

第8回テーマ

サービスは有料化になっていくか？

小売店や飲食店において、最近「スタッフの人数」が凄く少なくなったと感じる。教育やマニュアル等の整備、効率化に向けた設備導入などにより、サービスを提供する側の「多能工化」が進んでいる事を証明している部分であると思うが、何より「人件費」というコスト削減に注力しているという事が伺える。

不思議なもので、サービスを「提供する側」も「受ける側」も綿密な線引きというのはない。言い方は難しいのだが、クリエイティブな要素がとても多く奥が深いものだと思う。例えば洋服や宝石店などで商品を選んでいる際は、声を掛けるタイミングなどが難しいという。丁寧にし過ぎればしつこく思われるし、また離れ過ぎてもサービスが悪いという印象となるからだ。この「あうん」の呼吸というか、サービスレベルというのも時代時代によって変化しているのではなかろうか？

問題に感じるのは、このまま「効率化」「ローコストオペレーション化」が進んでいくと、逆に従来まで受けていたサービスが「有料化」してしまうのではないかと感じる所だ。やや行き過ぎた持論かも知れないが、デフレ競争が続き、利益創出優先でコスト削減が進めば、再度、値段を上げて「従来のサービスに戻す」という事が難しくなるのかも知れない。しかしメリットもある。「値段の分離」というか、サービスという「商品群」がビジネスで登場し、新しいマーケットを生み出す可能性があるという見方もできるのだが。

それなりのサービスを受けたいユーザーや、余計なサービスはいらないので価格を下げたいというユーザー等、多種多様な価値観・生活スタイルを持つ顧客が増えていく中、サービスを提供する側もそれが細分化され、ニッチな市場を形成する事は自然の流れなのだろう。これこそが「マーケット・イン」の考えであるからだ。

改めてコンセプトを徹底的に意識していかなばならないものだ、と痛感する。過去の成功要因を捨てる事にもなるが、新たな市場形成の中でチャンスも生まれてくるからである。十分にマーケティングを進めてもらいたいものである。