

## 「リテールテックJAPAN 2017」日立ブースレポート つながる、デジタル。顧客起点のバリューチェーン。



ステージの動画をご覧ください(6ページ下参照)。

日立は、2017年3月7日(火)～10日(金)に東京ビッグサイトで開催された第33回流通情報システム総合展「リテールテックJAPAN 2017」に出展しました。

今回は「つながる、デジタル。顧客起点のバリューチェーン。」をテーマに、デジタルマーケティングを活用することによる

サプライチェーン全体での効率化をコンセプトステージおよび展示にて紹介。VR(仮想現実)を生かしたECサイトや、指静脈認証技術を活用したレジのない店舗など、デジタルマーケティングがさらに進化した未来のリテールの姿に多数の来場者の関心が集まりました。



### つながる、デジタル。 顧客起点のバリューチェーン。

日立は、デジタルマーケティングで求められる膨大なデータ分析とナレッジの蓄積を、実績ある分析手法や人工知能を活用することでサポートし、メーカーに新商品やサービス、マーケティング施策の創出に注力できる環境を

提供するサービスを行っています。「日立の人工知能」「優良顧客分析サービス」「顧客インサイト分析サービス」の3要素で構成された「顧客ロイヤルティ向上サービス」もその一つです。小売業の購買単価や商品の購買率を高める施策立案のPDCAを日立がワンストップで支援。バリューチェーンを構成するさまざまなプレイヤーどうしが連携すればバリューチェーン全体の効率化に応用できます。

▶▶▶ <http://www.hitachi.co.jp/bigdata/Insol/>

▶▶▶ <http://www.hitachi.co.jp/bigdata/approach/ai-analysis/>



デジタルマーケティングが進化した未来のリテールの姿

## 音声こころ分析サービス（参考出展）※1

生活習慣病やメンタル疾患の増加、高齢化などを背景に、健康管理は社会的な課題となっています。なかでも、うつ病などの気分（感情）障がいの総患者数は約112万人※2にもなり、休職などによる経済的損失を生み出しています。株式会社日立システムズとPST株式会社の協業で提供する「音声こころ分析サービス」は、スマートフォンや固定電話、携帯電話などから録音した音声データを分析し、心の状態を見える化するクラウドサービスです。利用者にメンタル疾患の自覚と予防を促すほか、管理者

向けの充実した機能により、メンタル疾患者およびその予兆が見られる利用者の早期発見を支援します。

※1 2017年6月リリース予定  
※2 2015年12月 厚生労働省発表



▶▶▶ <http://www.hitachi-systems.com/sp/mimosys/>



## 倉庫内から SCM まで つながる・ひろがる効率化

日立グループでは、「小売」「商社・卸」「メーカー」「原材料メーカー」といった広域なサプライチェーン上にある各企業とそのデータを連携させ、End to Endで高度化する

バリューチェーンでの物流効率化を追求しています。SCM※3の効率化のために、刻々と変わる需要変動に対して独自のシミュレーションソフトでKPI※4が最大化できるよう適正な在庫・拠点配置を割り出します。さらには、倉庫内業務の効率化として、庫内の作業導線といったデジタルデータを分析する



庫内作業改善サービス（参考出展）や、人手不足を解消するロボティクス技術、またAR（拡張現実）を活用した作業効率化（参考出展）を紹介しました。

※3 Supply Chain Management ※4 Key Performance Indicator

## ステージ動画〈日立が考えるデジタルマーケティングを紹介〉

「つながるデジタル・セミナー」の開講です。A社のマーケティング担当者と一緒に、消費者ニーズを、人工知能などを活用したデジタルマーケティングで把握し、ファンになってもらう方法や、バリューチェーン全体への効率化の実現について、ドラマ仕立てでわかりやすく解説します。

リテールテックJAPAN 2017 ステージ映像  
（製造業・流通業向けソリューションサイト）

▶▶▶ <http://www.hitachi.co.jp/retail/ht600/>

※2018年2月末まで掲載予定

お問い合わせ先

(株)日立製作所 産業・流通ビジネスユニット  
<http://www.hitachi.co.jp/mononare/>