

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「トラック物流より安全に、自動ブレーキや居眠り防止」
- 2) 「食品用ラップに化粧品、日本で買いためも」
- 3) 「東京、ミシュラン“三つ星”世界一、パリを上回り最多死守」

1) 「トラック物流より安全に、自動ブレーキや居眠り防止」

日野自動車などトラック各社は、居眠り防止機能や自動ブレーキ装置を備えたトラックやバスを相次ぎ発売する。インターネット通販の普及でトラック物流が急増、運行スケジュールも過密となり安全対策の強化が課題となっている。安全機能の充実でトラック事故を減らし、ネット時代に不可欠な効率的な輸送体制構築を後押しする。注文当日に商品が届く即日配送などのサービス向上にもつながりそうだ。

ネット通販は米アマゾン・ドット・コムなどネット大手のほか、スーパーなど小売り各社も参入し、手軽に商品を購入したい消費者の需要が急増している。国土交通省によると、2012年度のトラックの宅配便取扱個数は約34億8600万個で、前年度比3.7%増えた。ネット通販は単純な価格競争から、より短時間での配送を競いあつ時代に入りつつある。ヨドバシカメラなど家電量販店は物流施設を増やし、即日配送の地域拡大を急いでいる。より安全に効率的に商品を運べる物流体制を構築できれば、配送時間の一段の短縮などが期待できる。

日野自動車は2014年春に発売する大型観光バス、大型トラックに居眠り防止機能を標準装備する。車内に設置した小型カメラがドライバーの目の開き具合や顔の向きを検知。一定時間目を閉じていたり、正面を向いていない時間が続いたりすると警報が鳴る。最新の自動ブレーキ装置も標準搭載する。レーダーで前方の車両の距離や速度差を測り、衝突が避けられないと判断すると自動的にブレーキがかかり、被害を軽減する仕組み。従来は停止している車に対して追突を回避するものだったが、最新の装置は走行中の車にも対応する。

いすゞ自動車は年内にも発売するトラックやバスに、居眠り防止機能の搭載を始める。ドライバーの運転のクセを学習し、ハンドル操作のふらつきなどから居眠りなどを検知し警報ブザーを鳴らす。観光バスにはすでに自動ブレーキを標準装備しており、大型トラックについても今秋までに標準搭載する。三菱ふそうトラック・バスは自動ブレーキについて大型バス、大型トラックともに対応済み。今後は親会社の独タイムラーと協力するなど、横滑りや横転を防止する機能やドライバーの注意力低下を警告する機能を発展させ、順次車両に搭載していく。

ネットの普及は見えない部分にも大きく影響していることがよくわかる。ボタン一つで買物ができるようになっても、ボタンひとつではそれを配送することはできないため、人の手が必要になる。人が関わるということはミスをする可能性も増えるということだが、それを少しでも軽減できるよう、縁の下での改善・改良を応援したい。

2) 「食品用ラップに化粧品、日本で買いためも」

中国で日本製おむつが飛ぶように売れているが、実は海外で評価が高い日用品はほかにもあった。海外在住の日本人だけでなく現地の人、品質の観点から日本製を購入したり、日本人の友人が帰国する際に「お願い」したりするそうだ。

日本製の食品包装用ラップを称賛する声が、「NAVERまとめ」に集められた。「きれいに切れる」「なぜ海外に輸出されないのか」との意見があり、日本から海外に引っ越す際に「2年分ほど買い込んだ」との声まで飛び出した。

米カリフォルニア州・シリコンバレー地区に駐在する男性に取材した。現地には日系スーパーが数件あり、日本製の日用品を購入できる。日本での価格より2、3割増しになるが「ラップは日本製を買います」と話す。優れた品質は、多少割高でも構わないと判断している。日本人だけでなく、中国系や韓国系米国人の客も日本ブランドのラップを買っている様子だという。

ハワイ在住の日本人女性も、ラップは日本製にこだわる。「米国製は品質がちょっと…」と敬遠気味だ。現地で比較的手に入りやすいが、やはり価格は高めの設定なので「日本に一時帰国したときにまとめ買いします」と明かした。

日本の化粧品も人気がある。中国広東省深センに住む中国人夫婦に聞くと、夫人は化粧水や顔を覆うためのフェースマスクに日本メーカーのものを選ぶ。「中国では今日、低価格はもはや消費者に訴求しません。高品質が求められます」と話す。この夫婦は、最近生まれた赤ちゃんのおむつや幼児食も、日本製を買っているそうだ。

