

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「セブンイレブン、下期商品は少量多品種・プチ贅沢対応で“食品スーパー化”」
- 2) 「ビオセボン、国内初・寄付先が選べるペットボトル回収機を設置」
- 3) 「食品ロスの削減、呼称“モッテコ”に食べ残しを持ち帰り」

 1) 「セブンイレブン、下期商品は少量多品種・プチ贅沢対応で“食品スーパー化”」

セブン-イレブン・ジャパンは10月22日、2020年下期商品政策説明会を開催した。2020年上期は新型コロナウイルス感染症の影響で、通勤、移動時に個人が限られた予算で買物をしてきた今までから、在宅勤務などの広がりにより、自宅で少量多品種の食を楽しむ、家飲みに対応できる商品が求められる傾向に変化してきた。

セブンイレブンでも、上期は家での調理に適した冷凍ブロッコリー、乾麺のパスタなど素材系・冷凍食品、家でプチ贅沢できる高価格帯のワイン、チーズなどが好調だった。また、1人分ではなく、家族向けなど複数人用、複数日数にも対応できるよう、購入点数がアップ。主力のおにぎり、ソフトドリンクなどの不調、客数減を客単価増、購入点数増で補ったという。

取締役執行役員の高橋広隆商品本部長は、「コロナ禍で顧客の消費行動が変化した。セブンプレミアムゴールドなど高品質な商品、家飲み対応、調理のサポートになるレトルト、素材、冷凍食品などのニーズが伸びている」。

「豆腐、納豆、卵など今までスーパーで購入していたようなものが、セブンイレブンでも買えることに気づいた消費者に、食品スーパー化が求められている。スーパーで買っていたものをセブンイレブンでも買えるという、あてにされる店づくりに向けて多様な品ぞろえと、エリアごとに価格に幅のある商品構成で対応したい。ここに当社の成長の余地がある」と説明した。

下期に強化する商品として、家族との食事の充実、酒と一緒に楽しめるなど「おうち時間の充実」をキーワードに設定。豊かな食卓を実現するため、ビュッフェのように商品を選べるよう、少量多品種のおかず・つまみ、食事や酒にあうパン、総菜と酒をまとめて購入しやすい新レイアウトの拡大に取り組む。

パスタでは、1食完結型から酒のつまみにしたい、デザートも食べたいので主食を食べ過ぎたくないといったニーズに合わせ、小容量の「小さなパスタ」を考案。家では作れない本格的な味を楽しみたい人のために、専用容器で麺とスープを別にした「スープパスタ」なども用意した。

食事パンについては、従来の売れ筋、菓子パン、総菜パンだけでなく、食事や酒に合うパンを開発。複数個入りで、単体でもおいしく、食事や酒に合わせやすい「ボンデケーショ」、「ごま&チーズ」などを販売する。

今後の各店の商品構成に関し高橋氏は、「コロナ禍で、高所得者が多く住むエリアでは、1500円以上の単価の高いワインなど売れることもわかってきた。今まで2万店に通じる品ぞろえを開発することに注力してきたが、今後は色々な価格の幅のある商品を用意し、個店個店でカウンセリングしながら導入してもらおう商品価格の『幅の提案』も重要になってくる」と話した。

さらに、2020年度版新レイアウトを年度内に8000店に拡大。チルドケースにおいて、総菜、サラダ、サンドイッチの横にワイン、リキュールなど酒類を併設し、合わせ買いしやすくしたレイアウトとなっている。

先行導入した43店の平均日販が、同地区平均の前年実績と比べて2万7400円増加。9月7日から導入した173店でも、同地区平均と比べて平均日販が1万5600円増加した。実験店では、酒類との併買で、チーズの販売が大きく伸ばしているという。

(2020/10/22 流通ニュース)

近年の商品ラインナップや味のクオリティの高さを感じると、メインの夕食や家族の食事としてコンビニを利用する方も増えてきたのではないだろうか。また、高齢者はスーパーまでの道のりや広い店内での買い物を億劫に感じ、手軽に済むコンビニで済ますという選択肢もできたように思う。スーパー化とはいえ、生鮮に注力するのではなく惣菜や酒メインに展開しそうなので、消費者が既存のスーパーとどう使い分けをしていくのか気になるところだ。

2) 「バイオセボン、国内初・寄付先が選べるペットボトル回収機を設置」

バイオセボン・ジャポンは10月13日、リサイクルを目的とした、ドネーション参加型のペットボトル回収機を導入すると発表した。旗艦店の麻布十番店（東京都港区）と武蔵小杉店（神奈川県川崎市）の2店舗に設置。回収した資源は容器にリサイクルされ、同店で販売する一部のデリカ商品に活用しリサイクルループを構築する。

同社によると、ドネーション参加型のペットボトル回収機設置は国内初だという。寄付先は、日本ユニセフ協会、日本赤十字社、世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)から選択でき、ペットボトル1本あたり1円として集計、年1回各団体へ寄付する。

なお、同装置は寺岡精工（東京都大田区）とともに開発した。寺岡精工独自の「プレ裁断方式」により通常ボトルサイズの約1/3に減容可能で、500mlペットボトル換算で180本を収納できる。減容化することで、リサイクル回収資材を運搬する際のCO2排出量削減にも貢献できるという。

また、回収したペットボトルは、食品トレイ容器メーカーのエフピコでシート化され、食品容器「エコAPET(R)」にリサイクルされる。この容器はバイオセボンの一部のデリカ容器に活用。再生容器を使用することで従来使用していた資材に比べCO2排出量を約30%の削減できる。

(2020/10/16 環境ビジネスオンライン)

リサイクル製品の店舗内活用、圧縮による回収運搬の諸々削減、それに加えて寄付先が選べるというのはとても意義のある取り組みだと思う。機械ではあるが親しみやすいデザインも合わさり、画面タッチで自販機の逆バージョン的な仕組みが子供にもウケそう。家庭から持ってきてリサイクルに出すというだけでも立派なエコ活動だと思うが、それに付加価値が加われば楽しみにも変わると思う。スーパーだけでなくいろいろな場所で広がって欲しい。

3) 「食品ロスの削減、呼称“モッテコ”に 食べ残しを持ち帰り」

環境省は12日までに、飲食店で食べ残した料理を持ち帰る取り組みを「mottECO（モッテコ）」の呼称で普及させていくと発表した。まだ食べられるのに捨てられる食品（食品ロス）の削減につなげる。

呼称は一般からの公募で決めた。「もっとエコ」「持って行こう」との意味が込められているという。食品ロスには国内で年600万トンを超えている。

(2020/10/13 日本経済新聞)

食品ロスに関する取り組みは自体は増えていると感じるが、やはり飲食店での食べ残しを持って帰るといったこれまでにない習慣はなかなか根付かないのが現状だろう。持ち帰りバックの安全性に加え、食品ロスが実際どのように私たちの生活に影響を及ぼすのか、消費者に認知されなければ行動にはうつせないのではないだろうか。単に「エコ」であるというだけでは普及しない問題に課題が残るそうだ。