

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「スズキ、歩行を助けるモビリティ」
- 2) 「サントリーが発掘した、ボトル飲料の新たなニーズとは？」
- 3) 「食事の前に匂い嗅ぐと“糖尿病の予防効果高まる” 富山大学研究結果」

---

1) 「スズキ、歩行を助けるモビリティ」

スズキが高齢者などの歩行を助ける電動モビリティ（移動手段）の商用化へ、試験運用を進めている。イオンモールと組み、8～14日に浜松市内の商業施設で無料で貸し出した。屋内での運用は初めてだ。買い物カート代わりに気軽に利用してもらうとともに、使い勝手に関する意見を集めた。

試験運用する電動アシストカート「KUPO（クーポ）」は手押し車として使うのが基本で、歩き疲れたら電動車いすに形を変え座り乗ることができる。折り畳まれていた座面を平らにして足を乗せる床を前方へスライドさせるなどの変形操作は、慣れれば簡単だ。買い物かごなどの荷物はカート上部に10キログラムまで乗せられ、足りなければ床のスペースも荷物置きに使える。

手押し車モードでは長さ68センチ、幅50センチ、高さ1メートル17センチと、買い物カートと同程度の大きさ。ショッピングモール内でも違和感なくなじむ。前輪に全方向移動が可能な「オムニホイール」を採用し、小回も利く。試験運用ではモール内各階通路のほかスーパーマーケットのイオン店内にも入れるようにして、買い物に使ってもらう。

手押し車としては最高時速5キロメートルで、超過しようとするすると制動をかけ安全を確保する。一方で電動車いすモードでは同4キロメートルほどまでで、そばを歩く家族や友人などと一緒に語らいながら進める速度だ。

あくまで歩きたい人を補助するのが主目的で、座り乗りは歩き疲れた場合などの副次的な選択肢と位置づけるクーポ。2018年にコンセプトモデルを発表、現モデルは5代目にあたる。スズキが半世紀近く蓄えた電動車いすのノウハウを生かしつつも若手技術者らが米国視察も含めてニーズを探り、一から部品を開発し改良を重ねてきた。

21年11～12月には植物園のはままつフラワーパーク（浜松市）の屋外で試験運用し60人近くが使った。利用者の声をもとに、最新モデルは押しやすいようハンドル位置を見直し調整機構を追加。サスペンションを加え乗車位置を見直して車いすとしても乗りやすくした。今回、屋内の買い物という実用の場で課題を確かめ商用化の検討を急ぐ。

加齢が進むと長い距離の歩行は難しくなるが、健康増進のため歩き続けたい人は多い。イオンモールでも買い物カートを支えにしたりつえを突いたりして歩く高齢者が目に付く。「近隣から日々来てもらうには付加価値が必要」（イオンモール浜松志都呂の南繁伴氏）として、買い回りを助ける電動モビリティの需要は高まっている。

イオンモールはスズキのクーポに先立ち、11月上旬に浜松志都呂でスタートアップのWHILL（ウィル、東京・品川）と電動車いすを実証実験した。またアイシンが開発した三輪のモビリティ「ILY-Ai（アイリーエーアイ）」の実験や有償提供も受け入れた実績がある。各社製品を検証し比較検討の上で導入していく考えだ。

従来、電動モビリティは市場が小さく大手メーカーが手掛けるだけの量産規模を確保しづらいとみられてきたが、公道での位置づけを定めた改正道路交通法が4月に国会で成立し公布されたことなども含め環境は変わりつつある。スタートアップなどの動きは速く、大手も将来市場を失わないため現実的な製品の開発を急ぐ必要がある。  
(2022/11/21 日経MJ)

広大な広さの商業施設が増える中、お年寄りが快適に過ごせるこういった取り組みは素敵だと思う。子連れのファミリー層が来店しやすい施設は当たり前になりつつあるが、高齢者1人きりで来店することはまず少ないだろう、と断定するのではなく、来てもゆっくり過ごしてもらえるような施設計画は高齢化社会の今、より必要になってくるといえる。

---

## 2) 「サントリーが発掘した、ボトル飲料の新たなニーズとは？」

早朝、オフィス街のカフェに列をなす、急ぎ足のオフィスワーカーたち——。そんな光景がヒントとなって開発された、新たな飲料サービスがある。飲料大手サントリーの「TAG COFFEE STAN (D)」(タグコーヒースタンド)だ。既製のボトル入りコーヒーではなく、「自分好みの一杯」を求めるオフィスワーカーを想定し、味やラベルデザインを自由にカスタマイズできるサービスとして企画した。しかし、実際にふたを開けてみると、サントリーも想定していなかった、思いがけない客層が押し寄せた。

「当初は、オフィスワーカーの困りごとを解決しようと考えたサービスでした。しかし、実際に店舗に来られたのは、アイドルやアニメキャラクターのファンたち。想定外のことが起きました」こう振り返るのは、サントリー食品インターナショナルのイノベーション開発部に所属する今中悠穂さんだ。

タグコーヒースタンドは、事前に専用のWebサイトで「コーヒー」か「紅茶」を選び、ブラック/ラテなどのベースや、甘さ、フレーバー、ホット/アイスなどを選択し、好みの味にカスタマイズ。ラベルデザインも3000種以上の中から選べる。これらの内容を反映したQRコードを店頭で見せて注文し、商品を受け取れる仕組みだ。価格は1本あたり550~650円という設定だ。

