SUPER HOSOKAWA

Fresh Foods スーパー細川

株式会社スーパー細川

日常の買い物を健康増進につなげるDX

中津市を中心にスーパーマーケットを４店舗展開するスーパー細川。
レシートデータと健康アプリをデータ連携させ、AI 解析でその人に適した「健康に資する食事・運動」を推奨し、お客様の健康的な生活習慣を支援する。日常の買い物を健康増進につなげるDX に取り組む。
国主催のデジタル田園都市国家構想「冬の Digi 田甲子園」で審査員から高い評価を得たこの取り組みで、「食」を通じてお客様一人ひとりの健康的な生活を支え、地域全体を元気にしていく。

事業者名	株式会社スーパー細川
業種	小売業（総合スーパー）
カテゴリー	顧客体験変革
ソリューション	データ連携、AI
コンサルティングパートナー	東芝データ株式会社
ソリューションパートナー	株式会社リンクアンドコミュニケーション

ビジョン 「食」を通じて、地域を元気にする

1982年の設立以来、日本で一番美味しい食材を販売するスーパーマーケットにしたいとの思いで、全国の産地へ直接出向いて商品を選定する。「より安全で・おいしく・旬のものを、買いやすい値段・食べやすい状態で提供する」を経営方針に掲げ、地域密着で成長を続ける。
「食」を通じて、地域住民の健康増進をさらに支えるため、DXで「健康を提供するスーパー」へ進化を遂げる。

ハードル 品質や健康より低価格を優先する購買行動

長引く地域経済の低迷などから、お客様の「安さ」を求める傾向が目立つようになっている。価格ばかりに注目し、食材や食生活そのものに目を向けられていない状況の中で、栄養の偏りから健康を損ねたり、安さゆえの必要以上の購入による食材廃棄などの問題が生じている。お客様に食の価値が伝わり、健康的な購買行動につながる仕組みが必要である。

ソリューション AI 提案型健康増進アプリとのデータ連携

電子レシートサービス「スマートレシート®」と、購買データや健康データをAIが分析し、おすすめレシピの提案や運動のアドバイスをする健康アプリ「カロママ プラス」の機能を連携。お客様一人ひとりに合わせて、栄養バランスを配慮したレシピや運動メニューをAIが自動で提案することで、健康意識の向上や日々の生活習慣の改善などの行動変容を促す。また、データを通じて得たお客様のニーズをヒントに高付加価値な商品を提供する。スーパー細川は、DXで新たな顧客体験を創出し続けていく。

株式会社スーパー細川
代表取締役
細川 唯氏

食の本当の価値をお客様に伝えたい

――スーパー細川について教えてください。

細川：弊社は、戦後に祖父が開いた養鶏場から始まり、からあげ屋を経て41年前に地域密着型のスーパーマーケットとして設立、私が3代目です。日本で一番美味しい食材を販売するスーパーマーケットにしたいと思い、全国の旬で美味しい食材を探して販売することに努めています。

――細川さんが3代目ということですが、なぜ会社を継がれたのですか？

細川：最初は、中津市に弊社のような小さなスーパーは本当に必要なのか疑問でした。そんな中、店舗視察を兼ねて大手のスーパーへ行った時に、いつも弊社へ買い物に来るお客様が牛肉を購入しているのを目撃したのです。少し残念に思い、後日、お会いした時に尋ねてみたら、「細川君のところは高いからね」と言われ、かなりショックを受けました。確かに、価格だけで比較すれば大手スーパーの方が安いです。ですが、弊社の商品は正真正銘の国産で品質も良く、価格も決して割高というものではありません。なのになぜ他店なのか。

そのことを考えているうちに、「弊社はお客様に対して、安全で美味しく品質の良い食材の価値を十分にお伝えできていないのではないか。その価値を発信することに真摯に取り組む必要がある。」と思うようになりました。商品の質にもこだわり、その伝え方にもこだわる。そして、お客様に召し上がっていただき、味を知ってもらうことで、「やっぱりスーパー細川じゃないとダメだよね」と思ってもらえるようなお店にしないと、弊社の存在価値がなくなると考えました。

