

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ファミマと毎日新聞が宅配事業の実験を開始」
- 2) 「関空からの輸出品に補助金」
- 3) 「有料レジ袋、どこまで広がった？」
- 4) 「カモネギならぬカモコメ」

1) 「ファミマと毎日新聞が宅配事業の実験を開始」

ファミリーマートは2010年11月25日、毎日新聞社と共同で、ファミリーマート商品の宅配実験を実施することで合意したと発表した。今年の12月から大阪市や堺市内のファミリーマート直営店8店舗で実験を開始する。

都心部のオフィス街においても高額賃料などの理由により商店が出店できない地域に向け、昼食の買い物に不便を感じている人が少なくないことを確認している。そこで今回両社は「ファミリーマートが持つ店舗網」「各地域に密着している毎日新聞の販売店」という双方が持つインフラを活用した宅配事業を通し、買物に対する不便を解消し、地域での快適な生活のサポートを試みることになった。

具体的には、毎日新聞は折込広告での営業、商品の配達、集金などの業務（新聞購読料と商品宅配料）を、14カ所の毎日新聞の販売店が担当。また、本スキーム構築のために、顧客への意見収集も実施。

ファミリーマート宅配の電話での受注、商品の用意を指定のファミリーマート店舗で実施。

前日13時までの注文があれば翌日12時前後に到着予定。

まず店舗近隣のオフィスの昼食需要への対応として、昼間のオフィスへの宅配から開始。その後、特に中高年の顧客を中心とした個人宅向けの宅配も順次開始する計画。

賃料の問題に加え、競合の商圈内に入り込むことも可能になるだろう。しかし、「コンビニエンスストア」の本来の意味から外れるのでは？という気もしなくはない。

2) 「関空からの輸出品に補助金」

関西国際空港を利用してアジア向けに新鮮な農産物や魚を輸出する業者らに対し、最大500万円を支給する制度を、関西の自治体や経済団体でつくる関西国際空港全体構想促進協議会が年内にも導入する。これには、「関西ブランド」の農水産物をアジアの富裕層に売り込むとともに、関空の利用促進を図る狙いがある。

すでに対象業者の選定を進めており、和歌山のモモやイチゴ、京野菜や大阪・泉州名産の水ナスの東南アジア向け輸出を計画している大阪の業者や、関空周辺で朝取れたタイやヒラメ、ハマチをその日のうちに空輸して中国の和食店に販売する東京の業者などが候補として挙が

っている。促進協は、ビジネスとして有望だと認めた計画に対し、試験輸送費や宣伝費など1年分の経費の半分を、1件当たり500万円を上限に補助する。

中国や東南アジアでは富裕層を中心に和食がブームとなっており、日本の高品質の農水産物が人気を集めている。ただ、関空発の果物や魚介類（加工品を含む）の輸出量（重量ベース）は全体の0.1%程度に過ぎず、鮮魚はほとんど輸出されていないのが現状。

日本の生産者や技術者は、能力が高くて売り込みが出来ないと言われている。輸出の強化や関空利用を促すといった事に加えて、円高問題などの輸出に歯止めがかかってしまう金銭面の補強に効果がありそうだ。

3) 「有料レジ袋、どこまで広がった？」

現在、イオングループではスーパーの約半分でレジ袋を有料化。同社はスーパー大手では初めて、2007年1月に京都市でレジ袋を1枚5円で販売し始めた。環境に負担のかかるレジ袋の配布枚数を減らすのが狙いで今では北海道など約740店に広がっている。

スーパーの業界団体、日本チェーンストア協会によるとレジ袋を有料化したのは6月末で29都道府県の1390店。加盟店の2割近くに上った。2年前に比べ店舗数は約5倍になった。しかし、この1年では約100店の増加にとどまり、都道府県数も横ばいで普及のペースが鈍っている。

特に大都市部などでは導入があまり進んでいない。スーパー各社が足並みをそろえ、住民の理解も得られないと有料化は浸透しない。客の中には有料になるのをサービス低下ととらえ、苦情を言うこともあるからだ。

また、有料化がうまくいっていない地域もある。埼玉県川口市では08年に小売り12社が有料化を始めた。人口が増え続ける同市ではスーパーの新規出店も活発。安売り店が近くに来て売上高が激減したスーパーが、顧客を引き戻そうと有料化をやめた。それを見た他店もドミノ倒しのように無料に戻したのだ。

導入が難しい有料化以外に値引きという方法もある。セブン&アイ系のイトーヨーカ堂やイオン、西友などスーパー大手の大半が、レジ袋が無料の地域でエコバッグの持参者を対象に特典として購入額からレジ袋代の2円をその場で割り引いたり、ポイントを付けたりしている。

しかし、有料の方がエコバッグの持参率は高い。「2円引き」の店ではエコバッグを持参しないと割引はないが、レジ袋は無料のため損もしない。一方、レジ袋が有料の地域ではエコバッグを持参しないとお金を払わされ、「損をした」と不愉快に感じがち。それでエコバッグの持参率が向上するのだという。

ただ、重要なのはレジ袋を減らすことで、すべての店で有料化が最善ではないと思われる。ドライブ中や会社帰りに立ち寄る人の多いコンビニエンスストアでは、エコバッグを持たない買い物客が多く、レジ袋の有料化がなじまないという。

有料のところと無料のところがあるからつい「損得」で考えてしまう。
消費者の考え方が一つになるのはなかなか難しいと思うので、国が一つになって取り組まなければ、いつまでたってもこの話題は繰り返されるのではないだろうか。

4) 「カモネギならぬカモコメ」

田んぼでカモに除草を助けてもらう「合鴨農法」が日本で広がりつつあるが、その裏側で農家は毎年育ったカモの処理問題に直面している。

地域内で消費できるカモの量は限られており、それが合鴨農家の作付面積の上限を決める一因にもなっていた。食べ切れないカモの飼育を放棄した農家が、川や沼に大量のカモを捨て、近隣に迷惑をかける例もあった。

こうした問題を解決するため、成長した鴨をハムや生肉として販売する動きが出てきた。このほど、椎名人工孵化場（千葉県横芝光町）と、吉田ハム工場（静岡県吉田町）が提携し、鴨肉ハムの加工・販売を始める。まずは親ガモで鴨肉ハムの加工・流通ルートを確立し、2年後をめどに、合鴨農家のカモを回収し加工する事業に着手する。

同孵化場は、合鴨農家のカモを買い取る予定。詳細はまだ検討中だが、指定の食鳥処理場にカモを持ち込んだ農家に、1羽あたり100-200円を支払うシステムの構築を目指している。農家は、毎年1000羽の持ち込みで10万-20万円程度の収入を見込める。尚、同事業は、国が推進する「農商工等連携事業計画」に認定された。販路開拓を含め、行政による各種支援が受けられる。

基本的に、卵を産まなくなった親ガモは規格がそろわない上に、硬くて食用に向かないとされる。そのため、これまでは食肉に加工する大規模なルートが存在しないため、主に工業用油にされてきたが、年間7000羽も処分される親ガモの命を全うさせたいという思いで、同孵化場は吉田ハム工場と手を組み、鴨肉ハムの開発を始めた。今後、消費者の反応を見ながら販路を広げる。

合鴨農法は自然的で良いイメージがあったが、鴨たちが米づくりのためだけに利用されて最後には仕方なく処分されるということを初めて知った。そもそも合鴨自体が人工的に作られた雑種だが、きちんと目的を持って育てられることを個人的に希望する。学校給食に取り入れて食育の一環にしてはどうかと思う。