

店舗以外での食料品購買形態別の課題と展望

観点		ネットスーパー (小売店拠点型)	ネットスーパー (倉庫拠点型)	移動販売車の運営事業者
概要		<ul style="list-style-type: none"> 既存リアル店舗商圏の販売押上げ 	<ul style="list-style-type: none"> メーカーと連携することで <ul style="list-style-type: none"> 商圏拡大 (物流センターを拠点とした配送エリア拡大) 新規顧客の開拓 (ユーザーのニーズ検索からのプル型販売形態) (特に生鮮品) 在庫品などの加工による新規商材の開発 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品アクセス困難者などの、定期・定量の需要ニーズに対する売上確保 (地域における総購買量の増加)
売上	頻度	<ul style="list-style-type: none"> 店舗訪問の代替機会の確保 商圏外顧客からのオーダー (子供からの発注) 	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客の獲得による裾野拡大 購入機会の増加 (店舗にないニッチ商材等) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗購買相当の機会増加 (1回/週→2回/週) 機能的ニーズ (医療・介護等)
	単価	<ul style="list-style-type: none"> 基本的には変化なし (店頭価格と同等) 	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値品による単価向上 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的には変化なし 嗜好品販売など高単価品の購入があれば増加可能性高
費用	固定費	<ul style="list-style-type: none"> システム管理費用 (店舗ベースの品目マスタ、受発注システム) 	<ul style="list-style-type: none"> 物流業務におけるリスクヘッジ (新規クレームへの対応=新規事業としてのリスク管理・体制整備) 賠償責任など対応コスト 	<ul style="list-style-type: none"> 車両費用など固定資産 ライセンスフィー 人員を社員で抱える場合は運用者としての人件費
	変動費	<ul style="list-style-type: none"> ピックアップ、出荷準備等の人件費 配送ルートからの遠隔地への都度配送 (離れすぎると配送できない) 	<ul style="list-style-type: none"> 配送負担増 (生鮮・小ロット発注の場合顕著) 	<ul style="list-style-type: none"> 補充回数 (基本的には1回/日)
収益性の総括		<ul style="list-style-type: none"> 大きな売上向上にはつながらないことが多く、収益構造的には苦しい 店舗出荷の増加に比例して作業量増加し、労務費増加の可能性あり システムなどの固定費を回収する単価設定となっていないケースあり (店頭単価が優先される場合) 	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客開拓としてはメーカーメリット強いため、物流リスク管理が想定内であれば高い収益性+先行者利益 現時点ではメーカーに大きな負担のかからないインターネット販売促進事業による送料補助があることが大きい 	<ul style="list-style-type: none"> 販売圏内でのニーズ把握ができれば売上目標は見通しやすく、収益性確保は可能
展望と課題		<ul style="list-style-type: none"> きめ細かい物流網の整備 人件費抑制施策 (技術・IT・デジタルの活用) 店舗ベースから、全社的な販売システムへの移行 	<ul style="list-style-type: none"> 配送形態+付加価値を考慮したセット販売パターンの確立 商材、顧客層を想定したリスク想定と対応、事業者間での責任区分明確化 	<ul style="list-style-type: none"> 実施前のニーズ調査 (意識調査ではなく、実際の収益額の見通し) 事業者負担の運用を固定費から変動費化 販売単価向上のためのセット売り 認証など認知・周知コストの低減

参考：地域分類の定義

■分類の考え方

- 以下の市区町村を主たる事業展開地域としている事業者を地域別に分類（カウント）している。
- 主たる事業展開地域に複数地域が該当する場合は、複数地域に分類している。
- また、ヒアリング調査において地域特性を踏まえた課題整理をしている場合は、主たる事業展開地域でなくとも分類している。

■地域分類と市区町村の整理

- 都心部：東京都23区、大阪市、名古屋市在住者
- 都市地域：政令指定都市及び人口50万人以上の市
（京都市/横浜市/神戸市/札幌市/川崎市/
福岡市/広島市/仙台市/さいたま市/
千葉市/北九州市/静岡市/堺市/熊本市/
新潟市/浜松市/岡山市/相模原市船橋市/
鹿児島市/川口市/八王子市/姫路市/
宇都宮市/松山市/東大阪市)
- ローカル：その他の市町村郡在住者

