

「システムの進化をどう活用するか？」

アズライト代表 榎本 博之

前回、決済方法から見た小売店の今後について紹介した。決済以外にも、小売店向けのシステムはどんどん開発されており、新たな可能性を期待させるものがある。これは、大手チェーンを対象にしたものに限らず、むしろ中小小売店こそが活用すべきものが少なくない。現在発表されているものがどのように活用できるのか、探っていきたい。

売上拡大につながる取り組み

まず、最初に紹介したいのが電子棚札だ。カラー表示のものが一般的となり、活用の幅が広がっている。動画や文字情報をタイミングよく発信し、売場のアイキャッチ・マグネットとしてお客様の購買動機を高める役割が期待される。さらには、QR コードを表示し、クーポンをその場で取得できる、また詳細な商品情報を紹介するなどの販売促進を行うことが可能だ。

また、電子棚札にすると臨機応変に価格設定の見直しができる。いわゆる「ダイナミックプライシング」と呼ばれるものであり、商品の売れ行きや鮮度、競合店の販促や天候等の外部要因から即時に価格を変更し、機会損失を防げる。購買頻度の高い生活必需品を販売している小売店では、日々の売り切りのために売価変更や値下げ作業に多くの時間を割いているのが実情である。衣料品や雑貨店でも値札の交換がネックとなり、売場での対応が遅れがちになりやすい。

将来的には、生鮮食品において、商品の鮮度状況をセンサーでチェックして、それをダイナミックプライシングに反映させる仕組みが考えられる。お客様も商品の良し悪しの見分けがつきやすく、購入時の納得感も高まり、顧客満足にもつながっていくだろう。このような取り組みが浸透してくれば、ネット通販とは異なる価値観がリアル店舗で提供できるようになる。

電子棚札の期待はこれだけに留まらない。アメリカでは、アプリと連動させて、商品の陳列場所が確認できるようになっている。あらかじめ、買物リストを作成すれば、欲しい商品がどの場所にあるかが手元のスマホで確認でき、効率よく買い物が可能だ。店員にいちいち聞かずに売場で商品が探せるので、先ほど紹介した販売促進と組み合わせ、気兼ねない購入を促進させ、客単価向上につながってくる。

作業面でもメリットは大きいだろう。棚札の交換が不要になるだけでなく、商品補充などの作業指示について優先順位が明確になる。それにより、売場とバックヤードを往復する回数が減る。また、品切れしている商品の場所をシグナルで表示する、棚割変更時の売場陳列位置が棚札でわかるなど、その場で確認できる状況になれば、作業の無駄は大いに見直されてくる。普段の何気ない行為を見直すきっかけとなる。

コスト削減につながる取り組み

人件費や輸送費などコスト増の懸念が増える中、削減への意識はますます高まってくる。小売店における作業で大きな負担を感じるものの一つに棚卸がある。取り扱う商品や営業スタイルによって年に数回程度から、場合によっては毎日行わなければならない。さらに、棚卸作業の外注化や、店休にしてスタッフの協力を得ながら、対応しているなど、コスト負担も大きい業務といえる。

展示会で注目された高出力のハンディターミナルを使用すると、在庫商品のカウントが一瞬にして行われる。読み取りには、商品の一つ一つに RFID を取り付ける必要があるが、単価の高い買回品アイテムにおいては、既に実用が浸透しつつある。手作業によるミスが無くなるだけでなく、棚卸に時間がかからずカウントのタイムラグが無くなるため、正確性が向上し、スピーディーに分析ができ、対応がしやすくなる。また、棚卸だけでなく、入荷時の検品にも活用が可能で、日々の作業においても負担軽減につながる。

ハンディターミナルについては、販売だけでなくレンタルも行っている。年に数回の出番のために支出をためらっている人には、レンタルで試すことで、負担なく効率化に向けたトライアルが可能だ。

RFID を活用すると、レジの処理スピードも格段にアップする。ユニクロや GU を展開するカジュアル衣料チェーンのファーストリテイリングでは、RFID を活用し、バーコードのスキキャンなしでレジでの対応を進めている。特に、GU のセルフレジはボックス内に商品を入れると自動で商品をカウントし、精算・決済ができるようになっている。一部コンビニエンスストアでも買物の待ち時間を減らし、RFID を使用した省力化への取り組みを行っているが、コストの問題（現状、RFID の発行コストは1枚 10 円前後かかり、低単価のアイテムには向いていない）や商品に貼付する手間があり、本格的な実現には多くの課題が残されている。今後、RFID のコストが下がり、商品入荷時に貼付されていれば、中小小売店でも少人数でも効率的な運営が可能になるだろう。販売の状況が瞬時に確認できるだけでなく、お客様の対応や販売に注力できる。システムをうまく活用しながら、新たな方向性を見出したい。

多くの中小小売店にとって、新たな取り組みやシステム導入は様子見のところが多かった。しかし、これからは二番煎じでゆったりと構えている時間の猶予はほとんどなくなってきている。もちろん、費用面の負担で二の足を踏むこともあるだろう。一方で、システムは日進月歩である。コストの低減に対するスピードもこれまでとは比べ物にならない。さらに、費用対効果の面で見れば、初期導入のコストを短期間で回収できるシステムが増えてきている。ここ最近の元気のよい小売業を見ていると、失敗を許容し、チャレンジを率先して行っているところが目立っている印象が強い。規模の大小関係なしに、トライアンドエラーを繰り返しながら、自社の独自性を構築してほしい。