

# 次世代の小売業界

AIを活用した実用的イン  
サイトと競争優位性の獲得

# 1. はじめに： 小売業界のデータジレンマと生成AIの約束

小売業界は岐路に立たされており、**急速なデジタルトランスフォーメーションはオプションではなく、絶対不可欠なもの**となっています。この非常に競争が激しく常に変化する環境では、複数の異なるアプリケーションにまたがるデータが膨大であり、小売業者はそれを実用的なインサイトに変換するのに苦労しています。

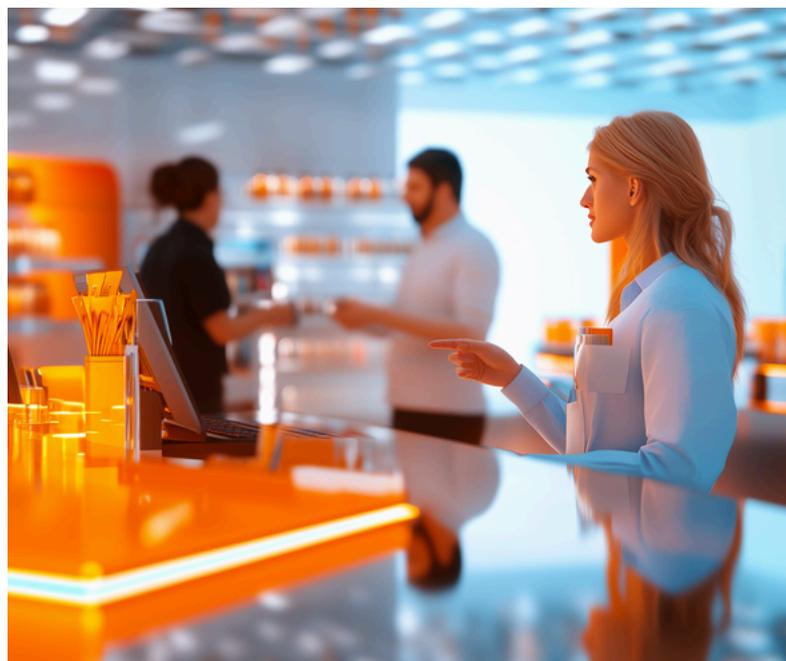
人工知能（AI）、特に生成AI（Gen AI）は、小売業者が遅れを取らないだけでなく、**業界の最前線で活躍するための重要な役割**を果たしています。AIは単なるツールではなく、小売業界の将来を担っており、よりスマートな意思決定、パーソナライズされたカスタマーエクスペリエンス、最終的にビジネスの成功を支援します。

「AIは全面的な置き換えソリューションではありません。むしろ、現在のプロセスに取り入れることで効率を向上させ、売上をさらに伸ばすために導入します」



**Mike Relich**

戦略的アドバイザー、元小売担当CIO、  
Strategyリテールソリューションズ



## 目次

- 1 はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束
- 2 小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）
- 3 パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境
- 4 小売業界のデータジレンマ
- 5 アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤
- 6 小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する
- 7 AIの変革の力
- 8 AIを活用した  
アナリティクスへの投資
- 9 すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化
- 10 小売業界におけるAI  
ソリューションの実装
- 11 結論：  
小売業界の将来はAIが担う

## 2. 小売業界のデジタルディスラプション (デジタルによる破壊)

小売業界は、進化していく消費者の行動、世界的な混乱、経済的圧力を特徴とするダイナミックな環境に直面しています。**product (商品)**、**price (価格)**、**promotion (販売促進)**、**place (場所)**、**people (人)** といった**5Pの最適化**を追求することは、データのサイロ化や機能システムの分断によって困難になっており、企業の全体像の把握を妨げています。

このデジタルディスラプションは、**モバイル**、**オムニチャネル**、**eコマース**などの小売業態の増加、さらに、買い物客の期待に応じてオファーをカスタマイズしなければならないというプレッシャーの高まりによって、拍車がかけてられています。また、カスタマーエクスペリエンスのパーソナライズを促進し、小売業界のエコシステムを効率化するAIおよび没入型テクノロジーの進化によっても加速されています。



