

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオンが“食”大型店 ハーバーランドに来年6月」
  - 2) 「オンワード、食品通販に進出 モデルがサイトに登場」
  - 3) 「アメリカで人気中華チェーン上陸 “オレンジチキン” が売れ筋」
- 

#### 1) 「イオンが“食”大型店 ハーバーランドに来年6月」

神戸ハーバーランドの商業施設umieで7月に閉店したイズミヤハーバーランド店跡に、総合スーパー「イオン」を展開するイオンリテールが、「食」をテーマにした大型店舗を来年6月にも開業することが29日、関係者への取材で分かった。イズミヤの撤退でスーパーが空白となっていたウミエだが、運営主体のイオングループが再活性化を図る。

出店フロアは、ウミエ北棟「ノースモール」の地下1階全体（約5千平方メートル）と1階の一部。生鮮品や総菜、加工食品の売り場のほか、スイーツなどの専門店も導入し、買った商品を食べられるイートイン空間をできるだけ広く確保する。

ウミエは、イオングループのイオンモールが、施設所有者の三菱倉庫などから運営を任されて2013年4月に開業。家族連れや若者に人気の低価格衣料品の専門店などを集め、客数は毎年増え続けている。

一方、来年6月には、ウミエの南約1.5キロにある神戸市中央卸売市場本場西側跡地でイオンモール神戸南（仮称）が開業予定。イズミヤは競合激化による収益性の低下を見込んで閉店したが、ウミエ関係者は「食に対する客のニーズは大きく、ウミエならではの店の在り方を模索したい」と話している。

食へのニーズは年々多様化しており、スーパーは食材を買うだけの場所ではなくなってきている。購入前にその場で味わうことができ専門店が売場内に点在するようなスーパーが主流になっていきそうだ。イオンの新たなフォーマットになる店舗として注目したい。

---

#### 2) 「オンワード、食品通販に進出 モデルがサイトに登場」

アパレル大手のオンワードHDは22日、食品のネット通販「オンワード・マルシェ」のサービスを始めた。百貨店などの衣料品販売が落ち込み、アパレル事業が低迷するなか、新たな収益の柱に育てる考えだ。

ネット通販のサイトには全国約240社が調味料や菓子、食器など約3千点を出品。サイトにはファッションモデルらが登場し、雑誌のようなコラムで商品を紹介する。同社の衣料品通販サイトと共通でポイントを使えるようにし、衣料に関心のある客も取り込む。

商品は全国各地で勤務する同社の社員がアパレルの営業をしながら発掘している。今後1年で品ぞろえを2倍に増やす計画で、初年度に売上高10億円を目指す。

商品の注文を受けると、出店企業が直接発送する仕組みで、オンワードHDでは在庫を抱えない。保元道宣社長は「大量に仕入れて安く売ることはできないが、質にこだわったものを集める。読むだけでも楽しく、他のサイトと差別化できる」と話し、将来的には海外から注文を受けることも視野に入れる。

アパレル業界ではセレクトショップにカフェを併設したり、メーカーがスイーツ店を開業したりする例が相次いでいる。衣料品だけでなく食品を求める客の来店を促したり、店舗の滞在時間を延ばしたりするねらいがあるという。

### 家具のアクタス、食品事業強化 客層拡大狙う

家具小売りのアクタス（東京・新宿）は食品事業を強化する。今春売り出した「ジビエ」と呼ばれる野生のシカやイノシシ肉を使った料理の缶詰の販売が好調なため、新たにカレー4種類を来年3月に発売するほか、開発チームを部に昇格した。食品を家具・雑貨と一緒にライフスタイルとして提案し、客層の拡大につなげる。

ジビエカレーは自社店舗など十数店で販売予定する。大分や長崎で捕獲されたシカ、イノシシを地元猟友会や食品会社などと提携して加工。税別700円前後で初年度に1万食の販売を目指す。

今春に発売した6種類のジビエ缶が当初目標の倍以上を販売する人気だったという。余ったシカ皮を使ったエプロンの商品化も予定。国産食材を生かした食品開発を進め、衣食住の総合提案をめざす。

衣食住の中の「衣」と「住」どちらも「食」に力を入れ始めたら、今まで「食」一本でやってきた会社はどうなっていくのだろうと不安になった。見せ方がうまくトレンドに敏感な会社が参入することで取って変わられないように対策を講じなければ生き残れないのではないだろうか。「食」専門の強みを探していかなければいけないと強く感じた。

---

### 3) 「アメリカで人気中華チェーン上陸 “オレンジチキン” が売れ筋」

アメリカで人気の中華料理チェーンが25日、オープンした。うわさの黒船グルメが日本に上陸。その期待から、朝から長蛇の列ができていた。訪れた人は、「年内にオープンすると聞いて、いつなのかなって、頻りにチェックしてて」、「アメリカに旅行に行った時は、いつも行ってるんですよ。早く日本にも来ないかなって思ってたんで、楽しみにしてました」などと話した。

心待ちにしていたのは、アメリカ生まれの中華料理チェーン「パンダエクスプレス」。その日本1号店が25日、神奈川にある「ラゾーナ川崎」にオープンした。

パンダエクスプレスは、中華のチェーンとして、全米1位の店舗数を誇る人気店。ニューヨークの人は、「早いし、ほかの中華と違う、特別な味なの」、「わたしはこの近くに住んでいて、毎日来ているわ。とても好きなの」などと話した。ニューヨーカーをもうならせる、その味とともに、注文のスタイルも本場のまま。

お皿のサイズによって、選べるおかずの種類が異なるシステム。

次に、ご飯か麺を選ぶのだが、チャーハンとチャオ麺、日本でいう焼きそばが、半分ずつ注文できるという。最後に、メインのおかずを9種類の中から選んでいく。1987年の発売以来、お店の看板商品なのが、フライドチキンに甘辛いソースがかかった「オレンジチキン」。お客さんのお皿を見てみると、必ずといっていいほどオレンジチキンが載っている。オレンジチキンを食べた客は「おいしいです。日本で言うと、甘酢あんかけみたいな感じで、ちょっとフルーティー」と話した。

アメリカでは、1つのメニューを150グラムで提供しているが、日本では、より食べやすいよう、120グラムに減らして提供しているという。単品で注文するのではなく、好きなおかずを選ぶというアメリカンスタイル。

自分好みのプレートにできるのが魅力となっている。

一方で、日本1号店がオープンした場所は、商業施設のフードコートという、外食のまさに激戦区。運営する株式会社I&P RUNWAYJAPANの杉村明紀取締役本部長は「ラゾーナ川崎は、いろいろな客が来ている。川崎のビッグターミナル駅と直接直結している。食べて、見て、体験していただいて、認知していただければいい」と話した。

再上陸ということで、昔利用していた人やアメリカに良く行く人にとっては嬉しいニュースだと思う。日本には様々なファストフードチェーンがあるが、中華料理となるとフードコートの一角にある店などに限られておりハンバーガーや牛丼などのように気軽に行けるところが少ない。そう思うと店舗数を増やしていけば人気が出るのではないか。今後に注目したい。