

2019年3月18日

革新的レジシステム 世界同時提供開始

商品をスキャンしながら楽しくShopping！次世代型「スマホレジ」

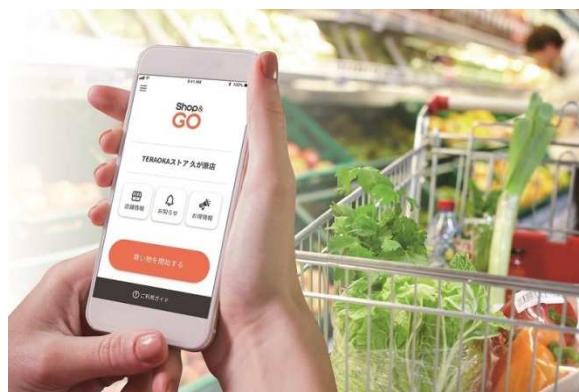
Shop&Go (ショッピング アンド ゴー)

＜レジ待ち＞を極限解消！ 行列 × スキャン × 袋詰め の時間を一気に短縮

株式会社寺岡精工（本社：東京都大田区 / 代表取締役社長 山本宏輔）は、お客様所有のスマートフォンを使い、商品をスキャンしながら買い物をする 次世代型スマホレジ『Shop&Go』を3月18日（月）より世界同時にサービス提供開始します。

『Shop&Go』は、スマートフォンにダウンロードした専用アプリを使い、お客様自身がお店で商品を選びながらバーコードをスキャンし、マイバックに詰めながら買い物を行うという、新しい買い物スタイルを提供いたします。これにより、お客様にとってストレスである“レジ待ち時間の解消”を実現いたします。

また、『Shop&Go』は、専用アプリと専用セルフ精算機の設置のみで導入可能です。既存のPOSシステムはそのままご使用いただけますので、様々な形態の店舗に対応可能です。1店舗、1人のお客様から新しい買い物スタイルを体験いただくことができます。



お店で商品を選びながら、
お客様自身がバーコードをスキャン



専用のセルフ精算機で
30秒程度でお会計完了！



レジ待ちの行列に伴う「機会損失」を解消

レジシステムには、小売業が年間に億単位の費用をかけています。しかし、来店するお客様にとって“レジ待ち”がネガティブな体験になっている現状があります。当社の調査でも、スーパーマーケットで嫌だと思うことに「レジの待ち時間が長いとき」と答えた方が、半数以上いることがわかりました。また、3人に2人が「買い忘れたものをレジ待ちが原因で追加購入しなかった経験がある」という結果になりました。“レジ待ち”は、お客様のストレスというだけでなく、店舗での購買機会の損失にもつながっています。

※調査詳細は、3枚目以降の参考情報をご参照ください。

レジにかかる時間を9分→30秒に！

通常レジと『Shop&Go』でレジにかかる時間（商品の袋詰めまで）を比較したところ、約9分から30秒に短縮可能です。『Shop&Go』ではレジ精算時には商品スキャンが完了しており、マイバックに詰め込みながら買い物できるので商品の袋詰め時間も不要です。また、専用のセルフ精算機を設けていますのでレジ待ちの時間も削減できます。

	通常レジ（12品）	Shop&Go（12品）
レジ待ち	360秒	0秒
商品スキャン	48秒	0秒
お会計	42秒	30秒
袋詰め	96秒	0秒
合計	546秒 = 約9分	30秒

【開発の経緯】

少子高齢化、人口減少によるお客様の購買力の低下、人手不足に加え、オンラインリテラーの台頭によるショッピングスタイルの多様化など、スーパーマーケットをはじめとする小売業が直面する課題は深刻化しています。スーパーマーケットの活性化には、オンラインにない新しい価値の提供が必要です。スーパーマーケットで、フレッシュ（新鮮）なものをストレスフリーで買うことが消費者の小売店回帰につながるものと考え、お客様のネガティブな体験である“レジ待ち”解消を可能にし、かつ新しい買い物体験ができるサービスを開発いたしました。それが『Shop&Go』です。商品を選びながら、自分のスマートフォンでスキャンするという新しい買い物体験を弊社では“fresh shopping experience”と名付け、新たな常識を創造していきます。

■ 製品概要

■ 製品名：Shop&Go ■ 発売：2019年3月18日 世界同時サービス開始

■ 仕様

専用アプリケーション「Shop&Go」

対応端末（iOS）：iPhone7/iPhone7plus / iPhone8 / iPhone8plus / iPhoneXR / iPhoneXs / iPhoneXs Max
<対応OSバージョン：ios12>

