

1. 疲弊するドライバー

—物流の危機は喫緊の課題—

コロナ禍、サプライチェーンの見直しが急務になっております。取り分け、中国生産が主体のアパレルは現地の度重なるロックダウンで納期に商品が不足する事態が恒常化しています。秋冬の生産体制も更に深刻な事態が容易に想定され、国内シフトや中国以外のアジア圏シフトが急ピッチで行われているのが現状です。但し、サプライチェーン問題はコロナ収束につれ、いずれ回復することは間違いありませんが流通の喫緊の課題は物流の危機です。宅配件数が1992年に12億件が2022年には48億件と増加。物販系BtoCの2020年売上げは16兆円超、売上げシェアは8.08%（2019年12兆円、6.76%）。そのしわ寄せは末端のドライバーに集結しています。運送会社の99%が中小、小規模企業で大手の元受けの2次或いは3次の下請けが実運送という、いってみれば中間搾取の下に成り立つ業界構造になっています。結果、ドライバーの年収は大型ドライバーで454万円、中小型で419万円と全産業平均所得487万円と比較すると労働力に反比例して低いのが現状です。宅配増加や交通事情により長時間労働が常態化し、時間指定配達や再配達で積載率が何と40%以下との調査結果が明になりました。ドライバーの給与は配送個数の歩合が基本ですから利用者の便利ばかりを追い求めれば効率は悪くなるのは必然です。結果、昨年ドライバーが5万人退職し、減少傾向は今後も続くと想定されます。一方、宅配等は増加します。日本ロジスティクスシステム協会の発表によると日本の物流トラックドライバーの労働力は2027年に需要分の25%が不足。96万人分の労働力需要に対し、24万人分が不足すると推計。経済産業省の試算では物流の供給不足は2030年には需要の36%が運べなくなるとの報告もでした。各業界、企業でこの危機感は強まって改革の動きは出ていますが業界一体となつての改革にはなっていないのが現状でしょう。

業界の物流改革のキーワードは「共同」です。

荷主側にとっては一社だけでなくグループを作り集荷配送の輪を広げていかなければなりません。それぞれの協会やリーディングカンパニーがその役を負う覚悟が必須です。経済産業省と国交省が「物流企画室」の重要戦略として「フィジカルインターネット実現のロードマップ」を立ち上げ、いくつかのワーキンググループを作りましたが肝心のSC業界は入っていません。百貨店業界WGはあるのに。とは言え、国主導での改革に頼っているのは永遠に改革は出来ないことを肝に銘じなければなりません。

又、荷主側だけでなく利用者の意識改革の社会を挙げてしなければなりません。

パナソニックが宅配BOX「Tecera Frame」を開発し、実験した結果がでました。それによると対面受け取りのストレス68.4%が17.9%に減少、再配達は食品以外は0%、また18時以降の指定が大幅に減少との結果がでました。

全国的に宅配BOX設置は加速しなければなりません。また指定時間の問題も利用者の便利だけを追い求め対応する企業姿勢と利用者自身の意識改革が大事な時代になりました。

利用者への最終配達人が疲弊し、減少していくのを何としても止めなければなりません。物流は社会のインフラです。物流ドライバーの社会的地位の向上は官民挙げての喫緊の課題です。

2. 災害時に使える知識とモノを楽しく提供する無印良品のイベントに注目

世界有数の地震発生地ということも含め、“災害大国ニッポン”とありがたくない枕詞で呼ばれることも少なくありません。気候温暖化による集中豪雨や台風の大型化、山火事なども含めて、ますます“有事”が当たり前になってくる時代です。

そんな中、「無印良品」は、「いつものもしも」と名付け、使い慣れた日用品で災害時に備えよう、という提案を行っています。目指すのは、モノだけでなく知識も含めて日常的に身につけることです。

「いつものもしも」の特集サイトで情報発信する一方で、「地域とつながる・楽しく学べる」をコンセプトに防災について学べる体験イベント「いつものもしも CARAVAN」も行っています。地域の人も、企業も、行政も、垣根なくつながることで地域全体の防災力が向上することを目指し、地域一体型のイベントを各地域で実施していこうというもの。ポイントは「子どもから大人まで、誰でも参加しやすく、遊びながら楽しく学べること」だそうです。

