



第17回年次グローバル購買客展望調査

小売業における必須事項

無限の選択肢の世界で
躍進する

エグゼクティブサマリー

現在のダイナミックな小売環境で躍進するために、購買客、店舗スタッフ、小売業の経営陣がもたらすインサイトにより、エクスペリエンスの向上、利益の拡大、店舗スタッフの機動力の強化につながる戦略を明らかにします。



つながった世界で小売業をレベルアップ

消費者がつながりをますます強めるにつれ、小売業者は絶えず増大する期待に適応および対応する新しい方法を見つけられています。オンラインであろうと実店舗であろうと、購買客は今やシームレスでパーソナライズされた体験を求めています。この環境で成功するには、適切な製品を適切なタイミングで提供し、あらゆるやり取りを効率化し、思い出に残るサービスを実現できるようにスタッフを強化するという基本をレベルアップすることが重要です。



購買客はあらゆるチャネルでシームレスでパーソナライズされたサービスを求めている

サービスの効率化が重要

70%

店内での買い物中に、サポートしてくれるスタッフを見つけるのは難しい

75%

小売業者が購買客の個人的な好みを知っていると、購買客は、スタッフが推奨するものを試したり購入したりする意欲が増す

78%

購買客は、製品が鍵付きのケースに収められている場合、面倒に感じる

オムニチャネルが新たな標準

78%

実店舗とオンラインショッピングを組み合わせることを望んでいる

78%^{↑前年比3ポイント増}

実店舗もある小売業者のオンラインストアで買い物することを好む

82%

簡単に返品できる小売業者を好む



店舗スタッフは卓越性を実現するためのツールと評価を求めている

店舗スタッフは仕事でのストレス管理や正当な評価に支援を必要としている

83%

責任の多さおよび競合する優先事項が原因で、タスクの優先順位付けに苦労している

79%

日常業務の複雑さが増しているため、ストレスを感じる

87%^{↑前年比3ポイント増}

仕事に役立つテクノロジーツールが支給されると、自分は経営者に高く評価されているという感覚が強まる

店舗スタッフはテクノロジーの助けを借りてタスクを遂行することを好む

85%

モバイルデバイス／アプリケーションを使ってスケジュールを管理することを好む

85%^{↑前年比6ポイント増}

1日の管理と、焦点を当てる適切なタスクの把握のために、自動的に指定されたタスクを好む

86%^{↑前年比7ポイント増}

店舗のモバイルデバイス／アプリケーションを使ってチームと連携することを好む



経営陣が収益増大圧力に負けずにしっかりと進み、自動化された未来を計画する

利益率の維持が課題である

83%

不正行為／シュリンケージの最小化は重大な課題である

78%^{↑前年比6ポイント増}

盗難や紛失を最小限に抑えるというプレッシャーがかかっている

82%

従業員が求める昇給と福利厚生を実現しながら、利益率を維持することは困難である

自動化が未来を形成する

85%

精度と可用性を向上させるには、より良い在庫管理ツールが会社に必要である

86%^{↑2020年から16ポイント増}

自動化とロボティクスの利用が増えれば、従業員とのギャップを埋められる

76%

在庫の可視化への投資拡大を計画

満足度の確保

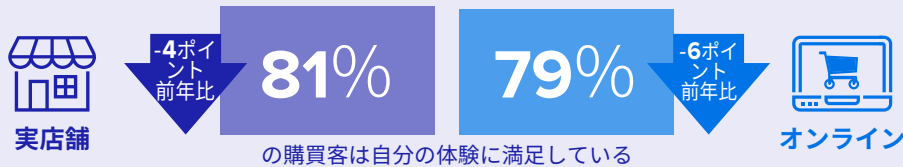
手間のかからないパーソナライズされたショッピング体験を提供

今日の小売業の購買客は、インフレと不便さが自分の体験にどのように影響するかを熟知しており、強く認識しています。その結果、期待はかつてないほど高まっており、小売業者はそれに対応するためにもっと努力しなければなりません。購買客はもはやオンラインを実店舗のショッピングに代わるものとして捉えるのではなく、すべてのチャンネルがシームレスに流れることを期待しています。それにもかかわらず、全体的な満足度は前年比で低下し、実店舗とオンラインで目立った変化が生じています。この現実には、小売業者が基本への集中を強化し、手間を減らし、すべてのチャンネルにわたってシームレスで満足できる体験を提供する必要性を示しています。

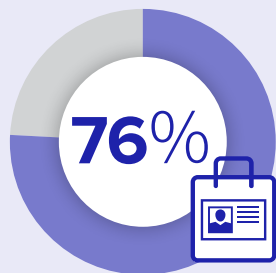
正確なリアルタイムの在庫可視化が不足すると、購買客が混乱し、店舗スタッフが苛立たせ、販売機会の喪失につながります。現代の購買客は情報を得ている状態で来店し、店舗スタッフが取引以上の価値をもたらし、意味深い洞察とパーソナライズされたサービスを提供してくれることを期待しています。購買客の4分の3は、小売業者が自分の選好を理解して、パーソナライズされた体験を提供するはずだと考えており、カスタマイズされた顧客とのやりとりの重要性が明らかになっています。