小売業界は、豊富な機会に満ちた重要な転換期を迎えています。このデジタルトランスフォーメーションの時代に、生成AIはゲームチェンジャーとして出現し、小売業者の事業運営、競争、繁栄の方法に大変革をもたらします。

## 目次

- 1 はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束
- 2 小売業界のデジタルディスラプション（デジタルによる破壊）
- 3 パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境
- 4 小売業界のデータジレンマ
- 5 アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤
- 6 小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する
- 7 AIの変革の力
- 8 AIを活用した  
アナリティクスへの投資
- 9 すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化
- 10 小売業界におけるAI  
ソリューションの実装
- 11 結論：  
小売業界の将来はAIが担う

### 3. パンデミック後の小売業界を取り巻く環境

パンデミックの間に世界的なサプライチェーンに及ぼされた大きな影響のため、小売のライフサイクルのすべての側面にわたり、データを効果的に統合し、**分析的なインサイトを活用**することが極めて重要になってきました。

パンデミック後の世界では、小売業界はますます競争が激化したダイナミックな市場で重要な課題に直面し、**運用を最適化し、カスタマーエクスペリエンスを強化し、収益性を高めるための高度なテクノロジー**を活用する必要に迫られています。



「引き続き低コストと高速さを重視するグローバル企業は、ますますサプライチェーンのレジリエンスに重点を置いています。その結果、サプライチェーンの多様化への投資が増加しています」

#### **Deloitte Global Retail Outlook 2024 (業界展望 2024 小売)**

課題を乗り越え、機会を取り込む - 世界中の小売業界のリーダーからのインサイト

## 目次

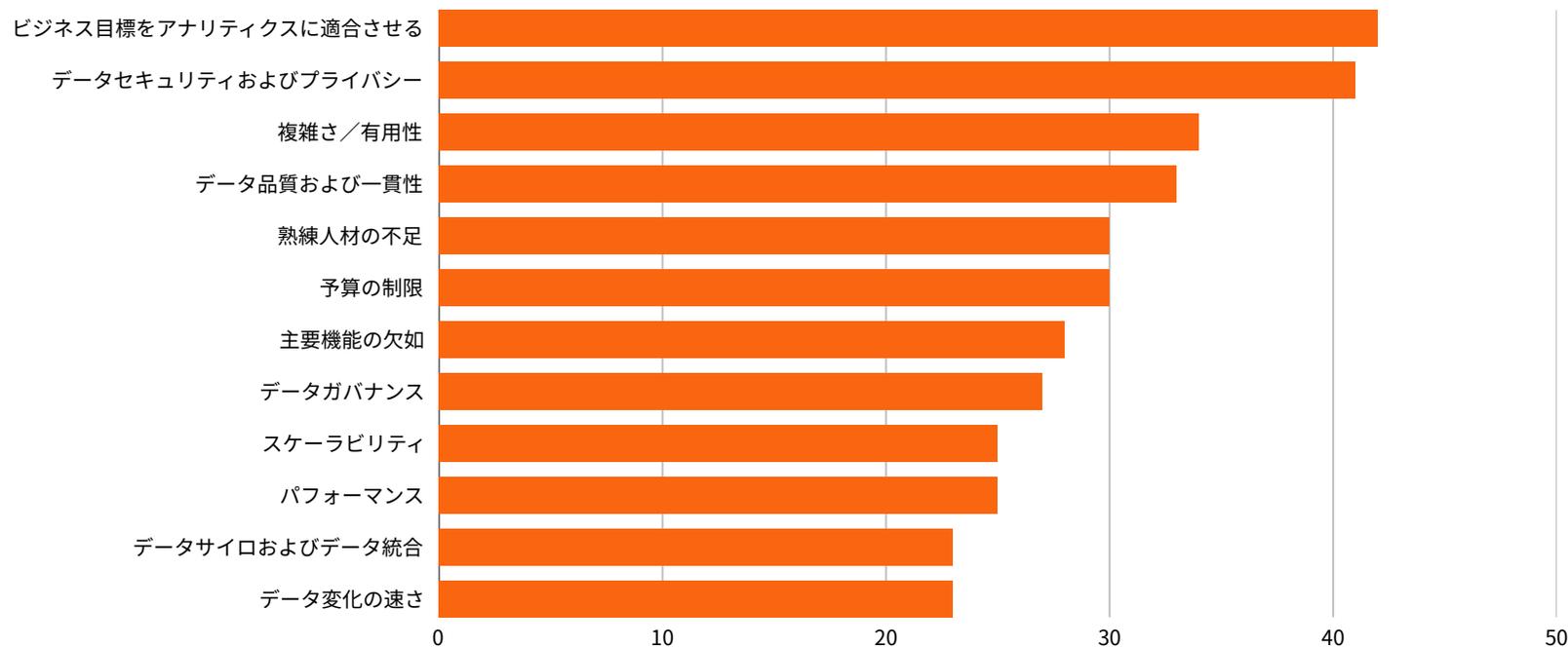
- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)

