

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、次世代エコストアを展開」
- 2) 「食べログ、レストランの空席情報提供サービス」
- 3) 「日本の春の風物詩“お花見”に関する意識調査」

1) 「イオン、次世代エコストアを展開」

イオンは3月15日、次世代エコストア「スマートイオン」の展開を開始すると発表した。スマートイオンは「ITネットワークを活用した地域単位でのエネルギー（電力、熱など）の需要・供給コントロール、交通環境（スマートモビリティ）や電子マネーなどのサービスを有効活用する次世代の社会システムであるスマートコミュニティ参加型の大型商業施設」というくりで、地域との協働によりエネルギーの効率化や防災などに、まちぐるみで対応する次世代型エコストアを目指す。

3月15日に、第1号店「イオンモール八幡東」のリニューアルオープンを皮切りに、「イオンタウン新船橋」、「イオンモール大阪ドームシティ」、「イオンモール幕張新都心」を「スマートイオン」と位置づけ展開する。

4店は、これまでイオンが展開してきたエコストアの基準に加え、2012年8月に発表した環境目標「イオンのエコプロジェクト」に則った新たな5つの基準を満たし、持続可能な、まちづくりを目指す。

省エネの取り組みも進み、今できることはほとんど取り入れられてきている。その次のエコとしてITを使ったコントロールで様々なムダを排除しスマートな環境を整えることができれば経済の活性にもつながっていくと思う。そう考えるとまだまだできることはありそうだ。

2) 「食べログ、レストランの空席情報提供サービス」

食べログは3月11日、レストランの当日夜の空席情報をリアルタイムで確認できるサービスを開始した。

食べログサイト上に、当日18時-20時に入店可能なレストランを優先して表示するコーナーを設けるとともに、空席情報を登録しているレストランを絞り込むことができる当日空席検索サービスの提供を開始した。会員登録不要で、誰でも無料で利用できるサービス。PCやスマートフォンから手軽に今夜の空席を探ることができるようになり、当日急に決まった会食のお店探しや、外出先で今からすぐに行けるお店を見つけることが、より簡単になるという。

消費者のニーズをうまく拾ったサービスだと思う。目的→検索ではなく検索→目的を決めるというのは他のネットサービスにもどんどん広がって欲しい。紙媒体だと自分の欲していない情報も目に入ってくるが、ネットは目的を持って検索することがほとんどなのでどうしても探しているものしか入ってこず、見落としている物も多いと思う。その点でこのサービスは新たな店の発見につながると思った。

3) 「日本の春の風物詩“お花見”に関する意識調査」

アサヒグループホールディングスの運営するお客様生活文化研究所が、インターネットで、「お花見」に関する意識調査を実施した。

2402人の有効回答が集まり、次のような傾向が分かった。

■全体の約6割が「今年、お花見に行くつもり」という回答し、4年ぶりに増加に転じた。

■お花見に欠かせないドリンクのトップは「ビール」。全体の約6割が「ビール」と回答した。「新ジャンル」は4位、「発泡酒」は8位となり、お花見ではビールという回答が多かった。

■お花見で楽しみにしている食事は「おにぎり」、「手作りのお花見弁当」、「焼き鳥・串焼き」に人気が集まった。北海道では「焼き肉」がトップとなるなど、地域による差も見られた。

■1回のお花見にかかる予算は、「2,000円台」がトップとなった。約1割の「お金はかけない」も含めて、全体の約8割が「3,000円未満」と回答した。

過去の調査と比較すると、2008年59.9%、2009年65.1%、2010年64.1%、2011年57.7%、2012年57.3%となり、2009年以降低下していた参加意向が4年ぶりに増加に転じている。

今年はソメイヨシノの開花が15日早いというニュースがあった。暖かくなったと思ったら真冬並みの寒波が来たの繰り返しだったが、いよいよ春本番になりそうだ。

春は花見の弁当、お酒が欠かせない。ただ、外に出ると花粉・黄砂と今年はPM2.5と空気環境が気になるところなので、特設コーナーを設けてマスクなどの対策グッズなどを並べて販売すると良いかもしれないと思った。