



EBOOK

小売業における 大きな変化

[目次]

生成系AI がリードする 小売業に影響を与える上位 4 つのテクノロジー	3
生成系AI (および機械学習全般)	4
Web3 と空間コンピューティング	9
コンピュータービジョンとセンサー	12
コンポーザブルコマース	16
まとめ	18

生成系AI がリードする小売業に影響を与える 上位4つのテクノロジー

長年にわたり、新しいテクノロジーの出現により、小売業は大きな変化を遂げてきました。例としては、バーコード、Eコマース、携帯電話などがあります。これらはすべて、買い物客が小売店から購入する方法に大きな影響を与え、消費者の期待を根本から変化させました。（スーパーマーケットやショッピングモールのような非技術的な発明についても同じことが言えますが、ここではテクノロジーだけにフォーカスします。）新しいトレンドを常に把握している小売業者は、自社のビジネスに利益をもたらすためにそれらの進歩に適応し、受け入れる傾向があります。

レジやショッピングカートのようないくつかの例外を除いて、小売業に特化して生み出されたイノベーションはほとんどありません。その大半は、バーコード、eコマース、ソーシャルメディアなど、小売業界に一般的に適用できるイノベーションです。そのため、状況を広く検討し、小売業に役立つテクノロジーの独自の応用を検討することが重要です。

小売業界に影響を与える次の大きなテクノロジーは何でしょうか？



業界全体に大きな影響を与える可能性のある、新しい(もしくは発展途上の)テクノロジーがいくつかあります。いずれについても、まだ初期段階ですが、小売業者による採用の可能性はすでに見えています。それらはすべて同じように影響力があるわけではなく、相対的な重要性を判断する試みも行われていません。それぞれ独自のメリットがあり、組み合わせると相乗効果が得られる可能性があるため、すべての小売業者は、多くのテクノロジーを追跡する必要があります。

まずは、現在、勢いがあると思われる4つのテクノロジーを見て、小売業界における潜在的な用途と避けるべき落とし穴を理解してみましょう。



生成系AI（および機械学習全般）

生成系AI（人工知能）と機械学習テクノロジーは、小売業界に変革をもたらす可能性を秘めた強力なツールとして登場しました。小売業者がデータを分析し、顧客の行動を理解し、情報に基づいた意思決定を行う方法に革命をもたらしました。これらのテクノロジーを活用することで、小売業者は貴重な洞察を引き出し、パーソナライズされたエクスペリエンスを提供し、業務のさまざまな側面を最適化できます。

機械学習では、システムがデータから学習し、明示的にプログラムしなくても時間の経過とともにパフォーマンスを向上させるアルゴリズムを使用します。これにより、システムはパターンとデータから導き出された洞察に基づいて自動的に分析し、予測または意思決定を行うことができます。小売業者は、予測やパーソナライゼーションなどを最適化するために、さまざまな方法で機械学習を使用してきました。

機械学習の一種である生成系AIとは、アルゴリズムとモデルを使用して、画像、動画、テキスト、さらには仮想環境全体などの新しいコンテンツを生成することを指します。これらのモデルは既存のデータパターンから学習し、元のデータに似た新しい出力を作成できます。以下に、小売業界における生成系AIの主な使用事例をまとめます。

