

第5回

ビジネスの担い手 小売業



執筆・講師 粕谷和生

学習のねらい

今回から3回にわたり、生産 → 流通 → 消費のなかの「流通」におけるビジネスの担い手について学習します。今回は、小売業です。小売業の役割と種類、商業集積とチェーン化、小売業の最近の動向について見ていきます。なお、チェーン化については、最も一般的なフランチャイズチェーンを紹介します。また、小売業の動向では、新しいコンビニエンスストアの姿に迫ります。

調べておこう・覚えておこう

チェーン／通信販売／消費者／業態／無店舗販売／ロイヤリティ

※空欄 を「調べてみよう・覚えておこう」の語句で完成させましょう。

👉 Point ① 小売業の役割と種類

小売業者は、消費者に直接商品を販売するため、消費者が何を求めているのかを的確に捉えることができます。

小売業の役割は、 ① が必要とする商品をいつでも、どこでも、必要な量だけ、適正な価格で販売することです。

①は番組出題問題です。

小売業は「業種別」と「業態別」という基準で分類されます。「業種別」というのは「何を売るか」による分類です。一方「業態別」は「何をどのように売るか」による分類です。小売業の業態は、店を使って売るか、店なしで売るかによって、まず「店舗販売」と ② に分類できます。

店舗販売という業態には、一般小売店、専門店、総合スーパー、百貨店、コンビニエンスストア、ホームセンター、ディスカウントストア、ドラッグストアなどの種類があります。

一方、無店舗販売には、インターネットを活用したネットショッピングなどができる ③、家庭や職場などを販売員が訪ね、商品を販売する「訪問販売」、「自動販売機」などの業態があります。

👉 Point ② 商業集積とチェーン化

多数の商店が集まっているところがあります。これを「商業集積」といいます。例えば、駅前などに自然発生的にできた「商店街」です。また、開発業者によって計画的に建設・運営さ

れる「ショッピングセンター」も商業集積の一つです。

一方、販売方法やサービスの内容、店の外観などに統一性をもたせて多数の店舗を運営するのが「チェーン化」です。チェーン化には、いくつかの形態がありますが、コンビニやファーストフード店などが採用している「フランチャイズチェーン」でそのしくみを見てみましょう。

- (1) 独自の商品や販売方法を開発した企業が本部となります。
- (2) 本部は加盟店を募集し、加盟店に商品の供給や、販売方法の指導などを行います。
- (3) それぞれの加盟店は商品を消費者に販売し、売り上げの中から ④ を本部に支払います。これは、本部が提供する経営のノウハウの使用料です。

本部が開発した独自の商品や販売方法を活用することで、小売店だけで経営するリスクを小さくすることができるわけです。これがフランチャイズチェーンのメリットです。

コンビニやファーストフード店にみられるチェーン化を、フランチャイズ ⑤ といいます。

⑤は番組出題問題です。

Point ③ 小売業の動向

私たちに身近なコンビニも日々どんどんと進化しています。

例えば、店員がいなくても客が自分で商品のバーコードを読み取って、会計できる「セルフレジ」は、すでに全国で導入が始まっています。これをさらに進化させ、近い将来導入が計画されているのが「スマホレジ」です。これは、客がスマホのアプリで商品のバーコードを読み取って、レジに行かなくてもスマホの中で会計ができます。

また、高齢化社会に対応して「介護サービスが受けられるコンビニ」も登場しています。店内に介護の相談窓口があり、客は買い物のついでに介護や健康の相談が受けられます。まだ実験段階ではありますが、「ドローンによる商品の配達」も進められています。

このように、コンビニをはじめとする小売業は「何をどのように売るか」という業態の開発競争を続けています。未来の小売業はどのような姿になるのでしょうか？

小売業の競争は「 ⑥ を開発する競争」といわれています。

⑥は番組出題問題です。

解答欄

- ① _____
- ② _____
- ③ _____
- ④ _____
- ⑤ _____
- ⑥ _____

⑨業業 ⑤ーエ ⑦トシロ ③通信販売 ②無店舗販売 ①：景

このページの文書・画像の無断転載及び商用利用を固く禁じます。