



- セミナー
- 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

[▲講座・セミナー一覧へ戻る](#)

市場、流通、制度、ITの変化と営業・マーケティング課題
～消費と流通の2018、19、20年、そして2020年代を考える～

セミナーは終了いたしました。多数のご参加誠にありがとうございました。

2017年度下期を迎えるにあたり、次年度計画の立案、東京五輪開催の2020年前後までの中期計画の練り直しなどに取り組まれ、さらその後の2020年代はどのようなこととお考えの方が多くと存じます。
そこで、市場、流通分野の課題に関してこれまで集めてきた情報を再検討するとともに、アマゾンなどの新たな動きを捉え、また情報通信技術の実用化のステップなどを検討し、五輪までの3年間、そしてその後2020年代に向けた消費財のメーカー、流通業にとっての課題を検討するセミナーを開催させていただきます。
ご報告内容は、現時点では、下記プログラムにあるようなことを考えておりますが、この夏、さらご情報の収集と整理を進めるとともに、新たに起きる変化や動きを取り込んで、より充実したご報告ができるよう鋭意努力致しますので、ぜひご参加ください。

開催日時	2017年9月7日(木)、13日(水) 13:15～17:00 両日とも同じ内容のご報告を致しますので、ご都合のよろしい日にご参加ください。
会場	TKPガーデンシティ竹橋(住友商事竹橋ビル) 東京メトロ東西線竹橋駅1b出口徒歩1分
報告者	拓殖大学 商学部 教授 / (公財)流通経済研究所 理事 根本重之
参加費	30,000円 (消費税別)
参加対象	メーカー、卸売業、小売業、外食産業、物流業などの方々 上記の業種以外の場合、お申込をお受けできない場合がございますこと、あらかじめご了承ください。

プログラム

(途中2回程度休憩をとります)

I. 市場、人口構造、マクロ分野の変化と中期課題

- ディープな高齢社会の開幕と進展**
 - ・ここところ3～4%程度あった老年人口の増加率が19年こは1%を切る
 - ・15年国勢調査で75歳以上の10.6%が病院、施設等に入院・入所
 - ・前期高齢者が減り、75歳以上、85歳以上が増加することの影響
- 2020年まで、そして2020年代の展望**
 - ・2018年:東京五輪に向けた建設投資ピーク / 平昌五輪 / F1 F1アジア大会 / キズ・ウイーク / 衆院任期満了 / 平成の終了など
 - ・2019年:新元号元年 / 景気低迷のおそれ / 消費税引き上げか延期か / 日欧EPA発効など
 - ・2020年:五輪開催 / プライマリバランス黒字化未達など
 - ・2020年代:生活や働き方の変化 / ITによる社会と生活の変化 / 団塊の世代が後期高齢者に / 地域包括ケアシステムの稼働 / 遠州制の導入など
- 2020年代に向けた課題の確認**
 - ・課題1:高齢市場への対応レベルの上昇
 - ・課題2:ヤングファミリーを主とする若年市場の開拓
 - ・課題3:五輪開催の2020年に向けた積極展開
 - ・課題4:人口減少化で重要度を増す生産性向上

