

平成29 (2017) 年度『流通情報』 総目次

(No.526-531)

526号 (平成29年5月8日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 人的コミュニティの復活を目指して	上原征彦	2-3
特集 小売業の業態構造変化 特集にあたって	加藤弘貴	4-5
・小売業態構造の現状分析と将来予測ー食品小売市場を中心としてー	加藤弘貴 木島豊希	6-13
・ショッパーの業態使い分けー EC 利用増加が店舗業態に与える影響の考察ー	山崎泰弘	14-28
・商圈で選ばれる店舗となるためにーショッパーの買い物意識と店舗選択の基準をめぐる特徴・傾向	池田満寿次	29-37
・食品の販売強化により成長するディスカウント型小売業ーコスモス薬品とドンキホーテホールディングスの戦略と動向ー	鈴木雄高	38-49
論文 戦前の商業労働と使用人問題ー難渋した商店法ー (上)	石原武政	50-69
資料紹介 海外の流通&マーケティング		70-76

527号 (平成29年7月6日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 地方と都市の関係を問い直す	小林哲	2-3
特集 農産物流通のイノベーションー流通構造の「見える化」環境整備事業を通じてー 特集にあたって	折笠俊輔	4-5
・農産物流通の変革と課題	折笠俊輔	6-13
・卸売市場流通の「見える化」の推進	二瓶晴一郎	14-18
・生産者と実需者の農産物流通に対する課題認識と agreach (アグリーチ) サービスの貢献	吉間めぐみ	19-25
・農林水産業流通マッチングナビ「agreach (アグリーチ)」で目指す流通の革新	流通経済研究所 農業・地域振興 研究開発室	26-32
・座談会：農産物流通の潮流と課題	伊藤訓 小坂健太 佐々木一信 千葉泰彦	33-43
論文 戦前の商業労働と使用人問題ー難渋した商店法ー (下)	石原武政	44-58
連載 ショッパーへのマーケティング考 7 売場で「知覚リスク」を払拭する	池田満寿次	59-60
資料紹介 海外の流通&マーケティング		61-66

528号 (平成29年9月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 映画『スーパーの女』を学生に見せる	松井剛	2-3

特集 小売業の“話題力” 特集にあたって	寺本高	4-5
・ “話題力”によるチェーン小売業の競争力強化	寺本高	6-12
・ 消費者の買物に関する話題抽出ー Twitter におけるテキストデータをを用いた分析からのアプローチ	三坂昇司	13-19
・ 小売業が日常会話において話題に上るための要件ー消費者インタビューを通じた考察ー	鈴木雄高	20-27
・ 小売業の話題づくりについて最新動向と企画のつくり方ー 2017年前半の百貨店・GMS・SM・専門店・海外ほかの展開から	倉林武也	28-38
資料紹介 海外の流通&マーケティング		39-45

529号 (平成29年11月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 食品ロス削減：欧州での取り組みと日本への示唆	渡辺達朗	2-3
特集 物流・ロジスティクス改革の方向性 特集にあたって	加藤弘貴	4-5
・ トラック事業の現状・施策と今後進めるべき課題	平嶋隆司	6-17
・ 物流危機克服への新たな視点	橋本雅隆	18-26
・ 2020年のロジスティクス管理	大矢昌浩	27-34
・ 製・配・販連携によるロジスティクス改革ー現状と今後	加藤弘貴	35-41
・ 荷主ー物流事業者間の連携による納品作業の改善に向けた考察	木島豊希	42-48
論文 店舗の価格イメージをつくる商品カテゴリーは何か？ ー店舗とカテゴリー間の価格イメージの関係ー	寺本高	49-56
研究ノート 近世北前船の情報ネットワークと遠隔地間取引の拡大	鍋田英彦	57-71
連載 ショッパーへのマーケティング考 8 存在感が高まるドラッグストア	池田満寿次	72-73
資料紹介 海外の流通&マーケティング		74-79

530号 (平成30年1月19日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
年頭所感 2018年 流通の展望と課題	青山繁弘	2-3
特集 2018年 流通の展望と課題 特集にあたって	根本重之	4-5
・ 消費と流通の今を捉え、先を読む2018ー市場、流通、制度などの変化に対する長期課題と短期課題ー	根本重之	6-16
・ 個人消費の動向と展望について	池田満寿次	17-23
・ スマートスピーカーの動向と流通業界に与える影響	吉岡佐和子	24-37
・ 流通・物流・小売業界におけるIoTソリューションを実現ーグローバルに広がるIoTネットワーク「Sigfox」の特長と活用可能性ー	日比学	38-45

・アマゾンの物流戦略についてのいまと将来の展開予想について	角井亮一	46-51
論文 ネットショッパーがリアル店舗に期待する点とは？—消費者のリアル店舗・EC 併用行动とリアル店舗への態度の関係—	寺本高	52-63
査読論文 スーパーマーケットにおけるポイントカードの知覚価値とその要因	中川宏道	64-84
新刊紹介 石原武政・加藤司・風谷昌彦・島田尚往 著 『フランマルシェはまちをどう変えたか「まちの滞留拠点」が高める地域内経済循環』	渡辺達朗	85-85
資料紹介 海外の流通&マーケティング		86-90

