

2010年7月16日

第2回MD研究会・札幌大会 参加社アンケート報告

日 程 : 6月29日(火)
会 場 : 札幌コンベンションセンター
参加社 : 1502名

アンケート
対象者 : 参加者へメールにて配信
参加数 : 227名

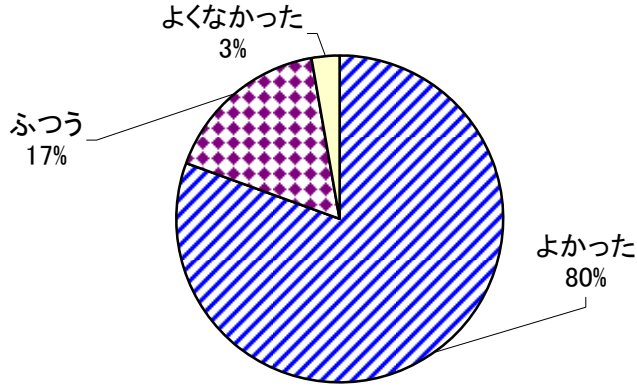
MD研究大会実行委員会

第2回MD研究大会・札幌大会

参加社アンケート

◎第2回MD研究大会・札幌大会に参加した感想

1、よかった 183 2、ふつう 38 3、よくなかった 6

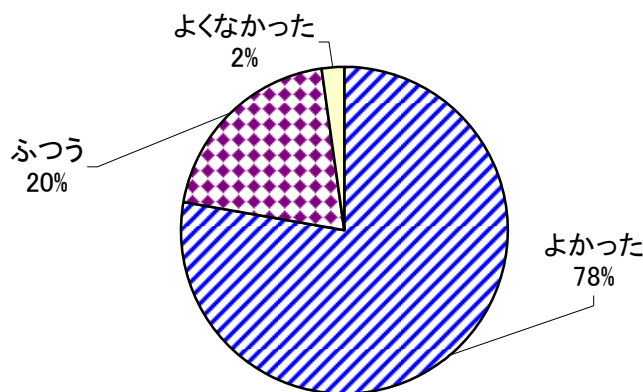


- ◎参議院選挙はMD研究とは関係ない。参加者の貴重な時間を私的な選挙に使わないでほしい。
- ◎パネルディスカッションがよかった。 2件
- ◎他社の切り口等新鮮でよかった。 3件
- ◎分析(市場データとの比較)→仮説→提案実施→検証、と言う流れ手法を理解できました。
- ◎始めて参加しましたが参考になりました。 2件
- ◎回を重ねる度評価は厳しくなるものです。お客様(消費者)の姿が何も出てこないのが不思議でした。
- ◎一度に複数企業のMD提案が聞けて参考になった。 2件
- ◎講演発表(研究会)ともに、わかりやすかった。
- ◎普段聞くことができない他エリアの話が新鮮だった。 2件
- ◎MD研究会に継続的に参加すると課題への取組みや進化が伺えて興味深く感じました。
- ◎シンプルながら、一歩踏み込んだ現場の分析、クリアな内容の発表は職務遂行にも必要不可欠です。
- ◎作り込んだ発表は非常に参考となる。SFTの活用をポイントを絞って実施した発表は参考となった。
- ◎参考になりました。仕事に取り入れたい。
- ◎中小メーカーだと普段小売トップや卸トップの発想の流れや深く掘り下げたテーマについての見解を聞ける事が無いので大変参考になりました。
- ◎初めての参加で興味深かった。
- ◎レベルの高い提案とPOS開示からの問題点、今後の課題を確認し今後の提案活動に活かしていけたらと思います。
- ◎協同MD提案課題と今後の展望についての貴重な意見を聞くことができた。
- ◎厳しい市場動向の中でMD提案の必要性、重要性を再確認できました。
- ◎多くの方のご意見を聞かせていただける機会であり、とてもよかった。
- ◎予想以上、期待以上でした。
- ◎前年度よりスピーチ方法などが改善され聞きやすかった。
- ◎新しい分析切り口を見付ける事が、一度に沢山のプレゼンを見ることで内容やプレゼン方法について考え直す機会となった。カタログ部会のプレゼンは少しレベルが低かった様に思われる。カタログ販売という特殊な業態である為比較する市場データがないことが問題だと思った。
- ◎レベルの高い発表が参考になりました。 2件
- ◎仮説と実証、検証と絞込みが重要だと分かりました。発表メーカーにかなり差があり北海道のメーカー様が進んでいる様に感じました。
- ◎選挙演説等やめてほしい。時間のムダ
- ◎第1回目のMD大会程、目新しくなかった様に思える。他部門の発表を聞くことができ良かった面もあるが、コブサッポロ向けの畜産2社のレベルの高さを感じました。
- ◎普段他社のプレゼンを見る機会がなく、自社のレベルが分からなかったが、ある程度位置付けが分かった。
- ◎流通業界の流れを小売業トップの考えも踏まえて話を伺えたこと、他業界の提案切り口を知ることができた。
- ◎多くの企業様から事例が聞けて大変勉強になりました。午前中の報告も非常に勉強になりました。
- ◎小売・卸・メーカーのそれぞれの提案が聞けて良かったと思います。
- ◎各分科会もSMのバイヤーの意見や取組中の苦勞を聞きたかった。FSPデータと合わせた活用も今後聞きたい。
- ◎特別報告はいらぬ。お金と時間をかけて議員立候補者の話を聴きに来たのではない。MD研究会中身は良いのに特別報告のせいで評価ダウン(内容うんぬんではなく)
- ◎.知識が身についた。
- ◎途中参加ですが参加企業が非常に真摯に取り組んでおりました。
- ◎コブさっぽろ様へ提案しているとその他企業へ提案内容にレベル差を感じた。各メーカーでの水平展開が必要
- ◎非常に水準が高い
- ◎様々な企業様がどのような提案をしているかが大変勉強になりました。自分自身のスキルアップと自社へ持ち帰り共有し今後の方向性について考えていきたい

