

平成29年8月吉日

ネットスーパーに関心をお持ちの経営者と幹部の皆様へ

アイ・ティー西宮株式会社

社長 山田 洋一

顧問 中東 遼

西暦2000年に始まったネットスーパーは、紆余曲折の17年を経て、1,200億円の市場規模にまで成長して来ました。

何処にもモデルがなく、此処までは手探りでやって来たのが、ネットスーパー業界です。

その中で、西暦2006年、イトーヨーカドーとスーパーサンシが、期せずして店舗のチラシを取り扱う事を始め、ネットスーパーの<売上づくりノウハウ>を大きく進展させました。

又、西暦2014年には、トー屋とサンエーが、開業後14~15ヶ月で、相次いで月次黒字化を実現して、ネットスーパーの<黒字化ノウハウ>を進展させました。

そして、イトーヨーカドーに代表される<大商圈・高単価モデル>、スーパーサンシに代表される<小商圈・生鮮宅配モデル>、大手・中堅チェーンストアに代表される<多店舗展開モデル>など、幾つかのモデル・ノウハウが林立して競い合う状況が、今日現在です。

一方、明らかになったのが、センター出荷型モデルの苦戦(恒常的赤字や撤退)です。

僅か17年に満たないネットスーパーの歴史ですが、ここに来て、取巻く経営環境が大きく変わって来ました。その変化は、下記3点に集約されます。

①アマゾンフレッシュという問題

⇒アマゾンの生鮮宅配への参入が始まりました！

②ご高齢者マーケットという問題

⇒リアル店舗での主力客層も、50才台から60才台へ移行しつつあります！

③物流崩壊と言われる問題

⇒ヤマト宅急便問題に代表される物流コスト急騰という課題に直面しています！

どれもが、今までのネットスーパーの常識・ノウハウでは、対応が困難な問題です。

この大きな変動期・激動期に当たり、更なるネットスーパー業界の発展を祈念して、<第2回・ネットスーパー戦略セミナー>を企画致しました。

①第一部で、これまで積み上げて来た成功ノウハウの最先端事例を紹介致します。

②第二部で、これから業界が対応を迫られる戦略課題と解決のヒントを提案致します。

企画内容を精査して頂き、興味をお持ちの方々のご参加をお待ちしております。

ありがとうございました。

(文中 敬称略:文責 中東)