

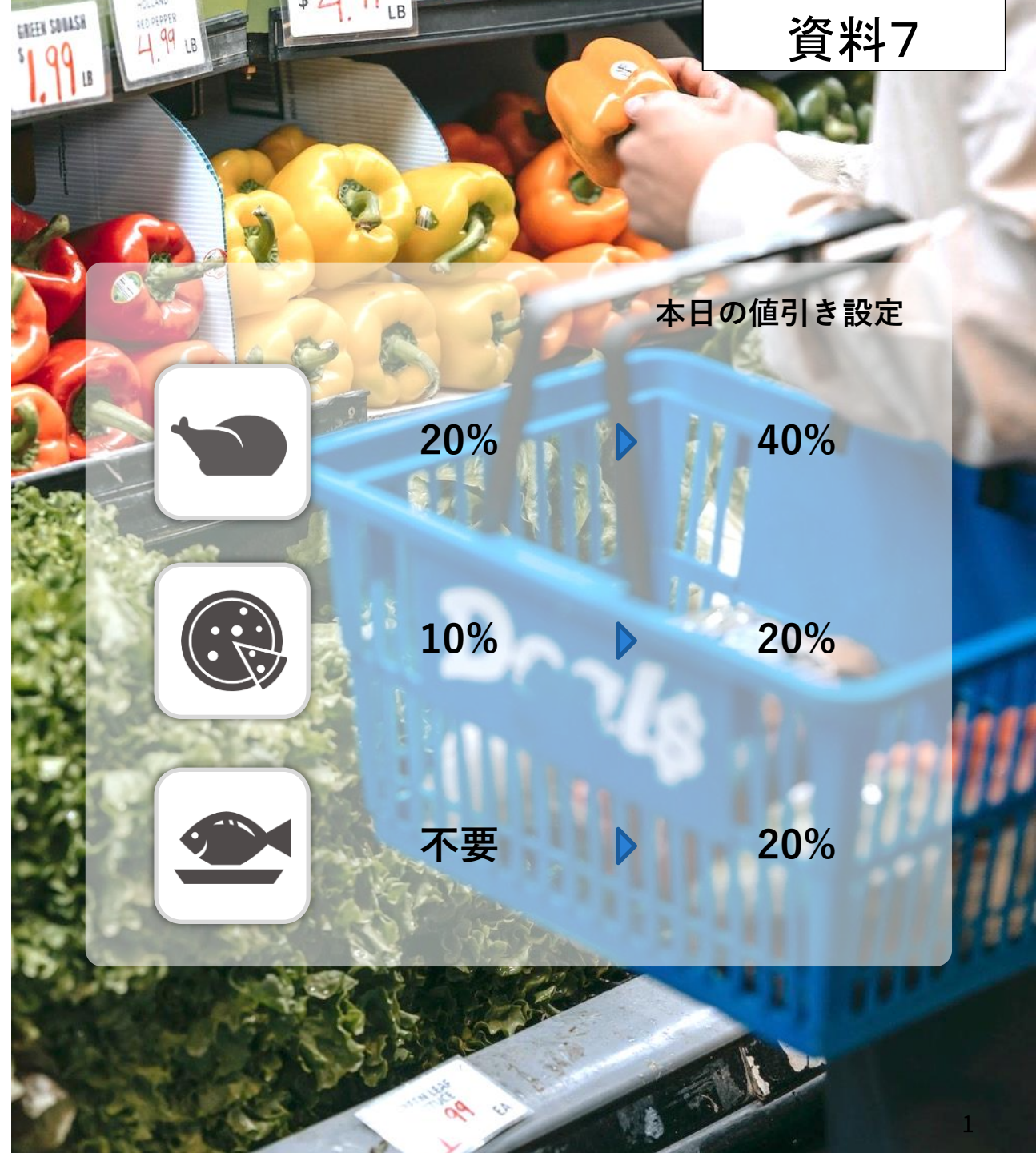


HARMONIA




# Harmoniaロスフリー

販売・廃棄データ分析をもとにした  
製造数調整と値引率の最適化で、  
ロス率を抑え、利益を高める。

ハルモニア株式会社  
<https://www.harmoniainc.jp/>



本日の値引き設定

	20%	▶	40%
	10%	▶	20%
	不要	▶	20%

# ハルモニア株式会社とは

## Mission

ビジネスのすべてをダイナミックにし、  
世界のサステナビリティを高める。

## 経営理念

# Happy Growth

幸せに働くこと・生きること、ビジネスとしての経済的な成長を、高いレベルで両立することを意味します。私たち自身の働き方として実現するだけでなく、サービスを通じて顧客においても、企業の影響力を通じて社会全体においても、このHappy Growthを叶えることを目指しています。

