



体験とコミュニティが駆動する ポスト・ブームの アウトドアショップ戦略

AIとサステナビリティが描く「ライフスタイル・ソリューション」への転換



エグゼクティブサマリー：モノ売りからの脱却と「4つの勝因」

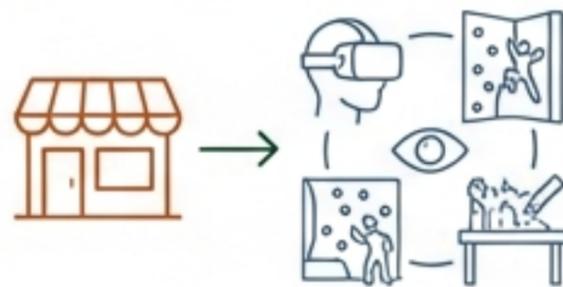
市場環境と決定的な変化

- 2023年はコロナ特需の反動で市場縮小 (-4.7%) したが、2024年は回復 (+4.0%) 予測。
- 顧客は「コア層（専門性）」と「ライト層（価格）」へ二極化。中間層は消滅する。
- 提言：事業ドメインを「アウトドア用品販売」から「AIライフスタイル・ソリューション」へ再定義せよ。



Experience

店舗を「販売の場」から「体験のハブ」へ。



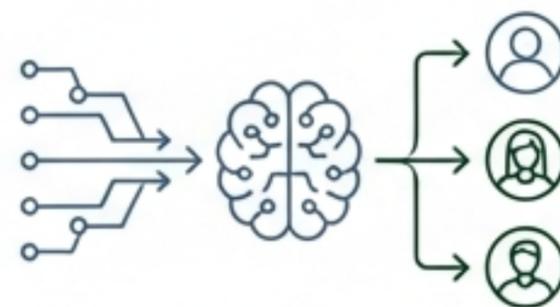
Community

顧客を「ファン」化し、熱量を維持する。



AI

個客に最適化された提案（パーソナライゼーション）。



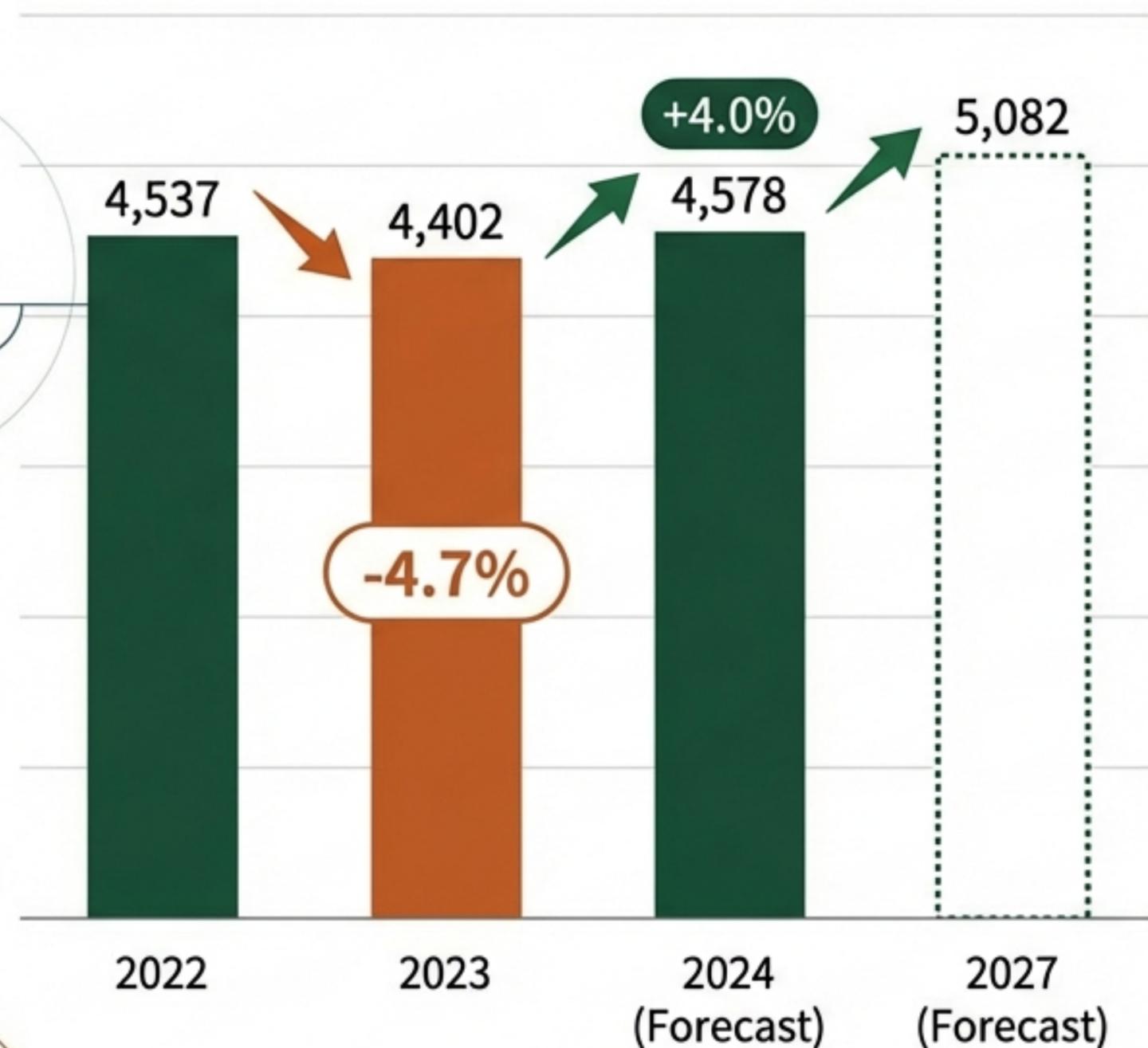
Sustainability

サーキュラーエコノミー（レンタル・リペア）の収益化。



市場は「縮小」ではなく「質的転換」のフェーズにある

国内アウトドア市場規模推移（億円）



Key Insight

- **ブームの終焉:** エントリー層の離脱により一時的に縮小。
- **定着と深化:** 残存ユーザーの年間キャンプ回数・泊数は増加傾向。
- **結論:** 安易な拡大路線は終了し、LTV（顧客生涯価値）重視の局面へ突入。