- ◎第1回と比べて新鮮味が薄れる。マンネリ化が懸念される。
- ◎ディスカッションは興味深い午後の成功事例は、間延びがして後半の発表に集中できない。周りほとんどの方が寝てます。
- ◎提案事例が全体的にパターン化してしまって特徴がなかった。
- ◎トップのディスカッション、プレゼンに対するの評価が参考になりました。
- ◎特別記念講演は失敗だった。わざわざロンドンからお招きいただいたのに
- ◎横山会長、清水会長からのお話を聴きたかった
- ◎景気後退する中での活路を模索する良いきっかけ作りとなった。
- ◎MDの必要性、各企業の考え方がよくわかった。
- ◎第1回に比べ時間配分良く各発表や講演も良く聞けた。
- ◎午前中は無くても良い。全くの時間のムダ。パネルディスカッションが特にひどかった。第2回にして早くもネタ切れですか同じ様なわかりきった内容をくり返し具体性もない。パネリストは全員イヤイヤやっているのですか
- ◎様々な切り口がチャンスを見つけだすヒントになってしまった。
- ◎今年初参加であったがとも勉強になったと同時に自社における今後の方向性を考えさせられた。
- ◎こういった場を設けてもらい、分析ノウハウを共有していくという取組みが素晴らしい。貴重な機会をいただきありがとうございます
- ◎戻ってすぐに生かせる内容もあり役にたちました。
- ◎ヘイワード氏の特別講演は、事務局側のフォローが足りないと思います。あれでわ何も得るものが有りません。何のために氏に来て頂いたのか分かりません。
- ◎他業界のMDを聞くのは始めてとても新鮮でした。また同じ様に売場活性化に日々頭を悩ませている方がこんなに沢山いらっしゃる事が心強く思います。
- ◎今回のテーマ景気後退期のMDでもあったがパネルディスカッションでのメーカー・小売・卸しの考え方向性が理解できた
- ◎規模的にも、内容的にも、圧倒的なものがあった。
- ◎昨年より進化・充実感が増していたように思いました。来年も楽しみです。
- ◎他社のプレゼンテーションを見られるのも勉強になっていいと思った。
- ◎今後参考にしたい
- ◎さまざまな立場の人から多くのヒントを頂くことができました。
- ◎関東の方を担当しているが、レベルが1ランクも、2ランクも上だと思った。また参加したい。
- ◎価格訴求に頼らずMD提案を着実に実施する小売業のトップや、各メーカーの事例を拝見することが出来提案のいろいろな切り口や、ポイントを知ることが出来て勉強になりました。

◎会場についての感想

1、よかった 174 2、ふつう 45 3、よくなかった 5

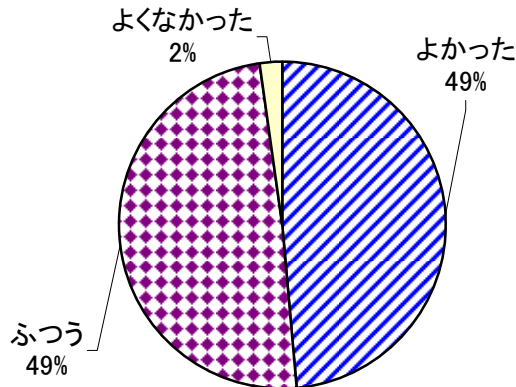


- ◎トイレが少ない 13件
- ◎思った以上に良く見えました。声も良く聞こえました。
- ◎東京より参加したが当日来ても間に合う時間10時ごろスタートでどうでしょうか。
- ◎休憩時間が短く少ないこともありトイレが非常に混雑した。
- ◎トイレが多数あり分散して良かった。参加人数が多かったが苦にならなかった。
- ◎多人数ながらスムーズに参加させていただきました。
- ◎昨年と同じ会場であり、アクセスも環境も良かったです。来年の沖縄会場にも期待したいと思います。
- ◎広くて、後ろでも画面が見えるようになっていて、どの席でもしっかり聞ける作りになっていたと思います。
- ◎広くて開放感もあり、すばらしい会場だったと思います。
- ◎参加者が多く少し厳しい空間と感じました。
- ◎休憩時間が少し短い。午後クーラーがきつかった。 2件
- ◎駅から遠い、テーブルに着けない人が居た。
- ◎札幌から近くて便利でした。
- ◎アクセスにも便利で会場も広いので非常に良かったと思います。
- ◎午前中席が足りなかったのが残念でした。
- ◎特に不備もなく快適に聞くことが出来ました。ただ後方に座られた方は見えにくかったかもしれません。
- ◎次年度も札幌にしてもらいたい。又は東京か神戸
- ◎会場内の各ホールの案内図やレイアウトなど、あると良いと思う。

