

2023年度グローバル購買客展望調査

# 小売体験のレベル アップ

## 店舗スタッフによる顧客 対応の強化



店舗スタッフは、カスタマーエクスペリエンスを形成し、満足度を向上させ、全体的な店舗パフォーマンスを改善する上で非常に重要です。小売業者はテクノロジーを活用して、トレーニングの迅速化、支援体制の充実した職場環境の構築、店舗スタッフ全体の有効性向上を図っています。

**テクノロジーを活用する従業員が小売体験に与える効果を検証しましょう。**

## オムニチャネルの過程で極めて重要なナビゲーターが示す懸念

(店舗スタッフ)

### 買い物客の情報アクセスがスタッフを凌駕

77%

店舗スタッフより消費者の方が情報通であると回答

2022年から15%増 | 2019年から40%増



食品小売業

60%



量販店

81%



ドラッグストア

82%



一般小売業者

77%

### 在庫不足を警告するツール

81%

精度と在庫を改善するには、会社にもっと優れた在庫管理ツールが必要であると回答

2022年から7%増



食品小売業

79%



量販店

78%



ドラッグストア

82%



一般小売業者

85%

### 返品を頻繁に繰り返す顧客とリバースロジスティクスの課題に直面

56%

自分の店はオンラインでの返品に対応していると回答し、**主な問題を指摘**



返品を頻繁に繰り返す顧客

74%



リバースロジスティクス

63%



注文の受け取り/返品専用のエリアなし

40%

## 変革：小売イノベーションの新時代



93%

モバイル注文は買い物客の期待に応えるうえで有効である



85%

人工知能 (AI) は店舗スタッフの生産性向上に役立つと考える



83%

社会と環境に対する責任を果たす小売業者のために働くことが重要であると回答

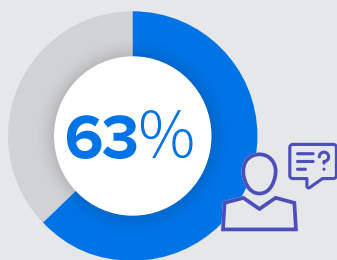
## 市場動向

買い物客の期待が変化するにつれ、小売業者に新たな課題が生まれ、この変化の大きい状況において店舗スタッフが果たす重要な役割に注目が集まっています。小売店スタッフは、デジタル領域と物理的な領域をつなぐうえで不可欠です。スタッフは多様な嗜好性を持つ顧客に、パーソナライズされたシームレスなサービスを提供できるよう適応する必要があります。店舗スタッフの専門知識によって、オムニチャネルの世界で消費者が期待する利便性とカスタマイズが可能になります。

# 人間的な接触の強化： 小売体験のレベルアップ

適切なツールを備え、トレーニングを実施していれば、店舗スタッフは質問に答え、問題を解決し、個々の顧客に合わせた提案を行うことができます。優れたカスタマーサービスは、小売体験全体に影響を与え、顧客ロイヤルティを高める重要な要素になる可能性があります。しかし、現代の買い物客は店頭ではもっと手伝ってもらいたいものだと考えており、店舗スタッフは低レベルの作業が原因で、顧客に付加価値の高いサービスを提供できなくなっていると不満を漏らしています。小売店の従業員の存在は、テクノロジーだけでは再現できない人間的な接点を提供する一方、最先端テクノロジーの導入により、タッチポイント全体として、サービスレベルを引き上げることができます。

## 見逃せない店内の人員不足



の買い物客は店頭でのサポートが不足していることへの懸念を報告

### 世代別

Z世代 (18歳以上) ミレニアル世代 X世代 ベビーブーム世代

71%	66%	56%	63%
-----	-----	-----	-----

## 店舗スタッフに共通する不満

(店頭販売や顧客サービスの現場)

**61%** あまり価値のない仕事に追われて接客にほとんど時間を割けないと回答

**48%** パーソナライズされた顧客サービスを提供するためのツールが不十分であることを言及

**47%** 顧客は店舗スタッフより先に、スマートフォンで価格や製品情報を調べていると回答

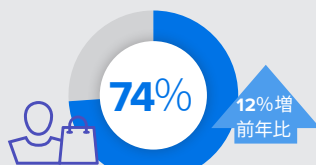
**41%** 品切れの苦情を指摘

優れたサービスの  
実現において状況  
を一変させる要因

**80%+**

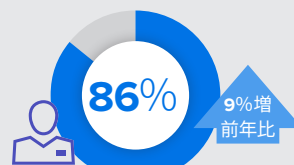
の店舗従業員が、ハンドヘルド型バーコードスキャナ、モバイルPOSデバイス、セルフサービス式レジを利用することにより、より良いカスタマーエクスペリエンスを提供できると回答

