

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「高崎タカシマヤ、中元商戦“乗り換え割引”も」
- 2) 「高級かっぱえびせん阪神百貨店で販売」
- 3) 「食べる量増やすと“健康実感”半数超 果物パワーの実態調査」
- 4) 「梅田にゆかたでおでかけ“小粋な街あそび 梅田ゆかた祭”を初開催！」

1) 「高崎タカシマヤ、中元商戦“乗り換え割引”も」

6月7日に「お中元ギフトセンター」を開設した高崎タカシマヤは、今まで同店に中元・歳暮を申し込んだことがなく、他店の中元・歳暮申し込み控えを持ち、同店ギフトセンターで1万円以上の商品（金券を除く）購入客を対象に1000円のタカシマヤギフトカードを進呈するキャンペーンを行っている。

今年は群馬の物産ギフトに力を入れており、開店当初からの「ふるさとギフト」と銘打って永井酒造（川場村）、近藤酒造（みどり市）、牧野酒造（高崎市）、水沢うどんの田丸屋（渋川市）などを扱っている。このほか、群馬県産の「朝どりトウモロコシ」と「もぎたてトマト」のギフトもそろえた。同店が夏野菜のギフトを扱うのは今回が初めて。

ルーチンになっている部分もあるお中元・お歳暮は、送り先を登録しているからという理由でいつものお店で買うことが多いと思う。その中で携帯電話のMNPの時のように乗り換え割があれば今まで目を向けていなかった店の商品を知るきっかけにもなると思う。NB商品ならば特に店による差も少ないと思うので顧客の注目を向ける良いアイデアだと思った。

2) 「高級かっぱえびせん阪神百貨店で販売」

カルビーは6月13日より、高級えびせんべい「かっぱえびせん 匠海（たくみ）」を阪神梅田本店で、5日間限定で販売した。

2006年の広島工場建て替えの際に「地元で根付いたもので、かっぱえびせんの工場として高級なものを作ってみよう」と開発した同商品。一番おいしいとされる5月-8月に水揚げして急速冷凍した瀬戸内海の希少な天然エビと瀬戸内海の海水から作られた藻塩を使い、限定品として1枚ずつ丁寧に作り上げた。

同年11月、同社のオンラインショップで30枚入りの商品を100箱限定で販売。告知をあまりしていないにもかかわらず1日で完売し、その後も不定期に販売数量を増やして販売したが、いずれもすぐに売り切れるため、「『どこに行けば食べられるのか』と問い合わせ

が多かった」と広報部。2007年からは生産体制を整え、広島百貨店「福屋」や同社のオンラインショップで販売している。

今後は、「少しずつ西日本から広げていきたい」と試験的に販売するとし、今回の阪神梅田本店での販売は関西初。同店地下1階和菓子売り場内「全国老舗銘菓撰」で販売。初日は開店前から列ができ、約40分で完売した。

従来の商品開発の集大成であるこだわりの一品で、カルビー側もいずれは継続して販売できるようにしたい意向がある。価格は、10枚入り=630円、30枚入り=1890円。1人3箱まで。

メーカーと百貨店のコラボ企画としておもしろい取り組みだ。販路として百貨店を選んだ訳だが、ネームバリューを生かしつつコンビニやスーパーマーケットなどどこでも手に入るかっぴえんとは違う魅力ある商品は、大阪老舗百貨店とマッチするように思う。

3) 「食べる量増やすと“健康実感”半数超 果物パワーの実態調査」

日本人はいささか「果物不足」—そんな調査結果が、新品種キウイ「ゼスプリ・スウィート・グリーン」「ゼスプリ・サンゴールド」を限定発売中のゼスプリ インターナショナル ジャパンから2012年6月14日発表された。

男女800人を対象とした今回の調査（5月末実施、ネットアンケート）によると、87.6%がなんらかの形で食事の栄養バランスに気を使っており、特に「食物繊維」（39.3%）、「ビタミンC」（28.6%）は多くの人意識して摂取していた。

