

2023年11月27日

流通に強いスコープが考える！

「店舗 DX って何？」

～今とこれからを考えるための6つのポイント～

株式会社スコープ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:横山 繁)デジタルテクノロジー事業本部・エクスペリエンスデザイン本部は、「店舗 DX」について様々な角度から総合的に考察することを続けています。

2018年、経済産業省による『デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン』公表を契機に、広く認識の共有が進んだ《DX(デジタルトランスフォーメーション)》。今では毎日のように様々な関連ニュースが発信され、DX 推進は多くの企業にとって今後の事業継続に大きな影響を及ぼす、目が離せない潮流となっています。

その中でも《店舗 DX》とは、店舗などを有する小売業をフィールドとして展開される DX を指しており、マーケットにおいて自社ビジネスの優位性を維持するための重要な取り組みと位置づけられています。

店舗 DX の一般的な定義やそれが求められる背景、代表的な手法といった基本情報とともに、店舗 DX を成功に導くためのポイントや具体的なサービス事例を、弊社ウェブサイトにおいてご紹介しています。以下に一部の内容を掲載します。

<SCOPE ウェブサイトでの Contents>

Point 1. 業務の効率化だけではない?店舗 DX とは

Point 2. 店舗 DX が求められる背景

Point 3. DX 推進により期待できるメリット

Point 4. 2タイプに分類できる店舗 DX

Point 5. 店舗 DX 導入の課題

Point 6. 店舗 DX を成功に導くために

SCOPE のデジタルツール事例紹介

まとめ

【一部の内容を紹介】

Point 2. 店舗 DX が求められる背景

DX 推進は広く社会全般を対象とした潮流ですが、《店舗 DX》についてそれが求められる主な要因を挙げておきます。

深刻な人材不足

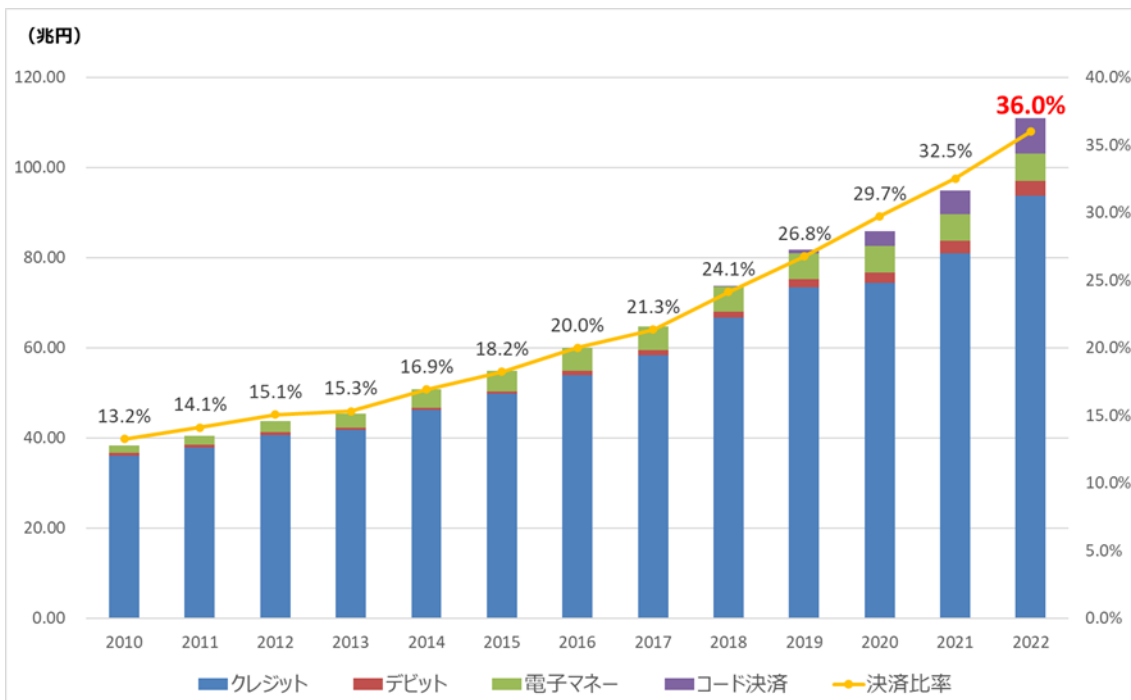
少子高齢化が進む状況下、多くの産業で労働力の不足が深刻化しています。建設業・福祉・飲食サービス業などがその代表的な例ですが、小売業(販売従事者)も常に人材不足を抱える産業となっています。厚生労働省の発表(※1)によると、令和 5 年 7 月の統計において販売従事者の有効求人倍率は 2 倍を超え、求人数が求職数を大きく上回っています。今後も労働人口の減少が続くと予想されるなか、効率化もメリットのひとつに挙げられる店舗 DX への取り組みが小売業に求められています。

