

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「スーパーサンシ、宅配事業の黒字化に成功した独自サービスがすごい」
 - 2) 「らでいっしゅぼーや、超簡単食生活改善アプリ“TABETA?”誕生」
 - 3) 「サラダ店“RF1”、焼きたて総菜いかが」
-

1) 「スーパーサンシ、宅配事業の黒字化に成功した独自サービスがすごい」

『イオン』や『イトーヨーカドー』、『西友』などを中心に、ネットスーパーの宅配事業に参入する企業は今や100社以上。しかし“送料無料”を売りにするため、利用件数は伸びても赤字続き。結果、撤退を強いられる企業も少なくない。採算が取れているのは片手で数えるほど。利用者は「便利」と喜ぶが、軌道に乗せるのは相当難しい。それが宅配事業の現実だ。

そんな中、大手スーパーを差し置いて、黒字化に成功したのが三重県に13店舗を展開する『スーパーサンシ』。宅配サービスの実施は現在8店舗で、正午までにネットか電話で注文すれば、当日17時までに届けてくれる。なんと、システムも配送も全部自前。その手法が今、小売業界でちょっとした話題になっている。

本社がある三重県『鈴鹿ハンター店』を訪ねると、午前8時の電話注文受け付け開始から、スタッフが10人体制でせわしなく受話器を取る現場に出くわした。「お電話ありがとうございます！ スーパーサンシです。ご注文ですね。お客様？ それはどこのメーカーでしょうか？ 前にも配達したことがありますか？ ええ、はい。そちらは140円ですね。大きいサイズの450gでよろしいですね」左手に受話器を、右手でチラシを素早くめくりながら、利用者が欲しい商品を探し出し、注文を打ち出す。大きな声でゆっくり話しかけ、何度も確認をとる丁寧な対応で、電話口の相手が高齢者だと想像できる。

『スーパーサンシ』の宅配サービスは月額使い放題516円（以下、すべて金額は税込み）の会費制。単発で利用する場合は104円で、購入金額が1544円未満なら別途84円の配達サービス料がかかる。その他、冷凍食品を注文すれば、ドライアイス代104円。2階以上の家への配達には155円の利用料をとる。細かい料金設定にして、基本会費を少しでも安く抑えている。

“送料無料”と謳わず、かかる配送コストはきちんと取る。それでも、会員数が毎年1000世帯ペースで増える理由は「会費を払ってでも利用したいと思わせる、きめこまかなサービスを徹底しているため」と山田さん。店舗で値引きしたら、宅配商品も値引きし、損をしない配慮も忘れない。

60歳以上の利用者（現在1750人）には曜日と時間を決め、スーパーから「何かいるものはありますか？」と毎週、必ず電話を入れる安否確認も兼ねたサービスを実施。電話が繋がらなければ、親族に連絡を入れることもある。

驚いたのは、全世帯に鍵つき宅配ロッカーを提供していること。おかげで不在配達ゼロ。「宅配ロッカーの設置ができない」「エレベーターのない建物の3階以上に在住」などのケースは利用を断り、ドライバーの負担軽減と効率化に努めている。

同社のサービスが始まったのは1983年、約30年前のことだ。便利なサービスの裏には配達人がいる。送料無料にいつまでしがみつくな。配達料はムダ金か。企業も利用者もいま一度考え直すべき岐路に立たされている。

様々な宅配サービスが展開されている今、ここまで徹底したサービスはあまりないのではないだろうか。安否確認や御用聞き、さらには顧客ひとりひとりに合わせたチラシづくり、利用者ごとに果実の完熟度をデータ管理するなど大手スーパーではなかなか難しいであろう細かなサービスが重宝されている。地方では必然的に地域密着型の店舗が増えており移動販売などの販売形式も広まってきたが、ドライバーの負担などにも配慮している企業は少ないように感じる。今後このようなサービスを行う企業が増えてほしいと感じた。

2) 「らでいっしょぼーや、超簡単食生活改善アプリ“TABETA?”誕生」

食事が変われば体も変わる。医学界では健康は毎日の食事が基本と力説する人もいるが、健康的な食生活は実は意外と簡単。「適切な食の知識を持つこと」「食生活を犠牲ではなく自己改善として考えること」、この二つを守ることだ。

宅配サービスの「らでいっしょぼーや」は、食事管理サービスなどを手掛ける「ネオリア」と共同開発した食生活改善アプリ「TABETA? (タベタ)」を6月16日から配信している。

「TABETA?」とは一体どんなアプリなのか? ユーザーの身体情報や食事スタイル、日々の食事内容を記録し、管理栄養士が監修した最適な献立提案とアドバイスが受けられるアプリだ。

ここまでの情報だと従来の食事管理アプリとなんら変わらないと思う人もいるかもしれないが、TABETA?の一番のセールスポイントは「とにかく簡単という点だ」。要する時間は毎日1分。基本はユーザーが記録した食事のカロリーや栄養素の内容に合わせ2週間分の最適な献立を提案。その通りに食べたら「食べた」ボタンをクリックするだけ。メニュー提案だが、自炊向けのレシピはもちろん、外食やコンビニなどの食事メニュー、さらには飲み会メニューなど現実的な食行動の記録にも対応している。簡単かつ継続性に優れたアプリなのだ。

TABETA?は基本無料で利用できるが、プレミアムサービス(300円課金)に登録すると「提案献立チェンジ回数が無制限」「糖質制限モードの利用」のサービスがプラスされる。

食事管理アプリと言え、自ら食べたものを記録しなければならず面倒な印象があった。実際に登録してみたが、身長と体重、毎日の食事について簡単に記入するだけで瞬時に数パターンのレシピが提案された。なにより2週間分まとめて見られるのが嬉しい。実店舗でもばらばらのレシピではなく1週間から1ヶ月まとめてくれれば買い物の際に助かるしチラシと連動したレシピ提案などもおもしろそうだ。

3) 「サラダ店“RF1”、焼きたて総菜いかが」

サラダ店「RF1」を展開するロック・フィールドは、9月から百貨店内の約20店に新型のオープンを導入する。野菜をのせて焼き上げたタルトやキッシュなど店内で加熱調理した料理を提供できるようにする。同社は生野菜サラダが主力だが、総菜に力を入れるコンビニエンスストアなど競合が増えている。付加価値の高い商品を開発し、集客を増やす。

短時間で大量に焼ける業務用スチームコンベクションオーブンを「RF1」の店頭から見える位置に順次設置する。1日の焼き上がり時刻を店頭告知するなどして顧客の来店を促す。数年後には100店への導入を目指す。

同社は4月末時点で計320店を展開するが、うち7割は百貨店のテナント。高付加価値商品の販売にはブランド力が高い百貨店が最適と判断した。生野菜が中心のサラダは100グラム当たり300-400円台が主流だが、今後は700-800円台の料理を多く投入する。

岩田弘三会長兼社長は「健康志向が高まるなか、加熱調理した野菜の提案で子どもから高齢者まで食べやすくする」と話す。記念日などハレの日の需要をさらに取り込み、サラダとの買い合わせを促して平均客単価を現在の約1100円から1300円に高める。

日本惣菜協会によると、2016年の総菜の市場規模は前年比2.7%増の9兆8399億円だった。共働き世帯や単身高齢者の増加で年々拡大しており、特に全体の3割を担うコンビニが5%の高い伸びとなってけん引している。

健康志向が高まっている現在にこのRF1の新商品開発の動きは非常に魅力を感じる。子供から高齢者までを対象とすることで、より幅広い世代の人達に健康に対する意識が高まると考えられる。