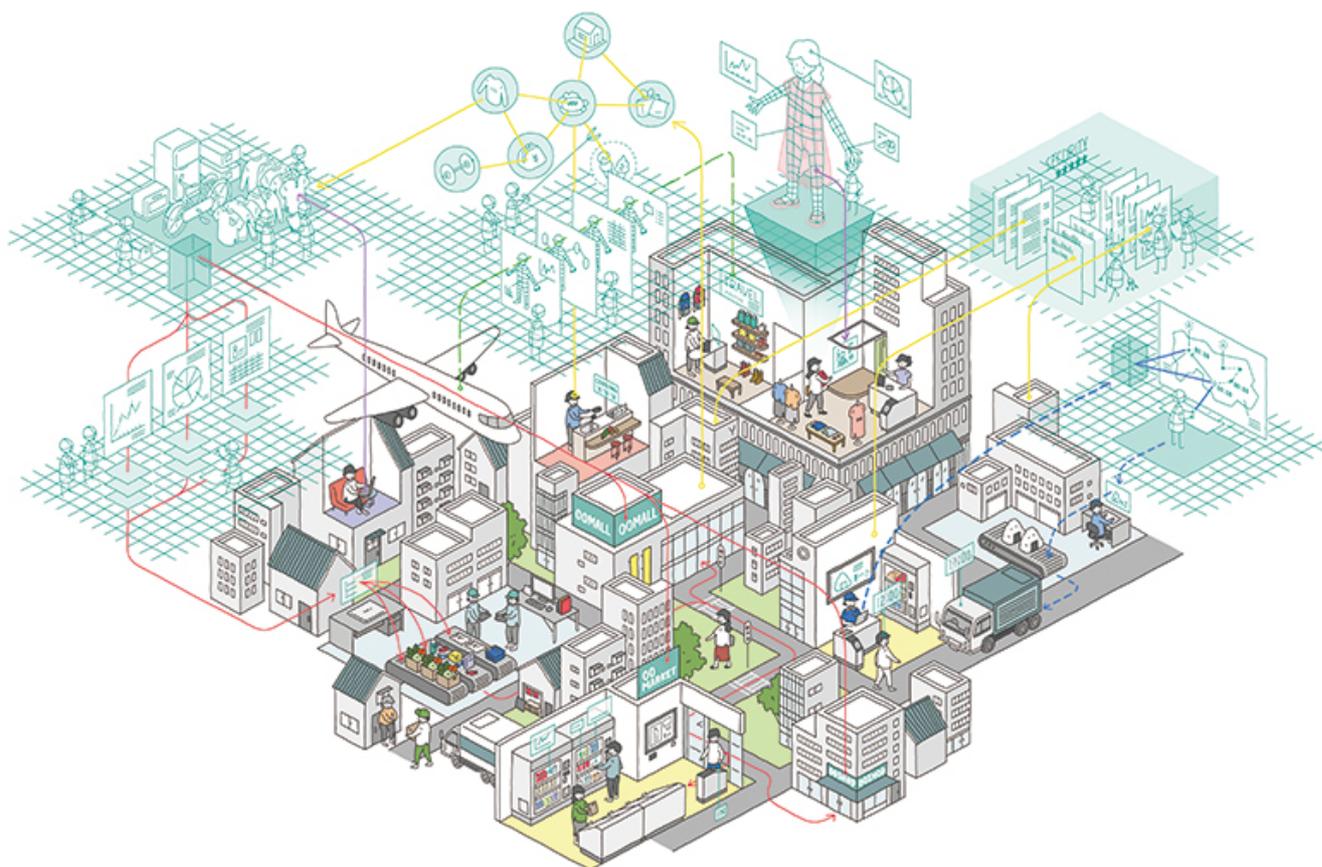


リテールビジネスをデジタルで変える3つのコンセプト

FUJITSU JOURNAL / 2019年4月16日



「より早く、より自分らしいものを」がスタンダードになりつつある時代。目まぐるしく変化する世の中で、様々な情報がつながり、よりスマートで便利さが求められるリテールの世界。富士通は、「Human Centric Retail」～人を中心にとらえ、未来のリテールビジネスをお客様と共に創る～をテーマに、2019年3月、東京・有明の東京ビッグサイトで開催された「リテールテック JAPAN 2019」に出展しました。最先端ICTによってお客様の未来をより豊かにするリテールビジネスのヒントをご紹介します。

