



株式会社 あらた

■北海道支社
■東北支社
■首都圏支社
■中部支社
■関西支社
■中四国支社
■九州支社

【グループ会社】

ジャベル(株)
ジャベルパートナーシップサービス(株)
ペットライブラリー(株)
モビィ(株)
(株)ベッツ・チョイス・ジャパン
(株)インストアマーケティング

(株)リビングあらた
(株)D-Neeコスメティックス
凱麟泰(上海)貿易有限公司
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD.
ARATA (THAILAND) Co.,LTD.
SIAM ARATA Co.,LTD.
ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED



進化圧がもたらす小売業変革の可能性

近年は外部環境が激しく変化し、小売業各社は変化対応を例年以上に意識せざるを得ない時期だったと思われます。今後、更なる不確実性に対応していかなければならない中、中長期の目線で小売業が向かうべき戦略方向性について、ポイントを申し述べます。

小売市場は、今後 20 年で量的縮小と質的变化に直面

経済産業省の商業動態統計調査によると 2022 年における小売業販売額（自動車・燃料小売を除く）は、11 月速報時点で前年比＋2.5％と外出機会の増加に伴い回復しつつあります。今後さらにインバウンド需要の復活も見込まれますが、中長期の小売市場については人口・世帯数の減少により、2019 年比で 2030 年に▲3.2％、2040 年には同▲12.2％へ縮小すると我々は予測しています。また、高齢化に伴って消費は生活必需品といった非耐久財が中心となり、デジタルに慣れた世代が高齢化することで消費の在り方も変化が起きるでしょう。このように、2030 年以降の小売市場は量的縮小と質的变化に直面すると予想されます。係る環境下、小売業は従来とは異なるビジネスモデルへと進化する必要があります。

既存ビジネスモデルの改革～外部依存度の高い機能の強化

小売業が向き合うべき課題として、商品開発や IT システムなどの機能の外部依存度が高いことが挙げられます。業態や個社ごとに状況は異なりますが、従来はこれらの機能を外部へほぼ一任している企業が多く、競争優位性を生み出す組織能力が構築されてきませんでした。これは自社の経営努力でコスト低減する余地を狭めているほか、購買データを活用した独自性のある商品開発にも活かしきれ

ていない一因にもなっています。一方、サプライチェーンを垂直統合した製造小売事業者や、ベンダー・物流会社など外部ネットワークとの協力体制を築き上げたコンビニエンスストアなどは IT やデータを駆使して効率化を進め、創出した余剰価値分を価格引き下げや商品の付加価値を向上させる原資として使用し差別化を図ってきました。完全に内製化するためには多大な投資が必要であり、またリスク負担も生じるため、企画やコスト管理など少なくとも自社でコントロールできる領域を広げることが肝要でしょう。

ビジネスモデル自体の変革～デジタルを活用した新たな成長戦略

小売業の成長に向けては、デジタル技術を活用したビジネスモデル自体の変革が必要になると考えられ、ここでは新たな収益源の創出に向けた 3 つの方向性について述べます。

一つ目は、「既存商圈外の顧客へのアプローチ」です。EC サイトやオウンドメディア・SNS などデジタル上で顧客と接点を持つことで、従来の店舗商圈を超えた顧客へアプローチが可能になります。この戦略を進める上では、自社の認知向上やファンを作るためのオウンドメディア・SNS での情報発信を行うこと、利便性が高く快適な購買体験が得られるウェブサイトやアプリを作り改善を繰り返すことが必要になります。この対応をきめ細かくスピーディに実施するためには、ウェブコンテンツ制作や SNS 運用・ウェブマーケティング、アプリやウェブサイトの開発・運用などの組織能力強化が必要となります。

