

先日、コンビニエンスストアで買い物をして、いつものとおり店員がいる対面でのセルフレジ（セミセルフレジ）を使い現金で精算しようとしたところ、紙幣がレジ機の中で紙詰まりを起こしたらしく、画面にはエラーメッセージが表示され、プザー音が響いた。対応していた店員は新人だったのでらしくオロオロするだけだったが、バックヤードにいた店員が駆け付け、紙詰まり箇所を何回も探して巻き込んでいた紙幣を抜き取った。時間にして5分程度だったがとてもその時間

## 非接触型レジが普及

ッとする思いだった。最近、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、衣料品店などの小売店や飲食店ではセルフレジの導入が増えている。店員が全く対応しない無人のセルフレジもあり、あるいは、レジさえない店もある。キャッシュレス決済の浸透、ITやAI技術の加速度的な発展などの環境要因の変化も大きいがやはり、新型コロナウイルス感染症拡大という大きな環境要因により「非接触」「ニーズへの対応が非接触型レジの導入に拍車をかけたといえる（全国スーパーマーケット協会の年次統計調査2021年によると、「セルフレジを設置したい」という回答がコロナ禍前の2018

がるのではないかというところである。実際、セミセルフレジで精算しようとしている時に、対応している店員がそっぽを向いたり、何も言わず違うレジに移動して別の客に対応したりと、店員の対応にセルフレジ導入前にはなかった不快感がある。また、操作の方法がわからなかったり、バーコードをうまく読み取らなかったり、トラブルや故障などがあつたりした場面など、逆に時間がかかってしまう場面をよく目にする。

# ブランド力の維持 ヒトの力が必要

が長く感じられ、もし対応できる店員がいないうコンビニエンスストアだったらどうなっていたらどうかとソ



愛知淑徳大学  
ビジネス学部教授  
新井 亨

年は11.4%だったのが、2021年は22.6%となっている。

セルフレジの導入により考えられるメリットは①お金のやり取りなどの接触を避けることができる。②レジの混雑を回避することが

できる。③多様な決済に対応できる。④レジ業務の負担を軽減することができ

る。などが考えられる。デメリットとして私が考

えるのは、顧客満足度が下

分は「接触」を伴うことから制限され、機会を一つ失った。買物動向などはPOSデータやキャッシュレス決済の属性データなどを用いれば把握することができ

る。しかし、ブランド力はデータだけでは維持することは難しい。顧客に不快感を与えて満足度を下げないためにはどうするか。ひとりひとりの力によってブランドは成り立っていることを忘れず、対応しなければならぬ。

あらい・とおる マーケティング論、広告論。愛知大学大学院経営学系研究科修士課程修了。経営学修士。1992年生まれ。