Global CAGR
8.58%
(2024-2032)

顧客層の二極化により「中間的なポジショニング」は成立しない

Core User (コア層)



ニーズ: 高度な機能性、信頼性、ストーリー

KBF: 専門スタッフの知識、修理対応

情報源: 専門誌、ガイドの口コミ

Light User (ライト層)



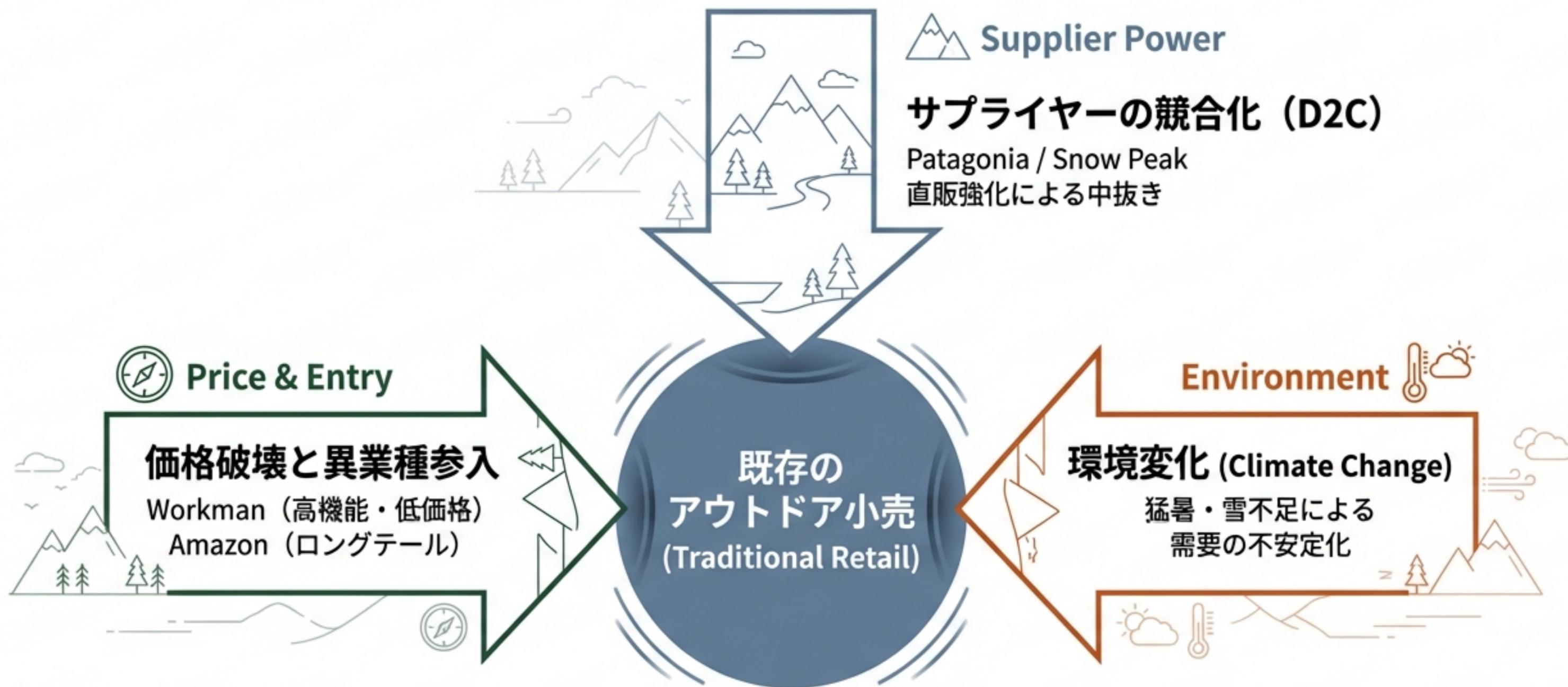
ニーズ: ファッション性、日常での利便性、映え

KBF: デザイン、価格、コスパ

