

# 3 小売業



- 1 小売業の役割とはなんだろう？
- 2 小売業にはどんな種類があるのだろう？
- 3 小売業は今後どう変わっていくのだろう？

## 1 小売業の役割

小売業は、消費者に直接商品を販売するため、消費者が何を求めるかを最も身近に観察できます。そこで、消費者が必要とする商品を、いつでも、どこでも、必要な量だけ、適正な価格で販売できるようになります。販売にあたっては、消費者に商品の情報を正確に伝え、販売に付帯したサービスも提供します。また、消費者のニーズや購買行動など、商品開発や仕入れに役立つ情報を生産者や卸売業者に伝える役割も担います。

さらに、小売業者が集まってできた商店街やショッピングセンターなどは、買い物の場としてだけでなく、街づくりにも役立っています。このような集まりは、住民どうしが交流する地域コミュニティの形成や、文化的行事の開催などによる地域文化の形成といった社会的な役割を担っています。

## 2 小売業の種類

すでに学んだように、小売業は業種別と業態別に分類でき、▶p.54 ここにちでは、業態別の分類のほうが小売業の特徴をとらえやすくなっています。業態は、店舗をかまえる店舗販売と、店舗をかまえない無店舗販売の二つに大きく分けられます。

店舗販売では、取り扱う商品の種類や業態によって商圏▶p.54 が決まります。商圏とは、店舗へ来る顧客の住んでいる範囲です。

❶ 無料配達、駐車場の設置、修理・取替、景品の提供、その他さまざまなサービスがあります。

わたしたちがふだんよく買い物している場所が、小売業のお店なのね。



商圏



① 商圏は取り扱っている商品だけではなく、駐車場の有無、道路や鉄道といったインフラが整っているかどうかでも変わります。

### Word

#### \*1 カテゴリーキラー

家電製品・スポーツ用品・玩具など、特定の分野にしほった商品を豊富に取りそろえ、きわめて低い価格で販売する専門店です。商品を総合的に品ぞろえしているデパートやスーパーなどの売場を、カテゴリー(分野)単位で成立させなくすることから、このようによばれています。

② 家具・インテリア用品チェーンN社は、SPAの概念のなかで物流を強調し、自社のビジネスモデルを製造物流小売業とよんで事業を展開しています。

日用品のように毎日買う商品を扱う店舗の商圏は狭く、家電製品など高額で、買う頻度が少ない商品を扱う店舗の商圏は広くなる傾向にあります。<sup>けいこう</sup>

## 1 店舗販売

### 1 一般小売店

わたしたちのまわりでよくみかける、比較的小規模で、特定の種類の商品だけを品ぞろえしている業態です。精肉店・生花店・書店など商店街を構成する業態でもあります。近年、減少してきているものの、いまだに数は多く、日本の小売業全体では高い割合を占めています。<sup>5</sup>

### 2 専門店

取扱商品の種類をしづらり、専門性の高い品ぞろえを特徴とする業態です。個性的な品ぞろえをするのと同時に、高い専門知識をもった販売員が接客することで、顧客のニーズにきめ細かく対応しています。一般小売店より大規模で、高級なイメージの店舗が中心でしたが、近年では、家電や衣料品などの専門店チェーンも増加してきており、<sup>10</sup> 力<sup>CASE</sup>  
\*1 テゴリーキラーとよばれることもあります。<sup>15</sup>

category killer



### CASE SPAの発展

近年、衣料品の専門店チェーンのなかでは、製造から販売までの過程を一つの会社で行う製造小売業(SPA:Speciality store retailer of Private label Apparel)という業態が増えています。SPAは、アパレルということばが含まれるように、

もともとは衣料品に限ったものでした。しかし、商品企画から販売までを手がける業態を広く製造小売業とよぶようになり、家具・インテリア用品チェーンやホームセンターなども含まれるようになりました。<sup>20</sup>



