

セミナー

Seminars

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

▲講座・セミナー一覧へ戻る

ディスカウント型小売業 研究セミナー

—食品・日用品のディスカウント型小売業の戦略と動向を探る—

開催日	2017年3月9日(木) 13:00~17:00
会場	アルカディア市ヶ谷(東京都千代田区九段北4-2-25) 市ヶ谷駅(東京メトロ有楽町線・南北線, 都営新宿線, JR中央線) 徒歩約2分
受講料	1名様につき 30,000円 (税込32,400円)

お申し込みは締め切りました。
多数のお申し込みありがとうございました。

ご参加対象企業: メーカー・卸売業・小売業の方

メーカー・卸売業の経営企画・販売・営業・流通企画などご担当の方
加工食品、菓子、飲料、日用雑貨等を取り扱うメーカー・卸売業・小売業の方

セミナーのねらい

現在、多くの食品・日用品のディスカウント型小売業が、消費者の節約志向の高まりを受け、積極的な新規出店を行ったり、品揃えなどMD面で新しい取り組みを進めるなど、需要獲得の動きを強めています。オーケーやドン・キホーテのように、中期的な目標を明確に掲げ、その達成に向けて具体的なアクションを起こしているチェーンも見られます。

こうした背景を踏まえ、食品・日用品のディスカウント型小売業に注目し、食品スーパー、ドラッグストア、総合ディスカウントストアの各業態から、有力なチェーンを取り上げ、戦略や売場施策、今後の課題などを考察し、報告するセミナーを開催いたします。

セミナーで取り上げる主なチェーン(予定)

食品スーパー	西友、オーケー、ビッグ・エー
ドラッグストア	コスモス薬品、クスリのアオキ、ゲンキー、カワチ薬品
総合ディスカウントストア	ドン・キホーテ、トライアルカンパニー

なぜ、ディスカウント型小売業が注目されるのか

1. 消費者の節約志向が根強い

一時期、日常生活の中でも、高品質な商品を購入・消費する、というプチ贅沢などの消費行動が脚光を浴びましたが、2017年頭に大手小売業社長が「節約志向はますます高まっていく」とコメントしていたように、最近になり、再び消費者の節約志向が強くなっているという見方が広がっています。

また、2016年後半の野菜の価格高騰の影響を受け、消費者が「安さ」や「コストパフォーマンス」を重視して店舗や商品を選択する方向に向かっていると考えられ、この動きは今後も継続する可能性があります。

2. 消費者が支持するのは「安さ」だけではない

消費者がディスカウント型小売業の店舗を選択する理由は、「安さ」だけとは限りません。流通経済研究所が2016年に実施した調査によると、セミナーで取り上げるチェーンの中には、「安さ」以外の要素が他チェーンよりも高く評価されている例が少なくありませんでした。

これらのチェーンと競合関係にある小売業はもちろん、取引先メーカー・卸売業の方も、各チェーンが「安さ」の他に注力している施策、強化ポイントなどを理解しておくことが重要です。

主なチェーンの利用者評価が高い項目(抜粋)

オーケー	安全・安心に配慮した商品が多い 品切れしていない
西友	その店ならではの商品・他の店にない商品がある お気に入りのPB商品がある
コスモス薬品	店がきれい・清潔感がある 店員の対応が良い
ドン・キホーテ	その店ならではの商品・他の店にない商品がある
トライアル	ポイントカードの特典を受けられる

※流通経済研究所が2016年に実施した消費者調査より
「安さ」以外の項目のうち評価が相対的に高いものを抜粋

3. 明確な方針・目標を掲げる各チェーン

今回取り上げるチェーンの多くは、今後も積極的に出店を続ける意欲を見せており、全国各地で業態の壁を超えた競合関係が生じることが想定されます。

小売業の方にとっては、これらのチェーンとどのように競争すべきか、差別化を図るべきか、ということを検討することが求められます。

メーカーや卸売業の方にとっては、各チェーンへの対応を考える上で、これらのチェーンが目指す方向を理解しておくことが不可欠です。

主なチェーンの中期的な方針・目標

ドン・キホーテ	2020年までの達成目標として「ビジョン2020」を掲げ、売上高1兆円、店舗数500店舗を目指す。
オーケー	2016年4月に5年計画を策定、売上高6,000億円を目指し、80～100店舗の新規出店を計画。
コスモス薬品	「まずは、西日本で圧倒的なシェア獲得」を目指し、「徐々に出店エリアを拡大」する方針。

※コスモス薬品のカッコ内文言は決算短信より引用

プログラム

時間	講演テーマ
13:00～13:15	はじめに:セミナーの趣旨
13:15～14:15	食品スーパー編 「EDLP型小売業3社の注目動向」 消費者の節約志向は根強く、各社があらためて経営戦略としてEDLPを強化しています。 ここでは、そのうち、首都圏を中心に展開する3社、 西友 、 オーケー 、 ビッグ・エー について、それぞれの最近の展開の特徴、強みや課題について考察します。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 後藤 亜希子
14:30～15:30	ドラッグストア編 「食品強化型ドラッグストアの現状と今後の可能性を考える」 ディスカウント型ドラッグとして成長著しい コスモス薬品 、生鮮食品をテコに急成長を続ける クスリのアオキ 、および ゲンキー 、 カワチ薬品 を取り上げ、成長要因、業績の成否を分けるポイント、今後の可能性などを考察します。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 重富 貴子
15:45～16:45	総合ディスカウントストア編 「変化を続ける総合ディスカウントストアの戦略と動向」 食品販売を強化するなど、消費者ニーズに対応しながら変化を続け、今や国内有数の小売業となった ドン・キホーテ 、メーカー・卸売業との綿密な取り組みに注力するなど、変化を模索しながら成長を続ける トライアルガンパニー を取り上げ、それぞれの戦略と、今後の展開、課題について考察します。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高
16:45～13:15	セミナーのまとめ

※プログラムは若干の変更が生ずる可能性があります。あらかじめご了承ください。

お申し込み方法

下記のボタンから申込書フォームに必要事項をご記入の上、送信してください。
お申し込み受付後、ご請求書を郵送させていただきます。

受講料: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:土屋、鈴木
 〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21
 TEL:03-5213-4532 FAX:03-5276-5457

| [▲講座・セミナー一覧へ戻る](#) |