

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

第三回

流通革新セミナー2023 春

到来するインフレ経済下の メーカーの営業・マーケティング 対応

開催日時：2023年4月19日(水)

開場時間：14:00~

開始時間：14:30~

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

デジタル化、物価高の中、小売のビジネスモデルが大きく変化しています。これまで、買い物客に来店してもらい、欲しい商品をカートにいれ、レジで精算をすませて終了する購買スタイルから、ネットで注文し、店頭で受け取ったり、宅配してもらう、あるいは、店頭やネットで注文し宅配してもらうなど購買のオムニチャネル化が進んでいます。あわせて、今日の物価高のなかで買い物客の価格感度は従来になく高くなっています。このような環境下、小売業や買い物客のロイヤルティを向上させるためにメーカーのチャネル戦略や営業戦略はどのようにあるべきでしょうか？小売業の変化と買い物客の購買行動、物価高への営業・マーケティング対応について検討いたします。

セミナープログラム

開催のご挨拶

14:30~14:40

アジアショッパーインサイト研究会代表・中央大学大学院戦略経営研究科教授 中村博

「小売ビジネスモデルの変化・買い物客の店内購買行動とメーカーのマーケティング対応」

14:40~15:40

デジタル技術の進化で小売ビジネスモデルが転換期にあります。成功している小売のビジネスモデルは何か？買い物客は、どうしてその小売ビジネスを支持しているか？お財布シェアから買い物客の小売ビジネスモデルに対する満足度を俯瞰します。また、店内の買い物客の購買行動から売場づくりの施策のヒントを提示します。

講演：アジアショッパーインサイト研究会代表・中央大学大学院戦略経営研究科教授 中村博
アジアショッパーインサイト研究会主席研究員・跡見学園女子大学兼任講師 杉本ゆかり

「物価高局面での現状とメーカーが検討すべきテーマ」

15:50~16:20

昨年来、原価高騰による値上げにより、物価が上昇する局面の中、小売業は、「競争原資確保の為に、単なるDSではない粗利確保」が急務になっています。本セッションでは、小売業の直近の経営状況を押さえた上で、メーカーのマーケティング・営業として検討すべきテーマをご報告します。

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

「コロナ禍&値上げ禍を経て、伸張・苦戦カテゴリーの要因を市場データから探る」

16:30~17:00

2020年からのコロナ禍、2021年後半から値上げラッシュ、2019年と比較し、その中で伸びたカテゴリー・商品は何か？苦戦したカテゴリー・商品は何か？それぞれの要因は何か？スーパー業態のRDS市場データからその要因を探ります。自社カテゴリー以外の他カテゴリー・商品での勝因や敗因を活かすヒントを探ります。

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

お申し込み方法

会場：株式会社マーチャンダイジング・オン
※（高田馬場 限定20名）
：ZOOM（オンライン）

参加費用：無料

URL <https://www.mdington.com>

お申込方法：HPより
お申込期限：2023年4月17日（月）
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



■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。