衣料品を品ぞろえするSPA



家具・インテリア用品を品ぞろえするSPA

### 3 百貨店(デパート)

衣料品・服飾雑貨・食品・ギフト用品

など、幅広い商品を部門ごとに取り扱

い、**対面販売**を中心とした大規模な業態です。特徴としては、高級ギフトやブランド品の販売、地下での食品販売、オリジナル商品の販売などがあります。近年は、百貨店を展開する企業の統合が進んでおり、経営の効率化がはかられています。また、イメージカラーの変更や店舗の改装によって、ブランド力を向上させる取り組みも行われています。

### 4 総合スーパー

食料品や衣料品を中心に日用雑貨まで、

日用品を総合的に取り扱うセルフサー

ビス方式を中心とした大規模な業態です。チェーン展開による大量仕入・大量販売で商品を割安な価格で提供しています。消費者ニーズの多様化と小売業態の専門化が進んだため、家電を扱う場合は家電量販店チェーンを入れるなど、一部でテナントを入れることも多くなっています。

### 5 スーパーマーケット

生鮮三品(青果、鮮魚、精肉)を中心

に食料品に特化した品ぞろえをする業

態です。わたしたちは、鮮度に敏感で、その日に使う食材はその日にそろえることが習慣となっています。そのため、この業態は毎日でも通れる住宅街に店がまえられ、店舗数も多くなっています。近年、スーパーマーケットは低価格化をめざすチェーンと高級化するチェーンにわかれる傾向にあります。また、重い荷物を持ち運ぶのが困難な高齢者などのために、有料での配送や**ネットスーパー**といったサービスを充実させています。

① 店舗内で顧客と店員が一対一で応対する販売方法です。

② 食料品の売上高構成比が70%以上であることがこの業態に分類する目安です。食品スーパーともよばれます。

### Word

#### \*1 ネットスーパー

インターネット上のスーパーです。注文すると店舗で売られている商品を店員が選び、家まで届けてくれます。チラシに載っている商品も店舗と同じ価格で買えます。



百貨店



総合スーパー



スーパーマーケット

## 6 コンビニエンスストア

食料品や日用雑貨などの生活必需品を  
取りそろえ、長時間営業や年中無休を

特徴とする業態です。顧客の利便を考え、おもに住宅地周辺に位置

する小規模なセルフサービス方式の店舗です。**POSシステム**を活

用し、店舗規模のわりに商品の種類は多く、同時に個数をしほると

②

いう効率的な品ぞろえと在庫管理をしていることも特徴です。大手のコンビニエンスストアは、**ポイントカード**を発行し、より詳細な

顧客データや購買履歴をPOSシステムで入手できるようにしてい

▶p.195

ます。従来は定価販売が中心でしたが、最近では清涼飲料の値下げ

③

やポイントアップなど、価格面の競争も行われています。

5

10

15

20

25

CASE

① POSシステムは、コンビニエンスストアだけでなく、その他の業態などにおいても活用されています。

② 平均的な店舗面積は約100平方メートルで、約3,000品目が品ぞろえされます。

③ ポイントカードに電子マネーの機能がついているものもあります。

④ お弁当やおにぎり、プライベートブランド商品は、コンビニエンスストアが商品の企画などを行って、生産者に製造を依頼します。また、商品開発では、プライベートブランド商品の重要性が増しています。

④ コンビニエンスストアの競争は、店舗立地、品ぞろえ、サービス、生産者との協力による商品開発など、さまざまな領域で激しくなっています。店舗立地では、大学や病院、高速道路のサービスエリア、鉄道の駅構内などに出店をしています。品ぞろえでは、生鮮食品が充実した店舗、健康志向で自然食品が充実した店舗、100円の商品を中心とした店舗などがあります。サービスでは銀行ATMの設置、公共料金の支払い、住民票取り次ぎといった行政サービスの代行など、顧客にとっての利便性を向上させています。また、電子マネー

electronic money

で支払いができることも魅力です。



### CASE POSシステム

POSシステムは、コンビニエンスストアにおいて顧客ニーズを満たすための品ぞろえを効率的に行うことを可能にしています。レジに商品を持っていくと、店員はまず商品バーコードを読み取ります。その後、お客様の性別と年齢層を入力してか