531号（平成30年3月2日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 ナッジのすすめ	西尾チヅル	2-3
特集 IoT、AI、ARによる小売業の変化 特集にあたって	江原淳	4-5
・IoT、AI、ARによる小売業の変化	江原淳	6-14
・POS レジを超える AI カメラ革命について	山内三郎	15-25
・小売業・流通業におけるAR（拡張現実）の活用と今後の展望	星野順也	26-33
・スマートフォンと Beacon を活用した新たな店頭プロモーションの可能性	三坂昇司	34-44
論文 野菜消費市場を創る小売・サービス（その1）農産物直売所	二宮麻里 濃満久	46-56
査読論文 Twitter上の口コミ情報を利用した売上予測モデルの構築と実証分析	五十嵐未来 李銀星 石垣司 照井伸彦	57-70
連載 ショッパーへのマーケティング考 9 真の「売場生産性」を高める	池田満寿次	71-72
資料紹介 海外の流通&マーケティング		73-76
総目次		89-91

〈平成28-29年度『流通情報』査読論文のレビュアー〉

江原 淳	専修大学教授
佐藤栄作	千葉大学教授
鶴見裕之	横浜国立大学准教授
寺本 高	横浜国立大学准教授
中山厚穂	首都大学東京准教授
生田目崇	中央大学教授
山崎泰弘	(公財)流通経済研究所理事

平成30 (2018) 年度『流通情報』 総目次

(No.532-537)

532号 (平成30年5月7日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 アマゾンエフェクトと既存小売の対応	中村博	2-3
特集 AI時代の売場開発 特集にあたって	鶴見裕之	4-5
・ 知的画像認識の売り場への導入	長尾智晴	6-12
・ 「買わない理由」を科学的に可視化する。ー AIが導くリアル店舗運営改革ー	長谷直達	13-20
・ コト消費時代の店頭施策一考 ー売場の視覚的印象の観点からー	渡邊秀介	21-28
・ 画像認識技術を活用したコト消費売場開発の可能性 ー Death by Amazon への対応策ー	鶴見裕之	29-36
論文 戦前のボランタリーチェーン (上)	石原武政	37-53
査読論文 品揃え操作の影響の時間的变化に関する研究 Assessing the Time-varying Effects of Assortment Changes on Buying Behavior	佐藤栄作	54-66
連載 ショッパーへのマーケティング考 10 ドンキの店舗再生に見る示唆	池田満寿次	67-68
資料紹介 海外の流通&マーケティング		69-71

533号 (平成30年7月2日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 フランチャイズの拡大とその新しい意義	川端基夫	2-3
特集 農産物の新たなマーケット創造 特集にあたって	折笠俊輔	4-5
・ 農産物流通の「あいだ」から見えるもの	内田文子	6-12
・ 世界を繋ぐ農業流通のプラットフォームを目指して	宮川博臣	13-20
・ 生鮮食品の「機能性表示」と新たなマーケティングの可能性	重富貴子	21-35
・ 地域とつながる「特定非営利活動法人マザーズライフサポーター」の取組 ー農業と専業主婦の相互援助型サービスー	伊藤理恵	36-43
・ 階層モデルによる非計画購買率の推定と生鮮売場づくりの提案	石橋敬介	44-50
論文 戦前のボランタリーチェーン (下)	石原武政	51-66
論文 野菜消費市場を創る小売・サービス (その2) 農家レストラン・生活協同組合	二宮麻里 濱満久	67-76
新刊紹介 石原武政・渡辺達朗 編著 「小売業起点のまちづくり」	加藤弘貴	77-77
資料紹介 海外の流通&マーケティング		78-81

534号（平成30年9月3日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 顧客経験の場としての売り場の再発見	三村優美子	2-3
特集 食品ロス削減の取り組み 特集にあたって	渡辺達朗	4-5
・食品ロス削減の取組	佐藤裕史	6-13
・イオンの挑戦 –食品廃棄物削減に向けた2025年目標–	金丸治子	14-21
・商慣習の見直しが食品ロス削減等にもたらす効果の整理、および実証結果の報告 –食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームにおける検討結果から–	石川友博	22-31
・フードバンク活動の意義および現状と今後の展開 –フードバンク団体調査から見えたこと–	加藤弘之	32-38
・欧州におけるサプライチェーン上の食品ロス削減の取り組み –フランス、イギリスを中心として–	渡辺達朗	39-52
連載 ショッパーへのマーケティング考 11 「客数減」とどう向き合うか	池田満寿次	53-54
資料紹介 海外の流通&マーケティング		55-59