# 支援・協業実績

## モビリティ業界

### 高速バス



#### 京王電鉄バス

座席予約システムへのダイナミックプライシング機能導入  
2020年12月~

### 鉄道 他



#### 近鉄グループ

グループ事業へのダイナミックプライシング導入  
2020年5月~

### 乗合タクシー



### 駐車場

## レジャー業界

### 旅行代理店

### ホテル

### テーマパーク

### ゴルフ

## 小売/飲食業界

### スーパーマーケット

東芝テック株式会社

#### 東芝テック

資本提携、リテール業界の課題解決を目指した協業  
2021年8月~

### ホームセンター



## IT業界

### SaaS

### シェアリング



## 出版・メディア掲載等

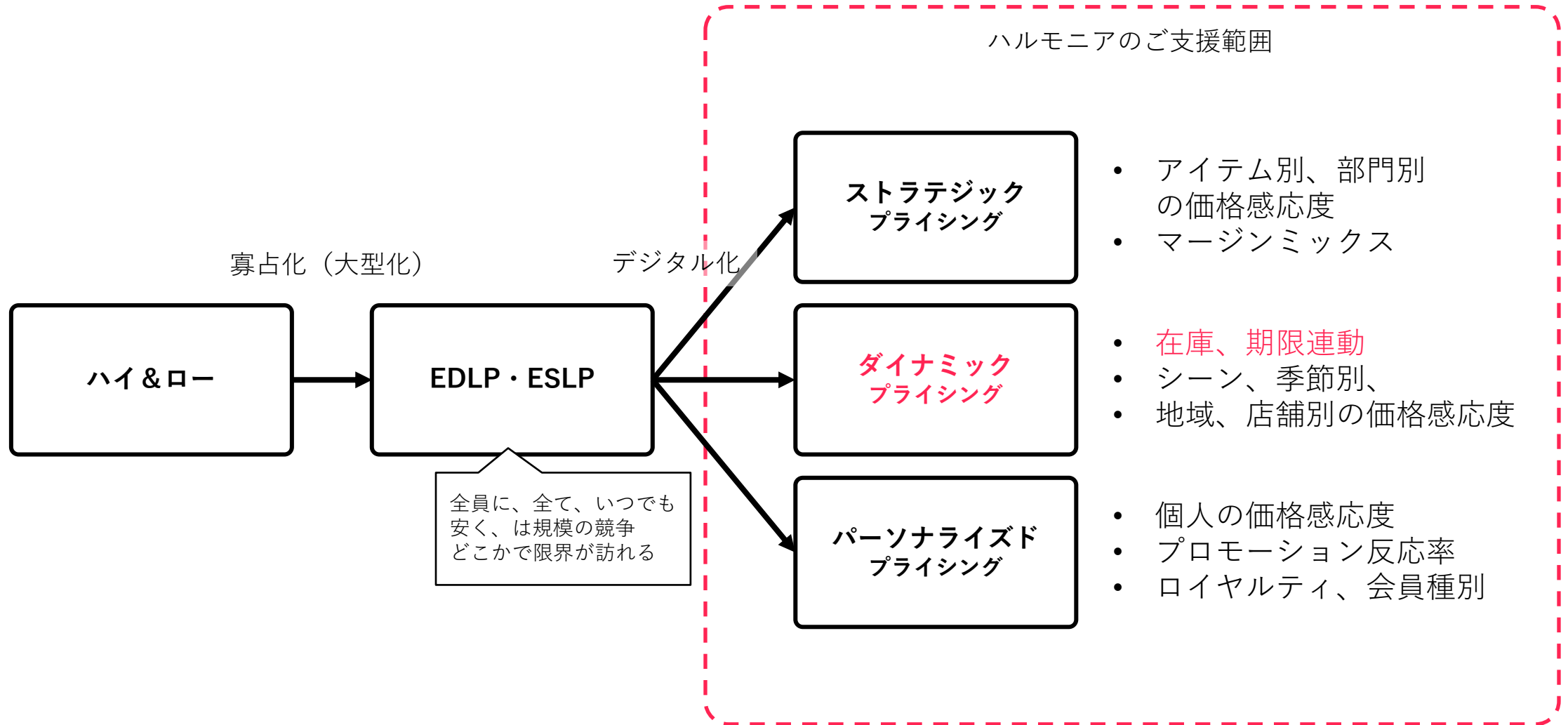


<https://www.harmoniainc.jp/reports/pricing-power-2021/>