「リテールテックJAPAN 2019」 イベントレポート

今回のリテールテックでは、「ハイブリッドスマートストア」、「ボーダレスバリュー」、「サステナブルリテール」の3つのコンセプトのもと、最先端ICTの活用によって進化する店舗や購買体験、業界パートナー連携による新たな価値提供の紹介をしました。

動画：[HUMAN CENTRIC RETAIL - リテールテック JAPAN 2019](#)

自動化・省力化とより良いおもてなしを両立 「ハイブリッドスマートストア」

小売店や飲食店などでは、お客様が「また来たい」と思えるような店舗作りが大切です。そのためには、店舗のデザインやレイアウト、雰囲気だけではなく、その店でお客様が便利で楽しい「新たな体験」ができるかどうか重要です。一方で、小売・流通業界では人手不足による従業員の業務負担増大、人件費の高騰が深刻な問題となり、自動化や省力化を実現する取り組みの重要性も高まっています。

会場では、お客様によりよいおもてなしを提供しながら、同時に業務の省力化や効率化を実現する、リテールの新しいコンセプト「ハイブリッドスマートストア」を支えるIoTや最新技術の活用をご提案しました。

手のひらでお買い物 楽しく便利な「購買体験」

実店舗では、購買体験そのものを印象的なものにすることが大切になってきています。例えば、お財布を忘れても「手のひらをかざすだけ」で買い物を楽しめるようにする仕組みもその一つ。「手のひらチャージ機」で手のひらを登録し、お金をチャージしておけば、「手のひらをかざすだけ」で店舗での買い物や飲食店での支払い、自動販売機での飲料の購入ができるようになります。



手のひら静脈決済自動販売機（参考出展）

また、「夕食の食材を買いたいけど、帰宅時には閉店している」といったときに利用できるのが、冷蔵機能付き「商品受け取りロッカー」。このロッカーも開錠方式に手のひら静脈認証を採用し、注文した商品を、時間帯を気にせず安全に受け取れます。

