

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「サークルK サンクス、介護用品の通販開始」
- 2) 「サントリーの“あべのアメちゃんハイボール”」
- 3) 「有機 EL 照明参入相次ぐ」
- 4) 「OCAT に八百屋併設の“グリーンカフェ”」

---

1) 「サークルK サンクス、介護用品の通販開始」

サークルK サンクスでは、通販サービス「おみせ de ツーハン」において、豊田通商が展開する介護用品の取り扱いを開始する。4月25日から5月31日まで店舗に設置する「おみせ de ツーハン」5月号カタログで販売。

「おみせ de ツーハン」では、「健康、美容、生活補助」をキーワードとした商品を取り扱ってきたが、介護用品に特化しシルバーカーや杖、キャリーカーなど全部で40種82アイテムを扱う。注文の受付は6月30日までで、5月号で取り扱う商品の売上の一部は「日本介助犬協会」に寄付する。ネット通販サイト「カルワザオンライン」でも商品を取り扱う。

シルバー層に向けての販売なので、ネット通販は難しいかもしれない。カタログ通販も購入の際、店舗設置の機械での申し込みが必要(操作不明な場合は専用受話器でオペレーターと通話可)など何かとシルバー層には扱いが難しい。今後、需要がある店舗では、店頭で商品を確認してから注文できるといったことが必要かもしれない。特にコンビニ業界ではまだまだ需要が伸びる分野だ。

---

2) 「サントリーの“あべのアメちゃんハイボール”」

サントリーホールディングスは19日、あめ玉入りの「あべのアメちゃんハイボール」を豊下製菓(大阪市阿倍野区)と共同開発し、26日開業する「あべのマーケットパーク キューズモール」などの飲食店で“ご当地ハイボール”として販売すると発表した。

昨年9月に発売したウイスキー「トリス<エクストラ>」をベースに、オリジナルのあめ玉を入れてソーダ割にした。「グレープフルーツ」「ブルーベリー」「もも」の3種類で、あめ玉が溶けるにつれ、甘い味わいとピンクや黄など独特の色合いを楽しめる。

豊下製菓の豊下正良社長は「普段のあめ玉より果汁などの材料をぜいたくに使い、ウイスキーに味や色が溶け出しやすいように工夫した」と話した。

価格は各飲食店で異なるが、1杯400円前後とみられる。年間1千ケース(700ミリリットル瓶12本換算)分の販売を目指す。

今までになかった、お酒に「アメちゃん」を入れて飲むというのは新しいと思う。時間がたつごとに味も見た目も変わるユニークな飲み方なので、お酒だけでなく、アルコール無しのドリンクにも応用出来そうだ。

アメちゃんを飲み物に入れることが大阪の新しい文化になると面白い。

---

### 3) 「有機 EL 照明参入相次ぐ」

次世代照明として注目されている有機 EL (エレクトロルミネッセンス) 照明の製品化が相次いでいる。三菱化学は 12 日、基幹部材である光源のパネル生産を 7 月から始め、有機 EL の照明市場に参入すると発表した。パナソニック電工と出光興産もパネルを生産・販売する共同出資会社を同日立ち上げ、7 月から生産する。有機 EL 照明はデザインの自由度が高く、消費電力も白熱電球に比べはるかに少ない。東日本大震災による電力不足で節電意識が高まっている中で、開発競争が進めば LED と並ぶ次世代照明として普及が見込めそうだ。

三菱化学が「VELVE (ヴェルヴ)」のブランド名で販売するパネルは、大きさが 14 センチ角で、気分や時間帯に合わせて色や明るさを変えられる制御回路を取り付けた。生産は業務提携先のパイオニアが担当。国内販売は子会社の三菱化学メディア (東京都港区) がホームページ上で行い、海外でも販売する。販売開始に先立ち、電源やケースを取り付け、色や明るさの設定を変更できるソフトをセットにしたサンプルキット (9 万円前後) を月内に販売する。

