

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ファミマ、タクシー呼出サービスを都内20店舗で実施」
- 2) 「三菱食品、ドラッグ店開拓で新組織を新設」
- 3) 「ハラル食、日本人も堪能」

1) 「ファミマ、タクシー呼出サービスを都内20店舗で実施」

ファミリーマートと日本交通は2月18日から順次、東京都内のファミリーマート20店で、コンビニエンスストアがタクシー乗り場となるタクシー呼出サービスの実証実験を開始する。

2012年から広島や福岡で、専用電話を利用したタクシー呼出サービスを実施しているが、新たな取り組みとして、日本交通が持つタブレット端末を使用した店舗向けタクシー呼出サービスを活用する。

店内のイトイン、またはレジカウンターに、タクシー呼出サービスのタブレット端末を設置。タクシー利用者は、端末の注文ボタンを押すだけで、居場所を伝えなくてもタクシーの呼び出しができる。

呼び出し後は、配車できるタクシーが自動検索され、到着目安時間をタブレット上に知らせるといふ。

以前、福岡で導入された際にも取り上げたタクシー呼び出しサービスが都内でも開始された。タブレットでの操作で呼び出せることもあり、より気軽に利用できそうだ。

イトインのある店舗なら配車されるまでの時間も有効に使える。スマホを利用していない人にとってはとても助かるサービスだと思うので広まって欲しい。

2) 「三菱食品、ドラッグ店開拓で新組織を新設」

食品卸最大手の三菱食品はドラッグストアチェーンに商品を売り込む専任組織を4月に新設する。調味料や酒類といった加工食品に加えて、サプリメントや介護食品といったドラッグストアの得意分野を充実させて販売先を開拓する。メーカーも健康関連食品の開発を急いでおり、三菱食品はドラッグストアとの関係を深めて販売拡大を目指す。

4月1日に新設する「戦略市場本部」内に約30人の営業担当者を置いて、ドラッグストアの食品の品ぞろえを支援する。医薬品や化粧品を中心に扱ってきたドラッグストアは近年、食品・飲料を充実させてスーパーから消費者を奪っている。三菱食品は競合他社に先駆けて専門部署を設けることで、幅広い取引先を開拓する狙いだ。

小売業界の業種の垣根が希薄になる中、流通の大元がより力を入れるとなるとますます競走が激しくなりそうだ。この先“食はスーパー”“薬はドラッグ”といった概念がなくなることだってあり得るので、どのように存在を確固たるものにしていくか今まで以上に考えなければならないと改めて思った。

3) 「ハラル食、日本人も堪能」

日本人の間でもハラル対応の食事を楽しむ消費者が増えている。東京・新大久保周辺にあるイスラム教徒らが運営する食料品店を訪れる日本人が目立つほか、外国人客を主要顧客に設定したハラル対応のカフェにも日本人の姿が増えている。教義ではなく、新しい食事の選択肢としてハラルを楽しんでいるようだ。

14日夕、JR新大久保駅にほど近いハラル対応の食料専門店「グリーンナスコ」。店内には香辛料や米など数百品目以上のハラル対応食品がずらりと並び、夕食などに使う食材を求めるイスラム教徒に混じって、日本人の姿も目立つ。同店を運営するナスコグループ（東京・新宿）の担当者によると、「来店客のうち日本人の割合は1-2割程度で、年々増えている」という。

かつて韓流の街として注目を集めた新大久保周辺だが、今ではグリーンナスコを含めハラル対応食品を取り扱う5店舗程度が軒を連ねる「イスラム横丁」の様相を呈する。1日に5回ある祈祷の時間になると店を閉めるなど異国情緒を味わうこともできる点も好評で、訪れる日本人もじわりと増えている。

新大久保だけではなく、日本のスーパーの店頭でもハラル食材の存在感は増している。一般の消費者も利用できる業務用スーパー「A-ブライス」を運営するトーホーでは、イスラム教徒向けにハラル対応の食材約50品目を用意。14年のハラル関連の売上高は前年比15%増と好調に推移しており、「従来はイスラム教徒向けの商品だが、通常の食材として活用する日本人の購入者も目立つ」（同社）という。

実際、ハラル料理をテーマにした料理教室も人気を集めている。17日午後、東京都港区にあるハラル料理教室「ハラル テーブル」には、若い女性客ら7人が参加し、パプリカを利用したクスクスなどを熱心に作っていた。同料理教室は参加費5500円で約3時間をかけて、ハラル料理を学ぶ内容。毎月1-3回ほどの開催だが、「添加物が少ないなど健康的なハラル料理は一度参加すると継続的に学ぶようになる参加者が多い」（同教室）という。

イスラム教徒の訪日客が増加する中、ハラルを楽しめる外食店が増えており、日本人にとっても気軽にハラルに対応した料理を楽しめる環境が整ってきていることも人気を後押しする。

フードアナリストの上村尚美さんは「ハラル食材は安心や安全といった意識が徹底されているほか、動物ならどんな餌を食べて育ったかというトレーサビリティも確立されている」と話す。訪日客の増加を受けて、ハラル食品を取り扱う小売店や外食店は今後もますます増える見通し。健康意識が高まるなか、ハラルは日本人にとっても身近なものになりそうだ。

日本人にとっては今はまだ“目新しいもの”だったり“自分には関係ない”と思う人が多いかもしれないが、認証を取る企業や飲食店が増え目にする機会が多くなることで、その考え方も変わってくるかもしれない。世界にはハラル意外にも食に関して様々なルールがあったりするが、そのようなルールに対応していくことがグローバル化には欠かせないと思う。この記事のように「宗教」という観点ではなく「安全だから」という考え方で触れてみるということも良いきっかけだろう。