

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「スターバックス、“グランベリーパーク”にバリアフリー実験店」
- 2) 「楽天が消費者の“罪悪感”を解消 お歳暮、おせちに新タイプ」
- 3) 「“メルカリがチラシ”の矛盾 使い方の普及に商機」

1) 「スターバックス、“グランベリーパーク”にバリアフリー実験店」

スターバックス コーヒー ジャパンは11月13日、東京都町田市に店内・バックヤードともにバリアフリーな店舗「スターバックス コーヒー 南町田グランベリーパーク店」をオープンする。11月7日関係者向け内覧会を開催した。

スターバックスは、どの店舗においてもスターバックスが大切にしている価値観の一つである「お互いに心から認め合い、誰もが自分の居場所と感じられるような文化」の実践を目指している。今回、幅広い世代にとって居心地の良い新たな時間の過ごし方を提案していきたいという「南町田グランベリーパーク」側との思いが重なり、誰にとっても心地よいインクルーシブな新店舗をオープンする。

高齢化対策や福祉に力を入れている町田市にオープンする新店舗で、ミドル・シニアの活躍を取り込む軽作業・時短の「カフェ アテンダント」制度の拡充、車いす利用者でも働きやすいレイアウトなどの実証実験を行い、今後の店舗づくりに活かす。

同社では、「町田市とは認知症の理解の拡大を促進するDカフェなどイベントで協働しており、今回の新店舗では76歳のシニアスタッフに入ってもらえることができた。カフェ アテンダントはシニアだけが対象ではないが、同制度を使って、ミドル・シニアの活力も取り込みたい。店では、車いすでも勤務しやすいよう段差がなく、移動に必要な幅を確保。カウンターの一部に車いすのキャスターやひざの入るスペースも設けた」と説明した。

「カフェ アテンダント制度」とは、バリスタ業務の内容を絞り込むことで短時間勤務の働き方を可能にする仕組みで、2016年開始し、現在170人が利用している。「スターバックス リザーブ ロースタリー 東京」などで同制度を導入し、幅広い年代が働いている。

客席は、お客と地域を繋げるコミュニティハブを目指し、小さな子ども連れのファミリーも自由に過ごせるオケージョナルスペース、車いす、ベビーカーでの移動もしやすいレイアウトを採用した。また、マルシェ風のワゴンスペースでは、様々なコーヒーの提案を行う。

2020年1月から、平日7時-21時でオンライン座席予約システムも導入する予定だ。

スターバックスのような大手でもバリアフリーに関しては未だ実験段階だったことに少し驚いた。日本、特に都心では小さめの敷地内での出店が多く、バリアフリーに対応できる余裕のあるレイアウトは難しいかもしれないが、現在カフェを多く利用している世代がいずれシニア世代になることを考えるとこういった店舗づくりは必須になってくるだろう。スタッフ側への身体的配慮も、現在日本では法で定められているわけでもなく、取り組みはまだ浅いように思う。これを皮切りに広まってほしい。

2) 「楽天が消費者の“罪悪感”を解消 お歳暮、おせちに新タイプ」

2019年の年末商戦に向けて楽天が発表したお歳暮、おせちに共通するキーワードは「消費者の“罪悪感”の解消」だ。ポストに投函できる「ポ歳暮」は「再配達を依頼するときの罪悪感」を、好きなものだけを集めた「“だけ”おせち」は「食べ残しの罪悪感」を軽減するという。

お歳暮といえば「風呂敷に包んで直接届けるもの」という考え方はもう古い。宅配便を利用するのがイマドキだ。「楽天市場」では、年末のお歳暮シーズンに向けて、ポストに投函できるサイズに収めたお歳暮「ポ歳暮」を開発。「お歳暮&冬ギフト特集2019」の特設ページとして「いつでも受け取れる！ポスト投函 OK ギフト」を新設した。

楽天市場の調査によれば、2019年の年末にお歳暮を贈る予定のある人は約6割に上る。ところが「宅配の再配達を依頼した経験のある人が約7割。再配達してもらうことに罪悪感を覚える人は約9割もいる」と、楽天 マーケティング部 シニアマネージャーの白石龍哉氏は言う。「宅配便の再配達が問題になっているなか、年末にかけては配送量が増加する。そこで、配送業者にも受け取り手にも負担がない『ポ歳暮』を（楽天市場の）出店店舗と共同で開発した」

国内における「お歳暮市場」が縮小傾向にあるなか、楽天市場における「お歳暮」の売り上げは、16年から18年までの3年間で約1.3倍増と好調。またポスト投函型ギフトの取り扱い額は50万点以上に上り、同期間で約1.6倍に伸びているという。「ポ歳暮」の狙いが的中すれば、「お歳暮+ポスト投函型」の相乗効果が期待できそうだ。

