

we make

10X

# 株式会社10X 事業紹介

経済産業省 SUPER-DX コンテスト ピッチ資料

# 家事の変化

掃除



洗濯



食材買い物



大きな変化なし?

# 創業の背景



**矢本真文**  
10X Founder  
代表取締役CEO

“育児休暇中、親の世代から変わらない日常生活に関する不便さをたくさん発見しました。ネットスーパーもその一つです。Amazonやメルカリの登場などを経て、この10年でネット通販の体験は飛躍的に向上したものの、**生鮮食品や日用品をネットで簡単に購入する方法はまだありませんでした。**”

**“この課題を解決すれば、多くの人の生活を10倍良くするチャンスがある”**という信念のもと、2017年に10Xを創業しました。

2016-2017 メルカリにてプロダクトマネージャー  
2014-2016 株式会社スマービーの創業メンバー (2016 M&Aで退社)  
2013-2014 RCF(NPO法人)にて復興支援PJ  
2012-2013 丸紅 エネルギー資源開発部  
東北大学大学院工学研究科応用化学専攻修士課程修了

# 役員陣 - toC, toB両方の豊富な経験を持った経営チーム



Masatake  
Yamoto

Founder, CEO

丸紅株式会社、NPOを経て株式会社スマービーの創業から売却を経験。株式会社メルカリ子会社にて新規事業の**プロダクトマネージャー**を経て、10Xを創業



Yosuke  
Ishikawa

Co-Founder, CTO

株式会社カヤック、LINE株式会社でソフトウェアエンジニアとしての複数の新規事業開発を経験。前職・株式会社メルカリでは**プリンシパルエンジニア**を務める



Satoshi  
Yamada

CFO

三菱商事株式会社にて自動車販売会社のM&Aを経験。Wharton MBA (2017年) 取得。**Carlyle Group**にて、おやつカンパニーやオリオンビールの投資・PMIを実行



Rika  
Nakazawa

CCO

ミクシィ、Yelpを経てメルカリでPRの立ち上げから上場以降まで携わり、**PRマネージャー**を務める。退職後、フリーランスPR期間を経て、2020年10月より10Xに入社

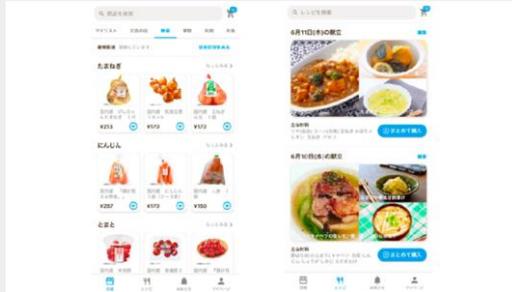


# モバイルアプリ版ネットスーパーのパイオニア

2020/6にイトーヨーカドー様と業界初のモバイルアプリによるネットスーパーアプリを提供開始。現状9社とのサービスをリリース済みで、現状も複数社のローンチを控えている。

## イトーヨーカドー様

- 2020/6リリース
- 初のStailer導入事例
- 業界初のモバイルアプリによるネットスーパー



## ライフ様

- 2021/3リリース
- ネットスーパー売上は2021年度96億円と前年比+81%成長



## スギHD様

- 2022/6リリース
- 初のOTC医薬品対応を実現
- 全国1,500店舗への導入に向けてサービスを開始

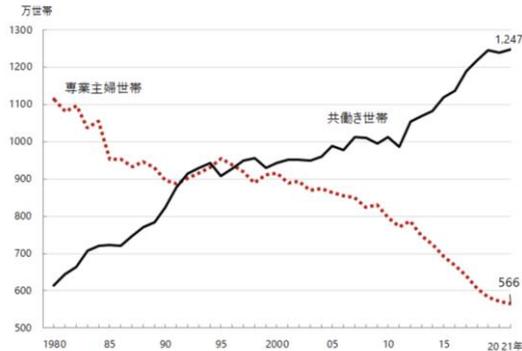


# ネットスーパー市場概況

# 少子高齢化社会を背景に急増するネットスーパー市場

圧倒的に日々の生活が忙しい  
現役世代

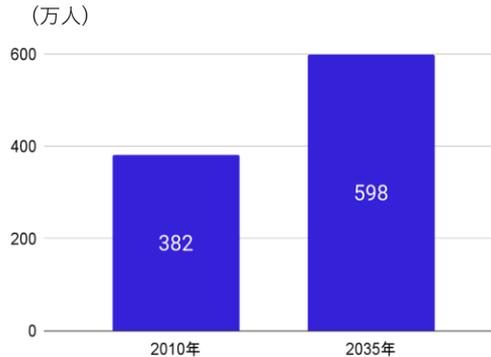
専業主婦世帯と共働き世帯  
1980年～2021年



Source : JIRPT  
©IOX, Inc. All Rights Reserved.

地方においては人口減少と  
シニア世代の免許返納が  
重なり買い物難民が急増

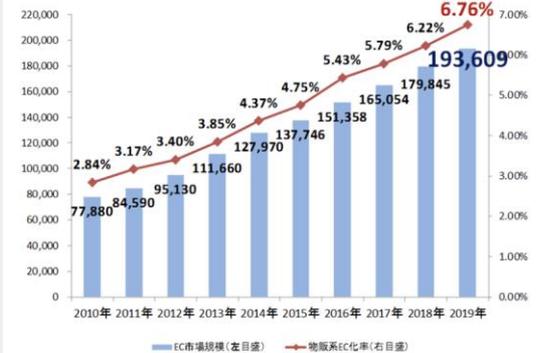
生鮮食品店まで500m以上かつ自動  
車を持たない65歳以上の高齢者  
(買い物難民)



