

# 広がるニューリテール戦略

岡山県上海事務所

## ■ ニューリテールとは？

020 (Online to Offline) 戦略のコンセプトで、オンラインとオフラインを融合して、相乗効果を図る 020 ビジネスモデルのことを指します。ニューリテール戦略=買い物のエンターテインメント化とし、ある中国大手企業のニューリテール戦略は、買い物を単なる買い物で終わらせるのではなく、この空間にいただけで楽しいと思わせる仕組みが備わっているエンターテインメント空間を作り出すことを意図としています。

2017 年からはニューリテール戦略を導入した店舗が怒涛の勢いでオープンし、現在中国ではニューリテールブームが起きており、多くの投資資金がニューリテール分野に集中しています。

## ■ 中国で行われているニューリテールの事例

ニューリテールは一部の分野に限ったムーブメントではなく、生鮮食品、スーパーマーケット、コンビニ、家電、生活用品、デリバリーサービスなどのあらゆる分野に拡大しています。

## ■ 日系企業のニューリテール戦略

ある大手専門小売企業は 2018 年 1 月に中国深圳に世界初の同社ブランドホテルをオープンしました。ホテルのタオルやアメニティグッズなどは全て同社ブランドの商品であり、泊まりながらブランドを楽しめる、体験できることを売りとしています。もちろんホテルに併設して店舗もあり、カフェならぬ Diner で食事も可能です。現在、中国では深圳の他北京、2019 年には日本 1 号店が銀座にオープンしました。

ある大手アパレル企業は 2018 年 2 月にホテル併設型グローバル旗艦店をオープンしました。ファッションに加えて「ホテル」、「音楽&食」という新たな切り口で、3フロアにわたりブランドの世界観を体現しています。同店のアパレルショップは 23 時まで営業し、無人レジを導入し、キャッシュレスに挑んでいます。

また、同 2018 年には中国のオンラインモバイルコマースカンパニーと戦略的パートナーとして協業し、中国事業の更なる拡大を目指すとともに、日本国内店舗に中国人向けキャッシュレス決済を導入しインバウンドの決済手段拡大など中国、日本での更なる発展を図っています。

## ■ 小売業界の今後

上記のとおり、日本企業にも既にニューリテール戦略を導入したり、検討している企業が出てきています。中国、日本に限らず、今後はOMO(オンラインとオフラインの統合)、人口知能やビッグデータなどのテクノロジーの活用、買物にエンターテイメントを加え楽しい体験を与えられる、これらがバランスよく保たれたニューリテール戦略モデルがユーザーから高い注目を集めることができ、成長、発展のキーファクターになるでしょう。