<https://newspicks.com/academia/moocs/153>

# 小売価格戦略の進化の流れ



# 解決を目指す社会課題・事業課題 = 食品ロス

国内小売市場では下記の規模感で食品ロスとそれに伴う損失が発生している

食品小売りににおける食品ロス発生量

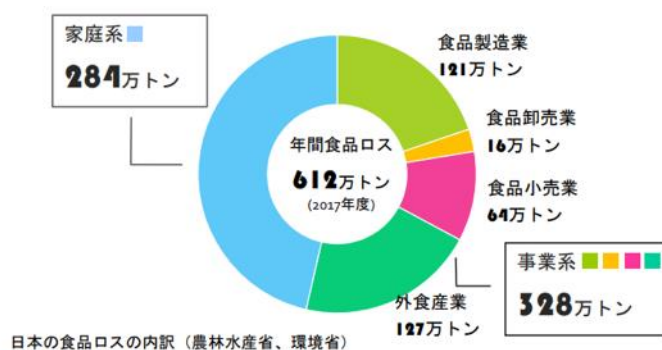
# 60万トン

スーパーマーケットにおける食品ロス  
(見切り+廃棄ロス) 発生金額

# 4490億円

廃棄率1%と仮定した場合の  
**1店舗当たり惣菜部門**  
年間廃棄ロス

# 300万円



生鮮品	2056億円(45.8%)
<b>惣菜</b>	<b>1166億円(26.0%)</b>
日配品	793億円(17.7%)
一般食品	474億円(10.6%)



## ロス率抑制にあたっての課題

- 売場担当者のスキルに差があり、見切り判断と作業が徹底できていない
- 既存システムやデータに未整備のものが多く、改善活動に取り組みづらい
- AIを導入したいが、自社の戦略やオペレーションに合ったものになるか心配

