

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イズミヤ ネットスーパー再開」
  - 2) 「イオン野菜、PB ピーマン・エコ見える化」
  - 3) 「ファミマ・ツタヤ、一体型店オープン」
  - 4) 「ローフード」
- 

1) 「イズミヤ、ネットスーパー再開」

イズミヤは12月11日、ネットスーパー「楽楽マーケット」のサービスを再開すると発表した。今年7月末にネットスーパーの運営委託業者NEO BEAT社による顧客情報流出が発生し、休止していたもので、NEO BEAT社との契約を解除し、東芝テックで新開発したシステムと運営体制で再開する。また、クレジット情報は、クレジット決済代行会社で厳重に管理し、セキュリティの強化を図った。さらに、情報システムの安全性を継続的に確保するために外部審査機関によるセキュリティ診断を定期的実施する。

12月10日に昆陽店の営業を再開し、12月17日から大阪府内・京都市内の該当エリア（今福店、平野店、花園店、白梅町店、千里丘店、百舌鳥店、河内長野店、古市店、和泉中央店）も再開する。

情報管理のリスクが浮き彫りとなった、顧客の立場からは考えられない事件であったが、需要があるので早期再開できたことは良かったのかもしれない。問題があったことは軽視してはいけませんが、今後も運営が望まれているに違いない。

---

2) 「イオン野菜、PB ピーマン・エコ見える化」

イオンは7日、製品の製造過程などで排出されるCO2排出量などを表示する「カーボンフットプリント」(CFP)付きのピーマンを早ければ来年1月から西日本、中部、東北地域のジャスコなど約500店で発売すると発表した。また、衣料品の値札やタグには国際機関から森林保全の認証を受けた紙を使用することも決めた。環境配慮をアピールすることで販売にもつなげたい考え。

CFP付きピーマンは、2001年から宮崎県の「宮崎ブランド推進本部」と協力し、環境保全に配慮した生産方法を検討してきた。今回、ピーマンに表示することについて、国のCFP制度試行事業で表示が認められた。CO2排出量を表示し消費者に環境への関心を持ってもらうことが狙い。CFP付きの野菜販売は国内初という。

同社のPB「トップバリュグリーンアイ」としてジャスコやサティなどのグループ店舗で販売するが、これに先立ち、今月8、9の両日にはジャスコ品川シーサイド店（東京都品川区）でこのピーマンを98円で先行販売する。

イオンは今年1月からCFP付き「滋賀県産コシヒカリ」を販売しているほか、カタログギフトでは昨冬のギフトからコメや食用油など2-3点をCFP付き商品として扱っている。

一方、PB 衣料品の値札やタグについては、森林環境保全に配慮した上で経済的にも持続可能な森林管理を推進する国際機関「FSC」が認証する紙を使用する。FSC 認証の紙を使ったコピー用紙やノートなどは 08 年から販売しているが、使用頻度の高い値札などに活用するのはイオンが小売業で初めてとしている。

より購入頻度の高い生鮮食品につくことで、消費者の目にも触れやすくなるだろう。通常商品よりも価格が高いと手も出にくいと思うが、こうした「エデュケーション」の場を提供するというのも大切だと思う。

---

### 3) 「ファミマ・ツタヤ、一体型店オープン」

ファミリーマートとカルチュア・コンビニエンス・クラブは 10 日、それぞれが運営する都市型コンビニ「ファミマ！！」と CD・DVD のレンタル・販売の「TSUTAYA (ツタヤ)」による初の一体型店舗を東京都港区にオープンした。レジは別々だが、双方の店舗に間仕切りはなく、強みを相互補完して集客を図る。

新店舗は、ファミマ、ツタヤともに約 130 平方メートル。ファミマとしては平均的な広さだが、ツタヤは通常店舗の約 3 分の 1 だ。オフィスビルの「品川フロントビル」の 1 階部分に入っており、ビル内や近くの就業者のほか、近隣の住民が中心顧客になるとみている。

