

2018年の流通・マーケティング戦略

～改革への新たな視点～

2018年2月7日(水)、8日(木)、9日(金) 於:ベルサール九段

※2月7日(水)は定員に達したため
受付を終了しました

※2月9日(金)-A会場は
「ベルサール神保町アネックス」となります

流通大会のご案内	プログラム・タイムスケジュール	お申込みフォーム	お問い合わせ
----------	-----------------	----------	--------

▶ [流通経済研究所HP](#)

**お申し込み受付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。**

プログラム・タイムスケジュール

2月7日(水)	2月8日(木)	2月9日(金) : A会場	2月9日(金) : B会場																
<p>※2月7日(水)は定員に達したため受付を終了しました。 多数のお申込ありがとうございました。</p>																			
<p>環境変化への対応と流通ビジネスの改革</p> <p>流通を取り巻く環境が大きく変化する中、消費財流通に関わる事業者は、流通・マーケティングにおけるイノベーションを推進することが求められています。本セッションでは消費財流通に関わる政策の方向性や重要課題を報告するほか、生活者の変化へ積極的に対応し、流通・マーケティングの革新を進めるための、消費財流通事業の戦略展開の方向性について検討・提言してまいります。</p>																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>時間</th> <th>講演テーマ、講演者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9:30~9:45</td> <td> <p>ご挨拶と問題提起</p> <p>公益財団法人 流通経済研究所 理事長 青山 繁弘</p> </td> </tr> <tr> <td>9:45~10:45</td> <td> <p>わが国流通の課題と経済産業省の流通政策について</p> <p>これからの流通を展望する上で、産業レベルのマクロ的な観点を持つことが重要です。経済産業省の流通政策ご担当者より、日本の流通に関わる課題認識、流通政策の考え方と方向性について解説いただきます。</p> <p>経済産業省 商務情報政策局商務・サービスグループ 消費・流通政策課長 林 揚哲 氏</p> </td> </tr> <tr> <td>11:00~12:20</td> <td> <p>消費と流通の今を捉え、先を読む2018</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場・流通の短期、中期、長期展望 アマゾンがいる市場での競争・・・ECの浸透率を冷静に捉え、対応/対抗策を考える ドン・キホーテがまずイトーヨーカ堂を捉え、抜き去る可能性・・・その意味合い、考えておきたいこと すでに始まっている新たなIT活用と生産性向上・・・人員削減、市場あるいは事業開発 <p>公益財団法人 流通経済研究所 理事/拓殖大学 商学部教授 根本 重之</p> </td> </tr> <tr> <td>12:20~13:20</td> <td> <p>昼食休憩 (昼食+懇親会) ※ 御弁当をご用意いたします。 また別ルームにて懇親いただけるようデザート類や飲み物を召し上がっていただけるスペースを設けます。</p> </td> </tr> <tr> <td>13:20~14:40</td> <td> <p>ファミリーマートが推進する商品改革と、需要創出に向けて</p> <p>「サークルK」や「サンクス」のブランド転換をスムーズに進め、集客力を高めているファミリーマート。FF(ファスト・フード)などの売上伸長にも表れている通り、近年推進する「中食構造改革」が成果を挙げ、利用者の支持を広げています。差別化につながる商品開発など、商品力のさらなる強化に取り組むファミリーマートより、商品改革において注力していることや、今後の商品戦略についてお話いただきます。</p> <p>株式会社 ファミリーマート 常務執行役員商品本部長(兼)物流・品質管理本部長 佐藤 英成 氏</p> </td> </tr> <tr> <td>14:50~16:05</td> <td> <p>二極化の進行と“より良い”食流通に向けた三菱食品のアプローチ</p> <p>国内では「所得」「都市と地方」「ニーズ」といった二極化が進行する中、生活者の現状や今後を見据えた取り組み視点が問われています。