ソリューション

## Harmoniaロスフリー

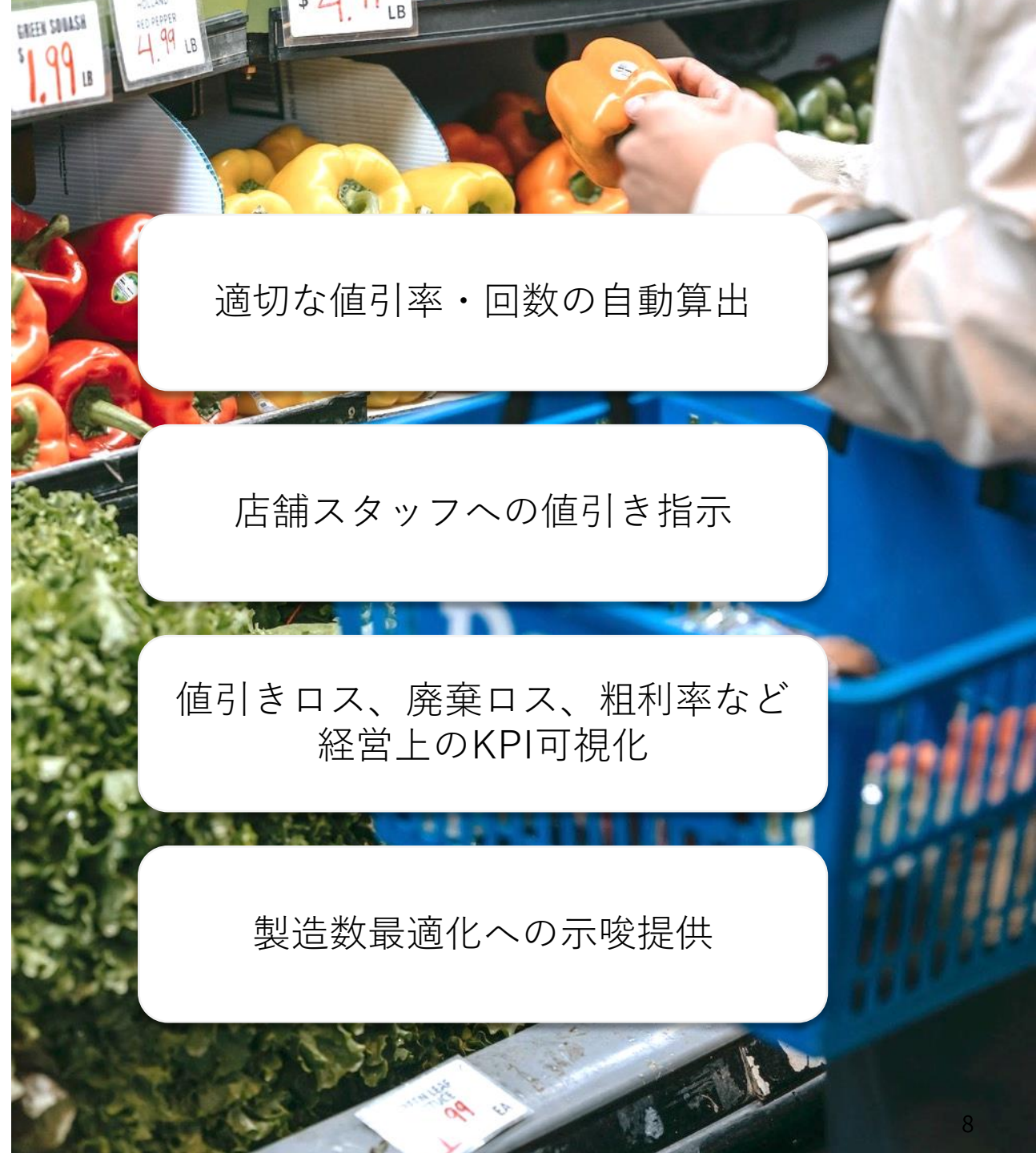
販売・廃棄データ分析をもとにした  
製造数調整と値引率の最適化で、  
ロス率を抑え、利益を高める。