サービスの構想を始めたのは2017年。当時、早朝の忙しい通勤時間帯にもかかわらず、スターバックスコーヒーなどの店舗に、大勢のオフィスワーカーが並ぶ光景が目立っていた。安いボトル入りコーヒーではなく、高級感のある「自分好みの一杯」でリフレッシュしたいと考える人が多いのではないかと——。そんな想定から、自分好みにカスタマイズした一杯を提供するサービスを企画。事前にWebオーダーし、通勤途中に立ち寄って並ぶことなくスピーディーに商品を受け取れる仕様を考えた。

19年6月、東京・日本橋に実証実験の店舗「TOUCH-AND-GO COFFEE (タッチアンドゴーコーヒー)」をオープンした(21年8月閉店)。ところが、店舗に訪れたのはオフィスワーカーではなく、特定のアイドルやアニメのキャラクターを熱心に応援する「推し活」ユーザーたちだった。

ボトルのラベルには、Webオーダーの際に名前やメッセージを印字することができる。商品の取り違いを防ぐ目的で用意した仕様だが、推し活ユーザーたちは、推しのアイドルやキャラクターの名前を印字し、推しのカラーに合ったラベルデザインを選択してカスタマイズ。これがSNSに投稿され、大きな反響となった。

売れ方も、一般のボトル飲料とは異なるユニークな動きを見せた。アイドルのコンサートツアー開始日や、推しのメンバーの誕生日、アルバムの発売日、テレビドラマの放送開始

日——。ある特定の日に大きく売り上げが伸びる傾向が見られた。こうした動きを受け、サントリーはターゲット戦略の見直しを図った。推し活ユーザーや娯楽との親和性を感じ取り、当初想定していたオフィス街への出店から、娯楽施設への出店へと切り替えた。「実証実験として開始したからこそ、コンセプトを固めすぎることなく、柔軟に戦略の見直しが図れました」と今中さんは話す。

21年10月、川崎市の映画館「109シネマズ川崎」に1号店を出店。続く11月には「109シネマズ二子玉川」、22年6月に「109シネマズ名古屋」にそれぞれ出店した。多い時で1日あたり、1000本近く売れることもあるという。11月21日には福岡市の映画館「T・ジョイ博多」に4号店のオープンが控える。西日本初出店となり、さらなるサービスの拡大が続くタグコーヒースタンド。ユーザーの心を捉えるのは、やはりカスタマイズの豊富なバリエーションだ。3000種以上のラベルデザインと、66通りある味を掛け合わせると、カスタマイズの組み合わせは、およそ40万通りにも上る。サントリーの定番商品のラインアップが約300品目（22年9月末時点）であることを考えると、ケタ違いの数だ。

最近では「ドラマの撮影現場に差し入れしたい」「社内イベントで配りたい」といった声も届くようになり、新たに法人向けサービスを開始した。ある企業からは「内定式で配りたい」との注文が入り、企業のロゴなどを印字したオリジナルラベルに、内定者の名前と企業名を印字した商品を生産した。記念日など「ハレの日」需要の取り込みも見えてきている。さらに、店舗だけでなく、キッチンカー形式でも対応しており、アイドルのコンサート会場や、サッカーJリーグの試合会場などに臨時出店している。

「楽しみ方を押しつけることはしません」と語る今中さん。カスタマイズサービスを提供することに徹し、楽しみ方はユーザーが自由自在に編み出していく。そんなスタンスが、想定外のニーズを発掘し、さらなる商機を呼ぶのかもしれない。

(2022/11/19 ITmediaビジネス)

SNSの普及に伴い自身の趣味思考を発信しやすくなり、同じ趣味をもった人とも繋がりやすい時代になっているといえる。そんな中話題になっている「推し活」だが、好きなキャラやメンバーのために活動し足を運ぶ、その消費は確実に経済に良い影響を与えているだろう。想定外の反響がコンセプトに沿わないものだとしても、そこに便乗し柔軟に対応していく姿勢あってこそそのヒットだと感じた。

---

### 3) 「食事の前に匂い嗅ぐと“糖尿病の予防効果高まる” 富山大学研究結果」

富山大学は、食事の前に食べ物の匂いをかぐことで脂質の消費が促進され、糖尿病の予防効果が高まるとする研究結果を発表した。富山大学などによる共同研究で明らかになったもので、空腹状態のマウスにエサをやる際、一定時間その匂いを嗅がせてから与えた場合、何もしない場合に比べ血糖値の上昇をより抑えられる事がわかったということだ。

またこの研究では、糖尿病の薬として知られるインスリンへの抵抗性が下がり糖の代謝が改善する事も明らかになり、富山大学は嗅覚を刺激することで糖尿病を予防する効果が得られるとしている。

富山大学の笹岡利安教授「嗅覚と脳の嗅覚中枢を結ぶ部分を何らかの形で刺激をするような薬剤や芳香が見つかれば、創薬ができると考えている」という。富山大学ではこの研究結果を踏まえ、今後ヒトへの応用や、嗅覚の刺激を利用した薬の開発にもつなげたいとしている。

(2022/11/15 FNNプライムオンライン)

匂いを嗅ぐだけで脂質消費...!?と、夢みたいな耳を疑う話だが、研究結果として出たのだから驚きだ。糖尿病で悩む人は多いだろうし、ダイエットにも糖は大きく影響するので、希望の光となれば嬉しい。もしこの研究が実を結び広まれば、食べる前にみんながクンクン...光景を想像すると面白い。香りをもたらす効果というのは他にも様々あるが、次はどんな研究結果が発表されるか楽しみだ。