当初は建築デザイナーなどに販売して市場性を見極め、照明器具の販売も視野に入れる。14 年までに大型化が可能な生産技術を確立し、15 年度には 300 億円の売上高を目指す。

一方、パナソニック電工が 51%、出光興産が 49% 出資して設立した共同出資会社「パナソニック出光 OLED 照明」 (大阪府門真市) は、8 センチ角のパネルを 7 月から量産する。パネルはパナソニック電工が照明器具に仕上げ販売するほか、他の照明器具メーカーにも供給する。

有機 EL 照明パネルは、三菱重工業やロームなどが出資するルミオテック (山形県米沢市) が 1 月に世界で初めて量産を始め、カネカも 3 月下旬に器具メーカーに供給を始めた。コニカミノルタや住友化学、昭和電工も事業化を検討している。

富士経済によると、有機 EL 照明市場 (光源ベース) は 12 年の 16 億円から 15 年には 220 億円に拡大する見通し。曲面にもなるため、照明の新たな利用法を生み出す可能性を秘めている。ただ、現状はかなり高価で、当初は高級ホテルなど一部の利用にとどまるとみられている。「すでに普及しつつある LED に根こそぎ市場を奪われる可能性もある」 (大手電機メーカー) との見方もあり、大幅なコスト低下が市場確立の鍵を握る。

LED が照明用途で発売された当初は “ものめずらしい光源” として価格も高く普及まで時間はかかるだろうと思っていたが、現在では家庭用ベース照明に使われるまで普及した。それと同じように開発・競争が進み価格が下がれば普及の可能性は大いにあるだろう。

LED よりも形状に多様性のある有機 EL が普及すれば「照明」を「電気」と呼ぶ日本人の概念も変わるかもしれないと思った。

---

#### 4) 「OCAT に八百屋併設の “グリーンカフェ” 」

難波の大阪シティエアターミナル（OCAT）1階に4月5日、八百屋を併設したカフェ「Green Cafe（グリーンカフェ）」がオープンした。

同店の運営は、飲食業界への人材派遣や焼き鳥店・居酒屋などを直営する「RETOWN」の関連会社、「RETOWN HUMAN」。同社のカフェ1号店となる同店。同社経営の他の飲食店へ食材を卸している青果店と提携し、カフェスペースと販売スペースを併せ持った店舗を企画した。店舗デザインはカームデザイン。

カフェスペースは茶系統の内装と全席をソファで統一し、「野菜のイメージ邪魔しないようなナチュラル感」を演出。提供するメニューは、サンドイッチやオリジナルサンド、ラップサンド、ピアディーナなど野菜を使った料理がメイン。生パスタやカレーなどのランチメニューも各種取りそろえる。ドリンクでは野菜のフレッシュジュースが人気だという。フレッシュフルーツを使った「イタリアンソーダ」（480円）や、トマトや小松菜、バナナなどさまざまな野菜を用いたオリジナルフレッシュジュース（各380円）を提供。テークアウトも可能。野菜・フルーツは旬のものを使うため、季節によって変化する。

併設する販売スペースでは、野菜やフルーツを一般の青果店に負けない品数で提供。各野菜・フルーツには産地も表記している。価格帯の安さから「多くの主婦の方が喜んで買ってしてくれる」という。「カフェとしてではなく、八百屋として買いに来られる方も多い」と話す。

客層のメインターゲットは「健康志向の女性の方」。「難波の駅から近い場所に出店することができたので、この店で形を作って認知を広めていきたい」と意気込む。「この1号店を皮切りに規模を拡大したい。生花店とコラボするなど、いろいろな試みも行っていきたい」とも。

都会の真ん中にこうした店ができると人目につきやすく多くの人に興味を持ってもらえそうだ。ただ、OCATは中心部とはいえ少しはずれに位置するため、心齋橋や梅田のような活気はないが、口コミで広がれば今後似たような店が増えるかもしれない。