- ◎人数の割りに狭い。椅子と椅子の間隔がもっと欲しい、長時間座っているには窮屈
 - ◎休憩のトイレが混み合い時間を過ぎた。
 - ◎中ホールは少し狭かった気がします。
 - ◎後方側に座りましたがモニターがあり見やすくて良かった。
 - ◎快適な空間だった。
 - ◎大ホール以外のスクリーンが見えなかった。
 - ◎落ち着いた雰囲気心地良い会場であると思いました。
 - ◎施設としては、申し分ない。
 - ◎とても綺麗で快適でした。
 - ◎参加者が多くて狭かった。
 - ◎昨年より人数が多く席に困ったが、広さ、便利性は問題ないと思います。
 - ◎人数分の席を確保すべき、席が無いなら予約時にアナウンスすべき
 - ◎参加人数に対して会場のキャパがやや小さい。
 - ◎記念講演の時のスクリーンがもっと大きいといい。発表時に照明をもう少し明るく
 - ◎長時間の会でしたが、集中して聞ける環境だったと思います。
 - ◎喫煙場所が限られていたので可能ならスペースを増やしてほしい。
 - ◎後方の方にもスクリーンがあり見えたが分科会では座れない部屋があり要改善
 - ◎窮屈すぎる。1つの机に2人ぐらいが適当
 - ◎ヘイワード氏のスクリーンが英語と日本語2部にわかれてみづらかった。
 - ◎空調もちょうど良く声も良く聞こえた。
 - ◎温度広さを含め快適に話を聞くことが出来た。
 - ◎スクリーンが大きく見やすい。
- 2件
- 5件

◎発表時間についての感想

1、よかった 108 2、ふつう 109 3、よくなかった 5



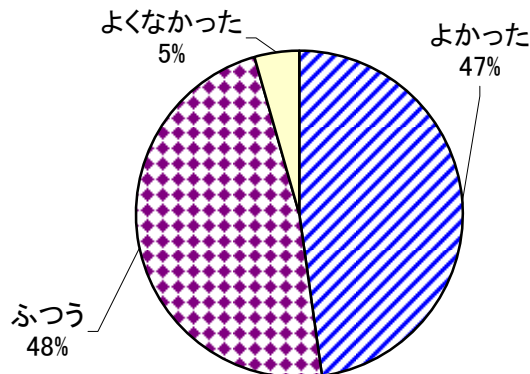
- ◎1社20分だと要点が分かりやすく良かったと思います。
 - ◎発表者の方も大変かもしれませんが聞いてる方はちょうど良いです。
 - ◎集中力がとぎれない、ちょうど良い長さだと思います。
 - ◎より多くの発表となると仕方ないが時間におさめる為に早口になってしまっていた。
 - ◎分科会での発表時間は、もう少し長くても良いと感じた。
 - ◎発表後に発表者の意見などがあっても良かった。
 - ◎短い時間に、内容がうまくまとめられていた。
 - ◎できれば講評をもう1人増やして、現場の方の評価をさらにかがたいです。
 - ◎1社当りの時間長すぎる。発表者も大変だし聞いてる方もつらい居眠りしている人が半数以上です。
 - ◎発表者が、詰め込み過ぎで早口すぎたかもしれない。
 - ◎今年は、配分良く運営されていたと思う。
 - ◎時間は良いがパネルディスカッションと特別講演の間の休憩が短すぎてトイレにもいけない
 - ◎20分～25分の時間設定で掌中できる時間でした。
 - ◎内容次第になりますが、長くても良い発表もあったと感じる。
 - ◎各社の発表時間は適当だが休憩までの間が長い。休憩が少なく疲れる。
 - ◎集中できる時間で区切りがつき頭に入り易かった
 - ◎第1分科会の講評をもう少し詳しく聞きたかった。
 - ◎分科会4社発表で良いと思いました。
 - ◎長時間でありながら、休憩時間も短く詰め込み過ぎ
 - ◎やや短かったが、発表の方からすると妥当と考える
 - ◎20分～25分という間隔は聞きやすくちょうど良かった。
 - ◎生鮮時間が足りない。
- 13件
- 4件

- ◎もう少し短く簡潔に集中していた方が、良かったのではないかな。
- ◎資料枚数が多い分早口や資料飛ばしが多く気の毒でした。
- ◎発表内容をもう少し簡素にした方が良いと思います。
- ◎発表内容に巧い。
- ◎時間制限20～25分が短い質疑応答まで行なって欲しい。
- ◎各人が時間を厳守されていた。事前準備が徹底されている。
- ◎もう少したっぷり聞きたいプレゼンもあった。
- ◎15分程度でも良いかもしれませんが。分科会から分科会へ移動する時間が短すぎる。
- ◎発表者が、もっと聞き手にストレスを与えない工夫をする必要があると思う。
- ◎もう少し凝縮して発表しても良いのでは、とも思いました。
- ◎聞きたいカテゴリーがかぶっている場合があり、苦慮しました。
- ◎パネルディスカッションは、もう少し長くても良いと思う
- ◎提案内容が多いメーカーさんは発表時間は短く不十分に感じた。
- ◎時間内でポイント絞りわかりやすかった。
- ◎長すぎる。もっと短くしてほしい。
- ◎人によっては、もっと聞きたいとは思ったが、概ね丁度良かった。
- ◎一企業毎の発表時間は、伝達時間として適切だったと思う。
- ◎一部ムダな時間はあったが、発表は良かったと思う。
- ◎1社20分では、早口になっている人もいた。もう少しゆとりを持った時間か枚数を指定した方がよいのではないかな
- ◎ただだせせず、良かったです。
- ◎時間通りに進行しているのは素晴らしいと思った。
- ◎特別記念講演が30分早く終わり残念実際に手がけられた事例などを聞きたかった