「ファミマ！！」は都心のオフィスビルなど、昼間人口の多い地域で展開している。一方のツタヤは夜間人口の多い地域が出店の中心と“性格”は正反対だが、メリットは多い。

ファミマとしては、DVD を借りに来た人が、作品を見ながら食べる物をついで買いすることを誘発できる。ツタヤは、食事や間食の購入目的でコンビニを訪れた人に、陳列した作品群を見せることでレンタルにつなげるなどの相乗効果を想定している。

ツタヤとしてはコンビニの集客力が魅力で、ファミリーマートもツタヤが併設されていることで一般的な店舗よりも商圈が広がるメリットもある。

また CCC が 11 月から始めた郵便返却の仕組みを利用することで、「金曜日に借りて週末に DVD などを楽しんでも、わざわざ職場近くまで返却しにくる必要がない点も強みになる」（CCC 社長室）という。

相乗効果は大きく、両社による一体型店舗は都心を中心に広がることになりそうだ。

レジが別な分少し不満は出そうだが、使いやすさはかなり高そうだ。ただ、ツタヤ側の商品数が 3 分の 1 になるので、品揃えによって好き嫌いがはっきり分かれそうだ。

---

### 4) 「ローフード」

「ローフード」と呼ばれるユニークな料理を出す店が登場、若い世代から注目されている。家庭でも挑戦できるようにと、レシピ本も出版された。ローフードの「ロー (raw)」は「生」という意味。考え方はいろいろあるが、高温で加熱せずに仕上げているのが特徴だ。植物系食材を使うことが多い。フレッシュな食材を取りたいと、ハリウッド女優らが実践していることが話題となり、ここ 1-2 年で日本でも知られるようになった。人気の理由の一つ

は、料理の美しさ。刻んだり乾燥させたりといった巧みな調理法と盛り付けで様々な料理が楽しめる。

東京・渋谷区に昨年オープンしたレストラン「マナ」では、ローフードのランチを週替わりで出している。一番人気は「NYスタイルラザニアプレート」（1900円）。薄切りのズッキーニやハウレンソウのペースト、トマトソースなどを11層にも重ね、見た目はラザニア風だ。初めて食べたという男性客（26）は「肉やチーズは入っていないのに、ラザニアのような味がするから不思議」と満足そう。同店では、カシューナッツとカカオなどで作った「チョコクリームパイ」（800円）も人気だ。東京・品川区に昨年開店したカフェ「葉菜 はな」でも、火を使わずに調理した「ピザ」のランチプレート（1700円）が食べられる。「ピザ生地」の作り方がユニークだ。水に浸して軟らかくしたナッツ類やニンジン、タマネギなどを細かく砕いて平たく成形。30時間ほど機械で乾燥させると、パリッとした歯ごたえになる。上にのせた野菜とスパイシーなソースの相性が抜群。店長の高島直也さん（31）は、「こんな料理があるんだという驚きも楽しんで」と話す。

家庭向けのレシピ本も出版された。「まるごとそのまま野菜を食べよう ローフード・レシピ」（キラジエン又刊行、1143円税別）は、前菜からおかず、主食、デザートまで約130のレシピを紹介している。薄く輪切りにしたダイコンを皮にして具を包んだ「ギョーザ」や、カブをスライサーで細長い麺状にした「パスタ」も。アイデア豊かな料理が並ぶ。

日本野菜ソムリエ協会（東京）講師、小林かおるさんは、「野菜を楽しく食べる一つの方法としてローフードを取り入れてみるのもいいのでは。ただ、生食には適さない野菜もあるので、調理法にこだわらず、バランスよく食べるのが大事です」とアドバイスしている。

世の中には様々な食のスタイルがあるが、自分に合う方法であればこうした健康法を食生活に取り入れるのもアリだと思う。「〇〇が良い」とうたわれている物でも、後になって効果がないことがわかったりするが、自分が食べている物について考えるのは有意義だと思うし、それを取り巻く環境のことを考えるきっかけにもなると思う。