

製・配・販連携協議会 リテールテクノロジー勉強会活動報告

2020年7月3日
製・配・販連携協議会
リテールテクノロジー勉強会

リテールテクノロジー勉強会 位置づけ

- お客様体験価値の向上の視点から新たなユースケースを検討し、協調領域の切り出しと実証実験につなげる（行政施策と連動させながら）
- リテールテクノロジー研究会では、最新事例や実証実験の共有、具体的な実装可能性等を検討
- 実装可能なものに関してはロジWG等で検討、実装実現
- 本年度は2020年2月20日にN T Tデータ様より事例発表をいただいた（次頁以降参照）

製・配・販
連携協議会

ロジスティクス
最適化WG

リテールテクノロジー
勉強会

アイデア出し
(随時)

視点

物流視点

テクノロジー視点

UX観点

ポイント

具体的な現場の
課題・ニーズの抽出
実装

テクノロジーを活用した
効率化・付加価値化

生活者に対して
どんな体験を提供するか
からの再定義

行政施策

最新事例
実証事例

レジ無し店舗（Catch & Go™）の取り組みについて

2020.2.20

ITサービス・ペイメント事業本部

SDDX事業部 デジタルエクスペリエンス担当

© 2019 NTT DATA

本日本話すること

0 会社紹介 ～What is NTTDATA?～



1 組織紹介 ～What is SDDX?～



2 レジ無し店舗（Catch & Go™）とは

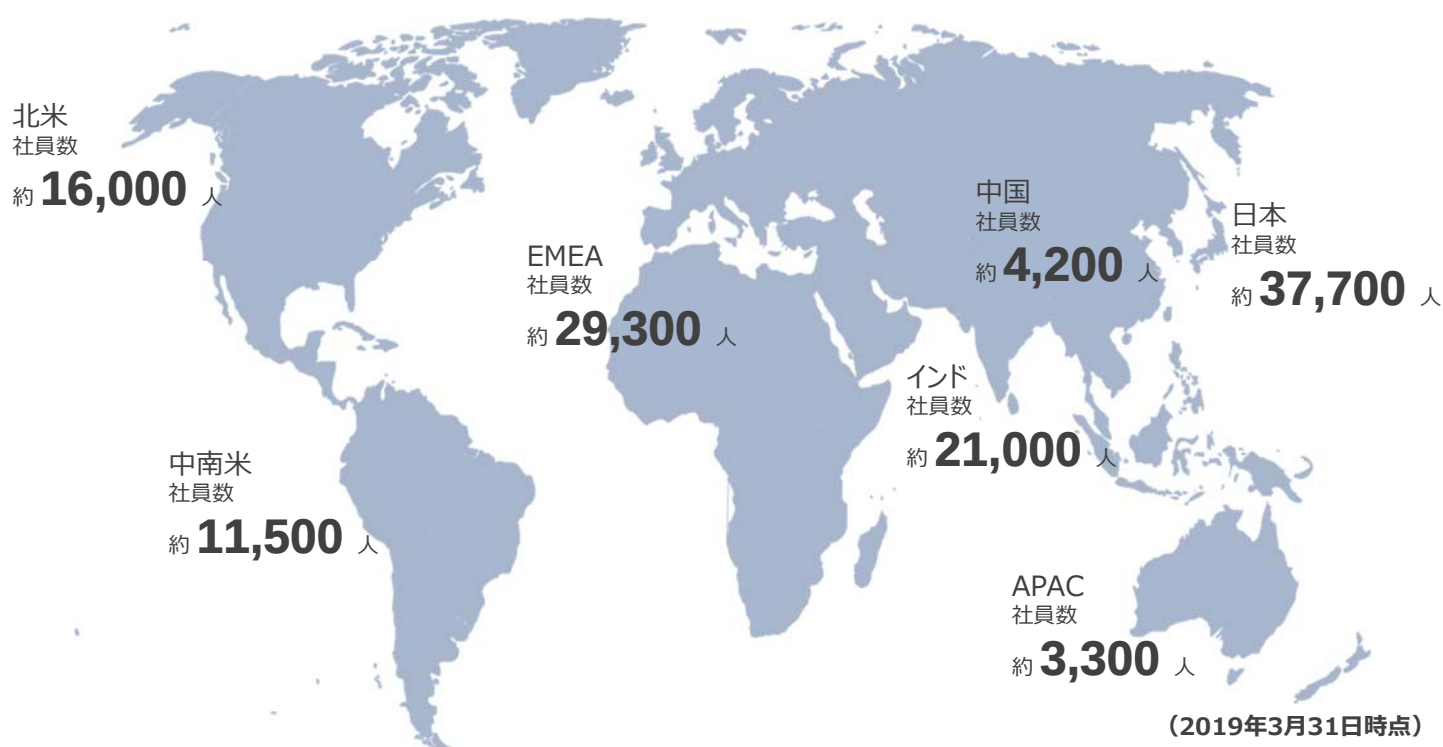


3 Catch & Goが目指す世界観

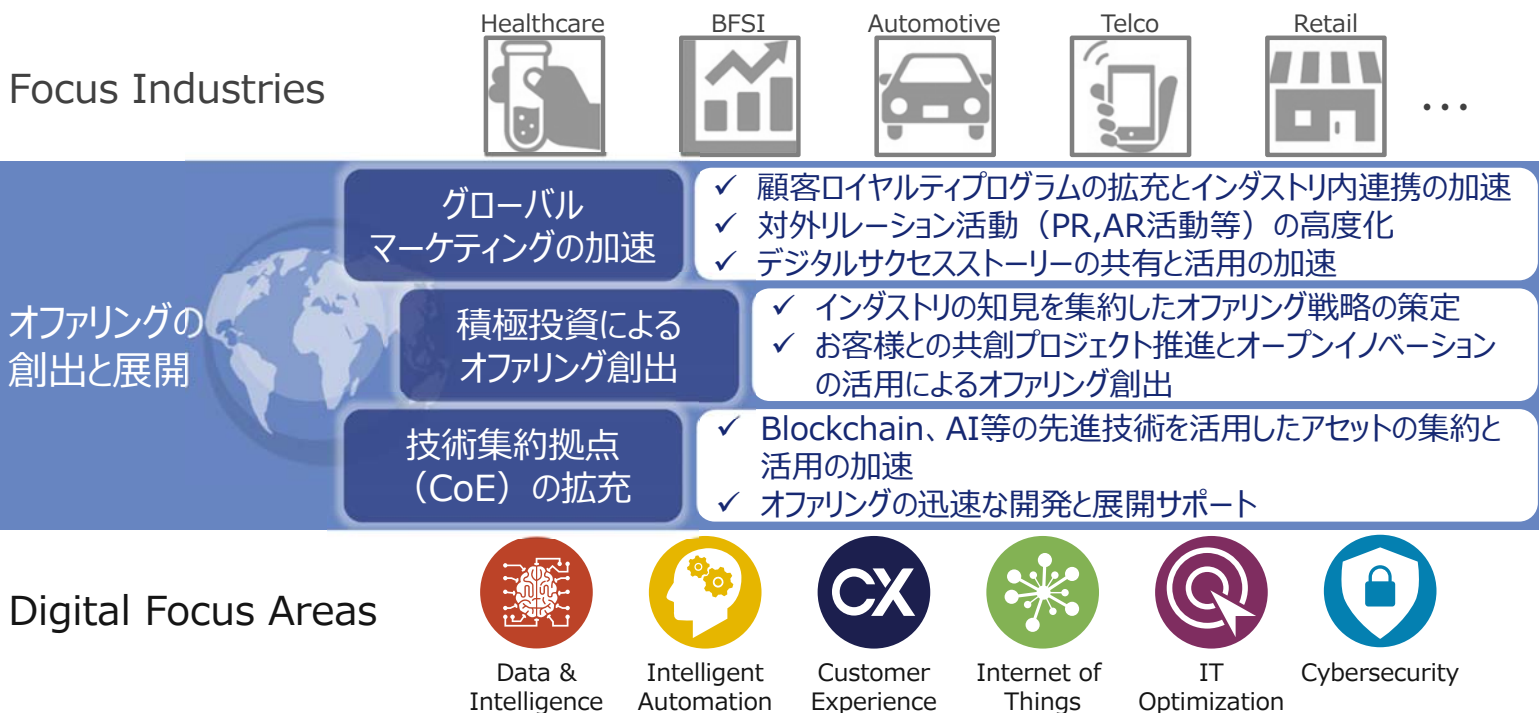
What is NTTDATA?

