

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「セブンイレブンとNTTデータ、六本木で“レジなしデジタル店舗”実験」
- 2) 「ローソン、冷食でパンケーキなど朝食メニュー投入」
- 3) 「FOOD TEXTILE、G.F.G.S.と初コラボのトレーサブルウェア発売」

1) 「セブンイレブンとNTTデータ、六本木で“レジなしデジタル店舗”実験」

セブン・イレブン・ジャパンは10月24日、デジタル推進の協業パートナーであるNTTデータと実験中の「レジなしデジタル店舗」を報道陣に公開した。

10月17日から、六本木にあるNTTデータが展開するデザインスタジオ「AQUAIR」内の実験店舗（模擬店舗）を活用し、次世代の購買体験・店舗運営における課題抽出、アイデア創出を目的とした取り組みを開始している。

今回の取り組みは、「レジなしデジタル店舗」の実験店における購買体験、店舗運営に関する課題抽出を通じ、新たな店舗開発について研究を行うもので、一般には公開していない。

セブン・イレブンは、「最新のデジタル技術導入による省人化、無人化、効率的な店舗オペレーション、より買物がしやすい環境などを検討する。『近くて便利』をデジタルにより深耕し、オフィスビル、工場などのマイクロマーケット、夜間無人店舗といった新しいニーズに対応する店舗開発を目指す」。

「お客にとっては、スマートにキャッシュレスで買物ができるメリットがある。店舗スタッフはレジ作業がないため負担が軽減する。欠品した場合やお客が戻した商品の位置が違っていても、カメラで自動的に感知できるため、店内を確認に行かなくても、棚の補充、整頓作業がしやすくなる」と説明している。

実験店は、あらかじめスマートフォンにダウンロードしたアプリのQRコードで認証し入店。カメラと重量センサーからのデータ解析で、商品と顧客の動きを感知し、自動的に決済するため、レジ支払いをせずに、手に取った商品をそのまま持ち帰ることができる。店舗面積約33m²に、商品と顧客の動きを感知する55台のカメラを設置した。

具体的な利用方法は、クレジットカードと紐づけたアプリでQRコードを表示し、入店ゲートにかざすことで個人を認証する。

店内で商品を選択すると、店舗内の上部に設置されたカメラや商品棚のセンサーによって選択した商品を判断する。退店ゲートを通り、自動的に決済を実施するため、会計を意識せずに買物が完了。スマートフォンアプリに配信される電子レシートにより購買内容、履歴を確認できる。

実験店では、ファストフード、酒などの免許品を除く加工食品など約400点を置き、8人程度が同時に買物できる環境を想定している。今後も、弁当などの冷蔵商品への対応、カメラの精度など様々な課題・テーマを設け、検証。実験で得られたデータをもとに、設備の一部の既存店導入による店舗効率化、デジタル化を推進した新フォーマットの開発につなげたい考えだ。なお、実験の終了時期は未定となっている。

海外では既に一般客向けにレジなし店舗が公開されており、今後日本でも広がっていくことは間違いないだろう。オリンピックや大阪万博など人がたくさん集まり、訪日客も増え

る場所では言語の壁もあり、対人でないサービスがさらに活躍すると思う。安全性の確保、運営の流れが確立され実店舗として広まるのはそう遠くなさそうだ。

2) 「ローソン、冷食でパンケーキなど朝食メニュー投入」

ローソンは冷凍食品で朝食用メニューを投入する。月内にフレンチトーストやパンケーキなどを発売し、専用の売り場を設けて展開する。昼間と比べ、夜はコンビニよりもスーパーを利用する消費者が多い。ローソンは朝に食べる食品でも購入するのは前日の夜間であるケースが多いとみており、品ぞろえを強化して夜間の売り上げ増につなげる。

同社のPB「ローソンセレクト」シリーズから29日以降順次、冷凍食品のパンケーキ（340円）とフレンチトースト（320円）を販売する。トッピング用の冷凍フルーツ（198円）、ホイップクリーム（214円）も展開する。

働く女性をターゲットにしており、時間のない朝でも電子レンジで温めればすぐに食べることができる点をアピール。パンケーキやフレンチトーストに、フルーツやクリームを盛りつければ自身の好みに合わせて仕上げられるのが特徴だ。

