

## ナチュラルローソン

# 今世紀生まれ 異形の新風

ナチュラルローソンの1号店は2001年、東京・自由が丘にオープンした。1975年に1号店を出したローソンが25周年を記念し社内で「新しいコンビニエンスストア」のアイデアを募集。アレルギーの子供を持つ社員が「安心して商品が買える店をつくりたい」という考えで原案を出したのが始まりだ。

試行錯誤を繰り返し、現在のメインテーマは『美しく健康で快適な』ライフスタイルを身近でサポートするお店に固まった。貪欲に客層を広げ店舗網を拡大した従来のコンビニとは成り立ちが異なる「異形のコンビニ」だ。ただ、国内約5万8000店規模に成長したコンビニ業界は転機を迎えている。近隣の競合店はおろか、同じチェーン内でも顧客争奪戦が激化。売上高は頭打ちの状態が続く。そうした中、オーナーと手を取り合って商品・店舗をつくり込み、既存店売上高を伸ばし続けるナチュラルローソンはコンビニのあり方に一石を投じている。

創業20年を目前に基盤を作ったナチュラルローソンがスケール面でも飛躍できれば、成長神話に陰りがみえるコンビニ業界に1つの「道」を示すことになる。

—日経MJ2019.12.13—

## パン売り場併設 飲食店じわり

パン売り場を併設する飲食店が増えている。

カイザーキッチン、ドイツ料理のソーセージやクラフトビールなどを提供するビアホール「シュマッツ」を約30店展開するが、新業態店としてパン売り場を併設した「シュマッツ・ベーカリー&ビア」を開いた。

新店を出店したのは小田急線と京王井の頭線が交差する下北沢駅直結の商業施設「シモキタエキウエ」。

常時20種類のパンをそろえる。飲食店運営のフレーバーワークスは昨秋、「新宿サザンテラス」（東京・渋谷）のフードホール1階に、米国発の卵料理専門店「eggslut（エッグスラット）」とベーカリーを、2階にはロブスターロールの「ルークス」を開業した。夜に強い業態だが、「パン売り場を気軽にのぞいてもらうことで、レストランの利用につなげたい」（同社）と、来店頻度を高める効果も期待する。

これまでも、コロナ傘下のフレッシュネスバーガーが、17年から一部店舗でパンの販売をスタート。現在は16店舗でパンを取り扱う。「スターバックスコーヒー」もイタリアのベーカリー「プリンチ」の商品を取り扱う店を増やすなど、パンの販売に力を入れる飲食店が目立つ。

—日経MJ2020.1.17—

## タイ料理店「マンゴツリー」 国産米粉で独自の生麺

タイ料理店「マンゴツリー」を展開するミールワークス（東京・目黒）は、国産の米粉を使った同社オリジナルの生米麺に適した新潟県産のコメを使用し、タイ式の製造法で生産する。小麦粉アレルギーを引き起こすグルテンを含まない「グルテンフリー」商品としても需要を見込む。東京・渋谷や横浜市などの5つの店舗で取り扱う。『「マンゴツリー」オリジナル生米麺 クイットィオ』は、2015年から新潟県上越市のコメ生産農家と協力して開発。ミールワークスは17年からすべてのレストランにオリジナルの生米麺を導入している。麺のつなぎにも小麦粉は不使用。このため、小麦粉アレルギーの子どもをもつ母親らから「麺だけを販売してほしい」との声があり、販売を決めた。

ミールワークスは今後、生米麺の販売を「マンゴツリー」の他店舗に広げることも検討している。

—日経MJ2019.12.23—



## ■米でワサビ加工品増産

ワサビ加工品メーカーのマル井（長野県安曇野氏）は米国でワサビ寒冷製品を増産する。マル井は持ち帰りずしチェーンを運営する米企業と2000年にロサンゼルスで合弁会社を設立。粉ワサビやドレッシング、ソース類などを生産販売している。米国でのワサビの市場規模は年5%の伸びが続いており、南米も10%以上のペースで拡大しているという。マル井は早い段階から米国での現地生産に踏み切って販売を伸ばしてきた。現地法人の売上高は、5年前に比べて20%以上伸びた。ただ、このままでは需要に答えきれなくなると判断し、今秋以降をメドにロサンゼルス近郊に工場を移転する。新工場ではワサビ入りドレッシングやロールすし向けのソース類などワサビ関連商品のラインアップも広げる。

—日経MJ2019.1.2.2—