## 4. 小売業界のデータジレンマ

マルチチャネルデータの急増は、顧客に関する深いインサイトを得る絶好の機会をもたらします。ただし、すべての従業員に統一された一貫性のあるデータ構造と直感的なアクセスが提供されなければ、ビジネス戦略に沿った実用的なインサイトを収集するのは困難です。多くの小売業者は、**ビジネス目標とアナリティクスを適合させる**ことに苦労しており（42%）、それが効率と革新を妨げている場合があります。

デジタルトランスフォーメーションが進むにつれ、**サイバーセキュリティの脅威**がさらに蔓延してきました。**個々の顧客のプライベートデータとトランザクションデータを保護**することはますます極めて重要となっています。小売業者は、顧客の機密情報を保護し、規制に確実に準拠するために、堅牢なセキュリティ対策に投資する必要があります。

### アナリティクスおよびBIプラットフォームで直面する**主要な課題**は何か？



本書に記載されたデータはすべて、Strategyにより委託され、TechTargetのEnterprise Strategy Groupによって実施された小売業界調査から取得されています。

## 目次

- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)

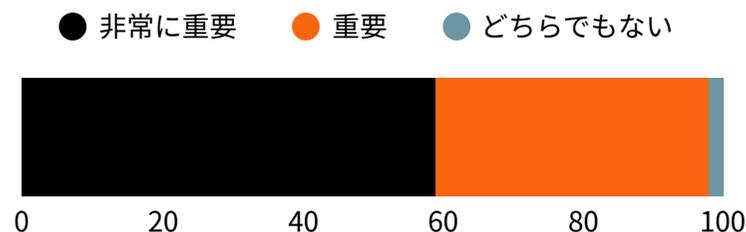
## 5. アナリティクス：小売業界で成功するための基盤

小売業界の企業はアナリティクスを高く評価しています。アナリティクスは、戦略的な意思決定を推進する実用的なインサイトを提供し、**カスタマーエクスペリエンスの改善、在庫管理の最適化、売上の増加**につながるからです。ほぼすべての小売業者（98%）が、データを活用して実用的なインサイトを取得することは、情報に基づいてビジネス上の意思決定を下すために絶対不可欠であると述べています。

小売業者は、マルチチャネル販売、顧客とのやり取り、サプライチェーンの運用などさまざまなソースから膨大な量のデータを生成しています。堅牢なデータアナリティクスを提供するテクノロジーは、小売業者が**トレンド、顧客の好み、営業成績を理解**するために役立ちます。最も成功している小売業者は、ビジネス全体にわたり積極的にインサイトを適用し、効率の向上と戦略的な成長を推進しています。

# 59%

BIを非常に重要とみなしている小売業者の割合



組織においてアナリティクスおよびBIはどのくらい重要ですか？

「小売業界はスピードが命で、情報を待つ余裕はありません。Strategy Oneのおかげで、ビジネス全体でデータを効果的に活用できるようになりました」



**Keryn McKenzie氏**

The Warehouse Group、データ、インサイトおよびサービス部門、支部エリアリード

## 目次

- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)

## 6. 小売業界ではデータ主導インサイトを優先する

激しい競争と膨大なデータを伴う小売業界は、常にデータアナリティクスの先駆者としての役割を果たしてきました。多くの小売業者がすでにBIシステムを導入しており、より深いインサイトと広範なユーザーの採用を求める意欲が業界をより高度なソリューションへと推進しています。実際、この1年で小売業者の69%がアナリティクスへの投資を増加させており、そのうち27%は大幅に増強しています。

