

AIエージェントで実現する 業務標準化と次時代の店舗運営

社名 株式会社イオンフードスタイル
所属 営業本部
役職 新SMモデル推進タスクリーダー 藤澤 竜一

社名 富士通株式会社
所属 イオングループユニット
役職 Global Account Director 増田 孝志

社名 富士通株式会社
所属 クロスインダストリーソリューション事業本部 FDE事業部
役職 Senior Manager 大和 文彦

2026年7月16日

本セッションでお伝えしたいこと

uvance

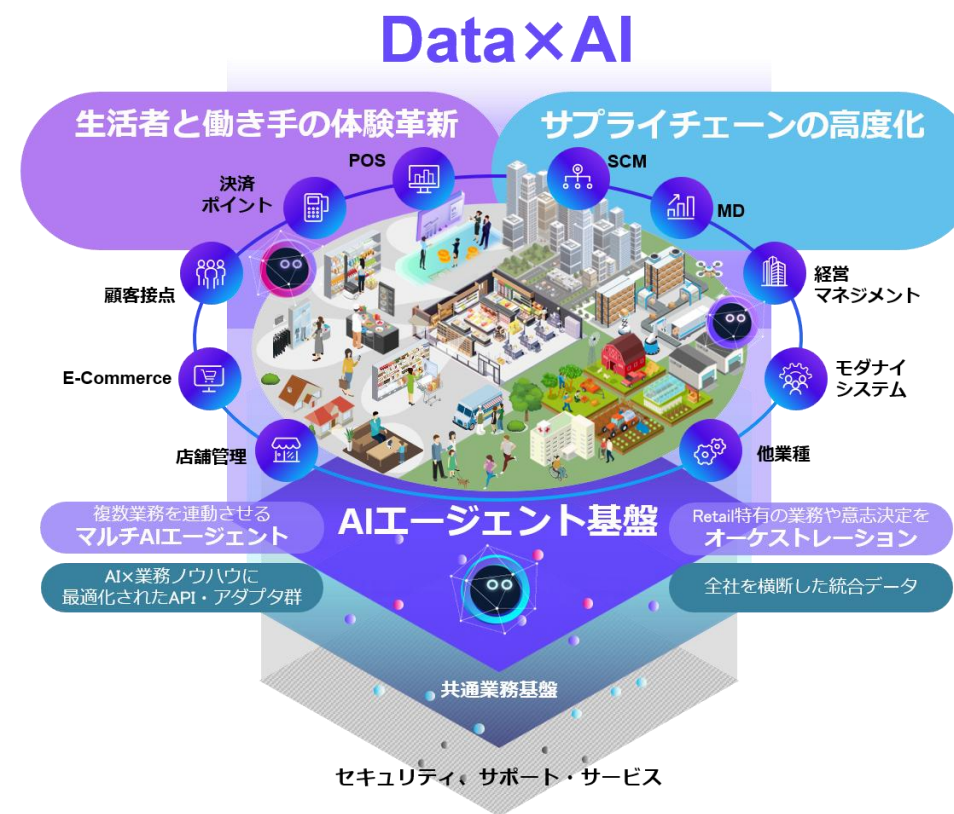
小売の現場に“機動力”を

Uvance for
Retail

データとAIの力で、現場の業務や経営を支えるために
業務をどう標準化するのか。

AIエージェントは何を支援できるのか。

その先の店舗運営はどう変わるのか。





■ 設立

- ・ 2026年3月、マックスバリュ関東、ダイエー関東事業、イオンマーケットの統合により誕生
- ・ 首都圏を中心にスーパーマーケット事業を展開する新会社

■ 特徴

- ・ 東京都23区を中心とした高密度な店舗ネットワークを保有
- ・ 生鮮・デリカを強化した“価値提案型スーパーマーケット”

