

SAMPLE

特集レポート No. 031

ヨドバシカメラのオムニチャンネル戦略

Strictly Confidential



2017年 6月28日 (第一版)

2021年 7月31日 (第二版)

はじめに

- レールサイド型の大型家電量販店として成長してきたヨドバシカメラは、業界に先駆けてEコマース「ヨドバシ・ドット・コム」を展開、2016年度にはその売上高を1,000億円を超える規模に成長させている
- 実店舗を持つ流通業やアパレル企業がEコマースに取り組んでも、狙い通りにいかないことも多い中、「ヨドバシカメラ+ヨドバシ・ドット・コム」は実店舗とECサイトによる相乗効果を目指すオムニチャネル戦略で成果を挙げている稀有な例といえる
- 本レポートでは、ヨドバシカメラのオムニチャネル戦略の成功要因を紐解き、他業界のオムニチャネル化事例との比較、今後の機会とリスクについて考察する

本資料の流れ



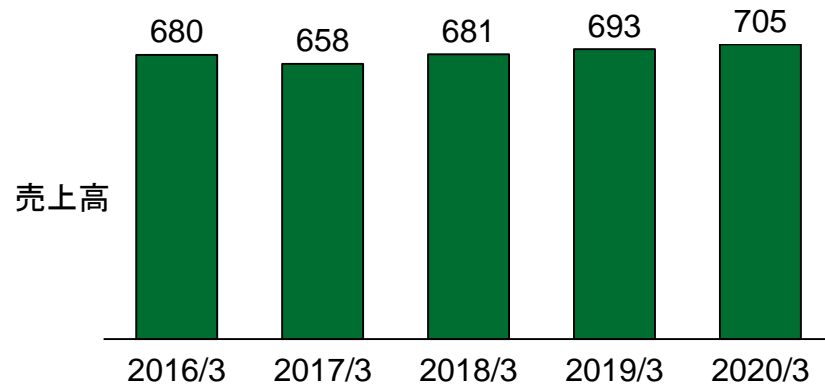
- I. ヨドバシカメラのオムニチャネルの概要
- II. ヨドバシカメラがECで台頭した背景
- III. 他業界のオムニチャネル化事例との比較
- IV. ヨドバシ・ドット・コム の機会とリスク

ヨドバシカメラの企業概要

- 都心部のレールサイド店に強みを持つ家電量販店大手
- EC事業の成長スピードは他の家電量販店の追随を許さず、業界トップを走っている

企業概要

企業名	株式会社ヨドバシカメラ
上場市場	非上場
創業	1960年4月
本社所在地	東京都新宿区北新宿3-20-1
従業員数	5,000名(2019年4月)
代表者	代表取締役 藤沢和則
業績	(単位:十億円)



出所: ヨドバシカメラWebサイト

事業内容・動向

店舗事業

- 都心部のレールサイド立地に大型店舗を構え、全国23店舗を展開(2021年7月時点)
- カメラ専門店から始まり、現在では家電だけでなく、書籍・CD、ゲーム、スポーツ用品、日用品など幅広い商品を販売
- 店づくりとしては、買い物目的だけではない「楽しいお店」をコンセプトとしており、手厚いサービスに定評がある

EC事業 ヨドバシ・ドット・コム

- 1997年より、インターネット通販事業を開始
- ECを早期から一つのチャネルとして捉え、2000年には基幹システムを統合し在庫管理から物流まで一元管理を可能にしている
- 2021年7月現在においては、およそ800万種類の商品を扱っている
- 2016年度に売上高は1,000億円を突破
- 「ヨドバシエクストリーム」という翌日配送サービスをスタートし、東京23区を中心に翌日に受け取れる体制を構築
 - このサービスの配送は業者委託ではなく、自社で内製化している

ヨドバシのインターネット通販:ヨドバシ・ドット・コムの特徴

- ヨドバシ・ドット・コムは大きく四つの特徴によって優位性を築いている

①家電通販の枠を越えた圧倒的な品揃え

- 2021年7月時点では約800万種類以上もの商品を揃える
- 家電量販店のECサイトという枠組みを越え、日用品やファッション用品、生鮮食品まで幅広く取り扱う

②高還元率のポイントプログラム

- 家電製品の購入は8%~10%ポイント還元
 - 高額な買い物の“お得”ニーズは大きく、消費者にとって非常に魅力的となっている
- 従来よりポイント制度で囲い込んでいた顧客がECへ流入
- クレジットカード付ポイントカード(ゴールドポイントカード・プラス)は更に1%付帯されるためインセンティブが大きく、リピーター獲得に繋がっている

③店舗とECの統一による“オムニチャネル”

