

感染症を契機としたビジネスの潮流は、 「ソーシャルディスタンシング」が叫ばれるなか、にわかに活況を呈するタッチレス(非接触) 新たな経済圏を生み出すのだろうか。 サービス市場。

タッチレスエコノミーの行方

普及しています。 なく完結できるサービスが急速に はじめ、相手と直接対面すること テレワークやオンライン教育を

まで考えられなかった出来事です。 ナウイルスの感染拡大で、「5G」 年といわれていました。 移動通信システム(5G)普及元 そもそも2020年は、 ト端末やスマートフォンを利用し ーに対応できたりする。ひと昔前 て、テレビ出演したりインタビュ いまや自宅にいながらタブレッ 新型コロ 第5世代

> 速していくはずです。 を活用したサービスはいっそう加

関心期、 え方です。 維持期の五つのステージを経て、 変容」という言葉があります。 ヒトは行動変化にいたるという考 マーケティングの世界に「行動 関心期、 準備期、 実行期、 無

たり前のサービスとして定着して イバー自身がガソリンを扱うのは います。しかし開店当初は、ドラ ービス式のガソリンスタンドは当 例を挙げましょう。セルフサ



流通評論家

渡辺広明

わたなべ・ひろあき 1967年生まれ。ローソンに22年間勤 務。店長、スーパーバイザーをへて、 16年間バイヤーを経験。日用品を中 心に、メーカーと約600品目の商品 開発を行う。ポーラ・オルビスグル ープの化粧品会社pdcに2年間勤務。 2014年、TBCのグループ会社にチー フマーチャンダイザーとして着任。19 年、やらまいかマーケティングを設 立。商品開発、営業、マーケティング など多数の企業を支援している。

とでしょう。 ェブ会議にしろ、 えて実行期に突入した感はあるも いえます。テレワークにしろ、 遠からず維持期を迎えるこ 準備期を飛び越 ゥ

きおこり、実行期に移行するのに

いかがなものかといった反発が湧

時間を要しました。

私たちは今日「実行期」にあると

行動変容のプロセスに照らせば、

となるなか、オンラインによる授 彼らにとって、 行動変容は、タブレット端末やス ています。今回私たちに迫られた 業や宿題の提出は当たり前になり あります。全国の小中高校が休校 もいわれるオンライン教育市場が ービスのひとつに、 マートフォンが常に身近にあった なく、塾の課題などを日々こなし ました。私の子どもも特段抵抗感 成長が期待されるタッチレスサ 無縁なのかもしれ エドテックと

ます。スクールに通うよりも安価 メリットです。 で学習履歴をしっかり管理できる オンラインで学んでいる知人もい 住している外国人講師に英会話を 学校の授業以外にも、 オンライン教育ならではの 海外に存

アバターが接客

ずタブレット端末で商談のほとん タンス」にも注目しています。こ どを行えるようになる。 の技術を活用すると、 格など、初歩的な質問にはタブレ ごとの性能やオプション装備の価 ラーでは、営業スタッフが常駐せ 接客業務を行える「テレエグジス 新たな動向として、遠隔地から カーディー グレード



するのは困難になるのではないで たり、とりわけ訪日外国人へのサ 話を行います。店頭のモニター上 されている点で、 す。また、柔軟な働き方が促進さ を手伝っている例もあると聞きま 日できないため、 地方では外国人技能実習生が来 価されるようになります。 しょうか。おのずと副業が解禁さ は1人の従業員を定年まで雇用 道順を説明したり、地図を印刷し のアバターが近隣の観光地までの る構想を描いていました。 せ、テレエグジスタンスを導入す いている人々が農作物の収穫作業 にも影響を与えます。畢竟、 ービス向上が期待されていました。 いるのは外国語の翻訳機能が付加 五輪・パラリンピック開催にあわ 場所を問わない働き方は、 労働時間ではなく、成果で評 ふだん工場で働 AIが自動で会 優れて 実際、

最終段階で営業スタッフがアバタ で回答。アバターには人工知能(A ット上のアバター(分身)が自動 交渉を行うのです。 ーに憑依し、見積書の提示や価格 I)が搭載されています。 商談の