ら会計をし、どのような人が、いつ、何を買ったのかが記録されます。そのため、売れる商品や売れるタイミングを把握できます。近年、会員情報が登録された電子マネー決済により、より正確な顧客情報を入手できるようになっています。

#### ■POSシステムのしくみ

##### コンビニエンスストアなど

###### ⑤レシートの作成



キャッシュレジスター

①バーコードの読み取り

④価格・合計金額

②商品情報の送信



コンピュータ

③価格の検索  
販売データの記録

##### 本部



コンピュータ

⑤品ぞろえの変更など

④販売情報の送信

**7 都市型小規模  
スーパーマーケット**

スーパー、マーケットの品ぞろえと価格、コンビニエンスストアの利便性をあわせもった業態です。店舗は、コンビニエンスストアと同規模で、生鮮食品や惣菜などの品ぞろえが充実しています。総合スーパーは大型化によって商圏が広くなり、車などを持たない都市部の消費者にとっては行きづらくなる場合もあります。それに比べて、都市型小規模スーパーマーケットはお年寄りやちょっとした買い物を求める人に便利な業態です。

CASE

**8 ホームセンター**

日用品から住宅関連品、園芸用品まで幅広い品ぞろえをした大規模な店舗をかまえる業態です。**DIY** に関連した商品が豊富にあります。また、自社開発の商品も多く、大規模な仕入れで低価格も実現しています。

**9 その他の店舗販売**

**ディスカウントストア**は、家電製品・discount store貴金属・時計などの耐久消費財や食料品などを中心に、一般の店より大幅に安い価格で提供することを特徴とした業態です。**ドラッグストア**は、医薬品・化粧品を中心に幅広い品ぞろえをしたセルフサービス方式を中心とする業態です。

▶p.54

Word

\*1 DIY

Do It Yourself (自分でやろう) の略で、日本語では日曜大工のことです。

## C CASE 新規参入が盛んな都市型小規模スーパーマーケット

都市型小規模スーパーマーケットは、従来のスーパー、マーケットとコンビニエンスストアの中間的業態であるため、双方の業態の運営企業が新規参入しており、競争が激しくなっています。先陣をきっているのが、スーパーマーケットを展開するA社ですが、コンビニエンスストアを展開するJ社も参入しています。



ホームセンター



ディスカウントストア



ドラッグストア

## 2 無店舗販売

### 1 通信販売

テレビ・新聞・雑誌・Webサイトなどで商品を宣伝し、郵便や電話などの通信手段で注文を受ける業態です。近年、インターネットを活用したネットショッピングが盛んです。<sup>5</sup>

CASE

### 2 訪問販売

家庭や職場を販売員が訪れ、商品を説明して販売する業態です。消費者は個別に説明を受け、質問ができるため、化粧品や健康食品などの販売に適しています。<sup>10</sup>

### 3 自動販売機による販売<sup>2</sup>

消費者がいつでも商品を購入できるように機器によって販売する業態です。<sup>10</sup>

清涼飲料を中心に、メガネや衣料品にいたるまで、さまざまな自動販売機があり、電子マネーを利用できるものもあります。

## 3 小売業のビジネス

小売業者は、一つの店舗だけでなくさまざまな形で組織化して業務の効率化をはかり、規模を拡大させてビジネスを行っています。<sup>15</sup>



### CASE ネットショッピングの新たなサービス

ネットショッピングには、いつでもどこでも注文できるなど、高い利便性があります。一方で、品質の確認ができないなどの課題もあります。また、インターネットで検索すると、膨大な数の商品や情報があり、どれを選んだらいいのかわからないという場合も多くあります。

