

目 次

次世代流通の構築に向けて ～流通機能の変容とプレーヤーに求められる変革～

はじめに	1
I. 流通業の外部環境変化と持続可能な次世代流通構築の必要性	4
1. 持続可能な流通構造の必要性	
2. テクノロジーの進化と流通へのインパクト	
3. まとめ：流通機能の変容／次世代流通に向かうために	
II. 店舗型小売業のビジネス変革の方向性	23
1. はじめに	
2. 既存ビジネスでの収益性確保に向けた喫緊の取り組み	
3. 次世代流通への転換に向かって店舗型小売業が取り組むべき変革	
4. おわりに ～小売のビジネスモデルはどう変わるのか	
III. 次世代流通における物流専門オペレーターのあり方	39
1. はじめに	
2. 次世代流通実現に向けた物流の変革と物流専門業者の戦略方向性	
3. おわりに	
Column1. 商用車の視点からみた物流業界の課題と新ビジネスモデル	50
IV. 流通事業者を支えるテクノロジーベンダー企業の戦略と課題	68
1. はじめに	
2. テクノロジーベンダー企業が流通の変化に注目する背景	
3. テクノロジーベンダー企業の事業構造と変化の方向性	
4. 流通事業者向け事業におけるテクノロジーベンダー企業の課題	
5. 流通の変化に向き合うテクノロジーベンダー企業の採るべき方策	
6. おわりに	
Column2. テクノロジー企業に変貌した Ocado のビジネスモデル	76
V. モバイル決済事業者から見た OMO マーケティングの可能性	79
1. はじめに	
2. 海外におけるモバイル決済の状況	
3. モバイル決済を起点としたビジネスモデル	
4. モバイル決済事業者の戦略と B2C ビジネスに与える影響	
5. おわりに	
参考文献一覧	102