テクノロジーリーダー、データサイエンティスト、アナリストは、さまざまなサードパーティアプリやデータソースからの複雑で多面的な情報の統合を簡素化することに取り組んでいます。その目的は、情報をデータパイプラインのリアルタイムストリームに変換し、最終的に小売戦略の成功と収益性の高いビジネスの実現に向け、企業全体で必要とされる実用的なアナリティクスへと変換することです。

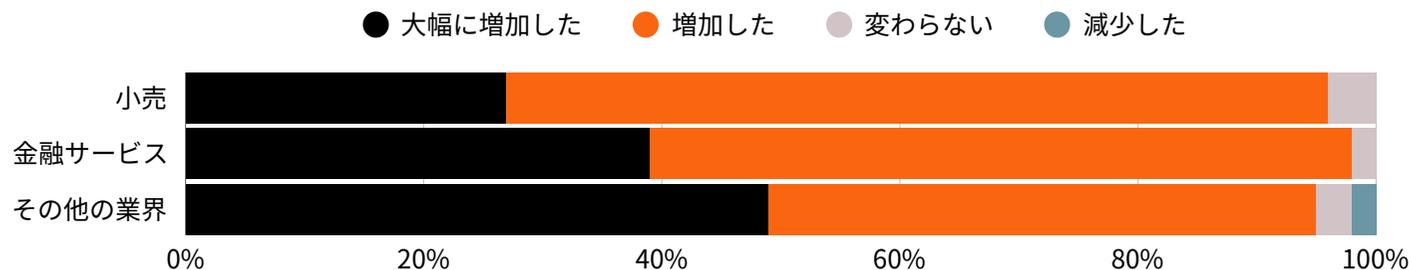
「当社の変革では、データがそれ自体で価値ある商品であることをビジネス全体で理解することが求められました。データには資産としての価値があり、私たちが実行したことの副産物として存在するわけではありません」



**Helen Hunter氏**

Sainsbury、前最高技術責任者

昨年のお社におけるアナリティクスおよびBIへの財政投資はどのように変わりましたか？



## 目次

- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)

# 7. AIの変革の力

膨大な量の利用可能なデータは、ストレージの確保、分析、実用的なインサイトの抽出において課題を引き起こします。効果的なデータガバナンスおよびアナリティクスの機能が不可欠ですが、多くの場合欠落しています。すべての現場の従業員に対し一貫した使いやすいエクスペリエンスを確保することも絶対不可欠ですが、多くの小売業界の従業員は、いまだに必要なインサイトを簡単に見つけられず苦労しています。

これらの課題の中で、AIおよび特に生成AIがゲームチェンジャーとして出現してきました。AIによって、小売業者はデータを分析し、リアルタイムのインサイトを得て、カスタマーエクスペリエンスをパーソナライズできます。ほとんどすべての小売業界の組織によって、AIを活用することは、重要（41%）または非常に重要（56%）と見なされています。興味深いことに、さらに多くの小売業者が生成AIを非常に重要と見なしており、その重要性を示す割合もさらに高くなっています（58%対56%）。

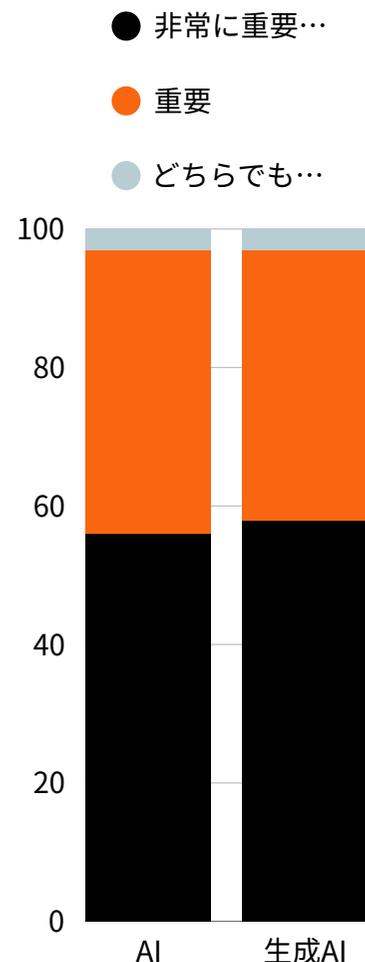
意思決定者は、適切な情報を得ることで、よりの確に消費者の行動を理解し、傾向を予測し、マーケティングをパーソナライズして、運用の効率化を図ることができます。