適切な値引率・回数の自動算出

店舗スタッフへの値引き指示

値引きロス、廃棄ロス、粗利率など  
経営上のKPI可視化

製造数最適化への示唆提供





# サービス画面：ロス改善のための分析

## ユースケース

本社経営陣、  
バイヤー



店舗Xでは値引ロスが  
粗利を毀損しているな…

特に部門Aの値引ロスが  
大きくテコ入れが必要…

特定商品の  
製造数と値引率に  
改善余地があるはず…

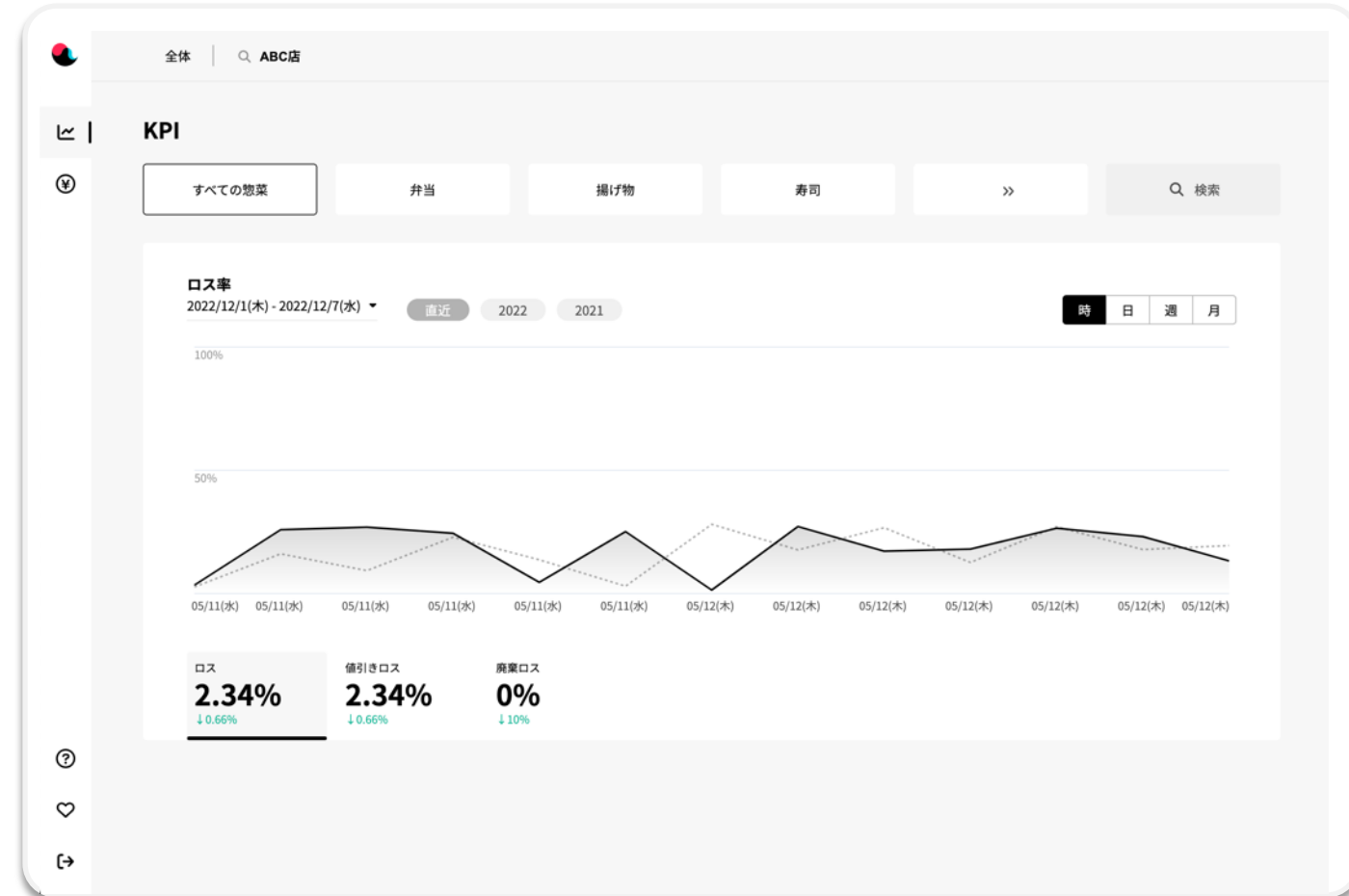
店舗スタッフ



うちの店舗の粗利率は、  
最良店舗Yと比べて  
5%も低い！

店舗Yと比べると、  
値引ロス、廃棄ロス  
ともに高い！


特に昨月のロスが  
増えているが、  
原因は何だろう？



# サービス画面：値引き業務の実行

## ユースケース

店舗スタッフ



