

目次

1. デパート業界の現状
2. デジタル技術を活用した新たな販売ツール
3. デジタル技術を導入した企業の成功事例
4. デジタル技術を導入していない企業の失敗事例
5. まとめ
6. 参考文献

問題意識・研究目的

デパート業界の売り上げは年々右肩下がりとなっている。相次ぐ消費税の増税だけでなく、人口の高齢化の加速によって客足の減少がデパート業界に大きなダメージを与えた。それだけではなく、デジタル化を積極的導入推進した小売業に加え、インターネット通販の急拡大がデパート業界の収益縮小を招いている。さらに、デパート業界自体の経営体制や仕組みといった側面が成長の足かせになっていることに加え、今般の新型コロナウイルスの感染拡大がさらに追い打ちをかけたのである。

そこで本研究は、こうした人口の高齢化や新型コロナウイルスの影響で客足が減っている中、デジタル技術を活用した販売方法は今後必要不可欠である。なぜならば、オンライン利用者がデパートのネット販売サービスに関心を持たせるためには従来のネット販売ではなく「オンラインでありながら実際に店舗に来ているような体験ができる」ネット販売を積極的に推進することで他の小売業界との差別化を図られるのではないかとという仮説のもと、デパート業界の売上向上のための具体的対策を提示することが目的である。

内容

- ・デパート業界は消費税増税や人口の高齢化により売り上げが減少しつつある実態を分析した。
- ・デジタル技術を活用した新たな販売ツールを広げている企業の事例分析を行った。
- ・デジタル技術を活用した販売ツールを広げない企業の事例分析を行った。
- ・AR・VRの導入がデパートの収益向上に寄与できる可能性を検討した。

結論

このコロナ禍によって、販売ツールの拡大が企業の存続に大きな影響を与えている。このため、今後ネット販売は衰退しているデパート業界において必要不可欠な販売ツールになろう。とりわけネット販売にAR・VRを導入することでこれまでネット販売において追求されてこなかった「家にいてもまるで外に出て店舗で買い物をしているような体験」というネット販売の新たな段階にデパート業界が先陣を切って挑むことで業界の活性化に繋がると考えられる。