情報源: Instagram、YouTube

警告: WorkmanやAmazonが支配する領域。中途半端な戦略は淘汰される。

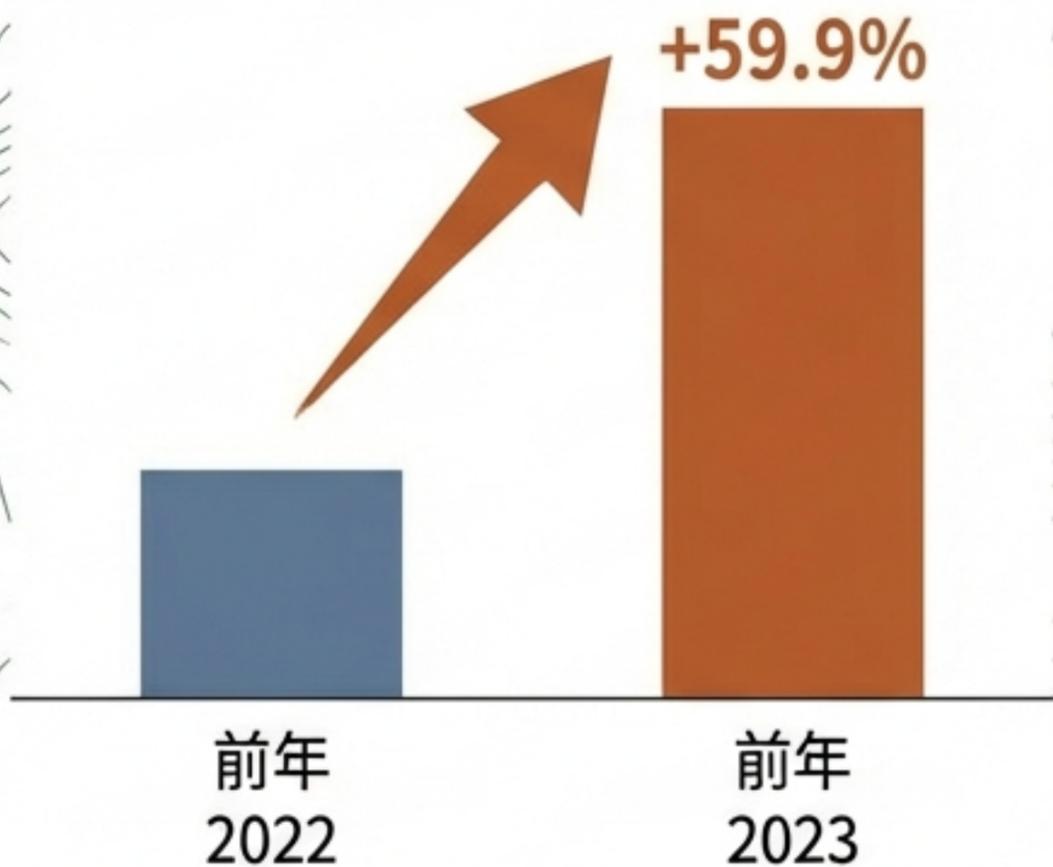
異業種参入、D2C、気候変動が既存ビジネスモデルを圧迫する



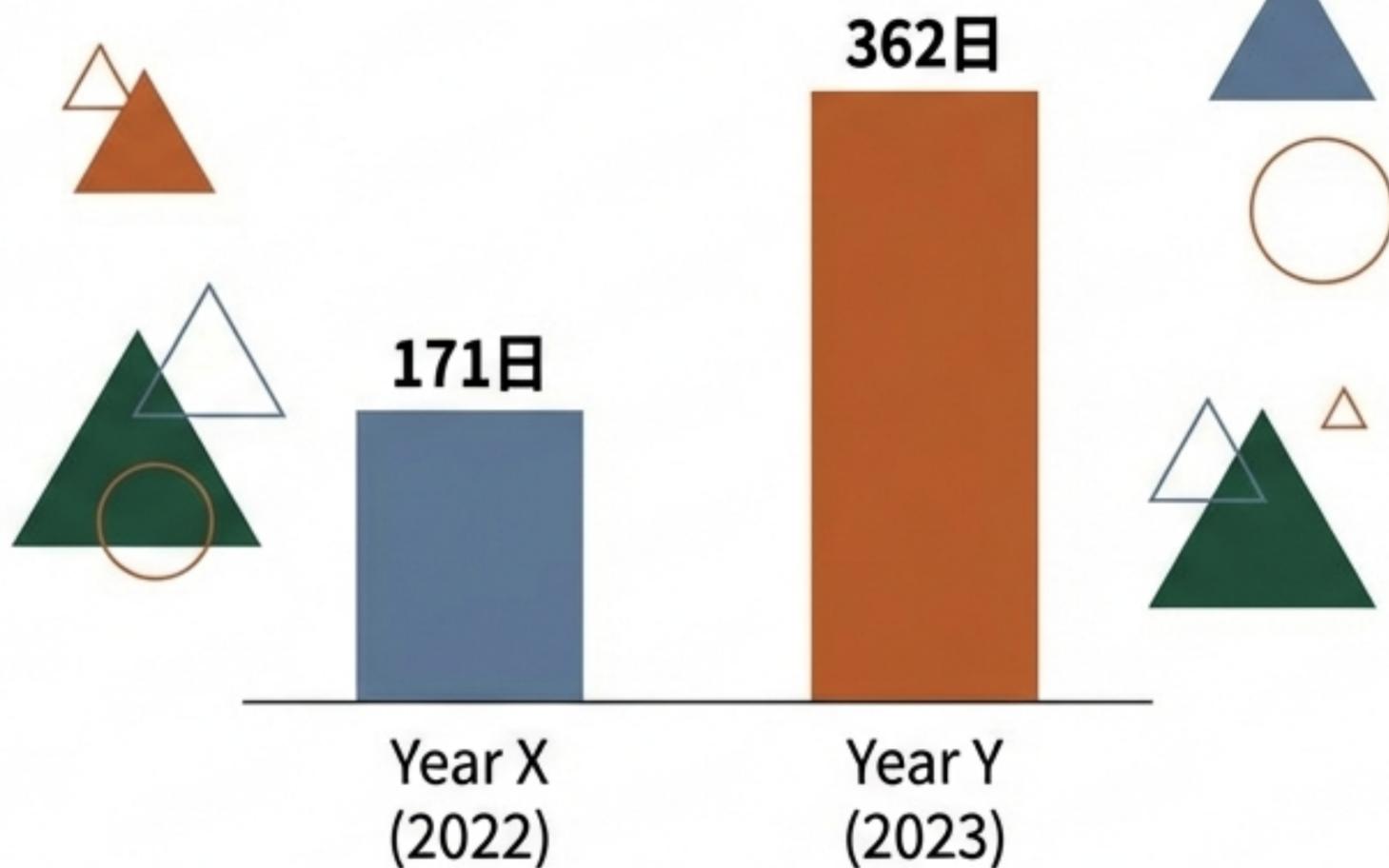
「勘と経験」頼みの需要予測は、致命的な在庫リスクを招く

Case Study: Snow Peak (2023 Shock)