Source: 2014年 農林水産政策研究所

オンラインでの買い物が  
当たり前の選択肢に

日本のBtoC-EC市場規模の推移 (単  
位: 億円)



Source : 経済産業省

# 生鮮食品の購買チャネルの変化トレンド

市場規模×成長性において、今後最も経済インパクトが大きい食品小売領域がネットスーパー（年間15%近い成長率を継続）

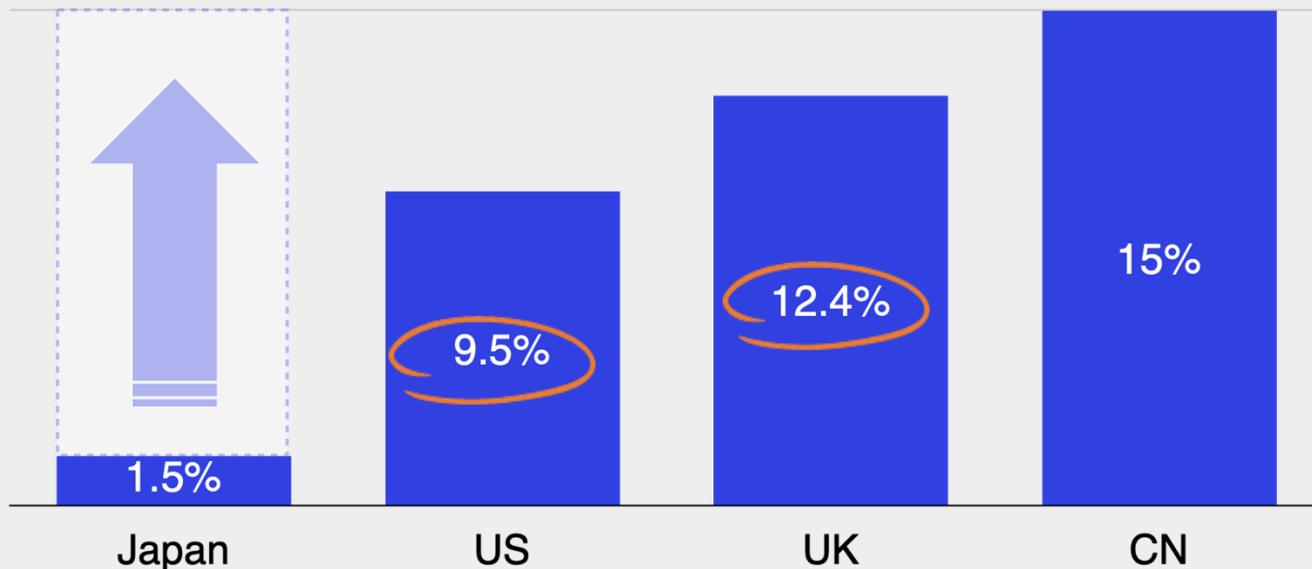
	店頭	宅配			移動販売
		生協	ネットスーパー	クイックコマース (除: フードデリバリー)	
市場規模	約13兆円	約2兆円	2,800億円	N/A	推定300億円
成長性	微減 →	横ばい →	高 ↗	高 ↗	高 ↗

Source: 経済産業省「商業動態」、日本生活協同組合連合会HP、富士経済、自社調べ

# グローバルのネットスーパー市場の状況

USやUKの食品小売EC比率は10%+の水準と非常に高く、日本は成長ポテンシャルが大きい

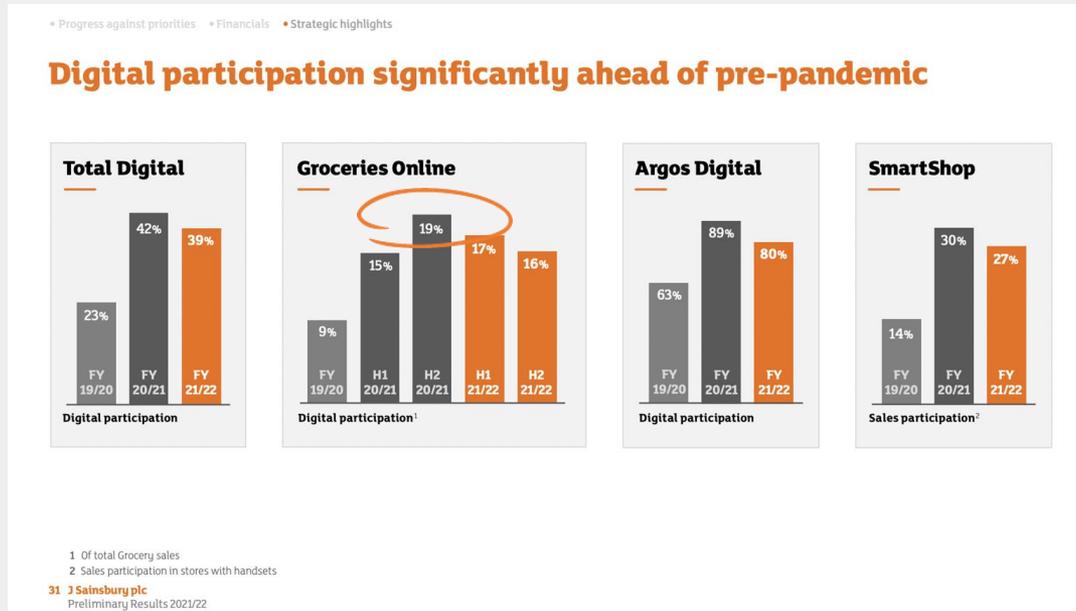
## FY2021 グロサリーEC化率 概算\*





# 注目すべき海外事例 - 英国Sainsbury's

早期からネットスーパーへの投資を続け、4兆円規模の全体売上の20%弱がネットスーパーになっている（8千億円 = ライフコーポレーション1社分の売上規模）



Source: Sainsbury's IR  
<https://www.about.sainsburys.co.uk/investors>

# ネットスーパー事業立ち上げの課題

# 日本のネットスーパー浸透への主要課題は供給側に

## 需要

- 都市部・地方部両方における**明確な需要増加**
- すでに生協などの食品配送市場は一定規模存在している



## 供給

- **店舗在庫マネジメントの弱さ**
- 店舗のピッキングオペレーションの煩雑性により**コスト高かつキャパシティ拡大が難しい状況**
- **世界最高水準の高品質の生鮮商流を支える供給体制確保**



