

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「大地宅配“日本むかし野菜”×bebemeshi、コラボレーション商品発売」
- 2) 「“ふらりーと”、子育て共働き家庭支援 栄養士を派遣し顧客宅で料理」
- 3) 「ステーキハウスVOLKS・しゃぶしゃぶどん亭で10分100円の飲み放題が実現」
- 4) 「指先タッチで改札を通過!ネイルチップ型乗車券が開発される」

1) 「大地宅配“日本むかし野菜”×bebemeshi、コラボレーション商品発売」

大地を守る会は、株式会社アッソラートと共同で離乳食の新商品「大地宅配『日本むかし野菜』×bebemeshi」を開発し、発売することとなった。

有機野菜の宅配業界において最も厳しいレベルの自社基準で食材を提供する当社の理念と、乳幼児に対して添加物不使用、安心・安全でおいしい離乳食を提供するbebemeshiブランドの理念が一致し、実現した。原材料に埼玉青なすのみしか使用していない本商品は、なすの甘みと香りが存分に感じられる、大人が食べても美味しい逸品となっている。今後も両社は、様々なメニューを共同開発し、発売していく予定。

「日本むかし野菜」とは、大地宅配が展開する在来品種ブランド。在来品種とは、日本各地の農家が長年、栽培とタネ採りを繰り返しながら、その土地の気候風土や地域特性をいかして育て、継承してきたもの。そのため、その土地でしか育たない、個性豊かな形や味が魅力。しかし、高度経済成長を経て、効率や経済性を追求しつづけてきたこの数十年の間に、種の採種や栽培の手間、さらに収穫量も少ない栽培に手がかかり、大量生産・大量流通に向かない在来品種はどんどん廃れていった。一度、タネが絶えてしまった品種はもう二度と蘇ることはない。日本むかし野菜は1998年の販売開始以降、より多くの方々に在来品種について知って頂き、食べて頂くことで在来品種が1つでも多く未来に残せるよう、さまざまな活動を行ってきた。

在来種はその種を絶やさず、この先の世代へとバトンを繋げていくことがとても重要だ。世代や時代を超え、生産者が大事に守り育ててきた野菜を、これからの未来を担う子どもたちに届けたい、というメッセージを込めてこの商品を開発した。

離乳食専門のブランドが存在するように、日本にはたくさんの「専門店」がある。しかし、専門であるがために認知度はあまり高まらずいい商品も広く知られていないという現状もあるだろう。サービス提供しているサイトや企業と提携することにより、多くの人に知ってもらえることができるのではないだろうか。組み合わせは無限にあるので、今後の動きに期待したい。

2) 「“ふらりーと”、子育て共働き家庭支援 栄養士を派遣し顧客宅で料理」

料理代行の「ふらりーと」（東京都渋谷区）は、栄養士と管理栄養士に特化した料理代行のマッチングサービスを開始した。ウェブ上で契約した栄養士が、事前にチャットを通じて食材の好みや健康状態を聞き出し、顧客の要望に応じた数日分のメニューを提案、実際に顧客

の自宅で料理する仕組み。当面は東京23区内で事業を展開し、横浜や大阪、福岡などへと事業エリアを拡大する計画だ。

サービスは共働きの家庭を中心に提供する。主婦にとって家事の中では、特に料理の負担が大きいので、子育ての時期に応じて求められる料理が異なる点に着目。「カスタマイズ性と子供のための栄養バランスに配慮できるサービスを導入した」（齋藤大斗社長）

事業を展開するに当たっては面接と実技試験を踏まえ、20-60代の約50人の栄養士を登録した。サービスを利用する場合、ウェブ上のマイページに「アレルギーはあるか」「この日に来てほしい」などの諸条件を記入して登録。各栄養士に配信され、立候補の意思があればページに表示される。その後、ユーザーが栄養士を選び、ウェブ上で決済し取引が成立する。

ユーザーは1-3日分コースを選択する。食材費は別となるが、家事代行会社などで行われるサービスに比べ、低価格で設定した。具体的には「Cプラン」だと6600円で所要時間は150分。その時間内に家族の人数×3日分の夕飯を作る。初年度は500世帯との契約を目指しており、とくにリピーターの確保に力を入れる。

