

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「変化する“深夜のコンビニ” ローソン無人営業、ファミマは時短営業」
- 2) 「ローソン、“ウーバーイーツ” 導入実験、食品・日用品など100品目」
- 3) 「包装紙、スマホかざし商品情報」

---

### 1) 「変化する“深夜のコンビニ” ローソン無人営業、ファミマは時短営業」

コンビニエンス店舗での人手不足が続く中、打開策を見つけるため大手2社が実験を本格化させている。ローソンは深夜の無人営業実験、ファミリーマートは時短営業の第2弾実験を始める。店舗スタッフの確保が難しく、FC加盟店オーナーは時給アップなどで対応してきたものの、それだけでは充足できないのが現状で、FC加盟店支援に向けコンビニ本部も本腰を入れざるを得ない状況だ。

特に深夜帯のスタッフが採用しにくいことから、ローソンは8月23日から氷取沢町店（横浜市磯子区）で、午前0時から5時まで売り場に店員を配置しない実験を始めた。当面、バックヤードにはスタッフ1人を待機させるが、清掃や納品業務はしない。スタッフをゼロにした完全無人の実験も検討している。

0時から5時までの時間は入口が施錠されており、客はスマートフォンを使ったローソンアプリや顔認証で入店する。商品代金はアプリやキャッシュレス決済や現金に対応したセルフレジで支払う。

店員による年齢確認が必要な酒類の商品棚の前にはカバーをし、たばこなどがあるカウンターもカーテンをひき、いずれも販売しない。深夜の売り上げの半分を占める酒類やたばこを販売しないため売り上げは落ちるが、人件費は削減できる見通しで、半年をかけ店舗収益への影響を検証していく。

ファミリーマートは10月13日から最大約700店舗で時短営業の第2弾実験を始める。毎日か週1日のどちらか、午後11時から午前7時までの間でFC加盟店オーナーが休業時間を設定する。ローソンと異なるのは、この時間帯は店を完全に閉じる点だ。閉店中は店頭窓にスクリーンをかけて消灯し、客に閉店中であることを伝える。深夜に多い清掃や納品業務は実施時間を変更する。

「各店ごとに環境が異なる中で、加盟店の収益を確保するための議論を重ねながら、12月以降に一定の方向性を示す」（沢田貴司社長）計画。さらに、深夜の無人営業実験も検討している。

特にローソンの取り組みは各社気になるところだと思う。人手不足を解消するには「人を使わない」方法を取れば良いわけで、様々な取り組みやITの導入でカバーしようと模索してくれているが、やはり客側の理解も不可欠だと思う。いつでも開いている・頼めばすぐ届くに慣れてしまった中でそれが当たり前でなくなれば多少不便をきたすかもしれないが、人の省エネ化を図るためには必要だろう。

## 2) 「ローソン、“Uber Eats” 導入実験、食品・日用品など100品目」

ローソンは8月29日、フードデリバリーサービス「Uber Eats（Uber Eats）」を利用した店舗商品配達の実証実験を、東京都内の直営店4店舗で開始する。

「Uber Eats」は、商品を短時間で指定の場所に届けることができるため、ローソンでは新たなラストワンマイルの取り組みと捉えている。9月末までに東京都内の直営店合計13店舗へ順次拡大し、11月末まで実証実験を行う。

店舗オペレーション、顧客ニーズなどを検証し、その後の実施店舗拡大などを検討。日本の「Uber Eats」にコンビニが出店するのは、今回のローソンが初めてだという。

Uber Japanによると、食品に加え日用品の需要があり、一回の配達で様々な商品を購入するニーズがあることが分かっている。今回の取り組みは、顧客利便性の向上が見込めることから、店舗の売上に貢献できると考えている。

今回の実証実験の取り扱い商品は約100品目。弁当・おにぎり・店内で調理したフライドフーズ・デザートなどコンビニならではの商品に加え、日本の「Uber Eats」では初めて、日用品を取り扱う。実験期間中、ニーズに応じて取り扱い商品の変更や追加も検討する。

提携にあたり、Uber Eatsの武藤友木子日本代表は、「お客さまへのより良いサービスの提供を日々模索する中で、ローソンとのパートナーシップが実現したことをとても嬉しく思っている。日々の食事に加えて、スナックや飲み物、一部日用品などの幅広い商品を提供することが可能となっており、今後もローソンと協力し、取り組みの拡大を目指す」とコメントしている。

スーパーも配送料無料で日用品や食品を配達してくれるサービスがあるが、自社での配送サービスとは違い「Uber Eats」であるという点でも手軽さと話題性はあるといえる。コンビニでの買い物となると商品代金よりも配送料のほうが高つくのではないかと疑問もある。実験の結果全国に拡大していくのか今後も注目したい。

---

## 3) 「包装紙、スマホかざし商品情報」

包装資材の大阪シーリング印刷（大阪市）はスマートフォンで包装紙のQRコードを読み取ると、原材料などの商品情報が分かるシステムを開発した。英語や中国語など39カ国語に対応し、インバウンド（訪日外国人）の買い物を支援する。数千万円かかる導入費を約30万円に抑え、中小企業の需要を取り込む。2019年度中に30-40社の販売を目指す。

東京のシステム会社と共同開発した。包装紙に印刷したQRコードを読み取ると、インターネット上の商品紹介サイトにつながる。例えば食品の場合、原材料や調理方法などを紹介し、イスラム教徒やビーガン（完全菜食主義者）、アレルギーがある人でも安心して買えるようになるという。

地方の小売店にも訪日客が来るようになり、地域の食品メーカーにも商機が広がっている。ただ様々な嗜好などへの対応が課題だった。

大阪シーリング印刷は営業からデザイン、印刷までを一貫して手掛ける。業界では珍しく外注作業が少ない分、導入コストを抑えられるという。低価格を武器に全国32カ所の営業所を通じて中小企業に売り込む。

訪日客向けに日本の食文化や原材料など伝えるには便利なツールだ。食べ方など日本人では当たり前のことも訪日客にとっては新しく触れる文化なので正しく知って楽しんでほしいと思う。コストを抑えられる分様々な商品への期待ができるだろう。