

# 変化を力に変える“意思決定”革新

uvance

- AIが紡ぐリテールの未来像 -



# Opening

近年、生成AIをはじめとするAI技術の進化は、リテール業界(小売業界)に大きな変革をもたらしています。

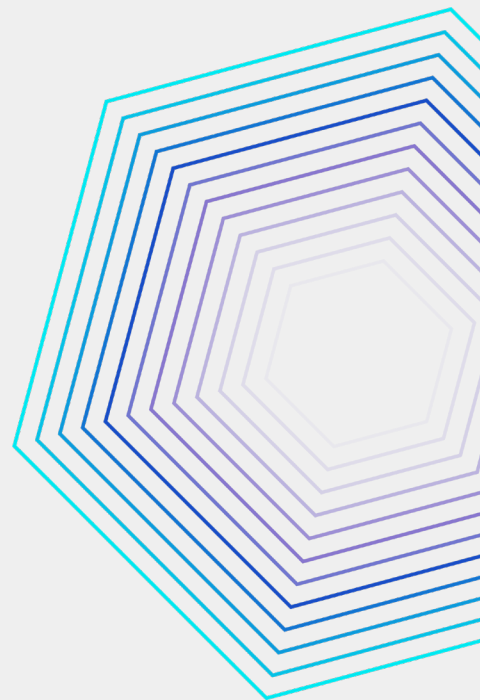
今日のリテール業界は、顧客ニーズの多様化、EC化の加速による競争激化、コスト高騰、そして慢性的な人手不足といった複合的な課題に直面しています。こうした不確実な時代において、過去の経験や勘に頼る意思決定では、顧客の期待に応え、持続的な成長を実現することはもはや不可能です。これらの複合的な課題の解決には、膨大なデータを活用し、自律的かつ客観的に意思決定を行う「AIエージェント」が不可欠です。

本資料では、AIエージェントがリテール業界にもたらす具体的な価値と、その先進的な活用事例をご紹介します。このホワイトペーパーが、顧客体験価値の向上、店舗・現場業務の効率化、そしてデータドリブンな持続的成長の実現に向けて、貴社の未来を拓く一助となれば幸いです。

## Index

- 1 リテール業界を取り巻く環境
- 2 AIが拓くリテールの未来
- 3 AI活用に向けた課題とファーストステップ
- 4 先進事例 ① 店長支援AIエージェント
- 5 先進事例 ② マルチAIエージェント連携

uvance



約 **65%**

顧客体験のパーソナライズ化を求める割合 \*1  
(2023年度)

約 **34.7%**

企業において人手不足を感じている割合\*2  
(2025年度)

約 **2.6 兆円**

在庫切れによる機会損失額 \*3  
(2024年度)

今日のリテール業界は、これまでにない速度で変化を続けています。消費者の購買意識の多様化、慢性的な労働力不足、そして不適正な在庫による機会損失といった複合的な要因が絡み合い、事業者は複雑な課題への対策を迫られています。しかし、従来の商品戦略や店舗運営は店舗責任者やバイヤーの経験や勘に依存しており、判断のばらつきや非効率な作業、情報の断片化が課題となっていました。

このような状況において、AIエージェントは膨大なデータを学習・活用し、リテール業務の各プロセスを支援します。予測分析や複雑な推論を行い、膨大なデータを元にした、客観的で迅速、かつ一貫性のある意思決定と実行を強力に後押しします。

現代の消費者は、顧客の約65%が「パーソナライズ化された体験」を求めています。単に商品を購入するだけでなく、AIエージェントが顧客一人ひとりの嗜好やニーズを理解し、最適化された情報やサービスを提供する事が重要です。また、現場における人手不足の深刻化には、AIを活用した業務の自動化や意思決定支援が不可欠です。さらに企業の利益に直接的な打撃を与える機会損失にもAIエージェントによる高精度な需要予測の活用が期待されます。メーカーや卸を含むサプライチェーン全体にAIエージェントを適用することで、在庫圧縮・粗利改善や、タイムリーな顧客ニーズへの対応も可能になります。

今、リテール業界では、データとAIを活用したビジネス変革が求められています。AIエージェントはこれらの喫緊の課題を解決し、顧客・従業員・企業経営者のすべてにとって価値ある未来を切り拓くでしょう。

出典  
\*1 Salesforce「コネクテッドカスタマーの最新事情」(第6回)  
\*2 厚生労働省「労働経済動向調査」(令和7年8月～令和5年2月調査分)  
\*3 経済産業省「令和6年度デジタル取引環境整備事業(電子商取引に関する市場調査)」とECRベンチマーク数値をもとに算出

