

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「おとなコンビニ、ファミリーマート代官山店」
- 2) 「松坂屋上野店、お歳暮の食品ギフト 200 円で試食」
- 3) 「ドミノピザ、ピザ作り iPad ゲームでそのまま宅配可能」
- 4) 「第 2 地銀、“食”で地域経済を応援」

1) 「おとなコンビニ ファミリーマート代官山店」

ファミリーマートは 11 月 25 日、渋谷区の代官山 T-SITE 蔦屋書店 1 号館 1 階に「おとなコンビニ研究所」のフラッグシップショップとして、「ファミリーマート代官山店」を開店した。

同社は、50 歳から 65 歳までのお客さまを「フォーカスターゲット=おとな」として位置づけ、新たなおとなのライフスタイル・文化を創造すべく、新しい大人のためのネットワーク「CLUB WILLBE」（クラブ・ウィルビー）の協力のもと「おとなコンビニ研究所」を 2010 年 9 月に発足させ、おとな文化の、研究、創造、提案を実施している。

「研究所のノウハウを活用し、おとなの好奇心・消費意欲をくすぐる品揃えと、落ち着いた居心地のいい空間で、おとなに、新しいコンビニエンスストアのスタイルを提案するフラッグシップ」（同社）という。

床はムク材のフローリング、壁やカウンター、商品陳列棚、また 7 席のイートインスペースにも木目を採用し、店舗内装をブラウン系で統一。店内照明も LED ライトとペンダントライトを併用することでやわらかな光を演出し、落ち着いた店舗空間を作り出した。

明らかにコンビニの主要顧客とは違った層に向けて作られた商品や、サービスの提案がされていて興味を惹く取り組みとなっている。地域特性に合わせた店舗展開の良い事例となりそうだ。

2) 「松坂屋上野店、お歳暮の食品ギフト 200 円で試食」

お歳暮商戦のピークを迎え、大丸松坂屋百貨店は 22 日から、松坂屋上野店のお歳暮ギフトセンターのギフト用高級食品について、各 200 円で試食できるサービスを 23 日から始めると発表した。「お歳暮のイートイン」ともいえる試みで、商品を実際に味わうことで、東日本大震災後に高まった消費者の安全志向にこたえる狙い。

200 円で試食できるのは、「3 種のいくら食べ比べいくら丼」や「点心盛り合わせ」など約 20 品目で、ロールケーキなどのデザート系にはコーヒーもつく。ギフトを購入しなくても試食だけの利用も可能。分量も、「2 種類も食べればほぼ満腹」（担当者）という大盤振る舞い。200 円均一のビュッフェとしての楽しみ方もできそう。

同社によると、百貨店のギフト売り場ではこれまでも、一口サイズの試食コーナーは多かったが、食事代わりになるほどの本格的な試食は珍しいという。

25日まで開催する。それぞれ数量限定だが、日替わりのメニューも用意する。担当者は「食の安全・安心に敏感な来店客も多い。納得して選んでいただければ」と話している。

11月16日のブログでも試食について取り上げたが、食に対しての安全意識が購買意欲として重要視されている事が伺える。

もう終了した企画だが、実際に食べて納得したものをお歳暮として送る事が出来るので、失敗を減らすことが出来そうだ。

3) 「ドミノピザ、ピザ作り iPad ゲームでそのまま宅配可能」

アメリカの宅配ピザチェーン、ドミノピザが、iPad専用アプリ『Domino's Pizza Hero』の配信を始めた。

どこかで聞いたような名前はさておき内容は、まず Pizza Prep School でピザ作りのいろはを学習し、しかるのちに11種類のピザ製作に挑戦するというもの。完成度を判定するゲーム的な要素も含まれている。そして決め手は、完成したピザをそのままオンラインで宅配注文できる点だ。

映像や音から食欲を刺激するのはCMのお約束とはいえ、なかなか説得力のある販促活動。またピザ作りだけに没頭したいゲーマーのために、The Rush モードも用意されている。こちらは「1年で最も忙しい夜、終わりなき注文の激流にどれだけ耐えられるか!？」。

目の付け所が鋭い Domino's Pizza Hero だが、残念ながらいまのところ配信は米国のみ、国内には未対応。もしドミノ・ピザの売上が激増するようなことになれば、今後ゲーム中の食事描写を手がけるデザイナーが忙しくなるかもしれない。

スマートフォンやタブレットの浸透で、この類の販促は今後間違いなく増えるだろう。ドミノピザは日本でも早くからスマートフォンからの宅配発注に対応していたが、米国での人気が高まれば日本でも販売されるのではないかと。ネットスーパーが定番化してきた中、こうしたツールは見逃せない。

4) 「第2地銀、“食”で地域経済を応援」

東日本大震災で大きな痛手を負った東北地方と、口蹄疫や鳥インフルエンザなどで被害を受けた南九州・沖縄地方の経済復興と活性化を後押ししようと、きらやか銀行を含む両地方の第2地方銀行9行が共同で、各地元の「食」の名産品を満載したカタログを作り、発行した。

東北では大震災や福島第1原発事故、南九州・沖縄では昨年からの口蹄疫や鳥インフルエンザが相次いで発生、長引く不況も影響し地域経済が深刻な打撃を受けている。こうした中、両地方を営業エリアとする第2地銀有志が手を取り合い、それぞれの取引企業が販売している

名産品を全国へ売り込むことで支援につなげていく。両地方の第2地銀による共同企画は初めて。

東北からきらやか銀行と北日本（岩手）、仙台（宮城）、福島（福島）、大東（同）の5行、南九州・沖縄からは豊和（大分）、宮崎太陽（宮崎）、南日本（鹿児島）、沖縄海邦（沖縄）の4行が参加した。

カタログには、各行が推薦する企業10社ずつの計90社の特産品ギフトを掲載。本県からは「県産黒毛和牛すき焼き丼の素セット」（タスクフーズ）、「米沢牛肩ロースすき焼用」（米沢牛黄木）、「特別栽培米つや姫『銀粒』」（山形川西産直センター）、「麵振舞」（そば屋惣右エ門）、「みのりやギフトセット」（達商）、「フルーツティー4本入」（パールパッケージ企画）、「平牧三元豚グルメハム・ソーセージ」（平田牧場）、「みちのくおつまみ詰合せ」（ヤガイ）、「米沢牛メンチカツ」（りんご苑）、「清酒銀嶺月山 純米大吟醸 出羽燦々」（月山酒造）の10商品が紹介されている。

ほかに、岩手の三陸浜一夜干し、宮城の牛タン、福島の馬刺しセット、宮崎の宮崎牛、鹿児島芋焼酎、沖縄の薬膳みそなど、3000-5000円台を中心にさまざまな食の名産品が掲載されている。

全体で3万部作製。3000部をきらやか銀行本支店の窓口に設置しているほか、他県の第2地銀にも発送した。カタログの有効期限は来年1月31日まで。

東日本大震災という大惨事だけでなく、口蹄疫や鳥インフルエンザでも多くの方が苦しみ辛い思いをした。食という点では直接関係はないが、地域という点では深いつながりのある銀行がこのような先頭に立って農家や企業を元気づけてもらえる心強い。これまでも同様の取り組みはあったが、震災だけではないということ、広い地域で起こった問題であることとこののを改めて実感した。