



(注)東急ストアの新システム

総菜値引き AIが管理

東急ストア、店舗ごとに判断

東急ストアは2021年2月に人工知能(AI)が総菜の値引き率を管理する仕組みを導入する。店内製造を含めた約400品の総菜でAIの発注・販売管理を試験導入する。需要予測や自動発注だけでなく、店舗ごとに値引きシールの割引率や貼るタイミングをAIに判断させる。消費期限の短い総菜は発注や販売管理が難しく、スーパー運営の課題とされてきた。AIの活用で食品ロスや人手不足の課題を緩和できる可能性がある。

まずは3店舗で試験導入し、早ければ22年3月までに全店導入する。導入するシステムでは、夕方すぎに20品が残る唐揚げは「30%引き」、5品が残るギョーザは「10%引き」など、予想される売れ行きと残数を基にAIが適切な割引幅を算出。従業員は指示された通りに値引きシールを貼るだけだ。早めに欠品してしまつた際はAIが追加生産を促すなど、機会損失

割引率・タイミングまで

の低減にも取り組む。これまで東急ストアはどの店舗も一律の割引ルールで運用していた。同社デジタルマーケティング部の山口修平課長は「どの店舗も売れ方は違うのに、一律の対応でいいのかと悩んでいた」と話す。システムの導入により、値引きや廃棄で生じた損失の売上高に占める割合(ロス率)や販売額は1割以上改善できる見込みだ。

ダイエーは11月、加工センターで製造する総菜の発注量をAIが管理するシステムをほぼ全店に導入した。データをもとに来客数や商品の販売数をAIが予測し、数日前(当日朝)に各店舗への総菜の配送量を指示する。

AIの発注管理は加工食品など在庫管理がしやすい商品で広まってきたものの、消費期限の短い商品で導入する動きは限られていた。だがデータ分析の進歩で精度が上がり、大手を中心に導入する動きが広がっている。

東急ストアとダイエーの発注システムを手掛けたシノプスの岡本数彦取締役は「スーパーの商材で総菜は採算改善の伸びしろが格段に大きい」と指摘する。総菜は利益率が高い一方で、ロス率の平均は10%(業界団体調べ)と、非食品(1%)や日配品(4%)を上回るからだ。売上高営業利益率の平均が1%に満たないスーパー業界で改善余地の大きい総菜をこ入れする動きが広まりそうだ。