れれば、障害を持つ人や引きこも コンビニエンスストアでは東京

> いわれた人々に働く場を提供する 可能性もあります

り、情報を多面的に仕入れるよう 化著しい時代を乗り越えてゆくの オン、サードオピニオンに耳を傾 私自身、信頼できる情報源を絞 発信しているのは誰かということ。 報の真贋を見極めるポイントは、 が正しいのか判断できません。 ナの問題は現在進行形のため、 は情報リテラシーです。 するなか、経営者に求められるの っそう求められるのも確かです。 かのウェブサービスを開始する場 はむずかしいでしょう。 けられる環境をつくらないと、 心がけています。セカンドオピニ しました。さまざまな情報が氾濫 予測の困難な不確実な時代に突入 る半面、創意工夫とスピードが かけずにビジネスを立ち上げられ いえるでしょう。多額のコストを ト通販、アプリの開発など、 あります。オンライン講座やネッ 「ゲームチェンジ」が起こりつつ このように社会のあらゆる領域 世界的な感染症の拡大で、将来 中小企業にとってチャンスと 設備投資のハードルが低い点 従来の固定観念を打破する 新型コロ 何ら 変

りの人など、これまで労働弱者と

(インタビュー・構成/本誌・小林淳一) ❸

woш-> 急成長するオンラインフィットネスレッスン

フィットネスジムなど室内で運動をする施設は、ウイルス感染が拡大しやすい場所としてその多くが営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。が営業休止を余儀なくされている。日土聡志COとともに共同だ。白土聡志COとともに共同だ。白土聡志のが、SOELU ライン上でライブ配信する自社サービスの特徴について次のように目がない。

に互いの様子を確認しながらリアルタイムかつインタラクティブルタイムかつインタラクティブンできるライブレッスンを提供している国内唯一の企業です。定員は1レッスンで15名ですが、定員は1レッスンで15名ですが、定員だけできるギャラリー枠で無制限だけできるギャラリー枠で無制限に参加することが可能です」

いが、ほとんどは「ズーム」などな強みになっている。ベンチャーな強みになっている。ベンチャーとを中心にすでに同じようなサービを明が、まなが、ライブ配信のシステムを自社で構築しているのが大き

クしてもらうのはいいけれど、ほ かの参加者からは自分を見られた くないというのが利用者の本音だ と思いますが、それを回避する手 法は既存のグループレッスンでは 存在しませんでした。そこで当社 のライブレッスンは、講師は参加 者全員の動きを見ることができま すが、参加者からは講師だけしか



蒋詩豪社長

を選択する利用者も多いという。を選択する利用者も多いという。なっていたが、声高に「ステイホーレや有酸素運動系のプログラムになっていたが、声高に「ステイホーム」が叫ばれるようになってからム」が叫ばれるようになってからはさらに利用者が増え、月額約6はさらに利用者が増え、月額約6はさらに利用者が増え、月額約6はさらに利用者が増え、月額約6はさらに利用者が増え、月額約6はさらに利用者が増え、月額約6

公開されるのが怖い」など、プラ

に対する不安が生じやすいからだイバシーが公開されてしまうこと

「自分の体の動きを先生にチェッ

用が多かったのですが、緊急事態 宣言が発出されフィットネスジム が軒並み一時閉鎖を余儀なくされ た後からは、ジムに通っていた人 だ無料体験で試しに利用してみて 気に入って通い続けるケースが増 えています。具体的な数字は開示 していませんが、4月の売り上げ は対前年同月比5倍を突破しまし た」(蒋社長)

オンラインレッスンの特性に適した講師が多数在籍しているのも同社の特徴の一つ。リモートで指導するために必要なコミュニケーション能力を厳しく見極めており、「ポーズのきれいさやルックスの良さでリアルスタジオでの他のオーディションでは採用になる人材でも、当社ではコミュニケーション能力や接客力の観点で不採用になるケースもある」という。

力が、月次解約率1桁台前半といり人を超える講師陣と、生徒のプローを超えるリモートレッスンを配信プラットフォーム、1日で1配信プラットフォーム、1日で1配信プラットフォーム、1日で1のを超える関係した。

す」(蒋社長)

通ってもなかなか続かない人の利

ムに通うのが物理的に難しい人や

当社のサービスはフィットネスジ著な伸びがありました。もともと

拡大を図った結果、

年明けから顕

グラムの提供を開始し利用者層の

「2019年11月に男性向けプロ

点が大きな強みになっていま

特集2**「非接触」の時代**

う高いリピート率獲得につながっ ているのである。

大手ジムとの協業も視野

事業」 である。 かないユーザーが多いという現実 を立てたのがフィットネス分野だ 〇を目指せるポテンシャルのある 掛けていた。このメディアを軌道 ュレーションメディアの運営を手 能なフィットネスソリューション を身に着けることができる持続可 が明らかになっており、 に乗せた後に事業譲渡し、「IP 、のニーズは大きいと判断したの た。各種調査で、 14年4月に設立された同社は当 アニメや漫画を対象としたキ (蒋社長)として白羽の矢 ジム通いが続 運動習慣

