総合的な備蓄体制の推進に向けた民間在庫緊急調査委託事業	農林水産省	食料供給困難事態対策法に基づく特定食料・特定資材を対象に、業界団体調査や主要事業者へのヒアリング・アンケートを通じて、サプライチェーン構造や流通実態、在庫の数量・形態・保管状況等の民間在庫の実態を把握した。あわせて、これらの結果を踏まえ、デジタル技術の活用も含めた継続的かつ効率的な在庫把握手法の検討・提案を行いました。
スマートボックス実用化スキーム検証事業	国土交通省	標準化されたRFIDタグ付きオリコン（スマートボックス）のレンタル化により、荷姿の標準化による積載効率向上や荷受側の仕分け効率化、共同回収による静脈物流の効率化を目指す取組みについて、実証実験を通じた効果検証およびレンタルスキームの検討を行う協議会の運営・取りまとめを実施しました。
物流生産性向上推進事業 取組推進	農林水産省	物流2024年問題に対応し物流革新を実現するとともに、食料安全保障の確立を図るため、産地・卸売市場・食品流通業者等による物流の標準化、デジタル化・データ連携、モーダルシフト、ラストワンマイル配送等の取組みに関する実証事業および設備・機器導入補助について、補助金執行団体への調査・分析支援を行いました。
物流生産性向上推進事業 伴走支援	農林水産省	食料品等の物流における輸送力不足という構造的課題の解決に向け、食料品等の物流改善に取り組む、または検討する事業者に対し、産地や業界の課題に応じて物流の専門家を派遣する取組みを実施する補助金執行団体に対し、調査・分析支援を行いました。
物流生産性向上推進事業 物流状況点検 推進事業	農林水産省	食品物流では、2024年問題や物流コスト高騰、市場経由率低下などの構造的課題が深刻化しており、卸売市場を起点とした「市場便」の効率化が急務となっている。本事業では、青果・花き・水産を対象に、ヒアリングや調査を通じて、共同輸配送、帰り荷確保、パレット化等の実態とコスト削減効果を体系的に検証しました。
九州広域モーダルシフト・BCP推進協議会	国土交通省 ／九州広域 モーダルシ	本州から北部九州経由で南九州に輸送される日用品と、南九州から本州へ向かう食品について、宮崎カーフェリーの活用による海運転換や片荷解消、さらにえ

における調査・検討支援業務	フト・BCP推進協議会	びの市の拠点活用による効率化を検討する協議会の運営・取りまとめを行いました。
新潟モーダルシフト・BCP推進協議会における調査・検討支援業務	国土交通省／新潟モーダルシフト・BCP推進協議会	関西地域の日用品メーカーの新潟向け輸送および新潟県内食品メーカーの関西方面への輸送について、日本海側ルートへの転換を進めるとともに、トラックの長距離輸送を鉄道モーダルシフトや中継輸送へ切り替え、ドライバーの労働条件改善を図るための協議会の運営・取りまとめを行いました。

(3) サステナビリティ領域

テーマ	委託元等	内容
食品ロス削減商慣習検討事業（納品期限の見直し・適正発注の推進事業等）	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ました。
食品廃棄物等の発生抑制等の取組みの見える化の仕組み構築に向けた調査	農林水産省	食品リサイクル法制度において、食品関連事業者における食品廃棄物等の発生抑制等の取組みの評価及び任意開示制度の構築に向けて、制度の調査・分析、食品関連事業者等への調査・ヒアリング、投資家・金融機関等へのヒアリング、検討会等を実施しました。
食品ロス削減緊急対策モデル支援（持ち帰りアプリ）	農林水産省	外食業態での食品ロス削減のため広がりつつある持ち帰り運動について、その社会実装をスムーズにおこなうため、アプリを用いた簡便なオペレーションの構築と、行動促進のためのインセンティブを含んだモデルを実証しました。
食品ロス削減緊急対策モデル支援（アップサイクル）	農林水産省	事業系食品ロスの更なる削減に向けて、新技術を用いて、未利用食品資源を「高付加価値グリーン建材」にアップサイクルさせるモデルを構築しました。また、建設業界において、未利用食品資源からアップサイクルしたグリーン建材の需要を開拓し、食品ロス削減の取組みに新たなプレイヤーとして参入することを促進しました。