## スタッフと買い物客の双方がカスタマーエクスペリエンスの向上におけるテクノロジーの役割を高く評価



買い物客

店舗スタッフが最新テクノロジーを使用して接客していると、カスタマーエクスペリエンスが向上すると考えている



スタッフ

# テクノロジーの功績： 人員不足を克服し、小売利益を拡大

小売業者は、人員配置と利幅の維持において、厳しい課題に直面しています。84%という圧倒的多数の経営陣%が、熟練した店舗スタッフの採用、トレーニング、維持が難しいと感じています。この問題は、従業員の報酬強化と利益保護のバランスを取るという難しい課題によってさらに増幅されます。このような不安がある中で、テクノロジーは重要なソリューションとして際立っています。

セルフレジの出現は、店舗スタッフと経営陣の双方に支持されています。スタッフを優先順位の高い業務に再配置し、カスタマーエクスペリエンスを強化できるためです。小売店従業員のかなりの割合が、このテクノロジー統合により投資対効果 (ROI) が上げられることを認めています。さらに、リアルタイムの在庫可視化などのツールは、効率と顧客サービスを強化できるとして、店舗スタッフの間で評価されています。これは、技術的統合が強化された収益性の高い小売環境への転換を物語っています。



## テクノロジー投資が長期的に収益性の高い店舗への道を切り開く



スタッフ

86%

セルフレジによって店舗スタッフが解放され、優先度の高い仕事に取り組み、カスタマーサービスを改善できるようになった

85%

セルフレジによってカスタマーエクスペリエンスが向上する

84%

セルフレジへの投資は報われる／投資対効果 (ROI) が向上



経営陣

88%

88%

87%

## 効率とカスタマーサービスを向上させるツールをスタッフに紹介



85%

5%増  
前年比

在庫のリアルタイム可視化



82%

12%増  
前年比

RFID



82%

12%増  
前年比

電子棚札



78%

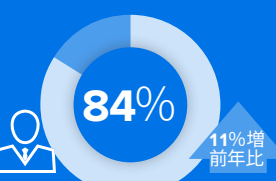
16%増  
前年比

AI/機械学習



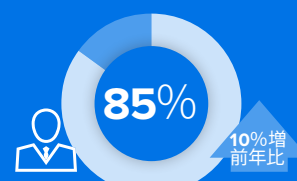
75%

生成AI



人材不足が  
小売業者の利益  
率の懸念を増幅

適切な店舗スタッフの雇用  
と維持が大きな課題



利幅を維持しながら、従業員が求  
める昇給と福利厚生を実現するこ  
とは組織にとって困難である

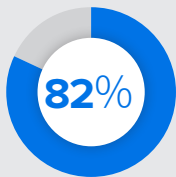
# 人材関連の難問を解明

デジタル時代にふさわしい、テクノロジーに精通した人材の誘致と維持 絶えず進化する労働市場環境の中で、優秀な人材を呼び込んで維持することは、小売業者にとって重要な課題です。顧客サービス、製品知識、デジタルリテラシー、適応性を網羅する多様なスキルセットに対する業界の需要によって、この継続的な問題が深刻化しています。Eコマースが成長するにつれ、オンラインプラットフォームをナビゲートし、最先端のテクノロジーを巧みに活用して棚卸などの作業を完了し、注文を効率的に処理できるテクノロジーに精通した人材に対する需要も高まっています。

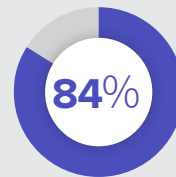
仕事の優先順位をつけ、チームメイトと協力するために、デバイスや分析がプラスに働くと認識する人が増えています。タスク/従業員管理ソフトウェアを導入して、継続的な成長を維持することが期待されます。



