

# オムニチャネル戦略

バーバラ E. カーン

Patty and Jay H. Baker Professor of Marketing

ペンシルベニア大学ウォートン校

# 2017年は小売業にとって災難の年でした

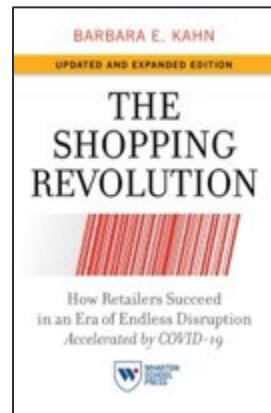


2017年に8,600もの店舗が閉鎖

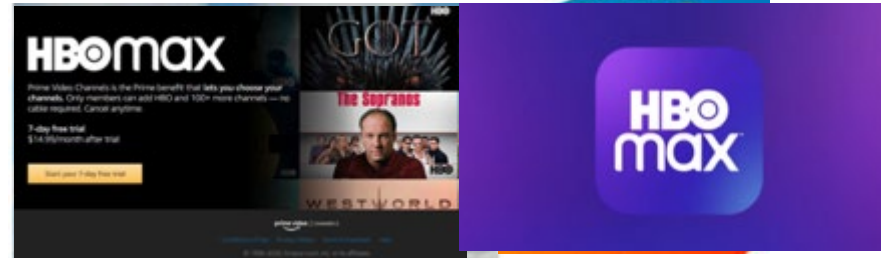
史上最悪の年となりました

## 2020年

- コロナで250,000店舗が閉鎖
- 2020年末時点で12,000店舗



# コロナ前の動向がコロナの動向によって悪化



## コロナ後の長期的な購入動向

- 安全への新たなこだわり
- オンライン購入&カーブサイドピックアップ
- デジタルシフトは「粘り強く」続く（パンデミック後のEコマース普及率は25～40%と予測）
- サステナビリティと社会運動がブランドにとってより重要な項目に
- データがより顧客中心に（パーソナライゼーション）
- 在宅勤務



2021年のマッキンゼーの研究による

# コロナ後の小売業における持続的な変化

- 顧客中心のオムニチャネル・リテイリングへの移行
- 信頼感を生む店頭体験の重要性
- カスタマーエンゲージメントおよびエクスペリエンス
- **従来型の企業とデジタル企業が融合し、顧客が望むあらゆる場所に存在**



## 2つの原則

顧客は自分が価値を感じるものを信頼できる人から購入したい＝ **リテールプロポジション**





優れた価値を提供する小売店から購入したい＝ **優れた競争優位性**

# カーンによる小売業成功のマトリクス

商品メリット

カスタマー  
エクスペリエンス

優れた競争優位性

<p>ブランド ブランド品 の優位性</p> 	<p>体験型 カスタマーエク スペリエンスの 向上</p> 
<p>低価格 オペレーショ ナルエクセレ ンス 最低コスト効 率</p> 	<p>スムーズな利便 性 総合的な顧客理 解とトータルな 利便性の追求</p> 

顧客の喜びを増加  
(快適さ／希望)

ペインポイン  
トを排除

リテールプロポジション

# カーンによる小売業成功のマトリクス

商品メリット

カスタマー  
エクスペリエンス

ブランド  
ブランド品  
の優位性



体験型  
カスタマーエク  
スペリエンスの  
向上

顧客の喜びを増加  
(快適さ／希望)

