

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、SC従業員専用ネットスーパー 退勤時に受け取り」
 - 2) 「セブン、団地“守る”コンビニ100店 UR系と提携」
 - 3) 「米ウォルマート、ネット購入品を店頭受け取りで割引」
 - 4) 「焼いて蒸して“スチコン”で給食おいしく 京都市、全小設置へ」
-

1) 「イオン、SC従業員専用ネットスーパー 退勤時に受け取り」

イオンは自社のSCで働く従業員向けの専用ネットスーパーを始める。スマホなどからあらかじめ注文しておけば、退勤時に事務所で商品を受け取れる。勤務後の買い物の負担を減らすことで、働きやすい職場づくりにつなげる。今夏をメドに全国の6-7カ所のSCで導入する方針だ。

「イオンモール」などのSCにテナント出店する専門店などの従業員を対象とする。グループでGMSを手掛けるイオンリテールのサービスを活用する。店舗から顧客宅に届けるネットスーパーで、食品や日用品など約4万品目を扱い、従業員向けもこれらを対象にする。希望者にはあらかじめ従業員用の会員番号を発行し、SC内の従業員事務所を受取場所にできるように設定する。利用者は自身のシフトに合わせて、昼すぎと夕方の2つの時間帯から配達時間を選ぶ。商品はもともと従業員用に設置されている、共用の冷蔵ロッカーに保管。利用者の名前を明記するほか、出口で警備員のチェックを受けることで取り違えを防ぐ。

1-2月に埼玉県SCで第1弾の実験をした。利用者の利便性を確認するとともに、利用者には週2回以上の注文を依頼するなど、荷物を運ぶイオンリテールの負担を減らす運営手法を探った。4月にも利用人数を50人と前回の倍以上に増やした実験をし、効率的な体制をつくっていく。その後、東北や南関東、近畿といった地域ごとにモデル店を選んで半年以内に実施店舗を広げる。

イオンは全国に約150の大型SCを展開する。施設の規模にもよるが、テナントで働く従業員は1施設当たり約2000人という。同じ施設内にはGMSや食品スーパーが入居するが、勤務後に広い施設内を移動し、混んだレジに並んだりといったことを煩わしく感じる人もいた。従業員の買い物の利便性を高めることで、ともすれば他店に流れていた需要の引き留めにもつなげる。

テナント従業員の採用は出店事業者が独自でしているが、人口減が激しい地域などでは働き手不足が深刻になっている。共用部を管轄するイオンも、働きやすい職場環境を整えてテナント各社の人手確保を支援しながらSCの競争力を高める。

この他にも出勤時にワオンポイントを付与するなど人手不足への対応に先手を打っている。従業員にとってはレジに並んだりする手間も省けるのでとても嬉しいサービスではないだろうか。ネットスーパーを展開する他店でもこのようなサービスが増えそうだ。

2) 「セブン、団地“守る”コンビニ100店 UR系と提携」

セブンイレブンは団地の住民向けコンビニを開発する。団地内に出店し、電球交換といった身の回りの悩みに対処するサービスを提供する。団地は郊外に立地する例が多く、買い物な

どに悩む高齢者も増えている。食事宅配などのサービスを充実し、生活インフラとして住民を支える。全国で100店規模の出店を目指す。

都市再生機構（UR）子会社で団地の管理事業を手掛ける日本総合住生活（JS）と提携する。JSがセブンとFC契約を結びコンビニを運営する。21日には東京都東村山市のURの団地「グリーントウン美住一番街」内で開業する。

1960年代-70年代に、都市部の郊外で本格的に建設された団地では住民の高齢化が目立つ。買い物に行くのが難しいなど、日々の生活に不自由を感じる団地住民は増える見通し。セブンは団地内で、日々の買い物に悩む高齢者など向けに食事宅配を提供するほか、身の回りの悩みを解決するサービスも検討する。鍵の紛失解決や水道トラブルへの対処、粗大ゴミの搬出といったJSが手掛ける団地管理業務の一部をコンビニでできるようにする。

コンビニはオフィス街や大学構内といった立地のニーズに合わせて品ぞろえを変更しているが、団地内でも地域住民の要望を反映させていく。団地内に住む主婦や学生らを店員として雇用する。