今回は、“より良い”食流通の実現や「日本の食を支える」ことを掲げる三菱食品・森山社長に登壇いただき、課題意識や取り組みについて、今後の展望を交え講演いただきます。三菱食品が考える、新たな消費のボリュームゾーンへのアプローチ手法や、消費チャネルが多様化する中での需要創出に向けた「業態の垣根を越えた戦略・施策」などについてもお話いただきます。</p> <p>三菱食品 株式会社 代表取締役社長 森山 透 氏</p> </td> </tr> <tr> <td>16:20~17:40</td> <td> <p>“サントリー流コミュニケーション” — ブランドづくりと宣伝と —</p> <p>1899年の創業以来、サントリーは商品開発・宣伝活動に力を入れています。本講演では、サントリーグループのマーケティングコミュニケーション業務を担当社より、どのような形でブランドコミュニケーションに取り組んでいるのかについて、具体的な事例を交えお話させていただきます。さらにチーム制の開発による組織知や失敗から学ぶ重要性にも言及してまいります。 ※ 商品開発・宣伝の2つの業務に長年携わってきた立場より、その経験を交えて講演させていただきます。</p> <p>サントリーコミュニケーションズ 株式会社 代表取締役社長 山田 眞二 氏</p> </td> </tr> </tbody> </table>				時間	講演テーマ、講演者	9:30~9:45	<p>ご挨拶と問題提起</p> <p>公益財団法人 流通経済研究所 理事長 青山 繁弘</p>	9:45~10:45	<p>わが国流通の課題と経済産業省の流通政策について</p> <p>これからの流通を展望する上で、産業レベルのマクロ的な観点を持つことが重要です。経済産業省の流通政策ご担当者より、日本の流通に関わる課題認識、流通政策の考え方と方向性について解説いただきます。</p> <p>経済産業省 商務情報政策局商務・サービスグループ 消費・流通政策課長 林 揚哲 氏</p>	11:00~12:20	<p>消費と流通の今を捉え、先を読む2018</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場・流通の短期、中期、長期展望 アマゾンがいる市場での競争・・・ECの浸透率を冷静に捉え、対応/対抗策を考える ドン・キホーテがまずイトーヨーカ堂を捉え、抜き去る可能性・・・その意味合い、考えておきたいこと すでに始まっている新たなIT活用と生産性向上・・・人員削減、市場あるいは事業開発 <p>公益財団法人 流通経済研究所 理事/拓殖大学 商学部教授 根本 重之</p>	12:20~13:20	<p>昼食休憩 (昼食+懇親会) ※ 御弁当をご用意いたします。 また別ルームにて懇親いただけるようデザート類や飲み物を召し上がっていただけるスペースを設けます。</p>	13:20~14:40	<p>ファミリーマートが推進する商品改革と、需要創出に向けて</p> <p>「サークルK」や「サンクス」のブランド転換をスムーズに進め、集客力を高めているファミリーマート。FF(ファスト・フード)などの売上伸長にも表れている通り、近年推進する「中食構造改革」が成果を挙げ、利用者の支持を広げています。差別化につながる商品開発など、商品力のさらなる強化に取り組むファミリーマートより、商品改革において注力していることや、今後の商品戦略についてお話いただきます。</p> <p>株式会社 ファミリーマート 常務執行役員商品本部長(兼)物流・品質管理本部長 佐藤 英成 氏</p>	14:50~16:05	<p>二極化の進行と“より良い”食流通に向けた三菱食品のアプローチ</p> <p>国内では「所得」「都市と地方」「ニーズ」といった二極化が進行する中、生活者の現状や今後を見据えた取り組み視点が問われています。今回は、“より良い”食流通の実現や「日本の食を支える」ことを掲げる三菱食品・森山社長に登壇いただき、課題意識や取り組みについて、今後の展望を交え講演いただきます。三菱食品が考える、新たな消費のボリュームゾーンへのアプローチ手法や、消費チャネルが多様化する中での需要創出に向けた「業態の垣根を越えた戦略・施策」などについてもお話いただきます。</p> <p>三菱食品 株式会社 代表取締役社長 森山 透 氏</p>	16:20~17:40	<p>“サントリー流コミュニケーション” — ブランドづくりと宣伝と —</p> <p>1899年の創業以来、サントリーは商品開発・宣伝活動に力を入れています。本講演では、サントリーグループのマーケティングコミュニケーション業務を担当社より、どのような形でブランドコミュニケーションに取り組んでいるのかについて、具体的な事例を交えお話させていただきます。さらにチーム制の開発による組織知や失敗から学ぶ重要性にも言及してまいります。 ※ 商品開発・宣伝の2つの業務に長年携わってきた立場より、その経験を交えて講演させていただきます。</p> <p>サントリーコミュニケーションズ 株式会社 代表取締役社長 山田 眞二 氏</p>
