

2018年5月28日

お問い合わせ先:

CBRE

マーケティング&コミュニケーション

03-5288-9283

CBRE が E コマースの拡大がもたらす日本のリテール市場への影響を発表

**リテラーの約 9 割が EC 販路を持っている一方、EC 拡大による実店舗の
出店戦略への影響は、多くのリテラーが限定的と捉える**

～ E コマース×リアル店舗の現状に関するアンケート～

CBRE(日本本社:東京都千代田区丸の内)は本日、特別レポート「ネット時代のリアル店舗」を発表しました。当レポートは「CBRE リテラー意識調査 2018 ～ E コマース×リアル店舗の現状と未来(への展望)に関するアンケート～」の結果を踏まえ、E コマースの拡大がもたらす日本のリテール市場への影響についてまとめたものです。

【主要ポイント】

◆経済産業省が発表した2017年の日本国内の消費者向けEコマース市場は、前年比9.1%増の16兆5054億円に拡大。Eコマースの浸透度合いを示すEC化率*1も0.36ポイント増加し5.79%に上昇した

◆一方、2017年の日本国内の小売業販売額は142兆5160億円と、Eコマース市場の約7.6倍。そのため、リアル店舗の売上を毀損するいわゆる「ショールーム化」を懸念しているリテラーも2割程度と少数にとどまった

◆Eコマースの拡大は、新規出店の面積、立地や形態に、現状では大きな影響は与えていないことが回答結果からうかがえた。既存店舗や新規出店数を減らすというリテラーも限定的。ただし、リアル店舗のあり方は今後大きく変化することを示唆する回答が散見された

*1 経済産業省が発表した、小売の売上全体に対する EC 売上の比率

Eコマース×リテラーの現状

回答したリテラーの約 9 割が EC 販路を持っていることがわかりました。自社ならびに他社*2の EC 販路を持っている割合が高かった業種は「ファッション」でした。一方、自社の EC 販路のみという回答が多かった業種は「ラグジュアリー」でした。EC 化率が「5%未満」と回答した業種でも「ラグジュアリー」の割合が高いという結果になりました。ブランドのアイデンティティを重視するラグジュアリーブランドは、独自色が希薄化するリスクのある他社の EC 販路を敬遠する傾向が見受けられます。

E コマースで買い物をする消費者が増えたことにより、リアル店舗でモノが売れなくなる、いわゆるショールーム化*3したリアル店舗の有無については、8 割を超えるリテラーが“ない”という回答でした。現状ではリアル店舗の市場規模が E コマースの約 7.6 倍も大きいため、リアル店舗のショールーム化を懸念しているリテラーは少ないと言えます。また、オムニチャネル*4を構築しているリテラーは、リアル店舗のショールーム化をむしろ推奨しているようです。

Eコマース×リアル店舗のこれから

E コマースの拡大が、リアル店舗の新規出店面積に影響すると回答したリテラーは約 2 割程度に

とどまりました。内訳は、従前よりも面積が大きくなった、または小さくなったというリテラーがそれぞれ 1 割程度となっています。面積が大きくなった理由としては、イベントやプロモーションに面積を使いたいというリテラーが多くみられました。一方、面積が小さくなった理由としては、今よりもよい立地に出店したいが、コストは抑えたいというリテラーが多くみられました。E コマースの拡大が、リアル店舗の新規出店の立地や形態に影響すると回答したリテラーは約 15%でした。影響すると回答したリテラーの中には、主要な商業エリアで新たに路面店舗を持つようとしている動きが複数みられています。

E コマースの拡大により、既存店舗や新規出店数を減らすというリテラーも限定的で、どちらも減らさないという回答が約 8 割でした。また、担当ブランドのリアル店舗数が 2030 年に増減しているかと訊いた設問でも、今よりも増えている(60.2%)が今よりも減っている(23.3%)を約 37 ポイント上回りました。しかしこれらの回答は、E コマースの普及率が低い現状における予測となります。そのため、E コマースの拡大ペースの加速やイノベティブなテクノロジーの誕生など、今後の E コマース市場の発展には注視する必要があります。

*2:ZOZO TOWN、Amazon.com、&mall などの EC サイト

*3:ショールーム化とは、消費者がリアル店舗で確認した商品をお店では買わず、E コマースで購入すること。リアル店舗の売上が棄損される原因となる。

*4:リアル店舗や E コマースをはじめとするあらゆる販売チャネルや流通チャネルを統合し、それによりどの販売チャネルからもスムーズに商品を購入することができる環境を実現すること。

CBRE 日本法人について

CBRE 日本法人は、不動産賃貸・売買仲介サービスにとどまらず、各種アドバイザリー機能やファシリティマネジメント (FM) などの 18 の幅広いサービスラインを全国規模で展開する法人向け不動産のトータル・ソリューション・プロバイダーです。CBRE の前身となった生駒商事が 1970 年に設立されて以来、半世紀近くにわたり、日本における不動産の専門家として、全国 10 拠点で地域に根ざしたサービスを展開してきました。企業にとって必要不可欠な「ビジネスインフラ」として認められる不動産アドバイザリー&サービス企業を目指して、国内 1,000 名を超えるプロフェッショナルが、最適かつ確かな不動産ソリューションを中立的な立場で提供いたします。詳細につきましては日本国内ホームページ www.cbre.co.jp をご覧ください。公式 Twitter アカウント: [@cbrejapan](https://twitter.com/cbrejapan)

CBRE グループについて

CBRE グループ(NYSE:CBRE)は、「フォーチュン 500」や「S&P 500」にランクされ、ロサンゼルスの本拠とする世界最大の事業用不動産サービスおよび投資顧問会社です(2016 年の売上ベース)。全世界で 75,000 人を超える従業員、約 450 カ所以上の拠点(系列会社および提携先は除く)を有し、投資家、オキュパイヤーに対し、幅広いサービスを提供しています。不動産売買・賃貸借の取引業務、プロパティマネジメント、ファシリティマネジメント、プロジェクトマネジメント、事業用不動産ローン、不動産鑑定評価、不動産開発サービス、不動産投資マネジメント、戦略的コンサルティングを主要業務としています。

※免責事項: 本文書は貴社の責任と判断で利用いただくものであり、弊社は、貴社又は第三者が本文書に基づいて行われた検討、判断、意思決定及びその結果について法律構成・請求原因の如何を問わず一切の責任を負わないものとします。