

流通ビジョンセミナー

# 流通大会

## 2025

小売業の業態革新を展望する  
～付加価値戦略、効率化・低価格戦略の両面から～

2025.2.6 [木] ≫ 7 [金]

九段会館テラス 東京都千代田区九段南1丁目6-5 3F [302・茜]  
[Zoomによる同時ライブ配信あり]

主催

公益財団法人 流通経済研究所

後援

東京商工会議所 / 日本小売業協会 / 日本チェーンストア協会 / オール日本スーパーマーケット協会 /  
日本スーパーマーケット協会 / 全国スーパーマーケット協会 / 日本チェーンドラッグストア協会 /  
日本ボランタリーチェーン協会 / 日本プロモーション・マーケティング協会 / 流通システム開発センター

## 流通経済研究所と流通大会

公益財団法人流通経済研究所では、わが国の流通が直面する諸課題・問題点について、流通業界のトップの方々ならびに行政の幹部、専門の学識者・研究者等の英知を集め、解決に向けた情報発信、提言を行う機会として「流通大会」を毎年1回開催しております。流通の最先端を知る機会として各界より注目を集めており、昨年度は約310社の方にご参加いただきました（開催3日間のべ参加社数）。

## 流通大会2025開催にあたって



公益財団法人流通経済研究所  
理事長

青山 繁弘

流通大会2025の開催に先立ち、消費財流通にかかわる事業者が直面する課題を見渡しておきたいと思います。

我々を取り巻く課題は多岐にわたりますが、直近の最大のトピックとして、消費財の値上げを挙げなければなりません。このこと背景には、原料費、輸送費、人件費、光熱費といった、企業活動に関わるコスト面での高騰が指摘できることは周知の通りであり、いわゆる「コストプッシュ」型のインフレーションが現在の経済活動を取り巻く基本的な状況です。

もちろん、賃金の上昇がこれに追い付き、いわゆる「好循環」をもたらすかどうかを期待しつつ注視しなければなりません。見通しは不透明です。また、実質賃金の上昇が認められた場合にも、その恩恵がすべての人に均等にいきわたるとも限りません。個人消費のニーズは、社会的な階層に応じてむしろ二極化するとも想定されます。

このような状況において、小売業には「業態革新」が求められています。その戦略はおそらく、下記の両面から考えなければなりません。

一方では、価格の上昇以上の「付加価値」を消費者に提供すること。たしかに従来の商品・サービスそのままに価格が上がることは購買の抑制につながるでしょう。しかしこのことは逆に言えば、価格イメージが形成されていない新商品・新サービスに関して、その価値を的確に訴求することで、新たな需要の取り込み・創出を期待できるチャンスをも意味しているのではないのでしょうか。

他方では、「効率化」を追求し「買いやすい」価格を消費者に提供すること。所得の二極化や労働力の不足などを鑑みても、物流から売場作りまで、製・配・販の商流と物流をトータルでとらえた低価格戦略が、今後ますます重要になることは言うまでもありません。

以上のような状況認識に基づき、流通大会2025では「小売業の業態革新を展望する～付加価値戦略、効率化・低価格戦略の両面から～」をテーマに掲げ、業界のキーパーソンから最新の事例と展望を伺いながら、2日間にわたって皆さんとこれからの流通を考えて参りたいと思います。

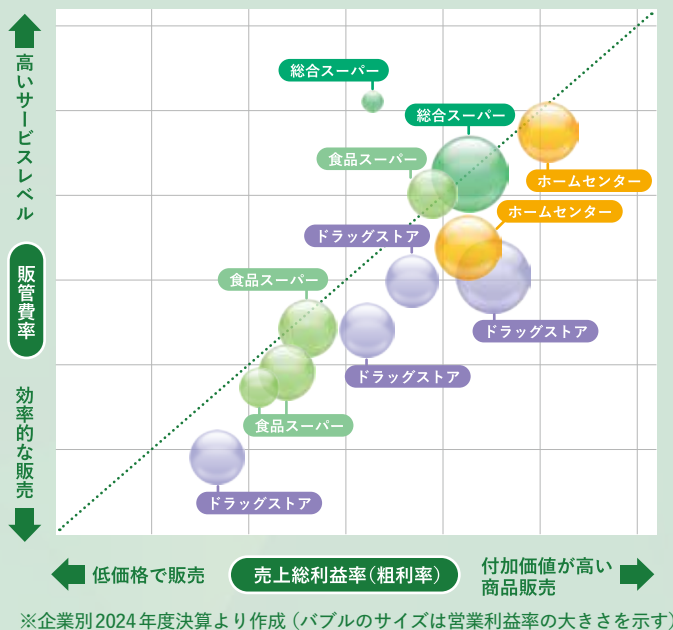
会場開催



Web配信

流通大会2025は、会場開催およびZoomを用いたWeb配信（ライブ）にて行います。Web配信をお申し込みいただいた方には、視聴用URLと合わせて事前に視聴用レジユメを配布します。