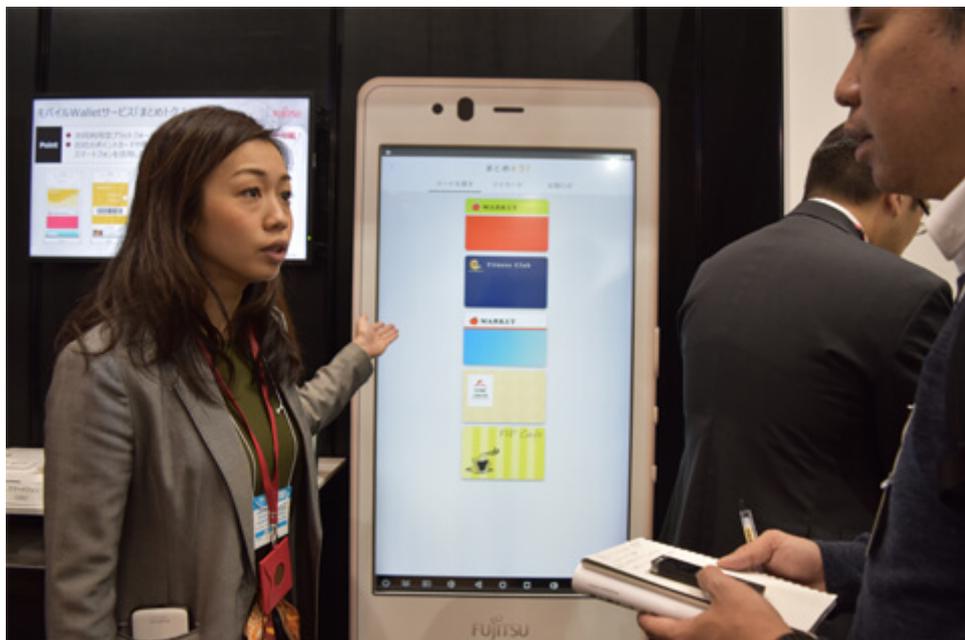


手のひら静脈認証を活用した「商品受取りロッカー」（参考出展）

実際の店舗での支払いをよりスムーズにしてくれる「マルチ決済ランドセル」は、クレジットカード、電子マネー、QRコードのほか、手のひら静脈認証での決済にも対応。手のひらチャージ機で入金後、すぐに手のひら静脈認証で支払いができます。クレジットカードや、スマートフォンを出す手間も省けるので、お客様は「よりスムーズな買い物」を体験できます。



「マルチ決済ランドセル」クレジットカードの他、手のひら静脈決済にも対応（参考出展）



モバイルWallet サービス「まとめトク！」

電子マネーやポイントカードなどをいくつも個別に管理していると、店舗での支払いの際、つい手間取ってしまいます。その時に役立つのがモバイルWalletサービスの「まとめトク！」。富士

通では、ハウス電子マネー・ポイントカードをまとめて管理できるスマートフォン向けアプリを提供しています。この「まとめトク!」は、マーケティングツールとしても利用可能なことが特長。エリアや会員を指定したプッシュ通知で、顧客とのリレーション構築や柔軟な販促施策の実現につながります。ワンタイムバーコードを採用しているので、セキュリティも安心です。

IoTやロボットの活用で人手不足を解消



各種センサーやカメラを搭載した自立走行ロボット
「店舗協働型ロボット MATEY (メイティ)」 (参考出展)

カメラを搭載した「店舗協働型ロボット MATEY（メイティ）」は、自律走行ロボットです。閉店後の深夜の時間帯に店内を巡回し、「売り場の値札表示が合っているか」「期限切れのPOPが貼られていないか」「欠品はないか」などをチェックします。従来、店舗スタッフが開店前に目視で確認していた作業をロボットが代行します。

さらに、ロボットの収集した店舗情報を活用することで、接客の品質向上、お客様へのタイムリーな情報提供、発注精度向上、品切れ率削減など、店舗運営にとってのさまざまなメリットが期待できます。将来的には、在庫管理システムや需要予測、発注管理システムとの連携で、さらなる省力化を目指します。

商材や食材の管理省力化も大切な取り組みです。「冷蔵・冷凍庫温湿度管理ソリューション」では、冷蔵・冷凍庫内に太陽電池センサー付きビーコンを設置して温湿度データを自動的に収集することで手間のかかる温度管理を省力化、またHACCP対応に必要な温度管理の自動化が可能です。



