

EKISUMER

Vol.06 autumn 2010

エキシューマーをもっとよく知る情報マガジン

EKISUMER

Vol.06
autumn
2010

[特集]

After5 から Before9へ

多様化する「朝時間」と

「エキ朝」のポテンシャルを探る

Jeki
駅消費研究センター



〔特集〕 After5 から Before9へ

多様化する「朝時間」と 「エキ朝」のポテンシャルを探る

朝ラン、朝ヨガ、朝カフェ、朝英語、…。

多忙な現代人にとって唯一と言ってもいい、
誰にも邪魔されることのない貴重な時間帯、朝。

その「朝」に、自分に有意義な活動をする人が増加中。

企業も朝専用商品を開発したり、

早朝営業の店舗やサービスを増やしたり、

新たなビジネスチャンスとして捉えはじめています。

毎朝、通勤・通学で通る駅。

駅と朝のコラボレーションが開く、新しい消費の舞台。

新たな可能性を秘めた「エキ朝」のポテンシャルを探ってみました。

「自分時間」から「共有時間」へ、 進化する朝時間

朝型実践派とともに 朝型願望派も多く、 朝の可能性はさらに拡大中

『朝時間.jp』のサイトを立ち上げたきっかけは何ですか。

栗飯原：「おとりよせネット」「レシピブログ」などポータルサイトの運営を通じて20～40代の女性と向き合う中で、「もっと心地よく、健康的に生きること」を求めている方が非常に多いことに気づいたんです。そういうニーズに、「健康」とは違う新しい切り口で応えられないかなと模索したときに、「朝」という時間軸を思いつきました。

今や「朝」はすっかりトレンドですが、サイトへのアクセスはどのくらいですか。

栗飯原：月間100万アクセスです。ニッチなサイトなので規模的には小さいですが、年々増えています。このサイトにアクセスしている人のうち、朝型の人は47%、残りの53%は朝型ではない人たちです。今は朝型ではないけれど、朝型になりたいと思ってアクセスしている人も多いです。

朝型は、ますます増える可能性が大きいということですね。朝型の人に、何か特徴的なことはありますか。

栗飯原：『朝時間.jp』が去年行ったアンケートでは、とても面白い結果が出ています。朝型の人は、自分の人生を自分でマネジメントしたいと思っている、ポジティブ志向の人が多く、スケジュール管理がしっかりしているのも、人間関係が得意というのも、朝型の人の方がスコアが高かったですね。成長欲求が強く、自分磨きに積極的です。そして、朝型のタイプとしては、大きく2つのパターンがあります。ひとつは、ロハス型。朝早く起きることはエコだと思っていたり、朝ご

んを手づくりして食べることに喜びを感じる。また、朝、ウインドサーフィンに行ったり、自然とふれあったり、朝を楽しんでいる。健康志向、ロハス志向の人々。もうひとつは、自己実現型。朝を活用してもっとキャリアアップしたとか、資格取得や英語の勉強などをして自分自身を高めていきたいと考えている人々です。

「朝時間」は 起きる時間ではなく、 起きてからの過ごし方が大事

朝型の人というのは、だいたい何時頃に起きる人を指すのですか。

栗飯原：朝型というと4時起き、5時起きのような早朝のイメージがありますが、何時に起きるかよりも、過ごし方が大事だと思います。サイト名の「朝時間」というのも、1日のはじまりの時間という意味ですから、9時起きでも10時起きでも、その人にとっての朝時間はそこから始まります。1日のはじまりの時間を大切にしてみると、その日1日が気持ちよく過ごせるし、それが積み重なっていくと人生が豊かになっていくという考え方なんです。

朝が苦手な人も、早起きが楽しくなる方法は何かありますか？

栗飯原：ひとつは、朝にごほうびをつくること。朝起きるのが辛いことになっちゃうと続かないので、朝にちょっとした楽しみな予定をつくるといいですね。好きなベーグルを用意しておくとか、小説の続きを読むとか。朝ごはんを外で食べるのも、いいですね。すごく贅沢な気分になれますから。たとえば、ホテルで2,500円の朝食なんてとても贅沢な感じでしょう。夜の2,500円なら安い飲み会なの