# AIが拓くりテールの未来

uvance

業界を取り巻く複雑な環境の中で、データとAIを活用したビジネス変革は、リテールの未来をどのように切り拓くのでしょうか。

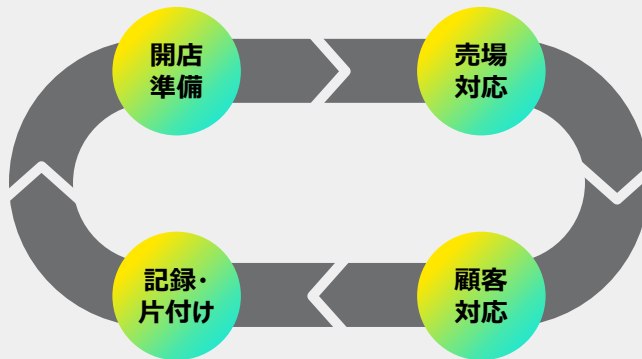
店舗運営には、商品の仕入れから開店準備、売場づくり、顧客対応、そして閉店後の在庫管理や記録・片付けに至るまで、多種多様な業務が存在します。これらの業務の多くは、従来人の判断や手作業に依存しており、従業員はルーティンワークや事務作業に追われ、長時間労働や非効率な作業、判断のばらつき、そして顧客対応の遅れといった多くの問題が顕在化していました。AIは、これらのルーティンワークや属人的な判断を強力に支援・自動化することで、新たな未来を切り拓きます。

例えば、膨大なデータから需要を予測し最適な発注・陳列計画を立案したり、カメラ映像を元に売り場の状況を分析し、品切れや陳列の乱れを検知、従業員へ通知することで売場作業を支援。また、顧客情報に基づくリコメンドの提示や従業員の対応支援を通じて、顧客はパーソナライズされた顧客体験を享受することができます。閉店後の作業では、売上データの集計や日報作成といった作業をAIが効率化することで従業員の負担を軽減します。

これにより、従業員は時間に追われる作業から解放され、魅力的な売場づくりや顧客一人ひとりの心に響くパーソナルな接客といった、創造的・戦略的な付加価値の高い業務に集中できるようになります。

- 前日の実績に基づく来客予想
- 品出し／陳列計画の策定
- 来客予想に準じた人員配置提案

- 日次レポートの自動生成
- プロモーション計画に合わせたプライスの自動変更
- 在庫データ分析による廃棄アラート



- 販売／在庫情報に基づく自動発注
- 棚状況モニタリングによるレイアウト提案／品出しの指示
- サイネージ等での商品プロモーション

- 顧客情報に基づく個別商品提案
- 問合せ等における従業員の対応支援
- スマートカートによるスムーズな決済

# AI活用にもつた課題とファーストステップ

uvance

AIが拓くリテールの未来は、多くの経営層にとって魅力的なビジョンです。しかし、AI活用は部分的に留まっているのが現状です。なぜ、多くの企業が変革の必要性を感じながらも、AIの本格的な導入・推進が進んでいないのでしょうか。

多くのリテール企業では、顧客の購買履歴、Webサイトの閲覧データ、在庫情報、サプライチェーンデータなどが、部門ごと、あるいはシステムごとに分断されています。データ規格に一貫性がなく古いデータも多いため、これらの膨大な情報を一元的に収集・統合・管理する「データ基盤」が確立されておらず、AIエージェントが学習・分析に利用できる状態ではありません。AIが真価を発揮するには、学習・分析に適したデータの準備が不可欠です。しかし、ビジネスに必要なデータが、必ずしもAIが学びやすい形で収集・蓄積されているとは限りません。このような状況下では、どのような課題にAIを適用すれば最大の効果を発揮できるのか、その具体的なユースケースの特定自体が困難であり、AIを導入したとしても期待通りの成果に繋がらないリスクを抱えます。

また、AIエージェントの導入には、技術的な側面だけでなく、組織文化の変革も欠かせません。従業員のAIリテラシー不足や、新しい技術・プロセスへの変化への抵抗は、AI活用の推進を妨げる大きな要因となります。

AIエージェントの活用は、顧客データ保護やプライバシー侵害のリスク、AIの判断の公平性・透明性といった倫理的な課題を伴います。企業は、これらの社会的責任を果たすため、適切なガバナンス体制を確立し、運用していく必要があります。さもなければ、信頼失墜や法規制違反に繋がり、AI活用そのものが立ち行かなくなるリスクを抱えます。

これらの課題を乗り越え、AIエージェントを企業の成長エンジンに変えるためには、戦略的なファーストステップが不可欠です。まずはスモールスタートによる段階的な導入を進め、その先に、社内全体でのAI活用本格化、さらなる企業価値向上へと繋がるでしょう。次の章では、AI活用で未来を切り拓く先進的な取り組み事例についてご紹介します。



