



第17回年次グローバル購買客展望調査

収益性の向上

小売業の
最大の課題に対処

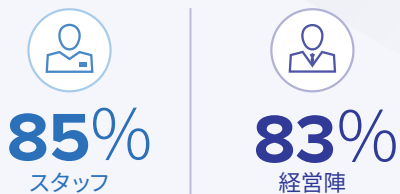
データに基づくインサイトと高度なアナリティクスの活用によるリスクの発見、トレンドの検出、購買客エクスペリエンスの向上と同時に、収益保護のための戦略を実施することで、激動する現在の状況下で、小売企業がどのように持続的な成功を手に行っているかをご紹介します。



シュリンケージへの 対処：収益の保護

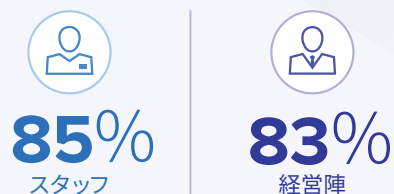
ほとんどの小売企業にとって、シュリンケージは依然として大きな問題です。多くの経営陣が、盗難や紛失の減らすとともに、返品や在庫ミスが原因で再販できない商品の量を最小限に抑えなければならないプレッシャーに曝されています。シュリンケージに対処するための取り組みは、カスタマーエクスペリエンスを念頭に置いて実施する必要があります。購買客の満足度と収益性を維持しながら、在庫管理を強化し、店内セキュリティを向上させるテクノロジーに小売企業の注目が集まっています。

重大なリスク： 不正行為や盗難と闘う小売企業



不正行為／シュリンケージの最小化は重大な課題である

セルフレジでのシュリンケージ対策には、適切な監視が必要



店内でのシュリンケージ／盗難は、セルフレジに伴う大きな問題



セルフレジにはシュリンケージ対策のため監視スタッフが必要

小売企業は先進技術を 今後の損失防止対策として認識

経営陣は
重要テクノロジーによってシュリンケージの削減が可能と考察

- 1 生成AI
- 2 AI駆動の処方的分析、機械学習
- 3 セルフレジ用カメラおよびセンサー
- 4 パブリックビューモニター
- 5 RFIDタグ／リーダー

小売企業における 損失防止と資産保護に対する投資の増加



損失防止／資産保護に対する投資の増額を計画している経営陣の割合

セクター別：

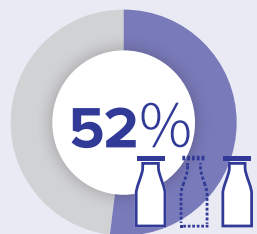


盗難／損失防止 リスクへの対処、経営の保護

シュリンケージは小売企業にとって不幸な現実となっています。そのために日常業務に過剰な負担を強いられ、リソースが侵食されています。シュリンケージは常に課題でしたが、盗難や不正行為の発生率の上昇とともに、プレッシャーがさらに強まっています。現在78%の経営陣が、盗難や紛失への対処に強いプレッシャーを感じると回答しています。過去1年間で6ポイント上昇した数字は、緊急性の高まりを物語っています。

安全に関する懸念は、金銭的な損失と同様、差し迫った問題になりつつあります。盗難と犯罪が急増する状況の中で、10人中8人以上のスタッフが、職場は安全ではないと感じています。安全上の脅威を検知して対応するためのテクノロジーがないことを懸念するスタッフも、同じ割合で存在しています。このような不安は店舗運営に波及し、パフォーマンス、エンゲージメント、人員確保の安定性に影響を及ぼします。スタッフが自分は安全ではない、助けてくれる人がいないと感じている状態では、小売企業がスムーズな店舗運営を維持して購買客の期待に応えることがますます難しくなり、さらに深刻な経営上の課題に直面することになります。

