

報告事項 2024 年度事業計画及び収支予算の件

(1) 2024 年度事業方針

IDR が地域活性化事業の一環で進めてまいりました、北海道庁からの委託事業「食のキーパーソン育成研修事業」が今年度で 12 年目になります。この 11 年間の成果が評価され、2024 年度は新たなコースの新設も決定し、予算が拡大されることになりました。また、新たな事業として、「国内アンテナショップ現状分析・検証事業」の委託も受けることになりました。

北海道の事業に偏りすぎているとのご指摘もあろうかと思いますが、IDR の強みの一つは地域流通人材育成であると考えております。他県からの問い合わせも来ております。今後の課題として、これら地域支援事業に係る人材育成（内部・外部）が大きな課題となってきましたが、一部その準備に着手しております。IDR 内に「地域流通人材育成研究会」（仮称）を立ち上げ、研究会活動を通して知見を深めるとともに、人材発掘、人材育成を進めてまいります。

2008 年より 17 年間主催をしてきました「ホビークッキングフェア」を、今年度より、日本食糧新聞社との共催による「新しい食品 BtoC フェア」として衣替えをする計画にしております。多くの食品関連企業会員様にとっての「生活者との直接の触れ合いの場」として機能させてゆきたいと考えています。

こうした活動をしっかり行い、来年度は単年度黒字化と債務超過脱却を図ります。

テクノロジーの進化が消費者の生活行動を変え、そこに呼応するように小売業にも変化が求められています。特にインターネットの普及で e コマース（EC）が急速に浸透してきた 2000 年以降、リアル店舗においては“お客様の消費体験”を如何にして高めていくかの模索が続いています。さらに、コロナの大流行を契機に、小売業界のデジタル化が一挙に加速しました。OMO(Online merges with Offline)と呼ばれる、オンラインとオフラインを融合し一体的に捉えてどのように再構築していくかという考え方が一般的になってきています。

生活者にとっては、リアル店舗（Offline）でも e コマース（Online）でも垣根なく購入し、受け取りは店頭か宅配かというように選択肢が増え、また店頭でオンラインを使って購入することもあるので、今後は EC 化率という概念よりも、オンラインとオフラインを合算して、お客様がどれだけ長く深くブランドと触れ合っているかという“エンゲージメント量”が新たな小売業の指標（KPI）になっていくかもしれません。モノを買う場所であった店舗の役割が問われているとも言えます。売らない店＝商品体験に特化した「体験型店舗」の誕生もその一つの現象です。

リアルとデジタルの融合がさらに進む中で、生活者とのタッチポイント（顧客接点＝チャネル）は多様化してゆきます。コト消費を軸とした生活者起点のチャネル戦略がどのように展開していくのか興味深いところです。

2024 年度、私たちは

『テクノロジーの進化と社会環境と消費環境の変化の中での顧客接点を考える』

～生活者起点でチャネル戦略を再考する～

をテーマに活動してまいります。

(2) 2024 年度事業計画

1. 会員事業

①会員数 92 社 ➡ 100 社

②総会 2024 年 5 月 27 日（月）

③機関誌「流通問題」発刊

・ 60-1 号（2024 年 5 月末発刊） / ・ 60-2 号（2024 年 11 月末発刊）

④IDR 通信 (Vol.163～174)

2. 収益事業

<調査事業>

①消費者動向調査

- 「東南アジアにおける生活者のインサイトと日本製品購買に関する調査」～再開する新たなインバウンドマーケットを探る～
- 「日本国内における消費動向実態調査」
- 「その他調査」

<IDR主催セミナー事業>

- ①IDR 研究交流会 (年間5～6回開催)
- ②第42回流通問題アカデミー
- ③セミナー事業 (IDR 主催事業)
 - 第4期「食品流通の未来を考える」セミナー

<研究会事業>

①研究会事業

- 41期IDRチャンネル戦略研究交流会
テーマ：『社会環境・消費環境の変化の中での顧客接点を考える』
～生活者起点でのチャンネル戦略を再考する～
- 「地域流通人材育成研究会」の立ち上げ

<受託研修事業>

- ①北海道庁「食のキーパーソン育成研修事業」
 - 「第12期 北海道地域フード塾－絶品コース」
 - 「第6期 北海道地域フード塾－事業化コース」
 - 「第1期 北海道地域フード塾－販売戦略（仮称）コース」
- ②「北海道ワインアカデミー（マーケティングコース）」
- ③「全米販：創造力・イノベーション開発研修」

<食品マーケットBtoCマーケティングフェア事業>

- ①新しいマーケティングフェアの開催（日本食糧新聞社と共催）

<受託事業>

- ①北海道庁「国内アンテナショップの検証・実証プロジェクト」