

「アマゾンロッカー」設置

ファミマ、3つの願い託す

ファミリーマートはアマゾンジャパン（東京・目黒）と組み、宅配ロッカー「Amazon Hub ロッカー」の店舗設置を始める。

今回のサービスは、アマゾンのインターネット通販サイトの利用者が注文時に配送先としてロッカーを選択することで商品がコンビニエンスストアに届く仕組みだ。ポイントは利用者が自ら商品を取り出せることだ。

ファミマは現在もアマゾンの通販サイトで購入した商品を利用者が店舗で受け取る「店頭受取サービス」を取り扱っている。新サービスで利用者がアマゾンから送付されたパスワードを使い、自分でロッカーから荷物を出せるようになれば、店員の作業負担を減らすことができる。2つ目に期待する効果は「ついで買い」による利用客の増加だ。コンビニに立ち寄るつもりがなかった利用客が宅配便受け取りのために来店すれば「ついで買い」による売り上げ増が見込める。3つ目は店舗運営の円滑さの向上だ。多くの種類の商品を取り扱い、配送頻度の高いコンビニでは遊休スペースが少ない店舗も多い。荷物をロッカーに入れられるようになれば店舗の収納力は高まり、従業員の作業スペースを広げられる。

小売企業全体ではネット企業と実店舗との利用客争奪が激化しているが、ファミマはネット企業大手のアマゾンと手を組み、互いにメリットが得られるモデルを模索する。

—日経MJ2019.9.16—

生分解性ストローを導入

セブン、高知で試験的に

セブン-イレブン・ジャパンは5日、高知県内の店舗で生分解性素材のストローをアイスコーヒーで試験導入すると発表した。100%植物由来の素材で、微生物などの働きにより海中で自然に分解されるという。プラスチックごみによる海洋汚染が問題となる中、環境保護への対応を進める。

6日から高知県内のセブン約40店舗で、いれたてコーヒー「セブンカフェ」で提供する。カネカが開発した生分解性ポリマー「PHBH」を使ったストローを採用する。利用客の反応などを分析し、導入店舗の拡大も検討する。

同社は1月から四国の一部地域で、アイスコーヒーで飲み口の付いたフタに切り替える実験を始めた。高知県内でも行っており、生分解性素材のストローは必要とする利用客向けに提供する。 —日経MJ2019.8.9—

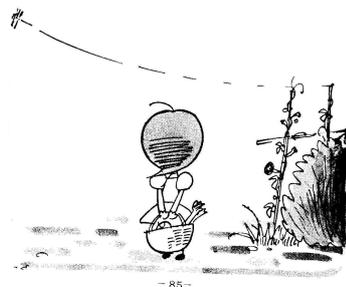
サバ缶ブーム 衰え知らず

健康志向で水産大手が続々新商品

いまだ衰えを知らないサバ・イワシ缶ブーム。水産加工メーカーは、この動きをさらに推し進めるべく、秋に向けて続々と商品を投入する。これまで水煮や味噌煮が定番だったが、洋風の缶詰やちくわ、ソーセージなど商品の視野が広がっている。メーカーは不漁が続くサンマなどに代わる稼ぎ頭として、サバやイワシ商品を強化する考えだ。

サバ缶は血液をサラサラにするといわれるエイコサペンタエン酸（EPA）やドコサヘキサエン酸（DHA）を手軽に取り入れられる食品として17年から人気が高まった。欠品や品薄が続いたことで、18年以降はイワシにもブームが波及している。大手メーカー各社の商品拡大が後押しし、サバ・イワシ缶ブームはしばらく続きそうだ。

—日経MJ2019.8.28—



レストラン参入 卵料理店を展開

■「カフェ・ベローチェ」のシャノール

「カフェ・ベローチェ」を展開するシャノール（東京・豊島）はレストラン事業に本格参入する。まずは卵料理店の展開を始め、1号店を今月出店。

新業態の名称は「YELLOW MARKS（イエローマークス）」で、まずは28日に東京・渋谷の神南地区に出店する。「卵料理専門店」の位置づけで、泡立てた卵を焼き上げる「窯焼きスフレオムレツセット」（税別980円から）などのメニューをメインに据えた。

シャノールにとって初のレストラン業態となる「イエローマークス」は構想に約1年を要した。レストランに参入する背景には、ベローチェなどの「セルフサービス型」カフェチェーン同士の競争が激化していることに加えて、「コメダ珈琲店」やドトール・日レスホールディングス（HD）の「星野珈琲店」など高単価な食事メニューも充実させた「フルサービス型」の人気が高まっていることがある。

シャノールは「イエローマークス」1号店動向を分析したうえで、多店舗化を検討する。現状では都市部での出店を想定している。 —日経MJ2019.9.23—