小売業者向けの生成系AI のユースケース



チャットボット

カスタマーサービスやボイスコマースとのコミュニケーションには、より自然な会話を。



自動翻訳

翻訳して、複数の言語でより多くの読者に届けましょう。



商品説明

製品カテゴリと説明の生成を自動生成します。



製品設計

市場動向に基づいて製品アイデアを生み出します。



おすすめ商品

自然言語を使用して、顧客が特に求めているものに製品を絞り込みます。



コンテンツ作成

ランディングページ、ブログ、ソーシャルメディア投稿用の SEO に最適化されたコピーを生成します。写真を使わずに製品の画像やモデルを生成できます。



従業員エクスペリエンス

自然言語を使用して、トレーニング、タスク、および情報を同僚に提供します。



ソフトウェア開発の迅速化

ツールを使用してコードを生成し、バグを見つけ、ソフトウェアをテストします。エンジニアリングの生産性を向上させます。



データ分析と洞察

売上、返品、製品レビューなどの大量のデータを利用して、傾向を要約します。



貨物追跡

公共の船舶や貨物の運搬場所をスクレイピングして船舶を追跡し、注文した貨物と関連付けることで、商品のリアルタイムな可視性を実現します。



生成系AIと機械学習により、小売業者は個々の顧客の共感を呼ぶパーソナライズされたレコメンデーション、シームレスなショッピング体験、ターゲットを絞ったマーケティングキャンペーンを提供できます。データ分析と機械学習アルゴリズムを活用することで、在庫管理を最適化し、サプライチェーン業務を合理化し、さまざまな手動プロセスを自動化して、全体的な運用効率を向上させることができます。生成系AIと機械学習により、小売業者は大規模なデータセットから得られた正確な予測、洞察、傾向に基づいてデータ駆動型の意思決定を行えるようになり、より多くの情報に基づいた効果的なビジネス戦略が可能になります。機械学習アルゴリズムは、小売業者が不正利用を検出して防止し、財務上の損失を最小限に抑え、顧客との信頼を維持するのに役立ちます。生成系AIと機械学習の導入に成功した小売業者は、パーソナライズされた顧客体験を提供し、業務を最適化し、市場動向を先取りすることで競争力を獲得できます。

生成系AIと機械学習を効果的に実装するには、高品質でクリーンで多様なデータセットが必要です。すでにデータレイクや同等の環境を導入している小売業者は有利です。多くの小売業者は時間とお金をかけて独自のモデルを作成するのではなく、機械学習を試す側で、サードパーティから入手できる基盤モデル (FM) を利用しています。基盤モデルとは特定のタスクについて、膨大な量のデータに基づいてトレーニングされた後に提供されます。たとえば、汎用的な会話用に構築された既存の大規模言語モデルを、eコマースのカスタマーサービスの追加トレーニングの基礎にして、チャットボットとして使用できます。

小売業者はまた、顧客からの信頼を守るために、データプライバシーを優先し、関連する規制を遵守する必要があります。知的財産権と所有権に関する法律は、生成系AIの作り出すものに関する、知的財産権や所有権に関する法整備がまだ追いついておらず、明確になっていません。ほとんどの場合、生成系AIは「副操縦士」として使用して、従業員の生産性を高めるために使うべきでしょう。ハルシネーションや誤解を招く可能性のある出力に対して、小売業者は使用前に確認する必要があります。

生成系AI や機械学習技術を既存の小売システムやプロセスに統合するのは挑戦的な取り組みで、増加するデータ量と需要に対応するには、スケーラビリティを慎重に管理する必要があります。しかし、小売業者は日常的に大規模なデータを管理しているため、これは特に新しいことではありません。

機械学習モデルはブラックボックスと見なされ、意思決定の背後にある理由を理解するのが難しい場合があります。小売業者は、顧客や規制機関との信頼関係を築くために、AI システムの利用にあたっては透明性、解釈可能性、倫理的な利用を確保する必要があります。

アマゾンウェブサービス (AWS) は、特定のユースケースに対応する生成系AI と機械学習サービスを提供し、機械学習プロジェクトをより身近なものにし、最先端の研究をサポートする汎用的なツールを提供しています。利用可能な多くのサービスのうち、小売業に最も適したサービスを以下に示します。



[Amazon SageMaker](#)

あらゆるユースケースに対応する機械学習 (ML) モデルの構築、トレーニング、デプロイのためのフルマネージドのインフラストラクチャ、ツール、およびワークフローを提供します。



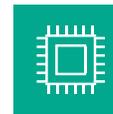
[Amazon Bedrock](#)

基盤モデル (FM) を用い、生成系AI アプリケーションを構築して拡張する最も簡単な方法を提供します



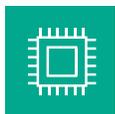
[Amazon CodeWhisperer](#)

AIによるコーディングコンパニオンで、アプリケーションをより速く、より安全に構築できます



[AWS Trainium](#)

