



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▲

2030年の消費と流通を予測し、今後の戦略を考える

2030年の消費市場と小売構造予測

一品目別消費支出の変化と食品小売業態構造の変化を定量的に予測し、小売業とサプライヤーの市場、流通戦略を考える予測結果と知見を提供

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。

- ・2018年は、五輪後のより厳しい時代と見られ、先方で冷静に見据え、そこにおける市場、流通の変化を捉え、各企業の戦略、あり方自体を本格的に考える始めるべき年です。
- ・そのため、弊研究所では、これまで2025年をターゲット年に今回と同様の予測を定期的に行ってきたが、今年は、2030年をターゲット年に、データを追加・整備したうえで、適切な予測モデルを使い、食品、日用品等の品目別消費金額と食品小売構造の予測を行いました。
- ・予測結果は、消費財関連企業が中長期計画を立てるうえで不可欠であり、他の研究機関等でもまず提供できないデータです。
- ・本セミナーは、この予測結果の販売に先立ち、2030年までの市場、流通に関する基本的な見方をご提示したうえで、セミナーとしては十分な資料をご提供しつつ、消費金額予測は家計調査品目大分類まで、食品小売構造予測は全国および11地域ブロック別まで、判りやすく報告します。
- ・そこではセミナーでご報告したもののほか、消費金額予測は品目・中分類別の予測結果、小売構造予測は都道府県別の予測結果が加わります。
- ・本セミナーにご参加のうえ、今後の市場と小売流通の変化を見る基本的な視点、予測に関する理解をお深い頂くとともに、予測結果を今後の中期計画、長期計画の立案にお役立て下さい。
- ・報告終了後には、個別にご質問、ご相談をお受けする時間も設けて頂きますので、ぜひご参加ください。

開催日時	2018年4月17日(火) 13:00～17:00(報告) 17:00～17:30(個別質問、相談会)
開催場所	流通経済研究所 大会議室(東京都千代田区九段南4-8-21)
参加費	1名謝につき 振込40,000円(税込43,200円) ※10名に満たない場合には中止する場合があります
参加対象	メーカー、卸売業、小売業の営業企画・経営企画ご担当者 (上記以外のご参加は、お受けできない場合があります)

セミナーの内容・プログラム

パートⅠ：基本認識2030 【報告時間】13:00～13:50

●2030年までの市場と流通の変化と対応課題

公益財団法人流通経済研究所 理事/拓殖大学 教授 根本重之

- ・2030年を当面のターゲット年として、人口構造の変化、高齢化の進行に伴う消費支出の変化を大きく捉え、短期・長期の両視点で市場戦略の基本的なあり方について報告します。
- ・加えて、GMS、SM、CVS、ドラッグストアなど各業態の店舗小売業、EC、生協に関する基本的な見方を提示し、今後の小売業態構造の変化を見てゆく視点を提供します。
- ・非常な労作の成果であるパートⅡ、Ⅲをよりよく理解し、その成果をご活用頂くための基本的な視点、考え方を提供するが、パートⅠのミッションです。

<報告のポイント>

- 人口構造の変化に伴う消費の変化と基本的な課題
 - 短期課題と中長期課題
- 小売業態構造変化の見方と対応課題
 - 主力各業態の店舗と生協
- 2030年に向けた事業改革、企業改革
 - 国内市場の本格的な縮小に備える

<人口構造の変化:2015年→2030年>

パートⅡ：消費予測2030 【報告時間】14:00～15:20

●2030年までの品目別の消費金額予測

公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 木島豊希

- ・2030年までの品目別の消費金額について、コホート分析で予測した結果を報告します。
- ・食料品・日用品などの世帯あたり年間消費金額と市場規模としての年間消費金額を推し、二人以上世帯/単身世帯別、それらの合計の全世帯。
- ・また、2030年までの消費市場変化の要因を、人口構造の変化だけでなく、各年齢や世代(生まれた年)の観点から消費傾向の違いを分析し、消費の現在と将来について考察します。

<報告のポイント>

- 消費のこれまでの変化と特徴
- 消費は世代間の違い、加齢による変化
 - 現在の世代と将来の世代とどう違うのか
 - 人口構造変化の影響を受けやすい品目はどれか
 - 世代交代の影響を受けやすいのはどの品目か
- これから伸びる市場と縮む市場(2030年の市場)
 - どのカテゴリー・品目が伸びるのか/縮むのか
 - 今後消費されるようになるのはどの品目か

