

■ CASE 01

ラーメン × ロボット

「顔パス」という 古の牧歌的な慣行を ロボットで実現



人気ラーメン店がコミュニケーションロボットで来店客をおもてなし

常連客がふらりと店に入って「いつもの!」とオーダーする。客と店との密なコミュニケーションゆえに成り立つ「顔パス」を人気ラーメン店がロボットで実現しようとしている。

2012年に開業の鶏ポタラーメン THANK(サンク)は、東京の大門とお茶の水で2店舗を展開する人気のラーメン店だ。鶏と野菜で作るポタージュスープをベースとしたラーメンが評判を呼び、行列の絶えない繁盛店として口コミやSNSなどで高い評価を得ている。

2017年2月、大門店に人型のコミュニケーションロボット「Sota(ソータ)」を導入し、日本マイクロソフトとヘッドウォータースによる「ロボットを使ったクラウド型顧客おもてなしサービス」を開

始した。

ラーメン店とロボットという異なる組み合わせのようにも感じられてしまうが、競争の激しい飲食店において顧客情報のデータベース化などIT導入に対する関心や意欲は高かったと店主の田邊雄二さんはいう。

「以前はスタッフがタブレットで手入力でお客さまの年齢やオーダーした内容、来店時間などをデータ化していました。この年齢層はこのメニューを多くオーダーする、この時間帯はこのよう

なメニューが多く出る、というようなデータを蓄積することが店舗運営には不可欠な情報だったのです」

ところが、昼間など特に混雑する時間帯になってくると、データを取るためのスタッフもフロアで接客をしなければならない。すると、1人ひとりの来客情報を

タブレットで入力するのも難しくなってきました。肝心の顧客サービスに支障が出ては困ると思っていた矢先、「ロボットを使ったクラウド型顧客おもてなしサービス」を導入することになり、およそ2カ月間のテストを経て、2017年2月からソータによる「顔パス」サービスを開始した。

■ 単なる人手不足解消ではない
■ ロボットの役割

「飲食店やラーメン店の接客にロボットを導入するというのは、今まで聞いたことがなかったのですが、顔写真で登録する『顔パス』という仕組みに興味がありました。またロボットということでエンターテインメント性も高く、さらなる集客にも効果があるのではないかと期待もありました」

この「顔パス」の具体的な利用の流れとしては、まず利用者が店にあるポスターやカードに記されたQRコードを使ってスマートフォンでアプリをダウンロードし、自分の顔写真を登録しておく。そして来店時に券売機で食券を



登録した来店客の顔を認識するとロボットが話しかける