2020 年に新潟県上越市でスタートし、その後東京都昭島市でも開催。3 回目として、良品計画の本社のある豊島区池袋で、「いつものもしも CARAVAN 池袋」を5月21、22日に豊島区としまみどりの防災公園(IKE・SUNPARK)で行いました。

良品計画は2017年、豊島区と民間のノウハウやリソースの相互連携により様々な事業を公民連携・協働で進めることを目的とした「FFパートナーシップ協定」を締結。「南池袋公園」や「グリーン大通り」などにおける賑わい創出プロジェクトへの参加を通して、公共空間を暮らしの中に生かす提案を行ってきました。

2022年は、防災に関する協力を進め、取り組み及び活動範囲を広げていくことを目指して、地域の防災意識向上につながるイベントをしよう、とのことで、豊島区が後援する形で開催されました。

イベントのテーマは「防災×健康×アウトドア」で、会場である豊島区の防災公園「としまみどりの防災公園(IKE・SUNPARK)」の機能や、キャンプにも防災にも使えるアウトドアスキルや、防災備蓄を使用したレシピ、災害時にも活用できる日用品の紹介などを行いました。

大きなのこぎりを使用した丸太切り。7日間自宅で過ごすことを想定し食料がどれくらい必要なのかを学ぶ「ローリングストック紙芝居」。「イザ！カエルキャラバン！」

(NPO 法人プラスアーツ)では、災害時にいつもの暮らしにかえるために、「水消火器的当てゲーム」や「毛布を使った担架タイムトライアル」などのゲームを通して、体を動かし、遊びながらしっかり防災の知識や技を楽しく身につけられるコーナーも展開しました。

初日は風雨にみまわれたものの1500人、晴れた翌日には7000人が訪れるなど、注目度の高さを感じさせられます。近年、アウトドアグッズの売り上げが好調で、コロナ禍でそれが加速したのも、災害用グッズを日常から使うという新しい生活習慣が後押ししているようです。社会に役立ち、モノとコトをつなげた良い企画をさらに打ち出していきたいものですね。

<レストラン情報>

1.庭の景色を愛でながら味わう、よんたて「打心蕎麦」

最近開発が進み全く新しい街に生まれ変わった下北沢。若い方ばかりではなく、大人も楽しめる街になってきました。そんな下北沢の駅から歩く事約10分。閑静な住宅街の中に佇むお蕎麦屋さん「打心蕎麦」。森厳寺というお寺の前にひっそりとのれんが出ています。まるで京都に来たような、そんな感じの外観と素敵なお庭。お店に入る前から気分が高まります。店内は凜とした空気が漂い、時間が止まったような空間です。店の中からは外のお庭と中庭の両方が見え緑が目心地よく、細部に気が配られていて、店主のセンスの良さが垣間見られます。こちらのお蕎麦は店名の前に付いているよんたて、「挽きたて、打ちたて、茹でたて、採りたて」です。挽きたてのお蕎麦の味は繊細でのごとしも柔らかで何とも言えない美味しさです。こちらの看板メニューのすだちそば、今回は一風変わったみかんそばでした。見た目も美しくいただく前にしばし見入ってしまいます。湯葉蕎麦も絶品です。一品料理もどれも美味しく、日本酒が進みます。そしてなんといっても最後の蕎麦湯、これは今まで頂いたどの蕎麦湯とも比べる事が出来ない美味しさです。そばを茹でたあとのゆで汁ではなく、わざわざそば湯を一から作るのだと伺い納得です。なんとも贅沢な時間を堪能できるこちらのお店、お昼と夜は常にお客様が待っていらっしゃるの、少し時間をずらして行かれる事をお勧めします。

営業時間は11:30~21:30の間ノンストップなので使い勝手も良いお店です。お値段は軽かつまんで、軽く飲んでお蕎麦を頂いて6000円～。ランチのコースは3500円～、夜のコースは8000円～。コースをお願いする場合は予約可能です。