棚卸資産 (Inventory) vs 前年

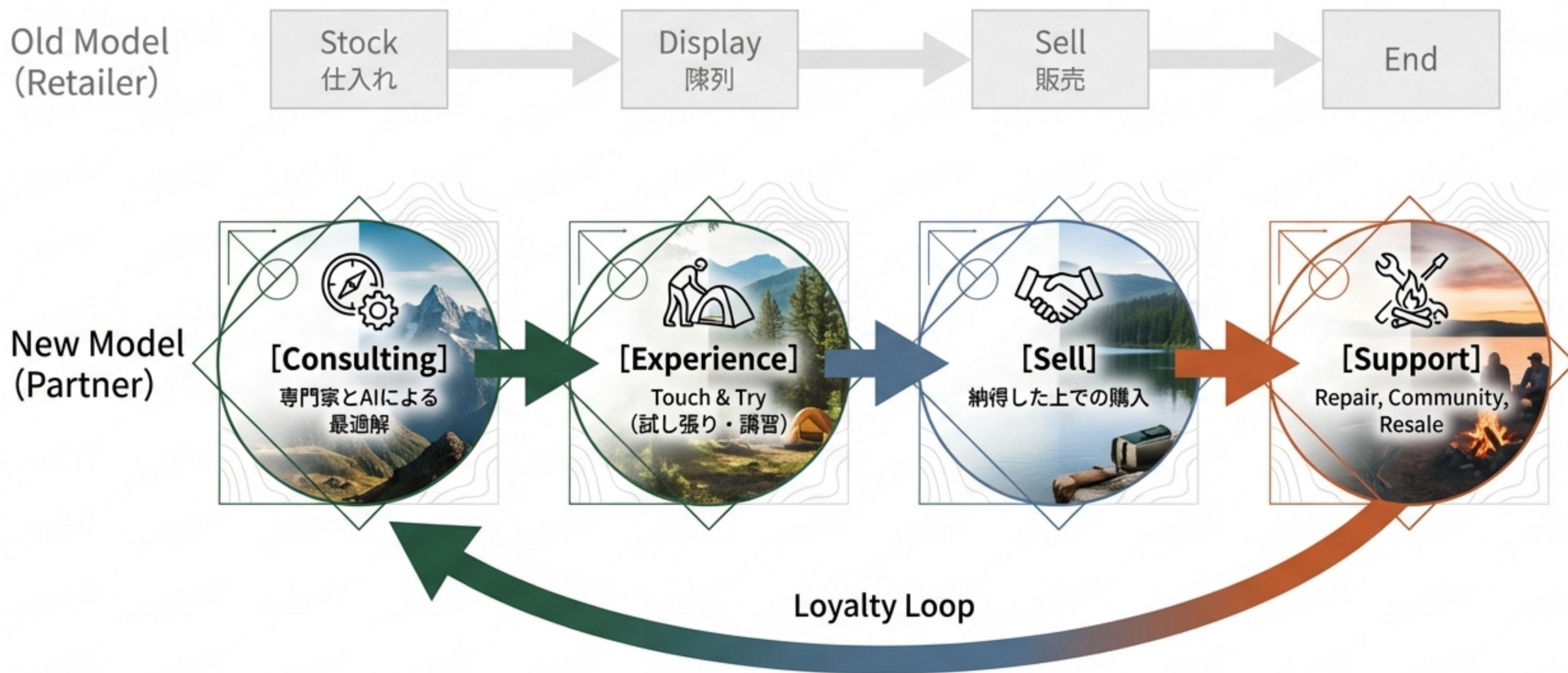


棚卸資産回転期間 (Turnover Days)



Analysis: コロナ特需後の需要急減を読み違え、キャッシュフローが悪化。
AIによる予測なしでは、季節変動の激しいこの業界は生き残れない。

価値の源泉は「モノの販売」から「体験の伴走」へシフトした



AIは「顧客体験の革新」と「オペレーション最適化」の両輪を回す

Customer Experience (攻めのAI)



