

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「業務スーパーがAI導入、カートが商品をおすすめ ソフトバンクが協力」
- 2) 「ローソン、値引き販売にAI活用」
- 3) 「捨てられた傘をおしゃれなバッグに 大丸梅田店が回収・販売」

1) 「業務スーパーがAI導入、カートが商品をおすすめ ソフトバンクが協力」

神戸物産（兵庫県加古川市）とソフトバンクは6月21日、8月にオープン予定の「業務スーパー天下茶屋駅前店」（大阪市西成区）に、商品の品切れを自動検知するAIや、レコメンド機能付きのショッピングカートなどを導入すると発表した。次世代型スーパーの実験店舗として、新しい買い物体験の創出を目指す。

品切れ検知システムは、各陳列棚の映像をAIカメラで解析し、商品の数を計測。品切れを自動で検知し、スタッフに知らせる仕組みだ。来店客数の予測システムでは、店内カメラの映像から、入店人数やレジの待機人数、清算にかかる時間をAIが解析。レジの稼働台数やスタッフ配置に役立てる。

ショッピングカートにはタブレットが付属。客がそこから商品のバーコードを読み取ると、両社が持つビッグデータから、AIがおすすめの商品やレシピなどを提案するという。バーコードを読み取った商品はタブレット上で一覧でき、レジと連携させることでセルフレジとしても利用できるとしている。

この他、来店客の動線分析やデジタルサイネージでの情報発信なども実施。ソフトバンクは同店で得る検証データを生かし、小売業界のデジタルトランスフォーメーション（DX）促進を目指す。
(2021/06/21 ITmedia)

業務筋が大量購入するイメージを払拭し、巷で“トレンド”となっている業務スーパーが実験店を出すということで話題になりそうだ。見慣れない商品も多く「調べて買いたい」物が多いので、タブレットで情報を読み取りながら買えるとなれば、あれもこれもと手が出るかもしれない。従来どおりシンプルに買い物できるスタイルももちろん継続する必要があると思うが、立地によってこのような店があれば働く側の業務効率化につながるだろうし、お客さんの抱くイメージも変わるだろう。オープンを待って訪れてみたい。

2) 「ローソン、値引き販売にAI活用」

ローソンは22日、AI（人工知能）を活用して消費期限が迫った商品の値引き販売を始めると発表した。AIが店舗ごとの販売実績や天候から売れ行きを予測し、値引きする金額や数量の目安を店舗に知らせる。2023年度中に国内1万4千店での導入を目指し、フードロス（食品廃棄）削減につなげる。

東北地方の店舗で実証実験を始めた。おにぎりやサンドイッチ、弁当などが対象になる。導入する店舗数を増やしながらかんぱいチェーン（FC）加盟店の収益への影響などを検証する。

ローソンではすでに国内店舗数の8割にあたる1万2千店が値引き販売に取り組んでいる。

ただ、値引きする金額の幅や数量は各店舗の従業員の勘に頼ることが多かった。AIを活用することでより効果的に売れ残りを減らせるようになるとみる。

コンビニ大手のFC契約では、商品が売れ残った場合、廃棄費用の大部分は加盟店の負担になる。廃棄ロスを削減できれば加盟店の収益向上にもつながる。

AIを使った取り組みでは、ローソンはおにぎりやサンドイッチなどの食品を対象に仕入れ数を予測している。ローソンは全国の仕入れ予測をもとに生産計画をつくり、食材の調達量を決めている。AIに過去2年分の仕入れ実績を学習させて、仕入れ数を予測できるようにした。

(2021/6/25 日経MJ)

コンビニなど仕事量が多く、少しでも多く人手を確保したい職種では、デジタル化できるところからどんどんしていったほうがいいと思う。勘に頼っているとその店舗ごとによって値引き率に差ができてしまうので、システムとして一律化されているほうが買う側も把握しやすくありがたい。ただこの先のことを考えると、人の頭で考えることなくすべてAIに頼ってしまうのも知識や経験を積むという点では少し心配ではあるので、うまくバランスを保って両立していったほうがいいと感じた。