情報量が多いと、何を選べばよいのかわからなくなり、商品を買う人を減らしてしまう可能性があります。そこで、ネット通販では、専門家がおすすめを選んで、会員登録している消費者に商品を届けるサービスが増えてきています。

たとえばR社は、会費を払うと毎月旬のおすすめ野菜を送るサービスを提供しています。配送直前に収穫するため新鮮で、さらに市場にあまり流通しない地方独特の野菜なども手に入ります。会費を払ってもらい定期的に

おすすめ商品を届けるこのようなサービスをサブスクリプション・コマースとよびます。商品の選択肢が多くなるほど、こうした「選んでくれるサービス」が増えてくるでしょう。



野菜の定期配達サービスを提供しているR社のWebページ

# 1 商業集積

## 1 商店街

商店街は、駅前などの人通りが多い場所に自然発的にできた小売業者の集まりです。現在は、後継者不足や経営効率の悪化などさまざまな課題があり、地域に根ざした経営が求められています。

## 2 ショッピングセンター

ショッピングセンターは、開発業者によって計画的に建設・運営される商業施設です。ここには、さまざまな業種や業態の小売業、レストラン、アミューズメント施設、金融機関などが組み合わされています。

ショッピングセンターは、郊外型と都市型にわかれます。郊外型ショッピングセンターは、大型小売店舗を核テナントとするが多く、生活必需品から専門品まで、1店舗または1か所に立ち寄るだけで必要な買い物ができるワンストップショッピングできます。one-stop shopping \*1大きな駐車場を設置して、モータリゼーションにも対応しています。

\*2 アウトレットモールは郊外型の一つですが、核テナントがありません。都市型ショッピングセンターは、都心の中心市街地にあり、商業施設のほかに、企業のオフィスやホテルなどが組み合わされる場合も多くなっています。

CASE

### CASE 活性化に取り組む M 商店街

中小企業庁のがんばる商店街77選に選ばれている香川県高松市のM商店街(右下写真)は、衰退の危機を脱して、にぎわいを取りもどしています。M商店街は、自然発的に個別の商店の集まりだった状態から、郊外型ショッピングセンターの計画性を取り入れました。個人経営の意識から、商店街全体の経営に参加する意識をもつてらう取り組みをしたのです。そのために、全員参加・同意を条件としてこの改革を進めました。合意を得るための会議は1,000回以上行いました。

改革ではまず、洋服店の数が多いなど業種のかたよりを解消するために、土地の所有者と店舗の経営者の分離を進めました。業種がかたよってしまうと、顧客にとって利便性が悪いからです。そ

こで、業種をファッショントラン・カルチャーなどに分類して区画整理を行いました。魅力的な店舗を誘致して外から人を集めではなく、ほかにもバリアフリー化を進めたり、病院および商業施設が一体となった居住用マンションを開発したりすることで、地域に住む人を増やし、活気ある商店街をつくりあげています。



① ディベロッパーといいます。

## Word

### \*1 モータリゼーション

自動車が生活必需品として、広く家庭に普及することです。

## Word

### \*2 アウトレットモール

企業の在庫処分品を取り扱うアウトレットストアを集めた小売業者の集まりです。アウトレットストアでは、過去のモデルやサイズ不ぞろいなど従来の販売店では販売ができない商品を取り扱うため、ブランド品などが割安で販売されることが多く、消費者の人気を集めています。