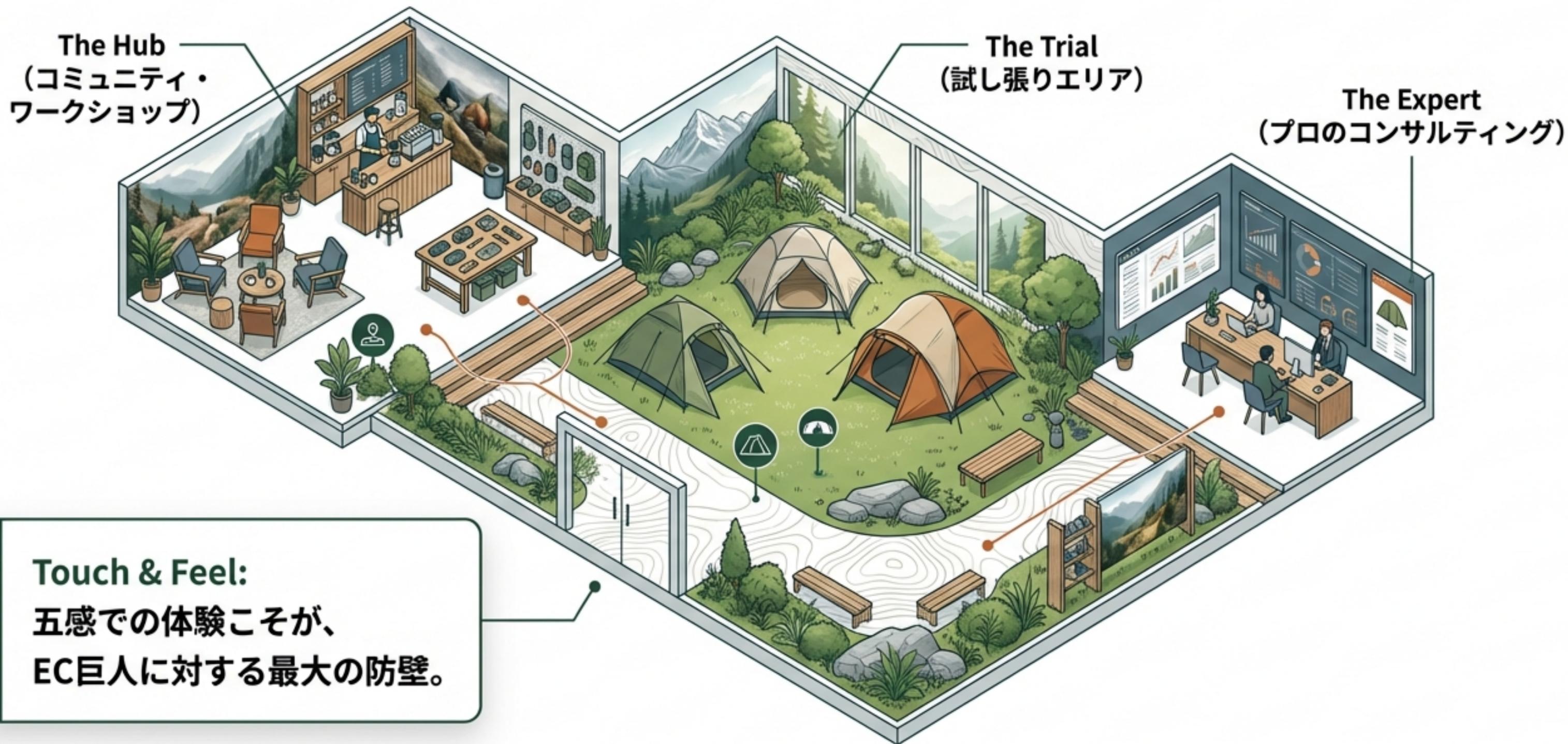
- AI Concierge: 自然言語での相談対応
- Hyper-Personalization: 活動ログに基づく提案

Operations (守りのAI)