「うれしいが、あたらしい。」をステートメントに掲げ、
毎日の食卓を彩る次世代スーパーマーケット

課題

①店長業務のばらつき

3社で異なる店長業務を標準化し、業務品質の均一化、教育負荷削減、属人化解消が急務

②店舗価値向上へのリソースが不十分

店長が店舗の経営者として、戦略的な店舗運営に専念できる環境作りが出来ていない

取組み内容



To-Be

あるべき店長像と
To-Beの業務モデル構築



AI Agent

店長業務を支援する
AIエージェント検討

あるべき店長像と To-Beの業務モデル創出



FDE（Forward Deployed Engineer）とデザイナーが伴走し、 店舗観察や店長の声を集めながらこれからの店長業務を検討

Step1

- ・ 店舗観察
- ・ 店長インタビュー



Step2

- ・ 現状分析
- ・ あるべき店長像の探求



Step3

- ・ To-Be業務モデル立案
- ・ AIエージェント領域選定



Step4

- ・ 業務モデル評価
- ・ プロトタイピング



店舗実証フェーズ

＜参加部門＞

現場店長／営業本部統括部長・営業部門長／事業部長／経営企画／情報システム 35名



戦略検討の余裕と意識不足

- 深くリサーチをする時間が確保できない
- どのような戦略を立てるといいのか知見がない



個別対応の負荷が大きい

- 店舗ごとに求められる業務のやり方が違うので迷う
- メールやトラブル対応だけで一日が終わってしまう



価値観や働き方の変化への配慮

- 従業員とのコミュニケーションに気を遣う
- 具体的な指示、丁寧なお手本を求められる



従業員教育に手が回らない

- 人手が少なく、品出し・清掃作業に追われている
- 従業員への信頼関係はあるが、教育の時間がない

時間と心にゆとりがあり次世代が憧れる店舗のリーダーへ

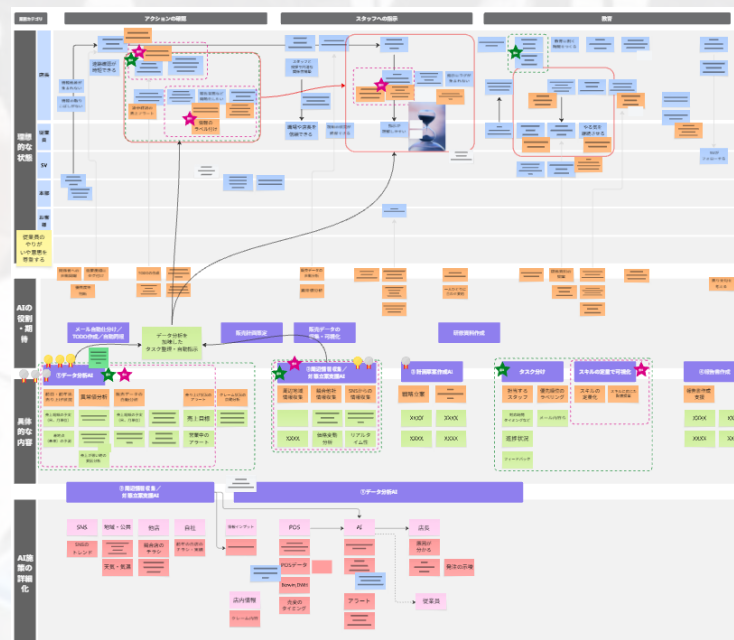
3年後のあるべき店長像