時間になったから  
お寿司類を値引き  
しましょう

1回目の値引きには  
10%

2回目の値引きには  
40%



全体 | 🔍 ABC店

### 値引きプラン

2022/11/24 18:17更新 + 印刷

19:00

対象項目	製造時間	値引き率
寿司	すべて	20%
米飯	すべて	10%
揚げ物	すべて	10%
冷惣菜	すべて	10%

20:00

対象項目	製造時間	値引き率
寿司	すべて	50%
米飯	すべて	40%
揚げ物	すべて	50%
冷惣菜	すべて	40%

Navigation icons: Home, Search, Help, Favorites, Share

これまでの実績、今後の予定

スーパーマーケット企業との実証実験（2022年）

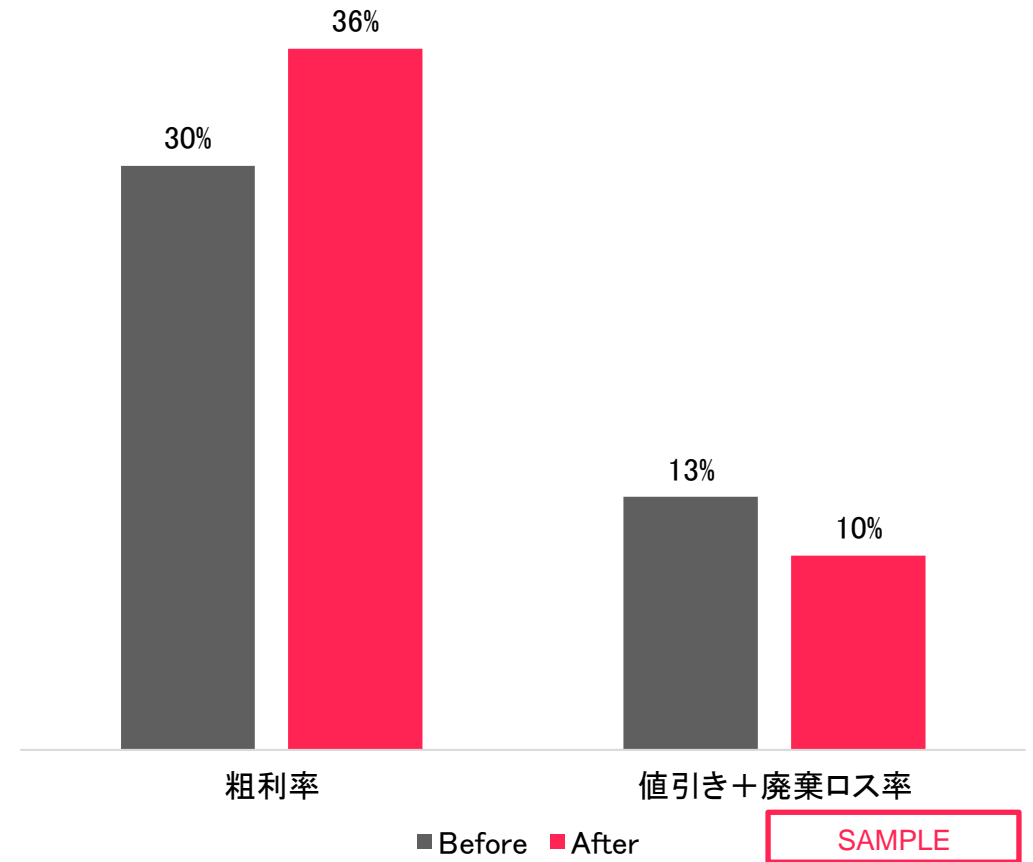
粗利率 +20% (30%→36%)