# ネットスーパー事業の供給の難しさ

大規模店舗では毎日100注文 x 20商品 = 2,000点を超える品物を袋詰めし、ご自宅に届ける必要がある

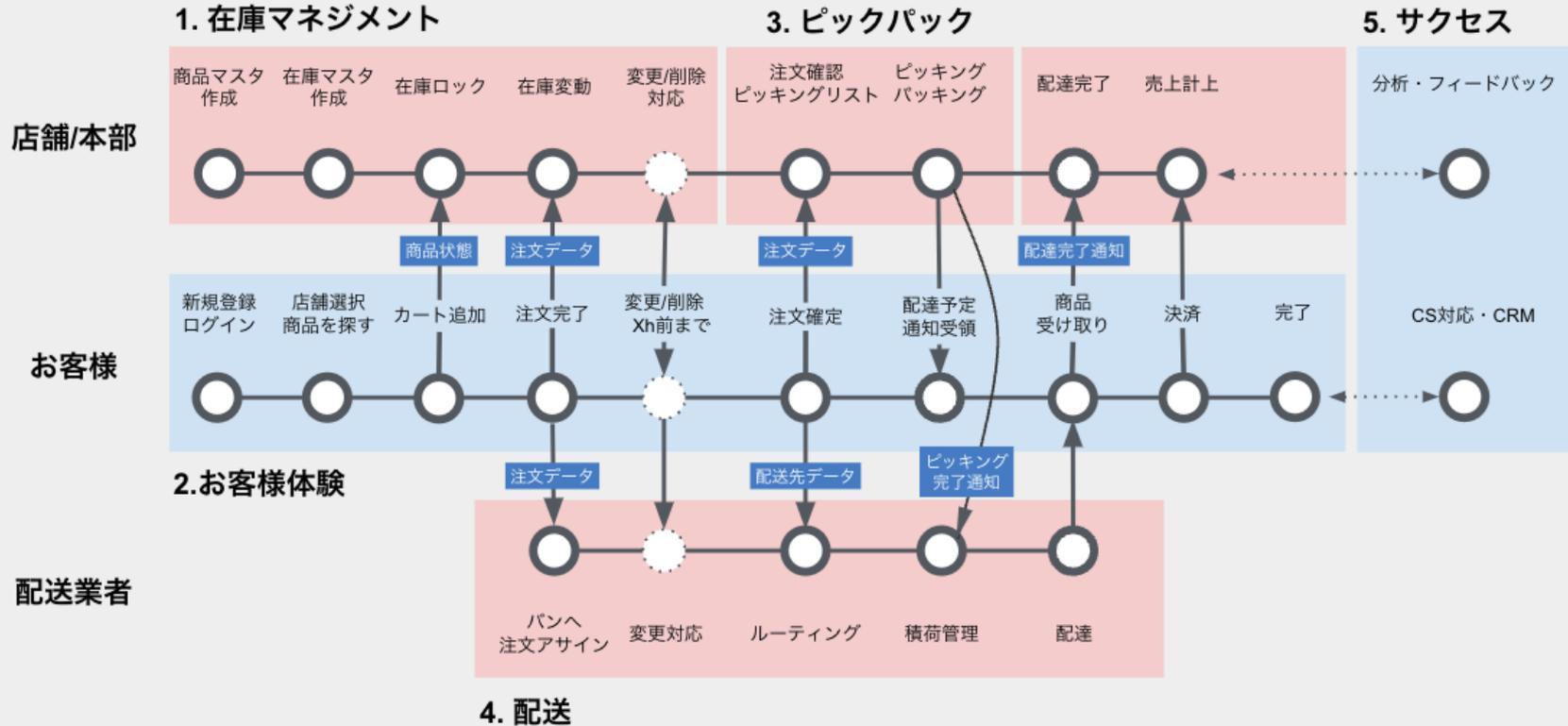


通常の買い物のペースで売り場からピックアップした場合の所要時間

**2,000点 x 2分 = 4,000分 = 66時間**



# ネットスーパー事業の立ち上げ・成長に必要な機能は多岐にわたる

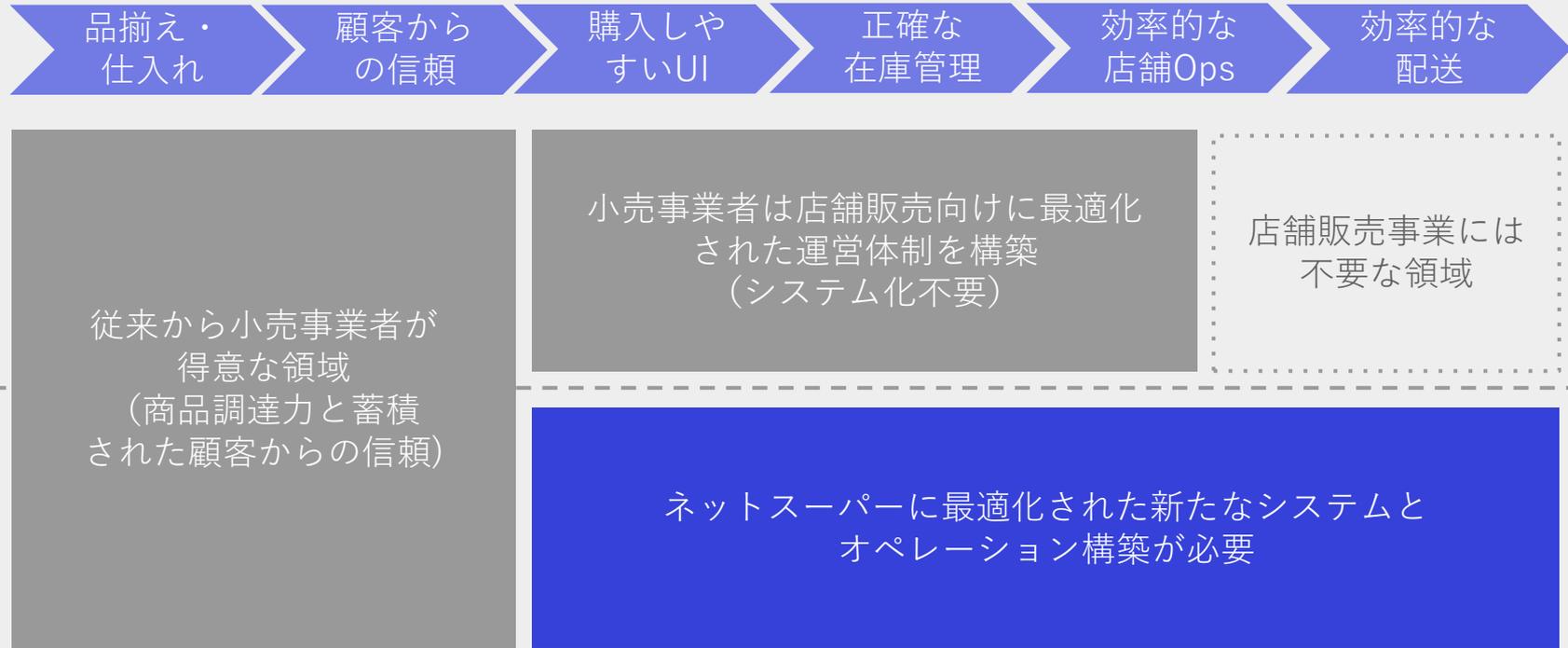


# 従来型ネットスーパーの顧客体験は課題が多く発展途上

顧客体験	課題	N1インタビューによるお客様の声
欠品が頻発する	<ul style="list-style-type: none"> <li>欠品を含む注文が20%に達する事例もある</li> <li>店舗には正確な在庫マスターデータが存在しない</li> </ul>	<p>”欠品連絡が来ると献立を変更しなくてはいけない。お店行ったほうが早い”</p>
注文枠が不足している	<ul style="list-style-type: none"> <li>需要に応じた注文枠が提供できていない</li> <li>店舗オペレーションが最適化されずボトルネックに</li> </ul>	<p>”雨の日など一番使いたいのに、枠がなくなって使えないことが多い”</p>
欲しい商品が探しづらい	<ul style="list-style-type: none"> <li>検索精度の低さ、推薦機能の弱さ、モバイルUXの課題から使い勝手が悪い</li> </ul>	<p>”水と検索しても一番上にペットボトルの水が出なかったりする”</p>

