

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「“指一本”で手軽にお買い物、iPad 貸し出す地域密着ネットスーパー」
- 2) 「自衛隊、高速 SA を災害時拠点に 道路会社と協定」
- 3) 「ミッドタウンでスイカ 200 個を無料配布」
- 4) 「水をつけ凍らせて使うステンレス製うちわ」

1) 「“指一本”で手軽にお買い物、iPad 貸し出す地域密着ネットスーパー」

インターネットを通じて野菜や果物、日用品などを注文すると、自宅に届けてくれる「ネットスーパー」。家にいながら買い物ができる手軽さの半面、パソコン操作が難しかったり、実際に商品を見て選べない点に抵抗感を持つ人も少なくない。そこで、指一本で簡単に操作できるタブレット型端末「iPad」を利用、その上、地元のスーパーから宅配する地域密着型のネットスーパーが大阪市内に登場。子育て世代を中心に利用者を増やしている。

3 人の子供を育てる大阪市此花区の主婦（33）は、先月、ネットスーパー「おかいもの倶楽部」の会員になった。買い物しようと決めたら、入会時に貸与された「iPad」を取り出す。ボタンを 1 回押すと画面が立ち上がり、表示に従って、欲しい商品を選び画面にタッチ。リビングでも台所でも、たとえ子供たちが走り回っていても買い物ができる。「末っ子を先月出産したばかりで出かけるのが大変。操作も楽でその日に使う食材を買ったりするのに便利です」。週 2 回ほど利用している。

「おかいもの倶楽部」を運営するのは、ネットスーパーを展開している「三金」。先月 12 日、タブレット型端末を利用した買い物システムを開発した「日本おつかいサービス」と共同で、ネットスーパーとしては初めて、端末を貸し出すサービスを開始した。従来のネットスーパーはパソコンを使うことがほとんど。その場合、パソコンを起動してから専用サイトに接続しなくてはならない。時間がかかるうえ、パソコンに不慣れな消費者からは敬遠されていた。「おかいもの倶楽部」の場合、入会時に保証金 5000 円で iPad を貸与。そこにはあらかじめ同倶楽部のページが設定されており、すぐにお買い物を始められる。さらに通常のネットスーパーは、配達地域が広範囲にわたるが、あえて大阪市福島区と同市此花区に限定。地元スーパー 2 店舗と提携し、それぞれの店で販売されている商品を中心に配達するシステムに。エリアを限定することで、ネットスーパーにとって頭の痛い配送コストを抑えた。

地域密着型の配送システムにはほかにもメリットが。近所の知っている店に並んでいるものが届くとわかっていれば、気軽に生鮮品を買うことができると三金の金子稔社長。実際、他のネットスーパーに比べレタスやニンジンといった野菜が多い。日本おつかいサービスの森田修社長も「サザエさんに登場する“サブちゃん”のように、顔見知りで必要なものを届ける地域密着型のシステムを全国に広げたい」と話しており、子育て世代に限らず、高齢者の利用も期待しているという。

現代社会において高齢者や主婦などには心強いシステムなのかもしれない。しかし、スーパーは買い物とは別に主婦や近隣住民達の井戸端会議の場でもあったはずだ。このようなシステムが浸透するとともに、店前で楽しそうに話し込んでいる姿を見ることがなくなる日がくるというもあり得ない話しではない。店舗デザインを行う身として考えさせられるものがある。

2) 「自衛隊、高速 SA を災害時拠点に 道路会社と協定」

陸上自衛隊は災害対応をめぐり、東日本高速道路（NEXCO 東日本）や中日本高速道路（NEXCO 中日本）と連携を強化する。首都直下地震などの際は道路会社側がサービスエリアなどの土地や物資、通信回線などを陸自に提供し、陸自は救援活動に必要となる高速道路や施設の緊急復旧にあたる。昨年 3 月の東日本大震災を踏まえ、災害に迅速に対応するため緊密に協力する。

陸自東部方面隊の行動地域である東京都と関東 6 県に、甲信越（新潟、山梨、長野）や静岡を加えた 1 都 10 県が対象。災害派遣部隊が対象地域以外の場所に向かう場合や、東部方面隊以外の部隊が対象地域に派遣される場合も土地や物資を活用できる仕組みとする。

今回の連携は東日本大震災で自衛隊の災害派遣部隊が高速道路を使って被災地に向かった際、サービスエリアやパーキングエリアを燃料補給や食料確保に活用した経験を踏まえたものだ。自衛隊と道路会社側はすでに関連の協定を締結した。サービスエリアなどを使うときの手続きが簡単になり、救護や復旧の初動が素早くなる効果を見込む。平時から会議や訓練をして連携を深め、災害対応に万全を期す考えだ。

地域を結ぶ為に不可欠な高速道路がこのように災害対策を強化することは重要だと思うが、もっと生活に密着した部分でも災害対策が必要なのではないかと思う。全国チェーンの大型商業施設やコンビニ、従来からの公共施設では災害時協定が結ばれたり対策が取られているが、より生活者に近いローカルスーパーにももっとできることがあるのではないかと思う。物資もちろんそうだが、建築的にも避難所として活用できる店づくりが必要になるのではないか。

