

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「アイリスオーヤマ、蛍光灯回収リサイクル事業」
- 2) 「Tカード、連動型街づくりゲーム“Tの世界”グランドオープン」
- 3) 「人口動態ビジネスチャンスの読み方」
- 4) 「都内で妊婦対象の新サービス、陣痛タクシー」

1) 「アイリスオーヤマ、蛍光灯回収リサイクル事業」

アイリスオーヤマは、ドイツの物流大手 DHL の日本法人の一つ DHL サプライチェーンと共同で、使用済み蛍光灯のリサイクル事業を始めた。自社製の発光ダイオード（LED）照明をリサイクルとセットで販売。環境負荷をより抑えられることをアピールし、競争が激化する LED 市場の国内シェア拡大につなげる。

計画では、LED 照明の販売で不要になった蛍光灯を DHL が回収。同社は全国各地の自社倉庫に集めた上で、コネクタなど再利用可能な部品を取り外し、アイリスの国内工場に運ぶ。DHL はさらに残る部材を処分場に搬入する。アルミやガラス、水銀などは新たに原料となり、アイリスによるとほとんど全てが再利用されるという。アイリスは蛍光灯 1 本当たり 500-700 円のリサイクル料を上乗せする形で、LED 照明を販売する。4-12 月の 9 ヶ月間で約 200 万本の回収を見込んでいる。

アイリスオーヤマの店舗向け直管型 LED 照明は、国内シェアの約 4 割を占める。現状では、使用済み蛍光灯の処理は工事業者や産廃業者に委ねられていた。導入から廃棄物処理まで一貫して手掛ける仕組みを構築し、2013 年 12 月期に LED 照明の売上高を今期目標の 2 倍の 700 億円に引き上げる方針だ。

家庭用だけではなく店舗照明として実績が増える同社は、既に他社にないセンサー性能やコスト面での差別化が導入へ繋がっている。LED 照明を扱うメーカーは多数あるが、今後は省エネ・明るさだけでなく多様な面での差別化が必要となりそうだ。

2) 「Tカード、連動型街づくりゲーム“Tの世界”グランドオープン」

「Tカード」を運営するカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社は、2012 年 5 月 7 日に、スマートフォンおよびフィーチャーフォン向けの Tカード連動型街づくりゲーム『Tの世界』をグランドオープンした。

Tカード連動型街づくりゲーム『Tの世界』は、Tポイントアライアンス店舗で買い物をすればするほど“自分の街”を育成できる、リアルとネットが自動でつながる新たなソーシャルゲームだ。CCC は、「Tポイントを貯める・使う喜びや楽しさ」に加えて、「Tカードを提

示することで“自分の街”が成長する」という新たな「Tカードの楽しみ」を『Tの世界』を通じてT会員へ提供する。

また、『Tの世界』では、Tポイントアライアンス企業との連動企画を順次展開していく。第一弾として、2012年5月8日よりファミリーマートと『Tの世界』のコラボレーション企画を実施している。この企画では、ファミリーマートへの来店日数に応じて街を装飾できる様々なコンテンツをプレゼントするほか、期間中のファミリーマートへの来店日数が合計5日に達すると、ファミリーマートオリジナルスイーツブランド「Sweets+」の最新作「GELATO（ジェラート）」無料引き換えクーポンが当たる宝箱をプレゼントする。またTポイントアライアンス企業連動企画の第二弾として、レストランカラオケ・シダックスとのコラボレーション企画を予定している。

リアルからネット、ネットからリアルへ繋がるこの取り組みは、遊びながら実際にお店で使えるクーポンが手に入るので需要は高そう。

このソーシャルゲームでTポイントを貯める理由が一つ増え、集客力も向上することで加盟店にとってもメリットは有る。さらにクーポンなどのキャンペーンを行うことでより加盟するお店に行きたくなるきっかけづくりが出来そうだ。