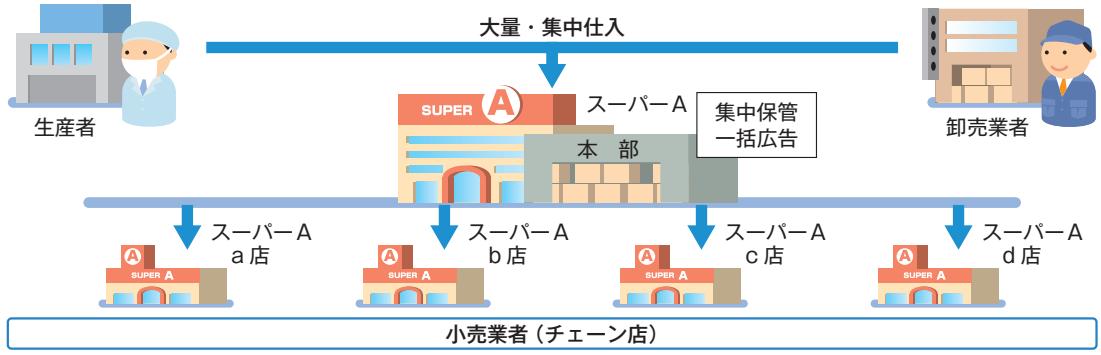
## 2 小売業者のチェーン化

① レギュラーチェーンや  
チェーンストアとよぶこと  
もあります。

小売業者の多くは、複数の店舗を経営する**チェーン化**をして、営業範囲を広域化し、規模を拡大することによって経営の効率化をはかってきました。このチェーン化には、**コーポレートチェーン**・**ボランタリーチェーン**・**フランチャイズチェーン**があります。<sup>5</sup>

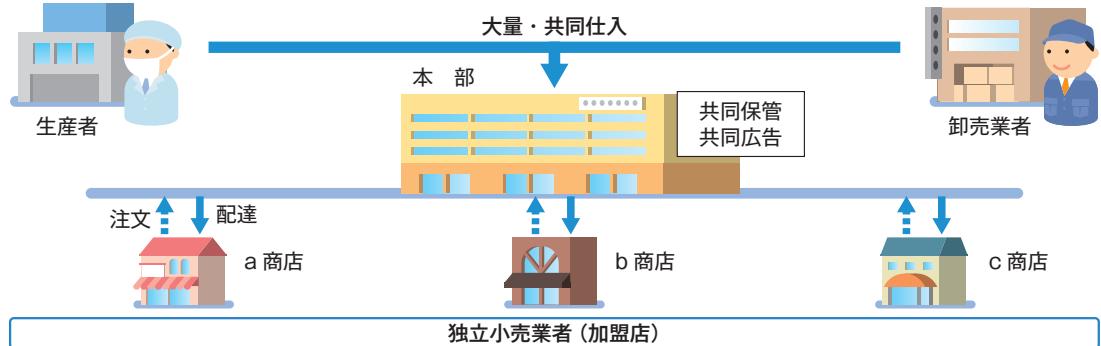
① **コーポレートチェーン** 一つの企業が多数の店舗を設け、商品の仕入れや広告などを本部でまとめて行い、仕入価格の引き下げや経費の節減を行っています。この経営方式は総合スーパー、スーパーマーケット、専門店などの業態に多くみられます。

### ■コーポレートチェーンの例



② **ボランタリーチェーン** コーポレートチェーンと同様の利点を取り入れるために、独立した多数の小売業者が、企業としての独立性を保ちつつ協力して組織したものです。食料品・日用品・家電製品などの業界にみられます。なお、ボランタリーチェーンには、小売業者だけで組織された小売業者主宰のものと、卸売業者が本部の役割を担当する卸売業者主宰の2種類があります。<sup>10 15</sup>

### ■ボランタリーチェーンの例

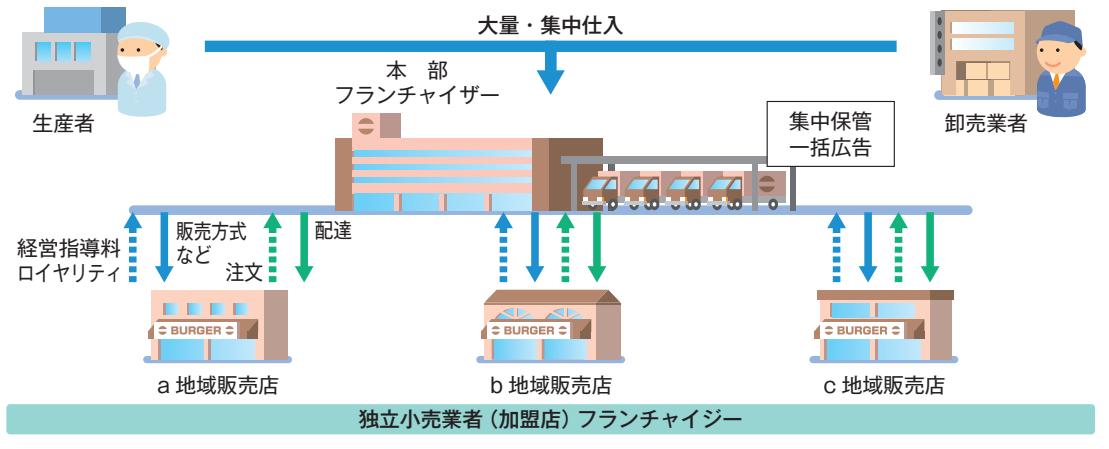


③ フランチャイズチェーン 独自の商品や販売方式などを開発した企業が本部となります。本部(フランチャイザー)は、加盟店(フランチャイジー)を募集し、加盟店に対して商品の供給や販売方式の指導などを行い、加盟店から一定の権利使用料(ロイヤリティ)<sup>①</sup><sub>royalty</sub>を受け取る方式で、コンビニエンスストア、ファーストフード店、クリーニング店などに多くみられます。

❶ 開発した商品を販売する権利や販売方式の指導を受ける権利、商標を使用する権利などの使用料です。

❷ すばやく(fast)調理して提供する簡単な食事のこと、ハンバーガーやフライドチキン、ドーナツ、牛丼などがあります。

### ■フランチャイズチェーンの例



### コラム プライベートブランド商品(PB商品)

10 プライベートブランド商品とは、総合スーパーなど規模の大きい小売業者が、製造業者と共同で商品の企画・開発を行い、自店のみで販売する商品です。

15 プライベートブランド商品は、卸売業者を通さずに商品を流通させるため、卸売業者に支払うコストがなくなり、小売業者にとっては通常の商品よりも安い価格で商品を仕入れられます。製造業者にとって、小売業者から直接発注を受けるため、需要数に応じた効率的な生産ができます。さらに、製造業者が小売業者や消費者に商品を販売するために行う広告を出す必要もなく費用がおさえられます。そのおさえられた費用の分が商品の値下げとして反映されることが多く、消費者にとっても大きな利点があります。

20 プライベートブランド商品として企画・開発さ

れる品目としては、食品や日用品が採用されることが多いっています。

なお、全国的に流通しているメーカーの商品をナショナルブランド商品(NB商品)といいます。PB商品はNB商品よりも価格が安いことが魅力でしたが、近年では高品質で高価格のPB商品開発も進められています。

