

ゼンリンが文房具販売

住宅地図大手のゼンリンは文房具に参入する。自社で整備した地図データをデザインに取り入れたクリアファイルやノートなどを商品化。同社は企業向け事業が中心だが、文具販売を通じて主に20~30代の女性の認知度を高めることを狙う。15日から、首都圏と福岡県にあるロフトで先行販売し、2月以降に取扱店舗を順次拡大する予定だ。「m a t i m a t i (マチマチ)」シリーズとして販売する。東京・丸の内と表参道、吉祥寺、福岡・天神の4エリアの地図データをデザインしたクリアファイルやマスキングテープ、小型ノート、ブックマークを計16種類展開する。今回の実績を見極めたうえで、文房具のほか、衣料や他の雑貨の販売も検討する。

ゼンリンは企業向け事業が中心のため、40代以上の男性に対する認知度は高い一方、20~30代女性の認知度向上が課題だった。 一日経MJ2016.1.13-



女性社員によるプロジェクトチームが開発を手掛けた

■高品質ドーナツに刷新

セブンイレブン 販売テコ入れ

セブンイレブン・ジャパンは2014年に販売を始めたドーナツを前面刷新する。製造方法を全面的に見直したほか、価格は高めだが品質の高い小麦粉などを使った新商品を投入する。「セブカフェドーナツ」を19日に刷新する。新たに発売する「チョコ&ナッツドーナツ」は、セブンイレブンの高級プライベートブランド「セブンゴールド 金の食パン」で使っている小麦粉を採用した。店舗では常時6種類を用意。新商品の「濃厚キャラメルドーナツ」はこれまでで最も高い138円にする。主力の「チョコオールドファッション」(100円)などは価格を据え置きながら、製造方法を見直した。セブンは14年11月にドーナツの販売を始め、15年8月には取扱店を全国1万8000店に広げた。ただ、当初は1日平均100個以上を販売していたが、最近は競合が激しくなったこともあって伸び悩んでいる。

一日経MJ2016.1.15-

夜間テコ入れ 客層広く

リンガーハット

リンガーハットは客数が伸び悩む夜間をテコ入れする新業態店を出す。主力のちゃんぽん店ととんかつ店との融合店や、ロボットが生ギョーザを箱詰めするコーナーなどで新たな層を呼び込む。

今春、東京・葛飾のロードサイド店にちゃんぽん店「リンガーハット」と系列のとんかつ店「浜勝」の融合店を出す。1階でちゃんぽん、2階でとんかつをそれぞれ楽しめることで若者や単身世帯、家族客など幅広い層を呼び込む。ロボットが生ギョーザを作る直売所の実験店は今月下旬に東京・神楽坂に開く。専門工場で作ったギョーザを各店に配送しているが、新店ではギョーザを店内で作り、箱詰め作業などをロボットに置き換える。ギョーザの皮や具材に使う野菜はすべて国産にして、3~5種類を用意する。店舗の外からロボットの様子がガラス越しに見えるようにし、子ども連れの家族客など新たな層をつかむ。このコーナーを置く新宿神楽坂店でノウハウを積み、4月中旬に千葉県柏市内の商業施設内に開くギョーザ専門店にロボットを本格導入する予定だ。

一日経MJ2016.1.18-

インドネシアでパン事業

アンデルセン 冷凍の生地供給

広島市を拠点とするアンデルセングループは、インドネシアでのベーカリー事業に乗り出す。2016年1月をメドにインドネシアの現地企業と冷凍パン生地の製造・販売を手掛ける合併会社を設立する。約3億円を投じて工場を建設し、冷凍パン生地をコンビニエンスストアなどに供給する。経済成長で洋食が広がるインドネシアで需要を取り込む。

持ち株会社のアンデルセン・パン生活文化研究所(広島市)が、インドネシアで最大級のコンビニエンスストア「インドマレット」の運営を手掛けるインドマレットグループと冷凍パン製造の合併事業について基本合意した。合併会社が建設する工場は16年6月に完成する予定だ。アンデルセンは香港など東南アジアを中心にFC方式でベーカリー「リトルマーメイド」「デニッシュパーショップ」を展開している。アメリカでは直営店も持つなど海外事業拡大に力を入れている。

一日経MJ2015.12.7-

