

◇『今、先祖返りが起こっている??』

理事 木田洋一

「映像より活字ファーストで。どうも先祖返りみたいですよ」と放送局のネット・SNSニュースの編集長が話していました。彼は元新聞記者で、活字メディアから映像が中心の放送局に転職して記者、デスクと経験してただけに、この言葉に込められた意味は深いと思います。つまり、ネットメディアがあまりにも発達して膨大な情報量になった今、いかに簡単にテーマを伝えるかが問われてきて、文字情報が選ばれるようになったということです。

古いと思ったものが価値を持つという発想の転換が必要です。

前回、社会の流れが「逆流している」と書いていたのに、今度は「先祖化返り」かと言われそうですが、同じ意味なのです。

時代は繰り返すと言われますが、今は転換点で、流れが「前の時代のもの」に戻ったということです。物価がどんどん上がる、ロシア・中国等とアメリカ中心の勢力との対立が急激に厳しくなっています。ご存じの方も少なくなっていますが、東西冷戦、物価はどんどん上がるという昭和の時代と似ていません。

値上げラッシュも、ただ昔あったことが起こっているだけなのに、過去を知らない人、あるいは忘れた人には「困ったこと」に映るのです。

「きょう買う方が明日買うより安い」という状況が、経済を循環させたことを知らない、あるいは忘れてしまったのでしょうか？ではその時代はどう対応していたのかです。値上げは当たり前、人件費も上げないと人が集まらない、労働者はストライキをしてでも賃上げを勝ち取っていたのです。それが、社会全体の購買力を押し上げ、人々は高くても買うという行動に動いたのです。

ところで日本は「ビックマックが主要国で一番安い」ってご存じですか？これは、買う側の意識が変わらないので、売る側が必死で努力しているからです。結果、賃上げができないマイナスのスパイラルです。世界のインフレはもう半端ではない状況で、日本はまだ影響が抑えられている方なのにメディアは「値上げ！ラッシュ、早急な対策を」と騒いでいます。でもその対策として税金を投入して抑えても、いつまでも続くものではありません。

メディアも世間も、広い目線を失っていて大きな変化に弱くなってきているように思います。

時代感覚と先を読む力は、メディアでも広報でもビジネスでも必要なのではないかと痛感しています。

◇『値上げで DX 戦略推進』

代表理事 竹原信夫

◎弁当も値上げの嵐

今、弁当業界が大変です。弁当と言っても、仕出し弁当から松花堂弁当、ビジネス街の弁当屋さんといろんな弁当屋さんがいます。なぜ、大変かというと、値上げの嵐だからです。特に食品材料の値上がりは、過去に例のない値上げです。

◎ビジネス街で弁当販売

弁当屋さんにとって、この値上げの嵐にどう立ち向かうか？経営者にとっては、大変大事な時期で、チャンスでもあります。先日、取材でお邪魔した弁当屋さんは、ビジネス街での弁当売りをメインにされています。

「一斗缶の食用油ですが、少し前 2000 円だったのが、今は 6500 円です。値上げするしかありません」と、おっしゃいます。

◎毎日 4000 食以上の弁当

500 円弁当の値上げを検討されています。数十円の値上げですが、売っておられる数が半端な量ではないだけに、影響は大きいです。大阪市内でランチ時、出張弁当販売など月 12 万個以上の弁当を販売されています。中でも大阪市中央区、西区、北区の約 40 カ所でランチ時に出張販売する数は毎日 4000 個以上。

◎新しいことに挑戦

日本一のパラソル弁当会社とも言われています。このほか、イベント弁当など 1000-1500 食あり、まさに弁当のガリバー会社です。

このびっくり仰天の値上げ環境の中で、また、新しいことに挑戦されました。それは、無店舗販売です。

◎オフィス置き弁とは

実はこのコラムでも、以前に弁当屋さんが無店舗販売店を出店して、人件費を削減し 500 円弁当を維持しているコラムを書きました。カメラやチューブでのライブ映像で、持ち逃げを防ぐ話もしました。でも、こちらの弁当屋さんは、それを上回るもっと凄い戦略を始めておられました。それは、「オフィス置き弁」と呼ばれる弁当販売戦略でした。

◎ランチ時、エレベーター混雑

最近、都心部では超高層のオフィスビルが乱立しています。中に社員食堂があれば良いのですが、食堂がないビルでは、お昼時には社員さんが一斉にエレベーターに向かいます。

「エレベーターの混雑、待ち時間などを考えると、ランチをとるだけでも大変です。なんとかしてあげられないか?と考えて実験的に始めました」と。それが、オフィス置き弁です。

◎置き菓を発想に生まれた

このオフィス置き弁は、菓の置き菓を発想にして生まれた新しい弁当販売方法です。「100 個以上売れるなら販売員を置きますが、20-30 個の量では採算にあいません」と。

そこで、こちらでは午前 11 時頃にお弁当を高層ビルにある会社の応接室などに届けられます。社員さんは欲しい弁当があれば買ってもらうという方式です。

◎QR コードでスマホ決済

その代金の支払いは、キャッシュレスでした。QR コードが置かれてあり、社員はそこにスマホをかざして決済されます。それだけです。

弁当が残ると、後で引き取りに来られます。販売対象は社内の社員さんですから、ほぼ不正な販売行為は無いそうです。

◎弁当の無人販売所も

まさに DX 時代のオフィス弁当の販売でした。来年から弁当の無人販売所も始められます。カメラや音声システムも活用され、店内に接客スタッフがいないでも、リモートで接客できる仕組みをつくれます。

値上げの影響はマイナスばかりではありません。値上げ対応を進めることで、日本が遅れている DX 戦略も進みそうです。