

「省力化を通じたビジネスチャンスの創造を考える」

アズライト代表 榎本 博之

コロナ禍は人々の買物に対する意識や行動を大きく変化させた。効率的な買物への志向が高まる一方で、非接触デリバリーやシャドーショップ型の事業モデルの見直しが進められている。リアル店舗でも、規模の大小を問わず新たな取り組みが導入されている。中でも中小企業は、慢性的な人材確保難とコスト負担の増大に直面しており、国は「中小企業省力化投資」という新たな補助金を設け、設備投資を促す支援を行っている。省力化を単に負担軽減とみなすのではなく、どのように新たなビジネスチャンスを創造していくか、さらなる一歩を考えてみたい。

AI を用いて発散と収束を繰り返し、精度を上げる

2022 年に登場した ChatGPT により、小売業界でも AI の活用が広がっている。人間のように自然な会話を可能にし、質問に即座に回答し、身近なツールとしての利用者が増えている。

小売業界での AI の活用シーンでは、キャッチコピー、紹介文、商品・サービス名の候補検討などで大きな効果を発揮している。商品概要を入力すると、POP に記載する文章やコピーを考えてくれる。従来は時間を要していた発想の作業を瞬時に解決し、商品訴求の頻度が高め、売場鮮度の向上にも寄与すると期待される。

AI を活用する際の重要ポイントは、発散と収束を密に繰り返すことにある。一度出てきた回答をそのまま採用するのではなく、例えば「もっと〇〇して」という指示や「ターゲットを△△と想定すると」といったより顧客ニーズに沿った投げかけ(プロンプト)を行うと、AI はさらに深く考え、新たな回答を導き出す。このプロセスを重ねることで、AI の学習効果が高まり、質問の意図をより理解し、回答の精度が向上する。これはブレインストーミングと同様の効果をもたらす。様々な意見を組み合わせ、内容のブラッシュアップや新たなアイデアのヒントを得るプロセスを AI と共に取り組めるようになる。

さらに表現に関しても「やさしい言葉づかいで」とか、「刺激的な言葉で」と指示すれば、それに応じた内容の修正も可能である。また、完成した内容についても、どのタイミングや場所で訴求すれば効果を最大化できるかなど検討ができる。これらを組み合わせることで、単に AI を活用した効率的な売場づくりだけでなく、人的販売を組み合わせた取り組みにつなげ、自社独自の販売方法を構築するアプローチの道筋が見えてくる。

AI を活用し、関連販売の組み合わせやお薦め商品のピックアップなど、発散と収束を繰り返すことにより、これまで気づかなかったヒントを得ることが可能だ。これらを活用して、新たなビジネスチャンスの創造を図りたい。

迅速な情報の共有化、トレンド把握

これまで景気や販売動向、ヒット商品の傾向などトレンドの動きを捉える際にはタイムラグが問題となっていた。例えば、営業日報や販売計画の内容について、多くの人に共有するには時間が必要で、情報を把握してもそのタイミングを逃してしまう場面があった。大手チェーンでは、店長やマネジャーが作成した営業日報の内容を AI で分析し、特徴的な情報をピックアップし、情報共有のスピードを向上させている。また、これらの報告から景気や販売動向の推移を見通し、仕入れや販売の判断材料として活用している。

具体的には、来店客数の増減理由や個別商品の動向を確認し、特徴や共通点を迅速に抽出し、店舗での実行ポイントを明確かつ具体的に伝えることが可能になっている。何を行うべきかが明確になり、実行と検証へのスピードが上がり、顧客ニーズに合った柔軟な売場づくりが可能になる。PDCA サイクルが早くなり、変化への対応力だけでなく競争力の強化にもつながる。

このような取り組みは、システム化へのハードルが障壁になりがちだが、トライアルでテーマを設定し、情報共有のスピードを高めるのも一つの方法である。日々の売場づくりや注力商品の陳列ポイントをテーマとして、その効果を簡単にコメントする。これを SNS などで共有すると、ノウハウが蓄積され、さらなる取り組みのテーマ設定に役立つヒントが得られる。

成果を最大限にするための欠品と機会損失の排除

発散と収束を繰り返し、迅速な情報共有化を行うと、予測精度は向上し、従来とは異なるアプローチのヒントが得られやすくなる。これまで個人に依存しがちだったノウハウを可視化し、組織全体の基盤を強化することが、省力化の重要なテーマとなっている。

データ分析やその可視化が進むと、販売動向におけるより細かいレベルでの把握を通じて、欠品や機会損失の排除する道が開けてくる。現在では、映像やセンサーを利用した欠品対策が増え、電子値札やレーザーを用いた商品管理の精度が向上している。

しかし、ここで差別化の源泉となるのがそれを使いこなす人である。AI に頼り切りになると、横並びの答えになる可能性が高まる。問いかける内容や、どのように技術を活用するかが、これからのビジネスチャンスを切り開く不可欠な要素となる。そのためには、肌感覚で現場を理解する人の重要性がますます高まっていくのは間違いない。このような省力化への取り組みを通じて、自分や自店のプラスアルファにかける時間を確保したい。