

スーパー・マーケット

② 生産者・賞味期限・衛生面など さまざまな商品情報を管理

スーパー・マーケット（以下スーパー）では、あらゆる商品を購入することができます。

そのため、売り場が広くフロアが数階に分かれていることもしばしば。また、野菜や果物、魚や肉など、新鮮な食品（生鮮食品）

を数多く取りあつかっている点が、コンビニと違うところです。

取りあつかう商品の種類も多くなるため、賞味期限や生産者、衛生面などさまざまな情報を管理しています。

考えてみよう

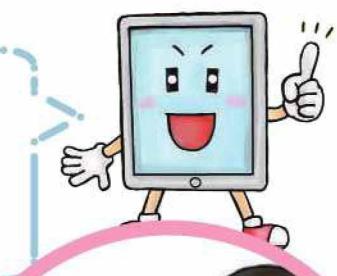
みんなの近くにたくさんあるスーパー。情報をどう活用しているか、見てみよう！

欠品や賞味期限のチェック

在庫は少なくなつた商品がないかを確認し、発注します。

また賞味期限が近くなる

と、何時に作られたかという情報をもとに、その商品を安くして販売したり、店頭から引き上げたりします。



生産者情報の管理

このキャベツは群馬県産です



野菜や肉、魚などは業者や生産者から仕入れています。

そのためどの商品がどこの業者・生産者から仕入れたものなのかという情報をも管理しています。野菜を育てる土壤調査の結果を公表しているところもあります。



衛生情報の管理



生ものを取りあつかう調理場の衛生面においても情報管理が重要です。部屋や道具の掃除を何時に誰が行ったのかを記録し、事故がないよう徹底的に管理しています。

商品のバーコードの読み取りや、金額の打ち込みは店員が行い、お金の支払いはお客様が機械に直接投入する「支払いセルフレジ」を導入するスーパーも増えてきました。レジの待ち時間を短くするための取り組みにもコンピューターが使われています。



支払いセルフレジ

仕入れチェック・発注



在庫がなくなり少なくなった商品は、商品名・数量などの情報をパソコンなどを使って入力し、業者へ発注します。また商品が入荷されると注文通りに届いているかをチェックします。

いつも行っているスーパーでも、見えない部分で情報が活用されているんだね。



未来のスーパー・マーケット —トライアル—

AIを使って店員の作業を減らし
お客様の買い物を自動化

AIを導入して最先端の店舗を出店している
スーパーの「トライアル」。
現金での支払いをなくし、スマートに会計

を行える「スマートレジカード」などレジ待
ちや人員不足の改善、売上アップのための
工夫を見てみましょう。

スーパー・トライアルの買い物の流れ

① ログイン



お店に入ると、スマートレジカードのスキャナーに、会員カードをかざしてログインします。

② バーコードのスキャン



買いたい商品が決まったら、バーコードを、スマートレジカードのスキャナーで読み取ります。

③ 買い物情報の確認



バーコードをスキャンすると、合計金額が表示されます。また関連する商品も表示してくれます。

情報の活用 1 お得な情報を提供する

スマートレジカード

現金のかわりに
会員カードで買い物ができる

ショッピングカード自体にセルフレジの
機能が搭載されているスマートレジカード。
現金ではなくトライアル専用の会員カード
を使って買い物をします。

会員カードには名前や住所の他に、過去
に買った商品の情報も残されています。



関連する商品も教えてくれる

たとえばパスタを買ったとします。するとAIはパスタに関連するトマトソースなどの商品や、割引中の商品などをモニターに表示。自動的に関連商品を教えてくれます。

普通のカードも選べるけど、今ではお客様の4割がスマートレジカードを選択しているんだって。



④ レジ待ちの必要なし!



プリペイドカードを使って支払いを済ませたら、スマートレジ専用レーンを通って店を出るだけ。レジ待ちをする必要はありません。会員になっていれば、買い物カゴを持ち帰ることができます。つまり、ビニール袋やエコバッグへの詰めかえが不要なのです。



- お客様に、おすすめやお得な情報を提供できる
- レジ待ちをする必要がない

情報の活用2

商品を監視し補充を自動化

商品チェックAIカメラ

商品を効果的に補充

トライアルのいくつかの店舗では、複数の商品チェックAIカメラを設置して、24時間、商品の棚を撮影しています。

以前は、店員が店内を見回って欠品をチェックしていましたが、カメラのおかげで、棚から商品がなくなりそうになると、すぐに補充をすることができるようになりました。

① カメラが店内を撮影



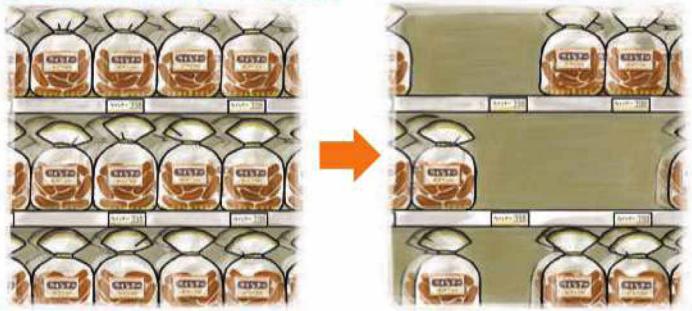
店内に設置されたカメラが棚を撮影しています

③ 発注する



モニターでチェックし発注します

② 商品の減りを認識



棚に商品が隙間なく並んでいる状態です

④ 補充する



減った商品を補充します

使う情報

- 商品棚の映像
- 在庫の数

情報の活用3

映像と音のコマーシャル

デジタル広告

商品の使い方を紹介

デジタル広告では、テレビコマーシャルのように、映像と音声で、商品の情報をお客様に伝えることができます。

あらかじめ買う商品が決まってから訪れるコンビニと違い、スーパーのお客さんは、店に来てからあれこれ悩んで商品を購入します。目と耳から入ってくる商品の情報が、購入の決め手になります。

スーパーには、物干しざおや洗剤のような日用品も売っています。パッケージを読んだだけではわかりにくい商品は、映像で使い方を説明できます。



お客様の目につきやすいところに並んでいます

オリジナルの広告動画を流すことで、売上げが2倍になった商品もあるんだって。



- 商品が選びやすくなる
- 売上げがアップする

考えてみよう

消費者の情報がどんどん販売に活かされているんだね。たしかに便利だけど、気をつけなきゃいけないことはないかな？

コラム お客様と商品をつなぐAI

スマートレジカードでは、購入した商品と関係がありそうな商品を自動的に表示して、おすすめしています。トライアルでは、将来、お客様が過去に買った商品から分析して、よりふみこんだアドバイスができるよう、研究を進めています。

甘いものをたくさん買っているから、スイーツが好きなんだな。

新商品のアイスをおすすめしよう！