「Strategy AIは、これまで理解するために多くのクリックと粒度を必要とした深いインサイトを、さまざまなユーザーに提供することで大きな価値を提供し、ユーザーが、セルフサービスで利用することができる強力なツールとなっています」



**Nena Pidskalny氏**

Federated Co - operatives Limited、サブライチエーン戦略および計画担当、ディレクター



AIと生成AIは組織においてどのぐらい重要か？

## 目次

- 1 [はじめに：小売業界のデータジレンマと生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディストラクション（デジタルによる破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用したアナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員のためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAIソリューションの実装](#)
- 11 [結論：小売業界の将来はAIが担う](#)

## 8. AIを活用したアナリティクスへの投資

小売業界全体でインサイトの統合に投資が進められています。誰もが自分の仕事をよりうまく遂行するために、信頼できる詳細な情報を必要としているからです。競争力を維持するために、ビジネスリーダーは、小売のライフサイクル全体にわたるデータに依存して、企業の観点から5Pの最適な組み合わせを生み出す必要があります。

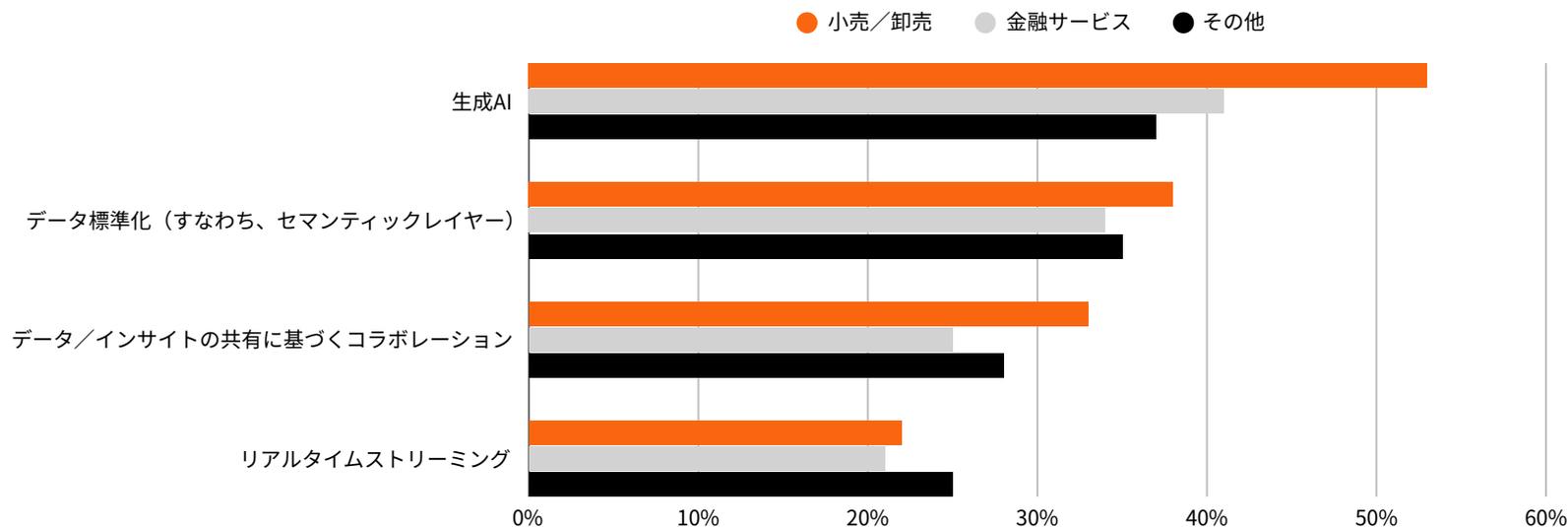
小売業者は、オンライン、店舗内、モバイルアプリのいずれにおいても、シームレスなオムニチャネルショッピングエクスペリエンスを提供することにますます力を入れています。利便性と一貫性に対する消費者の期待を満たすには、これらのチャネルを統合することが不可欠です。

