

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ビール&ワインが飲める“夜スタバ”がアジア初上陸」
- 2) 「完全無人、24時間営業のコンビニがスウェーデンに誕生」
- 3) 「ニトリ、物流業務にロボットを採用」
- 4) 「ハカルス、スマホと連動で栄養データ表示」

1) 「ビール&ワインが飲める“夜スタバ”がアジア初上陸」

スターバックスが2010年に米国でスタートしたプログラム「スターバックス イブニングス (STARBUCKS EVENINGS)」を、アジアでは初めて日本に導入する。サードプレースの新しい形を提案するプログラムで、スターバックスがセレクトしたアルコールやフードなどを提供。スターバックス コーヒー 丸の内新東京ビル店で3月30日から展開される。

「STARBUCKS EVENINGS」はビジネスパーソンをターゲットに、主に夕方から夜の時間帯での利用を充実させるために考えられた“夜向け”プログラム。アメリカやイギリスなどを中心に、現在では250の店舗で展開されている。

国内展開にあたり、スターバックスコーヒー ジャパンは同プログラムを日本向けにオリジナルにリメイク。世界各地からセレクトしたワインやビールなどに加え、フラペチーノからインスパイアされたアレンジワインを提供。店舗限定のスマールプレートやスイーツといったフードメニューだけではなく、メッセージ入りオリジナルグラスなど店舗限定アイテムも充実させる。

丸の内新東京ビル店は「STARBUCKS EVENINGS」の導入に先駆け、約1ヶ月間をかけて改装。Relieve (開放する) をテーマにしたスタイリッシュな空間では、「STARBUCKS EVENINGS」の認定を受けたバリスタがプログラム専用のエプロン姿で接客するという。

■スターバックス コーヒー 丸の内新東京ビル店

住所：千代田区丸の内 3-3-1 丸の内新東京ビル

リオープン日：2016年3月30日 (水)

営業時間：月-金 7:00-22:30/土 8:00-21:00/日祝 10:00-20:00

座席数：68 席 (内カウンター席4)

※同店では「STARBUCKS EVENINGS」プログラムのサービスは営業時間内通して提供する。

ここではお酒を始めすべてセルフ形式、従来通りコーヒーなどのメニューも楽しめるのでお酒が全く飲めない人とも気軽に立ち寄れる。仕事帰り、居酒屋に行くほどではないが少しゆっくりして帰りたいたときに重宝しそうなお店だ。ぜひ行ってみたい。

2) 「完全無人、24時間営業のコンビニがスウェーデンに誕生」

2016年1月、人口わずか4200人ほどが暮らすスウェーデン南部の海沿いの田舎町Vikenに誕生した一軒のコンビニ。24時間営業で店員はゼロ。

人工知能やロボット技術の向上の波に乗り、小売店やファストフード店の無人化構想は、世界各地で試験的に導入が始まりつつあるが、この町の無人化コンビニが注目される理由はどこにあるのだろうか？

それは店内に自動販売機が並びといった陳列方法ではなく、通常の日用品店と同じように陳列棚が並び、利用客は商品を手にとって買い物をすることができるという点。そして、それを実現しているのが、入店から精算まで一括して「モバイルアプリ」で管理するシステムにあるという。

このコンビニのオーナーであり、専用アプリを開発したのが地元で暮らすIT起業家の Roberto Ilijasonさん、39歳。無人のコンビニを利用するには、彼の開発したアプリをダウンロードしておくことと、個人情報を登録する必要がある。登録されたIDが入店のための鍵となり、支払いもスマホで商品のバーコードを読み取り、モバイル上で精算を済ませる。これで、店員が誰一人いなくても買い物が完了するという仕組みだ。ただし、無人とはいえ商品を陳列するのはIlijasonさんの役目。もうひとつは、入店情報や在庫管理。この2点だけは、どうしても人の手が必要となる。

防犯面ではどうか。売場面積約45平米の店舗には6台の監視カメラしかないが、店の情報はシステムを介してダイレクトに彼のスマホに個人情報付きで届くため、誰がいまお店に来ているかが一目瞭然。さらには、店の扉が8秒以上開いているとIlijasonさんの元へとアラートが飛んでくる仕掛けも。事実、オープンから2ヶ月ほどで一度もトラブルはないそうだ。