2件

◎お弁当についての感想

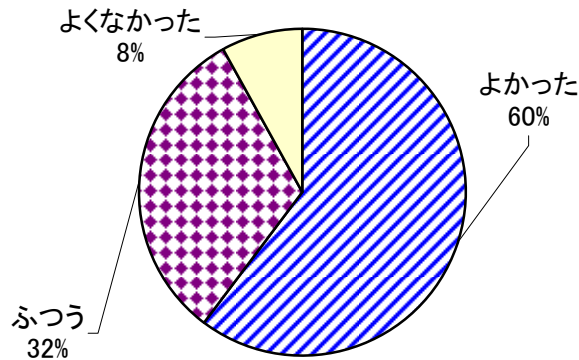
1、よかった	105	2、ふつう	105	3、よくなかった	10
--------	-----	-------	-----	----------	----



- ◎白米が美味しくなかった。 2件
- ◎北海道らしいおかずがはいっていました。
- ◎とても美味しい 4件
- ◎昨年度と中身が違えば、なおよかった。
- ◎量がちょうど良かった。 4件
- ◎ボリューム感があってたいへん美味しかった。
- ◎北海道ならではの食材をいれてほしい。遠方からきている。 3件
- ◎丁度良い量とあじもよかったです。冷たい飲み物サービスうれしい
- ◎美味しくなかった
- ◎ごはんの量が少なかった。
- ◎おかずが多くておいしかった。
- ◎特段美味しいとは思えなかった。
- ◎まずまず満足ですねふつうでした。
- ◎味・バランス共に良かったです。
- ◎沖縄大会では、ご当地の食材を1品でも入れたら良いと思います。
- ◎量目が多い 着席なので少なめで良いのでは
- ◎もう少し地域特性を反映させたメニューなら楽しかったと思う
- ◎前回よりは、配布など良くなった。

◎運営についての感想

1、よかった 133 2、ふつう 70 3、よくなかった 18



- ◎ 休憩時間が短かった 5件
- ◎ トイレの時間が少なく並ぶのにつらかった。
- ◎ 休憩時間5分では、トイレにいて戻って来れませんでした。
- ◎ 休憩時間をもっと多くして欲しい。トイレ混雑して10分では戻れないです。
- ◎ もう少し休憩回数があった方が良いのでは
- ◎ 本来の主旨と違う内容に時間を使うことはどうかと思う
- ◎ 特別報告のところで横山社長と連呼していましたが意識的でしょうか
- ◎ 特別報告は実質選挙の話していらなかったと思う。 3件
- ◎ 12時前の休憩は不要だと思った。そのまま続けて欲しかった。 2件
- ◎ 特別報告も聞きたい人だけでよかったと思う。 2件
- ◎ 特別報告はMD研究会に関係あるのでしょうか
- ◎ 特別報告の時間は無駄。こんなところで選挙活動をしなくて欲しい。
- ◎ 事前に受け取っているスケジュールを当日変更し特別報告などと称して「清水氏」を出してくるのは最低でありこの会が台無し常識を疑う。聞きたくない人間を内容も知らせず会場に集め半強制的に選挙演説を聞かせることは大問題取引先に対する優越的地位の濫用とも受け取れる。こんな選挙運動は許されるのか。
- ◎ 特別報告がプログラムに入っていることには不信感を抱く。流通業界絡みだから仕方ないとは思えない
- ◎ 選挙演説は、今大会の主旨ではなく遠方から会費を払って来場している人に対して実施することは理解できない。
- ◎ 全体的に良かったと思うが、昼前の件が少し余計だったと思う。
- ◎ 選挙演説を聞きにきたのではない。こんごいっさいやめてほしい。
- ◎ 政治を入れるのは良くない
- ◎ 特別報告は必要ないと思う、今回の主旨に照らしても不自然な感じがしました。
- ◎ 特別報告は不要 5件
- ◎ 度重なる時間変更、政治活動を持ち込んだこと、大会テーマと違う事、優越的地位を利用したプレッシャーは許されるものではない。もっとも個人的には応援しているが
- ◎ 非常にスムーズで大きな問題は無かったと思います。 3件
- ◎ スケジュール通りの進行など良かった。 5件
- ◎ 昨年より、各所の混雑が減りスムーズであった。
- ◎ 飲料サービスは受付時にアナウンスいただけると良かった。
- ◎ 質疑応答などコミュニケーションのとれる時間があれば良かった。
- ◎ できれば生鮮部会を細分化してほしい。
- ◎ 複数にまたがる分科会などあるため、会場も複数だったが分かりやすいと思った。
- ◎ 午前の席詰めや空き席へのエスコートが欲しかった。
- ◎ 資料を事前に出す作業がとても手間でした。ファイルが重く時間がかかりすぎるし出力できないものもあった。
- ◎ 午前の時間配分がイマイチでした。
- ◎ 全発表者PDF資料が、ダウンロードできると良い。
- ◎ 分科会のスケジュールに対する案内が雑すぎる。全て聞かせるように工夫されているものかと思ひ、大量の資料を大変な思いをして全てプリントアウトしてしまった。
- ◎ 資料によって印刷困難な資料があり残念
- ◎ 外が暑かったのでドリンクが沢山あったのは良かった
- ◎ 分科会が長い、もう少し休憩を挟んだ方が良い
- ◎ 発表を続けるのではなく、一回ずつ切り離して欲しかった。
- ◎ 取引先の応援者が散見された。
- ◎ 運営については、主催者でやるべきでは
- ◎ 発表メーカーの選定基準もある程度明確にして欲しい。
- ◎ 昨年よりも進行が良かった。
- ◎ 料金が高い
- ◎ マーチン氏の講演が分かりにくかった。通訳が入るので間があった。他は良かった。
- ◎ お名前など読み方は事前によく確認ください。
- ◎ 分科会については、カテゴリーを混ぜて他業態のMDの取組みも会場を移動せずに参加できるといういろいろ