3) 「ミッドタウンでスイカ 200 個を無料配布」

東京ミッドタウンで 7 月 27 日、夏の暑さ対策の一環として、スイカを食べることをソーシャルアクションにする「100 万人のスイカーニバル」が開催された。主催は、環境省が参画する「熱中症予防声かけプロジェクト」。

熱中症にかかる人をなくすため、「ひと涼み」という日本らしい習慣を世の中に広げていこうと、クールビズ、省エネ・節電、熱中症対策に関する呼び掛けを一体的に行う「クールサマー2012」の関連事業として実施している「熱中症予防声かけプロジェクト」。熱中症は病気ではなく、水分をとること、部屋を涼しくすること、休息をとること、栄養をとることなどで防ぐことができるとし、オフィスにおけるこまめな水分補給の手段に「スイカビズ」を推奨。

「スイカは暑さ対策になるばかりか、スイカーつで人が集まり、みんなが笑顔になる」とし、スイカを食べるという現象を、インターネットなどで可視化し、夏の風物詩であるスイカをソーシャルアクションにしていくことを目的とした。

「スイカの日」でもある同日は、キャノピー・スクエアに高さ3メートルのスイカツリーを設置し、東京ミッドタウンの商業エリアで勤務するビジネスマンに「スイカビズ」を呼び掛け、山形県尾花沢産のスイカ約200個を無料配布。「山形県尾花沢のスイカは生産量日本一ということで夏の象徴として協力いただいた」と総合運営事務局の加藤さん。

「もともと7月27日は『土用の丑の日』で、『う』のつくものを食べると良いとされている。スイカは『ウォーターメロン』ということで、ぜひスイカを熱中症の予防に活用し、元気に夏を乗り切ってほしい」とも。

少しこじつけな気もするが、水分を多く含み糖分も補給できるスイカは効率的に感じる。スイカの伝統的な食べ方の塩をかける方法で、塩分補給も出来そうなので熱中症対策にも一躍を担ってくれそうだ。一般的な食べ物も、様々な切り口で脚光を当てる事も販促の一環としては有効的だと思った。

4) 「水をつけ凍らせて使うステンレス製うちわ」

エアコンがなかった時代の日本人の涼をとる知恵のひとつ、「水うちわ」をご存知だろうか。暑い時にうちわであおいでも暖かい風が起るだけだが、水に強い和紙で作られたうちわを水につけてあおぐと、気化熱で涼風が得られる。この「水うちわ」の知恵を生かし、さらに進化させたのが、新潟市にある島工業団地の活性化を目指す企業グループ「スマイルプロジェクト」が開発したステンレス製のうちわ「新扇組」（しんせんぐみ）だ。

厚さ0.2mmのステンレス製で、重量は約70g。持った感触は普通のうちわとほぼ変わらない。うちわを水に浸すところまでは同じだが、その後、冷凍庫に20-30分入れて「氷うちわ」にしてからあおぐと、水うちわよりさらに涼しさが増す。またうちわの軸内にアロマパットが内蔵されているため、アロマオイルをたらしてあおぐと、好みの香り付きの涼風も楽しめる。細かい穴を空けて透かし絵を入れ、デザイン面でも涼しさを演出している。

2012年6月に発売され、現在はネットショッピングモール「@モール」内に開設した同プロジェクトの販売ページや新潟県内のデパートなどで販売中。当初ネットからの注文は1日に10枚程度だったが、現在は約300枚にまで増加。また最近、新潟県内だけでなく全国の百貨店にも販路が拡大して店舗からの注文も増えているため、追加生産をかけている。しかし簡単にはできない加工もあり、欠品の恐れも出てきているという。

同製品は2年前の夏、扇子の生ぬるい風にうんざりしていた開発者が、ふと水に強い和紙で作った「水うちわ」の話を思い出したことがきっかけで誕生した。仕事で扱っているステンレス材も水に強いことから、「ステンレス素材を水につけて冷凍庫で冷やせば、水うちわよりもさらに涼しさが体感できるのでは」とひらめいたという。

しかし開発にあたっては苦労の連続だった。従来のうちわは約30-40g程度だが、ステンレスで試作したところ約100gに。そこで厚みを0.1mmにしたところ、今度はしなりが大きくなりすぎて、あおぐと騒音に近い金属音が発生。また透かし模様をつけるために、

0.25mm の丸穴と亀甲穴をあけたところ、風が通り抜けて風量が減少してしまう事態も起こった。そこでうちわに反りをいれて風を受けやすい形状にしたところ、風量が大きくなったばかりでなく金属音も抑えられたという。さらにうちわの取手をステンレスのパイプ材にしたことで、パイプ中の空気層が冷えて涼しさが持続するようになった。重さは数人の女性社員に持ってあおいでもらい、最終的に 0.2mm に決定した。

購入者からは「あおいだ瞬間の風の冷たさに驚いた」「取手の冷たさが手から伝わり、さらに涼しさを感じる」「アロマオイルは、入れた方が気持ちいい」などの声が寄せられている。

化学やテクノロジーが発達していなかった時代の工夫というものは、とても理にかなっており、現代においてもなるほど！と思うものばかりである。時代に合わせて進化するのは当たり前のことだと思うが、あまり注目されていなかった昔ながらのアイデアを見つけ出し、それを生かして現代バージョンに仕立て上げればいっそう「あっ」と驚く物が生まれそうだ。