商業施設DXの現在地
～運営効率と顧客価値創造へ～

株式会社TOUCH TO GO

商業施設の運営を取り巻く環境は、かつてないほどの過渡期にあると言えるだろう。少子高齢化に伴う深刻な労働力不足は、もはや一過性の課題ではなく、恒久的な制約条件として多くの業界に重くのしかかっている。テナントの誘致において、これまでは立地や賃料が主な交渉材料であったが、近年では「いかに少ない人員でオペレーションが可能か」という点が、出店判断を左右する重要なファクターとなりつつある。こうした背景の中で、デジタルトランスフォーメーション（DX）は単なる業務のデジタル化や効率化の手段を超え、商業施設の存続と価値向上を決定づける生命線となっているのである。本稿では、商業施設におけるDXの最新トレンドと、特に注目を集める無人決済店舗の事例を紹介しながら、運営効率の追求がいかにして新たな顧客価値の創造へと繋がるのか、その現在地と未来像について論じていきたい。

現在、商業施設におけるDXは、バックヤードの管理システムから顧客接点に至るまで、多岐にわたる領域で進行している。とりわけ目に見える形での変化として挙げられるのが、ロボティクスとAIの活用である。広大なフロアを持つショッピングモールやオフィスビルにおいては、清掃ロボットや警備ロボットの導入がスタンダードになりつつある。これらは深夜や早朝といった人が確保しにくい時間帯の業務を代替するだけでなく、センサーによるデータ収集機能も兼ね備えており、施設内の環境モニタリングや異常検知における精度向上にも寄与している。また、カスタマーサービスの領域では、AIチャットボットによる案内業務の自動化や、デジタルサイネージと連動したAIコンシェルジュが導入され、多言語対応や複雑なフロア案内を非接触かつスムーズに行う事例が増えている。さらに進んだ例では、施設内のカメラ画像から来場者の属性や流動をAIがリアルタイムで解析し、空調や照明を最適に制御することでエネルギー効率を高めたり、テナントの配置計画にデータを反映させたりといった、データドリブンな施設運営が模索されているのである。これらの技術は、単に労働時間を減らすことだけを目的としているのではなく、人が行うべき「ホスピタリティ」の質を高めるために、定型業務をテクノロジーに委譲するという考え方に基づいている。

商業施設DXの中でも、特に小売の現場において革新的な変化をもたらしているのが、無人決済システムや省人化店舗の普及である。これまでの

セルフレジは、顧客自身が商品のバーコードをスキャンする必要があり、操作の煩わしさや精算待ちの行列といった新たな課題を生んでいた。しかし、近年の技術革新により、そうしたストレスを一切感じさせない購買体験が可能となっている。無人決済システムの導入数が日本国内で最多である株式会社TOUCH TO GOの提供するシステムは、天井に設置されたカメラと棚に設置された重量センサーが、来店客の動きと手に取った商品をリアルタイムで追跡・認識する仕組みである。顧客は欲しい商品を手に取り、出口付近の決済エリアに立つだけで、タッチパネルに購入明細が即座に表示される。バーコードをスキャンするという行為自体を消失させることで、極めてスピーディーかつストレスフリーな購買体験を実現しているのである。

このような技術の導入事例として象徴的なのが、駅構内や商業施設のデッドスペース活用である。朝のラッシュ時であってもレジ待ちの時間を極小化し、忙しい現代人のニーズに合致した店舗として稼働している。また、狭小なスペースであっても商品をスムーズに購入できる環境を提供しており、これまで有人店舗では採算が合わず出店が困難であったマイクロマーケットへの進出を可能にしている。これらの店舗では、商品の補充や陳列といった業務は依然として人の手が必要であるが、レジ業務が完全に無人化されることで人的コストのカットが可能になり、また、スタッフは接客や売り場作りに専念することができ、少人数運営ながらも高いサービスレベルを維持することが可能となっているのである。これは、商業施設側にとっても、空き区画の解消や、早朝・深夜帯の営業による利便性向上といったメリットを

もたらし、施設全体の価値向上に直結する取組みと言えるだろう。

では、こうしたDXを推進し、運営の効率化を進めながら、いかにして顧客への価値を高めていくべきであろうか。ここで重要となるのが、「省人化」と「無人化」を混同せず、テクノロジーによって創出された余白を「人間にしかできない価値」に転換するという視点である。DXによって効率化された時間は、顧客とのコミュニケーションや、より快適な空間演出のために再投資されるべきである。例えば、レジ業務から解放されたスタッフが、売り場で商品の詳細な説明を行ったり、顧客の困りごとに能動的に気づいてサポートしたりすることで、顧客満足度は確実に向上する。また、カメラやセンサーから得られた行動データを分析することで、顧客が真に求めている商品構成や、回遊性を高めるための動線設計を科学的に導き出すことも可能となる。つまり、真の商業施設DXとは、コストカットのみではなく、テクノロジーによって顧客を深く理解し、その理解に基づいて最適化された「おもてなし」を提供するための基盤づくりに他ならないのである。

さらに、顧客価値という観点では、「時間」という資源の重要性を再認識する必要がある。現代の消費者にとって、時間は最も希少な資源の一つである。買い物の際に発生する「待つ」という行為を極限まで減らすことは、それ自体が強烈な顧客体験価値となる。無人決済店舗を利用した顧客からは、「あまりの速さに感動した」「買い物がエンターテインメントのように感じられた」という声も多い。これは、単に便利なだけでなく、最新技術に触れること自体がワクワクするような体験として受容されていることを示唆している。商業施設は単なる物品販売の場から、体験を提供する場へと変容を迫られているが、DXはその体験の質を底上げする装置となり得るのである。

結論として、商業施設におけるDXは、運営コストの削減という守りの側面と、新たな顧客体験の創出という攻めの側面を併せ持っている。無人決済システムをはじめとするテクノロジーの実装は、労働力不足という社会課題に対する解であると同時に、商業施設が次世代へと進化するための必須条件であると言える。重要なのは、技術を導入すること自体を目的化せず、その先にある「人」を見据えることである。働くスタッフにとってはより働きやすく創造的な環境を、訪れる顧客にとってはより便利で快適、そして驚きのある体験を提供する。その両輪が噛み合った時、単なる商業施設であることを超え、地域や社会にとってなくてはならない生活インフラとしての地位を確立するであろう。不動産事業者、テナント、そしてテクノロジーベンダーが三位一体となり、新たな商業の形を共創していく未来に期待したい。

■ 株式会社TOUCH TO GOについて

JR東日本スタートアップ社とサインポスト社の合弁により2019年に設立されたテック企業である。同社は、店内のカメラと重量センサーで顧客と商品をリアルタイムに認識する無人決済システムを開発・提供している。最大の特徴は、商品を手に取り出口付近の決済エリアに立つだけで、タッチパネルに購入明細が即座に表示される、スキャン不要の購買体験だ。この技術により、省人化と顧客体験の向上を両立させ、小売業界の課題解決と未来の実現を推進している。