



UX デザインされた 食品小売りイノベーション

[第3回] シリコンバレーレポート

Eコマースの怪物、Amazon が実店舗「Amazon Go」の展開を進めています。
レジなしコンビニで集めたノウハウは、大型スーパーマーケットにも適用されるのでしょうか？
今回は「Amazon Go」での実体験をふまえて、新しい店舗スタイルについてレポートします。

Innovation(革新)、Disruption(混乱)、Transformation(変革)。米国のカンファレンスに出席すると、この順番で語られることが多くあります。新しい技術が出現し、既存の市場に新規参加者が現れて混乱が起り、その混乱のなかに変革が生まれるということでしょう。そして同時に、必ずUX (User eXperience: ユーザーの経験)という言葉が出てきます。

いま、UX によって Digital Transformation(DX) が起こっています。DX の着眼点は、市場規模が大きくて最もコストがかかっている領域に Digital Innovation を駆使し、コスト削減、もしくは効率化できる可能性を検証、並行して UX をもとにして新サービスや新業務オペレーションのモデルを創造することといわれています。Uber の事例に見るように、UX によって導かれた新モデルは既存の業界構造を一変する力を持っています。そして既存の業界構造が大きく変わる動きは Gradually (ゆっくりと徐々に)、then suddenly (そして突然に)に起こっているように感じられます。

最も身近に感じるDXのPlayerに、Amazonが挙げられます。ご存じの通り、1990年代はデリバリーする本屋さんでした。それが今では流通、金融、小売業界をも変える力を持つとしています。流通ではロボットを導入してコストを圧縮するとともに、効率的な配送手段を実現しています。

今回は、Amazonによる食品の小売りに焦点を当ててみたいと思います。

Amazonは、2017年8月にWholeFoods(高級スーパーマーケットチェーン)を買収しました。本社があるシアトルでは、食品店のコンセプト設



Amazon Go 利用イメージ

計や注文した商品の受け取りサービスを試してきましたが、この取り組みに WholeFoods を加えることで、巨大デジタル企業を支える実店舗という確固たる事業ポートフォリオを構築しました。

WholeFoods 買収前の2016年末に、AmazonはシアトルでAmazon Goのβ店(社員と関係者だけが入店可能)をオープンし、2018年1月にはそれを一般に開放、2018年秋にはサンフランシスコにも展開しました。日本のコンビニのような店舗面積で、アプリケーションをインストールした人ならば誰でも入店でき、商品をカバンなどに入れてゲートを出るだけで会計が完了します。

Amazon Goは店舗内の人の動き、顧客がどの商品を取ったかを捕捉するセンサーからの情報をもとに、レジで会計するステップを無くし、限りなく無人に近い運営を目指しているように思われ

ます。サンフランシスコの実店舗に足を運んでみましたが、レジで会計しないことを除けば、日本のコンビニと大差ありません。商品を取ったことなどを捕捉するセンサーが、商品陳列棚の上に同一方向に向けて2つずつあることは確認できましたが、陳列棚にあるという噂の重量センサーは、見た目には分かりませんでした。初めは商品をカバンに入れて店を出る行為に不安を感じましたが、慣れば家の冷蔵庫からモノをとるような気軽さが出てきました。

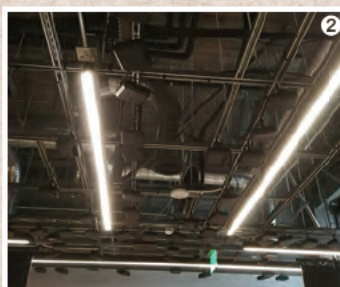
ただし、現段階ではあくまで実験店舗だと感じます。ゲートの入り口に1人、店内のカウンターに2人、店内を巡回している人が2人程度と5~6人が配置されており、商売として取り組んでいるのであるならば、間違いなく採算度外視だからです。しかし冒頭でお話した通り、DXの着眼点は、「最もコストがかかっている領域に対してDigital Innovationを駆使してコスト削減、もしくは効率化の実現できそうな部分」なのです。

いま、一昨年を買収したWholeFoodsで最もコストがかかっている領域はどこでしょうか。旧態依然

としたスーパーマーケットとして営業しているため、恐らく人件費でしょう。現在のAmazon Goでは写真のようにパッケージされている商品しか扱っていませんが、WholeFoodsではパッケージされていない果物、肉などの生鮮食品を扱っています。近い将来、Amazon Goで生鮮食品を取り扱い、WholeFoodsにそのしくみを展開し、人員削減に踏み切る可能性が高いと考えられます。

そして同時に、コンビニに近い規模の実験店舗を増やして無人店舗が実現された時、セブンイレブンなどのコンビニチェーンや、ガソリンスタンドの商品コーナーなども生存競争に巻き込まれます。このように考えると、Amazonの次の買収先はコンビニチェーンや石油小売りチェーンなどになるのではないかと予想できそうです。

Amazon Goでは、無人店舗を実現するためにどのような技術を駆使しているのか、見た目では一部しか確認することができませんでした。しかし、近い将来に種を明かされれば、現時点で誰しもが知っている技術を組み合わせて実現したしくみ(Innovation)だと気付くかもしれません。



①サンフランシスコ1号店の外観 ②天井には人の動きと棚から商品を取った際の動きを捕捉するためと思われるセンサーが付いている ③商品陳列棚の上方に同一方向に向けて2つずつのセンサーが付いている ④⑤品揃えは日本のコンビニと同じ。各商品棚には重さを量る機能がついているとの噂があったが、見た目では確認できなかった

※写真は Amazon.com, Inc. の承諾を得て、撮影・掲載しています。