

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「セブン、“コーヒーかす”を消臭剤に 全店舗に導入」
- 2) 「国立がん研調査、コンビニなどたばこ陳列販売 55%が禁止支持」
- 3) 「タイ、コンビニ躍起、生ビールも」

1) 「セブン、“コーヒーかす”を消臭剤に 全店舗に導入」

セブンイレブンは5月29日、店内でコーヒーを販売する「セブンカフェ」で発生する“コーヒーかす”を使った消臭除菌剤を、日本国内全店舗（1万9453店舗）に6月8日から導入すると発表した。店舗内の清掃に利用する。非売品。

これまで廃棄処分していた、コーヒー豆をひくと出る“かす”をリサイクル。回収したかすからコーヒー酸やキナ酸などの消臭成分を抽出し、消臭除菌剤に作り変える。消臭剤メーカーの無臭元工業、リテールシステムサービスが開発に協力した。

セブンイレブンは「今後も、社会や環境などあらゆるステークホルダーに配慮し、持続可能な社会の実現に向けて取り組む」としている。

コーヒーの販売量からしてコーヒーかすの量も半端ではないと思うが、これが再利用され店で活用されるとなれば良い循環が生まれるだろう。パッケージも商品のようにきっちり作られているので、店に置いておけばお客さんの目にもとまり企業のエコに対する取り組みが見える化される。店舗数が多い企業だけに、効果も大きいのではないか。

2) 「国立がん研調査、コンビニなどたばこ陳列販売 55%が禁止支持」

国立がん研究センターは、コンビニエンスストアなどでの、たばこの陳列販売に関するアンケート調査結果を公表した。陳列販売禁止について成人の55.5%が賛成したほか、自動販売機の設置禁止に68.3%が肯定的だった。2020年東京五輪・パラリンピックを控え、同センターたばこ政策支援部の平野公康研究員は「陳列販売の禁止などを実施している国は多い」と日本でも規制強化の必要性を訴える。

調査は5月9-12日にインターネットで実施。2千人が回答した。この中には1千人の喫煙者を含む。コンビニなどがたばこの販売をやめることについては72.3%が支持。このほか、通学路や駅前などにある未成年者が多く利用する店舗のたばこ販売の禁止については68.1%が支持した。

調査結果は「世界禁煙デー」の5月31日に公表した。05年に発効した「たばこ規制枠組み条約」のガイドラインで「たばこ製品の陳列と露出は、広告および販売促進に相当するため、禁止しなければならない」と規定。自動販売機も設置禁止を推奨する。

厚生労働省は罰則付きで受動喫煙対策を義務化する健康増進法の改正を目指している。これに対し、自民党が飲食店の経営上の問題などを理由に反発。自民党は一定規模以下の飲食店については恒久的に喫煙や分煙を認めたい考え。

もちろん禁煙は身体にとっても良いことであり、非喫煙者への害を考えると推薦すべきことだと思う。しかし、ひとつの嗜好品として排除だけを検討するのも少し一方的なように感じる。陳列販売の禁止ということは陳列しなければ大丈夫なのだろうか。小売業では今後たばこ販売への新たな配慮が必要になるかもしれない。

3) 「タイ、コンビニ躍起、生ビールも」

タイのコンビニが進化している。数メートル置きにコンビニが並ぶ激戦区の首都バンコクでは最近、店内で生ビールを提供したり銀行支店を開設したりする店が登場して話題を呼んでいる。消費が低迷する中、各社は少しでも来店を伸ばそうと躍起である。

バンコク中心部にあるホテル「ホリデーイン」のビルに入る「ファミリーマート」。酒類販売が解禁となる夕方5時を過ぎると店の奥にある1台のビールサーバーに人だかりができた。レジで49パーツ（約160円）でコップを購入した客に店員がビールを注ぐと歓声が上がった。

「つぎたてはやっぱり新鮮な味がしてスッキリするね」。数百メートル離れたオフィスからわざわざ寄った会社員のトーさん（45）は仕事後の1杯に満足げだ。連れてきた部下らとビール片手に店内をうろつき、菓子を「ついで買い」して帰宅した。

同店には大通りに面した広い飲食スペースがあり、店内で入れたコーヒーなどが飲める。「朝は朝食がとれて、夜はビールが飲めるようにすれば差別化できると考えた」とファミリーマート幹部は話す。会社員や旅行客に人気で販売は予想を上回る。全国1129店のうち、ビジネス街や観光地の店舗を中心に順次導入する予定だ。

タイは日本に次ぐ世界2番目に多い「セブンイレブン」の店舗数（約9500店）を誇るなどコンビニ大国だ。店では航空券やスマホ、保険まであらゆるものを販売する。

昨年末には中堅銀行のCIMBタイがバンコクの中華街に近いセブンイレブンの店舗内に同行「最小」の新支店を開いた。口座開設や両替、個人ローンの申し込みまで受け付ける。タイ初の試みだ。異業種も巻き込み、タイのコンビニは独自路線を突き進む。

日本のコンビニは無い独自のサービス展開があり、よりコンビニが便利だと感じる記事である。このタイ独自のサービスのみならず今後のコンビニのサービス展開がどのように進化していくのか期待する。