

レシピ提案アプリ「うちレピ」が、2022年内の 正式版アプリ開発・リリースを決定

家庭での料理体験にイノベーションをもたらし、家族の「食」を通じて、
よりあたたかい世界の実現を目指します

サッポロホールディングス（株）は、2021年1月にリリースした（注1）おうちにある食材からつくれるレシピや買い足す食材候補を提案し、料理を通じた家族コミュニケーションができる「うちレピ」のβ版（注2）webアプリにおいて、生活者の家庭での料理に関するニーズの検証、および料理に関連する一連の体験をシームレスにつないだフードテックサービスの構築を目指した実証実験（注3）を実施してきました。それらの結果を踏まえ、この度、2022年に正式版アプリを開発することを決定しましたのでご報告します。2022年夏には、iOS/Android それぞれに対応したアプリのリリースを予定します。

【今後の方針について】

◆ 正式版アプリの概要・今後の展開

「うちレピ」のβ版webアプリのユーザー利用状況から、「うちレピ」正式版アプリは料理をつくる人だけがレシピを検索するサービスに留まらず、家族みんなで家庭の「食」を楽しみながらコミュニケーションが生まれるような、各家庭のライフスタイルに寄り添ったサービスをコンセプトに開発を進めます。具体的には、現在β版webアプリに搭載している機能を軸に大幅なリニューアルを行い、並行して、実証実験で効果のあった他社サービスとの連携による価値提供のスキームも検討していきます。

世の中の内食志向が高まり家庭での食事回数が増える中、顔を合わせる機会が多くなった家族のコミュニケーションを「うちレピ」がよりあたたかみのあるものにする中で、コロナ禍での先が見えない不安感に苛まれる中でも、家族のつながりをより強固なものにして前向きな喜びを提供し、社会へ貢献できるサービスの提供を目指します。

【背景説明】

◆ 実証実験実施の背景と結果

現在の「うちレピ」は、ユーザーの料理に関連する行動体験のうち、「在庫管理」「レシピ決め」にフォーカスしたサービス設計となっていますが、以下の各種連携を構築することで、「買い物」「調理」「保存」へのサービス拡張を図るべく、それぞれに関する実証実験を重ねてきました。

- ① 購入情報連携：スーパーマーケット等での買い物情報を、「うちレピ」の食材在庫として取得します。
- ② 買足し提案連携：スーパーマーケットの特売情報等と連携し、「うちレピ」から買足すべき食材候補を提案します。
- ③ 冷蔵庫内在庫情報連携：専用機器で取得する冷蔵庫内の特定商品の在庫情報を、「うちレピ」の食材在庫として取得します。
- ④ レシピデータ連携：調理家電を使用したレシピを「うちレピ」に掲載し、当該レシピを選択すると調理家電へ情報連携して、使用する機能が自動選択されます。



①②の「買い物」との連携では、スーパーマーケット利用顧客で実証実験を行った結果、「うちレピ」のユーザー数はスーパーマーケット利用客に限定しない場合と比較して 5.5 倍まで上昇（注 5）し、さらに「うちレピ」ユーザーは非ユーザーと比較してスーパーマーケットへの来店頻度が 35% 高いこと（注 6）が分かりました。またスーパーマーケット利用顧客へのインタビューにおいては、「②買足し提案連携」で実際に「うちレピ」からの配信内容を見て当該商品を購入したとの声も確認できました。

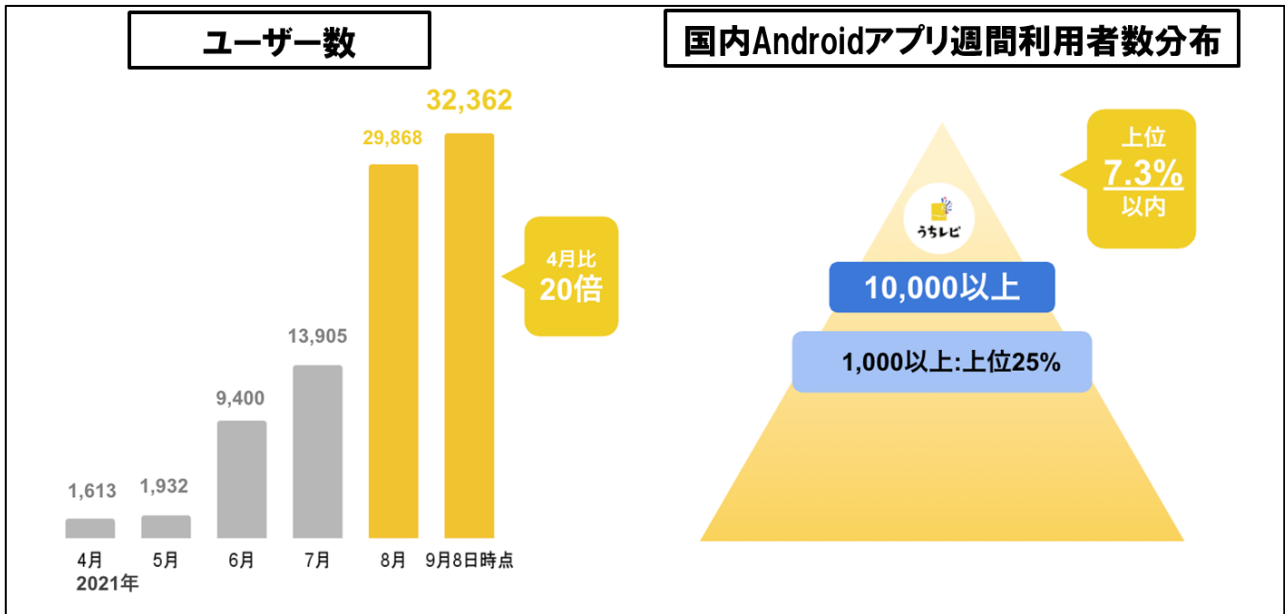
また④の「調理」との連携では、実証実験期間中の「うちレピ」のレシピ検索およびレシピ閲覧は、調理家電連携レシピが上位を独占しました（注 7）。さらに、調理家電側のアプリの調理実績ランキングにおいて、「うちレピ」とコラボ開発したレシピが 1 位を獲得（注 8）し、お互いのサービスで相互送客の効果を確認できました。

