

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イケア、アプリで商品スキャンし優先レジで会計 “IKEA Scan&Pay” 開始」
- 2) 「新たなブームになるか、環境にも体にもやさしい “ポテトミルク” 」
- 3) 「広告もデータ提供も一切なし プライバシー重視の検索エンジン “Neeva” 」

1) 「イケア、アプリで商品スキャンし優先レジで会計 “IKEA Scan&Pay” 開始」

イケア・ジャパンは2月10日から3月上旬まで順次、IKEAアプリで商品のバーコードをスキャンしながら買い物をし、優先レジで素早く簡単に会計ができる「IKEA Scan&Pay」を、全国のイケア店舗に導入する。

イケアは、常に革新的なソリューションで買い物体験をさらに快適に便利にすることを目指している。IKEAアプリを2020年4月にローンチして以降、お客はIKEAアプリを使って、ショッピングリストを作成したり、インスピレーションを得たり、IKEAオンラインストアで商品を購入できるようになった。

今回、IKEAアプリに新機能として搭載する「IKEA Scan&Pay」は、お客がイケア店舗で買い物の際にIKEAアプリで買いたい商品のバーコードをスキャンし、会計時にアプリで作成した会計用の2次元バーコードを優先レジにかざすだけで決済ができる、新しい買い物方法。

家具、雑貨、フードなど、イケア店舗で販売する商品が「IKEA Scan&Pay」の対象商品となる。スキャンした商品をアプリ上で確認できるので買い忘れを防ぐことや、ショッピング中に買い物の合計金額を把握することもできる。

また、お客自身で買い物をしながら商品をスキャンし、「IKEA Scan&Pay」用の優先レジを利用することで会計にかかる時間が大幅に短縮され、イケアの買い物が素早く簡単に快適になるという。なお、優先レジは、キャッシュレス支払いのみに対応している。

(2022/02/08 流通ニュース)

スマホでスキャンしレジを介さず買い物を終了する流れは、今後の実店舗の形として主流になっていきそうだ。特にスーパーでは購入頻度の割に重量のある商品も多く、お年寄りや車がない方にとっては毎回負担になっているだろう。ネットスーパーはもちろん活用できるが配送料や注文の煩わしさを考えると、実店舗に足を運びバーコードをスキャン、その商品を配送してもらうという流れが理想的ではないだろうか。このIKEAのサービスはあくまで会計サービスの例だが、商品を実際に目で見て購入したあと手ぶらで帰り家に届くの待つという買い物体験も実現が近いかもしれない。

2) 「新たなブームになるか、環境にも体にもやさしい “ポテトミルク” 」

英高級スーパーマーケットのウェイトローズは2021年10月、「2022年のフード&ドリンク」レポートを発表し、2022年に最も人気となる代替ミルクはポテトミルクだと予測した。

疑り深く眉をひそめている人に、改めて言おう。そう、ジャガイモのミルクだ。

「近年、ソイミルク（豆乳）やアーモンドミルク、オーツミルク、そして、エンドウ豆からできるピーミルクなどが流行してきた」と、レポートには書かれている。「次に流行するのはポテトミルクだ。今後数カ月のうちに、低糖質で飽和脂肪酸の含有量も少ないポテトミルクを、コーヒーショップのメニューで目にするようになるだろう」

ウェイトローズはこの予測に大きな自信を見せており、市場で唯一の市販ポテトミルクを2022年2月に販売した。扱っているのは、スウェーデンのスタートアップ「Veg of Lund」のブランド「DUG」のポテトミルクだ。DUGポテトミルクの主原料は、ジャガイモ（6%）と水、菜種油で、ほかにビタミンや香料、エンドウ豆のタンパク質と、チコリ由来の食物繊維などが添加されている。ポテトミルクを試してみたい人にとって嬉しいことに、3種類のフレーバーから選ぶことができる。オリジナル、無糖、そして、コーヒー用のバリスタだ。

では、ポテトミルクの素晴らしさについて紹介していこう。英国では植物性ミルクの売れ行きが好調で、国内市場は年間およそ4億ポンドに上る。米国では、ミルク市場全体に占める植物性ミルクの割合は約10%で、売上は20億ドルに迫っている。市場調査会社ミンテルが実施した調査によると、英国における植物性ミルクの利用率は増加しており、2020年の25%から、2021年には32%と史上最高に達した。とりわけ、ミレニアル世代（25歳から44歳）の利用率は44%だった。ポテトミルクが、英国を経由して米国に届くことを考えると、これは極めて重要だ。

代替ミルク市場は変化が速い。ココナッツオーツミルク、ヘンプ（麻の実）ミルク、スペルト小麦のミルク、ライスマルク、ピーミルク、アーモンドミルク、ココナッツミルク、カシューミルク、ソイミルク、セサミミルク、フラックス（亜麻仁）ミルク、ピスタチオミルク、ウォルナッツミルク、マカダミアミルク、バナナミルク、ヘーゼルナッツミルク、キヌアミルクなどが、次々と登場している。風味が悪くない限り、ポテトミルクがこれらの代替ミルクよりも売れない理由はどこにもない。

ウェイトローズが消費者2000人を対象に実施した調査のレポートによると、「食品のカーボンフットプリントは、自分にとって『非常に重要』、または『ある程度重要』」と回答した割合は約70%に上った。ポテトミルク・ブランドのDUGは、同社製品は市場で最もサステナブルな代替ミルクだと述べており、その主張を裏づける研究もあるようだ。ポテトミルクが登場する以前は、代替ミルクで二酸化炭素排出量が最も低かったのはアーモンドミルクで、1kgあたり0.7kg-CO₂eだった。「DUGオリジナル」のカーボンフットプリントは1kgあたり0.27kg-CO₂eで、「DUGバリスタ」と「DUG無糖」はともに1kgあたり0.31kg-CO₂eだ。DUGによれば、ジャガイモの栽培は、土地利用と水利用という点で、オーツ麦の栽培と比べて2倍も効率がいい。他の代替ミルクと比較した場合は、ほぼ中程度の効率だ。