II. 流通の変化と営業、マーケティング課題

- 主力小売業態の基本的な状況と将来予測**
 - ・CVS、SM、GMS、ドラッグ、生協などの基本的な状況
 - ・流通経済研究所「小売業態の将来予測2015→2025」のポイント
 - ・地域におけるGMS、SM既存店の売上変化予測2015→2025
 - ・地域の生活拠点になる競争
- アマゾン・ジャパンの上期の展開・・・わらいと影響**
 - ・生まれついでリアルタイムCRMカンパニー
 - ・第1期医薬品の直接販売の開始
 - ・Prime Now、ココラ2店、マンキョ1店、三越日本橋店との提携
 - ・Amazon Freshのスタート・・・概要と物流システム
 - ・「デリバリー・プロバイダ」を使った自社専用当日配達網の構築
 - ・アスクルの市場に攻め込む「アマゾン・ビジネス」のスタート
 - ・日販ルートの「バックオーダー発注品」の直接取引が意味すること
 - ・ポップアップストアの開設
 - ・アマゾン・ジャパンの展開が宅配便、EC、店舗小売業に及ぼす影響
 - ・アマゾン・ジャパンの今後の展開の方向とリスク
- 米国アマゾンの展開とその影響**
 - ・ウォルマートへの競争布告:低所得者のへのプライム会員割引
 - ・インスタカートも実質的に手中心におさめるホールフォース買取
 - ・すでに航空機20機保有するAmazon Airのハブ空港稼働
 - ・アマゾンの台強によるショッピングモールの「Dead Mall」化
 - ・日本に引き寄せるとどういことなるのか
- 総合スーパー・・・Dead Mall化を回避できるか**
 - ・イオンR、IYの直営売上高はすでに1.8兆円台、8000億円台
 - ・大手総合スーパーのモール型SCがDead Mall化するおそれ
 - ・ダウンサイジング、サービス部門の拡張などを進められるか
- セブン&アイ、アスクルの業務提携による「Yフレッシュ」**
 - ・IYネットスーパー、そしてSEJは別に走るなかでの展開
 - ・小さ始める初期モデルは急速に大きくなり、間こあうか
 - ・他の企業にもプラットフォームを提供したいとするアスクルへの期待
- セブンイレブンは、2020年代もトップであり続けられるか**
 - ・2位、3位を突き放し、シェア50%を目指す展開・・・レイアウト変更など
 - ・セイノーを使った専用宅配システムの構築
 - ・10月からPOSレジ導入を開始する第7次情報システム
 - ・来春スタートの7-11アプリ
 - ・グループ内に開いたオムニチャネル戦略の限界をどう破るか
- 2020年代に向けた流通の展望と課題**
 - ・アマゾンが成長する市場での小売業の競争とメーカー、卸売業の流通政策
 - ・スーパーマーケットの競争戦略

III. おさえておくべき情報通信技術等の実用化とその影響

- 世界経済フォーラム(ダボス会議)による2025年の技術実用化予測**
 - ・2020年代はこれまでとは大きく違った世界になる
- ハンズフリー化、ウェアラブル化**
 - ・2017年、AI搭載スピーカー発売
 - ・少し先こはなるが、DC、店舗でもスマートグラスなどによりハンズフリー化
- 5G通信普及によるIoT本格化がキー・・・実行速度4G比最大100倍**
 - ・スケジュール
 - ・20年、東京でサービス開始、23年、全国への普及
 - ・そう遠くない未来の家:「水を360cc出して」と言うときっとり出してくれる蛇口、テレビになり、外の気温、花粉飛散量も教えてくれる窓 など
 - ・そう遠くない未来の店舗:リアルタイムCRMを店舗で実現、機械・ロボット導入、社長・SVの店回りが不要になる遠隔集中管理センターの構築
 - ・家事用品などもネット接続型の新製品が普及する
- すでに始まっているRPA(Robotic Process Automation)**
 - ・ソフトウェアロボットが、業務プロセスを自動化
 - ・主にキーボードやマウスクリックなどのPC操作を代行
- レジ無人化:省人化はどうなるか**
 - ・経産省、コビレ2次手帳による「電子タグ1000枚枚宣言」
 - ・電子レジを使っても火を噴かない有機LEDタグ開発の可能性
 - ・米ウェルマンズがすでに採用している電子透かし技術によるDietmark Barcodeの可能性
 - ・レジの無人化、省人化に関する現段階での見方

IV. 2020年代に向けた営業、マーケティング課題

- 市場、流通構造の変化への対応**
 - ・小売業の課題
 - ・メーカー、卸売業の課題
 - 縮小する市場で重要度を増す生産性向上**
 - ・1人当たり指標の重視
 - ・生産性向上による収益力、競争力、成長力の強化
 - ・生産性向上により売上規模が拡大しなくとも収益を上げる
 - ・生産性向上により他社のシェアを奪い、売上も伸ばす
 - ・営業の生産性向上とマーケティング力の強化による生産性向上
 - ・営業業務の効率化
 - ・マーケティングによる生産性向上
 - ・支社・支店、店舗段階でのマーケティング展開による生産性向上
- 参加費: **30,000円** (消費税別)

お問い合わせ先

公益財団法人流通経済研究所 (担当:東、後藤)
TEL:03-5213-4533

[▲講座・セミナー一覧へ戻る](#)