

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「西友、練馬区にネットスーパー併設店舗」
 - 2) 「スペインに賞味期限切れ食品のオンライン・ショップ開店」
 - 3) 「NZリンゴ、国産輸出増の隙を突きスーパー席卷 本末転倒？」
 - 4) 「イケア、野菜栽培キット日本でも」
-

1) 「西友、練馬区にネットスーパー併設店舗」

西友は6月7日、東京都練馬区に1階に店舗、2階にネットスーパー専用フロアを設けた「西友豊玉南店」をオープンしたと発表した。

ウォルマート・グループ初となるハイブリッド型店舗として、6月17日からネットスーパーの受注を本格的にスタートする。

西友が、ディー・エヌ・エーと協働で運営するSEIYUドットコムは、近隣の店舗から配送する「ネットスーパー」と全国配送ができるサービス「SEIYU倉庫館」の2つのサービスを提供し、2015年度は売上高前年比30%増と大きく伸長した。

親会社のウォルマートのグローバル戦略である「Physical&Digitalの融合」を踏襲し、日本においても「店舗とネット」の両方のチャンネルで、お客のニーズを反映させた最適な買いもの環境を提供することを目指している。

ネットスーパー本来の機能である利便性のほか、実店舗と同様にどの商品も低価格であるという点が、節約志向の高いお客のニーズに合致し、西友のネットスーパー需要は、昨今急速に伸長した。

特に既に多くの店舗を出店し、低価格が浸透している都市部においては、その傾向が顕著に表れている。

「届けて欲しい時間に注文が出来るようにしてほしい」というお客の声を踏まえ、今後は店舗の環境に合わせてネットスーパー機能を柔軟に拡大することで、受注・配送能力を強化する方針だ。

既存店のみならず、新店においても、実店舗への需要はもちろん、ネットスーパーの需要も考慮した場所への出店や、両チャンネルのオペレーション効率を重視した店舗設計をする。

なお、年内に東久留米市にオープンする。

店舗概要

所在地：東京都練馬区豊玉南2-24-5

TEL：03-5912-1271

売場面積：500m²（1階）

営業時間：24時間営業

休業日：年中無休

駐車台数：14台

ネットスーパー専門のフロアがあれば、実店舗で商品をピックアップするのとは違い、効率的で作業も早く配送も以前よりスピーディーに行える。また、直接店舗に行けても重たい荷物は持ち帰れないときには配達してもらうことも可能だ。スーパーマーケットがますます便利なものになっていくと期待が膨らんだ。

2) 「スペインに賞味期限切れ食品のオンライン・ショップ開店」

9日、賞味期限の切れた食品を販売するスーパーマーケットが、スペインに開店した。店のオーナーは「これらの食品は食べても大丈夫」とし、7割までの割引を約束している。このスーパーは、無駄に食べ物を廃棄することに反対する運動の一環として開店したもので、店の所有者達は、所謂「保存期限切れ食品」と「賞味期限切れ食品」の間に、大きな違いがあり「賞味期限切れ食品」は食べることができるという事実、人々の注意を向けたいと考えている。

このオンライン・ショップ所有者の会社は、スペインの町ヴィラ・ド・コンデヴィラにあり、店のオーナーは、24時間、多様な食品を取りそろえ、それらを配達すると約束している。

オンラインショップということで配達するまでにも時間がかかるのに対し不安が残る。大丈夫だと確証が得られるまで時間がかかりそうだが、7割引が魅力でもあるので定着するか楽しみだ。

3) 「NZリンゴ、国産輸出増の隙を突きスーパー席卷 本末転倒？」

輸出すればするほど輸入物が増える——？。国産リンゴの輸出が好調な半面、こんな懸念が流通業界を中心に広がっている。この時期は国産リンゴの出回りが少ない上、輸出増で国内需給が逼迫、相場が高騰して安価な輸入物に関心を示す小売店が増えているためだ。既にスーパー店頭にはニュージーランド（NZ）産リンゴが並び、輸入業者は一層の需要増を見込む。産地からは「政府が輸出に力を入れ過ぎて国内が手薄になれば本末転倒だ」との声も上がっている。

3日午後2時。スーパーのいなげや保谷町店の果実売り場に「JAZZ（ジャズ）」という名のリンゴが並んだ。国産よりひと回り小さいテニスボール大で4個入り498円。原産国はニュージーランドだ。国産の貯蔵「ふじ」「シナノゴールド」に比べて4割安く、「食感が良くて安い」とリピーターも多い。