低価格  
オペレーショ  
ナルエクセレ  
ンス  
最低コスト効  
率



スムーズな利便  
性  
総合的な顧客理  
解とトータルな  
利便性の追求

ペインポイン  
トを排除

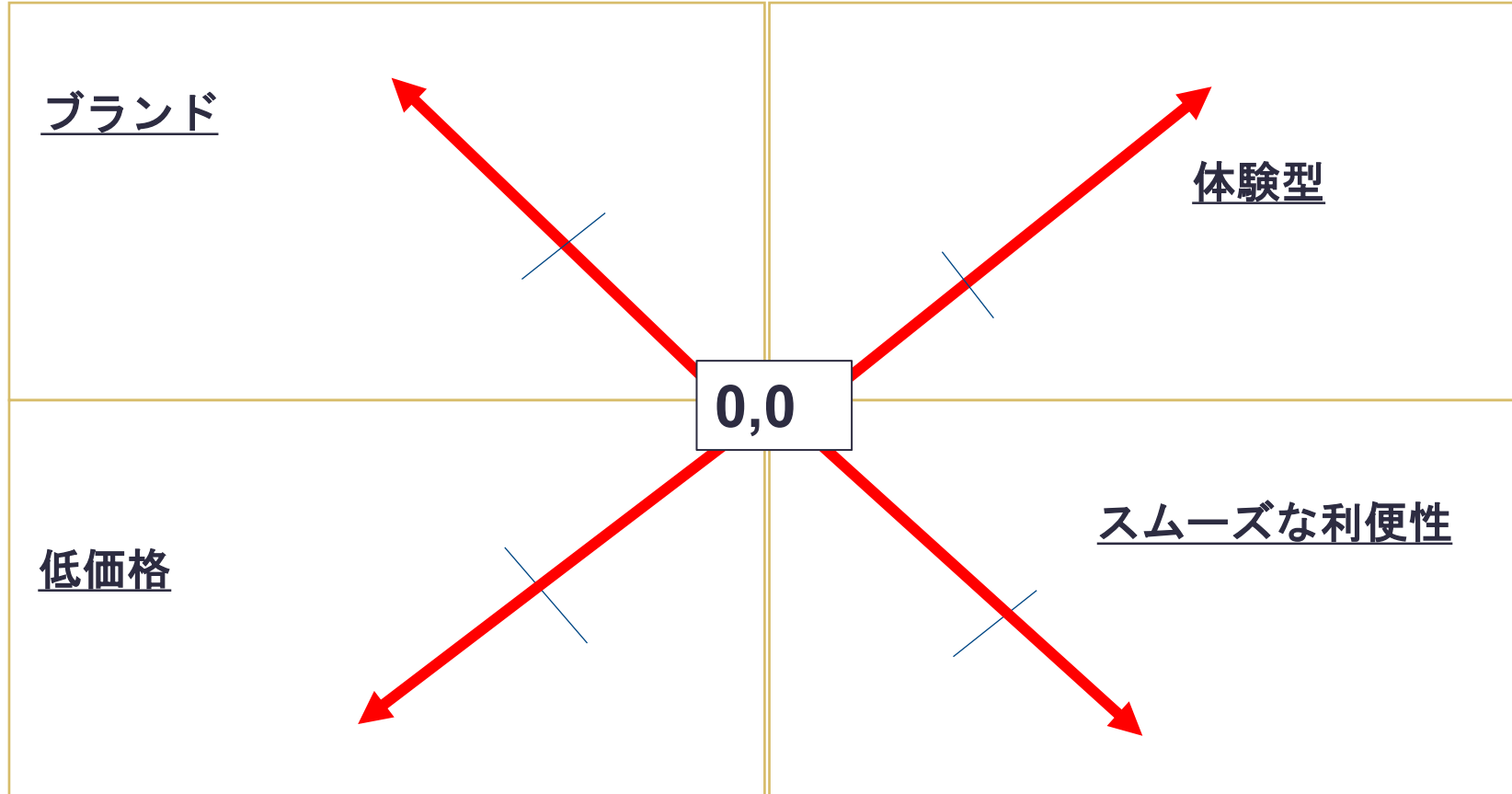
リテールプロポジション

優れた競争優位性



商品メリット

カスタマー  
エクスペリエンス



顧客の希望を増加

ペインポイント  
を排除

# 2つの象限による勝利戦略

## アマゾン

ブランド	体験型
低価格	スムーズな利便性

## ウォルマート

ブランド	体験型
低価格	スムーズな利便性

## DNVB、パーティカルブランド

ブランド	体験型
低価格	スムーズな利便性

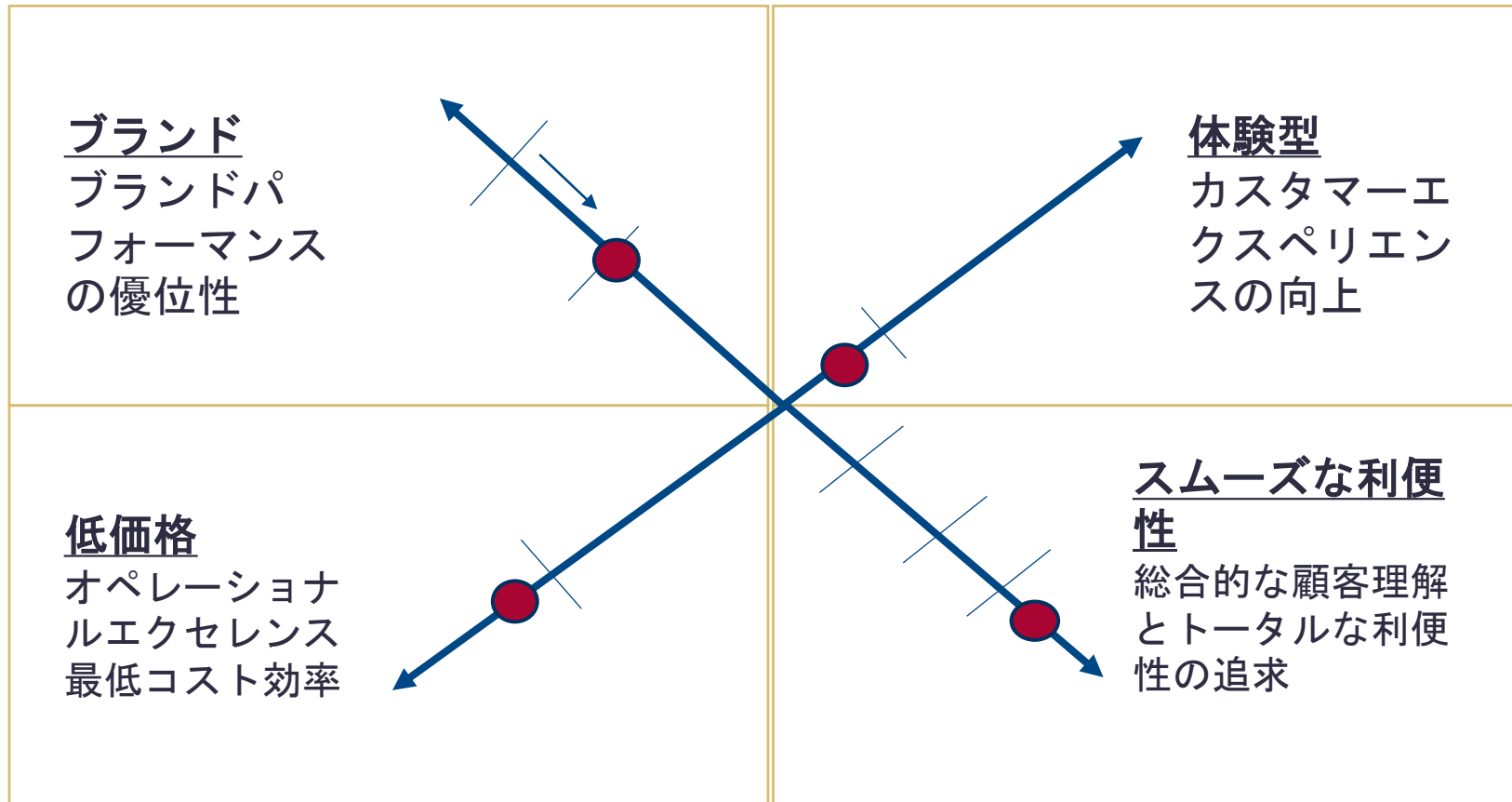
## コストコ、ラグジュアリー、セフォラ

ブランド	体験型
低価格	スムーズな利便性

# アマゾン



「あなたの利益は  
私のチャンスだ」  
ジェフ・ベゾス



# ウォルマート: EDLP (エブリデー・ロープライス)

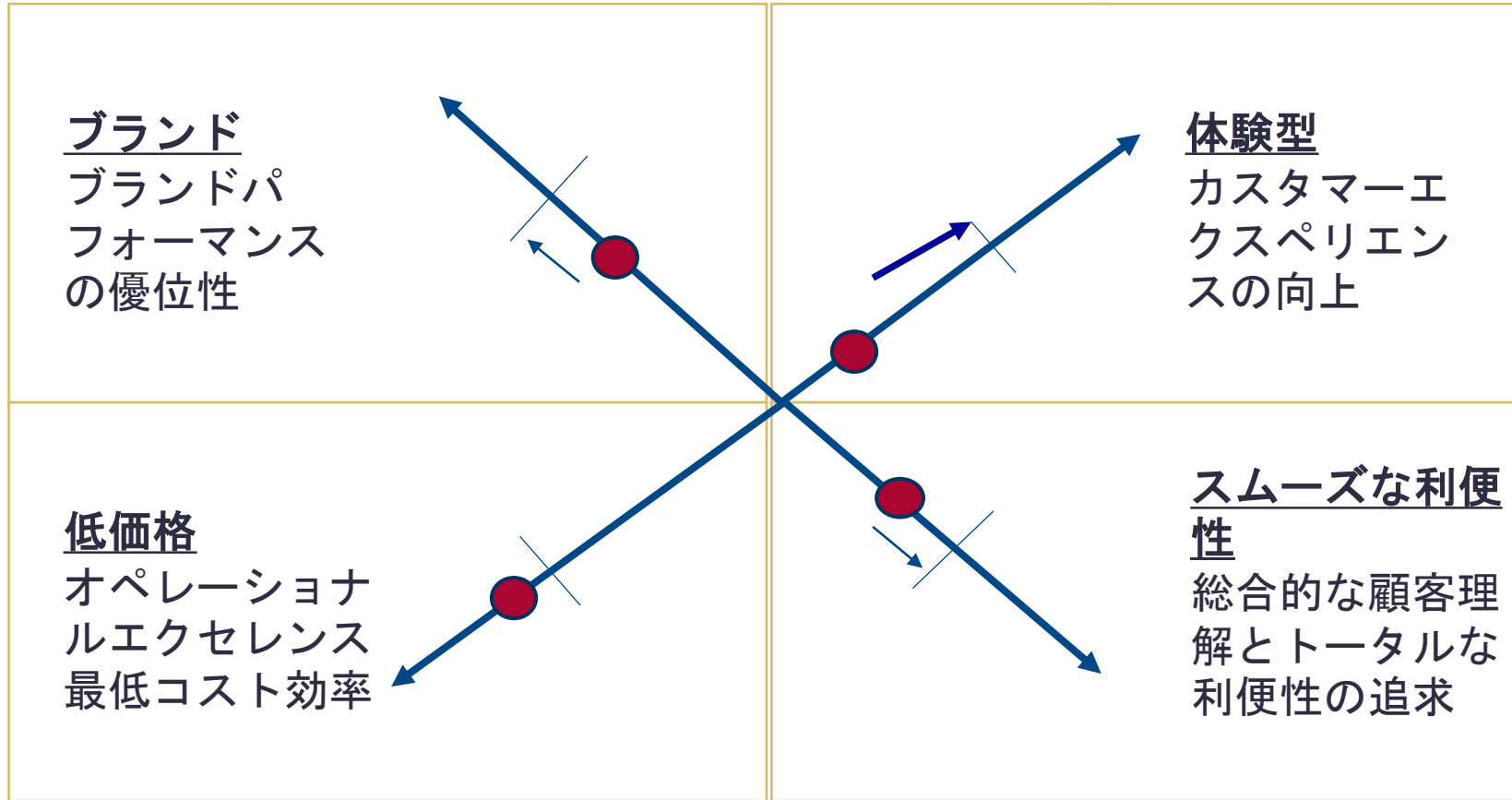


## ウォルマート: EDLP

カスタマー  
エクスペリエンス

商品メリット

優れた競争優位性



顧客の信頼／喜びを増加

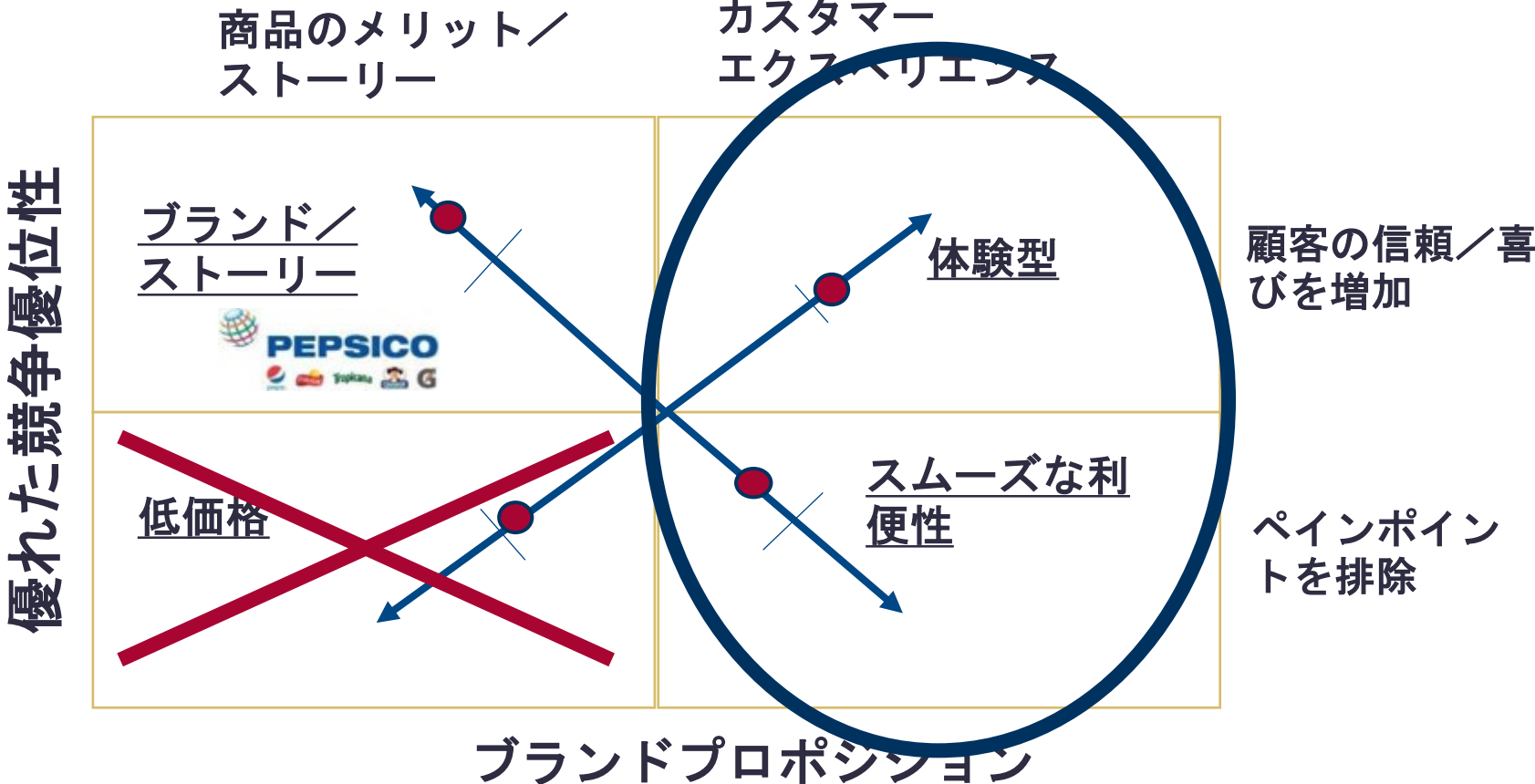
ペインポイントを排除

リテールプロポジション

# ウォルマートの食料品ピックアップサービスが高価格帯の新たな買い物客にリーチ



# プレミアムブランディング戦略（ラグジュアリーも対象）



顧客の信頼／喜びを増加させる