[※1.厚生労働省 一般職業紹介状況\(職業安定業務統計\) 参考統計表](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_34815.html)

https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_34815.html

ショッピングスタイルの多様化

新型コロナウイルス拡大を機に社会の生活様式が大きく変わり、リアル店舗ではダイレクトな接触や対面を避ける行動が求められました。これに応じるデジタル施策のひとつとしてキャッシュレス決済の導入拡大が見られましたが、経済産業省が掲げる目標や社会のニーズも相まって、キャッシュレス決済の比率は現在も上昇しています。(※2)



[※2.経済産業省 我が国のキャッシュレス決済額及び比率の推移\(2022年\)](https://www.meti.go.jp/press/2023/04/20230406002/20230406002.html)

<https://www.meti.go.jp/press/2023/04/20230406002/20230406002.html>

また、近年 EC サイトを利用したショッピングが着実に広がりを見せています。経済産業省によれば、物販系分野における BtoC の EC 市場規模は 2021 年から 2022 年にかけて 13 兆 2,865 億円から 13 兆 9,997 億円に増加しています。(※3)

BtoC-ECの市場規模及び各分野の増減率

	2021年	2022年	増減率
A. 物販系分野	13兆2,865億円 (EC化率 8.78%)	13兆9,997億円 (EC化率 9.13%)	5.37%
B. サービス系分野	4兆6,424億円	6兆1,477億円	32.43%
C. デジタル系分野	2兆7,661億円	2兆5,974億円	▲6.10%

※3.経済産業省 電子商取引に関する市場調査

<https://www.meti.go.jp/press/2023/08/20230831002/20230831002.html>

もちろん新型コロナ禍の影響も大きいと想像されますが、リアル店舗の制約にとらわれない《いつでも》《どこでも》気軽に買物を楽しむスタイルは、今後もさらに支持を得ていくと考えられます。この点も店舗 DX の導入が重要とされる要因となっています。

【まとめ】

新型コロナウイルスの拡大で社会は一変し、デジタル技術を活用して店舗ビジネスを大きく変革させる《店舗 DX》の必要性は、ますます高まっています。店舗 DX という会計ソフトやセルフレジ、電子 POP の導入など、デジタル化による効率アップやコスト削減策というイメージが先行するかもしれませんが、しかし、今まで述べてきたようにそれは店舗 DX の一面に過ぎません。その本質は、より快適な買物体験の提供やビジネスの新たな価値を創造する点にこそあります。そして、その成果が結果として自社をマーケットで優位なポジションへと導くのです。

また、店舗 DX を運用するのは《ヒト》だという点にも留意が必要です。日々アップデートされていくデジタル技術を使えば、今後も様々なデータの入手が可能になるでしょう。つまり、それを適用する現場力も DX 導入の成功に欠かせない要素であるといえます。店舗 DX に取り組む際は、その目的と方向性をしっかり見定め、日々の業務や顧客の動向に精通した従業員・店舗スタッフなど現場の意見も積極的に取り入れながら、《自社》《顧客》双方の視点から推進していくことをおすすめします。

▶さらに詳しい内容は [こちら](#) をご覧ください。

https://www.scope-inc.co.jp/view/exd_report_2311

■会社概要

会社名:株式会社スコープ

所在地:東京都千代田区富士見 2 丁目 10 番 2 号 飯田橋グラン・ブルーム 28 階

代表者:代表取締役社長 横山 繁(最高執行責任者)

設立:1989年4月1日

事業内容:総合企画事業 総合広告事業 総合制作事業

ウェブサイト:<https://www.scope-inc.co.jp/>

■お問い合わせ先

株式会社スコープ 広報担当

Eメール:koho@scope-inc.co.jp

本ニュースリリースに関する詳細は、弊社ウェブサイトおよびお問い合わせ先でご確認いただけます。