

DX戦略 説明資料

2024年7月23日(更新)
株式会社ヴィンクス

当社グループの主要顧客分野である流通・サービス業界は、近年ではA I や I o T 等の新技術を利用した「ニューリテール」と呼ばれる小売業のD X（デジタル・トランスフォーメーション）が、米国や中国を中心に出現し、新しい技術競争の様相を示しております。

日本においても、レジのセルフ化やAIによる自動発注の導入などITを活用した店舗運営の効率化を追求する取り組みが積極的に行われています。

また、リアル店舗とE C 及びそれらをつなぐ顧客管理や物流が融合するなど、既存の業種業態の垣根をこえたサービスが模索されています。

このような環境の中、お客様および当社のD Xを加速させるために、当社グループは、「アジアにおける流通 I T のリーディングカンパニーを目指す」を経営ビジョンとして、「既存事業の高度化」と「ニューリテール事業の具現化」に加え、「事業構造改革」を推進することによって、更なる事業成長と安定的収益の確立に注力し、企業価値の一層の向上に努めてまいります。

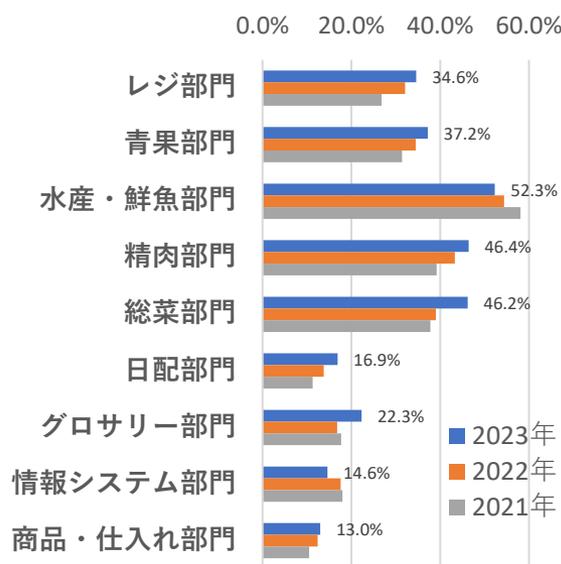
代表取締役 社長執行役員
渋谷 正樹

当社をとりまく小売業の経営環境

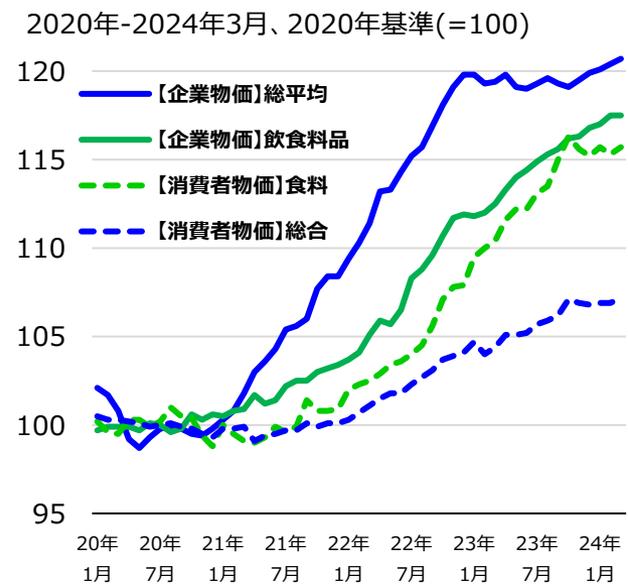
当社グループの主要顧客分野である小売業界は、国内市場においては、少子高齢化による市場の変化や主にスーパーマーケット等において(1)労働力不足の課題、(2)物価やエネルギー価格の高騰が顕著となり、大手のチェーンストアを始めとして、(3)業態ごとの明暗が分かれており、事業存続への危機感を抱いている様子が顕在化しております。

消費者のニーズの多様化に対応するために業態を越えた事業展開や連携の取り組みが活性化する一方、価格競争に耐える体制構築のために業務の効率化を追求する動きも続いており、DX推進のニーズが高まっております。

