

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「セブン、禁忌食材画像でお知らせ 訪日客向け2900商品」
- 2) 「カゴメ、AIで熟練農家代替 NECと栽培支援、欧州から」
- 3) 「飲食店に先払い 来客激減、なじみの店を応援 “さきめし”」
- 4) 「日本初！商品専用検索アプリnaviwise配信開始 Googleが届かない商品検索を」

---

## 1) 「セブン、禁忌食材画像でお知らせ 訪日客向け2900商品」

セブン&アイ・ホールディングスはイスラム教徒（ムスリム）やビーガン（完全菜食主義者）向けに、禁忌の食材の使用状況が分かる画像認識アプリの実証実験を始めた。プライベートブランド（PB）の約2900商品が対象。スマホで商品棚を撮影すると、避けるべき商品を色別で表示する。訪日外国人客が増えるなか、多様な食文化に対応する。

専用アプリで商品棚を撮影すると商品を識別し、画面上に表示する枠の色で判定結果を伝える。ムスリムとビーガンが食べられない豚肉などを原料に使う商品は黒色や灰色の枠で囲む。ムスリムが食べられる食品はピンクの枠、ビーガンが食べられる食品は黄色の枠でそれぞれ示す。

NTTドコモとハラル対応を支援するフードダイバーシティ（東京・台東）が実験に協力する。フードダイバーシティがアプリを提供し、ドコモが人工知能（AI）を活用した画像認識技術を担当。食品を判定する機能をもつ専用アプリ「ハラル グルメ ジャパン」を無料で利用できるようにした。

ドコモとフードダイバーシティは2018年に食品判定のシステムを開発し実験を進めてきた。小売企業と連携した実店舗での実証実験は今回が初めてになる。実証実験の期間は3月16日から5月31日まで。イトーヨーカドー大森店（東京・大田）など都内のイトーヨーカドー6店舗で実施する。

日本観光を楽しむ上で、コンビニは欠かせない場所だと思う。言語がわからず、何が使われている商品なのか、そもそもどういった商品なのかわからないという経験は、海外旅行では必ず経験すると言える。そういった場所で食材制限がされている人たちが安心して選べる状況づくりというのは、商品を売る立場からしても嬉しいサービスだ。オリンピックに向けた訪日客へのサービス展開だが、コロナウイルスの影響で拡大に時間がかかるだろう。今後の展開に注目したい。

（2020/03/18 日本経済新聞）

---

## 2) 「カゴメ、AIで熟練農家代替 NECと栽培支援、欧州から」

カゴメは人工知能（AI）を活用した農業支援サービスを始める。NECと共同で開発したシステムを食品メーカーを通じてトマト栽培など向けに提供する。4月に欧州で始め、日本でも投入を目指す。熟練の農家に代わりAIが生育状況や土壌など環境を分析、ノウハウが乏しくても適切な手入れで安定的に収穫できるようにする。栽培コスト低減にもつなげる。

4月中にスペインの食品加工メーカーに対して有料でサービスを始めるほか、ポルトガルとオーストラリアのカゴメ子会社でも運用を始める。農場で生産者が衛星画像をもとにスマートフォンの画面上で生育のばらつきを確認したり、AIのデータ分析に基づく土壌の状態に応じた水や肥料の量、それらの投下のタイミングについてのアドバイスを受けたりする。

食品メーカーがトマトなど原料の供給元となる農家とシステムを通じて連携することで、需要に応じて栽培の時期や量を調整し生産性を高めることもできる。カゴメはシステムの利用料をメーカーから受け取る。欧州では新型コロナウイルスの感染が急拡大しているが、既に試験運用中のサービスを有償化するため支障はないという。

欧州では日本と同様に就農人口の減少や高齢化が課題となっている。熟練した農家の栽培ノウハウをデータとAIで代替することで人手不足対策につなげようと、カゴメとNECが5年かけてシステムを開発した。

国内では例えばスペインに比べ1農家当たりの作付面積が20分の1～30分の1と零細で栽培規模の違いなどがあるため、実証実験を先行させる。2020年中に茨城県や宮城県の農場で効果を検証し、実用化につなげる。農業支援サービスを新たな収益源に育てるほか、加工食品原料の安定調達にもつなげる。

日本だけでなく、世界的に担い手不足の問題は起こっているんだと実感した。農業に限らず、技術面で担い手不足に陥っている工芸品や職人技などは多くあると思う。本来対人で継承するべきことでありそこにシステムが介入すると伝統が崩れるのではと感じてしまうが、時代の変化と共に「受け継いでいく方法」も柔軟に対応すべきだと感じた。

(2020/03/30 日本経済新聞)

---

### 3) 「飲食店に先払い 来客激減、なじみの店を応援“さきめし”」

新型コロナウイルスの感染拡大で来店客が激減した飲食店を支えようと、福岡市のベンチャー企業が、終息後の利用を見越してインターネット決済で食事代を先払いし、店に応援の気持ちを伝えられるサービスを始めた。その名も「さきめし」。資金難にあえぐ店にとってはすぐに売り上げとなり、事態の長期化で外出を自粛している客にとってもなじみの店の存続につながる新しい取り組みで、登録店は徐々に増えている。