## スモールスタートによる実践

- 業務領域や部署を限定、PoCを開始
- 継続的な改善と拡張計画を策定



## 社内外を巻き込み活性化

- 成功事例を社内外へ積極的に発信
- AI推進チームを設置、定期的な情報共有と意見交換の場の設定



## 組織文化とガバナンス確立

- AI活用に関するガイドラインやポリシーを策定、体制を構築
- データ活用ガバナンス体制の強化

# 店長支援AIエージェント

AIの「売れる仮説」に基づく支援により誰もが「スゴ腕店長」に

低減



店長職における  
業務負荷

向上



全店舗が「売れる」  
仮説での施策実行



AIエージェント

自店舗の売上状況のプッシュ通知

競合チラシや近隣の天候情報など  
個店情報に基づく考察

SNSや近隣イベントなど売上影響  
の大きい情報を踏まえた要因分析

社内ナレッジや、出来る店長の  
判断を学習したアクション提案

全ての店舗が「売れる」仮説で動ける現場に！

多くの小売店舗では、従来の勘や経験に加えて、日々変化する顧客ニーズや膨大な商品情報、競合状況など多岐にわたる情報を網羅的に把握し、最適な商品配置や価格設定が求められています。しかしながら、大量の情報収集・分析、判断を店長に依存する現状では精度にばらつきが生じ、本部も売上機会の損失や店舗間の売上格差といった課題が顕在化していました。

株式会社ブレインパッドが展開する、店長支援AIエージェントは商品情報やPOSデータ等の内部情報と、天候やSNS、近隣イベント、競合店チラシといった外部情報を一元化。各店舗毎の顧客属性や地域性といった個店の特性に合わせて最適化された分析・示唆・アクションプランをリアルタイムで会話のようなやり取りを通じて「売れる」仮説を提案します。これにより、店長の業務負荷を軽減し、全店舗の意思決定を迅速化。店長は、顧客サービスや従業員育成、魅力的な売場づくりといった付加価値の高い業務にリソースを集中できるようになり、売上機会の損失を最小限に抑え、店舗全体の売上高を最大化します。



# マルチAIエージェント連携

複数企業を跨ぐセキュアなデータ&AI連携によるサプライチェーン強靱化

30%



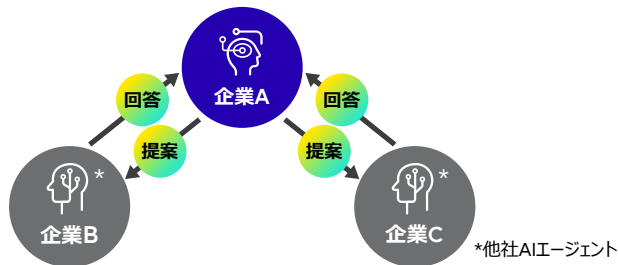
運搬コスト削減

向上

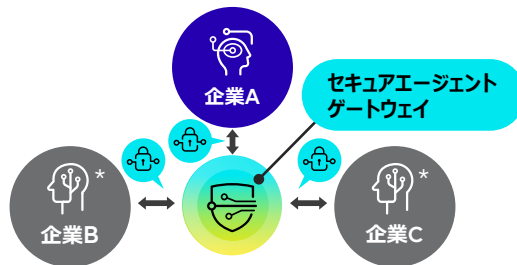


サプライチェーンの  
レジリエンス

不完全情報下でのAIエージェント全体最適制御



セキュアエージェントゲートウェイ



今日、企業をまたがるサプライチェーンの最適化は、多くの企業にとって喫緊の経営課題です。特に、複数企業間で機密情報を共有することなく、いかに効率的かつ強靱なサプライチェーンを構築するかは、常に大きな課題でした。

この課題に対し、当社は「マルチAIエージェント連携技術」を開発。本技術を活用し、国立大学法人東京科学大学、ロート製薬株式会社様と、ロート製薬様のサプライチェーンを複数企業のAIエージェント連携により最適化する共同実証を開始。本実証では、「不完全情報下でのAIエージェント全体最適制御」と「セキュアエージェントゲートウェイ」により、機密情報の開示なくAIエージェントが連携し、安全かつ効率的なサプライチェーン全体の最適化を実現しています。この取り組みにより、サプライチェーンの運用最適化や、急な需要の変化、事故・災害などの緊急時における迅速な回復を可能にします。

本事例に関するプレスリリースはこちらをご覧ください： <https://global.fujitsu/ja-jp/pr/news/2025/12/01-02>



リテール業界は今、AIエージェントによって、かつてない変革の波を迎えています。

本ホワイトペーパーでは、AIエージェントがリテール事業にもたらす革新的な価値と、その具体的な活用方法、そして実践的な成功事例をご紹介します。

データとAIエージェントによる客観的で迅速な意思決定へのシフトが、持続的な成長への道を切り拓きます。

本資料が、貴社のAIエージェント活用に向けた具体的な検討、およびデジタルトランスフォーメーション戦略の一助となれば幸いです。

ご不明な点やご質問、具体的なご相談がございましたら、どうぞお気軽にお問い合わせください。

## 富士通株式会社

〒211-8588 神奈川県川崎市中原区上小田4-1-1

電話：044-777-1111 (代表)

<https://global.fujitsu/ja-jp>

「変化を力に変える“意思決定”革新 - AIが紡ぐリテールの未来像-」の一部または全部を許可なく複写、複製、転載することを禁じます。

記載されている製品名などの固有名詞は、各社の商標または登録商標です。

このドキュメントは発行日現在のものであり、富士通によって予告なしに変更されることがあります。本資料は情報提供のみを目的としており、富士通はその使用に関する責任を負いません。