NTT DATAとは

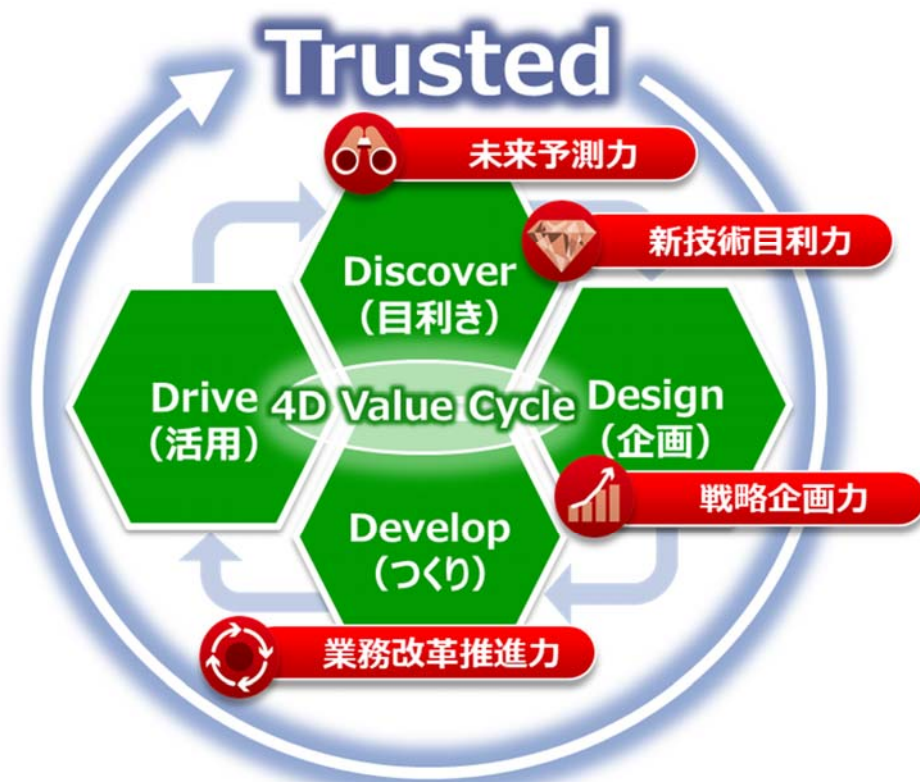
NTTデータグループ全体で、世界53カ国・地域、223都市、約123,000人体制を確立し、グローバル企業のサポート力を強化しています



NTTデータのデジタルの定義： 「お客様起点でお客様事業成果に貢献する事業」

© 2019 NTT DATA Corporation
7

NTTデータは4D Value Cycleを通して、お客様の信頼に値すべきパートナーとなることを目指しています。

© 2019 NTT DATA Corporation
8

1

What is SDDX? (Service Design Digital Experience)

SDDX事業部とは

NTT DATA

消費者接点領域における、新規デジタルマーケティングオファリング創出、およびお客様デジタル変革推進を目的とした専門組織として新設されました。

SDDX Division

Service Design & Digital Experience

Our Mission

消費者接点領域における 新規デジタルオファリング創出

1

消費者接点領域におけるデジタルトランスフォーメーションの起点はデジタルマーケティングとなることを鑑み、「サービスデザインとデジタルマーケティングオファリングの強化、およびこれによる新規顧客開拓を推進」

消費者接点領域に注力した お客様のデジタル変革推進

2

従来の枠に囚われないサービスの強化が進むデジタル時代において、「当社柱顧客であるエンターテインメント業界の変革領域、とくに消費者接点領域に注力し、顧客企業の事業成長に貢献する」