AWSが高性能機械学習のために独自開発した専用のトレーニングアクセラレータです



[AWS Inferentia](#)

Amazon EC2 によるディープラーニングの推論を最小限のコストで高いパフォーマンスを実現します



[Amazon SageMaker Jumpstart](#)

基盤モデル、組み込みアルゴリズムなど、数クリックでデプロイできる事前構築済みの ML ソリューションを備えた機械学習 (ML) ハブ



[Amazon Personalize](#)

ML を活用したパーソナライゼーションでカスタマーエクスペリエンスを向上させましょう



[Amazon Forecast](#)

機械学習を使用してビジネス成果を簡単かつ正確に予測します



[Amazon Polly](#)

高品質で自然な人間の声を数十の言語で配信できます



[Amazon Rekognition](#)

機械学習による画像認識とビデオ分析の自動化とコスト削減を実現します



[Amazon Lex](#)

会話型AIでチャットボットを構築します



[Amazon Translate](#)

流暢で正確な機械翻訳を提供します



[Amazon Comprehend](#)

文書内のテキストから貴重な洞察を導き出し、理解します



[Amazon Transcribe](#)

音声をテキストに自動変換します



[Amazon Textract](#)

あらゆる文書から印刷されたテキスト、手書き、データを自動的に抽出します

生成系AI と機械学習は小売業者にとって不可欠なツールになりつつあり、顧客体験、業務効率、意思決定プロセスに革命をもたらしています。これらのテクノロジーを効果的に活用することで、小売業者は競争力を獲得し、顧客満足度を向上させ、ダイナミックな小売業界で持続可能な成長を促進することができます。

Web3 と空間コンピューティング

ブロックチェーンや暗号通貨などの分散型テクノロジーを特徴とするWeb3と、仮想共有空間であるメタバースは、デジタル環境を再形成しています。これらのテクノロジーが進化し続ける中、小売業界は大きな変革に直面しています。

Web3とは、個人に権限を与え、プライバシーを強化し、ピアツーピアでのやり取りを可能にすることを目的とした、分散型のインターネットを指します。ブロックチェーン技術を応用して、さまざまなアプリケーションやトランザクションにおける信頼性、分散化、透明性を実現します。ブロックチェーンは、暗号通貨、NFT（非代替性トークン）、ロイヤルティプログラム、契約、あるいは追跡といったユースケースによく使用されます。

メタバースは、ユーザーが相互に、またデジタルエンティティとリアルタイムでやり取りできる仮想空間です。仮想現実（VR）、拡張現実（AR）、複合現実（MR）の体験を包含し、没入感のあるコラボレーションを可能にします。これは、小売業者がデジタル商品と物理的な商品の両方を販売する新しい市場になる可能性があります。ゲーム環境から始まり、インターネット上の他のソーシャルエリアへと進化しています。

Web3とメタバースは、顧客体験に革命をもたらす可能性を秘めています。小売業者は没入型テクノロジーを活用して仮想店舗を構築できるため、顧客は商品をバーチャルで検索し確認したり、斬新な方法でブランドと関わったりすることができます。ユースケースの例を以下に示します。

ユースケース



NFT

ブロックチェーン技術を搭載したノンファンジブルトークン（NFT）は、個人のデジタル資産の所有権を可能にします。小売業者は製品をトークン化することで、顧客は限定版アイテム、デジタルアート、バーチャルファッションなどのデジタル資産の所有権と希少性を証明できます。



暗号通貨

小売業者は暗号通貨を支払い方法として受け入れ、顧客に提供することができます。柔軟性が向上し、デジタル通貨を利用する様なテクノロジーに精通した消費者を引き付ける可能性があります。



メタバース

小売業者がデジタル製品と実物の両方を販売できるデジタルスペースを提供します。メタ社のQuestやアップル社のVision Proなどの特別なハードウェアが必要です。



バーチャルストア

買い物客が商品を閲覧できるようにするストアフロントを3Dで表現したものです。これは、従来のeコマースWebサイトよりもインタラクティブなショッピング方法です。特別なハードウェアが必要な場合もあれば、必要ない場合もあります。



