

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「伊藤忠食品、商業高校生と食品開発 ヨーカ堂などで販売」
- 2) 「楽天、実店舗で共通ポイント展開へ コンビニなど1万3400店」
- 3) 「1週間分の夕食を週末1時間で準備するパナソニックのレシピサイト」
- 4) 「鹿さんかわいそう…鹿せんべい、ひと回り小さく」

1) 「伊藤忠食品、商業高校生と食品開発 ヨーカ堂などで販売」

食品大手の伊藤忠食品は商業高校の学生と共同開発した加工食品を売り出す。10日にイトーヨーカ堂など大手スーパーで発売し、売れ行きを見て販売先を広げる。高校生のアイデアを基に同社や食品メーカーが開発、生産する。毎年夏に優秀製品を募る全国大会を開き、商業高校の新品を生み出す考えだ。

第1弾として岡山県商業高校（岡山市）と地元名産の「桃太郎トマト」を使ったポン酢「ももたろうとまとぼんず」（300ミリリットル、税抜き450円）を開発した。10日から地元のヨーカ堂や天満屋などに店頭で販売する。ホテルや飲食店などにも伊藤忠食品が売り込み、発売1年間で3万本の販売を目指す。

同社は全国商業高等学校協会と連携し、加工食品の全国大会と連携し、加工食品の全国大会「商業高校フードグランプリ」を主催する。大会で好評化を得た高校と食品メーカーを引きあわせて商品化につなげる。

誰でも自分のアイデアが世に出ると嬉しいものだ。まだ10代の若者が開発に携わり商品化されることでかなりの自信に繋がるだろう。メーカーにとっても新鮮な目で物事を見ることができるとし、高校生にとっても貴重な経験になるので“一石二鳥”ではないか。まだ第1弾ということだが、全国47都道府県のそれぞれの産地の食品を使ったものが出来ればよりアピール力が高まると思う。高校生のフレッシュな発想、それを具現化させる企業側の受け皿に今後も期待したい。

2) 「楽天、実店舗で共通ポイント展開へ コンビニなど1万3400店」

楽天は9日、出光興産やJ.フロントリテイリングなど11社と提携し、共通ポイントサービスを展開すると発表した。インターネット上だけでなく、実店舗での買い物でもポイントを利用できるようにする。消費税率引き上げを機に消費者が節約志向を強める中、楽天の参入によって、買い物ポイントを活用した消費者囲い込みは一層激しくなりそうだ。

10月に共通ポイントカード「Rポイントカード」を発行する。百貨店の大丸や松坂屋のほか、コンビニエンスストアのサークルK、コーヒーチェーン「プロント」、出光の給油所など全国の約1万3400店舗でポイントをためたり、支払いに使えるようにする。数年のうちに提携先をさらに増やし、約5万店で利用できるようにする。

楽天スーパーポイントは2002年に始まり、これまではネット通販「楽天市場」を中心に展開してきた。楽天はポイント共通化をきっかけに、現在約9000万人を擁する会員の裾野拡大を図りたい考え。

一方、加盟社は会員の購入履歴やメールアドレスなどの情報を元に、効率的なマーケティング活動につなげる。

通ポイントをめぐっては、Tポイント・ジャパンの「Tポイント」、ロイヤリティマーケティングの「ポンタ」が先行する。楽天は、会員の規模とネット通販でのノウハウの強みを生かし、2社の牙城を切り崩したい考えだ。

楽天はインパクトの強い宣伝でポイント還元率の高さをアピールしており、利用者はもちろん利用したことのない人もその存在は知っていると思う。ネット販売が世の中に浸透してきたとはいえ、ポイントの類に疎い人はまだ多くいるだろうし、そうした人を取り込むためには実店舗で使えることが必須になる。Tポイント、ポンタにどれだけ迫っていくのか、また独自ポイントを持つセブンやイオンがどのような動きに出るのか注目したい。

3) 「1週間分の夕食を週末1時間で準備するパナソニックのレシピサイト」

パナソニックは、平日1週間分の夕食の献立を、週末の1時間で準備することを提案するレシピサイト「ウィーククックナビ」を本日より公開する。レシピデータはインターネットで無料で閲覧できるほか、PDFファイルとしてダウンロードすることも可能。

働く女性をターゲットとしたレシピサイト。「仕事から帰ってきて何品も作るのは億劫」「仕事帰りにはスーパーがやっていない」など、女性の声からヒントを得て開発された。同サイトでは、1週間分の夕食の献立を、週末の1時間で準備することを提案。週末に食材をまとめ買いして、まとめて準備することで、平日の夕食の準備は約10分程度で済むという。