各種センサーで、離れた倉庫からデータを収集



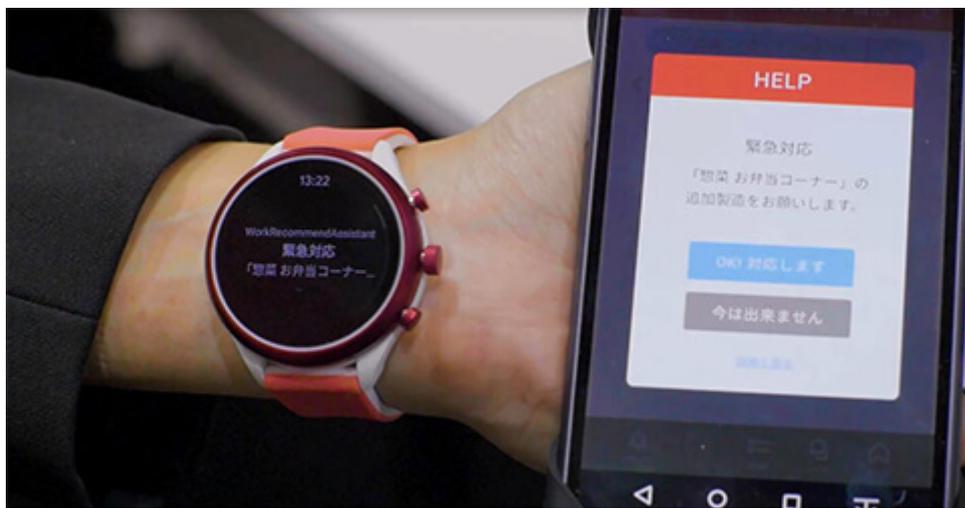
センサーで収集したデータを店舗や本部でリアルタイムに確認



「e-ORDER × セルフペイメントシステム」 (参考出展)

外食チェーンなど少ないスタッフでの店舗運営が求められるケースでは、オーダーや会計といった業務の省力化も課題です。e-ORDERとセルフペイメントシステムを組み合わせた展示では専用アプリを利用することで、お客様ご自身のスマートフォンを利用してテーブルでオーダー、セルフ決済が可能です。「店舗スタッフが来ないから注文を取りやめた」といったチャンスロスも低減できます。

店舗スタッフの業務効率化を目指して



従業員向けワークレコメンドアシスタント（参考出展）

店舗スタッフの業務効率の向上には、「従業員向けワークレコメンドアシスタント」をご提案しました。店舗売上や、店舗IoTから収集される品切れや店舗機器の温度異常、品出しなどのタスク進捗状況など、店舗運営に関わる情報を集め、店舗スタッフのスマートフォンやスマートウォッチに作業タスク指示を発信。人手不足の店舗を強かにサポートします。

場所・プロセス・情報をデジタルでつなぎ価値を提供する「ボーダレスバリュー」

お客様のニーズが多様化する中、一人ひとりに合った価値を提供するバリューチェーンの構築が求められています。実店舗やECという「場所」、製造・配送・販売といったサービスを提供する「プロセス」、そしてお客様のニーズの変化といった「情報」をボーダレスにつなぎ、リアルとネットの垣根を越えて、より高い体験価値を提供するソリューションをご紹介しました。

パーソナルカルテで「私」に最適な買い物体験を

洋服売り場で商品を手に取り「色違いがないかな」と店員を探したが、すぐに対応してもらえず、「買うのはまたの機会にしよう」と店を離れた・・・そんな経験をしたことがある人も多いのではないのでしょうか。

その体型データをパーソナルカルテとして管理することで、実店舗でもECサイトでも、お客様にフィットした洋服を選びやすい売り場作りが可能になると考えます。新商品企画のプロモーションにも活用できる他、実店舗とECサイトでの購買履歴などを把握・管理し、他の業種とも体型データを共有することで、共創イノベーションの可能性も広がるでしょう。



体型データや好みを管理するパーソナルカルテ（参考出展）

アパレルなどの小売店では、来店客が「試着までしたのに購入しなかった」というケースがよくあります。そこで、お客様をより深く理解するために、「フィッティングルーム×RFID」で試着履歴を収集するシーンをご紹介します。

フィッティングルームの中にRFIDリーダーを装備した回収ボックスを用意し、「サイズが合わない」「色違いが欲しい」など理由ごとに分けて試着した洋服を戻せるようにしています。それぞれの洋服のタグに埋め込まれたRFIDを読み取ることで、その商品を購入しなかった理由がデータとして蓄積されます。



洋服のタグにRFIDタグが埋め込まれている

また、これらのデータをお客様個人の嗜好データとして管理し、次回来店時の接客に活用したり、試着履歴の統計データを分析したりすることで新製品企画に活かすことも可能と考えています。



