

日本卸売学会 令和3年度 第2回研究例会

(オンライン開催)

【日時】 令和3年9月18日(土) 13:30~17:00

【統一テーマ】 『新型コロナウイルス共生時代の価値創造』

【実行委員長・コーディネーター】 関東学院大学経営学部教授 福田 敦 氏

【プログラム】

13:30~13:35 開会の挨拶 福田 敦 氏

【基調講演】

13:35~14:20 日本経済新聞社編集 総合編集センター調査グループ次長 白鳥 和生 氏
「コロナ禍における流通と消費の現状」

＜報告要旨＞新型コロナウイルス感染症の世界的大流行は、生活者心理に大きな影響を与え、購買行動に変化をもたらした。小売りや外食、サービス業を見渡せば「ニューノーマル」対応の巧拙によって業績に差が出た。今後はワクチン接種が進み、生活者の心理や行動は刻々と変化することが予想される。変化に機敏に対応するとともに、変わらないチェーンストアビジネスの本質と自社の存在意義（パーパス）を問われる。

【研究報告】

1. 14:20~14:50 京都外国語大学国際貢献学部教授 野崎 俊一 氏
「仕事と余暇の共創関係性を試みるワーケーション -南紀白浜町の事例から-」

＜報告要旨＞和歌山県白浜町のワーケーションの取り組みは、全国から先進事例として注目されている。ワーケーションには、IT企業と大企業のサテライトオフィス型+休暇的環境を組み合わせた企業主導型、自営業者、フリーランス、中小企業経営者等の個人裁量を前提に余暇と仕事を持ち込む混合型、出張先観光地で休暇を楽しむブリージャー型などがある。和歌山県ではワーケーションをイノベーション創出のプラットフォームとして捉え、関係人口の増加を目指している。

2. 14:50~15:20 静岡県立大学経営情報学部教授 岩崎 邦彦 氏
「新型コロナ共生時代の価値創造：いかに強いブランドをつくるか」

＜報告要旨＞コロナ禍で多くの企業が深刻な影響を受けた。だが、その中でもコロナ禍の影響を受けにくい企業群が存在する。これらの企業の特徴を分析したところ、浮かび上がってきた条件のひとつが「ブランド力の強さ」である。ブランドは成り行きまかせではできない。戦略性と創造性をもって、つくりあげるものだ。本報告では「消費者データの分析」と「ブランドづくりの実践」を融合し、「いかに強いブランドを創造するのか」について考える。

3. 15:25～15:55 三菱食品株式会社常勤顧問 原 正浩 氏
「新型コロナ共生時代の価値創造」

＜報告要旨＞食品流通を取り巻く環境変化と、新型コロナ共生時代・ニューノーマルに於ける食品流通の価値創造について考察する。

4. 15:55～16:25 国分グループ本社株式会社経営企画部副部長 山下 大吾 氏
「アフターコロナを生き抜く卸戦略 ～2021年にスタートした第11次長期経営計画の骨子について～」

＜報告要旨＞ 国分グループは、コロナ禍の影響が拡大する2020年に「第11次長期経営計画」を策定しました。11次長計は、誰も経験したことがなく、未だに終息が見えないコロナ禍にいかに対応すべきか、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた戦略を強く意識したものとしております。これからの時代、避けては通れないのがSDGsの取組みであり、持続的な成長は1社だけでは成しえません。11次長計では、「共創圏」という考え方のもと、あらゆるパートナーの皆様と「豊かな未来」を共に創ってまいります。

5. 16:25～16:55 公益財団法人流通経済研究所研究員 田代 英男 氏
「日用消費財の物流最適化に向けた企業間データ連携の方向
～内閣府・戦略的イノベーション創造プログラム「スマート物流サービス」研究成果より～」

＜報告要旨＞日用消費財のサプライチェーンでは、高精度な物流が行われているが、企業間のデータ連携・業務連携が十分でなく、トラック待機、低積載率等の非効率な重要な課題となっている。課題解決のため商流 EDI との連携を前提にプロトタイプ基盤を構築し、伝票電子化・検品レス EDI 連携バース予約、共同配送についての概念実証を行った。結果、物流最適化に向けた改善効果を確認でき、企業間データ連携・業務連携の重要性が明らかとなった。

16:55～17:00 閉会の挨拶 日本卸売学会会長・東京経済大学名誉教授 宮下 正房 氏

以上