

# AI時代の小売業 未来戦略

## 予測・データ分析力が競争力を高める

人口減少・人口動態の変化、ネット販売の成長と消費者の購買行動の変化、アマゾンに代表されるデジタル・ディスラプター（デジタル時代の創造的破壊者）の台頭など、流通業界を取り巻く環境の変化が加速しております。さらに、流通業界においては人手不足・人件費の上昇への対応を迫られるなかで、テクノロジーを活用した小売業のバリューチェーン全体の生産性向上やオペレーションの効率化・業務の省力化が経営の喫緊の課題となっております。

そうしたなかで、流通業はテクノロジーを活用して、拡大する顧客接点から得られるさまざまなデータ、外部データの収集・分析で、新しい知見や価値を発見し、より高度なデータ活用と市場・売上動向等の精度の高い需要予測によって、より競争力を高めた経営戦略へ転換することが求められております。

すでに先行している流通企業では、顧客データやIoT、ビッグデータ、AIから得られるデータを活用することによって、売場や来店客の状況に合わせた人員配置やレジ業務の省力化、効果的な販促や接客、店舗オペレーションの最適化、需要予測に合わせた発注精度向上による販売機会損失の低減化、サプライチェーン全体の最適化など、オペレーションの効率化による省力化、生産性向上に向けた取り組みが進みつつあります。

今回のカンファレンスでは予測・分析力で競争力を強化して成長するための小売業のデータ分析経営の未来戦略と注目企業の取り組み事例をご紹介します。

主催：株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア「ダイヤモンド・チェーンストア」

協賛：SAS Institute Japan 株式会社

DIAMOND  
Chain Store

sas  
THE POWER TO KNOW.

### 開催日時

2018年5月24日(木) 13:30～17:00 (受付開始 12:45～)

### 会場

ベルサール六本木グランドコンファレンスセンター  
〒106-0032 東京都港区六本木3丁目2-1 9F Room H  
住友不動産六本木グランドタワー

### 受講定員

150名

### 受講料

無料 (事前登録制)

### お申込み 方法

下記 URL よりお申込みください。  
[https://f.msgs.jp/webapp/form/16451\\_tiy\\_128/index.do](https://f.msgs.jp/webapp/form/16451_tiy_128/index.do)

#### 【お申込み注意事項】

- お申し込み多数の場合は抽選とさせていただきます。
- 対象者以外の方に関しましては、お断りさせていただく場合がございます。
- 協賛企業の競合社からのお申し込みはお断りさせていただく場合がございます。あらかじめご了承ください。

#### 【個人情報の取り扱いについて】

今後のご案内・お知らせ、および主催企業と協賛企業の個人情報の取り扱いについて：ご登録いただいた住所やメールアドレス宛てに、事務連絡のほか、セミナー事務局より各種ご案内（事務連絡、セミナー情報等）をお送りする場合がございます。ご提供いただく個人情報は本セミナーの主催：株式会社ダイヤモンド・リテイルメディアと協賛：SAS Institute Japan 株式会社の「個人情報保護方針」に基づいて管理するとともにセミナーのご案内や営業活動のために利用させていただきます。

※株式会社ダイヤモンド・リテイルメディアならびに SAS Institute Japan 株式会社の「個人情報保護方針」は以下に記載したとおりです。

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア [http://diamond-rm.net/list/privacy\\_policy](http://diamond-rm.net/list/privacy_policy)

SAS Institute Japan 株式会社 [http://www.sas.com/ja\\_jp/legal/privacy.html](http://www.sas.com/ja_jp/legal/privacy.html)



【講演 1】 13 : 30 ~ 14 : 30

## 「ワークマン データ経営による企業革新」

～データ分析で業務を効率化、収益力を高める～

株式会社 ワークマン 常務取締役 土屋 哲雄 氏

ワーキングウエアでチェーン展開するワークマンは 2020 年までの中期経営計画で「中期業態変革ビジョン」を掲げ、主要客層が減少していく環境変化のなかでデータ分析・活用によって、サプライチェーン業務を効率化して収益力を高める「データ経営」を徹底している。とくに力を入れているのが発注業務の自動化による省力化。過去の販売動向データを基に自動的に発注量を算出・決定する需要予測システムを導入して、店舗の発注業務の負担を軽減。発注業務の自動化は、商品欠品率を下げ、商品回転率の向上にも効果を上げている。

「データ経営」を全社的に根付かせ、現場のデータ分析力を高め持続的に成長できる企業体質への変革をめざすこれまでの取り組みと AI・テクノロジーによる省力化、データ分析・活用戦略の今後の展望についてお話しいたします。



【休憩】 14 : 30 ~ 14 : 40

【講演 2】 14 : 40 ~ 15 : 50

## 「流通業の生産性改革、需要予測活用戦略 (ビッグデータ・AI) について」

アトムス 代表 角田 吉隆 氏 SAS Institute Japan 株式会社  
ソリューション統括本部 インダストリーソリューション統括部  
マネージャー 井上 義成 氏

流通業界は少子高齢化の進行によるマーケットの急激な変化と人手不足・人件費高騰に加えて、異業種を巻き込んだ競合激化の真ただ中にあります。こうした環境のなかでマーケットシェア拡大とオペレーション改革(省人化)が急務になっています。流通業界の現場でのこれまでの取り組みを踏まえて、生産性向上に向けたオペレーション改革を実現するための『ビッグデータ活用』や『需要予測活用戦略』の取り組みについてお話しいたします。また、本セッションの後半では、アナリティクスのリーディング・カンパニーである SAS Institute Japan より、需要予測をはじめとした高度アナリティクスを業務活用につなげるために必要な要素と、これらの要素を網羅した SAS の流通業界向けソリューションをご紹介します。



【休憩】 15 : 50 ~ 16 : 00

【講演 3】 16 : 00 ~ 17 : 00

## 「オムニチャネルを起点としたデータ分析アプローチの進化」

～ビッグデータを活用した新ビジネス展開とは～

株式会社 マツモトキヨシホールディングス 営業統括本部 営業企画部長 松田 崇 氏

マツモトキヨシホールディングスでは「オムニチャネルを起点とした CRM のさらなる進化」を重点戦略テーマに掲げ、多様化する顧客ニーズやライフスタイルの変化を的確にとらえ、顧客にとって価値のある商品とサービスの提供に注力しています。「LINE 公式アカウント」によるクーポン情報やキャンペーン情報の配信、「マツモトキヨシ公式アプリ」の展開に合わせて、既存の会員カードと EC サイトの会員 ID・ポイントの統合を実施。店舗と EC における在庫管理をリアルタイムで行えるようにして、店頭での取り寄せ・置き置きサービスにも対応、シームレスな購買体験の提供を実現しています。ID-POS データ分析では、顧客属性データ、購買履歴データから顧客の DNA を推定して実店舗、EC での品揃えや顧客別の販促を強化しています。さらに顧客データを活用したプライベートブランド商品の企画・開発、メーカーブランド支援事業にも乗り出し、ビッグデータを活用した事業展開にも積極的に取り組んでいます。マツモトキヨシホールディングスのデータ分析・活用の最新の取り組みについてご紹介します。