合計ロス率 -23% (13%→10%) の改善

が見られた事例も



2023年初旬にサービス提供開始



## 取組事例

# 国や自治体も活用、本能マーケティングは社会を変える礎に

2022.5.20

1件のコメント

三田 敬大 他1名  
日経ビジネス記者

ギフト



印刷



誌面ビューアー



クリップ

民間企業でも、収益性に加えて公共性を追求するために消費者の動機付けに働きかける取り組みが始まった。食品スーパーでの食品廃棄の抑制だ。スーパーのレジなどで普及するPOS（販売時点情報管理）システムを手掛ける東芝テックとスタートアップのハルモニア（東京・千代田）は、消費期限の迫った弁当や総菜の値引きを機動的に行うことで、売り切りを目指す。

従来は閉店時刻が迫るにつれてマニュアル通りに画一的な値引きシールを貼り付けるか、もしくは優秀な従業員の職人技に頼る値引き判断が中心だった。ハルモニアの松村大貴最高経営責任者（CEO）は、「日々の販売データを品目ごとや顧客層ごとに分析することで、より適切な値引き幅やタイミングの設定が可能になる」と話す。

### 社会課題解決の突破口にも

デリシア（長野県松本市）の店舗で始めた実証実験では、天候や店舗周辺のイベントの有無などを考慮。値引き率を以前より抑えても多く売れる結果や、値引き開始時刻を前倒しすることで早めに売り切れて食品ロスの

東芝テックとハルモニアで協業を進める食品ロス対策の取り組みにおいて、長野県のスーパーマーケット「デリシア」の協力で始めた実証実験に関して紹介  
日経ビジネス（2022年5月23日号）

## 私たちの強み、ご支援可能なこと

戦略からシステムまで  
**ワンストップで伴走**

価格戦略から実装まで  
2社の連携で一気通貫支援

- 業界内外の支援実績と知見をもとに、業界の慣習にとらわれない戦略・施策を設計可能
- コンサルタント・データサイエンティスト・エンジニアなど多様なタレントが貴社変革をご支援

プライシングの  
**納得感・柔軟性**

「AI」頼みではなく  
人が手綱を握る価格付け

- 人が理解できない「AI」頼みではなく、人がスピーディーかつ再現性高く価格をコントロールする世界を実現
- 「経験と勘」による値付けを脱却し、ロジカルなプライシングを実装

導入・作業コストも抑える  
**シンプルな仕組み**

POSデータだけから  
でも始められる仕様

- 事業規模、スタッフ規模に合わせた「システム」「オペレーション」の形式を選択可能
- 最もシンプルなものとしては販売データ+廃棄データだけを用いた形を想定

## パートナー企業の価格戦略を支援する多職種チーム



### 松村 大貴 代表取締役 CEO

ヤフーでUS企業との事業開発やブランディング、復興支援に携わった後、ハルモニア株式会社を創業。インターネット広告の仕組みから着想を得て「MagicPrice」サービスを立ち上げ、企業へのコンサルティング、ビジョンメイキングを行っている。



### 田仲 紘典 取締役 CTO

大学院在学中にパケットによるDoS攻撃検知システム（IDS）を開発・研究し、卒業後ヤフーに入社。主にアドテクのインフラエンジニアとして活躍。その他社内システムの開発・保守や新卒研修のメンター、次世代リーダー育成Yahoo!アカデミア等を経験。ハルモニアの立ち上げ期からエンジニアとして参画し、2016年6月取締役に就任。



### 森脇 和也 リードエンジニア

ヤフーにて決済領域のアプリケーションエンジニアとして設計から保守まで担当した後、決済サービス「PayPay」に立ち上げから参画して活躍。ハルモニアにジョインし、テックリードエンジニアとして各業界に向けたソリューション開発全般に携わっている。



