

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオンリテール、買い物かご 自動で除菌」
- 2) 「天ぷら床放置、安全義務違反 サミットに賠償命令 東京地」
- 3) 「“ゴーゴーカレー” 個人居酒屋にカレールー販売」

1) 「イオンリテール、買い物かご 自動で除菌」

イオンリテールは、新型コロナウイルスの感染予防策として、買い物かごを自動で除菌する装置を14店で稼働させると発表した。ロボットが買い物かごを1個ずつ持ち上げ、紫外線をかご全体に当てて除菌する。従来は従業員が手作業でアルコールによる拭き上げ消毒していた。ロボによる作業で、従業員の負担軽減につなげる。

除菌装置の名前は「ジョキンザウルス」。ロボット開発支援のニューネクスト（京都市）と共同開発した。首都圏や東海のほか、関西の一部店舗で順次稼働する。京都市内の1店舗では9月から先行して稼働していた。

紫外線を買い物かごに15秒照射することで99.97%の除菌が可能になるという。かごが積み重なった状態だと持ち手などに紫外線が当たらず、除菌できない場所ができてしまう。そのためロボットでかごを上下させる仕組みにした。

1時間に買い物かごを300個除菌できるという。人手の場合は同200個が限界だった。イオンリテールの近藤健司執行役員は「（人手と比べて）1.5倍の効率化が見込める」と述べた。14店以外への導入も今後検討する。
(2020/12/07 日経MJ)

日常不可欠なスーパーでの買い物だが、不特定多数が利用するためより一層除菌や抗菌に気を使わなくてはならない。カゴの除菌が徹底されていると次は商品も…と気になりだすときりがないが、ひとつずつ安心材料を増やすことでより買い物しやすい環境になるだろう。一時的な対応になるのか、コロナ禍が終わっても定着するのか、買い物の仕方と店の在り方も大きく変わる節目だと改めて感じた。

2) 「天ぷら床放置、安全義務違反 サミットに賠償命令 東京地」

住友商事子会社のスーパー「サミット」（東京都杉並区）の店舗で、床に落ちていた天ぷらを踏んだ客の男性（35）が転倒し、負傷したとして、同社に約140万円の損害賠償を求めた訴訟の判決が8日、東京地裁であった。長妻彩子裁判官は同社に安全管理義務違反があったとして、57万円余りの支払いを命じた。

判決によると、男性は2018年4月、練馬区にあるサミットの店舗を訪れ、レジ前通路を歩行中にカボチャの天ぷらを踏んで転倒し、右膝を負傷した。同社は事故への対応として6万円余りを支払ったが、男性側は通院謝料などの支払いを求めて提訴した。

長妻裁判官は、天ぷらを落としたのは従業員ではなく利用客だったと認定。しかし、事故が起きた当時は店舗内は混み合っており、従業員による安全確認などにより「物が落下した状況が生じないようにすべき義務を負っていた」と指摘した。

消費者庁は16年12月、同年10月までの7年余りの間に寄せられた店舗や商業施設での買い物中の床滑りによる転倒事故350件のうち、67件が野菜や果物などの落下物によるものだったとする結果を公表していた。

サミットは「判決文を読んでいないのでコメントは控えたい」としている。
(2020/12/08 時事通信)

この件に関しては「言いがかり」という世の中の意見も多いが、店側はお客さんが安全に利用できるようにする義務があるのは間違いない。それがどこまでという線引はとても難しいことだと思うが、店をつくる段階で十分に考慮していかなければと改めて強く感じた。事故、災害、疫病など、本当にいろんなことを想定しなければならない世の中だが、かといって頭が固くならないように柔軟な発想をしていきたい。

3) 「“ゴーゴーカレー” 個人居酒屋にカレールー販売」

飲食業界に大打撃を与えている新型コロナ禍。とくに居酒屋業界の客離れは深刻で、食堂業に業態転換するなど脱・居酒屋に活路を求めようとしている。

そんな居酒屋の“救世主”となっているのが、「ゴーゴーカレーグループ」だ。石川県金沢市発祥の「金沢カレー」のチェーン店で、国内外に直営・FCで94店舗展開している。「金沢カレー」とは、ソースがかかったカツをカレールーの上にのせ、キャベツの千切りをたっぷり添えたものだ。それをスプーンではなくフォークで食べる。濃厚な味とカツのボリュームが人気で、クセになる味だ。

そのゴーゴーカレーが、今年4月から本格的に始めたのが、他業種の飲食店向けにカレーを卸す「プロデュース事業」だ。ちょうど、全国に「緊急事態宣言」が発令され、多くの居酒屋が「夜間営業だけでは売り上げが足りない。店を維持できない」と、ランチ営業や弁当販売を始めたころだ。ゴーゴーカレーは、コロナ禍前にも、カレールーやコメ、カツはもちろん、調理器具までワンセットで販売していたが、コロナ禍後は、カレールーひとつでも販売することにした。すると、新型コロナで売り上げが減った店から「昼にカレーを販売して、売り上げの足しにしたい」と申し込みが殺到した。ゴーゴーカレーの創業社長・宮森宏和は、こう話す。

「コロナ禍を機に、カレーで飲食店を救えないか考え、カレー屋から『カレーの専門商社』へと業態を変えることにしました。カレールーひとつでも販売することにしたので」

その結果、4月から8月までの4カ月間で100件を超える店が導入したという。ゴーゴーカレーのプロデュース事業のポイントは、フランチャイズ事業と違って、「加盟金ゼロ円」「ロイヤリティーゼロ円」「保証金ゼロ円」「研修費ゼロ円」だということだ。そのうえランチ営業のノウハウまで提供する。居酒屋は、初期費用なしに人気の「金沢カレー」を販売できるのだ。これこそシェアリング（共有）の発想だ。

ゴーゴーカレーのプロデュース事業は、ゴーゴーカレーも少し儲かり、居酒屋も助かる“ウィンウィン”のビジネスだ。飲食店が生き残るヒントがあるのではないだろうか。

先が見えないコロナ禍で飲食店の方はもちろん、経営に苦しむ個人営業主は計り知れない不安を抱えているだろう。資金のある大手が生き残り、小さな店だけが閉店に追い込まれ

る事態を避けるためにもこの「シェアリング」の考え方はまさに救世主ではないだろうか。「あのご飯が食べられるから」という理由は十分来店動機になるはずだ。資金提供以外にも小さな店を救う術はがあると希望を持てる取り組みなのでぜひ広まってほしい。
(2020/12/09 日刊ゲンダイDIGITAL)