

JMITS 2025
SUPERMARKET TRADE SHOW
スーパーマーケット・トレードショー

3日間入場者数
77,305名

Report



幕張メッセ

2025年
2月12日(水)
13日(木)
14日(金)



アスピランツ株式会社
ASPIRANTS



どうなるスーパー ～創発的破壊～



社団法人全国スーパーマーケット協会・横山清会長（株式会社アークス代表取締役会長CEO）の講演を聴講致しました

まもなく90歳という年齢を感じさせない足取りで、ショッピングカートを自ら押しながら登壇されました。

相変わらず、明るく楽しく業界のことを大いに語られ、自社のことや同業者のことについても語られ、昨年同様“時間が足りない、時間切れ”ということで終了されました。

配布された正味8ページの資料ですが、相変わらず鋭く的確な “表現” や “ご指摘” が幾つもあって、本当に有り難いと思いました。

一つ目

いま正に

第二次流通戦争

の真っ最中

その通りだと思いますが、
その対策を明確に把握している企業が
どれほどいるかが心配です

二つ目

ロープライスのための **ローコスト経営**

消費者のためのローコスト経営を
これほどはっきり
発言されているトップは
横山会長お一人かもしれません

三つ目

持続的な賃上げには
技術的な革新や人材育成を基盤とした

真の生産性向上 **が必要**

弊社では全ての顧客へ
このことを常に申し上げてきました
正に、その通りなんです！

5年後10年後のお客様の買い物行動の変化を捉えたPoC事例紹介 (惣菜、冷凍食品での取り組み)

PoC（ピーオーシー）とは、Proof of Concept（プルーフ・オブ・コンセプト）の略で、日本語では「概念実証」を意味します。

新しいアイデアや技術、サービスなどの実現可能性を検証する手法です。

総勢6人によるパネルディスカッションに
(株)ベルジョイス・小薊米秀樹代表取締役会長と(株)ラルズ 常務取締役・樋口裕晃営業本部長が
パネラーとして登壇されました

- ▶内容は、惣菜事例はラルズ、冷凍食品事例はベルジョイスでそれぞれ実施されたものでした。
- ▶ビーコンを利用した来店客の店内回遊行動の捕捉に基づく顧客行動の可視化がテーマでした。
更にビーコンによる顧客行動の可視化に伴って、買物客のアンケート調査が実施されたとのことでした。
- ▶顧客行動の可視化によって、経験と勘に基づく認識との乖離が明確となるという、それ自体の意義は有意義なものでしたが、残念乍らID-POSデータとのリンクがなかったため核心に迫る詳細な分析に至らず、次回はよりfutureに相応しいものをお願いしたいと感じました。

- ▶惣菜において、POSデータから得られる売上とビーコンから得られる顧客行動のピーク時間帯が異なることが判明したという指摘はとても興味深かったです。
- ▶“惣菜の購買は来店頻度に大きく影響する”という指摘はその通りで、“惣菜にとって最も重要な要素は味”との認識は正しいわけですが、惣菜のマーケティングの在り方としては楽しくわくわくするような惣菜売場であり、手に取って購買に結びつく“美味しそう”ということが見逃せないのではと感じました。
- ▶また、顧客行動の可視化によって得られた、産業分類準拠のこれまでの売場配置について再考の必要があるという指摘は、分析結果として秀逸でした。

(主催者展示) Future Store “NOW”



当協会がトップの強い意向で2015年から取り組みを始めたテーマ **小売業&ソリューション企業による未来研究** も、早いもので10年が経過しました。

この **Future Store “NOW”** には、協会の多くの正会員企業は元より1000社を超える賛助会員も注目し、どのような方向性が示されるのかという期待をしてきました。

さて、今年の展示はいかなるものかと期待を膨らまして伺いました。

- ▶当然のことですがメインは、**「5年後10年後のお客様の買い物行動の変化を捉えたPoC事例紹介（惣菜、冷凍食品での取り組み）」**に関する展示でした。
- ▶パネルディスカッションを聴講した後だったので、更にいろいろと詳細を聞いてみようと思って展示パネルの付近にいた説明員に説明を求めましたところ、残念ながら当該事例に関する十分な理解がされていないようでより具体的な話を聞くことは出来ませんでした。

