

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ファミマ、店頭にTV電話 保健師・栄養士が健康相談」
 - 2) 「キリン、ビールの宅配サービス開始」
 - 3) 「マック、吉野家、日清“野菜メニュー”で女性客の取り込み狙う」
 - 4) 「廃棄寸前の食材で無料ランチ提供“Feeding the 5000”」
 - 5) 「布がタッチセンサーになる Project Jacquardにハンズオン」
-

1) 「ファミマ、店頭にTV電話 保健師・栄養士が健康相談」

ファミリーマートは店舗で高齢者を意識した健康志向のサービスや商品の種類を増やす。このほど大阪府内の店舗でテレビ電話を設置して、保健師や栄養士と健康について相談できるサービスを始めた。必要な炭水化物などの栄養素を満たし、塩分を抑えた健康志向の弁当の種類も増やす。拡大するシニア層の需要を積極的に取り込んでいく考えだ。

4月末から大阪府吹田市と連携し、吹田市内の2店舗のイトインコーナーにテレビ電話を設置した。コンビニの利用者がテレビの向こうに待機している吹田市の保健師や栄養士と健康相談が無料でできる。平日の午前9時-午後5時半まで利用可能となる。またイトインコーナーには体重計や血圧計なども設置して、高齢者の利用を促していく。ファミマは吹田市内のほかの店舗でも同様のサービスの拡大を検討していく。ローソンも4月にケアマネジャーが常駐し、高齢者や居宅介護者を支援する店舗の1号店を出店している。

ファミマは健康志向の商品も増やしてく。19日からは市民病院の管理栄養士が監修し、カロリーや塩分を抑えた弁当の第4弾となる商品を発売した。「チキンカツレツ風弁当」(498円)を関西の約2000店舗で取り扱う。コンビニではセブンイレブンやローソンも健康志向の弁当の取り扱いを強化している。

コンビニに登録販売者を配置したり、簡易検診キットなどを取り扱うなど医療の要素を取り入れた店は一時期増えたが、なかなか定着までには至っていない。このサービスも今後どのようになるかはわからないが、気軽に相談ができるというのは利用者にはメリットがあると思う。一時の話題に終わらせないためにも、こうしたサービスコールセンターなどで一手に引き受ける企業があれば、コンビニに限らずスーパーや飲食店など様々な店舗でサービスが広がるのではないかと期待したいところだ。

2) 「キリン、ビールの宅配サービス開始」

キリン、キリンビール、キリンビバレッジは5月28日、新サービス「キリンブルワリーオーナーズクラブ」、「KIRINAQUWISHソーダサーバー」を地域限定で先行展開すると発表した。

「キリンブルワリーオーナーズクラブ」は、工場からビールを直接家庭に届け専用サーバーで楽しむサービスで、キリンオンラインショップ「DRINX」を通じて、8月上旬より、1都3県（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）で先行展開する。

ビール工場でしか味わうことができなかった出来たての生ビールを、キリンの独自技術による鮮度を保つためのペットボトルに詰め、家庭に直送する。

スタイリッシュな専用ビールサーバーと共に出来たての味を楽しむことができる。

1Lペットボトル/2本入りで、毎月2回配送を行い、月額8000円（税別・送料込み）で、賞味期限は製造から30日。料金には、サーバーレンタル、炭酸カートリッジも含む。

2015年内は1000台限定で展開し、2016年夏季より順次拡大する。

「KIRIN AQUWISHソーダサーバー」は、キリンビバレッジ社が展開する水宅配サービス事業「KIRIN AQUWISH」において、これまで提供していた「富士山まろやか天然水」に炭酸水を楽しめる機能をウォーターサーバーに付加した。

「富士山まろやか天然水」で、炭酸水を直接飲用したり、お酒や果汁の割り材として使用するほか、料理への使用など、食卓のバリエーションを広げる。

7.15Lプラスチック製パック/4パック入りで、価格は1078円/1パック（税別、送料無料）。4パック/1箱単位のお届けで、賞味期限は6カ月。サーバーレンタル月額1000円（税別）、炭酸カートリッジ600円/1本（税別）、3本/1箱単位。

7月23日以降、東京23区内にて100台限定で順次先行展開し、2016年より本格展開する。

昔は家庭に酒屋さんが配達に来ていたが、現代版になるとずいぶんスマートでオシャレになる。サーバーのデザイン性も高く、出来立ての味を自宅で味わえとなればトレンドに敏感な人にはうってつけだろう。“日常に少しの贅沢”という風潮がある中ではこうしたサービスは今後も増えていくかもしれない。しばらくたてのオリーブオイルや醤油など調味料にも派生すれば面白いと思った。