1 利益、賃金、働き方を向上し
店長になりたい状態を実現

2 オオカミになるための
営業活動に集中できる環境

3 店長自身が楽しく働き
従業員パフォーマンスもUP

理想の業務を検討



To-Be業務モデルの構築

店長 2.0

店舗の未来を創造する
戦略的リーダー

VISION

“売る”から“創る”へ。店舗の未来を創造する戦略的リーダー

迷いや不安から解放され、チーム全体で店舗独自の価値を創出

コミュニケーション円滑化

チームで店づくりを楽しむ組織へ

一人で抱え込まず 仲間と助け合い 高め合える環境ができている

販売戦略立案強化

店舗独自の確度の高い戦略実践

迷いや不安から解放され
自信を持って戦略が立てられる

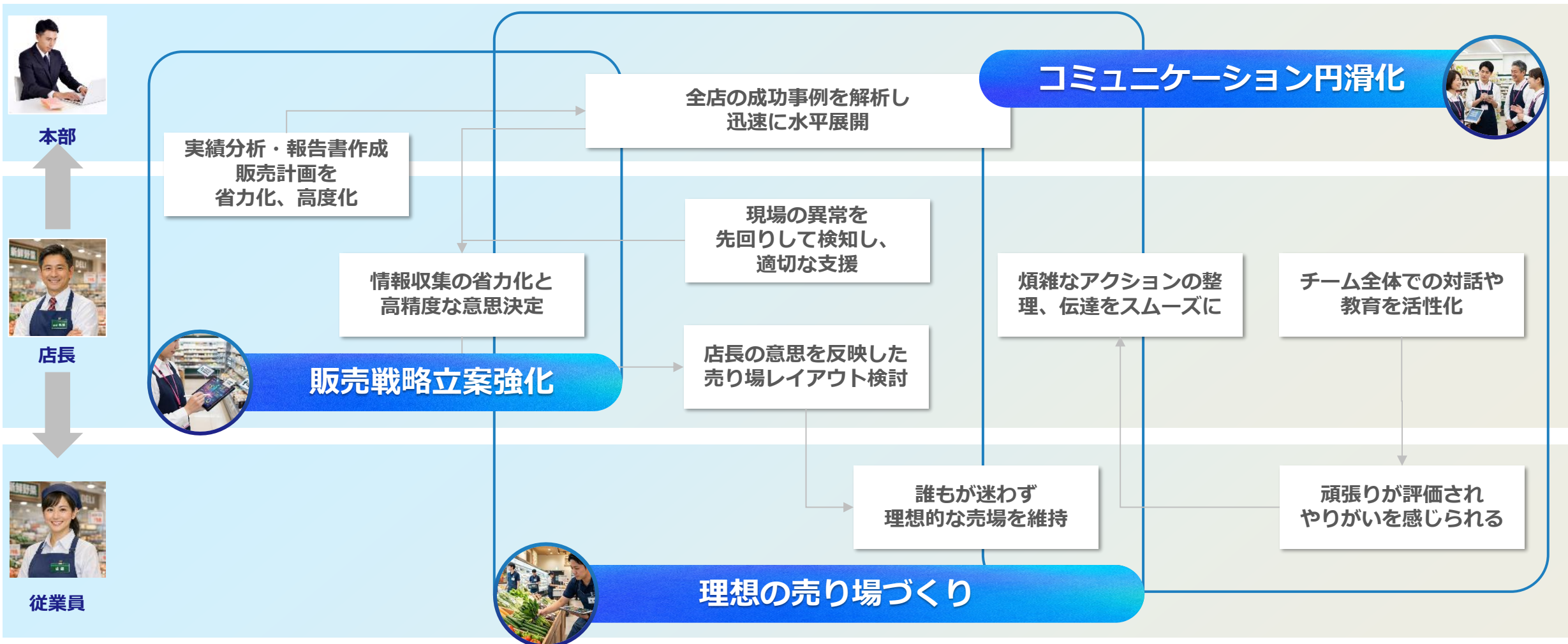
店長2.0

理想の売り場づくり

お客さまが心地よく買い物ができる環境を創る

お客さまの喜びを想像し
先回りして準備ができている

ビジョンに対応する3つのテーマを具体的な施策に整理



リサーチ・戦略立案・結果分析の一連のプロセスを高度に繰り返すことで 地域特性を掛け合わせた、店舗独自の戦略を実践する

【リサーチ】

自店舗、競合、地域の
情報把握・共有



【戦略立案】

将来予測を踏まえ
「独自の勝ち筋」を立案



【結果分析】

モニタリングにより
因果関係を分析



【標準化】

成功事例のスピーディな
形式知化と横展開



- 商圈の嗜好・競合状況・時間帯別ニーズを可視化し3C分析実施
- 重点テーマを設定、経営方針や戦略も踏まえ「勝ち筋」を明確化
- 実績値に加え顧客の声を集め、売れ行き理由の分析を検証
- 再現性の高い施策を抽出、勝ち筋を体系化・定義
- 売上・客数・購買履歴や、顧客動線等をいつでもどこでも確認
- 競合や天候、地域イベントも加味し、自店最適なアクションへ
- 施策が売上目標（KGI）に与える影響を分析し、KPIを最適化
- 成功事例を他店舗へ迅速に展開。全体最適の実現につなげる