世界の最新テクノロジートレンド、リテールマーケットの動向をリサーチしつつ、主に国内大手小売業様向けの課題解決に資する新たなソリューションの創出に取り組んでいます。



SDDX Team

Survey and evaluation

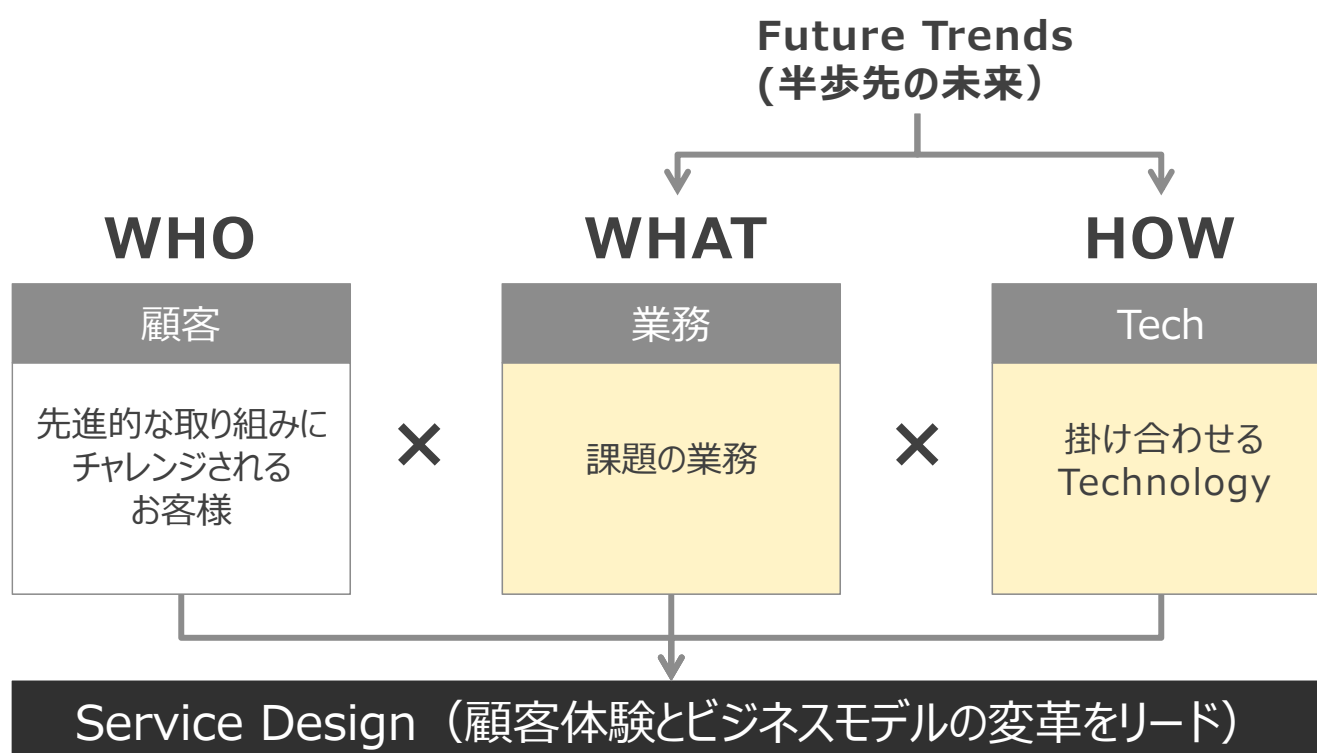
Product Planning

Service Design

Marketing

ベンチャーテクノロジーの調査
と見極め
テクノロジーを踏まえた
ソリューション化

将来のトレンド予測から、強みとする業務とテクノロジーを定め、サービスモデルを策定しています。



現在はリアル店舗のデジタル化に焦点を当て活動をしています。リアル店舗のデジタル化によって、これまで取得できていなかったデータを取得し活用していきます。



レジ無しデジタル店舗 (Catch & Go) とは

技術の進歩に伴い、グローバルでレジ無し店舗の出店が始まりつつあります。

中国の省人型コンビニに新潮流 Amazon Go型へと舵を切る

中国では1年前、購入する各商品に貼られた電子タグ（RFID）を出口近くのセンサーで読み取って購入金額を算出するコンテナ型の無人コンビニエンスストアが大はやりだった。しかし、2018年秋、RFIDに代わって「Amazon Go」と同じくカメラとAI（人工知能）を活用する省人型コンビニが登場。今後は中国でもAmazon Go型の店舗が増える見込みだ。



