

### 1. 「世界の消費者トレンド 2024」

国際的な市場調査会社として知られるユーロモニターインターナショナルが、「世界の消費者トレンド 2024」を発表しました。この先1年で勢いを増すと予想される兆候とビジネスへの影響を解説するもので、消費者の価値観や行動の変容をとらえ、対応するための示唆に富んでいます。

1つ目のトレンドは、「Ask AI (AIに聞く)」です。「コンピュータが学習したデータに基づいて新しいデータや情報をアウトプットする“生成AI (ジェネレーティブAI)”は消費者の思考や創造性、社会性のパートナーになりつつある。とくに ChatGPT の広がりによって、買い物リストや仕事や日常業務を支援するパーソナルアシスタント化し、物事を解決したり、消費者のタイムセービングにも寄与する。企業は顧客体験を改善・向上させ、超パーソナライゼーションを提供し、製品やサービスを革新する必要がある」と指摘しています。2024年に向けた3つの戦術として、「社内プロセスを評価し、生成的なAI技術によってアウトプットを改善する機会を特定する」「パーソナライズされたチャットボットや広告など、顧客体験を自動化・最適化するツールを採用する」「生成AI統合によるユーザーデータを分析し、ターゲットマーケティングや新製品開発に活用する」ことを提言しています。

2つ目のトレンドは、「Delightful distractions (楽しい気晴らし)」です。「人々は経済的プレッシャーや政治不安、地球環境問題までかつてないほどストレスの多い生活を送っている。メンタルヘルスへの影響を和らげ、ネガティブなノイズや心配事から逃れるため、楽しいコンテンツや喜び笑顔にさせるインタラクションを持つブランドによって気を紛らわされ、鮮やかな色ややりがいのある感情を引き出す製品を求めている」と述べています。「五感に訴えかける色彩や視覚効果、音声。遊び心があり、楽しくポジティブなメッセージをデジタルでもリアルでも顧客接点の場に取り入れること。顧客との絆を深めるために、記憶に残る、心地よい瞬間を作り出すこと」などを推奨しています。

3つ目のトレンドは「Greenwashed out (グリーンウォッシュは受け入れられない)」です。「激しい山火事や洪水、熱帯暴風雨や気温上昇など異常気象の増加によって気候変動の影響が具体化し、消費者は企業に責任を押し付けようとしている。消費者はより持続可能な行動をとるようになったが、不信感や生活費の高騰などにより、サステナブルな選択肢のコストが高いことに不満を募らせている。消費者は2024年、企業や政府のさらなるアクションを求めている。遅々として進まない意思決定者やグリーンウォッシュには懐疑的で、空約束や嘘のシナリオは受け入れられない。何が達成できるのかを現実的に考え、エコ誓約の証拠を示すことが望まれている。持続可能な商品は割高ではなく、手が届く当たり前の価格にする努力を企業に期待している」といいます。

4つ目のトレンドは「Progressively polarised (二極化が進む)」です。市場のポジショニングではなく、ここでは政治的・社会的問題に対する姿勢の表明や透明性などについてのあり方に言及しています。「自分の価値観や政治的主張に沿ったブランドに惹かれる“マインドフ

ル・バイヤー”は価値観を購買決定に反映させる一方で、中立を好む消費者もいる。物議を醸すトピックスを扱うマーケティング・キャンペーンは反発もあるが、正しく行う企業は最終的に顧客ロイヤリティを強化することになる。

5つ目のトレンドは「Value hackers (バリュー・ハッカー)」です。2023年には「74%の消費者が日用品の価格上昇を懸念」し、2024年には「物価が高止まりする中、節約のために、下取りや掘り出し物を求める『バジッターズ』と呼ばれるトレンドや傾向がさらに進み、転売者やダフ屋を探したり、ポイント払いを強化したり、お得な情報や商品を見つけるためにSNSを活用する動きが一層活発化。すでに割引やプロモーションなど従来の節約提案は活用されているため、さらに、早割や特典、友人紹介キャンペーンや保証期間長期化など、賢くお得な（『バリュー・フォー・マネー』ハックの）付加価値を提供する必要がある」としています。