535号（平成30年11月1日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 消費者理解と小売研究	高橋郁夫	2-3
特集 生体情報を活用した消費者へのアプローチ 特集にあたって	山崎泰弘	4-5
・消費者行動の脳機能画像解析と眼球運動解析	竹村和久	6-17
・生理指標を活用した店頭マーケティングの可能性	三坂昇司	18-26
・人間中心設計における生体情報の活用	志村恵 下村義弘 三坂昇司	27-38
・コミュニケーションツールとしてのエアラインのイノベーション –AVATARが変える未来–	種田慶	39-50
資料紹介 海外の流通&マーケティング		51-57

536号（平成31年1月15日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特別企画 最近の流通変化と小売業の経営課題	青山繁弘 上原征彦	2-15
特集 感覚マーケティング 特集にあたって	守口剛	16-17
・処理の流暢性が消費者行動に及ぼす影響	西井真祐子 守口剛	18-28
・小売マーケティングにおける触覚要因の効果 –身体化認知理論からの示唆–	外川拓 石井裕明 朴宰佑	29-38

・感性データに基づく訴求は購買行動を促すか？	早坂浩史	39-49
・百貨店におけるセンサリーマーケティング	松本隆	50-55
論文 震災後におけるフード・サプライチェーンの再構築 – こだわり水産物の販路開拓–	加藤司	56-68
連載 ショッパーへのマーケティング考 12 好調スーパー を支える経営のビジョン	池田満寿次	69-70
資料紹介 海外の流通&マーケティング		71-73

537号 (平成31年3月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 他者の立場を想像する力	阿部周造	2-3
特集 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 特集にあたって	神谷渉	4-5
・ Amazon の経営理念とその戦略	佐藤将之	6-11
・ ウォルマートの戦略変化に見るアマゾンへの対抗策	神谷渉	12-20
・ アマゾンに対抗する流通各社の最新動向	包山慶見	21-27
論文 外食国際化の新たな胎動：フランチャイジー「サンパー ク」の国際戦略	李素熙 川端基夫	28-39
講座紹介 「流通ビジネススクール」のご案内		40-46
資料紹介 海外の流通&マーケティング		47-54
総目次		67-69

令和元(2019)年度「流通情報」総目次

(No.538-543)

538号(令和元年5月7日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 悩ましい想像と厳しい予測	根本重之	2-3
特集 「令和」時代の消費の主演 特集にあたって	鈴木雄高	4-5
・令和時代の消費者像 ～平成における消費者の変容とその課題～	久我尚子	6-15
・店舗小売業における新しい需要獲得施策 ～令和時代の消費を担う若者に選ばれるために～	鈴木雄高	16-23
・SGDsが後押しするエシカル消費	河口真理子	24-35
寄稿論文 戦前の百貨店問題と百貨店法(上)	石原武政	36-57
査読論文 品揃え変更がカテゴリー購買生起に及ぼす影響の顧客間異質性 Customer Heterogeneity in the Effect of Assortment Changes on Category Purchase Incidence	佐藤栄作	58-73
資料紹介 海外の流通 & マーケティング		74-77

539号(令和元年7月10日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
視点 サブスクリプション・ビジネスが問う「所有」の価値	為廣吉弘	2-3
特集 カスタマー・ジャーニー 特集にあたって	中村博	4-5
・SNSとID-POSデータの結合によるカスタマー・ジャーニーの把握の試み	中村博 村上雅洋 堀合洋介	6-18
・スーパーマーケットのスマホアプリ活用に向けた考察 ～スマートフォン利用に関する消費者調査～	山崎泰弘	19-30
・デジタル化はカスタマー・ジャーニーをどう変えたのか	堀内健后	31-41
・デジタル時代の顧客体験 ニューリテールがもたらすショッパー・マーケティングの進化と優れた場の設計 ～株式会社トライアルカンパニー～	奥谷孝司 岩井琢磨	42-59
寄稿論文 戦前の百貨店問題と百貨店法(下)	石原武政	60-75
連載 ショッパーへのマーケティング考 13 広がる買い物困難地域と「店を支えようとする気持ち」	池田満寿次	76-77
新刊紹介 寺本高 編著 「スーパーマーケットのブランド論」	鈴木雄高	78-78
資料紹介 海外の流通 & マーケティング		79-82

540号(令和元年9月10日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 食品輸出に向けた新しい取り組み 特集にあたって	折笠俊輔	2-3

・ 2019年農林水産物・食品の輸出目標達成に向けての取り組み	中裕伸	4-9
・ わが国の農林水産物・食品輸出に求められるマーケティング戦略	加藤弘之	10-19
・ 食品輸出に向けたブランディングのポイント	折笠俊輔	20-26
・ 国産農産物輸出における実務的課題と今後の対策の方向性	流通経済研究所 農産物流通イノベーション 研究班	27-32
特別企画 対談「ネットワーク経営と流通のこれから」	三浦一光 上原征彦	34-49
視点 流通とのタッチポイントの変化	渡辺達朗	50-51
資料紹介 海外の流通 & マーケティング		52-55