体的なビジネスモデルとして蒋社

スが定着してきていたご時世。 折しもオンライン英会話サー Ė



でくれたり、 長は、ヨガをはじめとしたフィッ めてくれたり、 キーワードは双方向性である。 施する方法に可能性を見いだした。 トネスレッスンをオンラインで実 画 面越しにトレーナーがいて褒 体調を聞いてくれた 自分の名前を呼ん

> り、 っかけになっています 寄せられました。モニター協力者 うな利点がある』との意見が多数 もらった生徒からは『ユーチューブ るアドバイスをしてくれたりする からの意見に手ごたえを感じたの のでスタジオで受けるのと同じよ えました。実際モニター協力して ッスンを受ける体験ができると考 ことで、自宅にいながら実際のレ 『その場で動きを矯正してくれる 動画とは違った緊張感がある 本格運用に踏み切る一つのき その場で動きにアレンジ加え

 $\overset{L}{\overset{}{U}_{\circ}}$ 評判を呼び、 としてサービスを開始したSOE ラムとリーズナブルな価格設定が オンラインフィットネスレッスン イルス感染拡大にともない他人と こうして17年6月、女性向けの 質量ともに充実したプログ さらに新型コロナウ

> とで急激に生徒数を増やしている。 ていくという。 年層へのターゲット拡大や大手フ 蒋社長は今後、 の接触を避ける機運が高まったこ イットネスジムとの協業を検討し 50~60代の中高

獲得を目指しています。 30年にはリアル店舗とオンライ 活用する形を想定しており、 フィットネスジムとの協業も検討 ていきたいですね。 筋トレなどプログラムの幅も広げ 運動やダンベルを使った部位別の ン含め年間有料会員100万人の ログラムとして当社のサービスを 会抑制を目的としてオプションプ しています。ジムがユーザーの退 ロナウイルス問題が終息した後は ダンスエクササイズなどの有酸素 「ユーザー層の拡大にともない、 さらに新型コ 2

(本誌・植松啓介) 🗬

SOELU 株式会社

立 2014年4月 設 所在地



COMPANY DATA

ファイドー 500ブランド超を扱う国内最大級家具ECサイト

豊富さは他社の追随を許さない。 ついてこう語る 運営するフライミーの坂本如矢社 のインテリア雑貨まで品ぞろえの をはじめ、ラグや食器、時計など ど国内外の高感度なブランド家具 ファやチェア、テーブル、照明な 幅広い価格帯とテイストから、 具・インテリア通販サイトである。 品ぞろえを誇る国内最大規模の家 ランドを取り扱い、 「FLYMEe」は、 同社サイトのユーザー層に 500以上のブ 2万点以上の

アなども自己表現につながるよう ョンだけでなく、部屋のインテリ 会が増えたことで、『住』対する スタイルを他の人に見てもらう機 や、SNSの普及で自分のライフ 招待する文化が浸透し始めたこと でモノを買える人が多いと感じて り自分なりの審美眼があり、 わりがあり、感度が高い人、つま 要な衣食住のうち『住』 に投資する人たちにも数多く利用 になってきており、そうした『住 価値が見直されています。ファッシ います。近年日本では、 「当社のお客さまには、 人を家に へのこだ 生活に必

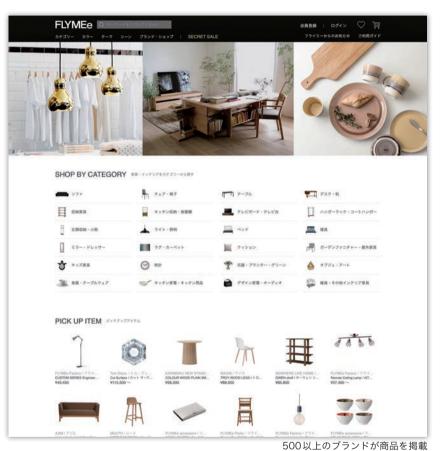
> していただいています」 るというからすごい。 ち4割のブランドがECサイトで なんと500以上。しかもそのう きな特徴だ。参加ブランドの数は が共同体的に参加しているのも大 さまざまなブランドやショップ 「FLYMEe」のみで展開してい 家具業界全

> > 長は胸を張る。 体を巻き込んだ販売プラットフォ ームになりつつある状況に坂本社

の結果ここまでサイトが成長しま 言われてきましたが、 のようなサービスは実現不可能と 品仕入れの難しさから、『FLYMEe』 「業界の商流の特殊性や物流、 地道な交渉

