

ネットスーパー戦略セミナーのご案内

2017年、ネットスーパー業界は「大きな変動の年」を迎えました。

先ず、ネットスーパー業界内では、売上を作れない・黒字化が見えないとの理由で、撤退が相継ぎそうです。一方、先行各社の情報を精査して、成功確率の高いモデルでの参入を果たす企業も出て来ます。又、少しずつノウハウを積み重ねて黒字化を果たし、拡大に乗り出す企業もあります。

そして、異業種からのネットスーパーマーケットへの参入の動きが出てくるのも、今年の特徴です。

アマゾンフレッシュが、先ず首都圏で、ネットスーパーに参入するというニュースがあります。又、幾つかの公益企業が、ご高齢者対応のサービス対応を目指して、これもネットスーパーに参入する動きがあります。共に、商品を持たない企業であるため、地域の小売業と提携・協業するモデルになる筈です。既に始まっていますが、とくし丸・移動スーパーも、確実にその勢力を拡大しています。

生協の宅配マーケット(推定1.6兆円)とネットスーパーの宅配マーケット(推定1,000億円)を巡っての熾烈な争奪戦が、異業種を巻き込んで始まりました。ネットスーパー業界、「大きな変動の年」と申し上げる由縁です。

この困難な時期、ミスのない経営判断を下して頂くために、「ネットスーパー戦略セミナー」を企画しました。

1. 数社から始まった「情報公開&共有化」が、10数社に増えて来ました。その結果、ネットスーパーを数値で分析・判断する事が出来るようになって来ています。又、ネットスーパー経営にとって、何が重要な項目なのか、その適正数値は?などもハッキリして来ています。
* 資料1の<月別数値推移表・比較表>を参照下さい。

2. 業界の共通課題は、先ず「黒字化」です。併せて、小売業ですから、やはり「売上拡大」です。「黒字化」には、3つのステップがあります。確実に進めていく事が大事です。
* 資料2の<黒字化の3つのステップ>を参照下さい
「売上拡大」は、売上構造の理解が必要です。誤った売上構造の理解からは、効果的な政策が打てません。
* 資料3の<ネットスーパーの売上とは?>を参照下さい

「黒字化&売上拡大」とも、上記の原則に加えて「制度設計やノウハウ」が必要ですが、ネットスーパー業界の現状は、

- ① ネット通販の影響下にあるネットスーパー
- ② システム会社主導のネットスーパー
- ③ 物流会社主導のネットスーパー
- ④ リアルでの成功体験に基づくネットスーパー

などが混在しています。決定的に欠けているのは「成功事例に裏打ちされたノウハウや政策の体系」です。

* 資料4の<ネットスーパー政策体系>を参照下さい

3. ネットスーパーを取り巻く経営環境に、大きな変化が起こり始めています。「人手不足&採用難」現象が、大きな経営リスク要因になって来ています。今までのやり方を変えないと、経営が成り立たなくなります。
4. 以上のような<基本認識>に基づき、<情報>と<成功事例>に裏打ちされた、<戦略&政策>を提起致します。

以上

アイ・ティー西宮株式会社 社長 山田 洋一
顧問 中東 遼