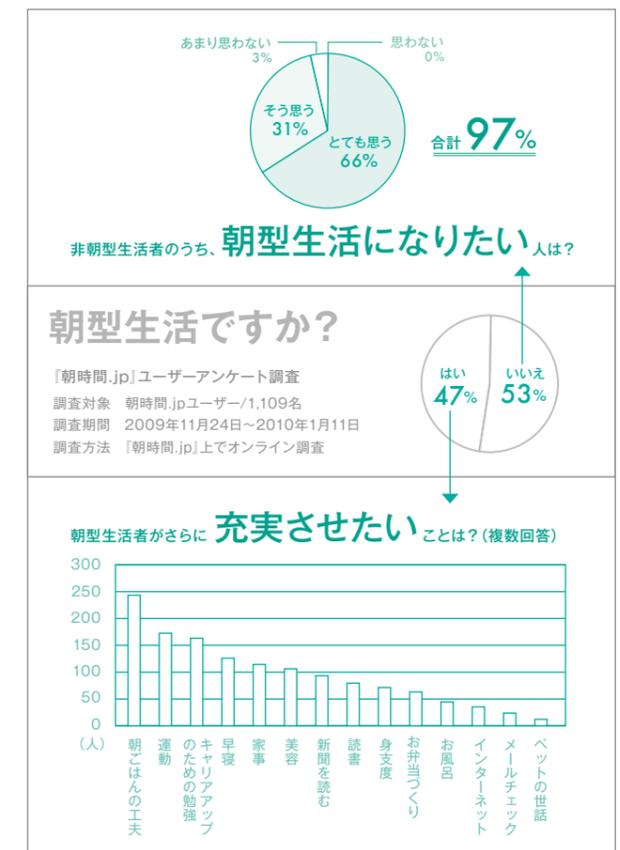
いま注目を集める、朝時間を有効活用する朝型生活。日本最大級の朝型ライフスタイルを提案するポータルサイト『朝時間.jp』を運営する栗飯原さんにそのトレンドをお話いただきました。



Interview with
Risa Aihara

栗飯原理咲
(あいはら りさ)
アイランド株式会社
代表取締役

NTTコミュニケーションズ株式会社、株式会社リクルート、総合情報サイト『All About』マーケティングプランナーを経て、2003年7月よりアイランド株式会社代表取締役。『おとりよせネット』『レシピブログ』など、女性向け人気ポータルサイトを運営。2006年6月に、「朝からはじまる すこやかなココロとキレイなカラダ」をテーマに『朝時間.jp』を立ち上げる。日経ウーマン誌選出「ウーマン・オブ・ザ・イヤー」2000年度ネット部門第1位受賞。



学びや自己研鑽から、 コミュニケーションやエコへ

「朝活」がトレンドになっている今、特に注目している活動やユニークな活動などありますか。

栗飯原:「朝スポーツ」をする人が、すごく多いですね。朝ランとか朝ヨガとか。それから、学びの場としての朝ですね。「丸の内朝大学」や池袋の「モーニングアカデミア」などができていますし、英会話学校などでも朝のレッスンにすごく力を入れるようになってます。朝は、突然の用事が入る確率がすごく低いので、続けられるのがポイントですね。ユニークな活動では、「丸の内はんにゃ会」という、丸の内のOLさんたちがやっている仏教レジャーサークルがあります。平日の朝早くから、「朝座禅」イベントをされたりしています。今の朝活を見ていて感じるのは、朝時間の変化ですね。サイトを立ち上げたときには、朝というのは唯一のひとりの時間で、自分の好きなように組み立てられる「自分時間」だと考えていたんです。じっくり企画書を書いたり、お茶したり、本を読んだり、ひとりでゆっくり過ごす時間。それが、最近は朝食会や読書会など、誰かと一緒に活動をする人が増えていますね。

コミュニケーションの場としての朝時間が生まれてきているということですね?

