

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「スーパーセンタートライアル宮田店、AI冷蔵ショーケースなど最先端設備導入」
- 2) 「無人店舗システムを販売 ダイワ通信、顔認証や自動決済」
- 3) 「KFC “オリジナルチキン” 付き年賀はがき2022郵便局とネットショップで発売」

1) 「スーパーセンタートライアル宮田店、AI冷蔵ショーケースなど最先端設備導入」

トライアルカンパニーは10月28日、福岡県宮若市にトライアル史上最先端のスマートストアとして「スーパーセンタートライアル宮田店」をオープンした。

スマートストアとは、同社グループで、IoT機器やAI技術を導入し、データの利活用をもとに新しい購買体験を提供したり、効率的な運営を可能にしたりする店舗形態。「スーパーセンタートライアル宮田店」は、2021年7月に発表した、産官学協働で推進するリテールDXを軸にしたまちづくり「リモートワークタウン ムスブ宮若」プロジェクトの実証実験の場となっている。自社開発の「スマートショッピングカート」を約200台、「リテールAIカメラ」を約200台、「デジタルサイネージ」を約120台導入。店舗初実装となる、AIカメラとセンサーを備えた最先端の冷蔵ケース「AI冷蔵ショーケース」を18台設置し、トライアル史上最先端の設備を備えた。

「リモートワークタウン ムスブ宮若」は、小売DX企業のトライアルと宮若市が協働して推進する地方創生・まちづくり構想。産官学による「リテールDXの拠点づくり」を目指し、リテール企業とメーカーが共同で実証実験を行う。

「スーパーセンタートライアル宮田店」は、スマートショッピングカートをはじめとしたデバイス開発センター「トライアルIoTラボ」と、トライアルと取引先企業が共同でリテールAIの仕組みを作る「MUSUBU AI」で開発されたリテールテック、IoT機器の実証実験の場として活用される。

研究・開発施設には、花王グループカスタマーマーケティング、サントリー酒類、日本アクセス、日本ハム、P&Gジャパン、フクシマガリレイ、リテールAI研究会（五十音順）、菓子メーカー、飲料メーカー、他2社の合計10社と1団体の入居が決定しており、今後も複数企業が入居予定だ。

今回「スーパーセンタートライアル宮田店」に店舗初実装する「AI冷蔵ショーケース」は、AIカメラ・センサーで商品の欠品を監視する冷蔵ケース。従来は欠品が発生していないかどうかはスタッフが目視で確認していたが、同ケースでは、これら業務をAIカメラやセンサーが代替する。「どの商品がいつ欠品したか」を店舗のスタッフに情報連携し、商品の発注・補充業務に生かす。

ケースにはLEDが設置され、色によっていつ欠品が発生したかがわかるようになっている。例えば日本語が不得意な外国人の店舗スタッフでも直感的に理解できるように、実際の店舗オペレーションを想定した工夫がされている。商品を陳列するケースが人をサポートし、一緒に売場作りをより良くしていくことをコンセプトにしている。

「スマートショッピングカート」は、専用のプリペイドカードをカートに登録の上、付属するスキャナーで顧客自らが商品バーコードを読み取ることで通常のレジでの商品登録、会計の手順を省き、専用ゲートを通過するだけで、キャッシュレス会計を済ませることが出来る。レジ待ちの時間を大幅に短縮すると共に、店舗オペレーションの省力化を実現。売場でスキャンした商品に応じたレコメンドをカート付属のタブレット画面に表示したりその場で使えるクーポンを配信したりするといった機能も搭載している。スマートショッピ

ングカートは、全国269店舗のトライアルのうち47店舗で合計約5000台が稼働している。

「リテールAIカメラ」は、小売店での使用に特化したAIエンジン搭載カメラ。商品棚の監視、顧客の店内での動線分析を実施することで、発注・補充オペレーションの最適化を図り、顧客が欲しいものを欲しい時に購入できる、快適な売場づくりに寄与するもの。

リテールAIカメラは、トライアル64店舗で合計約3800台採用している。

さらに、「デジタルサイネージ」を活用し、店舗全体もしくは売場単位で、全ての機体が同一の音声付き動画・静止画を表示する「フィーバータイム」、惣菜売場で作りたて・揚げたて商品の品出しを知らせる「出来たて動画」など、顧客に新たな価値を提供するためのさまざま試みに積極的に取り組む。デジタルサイネージは、トライアル37店舗で約1200台導入されている。

(2021/10/28 流通ニュース)

以前取り上げたニュースにもあるようにトライアルは率先して各所にAIを導入しており、度々話題になっている。消費者が使いやすいサービスはもちろん、従業員の作業効率も配慮したAIも各メーカー今後開発が進められそうだ。まだ導入店舗は少ないかもしれないが、ぜひ体験したい。