ポテトミルクは、糖質と脂肪分が低く、一般的なアレルギーである乳糖や牛乳、大豆、グルテン、ナッツなども含まれていない。DUGオリジナルの栄養素を見てみると、100mlあたり、カルシウムは1日の推奨摂取量の15%が含まれている。ビタミンDとビタミンB2、ビタミンB12も、1日の推奨量の15%を摂取できる。また、DUGオリジナルは葉酸が強化された唯一の植物性ミルクであり、1日に推奨される量の15%が含まれている。体重を気にする人のために言っておくと、カロリーは100mlあたり39キロカロリーで、脂肪分も1.5gに抑えられている。

DUGによると同社のポテトミルクは、クリーミーでおいしい上に、ポテトの自然な風味のおかげでバランスのいい味だという。オンラインのレビューも、ほとんどが好評だ。
(2022/02/11 Forbes JAPAN)

欧米に比べると代替ミルクの浸透度はまだまだだと思うが、SNSや売場を見ていると需要もラインナップも日に日に増えてきているのを実感する。そんな中でまた新たなものが誕生すると聞き、果たしてそんなに色々な種類が必要なのかとも思ったりするが、様々なニーズに答えたりより良い物をつくりたいという思いから次々と生まれるのだろう。環境負荷が少なく身体にも優しいとなれば選択しない理由はないが、あれもこれもと取り組んだ結果フェードアウトしてムダになったというオチが無いように願いたいところだ。

3) 「広告もデータ提供も一切なし プライバシー重視の検索エンジン “Neeva”」

「検索エンジンに興味のある言葉を打ち込もうとしたら、予測変換で出てきた」「転職のことを少し調べたら、すべてのSNSの広告が転職関連になった」といった経験はないだろうか。

これは検索エンジンの提供側が、利用者のデータや過去のサイト閲覧履歴から、気になるであろう言葉を巧みに表示する「ターゲティング広告」を使っているのだ。多くの検索サービスは消費者に無料で提供される反面、消費者の情報を収集し、こういったターゲティング広告に利用している。このことについて、あなたは思うだろうか。

公正取引委員会の2021年の報告書によると、消費者の約70%はターゲティング広告を受け取ることにについて「煩わしい」または「どちらかというとな煩わしい」と思っている。一方で、「無料の検索サービスに広告が表示されることは仕方ない」と考える消費者も、約70%いるという。こういった「無料だから仕方ない」という人々の認識を覆そうとしているのが、広告の出ない無料の検索エンジン「Neeva」だ。

グーグルの広告部門を担当していたスリダール・ラマスワミ氏と、ユーチューブのマネタイズ部門を担当していたビベック・ラグネイサン氏が、2021年に始めたサービスだ。

Neevaの特徴は広告ゼロであることに加えて、利用者の情報を第三者に提供しないことだ。そのため、自分のプライバシーの取り扱いに関する不安が少なく済む。また、Neevaでは、検索結果に自分が信頼するニュースサイトや、好きなお店などが優先的に表示されるようカスタマイズできる。過度なSEO対策が施されたコンテンツより、自分が本当に知りたい情報にアクセスしやすくなるだろう。

「広告収益を得ていないのなら、Neevaはどのように事業を成り立たせているのか」と疑問を持つ人がいるかもしれない。Neevaは無料のベーシックプランに加えて、月額4.95ドル（約600円）のプレミアムプランを提供することで収益を得るという。

どちらのプランも、2022年1月時点ではアメリカ国内で利用でき、じきに世界中で利用できるようになるそう。プレミアムプランには、Neevaが主催するコミュニティに参加できたり、VPNのようなプライバシーツールを利用できたりするといった特典が付くという。広告ゼロで、第三者に情報が提供されない点は、どちらのプランでも共通している。

世界中でNeevaが使えるようになれば、あなたは今使っている検索サービスから切り替えるだろうか。公正取引委員会が2020年に行った調査で、消費者に、広告が表示されない有料の検索サービスと、広告が表示される無料の検索サービスのどちらを利用したいかアンケートをとったところ、「広告が表示される無料のサービスを利用したい」または「どちらかといえば広告が表示される無料のサービスを利用したい」という回答が過半数に達したという。

また、「広告が表示されない有料のサービスを利用したい」「どちらかといえば広告が表示されない有料のサービスを利用したい」と回答した消費者に、月額いくらまで負担した
いか質問したところ、「月額100円未満」との回答が過半数に達したという。無料の検
索サービスに慣れた私たちにとって、有料版はハードルが高いのかもしれない。無料プ
ランの提供を続けるという、Neevaの意志を応援したい。
(2022/02/08 IDEAS FOR GOOD)

ネットの利用が当たり前になり便利さを感じる一方で、情報漏えいなど不安な面も近年浮
き彫りになってきていると感じる。確かに過剰な量であったり情報が搾取されているので
はないか?と思うような広告は煩わしいが、有料にしてまで排除したいかと言うと悩む方
も多いのではないだろうか。ただ、今すぐではなくとも、オープン過ぎる情報開示に抵抗
が生まれネットのあり方自体が変わっていくことは当然の流れかもしれない。