

PEST 分析レポート：履物・スポーツ用品・アパレルの卸売・小売業

P（政治的要因）

- ■ 地方自治体の DX 補助金・商店街活性化政策：地方の商業地で自治体主導の空き店舗活用や商店街支援が進んでおり、リアル店舗回帰の一因になる可能性。EC 専門企業は対応を求められる。
- ■ 貿易摩擦・地政学リスク：中国依存度が高いサプライチェーンにおいて、台湾有事・米中対立が輸入価格や納期リスクに波及。輸入依存型ブランドは打撃を受けやすい。
- ■ 消費者保護規制の強化：返品ポリシーの厳格化やステルスマーケティング規制の強化が、EC 運営に対して追加コストやオペレーション改革を迫る可能性。

E（経済的要因）

- ■ 為替の変動：円安が進行する場合、輸入コスト上昇により粗利圧迫。価格転嫁が難しい低価格帯ブランドは淘汰されるリスク。
- ■ 物流コストの持続的上昇：2024 年問題によるトラック運転手不足、CO2 課金の増加により中長期的に物流費が上昇。送料無料を前提としたビジネスモデルが崩壊の危機。
- ■ 消費者の『価格感応度』増加：物価高によって消費者の支出抑制が進行し、特に中間価格帯アパレルが苦戦。低価格・高付加価値のいずれかへの二極化が進行。

S（社会的要因）

- ■ Z 世代の購買行動：Z 世代は『共感』や『ストーリー』に反応。環境配慮やジェンダーニュートラルなブランド戦略が鍵に。SNS での体験価値が購買に直結。
- ■ 地方消費の構造変化：人口減少エリアでは実店舗の維持が困難。一方、都市圏では『ワーケーション』など新しい生活様式に適応した商品需要が拡大。
- ■ 中高年層の購買回帰：健康志向・散歩需要などにより履物需要が回復傾向。中高年向け EC・店舗設計も再評価の余地あり。

T（技術的要因）

- ■ AI による需要予測・パーソナライズ：AI 導入で在庫最適化や EC サイトの接客精度が向上。特に返品率低減に効果。
- ■ バーチャル試着・AR 技術：EC における購買ハードルを下げる手段として、バーチャルフィッティングや足型連携アプリが標準化されつつある。
- ■ 他業界由来の革新技术：たとえば物流ロボットやスマート倉庫技術が、B2B 卸業務にも影響を与え、出荷効率化と人手不足対応に貢献。

🧠 【5年後の未来仮説と影響】

- ■ メタバース上でのアパレル販売が主流に：デジタルスニーカーやアバター向けファッションが一大市場になり、現実の履物業界にも新素材・新デザインのフィードバックが起こる。
- ■ 脱炭素政策の本格化：CO2 排出量が高い素材使用に対し課税が強化され、合成皮革やリサイクル素材への移行が急務に。対応の遅れた事業者は淘汰される可能性。
- ■ 中間流通の AI 統合：メーカー・小売間に AI が介在し、在庫発注や価格調整が自動化。卸売業者の機能が再定義され、生存戦略の再構築が必要。