

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「キッチンだけのレストラン 外食宅配、中食の脅威に」
- 2) 「JR東日本、東京駅でフードロス削減“レスキューデリ” 実証実験」
- 3) 「異物混入を未然防止へ！4時間だけ毛髪固めるミストが誕生」

1) 「キッチンだけのレストラン 外食宅配、中食の脅威に」

ウーバー創業者で2017年に最高経営責任者（CEO）を辞任したトラビス・カラニック氏が、所有しているウーバー株の売却を加速させている。19年12月半ばの時点で持ち分の90%以上を売却し、総額は25億ドル（約2700億円）を超えたという。カラニック氏は実はすでに別の事業に注力していて、ウーバー株売却で調達した資金をそちらに投じるのだろうというのが大方の見方である。

その事業とはダークキッチン（またはゴーストキッチンやシェアードキッチン）と呼ばれるまったく新しいビジネスだ。料理するキッチンはあるがイートインスペースがないネット注文の宅配だけを目的とした外食施設で、複数のレストランの料理を代行するのである。カラニック氏はおそらくウーバーイーツ事業を運営しているときにこのビジネスモデルの可能性に気づいたのだろう。“次の空白市場”というわけである。

カラニック氏が運営しているクラウドキッチン社だけではなく、目標は400カ所と発表しているキッチン・ユナイテッド社、自身で開発するウェンディーズと、参入企業は徐々に増えている。

ウーバーイーツやクラブハブなどの外食宅配企業が成長し、密なネットワークができあがりつつあることがこのモデルの前提なのは言うまでもない。現在はおよそ130億ドルという市場が22年までに245億ドルへと2倍になるだろうとの予測数値がある。これを支えているのが投資企業で、年間35億ドル超がこの業界に投じられて、例えばウーバーイーツの時価総額はウェンディーズに匹敵する520億ドル超、つまり、作る側の外食企業を運ぶ側の宅配企業が上回るほどなのである。

これを支えているのが若年層。私の若い娘達が何のためらいもなく普通に利用している姿を見ていると、これは伸びるだろうと実感せざるを得ないのである。

さて、この外食宅配市場、日本で言うところの中食ということになるのだが、これが伸びて影響を被るのは食品小売りだろう。とくに総菜である。家に居ながらにしてレストランの料理を食べることができるのだから、スーパーマーケットによる総菜は不要となる。この動きをいち早く察知したのがウェグマンズで、総菜デジタルオーダーを専用アプリで開始したのが4月末のことである。名称はウェグマンズ2ゴー、サンドイッチ、ピザ、スシ、といった店内で作っているメニューを提供、宅配かストアピックアップを選択することができる。デリバリーは宅配企業のドアダッシュと提携した。

クローガーは自らダークキッチンを開発し実験すると発表している。外食宅配とスーパーマーケット総菜宅配が競合しはじめたのである。

インフラとして成立しつつある外食宅配を基盤として新たな市場の創造が始まっている。アメリカの食市場は新たな方向へと動き始めているようだ。

【日経MJ 1/10より】

以前まで全く別の業態と思われていた「外食産業」と「スーパーマーケット」が同じ土俵に上がろうとしている。スーパーマーケットで飲食ができることは目新しいことではないが、そこで食べる目的で料理されるのではなく「テイクアウト（もしくは宅配）専門」のコーナーとなると、日本では未だ類をみないだろう。ウーバーイーツなど外食宅配は日本でもじわじわと広まりつつあるが、そのラインナップにスーパーの惣菜が入ることも近い将来有り得るかもしれない。

2) 「JR東日本、東京駅でフードロス削減“レスキューデリ”実証実験」

JR東日本スタートアップは1月14日～2月14日、東京駅改札内のエキナカ商業施設「グランスタ」などのエキナカ店舗の営業終了後に、まだ食べられる食品を駅で働く従業員に販売する実証実験を実施する。

「JR東日本スタートアッププログラム2019」の一環として、鉄道会館とフードシェアリングサービス「TABETE（タベテ）」を運営するコークッキングとタイアップしたものの。

閉店後の店舗内の食品を取り巻く環境として、閉店までの品揃え確保、天候による見込み客数の大きな変動という理由からフードロスが発生してしまう課題があった。

その課題を踏まえ、エキナカ店舗の販売しきれなかった食品を「TABETE」を運営するコークッキングが買い取り、駅で働く従業員に向けて、コークッキング初の実店舗サービス「レスキューデリ」で販売することで、フードロス削減を目指す。

【流通ニュース 1/7より】

様々な形でフードロス削減対策が広がる中、正直なところ「まだ」実験段階なんだと驚いた。従業員への販売ができるのであれば、施設閉店後の電車利用客にも駅構内で販売するなど、帰りが遅い会社勤めの方にとっては需要があるのではないだろうか。東京駅以外でも大型施設のある駅ではどんどん広まって欲しい取り組みだ。

3) 「異物混入を未然防止へ！4時間だけ毛髪固めるミストが誕生」

飲食店を経営していると、さまざまなクレームを受けるが、その中で最も多いのが料理の中への異物混入に関するもので、特に「髪の毛が入っている」という内容のものもよく目にする。

トモ・コーポレーション（東京・代々木、井上知子社長）は、飲食店にとって大きなマイナスになる毛髪の混入を防ぐ飲食店向けヘアミスト「KEOCHINON(ケオチノン)」税別1760円を発売した。「KEOCHINON」の最大の特徴は、固まりすぎず、3-4時間経てば手ぐしが通るようになる点だ。丸1日髪の毛を固める従来のヘアスプレーとは異なり、飲食店の従業員が働いている時間だけ髪の毛を固め、仕事が終わって帰宅する時にはゴワゴワ感がなく、手ぐしやブラシなどですぐに取れ、シャンプーでも簡単に洗い流せるようにした。

また、お客さんの食事の迷惑とならないように無香料とし、同時に料理やタバコの臭いなどが髪の毛につかないように茶カテキンでガードする。さらに火を取り扱う現場であるため、ノンガス仕様のヘアミストとし、シェフ帽をかぶった襟足などに吹きかける分（スプレー3-5回）で5-10円のコストパフォーマンスを実現した。

美容関係の企業を20年以上経営し、4年前にセミリタイヤした井上社長は、2018年9月に某有名カフェにランチに行き、注文した料理の中に切れ毛が入っていたということに遭遇。偶然にもその3日後にも、なかなか予約の取れない恵比寿の鮎店で同様に切れ毛が混入していたことがきっかけとなり、「セミリタイヤした立場ながら、この異物混入問題に何か策はないのかと考える日々が続いた」と話す。

人間の生理として、髪の毛は毎日平均90本以上自然離脱するという。井上社長は「もし料理に髪の毛が混入していても、ほとんどのお客様はその店にクレームを言わない。しかし、そのお客様はもう2度と訪れることはない。そのため、お客様からのクレームを1件でも減らすことができたらと、現場の要望なども調査しながら試行錯誤の上、1年がかりで完成した」という。現在、特許も申請中で、同社サイト (<https://tomo-corporation.com/>) で購入できる。

【Food Fun 1/4より】

髪の毛が食べ物に入っていればもちろん不快だが、気づかないうちに抜け落ちて入ってしまうということも理解はできる。入ってしまえばお詫びをして改善に努める...としかやりようがなかったところに、このような着眼点で改善につながるアイテムを開発したというのがナイスだと思った。あきらめていたことや、改善の方法が何となくみつからないままにしていた世の中の当たり前を目を向ければ意外と解決することは他にもたくさんありそうだ。自分もそういう目線で物事を見てアイデアにつなげたいと思う。