

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「阪急百貨店、グランドオープンに向けたプレサイト開設」
- 2) 「久留米市、B級トマト使用ケチャップが人気」
- 3) 「大豊町の野菜“萌えキャラ”包装、第1弾スナップエンドウ」
- 4) 「富士山登山口にアウトドアレンタル開始」

1) 「阪急百貨店、グランドオープンに向けたプレサイト開設」

11月下旬のグランドオープンに向けて建て替え工事中の「阪急うめだ本店」のプレサイトで5月7日より、新コンテンツ「人が築く百貨店 -それぞれの物語-」が公開されている。

「日々変化する新・阪急うめだ本店の情報を広く伝えたい」と企画した同コンテンツ。同社社員約10人が建て替えプロジェクト関係者に取材し、プロジェクトに関わった人物とそれぞれの仕事に対するこだわりを毎日更新し、カレンダー形式で紹介する。フェイスブックページも開設した。

現在は「フェーズ1」として、建築、内装、情報発信空間について工事関係者や同社社員の情報を発信。5月1日の施工管理・里井大介さんの記事では、「9階の阪急うめだホールはステージの後ろが開けられるようになっていて、開けると御堂筋が見渡せる」、4日の電気設備現場監督・榎本拓哉さんの記事では「祝祭広場の天井に取り付けるLED照明は、さまざまなイベントに合わせて照明全体が昇降する」、20日の外装・外構現場監督・岡本篤司さんの記事では「丸窓には旧コンコースのステンドグラスを再利用している」などの内容が書かれており、「『実は・・・』な話題が満載」とエイチ・ツー・オーリテイリング広報担当の田口眞紀子さん。

公開時期は未定だが、「フェーズ2」では売り場やサービスの情報を同社社員が紹介する予定だという。田口さんは「グランドオープンまで毎日発信される情報をお楽しみいただきたい」と話す。開業までの期間限定コンテンツとして公開する予定。

注目され多くの人々が携わる一大プロジェクトのなかで、それぞれの思いが聞けるおもしろい取り組みだ。単に秘話が聞けるだけでなく、実際来店した際に感じるることができる施設のおもしろさや様々な仕掛けを知ること、消費者としてもオープンまでのワクワク感が増す。毎日更新されるので、長い工事期間中もグランドオープンを楽しみに待つことができそうだ。

2) 「久留米市、B 級トマト使用ケチャップが人気」

昨年新発売され、2 日間で完売した道の駅くるめが開発したトマトケチャップが今年も 9 日から店頭で登場する。傷などで出荷できない B 級品を使っていて、農家も「せっかく作ったトマトを食べてもらえてうれしい」と喜んでいる。

道の駅くるめによると、トマトは収穫しても約 1 割は傷や色あせなどで出荷できないという。規格外の農産物を加工して無駄をなくそうと、久留米市でよく栽培されている「麗容（れい・よう）」という品種の B 級品約 150 キロを使い、300ml 入りの瓶 300 本を作った。

「麗容」は糖度が高く、ケチャップもジャムのような甘さが特徴。隠し味として砂糖や唐辛子などがわずかに加えられているが、ベースはトマト本来の甘さという。トマトが嫌いな子どもも、ヨーグルトなどにかけて、パスタソースにしたりして、喜んで食べているという。昨年は 7 月下旬に 120 本を売り出したが、2 日で売り切れた。問い合わせも相次いだ、トマトの最盛期が終わっていたため、再生産もできなかった。

今年は、トマトが最もおいしい 6、7 月に 2 回、ケチャップに加工し、7 月にも 200-300 本を 1 本 630 円で販売する予定。

形が悪い物もそうだが、自然の影響により左右される農作物や酪農など、毎年大量に破棄されるニュースを過去何度も目にきて、こうした販路が見いだせないのかとずっと疑問に思ってきた。最近ではこのような取り組みも増えており、消費者の商品を見る目というのも変わってきている。エシカルな食材を選ぶことができる売場づくりがもっと広がって欲しいと思う。

3) 「大豊町の野菜 “萌えキャラ” 包装、第 1 弾スナップエンドウ」

独自農法で栽培された大豊町の野菜を、かわいい女の子の「萌えキャラ」の包装で売り出すプロジェクトで、第 1 弾のスナップエンドウが 10 日、高知市の日曜市で販売される。公募で選ばれたキャラクターは、緑色の髪が鮮やかなボーイッシュな少女。企画した高知大の男子学生 8 人は「一人暮らしの学生は野菜が不足しがち。萌えキャラにひかれて野菜を食べてほしい」と PR する。