団地内のコンビニはこれまで少なかったが、URは団地の利便性を高めるため、約100の団地でコンビニ出店の公募を始める。セブンはUR子会社のJSと連携して出店し、団地のニーズをとらえた品ぞろえで収益を確保していく。

団地は都市部の郊外に立地する例が多いが、団地と同じように買い物などで悩む地域は地方でも増えている。セブンは団地内のコンビニで蓄積した品ぞろえや住民サービスのノウハウを、地方にある店舗にも導入していく考えだ。

コンビニという小規模なところでも頼れる場所があると生活に不自由のあるお年寄りにとってはとても心強いと思う。従業員も団地内の人となると見守りの点も強化できるし、地域がより密着できる良い機会になるだろう。

3) 「米ウォルマート、ネット購入品を店頭受け取りで割引」

米小売業最大手のウォルマート・ストアーズは、消費者がオンラインで購入した商品を店頭で引き取る場合、価格を割り引く「ピックアップ割引」を始める。配送コストの抑制や店舗への誘客効果を狙った施策で、19日から米国内で段階的に実施する。

オンライン限定の商品が対象で、まず1万品目で始め、6月末までに人気の高い100万品目超に増やす。

例えば、自動車用のベビーシートなどは形や大きさが変則的で配送料が高額になるため、店頭で受け取ってもらえれば宅配コストや梱包の手間を省ける。消費者はオンライン上で決済時に宅配、割引金額を反映した店頭での受け取りなどのオプションを選択できる。

具体的な割引率は明らかにしていないが、ベビーシート（148ドル5セント）は7ドル40セント、クーラーボックス（111ドル49セント）は4ドル46セント、70型の4Kハイビジョンテレビ（1698ドル）は50ドルをそれぞれ割り引くとしている。値引き率は3-5%程度とみられる。

ウォルマートは昨年夏に33億ドルを投じて新興企業のジェット・ドット・コムを買収するなど、ネット販売で最大手のアマゾン・ドット・コムの追撃に力を入れている。ジェットは異なる商品のまとめ買いで割引額を増やす独自手法「スマート・バスケット」を特徴としており、こうしたノウハウも活用するという。

再配達の手間や配送業者の過労が問題視されている日本では、このサービスが解決策として挙げられるのではないだろうか。ただ、ネットスーパーは店頭に行かず自宅で受け取れるということが大きなメリットでありわざわざ店頭で受け取れることを面倒に感じる方も少なくないと思う。それを上回るメリットを提示する必要があると思う。

4) 「焼いて蒸して“スチコン”で給食おいしく 京都市、全小設置へ」

京都市教育委員会は「焼く」「蒸す」など加熱調理機能を備えた「スチームコンベクションオーブン（スチコン）」を、本年度から5年計画で全市立小に設置する。これまでできなかった調理法ができるようになり、和食の提供など学校給食の充実を進める。

スチコンは熱風を対流させたり蒸気を発生させたりすることができ、以前から使ってきた釜では作れなかった「焼き物」にも対応できる。下ごしらえで使うことで、栄養素の流出を防いだり、食感や味わいを良くしたりすることにも効果が期待できる、という。

2015年度から市立小11校で試行導入し、栄養教諭や給食調理員らの研究会が魚の西京焼きや鶏肉のゆず塩焼きなどの献立を開発してきた。嵯峨野小（右京区）の給食調理員橋本正樹さん（46）は「調理の幅が広がり、子どもたちの反応も良い。『安全安心』だけでなく、『おいしい』給食を作ることができる」と話す。同小の先月の給食では、サケのちゃんちゃん焼きが出された。山本希乃さん（7）は「野菜が甘く感じられておいしい。給食が楽しみになる」と喜ぶ。

市教委は年間30校程度に設置する費用計1億1700万円を本年度当初予算に盛り込んでおり、21年度までに全校で設置する予定だ。

時代と共に学校給食は変化してきていると思うが、今様々なところで食育に取り組んでいることを考えても子供たちに小さい頃から「美味しいもの」を食べさせるのは良いことだと思う。味覚は経験が大きく影響すると思うので、栄養面だけでなく、食感や味わいを感じるクセを付けておけば成長して大人になった時にもその経験が生きてくるのではないかと。