

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「無人“果物店” アプリ決済で手軽に」
- 2) 「自席にしながらスマホで飲食注文できるシステムの仕組み」
- 3) 「“都市を森林の貯蔵庫に還す” 家具プロダクト」

1) 「無人“果物店” アプリ決済で手軽に」

東京の街なかに登場した高級果物の無人販売所が話題を呼び始めた。飲食店の店舗前などのスペースに可動式の専用棚を置き、国産果物を並べて販売する仕組みだ。熟度が高く収穫から間もない果物を柔軟に扱う点や、アプリで手軽に決済できる点が消費者の支持を集めている。

無人販売所は「FSTAND（エフスタンド）」。可動式の棚に果物を並べた簡単なものだ。日用品や食品を企画・販売するアンサングスアンドウェブ（東京・豊島）が今年から本格的に始めた。エフスタンドのような生鮮品の無人販売は都内では珍しい。これまでに目黒区や豊島区など都内5カ所で不定期に開設してきた。

8月は豊島区や渋谷区内で山梨県産の大玉モモ「川中島白桃」（1パック2個入り、1200円）や、スイートネクタリン「黎王（れいおう）」（同900円）を販売。収穫から48時間以内に限った果物を扱う。

8月中旬の平日に豊島区内のカフェ店の前に棚を置いたケースでは、SNS（交流サイト）で告知すると、この日用意したモモやネクタリンといった合計約30パックが数時間で売り切れた。「味を評価して繰り返し買いにきてくれる人が増えている」とアンサングス社の有井誠代表は話す。現金払いはできず、支払いはQRコードからのアプリやクレジット決済のみだが、購入者は若い層に限らないという。

果物産地の山梨県出身の有井代表は、幼い頃から近所の農園で採れる完熟したモモやブドウを食べて育ったという。都内のスーパーで売られる果物は産地から市場を経由して店に届くのが一般的だ。収穫からは数日経過し、買った人が冷蔵庫で保管すれば、さらに長い時間がたったものが食卓に並ぶことになる。

エフスタンドでは、産地で食べるおいしさに近づけるため、ぎりぎりまで樹上で熟した果物を山梨県から有井代表らが車で運搬しているという。コストを抑えるため、人手をかけない無人販売を選んだ。

果実は樹上で熟すと糖度や味わいが増し、完熟した状態が最もおいしいとされる。しかし多くの生産者にとり、完熟で出荷するのは簡単ではない。日持ちせず流通市場に乗せるのが難しくなるためだ。

青果販売の経験がなかった有井代表は当初、仕入れに協力する果樹園を探すのに苦労したが、山梨県内で青果流通や製菓などを手がける企業と連携し、仕入れ先を開拓した。現在では同県や埼玉県にある農家15軒以上が関わる。生産者からは「エフスタンドは、完熟果実をたくさんの人に提供できる場」と評価してもらえているという。

収穫48時間を超えた果実は、開設場所の飲食店などにメニューへの活用をすすめる。協力する「OPEN NAKAMEGURO（オープンナカメグロ）」（東京・目黒）ではネクタリンやモモをデザートにした。

新型コロナウイルス禍での外食自粛では、それまでホテルや高級レストランで使われてきた高級果物が行き場を失った。そうした果物を生かす機会にもなっている。

次回は9月にシャインマスカットなどブドウの販売を予定する。消費者の認知度の向上のほか、設置に協力してくれる店舗などを増やすことが今後の課題。「コロナ禍が収束したら産地ツアーを積極的に催すなど、新しい流通方法への理解を広げていきたい」と有井代表は話している。

（2021/09/06 日経MJ）

自粛の影響で自宅にいる時間が増え、外食ができない分少し高価な食事を家で味わおうという考えの方も増えているのではないだろうか。価格だけを見るとスーパーで購入するよりもお高めだが、出店地は東京都心が多く需要は高いのではないだろうか。農家さんも、消費者も、販売場所を提供する飲食店も、三方良しのサービスなのでぜひ広まってほしい。

2) 「自席にしながらスマホで飲食注文できるシステムの仕組み」

NECネットエスアイ（NESIC）は、「LINE」を利用し、チラシなどに掲載された2次元コード経由で読み取った飲食メニューから注文・キャッシュレス決済までをスマートフォン上で完結できる「モバイルオーダーサービス」を始めた。まずはスポーツ観戦などのスタジアム内利用を想定。観戦者が自席に居ながら事前にスマホで注文から決済までを済ませて店舗に出向き、待つことなく、3密を避けて商品を受け取れるようにする。

