

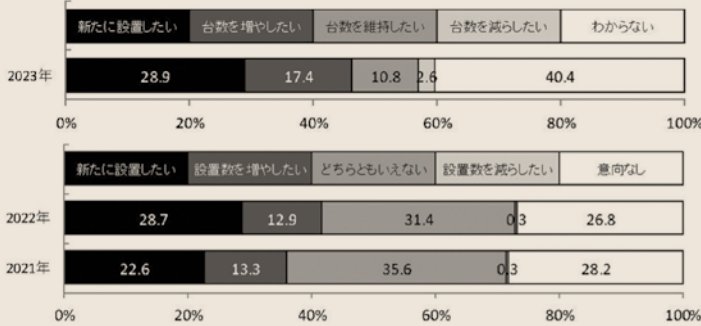
セルフレジ

— 今月の投書 —

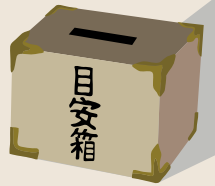
ここ最近、大手スーパーやコンビニエンスストアではセルフレジの導入が進んでいます。

一つ一つ店員さんが消費者のカゴから商品を手に取り、スキヤナーを通して別のカゴに移すという従来の作業に比べると、格段に速く処理ができるはずなの

今後のセルフレジの設置意向



出典：スーパーマーケット年次統計調査報告書



に、会計待ちの行列を見比べると、店員さんが手で捌いているレジの方がスムーズに流れています。

一方セルフレジエリアをよく見てみると、バーコードを正しくスキヤンできなかったり、決済方法が分からなかったり、都度店員さんと呼んで説明を聞いている消費者が思いのほか多いのに驚かされます。

中には「説明が不十分」「スキヤナーの精度が悪い」などのクレームを店員さんに言っている人たちもいます。

小売業界もご多分に漏れず人手不足が慢性化していて、セルフレジなどの新しい技術を導入することで、効率化（有人レジに比べセルフレジは処理スピードが約3倍速くなるそうです）や売り上げの向上を図らなくてはならないのに、店舗によってはセルフレジ10台につき2〜3名の店員さんが控えていて、消費者の誘導から質問に対応しています。

これではせっかく導入したセルフレジの性能の半分も生かす

ことができているか、あるいはないか。なぜこんな状況になってしまったのか観察、考察してみると次の2点が見えてきました。

1. 商品の読取り方や決済等、使用方法についての説明が不十分
2. 消費者側の確認不足

ひとつくりに消費者と比べても、その年齢層は10代から90代まで幅広く、当然のことながら新しい技術に対する理解力や適応力には大きな差があります。

そのような状況の中で店舗側からの一方通行な説明や告知だけで全ての客層をカバーすることは不可能です。もちろん、従来通り店員さんがいるレジもありますが、不慣れな人たちを全員そちらへ誘導していたら、予想している売り上げを達成できないほか、平等なサービスを受ける権利がある消費者にその機会を与えないことにもなりかねません。

このような問題を解決するためには、店舗側が、消費者に使用方法や注意事項を丁寧に説明することはもちろん、事前説明会の開催（何かの販促イベントとの共催）や操作方法についての動画など、必要に応じて支援を提供することで、消費者がスムーズな買い物を行える環境を整え

ることができると思われれます。

一方で消費者が会計をする際には、短長で並ぶ列を選ぶのではなく、そのレジでは自身が持っている決済方法が使えるのか否かなど、事前に確認することも大事です。

近年では個々の関心が自分自身やスマートフォンなどのデバイスに向かう傾向にあります。このような傾向が進むと、人とのつながりや社会的な絆がますます希薄になり、社会生活に必要な相互の理解と協力もなくなっていくのではないのでしょうか。

高齢者や最新の機械操作に不慣れな人たちが困っている場合、優しく声をかけて手助けをする、あるいは近くの店員さんと呼んでくるなど、小さな行動が大きな支援につながることもあるでしょう。

一人一人が他人のニーズに敏感で思いやりを持ち、助け合うことで、より包括的で温かみのある社会を築くことができるはず。

その上で、サービスや技術を提供する企業側も、消費者や店舗双方のニーズや課題を理解し、適切なサポートや配慮を行うなど、より最新技術を使いやすくする環境を提供することが求められるのではないのでしょうか。

（田中佳介）