

特集 コロナ禍対策と業界展望

プラネット イノベーション推進部

最新テクノロジーの可能性を探究

「需要予測」「量子コンピュータ」等の調査・研究を推進

消費財流通業界の情報インフラ・プラネット(田上正勝社長)は、EDI、商品データベース等のサービスを広く、遍く、展開するとともに、テクノロジーやグローバル市場などについて調査・研究を行っている。その調査・研究の中心的役割を果たしているのがイノベーション推進部だ。既存のサービスにはとられない調査・研究などを進める同部の活動について取材した。

流通業界のイノベーション推進のために活動

イノベーション推進部の活動について、今村佳嗣部長は、「我々の活動は主に3つあります。1つはテクノロジーが流通業界にとってどのような可能性を秘めているのかを探るものです。もう1つはインバウンド、ECなどの市場が流通業界に与える影響についての調査・研究です。そしてもう1つは中国で越境流通プラットフォーム事業を行う合弁会社『上港EDIチャイナトレーディング』(S ECT)の経営・管理です」と話す。

を推進。プラネットの事業と直接的に関わらない技術であっても流通業界に役立つ可能性のあるものについては研究しているという。テクノロジーの調査研究については、現在、「需要予測」をテーマにEDIデータを中心に気象情報等の取得可能なデータを活用したAIによる予測について取り組んでいる。これについてはAIの学習モデルを調整しながら、かなり高い精度で需要予測ができるようになった。EDIデータを活用したAIによる需要予測が業界レベルで実用化となれば、これまで業務効率化のためのEDIデータの利用が販売活

今村部長



「量子コンピュータはAIの次の段階で活用できる技術で、予測値を使って量子コンピュータにより流通業界の最適化問題の解決につながる」と今村部長は説明する。流通業界の最適化問題には「業務量に応じた効率的な勤務シフト」「売上金額最大化に向けた売場づくり」「物流シートのトラック積載や配送ルート」などがあり、「量子コンピュータ」とAIを活用した予測との連携により、最適化の課題をスピーディに克服する可能性がある。

「インバウンド研究会」を3期にわたり開催した。2020年になり、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要が消失してからは、同年4月に「中国における訪日ピーターの新型コロナウイルスに関する緊急意識調査」を実施し、10月には「中国の日常生活と日本製品購買に関する調査」を発表した。また、今年3月にも前年10月と同テーマでレポートを発表、中国人のコロナ収束後の訪日意向や日本製品に対する購買意欲などについて充実した調査を実施してきた。

EC・インバウンド消費の影響等 継続的に本格的な調査を実施

「インバウンド研究会」を3期にわたり開催した。2020年になり、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要が消失してからは、同年4月に「中国における訪日ピーターの新型コロナウイルスに関する緊急意識調査」を実施し、10月には「中国の日常生活と日本製品購買に関する調査」を発表した。また、今年3月にも前年10月と同テーマでレポートを発表、中国人のコロナ収束後の訪日意向や日本製品に対する購買意欲などについて充実した調査を実施してきた。

「インバウンド研究会」を3期にわたり開催した。2020年になり、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要が消失してからは、同年4月に「中国における訪日ピーターの新型コロナウイルスに関する緊急意識調査」を実施し、10月には「中国の日常生活と日本製品購買に関する調査」を発表した。また、今年3月にも前年10月と同テーマでレポートを発表、中国人のコロナ収束後の訪日意向や日本製品に対する購買意欲などについて充実した調査を実施してきた。

「インバウンド研究会」を3期にわたり開催した。2020年になり、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要が消失してからは、同年4月に「中国における訪日ピーターの新型コロナウイルスに関する緊急意識調査」を実施し、10月には「中国の日常生活と日本製品購買に関する調査」を発表した。また、今年3月にも前年10月と同テーマでレポートを発表、中国人のコロナ収束後の訪日意向や日本製品に対する購買意欲などについて充実した調査を実施してきた。

「インバウンド研究会」を3期にわたり開催した。2020年になり、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要が消失してからは、同年4月に「中国における訪日ピーターの新型コロナウイルスに関する緊急意識調査」を実施し、10月には「中国の日常生活と日本製品購買に関する調査」を発表した。また、今年3月にも前年10月と同テーマでレポートを発表、中国人のコロナ収束後の訪日意向や日本製品に対する購買意欲などについて充実した調査を実施してきた。

「中国市場に向けた商品PR研究会」を開催

訪日できない中国の人達へPR方法を研究

「中国市場に向けた商品PR研究会」を開催。訪日できない中国の人達へPR方法を研究。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。

「中国市場に向けた商品PR研究会」を開催。訪日できない中国の人達へPR方法を研究。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。



研究会の様子

「中国市場に向けた商品PR研究会」を開催。訪日できない中国の人達へPR方法を研究。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。

「中国市場に向けた商品PR研究会」を開催。訪日できない中国の人達へPR方法を研究。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。この研究会では、中国市場に向けた商品PR研究会を立ち上げた。