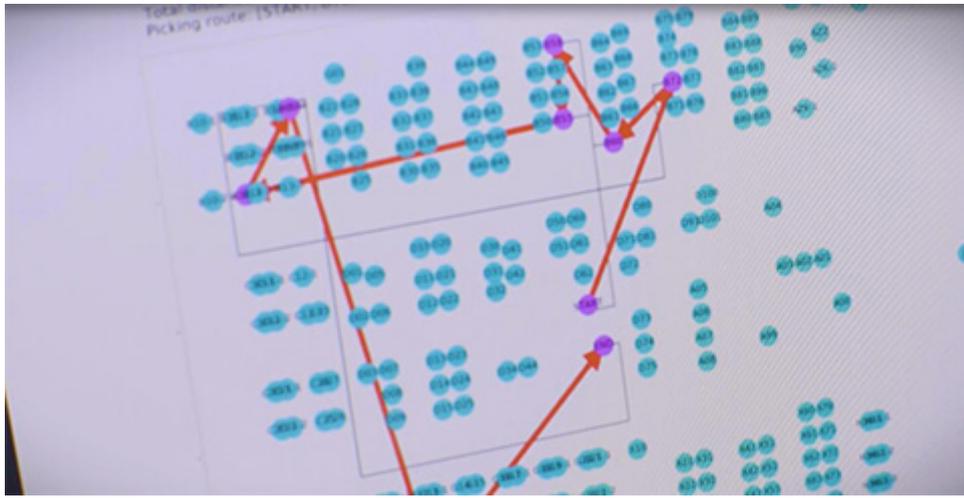
衣類を回収ボックスにいれると非購入理由のデータを取得

配送スタッフの負荷を軽減するフレキシブルなデリバリー

輸送業界におけるドライバー不足も、小売店や飲食店の業界に大きな影響を及ぼし、商品の製造・配送・販売といったサプライチェーンを考慮した効率的な配送が課題です。ブースでは、IoTを活用して製造・配送・販売のそれぞれのステータスにおけるデータを集計するプラットフォーム「FUJITSU IoT Solution SMAVIA」をご提案。サプライチェーン全体を考えた配送の効率化を支援します。



「FUJITSU IoT Solution SMAVIA」



デジタルアニーラで最適な在庫割り当てが可能

在庫の最適化にはデジタルアニーラを活用。デジタルアニーラとは、量子現象に着想を得たデジタル回路で、現在の汎用コンピュータでは解くことが難しい「組合せ最適化問題」を高速に解くことができるコンピュータです。デジタルアニーラを活用することで、在庫割り当て最適化が一瞬で完了できるほか、倉庫の在庫・品質の管理作業の効率化、割り当て計画にかかわる作業の属人化を防止できます。

業界の枠にとらわれない共創をご提案「サステナブルリテール」

デジタル技術の進化に伴い、お客様へ価値を届ける仕組みが急速に変化する中、お客様から「選ばれ続ける」ためには、どのような変革が求められているのでしょうか。「新たな仲間とつながり連携する仕組み」や「業種を越えた共創の実現に向けたソリューション」のご紹介を通じ、そのヒントを提案しました。

新しい仲間とつながり連携することで新たな価値提供の仕組みを創出

今、シェアリングやレンタルサービス、また個人を起点としたビジネスなど、消費するだけではない顧客とのつながりが注目されています。例えば、富士通が三越伊勢丹様との共創で取り組んだ「実店舗をエンパワーするシェアリングサービス「FUJITSU New-Retail and Sharing service Dassen boutique（仮称）」もその一つです。

