

マーケティングの出番ですか？

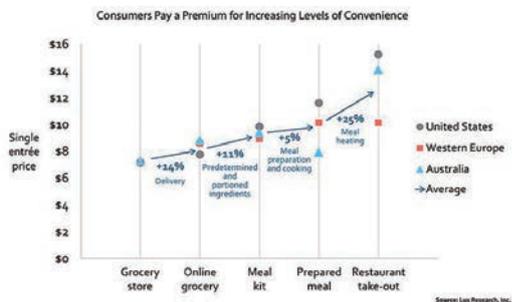
第76回 NYで注目を浴びるフードテック (Foodtech) — オンライン宅食サービス

Aya Kubosumi ノマドマーケター

今回は、withコロナ環境下におけるNYのフードテックビジネスをご紹介します。

●中食、外食に プレミアムなお金を払うアメリカ

従来であれば、たくさんの人で賑わうレストランやバーですが、コロナウィルスにより室内での食事提供ができないなど、大幅な営業制限を強いられている中で、需要が伸びている市場の一つが、"Prepared Meal Delivery Service (宅食・食事宅配サービス)"です。このサービスは、アマゾンのミールキットなどのレシピと食材がセットになって自宅に配送される食材キット宅配サービスとは異なり、電子レンジで温めるだけですぐに食べることができる、いわゆる宅食を自宅に配送するサービスです。アメリカでは、"Ready to eat meal"や"Prepared meal"といいます。中食に該当する食材キット宅配 (Meal kit) と総菜もしくは宅食 (Prepared meal)、外食のレストラン等での外食 (Restaurant) は、いずれもアメリカの1食当たりの平均単価が最も高く、アメリカでは内食ではなく、中食や外食にプラスでお金を払い、手軽さや利便性を獲得しているといえます。



図：Consumers Pay a Premium for Increasing Levels of Convenienceより引用

●ミシュラン星付きのレストランなどNYで活躍するシェフによる美食メニューを提供するCookunity

多様なプレイヤーがしのぎを削るサブスクリプション型オンライン宅食サービスの中で、独自のポジショニングをとるCookunityのサービスを検討してみました。Cookunityはアルゼンチンでフードデリバリー企業を立ち上げた経験を持つMateo Felix Marietti氏とヘッドシェフの Lucia Cisilotto氏の2人の共同創業者によって2015年に立ち上げられました。ウェブサイトには、"Let New York's most talented chefs change the way you eat."

「ニューヨークの最も才能あるシェフたちに、あなたの食事のしかたを変えさせよう」

という言葉が掲げられ、NYで活躍するシェフたちが作る美食を日常の食生活に組み込み、食事のしかたをもっとポジティブなものに変えようというコンセプトが伝わってきます。

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。



●健康コンシャスで舌の肥えた ニューヨーカーたちの支持を得るか？

Cookunityはニューヨーク州、コネチカット州、ニュージャージー州などの東部の州を中心に9つの州でサービス展開をしています。サービスの特徴としては、

- ・毎週4食（1食あたり、13.49ドル）から16食（1食あたり、10.49ドル）を自宅に配達、配達料は無料
- ・初回注文はなんと太っ腹の50%オフ！
- ・食事はおよそ4~5日間冷蔵保存することができ、レンジやオーブンで温めてすぐに（およそ2分以下）で食べる準備が完了
- ・200種類以上の多様なメニューの手作りの食事が楽しめ、中にはJean-Georges Vongerichtenといった、世界で活躍するミシュランスターシェフのメニューも！
- ・Farm to Kitchen to Table（農場から調理場、そして食卓）の質の高い食材
- ・遺伝子組み換え食品（GMOs）、人工的な保存料（Artificial）を使用しておらず、人道的に育てられた食材（Humanely Raised）を使用
- ・栄養の専門家から健康的な食習慣を続けるための食事の選び方についてのアドバイスを毎週提供



Cookunityの1食の価格帯については、コンビニやスーパーなどで安く美味しいお惣菜やお弁当を購入できる日本と比較すると、高く感じられる方が多いかもしれませんが、マンハッタンなどのニューヨーク市内のレストランでデリバリーをしたり、ランチをすると実際にこの金額では済みません。レストランレベルの食事がこの金額で可能であれば、ニューヨーカーにとっては魅力的な価格帯と言えそうです。

●Cookunityの 5つの提供価値

Cookunityの食事は美味しさとニューヨークのシェフのメニューを食べるという楽しさを手軽に提供されていると実感します。サービスプロセスの分析を通じて検討したCookunityの提供価値は下記の5点です。

- 1.手間をかけることなく、美味しい料理を時短で食べることができる価値
- 2.健康やダイエットを考慮した食生活をデザインすることができる価値
- 3.ニューヨークの有名レストランやプライベートシェフの料理を自宅やオフィスで安価に楽しむことができる価値
- 4.環境に配慮した紙のパッケージや梱包材が使われていることで、デリバリーや宅食で通常使用されているプラスチック容器で食べる味気無さが軽減される、環境負荷への罪悪感が軽減される価値
- 5.シェフという個人と地域との繋がりを感じることができる、コロナウィルスによるパンデミックで経済的な困難を抱えるシェフやレストラン業界を支援、貢献している気持ちになれる価値



5.の価値については、ニューヨークでは閉店したままのレストランもまだまだ多くあり、寄付金やレストランのギフト

券の購入を募っているレストランも少なくありません。プライベートシェフをしている個人の人はさらに困難な経済状況を抱えているかもしれません。そんな中で、この宅食サービスを通じて、食事を購入することでシェフを応援することができるという、シェフやレストラン業

界を支援する一つ的手段としても魅力を感じました。同時に、レストランで屋内飲食ができない現在、私のように外出をあまりせずに、自宅に引きこもっているようなライフスタイルでも、レストランに行った気持ちになれたり、外との接点を感じたりすることができます。自社のビジネスを通じて、顧客だけでなく、関わる全てのステークホルダーにとって、Win-winであり、価値が循環するビジネス環境を作ること、今の企業に最も求められる要件の一つだと強く感じています。日々刻々と環境が変化する中で、こうした循環ビジネス環境を作り続ける企業こそが生き残っていただけるのではないのでしょうか。

当コラムのより詳細なオリジナル版は、<https://www.mo4ma.org> でご覧頂けます。



Aya Kubosumi (ノマドマーケター)

コニカミノルタ、大阪ガスで行動観察やユーザーリサーチに携わったのち、GOB Incubation Partnersを創業。夫の転職に伴い、東京から家族とともにNYに移住。ノマドマーケターとして、NYの人々、もの、こと、を日々観察、体験したことを素材に、日本の商品開発に携わる皆さまと共有したいインサイトを綴ります。

女性の視点で

approach to customers in marketing

<https://robobakkon.jp>

デンプロクシー
ウェルコインターナショナル

〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13ザ・ビーク4F号
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿重友ビル 8F

Tel. 03-6412-8780
Tel. 03-6418-5519

info@robobakkon.jp
info@wellco.org