

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「カルビーとポテチ開発 イオン、ネット会員が投票で味決定」
- 2) 「渋谷の百貨店屋上で手ぶらBBQ、東急百貨店本店に期間限定オープン」
- 3) 「ヤマダで買い物“顔パス”、米ペイパルと組む」
- 4) 「はなまるうどん、学生食堂に初出店」

1) 「カルビーとポテチ開発 イオン、ネット会員が投票で味決定」

イオンはカルビーと共同で「イオンスクエア」の会員の声を反映したポテトチップスを発売する。

「カルビーポテトチップス『イオン限定味』総選挙」と銘打って、「たらここんぶ味」をはじめとする「海鮮ブイヤベース味」「シュガーバター味」など12種類の「イオン限定味」候補の中から、イオンスクエアに登録したイオンスクエアメンバーが投票。メンバー1000万人の声を参考に総選挙が実施され、最も応募の多かった味を「カルビーポテトチップス『イオン限定味』」として夏の商品化に向けて開発する。開発された商品は、イオン各店で限定発売する予定とのこと。開催期間は2014年3月18日（火）10:30-4月9日（水）23:59まで。

また、総選挙に投票した人の中から抽選で50名に、カルビーのポテトチップス詰め合わせのプレゼント他、総選挙にあわせ「イオン限定味」の商品名を募集。商品名として採用された1名には、ネットWAONポイント5万円分がプレゼントされる。

限定とは言え、オリジナル商品を作るという点では従来のPBとの違いはそれほどないと思うが、顧客参加型と一緒に商品を作り上げる過程を設けるのは、それだけ商品にも愛着が湧くだろうし楽しんで良いと思う。大手企業だからこそできるコラボであり、消費者にとってはネタとしても使えるので口コミでも広がっていくのではないかと思う。

2) 「渋谷の百貨店屋上で手ぶらBBQ、東急百貨店本店に期間限定オープン」

東急百貨店本店は4月12日から、百貨店で初めて屋上でバーベキューが楽しめる「デジキュー SHIBUYA BBQ（シブヤ バーベキュー）テラス」を期間限定でオープンする。

平日に都会で、しかも渋谷の百貨店の屋上という抜群の立地で気軽に楽しむことができるこのバーベキューテラス。屋上に約20個のテントを設置し、バーベキューに必要な食材や道具は事前予約ができるので、手ぶらでの来店が可能、準備や片付けも不要だ。

予約できる食材は、「レギュラーセット（1人前）」1980円、「スペアリブセット（1人前）」2480円、「サーロインセット（1人前）」2980円（いずれも税込み）など。また、食材・飲物は自由に持ち込むこともできるので、デパ地下で買った食材を焼いて楽しむといったことも可能だ。

営業期間は4月12日から5月25日まで。利用料金（コンロや炭、軍手、焼き網など機材一式）は大人1人2000円、小人1人1000円（いずれも税込み）で、完全予約制、最大2時間30分まで。

バーベキューは休日にするものというイメージがあるため、会社帰りに立ち寄って夜空の下で楽しめるとなれば利用したいと思う人は多いのではないかと。また百貨店というところがイメージを押し上げる効果もあると思う。もう少しすればビアガーデンも続々とオープンし活気を増すと思うが、今年はこの他にもどんな新しい取り組みが行われるか注目したい。

3) 「ヤマダで買い物“顔パス”、米ペイパルと組む」

ヤマダ電機は3日、電子決済大手の米ペイパルと組み「顔パス」決済を始める。消費者がスマートフォンで事前に登録しておくことで来店と同時に店員が購入履歴をもとに接客。買い物したその場で支払いが済むためレジ待ちもなくなる。ヤマダはネット通販対策で苦戦したが、接客の充実で消費者の利便性を向上。店では商品を見るだけという「ショールーミング」の流れに対抗する。

新サービスは旗艦店のLABI渋谷で始める。パソコン売り場に専用カウンターを設けて対応し、順次売り場や導入店を増やす。都心店で消費者の反応をみて全店に導入する時期を見極める。「顔パス」決済の導入は大手小売りで初めて。

消費者はスマホの専用アプリを使って利用する。店に行く前に顔写真やクレジットカードの情報を登録。店を訪れた時にアプリを立ち上げると無線で来店情報を発信、店にいる店員がタブレットで検知する仕組みだ。買い物した売り場ですぐに決済できるため、行列したレジに並ぶ必要がなくなる。

米ペイパルのサービスは広告や販促の効果を測定したり、好みの商品の傾向を推定したりできる。将来はヤマダのネット通販サイトと組み合わせ色々な買い物が一度で済むようになる。

例えばテレビを選んだ消費者にネットで最適なテレビ台を探してセットで提案する。家電売り場にある商品だけでなく、炊飯器とコメを一緒に販売。まとめて配送するといったサービスを想定している。

米調査会社のガートナーによると、スマホなどの携帯端末を使った決済の世界市場は2013年に前年比44%増の2354億ドル（約24兆円）と伸びた。17年には7210億ドルまで増えると予測する。

日本で始まったばかりの顔パス決済だが、米国では既にコーヒーチェーン大手のスターバックスが利用を始めている。ヤマダの導入を契機に、他の大手小売りや外食チェーンにも広がる可能性がある。

増税に合わせた電子決済の割引をよく見かけるようになり、使用者も増えているのでは無いかと思う。レジに並ばずに決済できたり、自分に合わせたサービスを受けれるのならば気軽に利用しやすい。商品に対する質問や、希望の商品などを先に登録出来るようにすれば、お店に出向いた時にさっと商品を受け取れたり専門知識のアドバイスを受けたり使い方はまだまだ広げられそう。他の業態のお店でも使える機能だと思うので普及してくれると嬉しい。

4) 「はなまるうどん、学生食堂に初出店」

株式会社はなまるは、麗澤大学の学生食堂「ひいらぎ」に、「はなまるうどん 麗澤大学学生食堂店」を平成26年4月1日にオープンした。

はなまるでは社員食堂をはじめとする食堂施設を讃岐うどんのさらなる需要掘り起こしの場と捉え、平成24年10月には「はなまるうどん 佐川流通センター店」を、平成25年5月には「はなまるうどん 霞ヶ関3号館店」を開業。

全国でうどんチェーンを展開する企業として、大学構内への出店は初めてのケース。麗澤大学には約2500名の学生が在籍しており、多くの学生が学生食堂を利用しており、今回の出店を通じ、大学生の食生活や嗜好に触れることで、新たな“若者向けメニュー”の開発にも取り組んでいく予定とのこと。

近年の讃岐うどん人気の高まりからすれば、今まで出店していなかった事のほうが不思議に思う。安くて早くて味も良いとなれば出店しない理由はないだろう。はなまるうどんはうどんに食物繊維を混ぜ込んだりかき揚げに油吸収の少ない米粉を利用したりするなど健康に配慮したメニューが特徴だが、この学生食堂出店を機に若者向けのメニュー開発が進み、世代に合わせた商品というのも出てくるかもしれない。