バーチャル・トライオン

カメラを使って服の試着をシミュレートし、店にいらなくても商品をよりよく評価できるようになります。売上の増加と返品を減少につながります。



ブロックチェーンによるロイヤルティ

ブロックチェーンを活用したロイヤルティウォレットから消費者が簡単にポイントを獲得したり交換したりできます。



3D製品画像

3D製品画像をWebサイトに追加することで、顧客は製品がニーズを満たしているかどうかをより正確に判断できるため、返品を減らすことができます。



3Dスペースプランニング

店舗をシミュレートして、通路から棚までのビジュアル・マーチャンダイジング（展示・棚割り）をより適切に計画できます。



AR 広告

AR対応の店舗ウィンドウと印刷広告により、買い物客はスマートフォンを使ってブランドとやり取りできます。



バーチャルプレースメント

家具の販売で特に人気があり、買い物客が自分の部屋にアイテムを仮想的に置いてフィット感を測ることができます。

Web3 ではユーザーのプライバシーとセキュリティに重点を置いており、データ侵害と顧客からの信頼に関する懸念の高まりに対処することができるので小売業者に利益をもたらす可能性があります。たとえば、ブロックチェーンベースのソリューション、ロイヤルティプログラムでは、安全な顧客データストレージを提供し、顧客が個人情報により細かく管理できるようにします。

Web3とメタバースの普及には、高速インターネット、VR/ARデバイス、相互運用性標準などの堅牢な技術インフラストラクチャが必要です。小売業者は、これらのテクノロジーに投資する前に、ターゲット市場の準備状況を慎重に評価する必要があります。

Web3、暗号通貨、メタバースを取り巻く規制環境はまだ進化を続けています。小売業者は、規制の枠組みの範囲内で事業を展開するために、法的およびコンプライアンス上の考慮事項を常に把握しておく必要があります。

臨場感あふれる体験には大きな可能性があります。小売業者はさまざまなレベルの技術力や身体障害を持つユーザーを対象に、包括性とアクセシビリティを確保する必要があります。ユーザーフレンドリーなインターフェースを設計し、多様な顧客のニーズを考慮することが重要になります。

クラウドは、暗号通貨、没入型体験、3Dモデリングに必要な驚異的な計算能力を解放しました。[AWS Spatial Computing Spectrum](#) は、仮想クラウドを物理エッジまでカバーし、最も複雑なユースケースを実装するために必要なツールを提供します。以下は、小売業者向けに AWS が提供しているその他のツールのリストです。



Blockchain on AWS

AWS を使用すると、ブロックチェーンと台帳アプリケーションの開発が簡単、迅速、効率的になります。



3D設計とエンジニアリング

サービスとしてのソフトウェア (SaaS) アプリケーションと強力な仮想デスクトップにオンデマンドでアクセスできます。



AWS SimSpace Weaver

AWS のマネージドインフラストラクチャで、動的で大規模な空間シミュレーションを構築します。



NVIDIA

AWS と NVIDIA

クラウドからエッジまでの GPU パワーをもたらします。

Web3とメタバースは小売業界にとって大きな可能性を秘めており、顧客体験、所有の概念、マーケットプレイス、デジタル決済に革命をもたらします。ただし、自社のビジネスにこれらのテクノロジーを統合するには、インフラストラクチャ、規制、およびユーザーエクスペリエンスを慎重に検討する必要があります。これらの新しいテクノロジーを採用することで、小売業者はイノベーションの最前線に立ち、進化するデジタル時代における成長と顧客エンゲージメントの新たな道を切り開くことができます。

コンピュータービジョンとセンサー

コンピュータービジョンとセンサー技術は近年大きな進歩を遂げ、実店舗の真のデジタル化に貢献しています。コンピュータービジョンでは、アルゴリズムと人工知能を使用して、機械が視覚データを解釈して理解できるようにします。オブジェクト検出、顔認識、画像分類、追跡など、さまざまな機能が含まれています。センサーは、光、温度、動き、近接などの物理入力を検出して測定するデバイスです。小売業界では、センサーには次のような用途があります。棚やショッピングカート、店舗の入り口、更衣室など、さまざまな場所に設置してデータを収集し、リアルタイムの監視を可能にします。