- ▶その他にも幾つかのソリューションが展示されていましたが、それぞれのソリューション・ベンダーが各自のサービスなどを展示していて、Future Store “NOW” を一体感を持って展示しているという数年前の展示会にあったような迫力は全くありませんでした。
- ▶特に Future Store “NOW” との関わりもなく、依頼されたので出展したという出展者もありましたことは誠に残念なことです。
- ▶改めて、大規模食料品スーパーマーケットチェーンに対してはもちろんですが、むしろ大きな投資がし難い、中小規模の食料品スーパーマーケットの経営者が望んでいる、目で見分かって明日からでも活用出来る一体感のあるソリューションを、主催者である協会が責任を以って Future Store “NOW” として展示すべきだと感じました。
- ▶最後に、この活動のスポンサー企業について。
現在スポンサーとなっている企業は6社。ゼネリックソリューション株式会社、株式会社Wiz、ピープルソフトウェア株式会社、楽天ペイメント株式会社、株式会社寺岡精工、日鉄ソリューションズ株式会社。
スポンサーは、Aプラン・年間500万円、Bプラン・年間300万円、Cプラン年間100万円を支払うルールになっています。以前この活動に協力していた企業の中には東芝テックなど「高額過ぎる」という理由で辞退した企業が多いという話を聞いています。

【展示ブース①】 寺岡精工



昨年同様、超巨大なブースが目を惹いていました。流石にこれだけの投資をして、これだけのスペースを確保されていたから、展示内容も幅広く、POSメーカーナンバー2として力のあるところを披露されようとしていました。

同社による事前告知内容

今回のテーマは **Grow with Green**

地球環境への配慮・働く人の負担軽減・ビジネスとしての成長 の3つの視点を軸に、DX・SXソリューションを駆使した最新製品を展示いたします。

▼展示内容の一部をご紹介します

DXソリューション

AI生産指示システムや自動値引きシステム、電子棚札InfoTag、スマホ注文・店舗受け取りシステム Shop&Go PickUpなど、店舗DXを進化させる先端技術の数々を展示します！

SXソリューション

※SX（サステナビリティ・トランスフォーメーション）とは、企業や社会の持続可能性（サステナビリティ）を両立させるための経営や事業変革を指します

コンパクトな一体型トレーシーラーLX-5600、ペットボトル減容回収機ボトルスカッシュシリーズ、卓上型トップシール機SWS-5600e、ストレスフリーにエコショッピングをご提供するセルフ量り売りシステムなど、フードロス削減、脱炭素、脱プラスチック、ゼロ・ウェイストの社会課題に対応する技術とソリューションを一堂に展示
その他にも、流通小売、食品製造・加工、ロジスティクス、飲食・専門店の各分野へ向け、様々なソリューションを展示します

- ▶ POSシステムを含む小売業向けの幅広いソリューションを展示していましたが、POSシステム以外については大きく注目すべきものは見当たりませんでした。
- ▶ 寺岡精工のPOSシステムの特徴は、フルチェッカー、セミセルフ及びフルセルフのいずれにも同一の機器で対応できる点にあります。
- ▶ フルセルフでは、アテンダントがセンサーによって操作状況をモニターすることが出来ます。
- ▶ 今回、イオンやUSMHで採用されているスマホ搭載型のフルセルフカート「Shop&Go」を出展していました。当該システムの不正スキャンへの対応について尋ねたところ、画像チェック及び個別重量チェックとの回答がありました、後者については少し疑問を感じました。
- ▶ その他、空いている精算機への案内システム、キャッシュレス及びキャッシュそれぞれの専用機などが出展されていました。

【展示ブース②】 東芝テック



超巨大な寺岡精工ブースと比較すると、POSメーカーナンバーワンの割には展示ブースは中規模で、場所も寺岡と大きく離れていました。見る側からすると連続して見て比較もしてみたいという思いがするので来年はブースの場所を再検討していただきたいと思います。

▶その後のPOSシステムの進化を確認することが主目的でしたが、小売業向けのソリューションの幅広さは目を見張るものがありました。

※リテールテック2025では逆に最大規模のブースを出していて大混雑していました。

▶必ずしも、スーパーマーケット向きではありませんが、商品の香りを機器から噴射し、それを臭覚で受け止めた買物客の行動をAIカメラで捉え、POSまで補足するという**香りリテールメディア**はその一例です。カインズで既に実験がされているということでした。

▶また、総菜などの閉店前の値引への対応は、商品棚の上に設置したデジタルサイネージに当該商品と値引シールを表示します。これによって、手作業で値引シールを張る作業を廃絶することが出来ます。

