

スマートに進化する 小売業

エンタープライズインテリジェンス
で実店舗のデジタル
エクスペリエンス (DX)
を実現



verizon[✓]
business

小売業の進化は永遠に続きます。テクノロジーが進歩し、消費者がますますパーソナライズされたデジタルエクスペリエンスを求めるようになるにつれ、オンラインショップと従来の実店舗の境界は曖昧になりつつあります。消費者はもはや、ショッピングを現実世界ともデジタル世界とも考えておらず、単に「購買」と捉えています。実店舗とオンラインのどちらの購買体験も重要な役割を果たす中、今日の小売業は、よりスマートで連携性の高いオムニチャネルの購買体験を提供することで、消費者に喜んでもらえる新しい販売方法を見つける必要があります。

街はまだ賑わっている

オンラインショッピングは、ここ数十年で飛躍的に成長した購買体験です。人々は、自宅に居ながら買い物ができるスピード感、利便性、安全性に満足しており、価格、お得な情報、商品レビュー、配送時間などを素早く簡単に比較できることが満足の要因であることは言うまでもありません。にもかかわらず、多くの人は、依然として実店舗に足を運び、直接商品を見て回るのを楽しんでいます。

“ **多くの買い物客は、依然として実店舗に足を運ぶのを楽しんでいる¹。**

このように顧客が実際に店舗を訪れるというのは、小売業者にとっても貴重な機会です。Deloitteの調査によると、2021年7月の店頭販売の平均額は2019年3月と比較して約10%増加しています¹。また、店頭での商品リサーチに大半の時間を費やす顧客のうち、90%が店頭での購入を選択しています。したがって、まだ小売業者が店舗を閉鎖して、全業務をオンライン化する準備ができていないのも不思議ではありません。



¹ Deloitte, 2021, InSight Consumer preferences embrace a mix of physical and digital.

スマートな小売業は、 伝統と革新を併せ持っている

オンライン、デジタル、テクノロジーを駆使した購買体験は、依然として買い物客にとって重要です。今日の顧客が求める購買体験を提供するために、小売業は、次のようなさまざまなデジタル要素を含むサービスを実店舗内で提供する必要があります。

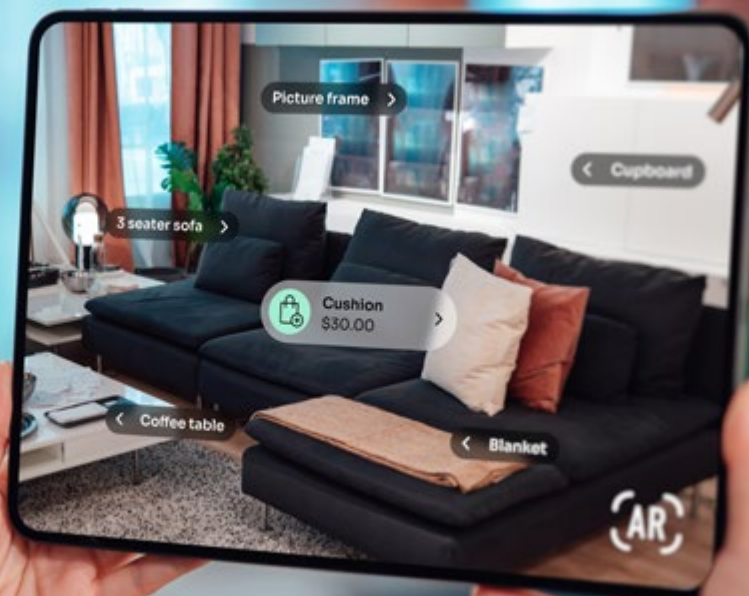
- 顧客向けの店内Wi-Fi
- 物理的なショッピングジャーニーを強化するモバイルアプリ
- 没入型デジタル体験（スマートミラーなど）
- （購買履歴に基づく）顧客へのパーソナルレコメンデーション
- AR/VRを使用した店内アシスタント
- シンプルなデジタル決済によるフリクションレスショッピング

