

三菱商事／KDDI／ローソン合同会見（説明会概要・質疑応答）

日時	2024年9月18日(水)15:30-16:45
場所	オンライン配信
内容	新経営体制のもと実施する、「未来のコンビニ」への実現に向けた取り組みについて
登壇者	三菱商事株式会社 代表取締役 社長 中西 勝也 株式会社ローソン 代表取締役 社長 竹増 貞信 KDDI 株式会社 代表取締役社長 CEO 高橋 誠

サマリ

三菱商事、ローソン、KDDI の 3 社で目指す「未来のコンビニ」への変革に向けた取組みについて、プレゼンテーションを行いました。三菱商事、KDDI が有する事業基盤や AI・DX 技術を活用することで「Real × Tech Convenience」の拡大を推進するとともに、自治体と連携してお店と地域が抱える社会的課題を解決していくコンビニに変革し、「マチのほっとステーション」としての役割をさらに深化していくことを目指していきます。また、KDDI は通信と経済圏の拡大を目指し、約 1,500 万人が利用している有料会員サービス「au スマートパス」を「Ponta パス」としてリニューアルし、2024 年 10 月 2 日から提供を開始します。

ローソンでのお買い物がおトクになるクーポンや、Ponta 提携社で au PAY(コード支払い)を利用してお支払いすると、Ponta ポイントの還元率が上乗せされるなど、特典が強化されました。加えて、povo ユーザーがローソンにて無料でデータチャージができる Data Oasis やギフトカード(eSIM)販売などの取組みを通じて、多様なニーズに応えています。

質疑応答

質問者 1

Q. ローソンの日販はどの程度向上を見込んでいるのか。他社との差をどう埋めていくか。

A. 様々な実験から日販の伸びしろは 2~3 割あると思っている。AI.CO を使ったチャレンジをとある地域で実施し、この取組みを三菱商事や KDDI の知見を入れてブラッシュアップし、全店舗にベストプラクティスとして横展開したい。また、立地を越えるデ

リバリーサービスも伸びしろはある。早いタイミングで成果を報告できるようしっかりとやっていく。(竹増社長)

質問者 2

Q. リアルテックコンビニエンスなど色々な取組みを通じて、売上、収益、来店客数に対するインパクトなど、いつまでにどのくらい伸ばしたいという目標があれば教えてほしい。また、セブン＆アイ・ホールディングスの買収の話はコンビニに価値がある証左だと思うが、仮にローソンに買収提案があった場合の対応策は。

A. 費上げをし、加盟店さんの利益を確保しサステナブルな経営をする必要があり、そのためにもまだまだ売上を伸ばしていかなければならない。AI.CO 導入やハピロー！キャンペーン実施などで日販が伸びる手ごたえを強く感じている。社内で 2030 年に向かうというローソンになっていくのかを考えているが、国内コンビニは核であり、2 枠パーセント以上売上を伸ばしていく。コミットではないが、さらに 20%、30%と伸ばすことを目指してお客様のご評価をしっかりといただきたい。

ローソンの買収提案に関しては、三菱商事、KDDI でしっかりとチームを組んでもらっているので、我々ができるることは、自分たちの現業を徹底的に磨き上げて、常にお客さまからの評価を正しくいただいていくことを一生懸命やるということに尽きると思ってる。(竹増社長)

質問者 3

Q. 2030 年度店舗オペレーション 30% 削減は具体的にどういったスケジュールで実施していくのか。

また、AI.CO が業務改善にどう繋がっているか教えてほしい。

A. AI.CO の導入により発注にかかる時間が大幅に改善された。商品の値引きタイミングは従業員の経験則で実施していたが、AI.CO の値引き推奨の活用によりオペレーションの削減、売上の向上、食品ロスの低減につながっている。今後陳列ロボットやお掃除ロボットなどが実用化・導入されれば、オペレーションの低減につながる。

レジオペレーション含め、お客さまにいいねと思っていただける形で一つ一つ取組みを効率化していくことで、2030 年の 5 年後には 30% 程の削減につながると考えている。

従来セミオート発注システムという翌日の需要予測に主眼を置いていたが、AI.CO については店舗利益の最大化に変更したところ、一部地方の店舗では確実に売り切りできるオペレーションができる改革につながった。ブラッシュアップし 7 月に全店舗で導入したところ、しっかりと各店舗で浸透し、加盟店の利益最大につながった。(竹増社長)

質問者 4

Q. リテールとテックの組み合わせは世界で注目されている。リテールとテックとグローバルを掛け合わせて何ができるか期待感について教えてほしい。

A. 先月、西海岸でAI関係の会社を回ってきたが、皆さんローソンの話題がでるくらいリテールテックへの関心が高い。米国ではウォルマートが大成功しており、そのテクノロジーを日本に持ってきてはどうかとの話もあった。ビッグテックカンパニーから、今回の取組みと一緒にやろうと声をたくさんいただいているので、新しい技術を取り入れて検討していきたい。14,000 力所以上のあるコンビニエンスストアは、お客さま接点としても大事だが、リアルなロケーションとしても価値がある。海外のビッグテックカンパニーは、今後お客さまの近いところにGPUなどを置くような時代になった時、そこで何ができるのかを想像している。日本のコンビニエンスストアは世界に誇る素晴らしいもの。日本がこれから直面する少子高齢化や地域課題は、世界で最初にチャレンジしなければならない領域。そこでコンビニエンスストアの役割は非常に重要。これを乗り越える際に得た経験値を、これまで三菱商事が海外展開したところへ展開できる可能性がある。日本の一つの大きな宝であるコンビニエンスストアに、新しいエクスペリエンス・付加価値をしっかり載せて、海外にも通用するものにしていきたい。(高橋社長)

質問者 5

Q. KDDI を共同経営パートナーとして迎えられた良さや最適だったのかについて教えてほしい。

A. 三菱商事は2000年にローソンへ20%出資した。当時はITや通信などのデジタル化が進んでいない状況だったが、生活基盤インフラにコンビニエンスストアになると考えていた。2017年に50.1%まで出資しローソンを子会社化したは、四半世紀年経ちデジタルな時代となった。リアルな部分として、原料調達や製造などはできていたが、通信というピースだけは足りていなかった中で非常によいパートナーに巡り合えた。三菱商事とKDDIでローソンをしっかりとサポートしていく役割だと思っている。また、既にローソンは中国やアジアには進出しているが、KDDIが持っている海外のアセットと我々のアセットで、高橋社長も日本独特のコンビニエンスストアは、日本の宝とおっしゃっていたが、コンビニを海外に展開できればうれしいことはないし、海外展開できる力があるパートナーが今回ローソンを通じて目指したい姿ということを理解いただきたい。(中西社長)

質問者 6

Q. povo をサブ回線として獲得していく、という話があつたが、メイン回線に転じるよう

な仕掛けもしていくのか。Ponta パスと絡めて何かやっていくような計画などあれば教えてほしい。

A. 当社のブランドについては、それぞれのターゲットユーザーとなるお客様に対してサービスを位置づけている。povo3.0 を先に発表したが、これからは通信回線が色々なサービスに埋め込まれていくイメージを持っており、今回は povo がコンビニエンスストアに上手く埋め込まれるサービスの形として提案している。

2年前に障害もあり、これからはサブ回線を持っていただくことが生活の安心を支えることにもつながる。

メイン回線でもサブ回線でもこのサービスを使うことでコンビニに行きたくなる、そういうことをを目指していきたい。(高橋社長)