おり、SEO対策やWEBマーケ 業時より、システム開発やカスタ きな強みになっています。 い点も強みです」 ティングの技術的なノウハウが高 マーサポートを完全内製で行って ービス構造になっていることが大 誰もが生活で必要とする商 簡単に参入できないサ 類似サービスが また創

ることや、 います。またそれに加えて付随 商材の品ぞろえなどが評価されて クオリティーの商品が豊富にライ たプロユースにも対応できるハイ ルの商品しか使えないが、 久性が重要視され一定以上のレベ ている設計事務所、内装会社、 店やオフィスなどの施設を手掛け 文できる利便性の高さから、飲食 らゆるブランドの商品を一括で注 タートした「FLYMEe」だが、 イトに比べて圧倒的に充実してい ンアップされているからである。 ーディネーターといった企業から 「プロ仕様の高品質商品が他社サ 利用も多い。BtoB市場では耐 元々BtoCのサービスとしてス プロも知らないような



商 ないこと、 材を扱いながら、

Ł

れて市場に出ていないため、

展示されている場所が少なく、

埋

番の問題は、

大半の商品が実際に

「家具・インテリアを買う上で

は続ける 検討するのは

代わりに使っているケースも多く 向けの2020年度売上高は前年 あるという人気ぶりである。 高い支持につながっています」 利に感じているお客さまも多く、 る提案や納品などのサービスを便 なかには同社サイトをカタログ 法人

巣ごもり消費拡大が追い風に

比3~4倍ペースで伸びていると

立、12年2月にECサイトを立ち 10日後、3月21日に創業。 を作りたい」との思いから、 ない。世の中に価値あるサービス 災するなか、「物質的なものははか である。東日本大震災で家族が被 1年8月1日にフライミーを設 坂本社長の出身は宮城県仙台市 、震災の 2 0 1

うサイトを利用したい』と思うサ ました。そこで、 らないから買いづらい』という、 のですが、実店舗・オンライン共 家具やインテリアを購入していた 間にこだわりがあり、いろいろな 不便さを顧客体験として感じてい に『どこで何を売っているかわか 「もともと20代の頃から、 ビスの提供を目指したのです 広大な家具店に足を運んでもお 『自分ならこうい 生活空

> る事業を展開するコシック社に を作らなければ、 らないこと』です。

問し、 考えました」 こうして坂本社長は、

のダイニングテーブルやデスク 伸長。とくにここ数カ月は在宅ワ 長の読みは見事に的中した。さら スペックが分かれば2次元の写真 必要がなく、サイズなどある程度 オフィスチェアの需要が高まって ークの普及が追い風になり、 家具・インテリアの販売は大きく で巣ごもり消費が拡大しており ルエットが体に合うかどうか試す に最近では「自粛社会」の長期化 1枚で買える商材」という坂本社 「もともと家具は、 服のようにシ

具は商品の展示数に限界があるし、 で売り場スペースを大きくとる家

広大な店舗を歩いて商品を比較

一苦労だ。

坂本社長

グを開いて注文する経験がある人

目当てのものがなく、

結局カタロ

は少なくないだろう。一つの商品

解消されません。そこを解決でき が常に求めるものに出会える場所 『どこにどんな商品があるか分か 示面積に限界があり、 こうした不便 しかし実店舗 速

たのである。 とも評されるサイトの実現に至っ のメーカー・ブランドの共感を獲 た。その熱意と地道な交渉が多く 買経験をもとにブランド各社を訪 るのはECサイトのほかにないと ンに対する考え方などを伝え続け こし、「家具業界のゾゾタウン 同社のビジョンや実現した サービスやサイトデザイ 自らの購

インテリアは、プロといっしょに、

3D画像でコ

求めている。坂本社長は言う。 社長は、さらなる事業拡大を追 在宅ワーク等の普及でその速度が ンテリアはEC化のスピード いるという。「もともと家具・イ 一気に上がっている」と話す坂 いジャンルでしたが、 今回

り、 ライベート空間に限らず、 構築を目指します_ ECの枠を超えた社会インフラの きに欠かせないサービスとして わず、あらゆる空間を創造すると てもらえるような存在を目指した してもらうため、 ことで生活の質が上がる体験 より多くの人が『住』に投資する りする力を持っているからです。 空間における体験の価値を高めた といったあらゆる空間で、 スやカフェ、レストランやホテル 響します。それは、 クリエイティビティーに大きく影 か』ということは、 いですね。 インテリアを探すなら、 スの拡張と充実を通じ、『家具や インテリアが重要な役割をはたし 「FLYMEe」を見てみよう』と思っ 「『どういう空間で時間を過ごす 人生をより豊かにしてくれた 一般顧客か法人かを問 さらなるサービ 自宅などのプ 人々の幸福や まずは 家具や オフィ