競争力を維持するには、小売業者は迅速なフルフィルメント、容易な交換と返品を提供し、十分な店舗スタッフが顧客をシームレスにサポートできるようにすることによって、競合製品に対抗し、それを上回る必要があります。78%の購買客は、欲しい製品が鍵付きのケースに収められていると、不満を感じ、ショッピング体験にストレスが加わります。テクノロジーを活用して店舗スタッフを強化し、リアルタイムデータを提供することで、小売業者は顧客ロイヤルティを強化し、ブランドとのつながりを強化することができます。

購買客の満足度が前年比で低下



世代を超えた購買客がパーソナライズされた小売体験を求めている



の購買客は、小売業者が自分の個人的な情報や好みを知っている場合にユニークでカスタマイズされた体験を期待している

世代別



購買客の満足度を高める主な要因

- | 実店舗 | オンライン |
|---------------|-----------------------|
| 商品の見つけやすさ | 1 商品の見つけやすさ |
| 適正価格商品の見つけやすさ | 2 適正価格商品の見つけやすさ |
| クーポン券や割引の有無 | 3 デジタルクーポンや割引の有無 |
| 豊富な品揃えと選択肢 | 4 オンラインヘルプ/顧客サービスの可用性 |
| スタッフの見つけやすさ | 5 商品の在庫状況 |

収益保護


在庫の可視化の向上と在庫シュリンケージ防止の強化

小売業の盗難、不正行為、返品増加、販売不能製品による損失が収益性を低下させ続けているなか、小売業者は利益を守る上で、ますます多くの課題に直面しています。過去12ヵ月間に、52%の経営陣がシュリンケージの増加を報告しています。残念ながら、こうした収益性の目減りは、ビジネスを行う上での不可避なコストになっています。だからこそ、小売業者はシュリンケージをより正確に予測するために必要なインテリジェンスを獲得し、収益性とショッピング体験の両方への影響を最小限に抑える努力を続けることが不可欠です。リアルタイムのデータ監視と高度なアナリティクスを統合した包括的な戦略により、脆弱性の特定、傾向の予測、疑わしい活動のフラグ付けが強化されます。

これらの脅威の影響は利益に関係なく広がり、従業員間の不安を引き起こします。店舗スタッフは盗難や暴力にますます不安を募らせており、こうした事故を防止するためのテクノロジーが不足しているように見えることも事態に拍車をかけています。購買客も、窃盗によるコストの上昇が、価格に転嫁されるのではないかと心配しています。店舗スタッフと顧客の不安が増すにつれ、多くの小売業者はこうした不安にうまく対処できるように、セキュリティに対するアプローチを再考しています。

小売業の経営陣は、シュリンケージを削減する重要なテクノロジーとして、生成AI、処方的アナリティクス、RFIDを挙げています。これらのツールは、盗難パターンの特定、予防措置の提案、在庫の可視化の向上、効率と収益性の向上に役立ちます。

シュリンケージが増加

52% 

の経営陣は、過去12ヵ月間に小売業のシュリンケージが増加したと回答している

犯罪の増加が店舗スタッフの不安を呼ぶ

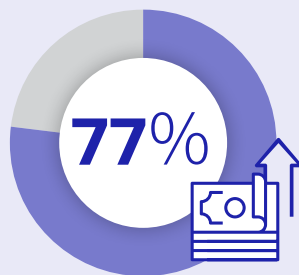
84% 

の店舗スタッフは、店頭での盗難や犯罪の増加による個人の安全を心配している

84% 

の店舗スタッフは、安全上の脅威や犯罪行為を発見するテクノロジーの不足を懸念している

購買客は価格上昇を心配している



の購買客は、小売業の盗難と犯罪の増加に伴うコストをカバーするために、小売業者が値上げするのではないかと懸念している

地域別

アジア太平洋

68%

ヨーロッパ

73%

中南米


80%

北米

85%

盗難や損失の防止の大幅な向上

経営陣は、重要なテクノロジーがシュリンケージを減らすことができると考えている

-  生成AI
-  処方的アナリティクス
-  セルフレジのカメラとスキャナ
-  パブリックビューモニター
-  RFIDタグ／リーダー

仕事の未来

よりスマートで効率的なコラボレーションのために店舗スタッフを強化

店舗スタッフと経営陣は、購買客の世話をするスタッフを増やす必要性を認識している

スタッフ



85%

経営陣

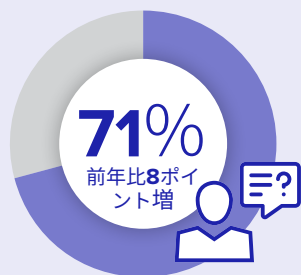


81%

進化する労働力のダイナミクスの中で、小売業者は従業員の高い離職率や、人材の獲得、トレーニング、再教育、維持に関連するコスト上昇に取り組んでおり、業務に負担がかかっています。欠員補充にかかる時間、長期化するトレーニング期間、繁忙期の派遣社員調達の困難さが、大きな問題点です。実際、85%の店舗スタッフと81%の経営陣は、顧客対応のためにより多くの店舗スタッフが必要であると考えています。コミュニケーションギャップが続いているため、適切な人に情報を伝達し、重要なタスクの完了を確認することが困難になっています。