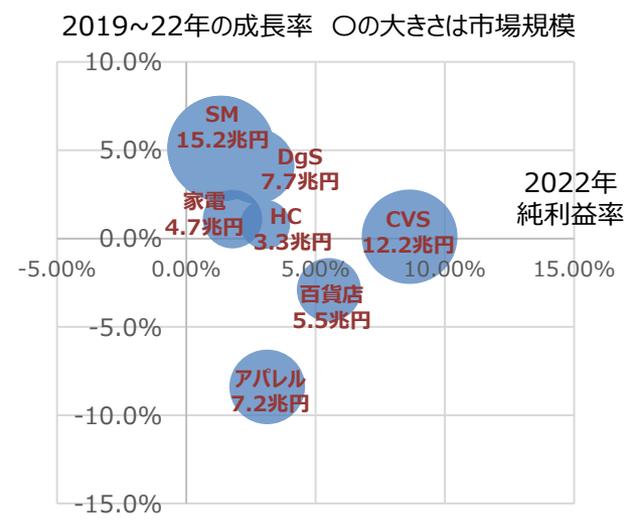
(1)労働力不足の課題



(2)物価高騰の状況



(3)業態ごとの明暗



資料：2023年スーパーマーケット年次統計調査 報告書

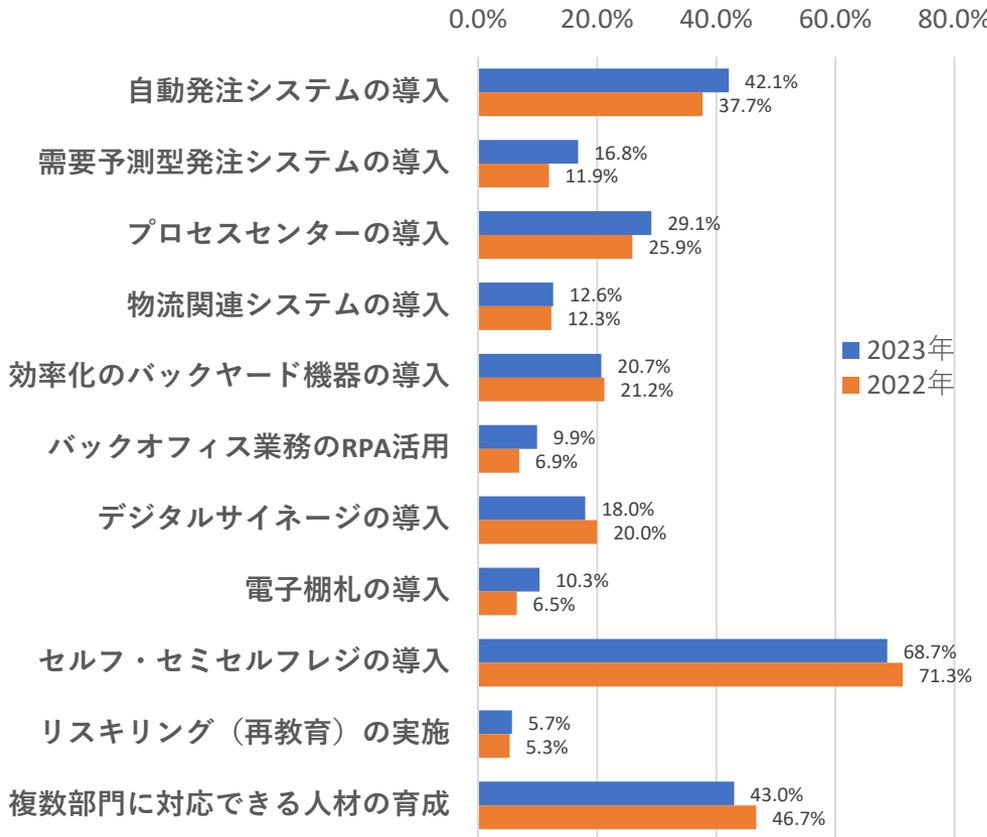
資料：日本銀行「企業物価指数」
総務省統計局「消費者物価指数」

資料：経済産業省 商業動態統計等を基にヴィンクス計算

小売業界における小売業DXの方向性

日本の小売業界においては、セルフレジや自動発注の導入等、生産性向上への取組みが多く見られています。一方、グローバルの小売業DXとしては、「スマートストア化」「ネットとリアル融合」「リテールメディア」という大きく3つの分野で進展が見られています。

