

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「無印良品、菓子量り売り 28種類 どれでも1グラム4円」
- 2) 「カルビー、お菓子の空き袋をたたんで捨てるポイント付与」
- 3) 「ダイドー、成分表示を前面にした“裏面自販機”発表」

1) 「無印良品、菓子量り売り 28種類 どれでも1グラム4円」

良品計画は運営する雑貨店「無印良品」の一部店舗で、菓子の量り売りを16日から始める。無印良品で本格的な菓子の量り売りを手がけるのは初めて。クッキーやマシュマロ、チョコ、せんべいなど個包装した菓子28種類を用意した。どの商品を選んでも価格は1グラム4円。

銀座店（東京・中央）やグランフロント大阪店（大阪市）などの大型店で取り扱う。まず16日に46店舗でサービスを始め、早期に55店舗まで拡大する。合計20グラム（80円分）以上からの販売となる。

用意した菓子の半分以上は今回のサービスに向けて新たに開発した。菓子は個包装で、新型コロナウイルスなどの衛生面の対策にもつなげる。

これまで同店では袋単位のみで菓子を販売していた。「食べきるまで時間がかかる」「色々な種類を少しずつ食べたい」などの消費者の声を受けて、約1年半前から量り売りを検討していたという。親子連れや女性客らの需要を見込む。
(2020/9/16 日経MJ)

飲食物販店やスーパーでも量り売りを見かける機会は増えたが、日本人の特性からかあまり普及が進んでいないようにも感じる。大手で幅広い支持のある無印良品が始めることにより、量り売りへの安心感や認知度向上にも繋がるだろう。

2) 「カルビー、お菓子の空き袋をたたんで捨てるポイント付与」

カルビーは、食べ終わった空き袋を小さく折りたたんで捨てる、オリジナルのポイント付与する取組みを14日から開始した。家庭から排出するごみの体積を減らすことで環境負荷低減につなげる。空き袋をたたむことを「折りパケ運動」、ポイント付与サービスを「カルビー ルビープログラム」と名付け、消費者への浸透を図る。ためたポイントは、工場見学やジャガイモ収穫体験など同社が行う体験型イベントやキャンペーンの応募に使うことができる。

同社が、6月に実施したアンケート調査では、菓子や食品の袋を「折りたたんで捨てることがある」と回答した人は、84%にもおよぶ結果となった。また、実際にスナック菓子の空き袋100枚を使って独自に検証したところ、丁寧に折りたたんで捨てることで、ゴミの体積を大きく減らせることが実証できた。

こうしたことから、同社では、地球環境付加低減につなげる取組みとして「折りパケ」運動を推進することを決めた。一部商品のパッケージには、折り目となる線や折りたたむこ

とで四つ葉のクローバーが出来上がる絵柄を入れるなど、楽しんで「折りパケ」運動に参加できる企画も実施。

「ルビープログラム」は、専用のスマートフォンアプリを使い、折りたたんだ空きパッケージを撮影することで商品に応じたルビー（ポイント）が獲得できる。現在、工場見学体験＝出来たて商品の試食やオリジナルグッズの進呈など工場見学ならではの体験を提供。

ジャガイモ収穫体験＝カルビーグループの契約生産者とともに、畑でジャガイモの収穫体験を提供。ジャガイモ栽培キット＝ジャガイモが育てられる、ジャガイモ作りに必要な栽培キットをカルビーオリジナルセットでプレゼントなどの企画を用意し、今後順次拡大する。

なお、大関の貴景勝関が「折りパケ」に挑戦する動画をYouTubeのカルビー公式チャンネルで公開している。

（2020/9/20 Yahoo!ニュース）

子どもが触れることの多いお菓子メーカーならではの楽しい取り組みだ。使用済みのレジ袋をゴミ袋として使う人が多い中、有料化によってゴミ袋自体の節約に苦戦している方にとってはカサの削減も重要な節約手段といえるだろう。また、ゴミの削減やプラスチック削減はひとくくりに「環境に良い」とは言えなかなか体感できず実行にうつすにも時間がかかるため、子どもも楽しんでできる取り組みが増えてほしいと感じた。

3) 「ダイドー、成分表示を前面にした“裏面自販機”発表」

ダイドードリンコは、商品パッケージ裏面の栄養成分やカロリー表示を前面に表示した「裏面自販機」を発表した。9月17-23日までの期間限定で、JR静岡駅直結の「静岡駅ビル パルシェ」に設置するという。健康意識が高いといわれる、20代前半-30代後半の「ミレニアル世代」をターゲットにしている。

「裏面自販機」では、商品の裏面に記載されている成分やカロリー量をあえて前面に表示する。健康意識の高まりから、自動販売機でも成分表示やカロリー量を確認したいとの要望があり実施に至った。「ダイドーブレンド」のコーヒー商品や、糖や脂肪の吸収を抑える機能性飲料、熱中症対策ができる飲料などを取り扱う。商品のパッケージや中身は通常の商品と変わらない。

広報担当者によると静岡県に設置した理由は、創業時から本社に次ぐ重要な拠点としていたためだという。同社は「自販機では普段は見られない商品の成分や機能の視点から、自分にぴったりの商品を探してほしい」としている。

（2020/09/18 IT media）

この自販機は文字情報だけが表示されており、ひと目見た限りではどんな飲み物かイメージがつかないが、「で、どんな飲み物が出てくるのだろうか？」というお楽しみ感は味わえるかもしれない。情報を見て自分が納得したものを購入したい人にとっては良いのかもしれないが、そういう層は自販機で買うこと自体少ないような気がする。いずれにせよ、新型コロナ禍で非対面の自販機の有効性が感じられた中で、アリ・ナシ別として新たな取り組みをすることがまた次のヒントとして広がっていくように思った。