対応端末（Android）：Pixel / HTC Life U11（_Android8）等
<対応OSバージョン：7.0以上>

専用セルフ精算機「WebSpeezaSL-THIV」

W:340mm（突起部分含まず） / D:760mm / H:1400mm

対応決済種：現金、オプション（クレジット各種電子マネー、バーコード決済）

■ オプション：専用ホルダー、マイバック、保留バックホルダー
スマートフォン充電器 ※各店舗の既存カートをご使用いただけます



■ 特長

◆ 「Shop&Go」で新しいお買い物体験を

- レジ待ち時間“無し”、レジ打ち時間“無し”、袋詰め時間“無し”
- 専用アプリは、使いやすく、シンプルで直感的なUI

◆ 「Shop&Go」は今お使いのシステムにAddOnするだけ

- 既存POSシステムはそのまま使用可能
- 毎日のPOSオペレーションは今まで通り
- 1店舗1人のお客様から始められる

◆ ご来店のお客様に、さらに高度なサービスを

- 対面販売にも対応可能なファミリープロダクツも用意
- 万全なカゴ抜け対策
 - ・ 専用セルフ精算機で集中モニター
 - ・ 画像認識技術を使用した監視機能など



<参考情報>

“レジ待ち時間”は買い物のストレス / レジ待ちが原因で追加購入を諦める消費者像が明らかに
スーパーマーケットに求めるのは、フレッシュな生鮮食品をストレスフリーに買い物できる環境

寺岡精工は、週1回以上スーパーマーケットで買い物をする20代～60代男女（515名）を対象に「買い物に関する意識調査」を実施いたしました。

I. スーパーマーケットでの買い物で嫌だと思うのは「レジでの待ち時間が長いとき」 55.9%

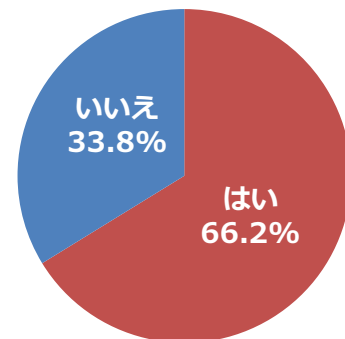
スーパーマーケットで買い物をする際、嫌だと思うときはどんなときかたずねたところ、「レジでの待ち時間が長いとき」が55.9%と最も多い回答となりました。次に、「店員の対応が悪かった」51.5%、「欲しい商品がなかった」41.9%、「お店が混んでいた」33.6%となっています。

※複数回答

II. 3人に2人が、買い忘れたものをレジ待ちが原因で追加購入しなかった経験がある

【グラフ1】
レジ待ちが原因で追加購入をしなかった経験がある

買い忘れたものをレジ待ちが原因で追加購入しなかった経験があると66.2%が回答。【グラフ1】
多くの方が、買い忘れに気付いたにも関わらず、レジ待ちの列を見て追加購入を諦めている現状が明らかになりました。店舗にとっては、レジ待ちが購買の機会損失につながっていると考えられます。



n=515

III. レジ待ち時間が長くて嫌だと感じる 3～4人の列 41.7%

レジ待ち時間が長く嫌だと思うのは「3～4人の列」という回答が41.7%となりました。4割以上の方が、3～4人並んでいるとストレスに感じており、小売店がレジ待ちの解消を目指す際に、3～4人という人数はベンチマークのひとつとなりそうです。

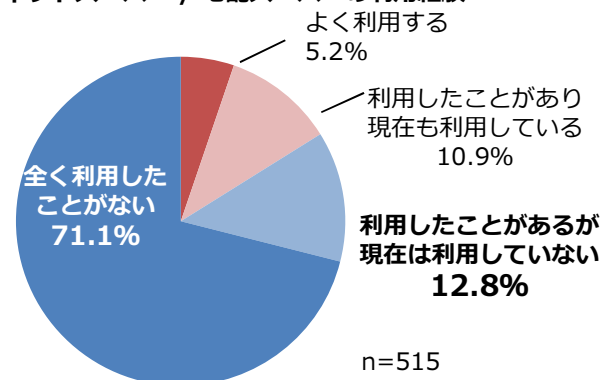
IV. ネットスーパー / 宅配スーパーを利用していない 83.9%

ネットスーパー/宅配スーパーの利用については「全く利用したことがない」が71.1%、「利用したことはあるが現在は利用していない」が12.8%、合わせて83.9%となりました。【グラフ2】

