

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「コロナ背景にスーパーの年始休業が拡大 “計画的な買い物を”」
- 2) 「消費者庁、食品表示をデジタルでも 実証調査で課題探る」
- 3) 「福岡のGigi、地域の飲食店を社員食堂に」

---

1) 「コロナ背景にスーパーの年始休業が拡大 “計画的な買い物を”」

新型コロナウイルスの感染拡大や人手不足などを背景に、食品スーパーの間では、正月三が日の営業を取りやめるなど来年の年始の休業を拡大する動きが広がっている。このうち、首都圏を中心に店舗を展開する、食品スーパーの「サミット」と「ヤオコー」、それに「いなげや」は、ほぼすべての店舗で来年は正月三が日の営業を休止する。3社ともことしの正月は元日と2日を休み、3日から営業していたが、新型コロナウイルスの感染拡大で従業員の業務の負担が増えていることから、休業日数の拡大に踏み切ったということ。

また、首都圏と関西でおよそ280店舗を展開するライフコーポレーションも例年休業している元日に加え、来年はほぼすべての店舗で2日も休業する。各社は、正月の休みが拡大することで年末は混雑が予想されるとして計画的な買い物を呼びかけることにしている。

食品スーパー以外でも、ファミリーレストラン最大手の「すかいらーくホールディングス」が、全体の9割程度に当たるおよそ2800店舗で大みそかと元日の営業時間を最大で7時間余り短縮することにしていて、新型コロナウイルスの影響で、生活スタイルが変化中、年始の休業拡大や営業時間の短縮の動きが一段と広がりそうだ。  
(2020/11/30 NHKニュースウェブ)

今回はコロナの影響による休業ではあるが、このニュースを聞き日本全体において営業日や営業時間のあり方を見直しても良いのではないかと思った。緊急事態、災害時、日常がストップしてしまうことは今後もあるわけで、「開いているのが当たり前」という環境に慣れすぎると、そうした非常時により強く不安を感じるし、度々起こる買い占めなどにつながるのではないか。従業員確保も難しい中、店の休業については消費者に多少の不便があってももう少し増えても良いのではと思う。

---

2) 「消費者庁、食品表示をデジタルでも 実証調査で課題探る」

消費者庁は食品表示の利便性向上のため、デジタル化に向けた実証調査を始める。商品本体に記載される一括表示は文字が小さく見にくいなどの欠点が指摘されている。そこでスマートフォンとアプリを用い、画面上で同等以上の情報提供を試験的に行う。大手メーカー23社とイオングループの協力を得て、12月から来年1月末にかけて全国3カ所の大型店舗で期間を分けて実施する。来店客にアプリを試用してもらい、技術的な課題を探り利用者の意見を聞く。

味の素社、キューピー、明治、ニチレイフーズなど多様な原材料を用いる調理食品メーカーが自発的に協力し、即席麺、マヨネーズ、冷凍食品、チルド食品など8品種2000アイテムの商品情報を消費者庁の実証用データベースに提供した。実施店舗は都市部のイオン

スタイル品川シーサイド、郊外店のイオンスタイル幕張新都心、地方のマルナカスーパーセンター徳島店でエリア特性や来客層を考慮した。

買い物客のうち希望者に、試用版アプリをインストールしたスマートフォンを貸与。売場で対象商品パッケージ上のバーコードをスキャンすれば、一括表示の確認ができる。あらかじめ知りたい情報を選んでおくと、アラート表示や表示項目の並べ替えも可能。また類似商品の提案や、1日当たり摂取基準に対する栄養量表示など追加機能を持たせた。

消費者庁は今回の調査を「研究材料を集めるための取り組み」と位置付け、数百人分のアンケートデータを収集・分析して今年度内に報告する。来年度は実際に個人のスマートフォンで長期の利用試験を行いたい考え。デジタル表示義務化の是非も含め、今後数年をかけて議論を積み重ねる。

(2020/11/30 日本食糧新聞)

見にくい食品表示の解決策としてQRコードやWebでの案内はこれまでもあったように思うが、国が取り組むとなるとどこまで本腰を入れるのか気になる。スマホを借りてスキャンして...というのが果たして表示が読みにくい層が便利と思って使えるのかは疑問だが、アレルギーや病気で食事制限を強いられている人など、情報を知らなければならない人にとって重要な仕組みだと思うので、やるからには良いシステムとサービスを築いて欲しいと思う。

---

### 3) 「福岡のGigi、地域の飲食店を社員食堂に」

福岡市のスタートアップで飲食関連アプリを手がけるGigiは、地域の飲食店を社員食堂のように利用できるようにする法人向けサービスを始める。導入企業の従業員が登録店舗で飲食をすると、代金の一部を企業が支払う。本社社屋などにある社食は、新型コロナウイルス禍で出社が減り利用が低迷するところもある。新たな福利厚生を探る企業の需要を取り込む。

2021年1月にも始める。Gigiは「ごちめし」「さきめし」といった既存の飲食決済サービスで、全国約1万3000の飲食店を利用できる。新サービスの「びずめし」では導入企業の従業員がこれらの店舗で飲食した際、代金を企業が補助する仕組みにする。

補助する額や割合などの利用条件は、各企業が自由に設定できる。地域や社員の等級などで差をつけることもできる。企業は飲食代のほか、代金の約10%を手数料としてGigiに支払う仕組みで検討している。

例えば「1食あたり300円補助」と設定している企業の従業員が対象店で1000円の食事をした場合、その場での支払いは700円のみ。企業は補助額の300円と、手数料を合わせた金額をGigiに支払い、Gigiが後日、飲食代金を店舗に納金する。従業員が自己負担分をアプリ上で決済する仕組みの導入も検討する。

Gigiの今井了介社長は「本社社屋などでしか恩恵が得られない旧来型の社食は、福利厚生としては不公平だった」と指摘する。人数が少ない地方拠点の社員や外回りが多い営業職など、社食に立ち寄りにくい従業員もいる。そうした人でも、近隣の飲食店の利用に補助を受けられるようにすることで、不公平感を緩和する。

拠点周辺の飲食店への送客力が強まり、地域活性化につながる点も企業にアピールする。店舗側も対象企業の従業員がどれくらい自分の店を利用しているか把握でき、マーケティング

ングに活用できるとする。Gigiは導入企業の拠点周辺で重点的に対象店舗の開拓をするなど、利便性も高めていくとする。

(2020/12/02 日経MJ)

コロナ禍で働き方も大きく変わっている今、リモートワークやノマドワークの増加で毎日会社に出社するのが当たり前という概念すら近年では薄れつつある。社食を設けない、もしくは廃止することにより、場所や人件費の削減、さらに地域の飲食店活性化に繋がるなど利点も多いのではないだろうか。大企業だからこそ導入しやすい福利厚生でもあり、地域貢献のアピールにもなるだろう。お昼時の飲食店の混雑や企業の負担額が懸念材料ではあるが、今後の動きに注目したい。