3) 「人口動態ビジネスチャンスを読み方」

今年3月の日経新聞に、紙おむつ大手のユニ・チャームにおいて、2012年度、遂に大人用おむつの売上が乳幼児用おむつの売上を上回る見通しだという記事が掲載された。

この記事は少子高齢化社会を象徴するニュースとして、さまざまな場所で話題になったので、ご記憶の方も多いのではないだろうか。

故ドラッカーは、生前よく「人口動態ほど確実にやってくる未来はない」と語っていた。さまざまな未来予測の中で、間違いなく確実に的中するもののひとつが人口予測だ。大人用紙おむつだけでなく、近年はさまざまな分野で人口動態の変化が引き起こす逆転現象が目につくようになってきた。

今回、比較するのは2010年と1980年の人口の変化率だ。若者の数が減っていることは誰もがわかってはいることだが、数字として見ると、若者市場がいかに激減しているかが一目でわかる。

若者の中でも青年（20-34歳）がなんとか減少を持ちこたえている形だが、それでも30年前を1とすると、2010年にこの層の人口規模は0.8になっている。

言い換えれば、青年市場は30年間で2割縮小していることになる。同様に、ティーン市場は3割減、子供市場・乳幼児市場は4割減となっているわけだが、これは経済波及を考えると、もの凄く大規模な市場の減少に相当する数字だ。

人口の変化率が1.0と、30年間でほとんど変わらないのが、中年（35-49歳）で、そこから上の世代は激増している。シニア（50-64歳）が1.5倍、前期高齢者が2.2倍、そして後期高齢者が3.5倍だ。

冒頭のおむつの話に関連して言えば、おむつが必要な乳幼児は1歳半までだと仮定すると、子供のおむつ人口は160万人。これに対して、大人のおむつは後期高齢者の一部が対象とはいえ、80歳以上の高齢者に限っても810万人の人口規模だ。

乳幼児を対象にしたビジネスチャンスは30年間で4割減なのに対して、後期高齢者を対象にしたビジネスチャンスは30年で3.5倍。時代のキーワードは直感通り、「幼児よりも老人」なのである。

人口動態を読み解くことは、どの業界においても重要なことである。多い方向を向いて取り組むことは必然だが、一方で少数派に向けたアピールというのでも欠かせない。自分のターゲットを明確にし、流れに沿うか逆を読むか、そう考えるとやはりビジネスは面白い。

4) 「都内で妊婦対象の新サービス、陣痛タクシー」

日本交通は、妊婦を対象にした新しいタクシーサービス「陣痛タクシー」を発表した。「母の日」にちなんで5月13日に開始する。日頃の通院のほか、陣痛時でも慌てず簡単にタクシーを呼ぶことができる。対象エリアは東京都23区と三鷹市および武蔵野市。

サービスの利用希望者は、事前に日本交通のホームページから専用フォームで氏名や緊急連絡先、住所（お迎え場所）、かかりつけの病院、出産予定日などを登録する。登録は無料。タクシーを呼ぶ際には、病院に連絡した上で、登録した電話番号から電話をかける。料金は、通常のタクシー料金が適用される。メーター料金に加え、迎車料金として400円がかかる。22時から翌5時の深夜・早朝時間帯は割増料金となる。また20分以上先の時間指定の場合は予約料金400円が加算される。

日本交通はサービス開始にあたり、すべての乗務員を対象に、助産師による講習会「妊産婦搬送時の注意事項と対応」を実施した。そのため陣痛や出産の基礎知識を持った乗務員がいざという時でも対応できるとしている。

交通の便が良い都会であれば車を所有していなくても普段は問題なさそうだが、緊急事態には困ることもありそうだ。その時にこうしたサービスがあればとても助かると思う。タクシー業界も不況不況となげくばかりでなく、もっと知恵を絞って生き残りにかけるべきだと思う。他の地域ではすでに同様のサービスを始めているタクシー会社もある。その他、買い物タクシー、観光タクシーなどオリジナルの取り組みを行っているところもあるが、流通とタクシー、サービスとタクシー、組み合わせ方一つで可能性が広がると思う。