

流通ビジョンセミナー

流通大会

2024

日本の流通の次なる飛躍

2024. 2. 5_月 6_火 7_水

九段会館テラス 東京都千代田区九段南1丁目6-5 2F 「鳳凰」
(Zoomによる同時ライブ配信あり)

主催 **di** 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 / 日本スーパーマーケット協会 / 日本チェーンストア協会 /
日本チェーンドラッグストア協会 / 日本プロモーション・マーケティング協会 /
日本ボランティアチェーン協会 / 日本食糧新聞社 / 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550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）。



公益財団法人流通経済研究所
理事長
青山 繁弘

流通大会2024開催にあたって

消費財流通にかかわる事業者は、複合的な課題に直面しています。直近を振り返ると、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行し、消費者行動が新たな変化局面に入中、消費財流通にかかわる各社は、原料費・輸送費の高騰、それに伴う物価高への対応を迫られました。

また、従来からの長期的な構造変化として、人口減少と少子高齢化の進行が続いており、これに伴うパイの奪い合いとしての競争激化、また人手不足による労働力確保の難しさといった課題も直視しなければなりません。

このような環境変化に直面している事業者がさらなる躍進を遂げるためには何が求められているのか——そのような問題意識のもとに、本年度の流通大会では「日本の流通の次なる飛躍」をテーマに掲げます。「飛躍」のための視点として、下記の3つを皆さまと考えていきます。

すなわち、第一に消費者ニーズを的確にくみ取った「顧客への価値創造」、それを実現する商品・サービスの開発が不可欠です。第二に製・配・販の商流と物流をトータルで捉えた「サプライチェーンの効率化」がますます求められています。そして第三に地球規模で求められている社会課題への対応、サステナビリティを基軸とした成長戦略が重要となっています。

流通大会2024は、これらの問題をそれぞれ深掘りして、日本の流通のこれからの「飛躍」を考えます。皆さまのお役に立てていただけましたら幸いです。

流通大会2024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。

※配信はライブのみで事後のオンデマンドでの視聴はできません

会場開催



Web配信

2.5

月

Theme 1

顧客への 価値創造につながる 商品・売場・DX

消費財流通の業界では、食品を中心とした値上げへの対応をする中で、消費者の需要を喚起することが求められます。そのためには、顧客ニーズをくみ取った新たな価値提供が必要になります。デジタル技術の活用も進む中で、商品・売場・サービスを通じて「顧客への価値」をどのように創造していくか、メーカー・卸・小売業ともに考えていくことが必要です。1日目では、生活者のニーズをいかにくみ取り、どう具現化していくか、メーカーの商品づくりや小売業が取り組むDX施策等を検討し、先進的な取り組みを行うメーカー・小売企業から、具体的な取り組み事例などを紹介いただきます。

2.6

火

Theme 2

物流と サプライチェーンの 革新

物流業界の人手不足が深刻化する中、2024年4月よりトラックドライバーの労働時間規制が強化されます。また政府は2023年6月に「物流革新に向けた政策パッケージ」を発出し、2024年の法制化も含めた規制措置の具体化を進めています。消費財流通では顧客サービスを優先して物流効率化は後回しになっていましたが、物流センターでの長時間待機、様々な付随作業、紙伝票での検品、低積載・短リードタイム配送等を本格的に改めることが必要です。2日目では、物流とサプライチェーンの革新に向けて、行政とメーカー・小売業のキーパーソンより将来的なビジョンとそれに向けた取り組みを紹介いただきます。

2.7

水

Theme 3

サステナビリティ 成長戦略

サステナビリティがビジネスの成長に欠かせない要素となりました。特にサプライチェーンにおいては、スコープ3排出量の算定と情報開示が広がり、小売業とサプライヤーの協力によるCO2削減や食品ロス削減のイノベーションが進展しています。商品では、環境影響の可視化が目指され、持続可能な商品の開発や購入が広がりつつあります。店舗では再生可能エネルギーなどの取り組みが拡大し、持続可能な変革が注目を集めています。3日目では、気候変動への対策や食品ロスの削減、地域社会への貢献、新たな働き方の創造、持続可能な物流などに焦点を当て、新たなサステナビリティ成長戦略の動向を展望します。

2.5
月

Theme 1

顧客への価値創造につながる 商品・売場・DX

時間

講演テーマ・講演者

13:00 ~ 13:10

▶ 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**

13:10 ~ 14:10

▶ 需要減少トレンドを変えるための価値創造

人口減少が進むことで縮小することが予測される国内需要に対して、消費財流通の競争は、シェアの取り合いから需要創造に向かう必要があります。今後の食品需要の動向を展望し、需要減少トレンドを変えるためのメーカー・卸・小売の対応について、流通大会1日目のテーマに取り上げた「商品・売場・DX」を中心に、方向性を提起します。

