

10月度CGCリテール・イノベーション勉強会のご案内

拝啓 貴社益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。CGCリテール・イノベーション勉強会活動につきましては、日頃より多大のご支援、ご協力を戴きまして誠に有り難うございます。2024年10月度の勉強会につきましては、下記のとおり**会場講演とWeb配信(ライブ)**で、実施いたします。ご多用のことと存じますが、ご出席のほどお願い申し上げます。 敬具

記

- 日時：10月25日(金) 13時30分～16時30分
- 場所：1)会場講演「住友不動産西新宿ビル16階 シジシージャパン D会議室」
2)ZOOMによるWEB配信(ライブ)
- 議題

●講演「ローカルスーパーの生き残り策」

- ローカルスーパーを取り巻く環境
 - スーパーマーケットの市場環境、競争環境、デモグラフィック etc
 - ローカルスーパーを取り巻く環境、このままだとどうなるか？
- ローカルスーパーの立ち位置と本質
 - 大手とリージョナルが進化とめざしていること、できること、できないこと
 - だからできること、できないこと、やってはいけないこと
- ローカルスーパーの生き残り戦略
 - 基本的な考え方、考えられるポジショニング、経営資源の精査
 - 具体的な戦略、事例、売場づくり
 - ①脱モノマネ②脱ローカル③リージョナルへの脱皮④生鮮DS⑤OMO⑥脱SM⑦業態転換

(株)ダイヤモンド・リテイルメディア ダイアモンド・チェーンストア 編集長 阿部 幸治 様

●講演「小売店こそプロダクトアウトだ！」

- 消費者ニーズはそもそも存在するのか
 - 有名ブランドが席卷する中に割って入った、ある超成熟商品の開発哲学
 - あのパスタは、業界の当たり前を疑うところから開発をスタートさせた
- 小売店の自律的プロダクトアウト
 - 地場密着の食品スーパーがフードコートから名物を創出できた背景
 - 地元中小メーカーの商品ロングセラー化に、食品スーパーが果たした役割
 - マーケットのないところにマーケットを創出、地域の食物販ゾーン
- 「当たり前」に疑問を抱くべき理由
 - 伝えるべきは「物語」ではなく「事実」
 - 「差がない」と「ほとんど差がない」は全く違う

サイバー大学 IT 総合学部 教授 秋田大学 産学連携推進機構 客員教授 北村 森 様

- 申込締切日：10月15日(火)

【お申込みQR】

※お申し込みは、ご担当者様にご案内する申込フォーム (<https://questant.jp/q/B8XB3FDI>)
もしくは出席申込書(Excel)にて、ご連絡下さい。



- ご連絡

・Web配信はZoomウェビナーで行います。WEB配信への出席お申込みをいただいた方には、Webサイトから視聴していただくための設定、テスト等の手順をメールでご案内いたします。

【ご注意】受講はお申込みいただいた方に限らせていただきます。

必ず、“受講者全員分”を申込書にご記入ください。

【ZOOMによる Web 視聴までの流れ(予定)】

1. 10/15(火)までに、ご参加の申込み(申込フォームか申込書(Excel)に入力後送信)
※毎月の参加をご希望される方は事務局までご連絡ください。
2. 10/23(水)までに、ご参加登録画面 URL と講演資料(PDF ファイル)を
メールでご案内(SBS→参加者)
※予定日までにメールが届かない場合は、お問い合わせ先までご連絡をお願い致します。
3. ご参加登録後、Web 会議情報(会議ログイン URL、パスワード)メールが自動発行
4. 勉強会への Web 視聴参加
※手順3で自動発行された URL に接続し、パスワードと必要事項をご入力してご参加ください。
■開催日：2024年10月25日(金)
■時 間： 13:30～16:30

【Web 配信(ライブ)の推奨環境について】

OS:

macOS X、macOS X (10.10) 以降
Windows 11/10/8/8.1

ブラウザ:

Google Chrome:最新バージョンから 2 バージョン以内(推奨)
Firefox:最新バージョンから 2 バージョン以内
Safari:最新バージョンから 2 バージョン以内
Microsoft Edge:最新バージョンから 2 バージョン以内

