

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イトーヨーカドー、ANAと連携し“産直空輸”で野菜・果物配送」
- 2) 「キリン×ローソン、独自機器使ったペットボトル回収の実証実験」
- 3) 「体温や心拍数を“鏡”で取得して食事を提案するスゴイ仕組み」

---

## 1) 「イトーヨーカドー、ANAと連携し“産直空輸”で野菜・果物配送」

イトーヨーカ堂とANAホールディングスは7月17日、18日、川崎市の「イトーヨーカドー グランツリー武蔵小杉店」で、産直空輸した商品の試験販売を実施する。旅客機の貨物スペースを活用した航空のスピード輸送と地上物流の有機的な連携による最速物流で、地方の採れたてのおいしい野菜・果物を、抜群の鮮度で首都圏の店舗に届けて販売する取り組み。消費者に新たな価値を届けるとともに、日本全国のこだわりの農作物・生産者を応援し、地域創生にも貢献する。

これまで4回の実証実験を経てビジネスモデルを検証してきた。今回はイトーヨーカドー店舗の改装オープンに合わせ、5回目の試験販売となる。

3月13日、14日にイトーヨーカドー大森店、4月17日、18日にイトーヨーカドー大森店、国領店、5月29日、30日にイトーヨーカドーグランツリー武蔵小杉店、アリオ亀有店、武蔵境店、木場店、国領店、大森店、武蔵小金井店、東久留米店、6月12日にイトーヨーカドーグランツリー武蔵小杉店で試験販売を実施している。

試験販売により、商品の販売状況やお客の反応を検証。地方空港に近い農家のとれたて農作物を旅客機の貨物スペースを活用し、羽田空港にタイムリーに輸送する。空と地上の輸送手段の有機的な連携によって、収穫から最短6時間で店舗で販売する。

従来、出荷から店舗陳列までに数日かかっていた流通時間を、航空のスピード輸送と地上物流の有機的な連携により大幅に短縮し、届いたらすぐに店頭に並べることによって、全国のこだわり食材が抜群の鮮度で販売することができる。

たとえば、今まで6割程度の完熟具合で出荷していたいちごも、完熟状態で出荷することができ、糖度と鮮度の高い状態で販売する。また、既存の流通には乗ってこなかった農産物、首都圏ではなかなか出回らない希少品や、地方に眠る逸品なども扱うことができるという。

(2021/07/15 流通ニュース)

「鮮度」という意味ではより早く届けることが重要になってくるが、環境負荷に目を向けた話題が多い中飛行機を利用するといった点ではこの取り組みを持続させることに少し心配な部分もある。地産地消が理想ではあるが、都心では農地が近くになく採れたてを販売するには様々な工夫が必要だと感じた。生産者にも消費者にも、地球にも良い方法はないのか、探ってほしい。

---

## 2) 「キリン×ローソン、独自機器使ったペットボトル回収の実証実験」

キリンホールディングスとキリンビバレッジは7月15日、ローソンと使用済みペットボトル容器を回収する実証実験を、神奈川県横浜市の「ローソン横浜新子安店」で開始すると発表した。

実験では、ローソンの店舗に、キリングroupが独自開発した「ペットボトル減容回収機」を設置。来店者に家庭で廃棄しているペットボトル容器の回収を促す。ペットボトルを出した人には回収した容器5本につき、ローソンの「Ponta（ポインタ）ポイント」を1ポイントを付与する。

「ペットボトル減容回収機」はキリンビバレッジとキリンホールディングス パッケージイノベーション 研究所と機器メーカーで共同開発した独自機器。容量が2リットル以下の飲料用ペットボトル容器の回収ができる。

カードリーダーを搭載しており、ポインタカードか、ポインタカードのアプリのバーコードで読み取らせることで、ペットボトル5本を投入すれば1ポイントが付与される。

店舗で収集したペットボトルは、キリンビバレッジ子会社の東京キリンビバレッジサービスの自動販売機オペレーションルートを使って収集。同社の経路を活用することで運搬の効率化を図る。回収した容器は、その後、リサイクル工場へ搬入する。

キリングroupとローソンは今後、2021年内は横浜市内にあるローソンの数店舗で実証実験を実施。「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法案」が施行される2022年内には、実証実験で得た知見を生かし、取り組みを拡大する計画。

キリングgroupは、2027年までに日本国内のペット樹脂使用量の50%をリサイクル樹脂にすることを目標に、リサイクル樹脂を100%使用したペットボトルの展開や、三菱ケミカルとペットボトルやその他のペット樹脂使用製品からペットボトルにするケミカルリサイクル技術の確立に取り組んでいる。

一方、ローソンは、2050年までに、1店舗あたりのCO2排出量を2013年度比で100%削減、食品ロスも2018年度比で100%削減、オリジナル商品の容器包装で環境配慮型素材の100%使用を掲げており、マチカフェのアイスコーヒーやチルド飲料の一部商品での紙カップへの変更、おにぎり包材の変更などを行っている。

（2021/7/15 流通ニュース）

スーパーやほかのコンビニでも同じようにリサイクルに応じてポイント付与されるサービスが始まっている。足を運んでついで買いを促進する狙いもあると思うが、持っていく手間を考えるとなかなか長続きは難しいのではないだろうか。例えば大型のマンション敷地内にはリサイクル回収機の設置を義務付けるなど、リサイクルを促すためにはより効率よく、日常的に行えるようにすることが重要かもしれない。今後の展開にも注目したい。

---

### 3) 「体温や心拍数を“鏡”で取得して食事を提案するスゴイ仕組み」

NTTデータと味の素は、個人の生体情報に基づき、食事・商品などを提案するライフログ（生活履歴）データ活用サービスの実用化に向けた実証実験を始めた。利用者が鏡の前に一定時間いるだけで体温や心拍数を計測できる「スマートミラー」を活用。取得した情報をもとに、味の素の機能性表示食品を提案することで、商品の購買率や利用者の健康意識の高まりなどの効果を検証する。企業からの需要が見込めた場合、2022年をめどに商用化を目指す。

実証では、顔認証カメラやサーモカメラなど、既存製品を組み合わせで試作したスマートミラーをNTTデータのオフィス内に設置し、生活動線の中で円滑にデータを取得できるようにした。

顔認識で個人を特定すると、約30秒でバイタル（生体）データを計測し、体温や心拍数、ストレスレベルを表示する。

利用者の同意が得られた場合、NTTデータの健康管理クラウドサービス「ヘルスデータバンク」の健康診断データを連携。ストレスレベル・健診結果に基づいた機能性表示食品を提案する。今後はスマートミラー上に決済機能を実装できるようにする。フィットネスクラブ、高齢者施設での利用のほか、社食でのメニュー提案などの活用方法を想定する。

NTTデータは「30年には、業界横断で生活者のデータ取得・活用が進む」と予測する。生活者にパーソナライズ（個別最適化）した、企業のサービス提供を支援する。  
（2021/07/13 日刊工業新聞）

味の素の開発なので同社の食品提案がされるのはわかるが、それだけでは広く普及するか疑問なので、ゆくゆくは多くの企業が参加して幅広い情報提供がなされれば嬉しい。いずれ自宅にもスマートミラーが普及して、体調に合わせたメニュー提案やダイエット、トレーニング情報など出るようになれば健康に気をつける人も増えそうだ。今は開発段階だが、想像していたような未来のツールが現実のものになってきているという点で関心の持てる話だと思った。