小売業者には、その拡大計画をサポートするための柔軟でスケーラブルなテクノロジーソリューションが必要です。生成AIがもたらす無限の可能性を考えれば、小売業者の53%が自社の分析に生成AI機能を活用しているのも不思議ではありません。この割合は他のどの業界よりも高い数値です。

# 53%

の小売／卸売組織が  
すでに生成AIを活用し  
ている

### 会社は現在どのBI機能を活用しているか？



## 目次

- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)

# 9. すべての小売業界従業員のためのデータの民主化

デジタルテクノロジーの採用は加速しています。eコマースプラットフォームからAI主導のサプライチェーン管理まで、効率を高め、成長を促進するには、デジタルツールが不可欠です。今日の小売業界の環境では、**市場の変化、サプライチェーンの混乱、経済の不確実性にすばやく適応する能力が極めて重要**です。

小売業者は、柔軟なビジネスモデルと堅牢なリスク管理戦略に投資しています。混乱を回避し高い顧客満足度を維持するため、小売業者は意思決定をエッジに移し、データの民主化を進めることで、必要なときに必要な場所で現場の従業員に実用的なインサイトを提供できるようにしています。

「10人のBIチームで12,000人の従業員に対応するとなると、常にバックログが発生してしまいます。Strategyをパートナーにすることで、これまでにない形でデータの民主化を実現し、より多くの従業員に必要なインサイトを提供できるようになりました」



**Keryn McKenzie**

The Warehouse Group、データ、インサイトおよびサービス部門、支店エリアリード

Strategy Oneは、**エッジ**の小売業従業員向けに特別に設計された一連のデリバリーオプションを提供しています。

クラス最高のモバイルから、AIを活用した特注のアナリティクスアプリ、ワークフローが統合されたインサイトまで、Strategyプラットフォームは、あらゆる小売業従業員のニーズに応えるための**専用データソリューション**を簡単に構築できるようにします。 [詳細](#) >



## 目次

- 1 [はじめに：小売業界のデータジレンマと生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディスラプション（デジタルによる破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用したアナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員のためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAIソリューションの実装](#)
- 11 [結論：小売業界の将来はAIが担う](#)

## 10. 小売業界におけるAIソリューションの実装

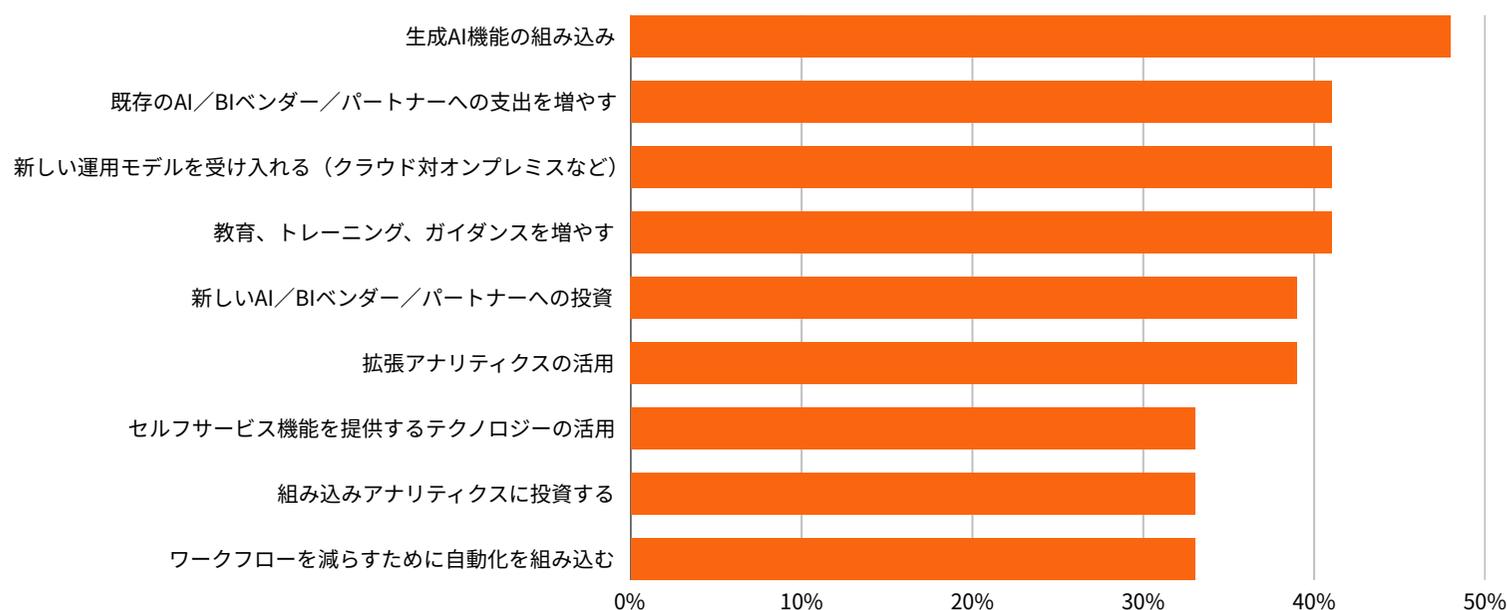
データ主導のインサイトをデータリテラシーに関係なくすべてのユーザーがアクセスできるようにするためには、導入が最後の課題となりがちです。導入したツールが成功するかどうかは、従業員がどれだけ簡単にそれを採用できるかにかかっているため、使いやすいエクスペリエンスは非常に重要です。

