

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオンがスマホ決済 全国8000店、年明けにも」
  - 2) 「米ウォルマート“自動運転ショッピングカート”の特許を取得」
  - 3) 「大日本印刷がVR店で買い物調査システム」
  - 4) 「三菱UFJ仮想通貨実験 残業減らした社員に発行」
- 

### 1) 「イオンがスマホ決済 全国8000店、年明けにも」

イオンは来年1月にもスマホで買い物の代金を支払えるサービスを始める。スマホにクレジットカードと連動したアプリを導入し、レジでかざすだけで決済する仕組み。グループ内の全国8000店で利用できる。米アップルの「アップルペイ」などIT企業が先行する形でスマホ決済市場は広がってきたが、小売り大手の参入で普及に弾みがつきそうだ。

傘下のイオンクレジットサービスが開発したアプリ「イオンウォレット」を使う。まずクレジットカードの請求額やイオン銀行の口座の残高確認、店舗で使えるクーポンの配信に対応。年明けにスマホ決済を利用できるようにする。

アプリにクレジットカードの番号や利用期限、暗証番号を登録すると、スマホをクレジットカード代わりに利用できるようになる。非接触型IC「フェリカ」を使い、利用客はレジでスマホをかざせば決済できる。まず米Googleのスマホ基本ソフト「アンドロイド」に対応。将来的にアップルの携帯端末「iPhone」でも使えるようにする方針だ。

利用可能な店舗はイオンやミニストップなどグループ企業の約8000店。NTTドコモの電子マネー「iD（アイディ）」の読み取り端末があれば、系列外のスーパーなどでも利用できる。

イオンは自前のスマホ決済サービスを活用し、顧客の購買データを集めて効率的な販促につなげる狙いがある。顧客がよく利用する時間帯や頻りに買う商品を分析し、効果的にクーポンやキャンペーン情報を配信することも検討している。

この他にもユニーがアップルペイに対応するというニュースがあった。このように大手チェーンが対応することで中小企業へも広がり、スマホ決済というものがより一般に普及していくだろう。スマホひとつあれば財布もいらぬ、という時代が夢ではなくなると感じた。

---

### 2) 「米ウォルマート“自動運転ショッピングカート”の特許を取得」

近年は様々なテクノロジー企業がロボット技術関連の特許を取得しているが、ハイテクよりも安売りで勝負してきた企業らも、この分野への進出を開始した。

米小売大手ウォルマートは先月、店舗内で使用する「ロボットカート」の特許を米国特許商標庁から取得した。ポピュラーサイエンス誌のリポートによると、このロボットカートは店内での買い物をより便利なものにするという。

今年3月に提出された特許申請書類によると、このカートは自動操縦機能を備え、使用後は自動運転で保管ヤードに帰還する。これにより、カート関連の業務に関わる従業員の作業を簡素化し、よりハイレベルな顧客サービスを実現する。

ロボットカートの導入により、使用済みのカートが通路に放置される事態を防ぎ、その事が結果的に店内での盗難発生件数を減らすことにもつながるといふ。ポピュラーサイエンス誌はまた、ウォルマートが店内の各所にセンサーを設置し、店内を巡回するロボットカートと通信させることで、店内の状況を把握すると述べている。

センサーが商品の流れを把握することで、在庫管理に役立てるほか、顧客の購入動向をもとに商品リコメンドを行なうことも可能になるという。オンラインショッピングでのリコメンドとは違い、ロボットカートが把握するのは顧客のリアルな購買情報に限定される。

しかし、ロボットを用いたショッピングを可能にすることは、少しでも他の量販チェーン店と差別化を図りたいウォルマートにとっては、大きなメリットになるはずだ。

広い店であればあるほど重宝されるシステムだと思う。少しのカートの散らばりであればスタッフが片付けることもできるが、それ専門の人が必要なほどの問題となると大いに喜ばれるだろう。すべてがハイテク化されるのは少し違和感を感じるが、その浮いた分を対・人に使えるのであればメリットは大きいと思う。

---

### 3) 「大日本印刷がVR店で買い物調査システム」

大日本印刷はWeb上で仮想の売り場を再現するサービスを始める。スーパーやコンビニの「商品棚」を再現し、利用者はパソコンを操作しながら店頭にいるかのような買い物体験ができる。食品・日用品メーカーやスーパー向けに提供し、モニター調査を通じた商品開発や売り場施策に活用してもらおう。電子商取引サイトに導入して実際の買い物への活用も検討する。

