



セミナー

▲過去の講座・セミナー一覧へ戻る

- セミナー
- フォーラム
- 海外調査研究チーム
- セミナー資料販売
- 過去のセミナー
- ダイレクトメールのご登録

戦略テーマ研究セミナー プライベート・ブランドセミナー2017

消費者は今、PBをどのようにとらえ購入時に何を重視しているのか？
主要PBに対する評価は？「プレミアムPB」は支持されているのか？
今後求められるPBとは？NBとPBの競合戦略をとるべきか？

開催日	2017年1月27日(金) 13:30~17:00
会場	TKP市ヶ谷カンファレンスセンター (東京都新宿区市谷八幡町8) JR線・地下鉄各線 市ヶ谷駅より徒歩2分
参加費用	1名様につき 30,000円 (税込32,400円)

セミナー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。

● PB市場の最新動向と将来展望

- ・小売業PBの最新動向と、成長戦略は？
- ・PBの「プレミアム化」が意味すること？消費者は、「プレミアムPB」を支持しているのか？
- ・現在のPBトレンドを、どのような商機ととらえるべきか？

● 欧米の主要PB動向に見る「次の課題」

- ・ウォルマート、テスコ等、欧米小売業の主要PBの動向は？
- ・PBのライン拡大に伴い、PB・NBの競争戦略はどのような方向に向かっているか？
- ・パッケージ戦略から見る、「生き残るPB」の要件とは？

● PB商品に対する消費者の意識、購買行動と評価

- ・主要スーパー・コンビニエンスストアの店舗利用者の支持が高いPBは？
- ・「セブンプレミアム」と「トップバリュ」の評価を分けた点は？
- ・ライフ等における複数PBの導入は、消費者にどのようにとらえられているか？

◆参加をお勧めしたい方

卸売業・メーカーの経営企画・販売・営業・流通企画担当者、加工食品・菓子・飲料等のメーカー・卸売業等の業界の方、小売業の経営者、商品部、PB担当の方、野菜・鮮魚・精肉・果物等の生鮮食品の生産者団体・流通関係の方、上記業界で経営企画・営業企画・商品開発の担当者

※業種によってはご参加をお断りする場合がございます。あらかじめご了承ください。

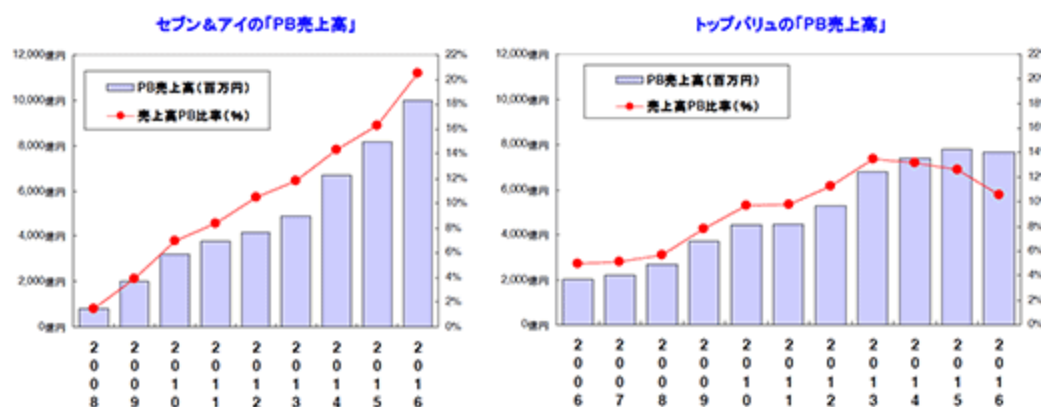
セミナーの背景と概要

現在のPB市場

日本のPB市場は拡大を続けています。セブン&アイは、主要NBメーカーとのダブルチョップによるプレミアム路線で積極的に新商品を発売するとともに、既存商品のリニューアルも高頻度で取り組んでいます。2016年にPB売上高が1兆円を超え、売上高PB比率は20%を超えました。

一方、イオンは「トップバリュ」の売上高が伸び悩み、2016年は前年割れとなりました。プレミアムPB「トップバリュセレクト」の再構築やオーガニック商品の強化、新シリーズ発売などにより活性化を図っていますが、売上高PB比率は下落気味です。

日本のPB市場は依然として成長基調ではありますが、大手二社のPBは対照的な動きを見せています。PBがごく日常的な存在となった現在、消費者は購入するPBを選別し、商品としての魅力がますます問われる局面を迎えています。



検討すべき課題とセミナーのテーマ

現在PB市場では、「いかに差別化を図るか」という観点から、セブン&アイ以外にも含めて各社が「プレミアム化」に熱心に取り組んでいます。元来、NBの差別化ポイントであったはずの「プレミアム」領域にも

PBが進出する状況になっていると言えます。メーカーや卸売業は、このような状況でどのように自社ブランドを守りPB対応戦略を採るべきか、難しい選択を迫られています。

市場におけるPBの位置づけが変わるとともに、消費者のPB認識も変化しています。PB開発、NB開発いずれにおいても、現在消費者がPBをどのようにとらえ、購入に際して何を重視しているのか、主要PBに対する評価からうかがえる「今求められるPB」はどのようなものなのかを把握・理解することが重要です。

このような問題意識のもと、最新のPB市場の状況を概観し、流通事業者のPBが今後も消費者に支持されるためにどのような戦略を取るべきか、メーカーのPB対応戦略はどうかあるべきかを検討する機会として、本セミナーを企画致しました。

PB市場の最新概況や弊所実施の消費者調査の最新結果をご報告するほか、PB先進地域である欧米の主要小売PBの動向をご紹介する構成となっております。自社の戦略や商品開発のあり方をPB市場との関わりから再検討する機会として、是非参加をご検討ください。

プログラム

時間	内容
13:30～14:30	「PBの現状と小売業のPBの成長戦略」 日本のPBは、「市場導入」の段階から「いかに差別化を図るか」という段階に移行しています。現在、日本のPB市場で盛んに行われているPBの「プレミアム化」を中心に、PB市場の最新動向をご紹介しどのような商機ととらえるべきかを考察します。 <ul style="list-style-type: none">日本におけるPBの現状とPBのプレミアム化欧米にみるPBのプレミアム化の方向性セブンプレミアムやトップバリュなどのケースにみるPBの成長戦略 <p style="text-align: right;">中央大学ビジネススクール 教授・研究科長 公益財団法人 流通経済研究所 理事 中村 博氏</p>
	休憩(10分)
14:40～15:40	「欧米小売業のPB戦略 - PBのライン展開と商品パッケージに着目して -」 ウォルマート、クローガー、テスコ、カルフルー、アルディなど欧米の主要小売業のPB戦略を、商品の展開と商品パッケージに着目してご報告します。PBのパッケージ戦略で押さえるべき点や、PBのライン拡大に伴うPBとNBの競争戦略の方向性などを、欧米小売業での事例に基づいて考察します。 <ul style="list-style-type: none">欧米におけるPBの概況(PB比率の推移、主要小売業の取組)顧客ニーズに対応したライン展開の変化(クローガーのSimple Truthの成功など)商品パッケージの展開にみるPB戦略の違いと生き残るPBの条件 <p style="text-align: right;">玉川大学経営学部国際経営学科 准教授 公益財団法人 流通経済研究所 客員研究員 神谷 渉氏</p>
	休憩(10分)
15:50～16:50	「消費者調査から見た日本の主要PBに対する評価」 弊所が2016年に実施した消費者調査に基づいて、セブンプレミアム、トップバリュ、コープ、みなさまのお墨付き、CGCなど日本の主要PBがどのように評価されているかや、ユーザー層の違い、課題点等をご報告します。PBに対して消費者の意識や求めることがどのように変わって来たかも、併せてご紹介します。 <small>※今回調査での対象カテゴリーは、食品・日用雑貨が中心です (医薬品・化粧品を含み、家電・家具・衣料品は含まれません)</small> <ul style="list-style-type: none">主要スーパー・コンビニエンスストアの店舗利用者の支持が高いPBは？「プレミアムPB」は、消費者に支持されているのか？(セブンゴールド、トップバリュセレクト等)複数PB販売チェーンでは、すべてのPBが支持されているのか？(ライフ等)セブンプレミアムの強さの理由は？トップバリュは、どのような点を改善すれば消費者の支持が高まるか？ 等 <p style="text-align: right;">公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 重富 貴子</p>
16:50～17:00	本日セミナーのまとめ

※プログラムに若干の変更を生ずる場合があります。あらかじめご了承ください

参加費用

1名様につき **30,000円**(税込32,400円)

お問い合わせ先

公益財団法人流通経済研究所
担当者: 中田・重富
TEL: 03-5213-4531 FAX: 03-5276-5457

[▲ページのTOPへ戻る](#) | [▲過去の講座・セミナー一覧へ戻る](#) |