

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「公共料金支払い・電子マネー、電鉄系スーパー導入続々」
- 2) 「ローソン、スマートキッチンをリニューアル ヤフーとの連携は停止」
- 3) 「アスクル、ごちクルと提携、11月にお弁当の宅配を開始」

1) 「公共料金支払い・電子マネー、電鉄系スーパー導入続々」

電鉄系スーパーが相次いで公共料金の収納代行や電子マネーの取り扱いを始めている。通勤・通学客の多い駅前立地が中心ということもあり、コンビニエンスストアなどとの競合は激しさを増す。コンビニでなじみのあるサービスを充実させることで、顧客を取り戻す。

京急ストアは5月から、東京都内や神奈川県内の10店舗で、納税や水道料金支払いなどの受け付けを始めた。コンビニでは当たり前ともいえるサービスだが、導入しているスーパーはまだそれほど多くないという。店員の負担などは増えるが、「駅を利用する会社員やシニア層などの来店動機につながる」と見る。

実際に導入した店舗では客数が増加しているという。神奈川の三崎東岡店では、5月の客数が前年同月比で6%以上増加。「ついで買い」も見込めるため、売り上げも6.7%増えた。今後も導入店を増やし、2015年3月までに全45店の約9割の店舗で対応できるようにする方針だ。

駅前立地の店舗が多いこともあり、PASMO（パスモ）など交通系の電子マネーを導入するスーパーも増えている。東武ストアは13年から対応を進めており、現在は全62店のうち28店舗まで増やした。京王ストアも2-3年以内で全店に導入する方針だ。

京急ストアはすでに全店に導入しているが、対応できるレジに限られている。「消費増税後は1円単位の支払いが増えたこともあり、利用者はさらに増える」と見ており、数年内に全レジへの導入を目指す。

店舗の「コンビニ化」の動きも出ている。東急ストアは4月、コンビニの特徴を盛り込んだ小型店「フードステーション中延店」（東京・品川）を開いた。公共料金の収納代行やATMの設置に加えて、いれたてコーヒーも提供する。

生鮮食品や店内加工した総菜も販売。駅前でコンビニに対抗できる店舗として、早期に10店まで増やしたい考えた。

コンビニ各社は出店攻勢を続けると同時に、生鮮食品や総菜などの充実も進める。食品スーパーとの競合は激しさを増しており、コンビニの多い駅前に店舗が集中する電鉄系スーパーにとっても大きな脅威だ。

それだけに、電鉄系各社はスーパーとして最大の売りである生鮮食品や総菜などの強化を進めている。そのうえで、改めて利用者目線に立って、コンビニの利点を取り入れようという動きも広がっていきそうだ。

小売業態の垣根がなくなっていく今、あらゆる手段を取り入れて顧客の確保をしなければならなくなっている。電鉄系の強みはやはり「駅」であると思うので交通系電子マネーは必須だろう。ITやシステムに頼らなくても独自路線でがっちり顧客をつかむ店もあれば、最新のシステム導入による高い利便性でお客さんを集める店もある。便利になればなるほど顧客の要望も難しいものになっていくが、それにどれだけスピーディーに反応するかで大きな差がつくのだろう。

2) 「ローソン、スマートキッチンをリニューアル ヤフーとの連携は停止」

ローソンは7月1日、食材の定期販売サービス「スマートキッチン」を刷新し、「ローソンプレッシュ」としてリニューアルした。従来、ヤフーのトップページから集客を行ってきたが、新サイトではローソンの実店舗と連携し、実店舗からの集客を進める。新たに第2類、第3類の医薬品の取扱いも開始した。

「スマートキッチン」は定期販売をメインとしていたが、刷新後の「ローソンプレッシュ」では通常のネット通販と、首都圏を中心とした定期販売サービス「週イチ宅配」の2種類から選べるようにした。

他の日用品ECサイトと差別化するため、健康にこだわった商品の取り扱いに絞って提供。品揃えは2万3000点から1万6000点に減らしたが、ナチュラルローソンの関連商品やらでいっしょぼーや、大地を守る会の有機野菜なども取り扱う。「スマートキッチン」で好評だったカロリーや塩分のこだわった時短商品「10分簡単手料理キット」も引き続き販売する。

薬や健康食品のECサイト「ローソンホームドラッグ」を吸収し、約500種類の医薬品（第2類・第3類）も購入できるようにした。

まずは首都圏での販売を強化していく考え。今後は物流網の構築を進め、全国への販売も強化する。コンビニ店との連携も実現することで、事業の拡大を進めていく。

「スマートキッチン」は12年12月に設立したヤフーとローソンの合弁会社、スマートキッチンのサービスとして開始。ローソンの商品力とヤフーの集客力を生かした展開を進めてきたが、思うように業績が伸びず、14年2月期の売上高は7億2600万円、営業損失が14億8900万円、経常損失が14億9900万円となっていた。こうした状況を受け、14年7月1日付でスマートキッチンの食材宅配サービス事業を会社分割によりローソンが承継した。ヤフーは資本金4億9000万円のうち49%を出資していた。

実店舗で目にすることが増えれば利用者の増加も見込めるのではないか。独自の商品だけでなく、名前の知れた女性に好まれる企業とのタグであるため、コンビニでの買い物ついでに注文ができれば買ってみたいかなと思う人も出てくるだろう。新波氏が去ったあと、ローソンがどのような方向に進んでいくのか気になる。

3) 「アスクル、ごちクルと提携、11月にお弁当の宅配を開始」

アスクルは7月4日、お弁当・ケータリングの総合宅配サービス「ごちクル」を運営するスターフェスティバルと業務・資本提携すると発表した。

提携により、11月を目標に「ごちクル」をアスクルのサービスとして採用し、スタフェスの顧客基盤をスピーディーに拡大させ事業成長に寄与する。

スタフェスの配送は、事業の特徴から昼と夕方時間帯に集中する傾向があり、より配送密度を高めるとともに、配送を効率化することが必須となっている。

スタフェスの弁当をアスクルの100%子会社であるBizexの配送サービスを活用し配送すること、スタフェス配送車の空き時間をアスクルサービスに活用することにより、配送密度と

配送効率の向上を図るべく早急にテストを開始し、効果を見ながら順次対象エリア・時間帯を拡大し、両社のコストダウンを図る。

注文して明日届く「アスクル」。最近では注文した日に届いたり、配送の高速化も見られる。さらに配送効率化を図ることによって弁当配達も朝注文して昼に届くくらいになるのかなどといったことも、アスクルの本家サービスにも影響しそうな内容なので注目したい。