

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ファミレスやカフェまで 大激戦の“ちょい呑み”」
- 2) 「夢の街創造委、1人前からランチ配達 注文アプリ」
- 3) 「ヤフーとブックオフ、渋谷“ヤフOFF!” 開店へ」

1) 「ファミレスやカフェまで 大激戦の“ちょい呑み”」

お金も時間もかけない「ちょい呑み」が人気だ。吉野家の「吉呑み」やケンタッキーに負けじと中華チェーン店やカフェまで「ちょい呑み」メニューが登場している。どんな店が増えてきたかというところ。

中華ファミレス「バーミヤン」で人気の「ちょい呑みセット」は本格焼き餃子にビール中瓶（699円税抜き）付き。これに「手羽先」（399円）や「ベーコンの青菜炒め」（同）などの料理と共に、焼酎で杯を重ねる。何より居酒屋よりボトルが安いのが魅力だ。黒霧島（900ml）やいいちこ（720ml）が各1249円。残ったボトルは2カ月間無料でキープできるとあって、棚にキープボトルが100本以上。ボトルを頼んでいけば、通常250円のドリンクバーが150円でOK。ウーロン茶や炭酸水などで割ることもできる。

安さなら、イタリアンレストラン「サイゼリヤ」も負けてはいない。イタリア産ワインが1杯100円（税抜き）、500ミリリットルのデカンタが399円、ボトル（1500ミリリットル）が1080円で、料理もキャベツとアンチョビーのソテー199円、ハウレン草のオープン焼き299円と驚きの安さ。

これだけじゃない。「ちょい呑み」は、カフェやコンビニにも広がっている。

ドトールが展開するエクセルシオールカフェでは、ハートランドビール（330ミリリットル、530円）やギネスが飲める。スターバックスでも池尻2丁目店など都内3店舗限定で、ビール（680円）や赤ワインなど計6種類の酒を用意している。コンビニチェーン店・ミニストップは、同社店舗では初となる飲酒もOKの「cisca」1号店を先日、オープン。イートインコーナーで、輸入ワインやビールを「ちょい呑み」できる。

これら「ちょい呑み」処は、いずれもチャージやお通し代がかからない点もありがたい。

その他、カフェ&バーフロントではパーティタイムにカプレーゼや枝豆など9種から選ぶつまみと、ビールなどの「パールセット」（580円-）が楽しめる。

天丼てんやはてんぷら4品と生ビールがついた「生ビールセット」（580円税込み）が人気。

フレッシュネスバーガーではPM5以降に、フライドポテトとプレミアムモルツの「ビールセット」（510円）などを用意しており、ケンタッキー フライドチキン大手町店ではPM5以降、プレミアムモルツ（600円）、「コンフィ」（1000円）などを販売している。

立ち飲み、センベロなどがトレンドになり、腰を据えてしっかり飲むよりも軽く1杯飲んで帰るというスタイルが比較的若い層にも広まった。節約したいというのもあるだろうし、お

酒やアテの酒類が昔以上に豊富になり選択肢が増えたことでスタイルも変わってきたのだと思う。お酒＝居酒屋ではなっていることを考えると、本当に様々な業種で垣根がなくなっていることを改めて実感した。スーパーでもちょい呑みコーナーを取り入れてみたい。

2) 「夢の街創造委、1人前からランチ配達 注文アプリ」

飲食ポータルサイト「出前館」を運営する夢の街創造委員会は7日、一人暮らしのシニア層に向けたランチ弁当の配達サービス「おひとりさま便」を始める。スマホに対応した専用アプリを提供。利用者は近所の飲食店で作った出来たての弁当が1人前から注文できる。子育てや仕事で忙しい女性の需要も取り込む。1年間の利用額は12億円と総利用額の約5%に相当する額の新規獲得を目指す。

アプリをダウンロードすると毎朝、近隣の飲食店のお薦め弁当の情報がスマホに届く。午前10時半までに注文すれば正午までに届く。まず東京都新宿区と千代田区にある約20店舗でランチの宅配をスタートし、1年ほどで全国350地域・約3500店舗に広げる。当面は1地域で1日あたり約10件の注文を想定している。

地域の味にこだわる和洋中など幅広い店の中からその日の気分に応じてランチを選べる。食事の宅配ではワタミなど外食各社がサービスを競っているが、曜日別に中身は違っても同じ工場で作るため飽きられやすい面があり、1日単位での注文やキャンセルも難しい。

価格も手ごろ感を重視した。1食あたりは配送料込みで500-2000円程度。ピザ、すしなどの宅配は1食が2-3人分ある場合や、1500円以上注文しないと利用できないケースもある。できたてを提供する新サービスで、コンビニエンスストアなどから需要を取り込む。

同社によると、高齢者の一人暮らしが増えていることもあって「出前館」の総注文数に占める一人客の割合は年々高まっている。2011年度には約18%だったが、現在は2割を超える。注文件数は3割増えた。1回あたりの注文単価は「出前館」利用客平均よりも低い。「リピート率が高く何度も使うため、サイトに参加する飲食店にもプラスに働く」（中村利江社長）とみている。

出前対応するには従業員を雇うコストなどもそれなりに発生すると思うが、定着してきた頃に採算が合わないなどの理由でやめることのないようにしてもらいたいと思う。シニア層がどこまでスマホを巧みに操作し、細かい文字を読んで注文できるのか実態はわからないが、どれだけ浸透するか見てみたい。体が不自由で思うように外に出られない人には宅配はありがたいが、便利になりすぎて動けるのに引きこもらせてしまうような原因にはなってほしくないと思った。

3) 「ヤフーとブックオフ、渋谷“ヤフOFF!” 開店へ」

ヤフーとブックオフコーポレーションは、ネットオークションサイト「ヤフオク!」と中古本販売チェーン「BOOKOFF」を連携させたリユース体験店舗「ヤフOFF! BOOKOFF渋谷センター街店」を、9月26日にオープンさせると発表した。

ヤフOFF! BOOKOFF渋谷センター街店は、既存の「BOOKOFF 渋谷センター街店」をリニューアルしたものとなる。リニューアル前と同様に、中古本を中心とした買取販売を実施。また新たなサービスとして、従来のようなID取得や有料会員登録をせずに出品が可能な「ヤフオク! 出品窓口」を設置する。

出品可能な商品は、ヤフオク!での落札見込み金額が5000円以上のもの。商品を窓口を持ち込むと、必要事項の記入と身分証明書の提示により申し込みが完了する。その後、スタッフが出品作業を行い、出品物が落札されると、手数料を引いた金額が指定の金融機関に振り込まれる仕組みだ。なお手数料は、落札金額に応じて25-45%。

そのほか、税込108円の本を毎月3冊まで無料でもらえるYahoo!プレミアム会員向けサービスなどを提供。会員が店舗を訪れる機会の増加を狙う。また同日、「BOOKOFF 自由が丘駅前店」内で、ブックオフグループの新事業として、ハグオールが運営するオールジャンルブランド買取の「総合買取受付窓口」を設置。この窓口で買い取ったものを、ヤフオク!などで販売する計画だ。

ID・有料会員登録不要という手軽さはかなり魅力的だと思う。大掃除や、引っ越しなど何かの場面で出てくる不要物を捨てるのはもったいないと思う機会も多々ある。気軽な分、手数料も多めに必要になるが「リユース」という目線から見ると、有効な橋渡しの役目だと思う。今後の利用状況に注目したい。