(本誌・植松啓介) 😂

COMPANY DATA

株式会社フライミー

2011年8月 1/ 所在地 東京都武蔵野市中町1-19-18 武蔵野センタービル 4F

約50名

青岡精工 飛沫感染を防止する 「チェッカーガード」 が好評

されている。

レジ業務に支障のない設計

チェッカーガードはレジ担当者

設置したり、レジに並ぶときは、 特定多数の顧客と接する機会が多 込むことによって感染する「飛沫 まな対策に追われるようになった 定の間隔を空けるように促すなど ンターに透明のビニールシートを の着用を義務づけたり、レジカウ い業態を中心に、従業員にマスク コンビニエンスストアといった不 になると、スーパーマーケットや スが日本国内で猛威を振るうよう 感染」がある。新型コロナウイル れたウイルスを、口や鼻から吸い み、せき、つば)と一緒に放出さ の一つに、感染者の飛沫(くしゃ 飛沫感染を防止するためのさまざ このような状況のもと、 新型コロナウイルスの感染経路 流通

類がある。価格は固定タイプが1

前に立てるスタンドタイプの2種 る固定タイプとレジカウンターの

万5000円、スタンドタイプが

ルボードと板金・留め具がセット なっており、固定タイプはアクリ 2万5000円(ともに税別)と

り滞りなく行うことができるとい 防ぐ一方、レジ業務は今までどお ボードが遮ることで飛沫を十分に 当者や来店客の上半身をアクリル 業部長は説明する。つまりレジ担 発を担当した齋藤文克リテイル事 と、チェッカーガードの企画・開 ような製品設計を意識しました など、精算業務の妨げにならない 買い物かごや代金の受け渡しをス ムーズに行うため、チェッカーガ ードの下に一定の空間を確保する 「設置の手軽さはもちろんですが

リルボードで、レジに直接設置す と買い物客との間に設置するアク

店舗の雰囲気を損なわないために 品を目指した。 店内にしっかりと馴染むような製 精算業務において違和感がなく、 透明でシンプルなデザインを採用 うわけだ。アクリルボードには、

部長) 客の視界を妨げることはないので、 造になっています。また、アクリ うえでストレスを感じさせない構 双方がコミュニケーションを取る 明度が高く、レジ担当者と買い物 衛生面の配慮も万全です」(齋藤 簡単に拭き取ることができるため ルボードに付着した飛沫や汚れは ードはビニールシートに比べて透 「当社が採用しているアクリルボ

企画から2週間で販売

言が発出され、さまざまな企業が 頭のこと。7都府県で緊急事態宣 エクトがスタートしたのは4月初 るなか、 新型コロナウイルス対応に追われ チェッカーガードの開発プロジ 短期間での製品化を実現

ケットで、多くの買い物客と接す 「当社の顧客であるスーパーマー

ウイルス対策としての普及が期待

ら注目を集めており、

新型コロナ

全国のスーパーマーケットなどか 発。4月中旬に販売を始めて以降 止製品「チェッカーガード」を開 した新型コロナウイルスの感染防



対象にしたソリューション事業を

小売業界や食品製造・加工業界を

展開する寺岡精工では、

スーパー

マーケットや食品専門店を対象と

特集2 「非接触」の時代

なるべく早く製品を提供できるよ 読めない状況ではありましたが、 開発チームを緊急で結成し、 はないかと考えるようになりまし 当社としても何か応援できること で一生懸命に働く姿を目の当たり スの感染リスクにさらされるなか るレジ担当者が新型コロナウイル に臨みました」(齋藤部長) コロナウイルスの収束がまったく た。そこで、チェッカーガードの スピード感を意識して開発 レジ製品を製造・販売する

関連の製品を販売してきた同社 ケットや食品専門店に向けてレジ た背景には、 2週間足らずで提供開始を実現し 店舗での実働に至った。 化を実現し、その後、 ドは企画からわずか6日で製品 その言葉どおり、チェッカー 各地のスーパーマー 約1週間で 企画から



