

# 流通とSC・私の視点

2018年5月20日

視点(2173)

リアル店舗とデジタル化の近未来!!

(流通理論編)

2020年以降に21世紀型ビジネスが本格化していきます。そこで、流通業界のリアル店舗とデジタル店舗の関係を近未来(2030年以降)の視点から見ると、仮説として次のようになります。

店舗のタイプ				構成比			
有店舗販売	非デジタル店舗(?)	リアル店舗	有人店舗 (狭義のリアル店舗)	50%	非デジタル店舗 50%	現金決済 (30%)	有店舗 (70%)
	デジタル店舗		無人店舗 (キャッシュレス店舗・ 自動販売機省力店舗)	20%		デジタル決済 (スマホ等) 70%	
無店舗販売			ネット通販	30%			無店舗 (30%)

このように、近未来は「ネット販売 30%時代」(発注ベース・ネット経由の売上)となります。同時に、流通業界で生産性を高めるための合理化が進んで流通業界全体の無人化・省人化・自動化の省力化が進展し、無人店舗が急速に発展して究極的には「無人店舗販売 20%時代」が到来します。

無人店舗販売とは、「接客サービスの無人化(ICT化、ロボテック化)」「支払決済のデジタル化(スマホ決済)」「後方(生産・仕入・物流)の自動化」で、現在では中国やアメリカ等で急速に発展しています。特に中国では、既存店舗の近代化の必要性和低レベルな店の接客サービスにより「ネット販売」及び「無人店舗」が急速に進展し、今後は発展途上国のみならず後進国のほうが先進国よりも店舗のデジタル化が進みます。

世界における流通業のデジタル店舗化は次のように進展しています。

- ① ICT技術が超高度に高まったアメリカ(流通先進国)
- ② ICT技術が高度に高まっているが、流通後進国の中国
- ③ 単なる流通後進国(流通の近代化が飛び石状態で進展)

日本はICT技術が中程度のレベルで、その一方、流通先進国(SCを中心に流通業が高度に充実している)であるため革新的改革の方向性が既得権店舗(伝統的店舗)の見えざる手により希薄であり、アメリカや中国ほどには流通のデジタル化(ネット通販や無人店舗化)が進んでいません。しかし、日本の流通業界は次の2つの課題を持っています。

- ① 日本は少子高齢化による労働力不足
- ② 日本の小売業を含むサービス業は先進国でありながら生産性が低い

その意味で、日本の流通業界におけるデジタル化(ハイテク化、省力化)は急務です。今後、日本の流通業は急ピッチで「無店舗販売(ネット通販)」及び「無人店舗販売」といったデジタル店舗化が進みます。その結果、近未来的には「デジタル店舗比率が50%」となることが想定されます。

このように、日本の流通業の生産性を高めるためには合理化・自動化を進めることが必須ですが、同時に忘れてはならないことは、省力化と同時に「付加価値を高めることによる生産性の向上」(ニューモダン消費化)です。つまり、生産性の向上は次の算式で現されます。

$$\left( \text{生産性の向上} = \frac{\text{付加価値の創造}}{\text{コストの自動化による省力化}} \right)$$

21世紀型の流通業は「省力化と付加価値」がテーマとなります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>7</sup>  
代表 六 車 秀 之