

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ミニストップ、全店で電子レシート導入 東芝テックが普及推進」
- 2) 「イオン帯広店、商品ロス削減するアパレル・雑貨販売“TASKI”オープン」
- 3) 「パンやケーキの見た目と味を印刷で再現 “味覚メディア”が面白い」

1) 「ミニストップ、全店で電子レシート導入 東芝テックが普及推進」

東芝子会社でPOS（販売時点情報管理）システム大手の東芝テックなどは17日、レシートを電子化するサービスがミニストップ全約1900店で導入されると発表した。スマートフォンアプリでレシートを見られるようにするサービスで、利用客は紙のレシートを管理せずに済むようになる。コンビニエンスストアチェーンでの全店導入は初めてという。

ミニストップ全店で20日から、東芝テックとミニストップのスマホアプリ両方で使えるようになる。店舗での購買履歴が見られる。利用客は紙のレシートを保管・廃棄する必要がなくなるのに加え、従業員との接触も少なくして新型コロナウイルス感染リスクを抑えることにつながる。店舗側は紙の削減などにつながる。

東芝と東芝テックは購買データを活用するビジネスの拡大を掲げ、データ基盤としてレシート電子化サービスの普及を進めている。3月末で約1800店だった導入店舗数は11月末時点では約4500店まで増加した。会員数も約36万人から約60万人まで増えている。11月には東急ストアのスーパー全店で導入された。

まずは購買データを分析し、メーカーや小売店など向けに効果的な販売促進策を提案するサービスを本格化する。東芝グループで連携し、健康情報や位置データなどと組み合わせたサービスを展開することも検討している。

（2021/12/18 日本経済新聞）

様々な場所でゴミ削減が謳われる中、なかなか無くならないもののひとつがレシートだ。スーパーと違い小さな買い物が多いこともあって、レシートを捨てていく客が圧倒的に多いように感じるが、クーポン配布も未だレシートで行っていることに少し違和感を感じる。コンビニのような大規模な小売においては少しの動きが産業全体を変えるほど大きな影響を及ぼすこともあるだろう。率先して取り組んでもらえるように期待したい。

2) 「イオン帯広店、商品ロス削減するアパレル・雑貨販売“TASKI”オープン」

NON-WASTE（ノンウェイスト）は12月10日、北海道帯広市の「イオン帯広」1階に、アパレル・雑貨販売「TASKI（タスキ）」をオープンした。

ノンウェイストは現在、アパレル業界、食品流通業界において廃棄される商品を譲り受け、「まだ使える・まだ食べられる」モノの新しい販売ルートとして、「TASKI（タスキ）」「mono bazar（モノバザール）」の2業態を運営している。

今回、イオン帯広店に登場した「TASKI」は、型落ち、シーズンオフ、わずかな傷といったさまざまな理由で廃棄される「もったいない“モノ”」をそのまま廃棄するのではなく、オフプライスにて消費者のもとに届けるアパレル・雑貨販売店。「TASKI」は、ファッション業界で課題となっている商品ロス、季節外れによる在庫廃棄の問題にも対応で

きる産業プラットフォームとしての役割を担い、流通の中で大量に発生する「もったいない“モノ”」が救われる仕組みを作っていきたいと考えている。

主に海外（一部国内）賛同企業の協力を得た多くのアパレル・雑貨を取り扱いする。アパレル商品は定価より最大で90%OFF、平均約70%OFFで販売する。雑貨は50～30%OFFで販売。一つの店の中で、多くのブランドの商品を見て購入できるのも魅力のひとつとなっている。さまざまな「もったいない」が集まる「TASKI」では、毎週異なる商品を展開することで、いつ行っても新しい何かを探せる楽しさを提供する。

環境省が発表した「SUSTAINABLE FASHION」によると、日本における衣類の年間廃棄量は世界でトップクラスで、年間、一人あたりの購入枚数は約18枚、手放す枚数は約12枚、1度も着用されない服が25枚にも上る。また、手放したり着用されない服の約66%は、「可燃・不燃ごみ」として処分されている。