541号（令和元年11月1日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 コンビニ業界の現状とこれから 特集にあたって	根本重之	2-3
・ 消費者の需要動向から見たコンビニエンスストアの将来性： 全国消費実態調査結果を踏まえて	山崎泰弘	4-14
・ 大手コンビニエンスストアの決算データによる現状と今後の 成長性に関する検討	後藤亜希子	15-24
・ コンビニ業界の現状と未来	並木雄二	25-31
・ コンビニエンスストアの「人手不足」と経営	土屋直樹	32-40
・ 日系コンビニエンスストアの海外展開：中国での展開を中心 に	神谷渉	41-49
視点 クラウドソーシング：デジタル社会の製品開発	西川英彦	50-51
論文 サービス業における支払意思価格の向上を目指して：宿 泊業・飲食業を中心として	池尾恭一	52-60
資料紹介 海外の流通 & マーケティング		61-64

542号（令和2年1月14日発行）

61-64

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
新春対談 2020年からの流通業の経営革新	青山繁弘 上原征彦	2-15
特集 SNSの“ネタ”は本当に“売り”につながるのか？ 特 集にあたって	寺本高	16-17
・ 店内撮影解禁の是非：中国ニューリテールから考える	鶴見裕之	18-24
・ 調査用の SNS 内の発言と購買行動の事例分析	三坂昇司	25-35
・ スーパーマーケットに関する話題と来店	寺本高	36-44
・ 生活者コミュニティが、購買に与える影響について考察する	大木真吾	45-51

リーダーの戦略 株式会社トリアルホールディングス 取締役副会長・グループCIO / 株式会社 Retail AI 取締役会長 西川晋二氏 サントリー酒類株式会社 営業推進本部部長 / リテール AI 推進チーム シニアリーダー 中村直人氏 「小売業のデジタルイノベーションを小売とメーカーの協業で推進する」 インタビューとコメント	中村博	52-64
リーダーの戦略 サツドラホールディングス株式会社 代表取締役社長 富山浩樹氏 「デジタル化を手段に顧客との関係を強化する」 インタビューとコメント	中村博	65-76
資料紹介 海外の流通 & マーケティング		77-79

543号 (令和2年3月2日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 2020年代の物流・ロジスティクス変革 特集にあたって	加藤弘貴	2-3
・トラック運送事業に関する施策の動向	伊地知英己	4-15
・2020年代の物流・ロジスティクス改革	矢野裕児	16-24
・フィジカルインターネットで究極のオープンな共同配送を実現 : Society 5.0時代の物流に構造改革する	荒木勉	25-33
・サプライチェーンの効率性と正当性に関する試験的考察 : 加工食品卸売業者におけるトラック予約受付システムの導入を例に	木島豊希	34-50
視点 リキッド消費と手続きの容易さ	久保田進彦	52-53
研究ノート 大消費都市「江戸」の物流と水運ネットワーク : 東廻り海運と利根川系水運	鍋田英彦	54-64
資料紹介 海外の流通 & マーケティング		65-69
総目次		82-84

〈平成30-令和元年度『流通情報』査読論文のレビューア-〉

勝又壮太郎 大阪大学大学院准教授
 里村 卓也 慶應義塾大学教授
 鶴見 裕之 横浜国立大学准教授
 生田目 崇 中央大学教授

令和2（2020）年度「流通情報」総目次

(No.544-549)

544号（令和2年5月11日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 流通における人材育成 特集にあたって	祝辰也	2-3
・消費財営業部門における人材育成の課題と弊所の教育事業の方向性	祝辰也	4-12
・メーカーおよび卸売業による「小売業向け営業担当者」育成の現状と課題	加藤弘之	13-23
・これからの営業に必要な能力、資質と育成方法 ～「仮説検証型営業」と「企画提案型営業」に向けて～	太田昌宏	24-32
・スーパーマーケット業界の人材育成における課題と対応について	宮崎裕隆	33-43
・英国小売企業における「職務給」の賃金制度と人材育成：日英比較の視点から	佐野嘉秀	44-53
視点 デジタル・トランスフォーメーション×オムニチャネル	近藤公彦	54-55
資料紹介 海外の流通&マーケティング		56-57

545号（令和2年7月3日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 流通視点でみる農業の未来 特集にあたって	折笠俊輔	2-3
・農業構造の変化は日本のコメ生産にどのような影響をもたらすか	小針美和	4-14
・農産物契約取引における成功要因の分析 ―食品製造業者へのアンケート調査から―	石橋敬介	15-25
・北米における小麦の輸送手段の現状と日本における北米からの小麦輸入の展望	佐々木舞香	26-37
・産地市場における農産物物流の課題と提言 ―農産物の共同物流実証実験から―	吉間めぐみ	38-53
視点 コロナ禍のもとでの消費と流通	渡辺達朗	54-55
資料紹介 海外の流通&マーケティング		56-60

546号（令和2年9月1日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 食品ロス削減 特集にあたって	渡辺達朗	2-3
・食品ロス削減に向けて ～食品関連事業者の皆様へ取り組んでいただきたいこと～	岸田学	4-14
・7&iグループの持続可能性への挑戦と将来展望：おもに食品ロス削減の観点から	荻原素宏 神原稔 石井利幸	15-24
・生協の食品廃棄物・食品ロス削減の取り組み	前田昌宏	25-34