中津の人たちが、品質の良い食材を選ぶようになれば、競合店は質の悪い食材を売らなくなります。弊社がこれまで食材の品質を伝えることにそれほどこだわらなかったために、安い食材を求めてお客様が他店へ流れてしまったと思うので、品質の良い美味しい食材を売り、その価値を伝えていく姿勢が重要だと感じました。「食」を通じて地域に貢献し、中津市をより良い地域にしていきたいと思い、会社を継ぐことにしたのです。

――地域に密着するスーパーマーケットとしての役割に気付かれたのですね。細川さんはどのように本事業を知りましたか？

細川：私は中津市の商工会議所で副会頭を務めているので、そこで聞きました。私はかねてから、DXは「デジタルと生活の融合」だと考えていました。スマホが登場してから人々の行動が変化し、データをもとにその人の生活パターンを変えられる時代になったことから、弊社でも以前から、スマホとデータを連携させることでお客様の生活パターンを変化できると考えていたのです。ですから、この事業の趣旨と私が想い描いていることはまさに合致していると思い、手を挙げました。

――細川さんのビジョンを教えていただけますか？

細川：「食」を通じて中津市の人の健康寿命を延ばしたいです。地域のお客様に美味しいものを食べてもらいたいという想いには、食を通じて健康になってもらいたいという願いを込めています。病院や施設に入ることなく最期まで元気に生活する人を増やしたい、そういう食を提案したいと思っています。そのためには、お客様に質の良いものでバランスよく食事をしてもらわないといけません。弊社がお客様に食事メニューを提案できる会社になれば、お客様は楽しく食事をし、健康になり、そして中津市全体が元気な地域になると思います。この事業に参加したことで、そのビジョンを実現できるスタートラインに立てたのではないかと感じています。

――業界も含め、現在どんな課題を抱えていますか？

細川：価格一辺倒の傾向により、お客様が健康的な食生活を続けづらくなっていることです。みんな価格ばかりに注目し、食材や食生活そのものに目を向けられていないように感じます。価格にとらわれてしまうことは、必要以上に商品を買ってしまい、結果的に廃棄してしまう食品ロスの問題にもつながってしまうのです。

SUPER HOSOKAWA

株式会社スーパー細川

株式会社スーパー細川
代表取締役
細川 唯氏

お客様の健康増進を実現するためのDX

――その課題を解決するため、今回の取り組んだ具体的な内容についてお伺いできますか？

細川：弊社のお客様のうち、購買データをスマートフォンに表示する電子レシートサービス「スマートレシート®」[1]の会員に、購買データや健康データをAIが分析し、おすすめレシピの提案や運動のアドバイスをするAI健康アプリ「カロママ プラス」をインストールしてもらい、健康に対する行動変容や健康増進に資する商品の購入を促す取り組みを行いました。「スマートレシート®」から得られる購買データと「カロママ プラス」に記録された実際の食事データや体重・歩数などのバイタルデータを連携することで、お客様一人ひとりに合わせて、栄養バランスを考えたレシピや運動メニューなどを自動で提案します。

お客様は「カロママ プラス」[2]を一度登録するだけ。お会計の10分後には、購入商品に合わせたレシピなどをお知らせ、すぐに取り入れられるおすすめ情報が届くので、無理なく自然と健康意識が高まります。また、AIがお客様の買い物や行動を自動で学習し続けるので、より精度の高い提案ができるようになります。

身近なスーパーでのお買い物データと自身の健康データを掛け合わせることで、住民のみなさんは日頃の生活習慣を見直すきっかけとなり、弊社はデータをヒントに高付加価値なサービスを提供することで、収益アップを目指します。さらに、行政は健康な住民が増えることで、社会保障費の抑制が見込めます。

――実証実験を通じて新たな気づきや変化はありましたか？

細川：一番の成果は、お客様、取引先、従業員の意識が変革したことです。実証実験に参加したお客様へのアンケートでは、健康に対する意識が変わった、健康になったという声が多く、とてもうれしかったです。