現在、服を大量生産することで、生産コストを下げ、売れ残ったものは、大量廃棄している。在庫品は、資源とみなされ、税金がかかるが、廃棄処分することで費用計上できる仕組みがあり、大量生産し大量処分する方がコストを抑えられるので、資源を使って作ったものを、資源を使って廃棄しているのが現状となっている。

ノンウェイストは、大量消費の時代を終わらせ、「サステナブルな経済活動」の一端を担いたいという。SDGs（持続可能な開発目標）の項目にある12「つくる責任・つかう責任」、13「気候変動に具体的な対策を」に対して、処分されるモノを最後まで販売する責任を持つことで廃棄を軽減し、焼却に掛かるエネルギーを減らすことに微力ながら貢献する。

また、居抜き物件を借事契約（短期契約）し、店舗に残置される什器や、商業施設の店舗入れ替え時、またはシーズンごとに大量に廃棄される什器も自社で引き取り、再利用している。居抜き物件をそのまま利用することにより、新規資材の使用や施工による廃棄物を削減することができ、資金面においても、環境配慮の面においても大きなメリットがあるという。

（2021/12/14 流通ニュース）

食品やプラスチックゴミに限らず、アパレルなどの服飾も廃棄問題は深刻で、知らず知らずのうちにゴミを大量生産しているような状況に陥っているのはショックを受けた。リサイクルショップも近年よく見るようになったがやはり中古品に抵抗のある人もいると思うので、新品を割安で買取りできるのは嬉しいことだ。使えるものを永く使うという考え方は広く根付いてほしい。

3) 「パンやケーキの見た目と味を印刷で再現 “味覚メディア” が面白い」

明治大学先端メディアサイエンス学科の宮下芳明教授らは、フードプリンターと味ディスプレイを組み合わせた味覚メディアシステムを開発した。パンやビスケットなどに見た目と味を印刷して提供する。インターネットや通信販売などのピザやケーキなどの味を実際に確かめて選べるようになる。映像や音楽のように味がコンテンツとして流通する。

10種の味や香りをストックし、配合を調整して噴霧する味提示装置と食品のイメージ映像やゲームなどを表示するディスプレイ、可食インクでパンなどに料理を印刷するフードプリンターを組み合わせると味を提供する。

例えば食パンにケーキの見た目を印刷してケーキ味に整えて提供することが可能。塩味や酸味、甘味などの5種の味とアルコールの香り、痛覚である辛味など、味の基本要素を配

合して多彩な味を再現する。人間が味覚として感じられる限界の10倍濃度の原液を薄めて噴霧するため、原理上はほとんどの味を再現できる。

従来は画面に表示される映像を使い捨てフィルム越しに舌で舐めていたが、実際に食べられる食品に見た目と味を付加することで自然な食事体験として味を提示できるようになった。

味をダウンロードして付与できる調理器具として家庭の台所に届ける実用化を模索している。例えば通販番組などでは実際の味を伝えることが難しく、試食した人間がおいしがる様子など間接的な情報しか提供されてこなかった。食感などの再現性は限定されるが、印象ではなく実際の味で食材を選べるようになる。

(2021/12/16 日刊工業新聞)

画面越しで匂いや味をどう伝えるかは永遠の課題だと思うが、ついにここまで来たかという感じだ。このニュースでは通販のことに触れているが、たとえば病気やアレルギーなどの理由から特定のものが食べられな人にとっても、避けていたものが味わえる喜びを感じられたりするのではないか。さらにもしこれが本格的に広まれば、パンに塗るジャムやスプレッド、ご飯にかけるふりかけなどが不要になるときが来るかもしれない。テクノロジーの進化で様々な業界で淘汰が起こっており、どの業態も安泰でない不安感と“ドラえもんの世界”が来る楽しみとが常に背中合わせにあるが、近い将来が楽しみだ。