2) 「無人店舗システムを販売 ダイワ通信、顔認証や自動決済」

セキュリティー機器などを扱うダイワ通信（金沢市）が、人工知能（AI）カメラを活用した無人店舗システムの販売を始めた。顔認証で入店でき、退店時に専用アプリで自動決済するため、人件費や万引きリスクを抑制できる。まずは人材を確保しづらい過疎地域の小売店を中心に導入を広げ、2021年度は10店舗の設置を目指す。

無人店舗システム「Face Free motteke」は、退店時に持っていた商品の種類や数に従い自動で決済する。コアとなるのが店内に設置された多数のAIカメラや棚に備え付けられたセンサーだ。誰がどの商品を手にとったか、棚に戻したかを常に把握できる。店舗の出入り口にはゲートがあるのみで、セルフレジや店員の常駐は必要ない。

店舗の利用客は、あらかじめスマートフォンに専用アプリをダウンロードし、顔写真やクレジットカードを登録する。入店時には検温付きの顔認証カメラで本人確認し、欲しい商品を手に取り退店する。マイバッグや衣服のポケットに直接商品を入れても良い。

「誰が何の商品を取ったか」は、人と商品を追いかける2つの仕組みで認識する。「誰」にあたる人を主に追跡するのがマーケティングカメラだ。常に撮影しながら、店内での利用客の行動をつかむ。「何」にあたる商品を追跡するのがAIカメラ。棚の商品情報を常に撮影し、動いたら追跡する。棚の重量センサーも連動し、重さから商品の増減も判別する。

認識率は99%以上で、システムは15グラム以上の商品ならば対応できる。必要な人手は商品の補充や入れ替えのみで、人件費の削減が期待できる。アプリ利用者しか入店できないため、防犯対策にもなる。導入にかかる費用は30平方メートル弱で1500万～2000万円で、広さによって変動する。

システムはマーケティングにも生かせる。利用客の導線を記録し、商品棚での滞在時間や商品を戻した回数などを抽出できる。利用者の性別や年齢も把握するため、顧客ターゲットも絞りやすくなる。本社に置かれた実証店舗にはドラッグストアやスーパーなどの大手各社から視察があり、既に大学や自治体からは引き合いもあるという。

(2021/10/27 日経MJ)

コンビニを始め都心中心ではあるが無人店舗は増えてきている。ただこういったAIを活用した店舗で気になるのは費用面だが、削減できる人件費とカメラにかかる導入費用のバランスも考えたいところだ。ランニングコストを考慮するとシステム任せのほうが安価な気もするが、少なからず確認や清掃作業に人の手がかかるだろう。病院や駅構内、大学など適所に増えていってほしい。

3) 「KFC “オリジナルチキン” 付き年賀はがき2022郵便局とネットショップで発売」

日本ケンタッキー・フライド・チキンは11月1日、「ギフト付きKFCオリジナル年賀はがき」を発売する。全国約2000店舗の郵便局と、郵便局のネットショップで取り扱う。「ケンタッキーフライドチキン(KFC)」店舗では販売しない。

「ギフト付きKFCオリジナル年賀はがき」は、オリジナルチキン1ピース無料クーポン付きの年賀はがき。税込750円で3枚入り。受け取った後は、KFC店舗で年賀はがきを提示することで、チキンを受け取ることが可能。受取有効期間は2022年1月5日から1月31日まで。年賀はがきはその場で返却される。

年賀はがきのデザインは全2種類。1セットは3枚ともに同じデザインで提供する。デザインは、和装のカーネル・サンダースがオリジナルチキンを届けに来たかのようなコミカルなタイプと、ケンタッキーの樽型パッケージ「バーレル」をイラストタッチで描いたタイプ。

なお、ケンタッキーフライドチキンは、日本国内1号店「名西店」(名古屋市西区)を1970年11月21日にオープン。1972年にはカーネル・サンダースが初来日している。カーネル初来日からちょうど50周年となる2022年は、年賀はがきで日本全国にカーネルが訪れる。

(2021/10/31 食品産業新聞)

下火になっている年賀状文化だが「お年玉付き年賀はがき」以外の楽しみが増えれば再び盛り上がりを見せるのではないか。今は携帯でかんたんにギフトを送ることもできるが、郵便ポストを開けて届くギフトというのはやはり嬉しいものだ。残念ながらデザイン面であまりに広告臭が強いので、もう少しユーザーの自由が効くものになり、選べる商品も増えればまた新しい年賀状文化が始まるのかもしれない。来年のお正月にどれだけ話題になるか気になるところだ。