生成AIは、現場の従業員が自然言語で質問し、直感的に理解できる回答を即座に受け取ることで、複雑なデータとエンドユーザーとの間のギャップを埋めます。生成AIは、実用的なインサイトをそれを最も必要としている人々に直接届けます。そのため、導入が多く的小売業者にとって最優先事項となっているのも不思議ではありません。回答者の48%がこれを次の大きな投資対象として挙げています。

# 48%

の小売／卸売組織が  
生成AI機能の導入  
に取り組んでいる

### 既存および／または新規のエンドユーザーがAIを活用できるようにするために組織はどのような手順を取りましたか？



## 目次

- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)

# 11. 結論：小売業界の将来はAIが担う

小売業界の将来は、データとAIのインテリジェントな使用と表裏一体です。パンデミック後の世界の課題は、AIが提供できる能力である敏捷性、適応性、消費者行動の深い理解の必要性を浮き彫りにしている。業界が進化し続ける中で、AIの力を最大限に活用して運営とカスタマーエクスペリエンスを変革する小売業者が成功を収めるでしょう。

AIを搭載したアナリティクスに投資し、組織全体でデータを民主化することで、小売業者は効率、革新、成長を新たなレベルへと引き上げることができます。小売業界へのAI導入は、単に技術の進歩に追随することではなく、**データ主導の意思決定がすべての戦略の中心となる小売業界の新時代**に向けた基準を確立することなのです。

将来を見つめると、AIが小売業界の推進力であり続けることは明らかであり、その潜在力を受け入れる革新者に無限の可能性を提供します。AIを活用する小売業者は、現在の要件を満たすだけでなく、常に進化する小売業界の将来の環境でも繁栄するための有利なポジションを確保しています。

Strategy Oneプラットフォームは、すべての小売データに対応する統一され、一元化されたリポジトリを提供し、信頼できる唯一のデータを実現します。Strategy Oneは、AIと最高水準のアナリティクスを統合することで、大手小売業者が生データをインテリジェントなインサイトに変換できるよう支援し、パーソナライズされたエクスペリエンス、最適化された運用、ビジネスの成長を促進します。 [詳細 >](#)



**Strategy** 

Copyright ©2025. All Rights Reserved.



## 目次

- 1 [はじめに：  
小売業界のデータジレンマ  
と生成AIの約束](#)
- 2 [小売業界のデジタルディス  
ラプション（デジタル  
による破壊）](#)
- 3 [パンデミック後の小売業界  
を取り巻く環境](#)
- 4 [小売業界のデータジレンマ](#)
- 5 [アナリティクス：小売業界  
で成功するための基盤](#)
- 6 [小売業界ではデータ主導  
インサイトを優先する](#)
- 7 [AIの変革の力](#)
- 8 [AIを活用した  
アナリティクスへの投資](#)
- 9 [すべての小売業界従業員の  
ためのデータの民主化](#)
- 10 [小売業界におけるAI  
ソリューションの実装](#)
- 11 [結論：  
小売業界の将来はAIが担う](#)