

AIを活用した自動棚割リアルgorithmを開発、 売場づくりの効率化に向けた実証実験を開始

花王株式会社(社長・長谷部佳宏)は、コンシューマープロダクツ製品の販売を担う花王グループカスタマーマーケティング株式会社と株式会社エル・ティー・エス(以下LTS)が共同開発した、人工知能(AI)による自動棚割リアルgorithmの実証実験を2021年7月より開始し、棚割り作業の自動化による業務改善と、販売店さまの売場づくりの効率化をめざします。

花王では長きにわたって、お客さまのニーズに適した品揃え、売れ行きに応じたスペース配分、売れ筋はゴールデンラインに陳列といった原則にもとづき、販売店さまの売上に貢献できる売場提案を行なうために棚割りシステムを開発・運用してきました。棚割り業務は、お客さまに合わせた品揃えの検討やお客さまの購買行動の変化に対応し、「見やすく・選びやすく・取りやすい」売場づくりのための重要な活動のひとつです。しかし店舗ごとに異なる売場規模や商品構成等に応じて、数多くのパターンを人が経験をもとに時間をかけて作成する必要があり、販売店さま・メーカー・ベンダーにとって大きな業務負担となっています。

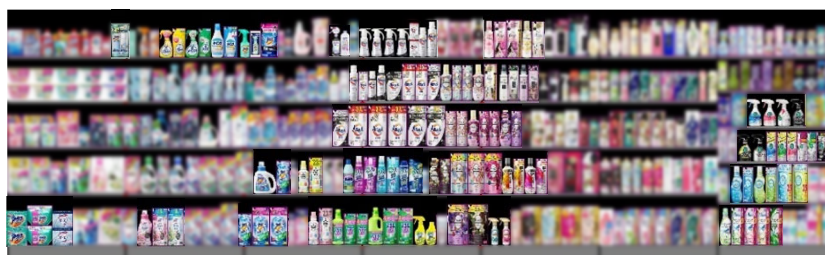
そこで花王は、棚割り業務の効率化による作業時間・コストの削減をめざし、人が作成した基本パターンをもとにその商品構成や配置に準拠しつつ、拡大・縮小パターンを自動的に作成できる「AI自動棚割り生成algorithm」をLTSと共同で開発しました。

このalgorithmを活用することで、最大で棚割り作業時間を従来の60%削減できると見込んでおり、お客さまへのより創造的な提案活動に注力できることが期待できます。

今後、販売店さまとの実証実験を通して、効果検証とさらなる改善・効率化をめざします。



基本パターン



売場の規模に合わせたパターン

将来は、AIの進化により、店舗周辺の地域特性やお客さまの購買行動の変化を検知し、より効果的な棚割りを自動生成することで、さらなる棚割り業務の効率化と、売上・利益の改善や欠品・返品削減による売場生産性の向上をめざします。

花王は、2021年から2025年までの花王グループ中期経営計画「K25」を策定し、Vision(ビジョン)を「豊かな持続的社會への道歩む (Sustainability as the only path)」と決めました。このビジョンを実現するために、デジタル技術を活用してデジタルトランスフォーメーション(DX)を進め、新事業の始動と既存事業のイノベーション強化、働き方改革と活動生産性の向上をめざします。

さらに花王はDXを通じて、お客さまとの直接的かつ持続的な関係を築き、新しい価値体験を提供し続けるとともに、業務内容そのものや組織・プロセス・コスト構造さらには企業文化・風土を変革してまいります。

< 関連情報 >

■ 花王グループ中期経営計画K25

発表資料

<https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/news/2020/pdf/20201209-001-01.pdf>

説明会資料

https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/presentations_fy2020_k25_01.pdf