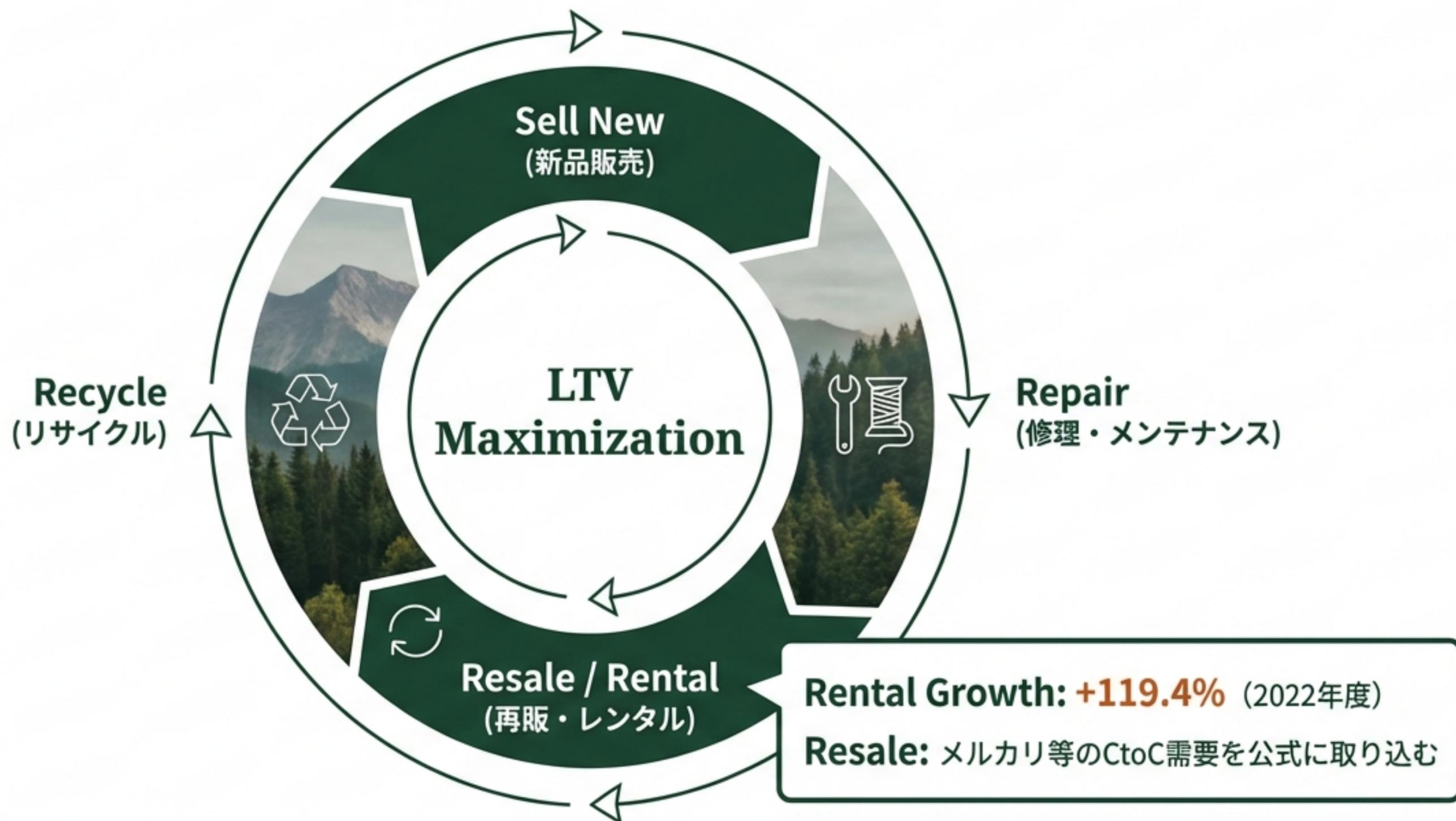


- Demand Forecasting: 多変量解析による予測
- Dynamic Pricing: 需給に応じた価格最適化

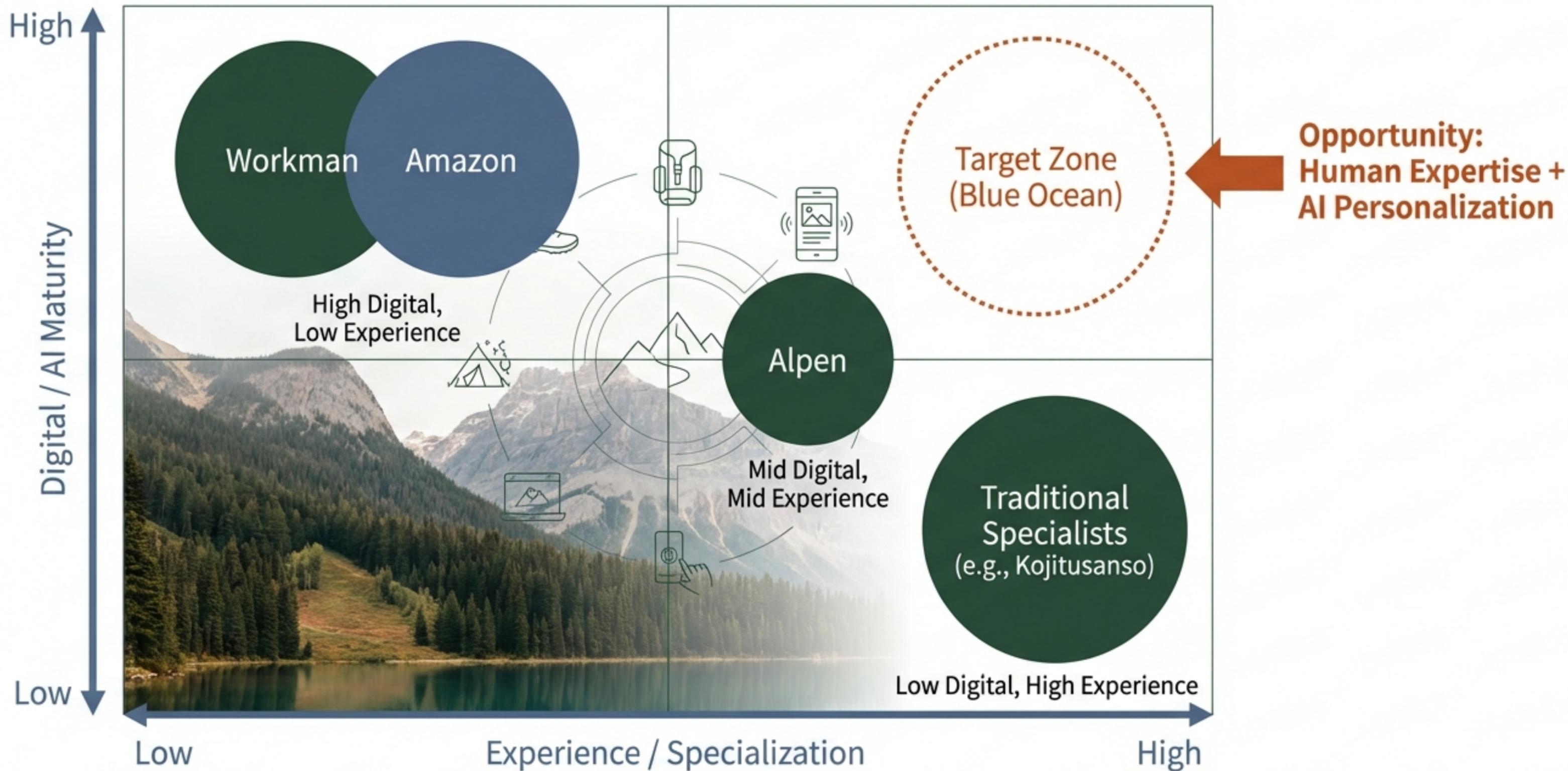
リアル店舗は商品を売る場所から「体験の劇場」へ進化する



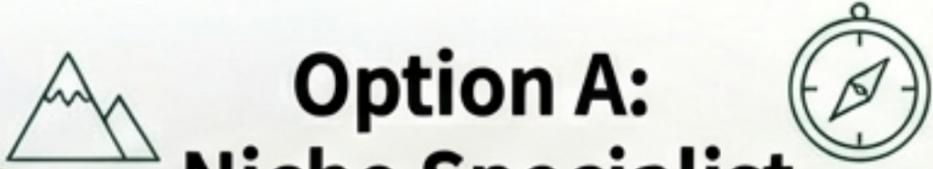
サーキュラーエコノミーは「新たな収益源」であり「ロイヤリティの源泉」



競合環境分析：目指すべきは「高専門性 × 高デジタル」の空白地帯



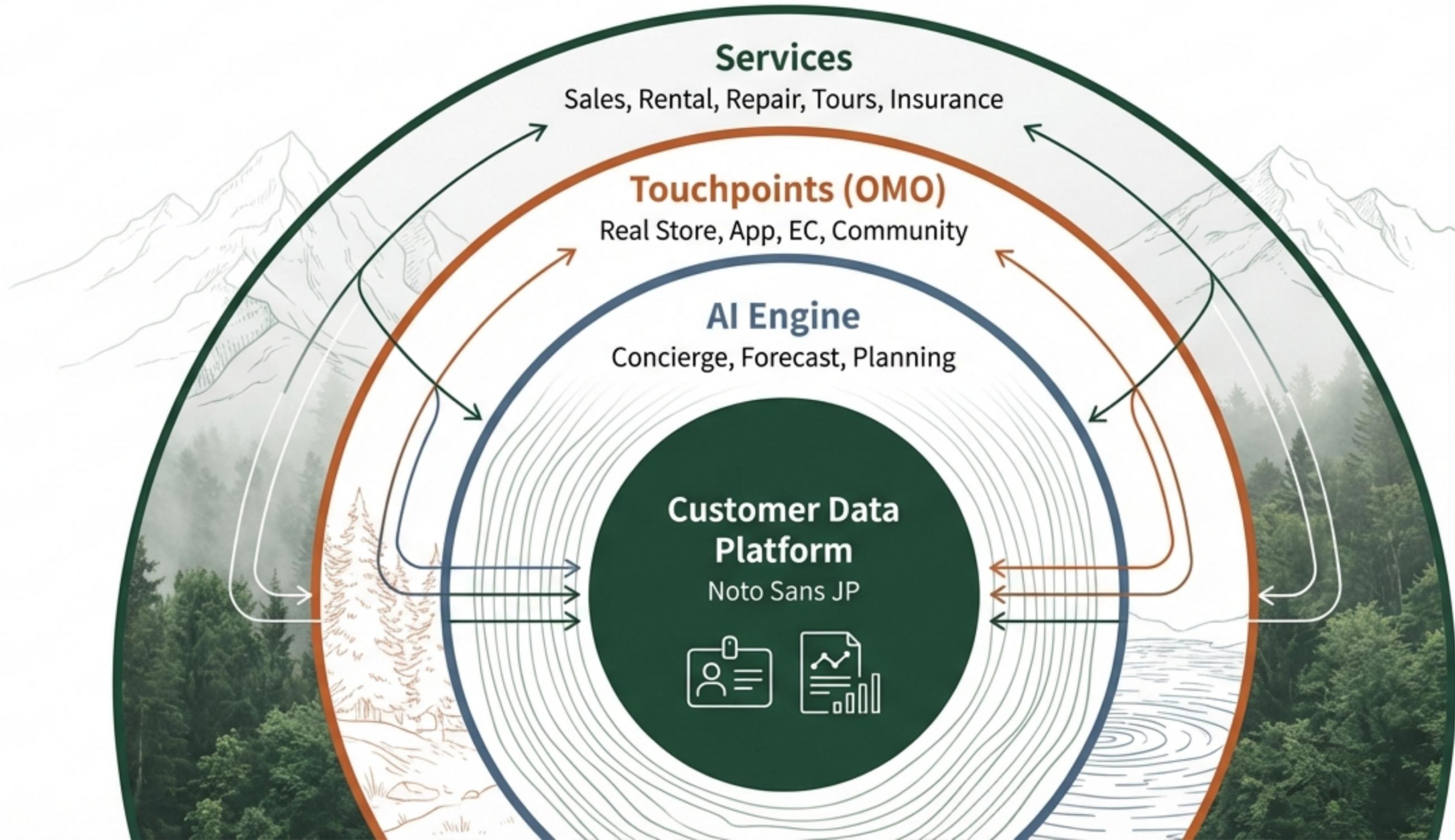
戦略的オプションの検討：持続的成長への唯一の道

 <p>Option A: Niche Specialist</p>	 <p>Option B: Mass EC</p>	 <p>Option C: AI-Driven Experience Platform</p>
<ul style="list-style-type: none">• Focus: Core users only.• Risk: Market size limited.	<ul style="list-style-type: none">• Focus: Price & Volume.• Risk: Red ocean vs Amazon.	<ul style="list-style-type: none">• Focus: Real Experience + AI.• Rationale: 全顧客層に対応。 参入障壁が高い。

