

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「カクヤス、生活・介護用品を販売」
- 2) 「大型店内の障害者支援、スマホアプリで円滑 実用化へ一歩」
- 3) 「オランダのスーパーで“世間話専用レジ” 広がる」

1) 「カクヤス、生活・介護用品を販売」

酒類販売のカクヤスグループ傘下のカクヤス（東京・北）は、生活用品や介護用品の販売を始めた。オンラインショップや店舗で取り扱う。コロナ禍で飲食店向けの酒類が低迷する一方、家庭向けは好調だ。生活用品などの販売の際に「ついで買い」を誘い、家庭向けの売り上げを伸ばす。

衣料用洗剤などの生活用品や大人用紙パンツ、栄養補助食品といった介護用品の販売を始めた。オンラインショップでの取り扱い点数は約200点。カクヤスが手がける「なんでも酒やカクヤス」や「KYリカー」などの店舗でも取り扱う。

販売は東京都や神奈川県などが中心で、店舗での取り扱いは最大で約60点ほどから始める。オンラインショップからの注文でも店舗配送が可能なエリアの場合は、店舗在庫がある商品などを送料無料で即日配送する。

カクヤスは生活用品や介護用品の販売について「顧客のついで買いを増やし、好調な家庭向けの酒類販売を伸ばしたい」と話す。成長が見込める介護関連などを手がけることで、家庭向けの販路開拓につなげる。

同社は緊急事態宣言の解除を受け、「行動制限が緩和されても今までのように外食に消費者が完全に戻りきらないだろう」と予想する。コロナ前の19年水準まで飲食店向けなどの業務用の酒類販売が回復するには数年かかるとみている。

実際、コロナ下でカクヤスの飲食店向け販売は落ち込んでいる。21年3月期は19年3月期比で飲食店向けなどの業務用販売は約5割減となった。一方、家飲み需要などを取り込んだ家庭向けは2割増だった。

カクヤスグループ連結では、20年3月期の業務用販売が7割を占めていたが、21年3月期には5割に落ち込んだ。家庭向けは3割から5割へと構成比を上げた。

そのため、今期は家庭向け事業を注力する。5月からコロナ下で新たにペットを飼い始める人が増えたことに伴い、ペット用品の販売に乗り出した。家庭向けを第2の柱として拡大することで収益を確保するモデルに転換していく考えだ。

生活用品の品ぞろえを増やし、シャンプーやカイロ、殺虫剤など順次販売を開始。22年3月までに介護用品と合わせて取り扱い点数を現状の約2倍の400点まで増やす方針だ。家庭向けの酒類販売は客単価の安さがネックとなっていたが、生活用品や介護用品などと組み合わせて販売することで客単価の引き上げをめざしている。

(2021/11/03 日経MJ)

業態間の垣根が薄れつつある今、ワンストップで買い物できるという意味では色んな商品を取り扱ってくれるとありがたい。ただ取り扱い品が少なかったり、値段が思ったより高

かったりすると結局いつも購入している店に行ったりと、使い分けは少なからず出てくるだろう。それぞれの業態が専門にする商品に特化することで安さやサービス向上に繋がるのであれば出店地のバランスを考慮するだけでも利便性は上がるのではないだろうか。

2) 「大型店内の障害者支援、スマホアプリで円滑 実用化へ一歩」

買い物や移動で困っている障害者らと、店舗など支援する側をつなぐマッチングアプリが実用化に一歩前進した。ICT（情報通信技術）サービスのJSOL（東京都中央区）と、ベンチャー企業の袖縁(そでえん)（同）が開発を進めているアプリを使った商業施設での実証実験で一定の成果を得たため、今後参加した視覚障害者（要配慮者）や店舗の意見を取り入れてアプリを改良する。来春をめどに新たな段階に移行し、本格運用につなげていく考えだ。

東京郊外の調布PARCO（パルコ、調布市）の正面入り口近くで視覚障害者がスマートフォンを操作。駆けつけた警備員に「（良品計画の）無印良品に行きたい」と告げると店舗まで案内され、引き継いだ販売スタッフの接客で買い物を楽しんだ。

実証実験は10月6日に調布PARCO、12日に丸井錦糸町店（東京都墨田区）で実施した。アプリの使い勝手を確かめるだけでなく、「視覚障害者をスムーズに接客できるかがポイント。そのためにはコミュニケーションが大事だ」（JSOLの三尾幸司・社会イノベーション推進センター長）との問題意識から行った。

JSOLと袖縁が開発しているのは、商業施設や駅などで要配慮者が店員や駅員にサポートを依頼できるスマホアプリ。第1弾として音声読み上げ機能と連動した視覚障害者用を開発した。「出迎え依頼」「手助け依頼」「トイレ案内」に加え、支援する側に「（店舗間の）引き継ぎ」などの機能がある。

実証実験では、販売スタッフが戸惑うことなく接客できるよう、要配慮者は事前に障害内容や特性などサポート時に必要な情報をアプリに登録。このため「説明ストレスが軽減される」（視覚障害者）、「安心感がある」（販売スタッフ）と好評だった。

無印良品調布パルコの伊藤篤店長は「来店が困難だった人がアプリを使うことで気軽に来られるきっかけに十分なり得る」と評価。顧客開拓につながる期待から、「運用が決まれば使いたい」と前向きだ。実際、視覚障害者は「アプリ導入施設を優先的に使いたい」と話しており、誘客効果はありそうだ。パルコの国本和之・サステナビリティ推進部長は「多様な来店客がストレスなく、しかも楽しめる施設づくりに有意義」と理解を示す。