利用しない理由としては、「自分で商品を見て、買物をしたいから（茨城県/37歳/女性）」「鮮度が見たいので実際に商品を触りたいから（大阪府/68歳/女性）」など、現物の商品を手にとってから買物をしたいという回答が多く寄せられました。

また、その他には、「実際に行って買い物をするのが楽しいから（宮城県/48歳/女性）」「健康のためにもなるので、なるべくスーパーに買いに行くようにしている（東京都/49歳/男性）」など、買い物を運動や外出など“楽しみ”としてとらえている回答もありました。

【グラフ2】
ネットスーパー / 宅配スーパーの利用経験



n=515

V. ネットスーパーで購入することに抵抗があるものは“肉・魚・野菜など生鮮食品”

ネットスーパーまたは宅配スーパーで購入することに抵抗があるものについて質問をしたところ、「魚や肉は鮮度や同じ肉でも脂身が少ないか多いかなど確かめたい（愛知県/27歳/女性）」「生鮮食料品は、新鮮・良い部分かを確かめたい（兵庫県/58歳/男性）」など、肉・魚・野菜といった生鮮食品に抵抗があるとの回答が多く寄せられました。やはり、生鮮食品は鮮度や大きさ、量などが商品ごとに異なるため、現物を自分の目で確かめ、フレッシュなものを購入したいという気持ちの表れと言えます。

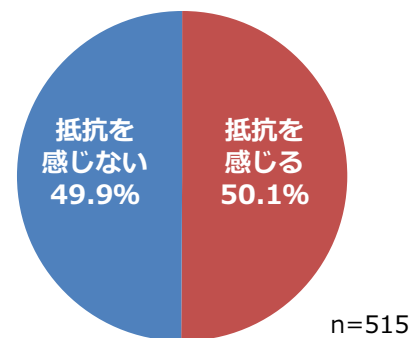
VI. 商品を棚からカゴに入れる際、セルフスキャンする買い物方法 約半数が抵抗なし

商品を棚からカゴに入れる際に、商品バーコードを自分のスマートフォン（もしくは専用端末）で読み込み、専用セルフ精算機で精算する買い物方法には、49.9%が抵抗は感じないと結果になりました。【グラフ3】

「すぐに精算できて良いと思う（岐阜県 / 44歳 / 男性）」「効率的だと思う（京都府 / 69歳 / 女性）」「待ち時間が減るなら自分でしたい（大阪府 / 47歳 / 女性）」などの時間短縮、レジがスムーズになるなどの声が寄せられたほか、「簡単で楽で、楽しそう（兵庫県 / 55歳 / 女性）」「レジに行くまでにくら買ったかなどわかるのはよい（沖縄県 / 25歳 / 女性）」など、レジ待ち時間解消以外の面にも期待する声がありました。

以上のような調査結果からも、スーパーマーケットに求められているのは、フレッシュな生鮮食品をストレスフリーに買い物できる環境です。また、買い物そのものが、一つの楽しみとして生活の中に存在することも、スーパーマーケットでの買い物の大きな価値と言えるため、新しい買い物体験を通じ、その価値をより一層高めることができると考えます。

【グラフ3】
商品を棚からカゴに入れる際、
セルフスキャンする買い物方法への抵抗の有無



調査概要

- ・ 調査期間 2019年1月11日（金）～13日（日）
- ・ 調査地域 全国
- ・ 調査方法 インターネットリサーチ
- ・ 調査対象 週1回以上スーパーマーケットで買い物をする20代～60代の男女 515名

※ 貴媒体にて本調査データをご使用になる場合は【寺岡精工調べ】と出典の明記をお願いいたします。

【株式会社寺岡精工会社概要】

- 本社所在地 : 東京都大田区久が原5-13-12
- 代表者 : 代表取締役社長 山本宏輔
- 創立 : 1934年（昭和9年）11月
- 資本金 : 1億円
- 従業員数 : 連結 3,665名（2017年末）
- 主な事業 : 電子はかり、電子計量値付システム、自動計量包装値付機、POSシステム、POP作製システム、仕分けシステム、カウンティングスケール、自動倉庫管理システム店舗総合情報管理システム、浄水システム、リサイクル処理機、廃棄物管理システムなどの製造、販売、保守

■ 本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

株式会社寺岡精工広報代行 株式会社ブレインズ・カンパニー 鈴木・廣瀬・清原
TEL: 03-3568-3844 / 070-3839-1641 FAX: 03-3568-3838 Mail: teraoka_pr@pjbc.co.jp

※ 読者向けのお問い合わせ先は、「株式会社寺岡精工 お客さま窓口（TEL 0120-37-5270）」としていただきますよう、お願い申し上げます。