当店に来られるお客

県の一

部では不要不急の外出や娯

特定警戒都道府県に含まれない

戒を継続して呼びかけた。

一方で

新型コロナウイルスへの警

解除するなど、自粛ムードも徐々 楽施設の営業自粛要請を段階的に

に雪解けに向かいつつある。

厚生労働省が公表した「新し

レジ接客時の感染リスクと接客ストレスの軽減に貢献している

も次のように話す 当者とお客さまの双方の感染リス 離を一定に保てることは、 客さまと接するため、 特に子ども連れのご家族が多く来 さまの数は目に見えて増えており されて以降、 店しています。時間帯を問わず常 レジ担当者も通常よりも多くのお に店内はにぎやかな状態にあり、 ガード』を設置してお互いの距 - 4月7日に緊急事態宣言が発出 ケット文化堂豊洲店の衛藤店長

新しい生活様式」 の定番

府県を「特定警戒都道府県」に指 に、 東京都や大阪府などの13都道 府は大型連休終盤の5月 4日

力

ガードを導入したスーパーマ

せられており、

その注目度も抜群。 に先駆けてチェッ

他店舗

ノウハウの蓄積が大きい。

今では全国から多くの注文が寄

減につながると期待しています」 クはもちろん、接客ストレスの軽 衛藤店長

とが見込まれる。 るためには相当の時間を要するこ ており、コロナ禍以前の生活に戻 感染症の予防を意識した 「新し

増すごとに大きくなっている。 (本誌・中井修平)

チェッカーガードの存在感は日を

い生活様式」に応える製品として

創立 1934年11月 所在地 東京都大田区久が原 5-13-12 従業員数



『チェッカ

一定に保つ、

症状が出ていなくて

い生活様式」には、

人との距離を

レジ担

防ぐための行動様式が盛り込まれ 新型コロナウイルスの感染拡大を もマスクの着用を励行するなど、

COMPANY DATA

ヨコモリ電池屋 コーポレーション 微熱も検知する高性能サーマルカメラを開発

3度でしたが、このほどアップデ れています。当社で扱うサーマル 求められるのは測定精度だろう。 染症のまん延が続くなか、 を可視化できるのが特徴だが、感 きるサーマルカメラ。 た。この数値は業界トップクラス 体表温測定システムの誤差は0・ ラの測定誤差は、1度程度といわ ートを行い0・22度まで縮めまし 「現在流通しているサーマルカメ ヒトの体表温を非接触で測定で 赤外線で熱 何より

とるわずらわしさもない。 の額に測定端末をかざし、 の体表温検知も可能。 も特徴だ。顔認識機能で個人ごと 後まで体表温を自動測定できるの という。精度に加え、最大30人前 院等で活用されており、 屋コーポレーションの横森弘充常 においた問い合わせも少なくない 入社式、株主総会での使用を念頭 こう胸をはるのはヨコモリ電池 3月の発売後、 一人ひとり 時節柄、 記録を

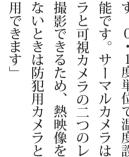
数の人々が体温計を使いまわすの 感染が拡大するにつれ、不特定多 る体制に徐々に変化していきまし 察室からモニターでチェックでき メラで体表温を測定し、医師が診 になった。その結果、 はリスクであると認識されるよう まって間もないころ病院では、 た」(横森常務 温計を用いて検温していました。 「新型コロナウイルスの感染が始 サーマルカ

マルカメラで体温を測定する

保つための機器で、 ゲットは測定場所の温度を一定に 温ターゲットからなる。 システムはサーマルカメラと恒 測定精度を高 恒温ター

といえるでしょう」 食品工場や病

ないときは防犯用カメラとして利 撮影できるため、 ラと可視カメラの二つのレンズで す。0・1度単位で温度設定が可 には管理者にメールで通知できま したり、設定温度を上回った場合 続し、ライブ画面で発熱者を検知 める肝の役割を担う。 能です。サーマルカメラは熱カメ 「システムとパソコンをLAN接 熱映像を撮影し





60 60 80 60

三脚にセットされているサー

増えるにつれ、 誘導灯などの照明製品の販売量が 社名を掲げ、電気工事用材料の販 創業当初は横森電気商会という 売を主に手がけていた。 今年創業74年を迎えた同社だが 防災メーカーとの 非常口の



商品を専門に扱う株式会社電池屋 取引が拡大。2007年防災関連 本格的に開始した。 ッテリー等の防災グッズの販売を を立ち上げ、非常用照明器具やバ

れた。 電池屋コーポレーションが設立さ 年4月、 素地がもともと備わっていた。19 など、感染症対策製品を開発する 除菌水などを陸上自衛隊に納める マスクを寄付。防護服やゴーグル には、本社を構える渋谷区にN95 09年の豚インフルエンザ流行時 両社は合併し、 ヨコモリ

共同開発しました りの設計をはじめとする提案に携 昨年10月です。当社はシステム周 システム開発の経緯をこう話す。 わり、製造元のカメラメーカーと 「システムの開発に着手したのは 横森常務はサーマル体表温測定