プロジェクトは、趣味のアニメやゲームで意気投合した 6 人でスタート。放置竹林の竹で作った炭や稲わらを混ぜた堆肥を使い、同町で CO2 を減らす農法で育てる「クールベジタブル」に取り組む准教授を手伝ううち、若者をターゲットに「萌えキャラ」との組み合わせで売り込むことを決めた。

今年 1 月にスナップエンドウとナスのデザインを募集。28 点の応募作品の中から、同町の住民らの投票で選んだ。スナップエンドウは 16 歳の「緑野(みどりの)さや」。身長 1 メートル 59 で、自宅の農作業をよく手伝い、町特産の碁石茶が大好きという設定にしている。8 月中旬に発売予定のナスは、エプロン姿に長い髪が愛らしい同い年の「綾咲紫乃(あやさきの)」。身長 1 メートル 53 の料理好きで、ナスとスナップエンドウのみそいため得意となっている。

10 日は、緑野さやの顔を印刷したラベルを貼った袋に 100 グラムずつ詰め、150 円で販売する。現在は 45 アールの畑で約 10 種類を栽培。来夏には第 2 弾のキュウリとレタスの売り出しを考えており、今秋、キャラクターのコンテストを行う。

4年兵頭翔太さん(21)は「野菜が生まれた大豊町を“聖地”として訪れてもらえたら活性化にもつながる。いずれは東京・秋葉原でも売りたい」と意欲を燃やす。

スーパーには女性目線が求められるというが、それはもちろんのことでもあるし、一方で様々な客層がいるということも忘れてはならないと思う。新規開拓や興味を持ってもらうためには違う視点で物を見ることがキーになると改めて思った。日本ならではのアニメの文化をいかし、商品売るだけでなく観光にまでつなげるなど、面白いやり方だと思う。

4)「富士山登山口にアウトドアレンタル開始」

富士登山口の山梨県富士吉田市に、アウトドア用品専門レンタルショップ「そらのした」が6月初めオープンした。富士登山者や富士五湖でのキャンプ利用者の需要を見込んでいる。夏場だけでなく、冬用品にも対応して通年営業する。特に需要が高まる夏山用に装備フルセットを500組準備した。担当者は「背広姿で来店しても、富士登山用品をそろえることができます」と話している。

店舗は国道139号沿い。店内に登山用品とキャンプ用品が展示され、色やメーカーのほかに試着して体にフィットするものを選ぶことができる。責任者の室野孝義さんは「在庫として登山用品なら500セット分、キャンプ用品なら100セット分を提供できるよう準備してあります」と話す。

「初めての登山セット」ではザック、レインウエアー、登山靴、トレッキングポール、ヘッドライトの5点1泊2日で9980円。夏とはいえ富士山頂は冷え込むことから、ダウンジャケットを加えたセット(1万1980円)もある。別料金で女性用山スカート、スパッツなどもレンタルする。レンタルできないものは、直接肌に触れるシャツやソックス類。サラリーマンが週末に突然、「富士登山をしたい!」と店に飛び込んでも、シャツやソックスを準備していれば、必要な登山用品一式を取りそろえることはたやすい。また、汚れたまま返却してもOK。自社クリーニングシステムで清潔な状態に戻す。

室野さんは「初めて富士登山をされる方が、これらをセットでそろえると9万円から10万円かかります」という。1万円前後なら安い。また「登山をしてみても、本格的に始めようというのであれば用品購入をお勧めします」と、レンタルだけではなく、用品販売もしているのでぜひ相談してほしいとも話す。

キャンプ用品でもテント、マット、寝袋、ランタンなどのセット(9800-1万2480円)のほか、コンロ、ハンモック、テーブル、クーラー、自転車、望遠鏡なども準備した。近くフィッシング用品も準備してレンタルを開始する計画だ。

レンタル出来るので気軽という事もあるが、一式を専門家が用意してくれるのがありがたい。何かを始めたり準備したりする時に、情報を上手く集められない人や、手間に感じて行動に移さない人もいると思う。

防災用品のニュースを見ていて、防災グッズの品目が充実してきたのは良いが、お年寄りなどは何を買えば良いのか分からないといった話があった。“セット”や“一式”などのお手軽品は、そのような取りこぼしていた需要を取り込むことが出来そうだ。