

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「東急ハンズ、環境配慮型プライベートブランド“端材シリーズ”発売」
- 2) 「“海のグーグル・マップ”や資源開発を産学連携のコンソーシアムが構想」
- 3) 「日立系、仮想オフィスソフト販売」

1) 「東急ハンズ、環境配慮型プライベートブランド“端材シリーズ”発売」

東急ハンズは3月16日、「もっと、ものを育てよう。」をコンセプトに商品開発を行うプライベートブランド「Hand Marks (ハンド マークス)」から、「もったいない」を減らす、環境に配慮したサステナブルな取り組みとして「端材シリーズ」の販売を開始した。

製品製造の際、材料から必要な部分を取ったあとに残る「端材」は、本来、廃棄される素材だが、視点を変えると、使い方から自由に考えることができる、アイデアの種となるアイテムでもある。そんな発想から「端材シリーズ」はうまれた。

今回、食器用洗浄スポンジやろうそく、靴やバッグといった革製品などの端材など、計7種類を販売する。今後も段階的に種類を増やし、端材を使用したワークショップ等の開催も予定している。

「端材をあつめたスポンジパック」約90g税込700円、「端材をあつめたろうそく芯パック」約40g500円、「端材をあつめた木材パック」約500g1000円、「端材をあつめたシールパック（普通紙）」約50枚350円、「端材をあつめたシールパック（透明）」約50枚350円、「端材をあつめたヒバチップパック」約60g1000円、「端材をあつめた革パック」約250g1500円を発売した。

(2022/03/16 流通ニュース)

幼稚園など端材を「教材」として使用できそうな場所には無償提供でも良いのではないかと感じるが、使う側のアイデア次第でいろいろなものに化けると思うと楽しみだ。食品についても惣菜調理時にでる端切れ食材の提供や期限の迫った商品のバラ売りなど、臨機応変な販売ができるとよりロス削減に貢献できるだろう。衛生面で課題はあるがそういった取り組みが増えてほしい。

2) 「“海のグーグル・マップ”や資源開発を産学連携のコンソーシアムが構想」

海でもグーグル・マップのようなインフラを整え、新産業を創出する。そうした構想を描くコンソーシアムが、実現へ活動を本格化させる。エレクトロニクス業界を代表する立場で、JEITA（電子情報技術産業協会）が進めている共創プログラムの一つ。

アクア（水中）をLAN環境のように結ぶことをめざすALAN（エーラン）コンソーシアムと名付け、2018年から活動してきたもので、最新の取り組みを今月、メディア向けに発表した。海洋資源などが国際的にも問題となる中、資源開発にもつながるとみる。海洋大国として、先端材料・デバイスなどに取り組んでいく。

青色LEDで知られる日亜化学工業やKDDI総研、浜松ホトニクス、太陽誘電といったエレクトロニクス・通信関連の企業や、海洋研究開発機構（JAMSTEC）、東工大など計26団体が参加している

水中では音波による無線通信が多く、「最後のデジタルデバイド領域」とも言われ、LEDを使った光無線通信技術も注目されている。コンソーシアムは、水中でのIoTをめざし、青色など光無線技術や、音波、有線技術を組み合わせネットワークを構築することをめざすとともに、LiDAR開発や、水中光無線給電にも取り組んでいる。

当初は「本当にできるのか？」とも言われたが、この2年ほどで基礎的な実験に成功。特に水中光無線通信では相模湾沖の水深1000メートルの水域で、1Gbpsで100メートルの通信に成功。これは「知る限りでは、世界初のレベル」という。それを踏まえ、新年度からめざしている一つが、ケーブルなどがなくても自由に動ける水中ドローンの活用。

海底調査や洋上風力をはじめインフラ点検、さらに、養殖施設のモニターなども一気に効率化できるとみる。さらに、「バーチャルツアー」が最近人気だが、水中ロボットからの映像を陸上で視聴する「VR水族館」など、新たなツーリズム産業も見込めるといふ。

「いわば、海でもグーグルマップ、ストリートビューができるようなイメージです」とコンソーシアム。当面、ハードだけでも数百億円の規模の市場が見込め、海洋ビジネス全体では、兆円単位の市場ができてもおかしくない、と期待する。文字通りの「ブルーオーシャン」をめざす。

（2022/3/27 電波新聞デジタル）

「海の中」を普段見る機会がないので、この取り組みを知りとてもワクワクした。科学的や工業的な資源の開発はもちろん、食卓に上る魚介についてももっと深く知ることができそうだ。海の現状を目視できれば、生態系についても理解が深まり環境問題についてより意識することにもつながると思う。実用化に向けて引き続き取り組みを進めていただきたい。

3) 「日立系、仮想オフィスソフト販売」

システム開発の日立ソリューションズはオンラインで職場を再現する「仮想オフィス」ソフトをクラウド形式で販売し始めた。在宅勤務の普及によって不足しがちな職場内のコミュニケーションを補うことを狙う。2025年までに関連ビジネスを含めて年間20億円の売り上げを目指す。

製品名は「仮想オフィスサービス」で、画面上に職場のフロアを再現し、アバターと呼ばれる自身の分身を表示する。出社か在宅勤務かを問わず、あたかも同じ空間で勤務している感覚でメンバーの勤務状態を確認したりチャットで会話したりできる。開発は子会社の日立ソリューションズ・クリエイト（東京・品川）で、同社も販売する。

最大の特徴は、米マイクロソフトの業務用クラウド「マイクロソフト365」のチャット機能「チームズ」やスケジュールと連携することだ。他社製の仮想オフィスは独自のチャット機能を有している場合が多く、企業で普及しているチームズとの使い分けが煩雑になりやすい。日立ソリューションズの仮想オフィスサービスであればチャットをチームズに一元化できる。

調査会社のアイ・ティ・アール（東京・新宿）によると国内の仮想オフィスの市場規模は20年度に約3億円で、25年度には約95億円に急拡大する。新型コロナウイルス禍で在

宅勤務が広がったことにより、スタートアップのoVice（オヴィス、石川県七尾市）やシステム開発の富士ソフトなどが販売しており今後も競争が激化しそうだ。
（2022/03/25 日経MJ）

リモートワークが普及し、それに追隨してチャットアプリも急激に認知されるようになった。非接触推奨により様々な場所でデジタル化は進んでいるがやはり使い方の難しさは課題としてあるので、リアルとバーチャルがちょうどバランス良く操作性も良いとなれば普及が期待できそうだ。