小売業におけるシュリンケージの急増

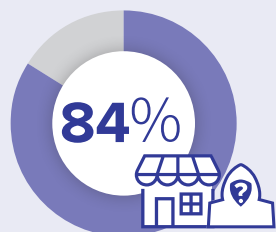


小売シュリンケージが過去12カ月間で増加していると回答した経営陣の割合

シュリンケージ率が増加しているという回答の割合 (地域別) :

アジア太平洋	ヨーロッパ	中南米	北米
54%	49%	44%	57%

安全性への懸念が急増



店内での盗難や犯罪の増加によって身の安全を心配しているスタッフの割合

地域別:

アジア太平洋	ヨーロッパ	中南米	北米
73%	85%	87%	89%



安全上の脅威や犯罪行為を発見するテクノロジーがないことを懸念しているスタッフの割合

地域別:

アジア太平洋	ヨーロッパ	中南米	北米
72%	87%	92%	87%

盗難と損失の防止におけるプレッシャーの増大

78%↑ 前年比6ポイント増

盗難や損失を最小限に抑えるべく強いプレッシャーに曝されていると回答した経営陣の割合

セキュリティ対策 安全性と購買客エクスペリエンスとのバランス



犯罪の急増とともに店舗における懸念が増大

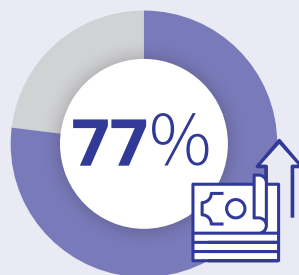
71%

買い物に利用する店舗での盗難・犯罪発生率の高さを不安視する購買客の割合

セキュリティの問題が店内エクスペリエンスに及ぼす影響が大きくなっています。陳列ケースの施錠や値上げなどの対策が、購買客に影響しています。小売業における盗難と犯罪の増加がますます懸念されるようになり、買い物に利用する店舗での盗難発生率の高さを不安視する購買客が71%に達しています。盗難増加とともにコストが上昇する中で、77%の購買客が小売企業の値上げによって財布への負担がさらに大きくなることを心配しています。支出を抑えるようになる場合も少なくありません。収益性の維持は重要ですが、このような価格上昇は、実店舗でもオンラインでも、より低価格または充実した品揃えの競合他社に顧客を奪われるリスクを高めます。

小売企業は対抗策として、セキュリティ対策の強化と在庫管理ツールの改善に取り組んでいます。しかし、こうした努力は購買客に摩擦をもたらす可能性があります。盗難や運営上の問題に起因する在庫不足により、店頭在庫が過少となり、購買客の不満が増すことが考えられます。小売企業の経営陣は、シームレスなショッピング体験の維持を目指し、顧客の利便性を高めながら在庫を保護するソリューションを追求しています。

盗難の急増が引き起こす 価格上昇の懸念



盗難や犯罪の増加により、小売企業が値上げを余儀なくされるのではないかと懸念する購買客の割合

世代別

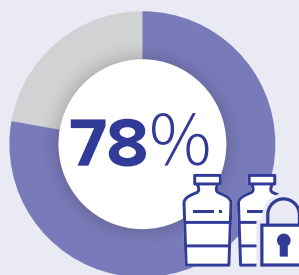
Z世代 (18歳以上)
72%

ミレニアル世代
77%

X世代
74%

ベビーブーム世代
82%

商品の施錠によって損なわれる 購買エクスペリエンス



欲しい商品が鍵付きのケースに収められていたり、陳列ケースの後ろに保管されていると不満を感じる、と回答した購買客の割合

世代別

Z世代 (18歳以上)
75%

ミレニアル世代
78%

X世代
77%

ベビーブーム世代
79%

損失防止という 課題の深刻化

経営陣にとって損失を防止するうえでの最大の課題

- 1 セキュリティへの取り組みとカスタマーエクスペリエンスのバランス
 - 2 既存のシステムへの統合により、効率的にトレンドやパターンを特定
 - 3 シュリンケージに関連するデータの収集と分析
- 3 導入に最適なテクノロジーソリューションの特定