多くの小売業者は、テクノロジーとモバイルデバイスを頼りとして、労働力の課題に対処し、従業員のサポートを強化しています。この戦略は従業員を惹きつけ、定着させるうえで役立ち、85%の店舗スタッフと経営陣はテクノロジーが従業員の安定性を強化することに同意しています。装備が十分なチームは、購買客の期待にもっと応えることができます。71%の消費者が店頭でのサポート不足に不満を抱いている環境では、このことが非常に重要です。小売業者は特定のタスクを割り当て、情報への容易なアクセスを提供することで、店舗スタッフが優先事項に集中できるように支援し、士気と効率を高められるようにします。このような技術ソリューションは、今日の競争の激しい労働市場において意欲的で有能な労働力を構築するうえで不可欠です。

購買客はサポート不足に不満を感じている



の購買客は、店舗スタッフからのサポートがないことを懸念している

世代別

Z世代 (18歳以上)	ミレニアル世代	X世代	ベビーブーム世代
72%	69%	68%	76%

雇用とトレーニングの問題が小売業者にとっての課題である

適格なスタッフの雇用とトレーニングという小売業者の労働関連の課題は依然として頭痛の種である

- 欠員を補充する時間の長さ
- トレーニング時間が長すぎる
- 繁忙期の臨時従業員確保
- スキルのある人材の獲得



テクノロジーが労働力の定着率を向上させる

85% ↑ 前年比3ポイント増
2022年から7ポイント増
の店舗スタッフが同意



85% ↑ 前年比1ポイント増
の経営陣が同意

小売業向けテクノロジーとモバイルデバイスを活用する店舗は、より多くの店舗スタッフを引き付け、定着させる

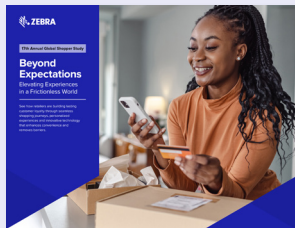
オペレーショナルエクセレンスの達成 比類のない購買客満足度への鍵

現代の購買客は、あらゆる対話でつながりを感じながら手間がかからない、物理体験とデジタル体験のシームレスな融合を求めています。過去5年間、小売業界はこれまでにない変動に直面しており、顧客の期待に大きな変化をもたらしています。この進化する状況で成功するには、小売業者は顧客対応テクノロジー、従業員イネーブルメント、在庫管理システムへの戦略的投資を採用し、高まる需要に応えながら利益を守る必要があります。

高度なテクノロジーで店舗スタッフを支援することで、業務を効率化し、在庫の可視化を向上させ、卓越したサービスを提供する能力を強化できます。オペレーショナルエクセレンスを優先し、現代の課題に対処できるようにチームを備えさせる小売業者が、長期的な顧客ロイヤルティを促進し、利便性、スピード、パーソナライゼーションが成功の鍵である市場で躍進します。

本調査について

Zebra Technologiesでは、小売業を変革しているトレンドとテクノロジーを分析するために、成人の買い物客（18歳以上）、経営陣、店舗スタッフを対象とするグローバルな調査を委託しました。Azure Knowledge Corporationがオンラインで実施した今年の調査では、4,200人以上の回答者が参加し、買い物客の体験、デバイスとテクノロジーの使用状況、店舗とオンラインの配送とフルフィルメントに関するトピックを取り上げています。Zebraの第17回年次グローバル購買客展望調査シリーズでは、業界の未来を形成する考え方、意見、期待について報告しています。このシリーズは以下の3つの主要テーマに焦点を当てています。



期待を超える
摩擦のない世界における
エクスペリエンスの向上



収益性の向上
小売業の最大の課題に対処



卓越性を解き放つ
エンゲージメントの高いスタッフ
の力

第17回年次グローバル購買客展望調査の全シリーズをご覧になるには、
zebra.com/shopperstudyにアクセスしてください。

カスタマーエクスペリエンスの向上、オムニチャネルオペレーションの強化、利益の保護において、Zebraが小売業者をどのように支援できるかについては、
zebra.com/retailをご覧ください。



北米本社および世界本社
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

アジア太平洋本社
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

EMEA本社
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

中南米本社
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZebraおよびZebraヘッドグラフィックは、世界の多くの国々で登録されたZebra Technologies Corporationの商標です。その他の商標はすべて、それぞれの所有者に帰属します。©2024 Zebra Technologies Corporation and/or its affiliates.

Zebra Technologiesの 紹介

Zebra (NASDAQ: ZBRA) は、最前線のあらゆる現場スタッフと資産を可視化し、つなぎ、完全に最適化することにより、オンデマンドエコノミーにおける小売業者とその店舗スタッフの成功を支援します。100カ国以上の10,000社を超えるパートナーから成るエコシステムを有するZebraは、Fortune 100企業の94%を含むあらゆる規模の顧客に、ワークフローをデジタル化/自動化するハードウェア、ソフトウェア、サービス、ソリューションの、定評あるポートフォリオを提供しています。