栗飯原:そうですね、それがすごく新しいと思いますね。出勤前に会社以外の人と会うというのはすごく新しい流れだと思います。実際に会わなくても、ツイッターで早朝のコミュニケーションをするのも同じ流れです。朝起きたら、「#ohayo」とハッシュタグをつけてつぶやく「おはようクラブ」というツイッター上の部活があります。これに参加している人が

4万人以上いるといわれています。「今、走ってます」とか「今からNHKの朝の英会話の時間だよ」とか「みたいなつぶやきを見て、コミュニケーションしながら朝時間を充実させている。会社に行く前に、そういう形でちょっと刺激を受けて、いい感じで1日をはじめるんですね。「自分時間」から「共有時間」に、朝が進化しています。それは、ここ1~2年の新しい流れですね。もうひとつの流れはエコです。朝早く起きて、夜遅くまで起きないことによってCO₂を出さないとか、早朝にビーチクリーンのような活動をするなどです。学びや自己研鑽から、コミュニケーションやエコへと変化してきていると思います。

それはとても面白いですね。そんな中で、朝の駅にはどんな可能性があるでしょうか。こんなサービスがあったら、朝時間を充実できるというようなものはありますか。

栗飯原:書店併設のカフェなどは、使う可能性が高いですね。あるいは、ワンコインでできる5分間英会話とか。また、王道ですけど、みなさん朝ごはんが大好きなので、朝ごはんのマーケットでお店を増やすと可能性は大きいと思います。

読書会や朝食会など、コミュニケーションの場としての可能性があるということですね。どうもありがとうございました。



カラダと心がよるこぶ朝時間(2008年発行)

美容・学び・運動・ごはん・掃除・リラックス…の6章にわたって、心地よい毎日のためのプチテクニックを紹介。キラキラした女性になるための「はじめの一歩」をまとめた一冊。



朝美人®クラシック(2009年発売)

朝を楽しむスペシャリスト朝時間.jpユーザーと、クラシックを愛するEMIクラシックスユーザーが選んだ6曲を含む、全18曲を収録!「朝に聴きたいクラシック曲」がぎゅ〜っとつまった、爽やかな朝にぴったりの1枚。

ごほうび☀朝食会

ごほうびらぼ主催



朝カフェから、充実の休日を

働く女性のための、優雅で楽しい交流会



朝食会
10:00AM/青山

「ごほうび朝食会」は、毎月1回、日曜日10:00AM~。8月は青山アンデルセンを会場に、「子育てと仕事の両立」の話題で盛り上がりました。

取材協力:青山アンデルセン

毎月1回、日曜日の朝のひとときを、充足感に満ちあふれた表情で過ごす女性たちがいます。居心地のいいカフェでおいしい朝食を囲み、たっぷり1時間半。仕事から趣味のことまでじっくり話しながら交流を深める、「ごほうび朝食会」の参加者たちです。20代前半~40代後半と年代も幅広く、業種も働き方もさまざま。唯一の共通点は、仕事を持つ女性であること。朝食会のあとも、名刺交換などを行い積極的に交流を深めます。

「日曜日の朝って、なんとなくダラダラと過ごしてしまいがちですね。その時間を使って、おいしいものを食べながら、仕事をがんばっている女性同士が知り合う機会をつくりたいというのが目的でした」そう話すのは、「ごほうび朝食会」を主催しているサイト「ごほうびらぼ」のプロデューサー、山藤諭子さん。異業種交流会は数多くあるのに、夜、お酒を飲みな

がらの会が多いため参加しにくい、参加しても男性ばかりで居心地が悪い、といった女性たちの声を聞いたのがきっかけだったといいます。

1,000~2,000円くらいのちょっとリッチな朝食で、自分にプチごほうび。そのうえ、楽しい時間を過ごしながら新しい出会いを得て、充実した休日をスタートできるのですから、まさに最高の朝時間の過ごし方。参加希望者が絶えないのも、うなずけます。



山藤諭子さん | ごほうびらぼプロデューサー

2007年より株式会社ルシーダ取締役副社長。2009年より「ごほうびらぼ」プロデューサーを務める。ビジネス文書や女性向け管理職育成研修など、各種研修の講師も担当。現在朝ジムにはまっています。