- 切り口の分析の方法が学べるように感じました。
- AMが詰まりすぎて、辛かったのに対しPMが空いていた。
- 参加人数に対しテーブル席が足りなかった。パネルディスカッション時、関係スタッフが着席していたのは何故
- 少し遅れて来ましたが親切にイスを出していただきありがとうございます。
- 事前振込みは当日の混乱が避けられて良い
- 研究大会とは別に勉強会があったほうが能力の向上にはつながる様に思います。
- 司会が大きさ、特別報告が余計

◎どの部門に参加しましたか

1、加工食品部会	126	2、デイリー・冷食部会	48	3、生鮮部会	37
4、ドラッグ部会	31	5、菓子・リカー部会	61	6、カタログ通信部会	90

参加した部門の中で1番良かった提案はなんですか

1、エバラ食品工業(株)	たれカテゴリー～SKU縮小と売上拡大	47件
2、キュービー(株)	マヨネーズ・ドレッシングカテゴリー活性化の取組	4件
3、(株)ミツカン	食生活のトレンド変化～環境変化からの気付き	15件
4、味の素(株)	中華販促における生鮮連動の効果性について	37件
5、日本コカ・コーラ(株)	データ分析結果に基づいたロス改善提案	25件
6、伊藤ハムデイリー(株)	ウイナー 群販売強化のご提案から新規カテゴリー構築のご提案	29件
7、日本ハム(株)	クリスマスに向けたピザカテゴリー	6件
8、北日本フード(株)	漬物カテゴリーの検証と提案	6件
9、日本アクセス北海道(株)	2010年度冷凍食品販促の提案	23件
10、(株)西岡商店	さつまいもの提案	4件
11、北海道きよれん	野付漁協の魚を使った加工調味商品の提案	4件
12、(株)山口水産	マグロの拡販戦略	4件
13、(株)辻商店	産地契約商品と市場仕入の活性化	6件
14、東日本フード(株)	弱点カテゴリー強化のご提案～豚肉分類の効果的な販促提案	8件
15、エステー(株)	芳香剤カテゴリーの提案	4件
16、日本ペネット(株)	ペットフードの適正本数について	4件
17、ユニ・チャーム(株)	介護オムツについて	6件
18、花王カスタマーマーケティング(株)	男性化粧品品の販促提案	7件
19、キリンビール(株)	ケース売り・500ml強化のご提案	5件
20、宝酒造(株)	焼酎カテゴリー売り場活性の取組	14件
21、サッポロビール(株)	2極化が進行する中でビール類のMDを考える。	23件
22、亀田製菓(株)・三幸製菓(株)	菓子あられ・おせんべいの日のご提案	3件
23、(株)サンエス	商品の掘り起こし	3件
24、加藤産業(株)北海道支店	トドック紙面とカテゴリー分析・提案	14件
25、全国漁業協同組合連合会	さんまの最盛期に企画頻度を上げる	7件
26、(株)Paltac	ヘアケアの最適掲載提案	14件
27、日本ハム(株)	お歳暮ギフトカタログのMDの変遷	21件

1、エバラ食品工業(株) たれカテゴリー～SKU縮小と売上拡大 47件

具体的で解りやすかった。話し方もスマートでいい
 提案者とバイヤーがよく協力をして売上げを伸ばす努力をされたことが伝わりました。
 シンプルな分析ですが、市場とのギャップや品揃えの課題をきちんと分析され、構成がわかり易く報告した人の説明も非常に解りやすかった。
 分析がわかり易かつその方法がわかり易く参考になりました。
 単純でわかり易く現場と連動しているところに好感を持てた。
 SKUの絞り込み方が非常に解りやすかった。内容も他のカテゴリー部門の人が見ても理解しやすかった。
 全国的にもこの例のような棚効率の悪さを放置しているところが沢山あると思います。事例は古いものでしたがテーマ性は高い。
 わかり易く聞きやすく結果もしっかりと出ている。
 棚割りカテゴリー分析の基本がわかり、自分の担当先でも実行できそう。
 自社の商品がどの様に売れているのかを分析して主となる生鮮に着目。発表も資料も解り易かった。
 地域商品の提案により新しい味のカテゴリーを作り出した。
 SKUの絞り込み方による売上げアップ、新商品開発が参考となりました。
 テーマが魅力的だった
 SKU、絞込みの問題を今もっているのが関心があった。
 沖縄の食文化に合わせた取り組みが良かった発表もよくまとまっていた。
 新商品の開発まで行った例はめずらしくメーカーとして見習いたい。
 SKUの削減というだけであれだけの、カテゴリー売り上げ増は大変参考になりました。
 より細かな分析もあったが、わかり易さ、ストーリーのつながりなどが良かった。