- ▶ POSシステムでは、これまでスマホ搭載型だけであったカートにタブレット搭載型が加わっていました。やはり、タブレット搭載型の方がセルフスキャンに向いていることを察知したものであると思います。
 - ▶ 懸案であったフルセルフにおけるスキャン漏れ（不正）チェックについては、買物中か精算済みかのチェック、買物中のスキャン漏れチェック及び精算時の不一致チェックがそれぞれあります。
 - ▶ 買物中か精算済みかのチェックは、カートにポールを立ててそのランプの色で識別出来るようになっていきます。
 - ▶ 買物中のスキャン漏れチェックは、スキャンせずにカゴに商品を入れた場合は、差分重量及び画像によるチェックで、タブレットにその旨の警告メッセージを表示します。
 - ▶ また、不正スキャンのされやすい商品については、画像チェックにより、アテンダントに対してアラートを発信します。
 - ▶ 精算時の不一致チェックは、目視、カゴの中の商品の無作為スキャンあるいはカート下段のカゴの中の商品スキャンによって行っています。
- ※ リテールテックでは、更に大掛かりな展示となっていましたので、次回その詳細をレポートしたいと思います。

【展示ブース③】アイリスオーヤマ



IRIS OHYAMA

▶ 統合施設管理ソリューション ENEVERSE を出展していました。



- ▶ ENEVERSEは、店舗内の主要な電力消費設備である冷凍冷蔵ケース、店内空調及び店内照明を含む設備・施設を対象とした省エネを図る統合システムです。
- ▶ ENEVERSEを含め、アイリスオーヤマが小売業向けの多様なソリューションを積極的に展開していました。
- ▶ それらは、節電だけではなく、店内の除菌・カビ対策を担うエア・ソリューション、HACCP対応の冷蔵ケース温度測定サービス、万引き対策としてのカメラ・ソリューション、店頭陳列作業の軽減を図る什器・ショーケース、店内清掃ロボット等々で、今後食料品スーパーマーケットが業界として益々注目すべきメーカーだと強く感じました。

【展示ブース④】サトー



▶業界ではラベルメーカーとしてのみ有名ですが、近年はソリューション分野の大幅な拡張を図っています。

これらは、現在のホームページに掲載している、現場を強く意識した具体的なものばかりです。

◆スーパーマーケット向けラベル発行ソリューション

◆HACCPの考え方を取り入れた衛生管理をサポートする「HACCP CLOUD」

◆消費者参加型のフードロス推進施策「セルフ値引き」なら、店員の作業負担も軽減

◆賞味期限・価格の管理などの店舗オペレーションを最適化

◆「AI値引き」が最適な時間に最適な値引きを教えてくれる

◆サトーが提案する食品インシデント対応ソリューション

▶また、以下はブースで紹介されているものの中で、特に興味をそそられたソリューションです。

◎商品画像に基づくラベル発行システムは、AIによる画像認識で商品を識別し、目視と音声で商品を確認し、更にラベル出力時にも商品名を音声で発話します。惣菜などの値札貼りの省力化と貼り間違いの回避を図るものです。

◎AI値引システムは、AIによって最適な値引を算出し、当該商品をスキャンすることによって値引後の値札を発行する。値引の省脳化と省力化を図るものです。

◎賞味期限自動通知システムは、賞味期限表示をOCRで読取り、絶対単品レベルで店頭の賞味期限切れ商品を自動通知するものです。賞味期限切れ商品の除去作業を軽減します。

▶このメーカーには、現場業務を理解した使い易くて、その上一部の機能を削ってでも価格を強く意識したローコストなツールの提供を期待したいと思います。

【展示会全体について】

幕張メッセはとにかく広いですから、一通り見て回るだけでも、本当に一苦勞です。

正に命がけです！

まして3日間歩き続け、質問し続けるのは、相当に体力に自信があっても過酷と言えます。

意外性やサプライズを狙っているのかもしれませんが、展示会場内をもっともっとカテゴライズしていただき、“分かり易い” “見易い” を優先した、来場者にとっての省エネ型の展示会にしてもらいたい！と強く思ったのは我々だけでしょうか。

カテゴライズについても、近未来を意識したものへ“更新”して行くことも重要です。

また、出展者の偏りや出展者への配慮にもいささかの疑問を感じました。

地方から出てきている“食材・商品の生産者”をもう少し優遇してもよいのではという声を耳にしました。

長年この業界を支えてきたNECや富士通といったIT大手企業の出展が無くなったことも事実です。

食料品スーパーマーケット業界を支えてくれている皆さまへのケアをするのは、協会の最も重要な仕事であり、それを年に一度一堂に会してお互いを認め合い、それを更に先へ繋げて行く。この辺りをしっかり取り組んでももらいたい！と強く思う次第です。