

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「“ヤオコーPay” 3月10日スタート チャージでヤオコーのポイントがたまる」
- 2) 「さまざまな料理や食材に最も合わせやすい飲み物は紅茶」
- 3) 「スマホに触らなければ1杯無料 “今この瞬間” を百倍楽しむレストラン」

1) 「“ヤオコーPay” 3月10日スタート チャージでヤオコーのポイントがたまる」

ヤオコーは、ヤオコー公式アプリの新機能として、ハウスプリペイド機能「ヤオコーPay」を導入する。3月10日から一部店舗を除くヤオコー152店舗で、アプリを使ったチャージや支払いが可能になる。

関東エリアに積極的に新規出店を進めているヤオコーは、これまでは現金とクレジットカードしか利用できなかった。今回のバーコード表示による決済機能の追加によって、アプリひとつでポイント付与、キャッシュレス決済、買い物履歴やチャージ残高の確認が可能となり、アプリを利用するメリットが増える。

チャージ方法は現金のみで、最大5万円まで、店内チャージ機またはレジにて1000円単位でチャージ可能。チャージ金額に応じてポイントも進呈し、200円につき1ポイントたまる。支払い時にも従来同様、200円につき1ポイントの買い物ポイントがたまり（決済手段を問わず一律）、あわせて実質100円につき1ポイントの進呈となる（ポイント還元率1%）。500ポイントたまると500円分のお買い物券が発行され、ヤオコー店舗で買い物に利用できる。

なお、ヤオコーのグループ企業が運営する現金決済オンリーのスーパー「ave（エイビイ）」「フーコット」は、ヤオコーアプリ未対応なので、ヤオコーPayは利用できない。3月10日～20日は、最大700ポイントプレゼントするチャージキャンペーン「ヤオコーPay 誕生キャンペーン」を実施予定。

またヤオコーは、2023年3月24日に「ヤオコー入間仏子店」（埼玉県入間市）で新たにネットスーパーを開始する。注文は3月22日10時から受け付ける。入間仏子店の新規開業により、「ヤオコーネットスーパー」の店舗は千葉1店舗・埼玉17店舗の計18店舗に拡大する。

（2023/03/07 BCN+R）

スーパーを始めコンビニや薬局もそれぞれ独自のキャッシュレス決済に乗り出し、アプリ導入を強化している動きが目立つが、消費者からは肯定的な声がある一方、「〇〇ペイ」が増えすぎてややこしい、使いづらいといったネガティブな声も少なからず聞こえてくる。囲い込み戦略のひとつであることは理解できるが、実際の利用率などを可視化したり、大手決済システム側も手数料を見直したりと、よりフラットで長く利用できる決済方法があるのではないだろうか。

2) 「さまざまな料理や食材に最も合わせやすい飲み物は紅茶」

日東紅茶ブランドで知られる三井農林は、科学的アプローチで紅茶がさまざまな料理や食材に最も合わせやすい飲み物であることを突き詰め、その調査データを家庭用・業務用でクロスMDを提案するWith TEA事業に反映させている。

With TEA提案は、2019年から営業が感覚的に提案していたのを22年頃に科学的アプローチを取り入れて進化させたものとなる。

科学的アプローチの一端は「SCIENTIFIC AMERICAN（サンエンティフィック・アメリカン）」に公開されている「The Flavor Connection」と題した記事を参考にしている。同記事では、さまざまな飲み物と食材で共通する香りを線で結んだ“香りのつながりマップ”が掲載され、ローストビーフに次いで紅茶が高い位置づけにある。

藤枝工場で主にフードペアリングの調査・研究に取り組む大野敦子さんは「共通の香りが多いほどマッチングする。共通の香りは、飲み物の中では紅茶がダントツに多く、ビールや白ワイン、チーズなどの香りと太い線でつながっている。共通する香りが多くなると線が太くなる。

最上位にあるローストビーフは、いろいろな香りの要素が入っている分、スパイスや調味料、ビールなどさまざまなものとあわせやすくなっている。また、ガスクロマトグラフという機械で香気成分を分析すると、紅茶とカレーにはリナロールなど多くの種類の香りが共通していることがわかる。紅茶にスパイスを入れてもおいしく飲めるのも、香りの共通性に理由があることがわかってきた」という。

コーヒーでもフードペアリングが盛んに提案されているが、紅茶に比べると、香りの共通性は限定的となる。「コーヒーはもちろんロースト系の食べ物と相性がいいが、飲用シーンが紅茶と少し異なり食後がメインであることが分かってきた。したがって、紅茶はもっと食中に飲んでいただけるようにアピールしていきたい」と意欲をのぞかせる。

With TEAを考案する際に軸足にしているのが、同調・調和・サポート・リセットの4つの香りの効果となる。

「同調は、香りの性質が同じで、例えば甘い香りもの同士をあわせる提案となる。一方、調和は、香りが同調しつつ味わいがまとまっていること。サポートは、紅茶の香りが控えめのため、食べ物の味や香りを引き立てる効果で、リセットは油っぽい食べ物の味わいを上手く流してくれる効果となる」と説明する。

今後は、紅茶でそばや和食と合わせるなど提案の幅を広げるべく研究を続ける。「意外な組み合わせでは分かっていない部分もあるので、その深掘りと、今まで提案できていなかった和食などスイーツ以外のところでも発信していきたい」と意欲をのぞかせる。

このWith TEAの調査・研究で得られた知見を活用して、スーパー、量販店など小売店へ魅力ある売場づくりの提案を加速すべく21年7月にはWith TEA推進部を新設。その旗振り役を務める笠原茂さんは「With TEAは三方よしの営業活動につながると思っている」と胸を張る。