# コロナから得た最大の教訓：「店舗はやはり重要だ」（サックスCEO）

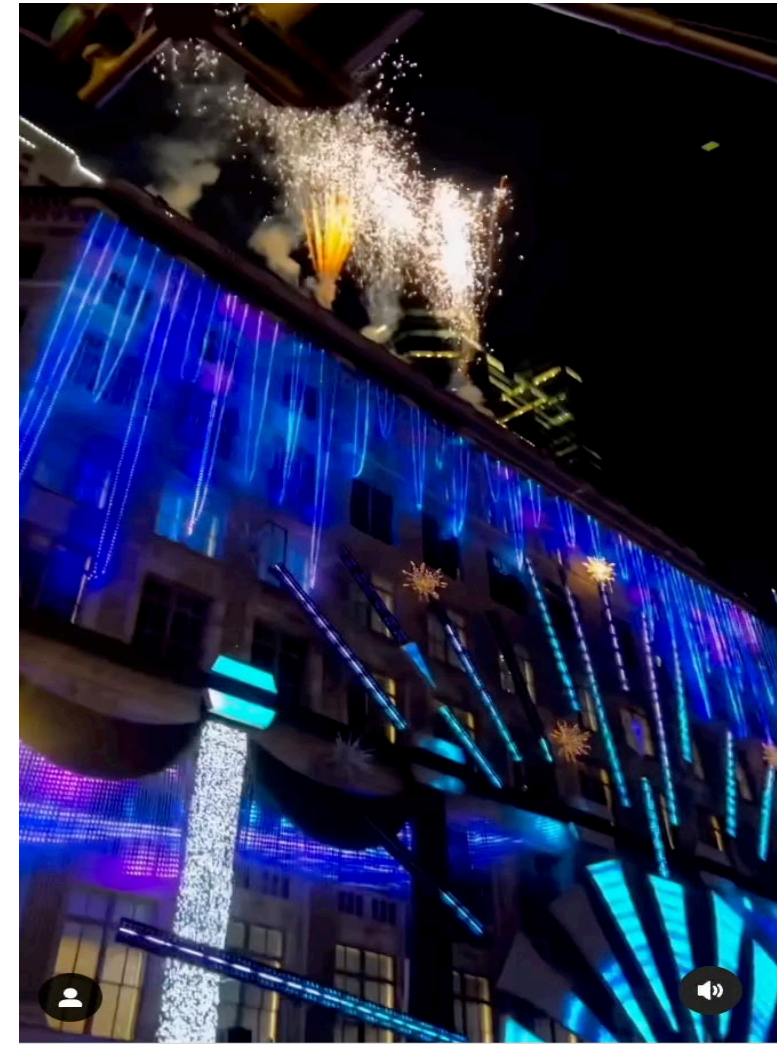




# サックスの2022-23ホリデーショー (エルトン・ジョンをゲストに迎えて)



このフラッグ  
シップストアは、  
ニューヨークで  
最も豪華な百貨  
店と言われてい  
ます



# ニーマン・マーカスの「コネクト」戦略

**Your NEIMAN'S**

The Neiman Marcus family is here to help you look and feel your best—no matter how you shop with us. Our community is united by an unapologetic love of fashion—and each other. Whether it's finding the looks you want for your day-to-day, previewing the latest designer collections, or serving melt-in-your-mouth popovers, we're here for you, online and in stores.

**WE'RE MAKING SHOPPING PERSONAL**

The world is changing, and we're all adjusting our habits to accommodate the new normal. Your comfort and safety is our utmost priority, so we've introduced innovative ways for you to shop with us.