クラウドや新しい機械学習モデルを使用して膨大な計算能力を利用できるようになったことで、ビデオカメラを使用して人物や物体を正確に識別できるようになりました。コンピュータービジョンとセンサー技術は、小売業者が顧客を理解し、顧客と関わる方法に革命をもたらしました。これらのテクノロジーを活用することで、小売業者は貴重な洞察を得て、業務効率を向上させ、買い物客にパーソナライズされた体験を提供することができます。

コンピュータービジョンとセンサーは、在庫管理、価格精度の向上、チェックアウト手続きなどのいくつかのプロセスを自動化し、人為的ミスを減らし、運用効率を向上させます。主なユースケースは以下のとおりです。



ユースケース



ストア分析

人の往来パターン、滞在時間、人口統計などの顧客行動を分析します。店舗レイアウトを最適化し、ターゲティングキャンペーン、パーソナライズされたレコメンデーションを提供するのに役立ちます。



在庫状況監視

リアルタイムの在庫追跡と監視を促進します。棚にある商品を自動的に検出してカウントすることで、小売業者は在庫レベルを最適化し、欠品率を減らし、全体的な在庫精度を向上させることができます。



盗難防止

盗難の検出と防止、収縮の軽減、店舗のセキュリティ向上に役立ちます。ビデオ分析とパターン認識により、小売業者は疑わしい活動を特定し、潜在的な脅威に迅速に対応できます。



チェックアウト

買い物客が手に取った商品を検出して追跡することで、レジでの手間を省き、買い物客が「ただ出て行く (Just Walk Out)」ことができるようになります。



生体識別

顔認識、指紋、またはその他の独自の生体認証によって買い物客を識別し、顧客サービスを向上させます。



ピープルカウンター

店舗に出入りする人の往来を測定するシンプルなデバイス。コンバージョン率の概算に使用されます。



BLE ビーコン

店舗内のスマートフォンを検出して位置を特定できるネットワークメッシュの一部です。コンテキストターゲットマーケティングによく使用されます。



セキュリティタグ

製品に取り付けられているデバイスで、盗難防止のために購入後に取り外すもの。



機器監視

クーラーや食品調理機などの機器に装置を取り付け、故障を予測、検出します。



電子棚札

デジタルシェルフタグ（価格および/または製品説明）をネットワークを介して更新します。



顧客の行動や好みを分析することで、小売業者はターゲットとなる顧客についてより深い洞察を得ることができ、パーソナライズされたレコメンデーションやターゲットを絞ったマーケティングキャンペーンを提供できるようになります。コンピュータビジョンとセンサーは、異常を検出し、盗難を減らし、店舗全体のセキュリティによって損失防止の取り組みに貢献します。これらのテクノロジーはスムーズなショッピング体験を促進し、顧客が簡単に商品を見つけたり、パーソナライズされたおすすめを受け取ったり、インタラクティブで没入感のある体験を楽しんだりできるようにします。

コンピュータビジョンとセンサーの使用は、プライバシーとデータ保護に関する懸念を引き起こします。小売業者は、顧客データを責任を持って取り扱い、規制を遵守し、データの収集と使用の透明性を確保する必要があります。小売業者は、顧客データを使用することの倫理的影響を考慮し、データの収集、使用、同意における透明性を確保する必要があります。

コンピュータービジョンとセンサー技術を実装するには、ハードウェア、ソフトウェア、ネットワーク機能を含む堅牢なインフラストラクチャが必要です。既存のシステムとの統合とスケーラビリティは慎重に計画する必要があります。AWS から利用できるサービスのリストについては、以下を参照してください。