## 決算データでみるビジネスモデルの多様化



粗利率と販管費率を切り口に小売業を見渡してみると、図のように企業ごとに戦略・ビジネスモデルが分化していることがわかります。

業態ごとのばらつきもありますが、むしろ着目したいのは、同じ業態内で位置づけが大きく異なる点です。このこと背景には何があるのか、またそれぞれの戦略ごとのポイントは何かというのが、流通大会で考えていきたい大きなポイントです。

## 小売業の業態革新を考える



人口減少で中長期的な需要減少が見込まれる中で、どのような「業態革新」が求められるのでしょうか。

まずは、「付加価値」を高めていく方向が成長においてキーポイントになるでしょう。これには、リアルな売場やDXによる顧客体験の進化を含めたアプローチが考えられます。

他方で、価格に敏感な消費者に対しては、低価格で販売することが求められますが、これには、サプライチェーン全体を効率化した仕組みの構築が不可欠です。



# 2.6

thu.

時間

講演テーマ・講演者

9:30 ▶ 9:40

ご挨拶と問題提起

公益財団法人流通経済研究所 理事長 **青山 繁弘**

9:40 ▶ 10:30

**わが国流通の課題と  
経済産業省の流通・物流政策について**

これからの流通の転換を展望する上で、産業全体の視点を持つことが重要です。賃金と物価の上昇、物流における人手不足など経済環境が変化する中、経済産業省で流通・物流政策を担当する平林氏より、日本の流通・物流に関わる課題認識や政策展開についてご講演いただきます。

経済産業省 商務・サービスグループ  
消費・流通政策課長 兼 物流企画室長**平林 孝之 氏**

10:45 ▶ 12:00

**消費と流通の今を捉え、明日を読む2025**

幾つもの意味で節目となる2025年、そしてその後の流通の変化を展望し、小売業、卸売業、メーカーそれぞれが何をすべきかを考えます。

- 物価、賃金、消費、主要な小売業態の基本的な状況と今後の展望
- 明確に進化の道を歩んでゆく企業とそうではない企業との業績と成長力の差が拡大…小売業、卸売業の進化の方向
- 2025年のスケジュールと2020年代後半に向けて営業、マーケティング分野で考えたいこと

公益財団法人流通経済研究所 理事  
拓殖大学 名誉教授**根本 重之**

# DAY 1

## 13:10 ▶ 14:10 スーパーマーケットの展望と課題



スーパーマーケットの展望と課題に関して、以下のような内容でお伺いします。

- 時代変化への対応
- 価値の創造と経営戦略
- データを活用したデジタルマーケティング業化
- ネットスーパーとのOMO
- 小売業の利益構造の革新

株式会社リテイルサイエンス ファウンダー 大久保 恒夫 氏  
株式会社西友 代表取締役社長

## 14:30 ▶ 15:30 グリーンビーンズが取り組む次世代買物体験の構築



23年7月にサービスを開始したイオンのネット専用スーパー“グリーンビーンズ”の現況レポートとともに、買物体験の革新に向けた取り組みや今後の方向性についてご紹介いただきます。

新しい業態が目指す姿、商品カテゴリー、サービス・UI、物流、エンゲージメントづくりまで、幅広いテーマについて、お伺いします。

イオンネクスト株式会社 取締役副社長 太田 正道 氏

## 15:50 ▶ 16:50 つぎの100年へ、食が創造する未来へ、たすきをつなぐ



わが国の食品流通産業は、国内人口の加速度的な減少や地政学リスクの高まりなど、激しい外部環境の変化に晒されています。このような環境の中で、食品流通産業の持続的な成長に貢献する三菱食品の取り組みを、具体的な事例を交えてご紹介いただきます。

三菱食品株式会社 執行役員 マーケティング開発本部長 小山 裕士 氏

# 2.7

fri.

時間

講演テーマ・講演者

9:35 ▶ 10:40

## 2025年の日本経済の展望



インフレ率の鈍化や春闘の賃上げ期待により、2025年は実質賃金が安定的にプラスになることが視野に入ってきました。一方、米国ではトランプ政権誕生により経済の不確実性が高まっています。また、中国でも不動産バブル崩壊に加えて、米中対立の激化により中国経済の更なる減速には注意が必要です。そこで本セッションでは、懸念が高まっている海外の景気とともに、2025年の日本経済を展望します。

株式会社第一生命経済研究所 経済調査部  
首席エコノミスト

永濱 利廣 氏

10:55 ▶ 12:00

## 消費者の生活変化によって求められる小売業の変革



生活・買物環境の変化は消費者の購買行動を変えていきます。価値観と店舗の使い分けに関して、消費者調査の結果などを紹介します。また、将来に向けて主要業態の市場規模がどのように変化していくのか、推計結果を報告します。

