

主催：中央大学 アジアショッパーインサイト研究会

共催：株式会社マーケティング研究協会

株式会社マーチャンダイジング・オン

第二回

流通革新セミナー2022 春

ショッピング革命下で変わる 消費者・小売業の変化と 求められるメーカーの対応

開催日時：2022年4月15日(金)

開場時間：13:00~

開始時間：13:30~

講師



中央大学大学院 戦略経営研究科 教授

中村 博

早稲田大学商学部卒業後、博士（経営学：学習院大学）
専修大学商学部を経て現職。
公益財団法人流通経済研究所理事



アジアショッパーインサイト研究会 跡見学園女子大学兼任講師

杉本 ゆかり

博士（経営管理：中央大学）
跡見学園女子大学兼任講師
群馬大学大学院非常勤講師



株式会社マーケティング研究協会 代表取締役社長

平林 信吾

横浜市立大学商学部卒業後、花王株式会社入社、現花王CMK流通開発部に所属。株式会社KSP-SPで主に食品メーカーに対するデータ活用 & 提案活性化支援を歴任。現在は、株式会社マーケティング研究協会にて、営業改革 & 革新を主に支援。



株式会社マーチャンダイジング・オン 代表取締役社長

佐々木 治

早稲田大学理工学部卒業後、明治製菓株式会社入社。情報システム部にて営業支援システム構築に携わる。誰もが手軽に市場データに触れる環境作りに尽力。
中央大学ビジネススクールや学習院大学でも講義。

開催の趣旨

小売業は2020年～2021年にかけてコロナ禍でそここの業績でしたが、長期的には人口減・高齢化やネット通販の成長なども影響し大きく変化していくと予想されます。

そこで、

- ①メーカーはどのような業態が成長し、衰退するか、長期的なチャネル戦略が求められています。
 - ②小売業は買い物客のデータにもとづいてマーケティングを展開しており、メーカーは、データに基づいた売り方の提案を求められています。
- 本セミナーではこのような問題意識のもとで開催いたします。奮ってご参加ください。

セミナープログラム

開催のご挨拶

13:30~13:40

中央大学大学院 戦略経営研究科 教授 中村 博

「2030年に向けたメーカーとして検討すべきテーマ」

13:40~14:25

2020年のコロナ禍に端を発し、消費者・流通は大きく変化しています。現在顕在化している変化に対応する為に、今後メーカーとして、マーケティングや営業はどんな事を検討していかなければいけないかのポイントをお伝えします。

講演：株式会社マーケティング研究協会 代表取締役社長 平林 信吾

「メーカーが実現できるカテゴリー活性化」

14:35~15:05

コロナ禍前の2019年から現在、例えばスーパー・加工食品で伸び続けたカテゴリー・苦戦したカテゴリー・その要因は？メーカーが担うミッションは競合優位に立つだけではなくカテゴリー間競争に勝つことである。人口減少・極端な高齢化マーケットで勝つためのヒントを市場データからお伝えします。

講演：株式会社マーチャンダイジング・オン 代表取締役社長 佐々木 治

「小売業のオムニチャネル戦略とメーカーの対応」

15:15~15:45

小売業のDX化によってオムニチャネル・リテーリングが増加していくと予想されます。このような小売業の動きに対してメーカーの流通・営業戦略の対応について検討します。

講演：中央大学大学院 戦略経営研究科 教授 中村 博

「ネットおよび店頭における買い物客の購買動機」

15:55~16:25

買い物客の来店前情報探索、店頭における購買の動機などカスタマージャーニーにもとづいて効果的売場提案やブランド・ロイヤルティを高める施策について検討します。

講演：中央大学アジアショッパーインサイト主席研究員 杉本 ゆかり

お申し込み方法

会場：中央大学別館※（神保町 限定50名）
：ZOOM（オンライン）

参加費用：無料

お申込方法：下記URLもしくはQRコードから
お申込期限：2022年4月13日（水）
参加資格：メーカーの経営者
および幹部（担当者含む）
参加人数：ご来場の場合は1社3名迄
オンライン参加は無制限



URL https://us02web.zoom.us/webinar/register/6916429916618/WN_KuFh3nGPRFqzBqOd6U3xuQ

■受講に関して

- ・オフィスやご自宅のPC、タブレットなどからご受講いただけます。
- ・本セミナーは、受講される方の映像と音声は他の参加者・講師・事務局に共有されません。
- ・申込後、開催前日までにオンラインセミナーの参加URLをメールにてお送り致します。
- ・セミナー開催時の録音・撮影はご遠慮ください。
- ・申込期限を設けておりますので、お早めにお申し込みください。

■その他

- ・業種によってはお申し込みをお断りする場合がございます。
- ・**ご来場のご参加者は通信機器をご持参ください。**
- ・会場はコロナウイルスの感染拡大状況により、オンラインのみとなる場合がございます。
- ・会場参加は先着順となります。定員に達し次第締め切りとなります。

注）中央大学アジアショッパーインサイト研究会（Asia Shopper Insight Institute）は、小売業のDXの進展とメーカーのブランド対応戦略や流通戦略をショッパー視点で明らかにしようとする産学研究会です。ショッパーのブランド購買にいたる過程を購買前の瞬間・購買の瞬間・購買後の瞬間に分け、それぞれの瞬間の行動および感情の動きを分析することで、小売業の生産性向上およびブランドの買上率を高めるための理論構築を行う研究会です。