## スタッフと経営陣が、人員配置でテクノロジーが果たす役割を高く評価



小売業向けテクノロジーやモバイルデバイスを活用している小売店ほど、多くの店舗スタッフを引き付けて維持していると回答



## 職場に先進的なテクノロジーツールが導入されると、スタッフは自分が尊重されていると感じる

84% 8%増  
前年比

仕事に役立つテクノロジーツールが支給されると、自分は経営者に大事にされているという感覚が強まる

81% 9%増  
前年比

モバイルデバイスとテクノロジーを提供したことで、雇用主を以前より好意的に評価している

## デジタルハーモニー：ワークライフバランスの強化

(スタッフの嗜好、同意の割合)

83%

モバイルデバイス／アプリでスケジュールを管理したい

2021年から14%増

79%

1日を管理し、実行すべき正しいタスクを把握できるように、タスクが自動的に指示されることを望む

2021年から10%増

79%

店舗のモバイルデバイス／アプリを使ってチームと連携したい

2022年から11%増\*

\*2021年は質問なし

## 柔軟な従業員管理ソリューションが増加中

(今後5年間に導入を計画している経営陣の割合)

57%

タスク管理ソフトウェア

60%

従業員管理ソフトウェア  
(スケジュール作成、勤怠管理、従業員セルフサービス)

# 小売店従業員の未来を垣間見る

小売業のダイナミックな労働市場は、オムニチャネルに対応する広範囲のスタッフを網羅しており、業界の絶え間なく進化する性質が反映されています。ショッピング環境が多様化するにつれ、汎用性が高く顧客中心の従業員に対する継続的なニーズが最も重視されます。実店舗であろうと、デジタルインターフェースの向こう側であろうと、スタッフはカスタマーエクスペリエンスにおいて非常に重要な役割を果たす一方、多くは低レベルのタスクに縛られ、最高のショッピング体験を提供する妨げになっています。スタッフによる人間的な接触はやはりかけがえのないものですが、最先端のテクノロジーを活用することで、業務を大幅に強化し、物理的な領域とオンライン領域とのギャップを埋め、ビジネス全体の効率を高めることができます。この複雑な労働市場とテクノロジー主導の時代に適応することが小売業の成功には不可欠です。

## 本調査について

Zebra Technologiesでは、小売業を変革しているトレンドとテクノロジーを分析するために、成人の買い物客（18歳以上）、経営陣、店舗従業員を対象とするグローバルな調査を委託しました。Azure Knowledge Corporationがオンラインで実施した今年の調査では、4,200人以上の回答者が参加し、買い物客の体験、デバイスとテクノロジーの使用状況、店舗とオンラインの配送とフルフィルメントに関するトピックを取り上げています。Zebraの2023年度グローバル購買客展望調査では、業界の未来を形作る考え方、意見、期待について報告しています。このシリーズは以下の3つの主要テーマに焦点を当てています。



**顧客体験を掘り下げる**  
買い物客が小売体験に求めているもの



**小売体験のレベルアップ**  
従業員強化による顧客対応の向上



**現代の小売業における使命を果たすには**  
将来的な優先事項に対応する新たな基盤

2023年度グローバル購買客展望調査シリーズの全文は、  
[zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)からご覧いただけます。

## Zebra Technologiesの紹介

Zebra (NASDAQ: ZBRA) は、最前線のあらゆる現場スタッフと資産を可視化し、つなぎ、完全に最適化することにより、オンデマンドエコノミーにおける小売業者とその店舗従業員の成功を支援します。100カ国以上の10,000社を超えるパートナーから成るエコシステムを有するZebraは、Fortune 100企業の94%を含むあらゆる規模の顧客に、ワークフローをデジタル化/自動化するハードウェア、ソフトウェア、サービス、ソリューションの、定評あるポートフォリオを提供しています。

小売業者が収益性を高めながら、買い物客と店舗従業員の体験を向上させる上で、Zebraがどのように支援できるかご覧ください。詳細はこちら[Zebra.com/retail](https://zebra.com/retail)



北米本社および世界本社  
+1 800 423 0442  
[inquiry4@zebra.com](mailto:inquiry4@zebra.com)

アジア太平洋本社  
+65 6858 0722  
[contact.apac@zebra.com](mailto:contact.apac@zebra.com)

EMEA本社  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[contact.emea@zebra.com](mailto:contact.emea@zebra.com)

中南米本社  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[la.contactme@zebra.com](mailto:la.contactme@zebra.com)

ZebraおよびZebraヘッドグラフィックは、世界の多くの国々で登録されたZebra Technologies Corporationの商標です。その他の商標はすべて、それぞれの所有者に帰属します。©2023 Zebra Technologies Corp. and/or its affiliates.