また、調理器具メーカーや食品・調味料メーカーなどと連携し、各家庭のニーズに応じた商品の販売を促進。収益の向上につなげる。また、ヘルスケアや健康経営に力を入れている企業に向けては、料理教室や相談会などを随時実施する。将来的には不動産会社などとの提携も検討している。

時代の変化、生活スタイルの変化によって「お金持ちの家にしかいないお手伝いさん」が庶民の手に届くものになってきた。とは言えまだ気軽に頼むには価格が高かったり特別感があるが、数が増えていけばさらに気軽な物になっていくと思う。また家庭だけでなく社員食堂が持てない規模のオフィスでも需要がありそうだ。外食・コンビニ頼りのオフィスワーカーのために料理を作りに来てくれるのであれば是非利用したい。

3) 「ステーキハウスVOLKS・しゃぶしゃぶどん亭で 10分100円の飲み放題が実現」

「ステーキハウスVOLKS」「しゃぶしゃぶどん亭」で、10分100円（税抜）の飲み放題を開始することが発表された。60分飲み続けても600円（税抜）。実施日は8月3日（水）-8月31日までの期間限定。

対象店舗は、全国の「しゃぶしゃぶ すき焼き どん亭」「ステーキハウスVOLKS」全店となる。

10分100円（税抜）のアルコール飲み放題は、オーダー時から会計時点までの時間計算となります。合計時間の端数の部分は基本的に切り捨て（1-9→0分）となるが、10分未満のご利用の場合は100円（税抜）となるのでご注意ください。

またこの飲み放題は1名からご利用可能なので、ひとり飲みにも使えるのが嬉しいところ！もちろんグループ内でのひとり利用も注文可能。対象ドリンクは店舗メニューにてご確認ください。

公式サイトによると、生ビールをはじめ、ワイン、焼酎、ハイボールなどがラインナップされているよう。

居酒屋以外での飲酒はもはや定番になりつつあるので、それより一歩進んだサービスが今後展開されていくだろう。グループ内でのひとり利用が可能なのは珍しいサービスだ。ちょい飲みが広まってきた今、各社がどのように差をつけていくのか気になるところだ。

4) 「指先タッチで改札を通過!ネイルチップ型乗車券が開発される」

JR東日本の「Suica」やJR西日本の「ICOCA」など、駅の入出場時、自動改札機にタッチして利用するICカード乗車券は、日本でも広く普及してきた。

英ロンドンでは、ロンドン交通局(TfL)の地下鉄、バスなどで利用できる非接触型ICカード「オイスターカード (Oyster Card)」が2003年にリリースされ、地元ロンドン市民はもとより、短期旅行者にとっても、外出時の必携アイテムとなっている。

ロンドン芸術大学でファッションを専攻するルーシー・デイヴィス (Lucie Davis) さんは、「オイスターカード」の機能を持つネイルチップ型ウェアラブルデバイスを製作した。青、白、紺の三色からなる「オイスターカード (Oyster Card)」の標準デザインに似せたシンプルな配色が特徴だ。

これは、読み取り機と通信してデータを読み書きするRFIDチップを「オイスターカード」から抜き取り、アクリルのネイルチップの内側に埋め込んだもので、自動改札機に指先をタッチするだけで、入出場できる仕組み。

また、このネイルチップを指に装着した状態で、自動券売機で入金操作を行うことも可能だという。

英市場調査会社「ジュニパーリサーチ (Juniper Research)」によると、モバイル端末およびウェアラブル端末による非接触型決済の市場規模は、世界全体で、2015年の350億ドル(約3.7兆円)から2018年までに950億ドル(約10兆円)へと成長する見込み。

とりわけ、ウェアラブル端末による非接触型決済は、ファッションとテクノロジーの融合によって、ますます多様に広がっていきそうだ。

いつの間にか取れてしまっていることもあるネイルチップなので落とした時の不安もあるが、ファッションとして指先ひとつで改札が通れるのは嬉しい。

まだ卒業制作段階のようだが、実用化されれば様々なカードに展開可能だろう。

なにより可愛いのがトレンドに敏感な女子にとっては受け入れやすいと感じた。防犯面での対策をどうクリアしていくかが実用化の鍵になるだろう。