

マーケティング思考を養う 顧客創造のヒント vol.32

Profile 伊藤友紀

(株)フィットネスビズ代表取締役社長。プロサッカー選手を目指しも挫折、フィットネス業界ではトレーナーやマネージャーを経験し、開業集客などを多数担当。現在はクラブ運営と収益改善のコンサルティングを実施。得意分野はマーケティングとマネジメント。



皆さま、こんにちは。いつもながら事例を交えた顧客創造につながるキーワードを取りあげます。今月のキーワードは「匠の技術復古と技能のデータ化」で、取り上げる事例は神戸市が本店の洋菓子店「ユーハイム」が開発した人工知能(AI)を活用したバウムクーヘン専用オープンです。

ユーハイムは全国に店舗があるからご存知の方も多いでしょうが、今年3月には「純正自然宣言」をしていて、本当においしいお菓子はカラダにもやさしいと、自社のお菓子づくりへの哲学を明確にしています。添加物に頼らない、というのは聞こえの良さとは対照的に、製造の現場においては手間をかけることと同義であるから、それは大変なことだと思います。材料メーカーと共に加工材料から添加物を除くための取り組みを進め、さらに生産性を高めようと思ったら添加物のなかった頃の職人技術の復活、継承が不可欠な

のだそうです。ただ、新たな職人の育成にはそこへ要する労力、時間も相応に必要なことから、そこをテクノロジーでブレイクスルーさせる意図で今回の商品開発に至ったと言えます。職人が焼く生地や焼き具合を各層ごとに画像センサーで解析し、その技術を機械学習させてデータ化することで、熟練の職人が焼くのと同等なバウムクーヘンを無人で作ることができるようにしています。食品の製造現場における合理化、生産性の向上は、これまでローコスト化するために使う材料の置き換え(加工材料化)や機械化が中心だったと思います。そこには前述したような昔ながらの技法や技術といったものが失われてしまいう一面もあったのでしょうか。今回のバウムクーヘン専用のAIオープンも機械化であることには変わりありませんが、そこに込められているのは「職人における匠の技術復古」であると同時に「技能のデータ化」でもあります。

今回は洋菓子が舞台になったのですが、現状では様々な世界で職人の後継者不足とそれに伴う伝統技術の継承断絶への懸念は高まっている状況です。それだけに今回のような技術復古と技能のデータ化、あるいは見える化などは、技術資産や文化資産の継承へ寄与する面があるように思えます。

現在ではスポーツの世界でも職人技と通じるトップアスリートのパフォーマンスのデータ化は著しいものがあります。私たちトレーナーの世界においても、こうした技能のデータ化や見える化は動きが出てきたところでしょう。フィットネスクラブの現場でも単なるローコスト化のための無人化やデジタル化ではなく、提供価値を高める要素が内包された形での活用を考えていくのが良いだろうと思います。