時間	講演テーマ、講演者																		
9:30~9:45	<p>ご挨拶と問題提起</p> <p>公益財団法人 流通経済研究所 理事長 青山 繁弘</p>																		
9:45~10:45	<p>わが国流通の課題と経済産業省の流通政策について</p> <p>これからの流通を展望する上で、産業レベルのマクロ的な観点を持つことが重要です。経済産業省の流通政策ご担当者より、日本の流通に関わる課題認識、流通政策の考え方と方向性について解説いただきます。</p> <p>経済産業省 商務情報政策局商務・サービスグループ 消費・流通政策課長 林 揚哲 氏</p>																		
11:00~12:20	<p>消費と流通の今を捉え、先を読む2018</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場・流通の短期、中期、長期展望 アマゾンがいる市場での競争・・・ECの浸透率を冷静に捉え、対応/対抗策を考える ドン・キホーテがまずイトーヨーカ堂を捉え、抜き去る可能性・・・その意味合い、考えておきたいこと すでに始まっている新たなIT活用と生産性向上・・・人員削減、市場あるいは事業開発 <p>公益財団法人 流通経済研究所 理事/拓殖大学 商学部教授 根本 重之</p>																		
12:20~13:20	<p>昼食休憩 (昼食+懇親会) ※ 御弁当をご用意いたします。 また別ルームにて懇親いただけるようデザート類や飲み物を召し上がっていただけるスペースを設けます。</p>																		
13:20~14:40	<p>ファミリーマートが推進する商品改革と、需要創出に向けて</p> <p>「サークルK」や「サンクス」のブランド転換をスムーズに進め、集客力を高めているファミリーマート。FF(ファスト・フード)などの売上伸長にも表れている通り、近年推進する「中食構造改革」が成果を挙げ、利用者の支持を広げています。差別化につながる商品開発など、商品力のさらなる強化に取り組むファミリーマートより、商品改革において注力していることや、今後の商品戦略についてお話いただきます。</p> <p>株式会社 ファミリーマート 常務執行役員商品本部長(兼)物流・品質管理本部長 佐藤 英成 氏</p>																		
14:50~16:05	<p>二極化の進行と“より良い”食流通に向けた三菱食品のアプローチ</p> <p>国内では「所得」「都市と地方」「ニーズ」といった二極化が進行する中、生活者の現状や今後を見据えた取り組み視点が問われています。今回は、“より良い”食流通の実現や「日本の食を支える」ことを掲げる三菱食品・森山社長に登壇いただき、課題意識や取り組みについて、今後の展望を交え講演いただきます。三菱食品が考える、新たな消費のボリュームゾーンへのアプローチ手法や、消費チャネルが多様化する中での需要創出に向けた「業態の垣根を越えた戦略・施策」などについてもお話いただきます。</p> <p>三菱食品 株式会社 代表取締役社長 森山 透 氏</p>																		
16:20~17:40	<p>“サントリー流コミュニケーション” — ブランドづくりと宣伝と —</p> <p>1899年の創業以来、サントリーは商品開発・宣伝活動に力を入れています。本講演では、サントリーグループのマーケティングコミュニケーション業務を担当社より、どのような形でブランドコミュニケーションに取り組んでいるのかについて、具体的な事例を交えお話させていただきます。さらにチーム制の開発による組織知や失敗から学ぶ重要性にも言及してまいります。 ※ 商品開発・宣伝の2つの業務に長年携わってきた立場より、その経験を交えて講演させていただきます。</p> <p>サントリーコミュニケーションズ 株式会社 代表取締役社長 山田 眞二 氏</p>																		

※プログラム時刻が若干変更となる可能性があります。あしからずご了承ください。

お申込みフォーム

**お申し込み受付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。**