食物繊維、ビタミンCが豊富な食材といえば果物が思い浮かぶ。しかし果物を「ほぼ毎日」食べている人は26.4%に留まり、食べる機会があるとした683人にしても、1日の摂取目標量「200グラム」以上と答えた人はわずか8.6%に過ぎない。

必要な量の果物を食べる人は、なぜ1割未満にとどまっているのか。過去3年間で果物を食べる量が減った、という人に聞いたところ「値段が高い」（50.6%）、「あまり日持ちがしない」（24.7%）、「皮をむくなど手間がかかる」（20.3%）といった不満が並ぶ。

一方で果物を積極的に食べている人には、「健康」を実感する人が多い傾向が見られた。

「過去3年間で果物を食べる量が増えた」とした111人の51.3%は、健康状態が「かなり良くなった」「やや良くなった」と回答し、「お肌の調子」や「便秘」に関しても、半数近くが改善を意識しているという結果となった。

食に対する意識が高い人は果物を摂取する機会も多いと思うが、調査結果のように一般的には避けられがちなものであるのはイメージとしてある。

「野菜を食べなさい」という言葉は世間でもよく言われていることであり、摂らなければならないという意識もあるが果物に関してはそこまで意識することがなかった。こういう人が多いということを知ったうえで販促を行えば日本の果物摂取量UPにつながるのではないか。

4) 「梅田にゆかたでおでかけ“小粋な街あそび 梅田ゆかた祭”を初開催！」

梅田地区エリアマネジメント実践連絡会は、梅田地区の新たな魅力づくりを企図して取り組んでいる梅田コネクト・プロジェクトの一環として、今夏新たに梅田ゆかた祭実行委員会を立ち上げ、「小粋な街あそび 梅田ゆかた祭」と題したエリアイベントを開催する。

“ゆかた”という日本が世界に誇る文化と“打ち水”という日本特有のエコ活動をテーマとし、行政や民間事業者、地域活動団体、梅田地区を訪れる人など梅田地区と関わる人々との連携を深めながら、“小粋な街あそび”を展開することで、梅田地区の賑わい創出、回遊性の向上及び環境意識の向上を図る。また、この取り組みを継続して実施することで、梅田地区の夏の風物詩となるよう目指す。

イベント内容

○ 打ち水イベント

エコ活動を通じた環境意識向上を目的に、梅田地区の各施設関係者や地域活動団体、一般来街者を含め、開催2日間で合計1000人の参加を目指して、梅田地区内の複数の会場で同時開催する。

また、「梅田に降った雨水を利用した打ち水」を梅田地区全体で実現するため、JR大阪駅ホーム上のドーム屋根に降った雨水等を再処理した中水を各会場に運び、打ち水を実施する。

○ ゆかたイベント

茶屋町・大阪ステーションシティ・うめいちの3つの特設会場にて、ゆかたを着用した出演者によるワークショップ・音楽イベントの開催や、3つの特設会場を巡るスタンプラリー、ドリンク提供コーナーなど、涼みながらイベントを楽しめる“小粋な”空間づくりを企画。また、梅田地区の各商業施設と連携し、梅田地区への来街者におもてなしの意味を込めた各施設スタッフによるゆかたでのお出迎えや、ゆかたで来街した人に対する各商業施設での特典サービスの提供などを企画。

開催日は、7月21日（土）・22日（日）で、詳細は第2弾リリース（6月20日予定）で発表する。

京都・奈良などの古都文化が強く残っている場所の浴衣イベントなどは見かけるが、大阪の中心、梅田という観光だけではない多くの人が行き交う場所で行う浴衣のイベントは、違った反響が有りそうだ。

そのイベントの様子を見た人が、飛び込みで駅付近の商業施設で浴衣を買ってしまうような、相乗効果と話題性の高いイベントになることを期待したい。