首都圏で140店を展開する同社は、2012年からNZ産リンゴの扱いを開始。国産の貯蔵物が出回る春から秋にかけ、季節が正反対のNZ産リンゴの旬を味わってもらおうという戦略だ。年々、取扱量を増やしながら棚面積を広げ、扱う期間も延びる一方。いまや店の定番商品と化した。「国産の値が高いこともあって、（NZ産の）味を知る消費者が積極的に購入する」と言う。

近年、国産リンゴの相場が上昇を続ける背景には、好調な輸出事情がある。青果物の主力である国産リンゴの輸出額は12年以降増え続け、15年は133億円と14年の1.6倍になった。今年も1-4月で前年を上回り過去最高を更新する勢いだ。特に顕著なのは5-8月で、日農平均価格（各地区大手7卸のデータを集計）によると、15年は平年の2-4割高を記録した。こうした国産の相場高を見据えて一定の需要を確保したNZ産。輸入業者は「仮に今の10倍の量が入ってきたとしても売り切れるだろう。需要は爆発的に高まっている」と見通す。

NZ産が日本で着実にシェアを広げる中、それでも政府は日本産の輸出拡大路線を突き進む。「農林水産業の輸出力強化戦略」の中で、国産リンゴのターゲットを富裕層から中間層まで拡大。値頃感をアピールしようと小玉を3-11月に輸出する計画だ。

国産の出回りがさらに減り5-8月の相場が高騰しかねないが、内閣官房農林水産業輸出力強化等推進室は「輸出で減る分は生産振興でカバーすればいい。国内の流通量が大幅に減り、需給バランスが崩れるとは考えにくい」と楽観視する。

こうした政府の姿勢に産地からは疑問の声が上がる。リンゴの主産地、青森県のJAは「生産振興というが、後継者不足や高齢化で栽培面積は毎年落ち込んでいる。そう簡単にこうした問題を解決できるのか」と問う。仮に政府の生産振興がスムーズに進んだとしても、「このまま好調な輸出が続く保証はない。輸出分が国内市場であふれかえれば、相場は大変なことになる。農家の所得は下がりかねない」と気をもむ。

環太平洋連携協定への懸念も大きい。リンゴの生果は発効から11年目で無税となる。TPPの影響試算を行う静岡大学の土居英二名誉教授は「NZ産のリンゴの出回りがTPPの発効でさらに増えることは間違いない。政府は輸入と国産はすみ分けできると説明しているが、現実とは違う」と指摘する。

財務省の貿易統計によると国産リンゴの輸出量は13年以降、右肩上がりで上昇を続ける。14年は2万4118トン、15年には3万4678トンに上った。一方、NZ産の輸入量は11年の142トンから14年の2563トンと、ここ3年で18倍に急増。15年は病害虫の影響で輸入量は減ったが、「影響は一時的で、今後も増加傾向は変わらない」（輸入業者）と言う。

輸出で外貨を獲得するのは必要なことだが、本末転倒状態になっているのはひっかかるところがある。農業のIT化も進んでいるが、すべてを賄えるようになるのはまだまだ先の話だ。それでなくても自給率の低い日本で、国内で作られたものが手の届かない存在になってしまうのは違和感があるし、状況が変わって余剰になるのもおかしな話だと思う。ここではりんごの例だが、そのような状況にあるということにもっと注目しておかなければと感じた。

4) 「イケア、野菜栽培キット日本でも」

家具小売り世界最大手イケアがヨーロッパで売り出した「水耕栽培キット」が日本に上陸する見通しだ。LEDライトを日光がわりにして室内で種からハーブや野菜を簡単に育てられる商品。日本でもネットで話題になっており、輸入手続きが進められている。

4月にスウェーデンや英国などで発売した。LEDライトと2種類のトレーで構成されている。苗床となる繊維素材をトレーに入れて種をまき、芽が出たら軽石と一緒に容器に植え替えて別のトレーに取り付ける。

トレーの隅にある注ぎ口に水や液体肥料を入れると水と栄養が行き渡る。収穫までの目安は5-7週間。バジルなどのハーブやレタスは育てながら一部を摘んで料理に使うこともできる。英国の販売価格は苗床や軽石、肥料が付いたセットで7千円台。

日本法人イケア・ジャパンによると、水耕栽培キットに使う種や液体肥料の輸入手続きなどの調整中。現時点で日本での発売は来年以降になる見込み。

イケアが2015年に世界8都市の住人を対象にした調査によると6割が植物を家で栽培。一方で、育てたいが「場所がない」ため難しいとの意見も目立った。

室内の観葉植物や多肉植物などは以前から人気があり、インテリアとしても癒やしとしても活躍してくれる。家庭菜園まで大掛かりなことはできなくとも、場所も取らず日光の代わりにLEDがついており、どんな部屋でも栽培が楽しめそうだ。日本に上陸したらぜひ試してみたい。