

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ローソン、生鮮食品に注力 農業生産法人で差別化」
 - 2) 「食品かざすと多言語表示 沖縄発の技術開発」
 - 3) 「IKEA、バリエーション豊富な豪華“オリエンタルビュッフェ”がワンコイン」
 - 4) 「食ベログ、会費制サービス“ワンコインランチ”全国展開」
 - 5) 「おしゃれで実用的！ソーラー発電するステンドグラス“Current Window”」
-

1) 「ローソン、生鮮食品に注力 農業生産法人で差別化」

ローソンが農業生産法人を通じ野菜や米などの生鮮食品に注力している。食品スーパーと業態を超えた顧客争奪が一段と激しくなるなか、安全でおいしい生鮮食品を安定調達できるかがコンビニエンスストアの勝ち残りの鍵となる。産地と店舗の距離を近づけ、食の安全に敏感な子育て層などを囲い込む。

出資する農業生産法人「ローソンファーム」は現在23カ所。3月には国家戦略特区に指定された新潟市内に設立。千葉県では6月から野菜を漬物などに加工する工場を稼働させる。約3千平方メートルの施設で全国のローソンファームや近隣農家などから野菜を集めカット野菜などを作る。2次産業まで進出し、生産工程を厳密に管理していく。

川上に近づくのは仕入れコストを下げるだけではない。消費者のニーズが価格がただ安いモノから、多少高くても品質のいいモノに変わっている。生産にまで携わることで品質が高く安全な商品を供給する。

生産方法にもこだわる。ローソンは2013年、エーザイの子会社を買収し「中嶋農法」の商標やノウハウを取得。この手法で生産された青果物はミネラル成分や糖度が高いため、味が良く栄養価も高い。病気になりにくく面積あたりの収穫量も多い。健康、美味、全という生鮮食品を安定調達し、ライバルとの違いを打ち出していく。

ローソンは1月、生鮮コンビニ「ローソンストア100」の約260店閉店と、小型スーパー「ローソンマート」事業の撤退を決めた。両業態とも野菜などの生鮮品を売りにしていたが、既存のコンビニ自体が生鮮を強化する動きが加速し違いを打ち出せなかった。

業態転換する店舗の大部分は通常のコンビニに転換していくが、生鮮売り場は強化する方針。その中でローソンファームが担う役割は大きく、15年度中にローソンファームを30カ所に増やす。

生産過程まで深く関わり、スーパーから顧客を奪う“キラー商品”に育てる。ただファームからローソンの店に供給できる生鮮品などの商品は現在約7%。3年後には10%に引き上げる方針だが、効率よい供給体制が課題となる。

生産から販売までを自社で行うというのは伴う苦勞も大きいですが、安心・安全が見えること、安定的な供給という点ではとてもメリットがある。ブランド価値を高めるにはSPAというのは効果的な手段だ。また担い手不足に悩まされる日本の農業も、このように企業が参入することで新たな道が開けてきているのは喜ばしい。単なる話題づくりではなく、着実に根付いていてもらいたい。

2) 「食品かざすと多言語表示 沖縄発の技術開発」

流通業のマーケティングを支援する沖縄県豊見城市のアイディーズは、生鮮を含む食品の商品コードをIT端末で読み取り、統一する「i-code」の技術などを使い、各商品の原材料や特徴などを多言語表示するシステムの開発を進めている。訪日外国人観光客の急増を背景に、国内の食品メーカーも表示対策に頭を悩ませており、沖縄発の技術で業界ニーズに対応。10月から沖縄県内の量販店で実証試験に取り組む。来春にも県外を含め、本格導入・普及を目指す考えだ。

同社は、全国の小売業約50社・約2000店舗と取引があり、各店舗のPOSで顧客の好みや売れ筋などを分析し、データベース化。店舗ごとに異なる生鮮品コードを統一する独自技術「i-code」は特許出願中で業界から注目されている。

多言語化システムは同社の商品データベースの中から、外国人が好む菓子や化粧品などを中心に約3000商品をピックアップ。原材料や商品の特徴などを英語、中国本土の簡体字、台湾などで使われる繁体字、韓国語に翻訳する。

各店舗で、液晶パネルとバーコードの読み取り機が一体となった端末を商品の陳列棚に設置。パネルで言語を選択し、商品コードをかざすと詳細が表示される。カロリーや現地通貨での価格表示も検討。データは日々、更新される。10月からリウボウストアの2-3店舗で実証実験を始める計画だ。

端末は量販店に販売または有料で貸し出し、食品メーカーから翻訳手数料、広告収入などを得る。来年度からシステムを本格稼働させ、食品メーカー約1000社との取引で年間売上高約3億円を目指すとしている。

山川社長は「商品の説明を多言語化できれば、外国人観光客の購買意欲を高められる。メーカーにとっては包装のリニューアルやカタログ作製などに比べ経費を抑えられる」と強調。i-codeの認知度アップ、ビッグデータの利用拡大につなげたいとしている。

訪日客の増加が各方面に影響をもたらしており、受け入れ体制もどんどん進化している。今回の例はパッケージを変えずに情報提供ができるという点が非常に大きなメリットだ。商品の内容が理解できることにより外国人の購入動機も高まると思うので、実証実験による効果が確認できれば浸透しそうだ。

3) 「IKEA、バリエーション豊富な豪華“オリエンタルビュッフェ”がワンコイン」

クスクスのサラダやマッサマン・グリーン・バターチキンなどの6種類カレーに16種類の雑穀米やナン。トッピングには、ケバブ風のミートボールやサモサ、スパイシーソーセージなど...