**IN-STORE APPOINTMENTS**

Our fitting rooms are more than a place to try on clothes—they're a luxury experience. Schedule an appointment today and get ready for a day of fun and fashion.

[BOOK YOUR APPOINTMENT](#)

**CURBSIDE PICKUP**

Whether you order online or purchase through your style advisor by phone, we'll have your items packaged and ready to go so you can pick up your order without ever leaving your car.

[FIND OUT MORE](#)

Neiman Marcus

DESIGNERÉ WOMEN'S CLOTHING CONTEMPORARY SHOES HANDBAGS JEWELRY & ACCESSORIES BEAUTY MEN KIDS HOME GIFTS SALE

**Your NEIMAN'S**

The Neiman Marcus family is here to help you look and feel your best—no matter how you shop with us. Our community is united by an unapologetic love of fashion—and each other. Whether it's finding the looks you want for your day-to-day, previewing the latest designer collections, or serving melt-in-your-mouth popovers, we're here for you, online and in stores.

# ノードストローム・ローカル



ノードストロームのパーソナルスタイリスト



お直し



オンラインで購入&店頭で受け取り



他のオンラインショップへの返品も簡単

# コラボレーション事例



## 新しい体験のカタチ



# バドワイザーの新しいメタバース「バドバーズ」

バドバーズのロードマップでは、さまざまなチェックポイントが設けられた線路に沿って列車が移動します。

一つはバーチャル・クライズデールと名付けられ、彼らの特徴的な馬に囚んだものです。以下のような空間が展開される可能性があります。

ステラ・アルトワが協賛するNFTの競馬ゲームZed Run

NFTドロップの可能性も

もう一つの可能性：D・ウェイド×バドバーズ

もう一つの可能性：FIFAワールドカップ×バドバーズ

バドバーズ・ホリデー



# マウンテンデュー



「コード・レッド」フレーバーに  
困んだキャラクター



「ボルテージ」フレーバーに  
困んだキャラクター

# マウンテンデューがメタバースに登場





## オンライン／オフラインでの顧客価値創造： 従来の体験を拡張

マクドナルドは以下のサービスに関する特許を申請：

カスタマーは実際の商品とバーチャルな商品の両方を備えたバーチャルレストランに足を踏み入れることができ、バーチャルレストランでビッグマックを注文し、玄関まで届けもらうことが可能。