「“だけ”おせち」で食品廃棄の「罪悪感」を低減
お歳暮と並んで年末商戦の鍵となるのがおせち料理だ。楽天市場で「おせち」を購入するユーザーは、16年から18年にかけて約2割増加している。ところが、おせちを残したことのある人は約6割、食べ残したことに罪悪感を覚える人は8割以上もいるという。

そこで楽天市場が開発したのが「“だけ”おせち」だ。これは、特定の具材だけで作った「好きな具材“だけ”おせち」の意味。楽天市場の調査でも約4割が理想のおせちとして「好きな具材だけのおせち」を挙げている。食べ残しに罪悪感を覚えるユーザー向けのおせち料理を用意したわけだ。

「罪悪感を軽減することで、ユーザーを拡大するのが狙い。また、社会問題の1つにもなっているフードロスに対して、家庭でできる取り組みとしても提案したい」（白石氏）
楽天市場では19年のおせち商戦に向けて「肉“だけ”おせち」「蟹“だけ”おせち」「中華“だけ”おせち」「鮪“だけ”おせち」を展開。これらのおせちは同サイトの「おせち年越し特集2020」で扱っている。

社会全体で問題になっている再配達によるCO2の排出量や人手不足に食品廃棄。これに対して企業側は様々なアイデアで軽減しようと努力している。その努力ももちろん必要だが、消費者側の「ハード面」も変えていく必要があるのではないかと思う。例えばポストのサイズは昔からずっと一緒だが、それでいいのか？などちょっと疑問をいただくとまた違った解決策も見えてくるのではないかと思う。お歳暮やおせち、日本ならではの習慣は大事にしたいと思うので、そのためにもあらゆる面で常に変化が必要だと改めて思った。

3) 「“メルカリがチラシ”の矛盾 使い方の普及に商機」

過去最高と絶賛されたラグビー・ワールドカップがもたらした次につながる効果は何か。医者を志す福岡選手や笑わない稲垣選手などプレーヤー人気もそうだが、それだけでは一過性に終わる。一番大きいのはルールとプレーの意味が広く伝わったことではないか。

なぜここでスクラムなのか、なぜキックするのか。何が反則でアドバンテージになるのかなど、ラグビーの見方が分かると、がぜん面白くなる。今後は特定チームのファン作りなどが人気持続のポイントになりそうだが、エンタメとしてのラグビーの価値が高まったのは間違いない。

マーケットを広げる上で欠かせないのはまさにサービスやモノの使い方を伝えることだ。当たり前前を甘く見ると、壁にぶつかる。実は9月末に朝刊を見ていて、「あれっ」と思った。フリマアプリのメルカリが使い方を伝授する新聞チラシを入れていたのだ。

「完全保存版 メルカリ出品マニュアル」と題したこのチラシ。出品の準備に始まり、撮影、商品情報の入力など手順が記されている。さらに売れるためのポイントを付け、売買成立後の梱包と発送に至る流れを説明している。「約1350万人の利用者がいるので出品した瞬間に、売れることも」「慣れたら3分で出品完了」と盛り上げ、「メルペイを利用することで売上金の利用できる幅がさらに広がります」とキャッシュレスサービスのPRも忘れない。

いつからスタートしたのかメルカリに聞くと、最初に2018年12月12日と15日に北海道と愛知県で実験的に配布。そして今年9月末に全国の10エリアで始めたという。狙いは「オンラインでリーチできない層へのアプローチ。30～50代にフリマアプリへの親近感を覚えてほしい」という。新聞というリアルでのネットサービスの紹介。まさにルールとゲーム内容を周知徹底することだ。やや遅いのではないかとも思うが、売った後や華々しく登場した後こそ、こうした地道な説明が重要になる。

そういえば10月に発売した任天堂の「リングフィットアドベンチャー」のCMもこの点を重視している。冒険しながら、フィットネスをするというこのゲーム。人気女優の新垣結衣さんが装着の仕方からゲームのやり方までこなす姿に絞り込んだ。同社も「モノやサービスによって体験型CMに重点を置く」と話す。

当たり前のように身近にある商品でも実は正確な使い方を知られていないことが多い。例えばパックジュースのストローを出すとき、パックにくっついたストローをわざわざ外して、取り出す人が意外に多い。棚に一言「上から押すだけでストローは出てきます」と書いておくとつい手に取ってしまうかもしれない。筆者も最近、バナナのきれいなむき方、目薬の差し方、ビールの泡立て方などをテレビで知った。むやみに新商品を出すより、伝え方を知らせる掲示の方が効果的なトライかもしれない。

この記事のように「当たり前」だと思っていることが身の回りには溢れているかもしれない。キャッシュレス決済・通販サイトなど、若年層からすると難なくこなせて「当たり前」に利用しているものも少し視点を変えるだけで疑問が次々でてくるだろう。近年では様々なことがシンプルにまとめられており説明書がないのが普通になっているが、こうした取り組みを見るとまだまだ「How To」を必要とする世代は多いと感じた。