

消費者に商品を届ける 役割を担っている業界

流通とは、メーカーが生産した商品を消費者に届けるプロセスのこと。つまり、商社・問屋などの卸売業とコンビニ、デパートなどの小売業をまとめたものが流通業界となる。特に小売業は高校生にも身近に感じられる業種だが、販売など消費者に直接接する仕事以外にも重要な役割を担う職種は多数。業界のしくみと合わせて、その職種のバリエーションを紹介する。

仕事ができる業界図鑑 vol.32

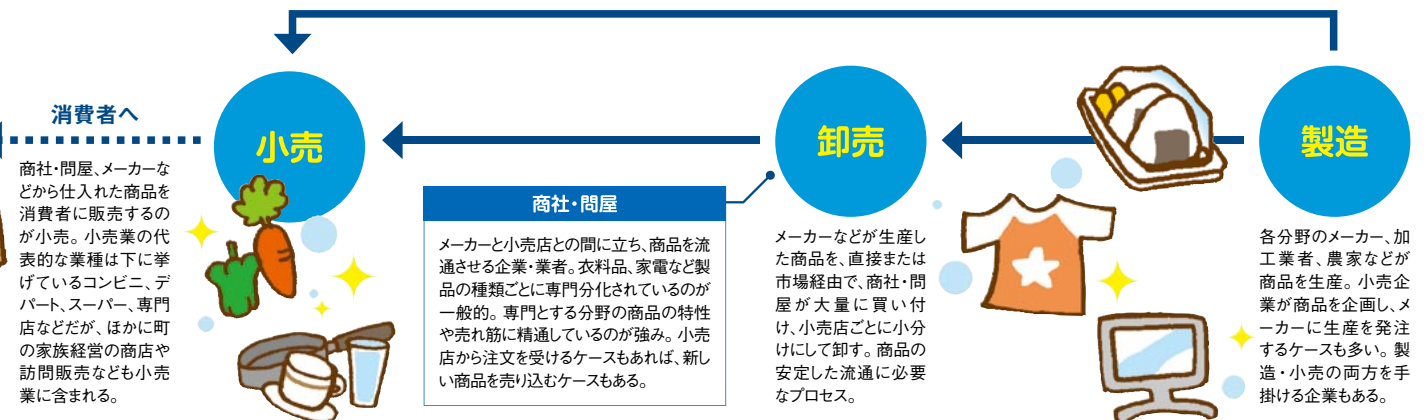
“流通業界”

取材・文 / 伊藤敬太郎 撮影 / 田中央彦 イラスト / 藤井昌子



大量買い付け可能な大型専門店などでは卸売を経ないことも多い。

●商品が流通するプロセス



●小売業の代表的な業態

<p>コンビニエンスストア</p> <p>小型の店舗で、弁当などの食品、日用品、雑誌などを販売する業態。年中無休、24時間営業または早朝から深夜までの長時間営業などが特色。社員ではなく、契約したオーナーが店を経営するフランチャイズ制度が浸透している。</p>	<p>デパート</p> <p>化粧品、衣料品、宝飾品、食品などの幅広い商品を数階建ての大型店舗で販売する業態。複数の有名ブランド、人気店が出店して売り場を構成しているケースが多い。ここ数年、大手同士の経営統合が続き、大規模な業界再編が進んでいる。</p>	<p>ディスカウントストア</p> <p>日用品、家電、食品などの商品を低価格で販売する小売店。メーカーからの商品の大量購入、無駄を極力削った店舗運営、他店やメーカーの売れ残り品を仕入れるなどの工夫で、恒常的に安売りを実現。100円ショップなどもその一形態。</p>	<p>スーパーマーケット</p> <p>食品や日用品など日常的に必要な商品を幅広く販売する小売店。生鮮食品から加工食品まで食料品の品揃えが豊富で、売りに占める割合も大きいのが特色。コンビニとの競争を意識し、長時間営業や売り場の大型化が進んでいる。</p>	<p>専門店</p> <p>家電量販店や衣料品のセレクトショップなど、特定分野の商品を専門的に扱う小売店。大型店から小型店まで規模はさまざま。チェーン展開している企業は、路面店のほか、デパートや大型ショッピングモールなどにも出店している。</p>	<p>通信販売</p> <p>店舗を持たず、Webサイト、カタログ、テレビの通販番組などを見た消費者から注文を受け、宅配便などで商品を届ける業態。現在、主流はインターネット、モバイルに移ってきている。店舗販売と通信販売の両方を手がける企業も多い。</p>
--	--	--	--	--	--

小売業の さまざまな職種

右に挙げているのが小売業の代表的な職種。上記の各業態に共通して重要な役割を果たしている職種もあれば、特定の業態で特にニーズが高い職種もある。



●出店戦略にかかわる人たち

<p>店舗開発</p> <p>出店場所の候補を探し、物件の調査、近隣の人通りや年齢層などの調査、不動産業者との交渉、内装・外装などの手配や指示などを行う仕事。小売店全般で重要な仕事だが、なかでも新規出店が多いコンビニ業界では活躍する人数も多い。</p>	<p>海外事業担当</p> <p>積極的に海外進出を図っているコンビニ、デパート、スーパーマーケットなどで拡充している職種。進出する国の調査・選定、現地のパートナー企業との交渉や経営ノウハウの提供などを行う。現地に赴くことも多く、語学力は必須。</p>
---	---