- ショッパーの買物行動調査
- 消費者の求める価値
- 業態別食品販売額の将来推計

公益財団法人流通経済研究所 常務理事  
流通・店頭・環境部門長

山崎 泰弘 氏



司会者

株式会社メリディアンプロモーション  
代表取締役  
フリーアナウンサー

牛窪 万里子 氏

# DAY 2

13:10 ▶ 14:10

## カスミ流DX新業態「BLANDE」への挑戦 ～次世代店舗のあり方と変革推進の秘訣～

次世代店舗のあり方や変革推進にあたり、新業態「BLANDE」の取り組みをはじめとして以下のような内容でお伺いします。

- カスミにおけるDX、新業態「BLANDE」への挑戦
- 店舗におけるDX／データ活用事例とその効果
- 店舗／現場への推進ポイント、浸透させるための秘訣
- カスミの今後のビジョンと小売企業の未来とは



株式会社カスミ 専務取締役 事業戦略担当 兼  
マーケティング本部マネジャー 兼 プロダクトマーケティングマネジャー  
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  
プログラムマネジャー

満行 光史郎 氏

14:30 ▶ 15:30

## 首都圏における小型スーパーの使命

未曾有のコロナ禍を経て、地政学リスクの高まりや円安、インフレ、インバウンド増など小売りを取り巻く環境も変化をしています。一方で、変わらない人口・世帯人数減、少子高齢化、首都圏への人口集中という局面の中で小型スーパーに何が求められ、どのようにニーズに答えていくべきかということをお伺いします。



まいばすけっと株式会社 経営企画部 部長 二川 真悟 氏

15:50 ▶ 16:50

## フード&ドラッグ 高速多店化戦略

フード&ドラッグを高速多店化するためのローコスト及びEDLPの仕組みづくりに関して、以下の点をお伺いします。

- 店舗開発
- 店舗作業改革
- 商品政策



GenkyDrugStores株式会社 取締役副社長 商品本部長 吉岡 伸洋 氏

# 流通大会 2025

## 開催要項

■ 開催日時 2025年2月6日(木)・7日(金) 各日9:30~17:00

■ 開催方法 【会場】九段会館テラス  
〒102-0074 東京都千代田区九段南1丁目6-5 3F「302・茜」  
最寄駅:九段下駅(東京メトロ・都営地下鉄 九段下 4番出口 徒歩1分)  
※会場の席数には限りがあります。お早めにお申込みください。  
【Web配信(ライブ)】  
Zoomを用いた配信も実施します。



■ 参加対象 流通・マーケティングに関心のある方  
○ 小売業、卸売業、メーカーのトップマネジメント及び経営幹部  
○ 上記業界の経営企画、営業・営業企画、マーケティング、物流部門等の担当者  
○ 上記業界の業界団体関係者 ○ 流通をサポートする専門分野の企業の方

## 参加申込事項

■ 参加費 1名様につき  
2月6日(木).....45,000円(税込49,500円)  
2月7日(金).....45,000円(税込49,500円)  
2日間参加[2月6日~7日の2日間通し].....80,000円(税込88,000円)  
※お申込み締切:各日2025年1月31日(金) 17:00まで

### 特典

ご参加者には定期刊行誌『流通情報』の最新号  
「特集 小売業におけるサステナビリティの展望:地域・健康・環境への貢献を経済的成長につなげる視点」(2025年1月発刊、PDFダウンロード版)を謹呈いたします

## ■ 参加申込方法

- 1 必要事項をご記入の上、ホームページからお申込みください。  
[URL] [https://www.dei.or.jp/ryutsu\\_fes/](https://www.dei.or.jp/ryutsu_fes/)
- 2 お申込み受付後、ご請求書(PDF)をメールにてお送りいたします。
- 3 参加費は、請求書に記載されております「お支払い期限」までに指定の銀行口座へお振り込みください。
- 4 開催1日前に会場参加のご案内、またはWeb配信参加のご案内(視聴用URLおよびレジюме)をお送りいたします。



※開催間際のお申込みは、ご参加いただけない場合もございます。あらかじめお電話でご確認ください。

## ■ ご注意と免責事項

- お申込み後、当日ご欠席の場合も参加費を申し受けます。ご都合がつかない場合は、代理の方がご出席ください。
- 講演内容の録音・録画は、ご遠慮ください。
- Web配信のお申込み1名様につき、専用の視聴用URLを発行いたします。複数人での視聴は固くお断りいたします。
- 資料は、会場参加の方には印刷冊子(1人1部)を、Web配信参加の方には視聴用レジюмеを配布します。
- 天災地変、交通事情等、弊所が管理できない事由により、セミナー内容の一部変更及び中止のために生じた損害等には責任を負いかねますことをご了承ください。

## お問い合わせ

公益財団法人 流通経済研究所「流通大会2025事務局」 担当:伊藤、中田、高橋  
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10F  
TEL.03-5213-4531(代) FAX.03-5276-5457