

セブン&&アイ・フードシステムズ 「ポッポ幕張店に調理ロボット導入」



■自動タコ焼き調理ロボット「オクトシェフ」
工 程：生地の流れ込みから焼成まで
※食材の仕込みとトッピングはスタッフが行う。
1回当たり生産量：96個（12人分）／約20分
※スピードは人とほぼ同じ
費 用：約24万円／月 ※レンタル



■ソフトクリームロボット「レイタ」
工 程：注文受注から商品提供まで
1個当たりの提供時間：約45秒
提供種類：バニラ、ミックス、チョコレート

デニーズなどを展開する㈱セブン&アイ・フードシステムズは、関東地域の飲食店では初となる2種の調理ロボットを導入したファストフード店「ポッポ幕張店」を、10月17日（木）からイトーヨーカドー幕張店内にオープンした。

コネクテッドロボティクス社製の2種のロボット導入により、飲食店スタッフの負荷軽減を期待できるとともに、調理ロボットがたこ焼きやソフトクリームを作るエンターテイメント性を付加し集客につなげたい考え。

オープンに先駆けて実施された記者会見において、同社代表取締役社長の小松雅美氏は「社会環境の変化に加え、食の外部化進行による業界の垣根を超えた戦いの加速、フードコートの大型化や専門店の進出などの商業施設内の競争激化など、環境は厳しさを増す。激化するフードコート内の競争で選ば

れるために、品質と美味しさに加え、エンターテイメント性の高い売場を提供していくことが必要であると考え、今回ロボットを導入した」とした。

2種のロボット導入によるメリットとしては、品質の安定とエンターテイメント性に加え、人手不足・人件費高騰への対策として、労働時間・教育時間の短縮といえる。特にたこ焼きは熟練技術が必要であり、ロボット導入で約1人分の人件費（1日7時間程度）の改善につながる計算。今後の計画としては、第2ステップとして今川焼や他のメニューのロボット化を、第3ステップとして洗浄作業のロボット化を計画する。他店舗への導入拡大も視野には入れているが、今回の検証次第となる。

また、デニーズへのロボットの導入は揚物と洗浄作業での導入を視野に入れている。・・・**続きは正規版にお申し込み下さい。**

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平
台で展開され、弁当の盛り付けに特に力
を入れているという。百貨店の商品の盛り付け
を目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得
るように、品
目や色合いなど工夫され
ている。

米飯



「赤魚の粕漬弁当」
「季節の彩りはっつき弁当」
「季節の味覚お鍋」
「豚肉アスパラチーズ弁当」
「厚切り鮭弁当」

アツライ



惣菜

「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、開
ヨークベニマルの大高善興社長（代表取
締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）
は震災後1年の東北エリア、自社について次
のようにコメントした。

■3.11以降の変化
東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買
行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年
金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという
節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のある
ものを買うというニーズが一段と高まっており、大き
く二極化してきたといえる。どっちつかずの商品や
サービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のター
ゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などを
もっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や
志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に
「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブン
プレミアムシリーズに関してはリピーターが増えて
おり、特にゴールドシリーズに関しては、月を追う
ごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり
作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の
商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとってのPB
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜
であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセン
である。そこにデiyリーや加工、セブンプレミアム
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、
コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コ
ア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレ
ミアムシリーズに関してはリピーターが増えてお
り、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うこ
とに増えている。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり
作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の
商品で多くの支持を集めていくことが大切。
東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買
行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年
金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという
節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全



「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

◀▲上記記事は過去
掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・
スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web
閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金
年間サービス利用料：90,900円+税（税込 98,172円） ※こちらは小売業様価格となります。

■ご利用にあたって
※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしてお
ります。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、
11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用※ Cookie 使用。
※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》
株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛
FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546
携帯：090-2545-4724
E-mail：info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始）

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配 信 先 担 当 者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX:
請 求 先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL:
				FAX: