

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、定期宅配参入 生協モデル、共働きの的」
  - 2) 「イオンモール堺北花田、リニューアルで世界最大級の“無印良品”導入」
  - 3) 「Amazon、楽天、yahooで使える家具のサイズ検索サービス“家具search”」
- 

#### 1) 「イオン、定期宅配参入 生協モデル、共働きの的」

イオンは週1回、決まった曜日に食品などを届ける定期宅配事業に参入する。生協が得意のモデルで高齢者や共働き世帯の増加に対応する。大手小売りは注文の度に配送するネットスーパーに注力してきたが物流の負担が大きく、米アマゾン・ドット・コムなどとの競争も激化。イオンは配送効率が高い定期宅配も手がけて、需要を取り込む。

全国主要65生協の宅配供給高は2016年度で1兆7730億円。そのうち個人別に届ける「個配」は1兆2268億円で、アマゾンジャパン（東京・目黒）の16年度の売上高1兆1747億円（年平均の為替レートで換算）より大きい。生協の個配はネット通販が普及する近年も年率3-5%の増加を続ける。安全・安心のイメージが強く、利用者ごとに配送員を固定するケースが多く、信頼関係を築きやすい。

イオンは得意の商品開発力を生かし、差異化を図る。生協以外の手がけるのは珍しい。

サービス名は「クバリエ」。4月上旬に千葉市の1店で始める。年内をメドにもう1店増やし、早期に事業モデルを確立する。全国の店舗網などの資産を活用し、当面、首都圏で6万人の会員獲得を目指す。

当初は約1000品目の商品をそろえ、生鮮食品や加工食品、赤ちゃん用品などを扱う。定期宅配の専用商品として、調味料や具材がセットになった「ミールキット」などもそろえる。商品価格は定期宅配独自で設定し、店舗とは異なる。

会員には毎週紙の商品カタログを配布し、配達の前までにウェブサイトから注文してもらう。事前に不在時に置いておく場所を決め、再配達を防ぐ。店舗から利用者までの配送は外部の事業者へ委託し、利用者ごとに配送員も固定する。

会費は無料だが、商品代金とは別に送料などとして1回当たり税別180円がかかる。利用がない週でも手数料100円が必要。イオンにとっては店舗に比べセールなどが少ない分、平均単価も高いなどの利点がある。

生協の売上がアマゾンより大きいことに着目すると、ネットスーパーの形にもまだまだ新形態展開の余地があるなど感じた。店側の準備などの手間を考えると、やはり消費者がほしいときにほしい分だけ注文する形が無難と言えるが、他にも様々な形で展開できるかもしれない。

---

## 2) 「イオンモール堺北花田、リニューアルで世界最大級の“無印良品”導入」

イオンモールは3月20日、大阪府堺市の「イオンモール堺北花田」をリニューアルオープンする。

2017年春から開始した大規模リニューアルが完成するもので、今回が第3期改装となる。第1期、第2期リニューアルでは、新規30店、移転改装を含め計69店のリニューアルを実施した。

最終となる第3期リニューアルでは、阪急百貨店跡地（ウェストモールゾーン）に、要望が多かったファストファッションからインテリア、スポーツ用品、家電専門店など、日々の暮らしにあると嬉しいデイリーニーズに特化した大型専門店を中心に、新規12店を導入する。

3期にわたるリニューアルプロジェクトにより、新規50店、移転14店、改装32店、全店舗数の半数以上、96店が刷新される。

1階には、新たな食のコンセプトゾーンを配置し、暮らしのまわりの商品がそろった「無印良品」が、世界最大級の売場面積（約4300m<sup>2</sup>）でリニューアルする。

イオン堺北花田店の食品ゾーンと隣接する1階エリアに、輸入食品やセレクトされた和の食材を扱う食物販専門店など（2018年6月オープン予定）新たに4店舗を誘致する一環。

