

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ニトリ、駐車場にテナント拡大」
- 2) 「社食、クックパッドと連携 健診データ踏まえレシピ」
- 3) 「キリン、プラスマ乳酸菌のウイルスに対する免疫賦活メカニズムを解明」

1) 「ニトリ、駐車場にテナント拡大」

ニトリホールディングスは、店舗敷地の有効活用を拡大する。月内に兵庫県と東京都の2店舗で、駐車場の一角に飲食店などのテナントを入居させる。一度の来店で購入物以外もできるようにして来店客の利便性を高める。飲食店など来店頻度が高い業態では、客数増につながる可能性もあり、テナント店舗との間で集客の相乗効果も見込んでいる。

兵庫県姫路市の姫路花田店に5日、携帯電話の販売店がオープンするほか、東京都練馬区の成増店に17日、飲食店が開業する。それぞれ駐車場を有効活用する。成増店ではKRフードサービスの和食店「かごの屋」と神戸屋レストランの2店舗に約600平方メートルを充てる。

ニトリの店舗網は国内約330店に広がっている。ドミナント化で店舗の密度が高まる中で、顧客の家との距離が縮まっている。

例えば、東京都北部には成増店のほか赤羽店や志村三丁目駅前店、埼玉県南部には新座店などがある。自転車での来店が増えるなど、開店当初よりも駐車スペースが必要なくなる例が増えているという。

2011年度以降これまでに約10店で飲食店や紳士服店、写真館、ドラッグストアが駐車場などに店舗を構えている。家族連れが訪れる業態の場合、ニトリと集客で相乗効果が出やすい。

顧客にとってもニトリに来店すれば複数の店舗に行けるため、利便性が高まる。ニトリ側は年間数億円の賃料収入も見込めるため、今後も誘致を拡大する方針だ。

空いている場所の有効活用として大型施設では効果的だと思う。駐車場だけでなくも定休日の店の軒先、夜間の軒先、ガレージなど街なかの空きスペースをもっと有効活用できれば少ない経費で店が出せ、街の賑わいづくりや景気向上につながりそうな気がする。

2) 「社食、クックパッドと連携 健診データ踏まえレシピ」

社員食堂受託のE-ムサービスはレシピサイト運営のクックパッドと連携したメニューづくりを始める。受託先で勤務する従業員の健康診断データを踏まえてレシピを企画し、主食、おかずといった定食を考案して社食で提供する従業員の健康改善に役立ててもらおう。実例をサイトで公開して話題づくりにつなげ、顧客企業の獲得を目指す。

エームサービス、クックパッドのそれぞれの管理栄養士が組んでメニューを開発する。健康診断のデータを基にレシピを考案して提供する。受託先企業の従業員が自らの健康に気を配るようにする狙いだ。

第1弾として、日本ヒューレット・パッカーの社員食堂で期間限定でサービスを始めた。脂質を軽減したり、食物繊維を増やすなどの工夫を凝らした。

今回は「健康社食セット」として4種類をそろえた。全メニューで8.5グラム以上の食物繊維を採れるようにした。カロリーや脂質、コレステロールの数値も分かりやすく示した。

例えば「カフェ風長芋とろろの豚丼甘辛生姜」は、生活習慣病に効果があるとされる麦ごはんを使う。穀物製造・販売のはくばく（山梨県富士川町）から調達した大麦を使用している。仕入れ先についても、こうした共同事業者を増やしていく考えだ。

両社が開発したメニューを特設サイトで公開して、家庭で気軽に調理できるようにも工夫している。職場にとどまらず、自宅でも健康を意識した食生活を促す。

また、ユーザー数が多いクックパッドを通じて関心を持ってもらい、受託サービス事業を拡大に向けて需要を掘り起こす。メニューで使う食材を社食で購入できるようにするほか、ネット通販で入手できる手段も検討する。

栄養管理自体は独自であってもクックパッドであっても差はないと思うが、知名度を活かして興味を持ってもらうというのは有効な手段だと思う。「あの〇〇」のという価値が付くことでいいことをしている、いい物を食べているという満足感も得られるだろう。有名企業との積極的なコラボで自らの価値以上のものを提供するというのは、利用者にとっても意味のあるものだと思う。

3) 「キリン、プラズマ乳酸菌のウイルスに対する免疫賦活メカニズムを解明」

キリン株式会社は、小岩井乳業株式会社と共同でプラズマ乳酸菌の研究を進めており、12月7日に開催された第18回日本ワクチン学会総会で研究成果を発表した。

これまでなぜプラズマ乳酸菌がこのような免疫賦活効果を示すのかは分かっていなかったが、メカニズムの一端を明らかにしたそうだ。

プラズマ乳酸菌は、ウイルスに対する免疫を統括するプラズマサイトイド樹状細胞を直接活性化できるという非常に珍しい形質を持つ乳酸菌で、DNA解析の結果一般の乳酸菌には認められない免疫細胞を直接活性化させる作用を有することが分かった。

キリンはプラズマ乳酸菌についての特設ホームページを設け、CMなどを通じて認知度を高めて行く方針だ。

商品としては以前から販売されており、風邪などの免疫力を高めると言う触れ込みでも宣伝をしていたが、今回の研究結果に伴い科学的な裏付けが強まることでさらに需要が高まるのではないだろうか。「プラズマ」と名前がつくのでイメージとしては人工的に作られたものと思われがちだが、特設ホームページにもあるように天然成分なので、そういった誤認識を払拭するような販促方法も必要かも知れないと思った。