・食品ロス削減に向けて自治体が取り組むべきことの検討：商慣習見直しを中心に	石川友博	35-44
・コロナ禍のもとでの食品ロス削減 – フードシェアリングの取り組みに注目して –	渡辺達朗	45-53
視点 新型コロナ禍で加速するプロセス・イノベーション	中村博	54-55
論文 激変する世界においてリアル店舗ビジネスで勝ち抜くための位置情報を活用した Data Informed 思考	加部東大悟	56-68
研究ノート 事例研究：食品卸売業の経営戦略革新2020	今泉文男	69-74
資料紹介 海外の流通&マーケティング		75-79

547号（令和2年11月2日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 価格戦略のニューノーマル 特集にあたって	守口剛	2-3
・モノからコトへの価格戦略	守口剛	4-12
・情報財の価格戦略 – 「フリー」「多段階価格差別」：情報社会で中長期に成長するビジネスモデル	山口真一	13-24
・サブスクリプションサービス普及の背景とこれから	久我尚子	25-34
・YouTube スーパーチャットに見る投げ銭の構造と可能性	渡邊秀介	35-42
視点 CSI（顧客満足度指数）で見るコロナ禍の顧客心理	小野譲司	44-45
論文 コロナ禍で加速するネット通販	中村博 鈴木一正	46-56
資料紹介 海外の流通&マーケティング		57-62

548号（令和3年1月18日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
新春対談 コロナ禍における流通の経営課題とDXへの挑戦	青山繁弘 上原 征彦	2-11
特集 コロナ下におけるEコマースの成長 特集にあたって	山崎泰弘	12-13
・コロナ下におけるEC市場とショッパーの実態分析	山崎泰弘 秋山周悟	14-26
・ヤフーのEコマース事業の現状と将来展望	保苅真一 白石浩二 秋澤奈緒美	27-33
・コロナ下で急拡大するネットスーパー ～増える高齢者の利用と今後の展望～	池田満寿次	34-39
・コロナ下における食品のオンライン購買状況	山崎泰弘	40-46
・米国に見るコロナ下で変化した消費者購買行動と小売業の対応	神谷涉	47-55
新刊紹介 『「梅澤式」だと、なぜ超ヒット商品がこんなに作れるのか』 梅澤伸嘉著	上原征彦	56-56
資料紹介 海外の流通&マーケティング		57-60

549号（令和3年3月5日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 データとAIを活用した顧客理解の深化 特集にあたって	鶴見裕之	2-3
・流通・小売り・飲食業におけるエリア把握の重要性とデータ活用のトレンド	遠藤朱寧	4-12
・アフター COVID-19に向けた小売業の顧客戦略－DXと機械学習を活用したパーソナライズの必要性－	鶴見裕之	13-21
・小売業のデジタルトランスフォーメーションを支えるAI活用－スーパーにおけるお客様のためのAI活用事例－	満行光史郎	22-30
・商品パッケージにおけるAIの研究的利用の提案	三坂昇司	31-37
視点 ワクチンの有効性はどのように測定するのか？	守口剛	38-39
査読論文 来店間隔とカテゴリ購買生起を考慮した購買行動の統合モデル	佐藤栄作	40-53
資料紹介 海外の流通&マーケティング		54-57
総目次		70-72

令和3(2021)年度「流通情報」総目次

(No.550-555)

550号(令和3年5月10日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 コロナ禍で成長する小売業、変わる売れ筋商品 特集にあたって	中村博	2-3
・ コロナ禍・DX化で成長する小売業の提供価値	中村博	4-17
・ COVID-19が加速させる消費者の変化と小売事業者の対応方向性	中川朗	18-35
・ 新型コロナウイルス感染拡大期におけるショッパーの意識と行動の特徴 —「ショッパー・マインド定点調査」データの分析と考察—	鈴木雄高	36-48
・ 新型コロナウイルスが食品スーパーの購買行動に与えた影響	矢野尚幸	49-63
・ スーパーマーケットの市場POSデータから見るコロナ禍の消費財トレンド	渡邊秀介	64-71
視点 データサイエンティスト活用へ	江原淳	72-73
資料紹介 海外の流通&マーケティング		74-78

551号(令和3年7月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 東日本大震災後10年の農水産物物流通とマーケティング 特集にあたって	石橋敬介	2-3
・ 福島県農産物等の流通実態と販路拡大に向けて	武田裕紀	4-22
・ 福島県産品の価格の状況と消費者の購買に関わる要因の分析	佐々木舞香 石橋敬介	23-33
・ 東日本大震災後に成長を遂げたいわき菌床椎茸組合の経営事例	松本正美	34-40
・ 福島県の桃農家の経営改善のための方策に関する研究	中島彰一	41-51
視点 野菜加工品の開発輸入にみられる転換期	菊地昌弥	52-53
資料紹介 海外の流通&マーケティング		54-57