2階には、レディース・メンズ・キッズ・ベビーをフルラインナップで展開し、世代を問わず人気のカジュアル衣料専門店「ユニクロ」が約2500m<sup>2</sup>の規模で出店する。

同フロアには、レディース・メンズ・キッズに超大型店限定商品を加えた最新のトレンドからキレイめカジュアルなど幅広いテイストとデザインの商品を取りそろえた、史上最大級の品ぞろえをほこる「ジーユー」が約2000m<sup>2</sup>の国内3店目となる超大型店としてオープンする。

3階は、「ヘルス&ウェルネス」美と健康のフロアとして展開。健康を意識したヘルシーメニューを展開する「食堂カフェpotto×タニタカフェ」が大阪府に初出店する。

注文を受けてから作るスムージー・フルーツジュースを提供する「フルーツインライフ×カリン」を導入するほか、ドラッグストア「ココカラファイン」が新規出店する。

大型家電専門店「エディオン」や女性に人気のホットヨガスタジオ「LAVA」、低価格ジェルネイル専門店「FAST NAIL」なども出店する。

“世界最大級”のGU、無印良品が出店するということもあり、大阪にとどまらず全国から注目されそうなりニューアル情報だ。特に無印良品は、「食」をテーマとした大型専門売場やカフェ、フードコートなどがはいり生鮮食品も販売する業態なので要チェックだ。ぜひ足を運びたい。

---

## 3) 「Amazon、楽天、yahooで使える家具のサイズ検索サービス“家具search”」

株式会社kiitan実験室は、Amazon、楽天、yahooショッピングで家具を幅、奥行き、高さ、価格などの範囲を指定してサイズ検索できるサービス「家具search」の提供を開始した。

EC市場の拡大に伴い、ネットショップで家具を購入する機会も増えている。実際に店舗に赴かなくても、手軽に家具をショッピングできるのは大変便利だ。けして小さくない家具を、膨大なアイテムの中から種類やサイズを横断的に選べるのはネットショッピングの醍醐味とも言える。

一方でAmazon、楽天、yahooショッピングといった大手のECサイトでも検索に機能的な制限があるのも事実だった。たとえば、棚をECサイトで探す場合、「棚 150cm」など入力して検索することになる。しかし検索結果になかなかピッタリ合ったサイズは表記されないのが通常だ。

もっと言えば、高さや奥行きなどの複合的な要素を含んだ検索はAmazonなどでは現状できない。またmmとcmと表記が統一されておらず、希望に合った検索結果を表示させるにはかなりの工夫が必要だった。さらにカテゴリを選択しないと価格の絞込みができないといった課題もあった。

そのような課題を解決すべく「家具search」が開発され公開に至ったのだ。同サイトは、Amazon、楽天、yahooショッピングで家具を幅、奥行き、高さ、価格などを範囲指定してサイズ検索できる画期的なサービスとなっている。

また、同カテゴリの家具は価格比較することが可能で、約10万件の家具データを扱っておりニッチなサイズの家具選びにも威力を発揮するとしている。

巨大ショッピングモールがひしめく中で商品選びの利便性もユーザービリティの観点から進化を続けて来たが、アイテムのカテゴリによっては意外に死角となる部分もまだまだ存在するのかもしれない。

特にサイズが重要となるのはファッションアイテムだけでなく家具も同様だ。引っ越しシーズンを控え、大いにユーザーの商品選びに貢献してくれそうな、かゆい所に手が届くサービスの登場と断言していいだろう。

ネット上には数え切れないくらいの商品が溢れており、自分が目的としている商品になかなかたどり着かないということも実際によくある。このようなピンポイント検索ができるサービスがあれば時間をより有効的に使えそうだ。ただ、今減少が言われている書店しかり、実店舗や他の商品が目に入ることで、自分が求めているもの以外の新しい出会いがあるというのも買い物の醍醐味とも言える。商品にスムーズにたどり着くこと、少し寄り道をすること、どちらも買い物には欠かせないことなので売り手側の手腕がより問われるなどこのニュースを見て感じた。