「遊び場」の発想を広げる：アートワーク、コンサート、NFTの購入など、マルチメディアファイルのダウンロードが可能。



# 顧客価値を創造する 新しい「メタバース」 没入型エクスペリエンス



ウェンディーズ・ウェンディバース（メタ）：アバターで応募すると、バーチャルフードがもらえ、ゲームで遊ぶことができ、クーポンがもらえます。

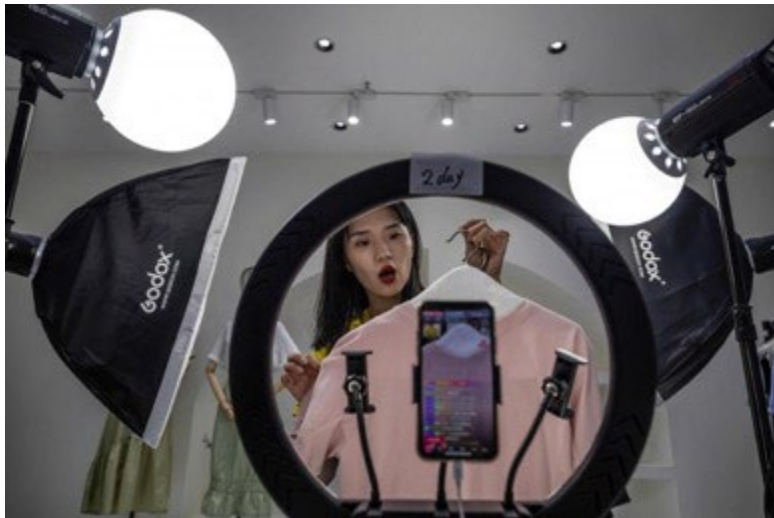


ミラー・ライト：メタ・ライト・バーを開設し、「バーチャルビール」を提供するとともに、ダーツなどの従来のソーシャルバーゲームのバーチャル版を作成しました。



2021年のハロウィンに向けてオープンしたチポトレのバーチャルレストランでは、ブリトーのミイラ、チップバッグのゴースト、「グアセンシュタイン」など、チポトレをテーマにした仮想コスチュームをプレイヤーが自分のアバターに着せることができました。（ロブックス）