「クロスMDでエンドの棚を賑わし、お店にとっては競合店と差別化が図れて集客アップにつながり、来店されるお客様にとっても売場で新しい発見や楽しさを感じていただくことができる」。

大手外食向けの部署を率いる松村哲弥さんは「コロナ禍で全般的に夜の営業が時短傾向にあり、昼の時間帯への消費のシフトが急激に進んでいる。また、あらゆるモノの値段が上がったことで節約志向が高まり、外食では、昼・節約・専門性の3つのポイントを踏まえることが必須になっている」と指摘する。

専門性とは、お茶の場合、静岡産あるいは農園を指定したものとなる。そうした中で、藤枝工場（静岡県藤枝市）でのフードペアリングの調査・研究について「なぜおいしいのかが言語化でき、視覚化もできる」と評する。

松村さんが目指すべきは、食中飲料としてのお茶の地位向上。「白身魚に合うドリンクに白ワインが想起されるのと同じレベルで、食べ物とお茶が合わさると、こんなにも食生活が豊かになるというところまで世の中がマインドセットされるように、お客様1軒1軒に提案していきたい」と意欲をのぞかせる。

（2023/3/12 食品新聞）

昨今のコーヒーブームに比べると同じ嗜好品である紅茶はこれといった大きな盛り上がりを見せていない。数年前からスターバックスが紅茶専門店の出店を増やしているが、まだ地域は限定的であり、他のファストフード店ではコーヒーにはこだわっても紅茶はお湯とティーバックが渡されるような味気ない対応だ。しかし、こうした科学的アプローチで見える化をすれば、紅茶の付加価値もUPするだろう。紅茶の持つ「女性的・上品」なイメージを変えるような仕掛けがあれば、より幅広い層が楽しむことができそう。食を楽しむための新たな提案として注目したい。

3) 「スマホに触らなければ1杯無料 “今この瞬間”を百倍楽しむレストラン」

あなたにとって、「豊かな時間」とは何だろうか。友人とカフェでお茶をする時かもしれないし、家で一人、読書をしているときかもしれない。あるいは、仕事や勉強をしているときに豊かだと感じるかもしれない。「豊かな時間」のあり方は人によってさまざまだが、共通していることがある。それは、一つのことに真摯に向き合っているということだ。

南フランスの古都アルビにあるレストラン「サミーズ・ダイナー」では、友人や家族に囲まれて美味しい食事をする時間を楽しんでもらおうと、クリエイティブな取り組みを始めた。その名も、“No Phone January” キャンペーン。

テーブルに着くと、スマートフォンを入れる小さなバスケットを手渡される。ずっとバスケットに手を触れることなく食事を終えた人には、コーヒーや紅茶、食後酒が提供される。実際、客の大半がキャンペーンに参加し、その様子が多くのフランス国内メディアで報道された。レストランのマネージャー、アドリアン・マルタンがこの斬新なアイデアを

思いついたのは、レストランを観察していたときだった。なんと、年齢を問わず客の8割が、スマホの画面に釘付けになっていたようだ。

この取り組みの狙いは、スマホから離れてもらうことで、一緒に食事をしている友人や家族と、より充実したひとときを過ごしてもらうことであった。実際、スマホの使用頻度と人間の幸福度には関連性があることが、複数の研究によって示唆されている。

スマートフォンとヒトの幸福、この関係を紐解くキーワードのひとつとして「マルチタスク」が挙げられる。「マルチタスク」とは、一般的に複数の作業を同時に行うこととされ、効率的でポジティブに捉えられることが多いようだ。しかし、心理学や神経科学の研究によると、この意味でのマルチタスクは基本的に存在しないという。実際に「マルチタスク」中に起きていることは、タスクの切り替えなのである。

スタンフォード大学のクリフォード・ナス心理学教授によると、「マルチタスク」は、節約する時間よりも多くの時間を浪費しているとのことだ。また、集中力や創造力の低下につながる恐れがあるという。これは、次々と流れ込んでくる膨大な情報を脳が処理しきれず、飽和状態となってしまう認知機能が低下するためであると考えられている。

スマホの使用は「マルチタスク」の典型例であり、その利用自体が情報過多となることが多い。さらに、パソコンを開きながら、あるいはテレビを見ながらスマホを使うという、メディアのマルチタスク化も一般的であり、スマホとの健康的な付き合い方は、現代における重要なテーマとなっている。

スマホと健全な関係を築くためには、目的を持って利用することが大切だ。つまり、「ながらスマホ」や単に手持ちぶさたで触るのではなく、必要な時、本当に使いたいという時に意識的に利用するということである。そうすることで「マルチタスク」的な使用を防ぎ、優先順位をつけて、ひとつひとつのことに心を込めて取り組むことにつながるだろう。

アルビのレストランでの一杯のコーヒーは、今ここにいる大切な人と楽しい時間を過ごしてほしいという願いを込めた、スマホから離れるための優しいきっかけだったのだ。あなたも、一旦スマホを置いて、お気に入りのドリンクでくつろぎながら、自分にとって本当に豊かな時間とは何か、考えてみてはいかがだろうか。

(2023/03/03 IDEAS FOR GOOD)

フランスだけに限らない「スマホに釘付け問題」。1人の時間であればまだしも、複数人で食事を楽しむ時間にまるで1人で来ているかのようにスマホばかり触っている人を見かけると悲しくなるものだ。情報過多に慣れてしまいスマホありきで生活が成り立つ今、どこかで脳と心の休息を取ると同時に対人コミュニケーションの大切さを改めて感じる機会も必要ではないだろうか。飲食店側から気づきを与えてくれる良い取り組みだ。