未利用食品の供給体制構築緊急支援事業	農林水産省	事業系食品ロスのさらなる削減に向け、食品企業による未利用食品の寄附促進につながるよう、物流事業者等との連携による体制の構築に向けた検討・実証を支援しました。
鳥取県食品ロス削減推進協議会アドバイザー業務	鳥取県	鳥取県の食品ロス削減に向けて、全国の食品ロス削減事例を協議会において共有するとともに、フードバンクの活用の促進や、消費者普及啓発キャンペーンの実施について検討しました。
フードバンク等による食品提供の質・量の充実に向けた機能強化支援事業	農林水産省	経済的理由により十分な食料を入手できない者や買物困難者が増加しているなど、食品アクセス問題が顕在化している中、平時から、国民一人一人が食料にアクセスでき、健康な食生活を享受できるようにすることが重要です。このため、円滑な食品アクセスの確保に向けて、地域における食品アクセスの担い手となるフードバンク・食料提供団体に対し、その立上げや機能強化に向けた取組みを支援しました。
食品ロスに関する商慣習実態調査及び事例集作成業務	京都府	商慣習見直しに関する今後の働き掛けの方策を明らかにし、また働き掛けを行う際のツールを得るため、府内フードサプライチェーンにおける商慣習見直しの取組み状況や見直しの阻害要因等に関する実態調査を行いました。そして、調査結果に基づき今後の方策を検討するとともに、取組みの方法やメリット等をまとめた事例集を作成しました。
東京都外食ロス削減総合対策テキスト作成業務委託	東京都	外食産業からの食品ロス削減対策を強化するため、効率的な食品ロス対策を盛り込んで、外食ロス削減総合対策テキストを作成しました。
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、国内外におけるALPS処理水による風評影響の継続的な把握のため、農林水産品の価格動向調査、観光動向調査、輸出動向分析等の手法を検討し、それらを活用した情報収集・分析を行い、対応策を提案しました。
岩手県の東日本大震災津波からの復興に関する意識調	岩手県 農林水産省	大震災津波からの復興計画の実効性を高め、復興に向けた取組みの着実な推進を図るため、県の施策や事業の進捗について、県民がどの程度重要と感じ、どの程度復旧・復興を実感しているかを把握する調査を実施

査業務新技術 の導入促進調 査等事業報告 書		しました。食品関連事業者により新技術が活用され、食品ロス削減の取組みが効果的に行われるようになることを目的として、食品ロス削減に貢献する新技術にフォーカスし、最先端の研究の進捗状況や市場化段階にある新技術を有する事業者情報、技術の内容、導入事例などの情報を国内外で集中的に収集しました。
---------------------------------	--	---

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、派遣企業、受講者のニーズに対応するためにテーマ・レベルに応じた体系を整備しています。「マーチャンダイジング・店頭開発系講座」では、内容レベルは初級4講座・中級3講座・上級2講座を、「流通開発・営業戦略系講座」というテーマでは初級1講座・中級2講座のプログラムを実施しました。当年度も前年度同様 ZOOM による Web 開催を継続したことで、東京圏以外の遠方から多くの方に受講いただきました。「演習」を主体としない講座については、オンデマンド形式の提供をすることで、受講機会を増やすことにつながりました。

学習した知識とスキルの認定を学びの目標とするためのデータ活用検定は、「POS データ活用検定」を6月、11月の2回実施、「ID-POS データ活用検定」を8月、2月の2回、それぞれ実施しました。企業からのレポート受講、団体受講が増えています。

(1) 売場改善・売場提案系講座

名称	実施・配信日	対象	内 容
インストア・マーチャンダイジング基礎講座 ＜初級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3月	消費財メーカー、 卸売業、 他	(1) ISM理解の必要性和消費者の購買行動 (2) スペース・マネジメント (3) インストア・プロモーション 実施形態：オンデマンド
(小売版) インストア・マーチャンダイジング基礎講座 ＜初級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3月	小売業	(1) ISMの役割と購買行動の特徴 (2) 客動線を伸ばすフロア・レイアウト (3) お客様の視線を止め足を止める施策 (4) 買いやすく・売れる定番陳列 (5) インストア・プロモーションの基礎知識 実施形態：オンデマンド
店頭プロモーション企画基礎講座 ＜初級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3月	消費財メーカー、 卸売業	(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 (4) プロモーション効果検証 実施形態：オンデマンド