この目にも楽しい豪華な「オリエンタルビュッフェ」が、全国のイケアレストラン&カフェにて、期間限定でなんとワンコイン（税込500円）で提供されるという。

同ビュッフェは、オリエント文化を意識した限定コレクション「DOFTRIK/ドフトリークオリエンタルコレクション」の販売を記念して開催。

「DOFTRIK／ドフトリック オリエンタルコレクション」とは、シルクロードにつながるオリエント文化の暮らし方をヒントに、イケアならではのユニークなデザインを融合して完成した限定コレクション。

床で食事をするスタイルにぴったりのフロアクッションやナプキンなどのテキスタイルをはじめ、トレイやランタン、オリエント調のモチーフをあしらったマグや小物雑貨など、計30アイテムで構成されている。その特有のモチーフや北欧らしい鮮やかな色合いは、これからの季節にぴったり。

「オリエンタルビュッフェ」の開催期間は5月28日（木）から6月7日（日）までで、食事をした人は、期間限定の割引クーポンまでもらえるという。おトクで美味しいビュッフェを堪能したあとは、オリエンタルなインテリアアイテムをぜひチェックしてみて。

IKEAのレストラン&カフェは安くておいしいと評判だが、今回のように家具のコレクションとテーマを合わせたものは初めて耳にする。今までは「買い物ついでにちょっと食事」だったのが「食事ついでに家具もみてみよう」となり、家具や雑貨目当てではない新しい客層が増えることも期待できる。期間限定なので一度足を運んでみたい。

4) 「食ベログ、会費制サービス“ワンコインランチ”全国展開」

カカクコムが運営するランキングと口コミのグルメサイト「食ベログ」は、掲載店の限定ランチをどこでも500円で食べることができる有料サービス「食ベログ ワンコインランチ」において、東京都のほか、新たに全国主要エリアのランチ掲載を開始した。

札幌、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、福岡など全国主要都市を中心にサービスを拡大。会員が利用できる店舗数は、全国1000店超となった。

月額500円で、500円ランチを利用出来るというのはありがたい。クーポンを見て初めて行くことになる店も増えると思うので、そこから固定客を獲得するという流れもでき、利用者と提供者双方にとって利点もありそうだ。利用店舗が増えて使い勝手が増えると嬉しい。

5) 「おしゃれで実用的！ソーラー発電するステンドグラス“Current Window”」

太陽光発電というと、持ち歩くタイプのガジェットから、屋根の上に設置されている大型のものまで、黒色の味気ないソーラーパネルを使っているものがほとんど。しかしこのほど登場したソーラーパネル「Current Window」は、なんとステンドグラスタイプ。

窓にこのステンドグラスをはめれば、スマートフォンなどを充電できるというもので、美と実用性を備えている。

「Current Window」は、オランダ人デザイナーと、ソーラー発電システム開発会社 Solaronix が共同で手がけた。

Current Window の見た目は教会などで見かける普通のステンドグラス。しかし実際には、着色した太陽電池を活用していて、このステンドグラスを窓にはめ込めば日差しで発電でき、窓下の棚部分に発電した電気が蓄電される。

棚部分にはUSBポートがあり、ここに充電ケーブルを直接さしこんでスマホやUSBガジェットを充電することができる。

ほとんどの家や部屋に窓はあるものだが、そのうちの1つでもこのステンドグラスに変えるだけでおしゃれになるうえ、エコ発電できるとあってまさに一石二鳥。デザイナーのMarjan van Aubel氏は「当然のことながら、窓が大きければ大きいほど発電量も大きくなる。図書館や学校といった公共施設に設置すれば、多くの人が電気を共用できる」と話す。確かに、普段からクリーンエネルギーを共有できるとなれば便利だし、停電したときなどは特に役立ちそうだ。

数年前からナチュラルテイストのインテリアが根強い人気だが、インテリアとしてだけでもよく売れているステンドグラスが「エコで実用的」となれば申し分ないと感じた。さらに充電ケーブルでスマホの充電ができるとなれば災害時にも活躍するのでオシャレな防災グッズとしての展開も期待出来る。価格がまだはっきり分からないが、消費者のニーズに見合った価格帯での販売が出来れば高い人気ができるのではないだろうか。大きいサイズであればあるほど発電量に比例することだが、大きいものだけでなくちょっとした充電用としての様々な商品展開をして欲しい。