仮説・データ・検証・理由付けなどの視点が良かった。現場にアナウンスをしていくのがカギ
自分の担当企業に当てはめて、良い参考になりました。
実現性が高く効果的である。

2,キューピー(株) マヨネーズ・ドレッシングカテゴリ活性化の取組 4件

改善が良く出ていて、わかり易かった。

3,株ミツカン 食生活のトレンド変化～環境変化からの気付き 15件

より細かな分析もあったが、わかり易さ、ストーリーのつながりなどが良かった。
仮説・データ・検証・理由付けなどの視点が良かった。現場にアナウンスをしていくのがカギ
分析能力があった。
非常にデータがまとまっており、具体的事例に沿った説明でわかりやすかった。
四つの切り口お題はヒントになると感じました。
分析の仕方が参考になった。
メニュー提案と部門を越えた生鮮連動の販売の成功事例としてよかった。

4,味の素(株) 中華販促における生鮮連動の効果性について 37件

実際棚割りに参加させていただいた際には、知ることの無かった中身を知り大変興味深かった
メーカー・小売・消費者にとってメリットのある生鮮連動販促企画なおかつ大きな課題である。売場での実現を徹底的にはかっているから良かった
販売提案としては具体的に型が作られているようにかんじました。
自社カテゴリだけでなく、関連購買をすることで買い上げ点数アップに繋がる関連だけでなく、メニュー提案をすることでお客様の買いやすい需要指数が上がる提案が良かったです。
難易度の高いクロスMDの提案事例だったから、水平展開が可能。
小売部署の垣根を越えて提案した点実際に現場を廻ってる点がよかった。
指示伝達経路の課題を克服し関連販売品のPI値が上がる事例は非常に参考になった。
生鮮連動の提案が一番興味深い点だったこと。現場を大事にしている店舗調査まで行っている点、全体的にまとまっている。組織の意識改善まで踏み込まれてきたのは素晴らしい
POSの分析も重要であるが、店頭で提案を具現化し、生鮮も含めて売上げにつなげている点が良かった。
実質的な効果が良く見れた。具体的であり売場の展開も現実的だった。
いろんなデータを重ね合わせた分析ができています。店舗観察がためになりました。
目的が明確で解り易い
提案内容実行に至るまでの努力が結果に繋がったと思います。
何を伝えたいのが明確でわかり易かった。検証の方法が参考になった。
自社品アピールでなくフェア実施により生鮮品が伸びるというフェア重要性を印象付けた。
POS分析からの提案だけでなく実際の店舗状況の画像が多々あり具体性のある提案と感じた。
メニュー提案と部門を越えた生鮮連動の販売の成功事例としてよかった。
分析がわかり易くかつその方法がわかり易く参考になりました。
単純でわかり易く現場と連動しているところに好感を持たた。

5,日本コカ・コーラ(株) データ分析結果に基づいたロス改善提案 25件

仮説・データ・検証・理由付けなどの視点が良かった。現場のアナウンスをしていくのがカギ
課題に対しての提案の具体性が素晴らしかった。
切り口が良い。OOSという言葉をはじめて聴いたが、売り場改善の切り口が今までと違う。今後はやるのでは解り易いプレゼンで大会場に適したスライドづくりも良かったです。
欠品というロスをふせぐことがもっとも大事であり、対率化アップが欠品を増やしている現状もあり自動発注等これについての課題もどこかの企業で行って欲しい。
発想から提案までの流れが新しかった。
POSデータ面の深堀と現場調査の両面がしっかり行われており参考になった。
切り口が面白く現場での調査を踏まえた内容で非常に共感できた。
欠品に対して興味があり、問屋として大きな問題だから
実践で即使えそうなヒントがありました。

6,伊藤ハムデリー(株) ウィナー 群販売強化のご提案から新規カテゴリ構築のご提案 29件

発表者の方がはっきりとした口調と理解しやすいストーリーでとても分かりやすかったです。努力が感じられます。
細かい分析が出来ていて良かった。自身のしごとにも取り入れたいです。
仮説・検証の切り口がプロフェッショナルである。消費者視点に立った切り口を深めると更に良い。
課題の絞込みから改善ポイントまでが他業界の事例であるにもかかわらず、非常にわかり易く提案の組み立ての勉強になった。
弱点を強化すると強みが減る可能性があるか、その対策も打たれていた。

巾着・ピロー・パック単価・ユニプラ・価格弾性などの分析が良い。なにより実績が出続けていることが凄い
データ収集力・分析力・グラフ作成力・構成力・発表内容どれも本日聞いた中で一番レベルが高いと感じました。
PDCAがきちんと実施されておりまた伴っていきなりわかりやすかった
課題発見ならびに定量面での改善シュミレーション全てにおいて完璧でした。
ストーリーが具体的で解り易い、ナビタン販促は興味深い。
見やすいグラフ・分析手法・発表など大変参考になりました。
結論に向かって筋道がしっかりしていて無駄が無かった。
発表内容がよくまとまっており問題点が明確になっていた。
取り上げた対象商品群の競合他社との販売の違いの分析が良くできていると感じられました。
データをドリルダウンしていく分析がクリアだった。
数字との連動、PDCAが明確に伝わりました。
カテゴリであったり地域であったりより深堀された事例となっている。
誰が聞いてもわかり易く、聞き入ることが出来た。