二つ目は「顧客生涯価値の向上」であり、ID に紐付いた個々人の購買データやメディア・店舗上での行動データなどを活用することに

よる顧客理解が求められます。その上で、個々の顧客ニーズに合った商品・サービスを継続的に提供することが成長に繋がるため、インフラとしてのデータ整備、データ分析力の向上、自社の商品・サービスの拡大、および他社連携などを進める必要があります。近年、海外の大手小売業では、自社 EC サイトに加えて、外部企業が出店するマーケットプレイスを展開する企業が増加しています。第三者の商品を自社マーケットプレイス上で販売することで、顧客データの拡充、取扱商品の拡大を同時に行え、顧客生涯価値向上を実現しやすくなります。

三つ目として「B2B 事業の開発」が挙げられ、これには既存の自社リソースとデジタル技術を組み合わせた様々な展開が考えられます。例えば、Walmart は、小売業向けのデジタルソリューション、顧客インサイトを得られるデータ分析プラットフォーム、リテールメディアなどを事業展開しておりますが、これは米国内で約 5,300 に及ぶ店舗、週間来店者数 2.3 億人の膨大な顧客データといった既存リソースと、買収や自社開発で得たデジタル技術を組み合わせることで創出してきました。このようにリアル

小売業の既存リソースの活用は、EC 事業者との競合においても差別化要素となりうると考えられます。

激しい事業環境の変化が「進化圧」となることに期待

直近 3 年間は新型コロナウイルスのパンデミック、ロシア・ウクライナ問題、急速なインフレと円安など、外部環境が大きく変わる時期でした。これらの厳しい事業環境は、旧来型のビジネスに留まっているという現実を突きつけていますが、見方を変えれば企業が変わるきっかけにもなりうると考えられます。過度に外部に依存しない変化対応業としての「自力」を社内に宿し、新しい事業創造に向けて歩みを進めるため、現状の事業環境が「進化圧」として小売業が一段と成熟・成長する方向に向かう契機になることを期待したいと思います。

