

お客様各位

「第7回ネットスーパー事業新規参入&活性化検討セミナー」のご案内

アイ・ティー西宮株式会社
代表取締役 山田 洋一

早春の候、貴社ますますご隆盛のこととお慶び申し上げます。

食品小売業界においては、アマゾンフレッシュの動向が非常に気になる今日この頃です。アマゾンフレッシュの動向は、ネットスーパー業界にとどまらず、SMやGMSのリアル店舗にも大きく影響してきます。また、ドラッグストアやホームセンター他の業態にも、それは拡がりそうです。

アマゾンフレッシュが今のようにセンターから配送している状況では、まだ非常に無理をされていて限界があり、それほどまでには「恐れるに足らず」ですが、いずれリアル店舗からの配送に切り替えてくるでしょう。そうなると全国展開が急加速されると推察されます。それは、米国でホールフーズを買収して、店舗から配送する旨みに気づいているからです。現に傘下のホールフーズの店舗からの配送を米国で順次拡大しています。一方、中国のネット通販最大手のアリババ集団が、生鮮スーパーマーケットの出店を加速し、そのリアル店舗からの配送を急拡大してきています。

センターから生鮮等の食品を配送すると在庫ロス等が跳ね上がります。店舗からの配送に比較して損益分岐点が1桁以上違ってきます。そこで、いずれ、アマゾンフレッシュは、自前の店舗を手に入れるか、各地の有力スーパーとの提携を持ち掛けてくるでしょう。そのときは、アマゾンと手を組むか競合するかの二者択一を迫られます。アマゾンとは提携して業績をあげていても、いつまでも手を組めるとは限りません。アマゾンの信条は、ビジネスパートナーとの関係よりも顧客メリットを第一（カスタマーセントリック=顧客中心主義）にする企業ですから、顧客メリットがある（Ex.顧客が商品をより安く、より早く入手できる）と判断したらすぐに自前の店舗を用意してくるでしょう。

従って、現在は、SMやGMSだけでなくドラッグ等の食品販売業態においても対策が求められています。最大の対策は、優良顧客を事前に囲い込むことです。そのための最も有力な武器はネットスーパーです。ネットスーパーの中でも、楽天西友やイトーヨーカドーなどの大半の企業が実施している「大商圏ネットスーパー」ではなく、三重県のスーパーサンシを起源として、かつ当社が中心となって各地の企業様に展開して頂いている「小商圏ネットスーパー」です。代表的な企業様として先のスーパーサンシ様やサンエー様（沖縄）等が挙げられます。配達商圏内の優良会員様数のシェアが「小商圏ネットスーパー」では、「大商圏ネットスーパー」の10倍を超えてきます。「優良会員様」の当社の定義は、「月に2万円以上ご購入頂けるお客様」です。これらのお客様の月間購入頻度は優に8回を超えてきます。これらのお客様は、競合が来てもそうそう揺るがないお客様達です。これを機会に、こうしたお客様達を多数醸成できる「小商圏ネットスーパー」への事業参入計画を是非検討してみてください。

あるいは、現在ネットスーパー事業に参入されている企業様は、より「小商圏ネットスーパー」側に舵をきることを検討してください。

このセミナーは下記のようなお客様を対象にしています。

- ① これから新規にネットスーパー事業に参入を計画していらっしゃる企業様
- ② 現在、ネットスーパー事業に参入しているが、より「小商圏ネットスーパー」側に舵を切ることを企図されている企業様
- ③ ネットスーパー事業に参入されていて、新配属の社員様他の研修を希望されている企業様

間違いなく、今後ネットスーパーの黒字化企業様数が増大し、ネットスーパー市場は、着実に拡大していきます。一方で、アマゾンフレッシュを初めとした競合が激化してきます。競合に強い企業体質を醸成するためにも、皆様様のセミナーへのご参加をお待ちしています。

以上