7, 日本ハム(株)

クリスマスに向けたピザカテゴリー

6件

発表者の方がはっきりとした口調と理解しやすいストーリーでとても分かりやすかったです。努力が感じられます。
数字との連動、PDCAが明確に伝わりました。

8, 北日本フード(株)

漬物カテゴリーの検証と提案

6件

検索を用いた分析が効果をえており大変参考になりました。
分析が素晴らしい、問題の気付きとその解決策がとても有効です。継続して取り組まれています。
ロイヤリティに着目する視点と提案の流れが分かりやすかった。
聞きやすく、内容もわかり易かったです。
カテゴリであったり地域であったりより深堀された事例となっている。

9, 日本アクセス北海道(株)

2010年度冷凍食品販促の提案

23件

僅事性の低い冷食カテゴリーで52週MDの流れに組み合わせる手法に工夫を感じました。半額ありきでなく、競合を意識しコブの強みをいかし作りに感銘を受けました。
着眼点が非常に面白かった。
難しい問題にチャレンジしている点が良かったです。
熟成された市場、価格を安くしての販売は商品を殺すことになり弊社業界も同様の課題を突きつけられている。それぞれの商品価値は、顧客の買物の仕方により異なる内容がヒントになりそうです。
低迷する冷食部門に光がさすような取組みにエールを送りたい。
独自の視点で分析・仮説を立てているところ。
多面的なデータ分析、視点を立てているところ
ネット検索を使った分析が面白かった。
誰が聞いてもわかり易く、聞き入ることが出来た。
カテゴリであったり地域であったりより深堀された事例となっている。
検索を用いた分析が効果をえており大変参考になりました。

10, (株)西岡商店

さつまいもの提案

4件

現状分析に基づく仮説立案・検証・課題改善へのストーリーがしっかりと提案されている。
データが良く整理されわかり易くデザインが美しかった。

11, 北海道きよれん

野付漁協の魚を使った加工調味商品の提案

4件

分析が平易でわかり易かった。他社の食味・商品調査も十分なされていて説得力があった。
産地から見た商品、価格提案が非常に具体的で良かった。
大変わかり易く、比較及び分析も優れていると思った。

12, (株)山口水産

マグロの拡販戦略

4件

データからのうら付けだけでなく、店頭・現場に足を運んでいた点、マグロの可能性をしっかりとあぶりだせていた。
データ分析からの仮説・検証などがわかりやすい。また小売業の荒利高が増加の良い提案であると思う。

13, (株)辻商店

産地契約商品と市場仕入の活性化

6件

大変わかり易く、比較及び分析も優れていると思った。
コブさっぼろの弱点と店舗別バラつきを調べよい指摘をしていました。

弱みと強みの分析が良くでき理解しやすかった。

14,東日本フード(株) 弱点カテゴリー強化のご提案～豚肉分類の効果的な販促提案 8件

細かい分析がされており、内容もスムーズだった。ただ競合企業のPOS実績を用いることについては疑問を感じる。

チラシからの気付きと提案がしっかり表現されていた。

資料がわかり易く仮説も強引なところも無く明らかに不足部分の掘り起こし、対策になっている。想定できる金額や上昇率があると更に良いと思う。

データ分析と言う点からではなく、幅広い視点で考え本質に迫り提案につなげている。

大変わかり易く、比較及び分析も優れていると思った。

15,エステー(株) 芳香剤カテゴリーの提案 4件

具体的な事例があり、参考になった。

定番売場に立ち寄らせ、あきさせない工夫と仕掛けをしている点。

データ分析からの仮説・検証などがわかりやすい。また小売業の荒利高が増加の良い提案であると思う。

16,日本ペネット(株) ペットフードの適正本数について 4件

いろいろな角度から分析されていました。

非常に緻密だった。

市場データやPOSを掛け合わせて当該店の潜在販売力を推計している点が現在われわれが取り組んでいることと重なっており参考になった。

内容的に分析力が高いと感じました。

17,ユニ・チャーム(株) 介護オムツについて 6件

とてもイキイキとポイントを発表されていた。まとめて目標を発表されていましたが3～5月の途中進捗を報告していればもっと良かったと思います。

分析・仮説設定・売場展開・販促・結果検証がしっかり明確に出来ておりわかり易かったです。またお客様の体の状態に合わせたゾーニングも新しい視点でお客様の立場に立った優しさを感じました。

