

クックパッドマートの生産者・個人事業主向け支援サービス

クックパッドは、料理レシピのコミュニティサイトの運営で知られているが、2018年生鮮食品のECに参入。その仕組みを利用してコロナの影響を受ける生産者や飲食店・惣菜店などの個人事業主支援ビジネスに乗り出している。

1. 生鮮食品 EC への参入理由とビジネスモデル

日本国内の食品市場は20兆円とも言われるが、そのうちECの占める割合は1%にも満たない。欧米の主要国が5～10%であることを考えると、大きな潜在的需要が眠っていると言われ、ここ数年、既存のスーパーマーケットを始め、大手EC事業者などもこぞって参入してきている。

そんな一見競争が激化する市場に独自のビジネスモデルで参入したのがクックパッドマートだ。

その仕組みは、地域の生産者が販売するこだわりの食材を、出荷当日に新鮮な状態で利用者に無料配送するもので、利用者はスマホのアプリを使って商品1点からでも注文可能。商品は店舗や施設、マンション共用部等に設置された生鮮宅配ボックス「マートステーション」の中から場所、時間を選んで受け取ることができる。2020年4月現在、サービスエリアは東京23区、横浜市、川崎市で、今春からは有料で宅配にも対応を開始している。（※販売者・生産者は1都3県が対象）

■クックパッドマートの仕組み



出典：クックパッドマートHP

■マートステーション設置事例



出典：クックパッドマートHP

参入理由は、現在約9割を占める料理レシピ投稿・検索サービスに続く第二の事業の柱を構築することにある。消費者の“料理を作る瞬間”だけではなく、買い物の習慣を変革し、さらには生産者の支援、自律までを見据えている。

2. #おうちで楽しもうマルシェ

クックパッドマートは事業立ち上げから約2年が経過し、徐々に参画者を拡大しつつあるが、そんなさ中に新型コロナウイルスが発生。その影響により、全国的にマルシェ・朝市・市場開放や食に関するイベントの中止・延期が相次いだ。そこでクックパッドでは外出自粛などが中長期に続く見込みが高いと判断し、一時的な生産者の支援という形だけでなく、継続的な、生産者と消費者のつながりの場を構築していくことが重要であると考え、オンラインマルシェ「#おうちで楽しもうマルシェ」を開催している。

内容は、クックパッドマートアプリ内で、オンラインマルシェを毎週末の金・土・日曜に開催。併せてマルシェ特設サイトを開設し、毎週の開催情報やマルシェに参加する出店者に関する情報を発信している。

また、イベント団体、商店街組合、市場組合などの生産者団体・販売者団体、地域の生産者、飲食店など販売者からの出店も募集。出店に関する初期費用・固定費用は無料としている。

ゴールデンウィーク期間中の第3回、4回は食品流通において生産者と消費者をつなげる役割を果たす卸売市場が困難に直面している状況を受け、横浜中央・豊洲・大田・川崎の各市場及び築地魚河岸と連携し、「市場めぐり」のできるオンラインマルシェを開催。約50の仲卸や専門店が出店した。

この企画は今後も継続予定としている。

■「#おうちで楽しもうマルシェ」画面



出典：クックパッドマート HP

3. 非対面型宅配システム開発による飲食店支援

さらにクックパッドでは飲食店・惣菜店などの営業自粛を受け、これらの店舗向けに、非対面テイクアウト/宅配システムを開発した。こちらもクックパッドマートのインフラを活用してサービスを提供する。

従来は、市場や直売所などに設置されている共同集荷所へ出荷する出店者のみ商品販売が可能だったが、今回新たに、商品の受け取り場所であるマートステーションへ飲食店などが持込出荷できる仕組みを開発した。

マートステーションは東京都、神奈川県に現在約80カ所あり、徐々に拡大中である。

利用者は1週間後まで事前注文可能で、1品から送料無料で購入できる。当日朝8時までに注文した商品に関しては、当日配送に対応する。来店せずにクックパッドマートのアプリから商品の注文や決済ができ、マートステーションの利用で、待ち時間や支払いの手間が省ける。商品の受け取りや宅配は、クックパッドマートに出店している他の店舗の商品も一括で届けることが可能なので、普段の買い物と一緒に商品を注文することができる。

出店者は注文締切後、当日17時までに選択した指定のマートステーションに持込出荷することで販売できる。販売商品は、1品から登録可能。複数利用者の注文をまとめて一括出荷できるので手間がかからない。また、出店に伴う固定費、初期費用は無料となっている。一方で、持込出荷で販売すると、商品販売価格の10%（税抜）を、決済手数料などの諸経費を含む手数料として徴収する。

利用者が宅配オプションを利用する際も出店者の配送料負担はない。併せて、マートステーションを自身の店舗内や店頭へ設置することも可能だ。これにより出荷の負担を大幅に抑えられるだけでなく、近隣の利用者へ新鮮な食材が好きな時間に受け取れる環境をつくることができ、受け取りのために来店する集客のツールとして使うこともできる。導入費用は一切かからず、運用コストも維持協力金制度の活用で補填できるという。

クックパッドマートの普及には、今後マートステーションの設置数が拡大できるのか、そしていかに物流コストを抑えながら事業を継続していけるのかがカギとなってこよう。料理レシピで築いてきたブランドを活かして、どこまで飛躍できるのか。今後のクックパッドに期待したい。