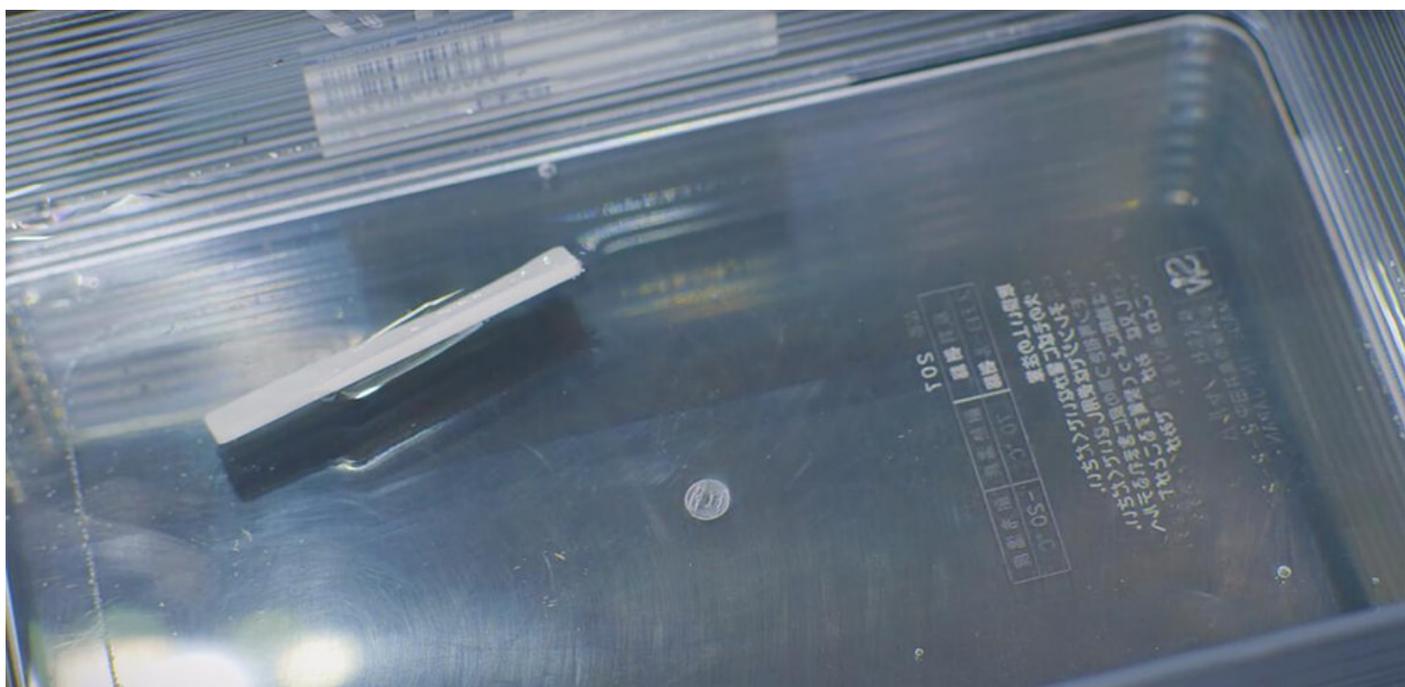
モノを購入・所有するのではなく、「必要なときだけ利用する」という若い世代にある考え方が百貨店にどんな影響をもたらすのか。モノを所有することに価値があった時代から、それらを使って何をしたいのかという「コト消費」へ移行し、お客さまの価値観・ニーズの変化に対応するために、三越伊勢丹様との共創で、ブランドウェアのシェアリングサービスを提供。スマートフォンのアプリ上でのレンタル予約・決済や、実店舗での引き渡しなど、デジタルと実店舗を融合した新しい顧客体験を実現しています。シェアリングという新しい価値提供の仕組みを創出する

ことで、三越伊勢丹様では、ミレニアル世代などこれまではメインの顧客層ではなかった世代との「新たなつながり」を実現しました。



スマートフォンのアプリで借りられる洋服を検索。予約も可能

こうしたシェアリングサービスの実現をサポートするのが、「レンタル品管理ソリューション」です。防水、耐圧、耐アルカリ性洗浄の「RFIDリネンタグ」を活用することで、レンタル品が何回貸し出され、どのレンタル品が戻ってきたかをリアルタイムで把握できます。

