

「オムニチャネル」

パソコンやスマホで商品を購入する「ネット通販」は、すでに身近な存在となっていますが、最近「オムニチャネル」という言葉を耳にするようになりました。今回は「オムニチャネル」を取り上げます。

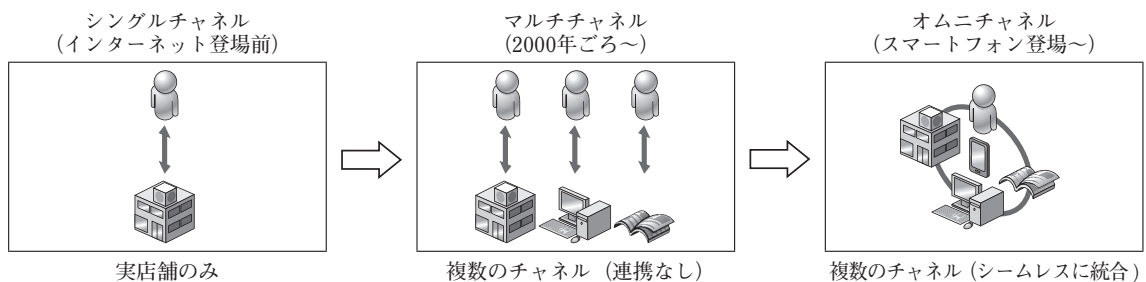
1. 「オムニチャネル」とは？

「オムニ」とは、ラテン語で「すべて」という意味です。すなわち、実店舗やオンラインストア、カタログ通販などすべての販売チャネルをシームレスに統合、顧客に利便性の高いサービスを提供する販売システム全般を指します。例えば、インターネットで注文した商品を実店舗やコンビニで受け取る、また、実店舗でのショッピングでは、その場で販売員が全店舗の在庫状況や競合店の価格を調査して販売、商品は自宅に配送してもらう、などのサービスが受けられるほか、販売者にとっても販促拡大による売上増加・顧客囲い込み等の効果が期待できます。

2. 販売チャネルの変化

ネット通販が一般的になる前、商品の販売は実店舗が主の「シングルチャネル」でした（一部カタログ・テレビ通販等はありませんでしたが）。パソコンが一般家庭に普及すると、実店舗がネット通販も取り扱う「マルチチャネル」化が進みました。ただし、この時点では店舗販売とネット通販は別々のチャネルとして存在、それぞれの連携はありませんでした。その後、スマートフォン（スマホ）の登場により、実店舗では購入したい商品を品定めするのみで、実際の購入はスマホを検索し、価格の安いネット通販を利用する「ショールーミング」が広がったことから、その対応上、取組みが始まったのが「オムニチャネル」です。顧客のライフスタイル変化にも対応した、まさに販売チャネルにおける「リアル」と「バーチャル」の融合体といえます。

<販売者と顧客の接点の変化(イメージ)>



3. 販売戦略の発想転換の必要性

オムニチャネルは比較的新しい考え方で、また、導入するためには顧客データ・販売データ・在庫データ等の高度な統合データ管理システムの構築と、社内各部署の綿密な連携体制整備等、ハード・ソフト両面での細やかな対応が必要であることから、現段階では小売業大手を中心に試行・導入されている状況ですが、今後急速に進展する可能性があります。経営規模の大小にかかわらず、これからの小売業は「いかにして売るか」ではなく、「どこで、どうやって買ってもらうか」を考えていく必要があります。

閑話ひとつ

- ▶ いよいよ北海道新幹線が開業します。これに合わせて北海道の縄文文化を世界遺産に登録する活動があるようです。
- ▶ 縄文文化は、まず1万年以上続いたこと自体すでに驚異的ですが、ほかにも戦争がなかったことや、環境を破壊することなく適度な恵みを享受して自然と共存するサステナビリティ社会であったこと、また男女が平等であったことなど、他の古代文明には見られない素晴らしい特徴がありました。日本語の基本構造や日本人の宗教・ものの考え方のルーツも、実はこの時代にあるとも言われており今後の研究の成果が楽しみです。
- ▶ そう言えば、福島市にも有名な「宮畑遺跡」があります。まだまだ発掘途中とのことで、早く全貌が明らかになることを願っています。夢かもしれませんが、古代文字などの新発見があれば……世界遺産登録は間違いなしですね。

(M.W)