# プロダクト「Stailer」および 提供サービスのご紹介

# ネットスーパーの成功は従来型の店舗事業運営の延長線上にはない



# Stailer

小売エンタープライズに特化した  
EC/DXプラットフォームを提供



## お客様・小売事業者・配送の3者に必要な全てのプロダクトを提供

お客様向け  
統合UX

小売事業者向け  
オペレーティング・システム

配送業者向け  
オペレーティング・システム

売り場設計や高精度の検索等の機能提供

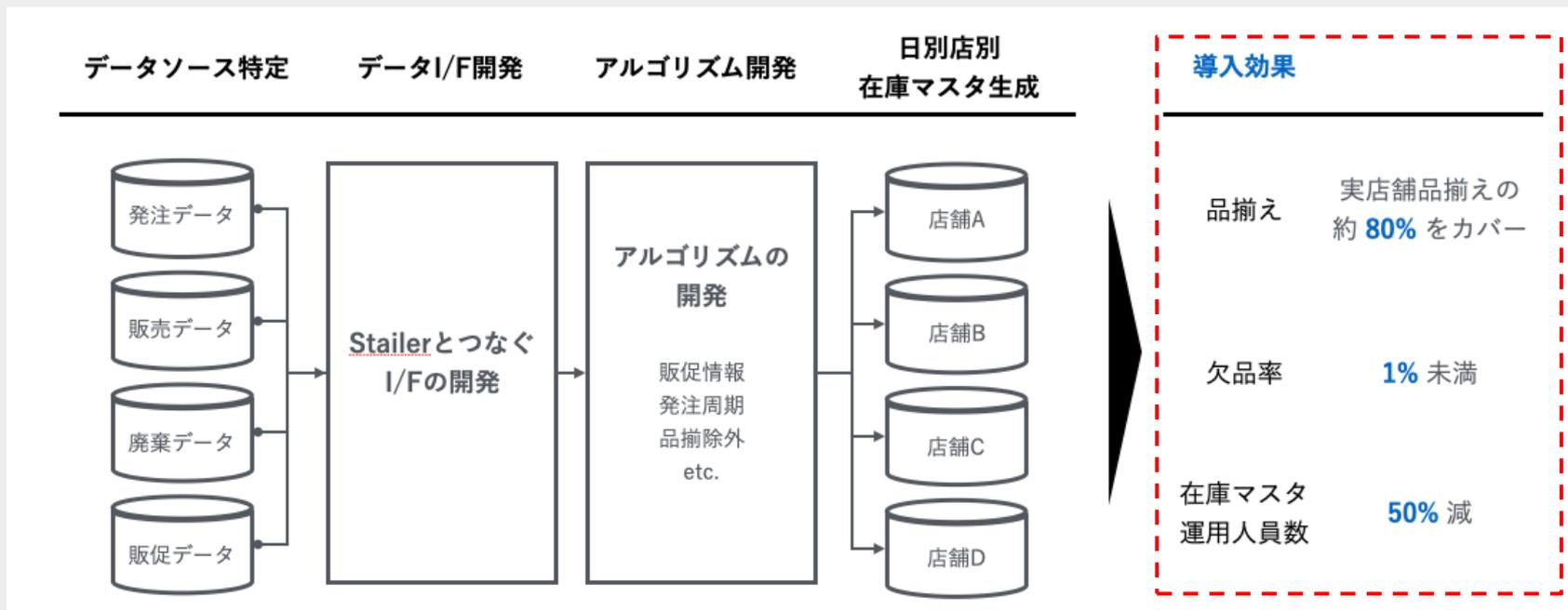
在庫の即時管理やピックパック管理が可能

積荷・ルーティング・配達管理が可能



# 商品・在庫ロジック構築とマスタの半自動生成

店舗でのお買い物に限りなく近い品揃えを実現しつつ、従来のネットスーパーシステムの課題であった欠品と運用コストを削減可能な半自動の商品在庫マスタ生成プロセスを提供



# 10Xはシステムだけでなく現場支援に徹底投資

小売事業者の最大の価値創出機能は店舗の現場にある。各店舗の置かれた個別性や独自性を適切に理解し実効性のあるオペレーション構築のため現場訪問・現場支援を徹底している



# 庫内/店舗のオペレーションをデザイン

専門のロジスティクスエンジニアリングチームが、貴社の店舗・倉庫に最適なレイアウトやオペレーションプロセスをデザインし、什器やマテハン機器の選定をコンサルティング

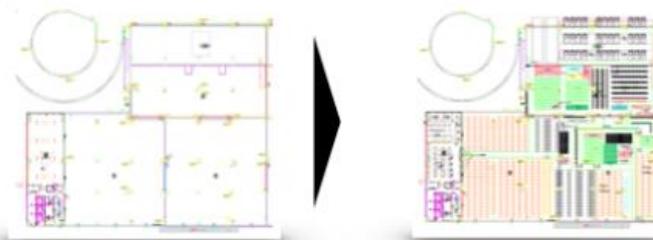
## アウトプットイメージ

### インプット

### 単位

店舗・倉庫サイズ	m <sup>2</sup>
目標出荷数	orders
注文あたり商品数	units
配送枠数	枠
配送枠あたり注文数	orders
配送枠あたり商品数	units
温度帯分布 (冷凍・冷蔵・常温)	x : x : x
ピック・バック生産性	units / hour

### 倉庫



### 店舗



### ※ 仕様リスト

品名	数量	サイズ	コメント
作業台 (冷蔵)	2	1800 x 1200 x 1100mm	作業台の仕様を決定し、作業台の配置を決定する。
作業台 (冷凍)	1	1800 x 1200 x 1100mm	作業台の仕様を決定し、作業台の配置を決定する。
作業台 (常温)	1	1800 x 1200 x 1100mm	作業台の仕様を決定し、作業台の配置を決定する。
作業台 (冷蔵)	1	1800 x 1200 x 1100mm	作業台の仕様を決定し、作業台の配置を決定する。
作業台 (冷凍)	1	1800 x 1200 x 1100mm	作業台の仕様を決定し、作業台の配置を決定する。
作業台 (常温)	1	1800 x 1200 x 1100mm	作業台の仕様を決定し、作業台の配置を決定する。

# 専門性の高いチームが小売事業者の現場を支援

事業計画期

事業立上期

事業成長期



## Partner Financial Planning

パートナー事業計画の  
策定・レバー特定



## Retail Strategy

ネットスーパー商品の  
セレクション戦略策定



## Customer Growth

データ分析および  
顧客獲得・CRM実施



## Retail Operations

店舗/庫内の  
ロジスティクスデザイン



## Data Product

欠品率を抑えるための  
アルゴリズム開発



## Analytics & Insights

顧客インタビューによる  
定性インサイト分析



# Stailerはネットスーパーのオペレーション課題を解決

## 課題

## 10Xの提供価値

### ユーザー向け アプリ

- 大量の商品SKUs
- オンライン上の効果的なレイアウト

- **オンラインに特化した商品閲覧・買い物機能**  
(過去の注文履歴・お気に入りなど)

### ピックパック

- ピッキングミス
- 時間がかかる
- 高いオンボーディングコスト

- **ピックパックに特化したスタッフ用アプリ**
- ミスが少なく**初心者でもわかりやすい**ピッキングプロセス

### ラストマイル 配送

- 効率的で標準化されたプロセスの不足 (属人化)



- **効率的な配送マネジメントシステム**を提供

### 顧客体験

- 正確な在庫情報が不明なことにより体験が悪い (在庫切れ)

- **在庫管理の精緻化**により体験改善 (例: POSシステムとEC注文の連携)

