リテールビジネス特集

日本のリテール産業は近年、伝統的な店舗販売に加えてテレビやインターネットを通じた無店舗販売を急速に拡大させている。また、情報通信技術の進歩を取り入れた消費者との双方向コミュニケーションを通じて、需要と供給のマッチングを新しい方法で実現し、消費者に対して極めて多様で効率的なアプローチを力強く展開している。東京オリンピック・パラリンピックが2020年に開催されることもあり、日本の観光インフラが話題になることも多いが、日本を訪問する外国人にとってショッピングは大きな楽しみの一つであり、インターネットで情報を集めて、欲しい商品を確実に入手する買い物上手の外国人が日本の滞在を満喫することも容易に想像できる。

一方で、少子高齢化、総人口の減少などの影響で将来の日本市場は縮小していくことが予想されている。そのような環境下、日本企業にとって海外市場の開拓はより一層、重要性を増している。特に、文化的にも近く、人口と市場規模が今後大きく増大していくアジアにおいてリテール活動を積極的に展開することはさまざまな産業で共通の課題となっている。

本特集では、日本のリテール産業の現状と課題、また商社が取り組む国内外でのリテールビジネスについて、有識者と商社関係者からご寄稿およびインタビューのご協力を頂いた。皆さまのご参考になれば幸いである。