その他、③の「保存」との連携においても実証実験を体験したユーザーから、連携により利便性向上の声を確認できました。

「買い物」「保存」「調理」いずれにおいても、今回の実証実験を通して連携による相互送客の可能性を見出すことができました。

◆「うちレピ」のβ版 web アプリの稼働状況

「うちレピ」のβ版 web アプリは、2021 年 1 月のリリース以降ユーザー数を順調に伸ばし、9 月時点では 32,000 名を突破しました。さらに、目標としていた週間利用者数 10,000 名（注 9）を突破しました。リリースから 8 か月で国内 Android アプリの上位 8% の水準まで到達しており（注 10）、アプリとしての市場受容性を確認できました。



ユーザーの属性別では、20代～50代以上まで網羅的にご利用いただけていること、また男性が全体の20%を占めておりレシピ系サービスとしては高い構成比率であり、性別や年代を問わず広く受け入れられています。

一方、ユーザーのインタビューにおいては、「家族の料理に関する関心度の低さ」が家庭の料理課題として挙げられており、実際に「うちレピ」に搭載している機能の中でも、「家族に今日の献立や食後の感想を共有する」機能が、ユーザーの3人に1人が利用と最も頻度が高く、生活者の一定のニーズがあることが示唆されています。

・「きょうのごはん」にレシピを登録すれば、当該レシピに合うレシピをAIが提案。(ジャンル・調理方法・色見等)
 ・きょうのごはんから、家族にLINE上で献立をシェアしたり、買い物リスト・感想の共有が可能。

◆「うちレピ」について

「うちレピ」は、各ご家庭にある食材を登録して、それらの食材を組合わせてつくることができるレシピや買い足す食材

候補をAIが提案するwebアプリです（特許出願中）。日々の献立や買い物を考える手間を減らし、さらにご家庭の食材を使い切ることで気になる食品ロスが削減でき、家計にも嬉しいサービスです。提案するレシピはサッポログループのポッカサッポロフード&ビバレッジ（株）、神州一味噌（株）、ヤスマ（株）に加え、食関連の多くの企業様よりご提供いただいております。バラエティに富んだ信頼できるレシピに出会うことができるので、不慣れな方であっても家庭での料理に取り組めるようになります。

また、家族でご利用いただくことで食材在庫やお気に入りのレシピをシェアしたり、「とてもおいしかったよ」「今度、これ作ってみたい」といったコメントを残せるなど、料理に関するコミュニケーションをとることができます。

【うちレピβ版（注2）Webアプリ登録(無料)】

https://uchirepi.sapporoholdings.jp/?utm_source=sapporoholdings&utm_medium=referral&utm_campaign=newsrelease（ブランドサイト）

* 登録方法、動作環境も紹介しています。（アプリのご利用には、LINE アカウントが必要です。）

【SNS】

Instagram <https://www.instagram.com/uchirepi/>

Twitter <https://twitter.com/uchirepi/> ハッシュタグ：#うちレピ

* 推奨ブラウザ：Google Chrome（最新版）、Safari（最新版）

当社は「潤いを創造し 豊かさに貢献する」を経営理念に掲げています。今後も「うちレピ」を通じ大切な家族のことを思いつくる料理の時間を、もっと手軽に、もっとワクワクするものに変え、食卓でたくさんの笑顔が生まれるあたたかい世界を目指した取り組みを進めていきます。

(注1) <https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8739>

(注2) 開発途中にあるソフトウェアなどの製品。

(注3) <https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8799>

<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8800>

<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8801>

<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8833>

(注4) シャープ株式会社の提供するクラウドレシピサービス。

(注5) 6/19～8/22 期間の「うちレピ」全体ユーザーの増加率と、当該スーパーマーケット対象地域のユーザー増加率の比較。

(注6) 6/19～8/22 期間の当該スーパーマーケットと電子レシートアプリを使用しているユーザーと、加えて「うちレピ」を利用しているユーザーの、当該スーパーマーケットへの来店数を比較。

(注7) 6/1～6/30 期間の上位 10 位のうち、検索ランキングでは 7 位以外、閲覧ランキングでは 6,8,9 位以外。

(注8) レシピサービス「COCORO KITCHEN」（シャープ社）調べ。6 月のデ일리データ。

(注9) 1 週間に 1 回以上、アプリを起動したユーザー数。

(注10) App Ape（フラー社）調べ。2021 年 8 月の Android アプリ約 5 万個が対象。

以上