仮想の売り場は、実際の商品パッケージを3次元で再現し、商品棚に並べている。値札や売り場器具などの表示、生鮮売り場や催事売り場の再現も可能だ。大日本印刷の事業企画部の水野貞宏氏は「高い臨場感、写実性で本物に近い環境を仮想現実（VR）で作り出した」と自信を見せる。

利用者はパソコン操作を通じて売り場を歩き回ったり、視点を変更したりできる。並んでいる商品を選択すれば、拡大してパッケージ裏側の説明文が表示される。まるで実際の店頭で商品を手にとっているかのような購買行動を取れる。

開発した技術は商品のモニター調査サービス「イメージバスケットVR」としてメーカーや小売店に提供する。モニターがパソコンから模擬購買をして、購買結果や行動の記録、アンケートを取って活用する。

例えば、食品メーカーがカレーの新商品を開発する際に、カレー売り場を再現して複数のパッケージ案を評価できる。仮想空間上の商品棚に市販のカレーを設置し、その中に新商品も並べる。モニターには商品棚から3つ選ぶが、新商品は伝えられていない。

調査では、商品を選ぶ途中の過程も記録する。「どの順番で商品を取るのか」「裏面を何秒見たのか」「手に取った商品を何割が棚に戻すのか」といったことが分かる。実際の買い物でも購入結果は分かるが、購買時間や購買金額、裏面参照率など、行動データを取れるのはデジタル上の買い物ならではの強み。

モニターが購入商品を決めると、新商品に関するアンケートが表示される。売り場についての記憶やパッケージの印象、購入した理由などを記入する。

大日本印刷は調査結果を集計し、データを分析して報告書を作成。メーカーは結果からパッケージ案を選ぶほか、消費者の行動を分析して次の新商品開発につなげる。スーパーやコンビニは商品をどのように配置すれば消費者が購入するのか、店舗や売り場設計に活用できる。

20種類の商品を陳列した場合の価格は120万円で、大日本印刷がモニター200人の確保やデータ集計、分析、報告書作成まで請け負う。新商品などのデザインデータを用意すれば、大日本印刷が3D化して売り場に組み込んで調査する。

大日本印刷はシステムの販売で2020年度に1億円の売り上げを目指す。モニターの行動分析を企業戦略に活用することに加え、「ECサイトへ導入し、一般の利用者が実際に買い物できるようにしたい」（水野氏）という。今後のECサイトとの連携などで、店頭で様々な商品が並び様子を見ながら買い物をする楽しみを、ネット上で体験することも可能になりそうだ。

サービスパッケージの価格を考えるとサンプルを製作して店舗に陳列したほうが安いのではないかという意見もあるが、時間や確率のデータはウェブ上ならではと言えるだろう。将来的にはECサイトでの活用を検討しており、ネット通販のスタイルが実際の店舗に近い感覚に変わるかもしれない。今後に期待したい。

---

#### 4) 「三菱UFJ、仮想通貨実験 残業減らした社員に発行」

三菱UFJフィナンシャル・グループは10月から新たな仮想通貨の実験を始める。残業時間を短くした従業員などに発行し、福利厚生に役立てる。通貨は従業員どうしでやり取りしたり、近くの飲食店で使ったりできる仕組みを検討。まずカブドットコム証券と三菱東京UFJ銀行が参加し、2017年中にはカブコムの顧客にも提供を予定している。

仮想通貨の名称は「OOIRI（オオイリ）」。まずスマホの位置情報サービスと連動させて本社内の入退出を検出。勤務時間などを自動的に割り出して通貨を付与する。1回あたり円換算で数十円程度、月額で数千円に相当する通貨をスマホのアプリにためられるようにする。小売店で活用できるポイントに似た制度だ。

位置情報と通貨発行を組み合わせた新たなシステムは、ベンチャー企業のゼロビルバンク（イスラエル）の技術を活用した。次世代の決済技術「ブロックチェーン」を使うことで、外部から改ざんのできないシステムを低コストで簡単に実現できるようになった。こうした仕組みを使った新たなサービスが広がれば、仮想通貨が従業員の働き方や顧客の消費行動を変える可能性もある。

仮想通貨の換算方法や使い方など詳細な事が分からないが、スマホと位置情報連動させるのは会社から常に見張られているような気がして社員から反対などが出ないのだろうかとか少し疑問に思った。残業しないことに対してポイント制度のようなものが設けられる考え方は面白いと思ったが、出入りの多い営業職と事務職とでは、ポイントを貯めやすさの部分や位置情報の確認がしやすいかで公平では無いような気もする。