552号(令和3年9月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 日本型モバイルコミュニケーションの新展開 特集にあたって	山崎泰弘	2-3
・ 海外におけるモバイル・マーケティングの効果測定事例と日本ならではのアプローチ	寺本高	4-10
・ 小売業のスマートフォンアプリの展開とモバイルマーケティング戦略	渡邊秀介	11-18
・ SMにおけるモバイルコミュニケーションの成功の秘訣は組織づくりとクリエイティブにある	望月洋志	19-28

・ Tポイントが取り組むモバイルコミュニケーション	佐藤伸	29-36
視点 「流通革命」から考える Society5.0時代	杉本徹雄	38-39
新刊紹介 折笠俊輔著「農家の未来はマーケティング思考にある：EC・直売・輸出 売れるしくみの作り方」	小林哲	40-40
資料紹介 海外の流通&マーケティング		41-43
研究ノート 事例研究：食品卸売業の経営戦略革新2020	今泉文男	69-74
資料紹介 海外の流通&マーケティング		75-79

553号（令和3年11月1日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 脱炭素社会に向けた流通業のアクション 特集にあたって	石川友博	2-3
・ お客さまとともに夢のある未来を目指す、イオンのサステナビリティ	鈴木隆博	4-9
・ 捨てるという概念を捨てようー Eliminate the idea of waste ~循環型ショッピングプラットフォーム Loop の挑戦~	エリック・カワバタ	10-21
・ 脱炭素社会の実現に向けた持続可能な物流の構築 ~内閣府・戦略的イノベーション創造プログラム (SIP) 「スマート物流サービス」研究成果より~	田代英男	22-33
・ スマートフードチェーンとSDGs ~農産物・生鮮流通のカーボンニュートラルに向けて~	折笠俊輔	34-39
・ 食品小売業のサステナビリティ戦略の評価	石川友博	40-49
視点 責任ある消費：Responsible Consumption	大平修司	50-51
論文 リユース企業の海外進出における戦略的課題：「(株)ハードオフコーポレーション」を例に	川端基夫 富山栄子 富樹満	52-64
新刊紹介 箸本健二 武者忠彦編「空き不動産問題から考える地方都市再生」	渡辺達朗	65-65
資料紹介 海外の流通&マーケティング		66-69

554号（令和4年1月19日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
新春対談 企業革新と流通	青山繁弘 上原征彦	2-15
特集 ECが流通と消費者にもたらす影響と変革 特集にあたって	祝辰也	16-17
・ ECの浸透状況と今後に関する基礎的検討	根本重之 後藤 亜希子	18-22
・ 消費者の購買先選択におけるECの位置付け	祝辰也	23-30
・ 大手総合ECサイト利用事業者の状況調査	山崎泰弘 高橋周平	31-38

・ マスプロダクトが売れない時代の D2C 既存企業の D2C 転換への示唆	沖賢太郎	39-50
・ 小売市場規模の1割にも満たないEコマースが、日本の小売全体に及ぼす影響とは	望月智之	51-62
・ Amazon Effect と Walmart の DX 対応戦略	中村博	63-77
資料紹介 海外の流通&マーケティング		78-79

555号 (令和4年3月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 海外小売業の顧客接点戦略 特集にあたって	神谷渉	2-3
・ オムニチャネル化するアメリカの小売業	若林哲史	4-14
・ フランスの食品スーパーにみる click & collect – <drive> がもたらす消費者の利便性向上と企業戦略 –	森脇丈子	15-26
・ 顧客接点から見る中国 EC 成長モデルの転換 – アリババとテンセントの戦略 –	李雪	27-36
・ 中国における生鮮食品 EC の展開と企業間連携 – ケイパビリティの視点からみたアリババの事例研究を中心に –	閻焜 渡辺達朗	37-52
・ 小売業の顧客接点戦略における PB の役割 – 海外小売業の事例から –	神谷渉	53-58
リーダーの戦略 ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社 代表取締役社長 兼 イオン株式会社 執行役副会長 藤田元宏氏 「経営は人、組織も人で変わる」 インタビューとコメント	中村博	59-67
視点 パンデミックとブランド・マネジメントを考える～ Brand Coolness ～	菅野佐織	68-69
資料紹介 海外の流通&マーケティング		70-72
総目次		86-88

〈令和2-3年度『流通情報』査読論文のレビュアー〉

鶴見 裕之	横浜国立大学大学院教授
寺本 高	横浜国立大学大学院教授
中原 孝信	専修大学准教授
西本 章宏	関西学院大学教授

令和4 (2022) 年度「流通情報」総目次

(No.556-561)

556号 (令和4年5月13日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 日本のドラッグストア研究 業界動向と顧客分析 特集 にあたって	山崎泰弘	2-3
・ドラッグストア成長機会の考察	山崎泰弘	4-12
・ドラッグストア業態の動向と商品構成の変化、および、企業 戦略の方向性 ドラッグストア業態の展望と課題	重富貴子	13-25
・ドラッグストアの新規顧客からのロイヤルティ形成要因につ いて	本藤貴康	26-38
・ドラッグストアにおけるポイントカードの知覚価値とその要 因	中川宏道	39-52
リーダーの戦略 ウエルシアホールディングス株式会社 代表取締役会長 兼 日本チェーンドラッグストア協会 会長 池野隆光氏 「人が中心のM&A・DX化・売場&商品開発」インタビュー とコメント	中村博	55-63
視点 温度が消費者に及ぼす影響を再考する	石井裕明	64-65
資料紹介 海外の流通&マーケティング		66-71