3) 「マック、吉野家、日清“野菜メニュー”で女性客の取り込み狙う」

マクドナルドの「ベジタブルチキンバーガー」、吉野家の「ベジ丼」、日清の「カップヌードルベジータ」。大手外食や食品メーカーが2015年5月、タイミングを合わせたかのように野菜を使った新メニューを発売した。

各社、同じ時期になったことは「たまたま」というが、さながら「野菜メニュー・初夏の陣」の様相を呈してきた。特に女性客の取り込みがポイントになりそうだ。

マクドナルドは新商品で女性や家族連れにアピールする。5月25日に発売したのは「ベジタブルチキンバーガー」「ベジタブルチキンマフィン」のレギュラーメニューに加え、子ども向けの「モグモグマック」、サイドメニューの「サイドサラダ」の全4品。これまでも野菜

を強調したメニューはあったが、「シリーズとして1度にこれだけまとめて出すのは初めて」と同社広報は言う。

中国の仕入れ先が消費期限切れの鶏肉を使っていたことや異物混入問題で売り上げが低迷し、主婦層を中心とした女性の客足が遠のいている。発表会見でサラ・カサノバ社長が「母親や女性からのリクエストに応えたもの」と話すなど、女性客へのイメージ回復を図る狙いは明確だ。発売直後の段階ではあるが、サイドメニューのポテトをサラダに代えて注文する女性客もいるという。

吉野家は11種類の温野菜を盛り付け、牛肉が入っていない「ベジ丼」など、野菜を使った新メニュー3品を5月21日から販売開始。ベジ丼1つで1日に必要な量の半分の野菜が取れるという。

牛丼チェーンで肉が入っていないメニューとは意外だが、「奇抜さは狙っていない。健康志向のニーズに合わせた」と同社広報は語る。30-40代男性の既存客層がメインターゲットだとしながらも、店舗で話を聞くと女性客の注文が目立ち、材料がなくなりそうな日もあるという。出足は好調だ。吉野家は牛肉仕入れ価格の高騰などにより、14年12月に牛丼を300円から380円に値上げに踏み切り、その後4ヵ月連続で売り上げが落ちている。新メニューの投入で巻き返しを図る。

大手食品メーカーでは日清が「カップヌードルベジータ キャベツ&ベーコン」を5月25日に発売。同社によると、20-30代が野菜不足だというデータや「調理の手間をかけずに野菜をたっぷり食べたい」というヒアリング結果をもとに開発した。「1日に必要な量の3分の1の野菜が手軽に美味しく食べられる！」をうたい文句にしている。

テレビCMに人気漫画「ドラゴンボール」のキャラクターを起用するなど、若い男性を中心とする客層が中心となりそうだが、「女性を含めターゲットは幅広い」と話す。なお各社、新メニューは1年前から開発してきたとし、5月下旬に発売時期が重なったことは「たまたま」と説明する。いずれにせよ消費増税の影響やコスト高に悩む中、女性客の取り込みがポイントになりそうだ。

ここまで同時期に大手各社から野菜メニューが発売されるとのことで今まで以上により健康志向への拍車がかかるのではないかと感じた。今までハンバーガーや牛丼、カップラーメンはジャンクフードのイメージが強かったが、糖質などの意識が高い現代において、取り組みとしては今までなかったのが意外なぐらいのニュースだった。

ただ、やはり同時期に3社とも発売という点が大きなポイントで消費者のイメージ戦略においてプラスになるだろう。

ただ、このニュースから各社のもがきのような部分も伝わってくるため、ぜひこの動きが成功してくれればいいと感じた。

4) 「廃棄寸前の食材で無料ランチ提供 “Feeding the 5000”」

バンクーバーのアートギャラリー前で5月27日、廃棄寸前の食材を利用して5000人に無料のランチを提供するイベント「Feeding the 5000」が開かれ、捨てられるはずだった食材で作られた料理を多くの人が楽しんだ。

イベント主催者の一人、Elaine Chengさんは「食べられるのに廃棄される食品の量は知れば知るほど驚くばかりで、何かできることはないかと考えた」と開催理由を話す。

イギリスの「Feeding the 5000」主催者、Metro Vancouver、Jennifer Rustemeyerさん、North Shore Culinary Schoolなどと連絡を取り開催にこぎ着けた。