メール処理や業務割り振りを省力化・高度化 店長はコミュニケーションや教育を活性化し「チームで店づくりを楽しむ組織」を創る

【情報整理】

アクション整理が省力化
コミュニケーションに注力



- メールや会議情報に優先度付けがされ、実行タスクに整理
- 省力化により、スタッフの状況確認等のコミュニケーションに注力

【情報連携】

スタッフへの
スマートな指示・連携



- AIが現場状況からタスクを生成、従業員の主体的アクションへ
- いつでもどこでも売り場の状態を把握。スムーズに指示・連携

【支援】

売場状況に応じたアラート
で適切にサポート



- 売上目標に対する進捗への遅れがある場合、アラートでお知らせ
- 即座に担当スタッフと売場改善を検討

【管理】

スキルの可視化 個々に
応じたコミュニケーション



- 個々のスキルを評価。店舗ごとの営業力やスキルを「見える化」
- スキルに応じた最適な人員配置により負担の少ない業務を実現

欠品・乱れ・清掃・安全対策がされた売り場で、 お客さまが心地よく買い物ができる環境をチーム全体で構築する

【計画】

店長の意思をカタチに

【実行】

スタッフ全員が共通認識を
もち、売場づくりへ

【修正】

リアルタイムの異常検知で
売上向上

【評価／共有】

成功パターンを学習し、
さらなる挑戦へ



- 販売計画を踏まえ、店長の想いを盛込んだ売場レイアウトを作成
- 陳列やPOPイメージを作製。本部やSVとの連携も促進



- 理想の売場イメージを共有、初心者も安心
- 欠員による人員補充や、計画外のレイアウト変更もサポート

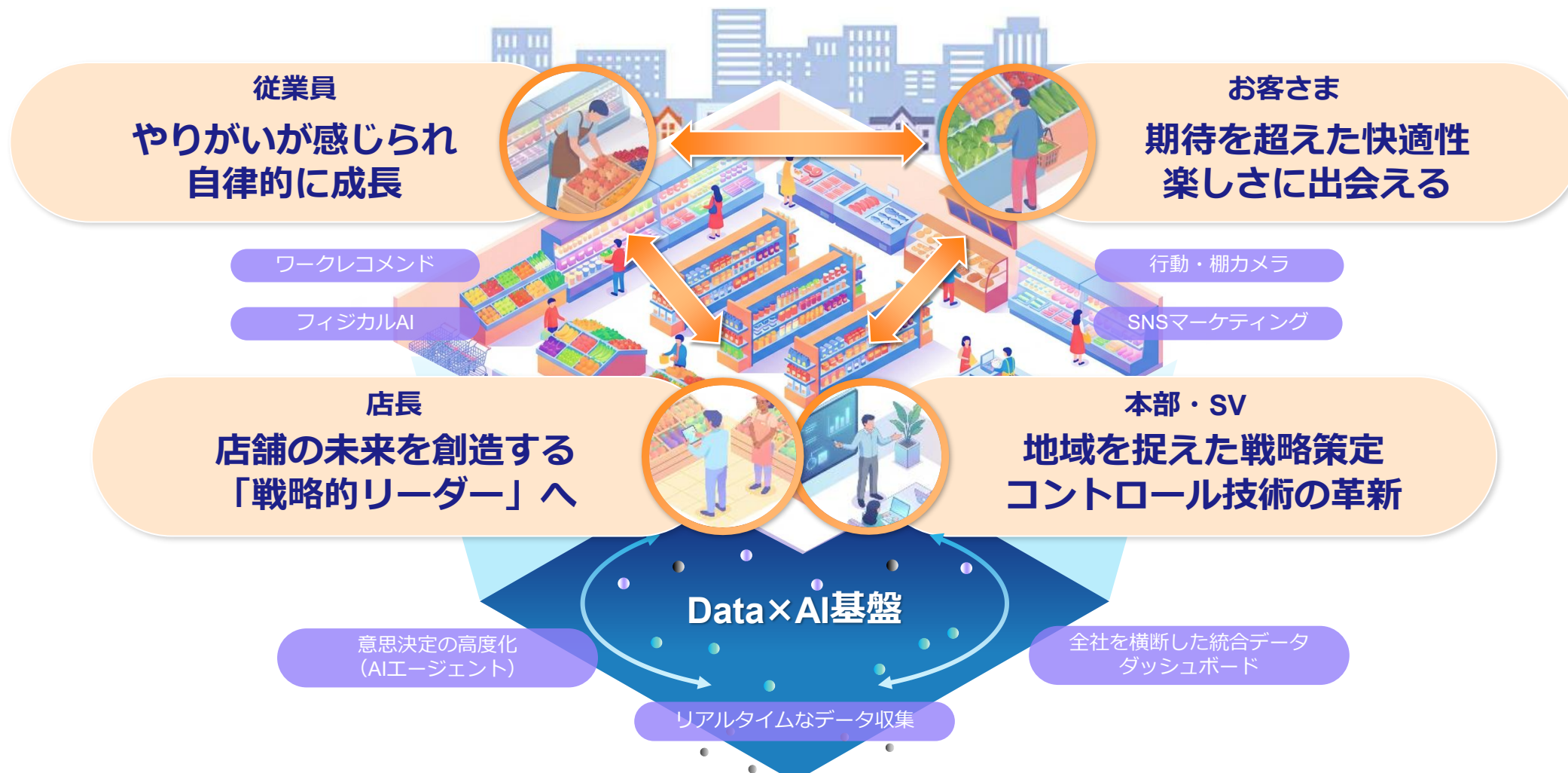


- 売れ残りや欠品を検知。天候や客層からレイアウトや売価変更指示
- 売場の乱れなどをスタッフ自身が気づく自律性の高い店に



- 実施した施策効果を分析し、計画への「成功パターン」を蓄積
- 成功事例や課題をスタッフやSVと共有、独自の売場づくりへ

店長を店舗の未来を描く「戦略的リーダー」へと昇華させ
本部や従業員を巻き込んだ、継続的な店舗価値創造サイクルを推進



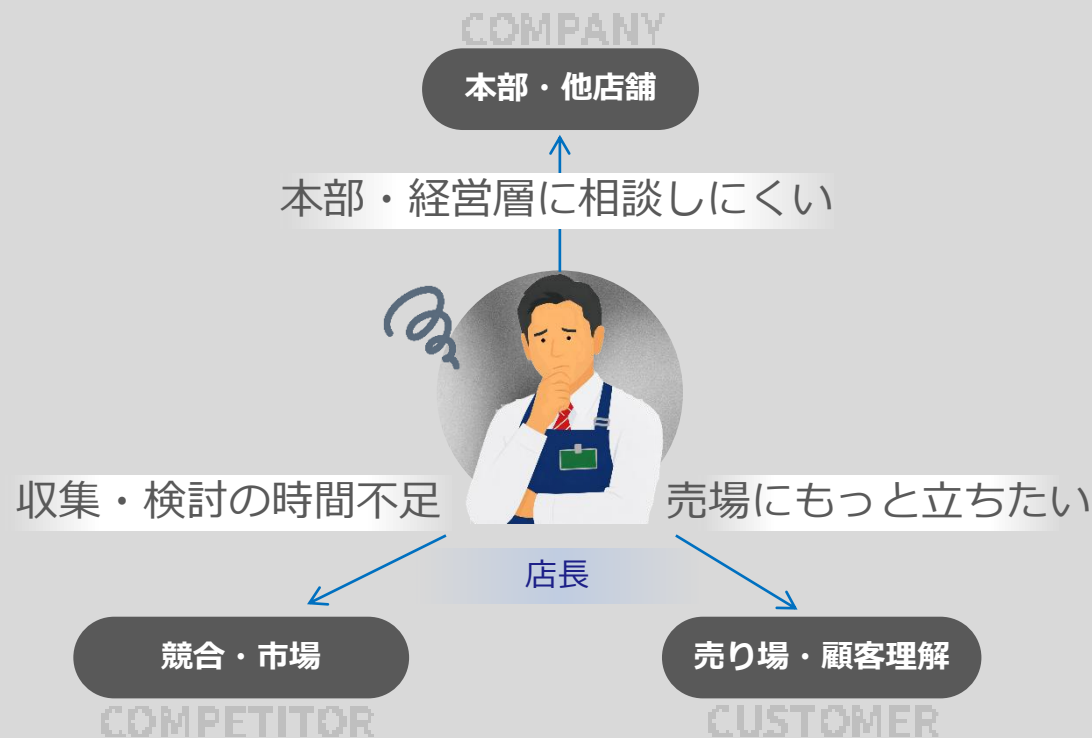
店長業務を支援する AIエージェント



AIの支援により、店長は競合対策・売り場に集中でき、理想的なワークスタイルへ

現状 (As is)

