

# 100円ショップ業界戦略レポート

「100円の呪縛」からの脱却：インフレとDXが迫る生存戦略



# 持続的成長のための5つの戦略的提言



## 1. 価値提案の再定義

「安さ」から「価格以上の価値」へ。マルチプライス戦略による脱・薄利多売。



## 2. データドリブン経営

KKD（勘・経験）から脱却し、AI需要予測とSPI活用で在庫回転率を劇的改善。



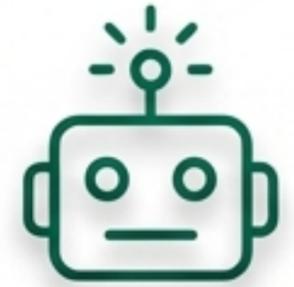
## 3. 実店舗体験の最大化

ECディスプレイプターに対抗する、リアル店舗ならではの「宝探し」体験の進化。



## 4. サプライチェーン強靱化

トリプルコスト高と物流2024年問題に対応する、脱・中国依存と調達網の分散。

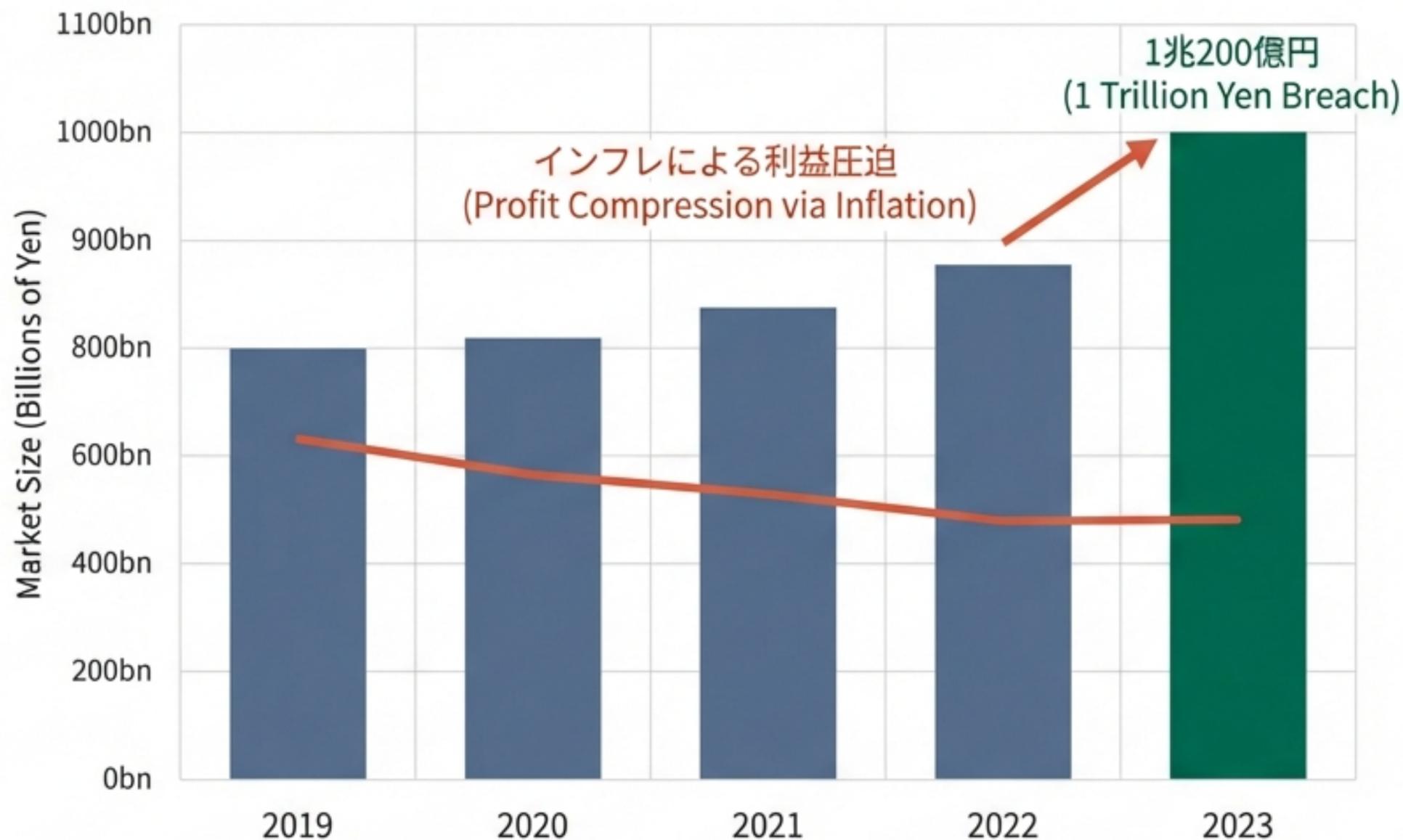


## 5. AI生産性革命

生成AIによる商品開発・コピーライティング自動化と、バリューチェーンの刷新。

# 1兆円市場のパラドックス：増収の裏で進行する収益構造の危機

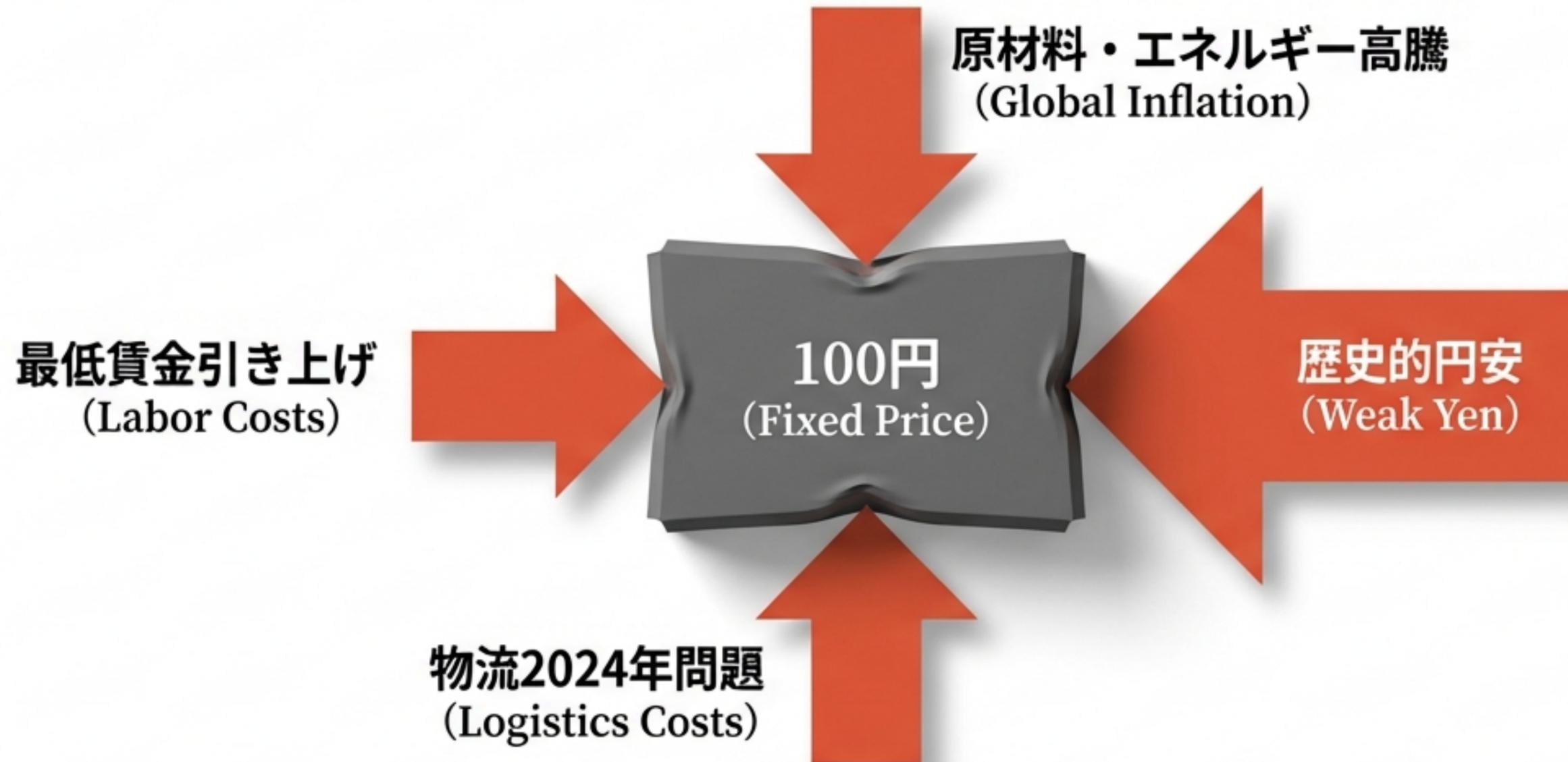
市場規模と営業利益率の推移 (Conceptual Data)



