

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「リトルマーメイド、動画で教育、FC支援」
- 2) 「ジャー入りサラダの自販機が米・シカゴで話題」
- 3) 「折り畳みヘルメット、着る布団 ユニーク防災グッズが人気」

1) 「リトルマーメイド、動画で教育、FC支援」

ベーカリー大手のマーメイドベーカリーパートナーズは動画システムを活用し、フランチャイズチェーン店の従業員教育を支援する。パンの製法や接客の仕方を動画できめ細かく解説し、アルバイトやパートの技術力を向上させる。パン食人気で他社との競合も激しくなっており、商品やサービスの質を高いレベルで統一し、店舗の競争力を高める狙いだ。

同社はベーカリー大手のアンデルセングループ（広島市）の事業会社で、パン店「リトルマーメイド」などをFC店を中心に全国で約420店展開している。

パンは工場で練った冷凍生地を各店舗に配送し、店内の厨房で成形・焼成などする仕組みだ。経験が無い初心者やアルバイトでも紙のマニュアルに沿ってパンを作ることができる半面、各FC店の品質やサービスレベルにばらつきが出かねない。教育役となっているパン職人の負担を軽減するためにも、動画教育システムが有効と判断した。

1月からFC加盟店向けに、eラーニングシステムの運用を本格的に始める。従業員は店舗に設置したパソコンで、動画を通じて業務の基礎的な知識やパンの製法、接客手法、衛生管理ルールなどを学ぶ。

例えば定期的に投入する新商品について、生地の特徴を説明しながら職人が実際に成形を上演してパン作りのコツを伝授する。レジでの商品の袋詰めなど接客面でも細かく指導する予定だ。従業員の年齢層は10-70歳代と幅広いため、従来の紙のマニュアルより容易に習得できるとみている。

約7割のFC店にeラーニングシステム搭載のパソコンを導入した。「eラーニングを活用すれば新商品のコンセプトなどが明確に共有でき、店舗の売り上げを伸ばせる」（高見恒也取締役）としてなるべく多くのFC店に導入を促していく方針だ。FC店の人材教育を支援し、各店が効率的に運営できるようにする。

マーメイドベーカリーパートナーズは海外では上海や香港、タイなどに進出している。2015年3月期の出店数は約20店で、来期は10店程度とする。海外でも店舗のサービスを一定レベルに向上させるため、eラーニングシステムの活用を検討する。

国内ではパンの人気が高まる一方で、パン職人の不足が課題となっており、人材育成の重要性が増している。

楽しむための動画が充実し多様化してきている中、動画での教育ももっと進化できる可能性があると思う。動画教育は手法として目新しいものではないが、より早くより簡単に世界中

とつながることができるようになったことを考えると取り入れない手はないだろう。サービスの均一化や情報共有がすみずみまで浸透すれば企業イメージの向上にも大きく影響してくると思う。

2) 「ジャー入りサラダの自販機が米・シカゴで話題」

シカゴで話題になっているサラダの自動販売機「Farmer's Fridge」。地元で採れたフレッシュな有機野菜や果物、チーズ、ナッツ、ベーコンなどが再利用可能なプラスチックのジャーに、彩り美しく入っています。モットーは、「品質、味、栄養面で妥協をしない」こと。

あざやかな7種類のサラダは、毎朝つくりたてを販売機にセット。サラダを保存するのに最適な温度が保たれているので、フレッシュな状態での購入が可能です。

夕方以降はサービスタイム。お買い得価格1ドル（約103円）になるため、ディナーのお供に買って帰る人も多いとのこと。ちなみに、余ったサラダは1日の終わりに地元のパントリーへ寄付されているので、素材が無駄になることはありません。

自動販売機のウッディーな外装は再生木材によるもので、食べ終わった瓶を入れるボックスも設置。購入者は、無理なくリサイクルに参加できる仕組みがうれしいところです。

シカゴに行くことができなくても、素材の組み合わせはレシピの参考になりそう。一部を紹介したいと思います。

「ハイ・プロテイン・サラダ」

ほうれん草、ヒヨコ豆、コーン、グリーンピース、パルメザンチーズ、いちじく、ブロッコリー、パンプキンシード

ドレッシング：レモンと練り胡麻（タヒニ）

「デトックスサラダ」

ケール、キヌア、スプラウト、フェンネル、パイナップル、ブルーベリー、いんげん

ドレッシング：ビネガーとレモン

「抗酸化サラダ」

葉野菜ミックス、ヤギのチーズ、ミックスベリー、アーモンド、人参、スプラウト

ドレッシング：亜麻仁オイルと白バルサミコ酢

Farmer's Fridgeは、現在シカゴのみで展開中ですが、開発者はニューヨークへの進出を検討しているといえます。ぜひ、日本にも上陸してほしいですね。

自販機先進国の日本ならすぐに取り入れられそうだが、どういったシチュエーションで利用するかがキーになると思う。コンビニ文化が浸透しているのでサラダだけをわざわざ自販機で買うことは少ないかもしれないが、オフィスや学校にあれば小腹が減った時に利用できるだろう。サラダの宅配サービスは都内の一部地域で行われているようだが、自販機ならもっと気軽に使えそうだ。

3) 「折り畳みヘルメット、着る布団 ユニーク防災グッズが人気」

自然災害が多発していることもあって、ユニークな防災グッズが注目されている。かばんに入る折り畳み式のかさ状ヘルメットや、ガラス繊維を使った丈夫な傘が登場。着るタイプの布団とマットのセットも、帰宅が難しいときに会社などに泊まりやすいと人気だ。

防災生活研究会（新潟市）の「A4シェルター・タフ」は、二つ折りのA4サイズのヘルメットだ。災害時にはかさ状に開いてかぶり、頭を落下物から守る。ランドセルなどにも入れやすいように、厚さは2センチ弱に抑えた。夜間の移動に備えてLEDライトを装備。救助者に居場所を伝えるホイッスルも付けた。希望小売価格は2,160円。

ドイツのエーベルハルト・ゲーベル社の傘「ユーロシルム パーディーパル アウトドア アンブレラ」は、フレームに高密度のガラス繊維を採用した。強風に強い上、絶縁性があり落雷の危険も少ないという。持ち手には方位磁石が付いており、避難の際も便利だ。6色あり、定価は6,264-7,344円。

交通網がまひして職場などに泊まる際に便利なのは、キングジムの「着る布団&エアーマット」だ。ポリエチレンとナイロンを素材にしたマットは、付属ポンプで空気を入れると約5センチの厚さに膨らむ。布団はつなぎ状で、靴を履いたまま着られるゆったりサイズ。前面のファスナーで着脱も手早くできて、着たまま歩ける。未使用時はA4サイズに収まり、書類棚などに保管しやすい。希望小売価格は4,860円。

防災袋は準備している人も少なくないと思うが、防災袋を置いている場所以外で災害に合うこともないわけではない。

コンパクトなものや、普段から使えるものが増えるのとっさの時に身を守る手段になるのでありがたい。