それだけでなく、健康関連の食品が想像以上に売れたことは驚きでした。この取り組みを始めて、常連のお客様から「無農薬の野菜を扱ってほしい」というご要望をいただいたので仕入れはしたのですが、じゃがいもやにんじんが通常の値段の3倍ぐらいで一袋1000円もするので、そんなに売れないだろうと思っていました。ところが想像以上に売れて、本当にびっくりするほど売れたので(笑)、生産者の農家の方が、「これほど売れるお店とはいったいどんなお店なのか知りたい！」と、北海道からわざわざ弊社に足を運んでくれたのです。ほかにも、「スーパー細川で、食品添加物を含まないハムを販売してほしい！」という声をいただき実際に販売してみると、これも結構売れるんですよ。今までの感覚だったら絶対に売れないような商品が好評なので、お客様の健康意識が向上していることを実感しています。データを通じてお客様のニーズを360度確認できるようになったことが、私にとっては非常に良かったです。

また、従業員の意識も大きく変わりました。実証実験を始める前は、「健康に役立つ商品の提供」だけを考えていましたが、今回の事業を機に「健康を提供するお店」へと昇華させたいと考えるようになったのです。健康コーナーも設置することで、お客様との対話も増えました。地元のスーパーだからこそ、お客様一人ひとりに健康寿命を延ばす意識を持っていただけるよう働きかけができますし、お客様と顔の見えるコミュニケーションがとれています。

[1]「スマートレシート®」は、東芝テック株式会社が開発したサービスで、紙で受け取っていたレシートが電子レシートとしてスマートフォンに届くレシート管理アプリです。お客さまは手元に紙のレシートを残さなくてもスマートフォンで購入履歴をいつでも確認することができます。(https://www.smartreceipt.jp/)

[2]「カロママ プラス」は、株式会社リンクアンドコミュニケーションが開発・運営するAI健康アプリ。アプリ内のAIキャラクターが、毎日の食事・運動・睡眠に、パーソナルな健康アドバイスを自動で提供します。(https://calomama.com/)

SUPER HOSOKAWA

株式会社スーパー細川

株式会社スーパー細川
代表取締役
細川 唯氏

――早速効果が表れていますね！

細川：はい。アンケートでは、「健康意識や身体の状態が変化した」というお客様が結構いらっしゃいまして、半数以上の方が「健康や栄養バランスを意識するようになった」と回答しています。そして約2ヶ月の平均で2.5kg、最大で4kgぐらい体重が落ちているので、実際のデータを見ると非常にいい傾向が出ているかなと。また、6割の方が「商品やレシピの提案が役に立った」、「野菜を買う頻度が増えた」と回答しており、手応えを感じています。

――今後の課題を教えてください。

細川：実証実験で一番感じた課題は、「スマートレシート®」アプリと「カロママ プラス」アプリの連携プロセスを簡略化させることです。個人情報の取り扱いが厳しく、アプリごとに登録する必要があるため、いくつもプロセスが発生してしまうことが、取り組んでみて初めてわかりました。実際、実証実験でアプリを連携してくれた人は53名とわずかで、これは当初の想定者数（400人）を下回っているだけでなく、「スマートレシート®」会員数の4%と低い割合です。もっと簡単に登録できるよう工夫する必要があります。DXを進めるためには、利用者が使いやすいように、できるかぎりハードルを下げなければなりません。引き続き改善して利用者を広げていきたいと思います。

大分県のDXの未来

――本事業に対する印象を教えてください。

細川：県の事業ですと短期的な成果を求められがちなイメージですが、今回の事業は、むしろ県全体の未来を見据え、これから中小企業を成長させていくという長期的な視点に立った強い意志が感じられます。県の前向きなチャレンジだととらえていますし、県全体を変えていける事業だと思っています。今回の取り組みを機に、各業界で取り組むDXの事例が増えれば、他の事業者も「あ、これなら私でもDXできそう！」と感じてもらえると思います。

