

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「吊り下げタイプの宅配BOX」
- 2) 「みずほ銀行、感情認識パーソナルロボット採用」
- 3) 「練馬独自の“みどり色” 開発へ、東京23区1位の緑被率誇る区の魅力発信」

---

### 1) 「吊り下げタイプの宅配BOX」

サンワサプライが運営する通販サイト「サンワダイレクト」は、宅配業者向けの手順案内POPが付属した吊り下げタイプの「宅配ボックス300-DLBOX002」の発売を開始した。「宅配ボックス300-DLBOX002」は、マンションやアパートなどの玄関横にある窓枠などに簡易固定する宅配ボックス。荷物を入れていない状態の時は、小さく折り畳むことができる。宅配者は、届け先が不在の場合でも、ダイヤル錠・南京錠などの盗難防止策を解除した上で、中にある認印で捺印し、伝票を収納、荷物を届けることができる。使用時の容量は24リットル（約W300×D200×H650mm）で、耐荷重は6kg。オープン価格は6980円で、現在は、サンワダイレクトのみの限定販売となっている。宅配荷物だけでなく、クリーニングなどの受け取りにも利用できるとのこと。

同様の宅配ボックスとしては、アマゾンと株式会社ナスタが開発した次世代ポスト「Qual」がある。こちらのサイズは、W450×D160×H450mmとなる。また去年は、株式会社エスキュービズム・テクノロジーが、スマートフォンで開閉、履歴管理の行える「スマート宅配BOX」を開発した。こちらのサイズは大きめで、W500×D500×H500mmとなる。オーダーサイズでの受付も行っている。

これら新しい宅配ボックスの登場は、通販の普及や一人暮らし世帯増加などを時代背景に、再配達のリスをなくすなど、今後の物流を助けるキートンとなる。利用者にとっても、宅配者との入れ違いによる面倒がなくなるなど、メリットが大きい。

「宅配ボックス300-DLBOX002」は、設置面やコスト面でもより安価かつ安易で、汎用性の高さでは優位性をもっている。一方「Qual」や「スマート宅配BOX」は、多少ハードルは高いものの専用性に優れているため、ユーザーは使用目的によって使い分けることができるだろう。今後さらに、様々な選択肢が増えてくることが予測される。

ロッカータイプの宅配ボックスが備え付けられているマンションでも使用中で使えないということもあるし、宅配ボックスがない集合住宅などでは個人で導入するというわけにもいかないの、なかなか良いアイデアだと思う。オートロックの場合どこにぶら下げるのかなど問題はあと思うが、少しでも再配達の手数が減れば環境負荷の軽減にもつながるので普及を応援したい。

---

## 2) 「みずほ銀行、感情認識パーソナルロボット採用」

みずほ銀行は、世界初の感情認識パーソナルロボット「Pepper」を、接客に活用し、今年7月から一部の店舗にて試行を開始する。全国展開を視野に入れ、導入店舗を順次拡大していく。

みずほ銀行専用のアプリケーションが搭載された「Pepper」は、金融関連情報の紹介やエンタテインメントの提供などを通じて、快適に過ごせる空間の創造を提供する。

将来的には、既存取引情報や最新金融情報との融合によるOne to One対応、多言語対応などの活用を展望している。

三井住友銀行では米国IBMの認知型コンピュータ「ワトソン」を年内にもコールセンターに採用するというニュースがあった。ロボットが人になって“臨機応変”に業務を行うというのは今はまだまだ「珍しいこと」だが、いずれそれも当たり前になる時代が来るのだろう。

スーパーでも様々なことがデジタル化になることで便利になってきているが、人とのつながりはやはりアナログに勝るものはないと思う。デジ・アナのバランスをうまく取って、高齢社会、少子化などの日本が抱える問題を解決していくことができればと思う。

---

## 3) 「練馬独自の“みどり色”開発へ、東京23区1位の緑被率誇る区の魅力発信」

「Yori Dori Midori 練馬」は、東京23区一の緑被率（※みどりの面積の割合）を誇る練馬区のさまざまな魅力を、区民だけでなく全国に発信していくプロジェクト。区民や区外から、樹木や植木だけでなく、人物、場所、道具、車両など、「緑と共に写っている練馬区」の写真を投稿してもらい、集まった練馬区の緑溢れる写真を紹介していく。

投稿されたたくさんの写真からモザイクアート制作、また、複数の「みどり色」を組み合わせ、「YoriDoriMidori 練馬」オリジナルの色とりどりの「みどり色」を創り出し、区のプロモーションに活用していくという“日本初”の広報プロジェクトだ。

また、この練馬区オリジナルの「みどり色」は、実際に絵具として実物化され、色とりどりの「ねりまグリーン」色として誕生する。

今後は、募集で集まった写真を使い、写真展を実施するほか、練馬区の独立記念日（※練馬区は昭和22年8月1日に板橋区から分離独立し、23番目の特別区として誕生）である8月1日に、「ねりまグリーン」を使って、練馬区のさまざまなスポットを紹介していく区民参加型のテレビCMを制作し、放映する予定だ。

食べ物などではなく「色」という切り口で他県へ発信するのは珍しいと感じた。景観条例にも今後影響して来るのかとも思う。「自分の住む町の色」といったアイコン化しやすいものがあると嬉しいし、ほかにもこのような“地元色”を指定するところも出て来そうなので注目したい。