6つ目のトレンドは「Wellness pragmatists (ウェルネス実用主義者)」です。「85%の消費者が、効果や効能が証明された美容製品にもっとお金を払ってもよいと考えている」というデータに基づき、「消費者は心身の健康に対して、効果的で、見た目も良くするスマートな方法に焦点を当てている。セルフケアへの投資も含めて、即効性の強化や実証済みの結果をもたらすより実用的な選択肢を求めている。メンタル・ウェルビーイングも注目され、機能性食品などから、スマートなウェアラブル、注射やカスタムサプリなどまで、最新の科学的・技術的進歩を受け入れている」と説明し、病院での減量注射や、AIを活用した睡眠マットレスなどの商品の事例をあげました。機能的でシンプルなソリューションの採用や、商品の利点と効能についての消費者に対する教育の大切さについても触れていました。

結論として、「今年の世界の消費者動向を理解する上で重要な要素は『AI』『持続可能性』『社会的・経済的・政治的要因の影響』」であり、「消費者が、容赦なくお買い得な商品を執拗に探し求める中、企業はインセンティブを強化し、手頃な価格帯を中心にイノベーションを起こす必要がある」「消費者は、平凡な生活から離れ、健康とウェルビーイングの向上を求めている」とまとめています。

2024年はより明確に企業の意志を伝え、具体的な行動としてお客さまに提示していかなければならない、真剣勝負待ったなしの年になりそうですね。

## 2.これぞサードプレイス石川県立図書館

JR西日本、金沢百番街の山越社長の案内で石川県立図書館を視察してきました。

山越社長曰く、「今、金沢で一番輝いて尚且つ、金沢の文化的資産価値の向上に貢献しているのが石川県立図書館です。お連れした全ての方が驚き、感動しますと」。

場所はJR金沢駅よりバスで約30分、金沢大学工学部跡地の広大な敷地に東京ドーム2個分もあり約22,000㎡もある巨大な図書館です。

仙田満+環境デザイン研究所の設計は加賀五彩を用いて館内を東西南北で色分けし、天井を見上げるとフラッグで各々の方角が表示され、天井の色彩は前田家の青色が引用されています。1階から4階までの開放感ある吹き抜け構造。外観は本を開いていく様を表現。夜景も魅力的です。コンセプトは①思いもよらない本との出会いを楽しもう。②図書館に自分のお気に入りの場を見つけよう。③ワクワク体験をして新たな自分を見つけよう。の3点です。図書館が起点となり、「ひとり」から石川へ。未来へ。知が無限にめぐり、めぐっていく。そして知はまた、あなたのもとへ。めぐりめぐる知と未来。

と、ガイドブックに記載されています。

1階から4階までの館内は大きく「閲覧エリア」「こどもエリア」「文化交流エリア」に分かれています。文化交流エリアは飲食自由で学生のクラブ活動や友人たちとの憩いと交流の場となっております。蔵書は101万冊、貸出冊数1人10冊まで、貸出期間3週間。広い館内で目的の本にたどり着くには便利な図書検索機があり、「MAP」ボタンを押すと行き場所のMAPが表示される仕組みは、利用者にとっては大変便利な仕組みです。また、本のゾーニング、並べ方にも特徴があります。それは本と出会う12のテーマの設定です。①こどもを育てる ②仕事を考える ③暮らしを広げる ④文学にふれる ⑤自分を表現する ⑥身体を動かす ⑦好奇心を抱く ⑧世界に飛び出す ⑨日本を知る ⑩生き方に学ぶ ⑪本の歴史を巡る ⑫里の恵み、文化の香り、石川コレクション。この12のテーマをウィンドウショッピングのように本との出会いを楽しむことができます。また、屋外には石川の里山をイメージした「おはなしの森」があり本を持ち出すのもよし、植物観賞や耕作体験もできるエリアで楽しむこともできます。図書館というより市民・外来者の学びの場であり、憩いの場あり、体験の場であり、交流の場でもある、まさに想像を超える究極のサードプレイスの出現です。目的がなくても何気なく訪れることのできる場所、思いもよらない本と人との出会いの場所がここにありました。また仙田満+環境デザイン研究所の設計は見やすい、分かりやすい、行き来が自由、ワクワク空間が魅力です。商業施設を担う全ての人にとって施設のあり方を再確認する上で必見の石川県立図書館でした。