ローカル地域における事業展開の検証

- ローカル地域は人口密集度が低いことを前提に検証
- 地域別の特性（シナリオ）により各購買形態の事業展開の方向性は変わってくると推察

○：事業継続・拡大
 △：事業継続判断・収益悪化
 □：収益確保困難（社会事業）
 ×：撤退

シナリオ		人口・産業維持地域	高齢化地域	高齢化・産業衰退地域	人口減少地域	人口減少地域 (近隣小売店閉店)	人口減少・産業衰退地域	限界地域
観点	人口、事業所数	多い	多い	多い	少ない	少ない	少ない	少ない
	高齢化率	低い	高い	高い	低い	低い	低い	高い
世帯収入		高い	高い	低い	高い	高い	低い	低い
近隣小売店舗		有	有	有	有	無し	無し	無し
総括		<ul style="list-style-type: none"> 店舗での購入が中心 移動できない高齢者は移動販売 	<ul style="list-style-type: none"> 移動販売、NS伸長 	<ul style="list-style-type: none"> 移動販売伸長 日用品割高 	<ul style="list-style-type: none"> 小売店舗収益悪化 移動販売車収益悪化 	<ul style="list-style-type: none"> NS伸長 食料品購買価格上昇（主に物流費） 移動販売赤字地域展開 	<ul style="list-style-type: none"> ピックアップ、ダークストア伸長 	<ul style="list-style-type: none"> 移動販売事業性× 割高NS
ネットスーパー (小売店拠点型) ※付加価値品比率高い		○	○ 小売店舗の代替手段	△ 日用品(低単価)比率が上がり収益悪化	△ 配送コスト増加	△ or ○ 顧客増加or維持 ※消費者負担増	△ or × 割高による消費者離れ	× 割高による消費者離れ
ネットスーパー (倉庫拠点型) ※付加価値品比率高い		○	○ 同上	△ 同上	△ 同上	○ 顧客流入+収益維持	△ or ○ 顧客流入+収益維持	× 割高による消費者離れ
移動販売 ※日用品中心		○	○ 顧客(高齢者)増加	○ 顧客(高齢者)増加	△ ルートにより収益悪化	□ 社会事業として事業継続	□ 社会事業として事業継続	× 要行政支援
その他	ピックアップ	× 人口密集度が必要	×	×	×	○ 小売店舗跡地等の活用	○ 小売店舗跡地等の活用	× 受取可能顧客の減少
	買い物代行	△ or ○	○	△	△ or ○	○	× or △	△ or ○
	タクシー等	△ or ○	○	△	△ or ○	○	× or △	△ or ○

アンケート調査による食料品アクセス手法の課題

- 消費者へのアンケート調査による食料品アクセス困難者のニーズ調査を実施。
- ネットスーパーにおいては、共通課題（価格が高い、品揃え、受取時間）に加え、プロモーション（ホームページの見やすさ、個人情報保護）の重要度が増しており、普段使いする食料品アクセス困難者にとっては重要である。
- 移動販売においては、共通課題（価格が高い、密回避、購入時間）は同様だが、特に受取距離や決済方法の満足度が低い。

収益性への影響 ニーズ	NS	移動販売	収支	売上	固定費	変動費
低価格化	●	●	単価下落による収益悪化	単価下落 (売上増には量の増加が必要)	—	—
品揃え	●		管理工数増加による収益悪化	単価向上	在庫増加	商品管理、ピックアップ工数増 →人件費増加
ECサイト利便性	●		システム費用低減と顧客獲得できれば収益良化	単価、利用客数増加	システム開発費用増加	システム改修・保守費用増加
受取・購入時間	●	●	低コストでの管理ができれば収益良化	利用客増加	—	より細かい配送時間の設定による管理費増加
受取距離		●	売上最大となるルートと顧客確保が必要	停車箇所・時間が増えることから要シミュレーション	—	—
決済方法		●	売上増加による収益良化	利用客・回転数増 亜	(システム開発費用増加)	手数料増加
密回避		●	対策費用vs利用客増加	利用客増加	—	対策費用増加

(詳細はアンケート調査結果を参照)