――細川さんがDXに取り組む上で大切だと感じていることはありますか？

細川：「DX」や「デジタルトランスフォーメーション」と聞くと難しくとらえてしまうかもしれませんが、私は「デジタルとアナログの連携」と、「お客様目線でビジョンを描く」ことが鍵だと思っています。デジタルを上手に活用することで、アナログでやるべき業務に集中できます。例えば弊社なら、データ分析はアプリに任せて、従業員はお客様との会話やハートフルな接客に注力する割合を高めることができています。そうすることで、お客様の健康増進が実現するだけでなく、弊社の顧客満足度も一層高くなるのです。

「デジタルなんてわからない。新しいものは苦手だ。」と敬遠するのではなく、DXはお客様の生活がより良くなるようサポートしていく仕組みだととらえ、うまく活用していくべきです。せっかくこうした事業を県が用意してくれているのですから。「自社でもDXはできるのかな？」と不安な方でも、コンサルティングパートナーやソリューションパートナー、事務局のみなさんが強い味方になってくれます。私も本当に助けてもらいました。知らないことはわかりやすく教えてもらえるし、良い提案も出してくれます。迷っているときに背中を押し、元気づけてもらいました。

今後の展望について

――今後の展望について教えてください。

細川：地域住民がアプリを活用することで、食生活が変わって健康寿命が延び、地域全体が元気になるとうれしいです。お客様の健康に対する意識が高まり、ご自分の足で末永く弊社に来店してもらいたいと心から願っています。お客様には美味しいものを食べてほしいですが、毎日焼肉やから揚げばかりでは健康によくありません。アプリで野菜多めのメニューを促しつつ、日によっては「大分県産のネギと豚肉でネギしゃぶはいかがですか？」と弊社から提案することができるようになれば面白いですよね。

SUPER HOSOKAWA

株式会社スーパー細川

株式会社スーパー細川
代表取締役
細川 唯氏

――それはとても素敵ですね。

細川：人が変わるには、行動を変え習慣化することが重要です。実は、私の両親もこのアプリを使って健康意識が高まり行動が変わりました。例えば、毎日歩数を見る、アプリを見て健康のために何を買うべきかチェックするようになる、といったことです。実際にお客様からも野菜の購入頻度が増えた、運動するようになった、という声も寄せられています。習慣づくりにつながる提案を充実させるためにはデータを増やすことが重要なので、たくさんのお客様にこのアプリを使ってもらいたいです。

――他の地域への展開も考えられていますか？

細川：はい、多くの地域で使ってもらいたいので横展開したいと思っています。デジタル活用事例は横展開しやすいので、他のスーパーでも幅広く利用してもらいたいですね。スーパーがお客様に食事メニューを提案して健康を促し、その結果、健康寿命の長い地域にすることができれば、地域密着型スーパーの経営者冥利に尽きます。健康な人が増えれば、医療費・介護費等が減少しますから、社会全体にとっても大きな意味を持ちます。「売り手よし、買い手よし、世間よし」の、いわゆる「三方よし」のビジネスを目指していきたいです。

――最後に、モデル事業者として県内事業者へメッセージをいただけますか？

細川：まずは、ぜひこの事業に手を挙げてほしいです。どんなビジョンを実現したくてDXを活用するのか、そして、どうやったらお客様のニーズに応えられるかを、パートナーと一緒に考えていくことで、必要なDXの活用方法が見えてくると思います。

取組コスト

カロママ プラス利用（4ヶ月分）	2万円
データ連携	122万円
データ検証	141万円
各店舗サポート	28万円
販促費	12万円

成果

売上

実証に参加した方の１月の商品購入額が
昨年より約20%増

健康意識向上

「健康や栄養バランスを意識するようになった」	約50%
「スーパー細川からの商品やレシピの提案が役に立った」	約60%
「野菜を買う頻度が増えた」	約60%
アンケート回答者の平均体重	2.5kg減（2ヶ月平均）

メディア

大分合同新聞（R5.1.11掲載）

その他

国主催のデジタル田園都市国家構想
「冬のDigi田甲子園」審査委員評価　第９位

事業者名	株式会社スーパー細川	**業種**	小売業（総合スーパー）
所在地	大分県中津市大字万田391-1	**従業員数**	120名
代表者	細川唯	**HP**	https://super-hosokawa.com/