- ・ 店舗運営するために3C情報が重要
- ・ **3C情報の活用に課題**があり、店舗戦略の運営の支障に

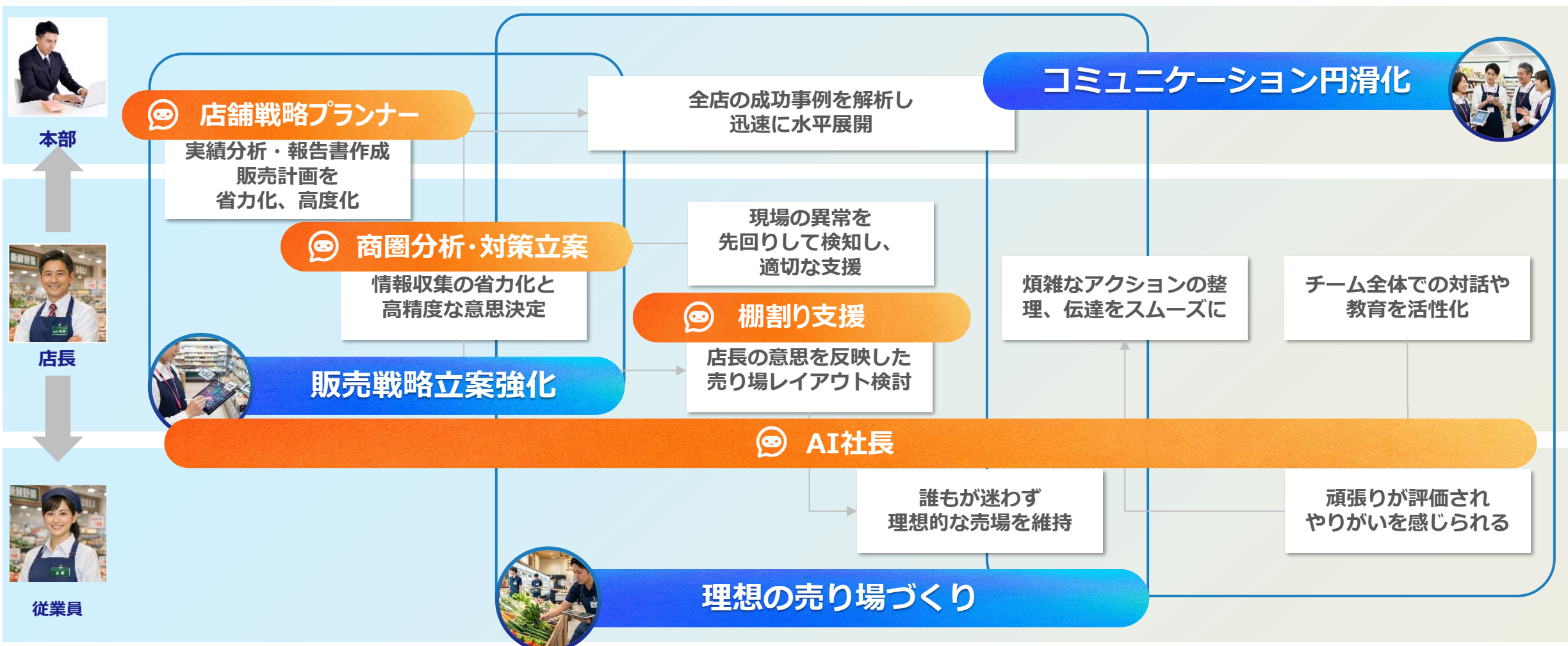


理想 (To Be)

- ・ AIエージェントが**3Cデータの収集・分析**を代行し、店長が競合対策や売り場に集中できる



ワークショップで抽出した具体的な業務アイデアをもとに、AIエージェント案を試作



1



店舗戦略プランナー

「店長の想い」を実現する



対象業務

店舗戦略の策定（ライフプラン）

店長の悩み

- ・ 深くリサーチする時間が確保できない
- ・ 戦略を立てるのが難しい

アプローチ

- ① AIエージェントが3C情報を自動収集
- ② 店長の想い+戦略検討フレームワークをもとに、AIが戦略を草案

想定効果

- ・ 分析の省力化
- ・ ライフプランの品質向上

活用データ

- ・ 戦略思考の型（フレームのみ）
- ・ 3C情報（インターネットから収集）

2



棚割り支援

棚割設計の支援と売り場指示用のイメージ画像を生成する



対象業務

棚割り計画および売場展開指示

店長の悩み

- ・ 本部作成の陳列指示書をもとづいた棚割り設計に時間がかかる
- ・ スタッフへの陳列指示が口頭や図面だけでは伝わりにくい

アプローチ

- ① 本部指示書・商品情報・棚情報をもとに棚割り案の作成を支援
- ② 実際の棚写真をもとに、配置後の売場イメージを生成

想定効果

- ・ 作業の効率化
- ・ 品質の平準化

活用データ

- ・ 実際の棚写真
- ・ 棚割計画

優先度を定めエージェントを導入。複数のエージェントを連携し、相乗効果を図る

テーマ	業務	エージェント案
販売戦略立案強化 	市場・競合情報の収集	 店舗戦略プランナー  AI社長  商圈分析・対策立案 異常検知⇒原因分析⇒対策提案⇒ 実行支援 発注最適化・価格最適化
	戦略立案	
	商圈情報収集	
	POSデータ分析	
	余剰在庫への対応	
理想の売り場づくり 	売場配置の最適化	 棚割り支援 実施結果の分析（顧客の声、売り場の動画分析） KGIに効果の高いKPI・施策を特定 ポップの自動生成
	施策のモニタリング	
	施策の因果分析	
	ポップ作成	
コミュニケーション 円滑化 	タスク管理	メールからの優先順位付け スキルの定量化・配置提案
	スキル可視化	



×



AIエージェントを、現場価値へ

価値を見極める

AIと人の最適な役割分担を見極める
現場で検証し、業務価値を評価する

文化を育む

店長自らがAIを使いこなす文化をつくる
理解促進と行動変革を推進する

仕組みを変える

人とAIが協働する前提で業務を変える
オペレーションとルールを再設計する

お問い合わせ

貴社担当営業もしくは、以下の窓口までお問い合わせください。

富士通株式会社

Fujitsu Experience Day2026 Retail商談窓口



contact-retailbz@cs.jp.fujitsu.com