

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「“揚げたてです” 効果ある？ローソンがAIで会話データ分析」
- 2) 「原宿にロッカー型のジュース店」
- 3) 「“主食の座に就きたい” 朝から晩までラーメンずくめセットが人気」

1) 「“揚げたてです” 効果ある？ローソンがAIで会話データ分析」

ローソンは、マイクやカメラで記録した来店客や従業員の動き、会話のデータを人工知能（AI）で分析し、店舗運営の改善につなげる実証実験を始めた。商品陳列や店員の呼びかけの効果を分析して店づくりに生かし、売り上げ増につなげたい考えだ。

日本マイクロソフトと共同で11月から、神奈川県内の4店舗で始めた。各店の天井にカメラ8～12台を備え、レジ周りなどにマイク2、3台を設置している。来店客数や滞在時間、購入した商品などのデータを保存し、「揚げたてです」など店員の呼びかけが購入につながったかどうかを合わせて分析する。AIが、地域や客層に合わせた効果的な店舗運営を提案できるようにする。

成果が得られれば、全国の店舗に導入する方針だ。
(2021/12/04 読売新聞オンライン)

AIに関連したニュースを多く目にするようになり、見えないところで活用されていることを実感する。店側にとっては運営上に役立つし声掛けとの連動も重要だが、一方でセルフレジや自動販売機など「省人化」の動きもコンビニでは目立つように思う。地域によって運営方針は様々だが、アナログなのかハイテクなのか、店舗数の多いコンビニならではの動きに今後も注目したい。

2) 「原宿にロッカー型のジュース店」

貨幣処理機大手のグローリーは12月下旬、東京・原宿にロッカー型店舗を初めて開く。モバイルオーダーサービスを手掛けるショーケース・ギグ（東京・港）と連携し、スマートフォンから注文や決済をすれば指定時刻にロッカーから商品を取り出せる仕組みを構築した。今後、多店舗展開やシステムの外販も視野に入れる。

販売するのはフルーツオレ。注文や決済はショーケース・ギグが提供するモバイルオーダーサービスを活用し、スマホ決済と連動したスマートロッカーは2社で共同開発した。

注文用のウェブサイトにはGoogleマップやInstagramからアクセスできる。ロッカーは扉部分にモニターがあり、カラフルな映像の演出ができる。ドリンクの味やボトルラベルを個人の好みに合わせてカスタマイズできる。10～20代を中心に若年層の利用を見込む。

グローリーは駅などに設置するコインロッカーの国内市場で推定4～5割と高いシェアを誇る。2017年には電子マネーによる決済機能をつけた宅配ロッカーを発売するなど、スマートロッカーの開発を積極的に進めていた。今後は2号店をオープンするほか、食品や

アパレルなど無人販売と親和性の高い業種へ2社で共同開発したロッカー店舗システムを外販することも視野に入れる。

21年1月にショーケース・ギグと資本・業務提携した。無人ロッカー店舗のほか無人で注文や決済ができる端末を開発し、外食業界での新規顧客獲得を狙う。
(2021/12/10 日経MJ)

特にスマホの使い方に慣れた若年層向けに、モバイルオーダーは手早く受け取れる手段として今後主流になってくるだろう。コンビニやスーパーでも揚げたて惣菜のオーダーや商品の置き置きなど活用できる方法は多々あるが、広い層に受け入れられるにはやはり「スマホ操作」が基本となる。将来を見据え完全にデジタルにシフトするのか、高齢者向けのサービスも充実させるのか、バランスが難しいところだ。

3) 「“主食の座に就きたい” 朝から晩までラーメンずくめセットが人気」

即席麺製造のマルタイ（福岡市）の若手社員が、「ラーメンだって主食の座に就きたい」と、ラーメンずくめで過ごす1日を提案するセット商品を企画し、インターネット限定で販売している。セット向けに朝食やおやつオリジナルラーメンも開発。ファンの人気を集めている。

セットは「1day marutai」。入社2-6年目の若手6人のチームが手掛けた。目玉はおやつ用に開発した「ピスタチオラーメン」。入社2年目のプロジェクトリーダー杉元隆太さん（25）が担当した。国内でもブームになっているピスタチオを粉末にしてスープの3分の1に使ったほか、調味油としてピスタチオオイルをかけて食べる。試作を重ね、少し緑がかったスープが特徴のまろやかな味の洋風ラーメンに仕上げた。

朝食には3種類のみそを使ったスープのみそ汁風ラーメンを開発。サブリーダーの藤枝苑代さん（28）の実家がある地域で、みそ汁にそうめんを入れる食習慣があることから着想した。

昼食には定番の「マルタイラーメン」、夕食は同社で40年以上も商品開発に携わった職人がおいしさを追求した高級棒ラーメン「稗田（ひえだ）の博多豚骨拉麺（ラーメン）」をチョイス。夜食には、晩酌のつまみとしてラーメンの「かやく」の肉を付ける念の入れようだ。

新商品などの応援購入サイト「マクアケ」で11月11日から販売を開始すると、1日で目標金額の30万円を達成した。藤枝さんは「1日を通してラーメンを楽しめるというメッセージを伝えたい」と話している。販売は来年1月11日まで。1セット（2人分）3325円。

(2021/12/10 西日本新聞)

「ラーメンは朝に食べない」ほとんどの人はそういうイメージを持っていると思う。一部で朝ラーの提案もされていたりするが、浸透しているとは言い難い。しかし誰が決めた定番なのかずっと昔からそういうイメージはついてるが、別に時間帯に関わらず何を食べても問題はないはずだ。この例に限らず固定概念を取っ払えば広がる道は多いので、常にそうした目で物事を見ていたいと改めて思う。