アンズ」を開設したばかり。 たウェブサイト「ライフガーディ 能などを追加していく予定だ。 ラーム通知やデータの切り出し機 を図り、急激な体表温変化時のア 5月には、感染症対策に特化し 今後、システムのレベルアップ

特集2 「非接触」の時代





扉にセットできる「オートミスト」

一度に複数名の測定が可能

温測定サーマルカメラやアルコー

、消毒液といった商品を販売する 感染症に関する最新動向の

ほ

か、



感染症対策商品を扱う

ある。完全非接触で自動除菌でき 付着しつづけるという分析結果も スイッチには、 ウイルスが長時間

向きもある。 はポンプ式。不特定多数の人々が ペンサー 情報発信もおこなう。 ふれるとあって、 にするようになったが、 用の消毒液が置かれているのを目 イトの商品ラインアップのひとつ。 商業施設やオフィスでは、 「オートミスト」も同サ 使用を敬遠する 除菌ディス ほとんど り、

得もままならないご時世。

同社で

対面セールスのアポイント取

も売りで「当社オフィスでもエン 動で噴霧するすぐれモノ。 わけドアノブやエレベーター内の トランスや部屋の入口付近に設置 かざすだけで、 立てています」と横森常務。 .面テープで手軽に設置できるの オートミストは本体の下に手を 従業員間の接触感染防止に役 適量の消毒液を自 ビスや とり

ぐ安心感を生む。 る同商品は、手動ポンプ式をしの 大規模展示会が軒並み延期とな

掲載した。

紹介動画を製作し、公式サイトに はサーマル体表温測定システム

らせている。 常時が長く続いているこんなとき 守る製品やサービスを届け、 を活用した商談やシステムデモな 営理念を掲げるヨコモリ電池屋コ の発展や安全に貢献する」との経 で取り組んでいる。「大切な命 売促進活動も ポレーション。横森常務は さらにオンライン会議システム ITツールを駆使しつつ、 うちの出番」 "非接触: と意欲をたぎ スタイ 生活 販 を COMPANY

(本誌・小林淳一) ❸

DATA

株式会社ヨコモリ電池屋コ・ ーポレ

1966年5月 東京都渋谷区笹塚3-33-4

設立所在地 売上高 社員数 13億円 32名



ギットパッド ウェブ完結型のギフトサービスで "気持ちを伝える

ランドごとに並ぶ。そこから好き ウェブカタログ。食品、 と笑顔。スクロールダウンすると 生日おめでとう」という友人の声 送付でも問題ない INEでなくともメールやカード まで非接触。もちろん入り口はL プロセスの一例だ。 人がギフトパッドを利用する際の れば数日後には品物が届く なものを選び、住所などを入力す クリックすると、 LINEをひらくと「プレゼン 食器などが予算、 のメッセージとURLの表示 動画が現れ「お誕 最初から最後 シーン、 衣料、 個

うでなかったサービスである。 できる③多彩で特徴的な品ぞろえ きくは①相手の住所は必要ない② たギフト送付と何が違うのか。 手ECプラットフォームを利用し (9万点以上) によって ギフト 7画やメッセージを添えることが 楽天やアマゾン、ヤフーなど大 が出せる一 -の3点。ありそ

個人情報取得に効果

ラエティーに限界がある。

「時代

違って差し替えができず商品の コとはいえない。また、ウェブと

にそぐわない」と感じた園田社長

パッドを立ち上げた園田幸央社長 2011年に株式会社ギフト

は

ウェブカタログの将来性を直



園田幸央社長

COMPANY

メード。

動画やメッセージも自

所在地 売上高 社員数 40名

層注目され始めている。

サンクスチケットは原則オーダ

ービスの使い勝手の良さがより くなっている状況のなか、この ュニケーションをとることも難

市場は14年の82億円から18年の 調査によると、ソーシャルギフト 観する。 ね上がると予想されている。 167億円と、5年間で14倍に増 23年には2500億円には 実際、 矢野経済研究所

用されていた冊子の。カタログギ

は

「最初は結婚式の引き出物で利

国で普及していたソーシャルギフ

(SNSなどソーシャルサービ

からスタートしました。当時、 フト。をウェブに置き換えること

株主優待や周年記念、 福利厚生など、法人での贈答品こ ている。中元、歳暮はもちろん、 程度。8割が法人需要だと言われ られていないが、 ーズは多種多彩 ギフト市場といえば、 個人需要は2割 退職記念 意外に知