## Key Insights

- **トップライン成長:** 物価高による生活防衛意識が追い風。
- **収益性の壁:** 「100円」の価格硬直性がコスト転嫁を阻害。
- **市場飽和:** 店舗数は約8,900店に到達。量的拡大の限界。

# ビジネスモデルを揺るがす「トリプルコスト高」と円安の衝撃



輸入・大量調達モデルの崩壊：円安とコスト増が、従来の利益構造を物理的に破壊している。

# 全方位からの包囲網：境界線が消滅した競争環境



競合は同業者だけでない。すべての低価格帯プレイヤーがシェアを奪い合う。

# 戦略1：価格の多様化による「価値」の再定義



「すべて100円」の制約を外し、利益率の高い中価格帯へミックスをシフトする。

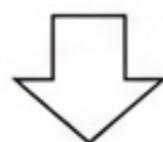
# 戦略2：KKD（勘・経験・度胸）からの脱却とデータドリブン経営

## Case Study: Seria's SPI (Seria Purchase Index)

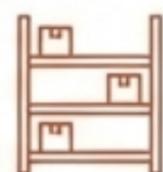
### 従来のMD (Traditional)



KKD（勘・経験）に依存



**過剰在庫・欠品**  
(Overstock/Stockout)



### SPIシステム (Seria Model)



データ・予測AIによる自動発注

**在庫回転期間 約50日 (Industry Benchmark)**



**高収益体質の実現**



全社的なデータ活用体制の構築により、業界屈指の効率性と収益性を実現。

# 戦略3：生成AIがもたらす「商品開発」と「サプライチェーン」の革命

## 企画 (Planning)



◆ SNSトレンド分析  
(Trend Spotting)

「推し活」トレンドの早期発見

## デザイン (Design)



◆ 生成AIデザイン  
(GenAI Design)

無限のバリエーションを即時生成

## 販促 (Marketing)



◆ コピー自動生成  
(Auto-Copywriting)