中国では既に30店舗超

Trigo Vision partners with Israel supermarket chain for 272 cashierless stores



イスラエル小売は272店舗の展開を発表



2019~20にかけてグローバルで
3桁台のレジ無し店舗
出現を予想

Amazon's cashierless Go stores could be a \$4 billion business by 2021, new research suggests

The futuristic shops bring in more revenue than regular convenience stores.



Amazon Goは2021年までに
3,000店舗まで拡大することを発表

Zippin, Lojas Americanas Partner for 'Checkout-Free' Stores

Zippin combines vision cognition, sensor fusion technology and machine learning to account for both shopper behavior and product tracking.



南米の小売でも取り組みを開始

**レジオペ関連を中心としたリアル店舗のデジタル化は
世界的に見れば今が正に取り組むタイミング**

(参考)

<https://venturebeat.com/2018/11/12/trigo-vision-partners-with-israel-supermarket-chain-for-272-cashierless-stores/>

<https://www.vox.com/2019/1/4/18166934/amazon-go-stores-revenue-estimates-cashierless>

<https://storedecisions.com/2019/08/21/zippin-partners-with-brazilian-retailer-lojas-americanas-for-checkout-free-stores/>

<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00120/00008/>

レジ無しデジタル店舗（Catch & Go）とは

NTT DATAは2019年9月より、レジ無しデジタル店舗出店サービスを提供開始いたしました。

レジ無し店舗



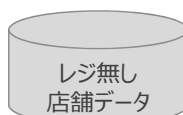
カメラAIなどのデジタル技術を活用した
Catch & Goサービス

Catch & Goの利用イメージ

アプリを使って入店するだけで、レジ会計なしでお買い物ができる店舗です。



個人の購買行動
のデータ化



- ・ 会員ID
- ・ 店内行動データ
- ・ 購買データ

Catch & Goの購買体験を通して、リアル店舗課題の抜本的解決のみならず、デジタルによるビジネス高度化・経済圏強化を狙うことができます。



消費者

- 手間なく待たない体験
- 店内行動・購買履歴にもとづく割引オファー等、**気が利いたサービス体験**



店舗運営者

- レジスタッフおよび、雇用・管理に係る**人的コスト削減**
- レジ待ちによる機会損失低減と、気の利いたひと押しで**売上向上**



事業者

- 利用客をデータで詳しく理解し出店戦略・マーケティング・商品開発等の**事業高度化へ**
- マイクロマーケット等の**新領域開拓**や**持続性の高い経営実現へ**

(補足) Catch & Goの導入イメージ

レジ無し店舗の実際の導入イメージについて様々なご質問を頂きます。

よくある質問①

? 無人店舗なの？

よくある質問②

? 既存店をレジ無しに？

よくある質問③

? 酒・たばこなどの販売は？

× 無人店舗
○ 省人店舗

- ✓ 法規制
- ✓ 消費者の期待は無人化ではない

短期：新店舗フォーマット
(マイクロマーケットなど)
中長期：既存店

- ✓ オフィスビル、病院、工場、学校...
- ✓ 閉鎖的で繰り返し利用するような場所

短期：対面販売
中長期：アプリ等での本人確認を通じて



3 レジ無しデジタル店舗 で目指す世界観

Catch & Goが目指す世界観

NTT DATA

レジ無し店舗ならではのインストアデータ等を既存店舗の収益改善に活用するとともに、オンラインサービスへ連携することで、オンラインとオフラインを統合したマーケティングを実現していきます。

