

【オムニチャネル研究会 報告会レポート】

テーマ：リテール DX の核心

日時：2024年10月13日（日）9:00-10:20

場所：法政大学 市ヶ谷キャンパス

1. 解題

オムニチャネル研究会リーダー 近藤 公彦（小樽商科大学 大学院商学研究科 教授）

2. ご講演：「リテール DX の実践的アプローチ」

柳沢 啓 氏（株式会社キタムラ 代表取締役社長）

3. パネルディスカッション

柳沢 啓 氏（同上）

逸見 光次郎 氏（株式会社 CaT ラボ 代表取締役）

近藤 公彦（同上）

中見 真也（神奈川大学准教授）



第1部

本研究会のリーダーである近藤公彦（小樽商科大学）が、オムニチャネル化を進める上でDX（デジタルトランスフォーメーション）の重要性について説明。オムニチャネル化の推進にはDXが不可欠であると強調した。

第2部

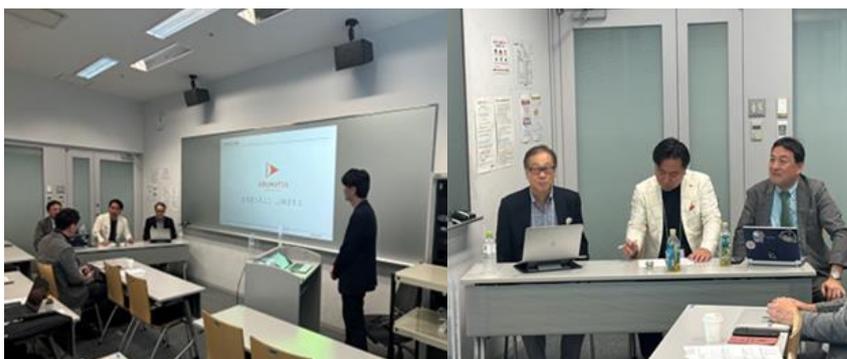
柳沢啓氏（株式会社キタムラ）より、カメラのキタムラで実施されてきたリテール DX の取り組みについて紹介があった。具体的には、オムニチャネル化、業務プロセスの効率化、レガシーシステムの克服、組織文化の変革などの実践事例が紹介され、リテール DX の目的は顧客体験の向上（効果面）と業務オペレーションの改善（効率面）であると説明。これらの取り組みが具体的に顧客満足にどのような影響を与えているかについても話があった。

第3部

柳沢啓氏（株式会社キタムラ）、逸見光次郎氏（株式会社 CaT ラボ 代表取締役）に、近藤（小樽商科大学）、中見（神奈川大学）を交え、リテール DX の核心とその推進についてパネルディスカッションが行われた。その内容は下記、

- ① キタムラのデータ活用について、キタムラのデータ活用は従来の小売業が考えていたデータ活用とは異なり、顧客満足の向上にデータを活用している。
- ② キタムラの AI の取り入れ方について、これまでの顧客に対する課題に置き換えてキタムラのスタッフがゲーム感覚で AI を取り入れ、AI を積極的に使いこなしている。
- ③ DX に対する費用の考え方について、キタムラでは DX に関わる費用を「コスト」ではなく「投資」として捉えることでいつまでにどのような効果を期待して進めていくこと事前に想定する費用対効果を示しその重要性を共有することで、具体的な成果につながっている。

これらに対して柳沢氏は共通するのは「お客様が喜ぶことを想像することが、店舗スタッフの協力を得るためにも重要な視点である」と説明した。



以上（文責：杉田 慎一郎）