内容的に分析力が高いと感じました。

18,花王カスタマーマーケティング(株) 男性化粧品の販促提案 7件

POS分析から市場とギャップのあるカテゴリーにフォーカスし深堀することで、強化ポイント、戦略を明確にした点

データからの分析が素晴らしい。現場の声等が入っていると、もっと良いとおもいました。

軽視されがちな男性化粧品の可能性を提案され今後の成果報告が楽しみな内容です。

市場分析がより細かく分析されていて、わかり易かったです。

市場動向、消費者動向の分析がとてもわかりやすかったです。

男性用化粧品の伸長と可能性が充分感じられた。

19,キリンビール(株) ケース売り・500ml強化のご提案 5件

データ分析からの仮説・検証などがわかりやすい。また小売業の荒利高が増加の良い提案であると思う。

20,宝酒造(株) 焼酎カテゴリー売り場活性の取組 14件

エンド、平場に対する考え方に新しい発想を抱かせていただきました。その上で定番というものも考え直すことが出来ると思います。

基本的に忠実でありかつ実践的である。それ故極めて説得力が高い。

非常にわかりやすい事例紹介でした。課題の洗い出し、それについて何をしたらかが明確でした。提案書も見やすかったです。

カテゴリー全体の改善事例で好感あり地域データを分析して実績をあげている。売上・利益とも

テーパー分析の比較、ドリルダウンが詳細でわかりやすかった。

現場・現状・現物の分析力からの棚わけは勉強になりました。

数値がわかったこと結果が出たこと、良くある事例だけど大胆に売り場を変えたことが良かった。

売り場への具体的な話になっていたこと。基本的な分析をきちんとしていたこと。

21,サッポロビール(株) 2極化が進行する中でビール類のMDを考える 23件

プレゼン内容のストーリーの組み立てがしっかりとつながっていて、提案の内容がずっと頭に入ってきました。又店頭でしっかり消費者調査をされている事に説得力を感じました。

課題の洗い出しそれについて何をしたらかが明確でした。ただ少しカラフル過ぎてみにくくなっているかもしれません。ドラフト350缶

ケースの値ごろ調査・店舗別のお盆需要調査は面白かったです。
広い道内を地区別に分けて人の動きに注目した分析が興味深かった。
市場実態にマッチした内容で提案内容もポイントが明確でした。
データの組み合わせにより原因までたどりつき仮説を立て結果に結び付けている。プレゼンは山が作れず注目されないだろうが、内容は充実している。
論点がわかりやすく説明も良かった。シルバー層の考え方が参考になった。見本的MDのように感じた。
分析が細かく地域ごとの消費者行動など、とことん突き詰めていると感じた。何人がかりで取り組んでいるのか知りたい。
販促のチャンスを見つけ、その背景まで考えた提案をされていて良かった。
説明や仮説の立て方、この検証法がとても分かり易かった。また分析に関しても1・2・3重と掘り下げて分析されており、理解できた。
データ分析と言う点からではなく、幅広い視点で考え本質に迫り提案につなげている。
仮説・データ・検証・理由付けなどの視点が良かった。現場のアナウンスをしていくのがカギ
実践で即使えそうなヒントがありました。

22、亀田製菓(株)・三幸製菓(株) 菓あられ・おせんべいの日のご提案 3件

まず発表が聞きやすく提案自体もしっかりとPDCAが回っており提案するに当たって理想であると感じました。課題を抽出し次は
どうするのかを考えつつけていることは、非常に素晴らしいと感じました。
店舗をグループ分けした上で個別に送り込み数を調整する方法が素晴らしかったです。
ライバルメーカー同士が協力して、しかも実績が上がっているのは画期的です。

23、(株)サンエス 商品の掘り起こし 3件

より細かな分析もあったが、わかり易さ、ストーリーのつながりなどが良かった。
実践で即使えそうなヒントがありました。

24、加藤産業(株)北海道支店 トドック紙面とカテゴリー分析・提案 14件

誠実な報告が良かった。内容的に面白かった。
単品結果型の提案ということですが非常に細かいところまで分析されており参考になりました。供給アップつながるための勉強に
なる提案で良かった。
新しさを感じました良いと思うことを行動に移していることが良かった。分析材料は少し物足りないかもしれません。
データの掘り下げ切り口で気付きがあった。
非常に詳しい分析をしており興味深かった
具体的な仮説立てとデータによる裏付け、想像力があり、大変参考になった。掲載場所分析などはとても良かったのでは
自分の担当企業に当てはめて、良い参考になりました。

25、全国漁業協同組合連合会 さんまの最盛期に企画頻度を上げる 7件

現状分析に基づく仮説立案・検証・課題改善へのストーリーがしっかりと提案されている。
実現性が高く効果的である。

26、(株)Paltac ヘアケアの最適掲載提案 14件

誰が聞いてもわかり易く、聞き入ることが出来た。
データ分析からの仮説・検証などがわかりやすい。また小売業の荒利高が増加の良い提案であると思う。
具体的な仮説立てとデータによる裏付け、想像力があり、大変参考になった。掲載場所分析などはとても良かったのでは
問題点抽出と解決の視点が適切だった。大変わかり易く為になりました。
問題点と対策が明確だった。気付きがあり分かり易かった。
テーマの掘り下げ方と提案にきちんとしたストーリーが合ってよかった。

27、日本ハム(株) お歳暮ギフトカタログのMDの変遷 21件

紙面のレイアウト、データの分析など研究を重ねた発表だったから良かった。
カタログ掲載のデータが多く取り入れられていて対策がしっかりしていた。
宅配紙面内のお客様が目をとめる優先順位に関する点が大変参考になった。
カタログの切り口が参考になりました。
一つのテーマに対する深いデータ分析の存在を見せてもらった点が良かった。
テーマの掘り下げ方と提案にきちんとしたストーリーが合ってよかった。
具体的な仮説立てとデータによる裏付け、想像力があり、大変参考になった。掲載場所分析などはとても良かったのでは
たれが聞いてもわかり易く、聞き入ることが出来た。