店舗・売場観察力育成講座 ＜初級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3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 実施形態：オンデマンド
棚割作成基礎講座 ＜中級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3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 実施形態：オンデマンド

(2) データ活用系講座

名称	実施・配信日	対象	内 容
POSデータ分析・活用基礎講座 ＜初級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3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 (5) 販促・施策の効果検証 実施形態：オンデマンド
ID-POSデータ活用講座 基礎編 ＜中級＞	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業	■講義 (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） 実施形態：オンデマンド

ID-POS データ活用講座 応用編 <中級>	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業他	<p>■講義</p> <p>(1) ID-POSデータ基礎知識（復習）</p> <p>(2) 様々な会員分類と活用</p> <p>(3) ID-POSデータの活用例</p> <p>■演習</p> <p>(1) 併買分析出力の読取りからのクロスMD開発</p> <p>(2) ターゲティング・クーポン発行対象会員の選定</p> <p>(3) 目的に合った集計の選択を通じた応用力の獲得</p> <p>実施形態：オンデマンド</p>
ID-POS データ活用講座 実践編 <上級>	令和7年7月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業	<p>■講義</p> <p>(1) ID-POSデータ 分析・集計のポイント</p> <p>(2) トライアル・リピート分析の考え方と応用</p> <p>(3) ブランド・スイッチに関する分析と解釈</p> <p>(4) 分析・提案のストーリーを考える</p> <p>(5) ID-POSデータの棚割への活用</p> <p>■演習</p> <p>(1) ID-POS指標からの課題発見と深掘り</p> <p>(2) 会員属性によるID-POS指標の深掘り</p> <p>(3) 会員属性を使った集計と読み取り</p> <p>(4) カテゴリー併買分析の算出と読み取り</p> <p>(5) ID-POSデータからの別バラエティ指向の算出</p> <p>(6) カテゴリー内での自社商品の位置づけ</p> <p>(7) 新製品のトラッキング</p> <p>(8) ID-POSデータを使った販促評価</p> <p>(9) 商品改廃におけるID-POSデータの活用</p> <p>(10) ID-POSデータによるカテゴリー購買間隔算出</p> <p>実施形態：ライブ</p>

(3) 提案・商談実践力養成系講座

名称	実施日	対象	内 容
小売業基礎講座 <初級>	配信期間： 令和7年4月～ 令和8年3月	消費財メーカー、 卸売業他	<p>(1) 小売業の分類と産業構造</p> <p>(2) 主要業態の営業特性・損益構造</p> <p>(3) チェーン小売業の組織と機能</p>

			(4) 小売業の今日的課題 実施形態：オンデマンド
商談力強化 講座 ＜中級＞	ライブ： 令和7年6月 オンデマンド： 令和7年6月～ 令和8年3月	消費財メーカー、 卸売業	(1) トレードマーケティングの考え方 (2) 小売業を知る・バイヤーを知る (3) バイヤーとの接点を拡大するために (4) バイヤーに選ばれる担当者になるために (5) 商談準備のポイント
店頭マーケティングアナリスト養成講座 ＜上級＞	令和7年5月 令和7年10月 各7日間	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 実施形態：対面(上期)、オンデマンド(下期)

(4) 検定

名称	実施期間	対象	内 容
POSデータ活用 検定	令和7年6月 令和7年11月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業 他	(1) POSデータに関する基礎知識 (2) POSデータの分析手法・統計の知識 (3) 店頭施策への応用 全30問 合格基準：21問以上正解
ID-POSデータ 活用検定	令和7年8月 令和8年2月	消費財メーカー、 卸売業、 小売業 他	(1) ID-POSデータに関する基礎知識 (2) ID-POSデータ分析の基礎 (3) MD改善へのID-POSデータの活用 全25問 合格基準：18問以上正解

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』

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「進化するプライベートブランド」
- ・ 7月号「地域ブランドの現在地と展望」
- ・ 9月号「ポスト物流2024年問題」
- ・ 11月号「食品サプライチェーンのサステナビリティ経営」
- ・ 1月号「消費者・顧客のインサイト理解：脳科学の営業・マーケティングへの活用」
- ・ 3月号「タイパが変える市場：時間価値創造をめぐる企業対応の現在」