オンラインとオフラインを統合したマーケティング（OMO）の実現



既存店舗

情報
活用



レジなしデジタル店舗

送客



ECサイト

収益改善

例) 店舗行動データをもとにした
棚割り改善による売上向上

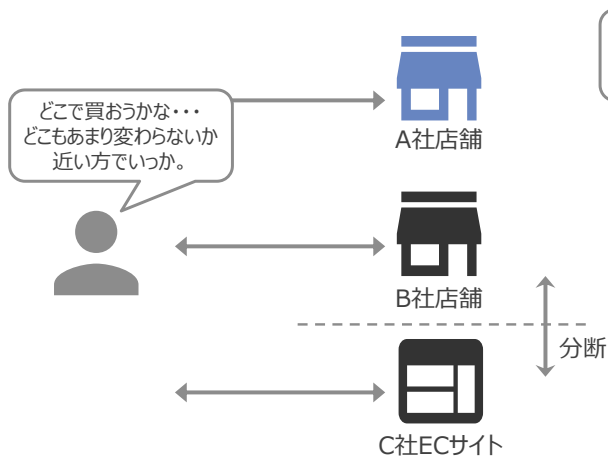
新規売上創出

売上拡大

例) 店舗行動データにもとづくECサイ
トクーポン発行による売上向上

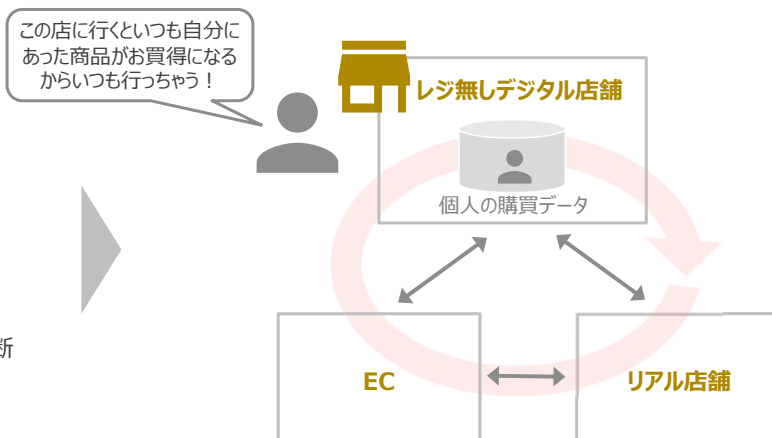
店舗デジタル化をトリガとし、データにもとづき個客・行動を詳しく理解、多様な接点の連携を進めることで、より“選ばれる”お店、グループ全体のシナジーを活かした“強い”経済圏形成へ。

“コモディティ化”された世界



- ・ **立地や価格**が、お店選び・購買決定の主要素
- ・ 顧客の理解、購買行動の補足ができず、自社経済圏への**囲い込みへの適切なアプローチが難しい**

“ロイヤリティ化”された世界



- ・ 個人の購買データを把握することで、**個人毎の趣向を捉え**、“便利”、“お得”といった感覚を醸成し、**ロイヤリティ化**する事で顧客の囲いを行う
- ・ **オンライン、オフライン合わせて全ての顧客動線において**顧客に気持ちの良い購買体験を提供する

デジタル店舗は以下の様な特性から、データの活用のかっかけとなりえます。



1. デジタルの個人アカウントを必要とする

- ・ ECと同じ決済手段
- ・ 個人の属性情報
- ・ スマホ等による双方向コミュニケーション

2. 習慣的行動（購買）を捕捉することに長けている

- ・ 日々繰り返し利用
- ・ カメラでの店内行動の捕捉
- ・ 棚情報のデジタル化

お客様毎の購買・行動データとして蓄積



今まで、出来そうで出来なかった、OMOの役割を果たすポテンシャルがある。

NTTデータは、デジタルパートナーとして、新たな店舗形態の創発・事業高度化、高ロイヤリティの経済圏形成といった、目指す世界観をお客様と共に実現していきたい考えです。



株式会社NTTデータ SDDX事業部 SD統括部

e-mail : sddx_contact@kits.nttdata.co.jp

TEL : 050-5546-9362

住所 : 〒135-6033 東京都江東区豊洲3-3-3 豊洲セントビル23F