パッケージ・POP作成の効率化

## 在庫 (Inventory)

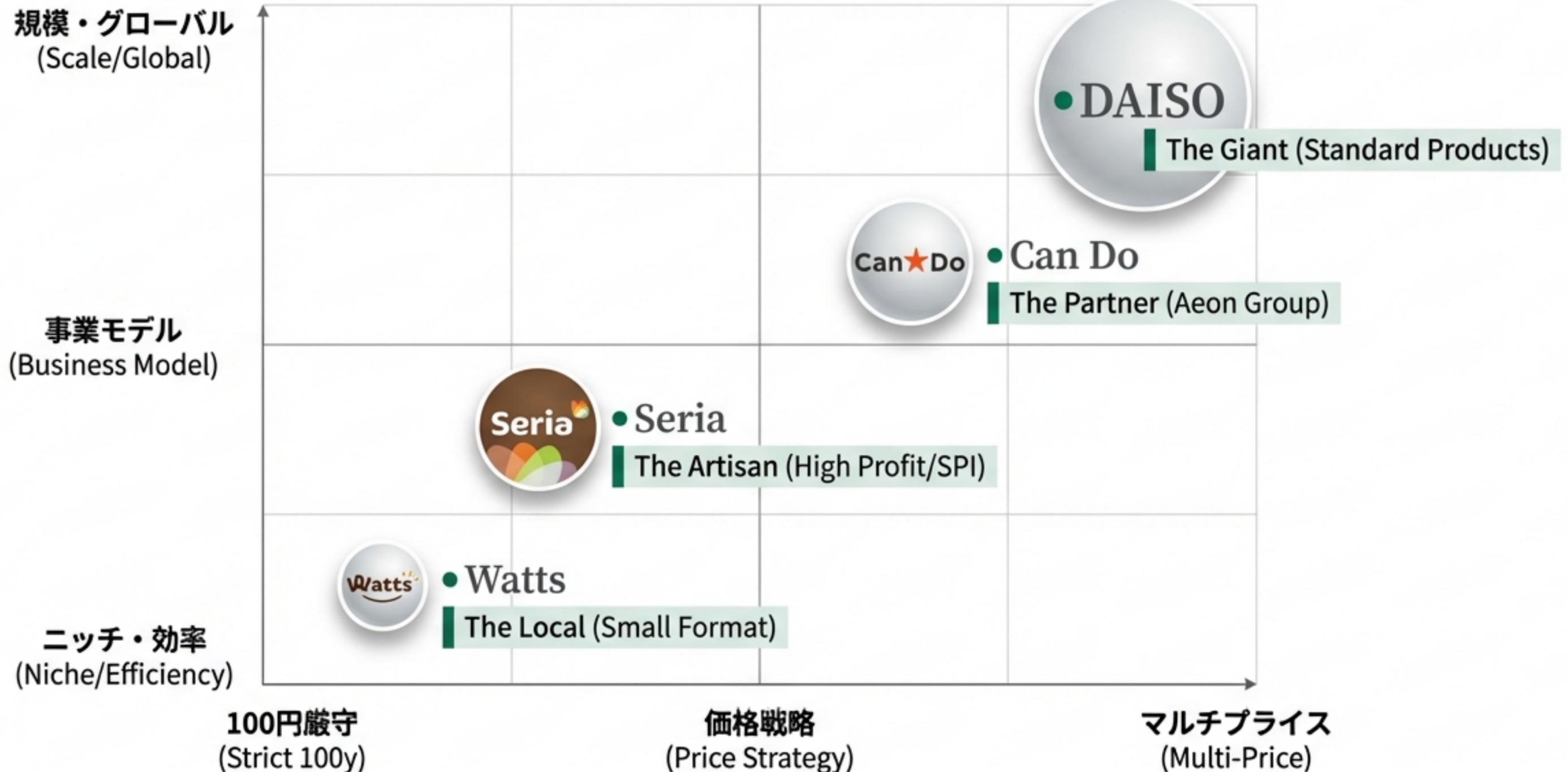


◆ 死に筋排除  
(Death Stock Elimination)

予測AIによる早期見切り

スピードこそが新たな通貨。トレンドを逃さず、ロスを生まない体制へ。

# 主要4社の戦略的ポジショニング



# 顧客インサイト：「目的買い」と「宝探し」の二極化

## 目的買い (Purpose Buying)



**SNS is the new Storefront.**  
**(SNSが新たな売り場)**

- 必需品 (Necessities)
- 機能重視 (Function)
- ドラッグストアと比較 (Price Sensitivity)

## 宝探し (Treasure Hunting)



- トキメキ (Excitement)
- SNS映え (Viral)
- 推し活・趣味 (Fandom/Hobbies)

# 分岐点となる戦略オプションの選択

## A. Value Defender Seria Style

100円を死守。徹底的な効率化。

原価高騰による品質低下リスク。

## B. Value Expander Daiso Style

価格帯を拡張し、利益を確保。

ブランドの同質化。

## C. Experience Innovator Digital Focus

ECと店舗の融合（OMO）。

投資負担大。

## ■ 推奨：Hybrid Value Transformation (ハイブリッド変革)

マルチプライスで利益を確保し、AI/DXに再投資する。

# 2030年に向けた変革ロードマップ



## Phase 1

(1-2 Years: Foundation)

- 価格戦略の再構築  
(300円/500円導入)
- データ基盤の統一
- 物流2024年問題への対応



## Phase 2

(3-4 Years: Expansion)

- 高付加価値PBのローンチ
- AI自動発注の全店導入
- サプライチェーンの分散  
(脱・中国)