こんにちは

あらたん



島根県浜田市浅井町
(株)アクシス島根支店
ウエーブいわみ店

おおた だいすけ
大田 大輔 さん



Q お店で心掛けていること

A. お客様に丁寧な接客を行い、親身になって質問、悩みをお聞きすること。

Q 一押し商品は何ですか？

A. 正官庄。
高麗紅蔘が冷えた体を温め、免疫力アップで病気に負けない体を作る。

Q ご趣味は何ですか？

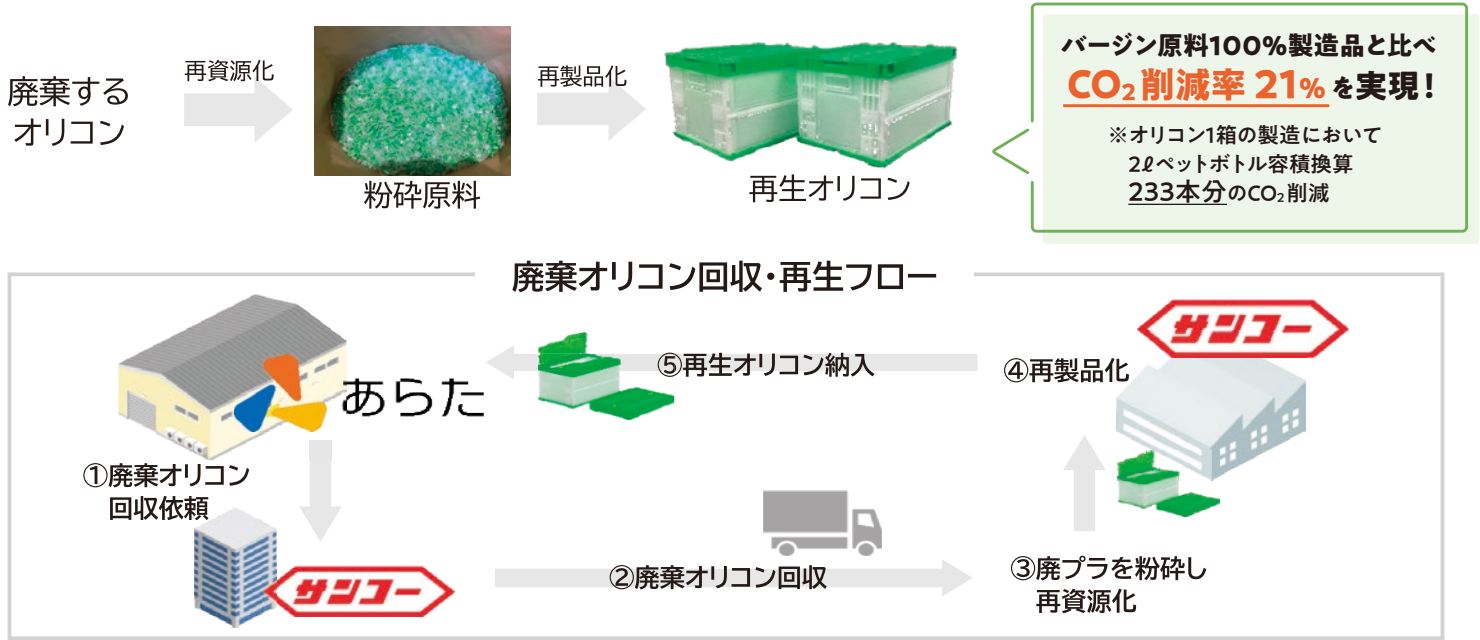
A. ボードゲーム。
外出せずに家の中で何時間も楽しめるからオススメ。

あらたの環境貢献活動 ― 物流の取組み ―

私たちは、「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念に基づき、社会とともに持続的に成長するべく、事業活動を通じた環境への貢献活動を積極的に行っています。今回は、当社物流部門において進めている循環型社会実現に向けた廃棄物削減の取り組みについてご紹介します。

折り畳みコンテナ（オリコン）のクローズドリサイクル

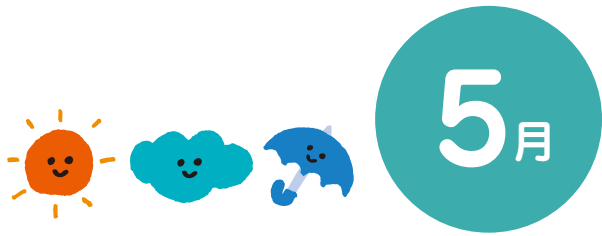
物流資材メーカー三甲(株)様とのプラスチック循環利用の新たな取り組みとして、当社物流において商品のお届けに欠かせない折り畳みコンテナ（通称：オリコン）のリサイクルを開始しました。破損等によって廃棄されるオリコンを再資源化し、新しいオリコンに再製品化する業界内では初めての取り組みです！再生オリコンは当社内で再度使用することで、資源の循環利用につながっています。



この他にもパレットやダンボールのリサイクルも実施しております。循環型社会実現に向けた取り組みをこれからも推進してまいります！

イベントカレンダー

EVENT CALENDAR



	19週 5/1～7	20週 5/8～14	21週 5/15～21	22週 5/22～28	23週 5/29～31
行事・歳時	1日 スズランの日 2日 世界まぐろデー 3日 憲法記念日 4日 みどりの日 5日 立夏 6日 コロケの日 7日 コナモンの日・粉の日	8日 ゴーヤーの日 9日 メイクの日 10日 VIOケアの日 11日 ご当地キャラの日 12日 看護の日 13日 愛犬の日 14日 母の日	15日 ヨーグルトの日 16日 旅の日 17日 世界高血圧デー・高血圧の日 18日 こりを癒そうサロンパスの日 19日 ボクシング記念日 20日 世界ミツバチの日 21日 小学校開校の日	22日 ガールスカウトの日 23日 世界亀の日 24日 ゴルフ場記念日 25日 みやざきマンゴーの日 26日 ラッキーゾーンの日 27日 小松菜の日 28日 骨盤の日	29日 こんにゃくの日 30日 こみゼロの日 31日 世界禁煙デー
生活行事	ゴールデンウィーク こどもの日 母の日		運動会・遠足・修学旅行・体育祭	梅雨	
	スポーツ・アウトドアのシーズンで汗をかく季節／デオドラント・エチケットが気になる時期／気温・湿度の上昇。食中毒が気になる時期			夏服へ衣替え	
生活リズム	日差しが強くなり、紫外線の量がピークを迎える／素足率が高くなる フットケア・水虫関連の需要				