### 小売コスト

- EC運営にかかる人件費が高騰

- **商品マスタ自動化**により運営コスト大幅削減
- 店舗の**労働生産性**向上を支援

# Stailerが実現しているインパクト

**-50%**

在庫マスタ生成に関わる  
小売事業者の本部人員数

**-20%**

店舗でのピッキング・パ  
ッキングの作業人員数

**<1%**

注文欠品率

**>80%**

ネットスーパーにおける  
店頭の商品揃えカバー率

**+5%**

顧客購買継続の改善

# ネットスーパー市場の成長イメージ

2022年

**2,800億円**

27兆円 x EC化率 1%



2030年

**3兆円**

30兆円 x EC化率 10%

今後に向けて

# ネットスーパーシステムを提供するプレイヤーの全体像

10Xの強みは顧客体験と生産性を両立するシステムの不断の改善と小売企業に伴走できる現場支援体制の2つ

分類	主要プレイヤー	メリット	デメリット
Sler型	 東洋ネット株式会社 	<ul style="list-style-type: none"><li>要件定義からフルカスタマイズ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>初期開発費用が高額</li><li>ゼロ構築のため時間がかかる</li><li>追加改修ごとの追加費用</li></ul>
ASP/ SaaS型	  	<ul style="list-style-type: none"><li>素早く立ち上げ可能</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>機能アップデートが少ない</li><li>モバイルでの体験に弱い</li></ul>
プラットフォーム (モール出店型)	 	<ul style="list-style-type: none"><li>集客に既存の会員網を活用可能</li><li>共通ポイントによる継続率up</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>自社顧客のロイヤリティ向上に繋がらない</li></ul>
プラットフォーム (自社サービス型)		<ul style="list-style-type: none"><li>スマホ最適化したUI/UX</li><li>継続的・高速な機能アップデート</li><li>事業戦略・成長への伴走</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>プラットフォーム外の機能は外部連携が必要</li></ul>

# 現パイプラインのみで市場の20%超のパートナーシップをカバー

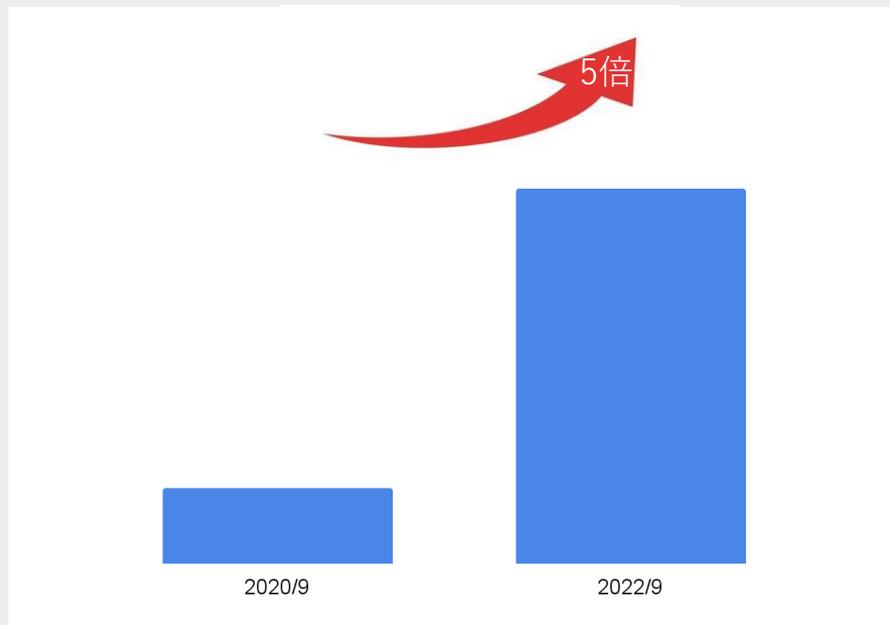
国内ターゲット市場25兆円 (SM 16兆円 + DgS 9兆円) に対し、現行パイプラインのみで5兆円超(20%)をカバーし、今後の事業オンライン化にむけて強い土台を構築

Status	Partner
Launch / Confirmed	         +1社
In Closing	4社
Pre Proposal	47社
Lead	100社~