## 1.オリジナリティ溢れるスパニッシュバル「Tinc gana」

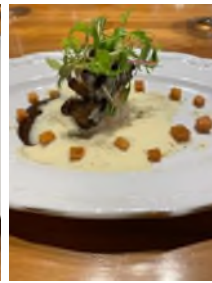
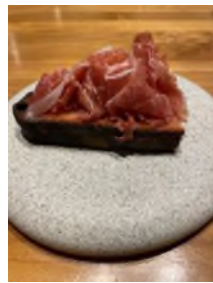
世界の美食家から注目されているモダンスパニッシュの先駆け、スペイン、バルセロナの伝説的名店「Restaurant Sant Pau」にてヘッドシェフを勤めたJerome Quibuef氏が2022年9月に市ヶ谷にコースのみのレストラン「Tinc gana」をオープンしました。店名はカタルーニャ語で「お腹がすいた」を意味します。店内はライブ感たっぷりの広々としたカウンターとテーブル席のおしゃれな空間です。コンセプトは「スパニッシュガストロバル」。スパニッシュと言えばパエリアという私たちの考えを根本から覆す様なコース仕立てです。フランス出身のシェフがスペインで腕を磨き、日本の旬の素材や、鰹節、昆布、梅干しといった和の食材を融合させながら仕立てたコース。バルセロナの郷土料理をモダンな感性でアレンジしています。まずは盛りつけがとても美しく、しばし見いってしまいます。上質な厳選素材を生かした、ユニークでオリジナリティーあふれるスパニッシュ料理はどれも驚きの連続です。季節を感じさせるタパス2種から始まり、とびきりのハモン・イベリコ・ベジョータをのせたパンコントマーテと続きます。生ハムは口の中でとろけます。お魚、お肉と続き、最後のデザートは大人気のバスクのチーズケーキです。バスク地方から輸入したスモークされたチーズを使い味わいに深みをもたらしたエレガントなケーキです。このケーキだけお店に買いにくるお客様も多いようです。スタッフやソムリエの方達のサービスは押し付けがましくないけど、心配りが良くできていて心地がよいです。料理、ワイン、サービスの全てに満足できる素敵なレストランで、スペシャルオケーションの時に使いたいレストランの1つです。

ディナーのコースは12000円～。

東京都千代田区六番町4-3 GEMS市ヶ谷1F TEL:050-5589-7402

営業時間:ランチ 12:30～13:30(L/O) ディナー 18:00～20:00(L/O)

無休



## 2.癒しのランチスポット「終日one」

代々木上原の駅から徒歩2分。井の頭通り沿いに赤レンガの壁とガラス張りの素敵なお花やさんが目に飛び込んできます。こちらの花屋さん「終日フラワー」には色とりどりの草花、切り花、鉢植えや、観葉植物など、常時30～50種類がそろっています。好みを伝えればスタッフがセンス良く、素敵なお花を作ってくれます。店内にはカウンターとテーブル席が並び、こちらは「終日one」というクラフトビールを扱うカフェバーになっています。お花や緑に囲まれた店内は心地よく気持ちが癒されます。こちらの店では軽めの食事やケーキやオリジナルブレンドで作るコーヒーやを頂けます。ランチ的なメニューはルーロー飯やカレーなど、ユニークなラインナップですが、きちんと料理されていて、なかなか美味しく癒になりそう。ランチ時は小さな店内は女子で一杯ですが、少し時間をずらすとゆっくりお花と緑に癒されながらランチを楽しむことができます。静かにゆったり時間が流れ、1人ランチにも最高のお店です。