上記以外のブラウザでは正常動作しない可能性があります。

通信環境:

インターネット接続ー有線または無線(Wi-Fi)

■お問合せ先 [CGC リテール・イノベーション勉強会事務局]
エス・ビー・システムズ株式会社 DB 推進チーム
TEL:03-3369-2109 E-Mail:kenkyukai@sbsystems.co.jp
担当:浦田、網中

<講演概要>

講演 「 ローカルスーパーの生き残り策 」

食品小売業界の市場環境、競争環境は厳しく、そうしたなか規模で劣る「ローカルスーパー」はいっそう厳しい状況にあると言われています。しかしそれは大手スーパーマーケットと同じ戦略を取ろうとしている企業の場合です。ローカルスーパーには、大手にはできない大手が持っていない強みがあります。その強みを磨き上げ、正しい戦略を実行すれば圧倒的な差別化を図り、地域で生き残っていくことができます。

本講演では、ローカルスーパーを取り巻く環境、ローカルスーパーの立ち位置を俯瞰したうえで、具体的な生き残り戦略の事例、方法論を解説していきます。

【講師】 (株)ダイヤモンド・リテイルメディア ダイアモンド・チェーンストア 編集長 阿部 幸治 様

【講師略歴】

マーケティング会社でプランナーとして CPG 商品の各種リニューアルプランを担当後、現ダイヤモンド・リテイルメディア入社。

2011 年よりダイヤモンド・ホームセンター編集長。

2018 年よりダイヤモンド・チェーンストア編集長(現任)。

2019 年よりダイヤモンド・チェーンストアオンライン編集長を兼務。

マーケティング、海外情報、業態別の戦略、経営課題等に精通。

座右の銘は「初めて見た小売店は、取材依頼する」。

マサチューセッツ州立大学経営管理修士(MBA)。

講演 「 小売店こそプロダクトアウトだ！ 」

マーケティングで「当然」のように思われている部分に、実は大間違いが潜んでいると私は考えています。「消費者の声から答えを導け」「差別化を狙え」「ストーリーを紡いで伝えよ」。この3つにはいずれも落とし穴があります。

大学教員としてマーケティングを研究すると同時に、商業施設の開発や商品ブランディングの領域で数々の実践を続ける講師が、具体的な事例を交えながら「当たり前」の中に潜む問題点と打開策を解説していきます。

【講師】 サイバー大学 IT 総合学部 教授 秋田大学 産学連携推進機構 客員教授 北村 森 様

【講師略歴】

1966 年富山市生まれ。慶應義塾大学法学部卒業。

「日経トレンドィ」編集長を経て、2008 年に独立。消費トレンド分析、商品テストを専門領域とし、J-WAVE「JK RADIO TOKYO UNITED」などに出演するほか、東京新聞/中日新聞、日経MJなど7媒体で連載コラム執筆を担う。

また、ANA 国内線「北村森のふか堀り」監修、日本経済新聞社「未来ショッピング NIPPON PRIDE」監修、JR 四国タカマツオルネ「shikoku meguru marche」企画監修などを通して、商品開発を軸とした地域おこしプロジェクトにも数々参画。食の領域では、大手流通企業の PB 開発担当者や、大手食品メーカーのマーケットターを対象とした研修の講師を務めてきた。

経済産業省 北海道経済産業局 地域ブランド創出支援事業 チームリーダー、経済産業省 東北経済産業局 秋田由利牛支援チーム 専門家メンバー、特許庁 情報発信業務改善に係る支援事業 広報アドバイザー、JRTR 地域団体商標海外展開支援事業 技術審査委員などを歴任。

CGCリテール・イノベーション勉強会 会場

住友不動産西新宿ビル 16階 シジシージャパン会議室 ご案内図

〒160-0023

東京都新宿区西新宿7丁目20-1

住友不動産西新宿ビル 16階

※お問い合わせ先:03-3369-2109



JR新宿駅西口 徒歩 10分

東京メトロ丸の内線 西新宿駅 E8 エレベーター目の前

都営大江戸線 新宿西口駅 D5 出口から 徒歩 7分