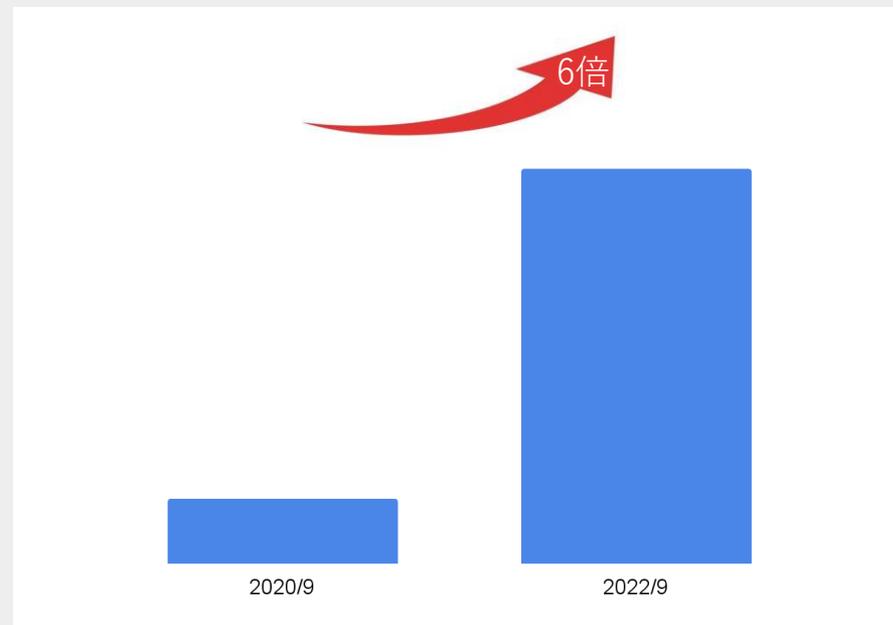


# 立ち上げから2年+でネットスーパーの浸透を強烈に推進

Stailer上での総取引高



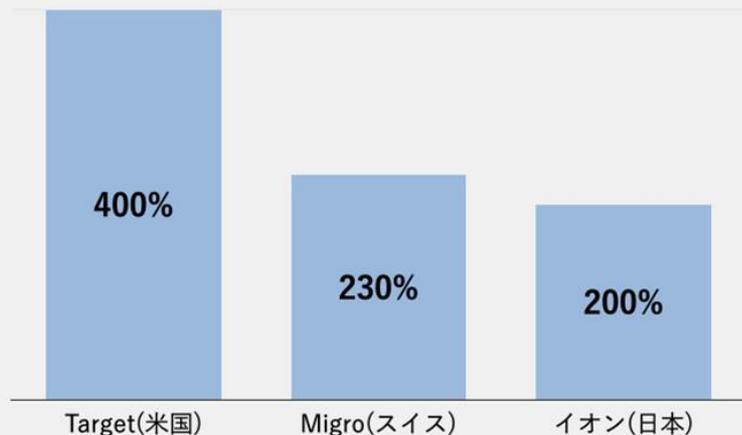
ネットスーパー対応店舗及び関わる従業員数



# 店舗とネットスーパーを併用することで利用金額は上昇

各国事例から、ネットスーパーと店舗の併用により、**お客様のご利用金額が高くなる**ことがわかっている

## 併用ユーザーの利用額上昇率



- Targetでは、店舗とオンラインを両方利用している顧客は、店舗のみの顧客と比べ**4倍**消費している ([Target, by Digital Commerce](#))
- Migroでは店舗、オンライン配送、オンラインピックアップの3つを併用している顧客は**2.3倍**消費していることがわかっている ([LeShop, by McKinsey](#))
- Aeonでは、店舗のみの顧客と比べ、オンラインも併用する顧客の利用金額は**2倍**に伸びている ([Aeon, by MarkeZine](#))

# ネットスーパーは日々の買い物を支える重要な選択肢に

雪国の田舎に住む大学生です。最寄りのスーパーが夕方に閉まってしまうため、**研究室の実験が長引くと間に合わないし、夜遅くまでやっているスーパーはかなり遠く、冬は辛い。**

そんな中、ダメ元で調べたらooスーパーが配達エリアであることが分かりました。

直ぐに注文したところ、**丁寧な配達、対応**に感動しました。もうすぐ到着するというメールや、置き配の指定可能で、チャイムの後に配達員の方が「ここに置いておきました～」と言ってくれるため、人見知りの私にはびっくりです。

また、商品も、一つ一つ袋に入っており、袋も床に直置きではなく、ビニール袋を敷いてくださっていて、その気配りに感動しました。そして、なんととっても食品の鮮度の良さ。

私の住むところは、**人口が少ないからなのか、野菜もシナっとしていたり、お肉もドリップが出ていたりするものが多いです。**しかし、届いたお肉はツヤツヤでハリがあるし、**野菜はずっしりしていてみずみずしく、どれもとても美味しかったです。**

コロナの頃から利用したいなと思いつつも二の足を踏んでましたが、**大病を患い買い物に出るのが困難**になったのもあり、思い切って使ってみました。注文も簡単で梱包もコンパクト、配達の人も感じが良く、もっと早く使えば良かったと思います。

新たにネットスーパーアプリが出来たということで早速使用してみました。

PB商品が増えているような。**サクサク使えて、ウェブで注文するよりさらに時短になりました。**ネットスーパーがどれだけ便利か時短になるかがまだまだ世間に浸透していない感じがしています。素人考えではインフルエンサーの人の使用体験動画とかあるとよいのではと思いました。

私の会社がフルリモートになり、妻は出社が続く中、気付けば料理担当は私になっていました。**買い物**をしようにも、近所の大きいスーパー（別系列）は**徒歩10分と遠く、私の自転車にはカゴがついていないため、食料品の買い物に困ってました。**昨日初めてこのアプリを使い、先程配達いただきましたが、肉や鮮魚の宅配に感動しました。すぐ昔に使ったネットスーパーは使いづらいイメージがありました。こちらのアプリは普通に使いやすく、感動しました。

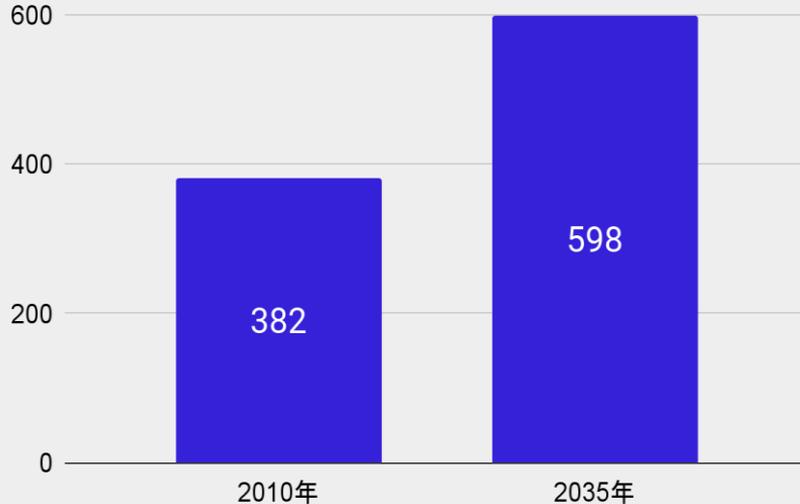
仕事で遅くなりスーパーに寄れないことが多く週末のまとめ買いもめんどろだと思っていたところ、ooスーパーさんのネットスーパーを発見。便利すぎる。買い物注文画面も見やすく**5分あれば買い物を終了できる。1週間で3時間は節約できる。**これからは思う存分残業できます…

# 60代以上（シニア）のネットスーパー利用は広がる

高齢化と小売店舗の減少により買い物難民は増加。今後60代以上のネットスーパー利用ニーズが上昇

生鮮食品店まで500m以上かつ自動車を持たない65歳以上の高齢者（買い物難民）

(万人)



Source: 2014年 農林水産政策研究所  
©10X, Inc. All Rights Reserved.