3) 「捨てられた傘をおしゃれなバッグに 大丸梅田店が回収・販売」

大丸梅田店は、顧客から引き取った廃棄傘をアップサイクルする取り組み「モトカサブロジェクト」を開始した。製作したオリジナルバッグを6月23～29日、同店1階の婦人洋品売り場で販売する。

同店では傘の買い替え時に顧客から引き取る傘が年間約300本ある。婦人洋品担当の高山朋子さんは「買い替えで不用になった傘や、修理するのに時間がかかるために処分したいというお客様からの申し出に答え、不用傘を引き取ってきた」と言う。ただ、不用傘は産業廃棄物として処分されるため、廃棄コストもばかにならない。

「傘を捨てたら終わりでもいいのか、（傘の骨が折れていても）生地部分がきれいな傘もあってもったいない。他に何かできることはないのか」。疑問を抱いた高山さんは、産休から職場復帰してすぐに社内の提案制度「チャレンジカード」に応募した。梅田店独自の企画提案の場「ハツメッセ」で廃棄傘の企画が採用され、2020年9月にプロジェクトがスタートした。

廃棄傘を回収して商品化すると同時に、ゴミとなる廃棄傘を減らすのが目標だ。当初は飛沫感染防止シートや自転車、ランドセルなどの雨カバー、ディスプレイやオブジェなどリユースやリサイクル、リメイクの観点で検討した。だが衛生面の問題を解決できる協力先がなかなか見つからず、ようやく出会えたのが、ビニール傘から生まれたブランド「ブラスティシティ」を製造販売するモンドデザイン（東京、堀池 洋平社長）だった。置き忘れや廃棄されたビニール傘を独自のアップサイクルなモノ作りで新たなバッグに生まれ変わらせる。

工程はすべて手作業で、廃棄傘を解体、洗浄後、ビニールと傘の生地、芯地とペットボトルのリサイクル生地の4枚を重ねて圧着。国内の技術力のある職人が裁断、縫製し、トートバッグとサコシュを製作した。傘の生地の形状をそのまま生かしたデザインが特徴で、

トートバッグの両端のホックを留めればコンパクトなフォルムになる。価格はトートバッグ1万6940円（税込）、サコッシュ9680円（同）。

29日まで営業するポップアップストアでは、ビニール傘だけを使ったプラスティシティのオリジナルトートバッグ（1万5400円）とクラッチバッグ（9900円）、マルチショルダーケース（7370円）も販売する。購入者には傘生地から作ったエコバッグやマスクケース、折りたたみ傘ケース、ティッシュケースをノベルティとして無料で提供する。政策は障害者を支援するNPO法人トゥギャザーが運営する店舗「パティスリーとっと」に依頼した。お気に入りの傘からエコバッグが作れるオーダーも受け付ける。

今年3月から店内で同プロジェクトの告知と傘の回収を呼びかけたところ、初日から問い合わせがあり、1人で10本の傘を持ってきた人もいるという。すでに洋服のリサイクルは広まっているが、傘の引き取りはこれまでなかった。高山さんは「地球に良いことをしたい人に対して行動に移すキッカケ作りができればと思う。ビニール傘廃棄問題の解決にもつながるので、今後も活動を続けていきたい」と意欲的だ。

（2021/06/23 WWDJAPAN）

個人的にも傘の廃棄にはいつも困っており壊れた場合に捨てるのも一苦労だったりする。このバッグは手作業なので量産できるものではないが、百貨店での取扱いということもあり少し付加価値のあるものに生まれ変わっているといえる。まだ使える傘は駅などに誰でも利用できるように置いておき、できる限り傘として活用したあとに、こういったアップサイクルを利用するのが理想的ではないかと感じた。