

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「フェリシモ、鮮魚事業に参入」
 - 2) 「食材、絵文字で 戒律、心配ご無用」
 - 3) 「ソニー、電子看板で新技術」
 - 4) 「スマート・ネットワークプロジェクト」
-

1) 「フェリシモ、鮮魚事業に参入」

通信販売のフェリシモ（神戸市中央区）は、鮮魚事業に進出すると発表した。水揚げ量が少なく一般の流通ルートに乗らない魚介類や、地元でしか食べられていない「地魚」を全国の漁港から直送。水揚げ当日に発送するため鮮度が高く、市価より安く購入できるという。同社が食品関連分野に本格参入するのは初めて。

魚の流通は、数量や規格が安定したものが中心で、それ以外の魚介類は廃棄されたり、地元だけで消費されたりしているのが現状という。

同社は地魚を有効活用しようと、水産流通会社の旬材（大阪府吹田市）と提携。全国約100カ所の漁港の漁獲情報を集約して買い付け人に提供するシステムを活用し、フェリシモが5日に開設する専用サイト「信頼市場」を通じて、産地から消費者に直送する。

商品単価は3500-5500円（送料込み）で、複数の魚の詰め合わせを、日時指定で発送する。傷が付きにくい釣りや定置網漁で得られた魚種が中心で、漁獲当日か翌日に発送する。

当面は長崎、島根の2漁港で水揚げされた地魚を直送。2011年度中には調達先を全国10漁港に広げ、売り上げ目標は1億5000万円、月1000件の新規顧客の獲得を見込む。今後は魚介類のほか、ミカンや米菓などの青果物、加工品の販売を予定している。

旬材の西川益道社長は「一般流通品に比べて、漁業者側は売価が2-3割上がり、消費者側は2-3割安く購入できる」と説明。の矢崎和彦社長は「日本の食と流通の仕組みを変える事業と自負している。新鮮でおいしい魚を家庭で楽しんでほしい」と話している。

「生活雑貨」のフェリシモと「鮮魚」が結びつくとは思わなかったので驚いた。「信頼市場」というだけあり、顔の見えない通販で長年かけて得た信頼があるからこそできるのかもれない。

2) 「食材、絵文字で 戒律、心配ご無用」

食材が一目で分かるピクトグラム（絵文字）を大阪市のNPO法人「インターナショナル」が開発し、横浜市で7日から始まるアジア太平洋経済協力会議（APEC）の宿泊先の6ホテルが導入する。宗教の戒律やアレルギーによる食べ物の制約を言語に頼らず伝える。各国首脳らによるレセプションパーティーのメニューにも絵文字が採用される予定だ。

絵文字は、クリーム色の背景に、牛や豚、魚、小麦や落花生など14種類が茶色で描かれている。専門のデザイナーが考案した図案を、国内外の1500人にアンケート調査を経て、どの国の人でも分かるように、改良を重ねた。

APECは21カ国・地域が加盟し、インドネシアやマレーシアなど、豚肉やアルコールを禁じるイスラム圏からも参加者がある。絵文字を10月末に導入した横浜ロイヤルパークホテルは「一目で食材が分かり、安心できる。好評です」と話している。

インターナショナル代表の菊池信孝さん（24）は「食材表示の方法は世界で決まっていない。国籍や宗教、言葉の違いを意識しないで済むように、絵文字を食材表示の国際標準にしたい」と話す。食品メーカーなどと来年4月に協議会を設立し、絵文字の世界的な普及を目指す。

危険を促すピクト等は多少絵は違えど世界共通であるが、そういわれると食べ物に関してはピクトというものがなかった。こうした表示がされていれば、文字が読めなくても、人に聞かなくても分かるので、よりスムーズになるだろう。

3) 「ソニー、電子看板で新技術」

ソニーは5日、電子看板（デジタルサイネージ）システムの新製品「ザイリスキャンバス」を11月30日に国内で発売すると発表した。通常の電子看板とは違い、ディスプレイの設置角度を斜めにしたり、組み合わせを自由に配置できるソニー独自の技術を採用。システム管理に家庭用ゲーム機「プレイステーション3（PS3）」を採用しているのも特徴。新システムを武器に、成長する電子看板市場でのシェア拡大を狙う。

これまでの電子看板は、ディスプレイを垂直と水平方向に並べて1枚の大画面のように設置するのが一般的だが、ソニーの新システムではディスプレイの枚数や大きさにかかわらず、自由な配置が可能。高性能CPU（中央演算処理装置）「セル」を搭載したPS3を再生機として使用することで、映像を瞬時に処理できるようになったためという。フルハイビジョン（HD）を超える解像度の映像も制作できる。ソニーは09年4月、同システムを米国と欧州で先行発売しており、これまでにスクリーン数にして計200枚を販売。米プロバスケットボール（NBA）のマイアミ・ヒートなどが採用している。

市場調査会社の富士キメラ総研によると、電子看板の国内市場は09年度の602億円から15年度には2倍以上の1260億円に伸びる見通し。ソニーは新システムについて「自由なレイアウトを生かした視覚効果を出すには、5-10枚が一番いい」（担当者）とし、ホテルやショッピングモールなど大型施設に売り込む考えだ。価格はソフトウェアと専用PS3の1セットで75万円。ディスプレイは別売り。ディスプレイ1枚につきPS3が1台必要となる。

プレイステーションという身近な家庭用ゲーム機を使用することによって、デジタルサイネージに対する認識が気軽で、身近に感じられるようになった。これを機にデジタルサイネージの普及が加速していきそうなので今後の動きを注目したい。

4) 「スマート・ネットワークプロジェクト」

NTTドコモやNEC、積水ハウス、日産自動車など12社が参加する「スマート・ネットワークプロジェクト」は4日、携帯電話や家電製品、電気自動車（EV）を通信で結び、快適で環境に優しい生活を実現するための実証実験を横浜市で始めた。7日から同市で始まったアジア太平洋経済協力会議(APEC)の出席者らにも披露し、アピールする。

実験は「横浜みなとみらい21」地区に建てたモデル住宅を中心に行う。家庭内のさまざまな製品を結ぶ通信規格を策定するのが狙い。平成23年3月まで実験を行い、規格を国際標準にしていきたい考えだ。

開所式でNTTドコモの山田隆持社長は「エネルギーインフラとICT（情報通信技術）の融合で二酸化炭素（CO2）低減に寄与したい」とあいさつし、実験の成果に期待を示した。

公開したのは「住宅/EVネットワーク」。積水ハウスの環境配慮型住宅「グリーンファースト」にドコモの携帯電話網を利用した通信制御装置「フェムト一体型ホームICT」を導入した。

携帯電話でさまざまな製品の情報を一元管理。画面に家庭内の電気の流れが表示され、例えば、太陽光の発電量が増えてきた場合にエアコンからEVの充電に切り替えたりできる。

同プロジェクトは、スマートグリッド（次世代送電網）やEVの普及に向けた通信規格の標準化を目指して発足。総務省の「ネットワーク統合制御システム標準化等推進事業」の一環として準備を進めてきた。通信機能を組み込んだスマートグリッドをめぐっては、自国のメーカーの開発や製品化に有利となる通信規格の国際標準化競争が世界的に激化している。

オール電化などのエネルギーの効率化や省エネ設備もそうだが、住環境から始まり大型施設へと導入されてきた流れがある。今後、住環境でこういったインフラが整えば、商環境への普及が見込まれるはずだ。