高品質・高価格のPB商品であるS社の食パン



# 4

## 小売業の動向

小売業のビジネスはたえず変化を続けています。ここでは、小売業をとりまく最近の動向をみてみましょう。

### 1 通信販売の進展

❶ 放送衛星のことです。

❷ 通信衛星のことです。

❸ 「甘いものが好き」「体にやさしい健康食品が好き」など、商品に対する好みです。

#### Word

##### \*1 ダイレクトメール

消費者に郵便、インターネットのメールなどを利用して広告を直接送る方法です。

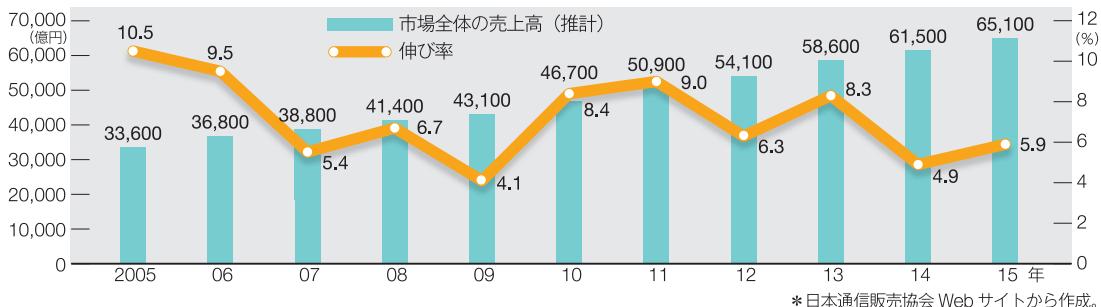
❹ 消費者が真ん中を好む傾向にあるのは、たとえば極端回避性にみられます。これは松竹梅や並、上、特上があったときに中間である竹や上を選ぶ傾向にあるというものです。

通信販売は、<sup>❶</sup>BSや<sup>❷</sup>CSにおけるショッピング専門番組の増加によってテレビショッピングの売上が増加し、インターネットの普及とライフスタイルの変化によるネットショッピングの売上が増加しています。カタログショッピングは徐々に減少傾向にあるものの、カタログのデジタル化などによって、売上の回復に取り組んでいます。こうした通信販売の進展を支えているのが、顧客データの蓄積です。<sup>❸</sup>性別・年齢・嗜好や購買履歴といったデータを利用することで、顧客が欲しそうな商品の情報を<sup>\*1</sup>ダイレクトメールなどで知らせています。

### 2 新業態の開発

小売業の競争は、「業態開発の競争」だといわれます。たとえば、コンビニエンスストアとスーパー・マーケットの中間の業態として、都市型小規模スーパー・マーケットが開発されました。また、都市計画法の改正によって、郊外への大型店出店が規制され、都市型ショッピングセンターという業態の拡大が行われています。消費者は、価格やサービス、店舗立地などで中間を求める傾向にあるため、今後も新しい業態が開発され続けていくと予想されます。

#### ■通信販売の売上高推移



### 3 街づくりと小売業

従来、大型店を新たに出店する場合には、売場面積や閉店時刻、休業日数などに関するさまざまな規制がありました。

この規制は2000年に廃止され、**大規模小売店舗立地法**が施行されました。この法律では、周辺地域の住民の生活環境を保持するために、交通渋滞や騒音あるいは廃棄物処理対策など、店舗の配置や運営方法の適正化を求める内容がもり込まれました。その結果、街の中心部での大型店の出店が困難になり、郊外で総合スーパーなどの大型店の出店やショッピングセンターの開設が増えました。

郊外の大型店へ消費者が流れた結果、今度は商店街の空き店舗や中心市街地の空洞化などが問題になりました。この問題への対策として、2006年に改正された**都市計画法**で、郊外へ出店する場合の規制が強化され、大型店の立地可能な場所が原則として中心市街地に制限されました。また、同時に改正された**中心市街地活性化法**では商業施設の中心部へのよりもどしがはかられ、国による街づくりのしくみが制定されました。

① 大規模小売店舗法といいます。



商店街の空き店舗

② 大規模小売店舗立地法・都市計画法・中心市街地活性化法の三つの法律をまとめて、まちづくり三法といいます。

#### 確認問題

#### 小売業

##### 1 次の文章を完成させましょう。

- (1) 小売業者は、消費者が必要とする商品を必要な(①)だけ、適正な(②)で販売するとともに、消費者に(③)に関する情報を伝えたり、生産者や卸売業者に消費者ニーズや(④)などの情報を伝えたりする役割を果たしています。
- (2) 業態は、店舗をかまえる(⑤)、店舗をかまえない(⑥)の2種類に大きく分けられます。
- (3) 小売業者の多くは、複数の店舗を経営するチェーン化をしています。チェーン化には、(⑦)(⑧)(⑨)があります。

#### 調べ学習

● みなさんが実店舗で買っている商品と、ネットショッピングで買っている商品を比べ、何が便利で店舗とインターネットを使い分けて買い物をしているのか考えてみよう。