ただ、実証実験では操作に手間がかかったり、スマホがつながっているかどうか不安だったりといった課題も明確化。袖縁の友枝敦代表取締役は「サービス開始に向けて改善点が見えてきた」とバージョンアップに意欲を示す。

今回は事前に、参加する視覚障害者、行きたい店舗のスタッフなどを決めて施設内での移動や案内、接客を行った。次回は来年4月にも、視覚障害者からのサポート依頼がいつ来るか分からない状態で行い、通常業務の中で利用可能かどうかを検証する。

その後も実証実験を重ね、視覚障害者に限らず高齢者やベビーカー利用者など身体・精神的な不安や困難を抱えた全ての要配慮者に提供できるアプリの開発を目指す。
（2021/11/05 産経新聞）

コロナの影響で人員削減されている施設も多いと思うが、買物において介助が必要な人には手厚いサービスをお願いしたい。そんな中で情報がスムーズに伝わり、スタッフ同士の連携も取れるアプリがあれば、必要などころにだけ時間をかけて効率的なサービスができると思う。入口にしかインフォメーションやインターホンがない施設がほとんどだと思うので、自分が今いる場所からヘルプを求められるようになれば、買物中の不安も軽減するだろうし出かけるきっかけになる。テストがうまくいき、改良を重ねて実用化されることを期待したい。

3) 「オランダのスーパーで“世間話専用レジ”広がる」

今世界では新型コロナウイルス感染症と同時に、“孤独”が蔓延している。中でも、特にお年寄りの心の負担は大きい。65歳以上の方は重症化の可能性が高いことから外出自粛が強く進められ、人に会おうにも「万が一、コロナを移してはいけない」と周りの人から接触を敬遠されがちだ。また、これまで社会的なつながりをつくる役目を果たしてきた公民館などでの集まりも、密回避の為に機会を奪われ、孤独に拍車をかけるばかりである。

AARPニューヨークの州ディレクター、ベス・フィンクル氏は、「孤独を感じることは1日にタバコを15本吸うのと同じくらい体に悪い」と、NPRに語っている。実際、孤独は心臓病や脳卒中、認知症の発生率を高め、うつ病や不安症の原因になるという。人との接触を減らすことで命は守られても、孤独が心に祟り、健康を害してしまえば豊かな生き方とは言えないだろう。

そんな中、今回は孤独へのアプローチとしてオランダのスーパーマーケットJumbo（ユンボ）が始めた「世間話専用レジ」を紹介する。

「世間話専用レジ」では、買い物客に会計時、レジ店員とおしゃべりすることが推奨されている。商品をレジに通し清算を行う短い時間ながらも、人同士の交流を生み出し、少しでも孤独を解消しようというのがこのレジの試みだ。にっこり笑顔で話しかけられれば、孤独で心が沈んでいた人も明るい気持ちになるだろう。

また、おしゃべりしたい人とそうでない人をレジで分けることによって、それぞれの目的にあった買い物時間を提供できるのも利点だ。おしゃべりしたい人が別のレジに並ぶことによって、逆に早く会計をしたい人や、できるだけ人との接触を減らしたい人などは、レジに並ぶ時間を縮小できる。

レジを分けることによって顧客のニーズに対応でき、トラブルを回避できる「世間話専用レジ」は、買い物客だけでなく、店側にもメリットがあるのだ。世間話できることで他のスーパーマーケットと差別化され、買い物客がユンボを選ぶ理由にもなる。その他にも、レジでのコミュニケーションで得た顧客の生の声が、お店の改善につながる可能性もある。

昨今は飛沫感染の防止を目的に、接客業では会話を最低限に抑え、接触時間を短くする傾向が強い。そもそもレジにスタッフを配置しない非対人のセルフレジも増えているが、ユンボはそんなトレンドの逆を行く。

ユンボCCOのコレット・クルースターワン・イヤード氏は「私たちスーパーマーケットは、社会の中心にあります。私たちの店は多くの人にとって大切な交流の場であり、孤独の存在を見過ごすことなく、その負担を減らす役割を担いたいのです。」と企業としてコミュニケーションの場を設ける意義を公式サイトで語る。

「『世間話専用レジ』をレジ係が喜んで担当することを誇りに思います。彼らはこの自発的な活動をサポートし、お客さまが人の温もりを感じられる関係性を作り出してくれています。この試みは小さなものですが、特にデジタル化が進み、ものの流れが効率化された世の中では非常に意義のあるものです。」

ユンボでは2019年の夏から「世間話専用レジ」の運用が始まっており、すでに3店舗での導入が行われている。この2年間でその実用性が十分に感じられたことから、今後1年かけて“孤独”が強い影響を及ぼしている地域を重点的に「世間話専用レジ」の数を200店舗まで伸ばす予定だ。

今後もどのくらいパンデミックが続くかわからないなか、コミュニケーションの分断による孤独への取り組みは、引き続き大きなテーマであり続けるだろう。イヤード氏が話す通り、ひとつひとつの取り組みは小さいものかもしれないが、大切なのは孤独を抱える人のひとりでも多くに届くよう、多様な選択肢を作り出していくことだと筆者は考える。皆さんも是非何かできることはないか考えてみてほしい。

(2021/10/15 IDEAS FOR GOOD)

この問題は日本国内でも同じように注視しなければならないと思う。セミセルフレジや無人レジが進んでいるのは都心中心ではあるが、何十年後のことを考えると有人レジが珍しいものになっていてもおかしくはないだろう。コロナ禍で対人を推奨しづらい世の中ではあるが、人との繋がり的重要性を実感するきっかけにもなったといえる。スーパーに限らず、買い物先で会話をする機会は大事にしたいものだと改めて感じた。