# パンデミック後：ライブストリーミングによるEコマースが中国で大ブーム



TAOBAO / JD.COM

Pinduoduo (ピンデュオデュオ) —もっとお得に、もっと楽しく

Pin  
**拼**

**TOGETHER**  
一緒に

Duo  
**多**

**MORE savings**  
もっとお得に

Duo  
**多**

**MORE fun**  
もっと楽しく

すべての人に価値と幸福を

# チーム購入モデルを刷新し、交流を促進

ステップ1：プラットフォームに訪問



個人購入 36.8元 | チーム購入 29.9元

ステップ2：新規チーム購入を開始



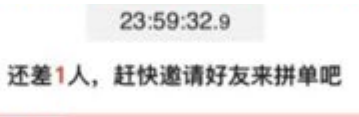
ステップ2.2：既存のチーム購入に参加



ステップ3.1：SNS上で友達や家族を招待



ステップ3.2：チーム編成を24時間待つ



チーム編成を確認



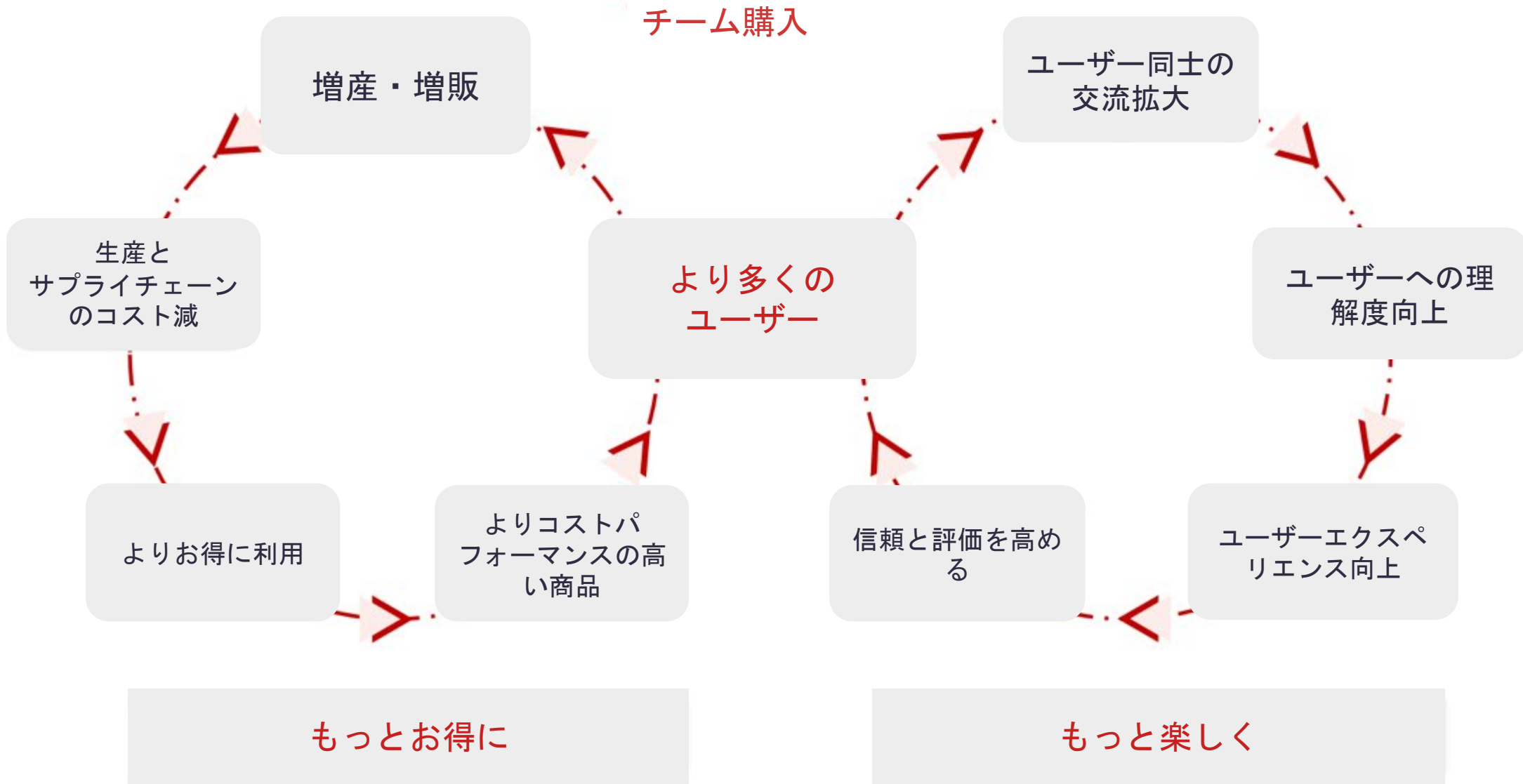
商品発送



レビュー



# 自己強化型の好循環システム



## オンラインショッピングに「楽しさ」を提供

アプリをブラウズすることで、ユーザーは幸せやワクワク感を味わうことができ、アプリ内のゲームやプロモーションは、ユーザーの交流や共有、プラットフォームの利用を促進します。

「デュオ・デュオ・オーチャード」をプレイして、無料でフルーツをゲット



友人とのチーム結成を成功させ、商品を無料でゲット



「デュオ・デュオ・ファーム」と「デュオ・デュオ・クラッシュ」によるエンゲージメント向上



カードを集めて特典をゲット

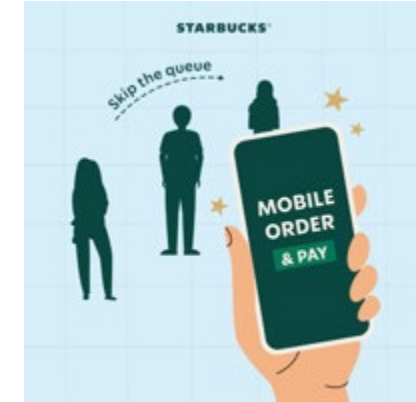


ペインポイントを取り除く：  
自動化&パーソナライゼーション



# 超便利さを追求

- 1) 「超便利さ」は、すべての購入において根本的に最優先されるようになります。（決済を超えて、時間を節約、等）
- 2) 退屈な小売はもう要らない
  - 退屈な小売はすべて自動化：家の中に配置されたセンサーが商品の消費状況を把握し、必要な時に自動的に注文（自動更新）、交換品を即日デリバリー。