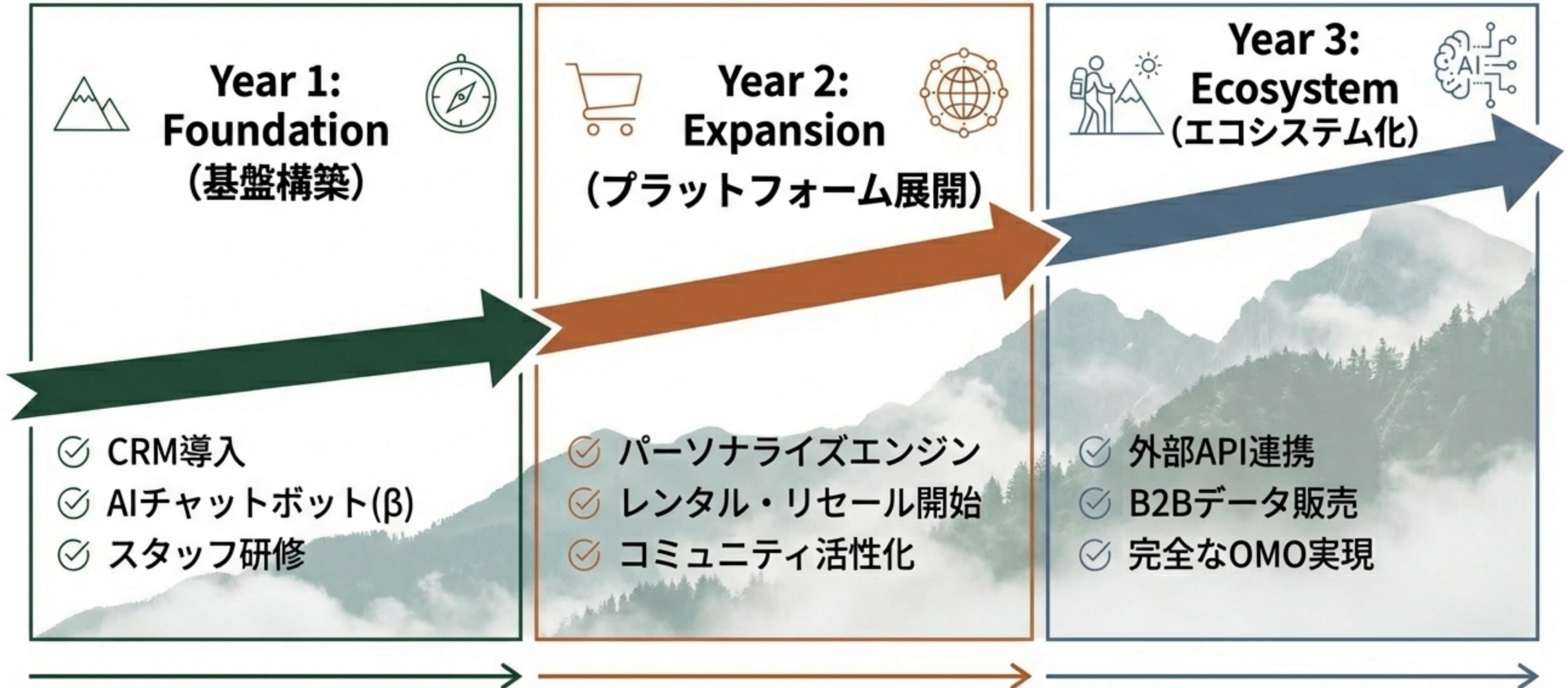


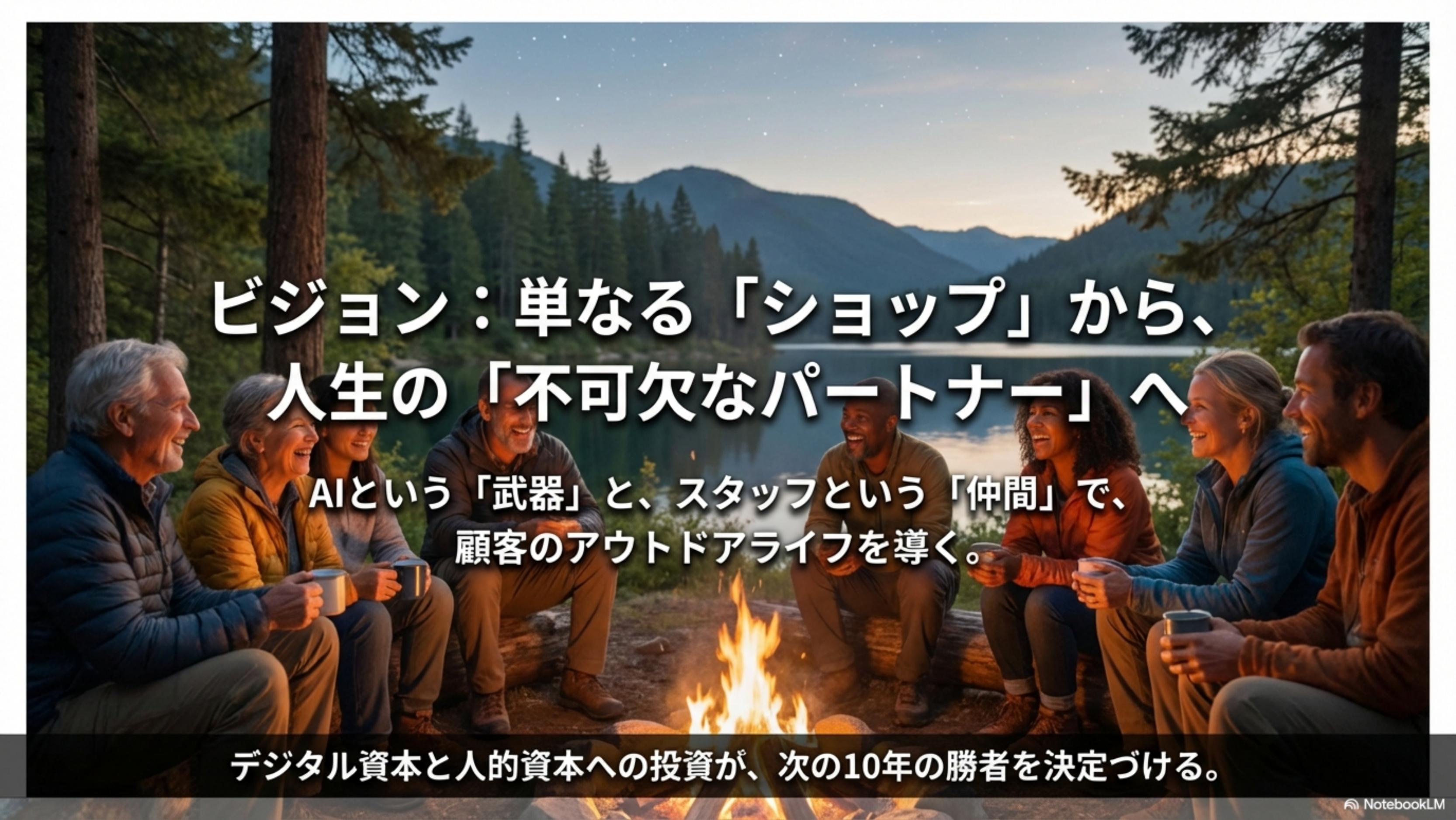
Recommendation: Option C を採用し、業界のゲームチェンジャーとなる。

コア戦略：「AI体験プラットフォーム」のエコシステム



実装ロードマップ：3カ年変革プラン





ビジョン：単なる「ショップ」から、 人生の「不可欠なパートナー」へ

AIという「武器」と、スタッフという「仲間」で、
顧客のアウトドアライフを導く。

デジタル資本と人的資本への投資が、次の10年の勝者を決定づける。