小売業におけるテクノロジーの転換 可視化と自動化の活用によるオペレーショナルエクセレンス

消費者の期待水準が高度化し、経営課題による圧力が高まる状況の中で、可視性の向上やサプライチェーンの合理化につながるテクノロジーに小売企業の注目が集まっています。正確な在庫レベルを維持し、不一致を防ぎ、潜在的な損失に素早く対処するうえで、RFIDやリアルタイム追跡などのツールへの投資は不可欠となっています。在庫と需要を一致させることで、小売企業の収益性が向上し、よりスムーズな購買エクスペリエンスが実現可能になります。

業務効率以外にも、トレンドを予測し、店内アクティビティを監視し、セキュリティを向上させる強力な手段が、AI駆動の分析やコンピュータビジョンなどの新しいソリューションによって提供されます。これらのテクノロジーにより、小売企業は事後対応型の戦略から先を見越した戦略に移行し、リスクの発生を未然に察知し、リソースを最適化し、スムーズな購買プロセスを実現できます。高度な自動化を導入することで、非効率性を削減すると同時に、セキュリティと顧客利便性とのバランスを調整し、損失防止の取り組みが業務の中断ではなく強化につながるようにします。

変革への青写真：経営陣による5年間の導入計画



自動化とインテリジェンス

品目レベルのRFID

59%

在庫切れを知らせるアラート

57%

自動在庫量確認

56%

製品ロケータ

56%

注文追跡／受け取り証明

52%

需要計画／予測および発注

51%



アナリティクスとAI

生成AI

59%

人工知能／機械学習

58%

コンピュータビジョン／ビジュアルインテリジェンス

57%

需要計画と予測

56%

在庫のリアルタイム可視化

55%

予測分析

55%

処方的アナリティクス

53%



在庫の可視化
が中心的な課題

76%

在庫の可視化への投資拡大を計画している
経営陣の割合

セクター別：



71% 食品小売業者



80% 量販店



67% ドラッグストア



71% 一般小売業者

今後の方向性

収益保護にテクノロジーは不可欠

小売業の未来は、イノベーションと経営精度のバランスを取る能力によって決まります。盗難、不正行為、再販不可能な返品に起因する損失がますます深刻化する状況の中で、小売企業は従来の損失防止策のさらに上を行く必要に迫られています。インサイトを提供し、可視性を向上させ、情報に基づいた意思決定を可能にする、人工知能、予測分析、コンピュータビジョン、需要計画といった高度なツールの採用が、成功の鍵になります。

これらのイノベーションにコミットする小売業者は、単に生き残るだけでなく、成功を勝ち取る可能性を秘めています。テクノロジーへの投資は、俊敏な経営を可能にし、収益性を確保し、顧客が期待するシームレスな購買エクスペリエンスを提供します。競争が熾烈化する環境の中で、今すぐ決断し行動に出る企業が、将来の小売環境を形作り、オペレーショナルエクセレンスと継続的な適応によって長期の成功を確かなものにします。

本調査について

Zebra Technologiesは、成人の消費者（18歳以上）、経営陣、およびスタッフを対象に、小売業界を変革しつつあるトレンドおよびテクノロジーについて分析する目的で、世界規模の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の第17回年次グローバル購買客展望調査シリーズでは、業界の未来を形づくる考え方、意見、期待事項についてレポートしています。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。



期待を超える
摩擦のない世界におけるエクスペリエンスの向上



収益性の向上
小売業の最大の課題に対処



卓越性を解き放つ
エンゲージメントの高いスタッフの力

第17回年次グローバル購買客展望調査の全シリーズをご覧になるには、
zebra.com/shopperstudyにアクセスしてください。

カスタマーエクスペリエンスの向上、オムニチャネル運営の強化、収益の保護のために、Zebraがどのように小売企業のお役に立てるかについて、zebra.com/retailをご覧ください

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スタッフ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。



北米本社および世界本社
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

アジア太平洋本社
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

EMEA本社
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

中南米本社
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com