「多くの人の思いと助けが素晴らしいイベントに結び付いた。捨てられるはずだった食材がレストラン並みのメニューに仕上がるということを多くの人に知っていただければ」使用した食材はキャベツ、トマト、キュウリ、ピーマンなどの野菜、厚揚げ、ビーフなど。全て地元の食料品店やレストラン、スーパーマーケットなどから寄付された廃棄予定のもの。

メニューは「ビーフバーガー、トマトチャツネとキュウリのピクルス添え」「ベジタブル春巻き」「豆腐パフ、マンゴーカスタードクリーム入り」「豆腐パフ、スパイシービーフ入り」「チョコレートチップ入りブレッドプディング」など。教え子たちと料理を担当したNorth Shore Culinary SchoolのシェフDon Guthroさんは「どんな食材が集まるかわからなかったからメニューを決めたのは2日前だ」と笑いながらも、「余り物の野菜でも工夫次第でおいしくなった」と自信を見せた。

会場には廃棄予定だった野菜を配布するコーナーも設置。曲がったキュウリや色が悪いレタス、先が変色しているネギなどを見て、「これのどこが悪くてゴミなのか?」「細かく切ってしまうえば形の悪さは気にならない」などと話しながら袋に詰め、持ち帰る来場者の姿が見られた。

廃棄食材のみで6カ月間暮らす様子をドキュメンタリー映画「Just Eat It」としてまとめたJennifer Rustemeyerさんも、主催者の一人として参加。Rustemeyerさんは「環境問題については知っていても実際自分で何ができるかわからない人もいると思う。食品廃棄問題はすぐ実践できることもある身近な問題なので、映画やイベントが考えるきっかけになれば」と話し、「たくさんの方が集まってくれた。問題を意識する人が増えていると感じ、とてもうれしい」と笑顔を見せた。

日本でも形が悪いだけだったり、味は変わらないのに廃棄されてしまう食材は多い、こう言ったイベントを開催することによってより関心を集めることも重要そうだ。余談にはなるが厚揚げを「豆腐パフ」と称してデザートにするのは日本には無さそうな新しい発想だなと感じたので既成概念を取り払えば伝統食材も生まれ変わることが出来そうだ。

5) 「布がタッチセンサーになる Project Jacquardにハンスオン」

グーグルは29日、サンフランシスコで開催した開発者会議で、リーバイ・ストラウスと共同で、タッチセンサーを織り込んだ布地を開発中だと発表した。

ジャカード織りにちなんで「プロジェクト・ジャカード」と名付けられた開発プロジェクトで、伝導性を持つ特殊な糸を開発したという。

基本的にただの糸なので、業務用設備で安く簡単に大量生産が可能だ。

糸を織り込んだ部分を目立つようにすることも、わからなくすることもデザイナー次第。伝導性を布地の一部に限ることも全体に持たせることも可能で、布地にはストレッチ性があり洗濯もできる。

伝導性のある糸は上着のボタンほどの大きさの電子回路につながっていて、タッチやスワイプなどの操作を認識する。布地をなでるだけで情報がワイヤレスでスマートフォンなどの機器に送られ、電話の発信やテキストメッセージの送信などが可能になるという。デモエリアでは、複数のデバイスにつながったテーブルクロスが見られ、タッチパッドのよ

うに操作できた。布がどんな入力を受け取ったか可視化したものもコンピューター画面で確認でき、たとえば複数の指でのドラッグ、タップ、スワイプ、圧カレベルの違いまで認識しているのがわかる。

さらに、テーブルクロスをタップしてスマート電球Philips Hueを操作したりもできる。上下スワイプで明るさを調節、左右スワイプで色を変化させられる。スマートフォンの音楽プレイヤーでの再生・一時停止・スキップといった操作もできる。ATAPいわく、1枚のシャツ全体をこの素材で作って、そこに加速度計とかジャイロスコープ、圧カセンサー、心拍数計などいろいろなセンサーを付けてマイクロコントローラーとして使うこともできるそうだ。

ATAPでは、当初の主要なゴールはスマートフォンの操作だと言っているが、もっと他にも面白い使い方が無限に想像できる。子どものタッチに反応するロボット・テディベアとか、照明やTV、オーディオを操作できるクッション、睡眠トラッカーになるシーツ、スマートフォンを操作できるパンツなど。

あれば便利だな、という想像をはるかに超えるような製品が日々開発されていることに驚くばかりだ。何より洗濯ができることで使える幅も広がる。着ているシャツ1枚でスマートフォンから家電の操作まで済んでしまう日がくるかもしれない。このような特殊製品が単に開発で終わるのではなく、一般にも広がることを期待している。