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**

14:20 ~ 15:20

▶ 真の生活者価値を生む、味の素社マーケティング革新への挑戦

経済成長を前提としたこれまでの事業運営やマーケティングでは、多様化し変化し続ける生活者に向け、価値を生み出すことができなくなっている中、インサイトをとらえ、新たな価値を生み出すシステムをどう作るか、が問われています。それに向けた味の素社のマーケティング、組織、文化変革へのチャレンジと狙い、アクティビティをお伺いします。

味の素株式会社 執行役常務 食品事業本部副事業本部長
兼 マーケティングデザインセンター長 **岡本 達也 氏**

15:30 ~ 16:30

▶ スギ薬局DX戦略の推進状況と今後の計画

スギ薬局では、「トータルヘルスケア戦略」を掲げ、店舗を活かしたDXを推進しています。2023年1月のスギ薬局アプリ刷新を皮切りに、DX戦略を本格的にスタートさせ、顧客一人ひとりに寄り添うという信念のもと、デジタル接点の多様化やビッグデータを活用したOnetoOneマーケティングなどにチャレンジしています。新たな顧客体験につながるスギ薬局DX戦略の取り組み状況やその背景、今後の展望などをお伺いします。

株式会社スギ薬局 システム・物流統括部 DXシステム部 部長 **高階 卓 氏**

16:40 ~ 17:30

▶ セブン-イレブンが創造する新たな顧客体験

コロナが5類に移行し日常を取り戻す中、人々の意識や生活は大きく変化しています。50周年を迎えたセブン-イレブンでは、「あいてよかった」「近くて便利」といった機能的価値、経済的価値に加えて社会的価値の追求を目指しています。本講演では、次の50年に向けた顧客体験価値を高めるセブン-イレブンの取り組みをお伺いします。

株式会社セブン-イレブン・ジャパン 取締役 常務執行役員 商品戦略本部長
兼 商品本部長 **青山 誠一 氏**

※プログラムは一部変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください。

2.6
火

Theme 2

物流とサプライチェーンの革新

時間

講演テーマ・講演者

13:00 ~ 14:00

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

国は2023年6月に「物流革新に向けた政策パッケージ」を発出し、2024年通常国会での法制化も含めた規制措置の具体化を進めています。本講演では、現状の課題認識や今後の物流政策の展開方向についてお伺いします。



経済産業省 消費・流通政策課長／物流企画室長 **中野 剛志 氏**

14:10 ~ 15:10

2024年の物流・サプライチェーン重点戦略

2024年はトラックドライバーに労働時間規制が適用され、法制化を含む新たな物流政策が導入されるなど、物流・サプライチェーンの変革元年となります。そこで商流・物流における商慣行・取引制度の見直し、デジタル化に向けた標準化やデータ連携等、これまでの先行的な取り組みを紹介するとともに、2024年に行うべき重点戦略について提案します。



公益財団法人流通経済研究所 専務理事 **加藤 弘貴 氏**

15:20 ~ 16:20

日用品メーカーのロジスティクスEDI構想について

ライオンは、事業を通じた社会課題解決への貢献として、1980年代より共同物流の取り組みを推進、座組みやスキームを変更しつつ今日も継続しています。現在、日用品メーカー有志による「ロジスティクスEDI構想」に参画し、メーカーから卸店への事前出荷情報 (ASN) を活用した物流現場の効率化の実装を開始、順次拡大中です。本講演では、個社および業界の取り組みについてお伺いします。



ライオン株式会社 サプライチェーン企画部長 **木村 忠彦 氏**

16:30 ~ 17:30

スーパーマーケットの商品調達・物流施策の取り組みについて

アークスグループは、北海道・東北において地域密着型のスーパーマーケットを展開しています。本講演では、サプライチェーン全体の効率化に向けた、商品調達やロジスティクスにおける現状の課題、これまでの取り組み、今後の方向等についてお伺いします。



株式会社ラルズ 専務取締役
兼 株式会社アークス 執行役員 **松尾 直人 氏**

※プログラムは一部変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください。

2.7
水

Theme 3

サステナビリティ成長戦略

時間

講演テーマ・講演者

13:00 ~ 14:00

▶ サステナビリティを基軸とした成長戦略の展望

現在、企業の持続可能性や人材多様性への対応が、企業の評価や資金調達などに大きな影響を与えています。同時に、世界中で温暖化、食品ロス、海洋汚染、森林破壊などの環境問題が進行しており、企業はこれに対応する必要があります。特に、食品小売業のサステナビリティの取り組みは、サプライチェーンを通じて多くの企業経営に影響を与える要因となっています。こうした状況認識のもと、本講演では、主に食品小売業の取り組み実態に関する調査結果から、消費財流通におけるサステナビリティを基軸とした成長戦略について検討いたします。



