

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「コープさっぽろ、“畑でレストラン”再開 2年ぶり、地域活性化狙う」
- 2) 「オイシックス、月額1280円の新サブスク“プライムパス”」
- 3) 「アーバンリサーチ、ファミリーマートと協業で新業態」
- 4) 「はるやま、ものを売る場所から集まる場所へ」

1) 「コープさっぽろ、“畑でレストラン”再開 2年ぶり、地域活性化狙う」

コープさっぽろは農園の中に厨房設備を備えたトラックを持ち込み、とれたての野菜をシェフが調理する企画「畑でレストラン」を2年ぶりに再開した。今年度1回目は北海道長沼町のアスパラ農家、押谷ファームで開催し、50人が参加した。

押谷ファームの押谷行彦さんが農場や野菜栽培について説明。その後、参加者はアスパラを使ったムースやパスタなど、札幌市内のイタリアンレストランのシェフが作ったコース料理を楽しんだ。

「畑でレストラン」は2012年に始めた。今年度はまず8月4日までに10カ所で開催する。定員は合計で約500人だが、1500人以上の応募があり「予想以上の反響」（広報）だという。昨年1年間はシェフが調理しやすいようトラックを改装するため休業していた。

大見英明理事長は「地域活性化につなげたい」と話している。

スーパーでは売場でのクッキングコーナーや飲食スペースなどのいわゆる「グローサラント」スタイルが近頃多く見られるが、導入したくても厨房設備にかかる予算、広さなど様々な問題で設置できない店舗もあるのが現状だ。トラックでの調理実演はそういった問題を軽減でき、エンターテインメント感も強いので改めておもしろい取り組みだと感じる。スーパーマーケットでもぜひ検討したい。

2) 「オイシックス、月額1280円の新サブスク“プライムパス”」

「Oisix プライムパス」の利用者は月額1280円を支払うと、特定商品が毎週3品まで0円となるほか、野菜や果物が全品20%オフとなる。新サービスの開始で、EC食品宅配サービス「Oisix」を継続的に利用しやすくする

農産品や加工食品、ミールキットなどの食品宅配を展開するオイシックス・ラ・大地は6月24日、新たなサブスクリプションサービス「Oisix プライムパス」の運用を6月27日から開始すると発表した。

利用者は月額1280円を支払うと、特定商品が毎週3品まで0円となるほか、野菜や果物が全品20%オフとなる。新サービスの開始で、EC食品宅配サービス「Oisix」を継続的に利用しやすくする。

月額1280円（税別）を支払うと、毎週40種類以上の対象商品の中から3点が0円になる。ラインナップは牛乳やパン、ベーコン、ハム、ヨーグルトなど、冷蔵庫に常備しておきたい食品を集めた。1回の注文につき、3点を月に4回注文した場合、毎月12点が0円になる。

有機野菜や特別栽培野菜など、安心・安全基準を満たした「Oisix」の野菜や果物が何品でも20%オフで購入できる。「Oisix」では産地から野菜や果物を直接仕入れるため、価格が常に安定しており、市場で野菜の価格が高騰した際にも安心して購入できる。

対象商品を平均すると1品約300円。毎週3品、1か月12品を注文した場合、300円×12品の3600円から、月額利用料1280円を差し引くと、月間2320円お得となる計算。なお、一部のセット販売商品やお取り寄せ市場の商品、頒布会商品などは対象外となる。

食品宅配サービス「Oisix」は、「つくった人が自分の子どもに食べさせられる食材のみを食卓へ」をコンセプトに、インターネットで有機野菜や特別栽培野菜、無添加の加工食品を届けるEC食品宅配サービス。現在の会員数は20万5976人（2019年3月末時点）となっている。

牛乳やパンは毎日でも口にする食材なのでかなりお得感のあるサービスではないだろうか。サブスクリプションは続々と登場する中、実際利用してみると料金と割に合わないと感じる場合もあるが、この安さはOisixクラブに入会するきっかけにもなるだろう。

3) 「アーバンリサーチ、ファミリーマートと協業で新業態」

アーバンリサーチは、ファミリーマートが都市部のオフィスビル内で運営するコンビニエンスストア「ファミマ!!」と協業した新業態を出店、運営することでファミリーマートと合意した。両者のノウハウを組み合わせた都市部で働くオフィスワーカーに向けたライフスタイル型の店舗を、20年春、東京都港区にオープンする。

セレクトショップであるアーバンリサーチは消費者のライフスタイル変化に合わせて「アーバンリサーチ」「KBF」「アーバンリサーチ・ドアーズ」「アーバンリサーチ・ロッソ」「かぐれ」「アーバンリサーチ・ストア」「センスオブプレイス」など様々な業態を開発、出店してきた。

一連の出店と並行して、駅ナカや百貨店などに期間限定店を定期的に出し、各業態の商品をセレクトして、様々な立地に合わせた品揃えで集客、自社商品を販売する取り組みを行っている。今回のファミリーマートとの協業もその一環で、都心で働くオフィスワーカーがコンビニエンスストアを利用する際、ニーズのある商品を販売する考えのようだ。

コンビニ飽和状態の中で、立地に合わせて趣向を凝らすのは一つの手だと思う。日常使いのコンビニに服飾雑貨が並べば従来よりも消費者の目に触れる機会が多くなり、購買機会もアップするだろう。デイリーなコンビニに商品が並ぶ際、いかに価値を出せるかがポイントだと思うが、新業態ということなのでチェックしておきたい。

4) 「はるやま、ものを売る場所から集まる場所へ」

はるやま商事株式会社は、お客様に“もっと便利、もっと快適”に店舗をご利用いただくため、新サービス「ほっとひと息ステーション」を2019年6月8日、はるやま神戸玉津店にオープンした。ヘアカットをはじめ、クリーニングやボディリフレッシュカプセルなど日常的に利用できるサービスを導入し、来訪する顧客と周辺住民のためにより快適に・便利に同社の店舗を使ってもらえるようにしたとのこと。

サービスを受けるためには月会費が必要だが、会員になることで同店舗での買い物をする際は常に10%OFFになるという。

提供されるサービスは他にドリンク、ブックス、リフォーム、コンセント、Free Wi-Fiなどがある。

月額会費は500円、1000円、1500円の3種。それぞれの会費に応じて10%、20%、30%引きで各サービスを受けることができる。

スーツ専門店だけに目的買いの顧客以外を呼び込むことは難しかったと思うが、日常的に使えるサービスがお得に提供されるとなれば客層も広がると思う。ただ「男性用スーツ店」という根強いイメージがあるため、女性客・主婦層を取り込むのにどのように地域にアピールしていくのか気になるが、こうしたサービスの導入がうまくいけば昔から存在している専門店のあり方も今後だんだんと変わっていくだろう。