

2018年1月18日号

検索

最適価格はAIに聞け

ローソンが挑む「一物多価」

定価販売が原則のコンビニ業界でローソンが新たな売り方に挑み始めた。ITを駆使した次世代店舗に動的な価格設定ができる仕組みを導入。固定的だった「値付け」に自動化の波が押し寄せている。

「一物一価」を基本に人が価格や割引額を決めていた時代が去り、条件に基づいて自動的に価格を上下させる「一物多価」「一物時価」とも言える時代が訪れつつある。変化の象徴とも言える施設が2017年10月に現れた。仕掛けたのはローソン。次世代店舗の実験施設「オープンイノベーションセンター」を都内に開設した。白石卓也執行役員センター長は「将来的にはコンビニエンスストアでもダイナミックプライシング（動的価格設定）を実現したい」と意気込む。定価販売が原則のコンビニで、価格を柔軟に変更する仕組みを導入しようとしているのだ。

そのための道具がIT。具体的には電子棚札とICタグ（RFIDタグ）である。次世代店舗は原則として全ての棚に電子棚札が付き、商品にはICタグが付く。電子棚札は値引き販売が多いスーパーを中心に普及している。ローソンはこれをコンビニ業態にも取り入れようと画策。天井裏の制御機から無線信号を出せば、棚札の商品名と価格を自在に変更できる。商品の入れ換えなどのたびに数時間程度かかる棚札の付け換え作業を省けるようになる。

ローソンはさらに一歩進めて、機動的な価格変更を目指す。主に弁当など消費期限が短い商品に適用する。前提として弁当にICタグを付けておく。ICタグは弁当を包むフィルムに埋め込む形態などを想定している。

ICタグには商品のバーコード情報のほか、消費期限などの情報を書き込める。天井に設置した読み書き機で常時ICタグをスキャンしており、この仕組みを生かせば「消費期限が残り〇時間の弁当がどの棚にいくつ残っているか」という情報を自動的に把握できる。

消費期限が迫ると現状はコンビニ業態では値下げせずに廃棄、スーパーなどでは「3割引」などのシールを貼って値引き販売（マークダウン）することが多い。いずれも人手がかかる。ローソンの次世代店舗は消費期限が迫った商品が置かれた棚に付いた電子棚札の価格表示を変更。自動的に値下げしようというわけだ。

図 ローソンの次世代店舗で検討している「ダイナミックプライシング」の仕組み

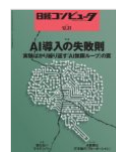
電子棚札とICタグで価格を自在にコントロール



コラム目次

[買い時は百人百様 最適な「時価」で売る](#)[中古品の査定もAIにお任せ](#)[支援ツールが充実 問われる活用力](#)[米シニア大手が探る価格調整の進化形](#)

バックナンバー

[バックナンバー一覧](#)

アクセスランキング

[【動かないコンピュータ】](#)[不正アクセスで8万件的個人情報漏洩 事態把握から5カ月経って公表](#)[【最適価格はAIに聞け】](#)[ローソンが挑む「一物多価」](#)[【ニュース&レポート】](#)[PC・サーバー・スマホに脆弱性 CPU欠陥問題、世界を震撼](#)[【ニュース&レポート】](#)[国が民間クラウド解禁へ 行政システム改革に本腰](#)[【CIOが挑む】](#)[基幹系刷新、7年おきに 現場の要件定義力で遂行](#)[【乱反射】](#)[富士通、NTTデータ、NRI 海外ITサービス3強の行方](#)[【最適価格はAIに聞け】](#)[買い時は百人百様 最適な「時価」で売る](#)[【最適価格はAIに聞け】](#)[中古品の査定もAIにお任せ](#)[【動かないコンピュータ】](#)[ERP導入に失敗、委託先を提訴 パッケージ連携で「不具合多発」](#)[【現場を元気にする DevOps 2.0】](#)[【第10回】 ツールだけでは元気は出ない DevOps 2.0に必要な7つの役割](#)

関連書籍

[SEよ大志を抱こう](#)

AIが価格戦略の新潮流に

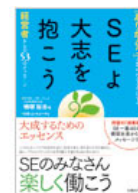
POS（販売時点情報管理）レジや電子マネーなど小売業を巡るITの発達が目覚ましい。にもかかわらず、価格設定を取り巻く店の業務だけは昔とあまり変わっていない。コンビニの場合、弁当などの定価を最初に設定する際は市場調査などに注力するが、一旦決めた価格は変更しないのが原則だった。

一方で、家電やブランド小物などの高額品は「価格.com」などの比較サイトの利用が一般化した。ここに掲載される最安価格は消費者の購買行動を左右する。ここでの相場が下がれば、家電量販店なども対抗して値下げせざるを得ない状況になっている。

価格戦略の策定に携わってきたEYアドバイザリー・アンド・コンサルティングの中村裕之エグゼクティブディレクターは「価格比較サイトや大手通販サイトの価格を収集して参照する製造業や小売業は多い。ただし、最安価格に追随するばかりでは、価格破壊の底なし沼にはまってしまう」と話す。

価格決定や価格調整にAIを採用する動きも広がる。中村氏は「AIに全てを委ねるのはやめたほうがいいが、支援には使える」と話す。中村氏によれば、価格は「3C（Customer＝顧客、Competitor＝競合、Company＝自社）」の3要素から決まる。3つ全てを満たす価格設定は理論的に難しい。「顧客にとって割安感があり、競合よりも安く、かつ自社もがっばりもうかる」という価格設定があり得ないのは当然だろう。ただ、最安かどうかはともかく、顧客が納得する価格を適切なタイミングで提示し、自社ももうかる仕組みは実現されつつある。そこにAIが絡むのが2018年の新潮流だ。

顧客のニーズを満たし、競合に負けず、自社の売上高を最大化するという3つの変数からなる方程式を解くために企業は工夫を凝らす。カギはAIなどのITと人の判断との組み合わせにある。



SEのやりがいを改めて認識できるとともに、楽しく働きながら大成するための「気付き」が得られます。これからの時代を生きるSEに必要な構えや物事の考え方を体系的に整理し、53のメッセージとしてまとめています。『日経コンピュータ』の人気連載を基にした、SE一筋40年の著者による待望の初書籍です。

（ A5判、276ページ、1,680円 ）

ツイート

0

目次