

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「セブンも自販機コンビニ 来年2月までにまず100台」
 - 2) 「セブン&アイ、賞味期限前の食品をNPO通じ寄付」
 - 3) 「余剰食品を持ち帰りできる定額サービス“Reduce GO”に注目集まる」
 - 4) 「凸版印刷、食品の包装材で少量多品種に対応」
-

1) 「セブンも自販機コンビニ 来年2月までにまず100台」

セブンイレブンはおにぎりやパンなどコンビニの商品を扱う自動販売機の設置を始めた。このほど都内中心に約5台を試験的に設置、2018年2月末までにオフィスビルなどで100台に増やす。同様の自販機はファミリーマートも設置を急ぐ。国内コンビニ市場の飽和感が強まるなか、職場などの需要を取り込む動きが広がっている。

新設する「セブン自販機」は大小2台を連結させた場合で幅が約2メートル、高さは約1メートル80センチ。おにぎりやサンドイッチなどの食品を最大75種類扱う。4つの温度帯で商品を管理して鮮度を保ち、販売期限がきた商品は自動で販売を中止する。商品は現金で購入する。

近隣のセブンの店舗が管理・運営し、原則1日1回、店員が商品の補充や代金の回収に訪れる。オフィスビルや工場、物流センターや学校などの休憩所や待合室、食堂といった場所に設置を広げ、19年2月末までに500台以上に増やす。

競合コンビニではファミマも自販機コンビニを約2100台設置し、19年2月末までに3000台に増やす目標だ。ファミマは無人の棚で菓子などを販売するサービス「オフィスファミマ」も約1700台展開し、ローソンも同様のサービス「プチローソン」を約110台設置している

自販機は商品を購入する際の並び時間の短縮に繋がるメリットの一つとして考えられる。しかし、それと同時に食品の品質管理に関して注意して行う必要がある。食中毒など食品による問題が多く取り上げられ問題視されている中で徹底した食品管理が求められると感じた。

2) 「セブン&アイ、賞味期限前の食品をNPO通じ寄付」

セブン&アイHDは傘下のイトーヨーカドー店舗で売れ残った賞味期限、消費期限前の食品を、NPOを通じて生活困窮家庭などに寄付する取り組みを始めた。まだ食べられるのに廃棄される「食品ロス」の軽減にもつながるとして、関東を中心に取り組みを拡大する構えた。

セブン&アイによると、流通大手では珍しい取り組み。国内でも貧困問題が深刻化する中、同社の試みに社会的な支持が広がれば、賛同企業が増える可能性もある。寄付は東京都墨田区のヨーカドー曳舟店で7月から試験的に始めた。売れ残った賞味期限、消費期限前の食品を集めて毎週火曜、無償で食べ物を届けるNPOのセカンドハーベスト・ジャパン（東京）に寄付し、そこから生活に困った家庭や福祉施設に提供する。

週によって商品や品数にはらつきがあるが、8月は、菓子やパンを中心に99個、段ボール5個分になった日もあったという。セカンドハーベストの担当者は「大手スーパーは取扱商品の種類も豊富で、受け取る人たちにも喜ばれる。協力はありがたい」と話している。

セブン&アイは当面、セカンドハーベストの活動エリアの東京、埼玉、千葉、神奈川の1都3県にあるイトーヨーカドー店舗で順次、取り組みを始める一方、新たに連携できる団体を探し活動を全国に広げたい考えだ。

3) 「余剰食品を持ち帰りできる定額サービス“Reduce GO”に注目集まる」

レストランや飲食小売店の余剰食品を手頃な価格でテークアウトできるサービス「Reduce GO」が注目を集めている。本リリースはさておらず、現在事前登録を受付中。東京都23区内のサービス展開予定だが、対応エリアは順次拡大予定とのこと。ローンチは2017年中を予定している。

iOS/Android用アプリを経由して閉店間際の飲食店で余りそうな料理を購入できるサービスで、料金は1980円の定額制（1日2回まで利用可能）。手頃に食べ物を購入できる消費者側のメリットに加え、「仕込みすぎた」「食材の消費期限が近い」「ビュッフェ形式で残ってしまった」など、さまざまな事情で余剰食品が出てしまった飲食店側にも利点があるサービスとされている。

現在地周辺の余剰食品が一覧で表示され、注文後に店に受け取りにいく仕組み。加盟店側の利用料金はゼロで、月額料金のうち59%を均等に分け合う形で受け取れる。また、加盟店も募集中。

ネット上では「自炊より安い」「便利すぎる」と絶賛される一方で、「うまくいかは未知数」「店側がこれに乗っかるメリットがほとんど見えない」など不安視する声もあがっている。

上記2つのニュース以外にも「食品ロス」に対する動きは近年急増している。菓子やパンなどの包装された食品に関しては食中毒などの心配はほぼゼロに近いと言えるが、やはりレストランなどで作られた料理の余り物は不安が残る。食品ロス対策への動きは今後も展開されると思うが、提供する側も受け取る側も品質が劣化する食品である以上リスクもあることを認識した上で広まっていってほしいと思う。

4) 「凸版印刷、食品の包装材で少量多品種に対応」

凸版印刷は少量からの注文が可能で、一つ一つの色やデザインを変えられるレトルト食品向けの包装材を開発した。酸素や水分を遮断することで中の食材の劣化を抑える「透明バリアフィルム」を包装材に使う。パッケージの種類を複数そろえ、製品の見た目を重視したいソースや調味料、菓子類メーカーなどの需要を見込む。

従来は数十万個から注文を受け付けていたが、4000-5000個から対応する。米HPのデジタル印刷機を使い、版を使わない「デジタル印刷技術」を活用する。

同じ製品向けの包装材を印刷する工程を止めずにデザインを変更できる。製品を購入する際にパッケージを重視する消費者が増え、メーカーから同一商品でも複数のデザインをそろえたいといった需要が増えたことに対応できる。

パッケージデザインの幅が広がるというのは、デザイン面だけではなく様々な問題解決にもつながると思う。成分表示や些細な変更でも版を作り変えなければならなかつた物が、変更が容易になればコストや無駄な廃棄を減らすことができる。ハード面での工夫が進むことで変えられるものというのはまだまだあるなと感じた。