Salesforceによる調査はこれを裏付けており、実店舗を訪れる顧客の88%がこれらのデジタル要素の充実化を期待していることを示しています²。

『2022 Connected Retail Experience Study』のレポートでは、小売業の62%は自身の実店舗における全体的なエクスペリエンスに満足している³にもかかわらず、実店舗内のデジタルエクスペリエンスに満足しているのはわずか39%であることが示されています。まだやるべきことがあるのは明らかです。先進的な小売業は、実店舗販売の未来がよりコネクテッドモデルに移行しつつあることを理解しています。そして顧客を獲得し、維持するためには、実店舗をよりネットワークでつながり、データ主導で、安全なものにするには、デジタルトランスフォーメーションを迅速に進める必要があることも理解しています。

“自身の実店舗における デジタル体験に満足している小売業はわずか 39%³。”

しかし、それは顧客に関する問題だけではありません。よりスマートで、ネットワークでつながり、データの豊富なオペレーションへ移行することは、小売業が自身のビジネスで何が起きているかをより深く理解することにもつながります。その移行によって、プロセスを合理化し、業務効率を向上させることができます。サプライチェーンをより明確に把握できるようになるため、問題が発生する前にそれを特定し、軽減することが容易になります。また、予期せぬ混乱に対応するための回復力を強化するのにも役立ちます。



²SalesForce, 2023, What Are Customer Expectations, and How Have they Changed?
³Verizon, 2022, Connect Retail Experience Study.



変革は進行中

良いニュースとしては、多くの小売業がすでにこのデジタルトランスフォーメーションに着手しているか、またはその計画を立てているということです。専門店や百貨店の42%はすでに顧客用Wi-Fiを導入しており、78%は2025年までに導入を計画しています。同様に、食料品と雑貨店の15%が店内で顧客用Wi-Fiを導入しており、42%が導入を計画しています。一方、専門店と百貨店の22%は店内で使えるモバイルアプリを展開しており、66%が2025年までに同様のソリューションを導入しようとしています。食料品と雑貨店の10%が同様のイノベーションを実施しており、39%が近々開始する予定です⁴。

“ 専門店と百貨店の66%が、店内で使えるモバイルアプリの導入を計画している⁴。

顧客に没入感を与え、有益で魅力的な体験を提供するデジタルディスプレイとサイネージも、店舗で重要な役割を果たすこととなります。専門店や百貨店の28%がインタラクティブなディスプレイを導入する意向を示しており、食料品店や雑貨店の22%も同様の意向を示しています⁵。さらに、未来志向型の小売業は、AR/VRアシスタントや、レジなし決済によるフリクションレスショッピングなど、他のスマートテクノロジーの店舗への導入も模索しています。



⁴Verizon, 2023, Connected Retail Experience Study.

⁵Rose de Fremery, 2023, How Enterprise intelligence can help shape the future of retail stores.

優れたカスタマーエクスペリエンスは舞台裏から始まる

小売業の多くが、カスタマーエクスペリエンスの向上にテクノロジーを活用しているだけでなく、業務効率を改善する革新的な方法にも投資しています。増え続ける顧客データを安全に処理できるよう、ネットワークを強化しています。スマートなモノのインターネット（IoT）対応ツールやセンサーに投資し、サプライチェーンを綿密に監視することで、混乱の早期発見とプロセスの効率化を可能にしています。また、スマートソフトウェアに投資して、在庫を綿密に監視し、時間のかかる作業を自動化することで効率を高め、従業員の負荷を軽減しています。

専門店と百貨店の53%は、リアルタイム在庫管理の導入を検討していると回答しています。食料品店や総合スーパーもこれに続く予定です。同様に、専門店・百貨店の38%は、業務をよりスマート化するために人工知能（AI）を導入しており、食料品・総合スーパーの28%も同様です⁶。

