

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「オーケー、買い物代行を依頼できる“お友達宅配”を試験的に開始」
 - 2) 「オイシックスの料理キット、ローソンで販売」
 - 3) 「寺岡精工、“COOL CHOICE”に賛同して効率的な資源リサイクルの仕組みを構築」
 - 4) 「森永、私だけの“ピノ”完成 東京と大阪に期間限定店」
-

1) 「オーケー、買い物代行を依頼できる“お友達宅配”を試験的に開始」

オーケーは、同店舗への買い物代行を他のオーケークラブ会員に依頼できる「お友達宅配」のテスト導入を開始した。特許取得済みの「お友達宅配」は、店舗に買い物に行く友達に自分の分の買い物も頼むというやり取りをシステム化したもの。スマホやタブレット用のアプリから利用し、代行を頼んだ際には、相手にお礼となる「買い物代行手数料（合計金額の約10%）」を合わせて支払うようになっている。

商品は代行者の過去に購入した中から選び、数量の他に配送情報を入力して買い物を依頼。実際の友達以外にも、自動的に表示されるオーケークラブ会員への依頼も可能で、また代行者になりたい場合には宅配を申し出ることによって依頼を請け負うことができる。

同アプリを利用するためにはオーケークラブ会員への登録が必須で、また万一、依頼者と代行者間で紛争が発生したとしてもオーケーは一切関与せず、それぞれの合意の上での利用となる条件に同意する必要がある。

現在のところ大和店、みなとみらい店、並木店、千草台店、小金井店、新用賀店、サガン店（東京都大田区）、仲六郷店、南六郷店の9店舗で実施中で、今後全店へと展開する予定だ。

システム的にはお互いのニーズに適った良い仕組みだと思う。しかし、安全性やトラブルの面を配慮するとやはりプロに頼んだほうが良いと感じる方も多いのではないだろうか。宅配についての課題が山積みになっている今、特許は取得せずスーパー同士でも協力し合うべきではないかとも思う。今後の動きに注目したい。

2) 「オイシックスの料理キット、ローソンで販売」

野菜宅配のオイシックスドット大地（旧オイシックス）は、旬の食材を使った料理キットを提携先のローソンの販売網を活用して売り込む。まず25日にローソンの通販サイトで扱いを始め、今秋にはローソンの店頭でも販売する。これまでは自社サイトに限って注文を受けつけていたが、共働き世帯の増加で料理の「時短需要」が高まるとみて、販路を拡大する。

拡販する「キットオイシックス」は、主菜と副菜が20分で作れる料理キット。旬の素材や有機野菜を使っているのが特徴で、週替わりで約20種類を提供している。2013年に販売を開始して以降、これまでに600万食を売り上げた。現在約5万人の利用者がいる。

ローソンの通販サイト「ローソンフレッシュ」では、まずビビンバと韓国風スープのセット（3人前・1814円）や、豚肉のしょうが焼きとけんちん汁（同・2246円）など、人気の料理キット5種類を販売する。季節ごとに内容は変え、取扱品目を順次増やしていく。ローソンフレッシュのほかの食品や日用品と一緒に配送し、最短で翌日に届ける。

今秋には、健康志向の商品をそろえた「ナチュラルローソン」5店舗でも取り扱いを始める。オイシックスはこれまでも、東急ストアなど一部の店舗で料理キットを販売してきたが、コンビニでの店頭販売は初めてとなる。

旧オイシックスは3月末に同業大手でローソンが3割超を出資していた大地を守る会を子会社化し、ローソンと新たに資本業務提携を結んだ。7月に現社名に変更し、ローソンが現在8.3%を出資する。料理キットの販売は協業の第1弾となる。

生鮮宅配の市場はセブン&アイ・ホールディングスやアマゾンが参入するなど競争が激しい。ローソンは高品質な料理キットで定評のあるオイシックスドット大地と組むことで違いを出す。

家族形態の変化などもあり、時短できるキットや簡単につくれるものは需要が高まっていると感じる。高質スーパーなどでは少々値段が高くとも買い手はありそうだがコンビニとなると値段も高く分量も多く感じてしまうのではないだろうか。スーパーでもキットなどの販売は増えているが駅チカの店などはコーナー化してもっと広く展開してもいいと感じた。

3) 「寺岡精工、“COOL CHOICE”に賛同して効率的な資源リサイクルの仕組みを構築」

計量器やPOSシステムを手掛ける寺岡精工は、温暖化防止に向けた賢い選択を促す国民運動「COOL CHOICE（クールチョイス）」に賛同し、普及を図る。小型のPETボトル減容回収機による効率的な資源リサイクルの仕組みを構築し、使用済みPETボトルを原料に新たなPETボトルにする取り組みを進める。

小型PETボトル減容回収機は「DRV-100」で、コンビニエンスストアやスーパーなどの店舗で回収したPETボトルを3分の1の大きさに圧縮する。容積を大幅に減らした状態でリサイクル工場に運べるため、運搬回数が削減でき、輸送に伴って発生するCO2排出量を69%削減する。5月からコンビニのセブンイレブン店舗でテスト稼働している。

小型PETボトル減容回収機は幅650mm、奥行き500mm、高さ1100mmで、コンパクトな形状だ。これまで設置場所に制限があったPETボトルの回収機を小さくすることで、小型店舗やオフィスなどスペースが限られる場所にも置けるようにした。2Lまでの飲料用PETボトルに対応し、圧縮して容積を減らす。1分間に約10本の処理速度がある。

寺岡精工は、店舗での小型PETボトル減容回収機を起点に、使用済みPETボトルから新しいPETボトルにリサイクルする仕組み「ボトル to ボトル」を推進している。石油由来のPET原料の使用が抑制でき、CO2排出量削減につながる。小型PETボトル減容回収機を通してボトル to ボトルの認知度を高め、地域のリサイクル活動を支援する。

かさばるペットボトルを圧縮して回収・ストックできるならば、今までボックスを設置できなかった場所でも回収可能になり、リサイクル率UP・効率UPになって良いと思う。これまで様々なエコに関する取り組みが行われてきているが、もっと便利に・もっと簡単に・もっと効率よくする方法を考え、みんなが意識しなくても行動がエコにつながるような社会のシステムができれば理想的だ。ちなみに「COOL CHOICE」というどれだけの国民が知っているかわからないような言葉のような標語があふれているが、言葉やマークを作って満足ではなく、毎日の行動がエコにつながるような仕組みづくりに力を入れて欲しいと思う。

4) 「森永、私だけの“ピノ”完成 東京と大阪に期間限定店」

森永乳業は一口サイズのアイス「ピノ」を専門に販売する店を期間限定で東京と大阪に開いた。チョコチップやドライフルーツなどで客が自由にトッピングできるようにし、見た目も楽しんでもらう。SNSでの話題づくりにつなげ、10-20代の若い女性のファンを増やす。

ピノ専門店「ピノフォンデュカフェ」を東京は8月30日、大阪は9月10日まで営業する。ピノ（計6粒）とチョコレートソース、クッキー、マシュマロなどをセットにして400円で販売する。客はピノに様々なトッピングを加え、味わいの変化などを楽しめる。東京、大阪合わせて計9万人の来場を見込む。

同社によると、ピノの購買層は30代以上と子どもに大別される。これまで取り込めていなかった若い女性を狙った販促で、売り上げを伸ばす。

自身でトッピングすることで親子共に楽しむことができるだけでなく、SNSを利用しオシャレな写真を載せることが多い現代の女性にも話題になるサービスだと感じる。「食す」以外でのサービスでお客様を満足するサービスは今後増えていく傾向があるので注目していきたい。