

増の5万2247T 体占めるTS率は30・16TEU) 台湾(c) 1  
EUとなった。プラスに 6%と、4カ月連続で3 47TEU) の順。トッ またアジア域内からの 車関連(HS87) が39% 減の5390TEU。一ものともみられる C-1名聯

江崎グリコの子会社で、オフィス向けの置き菓子サービス「オフィスグリコ」などを手掛けるグリコチャネルクリエイトは今夏、アイスクリームの配送用にドライアイスの代替となる保冷剤を導入した。計3500個を購入し、オフィスグリコの販売センター全60拠点で運用を開始。繰り返し使用でき、成分の安全な新タイプの保冷剤により、コスト削減と業務の効率化、配送現場の安全性の向上を図る。

導入したのはシャパンコ ールドチェーン(JCC)、 東京都目黒区、賀本宗一郎 代表取締役) が開発した 「Fujiyama 18 Pro」(フジヤマ18プロ、以下18プロ) の組み合わせによりマイナ ス20度を維持する。マイナ ス21度で凍結するため、一 般的な冷凍庫で運用でき



マイナス21度で凍結するので、一般的な冷凍庫で運用できる

# 新タイプの保冷剤を導入

## オフィスグリコ アイスクリーム配送用ドライアイス代替



板状の保冷剤「Fujiyama 18 Pro」を手にするスタッフ

て、18プロはリユース可能なので初期費用だけで済む。グリコチャネルクリエイトでは、この費用も短期間で回収できる見通しだという。 18プロにより、ドライアイスの発注業務や関連する伝票類もなくすることができた。ドライアイスを使うには毎日発注が必要だったた

め、業務効率化の効果は大きい。 加えて、ドライアイスには酸化したCO<sub>2</sub>(二酸化炭素)による中毒や低温やけどのリスクもある。 導入の背景には、事業継続の観点もあるという。この数年は原料不足と猛暑などにより、ドライアイスの供給が不安定になってお

り、単価の相場も上昇傾向にある。そこでグリコチャネルクリエイトは2018年、JCCの保冷剤の導入の検討を開始した。 保冷剤に最初に着目したスタッフを中心に、3人のメンバーでプロジェクト(PJ)チームを結成。アイスクリームの配送時の品質保持を第一に、2年余りをかけて試行錯誤を繰り返して、導入にこぎ着けた。

結果、まず今年4月に販売センター60拠点のうち、20拠点に18プロを導入した。対象となったのは、オフィス街の中心部にありサービススタッフの勤務時間

の短いセンターで、18プロ1700個の運用を開始。7月には残り1800個を導入し、全拠点で18プロの使用を始めた。アイスクリームに加え、冷凍食品の保冷用にも使っている。

18プロの効果は大きい一方、課題もある。例えば、18プロの重さは1個当たり1kg。1人のサービススタッフが1日に補充するアイスクリームの保冷に必要なドライアイスは1kg分だったが、18プロは4個・4kg分が必要だ。サービススタッフの主力は女性なので、負担は軽くない。

そうした課題も念頭に、グリコチャネルクリエイトは今後、アイスクリーム配送用の容器やバッグの改良など周辺ツールの改善を続けていく考えだ。伊藤氏は「導入して終わりではなく、ここからが本当のスタート。改善により、現場の使い勝手を高めていきたい」と先を見据えている。