### 武田 奈々 UI/UXデザイナー

英Huddersfield大学でビジネスマネジメントを修学。GMOインターネットで「お名前.com」のディレクションやUI/UXデザイン、トラストバンクでふるさと納税サイト「ふるさとチョイス」のリニューアルなどに取り組む。ハルモニアへ入社し一貫してUI/UXデザインをリードしている。

### Analytics Consultant

東京大学大学院にて博士(科学)取得後、ポストン・コンサルティング・グループに入社。エネルギー・医療業界を中心に新規事業立ち上げ支援やM&Aに従事。その後ベンチャーキャピタルに入社し投資向けAI開発に従事する一方、ハルモニア株式会社にアナリティクスコンサルタントとして参画。モビリティ業界を中心にプライシング戦略の作成支援やデータ分析に従事。

### Consultant

博報堂コンサルティングにてマーケティング・ブランディングのコンサルティングを行い、PwCアドバイザーDeals StrategyにてM&Aに関わるコンサルティングに従事。ハルモニアでは事業戦略・マーケティング戦略からプライシングに関わる戦略を組み立てるコンサルティングを実施

# 提案：未来のために、業界のマインドセットから変えていく

従来の考え方

新しい考え方

新しい考え方を実装するために

目標  
(指標)

売上の最大化

利益の最大化と  
ロスの最小化

• 薄利多売や売上偏重の考え方をアップデート

- 人口減、人手不足、物価上昇の環境下で旧来モデルにも限界

• 社員の評価をアップデート

- 評価指標が旧来のままでは、現場の行動は変化しない
- 廃棄削減や利益を重視するなど、目標と評価法を合致させる

• 働き方・インフラのアップデート

- システムにできることは任せ、企画や提案などに注力
- データ収集・管理のインフラ整備も必要

製造・販売の方針  
(マインドセット)

売価300円、原価180円の製品Aをいくつ製造し、何%値引きするか？

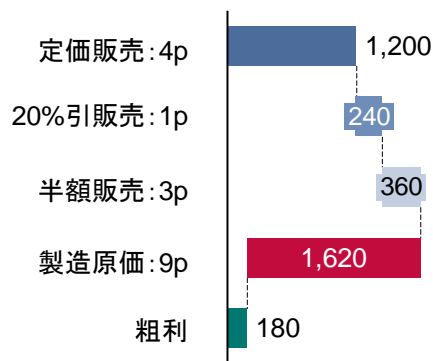


不足しないよう、先週と同じ9パック製造しよう。  
(先週は2p廃棄)  
値引率は20%, 50%

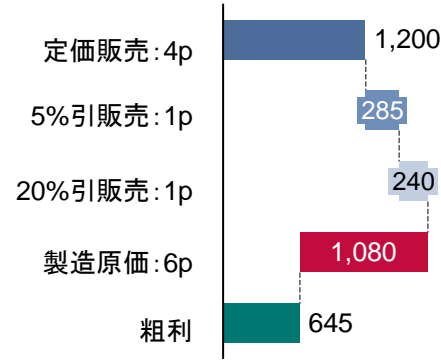


通常値引の期待需要は7p。  
3p単位の製造なので、  
6p製造しよう。  
値引率は5%, 20%に削減

売上  
・  
利益  
・  
廃棄



売上 1,800円  
粗利 180円  
廃棄 180円



売上 1,725円  
粗利 645円  
廃棄 0円

ありがとうございました。

ハルモニア株式会社  
pricetech@harmoniainc.jp



**ビジネスのすべてをダイナミックにし、地球のサステナビリティを向上させる**

私たちはプライシングのダイナミック化を起点に、リアルな世界における"人の動き、モノの動き、車輛の動き"を変えることにフォーカスし、時間や資源のムダが最小化された「ダイナミックエコノミー™」の実現を目指します。