557号 (令和4年7月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 農業のEC 新時代 特集にあたって	折笠俊輔	2-3
・青果物 EC マーケットの現状と展望 生産者視点からの EC 考察	折笠俊輔	4-11
・農産物 EC における品目の分類と品目別販売方策	石橋敬介	12-18
・坂ノ途中の EC を概観し、成長要因をさぐる	小野邦彦	19-24
・農産物 EC を通じたブランディング	菰田央	25-35
・食品の購買とその産地への観光との関係に関する研究	中島彰一	36-42
視点 青果物の包装が「減らす」に対応するためには	北澤裕明	44-45
新刊紹介 石原武政著「戦時統制下の小売業と国民生活」	渡辺達朗	46-46
資料紹介 海外の流通&マーケティング		47-50

558号 (令和4年9月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 社会志向の消費とマーケティング 特集にあたって	守口剛	2-3
・より良い世界のためのパーパス・ドリブン・マーケティング CSR からコンシャス・キャピタリズムへの転換	川上智子	4-10
・パーパスドリブン経営と顧客中心マーケティングの融合	伴大二郎	11-20

・ コロナ禍は消費者のエシカル志向や行動にどのような影響をもたらしたか	西尾チツル	21-30
・ エシカル消費と小売業のサステナブル対応	白鳥和生	31-38
・ 地域生協組合員におけるエシカル消費の状況	宮崎達郎	39-47
視点 これからの観光とマーケティング	寺崎竜雄	48-49
資料紹介 海外の流通&マーケティング		50-55

559号 (令和4年11月7日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 物流2024年問題に向けた流通業の対応 特集にあたって	加藤弘貴	2-3
・ 総合物流施策大綱 (2021年度~2025年度) の取組状況	平澤崇裕	4-19
・ 流通業の経営改革を促進する物流インフラの改革	橋本雅隆	20-29
・ 加工食品・日用雑貨のサプライチェーンにおける物流効率化の推進	田代英男	30-39
・ 花きの国内物流 地方から地方市場への共同配送実証実験より	吉間めぐみ	40-50
視点 コロナ禍における卸売市場	池田真志	52-53
リーダーの戦略	中村博	54-64
株式会社ツルハホールディングス 代表取締役社長執行役員 鶴羽順氏 「M&Aと総合力で勝負するドラッグストアの成長戦略」 インタビューとコメント		
資料紹介 海外の流通&マーケティング		65-68

560号 (令和5年1月16日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 物価上昇局面における消費と流通 特集にあたって	祝辰也	2-3
・ 物価の現況と見通し	井上祐介	4-9
・ 消費財における値上げの構造と生活者行動	宮下裕	10-23
・ 物価高進行下の消費者意識	久我尚子	24-32
・ 農産物・食品の値上げのマーケティング 適切な価格転嫁を目指して	折笠俊輔	33-43
・ 消費者のスーパーマーケットにおける価格の記憶と許容	高橋周平	44-53
リーダーの戦略	加藤弘貴 渡辺	54-61
株式会社イトーヨーカ堂 取締役会長 兼 日本チェーンストア協会 会長 三枝富博氏 「お客様にありがとうと言っていたための“人づくり”」 インタビューとコメント	達朗	
視点 食品ロス及び廃棄の国際標準化	渡辺達朗	62-63
資料紹介 海外の流通&マーケティング		64-69

561号（令和5年3月1日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 小売業態構造変化の展望 特集にあたって	加藤弘貴	2-3
・我が国におけるネットショッピングの状況と小売業	田村彰浩	4-12
・コロナ下、物価高——激変が続く環境下での「買い物意識」 の変化と注目ポイント ※22年12月実施「消費者の業態・ 店舗選択に関する調査」より	池田満寿次	14-23
・食品小売市場における小売業態構造の現状分析と将来予測 —「流研ロングタームフォーキャスト2023」の概要—	木島豊希	24-31
・コロナ下での食品スーパーの業績についての検討	後藤亜希子	32-38
・米国における小売業態の進化	神谷渉	39-47
寄稿論文 なぜ東京に小売市場が定着しなかったのか（上）	石原武政	48-57
視点 Better Marketing for a Better World	須永努	58-59
資料紹介 海外の流通&マーケティング		60-62
総目次		76-78

令和5（2023）年度「流通情報」総目次

(No.562-567)