Just Walk Out Technology by Amazon

スムーズなチェックアウトで小売体験を向上させましょう。



Amazon One

手のひらベースの便利な非接触型認証サービス。



AWS IoT Core

サービスをプロビジョニングしたり管理したりすることなく、IoT デバイスを AWS に接続します。



AWS Panorama

エッジでコンピュータビジョンを活用して業務を改善しましょう。



AWS IoT Greengrass

オープンソースのエッジランタイムとクラウドサービスを使用して、インテリジェントなIoT アプリケーションを構築、デプロイ、管理します。



AWS IoT TwinMaker

現実世界のシステムのデジタルツインを作成することで運用を最適化します。



AWS IoT Events

多くの IoT センサーやアプリケーションからのイベントを検出して対応します。

コンピュータービジョンとセンサーテクノロジーは、業務の最適化、顧客体験の向上、ビジネスの成長を促進することにより、小売業界を変革しています。プライバシーとインフラストラクチャに関連する課題はあるものの、これらのテクノロジーを採用する小売業者は、デジタル化や顧客中心の傾向が強まる中、競争上の優位性を獲得できます。

コンポーザブルコマース

デジタル革命は小売業界を変革し、新しいビジネスモデルと消費者の期待を実現可能にしました。競争力を維持し、進化する顧客の要求に応えるためには、小売業者は革新的なアプローチを採用する必要があります。コンポーザブルコマースは、小売業者が迅速かつ効率的に適応できるようにする有望な戦略として浮上しています。コンポーザブルコマースとは、マイクロサービスと呼ばれる事前に構築された独立したコンポーネントを組み合わせることにより、企業がデジタルコマース体験を構築および変更できるようにする方法論です。これらのマイクロサービスには、製品カタログ管理、チェックアウトプロセス、決済ゲートウェイ、パーソナライゼーションエンジンなど、さまざまな機能が含まれます。これらを機能ごとに分離させることで、小売業者は柔軟でスケーラブルなコマースアーキテクチャを構築できます。

MACHという頭字語で表される4つの主要なコンポーネントがあります。**M**:マイクロサービスは、特定のコマース機能の独立した開発、展開、およびスケーラビリティを可能にするモジュール式のビルディングブロックです。**A**:API は、さまざまなマイクロサービス間のシームレスな通信と統合を促進し、まとまりのある統一されたコマースエクスペリエンスを実現します。これらは、フロントエンドのプレゼンテーションレイヤーとバックエンドのコマースロジックを分離し **C**:クラウドにデプロイされ **H**:ヘッドレスアーキテクチャを使用します。この分離により、フロントエンドのイノベーションとオムニチャネル機能が迅速になります。

コンポーザブルコマースにより、小売業者は変化する市場動向や消費者の好みに迅速に対応できるようになります。マイクロサービスを活用することで、小売業者は新しい機能を迅速に導入し、さまざまなコンポーネントを試し、進化する顧客ニーズに合わせて購買体験を適応させることができます。コンポーザブルコマースのモジュール性により、コマースエコシステム全体に影響を与えることなく、特定の機能をシームレスにスケーリングできます。小売業者は個々のコンポーネントを個別に拡張できるため、ピーク時やビジネスの成長時に最適なパフォーマンスを確保できます。MACH アーキテクチャに移行するメリットの一部を次に示します。

設計目標と利点

コンポーザブル (組合せ可能)

マイクロサービスを組み合わせ使用してコマースソリューションを作成すると、柔軟性が高まり、テストが容易になり、デプロイメントが速くなります。

コンバインド(集約)

チャネル全体で共通のバックエンドサービスを使用すると、販売が簡単になります。オムニチャネルを「無料」で提供します。

ヘッドレス

UI をビジネスロジックから分離することで、チャネルまたはエンドユーザーごとに異なる UI をカスタム化できます。たとえば、POS、ウェブストア、キオスク、音声など。

ベスト・オブ・ブリード

さまざまなバンダーのマイクロサービスを組み合わせることができるため、最高の機能を採用できます。

コンポーザブルコマースにより、小売業者はパーソナライズされたエクスペリエンスを実装し、革新的な機能を試すことができます。独立したマイクロサービスを活用することで、小売業者は各コンポーネントにクラス最高のソリューションを活用し、顧客に合わせたエクスペリエンスを提供してエンゲージメントを高め、コンバージョンを促進できます。コンポーザブルコマースは、サードパーティのサービス、レガシーシステム、新しいテクノロジーとの統合を促進します。小売業者は、自社のコマースエコシステムをマーケティングプラットフォーム、分析ツール、CRMシステム、およびその他の重要なビジネスアプリケーションと接続できます。

