

今後企業は靴販売の実店舗を持つべきなのか？

若者の靴のネット購入の増加についての検証

6 班

仮定設定

靴のネットでの売り上げが増加、実店舗で減少しているという仮説を検証する。

→この仮説は先だって行ったインタビューにおいて得られた回答から推測したものである。

※インタビュー＝神奈川大学の学生(上級生)一人に十五分程度にわたる靴についてのインタビューを行った。Instagramで広告を見てオンラインストアで購入したとの回答から。

アンケートの実施詳細

Google formsでのアンケートを実施(調査件数：44件)

対象者：10~20代の男女

調査方法：SNSでの呼びかけなど

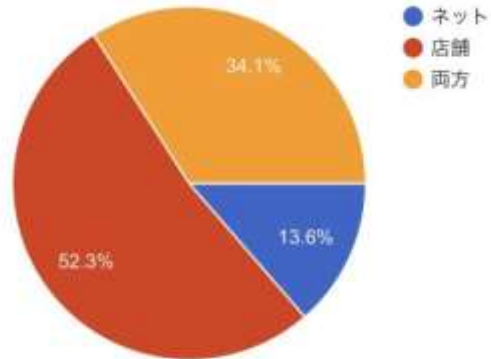
質問内容：ネットでの靴の購入の有無

使用サイト

購入方法を選んだ理由

アンケートの結果、テキストマイニング

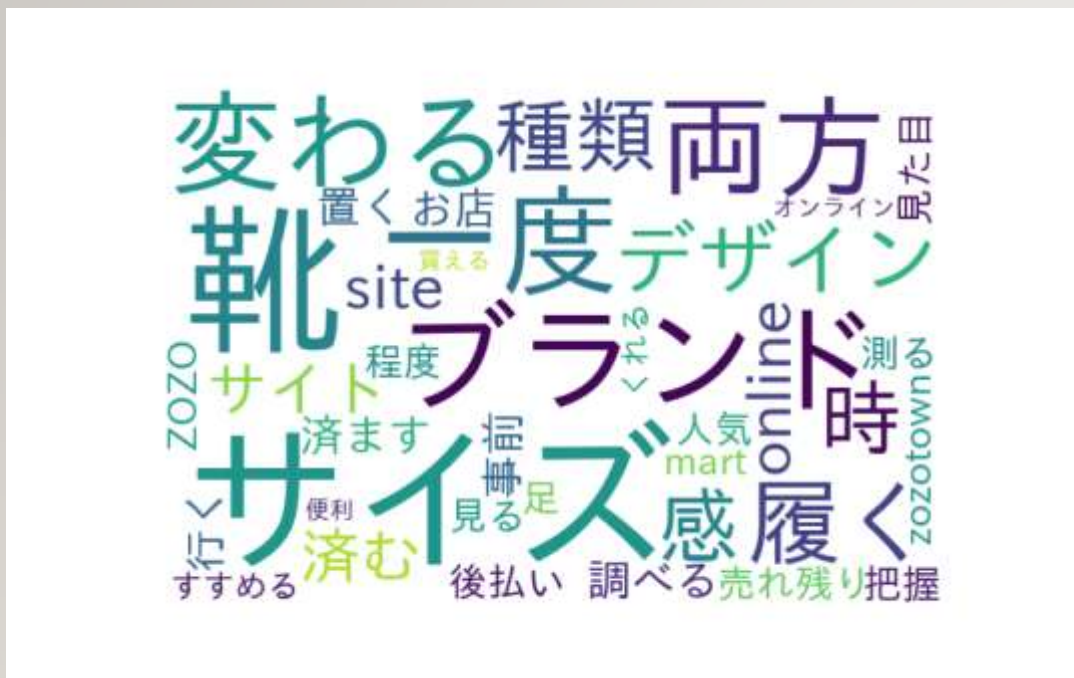
Q1. あなたは靴を
どこで購入しますか



Q2. ネットではどのサイトを
利用したことがあるか(複数回答可)



オンライン↓



店舗↓



アンケート結果より

半数以上が実店舗を利用

オンラインサイト利用者

➡ **オンライン中心の企業**を利用(ZOZOTOWN、メルカリなど)

実店舗のみ利用者の求める条件

➡ 実際に履き、サイズを見たい
実際のデザインを見たい

オンライン利用者の求める条件

➡ 安さ
種類の豊富さ

根拠 1 .ECの市場規模

| 衣類・服装雑品 | 2018年 | | 2019年 | | 2020年 | |
|---------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| | EC市場規模 (億円) | EC化率 (%) | EC市場規模 (億円) | EC化率 (%) | EC市場規模 (億円) | EC化率 (%) |
| | 17,728 | 12.96% | 19,100 | 13.87% | 22,203 | 19.44% |

EC化率とは

業界の中でどれだけ電子商品取引(オンライン取引)が行われているかを示す数字



高くなるほどオンライン化が進んでいると言える

出典：

「令和元年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）報告書
（経済産業省）」

根拠 2. 業績推移

ABCマート業績推移(実店舗)

| | 当期 | 前期 | 前々期 |
|-----|------------|------------|------------|
| 売上高 | 220,267百万円 | 272,361百万円 | 266,703百万円 |

➡ 年々減少の傾向

ロコンド業績推移 (オンラインサイト)

| | 当期 | 前期 | 前々期 |
|-----|----------|--------|--------|
| 売上高 | 1,027百万円 | 857百万円 | 671百万円 |

➡ 年々増加の傾向


まとめ、考察

データ上 → 店舗の売り上げは**減少**の傾向

アンケート → 店舗の利用が**半数以上**を占めている

 10代、20代の中で店舗の需要はなくなっていない

靴企業は店舗を無くすべきか？

 現時点で需要は十分にある。
逆に靴の販売のみの企業がオンラインサイトに
進出するには**難しい現状があるのではないか**