

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「コンビニ大手3社が共同配送の実証実験 新しい物流の形模索へ」
- 2) 「旅館の調度・食品、思い出に購入 専用サイトで体験も予約」
- 3) 「ARを使ってその場に実物大のメニューが現れる“menuR”がローンチ」

---

### 1) 「コンビニ大手3社が共同配送の実証実験 新しい物流の形模索へ」

経済産業省は22日、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ローソンのコンビニエンスストア大手3社が、8月に東京都の湾岸エリアにおいて共同配送の実証実験を進めることを明らかにした。経産省支援の下、コンビニ業界の新しい物流の形を模索することが狙いで、業態を横断した物流の形構築も視野に入れている。

実証実験の期間は8月1日から7日までの1週間で、コンビニ大手3社のほか、研究代表機関として流通経済研究所が加わり、内閣府が進める戦略的イノベーション創造プログラム、スマート物流サービス研究開発の一環として実施される。

セブン-イレブンとファミリーマートの各13店舗、ローソンの14店舗の合計40店舗が参加。東京都江東区の物流倉庫に共同物流センターを設置してコンビニ各社の日用品、菓子など常温配送商品を最も効率的なルートで参加店舗に配送し、共同配送の効果を検証する。

共同在庫の可能性も検討するため、一部の商品を共同物流センターに常備し、店舗別に仕分けして配送することも実験する。

コンビニは全国に約5万6000店舗あり、商業施設や大学、病院などさまざまな施設に同居しているほか、大手3社は災害対策基本法で指定公共機関とされ、災害時に重要な役割を果たすインフラと位置づけられている。このため、災害時にも安定して商品を供給できる物流網の維持が重要となっている。

これまでコンビニの物流は個別に最適化されてきたが、実証実験では共同配送、共同在庫という物流共同化の効果を検証し、新たな物流連携の拡大、効率化を模索する。経産省は将来的に業態を横断した物流の形を検討するきっかけにしたい意向。

さらに、フードマイレージ（食料の輸送距離）の削減、配送トラック台数の減少による二酸化炭素排出量の削減も検証するなど、SDGs（持続可能な開発目標）の視点から共同配送の効果を実証する。

共同配送自体は他業種ですでに始めているが、無駄を減らして環境面も効率面もUPするのであれば是非とも進めてもらいたい。運営においてすべてがライバル、ではなく中身やサービスで競争して高めあってもらえれば消費者としてはそれで十分ではないだろうか。レジ袋の有料化も必要なのかもしれないが、もっと大きなところで削減できるものも進めていかないといけない。こうした話題がニュースで取り上げられるのではなく普通になることが必要だと思う。

（2020/7/22 財経新聞）

---

### 2) 「旅館の調度・食品、思い出に購入 専用サイトで体験も予約」

観光支援事業を手掛ける、あめつちデザイン（東京・千代田）は、旅館やホテルにタブレット端末を設置し、顧客と交流できるサイトを立ち上げる。旅行者は訪れた旅館のインテ

リアや、食事で使う農産物をサイトを通じて購入できるほか、館内や近隣の体験イベントなどを閲覧し予約できる。新型コロナウイルスによる非接触ニーズの高まりにもこたえる。

タブレット端末で利用できるサイト「COCODAKE（ココダケ）」を近く立ち上げる。加盟している旅館の客室に専用タブレットを設置。ホテルで使うインテリアや地元職人の匠の技が詰まった工芸品や調度品、食事で使う農産物や特産物などを紹介する。例えば数千円から数万円の食器類、家具、椅子をはじめ暖炉（20万円）なども取り扱う。農産物は地元の米や野菜などを取りそろえ宿泊日に予約すれば、翌日出発する前に地元の農家が届ける。

農業やモノ作り、川下りなどの体験などの紹介、予約もできるようにして、地域の文化や芸能に触れられるようにする。チャットシステムなども入れ、部屋にいながら従業員とやり取りができる。旅行者はサイトからすべてこれらの購入や予約できるようにする。一度登録すれば次回から旅館の予約も可能だ。

まず、岐阜県飛騨地区の「隠庵 ひだ路」や下呂温泉の「懐石宿 水鳳園」など5施設程度を掲載。家具などの商品は約30アイテムをそろえる。あめつちは旅館が販売した商品の売上高の10%を受け取る仕組みにする。登録旅館数や販売商品を増やし2025年度に77億円を目指す。

新型コロナで国内の観光産業は大打撃を受けている。好調だった訪日観光客に加え、4月と5月は国内市場もほぼ消滅しており、特に地方の旅館など規模が小さい施設の経営が厳しい。あめつちは雇用関連など助成金の診断・申請代行サービスも開始するなど、旅行業界の支援も並行して手掛ける。

あめつちは国内外で旅行事業やシステム開発事業を手掛けてきた霜竹弘一社長が、19年7月に設立した。霜竹社長は「日本の各地に非日常の体験が存在するが、旅行者とつなぐツールは限られている。宿が地方の魅力を伝えるショールームとして価値を体験する場にしたい」と話している。

老舗旅館や有名な観光地など、伝えたい情報が多いからこそタブレット端末などのデジタル機器をより活用できるのではないだろうか。お年寄りなど端末が不慣れな方でも従業員に教わるなどして、そこで生まれる交流も旅先ならではの。自然を味わえる旅先だからこそ、バランスよくデジタルに頼ればさらに快適に過ごせる場所になりそうだ。

（2020/7/27 日経MJ）

---

### 3) 「ARを使ってその場に実物大のメニューが現れる“menuR”がローンチ」

デザインとxR（AR/VR）技術で新しい体験を生み出す会社ワクザワは、飲食店のメニューをARで現実空間に表示できる新サービス、「menuR」を7月21日（火）にローンチした。

「menuR」は、AR技術を活用して飲食店のメニューが現実空間に実在するかのように表示するサービスだ。実物大で映し出されるため、これまで平面的な写真ではわからなかった食事のボリューム（サイズ感）を明確にイメージすることができるようになる。

新型コロナウイルスの影響により、テイクアウトやデリバリー販売をする飲食店が急増しました。電話やインターネットで気軽に注文ができるようになったことで、今まで行かなかったことがないお店で購入する機会が増えている。一方で、初めてののお店で購入する場合、注文時に見るチラシやwebサイトのメニュー画像からは商品の大きさまではわからない。

そのため、届いたときに「思ったより小さい（大きい）」「ボリュームが少ない（多い）」といったイメージとの違いを感じることも少なくない。

「menuR」は、ARを使って立体的に、本物の大きさのまま食事を現実空間に映し出すことができる。大きさだけではなく、様々な角度から、近づけたり離れたりでき、食事の質感もリアルに再現。イメージと違う商品が届いてしまうガッカリ感を防ぎ、具体的にイメージさせることで、待ち時間をワクワクに変えるサービスだ。スマートフォンからいつでも・どこでも使えるため、テイクアウトのみならず店内でのメニュー選定時にもおすすめ。

5G時代において、ARを始めとしたxR（AR,VR,MRの総称）技術がさらに加速すると考えている。今後は飲食店向けのみならず、様々な分野でもサービスを展開していく。

AR(拡張現実)やVR(仮想現実)は特にゲームアプリなどでは近年目にする機会も増えた。しかし、実際私生活に必須なものであるかと言うと、まだまだ浸透していないのが事実だろう。デリバリーやネット通販を利用する機会が増える中、目で確かめていない商品を買うことに抵抗を感じる人も少なくないのではないだろうか。通信速度の向上やインターネットの普及がさらに加速する今、どのようなサービス展開があるのか気になるところだ。  
(2020/7/21 PR TIMES)