

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ダイエー、漢方売り場を展開 15年春までに5店」
- 2) 「セブン&アイ、PBに環境配慮容器を活用」
- 3) 「コンビニ弁当に“健康”印 厚労省が来春導入」

1) 「ダイエー、漢方売り場を展開 15年春までに5店」

ダイエーは店頭で漢方の専門売り場を設ける。横浜市内の店舗で4月に試験的に導入したところ、シニアや健康茶などを求める若年層にも好評だった。まず2015年春までに計5店程度に広げる。スーパーでは取り扱いがほとんどなかった専門的な漢方も、小分けで買いやすくして売る。ダイエーは総菜売り場でサラダ類を拡充するなど健康への意識が高い消費者を取り込む考え。漢方も導入して来店を促す狙いだ。

これまではスーパー内にある薬局で、一部の漢方の商品を扱っていた。今後、大型店を中心に15年2月末までに5店程度に専門の「漢方コーナー」を導入する。4月下旬に試験導入したダイエー港南台店ではリピーターが増え、7月の漢方の売上高は計画を3割上回った。同店の漢方コーナーは約23平方メートルに約270品目の漢方をそろえている。シニアだけでなく、「だいこん茶」「ごぼう茶」などの健康茶などを求める20-30代の消費者も目立つ。

また専門的な漢方の単価は一般的に高いが、3日分、1週間分などの少量で小分け販売する。「お試し感覚で購入できる点が支持されている」（ダイエーIR広報部）という。例えば疲労や倦怠（けんたい）感に効果があるとされる売れ筋の「補中益気湯（ほちゅうえっきとう）A」は90袋入りで1箱7560円。これを3日間分の9袋774円、1週間分の21袋1806円などでも販売する。

ダイエーは日常の買い物のついでに、必要な分量を購入する潜在的なニーズがあるとみる。常駐する薬剤師が買い物客の相談に応じて、漢方を提案する。

食品売り場では鮮魚や精肉を使ったサラダの品ぞろえを大幅に増やしている。ゼリー製造大手のたらみと、1日に必要な食物繊維の3分の1がとれる「野菜ゼリー」（98円）を共同開発するなど、健康分野の独自商品を拡充している。健康志向の消費者の来店頻度を高めるのが狙いだ。

ダイエーの3-5月期の営業損益は約40億円の赤字だった。中食や健康関連の売り場を強化した改装モデル店の売上高は大幅に伸びているが、大半を占める老朽化店舗で他社との競争が苦戦し、黒字転換に至っていない。「健康」をテーマにした売り場作りを強化し、業績改善につなげる考え。

健康をテーマに掲げた店はどんどん増えており、その中において漢方も重要な役割を果たす。サプリとは違ってどうしても敷居の高いイメージがあるが、お試しや専門コーナーがあることで気軽に近寄りやすくなるだろう。漢方は薬膳など食との結びつきも強いので、おもしろい提案ができそうだ。

2) 「セブン&アイ、PBに環境配慮容器を活用」

セブン&アイ・HDは8日、PB商品「セブンプレミアム」シリーズで、容器に間伐材やペットボトルの再生素材を使った野菜ジュースとボディーソープ計3商品を19日発売すると発表した。

小売業として初めて、「間伐材マーク」と「PETボトルリサイクル推奨マーク」の認定を受けた。同様の容器を使ったカップ麺などのPB商品を年内に数品目追加する予定で、製造コストは上がるが、消費者の支持を得て販売増につなげていきたいという。

新商品の「かしこく飲む 野菜と果実」は紙容器入りで、同社が11都道府県で進めている森林整備活動で出た間伐材などの国産材を30%使用。「濃密泡で香り立つボディーソープ」は、アルミ容器の表面素材にペットボトル再生材を80%使ったフィルムを利用している。

全国的な規模の企業が、間伐材・PETボトルリサイクルマークの認定を受けるとするのは、業界を先導する意味で大きいと思う。確かにコストが上がることだとは思いますが、企業アピールが直接環境に影響していくことなので業界全体の動きとして定着してくれると嬉しい。推進する意味で、消費者としてなるべくこういった環境配慮型の商品を選択するようにしたいと思った。

3) 「コンビニ弁当に“健康”印 厚労省が来春導入」

厚生労働省は来年4月、コンビニエンスストアの弁当やスーパーの総菜など加熱調理済み食品に「健康な食事」の認証マークを導入する。

4日の検討会で、成人の1食分の栄養素量などの認証基準案が示された。また、同省は29日まで、認証マークのデザインを公募する。

認証は、健康増進に必要な栄養素やエネルギー、塩分量の基準を満たした1食単位。主食、主菜、副菜の1品ごとでも認証し、組み合わせで食べることも可能だ。製造・販売元には認証商品の報告を義務付ける。

基準案は、国民の食事の実態や栄養摂取基準を踏まえて分析した。主食は1食あたりの炭水化物が50-70グラムで、うち、玄米など精製度の低い穀類が2割以上と規定。魚や肉などによる主菜は、たんぱく質が12-17グラム、野菜やキノコなどの副菜は重量として100-200グラムとした。1食のエネルギー量は計650キロ・カロリー未満、食塩は3グラム未満とした。

マークは原則カラーで、主食、主菜、副菜を判別しやすいデザインを公募する。

この制度は第三者機関が認証するのではなく、あくまで自己認証だという。基準さえ満たしていればこのマークを付けることができるそうだが、それであれば偽装も疑ってしまう。また栄養素は合格点だとしても、添加物や保存料がたっぷり入っているコンビニ弁当は果たして健康とうたえるのだろうか。マークがあるだけで「コンビニ弁当＝健康」と消費者の意識がガラッと変わるとは思わないが、わざわざ付けなくてもいいような気がする。国民の健康を推奨するはずの厚労省が言う「健康」とは何なのか疑問に思う。