●商品戦略にかかわる人たち

<p>商品開発</p> <p>プライベートブランド商品やオリジナル商品などの企画・開発を担当する。設計や製造に関してはメーカーに発注する。他店にはない商品を提供することで差別化を図るため、特にコンビニ、スーパーなどの業界では重要な役割を担う。</p>	<p>バイヤー／MD</p> <p>バイヤーは、売れる商品を見極め、メーカーや商社・問屋と価格等の交渉を行い、買い付けを行う仕事。MD(マーチャンダイザー)は、仕入れから陳列、販促までを担当する商品担当者。企業によってはバイヤーがMDの仕事まで行うことも。</p>
--	---

●流通システムにかかわる人たち

<p>ロジスティクス管理</p> <p>ロジスティクスとは、消費者のニーズに対応して、合理的・効率的な仕入れ・在庫管理・輸送などを行う手段のこと。このロジスティクス戦略を策定し、それに基づいた物流が行われるようコンピュータシステムで管理する仕事。</p>	<p>システム開発</p> <p>上記のロジスティクスのほか、商品の販売データ、顧客データなどもすべてコンピュータシステムで管理されている。小売業界はこれらのシステムより合理化・効率化が徹底されており、開発を担当するエンジニアの役割も大きい。</p>
--	--

最新の業界事情

コンビニなどのアジア地域への進出が加速

国民経済計算によると、GDP(国内総生産)に占める流通業界の割合は2010年時点で12.6%と、製造業、サービス業に次ぐ規模。また、労働力調査によると、流通業界の就業者数は2010年時点で約1057万人。製造業を超えてトップとなっている。

ただし、長引くデフレによる消費の冷え込み、国内人口の減少などもあり、業界内の競争は激化傾向。ディスカウント合戦も限界に来ており、例えば、高齢者にターゲットを絞った売り場展開、プライベートブランド(小売業者による自主企画商品)の拡充といった他社との差別化を図る戦略に加え、海外進出の動きも加速。コンビニをはじめ、デパート、スーパーマーケットなどのアジア地域への出店数は年々増えている。

●販売にかかわる仕事

<p>スーパーバイザー</p> <p>店舗経営に関するアドバイザー。コンビニやスーパーなど特定エリアに複数出店する業態で活躍している職種。担当の店舗を定期的に回り、売り上げ、商品陳列、接客などをチェックし、改善点を指示する。エリアマネージャーともいう。</p>	<p>店長</p> <p>店舗の経営に関する責任者。小売企業が直営する店舗の場合は社員が、コンビニなどのフランチャイズチェーンの場合は本部と契約を結んだオーナーが務める。売り上げ管理、マーケティング、スタッフへの接客指導など仕事は幅広い。</p>	<p>販売</p> <p>売り場やレジに立って接客し、商品を販売する仕事。商品の陳列や顧客への商品説明なども行う。店の顔となる役割であり、接客マナーやコミュニケーション能力が問われる。一連のスキルを習得するには販売士の資格取得も有効だ。</p>
---	--	---

なるには？

コンビニやその他小売企業の海外事業担当となるには入社して海外部門などに配属されなければならない。そのチャンスを増やすためにも英語力は磨いておきたい。小崎さんは大学時代のオーストラリア留学で基礎的な英語力を鍛えたという。また、コンビニ志望なら学生時代にアルバイトをして、「コンビニ」のシステムを实地で学ぶとベター。

国内にいるときは9:00に出社。1時間ほどメールチェックをし、10:00ごろから海外駐在スタッフと電話でやりとり。午前中は、ほかに社内提出用の報告書などを作成する。午後は、銀行や商社の担当者と会って海外事情の情報収集など。社内会議が入ることも多い。

◎小崎さんの「1日」

「日本国内のようにあつんの呼吸は通じません。自分の意見をはっきり言うことが重要ですね」
数々の苦労があるからこそ、自分がかかわった店の1号店が開店したときの喜びはひとしおだ。

商品開発には現地の文化も取り入れつつ、おにぎりなど日本ならではの商品も取り入れる。世界の中でも優れた日本のコンビニのスタイルやシステムを新たな地に適応させることが小崎さんの使命だ。
「日本国内のようにあつんの呼吸は通じません。自分の意見をはっきり言うことが重要ですね」
数々の苦労があるからこそ、自分がかかわった店の1号店が開店したときの喜びはひとしおだ。

ベトナム、インドネシアなどでファミリーマート現地1号店を出店

株式会社ファミリーマート
海外事業本部 海外事業部 北米・南アジアグループ
小崎太郎さん(33歳)



愛媛県立今治西
高校、東洋大学
経営学部卒。新卒でファミリーマートに入社。店舗勤務、店長、スーパーバイザーを経て海外事業部(現名称)に異動。