

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「日系コンビニ、イトインで勝負」
- 2) 「タニタ、野菜の摂取量が分かる調理用はかりを発売」
- 3) 「都内の万引き摘発数、高齢者が未成年者を初めて上回る」

1) 「日系コンビニ、イトインで勝負」

ミニストップは、ジャカルタ郊外の新興住宅地に1号店をオープンさせた。セブンイレブン、ローソン、ファミリーマートと日系コンビニ大手が出そろうなか、ミニストップは日本での特徴である店内調理機能の充実を図り、拡大する市場の取り込みを図りたい考えだ。

ミニストップの店舗を現地で運営するのは、インドネシアで高級スーパー「ランチマーケット」などを運営する地場系グループ。昨年8月、ミニストップとインドネシアにおけるエリアフランチャイズ契約を締結した。年内に10店舗、5年以内に300店舗の出店を目指す。1号店は店舗面積234平方メートルで従業員は約20人。約1300品目（うちファストフードが44品目）を取り扱う。ミニストップで人気のソフトクリームやスイーツの「ハロハロ」といった日本での知名度が高いデザートのほか、店内で調理するカレーライスやおにぎりなどを主力として、先行する他社との商品差別化を図る。

ご飯とおかずをバナナの葉で包んだナシ・パカールなど、インドネシアの伝統的な食べ物もメニューに加え、特色を出している。ヒット商品を生み出すことで顧客への訴求力を高めていく方針だ。

日本ではサンクスと提携し、既にインドネシア進出を果たしている米系のサークルKを除き、日系のコンビニでは2009年にセブンイレブンが1号店をオープン。規制の問題もあり、店内で食事ができるイトイン形式の業態を取り入れたところ大当たりし、現在のコンビニ・ブームの流れを作った。後を追うローソンはおでんやおにぎり、ファミリーマートは焼き鳥を目玉商品として、カフェやレストラン感覚での利用を推進。若者が集まる場として定着しつつある。

中間所得層が増加し、都市部を中心にライフスタイルの多様化が進むインドネシアで、地場系の小型スーパーチェーンもこの流れを追いかけ、24時間営業の店舗を増やしつつあり、競争は一段と激しくなっている。

ミニストップの宮下直行社長は「家族や友人との待ち合わせ場所として来店するなど、新しいファッションとして使ってもらえるようなコンビニを作っていきたい」と意欲を見せる。店舗の特徴について、「木目を使い、ゆったりしたイトイン・コーナーで高級感を出した。東南アジアでは当社が初めてだろう」と自信を示す。

インドネシアでモール運営など小売り進出を進めているイオン・グループの一員として、PB商品の「トップバリュ」の取り扱いや物流の効率化、電子マネーの導入など、相乗効果を発揮できる事業展開も今後模索する。インドネシアで日系コンビニ各社の熱い戦いが繰り広げられそうだ。

店舗にイトインがあるのはありがたい。ただ、特定の利用者が独占してしまうような事にならないような対応が必要だと思う。海外進出で日本式を採用してヒットするのは誇らしい

事だ。さらにそこで得たノウハウや独自商品などを日本にフィードバックしてみても面白そうだ。文化の違いで生まれたものを相乗効果として活かして欲しい。

2) 「タニタ、野菜の摂取量が分かる調理用はかりを発売」

健康機器大手のタニタは野菜の摂取量が分かる調理用はかり「デジタルクッキングスケールKD-199」を7月10日に発売する。あらかじめ食べる人数と1食あたりの摂取目標量を入力しておくで自動で計算し、使う量と目標量の差を液晶画面に表示する。

野菜の摂取目標量は5段階から選んで入力するほか、自分が目標とする量を直接入力することもできる。計量皿は取り外して洗えるシリコンカバー付きですべりにくい。カバーを裏返すと両端がギザギザに加工してあるため、パスタなどが散らばらずに計れる。野菜をイメージしたレッド、オレンジ、グリーンの3色をそろえた。美容や健康のために野菜を食べようと心がけている20-40代の女性を中心とした販売を見込む。

価格はオープンだが、店頭では2500円前後を想定。全国のスーパーなどで販売する。年間で3万台の販売を目指す。

またタニタらしいスケールが登場した。野菜を採らなければとは思いつつなかなかしっかり食べることができないからつい野菜ジュースで済ましてしまう者にとっては少々面倒ではあるが、家族の健康を守る主婦や健康・美容が気になる女性にとっては力強い味方になるのか。売れ行きをチェックしたいと思う。

3) 「都内の万引き摘発数、高齢者が未成年者を初めて上回る」

去年、東京都内で万引きで検挙・補導された人のうち、65歳以上の高齢者の数は初めて少年の数を上回り、警視庁は貧困や社会からの孤立が背景にあるとみて、自治体などと連携し対策を進めることにしている。

警視庁によると、去年、東京都内で万引きをして検挙や補導された数はおよそ1万3500人で、前の年より率にしておよそ8%減った。しかし、このうち65歳以上の高齢者は、前の年より55人増えて3321人と全体の24.5%を占め、警視庁が統計を取り始めた平成元年以降、初めて20歳未満の少年の割合、23.6%を上回った。

検挙された高齢者の55%が以前も検挙されたことがある再犯者で、前の年より6ポイント高く、年々再犯の傾向が強まっているということ。また、警視庁が検挙された高齢者およそ500人を対象に調査したところ、盗んだ品物の70%が食料品で、動機は「生活に困っていた」と答えた人が最も多くなった。生活環境を尋ねた質問では、相談できる家族や友人がいない、趣味などの生きがいがないといった回答が目立ち、社会から孤立している状況が浮き彫りになっているという。警視庁は自治体や福祉事務所と連携し、高齢者の居場所作りなどの対策を進めることにしている。

万引きは店側にとって頭を悩ませる問題の一つだが、こういうニュースを聞くととても悲しくなる。若者自体が減っているため高齢者が目立つということもあるのかもしれないが、「悪いことをしてやろう」というのではなく「生活に困っているから」というふうに理由が

切迫したものであるのがより辛い。しかし本来あってはならないことなので、そういう心理にならない店の環境づくりや声掛けなどで少しでも減少につなげなくてはと思った。