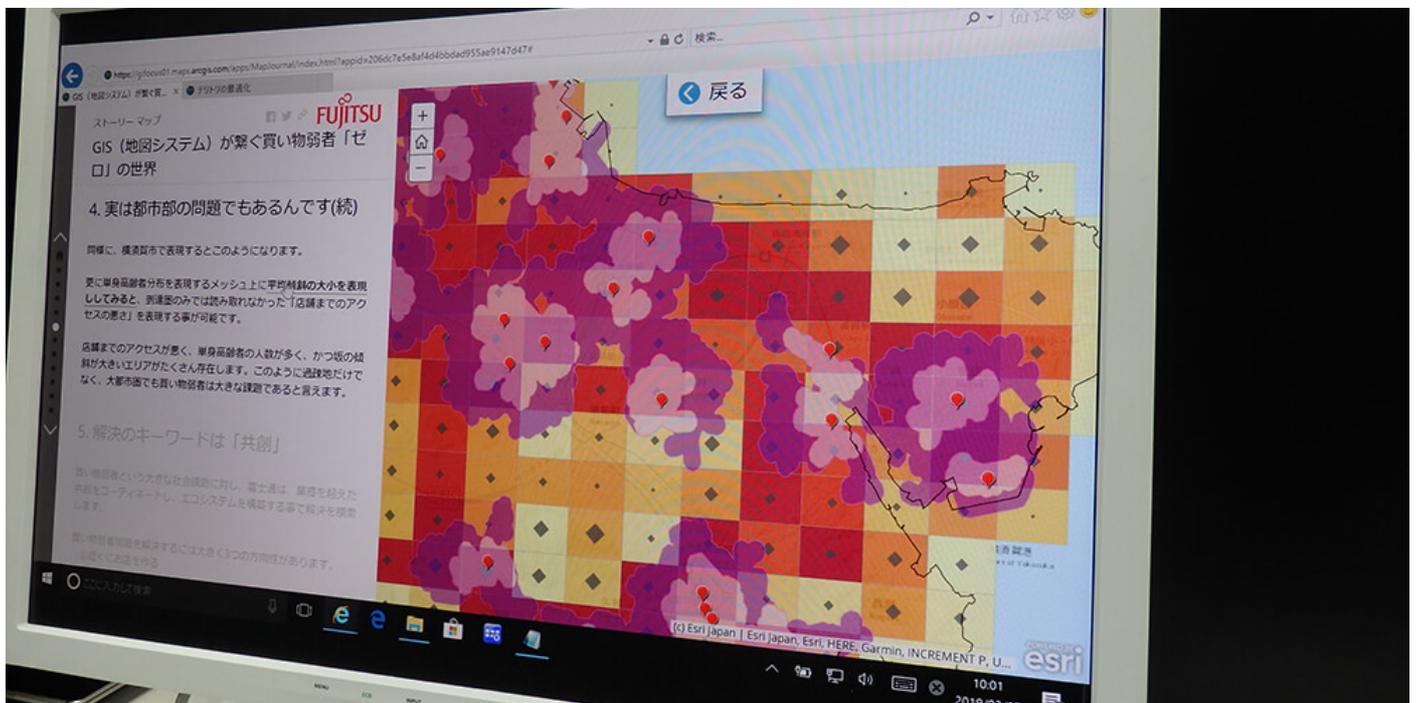


防水・耐圧・耐アルカリ洗浄のリネンタグ

継続的な価値提供を実現するために、業種を超えた共創の仕組みを提案

小売・流通だけでなく、行政・地域・金融機関など、これまでの業界の枠を超えた新たなパートナーとの連携で、生活者のライフスタイルに合った価値を継続的に提供し、より豊かな暮らしを実現する社会を目指します。

会場では、異業種イノベーションや共創を実現するサービスとして、ブロックチェーン技術を活用した「Virtuora DXデータ流通・利活用サービス」をご紹介します。企業が保有する様々な情報概要を示す「データジャケット」を提供することで、企業ごとのデータ保有状況を可視化。またデータ同志の関係性を見える化することで、新たなビジネスモデルやアイデア創出のヒントを探せるサービスです。FUJITSU Digital Transformation Center (DTC) と連携し、共創ワークショップ形式で人と人をつなげる場も提供しています。



買い物弱者のエリアが見える化

富士通では、人々のライフサイクルの変化に合わせて、成長を続ける人と社会に寄り添う新たな仕組みを実現します。従来のビジネスの枠を越えて、新しい顧客との接点を創造し、持続可能なリテールネットワークを実現し、お客様に選ばれ続ける小売の仕組み作りをご提案して参ります。



FUJITSU JOURNAL / 2019年4月16日