

クロス SWOT (TOWS) 分析レポート：履物・スポーツ用品・アパレルの卸売・小売・EC 業界

S×O（強み×機会）

- ・ カテゴリー横断力×高齢者向け商品市場の拡大：アパレル×フットウェア×ヘルスケアの融合商品を開発し、高齢者マーケットを独占。
- ・ 豊富な販売データ×AI 導入による返品削減：AI パーソナライズで返品率削減と利益率向上、ニッチ需要に刺さる商品開発が可能。
- ・ ローカル対応力×地方創生との連携：自治体と連携した地域限定 EC やふるさと納税型プロモーションを構築。

S×T（強み×脅威）

- ・ オムニチャネル体制×プラットフォーム依存脱却：ファンベース戦略で Amazon 等の手数料依存から収益構造を最適化。
- ・ 在庫データの蓄積×D2C との価格競争回避：リアル連携型 EC でスピードと安心感を差別化ポイントに。
- ・ スポーツアパレルとの連動性×無銘ブランドへの対抗：体験価値・共感価値によるライフスタイル提案型売場を実現。

W×O（弱み×機会）

- ・ IT 人材不足×リユース・サブスク市場：外部パートナーと連携し循環型 EC モデルへの事業転換を進める。
- ・ 価格競争脱却困難×Z 世代の価値観変化：サステナブル・ジェンダーフリーな共感型ブランド育成。
- ・ 人材定着率の低さ×地域ブランド回帰：若手を“地域の顔”として活用し、地域発信拠点として店舗再構築。

W×T（弱み×脅威）

- ・ 中間業者化×AI による中抜き：単なる流通から情報商社型へ。バイヤー・企画機能の付加で再定義。
- ・ デジタル人材不足×メタバース市場：仮想空間ストアを試験導入し、デジタルとリアルの融合戦略を実行。
- ・ 属人的運営×EC 競争激化：社内 DB 化とチャットボット連携による非属人型営業の確立。