

時には「手間も楽しみ」に

総務省の「就業構造基本調査」(2012年)によると、25～39歳女性のうち働く人の割合は69.8%。15～64歳女性も63.1%といずれも過去最高だった。仕事を持つ女性が増えれば、買い物に対するニーズや買い方も当然変わってくる。今回は働く女性に選ばれる店づくりについて、スーパーの食品売り場を例に考えたい。キーワードは「時短」と「手間」だ。

働く女性に選ばれるスーパー

仕事を持つことで忙しくなった人は、家事などをなるべく手短かに済ませようとするものだ。買い物時間を短縮する人が急激に目立つようになっているのも、そうした流れからだろう。

時短型の買い物に対応する売り場づくりやサービスには様々な切り口がある。具体的には①商品やサービスを探したり、選んだりする時間を短くする②買った商品をすぐ食べられるようにする③店に出かける「前工程」と、買った商品を家に持ち帰る「後工程」を省く——などが挙げられる。

消費増税の直前に宅配業者など物流網が大きく混乱したのは記憶に新しい。要因の1つであるインターネット通販が浸透しているのも、買い物の前工程と後工程を省きたい人が増えていることが原因。実店舗に足を運んでもらうには、お客様のニーズをくみ取った時短提案をどこまできめ細かくできるかがカギになる。

買い物時間を短縮するうえで有効な手段の1つが「店の小型化」。必要な商品が整然とコンパクトに並んでいれば、お客様は効率的に選んで買えるからだ。首都圏を中心に展開しているイオンの「まいばすけっと」のような小型スーパーやコンビニエンスストアなどがこの代表例になる。

商品を探したり選んだりする時間を短くする手段の1つに、セット商品や提案販売もある。日々の食事の献立を考えずに済み、迷わずに買えるようにする商品の陳列・販売手法は増えている。ローソンがヤフーと共同出資で手掛ける宅配サービス「スマートキッチン」では、子供が小さな「ワーママ」らに「10分本格手料理キット」が人気だ。

「時短」だけでは不十分

買った商品をすぐ食べられるようにするには調理時間の短縮が有効だ。最近は半調理品を活用した「ちよい足し・かさ増しメニュー」が働く女性らに人気だ。「包丁・まな板いらず」の調理方法の関心も高い。サミットは豚バラ回鍋肉用、豚バラ角煮用など用途別に切った肉と総菜調味料を精肉売り場に一緒に並べ、包丁を使わずにおかずを作れるという提案をしている。

働く女性に選ばれるスーパー

買い物の前工程、後工程を省く手段としてレジにも改めて注目したい。売り場がどんなに素晴らしくても、お客様が必ず通るレジの対応一つで店の評価は大きく変わるからだ。待ち時間や価格入力・釣り銭の手渡し、接客などでストレスを与えないよう、迅速かつ確実な作業が求められる。レジの対応がスムーズなら手早く買い物ができ、働く女性の評価を得やすい。

こうした対応には地道な従業員教育が必要だ。手間はかかるが、「フェイスツーフェイス」のコミュニケーションは実店舗の強み。ネット通販にない魅力を打ち出すことにもつながる。

ただ、働く女性は時短型の買い物ばかりをしたいわけではない。普段よりは手の込んだ料理を用意し、家族と楽しく食事をしたと考えることもある。そうしたハレの場面では「買い物や料理に時間や手間をかけたい」という日常とは相反したニーズが生まれる。

このため、提供する選択肢は豊富な方がよい。同じメニューでも手早く食べられる調理済み品や半調理品もあるし、様々な材料を買い込んでじっくり料理する本格派のものまである。それらをどんな配分でそろえ、お客様に提案するかがその店の持ち味になる。

消費税増税後、最初の日曜日となった6日。ヤオコーの主力店、東大和店（東京都東大和市）では、精肉コーナーで「手作りギョーザ」の提案販売をしていた。消費者が節約意識を高めるなか、ちょっとした手間でもハレの気分を演出する上手な提案である。筆者が訪れたのは午後6時すぎで、商品は品薄状態だった。

同店に買い物に来た人全員が手作りギョーザを買うわけではない。それでも、こうした場面に出くわせばギョーザを食べたいと思う人はかなりいるだろう。▼温めて皿に盛ればすぐ食べられる総菜 ▼手作りのように皮がモチモチしたチルド品 ▼安くて日持ちがし、味も安定している冷凍品——。材料を買って料理する以外でもざっとこんな選択肢があるが、ヤオコーはすべて自社商品でそろえる。

ヤオコーの来店客は同社で売っている商品のファンが多い。幅広い品ぞろえは調理にかけられる手間を考えながら最適な商品を選んでもらうことにつながる。これが同社の強みだ。

働く女性は「ラクをしたい」とだけ考えているわけではない。家事の「楽しさ」につながる選択肢を提供すれば、販売増進のチャンスは一段と増えるのだ。

（アズライト代表 榎本博之）