提供するのには、飲食店街の活性化や地域支援のため開発したスマートフォンアプリ「ごちめし」を昨秋から運用している福岡市のベンチャー企業「Gigi（ジジ）」。「ごちめし」は店を応援する人から食事代を受け取り、条件に合った別の来店者に「ごちそう」するユニークな仕組みで、子供が無料で食事を楽しめるなど活用されてきた。

ところが2月以降、新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐため、大勢の人が集まったの飲食を避ける動きが広がり、例年ならば歓送迎会で予約が相次ぐはずの飲食店を直撃。そこでジジは「ごちめし」の枠組みを生かし、常連客など店を応援したい人が後日の食事代を店に先払いする「さきめし」を新たに付け加えた。

「さきめし」は、店にとっては現時点で来店がなくても先払いの分を当座の売り上げにでき、アプリでおすすめメニューなどPRもできる。登録店は現在、東京や福岡を中心に500カ所ほどに広がっている。

登録店の一つで福岡市中央区のカフェ&バー「This way」は、国体道路沿いに昨年12月にオープンしたが、営業が軌道に乗り始めたところで新型コロナ禍に遭った。3月に入っていた団体の予約が相次いでキャンセルになり、オーナーの清松春亮さん（43）が落ち込んでいた時に知ったのが「さきめし」。遠方の知人などからも「帰省する時に行く

ね」などのメッセージと共に食事代の先払いがあったといい、「1円でも売り上げがほしいところに加えて、応援してくれる気持ちを感じてうれしかった」と感謝する。感染が拡大している東京では夜間の外出自粛が強化されるなど影響の長期化も予想される中、ジジの今井了介社長（48）は「店と応援する客のかすがいに使ってもらえたら」と話している。

このサービスのほかにも、千葉県柏市では「あすチケ」という名称で同じ取り組みを行っている。コロナウイルスの影響でどの業界も対応に追われている今、自営業やフリーランスの方は特に死活問題となりうる状況に陥っていると思う。政府の力に頼るのもひとつだが、いつ鎮火するのかわからない状況の中で、民間で協力し助け合っていくのが収束への近道かもしれない。自分にできることはあるか、今一度考えるべきだと感じた。

さきめし [https://peraichi.com/landing\\_pages/view/sakimeshi](https://peraichi.com/landing_pages/view/sakimeshi)  
あすチケ <https://camp-fire.jp/projects/view/250060>  
(2020/04/03 毎日新聞)

---

#### 4) 「日本初！商品専用検索アプリnaviwise配信開始 Googleが届かない商品検索を」

株式会社ナビワイズ（本社：東京都新宿区/代表：小幡毅）は、ストレスフリーで賢いショッピング体験を提供する商品専用検索アプリnaviwise（ナビワイズ）をiOS/Android向けに配信開始した。

商品専用検索アプリnaviwiseは、テキスト依存の検索エンジンとは一線を画し、旅行や人材領域などで進むアグリゲートサーチをショッピング領域で実現する。最初の商品としてファッション分野からスタートした。総合3モールその他、ZOZO、ユニクロ、GU、SHOPLIST他全25サイトで利用者シェア計95%超をカバーする。

##### 1) 一括で絞込み

これまで通販サイト毎に行っていた検索を一か所でまとめてでき、サイトを跨るショップ間比較が簡単になる。

##### 2) 一覧で見られる

スペックやバリエーション、バリエーション写真、在庫などを検索結果一覧で見ることができ、商品ページと検索結果ページとの不要な往復を削減する。送料や送料無料まであといくらかもその場でわかるようになっている。

##### 3) 使いやすいUI

スマートフォン1画面に収まり使いやすさを追求した検索画面と、Instagramに慣れたユーザーにもわかりやすい検索結果画面となっている。商品検索専用だからこそのインタフェースを追求した。

##### 4) まとめて管理

サイト毎に登録されていたお気に入りや、訪問履歴を一元管理する。

##### 5) どのサイトで買うべきかわかる

欲しいアイテムを見つけたら、それと同じ可能性があるアイテムを全サイトから見つけ出しやすい「スポット検索」機能を搭載している。「買ったアイテムが他のサイトでもっと安く売られててショック」という心配を減らせる。

新型コロナウイルスの影響で、外出自粛を余儀なくされる今、ECに自ずと注目は集まっている。

ECは、実店舗に行くより商品の選択肢の幅が広がるという点で、目当ての商品が見つかる嬉しさもある一方で、気に入る商品を見つけにくい、比較しているうちに売り切れてしまった、などのストレスを感じることもあるだろう。  
ただでさえ外出できないことでストレスを感じる人が多い今、少しでもストレスを軽減することで、コロナが収束した後もECを多くの人々がしたいと思えるような施策が今は重要な時期なのではないか。

複数のサイトで同じ商品が取り扱われており、実際買い物をする際にはあっちを見てこっちを見て値段やポイント、割引を比較して購入するという手間を毎回かけているので、このように一括で比較・検討できるシステムがあると利用者としてはありがたい。ホテルの検索でも同じようなサービスがあるが、これがもっと多くの分野で広がってくれればありがたい。企業にとっては自社で買ってもらうための囲い込みは必要だと思うが、人手不足、物流の問題など様々な悩みを解決するためには垣根を無くすことも一つだと思う。

(2020/04/02 ECのミカタ)