(3) 研究レポート・資料、書籍

以下のレポート・資料・書籍を発刊しました。

- ・ 『消費者購買行動年鑑2025』（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2025』
- ・ 『小売6業態決算データファイル2025』

(4) 市場 POS データ販売代行

マーチャンダイジング・オン社の市場 POS データサービス「RDS」（※1）を自主研究などで活用するとともに、メーカー、卸売業、小売業、官公庁、大学・研究者に向けた販売代行をしました。教育事業と連携して、企業における POS データ活用の提案もしました。

※1：全国のスーパーマーケットおよびドラッグストア約6,500店の単品別 POS データの分析ツール

(5) 流通データサービス

① 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。

②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
流通店頭 関連	<ul style="list-style-type: none"> ・メーカー向けカテゴリー購買者調査 ・メーカー向けVRを活用した売場・商品パッケージの視線調査 ・メーカー向け販売促進効果の分析支援 ・メーカー向け営業資料作成支援 ・メーカー向けカテゴリー将来予測 ・小売業向け消費・流通関連定期レポート作成 ・小売業向けMD施策立案支援 ・小売業の研究会運営支援 など
農業・地 域振興関 連	<ul style="list-style-type: none"> ・米の先物市場における指数開発業務 ・農業法人の経営分析業務 ・農業分野への参入支援業務（民間企業）
サステナ ビリティ 分野	<ul style="list-style-type: none"> ・食品小売業向けサステナビリティ経営に対する消費者の評価調査 ・食品小売業向け従業員エンゲージメント・ウェルビーイングの把握調査 ・食品小売業向けサステナビリティ経営実践・従業員エンゲージメント向上に向けた幹部育成

(2) 個別企業向け教育事業

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。継続して実施いただいている企業に加えて、メーカー、小売いずれも新規企業からの研修の相談、依頼が増加しました。

テーマ	委託元	内容
営業職新入社員向け小売・流通基礎研修	メーカー	基本内容（依頼企業の要望に合わせてカスタマイズ） <ul style="list-style-type: none"> ・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） ・メーカー営業の活動
提案営業研修	メーカー	ISM、棚割、POS・ID-POS 活用、カテゴリーマネジメント、提案ロジック構築などの内容を依頼企業の要望に合わせてカスタマイズしてカリキュラムを作成し、実施しました。

業態動向研修	メーカー	小売業基礎講座をベースに、メーカーの営業部門に対し、小売を取り巻く環境変化と業態動向について講義しました。
インスタ・マーチャндаイジング研修	メーカー、卸売業、小売業	売場づくりの基本であるインスタ・マーチャндаイジングについて依頼企業の業種・業態に合わせてカスタマイズして実施しました。
バイヤー向けマーケティング研修	小売業	講義とグループワークを通じて、バイヤーが顧客志向のMDを進めるためにマーケティングの考え方、顧客セグメントのニーズや課題を把握し、MDに反映させることを習得する研修を実施しました。
リテールサポート研修	卸売業	小売業のマーケティング、ストアコンパリゾン、インスタ・マーチャндаイジングなど、小売業との取組みを進めるために必要な知識や考え方を習得するために、座学、ワークショップを通じた研修を実施しました。

(3) 業界団体向けの研究調査・業務支援事業

業界団体からの委託により、業界別の流通・物流に関わる研究調査・業務支援を実施しました。

テーマ	委託元等	内 容
サプライチェーン物流生産性の向上	日用品サプライチェーン協議会	日用品メーカーが持続可能で生産性の高いサプライチェーン構築のため設立した協議会より、日用品メーカーと物流事業者をメンバーとする「サプライチェーン物流生産性研究会」の運営業務等を受託・実施しました。
時計産業統計資料の整理	(一社) 日本時計協会	時計産業統計を作成するために必要なデータを各事業者から収集し、集計した資料を当協会に提出しました。
家電SC協議会の支援	家電サプライチェーン協議会	持続可能で安定的な家電サプライチェーンの構築に向けて、家電業界に携わる企業による協働の取組みを推進する協議会の運営のアドバイザー業務等を受託・実施しました。

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