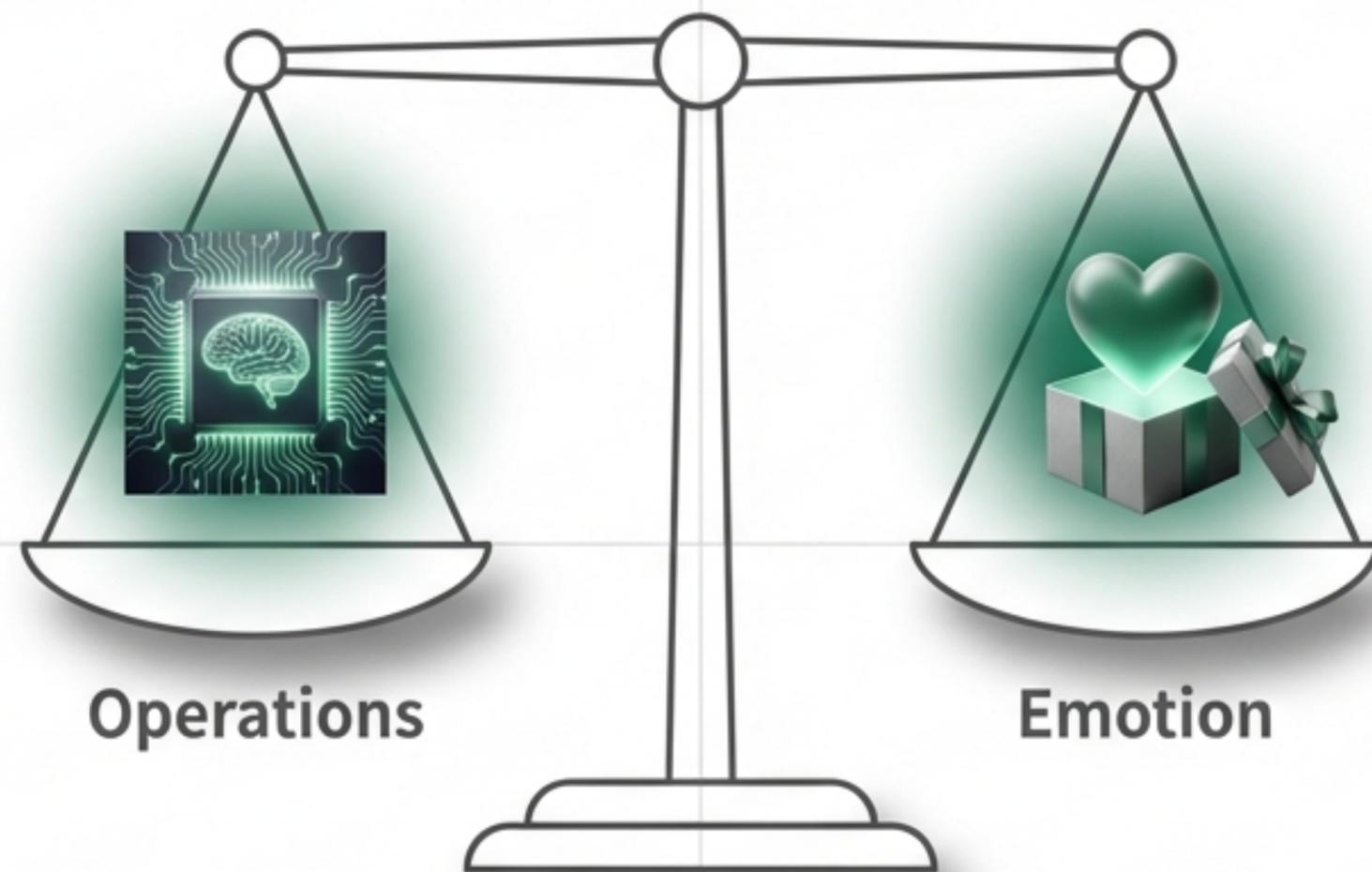
## Phase 3

(5+ Years: Evolution)

- OMO (Online Merges with Offline) 完成
- グローバル展開  
(北米・アジア)
- 完全パーソナライゼーション



# 結論：「デフレの象徴」から「価値創造企業」への進化



**勝者の条件：科学的オペレーション（Science）  
と情緒的価値（Art）の融合**

「100円の呪縛」を解き放ち、消費者が『払いたい』と思える価値を創る。

# 参考文献・データ出典

■ ● 帝国データバンク  
「100円ショップ市場動向調査」  
(Teikoku Databank)

■ ● 各社決算資料・IRレポート  
(Daiso, Seria, Can Do,  
Watts IR Reports)

■ ● 流通ニュース / Retail Guide  
(Retail News Sources)

■ ● 経済産業省  
「物流の2024年問題」  
(METI Reports)

■ ● 財務諸表に基づく推計値  
(2023-2024)