コロナ禍の影響により、首都圏のネットスーパーでは60・70代の利用が前年の約2倍に利用が増加したケースも

図表2 利用者年代別 ネットスーパーの利用件数 前年同期比

	2020年4-5月	2020年6-7月	2020年8-9月
30代	133.6%	128.4%	117.1%
40代	129.8%	133.3%	116.6%
50代	169.3%	144.3%	136.8%
60代	192.4%	183.1%	158.8%
70代以上	209.7%	205.3%	195.7%

出所: 研究協力先のネットスーパー(首都圏)の実績より

Source: 流通経済研究所

# 人手不足によりスタッフの生産性向上が急務に

小売業界の人手不足が深刻。労働集約モデルの見直し・切り替えが必要

- ・ 人手不足は今後さらに深刻化
- ・ **長時間労働・低賃金**などにより離職が課題

- ・ 今後労働力が増える見込みはないため、**一人あたりの生産性向上・省人化**が必要
- ・ DXによる省人化・オペレーション効率化に加えて、従業員体験の向上による定着が重要に

非正社員の人手不足割合（上位10業種）

		(%)		
		2020年7月	2021年7月	2022年7月
1	飲食店	38.6	↑ 56.4	↑ 73.0
2	各種商品小売	47.6	↑ 48.8	↑ 56.5
3	人材派遣・紹介	28.3	↑ 41.8	↑ 55.4
4	旅館・ホテル	16.1	↑ 39.5	↑ 55.3
5	飲食料品小売	37.1	↑ 41.4	↑ 54.5
6	農・林・水産	32.3	↑ 34.4	↑ 48.5
7	メンテナンス・警備・検査	36.7	↑ 44.0	↑ 45.9
8	専門商品小売	25.4	↑ 31.7	↑ 40.9
9	娯楽サービス	33.3	↓ 31.7	↑ 40.8
10	教育サービス	43.5	↓ 41.7	↓ 36.8



Stailer導入により新人スタッフの教育が短縮化された事例も

# 10Xは小売事業のスタッフの働きがいの創出にも貢献

労働集約的であり人材獲得の難易度が増加傾向

2021年のパート・アルバイト求人に対する応募状況

		パート・アルバイト				
		n	想定以上	想定通り	想定以下	募集せず
回答企業全体		267	9.7%	30.0%	57.7%	2.6%
保有店舗数	1～3店舗	66	4.5%	24.2%	66.7%	4.5%
	4～10店舗	83	8.4%	28.9%	61.4%	1.2%
	11～25店舗	58	10.3%	34.5%	53.4%	1.7%
	26～50店舗	28	10.7%	25.0%	64.3%	-
	51店舗以上	31	22.6%	41.9%	32.3%	3.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	84	10.7%	27.4%	58.3%	3.6%
	中規模店舗中心型	69	10.1%	29.0%	59.4%	1.4%
	大規模店舗中心型	68	10.3%	30.9%	55.9%	2.9%
	複合型	39	5.1%	35.9%	59.0%	-
都市区分	都市圏	64	15.6%	45.3%	37.5%	1.6%
	地方圏	202	7.9%	25.2%	63.9%	3.0%

Source: 2021年スーパーマーケット年次統計調査

©10X, Inc. All Rights Reserved.

Stialer導入により現場負担軽減や自律的性が促進

オペレーションでミスしてもStialerが教えてくれる

スタッフアプリで商品写真の撮影ができる、これはこれまで10年以上NS事業をやってきた画期的で感動

これまでの座組みだと、私たちが考えて、仕様を投げなきゃいけない。そうすると、私たちの意思決定の質によって出来る、スタッフ側のオペレーションの質が決まっちゃう。そう思うと、小売側ってそんなに優秀な人間がたくさんいるわけではないので、あんまり良いやり方じゃないと思っていて。10Xさんみたいにいろいろな側面から、しかも今後の成長に必要な機能とかも含めて、オペレーションを組んでいくっていうのはすごく大事なことだったんじゃないかと。ありがたかったですね。

# 労働生産性の改善が小売事業者にとっての利益に直結する

小売事業者：1店舗における1回の買い物あたりの収支構造

NSにおける収支の考え方

		悪い事例	良い事例
売上	かご単価	100%	105%
	配送料	0%	5%
変動費	原価	75%	75%
	ピックアップ	15%	10%
	配送	15%	10%
限界利益		-5%	+10%

まずは1店舗1買い物あたりの  
限界利益黒字化を実現

- 1 売上最大化
- 2 原価以外の変動費最小化  
(ピックアップ、配送)

上記を達成したうえで

- 3 多店舗展開していく

# 小売事業者と10Xは業界の新時代を共創するパートナー

1953年

セルフサーブ型  
スーパーの誕生

買い物の楽しさの発明

1980年

コンビニ業態の  
勃興

徹底した買い物の  
利便性の提供

2025年

ネットスーパー  
の市場浸透

買い物の楽しさと  
利便性を両立する  
新たな買い物の選択肢

**Thank you**