「**専門店と百貨店の38%がAIを導入している⁶。**

それだけではありません。小売業は、業務をスマート化するために以下のような他の技術革新にも投資を行っています。

- **カーブサイドピックアップセンサー**：在庫の監視から、オンラインで注文した商品を店舗の駐車場で受け取るカーブサイドピックアップの管理、カーブサイドでの待ち時間の追跡まで、小売店の注文準備の複雑なプロセスを簡素化します。
- **電子棚札（ESL）**：店内の業務をデジタル化して効率化し、カスタマイズされたマーチャンダイジングと在庫情報によってカスタマーエクスペリエンスを向上させることができます。
- **インテリジェントビデオ**：店内の顧客の動線と人数の追跡から、盗難や紛失の低減、事故対応時間の短縮、VIP認識による重要顧客へのサービスの調整まで、あらゆる面で小売店舗を支援します。
- **アソシエイト業務のロボット化**：在庫チェックや在庫管理といった時間のかかる業務を管理させることで、従業員を優れたカスタマーエクスペリエンスの提供に集中させます。
- **モバイルPOSソリューション**：顧客が迅速かつ簡単に決済できるようにし、行列や待ち時間を短縮させます。



⁶Verizon, 2022, Connected Retail Experience Study

エンタープライズインテリジェンスで小売業の未来を築く

新しいテクノロジーは、多くの可能性を秘めています。これらのテクノロジーによって、業務の効率的な遂行が可能になります。また、顧客との新たなコネクテッドエクスペリエンスの開発にも活用できます。さらに、よりエキサイティングで魅力的な新しい方法で買い物客とコミュニケーションを図ることもできるようになります。これらのテクノロジーを採用し、よりスマートで効率的、かつ俊敏な組織を構築するためにデジタルトランスフォーメーションを優先する企業が業界のトップに立つこととなります。

変革を成功させるために、小売業はバラバラになったシステムを統合し、新しい機能、よりスマートなインサイト、より迅速な意思決定を可能にする強力でモジュール化されたインテリジェントなソリューションを構築する必要があります。これがエンタープライズインテリジェンスと呼ばれるものです。そしてこれこそが、スマートな小売業の未来を切り開く鍵なのです。

ベライゾンが未来のプラットフォーム構築をサポート

小売業であれば、新しいテクノロジーに投資することが賢明であることを理解されているでしょう。しかし、それを成功に導くには必要とされる通信速度、低レイテンシー、広帯域幅を提供する強力なネットワークインフラで支える必要があります。そこでベライゾンの出番です。ベライゾンは、カスタマーエクスペリエンスの向上と業務効率の改善を可能にする広範なデジタルトランスフォーメーション戦略の立案と実施をサポートします。

新たな技術革新をサポートし、お客様が技術革新をさらに活用できるよう、堅牢でセキュアなネットワークインフラを構築し維持いたします。回復力と俊敏性に優れたクラウドベースのネットワークインフラを提供するNaaS (Network as a Service) ソリューションの提供も可能です。NaaSソリューションは、マルチアクセスエッジコンピューティング (MEC)、AI、機械学習 (ML)、AR/VRを実行する能力を提供し、最先端の小売業向けアプリケーションを実現します。

プライベート5G⁷、NaaS、MECなどを一体化して未来のためのプラットフォームを構築することは、単なるデジタルトランスフォーメーションではありません。これがエンタープライズインテリジェンスです。

ベライゾンが小売業を変革するテクノロジーの選定と導入をどのようにサポートできるか、詳細は[こちら](#)でご確認ください。

⁷地域によっては、プライベート5Gは利用できません。





© 2023 Verizon. All rights reserved. Verizon Businessの名称およびロゴならびに、ベライソンの製品およびサービスを識別するためのその他の名称、ロゴ、およびスローガンのすべては、Verizon Trademark Services LLC、あるいは米国またはその他の国における系列会社の商標およびサービスマーク、または登録商標およびサービスマークです。その他の商標およびサービスマークは、各所有者に帰属する財産です。