この完全無人化を実現したシステムの背景には、現在日本でも問題視されている地方特有の「買い物難民」と同じような状況が、スウェーデンでも起きているからだ。小さな町からは商店が次々と姿を消し、ベビーフードを買うにも車で20分ほど走らないと手に入らないそうだ。「この無人コンビニがモデルケースとなり、全国にこのシステムを導入するのが今の目標。深刻な過疎化を迎えるまで、誰も考えてこなかったことが信じられません」

現在、日本でもドローンを利用した日用品の宅配サービスや、移動式スーパーなど、あの手この手で買い物弱者対策支援が考えられている。もしかしたら、この無人化コンビニもひとつのヒントとなり得るかもしれない。

問題を解決するためにテクノロジーを駆使し新たな仕組みを作るといのはどの業界でも行われてきていることだが、コンビニの無人化というのはコンビニ大国の日本でもまだ行われていないことなので興味深い。このオーナーの「過疎化を迎えるまで誰も考えてこなかった」という言葉が響いた。一方でテクノロジー化が進むことで人手が必要な職が少なくなっていくということも色々考えさせられる。

3) 「ニトリ、物流業務にロボットを採用」

ニトリは3月11日から、ロボットが物流センターで入出庫を行い、効率的なピッキングを実現する取り組みを始めた。取扱アイテムや物量の拡大、人手不足などに対応するためにロボットのシステム「AutoStore（オートストア）」を日本で初めて導入。1日あたり50人の省人化が実現できるという。

ニトリホールディングス傘下で、ニトリの通販物流業務の代行事業などを手がけるホームロジスティクスが、神奈川県川崎市の通販発送センターに導入した。

「AutoStore」は、グリッド上のロボットが高密度に収納されたコンテナの入出庫を行う次世代ロボットストレージシステム。コンテナを隙間なく積み上げて収納できるため、一般的なスタックークレーン式自動倉庫の約2倍、平置き棚の約3倍の収納力があるという。

出庫はグリッド上のロボットが縦横無尽に走行、目的のコンテナを吊り上げ、ピッキングステーションへ自動搬送する。スタッフはピッキングが定位置で行えるため、作業者の負担を軽減。ミスのない効率的なピッキングを実現する。

「AutoStore」は、岡村製作所がノルウェーのJakob Hatteland Computer社と提携し販売を行っているロボットストレージシステム。

ホームロジスティクス 通販センターにおける導入効果（想定）

- 作業効率（生産性）3.75倍向上

以前は作業者が紙の指示書に従って庫内を歩き回って棚から商品をピッキング。

「AutoStore」導入で、商品がピッキングステーションに自動で運ばれてくるため作業者の負担・ミスを軽減、作業効率がアップ

- 在庫面積40%削減

通路スペースの削減、上部空間の活用で高密度に保管でき、省スペース化と在庫保管能力の向上を実現

- 自由な拡張性

取扱アイテム・物量の増加や能力増強に対して、稼働を止めることなくコンテナやロボットを増設するといった柔軟な対応が可能

ホームロジスティクスは2015年、通販企業などの物流業務を代行する事業の本格運用を始めている。全国60社以上の物流パートナー企業と連携。ニトリの物流業務も手がけるノウハウやネットワークを活用し、他社の物流業務をサポートしている。

2015年委は伊藤忠テクノソリューションズが提供しているクラウドサービス「Mobile Asset Management Service (MAMS)」を宅配サービスの基盤として採用。配送予定時間や配送状況などをウェブサイトやECサイトで追跡・確認することができるようにした。

どこでもネット通販が当たり前になっており、それに伴って物流システムも機械化されている。家具など大きな商品の多いニトリがこのシステムを採用したことで大幅な作業効率UPに繋がるだろう。人の手による大きな商品のピッキングには少なからず危険もあったと思うので安全性も高まったのではないかと感じた。

4) 「ハカルス、スマホと連動で栄養データ表示」

健康関連ベンチャーのハカルス（京都市、藤原健真社長）は、食材を載せるとスマホと連動してカロリーなどの栄養データが分かる計量器を開発した。7月から量販店などで販売する。ダイエットに関心が高い米国でも今夏に販売を始める予定だ。

木製の台に野菜や飲料などを載せると重さを台の表面に表示する。計測したデータは米アップルのスマホ「iphone」と連動する。価格は1万8000円で400種類の食材に対応する。

利用者が食材の名前を音声で入力すると食材と重量を分析。画面で「塩分が足りません」といった健康指導をする。

スマホと連動することによって栄養データが分析できるというおもしろい製品だ。対応している食材は多くないが、価格もそれほど高くないため店頭などに置いて買い物の合間にお客様にちょっとした演出として利用してもらうのも良いかもしれない。