

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「コープこうべも夕食宅配開始」
 - 2) 「阪神百貨店、地下 1 階食料品売り場の再リニューアル」
 - 3) 「大王製紙が“ハナイク”サイトをオープン」
 - 4) 「福島産品、買って応援 にぎわう都内アンテナ店」
 - 5) 「原子力安全委、“魚食べて心配ない”」
-

1) 「コープこうべも夕食宅配開始」

コープこうべは、4月1日から西宮市を皮切りに提供する夕食宅配サービス「夕食サポートまいくる」において、宅配業務をトータルに管理、支援する夕食宅配管理システムを富士通と共同で開発し、運用を開始した。

コープこうべは、生活協同組合で最大規模となる約165万人の組合員に対し、約170店舗の運営や宅配サービスを行っている。同組合では、1月より、西宮市で高齢者をはじめとする組合員からニーズが高かった夕食宅配サービスを試験運用し、4月より、西宮市、尼崎市、芦屋市で「夕食サポートまいくる」として提供を開始するという。同サービスでは、地域住民で構成するサポートスタッフが、毎日の夕食宅配を行うとともに、訪問時の安否確認も行うという。今後、順次対象エリアを拡大する予定としている。

富士通では、コープやまぐちや生協ひろしまなどで導入実績がある富士通中国システムズの「夕食宅配ソリューション」をベースに、安否確認や退会理由などの会員属性および未収金管理の機能を追加開発し、注文から発注、配達にいたる夕食宅配業務をトータルに管理支援する夕食宅配管理システムをコープこうべと共同で6カ月の期間で構築した。

生活協同組合では、地域住民の雇用促進と組合員とのふれあいを目的に、主婦や定年退職されたシニアの方々に宅配業務を委託しており、宅配スタッフがエリアごとに組合員の生活スタイルを考慮した宅配スケジュールやルートを計画することで地域密着型のサービスを実現しているという。今回、共同開発した夕食宅配ソリューションでは、生活協同組合特有の雇用体系に沿った賃金計算、支給機能、宅配スケジュールや訪問順管理機能を備えているとする。また、宅配スタッフによる安否確認を支援する仕組みとして、組合員のマスタ情報に安否確認の希望の有無やかかりつけの病院、緊急連絡先情報を追加しているという。

生活協同組合では、2007年から高齢者支援事業として夕食宅配事業をスタートしており、育児や介護で生活のサポートを必要とする組合員に対し個配事業の利用料を割り引くなど、地域住民を支援するための事業を強化している。スーパーマーケットがネットスーパーで出来る範疇を超えた、生活協同組合ならではの利用者の心をしっかり掴んだサービスなのかもしれない。

2) 「阪神百貨店、地下 1 食料品売り場のリニューアル」

阪神百貨店の地下 1 階食料品売り場の改装が終わり、3 月 30 日にリニューアルオープンした。3 月 9 日にリニューアルオープンした 1-9 階同様、2009 年のリニューアル後 1 年半の経過を踏まえ売り場を再構築。店内の買い回り促進を図った。

5 月には大阪ステーションシティが開業することから、西側エントランス部分をリフレッシュ。入口を増設し、強みであるワイン売り場を中心としたゾーンを構築した。「ワインを楽しむ」をキーワードにした同ゾーンでは、デーリーからピンテージまで幅広い商品をそろえ、ワインアドバイザー 7 人がワイン選びを手伝うほか、毎週バイヤーが選んだ 100 種類のワインが試飲できる。ワイン売り場の周りには、ワインと合う総菜を集めた「デリカワールド」やベーカリー 4 店で成る「ベーカリーワールド」を配置し、連動性のある売り場にした。

「グロッサリーゾーン」には、大阪産のご当地調味料約 50 種類、全国のご当地調味料約 100 種類をラインアップし、計約 800 種類の調味料をそろえた。

「和・洋菓子ゾーン」には、阪急阪神百貨店と高島屋が共同開発したサンドスイーツ店「ピュアフォレスト」や、「ヴィタメール」プロデュースのシュー専門店「プティ・サブロン」、羽田空港店に次ぐ 2 号店としてオープンしたクランチチョコ専門店「ショコラコート マジール」、48 種類のかりんとうを販売する「玉や絲や」など目玉となる店舗が登場。

人通りの多い西側の顔をリニューアルし、最小限の設備投資で効果的に改装されたようだ。目の前の大丸や、5 月からは梅田の北側に客足が集中しそうだが、得意の食品をアピールすることで独自のポジションを確立していこう。

3) 「大王製紙が“ハナイク”サイトをオープン」

エリエールブランドの大王製紙は、「子どもの花粉症に関する意識調査」を発表した。それによると、子どもの約 4 割に花粉症の症状が見られることが明らかになった。鼻みず・鼻づまりなどの症状は、子どもの集中力低下につながることに加え、間違った方法で鼻をかむことが副鼻腔炎などの新たな健康リスクを招く原因にもなる。