ランチメニューは1000円～。

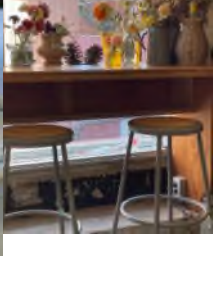
東京都渋谷区上原3-44-11

TEL:03-5738-8501

営業時間:11:30～19:00

日曜日のみ～24:00

定休日:木曜日



## 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。

## 清潔感と真面目な接客に脱帽



## SHOP DATA&gt;&gt;&gt;

住所：東京都杉並区和泉3-5-3

関連URL：[http://永福町大勝軒\(eifuku-taishouken.com\)](http://永福町大勝軒(eifuku-taishouken.com))

## 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



歴史と共に進化し続ける老舗ラーメン店  
by C. I

来社されたお客様の忘れ物を取りに行くことがきっかけだった。永福町は学生時代に友人宅があり、大勝軒から出前をとってくれ、食べた記憶が何度かある。ラーメン、チャーハン、餃子等、昭和の町中華屋という記憶だった。創業70年の歴史あるラーメン屋。ラーメン好きに注目されているお店になっているとは驚きだ。懐かしい街、永福町に行ってみることにした。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

店舗にはラーメン物語という冊子がある。大勝軒の歩みが記されたものだ。味だけ追求する飲食店が多い中、1店舗にこだわり、売上を伸ばす為にお土産ラーメンの発案や、真面目で礼儀正しい接客、清掃の徹底、商品、BGM等こだわりが今でも引き継がれていることに感動する。



## ✓ 穏やかで丁寧な対応

18時過ぎ永福町に到着。駅近なので、迷うことなく大勝軒へ。すでに、6人くらいの客が並んでいた。並び客に忘れ物を取りに来た旨を伝えて、店内に入った。店内は明るく、大きなスケルトンの厨房が目飛び込んでくる。皆、忙しく黙々と仕事と向き合っている。ホールは人が不在だったので、少し戸惑ったが、女性が1人出てきたので、こちらから声を掛けた。「昨日TELしました。代理の者ですが、マフラーを取りにきました」と伝えると「はい、只今ご用意致します。念の為に名前をいただいてもよろしいでしょうか」と、穏やかで丁寧な言葉遣いの対応だった。名前の確認をすると、奥からビニール袋にいられたマフラーを持って来てくれた。

## ✓ 磨きあげられた店内に感動

忘れ物を配送できないお詫びもあった。忘れ物の引き取りだけでは悪い気がし、食事をしたいことを伝えると「申し訳ありませんが外でお並びお願い致します」と言われ20分。カウンターに案内されると、すぐにお冷が提供された。なんとメニューはラーメン2種類、生卵、自家製メンマのみ。初訪なので定番中華麺を注文。奥行があるカウンターにはメニュー、調味料が等間隔で配置され、一段上には、カシミア紙BOXがこれまた等間隔で配置されていた。高級紙を飲食店で見るのは初めてだ。BGMはクラシックが流れ、客席、厨房はピッカピカ。清潔感漂う制服の白ポロが眩しい。

## ✓ 店主の気配りに感服

厨房の男性と目が合うと会釈があり、寡黙にラーメンに向き合うスタッフの姿も素晴らしかった。商品提供はアルミ盆で、巨大どんぶり直径24cmに麺がたっぷり。なんと、忘れ物を取りに来たということで、店主から小鉢メンマをサービスでいただき、恐縮し、完食目指して頑張った。なんとか、ラーメンは食べたが、メンマが最後まで食べきれず、申し訳なく箸を置いた。その状況を見ていたのか「お済みでしょうか。メンマはお持ち帰りできますので、こちらにお包みください」と銀紙とビニールをテーブルに置いてくれた。あまりにも感動したので、最後に厨房店主にお礼を言って店を出ると長蛇の列が続いていた。