と創業当時を述懐する

冊子カタログはかさばるし、

意識はとくにありませんでした ビスの総称)を手がけようという スを利用して贈り物ができるサー

ticket)』と呼ばれるサービスを商 八需要。『サンクスチケット (3X's ギフトパッドも業容の9割が法

株式会社ギフトパッド 設 立 2011年12月 2011年12月 兵庫県西宮市南越木岩町 14-7

ントが減少し、

得意先と直接コミ

ナショックによる社内・商談イベ

に提供している。とくに昨今、

コロロ

品の仕入れ先を含めて約800社

7億円(2019年度)

ンケートサイトへ。そこに回答を QR コード あるい は UR L

のケース。

カーの「ユーザーキャンペーン」

たとえばフランスの自動車メー

がサイトを制作し、仕入れや配送

企業の要望に応じてギフトパッド 由自在に入れ込むことができる。

などもワンストップで請け負う。

送なら問題はない。 ロンは日持ちがしないが、 配送されるという仕組みだ。 すると、その情報が店舗に飛んで 誘導され、お目当ての品を選択。 め合わせギフトが並ぶサイトへと 高級洋菓子メーカーのマカロン詰 打ち込むと、同じくフランス発 特設サイトに入るとまずはア ①ギフトを購入

送る人

従来のギフトシーン

店頭・インターネット通販など

②手渡し・郵送

もらう人

を実施。メデイアなどにQRコー いウェブ相談会。 ルでの集客はままならず、 この住宅メーカーでは、 ルームに集客し、 √が遠のいている状態だ。 通常、住宅メーカーは、 しかし、 コロナ以降、 個人情報を取得 ③ギフトを選ぶ せい モデル もらう人

チケットを活用してキャンペーン 成約までの道の サンクス そこで リア

> 個 ーを露出し 人情報取得を行っている。 į アンケート形式での

社を置く大手住宅メーカー

-のケー

スで見てみよう。

チケットの売りの一

っ。

大阪に本

この

「アンケート」

がサンクス

施した。 絡めた事業にも適している。 品を並べたサイトに誘導。 を使い、 鹿児島営業所では、 にお金が落ちるキャンペーンを実 際、 さらに、 サンクスチケットの仕組み このようにCSR活動に 自動車購入者を熊本県産 大手自動車メーカー 先の熊本地 熊本県

地方創生が事業目的

袁 |田社長のビジネス上の信念は

> いる唯 もれている優良企業に、 てギフトパッドの 仕入れ先、 えています」 会と適正な利益を提供したいと考 かしながら、当社では、 は無縁なのです。そんな特徴を生 が決まってきますから価格競争と る側と贈られる側の関係性で予算 「ギフト市場は、 の市場です。 サービス利用者、 上代が守られて 「三方良し」。 ギフトは 販売の機 地方で埋 そし

登録費用は無料。 ギフトパッド

ば、 仕入れ先に上代を明らかに

> する。 5 売をあきらめていた全国 Ų るという。 の問い合わせが数多く寄せら 納得感のある仕入れ値を提案 そのためECサイトでの の企業か

事業目的の一つである。 地方創生もまた、 同社 が掲げ る

げ

性を秘めている。 軽に贈ることができる 『シオクル』という二つの 地 カーにとっての福音となる可 のある食品を都市部へ送る 方自治体と連携して立ち 今後、 地方のスーパーと連携して 知名度のない地方の中小 旅行先から地域の産品を気 全国展開を見込んで 『みやげ サー

外展開も入る。 さらに、 園田社 長 0))視野 には

GiftPad

GiftPadサイト

SNS

カード

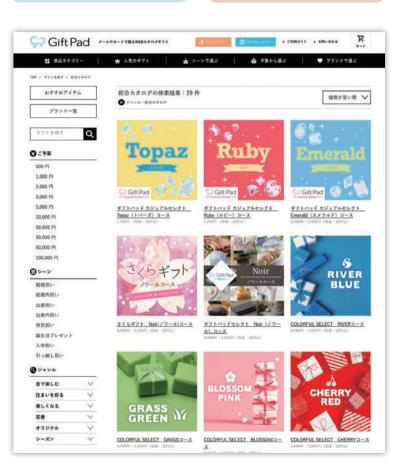
②URLを送る

(ギフトを購入

送る人

と考えています」 とができるような、 きるお土産サイトを構築すべく - 外国人観光客が手ぶらで帰るこ これも地方創生につながる 取り組んでいます。 気軽に利用

今後が要注目である。 今年度は10億円を見込んでおり POも見えてきたギフトパッド。 2019年度の年商は7億円。 数年は右肩上がり。 数年後



(本誌・高根文隆)