

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「西日本最大級の駅ナカ商業施設、エキマルシェ大阪今秋開業」
- 2) 「東京・田園調布に水の専門店 第一管工、28日開設」
- 3) 「“市場お味見ツアー” 来月スタート」
- 4) 「パナソニック、タリーズコーヒーなどで無接点充電パッドの導入開始」

1) 「西日本最大級の駅ナカ商業施設、エキマルシェ大阪今秋開業」

西日本旅客鉄道が、同社の手がける最大規模の駅構内商業施設「エキマルシェ大阪」を10月下旬（予定）を「ギャレ大阪」本館跡地に開業する。JR大阪駅改良工事により閉館した高架下の商業施設「ギャレ大阪」本館と西館。西館跡には昨年6月、アウトドアブランドを集積した「ALBi（アルビ）」がオープンしている。「エキマルシェ大阪」は、活気や賑わい感のある「マルシェ（市場）」をイメージした施設内で、ファッションをはじめ、コスメや雑貨、飲食など4つのゾーンに各テナントを集積する。

延床面積が約7,200平米で、店舗面積は約4,500平米。約1,600平米は、ギャレにはなかった総菜、スイーツ、ベーカリー、高品質スーパーなどで構成するグルメゾーンを新たに設けるほか、約1,000平米はカジュアルグルメやカフェなど朝から深夜まで利用できる飲食ゾーン、約700平米は女性をターゲットにしたコスメ・雑貨ゾーン、約1,200平米はカジュアル衣料と雑貨店を集積したファッションゾーンで構成。約80の店舗の出店予定。

日常的に大阪駅を利用する人々をターゲットにし、普段使いとして気軽に立ち寄れる“デイリーニーズの一番店”を目指す。また、「LUCUA（ルクア）」や「JR大阪三越伊勢丹」が出店するノースゲートビルディング、大丸梅田店が入るサウスゲートビルディングなど、大阪駅の南北に隣接する各商業施設との相乗効果を発揮することで、2011年5月に全面開業した同社運営の「大阪ステーションシティ」の魅力を発信する。

各百貨店が競合する激戦区ではあるが、多彩な商品構成で「選ぶ楽しさ」を提供するグルメゾーンが今回の目玉。高質スーパーを始め、このグルメゾーンにどんな企業が誘致されるのか今後の動きが気になる施設である。8月に詳細店舗が発表される予定だ。

2) 「東京・田園調布に水の専門店 第一管工、28日開設」

飲料水の宅配や自動販売機事業を手がける第一管工は東京・田園調布に飲料水の専門店を28日に開設する。同社が山梨県北杜市などで採取している宅配水を試飲できるほか、水道水を「逆浸透膜」でろ過した純水に海洋深層水を添加し様々な硬度にした水を販売する。世界の珍しい炭酸水なども取り扱う。

店名は「ウォーターポイント」。今回の出店を機に宅配水事業を関東地方でも本格的に展開する。店舗にはセミナールームも設置し、水にまつわるトークショーなどを開くことで知名度向上につなげる。

同社は現在、西日本を中心にオフィスや家庭向けの宅配水事業を手がけている。全国のスーパー向けに約 900 台の飲料水の自動販売機も納入している。

豊かな水資源に恵まれた日本だが、水を買うということがすでに当たり前になっている。特に、福島原発事故により放射性物質の影響を不安視するようになったことで、安心できる水を手に入れたいと思う人も多いだろう。自ら情報を探して選ぶことはもちろん、このように企業からのアピールがあれば選択肢も広がりそうだ。

3) 「“市場お味見ツアー” 来月スタート」

市場の良さ、味わってみてや——。阪神杭瀬駅の北にある杭瀬中市場が 6 月、食材の食べ比べなどを目玉にした「市場お味見ツアー」をスタートさせる。スーパーに押され、子育て世代の足が遠のいている中、「こだわりの商品を並べたり、食材や調理法について気軽に聞いたりできる市場の魅力を知ってほしい」としている。

同市場は 1955 年頃に店がそろい、現在は八百屋、魚屋、総菜店など食料品店を中心に、25 店が軒を連ねる。「真っすぐ歩けないぐらい、お客さんが来た」（市場関係者）という時期もあったが、周辺にスーパーが増えた十数年前から低迷。現在の集客力は、ピークの 3 分の 1 程度という。

客層も、約 1 年半前の調査で、60 歳代以上が 7 割とわかり、新規客を獲得できていない現状が浮き彫りとなった。

そのため、昨年末、20、30 歳代の主婦ら 7 人に集ってもらい、聞き取り調査を実施。

「初めての店は入りづらい」「対面販売が怖い」「声を掛けられると、気後れする」などの意見が出たことから、「一度、体験してもらおうところから始めよう」と、ツアーを企画した。6-8 月の毎週土曜日、午後 1 時から各店を巡る内容。店主から、みそ汁や豚汁、鍋など料理ごとのみその選び方といった豆知識を聞いたり、天然と養殖のタイ、明石産とアフリカ産のタコを食べ比べたりする。

同市場協同組合の坂和昭理事長は「ツアーをきっかけに、これまで利用しなかった人たちに足を運んでほしい」と意気込んでいる。

昔は庶民の台所であった市場も現在では「非日常」な空間になりつつある。時代の変化もあるし消費者のニーズも変わっているのであれば、スタイルを押し通すのではなく自らが変わってアピールすることが必要だと思う。新規顧客開拓のためにはこのような取り組みが効果を発揮するのではないかな。

4) 「パナソニック、タリーズコーヒーなどで無接点充電パッドの導入開始」

パナソニックグループ エナジー社は、タリーズコーヒージャパン株式会社の 27 店舗を始めとした 7 法人約 90 カ所に、無接点充電パッド「チャージパッド」の導入を開始する。

今回導入が決まったのは、タリーズコーヒージャパン株式会社、株式会社ファミリーマート、株式会社スリーエフ、カフェ・カンパニー株式会社(WIRED CAFE)、ジャンボカラオケ広場グループ、株式会社スピードネイル、株式会社オペレーションファクトリー、の7 法人で計約90 カ所。設置期間は、5 月より順次開始し、2013 年3月までの予定だ。

「チャージパッド」とは、対応した携帯電話やスマートフォン、モバイル電源を置くだけで、ワイヤレスで電池が充電できる、モバイル機器の新しい充電スタイル。ワイヤレス充電の国際標準規格団体「WPC(Wireless Power Consortium)」のQi 規格に対応した当社独自のムービングコイル方式により、充電パッドの送電コイルが、充電する機器の位置を自動で検出して移動するフリーポジショニング充電を実現しています。

スマートフォン、タブレットPC などモバイル機器の急速な普及と、機器の高機能化にともなって、バッテリーの持続時間に対する関心が高まっている。外出先での充電スポットを求めるユーザーを、このサービスの展開で取り込む。

外出先で、スマートフォン等のモバイル端末の電池残量は、ユーザーの共通の悩みでもある。置くだけで気軽に充電出来る場所があるなら、お店選びの条件として優先する人も多いと思う。これからもさらに普及が進みそうなモバイル端末を軸にした販促は増えそうなので注目したい。