生産性向上への取組み



資料：2023年 スーパーマーケット年次統計調査 報告書

スマートストア化



IoTやAIを活用、買物は便利に。従業員にも店舗運営がシンプルな店舗の実現。店舗までのサプライチェーンも最適化。

従来のPOSとは異なる決済手段の出現と多様化、レジレス・キャッシュレス



ネットとリアル融合



ネットとリアル店舗の良さを合わせた新たな業態。業態の垣根を超えた融合。

顧客体験を優先し、購買はネットに誘導。その場で売らない店舗。



出典：b8taホームページ (<https://b8ta.jp/>)

リテールメディア

店舗を広告媒体として活用、メーカーとの協業によるインスタ販促と広告の収益化。



事業上の対処すべき課題

当社グループにおいては、このような劇的な環境の変化に対して、既存の商品やサービスだけでは追従できなくなる恐れがあることを重要課題として認識しております。

それに対して、「ニューリテール戦略」「既存ビジネスの高度化」及び「事業構造改革」を重点方針として掲げ、ニューリテール分野に関連する事業を強化し、既存ビジネスを更に発展させてまいります。その際、日本だけではなく世界中の優れた技術を積極的に活用し、既存の商品やサービスに加えて、新たな商品やサービスを提供することで、新規顧客を獲得するとともに既存顧客に対しては総合的にサービスを提供し顧客内売上シェアを拡大させることで課題に対処してまいります。

ニューリテール戦略

既存ビジネスの高度化



事業構造改革

ニューリテール戦略 お客様のビジネスの付加価値向上を目指し、各種ソリューションを提供しております

タッチレスPOS

With コロナを見据えた非接触POS。従業員様、お客様ともに感染リスクの低減に寄与。

通常レジ、セミセルフ

店舗形態、客層に合わせてハードウェアを選択してPOS導入。

スマホPOS

次世代POSソリューション ANY-CUBE. Neo POSマルチ決済ソフト Software CAT

バックエンド側でシステム連携。

キャッシュレスセルフPOS

レジ会計の回転率の向上かつ非接触など様々な面でレジ業務に貢献。若年層の多い都市型店舗で効力を発揮。

VINXメディア

店舗を広告媒体として活用、メーカーとの協業によるインスタ販促と広告の収益化

カートPOS

リアルタイムクーポンの発行でついで買いの促進に貢献。レジ待ち時間の短縮により、お客様の満足度と店舗側の効率化を両立。

AI来店客数予測 MD自動発注

MIDware 客数実績や気象情報、販促情報等に基づき、AIが来店客数を予測。

タブレットPOS (移動販売など)

省スペース・ポータブルにレジを構築。

生成AI

企画書の作成や文書管理等、小売業務の支援に活用。

既存ビジネスの高度化 お客様の業務効率化やビジネスインフラを効率化するサービスを提供しております

- 情報システム部支援
- 運用監視
- ヘルプデスク
- データセンタークラウド・NW構築

事業構造改革

生成AIの活用やペーパーレス化等により、社内業務を効率化し、DX人材の育成とハイブリッドワークの推進により、効率的なビジネス環境の構築を目指しております

① 社内業務の効率化

② DX人材の育成

③ ハイブリッドワークの推進

商品・サービス
新規
既存

③ ニューリテール戦略 売上向上

AIやIoT新技術を活用した新たな小売業のビジネスモデルを創造し、必要なITソリューションサービスを提供

スマートストア化

ネットとリアルの融合

リテールメディア

④ 新たなビジネスモデル

顧客のIT予算以外の広告宣伝費、メーカーからの広告、決済やポイント利用時の手数料料等、新たな収益機会を獲得

決済・ポイントサービス

VINX広告メディア

① 既存ビジネスの高度化 効率化

ANY-CUBE・MDwareを中心としたプロダクトビジネス及び大手総合小売業グループを中心としたソリューションとアウトソーシングビジネスを深耕

プロダクトビジネス

ソリューション・アウトソーシングビジネス

② 特定顧客化戦略

新たな顧客へ既存商品・サービスを展開するとともにストックビジネスを獲得する

大手顧客市場

[100円ショップ様] [全国チェーンドラッグストア様]
[家具インテリア専門店様] [アパレル様] [GMS様]

