

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオンのPB、地方産品倍増」
- 2) 「全国農協中央会、地産地消運動を強化」
- 3) 「マツキヨ 雑貨専門店参入」
- 4) 「売れ筋非常食」
- 5) 「殺菌卵」

1) 「イオンのPB、地方産品倍増」

イオンのPB、トップバリュで、2009年2月末までに、全国の名産品や地場企業と協同で開発した商品を訳100品目へと現在から倍増。地域による味などの好みの違いにさらにきめ細かく対応できるようにして、PB購買層のすそ野を広げる。

「地域発！トップバリュ」というネーミングで現在は約50種売り出しているが、その内全国で販売している商品と、産地限定で扱う商品がある。今後は地域子会社のスーパーが中心となってすすめる商品開発を強化し、特に地域ごとで好みが分かれる味噌、醤油といった調味料など地域限定で売る商品を増やしたり、地方自治体と協力して全国各地の産品を使った商品も増強する。自治体としても名産品の販促につなげられ、イオンも他のPBやメーカー品との差異を明確にできるというメリットが多い。

地産地消が定着しつつある今、単に売場に地元産の商品を置くという形からさらにステップアップしたものと言える。

2) 「全国農協中央会、地産地消運動を強化」

全国農協中央会は副会長の茂木守・県農協中央会会長を次期全中会長に正式に選任。

茂木氏は、7月末に決裂した世界貿易機関(WTO)新多角的貿易交渉(ドーハ・ラウンド)(※1)の再開に向け、「農協グループが全品目の10%と主張する重要品目を堅持する考えは変えない」と説明。

その上で「農産物輸出国の中に極めて厳しい輸入自由化の圧力が存在することが浮き彫りになった」と指摘し、「早急に総括と分析をして対策を立て直す必要がある」と述べた。国内農業については、農地の有効利用や農産物の安全性を重視した生産体制の仕組みづくりを進め、「消費者に地元産・国産を選んでもらえる環境を整備していきたい」と強調。地産地消の運動を強化することが、輸入自由化圧力に対する最大の武器になるとの認識を示した。

今後もさらに各地で地産地消の強化、地元産・国産商品の質の向上に連れて需要が高まりそうだ。

(※1)

WTO（世界貿易機関）加盟国による貿易に関する交渉で、農産品、鉱工業製品の貿易自由化だけでなく、金融やサービス、途上国問題などを幅広く扱う交渉全般のこと。

途上国は農産物を中心に輸出し、先進国は工業品を輸出する。各国が得意分野の産業を生かして輸出すれば世界全体の経済成長が促され、紛争要因となる貧困問題の解消も図れるという考え。

3) 「マツキヨ 雑貨専門店参入」

ドラッグストア最大手のマツモトキヨシは雑貨専門店に参入する。医薬品を一切取り扱わず、化粧品と美容雑貨を中心とした店舗で、年内に1号店を開業する。規制緩和による新規参入で主力とする医薬品販売を巡る競争激化に向け、女性の需要が根強い化粧品や美容雑貨の分野を強化し、環境激変に備える狙いだ。

新型店の名称には安売りのイメージが強い「マツモトキヨシ」の文字を外し、安売り販売もしない。駅ビルやショッピングセンター、百貨店などの商業施設にチェーン展開し、5年後には年商400億円を目指す。雑貨専門店分野ではプラザスタイル（旧ソニープラザ）やロフトが先行しているが、マツキヨはこれらの陣営に対抗するため、管理栄養士を常駐、接客カウンターには美容知識が特に豊富な販売員を配置するといった、接客の専門性を高め、違いを打ち出す。

来年4月からの改正薬事法に伴い、生き残りをかけたドラッグストアから新たなビジネススタイルが多く生まれる事だろう。

4) 「売れ筋非常食」

近年、特に地震発生が顕著だが、未だ防災意識がそれほど民間に広まっていないことが言われている。

非常食の売れ筋の1位は『三立乾パン』2位は『新アルファ米』3位は賞味期限5年の『生命のパン』であるという。新しいものでは、ベンチャー企業と東京都内の人気ラーメン店「麺（めん）屋武蔵」の店主が共同で開発した、消費期限3年の『らーめん缶』という商品がある。折り畳んだフォークが付いており、缶のふたを開けると、そのまま食べられる、メンマや焼き豚などの具が入っている本格ラーメンだ。湯せんをして温めれば風味が増す。これは、新潟県中越地震の際に同店店主がボランティアでラーメンの炊き出しをしたところ、非常に喜んでもらったという経験が開発のきっかけになったという。

また、『リッツ』や『マリー』等、普段から慣れ親しんだ商品の長期保存可能な缶入りタイプも発売されている。

本来ネガティブな状況で必要とされる非常食だが、このようにランキングをつけて発表したり、パッケージも楽しく味も美味しい商品が沢山出だすとすれば、これからの消費者の防災意識も変化する上、より気軽に対策ができるのではないか。

5) 「殺菌卵」

夏場は特に怖い食中毒。

近年の食中毒で最も発生数が多いのは統計的にサルモネラ菌であり、施設別で最大の発生場所は「飲食店」で発生が見られている。

原因は「卵類及びその加工品」が増加していること。一般的に卵の殻にサルモネラ菌が付着している可能性が高いということ（ON EGG）は周知されており、対策も取られているが、すでに中身が汚染している卵（IN EGG）への対策はまだ十分とは言えない。

IN EGG とは、産み落とされた直後から内部が汚染された卵のことで、2000 から 3000 個に 1 個の割合で発生する。

欧米ではこのリスクを回避するためにあらかじめ卵を割って加熱殺菌した、「殺菌卵」という加工卵を使って、安全・安心を確保している。

これらは普通にスーパーで「凍結卵」「チルド卵」として販売されているが、日本ではまだ馴染みが薄い。しかし、ホテルや病院などではすでに取り入れられており、飲食店でも殺菌卵を使う店が増えてきている。

今日のように顧客の選択眼が厳しくなり、かつガソリンや食品の価格高騰で財布の紐がかたくなっている状況では、いくら良いものを良いサービスで提供していても、世間を騒がすような食中毒が起こった場合、業績に直ちに響きかねない。

昨今、消費者からは安全で安心な食品の提供がかつてないほど求められている状況があるが、その声に応える事が、外食市場全体の安全、安心を底上げする事であると言えるだろう。

日本でも欧米諸国のように、殺菌卵が当たり前使用前に使用される時代は、もうそこまで来ているのではないだろうか。

『殺菌卵だから 120%絶対安心!』と言いきるには少し抵抗があるが、日本は世界でもトップの卵消費国であるため、リスクを避けるためにも、1つの選択肢として末端の消費者も手軽に店頭で殻つき・殺菌卵を選べるようになれば良いのではないか。