サイトでは、「1週間分の献立」「1週間分の食材のお買い物リスト」「1週間料理の段取りガイド（休日下準備の手順と平日の仕上げ手順）」が提供される。

「1週間分の食材のお買い物リスト」。リストを明確にすることで、食材の無駄を少なくできる特にユニークなのは、1週間分の段取りガイドで、60分以内に全ての下準備が終えられるように、分単位の段取りが提示されている。

下準備の手順は、分刻みで細かく表示。野菜を茹でている間に、ほかの食材を切るなど、タイムロスがないように、組まれている

全てのレシピは、料理研究家 still（スティル）先生が監修。現在公開されているのは、4人分、平日5日分の夕食レシピを提案する「10分子育て応援献立」のみだが、今後は、メインにもう1品欲しい、お弁当のおかずが欲しいなどのニーズに応える「5分ストックおかず」のレシピなども順次公開される。

パナソニックでは、今回の取り組みについて、「家電だけで、価値を提供するのは難しいところもある。今後、ソフト面を強化していくための、事業検証の一環」としている。スタート当初は、パソコン画面でのみ閲覧可能だが、7月からはスマートフォンに対応したサイトもオープンする。なお、7月1日以降は、一部コンテンツの利用に、クラブパナソニックの会員登録が必要になる。

同サイトを開発したパナソニック クラウドソリューションセンター クラウド第二グループの大野敦子さんは「私自身、もう10年以上共働きをしてきて、毎日の帰宅は21-23時。忙

しい時はどうしても、惣菜や外食が増えてしまう。でも、惣菜には飽きてしまうし、かといって平日は時間がない。週末1時間くらいの下準備ならなんとかやる気になると思い、開発をスタートした」と話す。

段取りガイドについては、「仕事のスケジュールを立てる感覚をキッチンに持ち込んだ。私自身を含め、料理が得意じゃない人にとっては、組み立てが大事」と、説明する。

また、パナソニックではオープンレンジや冷蔵庫、炊飯器など多くの調理家電を展開するが、ウィーククナビでは、「パナソニックの製品のこの機能を使って」というような指示はなく、特別な調理家電がなくとも、誰でも使えるようなレシピが紹介される。

料理が本当に好きであれば、どんなに忙しくても時間がなくても何とかできるのかもしれないが、そこまでの情熱がなければやはり夜遅く帰ってから料理をしようという気にはなかなかない。週末たった1時間の準備で1週間の夕食を食材を無駄にすることなく作れるのであれば健康の面でもエコの面でも「罪悪感」がなくなるだろう。目のつけどころがいいなと思った。

4) 「鹿さんかわいそう…鹿せんべい、ひと回り小さく」

消費税率の引き上げは、人以外にも、影響があった。奈良市の奈良公園では、鹿の餌として売られている鹿せんべいに、ちょっとした異変があった。

米ぬかと小麦粉を水で混ぜ合わせて焼いた鹿せんべい。古都観光の必須アイテムだ。地元の愛護団体「奈良の鹿愛護会」が商標登録しており、製造業者が10枚を束ねる証紙を購入して、行商組合を通じて約1100頭の鹿がいる奈良公園で販売している。

値段は税率引き上げ後も据え置かれており、10枚150円（税込み）だ。製造枚数は明らかにしていない。

ただ、引き上げ分は、せんべいを直撃していた。

「もともと薄利多売の商売。このままだと、採算が合わない」

直径を9センチから1センチ小さくしたのは奈良市の武田俊男商店。社長の武田豊さんは「きりのいい、いまの値段じゃないと団体客らに手早くさばけないですから」と理由を語る。

直径はそのままに、2.6ミリの厚さを0.2ミリ薄くした業者もいる。ともに、鹿の胃に収まる量は1枚あたり05グラム少なくなった。

公園で鹿にせんべいを与えていた鹿児島県鹿屋市の小学1年男児は「鹿さんが、かわいそう」。母親も「私たち人間のため、鹿も我慢する時代なんですね」とため息をついた。

奈良の鹿愛護会によると、値段は1992年1月、人件費や燃料費の高騰に伴って130円から20円値上げして以来、22年間、据え置いてきた。今後、税率が10%に引き上げられる時、人と鹿どちらが割を食うのかは、「関係者と、これから話し合っていく」としている。

増税のニュースは数多く見ているが、鹿せんべいにまで及んでいるとは意外だった。言われてみると当たり前ののだが、ニッチな部分にまで目を凝らすと増税の影響をより肌で実感出来そう。今後10%に引き上げられた時に、タダだったものが有料になったりと大きな動きも出てきそうだと感じたので色々な細かい所にまで注意して見ておきたいと思った。