突然の用事などで食べるができなかった場合も保存することが可能。同社で朝食に特化した冷凍食品を展開するのは初めてという。

専用の売り場を設け、POPを付けるなどして購入を促す。ローソンでは冷凍食品の売り上げが伸びており、2019年3～8月期は売り上げが前年同期比5%増だった。

品質の向上に加え、共働き世帯の増加により手軽に食べられる冷凍食品のニーズは高まっているとみる。

店舗側にとってもメリットは大きい。冷凍食品は販売期限が長く、廃棄につながりにくい。コンビニでは人手不足に伴う人件費高騰でFC加盟店の収益が悪化しており、FC加盟店側は廃棄に伴う損失の負担感が相対的に増している。冷凍食品の品ぞろえが増えれば廃棄を軽減することにつながる。

ローソンは冷凍食品の朝食用メニューを投入することで、新たな需要を取り込むとともに加盟店の負担軽減も狙う。今後はワッフルなども投入する予定で、品ぞろえを増やして定着を目指す。

朝食メニューの専用売場は今まであるようではなかった。特に一人暮らしでは朝から調理して食べるのは少し億劫に感じるので冷食で取り揃えておけると助かるだろう。家族向けにもこどものおやつや夜食に活用できそうだ。パンやトーストの洋食だけでなく、和食も展開するなど内容の濃いものになれば、コンビニですぐに買えるという利点がさらに活かせるかもしれない。

3) 「FOOD TEXTILE、G.F.G.S.と初コラボのトレーサブルウェア発売」

豊島株式会社（名古屋市中区）が展開する、ファッション業界から廃棄食材を再活用するプロジェクト「FOOD TEXTILE(フードテキスタイル)」は、完全受注型でポーターカットソーを制作するG.F.G.S.(新潟県加茂市)とコラボレーションした商品を10/23～大丸東京、10/30～松坂屋名古屋にて先行販売、11/1～FOOD TEXTILEオンラインショップにて販売を開始する。

新潟県加茂市とその近郊、中越地方にはニットの生産地が多くあり、経験豊富な職人が日々高品質なものづくりを続けている。G.F.G.S.は小さなファクトリーが点在する加茂市の商店街から地元を元気にしたい、<MADE IN 加茂>を大切にしたいという想いの元、完全受注生産のオリジナルカットソー「ORDERBORDER（オーダーボーダー）」を生み出している。

FOOD TEXTILEは、繊維商社豊島が食品とアパレル業界の架け橋として、食べ物がもつ「色」に注目。染色化する独自技術を活用し、様々な食品関連企業から提供された食品残渣を、各アパレルブランドと連携して商品化を進めるプロジェクトだ。今回販売するTシャツは、FOOD TEXTILEが様々な食品の「色」を使用して染めた糸を元にG.F.G.S.が加茂市で編み立て、裁断、縫製まで一貫して行った。「どの原料を使っている色なのか」「その製品にどれくらいの残渣が使用されているのか」「誰が編立から縫製までしたのか」がトレースできる、FOOD TEXTILEとG.F.G.S.だからこそ実現したコラボレーション商品となっている。

糸は農場から紡績まで一貫で追跡可能なトルコオーガニックコットンを使用。展開しているカラーは食品業界を巻き込みながら、FOOD TEXTILEが抽出した色を元に、G.F.G.S.が<MADE IN 加茂>にこだわり作り上げている。今回の商品の「赤かぶ」の元になる色は、長野県木曾町と東京農業大学と豊島株式会社の共同プロジェクトによる、木曾町の未利用の赤かぶを使用、「ルイボス」は生活の木から規格外のハーブ、「ドリップコーヒー」は猿田彦珈琲からドリップ後の出洩らし、「さくら」は山眞産業株式会社花びら舎から規格外の食用のさくら、「抹茶」は南山園から規格外の茶葉、「ブルーベリー」は堀内果実園から規格外のブルーベリーを提供されている。

食べ物から色を抽出し、それから新しい商品が生まれるという仕組みが面白いし、その食べ物の出処がわかることで様々なストーリーを乗せた商品が作れそう。このボーダーの一本一本、猿田彦のコーヒーで出来てるんだ」と言えば話も弾みそうだし、店舗のユニフォームにも使ってもブランド価値が上がるだろう。ペットボトルからエコバッグに、といった素材のリサイクルとはまた違う、履歴を知る嬉しさのあるリサイクルのように思う。