<予測結果イメージ(過去の予測結果)>

<分析・予測方法>

【使用する消費データ(家計調査等)】

- 全世帯/二人以上世帯/単身世帯
- 世帯主年齢別
- 品目別
- 年間消費支出金額
- 1977年～2016年の30年間実績
- 単身世帯は主に2009-2014年の年間実績

【予測手法(コホート分析)】

- コホート分析は、年齢層別に見た消費の経時変化を、加齢効果、世代効果、時代効果の3つの効果で説明しようとする分析手法。
- 品目別の加齢・世代・時代効果を用いて将来を予測。

【予測結果(2030年まで)】

- 全世帯/二人以上世帯/単身世帯
- 世帯主年齢別
- 品目別
- 年間消費支出金額

パートⅢ：小売予測2030 【報告時間】15:30～16:50

●2030年までの小売業態構造の予測

公益財団法人流通経済研究所 専務理事 加藤弘貴

- ・2030年までの食品小売市場と各小売業態の食品販売額・シェアについて将来予測を行い、各業態・各地域の今後の課題を提示します。
- ・各業態合計で小売業110社以上の都道府県別食品販売額データを用い、地域別・小売業態別の食品販売額・シェアを予測します。
- ・各業態の食品販売額などのべら、増加する/減少するか、2030年までに業態の優劣は変わるか(ドラッグストア、生協宅配、ECなどのべら、VFCなどのべら)等を検討します。

<報告のポイント>

- 小売業態(スーパー・CVS・DGS・生協宅配・EC・その他)構造の現状
 - 地域別の食品小売市場における上位チェーンと上位業態(スーパー・CVS・DGS・生協の業態を横断した評価)
- 食品小売市場(食品販売額)、小売業態別の食品販売額・シェア、地域別・小売業態別の食品販売額・シェアの2030年までの予測
 - 加えて、スーパー・CVS・DGSの店舗数の2030年までの予測
- 製・配・販事業者の今後の流通政策の方向性
 - 業態別の流通政策、小売業の店舗・営業政策の方向

<予測結果イメージ(過去の予測結果)>

①食品小売市場の実績・予測

②小売業態別食品販売額・シェアの実績・予測

③地域別小売業態別食品販売額・シェアの実績・予測

- 使用する主な小売業の食品販売額実績データ
- ・スーパー(総合スーパー+食品スーパー+生協店舗)・CVS・DGS・生協宅配110社以上の都道府県別食品販売額データを使用(スーパーは年間売上高10億円以上を対象。生協店舗・宅配・CVS・DGSは都道府県別の食品販売額を推計。ECは都道府県別の食品消費金額を推計)
 - ・各業態の2006年度～2016年度の11年間のデータをみながら将来を予測(DGSは2014年度～2016年度)

セミナーのテキストでご提供する主な予測結果

パートⅡ:2030年までの品目別の消費金額予測	
データ種	家計の世帯種別・年代別・品目別の世帯あたり消費金額と消費金額(与市場規模)
年次	2020年、2025年、2030年
世帯種区分	二人以上世帯・単身世帯別と全世帯
世帯主年齢区分	20代・30代・40代・50代・60代・70代以上
品目区分	食品等 生鮮(魚・肉・野菜・果物)、惣菜、日配品、加工食品(調味料等)、飲料、菓子、酒類、外食等
	日用品 日用雑貨(洗剤等)、化粧品、医薬品、紙製品等
	その他 住居(家具・家電)、衣料品等

パートⅢ:2030年までの小売業態構造の予測	
データ種	地域別の食品小売市場、地域別・業態別の食品販売額、業態別の店舗数
年次	2020年度、2025年度、2030年度(一部、2030年度までの各年)
地域区分	北海道、東北、北関東、南関東、甲信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州の11ブロック
業態区分	スーパー(総合スーパー+食品スーパー+生協店舗)、コンビニエンスストア、ドラッグストア、生協宅配、インターネット通販販売、その他の6業態

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。

お問い合わせ先

公益財団法人 流通経済研究所 (担当:東、木島)
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル
TEL:03-5219-4539 FAX:03-5276-5457

▲講座・セミナー一覧へ戻る▲