

中央大学企業研究所

第32回

# 公開講演会

## 進化する小売業



企業研究所では、企業活動の理論的、実証的研究を行い、その研究成果を公表してまいりましたが、より一層「社会に開かれた」研究所となることを目指し、毎年、公開講演会を開催しております。皆様のご参加をお待ちいたしております。

2024  
**7/27** 土

講演会 14:00～17:00

参加費：無料

懇親会 17:00～を予定(講演会終了後)

参加費：3,500円

申込方法

下記のURLまたはQRコードから  
事前にお申込みください。  
<https://www.chuo-u.ac.jp/research/institutes/business/event/>



### 第1部 小売業の提供価値とマーケティング戦略

講演者：中村 博 研究員  
(企業研究所研究員、戦略経営研究科教授)

ファシリテータ：三浦 俊彦 研究員  
(企業研究所研究員、商学部教授)

### 第2部 小売企業のDX戦略

講演者：山本 慎一郎 氏  
(株式会社カスミ 相談役(デジタル領域)  
(兼)ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社執行役員  
(前代表取締役副社長)、デジタル本部長  
兼経営戦略本部長)

ファシリテータ：木立 真直 研究員  
(企業研究所研究員、商学部教授)

#### 会場案内

▶ アルカディア市ヶ谷(私学会館)  
東京都千代田区九段北4丁目2番25号

#### 交通案内

- 地下鉄 有楽町線・南北線  
市ヶ谷駅(1またはA1)出口から徒歩2分
- 地下鉄 新宿線  
市ヶ谷駅(A1またはA4)出口から徒歩2分
- JR 中央線(各駅停車)  
市ヶ谷駅から徒歩2分



## ご挨拶

生物進化の歴史を振り返ると、環境条件が激変する中で絶滅する種もありましたが、「適者生存」と言われるように、生き残ってきた生物種は多かれ少なかれ変化する環境に適合する形で自らを変革し、進化してきました。それだけでなく、中には長い年月をかけて自ら環境に働きかけて、自分たちが過ごしやすいように環境自体を作り変えてきたものもいます。

いま日本の小売業に目をやると、高成長を遂げた業態は、かつての百貨店、総合スーパーなどの大型店から、食品スーパーやドラッグストア、コンビニエンスストアなどのチェーン小売へと移ってきました。21世紀も四半世紀を経ようとする現在、小売業では絶対的王者のように思われていたコンビニの成長にも陰りが見え始めています。

日本では1990年代初頭にバブル経済が崩壊して以降「失われた30年」の間に、企業はかつてないほど厳しく、変化の激しい経営環境に直面してきました。グローバル企業の本格的参入による競争激化、情報通信技術の目ざましい発展、人口減少と少子高齢化、実質所得減少に伴う消費者の買い控えと厳選購買、原発事故や新型コロナウイルス感染症の蔓延による外出控えもありました。大手の小売業でも各社の品揃えが似通ってくるなど、「売れない時代」を迎えたと言われています。過去の「王道」を踏襲するだけでは不十分で、下降線を辿ることも珍しくありません。

しかしながら、この非常に厳しい経営環境の中でも健闘して踏み留まり、さらには売上げや利益を伸ばし事業規模を拡大する企業も皆無ではありません。そうした企業の経営は没落していく企業とどこが違うのか、トップ・マネジメントは何に注目し、誰とどのような関係結び、顧客の需要や競争条件をどのように作り出し、変えてきたのか。

本講演会では、日本の小売業に焦点をあて、躍進する小売経営の秘密に迫ります。

講演者の中村博教授は小売経営やブランド論の専門家で、当該分野の第一人者です。山本慎一郎氏は、今年度1兆円を超える小売企業グループの役員として会社を牽引してこられました。お二方には、経営理論と実践の立場から上記テーマを説明していただきます。

この講演会にはどなたでも無料で参加できます。皆さまお誘い合わせの上、ご参集くださいますようお願い申し上げます。

中央大学企業研究所長 佐久間 英俊

## 講演者プロフィール

### 中村 博 研究員



#### 学 歴

早稲田大学商学部卒業  
博士(経営学)(学習院大学)

#### 経 歴

2002年 流通経済大学流通情報学部教授  
2003年 専修大学商学部教授  
2008年 中央大学大学院戦略経営研究科教授(現在に至る)

#### 主要著作

『新製品のマーケティング』(中央経済社2001年)、  
「ショッパーマーケティング」(日経 共著 2011年)、「SNS  
とID-POSの結合によるカスタマージャーニーの把握の  
試み」(流通情報2019年7月)、「コロナ禍で加速するネット  
通販」(流通情報, 2020年11月)、コロナ禍・DX化で成  
長する小売業の提供価値(流通情報, 2021年5月)、  
Amazon EffectとWalmartの対応戦略(流通情報 2022年  
1月)、小売業のDXとビジネスモデル(流通情報 2023年5  
月)、非計画購買類型の拡張とカスタマージャーニーの  
検討—店舗内での購買意思決定に関する考察—(流通情  
報 2024年3月)など

### 山本 慎一郎 氏



#### 学 歴

中央大学 法学部 法律学科卒業  
中央大学 専門職大学院 戦略経営専攻 経営学修士

#### 経 歴

2013年3月 株式会社カスミ入社顧問。  
2014年5月 常務取締役 常務執行役員 ロジスティック  
本部 マネジャー。  
2017年3月 専務取締役 常務執行役員。  
2020年3月 代表取締役社長兼 ユナイテッド・スーパー  
マーケット・ホールディングス株式会社  
デジタル本部長(現任)。  
2020年5月 ユナイテッド・スーパーマーケット・ホール  
ディングス株式会社 取締役。  
2022年3月 ユナイテッド・スーパーマーケット・ホール  
ディングス株式会社 代表取締役 副社長。  
2024年3月 ユナイテッド・スーパーマーケット・ホール  
ディングス株式会社  
デジタル本部長兼 経営戦略本部長(現任)  
2024年3月 取締役。  
2024年5月 相談役(デジタル領域)(現任)。  
2024年5月 ユナイテッド・スーパーマーケット・ホール  
ディングス株式会社  
執行役員 就任(現任)

行動する知性。

中央大学

問合せ先

▶ 中央大学企業研究所

■ E-mail k-kouenkai-grp@g.chuo-u.ac.jp

主 催

▶ 中央大学企業研究所

後 援

▶ 中央大学南甲倶楽部・中央大学学生会