

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「“ワケあり食品” 定期販売」
 - 2) 「自販機でチルド飲料」
 - 3) 「サブウェイの新鮮野菜」
 - 4) 「写真データ、雑誌風にレイアウト」
-

1) 「“ワケあり食品” 定期販売」

イトーヨーカ堂は6月下旬から大手食品メーカーと協力して、メーカー在庫の処分販売を定期化する。品質に問題はないが、パッケージが古かったり、賞味期限が近づいたりした商品を仕入れ、毎月末の数日間、価格の3-5割引で約170店で販売する。

在庫調整に悩むメーカーを巻き込み、価格志向を強める消費者を集客する。

まず飲料、菓子、調味料など30-50品目で始める。

商品には安くなる理由を明示し、店舗に特設売場を設けて販売する。

地方の有力メーカーにも幅広く商品提供を呼びかけ、100社以上と取引を広げ、衣料品や生活用品も一部店舗で品揃えする。

メーカー在庫処分品の取り扱いはディスカウントストアで見られる手法だが、大手スーパーが本格的に扱う仕組みを整えるのは初めて。

“不況・節約志向モード”になってから、特にワケあり食品の人気の高まっているように思う。今までなら「安かろう・悪かろう」が常識だったが、ネット通販などの影響もあって「ワケありはお得だ」という考え方が世の中に定着した感があるため、高所得者でも好んで買っているようだ。

店内の棚にPOPで表示するだけではなく、こうして特設売場を設けることでイベント性が出て消費者の注目をひくことができるだろう。ムダをなくすためにもこうした取り組みが広まれば良いと思う。

2) 「自販機でチルド飲料」

日本コカ・コーラは新たに、自動販売機向けにチルド(冷蔵)飲料のブランド「OLO OLO (オロオロ)」を設けた。カフェラテやジュースなど5種類(200ミリリットル、160円)、約400台のチルド製品用自販機を設置。大阪市と周辺都市、神戸市で限定発売している。

飲料に保存料や合成着色料を加えず、カップ容器にも間伐材を使うなど、健康と環境に対する意識の高い20-30代のビジネスマンやOLを購買層に想定。コンビニエンスストアなどで急成長しているチルド飲料だが、設置場所を選びやすい自販機の強みを生かし購買層の多い

ビジネス街や繁華街などに導入する。7月末までに1000台に増やすほか、売れ行きを見ながら他の都市部での展開も検討するようだ。

需要もあり、少ない容量で高価に販売できることから、缶やペットボトルの安価商品と差別化もしやすそうだ。今後、スターバックスやドトールコーヒーなどコンビニでも売れ行きの良い商品も増えて欲しいものだ。

3) 「サブウェイの新鮮野菜」

サンドイッチの「サブウェイ」は、客が店頭でサンドイッチを自由にアレンジできるのが大きな特徴だ。そしてもう一つ、サブウェイが“売り”として取り組んでいるのが新鮮な野菜だ。

サンドイッチの具となる基本の野菜はレタスやトマト、タマネギなど6種類で、客は好みで野菜の量を増減できる。日本サブウェイの牛窪敏章・マーケティング部主任は「“野菜のサブウェイ”をさらにアピールできるような取り組みを進めています」と話す。

昨年からは契約農家で、化学肥料や化学合成農薬を使用しない農法によるトマトの試験栽培を始めた。今年は、トマトの全使用量の約1割をこれで賄う予定だという。

一方で、7月には店内でレタスを水耕栽培する「野菜ラボ」のある店舗を東京・丸の内に出店する。店頭で育てた野菜をそのままサンドイッチに使い、「究極の新鮮さ」をアピールする戦略だ。

サブウェイは火を使わないため設備投資も少なくフランチャイズ店が増えており、最近ではカラオケ店やコンビニとの複合店舗の出店も話題になった。メニューをカスタムできる楽しさとヘルシーさは他のファストフード店にはないため、これからは独自性を活かした取り組みに注目したい。

4) 「写真や本のデジタル↔アナログ化」

デジタル画像をアナログに、アナログデータをデジタルに。今そんなサービスが増えている。その一つが「Photozine」。これはデジカメなどで撮った写真データをUSBに入れて送ると雑誌風にレイアウトし、まとめてくれるサービスだ。専用の郵送キットもあり、送料は無料。追加印刷の申し込みもネット上ででき、簡単にお洒落なアルバムができる。

また、本・雑誌などを送ると一冊90円でPDFデータにしてくれるサービスもある。これは、アマゾン等で購入した本も直接指定の住所に送ればデータ化してくれるので、自分の手元には頼んだ“本”ではなくデータのみが送られてくるという様な使い方も出来る。

こうしたサービスは、iPad等の電子書籍が増えたことでますます需要が拡大するだろう。写真を撮っても印刷するのが面倒だというような人も少なくないようなので、例えばコンビニ等と提携すれば、より身近で一般的なサービスとして普及していくのではないかと。