公益財団法人流通経済研究所 上席研究員 流通・店頭・環境部門副部門長 石川 友博

14:10 ~ 15:10

▶ ウエルシアグループが目指す持続的成長と社会課題解決の実現

ウエルシアグループは、2021年に制定した「サステナビリティ基本方針」をもとに、マテリアリティを意識した事業活動を展開しています。さらに2023年には、2030年の売上高3兆円と「地域No.1の健康ステーション」の実現を打ち出し、持続的な成長と社会課題解決やSDGsへの貢献の両立を追求しています。本講演では、ウエルシアホールディングスの具体的な取り組み、そして今後の展望についてお伺いします。



ウエルシアホールディングス株式会社 サステナビリティ推進担当部長
兼 介護事業部長 渡邊 幸子 氏

15:20 ~ 16:20

▶ ロッテが目指す両輪の経営とサステナビリティへの取り組み

ロッテは、自治体連携の健康寿命延伸に向けたガムでの活動が消費者庁長官賞を獲得するなど、近年、サステナビリティへの取り組みが注目されています。また、ブロックチェーンを活用したトレーサビリティや容器包装の回収リサイクルなどの新たな取り組みを次々と始動し、社会的価値と事業の成長に向けた両輪の経営を加速しています。本講演では、ロッテのサステナビリティへの取り組みや成果、課題と展望をお伺いします。



株式会社ロッテ サステナビリティ推進部 企画課 課長 飯田 智晴 氏

16:30 ~ 17:30

▶ イオンのサステナビリティ戦略と流通・消費の展望

イオンは、脱炭素、持続可能な調達、食品廃棄物削減、プラスチック対策などの目標や取組方針を明示し、事業活動を通じた環境・社会課題の解決に向けて、スコープ3の削減や2025年までの全トップバリュ商品の環境配慮3R商品への切り替えを打ち出すなど、サプライチェーン・店舗・商品の変革をリードしています。本講演では、イオンのサステナビリティに関する取り組みや成果、展望、サプライヤーへの期待等をお伺いします。



イオン株式会社 環境・社会貢献部 部長 鈴木 隆博 氏

※プログラムは一部変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください。

公益財団法人 流通経済研究所の概要

沿革

流通経済研究所は、1963年(昭和38年)に田島義博が創立した任意団体流通経済研究所が母体となって、1966年(昭和41年)10月に財団法人に改組し、設立されました。

以後、流通・マーケティング専門のシンクタンクとして、50年以上にわたり、各種の研究調査を実施しています。

さらに 2013年(平成25年)4月1日からは、「公益財団法人 流通経済研究所」として新たにスタートいたしました。設立以来、研究所は、政府・自治体等の流通政策に関する研究調査やそれに基づく提言を実施するとともに、産業界や個別企業等に対して実践的なコンサルティング活動等を実施しています。

また、流通・マーケティングに関する数多くの人材を学界に送り出しており、産・官・学の連携を担う機能を果たしています。

設立の目的

流通経済研究所は、流通経済に関する研究調査、情報収集・発信・普及啓蒙及び人材の育成等を通じて流通及びマーケティングの改善を図り、日本及び世界経済の均衡ある発展に寄与することを目的としています。

事業内容のご案内

【共同研究会事業】

製配販協働でのマーチャンダイジングの革新を考える
店頭研究事業(SMD共同研究機構)や、
流通の主要な専門テーマ別に設けた各種研究会を主宰しています。

【委託調査・コンサルティング事業】

行政関連団体より受託する政府系委託調査や、
民間企業の委託による市場調査を展開しています。
このほか個別企業の依頼に応じたコンサルティング事業を手掛けています。

【人材開発】

流通・マーケティングの知識、ノウハウ習得を目的とした公開講座の運営や、
個別企業向け研修を手掛けています。
また、最新の流通問題をテーマに扱うセミナーも定期的を開催しています。

【情報サービス事業】

国内外の流通・マーケティングに関する各種情報を収集・提供しています。
また、研究開発の成果を、機関誌『流通情報』をはじめとした刊行物や、
レポート・出版物を通じて公表しています。

開催要項

■ 開催日時 2024年 2月 5日(月)・6日(火)・7日(水) 各日 13:00～17:30

■ 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 2F「鳳凰」 九段下駅徒歩1分
※会場の席数には限りがあります。お早めにお申し込みください。
【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 5日(月)…………… 35,000円(税込38,500円)
2月 6日(火)…………… 35,000円(税込38,500円)
2月 7日(水)…………… 35,000円(税込38,500円)
3日間参加[2月5日～7日の3日間通し] …… 90,000円(税込99,000円)
※お申込締切：各日2024年1月31日(水) 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(2024年1月発行、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/
- 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、「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およびレジュメ)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ュメを配布します。
- 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2024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