スマホで事前に注文・決済するサービスは一般に専用アプリが多い。新サービスは、LINEをインターフェースとして利用。チャットボット（自動応答ソフト）とのやりとりやプッシュ通知などの使い慣れた操作環境で顧客と店舗をつなぐことで、サービスの利便性や汎用性が高まることに着目した。

スタジアムの場合、顧客はスマホで2次元コードを読み込んで利用契約に同意。手順に沿って画面をスクロールしながらメニューを選び、注文・決済を済ませてから店舗に出向いて商品を受け取る。

店舗側はタブレットやキッチンプリンターなどで注文を確認し、調理の進捗状況なども管理できる。店舗側の状況や要望に応じて、インターネットのゲートウェイ装置や安全性の高い閉域網などを別途用意する。

契約形態はチェーン店との一括契約のほか、スタジアムやフードコート、ショッピングモールを管理する運営会社や不動産会社などとの包括契約がメインとなる。各事業者は独自ブランドでサービス展開ができる。

料金は10店舗までが月額40万円（消費税抜き）の固定制。数が増えるほど割安となり、売上高比でチャージする他社サービスと差別化する。2021年度は100店舗程度の採用を目指す。

事業化に先駆けて、6月に京セラドーム大阪で実証実験を兼ねてサービスを提供。野球観戦時の攻守切り替えで発生する飲食店での混雑や待ち時間を削減し、3密の回避も含めて顧客満足度の向上に役立てた。

将来的には、注文データの収集・蓄積・人工知能（AI）分析を行えるプラットフォームとして発展させ、マーケティング支援サービスも展開する。データ利活用の促進によって、店舗運営の効率化や住民サービスの改善など街全体のデジタル化を押し進める。新サービスを含む街づくり関連サービス全体で2025年度に売上高500億円を目指す。
（2021/09/02 日刊工業新聞）

ネット、スマホがこれだけ進化・浸透しているのに、未だ炎天下や寒空の下で行列ができていた様子には常々疑問を抱いていたので、こうしたシステムが早く広く浸透することを願う。これに限らず、今までできるのにやろうとしなかったことがコロナによって背中を押されたことは多いが、物事のきっかけを得たときには前を見て、当たり前には懐疑的である必要があると改めて思った。

3) 「“都市を森林の貯蔵庫に還す” 家具プロダクト」

地球温暖化や異常気象などが身近なものとなり、気候変動に対する私たちの意識もますます高まっている。とくにCO2の排出量をいかに抑制するかが大きな課題となっている。

そこで、東京ガスコミュニケーションズとHAGI STUDIOの協働プロジェクト「CARBON STOCK FURNITURE」では、「都市を森林の貯蔵庫に還す」ことをコンセプトにした家具プロダクトを展開している。

そのコンセプトは、都市が排出するCO2を吸収した近隣にある森林の木材をオフィスや店舗・公共空間などの家具にできるだけ多く使用し、森林資源の循環利用を高めながら、都市により多くのCO2を貯蔵するというものである。

さらに、都市近傍にある森林の木材を利用することで、輸送にかかるCO2排出量を抑制。一般流通材を活用し、開孔や切り欠きなどの加工をせずに挟み込んで固定する構造とすることで、木材の再利用がしやすいようにしているという。

また、共通の断面寸法の角材を積むことで、定量的に把握しやすくなっており、固定したCO2を意識しやすいように総量の印字・可視化も行われているほか、森林認証等を取得した産地の特定できる木材のみを利用するなど、トレーサビリティにも配慮している。

現在は、東京都新宿区の国産木材の魅力発信拠点「MOCTION」でも実際の商品を確認することができる。
（2021/08/25 AXIS Web Magazine）

私たちがマテリアルを選んだり、家具を計画したりする過程でも、回り回って地球温暖化やCO2排出量に関わっていると思うと、知っておかなければならないことは多いなと感じる。CO2を貯蔵する、という言葉自体もこのニュースを機会に深く調べるきっかけとなったし、単に木材を使うだけでなくその組み立て方や輸送方法にも気を配り、「持続可能」なものへと繋げていく工夫は今から検討すべきだと感じた。