アジア市場

中国 マレーシア ベトナム タイ

既存

新規

市場・顧客

ご参考：ヴィンクスの小売業DXにおける対象領域



実行戦略の概要とKPI

戦略	実現戦略	概要	KPI
デジタル戦略	①スマートストア化	<ul style="list-style-type: none"> AIやIoTを活用し、買い物は便利でかつ従業員にとっても店舗運営がシンプルな店舗の実現 カートPOS、スマホPOSなど新たな店舗システムを検討、提供 	<ul style="list-style-type: none"> スマートストア化の商品数 7 商品 (2022年度) スマートストア化ビジネスの創出、拡大
	②ネットとリアル融合	<ul style="list-style-type: none"> ネットとリアル店舗の良さを合わせた新たな業態や垣根を超えた融合 小売業におけるネットを活用したサービス(EC等)の検討、提供 	<ul style="list-style-type: none"> ネットを活用した製品 OMS開発済み (2021度) ビジネスの創出、拡大
	③店舗のメディア化	<ul style="list-style-type: none"> 店舗を広告媒体として活用、メーカーとの協業によるインスタ販促を提供 	<ul style="list-style-type: none"> 製品提供開始済み(2021年度) 製品ラインアップの拡大(順次) 店舗のメディア化ビジネスの創出・拡大
	④新たなビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none"> 決済・ポイントサービスでの手数料ビジネスの創出と拡大 VINXメディアでお客様とVINX両社の収益機会となるモデルの創出と拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 新たなビジネスモデルの創出
既存ビジネスの高度化	①既存プロダクト製品の強化	<ul style="list-style-type: none"> ANY-CUBEのクラウド型POS化。MD-WareでのAI自動発注などによるお客様提供価値の向上 RPA、カメラソリューションなどの製品ラインアップの強化 	<ul style="list-style-type: none"> 製品強化による導入数の拡大 MDware 83社 (2024年度) ANY-CUBE 210社 (2024年度)
	②ソリューション/アウトソーシングサービスの強化	<ul style="list-style-type: none"> DX化に伴うお客様ニーズの変化に対応したソリューションサービスへ強化 クラウド化に伴うアウトソーシングサービスを強化しお客様提供価値の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 情報システム部向け支援サービスの提供・強化 クラウド向けアウトソーシングサービスの提供・拡大 体制、要員の強化
事業構造改革	①社内業務の効率化	<ul style="list-style-type: none"> 社内システムリニューアル委員会を設置し、新システムの計画的導入 新システム活用によるデータ分析精度の向上 RPAなどを活用した業務改善による業務の効率化 生成AIの活用により、既存ナレッジのやドキュメントの体系化、新規企画書やプログラムの作成支援、会議体運営の効率化 	<ul style="list-style-type: none"> 新勤怠システム利用開始済み (2022年度) 新基幹システム、BIツール利用開始 (2027年度) 適用業務数、利用者数
	②DX人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> 技術スペシャリスト、業務スペシャリストの育成 	<ul style="list-style-type: none"> 技術者数増加
	③ハイブリッドワークの推進	<ul style="list-style-type: none"> 社員が場所を問わず成果を出せる働き方ができる環境を整備し、効果的な活動を推進 テレワーク環境の推進、人事制度の改革 	<ul style="list-style-type: none"> テレワーク環境利用開始済み (2020年度)

DX推進体制

DX化実現に向け、代表取締役 社長執行役員・取締役 企画担当役員のもと 企画本部にて方針・戦略を策定し、「ニューリテール戦略」「既存ビジネスの高度化」「事業構造改革」を各事業本部・グループ会社と連携し実施してまいります。