コンポーザブルコマースには多くのメリットがありますが、小売業者は複数のベンダーの管理、マイクロサービス間の互換性の確保、システム全体の安定性とセキュリティの維持など、特定の課題に注意する必要があります。小売業者はまた、カスタマイズと標準化のバランスを取って、過度の複雑さやベンダーロックインを回避する必要があります。以下は、コンポーザブルコマースソリューションを可能にする AWS サービスのリストです。



[Amazon Elastic Container Service](#)

安全性が高く、信頼性が高く、スケーラブルなコンテナ実行基盤です。



[Amazon Elastic Kubernetes Service](#)

Kubernetes を実行およびスケーリングするための最も信頼できる方法です。



[AWS Fargate](#)

コンテナ用のサーバーレスコンピューティングサービスです。



[Amazon ECS Anywhere](#)

お客様管理の環境で、安全性が高く、信頼性が高く、スケーラブルなコンテナを実行する方法です。



[Amazon API Gateway](#)

API を構築、デプロイ、管理します。



[AWS AppSync](#)

フルマネージドでスケーラブルなGraphQL APIでアプリ開発を加速します。



[AWS Amplify](#)

スケーラブルなウェブアプリやモバイルアプリをビルド、デプロイ、ホスト、管理します。



[Amazon CloudFront](#)

グローバルなCDNです。

コンポーザブルコマースは、小売業者に変革をもたらすパラダイムをもたらし、俊敏性、スケーラビリティ、パーソナライゼーション、イノベーションを可能にします。コンポーザブルコマースの原則を採用することで、小売業者はダイナミックで競争の激しいデジタルコマース環境に適応し、成功を収めることができます。小売業者が顧客中心の体験をますます優先する中、コンポーザブルコマースは小売業界における差別化、成長、持続的な成功の可能性を秘めています。

まとめ

紹介した4つのテクノロジーのうち、機械学習は小売業にとって最大の可能性を秘めています。これには、ディープラーニング、生成系AI、そして最終的には人間の能力を超える自律システムである人工知能などの分野が含まれます。機械学習テクノロジーは、その性質上、「学習」と改善を続けています。しかし、他のテクノロジーも大きな影響を与えるため、小売業者は4つのテクノロジーすべてを綿密に注意を払い、どのユースケースが最も価値をもたらすかを検討する必要があります。



今すぐ AWS にお問い合わせください

AWS は、こうしたテクノロジーやその他のテクノロジーを小売業者が利用できるようにし続け、小売業者のニーズに逆戻りし、影響力のある成果に焦点を当てています。私たちはユースケースを模索し、小売業者が独自のビジネスを革新し最適化できるよう支援する用意ができています。

今すぐ [AWS の担当者に連絡して](#)、どのテクノロジーが個々のユースケースを最も加速できるかを調べてください。

[AWS Retail のウェブサイト](#)にアクセスして、小売業界向けのソリューションガイダンス、リソースの詳細をご覧ください。

コンポーザブルコマースの詳細については、[MACH Alliance](#) をご覧ください。

著者について



David Dorf は AWS でワールドワイドリテールソリューションズを率いており、小売に特化したソリューションの開発と革新性を備えた小売業者の支援を行っています。

AWS に入社する前、David は Infor Retail、Oracle Retail、360Commerce、Circuit City、AMF Bowling、Schlumberger のリテールおよびバンキング部門でリテールテクノロジーソリューションを開発していました。Davidは[NRF-ARTS](#)で数年かけて技術標準に取り組み、[MACHアライアンス](#)の諮問委員会に所属し、[Retail Orphan Initiative charity](#)の慈善団体を支援しています。彼はバージニア工科大学とペンシルベニア州立大学で学位を取得しています。