

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「関電、電力逼迫時にスーパーなどの割引クーポン」
- 2) 「伊藤ハム、キャラ前面に限定商品販売」
- 3) 「真夏の都心で“キュウリビス”、東北産をPR」

1) 「関電、電力逼迫時にスーパーなどの割引クーポン」

関西電力は10日、今夏の節電期間中、電力需給が厳しいときに限ってスーパーなどで利用できる割引クーポンを、顧客に電子メールで送ると発表した。需給の逼迫時に外出を促し、家庭の電気使用量を抑える狙いだ。

今月22日から9月末までの間で、関電の供給力に占める需要の割合（使用率）が97%を超えそうな場合にメールを送信する。その日の午後1時から同4時、総合スーパー「イオン」を展開するイオンリテール、家電量販大手のエディオン、上新電機の3社の関電管内にある店舗約300カ所で利用できる。

家庭での電気の使用実態をパソコンで確認できる関電の無料サービス「はぴeみる電」に登録している顧客（6月末で約80万世帯）が対象で、節電期間中に、新たに加入してもクーポンを受け取れる。関電が一部を供給区域としている福井県と岐阜県の顧客は対象外とする。

需給に余裕がある場合でも期間中に5回程度、クーポン付きのメールを送り、効果を検証する。

家庭での消費電力を少しでも軽減するためには、こうしたクーポンも効果があるのではないか。外出したらお金を使う、暑いから外に出たくないという人もいるだろうから、相当魅力的なクーポンであることがカギになると思う。期間終了後には実際の利用者数も是非発表してもらいたい。

2) 「伊藤ハム、キャラ前面に限定商品販売」

食品メーカーなどが食をめぐるシーンでネット活用を加速している。交流サイト（SNS）で人気を博したキャラクターが、独自企画商品を守るサイトが登場。レシピ検索サイトは食品スーパーと連携して割引クーポンの配信を始めた。売買と情報を融合して多様化するネットの強みを生かした工夫が進化している。

伊藤ハムは14日、フェイスブックなどで人気の自社キャラクター「ハム係長」が運営するショッピングサイトを開く。同サイト限定のハム・ソーセージなどを販売するのが特徴。消費者がサイト上で開発に参加し、限定商品を作る仕組みも取り入れる。3年で売上高1億円を目指す。

サイト名は「ハム係長のセレクトキッチン」。伊藤ハムがネットに直営店を出すのは初めて。SNSなど約13万人いる伊藤ハムファンを中心に幅広い客層を取り込む。

初回の商品は「ハム係長の厚切りロースハム」。伊藤ハムの契約農場で管理した鹿児島県産の豚肉「薩摩錦」を使用。しっとり軟らかく1枚100グラム、厚さ約15ミリメートルと食

ベ応えある商品に仕上げた。6枚がオリジナル巾着バッグに入って価格は4968円（送料別）。14-17日に50セット限定で販売する。

サイト内には「商品開発部」コーナーも開設する。消費者が新商品のコンセプト企画やネーミングなどの開発にネット上で参加できるほか、実際の試作品の試食会にも参加可能。製造過程にかかわることで商品に愛着を持つファン層を増やす。

第1弾として来年3月の発売を目指して同サイト限定のオリジナルウイナーを開発する予定。伊藤ハムは来年3月までに合計5種類の独自品をネット販売する予定だ。

「商品のファン」であることはもちろん重要だが、「キャラクターのファンだから商品を買う」というのも購入理由の一つになる。よそもやっているからうちもキャラクターをつくる...という程度では難しいかもしれないが、しっかりコンセプトを立ててブレない販促をすれば定着していくだろう。ブームは一段落した感があるが、キャラクターを使う販促というのはまだまだ可能性があると思う。

3) 「真夏日の都心で“キュウリビズ”、東北産をPR」

夏バテ防止に効果があるとされるキュウリと、クールビズにちなみ、東北6県のJA全農県本部は8日、「キュウリビズ」と銘打ち、東京・銀座で東北産キュウリを配布した。真夏並みの暑さとなった都心で、浴衣姿の女性らが「暑い夏にぜひ食べてください」と、袋詰めにしたキュウリを街行く人に手渡した。

キュウリは、成分の95%が水分で体を冷やす効果があるとされ、JA全農福島県本部が2006年、「キュウリビズ」のキャッチフレーズを作ってPRを始めた。仕事の休憩中にキュウリを受け取った販売店員、は「キュウリは熱中症対策にもなると聞いたことがある。みそをつけるなどして楽しみたい」と話した。

銀座のファッションビル「マロニエゲート」と「プランタン銀座」もキャンペーンに協力し、館内の飲食店計19店で、東北産キュウリを使った料理を22日まで提供する。

キュウリ消費に繋がるキャチフレーズとして面白いと思った。水分量が多いので夏に食べるには利点が多い。シャーベットにしたり、スムージーやゼリーなど、デザートに使うレシピも増えているので、レシピ提案も合わせてキュウリビズをアピールすると消費量も増えるのでは無いかと思った。