このため、大王製紙は耳鼻咽喉科の専門医協力のもと、「正しい鼻のかみ方」を子どもに教える「ハナイク」を推進していく 8 にオープンした「ハナイク」を応援するサイトでは、専門医のコメントや「正しい鼻のかみ方」レクチャーなどのコンテンツを楽しめる。

<http://elleair-plus-water.com/hanaiku/>

鼻をかむ際のポイントの 1 つに、鼻のまわりを傷つけないように肌にやさしいティッシュを使うことが挙げられているが、専門医の推奨では同社の「エリエール+Water」が紹介されている。

消費者が意外としっかり知らなかったりする事を取り上げて、その情報の中で自社の製品をPRする方法はどちらの立場にもメリットがあり、良いバランスだと感じる。スーパーでも、食育だけでなく、日用品、生活関連品などの販促として活かそうだ。

4) 「福島産品、買って応援 にぎわう都内アンテナ店」

震災以降、福島県の名産品を扱う東京都内のアンテナショップで買い物をする人が増えている。原発事故に絡む風評被害などに苦しむ同県を応援しようとする人が訪れ、震災前の3倍以上となる日もある。

JR 東京駅八重洲口にあり同県産の漬物、菓子などが置いてある「福島県八重洲観光交流館」。3日は開館の午前10時から多くの人々が訪れ、入場制限をせざるを得なくなり、館外には約10メートルの列ができた。

同館によると、震災前の来客数は1日約500人だったが、最近は約1200-1800人。お菓子の「ゆべし」や、喜多方ラーメンなどの売れ行きがいいという。富田館長は「戸惑っているが、応援の声が首都圏でも大きいことがうれしい」と話す。

この日漬物、温泉卵など約7000円分を買った川崎市の会社員、小笠原麗さんは「パソコンでここを知り初めて来た。知人が福島出身で、ひとごとと思えない」と話す。「募金もいいが、名産品を買えば地元産業の自立を支えられる」と購入理由を話した。

実家が福島県内で農業を営む稲城市の公務員、鈴木美穂さんは「実家では、風評被害でコメが出荷できなくなるのを恐れている。できることで応援したい」と力をこめる。

東京都江戸川区のスーパー内のアンテナショップ「ふくしま市場」でも普段の約3倍の1日約1800人が訪れる。震災で品ぞろえは約3割少ないが、以前は来なかったような若い夫婦が「頑張ってください」と言って野菜や納豆を買っていくという。

千葉県浦安市の会社員、榑崎忠範さんはこの日家族で来店し、トマトなど約1300円分を購入。「私の自宅周辺も液状化現象が起き、不便な思いをしている。福島の人にとってはもっと大変だろうが頑張ってください」とエールを送った。

応援したいという動きは大切だ。しかし、現地の工場がストップしては商品が出荷できない。ここは、福島・岩手だけではなく、「東北」というくくりで被害の少なかった地域も参加して被災地の救いにつながればと思う。また、復興に際して大規模な工事が必要になるが、それで収入を得られるのは近隣他県の企業であり、被災地に金銭が流れるわけではない。被災地の企業にうまくお金が流れるような仕組みにすることも必要だと思う。

5) 「原子力安全委、“魚食べて心配ない”」

福島第一原発事故の影響で、原発からの排水が基準の千倍を超すなど、周辺海域で放射能汚染が深刻化している。これに対し、原子力安全委員会委員長は26日、「放射性物質は海では希釈、拡散される」として、人が魚を食べてもまず心配はない、との見方を示した。

東京電力による原発の放水口付近の調査では、25日朝にヨウ素131が1立方センチあた

り 50 ベクレル、セシウム 137 が同 7.2 ベクレル検出された。原発の排水を規制する基準に照らすと、ヨウ素は 1250 倍、セシウムは 79 倍にあたる。東電は、1 日 1 回だった測定回数を 2 回に増やすことにした。

一方、文部科学省が 23 日から原発の沖合約 30 キロ地点で調べると、最大で 1 リットルあたりセシウムが 26 ベクレル検出。飲用水の基準に比べると、7 分の 1 以下だが、09 年度に調べた通常値の 1 万倍を超えていた。

海洋生物への影響について、原子力安全委員会は 26 日、「排水口付近では濃度が高いが、魚介類に取り込まれるまでに潮流に流されて拡散、希釈される。さらにヨウ素は半減期が 8 日と短いため、人が食べるまでには相当低減していると考えられる」とした。

一方で、財団法人海洋生物環境研究所の御園生研究参与（環境放射能）によると、濃度が高いと魚類が取り込んだ放射性物質が体内で最大で海水の 30-50 倍の濃度まで蓄積されることもあるという。半減期が 30 年のセシウムは心配が残るという。「2-4 カ月で魚に影響が出ることもある。継続的な広域の調査が必要。消費者や漁業者の安心にもつながる」と指摘した。

原発問題については相変わらず不安な日々が続くが、このところ情報が錯綜しているため何が本当なのか分からない。それに振り回される生産者が気の毒で仕方がないが、消費者側からすれば不安は避けて通りたい。状況を見守ることしかできないが、政府の発表がオオカミ少年のようになることのないよう強く願う。