東京都世田谷区代沢 3-7-14

TEL:03-5431-0141

定休日:火曜日

<https://www.dashinsoan.jp/>



2.地元の人達に愛されているカフェ「HOFF」

初台の住宅街に溶け込むオールデイカフェダイニング「HOFF」。小池直樹さんがプロデュースするお店はニューヨークのブルックリンにありそうな料理もしっかり出すけどお酒もちゃんと飲める店。そして地域密着型でお客様との距離が近く誰からも愛される店です。「Green Fingers」による内装はヴィンテージ感覚とモダンさが入り交り、何とも心地よい空間です。店の奥に小さな中庭があり、お天気が良い日は特等席です。料理のコンセプトは「ニューアメリカン」。ビッグサイズのハンバーガーやフレンチフライ、山盛りのサラダ、そしてチキンのローストなどなど。それぞれの料理は直球の物もあれば、少し和のテイストを加えた物もあったり色々楽しめます。スタッフも皆フレンドリーで心地のよい店です。毎日でも通いたくなる地域密着型の店、今後ますますこういうタイプの店は増えそうですね。ランチは1300円位～

東京都渋谷区初台 2-11-11

TEL:03-6276-0133

営業時間:ランチ 11:00~15:00

カフェ 15:00~17:00

ディナー17:00~23:00

定休日:第1・3月曜日

www.hoff-restaurant.com/



今月のPATROL

世界のトップレベルを誇る日本の接客やサービス。そのリアルな現場を年間1300店以上見ている調査員がパトロール！時代が変化しても引継いでいきたい「おもてなし」を、調査結果と共に発信していきます。

久しぶりにプロの接客を体験
心地いい時間

SHOP DATA>>> YARRA・doux bleu 吉祥寺店

住所：東京都武蔵野市吉祥寺本町2-18-1

関連URL：<https://yarra.co.jp/>

おもてなし評価

総合

100点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか

夏物の品揃えと、コーディネートヒントを得る
ためにアパレルショップへ

by 調査員A. I

GWもあっという間に終わり、5月も下旬にさしかかる天気の良い日に、久しぶりに洋服を見に行った。コロナ禍の制限がなくなり、ショップは短い夏のプロパー商戦をどう積極的にアプローチするのか楽しみだった。ところが4、5店舗入ってみたものの、どのショップのスタッフも全くの期待外れで、来店の挨拶のみで終わってしまうことがほとんどだった。商業施設に入っている店舗はやめて路面の小さなショップに入ってみることにした。

Point !

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

コロナによる副産物は色々ある。販売の多様性が拡大し、その中ではライブコマースが代表選手だが、まだ全世代に普及しているわけではない。コロナから実店舗の接客力が低下している現実もある。お客様と実店舗の対面接客は、反応もリアル。お客様を察して、パーソナルな提案ができることが顧客作りには最重要だとつくづく実感。



ゆっくり商品を見ることが出来る時間

飲食店や雑貨、衣料品の小さなお店が並ぶ商店街。歩いている人は様々な年齢が多いその通りにあるショップは、間口は狭いがいつもお客様が入っている印象。私が入店した時、他にお客様はいなかったので、明るく挨拶をしてくれた。そこからすぐに近づいて声をかけるのではなく、まずは一人でゆっくりと洋服を見る時間があった。店内に入ると、まもなく強い雨が降ってきた。「雨が強いですね。どうぞ雨宿りしてってください」が最初の声掛けだった。こういう言葉は気分よく商品を見ることが出来るものだ、私は思う。



洋服と接客が好きなんだろうなと、思えるスタッフ

「それいいですね」とか、「〇〇なんですよ」というのはよくあるが、最初からバリエーションを見せてアプローチしてきた。そこからは、私の希望を前提にした商品の紹介をしてくれた。私が選んでいない商品でも、「〇〇だから似合う」と思うこと、実は私が希望している要素があること、着たときに、あるいは着てなじんでくるとシルエットが変化していくことなど、興味深い話がたくさん聞けた。他にも色のアドバイスもとてもよかった。ちゃんと会話が成り立ち、楽しい気持ちにさせてくれる接客を久しぶりに体験できた。



立ち位置・距離も接客の要素にとっても大事だと感じた。

他にお客様がおらず、十分にスペースをとったレイアウトだったこともあるが、スタッフは私としっかり距離をとっている、私は自分が見ているものと、スタッフが見せているものを、自分の位置で見比べることができた。接客されながらもそこから動きづらくすることがなく、私自身も自由に動き回れる距離感はとても心地よかった。そしてきっとスタッフはお店の商品をきちんと把握しているのだと思う。だから次に提案するものを考えてすぐに動くことが出来る。他のお客様を接客している姿も見たい。