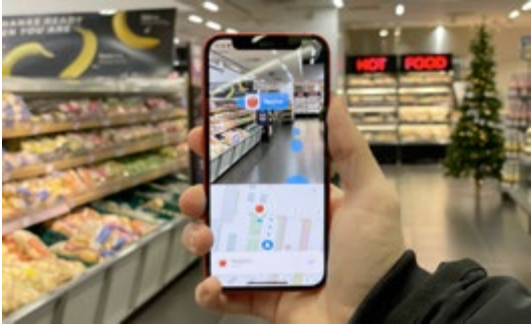


## クイック会計のための個人認証

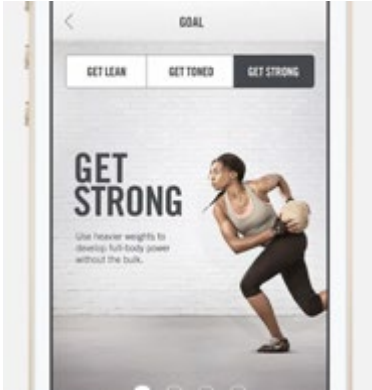
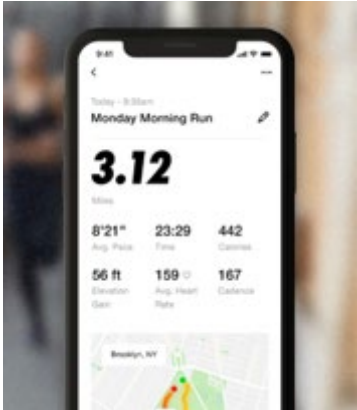
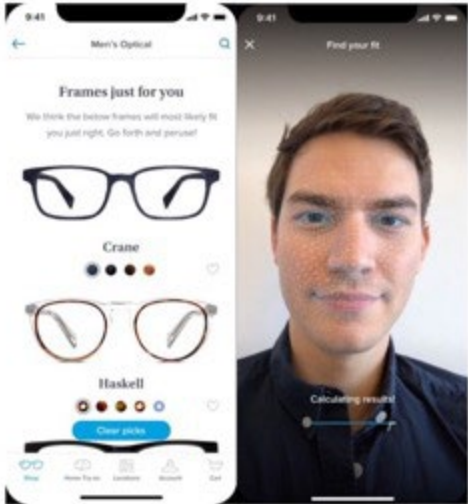
amazon



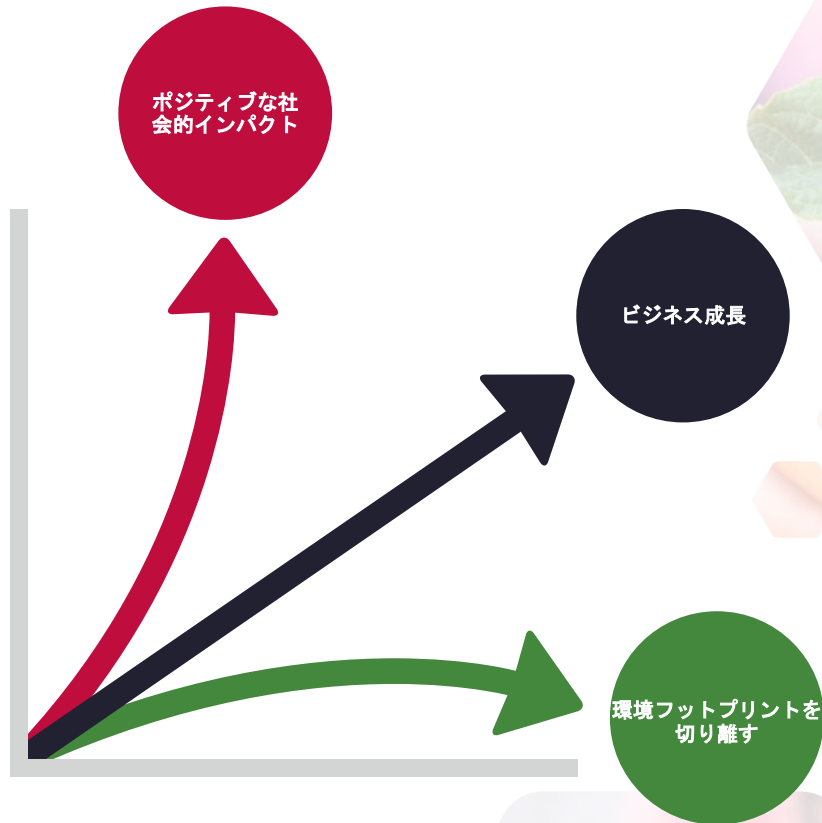
# 新しいテクノロジー



デジタルと店舗の両方で展開するNIKEスポーツのサービス



# ペインポイントを取り除く： サステナビリティへの取り組み



## 私たちのビジョン

環境フットプリントを成長から切り離し、ポジティブな社会的インパクトを増大させながら、ビジネスを成長させる

## サステナブルなブランドに対する消費者のニーズは高まっている

33%

サステナブルな購入

54%

サステナブルな  
ブランドの  
潜在的な市場

21%

サステナブルな購入は  
していないが、  
そうすることに前向き

# ユニリーバの濃縮小型化の試み「スモールは新しいビッグ」



# ユニリーバ、詰め替え用トライアルを拡大



ラドックス シャワージェルの非接触式の  
簡単詰め替え機で、店頭でリユースボトル  
に詰め替えることが可能

# パッケージの変更



100%リサイクルのペット  
ボトルに切り替える



ダヴ石鹸のメーカーは  
美容商品から「ノーマ  
ル」という言葉を削除  
する  
200以上の商品から削  
除されると広報担当者  
が言及



ユニリーバはリサイク  
ル可能な歯磨き粉  
チューブを発売へ



# パンデミック後の世界における消費者行動

- 状況理解の重要性：小売環境の主要な変化が、カスタマージャーニーの様々な段階における買い物客の行動にどのような影響を与えるかを理解
- 従来型の企業とデジタル企業が融合し、顧客が望むあらゆる場所に存在
- 体験型小売店は元々成長傾向であったが、パンデミックによって加速：体験型小売店の成長、ライブストリーミング、ショッパーテイメント、コンテンツマーケティング