SNSで話題になりやすいテーマ

●虫対策 ●サンダルの靴擦れ ●梅雨時期の洗濯(洗濯関連)
●五月病ケア(睡眠・リラク্সグッズ)

日用品

・虫よけ剤、虫よけ器 294.6%

・電子蚊取り器 249.1%

・蚊取りマット、リキッド 223.2%

・ゴキブリ捕獲器 212.4%

・殺虫剤 179.4%

・防虫剤 171.3%

・除湿、乾燥剤 131.4%

・ハンドソープ 125.8%

・電気製品用クリーナー 124.6%

・住居用ワックス 120.0%

・廃油処理剤 116.8%

・マスク 115.3%

・ベビー用スキンケア 113.1%

・仕上げ剤 112.7%

・台所用除菌、消臭剤 110.8%

・室内用芳香、消臭、防臭剤 110.4%

・ウェットティッシュ 109.1%

・畳、カーペットクリーナー 108.2%

・トイレ用芳香、消臭、防臭剤 106.8%

・カビ防止剤、カビ取り剤 105.3%

・脱臭剤 105.1%

・衣料用処理剤 104.7%

・サボーター 104.6%

・フットケア用品、用具 104.4%

・パイプ、風呂釜クリーナー 103.8%

・ペーパーハンドタオル、用具 103.7%

・ライト系洗剤 103.5%

・化粧石鹸 103.3%

・洗濯用石鹸 102.2%

・水洗トイレ用タンククリーナー 102.2%

・デンタル用品 102.1%

・台所用洗剤 101.9%

・ヘルスメーター 101.9%

・洗口液 101.6%

・バス用洗剤 101.3%

・避妊用品 101.2%

化粧品

・UVケア 173.9%

・むだ毛処理剤 143.6%

・パーマ剤 130.9%

・制汗防臭剤 128.1%

・黒髪用カラーリング剤 120.6%

・男性用制汗防臭剤 116.3%

・男性黒髪用カラーリング剤 115.1%

・レッグ、フットケア 112.0%

・男性白髪用カラーリング剤 109.7%

・コロソ 107.9%

・白髪用カラーリング剤 107.3%

・男性用洗顔料、パック 105.9%

・ボディ化粧用品 104.1%

・ヘア化粧用品 103.8%

・男性用ヘアトニック 103.0%

・男性用スキンケア 102.7%

・美容液 102.4%

・乳液 101.4%

・コンシーラー 101.0%

・カミソリ 100.5%

・パック 100.4%

・男性用育毛、養毛剤 100.3%

家庭用品

・簡易収納ケース 172.4%

・製菓用品 140.5%

・洗濯仕上げ用品 124.0%

・食品調味料容器 122.3%

・弁当箱、ウェア 121.7%

・調理器物 120.0%

・缶切り、栓抜き類 118.0%

・ちり取り 117.6%

・魔法瓶、ジャー 117.3%

・ハンガーボード、フック 115.9%

・洗面用品 115.6%

・バケツ、ペール 114.4%

・屑入れ 113.6%

・ほうき、はたき類 110.5%

・コップ、グラス 109.4%

・ハンガー 109.2%

・荷造り用品 107.9%

・フライパン類 107.3%

・裁縫、手芸用品 107.1%

・ペーパーフィルター 106.9%

・靴関連用品 106.5%

・皿 106.4%

・物干し用品 105.3%

・簡易食器 103.7%

・たわし、スポンジ 102.8%

・リビング用テープ類 101.6%

・流し用品 101.4%

・湯呑、急須 100.3%

・喫煙用具 100.2%

※季節指数は2021年の指数です