

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ローソン、店舗では初となる日用品の量り売り開始」
- 2) 「パナソニック、配達専用スーパー“Wolt Market”に冷凍・冷蔵設備を納入」
- 3) 「リンガーハット、緊急事態宣言などを想定したシステム導入へ」

1) 「ローソン、店舗では初となる日用品の量り売り開始」

ローソンは12月1日、ローソン店舗では初となる洗剤やシャンプーなど日用品の量り売りを、「ローソン千駄木不忍通店」で開始する。

2020年8月より東京都内のナチュラルローソンで量り売りを開始し、現在9店舗で実施している。そのうちの5店舗では、日用品に加えてドライフルーツやナッツなどの食品も販売している。今後、ローソンでの取扱店舗やカテゴリーの拡大も検討している。現在量り売りを実施しているナチュラルローソンでは、プラスチック容器での販売と比較し、およそ79%のプラスチック使用量削減につながっているという（2021年10月実績）。

購入層の約8割が女性で、中でも40代～50代の女性に好評。食品は30代の男性も購入している（Pontaカード会員データによる）。

ローソンはこれまで、店内いれたてコーヒーMACHI cafeのアイスコーヒー、店内厨房商品の一部商品での紙カップへの変更、一部店舗での国内コンビニエンスストアのプライベートブランドでは初めてとなる紙パック入りのミネラルウォーターの販売など、さまざまなプラスチック削減の取り組みを行っている。2030年には、2017年度対比で容器包装プラスチック使用量を30%削減することを目標としている。

（2021/11/30 流通ニュース）

近年、徐々に増えてきている量り売りだが、食品に加え日用品も増えてきたように思う。量り売りの課題はやはり使い方の提示方法と、価格が割高なのでは？という固定概念の払拭ではないだろうか。「安い」という売り込みはあまりされていないが、既存の梱包や手間賃を省くと実質割安に買える商品も多い。また8割が女性客ということで、男性客も利用しやすいような取り組みや売場づくりも今後課題になりそうだ。

2) 「パナソニック、配達専用スーパー“Wolt Market”に冷凍・冷蔵設備を納入」

パナソニック産機システムズは12月2日、Wolt Market Japanが全国に先駆け同日に札幌市にオープンする配達専用スーパー「Wolt Market」の「札幌ノルテプラザ店」「札幌白石店」に、冷凍・冷蔵設備一式を納入したと発表した。

「Wolt Market」は、ECサイトからの食料品や日用品の小口注文に迅速に対応するクイックコマース向けの「ダークストア」と呼ばれる配達専用のスーパーマーケット。「ダークストア」は、商品のピックアップおよび配達準備専用の実店舗となる。同社の関連会社であるWolt Japanが運営するフードデリバリーサービス「Wolt」のプラットフォーム（アプリ、ウェブサイト）、配達ネットワークを活用し、注文から30分程度で食料品、日用品を即時配達するもの。

店頭販売は行わないため消費者が入店することはないが、スーパーマーケットのような店内と品ぞろえになっており、商品の冷却保管用として、プレハブ冷凍・冷蔵庫などが採用された。コロナ禍における購買行動が実店舗からオンラインに移行し、欧米において多くの企業が参入し市場が急拡大しているダークストア事業は、国内の小売業界でも注目されている。パナソニック産機システムズとしても初めての納入事例となる。

(2021/12/02 流通ニュース)

フードデリバリーはコロナ禍をきっかけに急速し、まだ都心を中心ではあるが広く認知されるようになった。現在はあくまで「配達だけ」を担う企業が多いが、今後はそれに限らず、各々在庫やダークキッチンを持ち自社で運営するような形に変化する可能性もある。そうなった場合でも、飲食店や小売業にとって「競合」となるのではなくうまく共存して互いの弱点を補い合えるような関係性になってほしい。

3) 「リンガーハット、緊急事態宣言などを想定したシステム導入へ」

シリコンバレー発のAI企業であるパロアルトインサイトとリンガーハットは、緊急事態などに対応する需要予測システムの共同開発を開始した。

12月から社内での売上予測モデルの運用を開始するほか、2022年3月にテストバージョンの店舗シフト管理アプリを開発。2022年4月から5月に、実店舗でテスト運用をした後、2022年秋に全国約700店の「リンガーハット」および「とんかつ濱かつ」で本導入を予定する。

同システムは、消費者の需要を予測する従来のシステムに加えて、地震や台風などの自然災害、感染症のパンデミックなど、さまざまな緊急事態下で多様に化する消費者の需要を、AI（人工知能）を活用して予測できるのが特徴。

販売実績や気象情報、地域に関する情報などのデータを基に、消費者の需要予測。適正な発注数の算出、在庫管理、出荷量予測を行い、サプライチェーンの無駄を減らせるという。

さらに、緊急事態宣言や災害などで需要が急激に変化する事態を想定し、的確なデータを元に緊急事態下での需要予測も可能。通常シナリオと緊急シナリオの需要予測を切り替え、オペレーションの遅延をなくし、円滑化を実現する技術基盤になる。

昨今、新型コロナウイルスの感染拡大により消費者の行動様式が変わり、従来の需要予測モデルが通用しなくなっているという。これを機に、今後もさまざまな事態に備えて、あらゆる環境下で柔軟に対応できる強靱な需要予測モデルの開発が不可欠であると考え、同システムの開発に至ったという。

両社では、需要予測システムにより、コロナ禍で変化した消費者需要の予測さらに、飲食業界が抱える人手不足や食品ロスの解決を目指す。

(2021/12/01 CNET Japan)

これまでも大災害に見舞われ緊急事態に陥ることは何度もあったが、今回のコロナのように日本だけでなく世界中が一斉に不測の事態に陥ったときにどんなことが起こるかこの2年で思い知らされた。大手企業であればあるほど、こうしたシステムを活用することで様々な無駄省く効果を得られると思うので来年の導入後どのような成果が出るか興味深い。