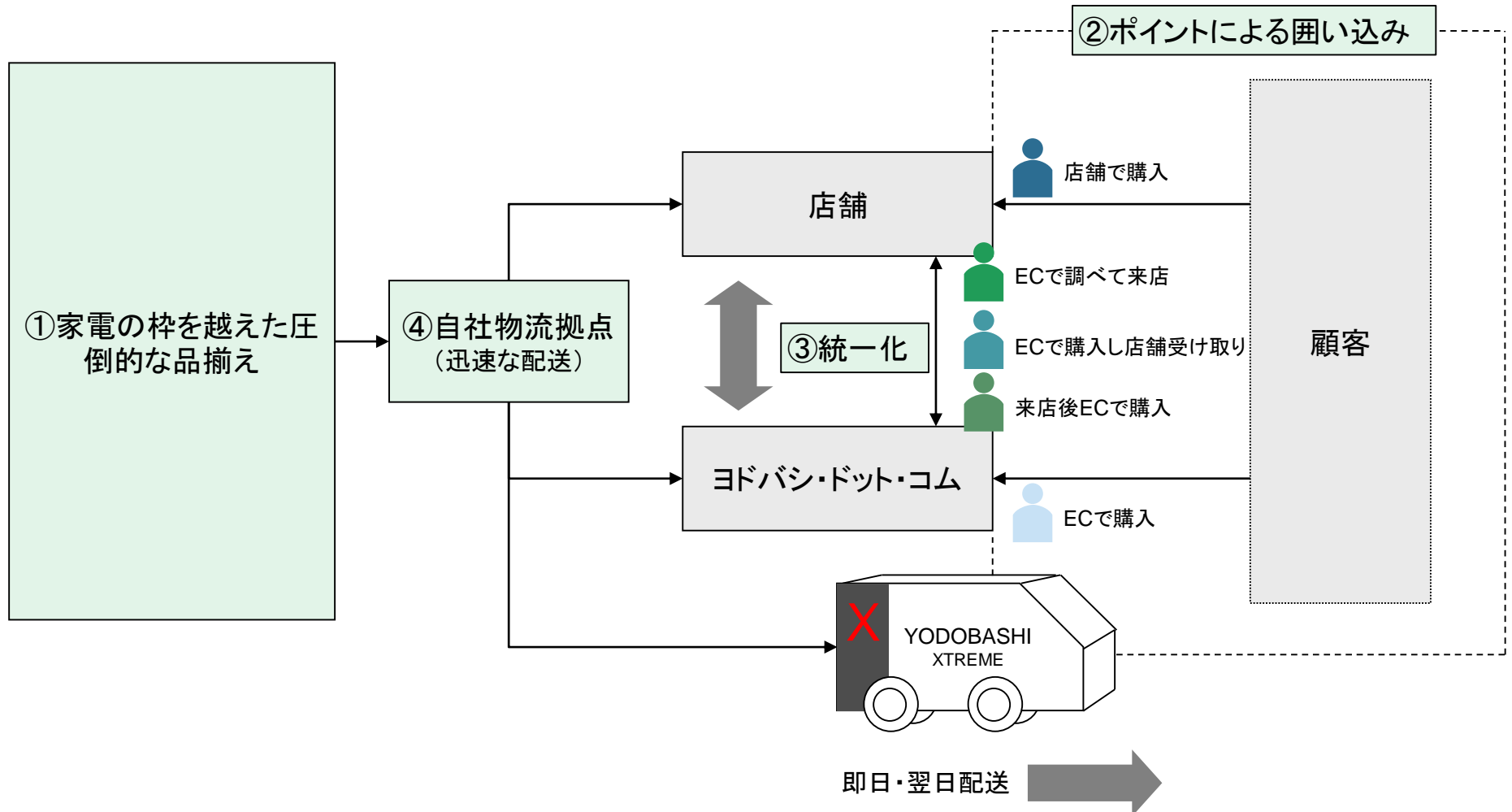
- 商品価格、修理や返品・返金などのサービスの料金も店舗とECで完全に統一
- 店舗での撮影自由化やバーコードリーダーアプリによるECへの誘導
 - 「店舗で見てECで買う」、「ECで調べて店舗で買う(取り寄せる)」など顧客それぞれが満足する購買スタイルが選択可能に

④戦略的に構築してきた物流網・配送部隊

- 1988年に物流センターを設立し、かつてから戦略的に物流網に投資している
 - 都市型店舗中心であったため、店舗とは別に大規模物流センターによる配送網を構築
- 「ヨドバシエクストリーム」のように、自社の配送部隊による迅速な配送が可能

ヨドバシカメラのオムニチャネル戦略

- 幅広い品揃えと、“お得”なポイントによって顧客を囲い込み、様々な購買スタイルに対応したオムニチャネルを構築
- 在庫効率化や迅速な配送を可能にする自社物流機能にも強み



SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