562号（令和5年5月8日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 店舗 DX の現状と近未来店舗 特集にあたって	中村博	2-3
・ S 字カーブにみる小売業態の盛衰と店舗 DX	中村博	4-15
・ 小売業の事例からスーパーマーケットにおける DX の今後を考える	鈴木一正	16-28
・ DX によるキャッシュレス決済比率向上の社会的意義—DX の道は経済の変革に通ずる—	鶴見裕之	29-40
・ 対談：Web3と小売業の未来	岡嶋裕史 中村博	41-54
・ 食品パッケージのリニューアルにおけるバーチャルリアリティ活用事例と有効性の検討	三坂昇司	55-64
寄稿論文 なぜ東京に小売市場が定着しなかったのか（下）	石原武政	65-73
視点 「にぎわい」の科学	石淵順也	74-75
資料紹介 海外の流通&マーケティング		76-80

563号（令和5年7月3日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 農産物物流の課題と対応 特集にあたって	吉間めぐみ	2-3
・ 青果物物流の課題と対応	武田裕紀	4-16
・ 農産物物流の課題と展望	矢野裕児	17-26
・ インタビュー：低温食品物流の取り組み	谷津恭輔	27-33
・ 農産物の物流効率化に向けたパレット輸送の推進	田代英男	34-44
・ 「物流の2024年問題」にみる農産物物流で置き去りにされている落とし穴～ドライバーに蓄積する専門的なナレッジ消失の危機～	吉間めぐみ	45-56
論文 コロナ禍を経たシニア層のオンラインショッピングへの意識と行動の変化	矢野尚幸	57-69
視点 サークュラーエコノミー考—消費者欲求はどこまで変化したのか	二宮麻里	70-71
資料紹介 海外の流通&マーケティング		72-77

564号（令和5年9月1日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 食のサプライチェーンの DX サービス最前線 特集にあたって	折笠俊輔	2-3
・ 食のサプライチェーンの DX 動向とスマートフードチェーン	折笠俊輔	4-12

・小売店舗の需要予測データを軸としたサプライチェーンの適正化	岡本数彦	13-21
・日本におけるリテールメディアの取り組み方	望月洋志	22-30
・RFIDを活用した加工食品流通の効率化の方向性	田代英男	31-41
視点 対話型AIの可能性	神成淳司	42-43
資料紹介 海外の流通&マーケティング		44-51

565号 (令和5年11月1日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 ポストコロナの消費者行動 特集にあたって	祝辰也	2-3
・我が国における個人消費の動向と変化	大澤朗子	4-13
・新型コロナウイルス感染症の流行下における消費者の購買行動と買物意識の変化―「ショッパー・マインド定点調査(2020年1月~2023年7月)」より	鈴木雄高	14-31
・購買データからみたコロナの流行と収束による食品購買の変化	田嶋元一 山崎泰弘	32-39
・人流の変化：コロナ前後での生活者行動とインバウンド需要	江島賢一郎	40-49
対談 リーダーの戦略「(株)西友の小売マーケティングの現状とこれから」	大久保恒夫 中村博	50-59
視点 視線研究とアテンション・ベースド・マーケティング	里村卓也	60-61
資料紹介 海外の流通&マーケティング		62-68

566号 (令和6年1月15日発行)

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 環境に配慮したイノベーション：流通業の脱炭素とサステナビリティの取り組み 特集にあたって	山崎泰弘	2-3
・流通業が注視すべき国内外のカーボンニュートラル政策と、テクノロジーの動向について	齋藤晃太郎	4-16
・流通業界におけるイノベーション：ビジネス・イノベーションからソーシャル・イノベーションの創出へ	大平修司	17-26
・アスクルの脱炭素の取り組み 地球の明日(あす)に「うれしい」を届け続けるために	渡辺昭一郎	27-33
・統合報告書を中心としたサステナビリティ実現への取り組み事例紹介	橋本公尚	34-43
・[事例] 大手ドラッグストア企業における環境対応の取り組み	山崎泰弘	44-47
・食品小売業におけるサステナビリティへの取り組み：アンケート結果からの現状と課題分析	石川友博 寺田奈津美	48-61
論文 農産物の品種表示に関する小売店頭でのフィールド実験～桃の品種表示の場合～	石橋敬介 佐々木舞香 佐藤尚樹 西山淳一	62-69

視点 人生を駆動する欲望への接近	上原征彦	70-75
資料紹介 海外の流通&マーケティング		76-80

567号（令和6年3月●日発行）

〈タイトル〉	〈執筆者〉	〈頁〉
特集 海外最新事情に見る小売業のデジタル活用の方向性 特集にあたって	神谷渉	2-3
・ 欧州での小売業のデジタル活用の方向性	矢矧晴彦	4-13
・ イギリスにおけるネット通販とオンライングローサリーの発展	林克彦	14-21
・ アメリカ小売業におけるラストワンマイル効率化への取組	矢野尚幸	22-32
・ ウォルマート中国の戦略転換とダークストアの展開	李雪	33-40
寄稿論文 産業組合と商権擁護運動（上）	石原武政	41-61
論文 非計画購買類型の拡張とカスタマージャーニーの検討 一店舗内での購買意思決定に関する考察一	杉本ゆかり 中村博	62-73
視点 2024年問題の深層と施策の方向性	秋川卓也	74-75
資料紹介 海外の流通&マーケティング		76-78
総目次		89-91