

2025年10月8日掲載

電子商取引（EC）においてダイナミック ブライシング（DP）の活用が進んでいる。DPは需給に合わせて商品やサービス価格を調整し、収益を最大化させることで、航

きの取り組みで、航空券やホテル宿泊料金などに利用されてきた。DPはウェブで完結すること多かったが、OMO（On-line merges with off-line）で、ECサイトで関連商品を割引価格で提案すること

# 経済透視

⑬

などが可能になる。まっている。DPは消して無人店舗が挙げられ、コスト削減や人手不足を解消する方策とく認識することだ。多

く認識する商品を正しく認識する商品を正しく認識し、決済まで処理すれば万引きのリスクは極めて低くなり、無人店舗において商品を認識してい

ていているケースが大半であり、改善には時間がかかる。ただし、決済方法（クレジットカードなど）を用いて自動

## OMO市場の動向 下

### 人手不足で注目

OMOのトレンドと必要であろう。

mは自社の無人店舗Aで、事前登録した決済方法（クレジットカードなど）を用いて自動

現在は、ウェブとりアルの連携やAI（人工知能）による消費者分析・需要予測による場合はブランドを毀損

する。購入する商品を自動認識し、決済まで処理すれば万引きのリスクは極めて低くなり、無人店舗において商品を認識してい

ます。

## 変動価格・無人店で成長



窪田 正吾

SMBBC日興証券  
プライベート・  
ソリューション室長

精度向上によって、以する可能性があり、注前よりのDP効果が高意が必要だ。

の補充・陳列、商品認識、決済、防犯である。商品の補充や陳列はピッキングロボットの開発が進められていくが、多様な商品を自

在に扱えるサービスは

洋品店で服のサイズを正確に認識できる商品には限界がある。有効

負担心理解消を

今後もOMOの活用

構築が不可欠だ。

無断転載・複写禁止