

日経MJ 2017年12月4日付

ゾゾの試着スーツの衝撃

イーコマースはどこまで拡大するのだろうか。店舗小売業は生き残れるのだろうか。毎日のように報道される様々なイーコマースの動きを見てみると、いま起きている技術革新が流通に及ぼす影響の大きさを痛感させられる。



伊藤元重の

エコノウオッチ

が店舗小売業の進むべき方向だろう。ただ、技術革新の動きがあまりにも速いので、ネットにできないことが何なのか、見極めることが難しくなってきた。アパレルの世界で試着というのはネットにできないことだと考えられてきた。実際に洋服を試着してサイズが合っているのか、自分に似合うのか、ということを確認するには、店にまで来て試着しなければならぬ。スマートフォン（スマホ）で見ただけで衣料品を注文するのは難しいことだと考えられていた。だから丸井が商品を展示し試着だ

技術革新で覆る店の優位

けを行う店を展開すると報道された時、面白い取り組みだとも感じた。そうしたこともあったので、先週テレビ番組に出演した際にそこで見た試着専用ボディースーツの事例には大きな衝撃を受けた。ネット小売りのゾゾタウンの企画だ。体にぴったりとフィットするスーツの内側には多くのセンサーがついており、それを着てスマホをかざすだけでボディースーツを採寸してくれる。このスーツを顧客に配ることで、店に来なくても詳細な採寸ができる。それで顧客は注文できるし、サイズを知った店の側からも色々な提案ができる。

これまでの店舗の方がネットよりも優れていると考えられていたサービスや機能でも、技術進歩でその優位がひっくり返ることもあるというところだ。新しいサービスはこれからも様々なものが出てくるだろう。店舗の方が有利であると考えられているものも、そうではないものもあるかもしれない。もっとも、ネット小売業で先行するアマゾンのような企業でも、リアルな機能の重要性を強く認識している。だからこそ、米国でスパーのホールフーズを買収して、リアルな機能の取り込みを図っている。今年の11月11日のシングルの日に、1日で2兆8千億円を売り上げたと話題になって

いるアリババで、最も多くの売り上げを上げたブランドの一つがユニクロである。ユニクロを展開するファーストリテイリングは小売業であるが、商品の開発というリアルな機能がアリババのネット機能と補完性を発揮したのだろう。イーコマースが拡大する中で、店舗小売業が何をすべきか明らかだろう。ネットと補完的な機能を強化することは重要だ。ただ、技術は一日でこれまでの常識を覆しかねない。そうしたことがあっても大丈夫なように、店舗小売業こそ、積極的にネット機能を強化することが求められるのだ。（学習院大学国際社会科学部教授）