「一時帰国の際、現地の知人に化粧品や脂取り紙を購入してくるよう依頼されたことがあります」と話すのは、タイ在住経験のある日本人男性。タイではこうした製品を生産する日本メーカーが進出しているが、手に入らない種類もあるのだという。珍しい化粧品として「贈呈用に使ったのかもしれませんが」。前出のハワイ在住の女性は、友人の米国人から同じように「日本で買ってきて」としばしば頼まれるそうだ。

ほかに人気が高かった日本製の日用品はシャンプーとリンス、生理用品、さらにマヨネーズが挙げられた。シャンプーは「現地ブランドだと髪の毛がバリバリになる気がする」（シリコンバレー在住の男性）、またマヨネーズは「日系米国人も好んでいます」（ハワイ在住の女性）。肌触りや味覚といった繊細な感覚に触れるものは、「代用品」で妥協できないということだろうか。

アジアでは「メイド・イン・ジャパン」のブランド力は強いと、取材にこたえた中国系マレーシア人女性は認める。こうした日用品の多くは日本からの輸入品ではなく現地生産品だが、それでも消費者にとっては魅力なようだ。ただこの女性の場合、どこの国のブランドかというよりは友人の評価やネット上の口コミを吟味して購入を判断するという。そのうえで「日本製おむつ」を使っているそうだ。

今後の消費増税でメーカーは苦戦を強いられるかもしれないが、海外に目を向ければそれも少しマシになるのだろうか。東京オリンピックの時のおみやげが記念グッズよりもラップやシャンプーの方が人気、ということもあり得るかもしれない。

3) 「東京、ミシュラン“三つ星”世界一、パリを上回り最多死守」

東京は2020年の五輪開催に向けて世界各地からの旅行者を迎える中、「ミシュランガイド」の三つ星レストラン数で世界最多都市の地位を保った。しかし、その足元は食材の虚偽表示問題で揺れている。外国人客を含め消費者に対し、世界一の「美食都市」の名に恥じぬ料理を提供できるか正念場を迎えようとしている。

レストランやホテルの格付け本「ミシュランガイド」の東京、横浜、湘南地域の14年版で、東京の最高格付けの三つ星レストランは13店。前年より1店減ったものの、現時点ではパリを上回り、都市別で世界最多の地位を守った。

14年版では湘南地域の1店、関西地域の14店を含めた国内の三つ星店は合計28店となった。昨年は27店だった。フランスの13年版の26店を上回り、現時点では国別でも昨年が続いて日本が世界一だ。

一方、日本ホテル協会によると、エビなどの食材をメニューに偽って表示したり、牛脂注入肉を加工肉と表示していなかったりするなど、3割以上の加盟ホテルで虚偽表示が明らかになっている。同協会の広報担当によると、加盟する247ホテルのうち84カ所で虚偽表示があった。担当者は内規を理由に匿名で明らかにした。

東京、横浜、湘南地域で二つ星は2店増えて合計で60店だった。一つ星は208店で、前年比べて7店減った。また、10月に発表された関西版では三つ星が前年から2店増えて14店となった。野村証券で外食産業を担当する繁村京一郎アナリストは「ミシュランは東京というより、日本全体での魅力をより評価しようとしてきている。東京地域でのレストランの競争は今後厳しくなるだろう」と指摘する。一方で国内景気の回復や円安による外国人客の増加が高級レストランの追い風になると見ており「訪日外国人がより増え、日本の魅力が高まるにつれてガイドに掲載される店も増えていくだろう」と述べた。

今年のガイドからビブグルマンという「星は付かないけれどもコストパフォーマンスの高い食事を提供する調査員おすすめのレストラン」の紹介が始まった。具体的には5000円以下でコースやアラカルトを提供する店で、フランス料理で78店、イタリア料理で79店が選ばれた。対象となったのは東京のみ。

中には「俺のイタリアン Ginza」と「俺のフレンチ Ginza」が選ばれた。ガイドでの両店の紹介によると、イタリアンはスタンディングスタイル、フレンチではテーブル席もあり、ともに高級食材を使用、2000円から3500円で夜のアラカルトが提供されるという。

昨年のミシュランガイド2014の発表で、日本が世界一に輝いた。その翌日の12月4日、「和食」が無形文化財に登録され、世界に誇れる食文化としてアピールする下地は整った。ただ、食品偽装問題がせっかくの名誉を自ら汚す羽目になっている。食に対しての誇りを日本全体で持って、胸を張って提供出来るようなものをつくり出して行って欲しい。