「もっと心地よく」、「もっと健康的に」、…… 朝の時間は、自分次第で使い方自在

自由自在に朝時間を活用しはじめた朝型生活者。
朝の楽しみを発見し、朝の自由を体感し、朝の価値を広める、朝時間の達人たち。
それぞれのライフスタイルをうかがいました。



yusai (ゆうさい)さん (30代前半・会社員)
『東京ソトアサ日記〜東京で朝食を〜』ブログ主宰

朝、食べ歩いた店400軒。 ソトアサのおかげで 早起きも楽しい

カフェや喫茶店などのモーニングセットを食べ歩き、『東京ソトアサ日記〜東京で朝食を〜』という自身のブログで400軒近いお店を紹介してきたyusaiさん。

朝は6時に起きて、いつもちょっと早めに家を出ます。通勤は地下鉄。まっすぐ会社へ向かえば通勤時間は30分強ですが、途中の駅で降りてひと駅分程度のウォーキングをし、気になったお店でおいしい朝ごはんを食べながら、スケジュールの確認や仕事の準備をするのが日課だとか。「なるべく、毎回違う場所、違うお店を探すように変化をつけています。営業先へ直行するときは、営業先の近辺を歩いてお店を探すんです」

きっかけは数年前。仕事が忙しく、朝起きられない、朝ご飯を抜いてしまう、運動不足になるなど、生活が不規則になっていました。そこで、①早起きをする②朝食を摂る③少しでもいいので歩く、という3つを満たせる方法はないかと考え、朝少し早めに起きて、駅の近辺を歩き、見つけたお店で朝ごはんを食べるといふ「ソトアサ」のアイデアを思いついたそうです。

「それまでは早起きをしようと思ってもなかなか続きませんでした。新しいお店を見つけてごはんを食べるといふ楽しみがあるためか、5年ほど続いています。食べ歩きの様子をブログに書くと、ブログを読んでくださった方からコメントなどで反応をもらえることがしばしばあって、とても励みになっています。また、社会人の朝食会に参加させていただくことが増えて、普段の生活ではお会いできない方々と交流を持てるようになりました。今の生活をとても楽しんでいます」と、朝時間を活用するようになって、充実の日々を満喫している様子です。

そんなyusaiさんは、月に2〜3回は朝の駅や駅周辺でカフェや喫茶店を利用する、朝エキシューマーでもあります。「都内の駅は、喫茶や飲食のお店が比較的たくさんあるので満足しています。敢えて、すごく個人的な要望を言うと、クリーニング屋さんや郵便局、宅配便のお店など、生活に必要だけど平日の昼間はなかなか行けない施設やサービスが朝の駅にあるとうれしいですね」。朝を有効に活用しているyusaiさんらしい貴重な意見を、聞かせていただきました。



長谷川浩司 (はせがわ こうじ)さん (37歳・会社役員)
スポーツジムのモーニング&ナイト会員

朝こそ自分の自由時間。 早く起きないともったいない

IT系企業で多忙な毎日を送る長谷川さん。仕事が終わるのは21〜22時、遅い日は23〜24時になることも。

運動不足解消とダイエットのために体を動かそうと、以前は夜のジョギングやジム通いをしていました。ところが、残業や会食が入ってしまかなか続かない。

そこで、仕事のスケジュールに左右されない朝なら運動を習慣化できるのではないかと考え、出勤前にジムに通うことを決心。今では、コンスタントに週3〜4回、朝7時からジムでランニングなど有酸素系の運動をこなしているそうです。体重は7〜8kg落ち、確実に体力がついたといいます。

「仕事が忙しくなるにつれ、自由に使える時間は朝しかないと思うようになりましたね。しかも、朝は気持ちいい。運動してから会社に行くと、会社に着いたときには完全に頭が目覚めていて、仕事もすぐに本番モード。朝早く起きないともったいない、と思うようになりました」

早起きのコツは、休日も同じ時間に起きることだとか。同じリズムで繰り返すことで習慣化できるそうです。「朝から動くことがポジティブになれます。これからは、朝の読書会や朝食会にも顔を出してみたいと思っています」。長谷川さんは、ますます朝の魅力に引き込まれているようです。

楽しく有意義な朝時間を提供し、 早起きしたい人を応援

池田さんは、『朝4時起きて、すべてがうまく回りだす!』の著者で、『Before9プロジェクト』の主宰者。

朝7時に集まり、都内の高級ホテルでおいしい朝食を食べながら交流する『早朝グルメの会』や、思考術からメイク講座、朝ライブまで幅広いテーマで行う朝セミナー『Before9プロジェクト講座』を開催するなど、精力的に活動。楽しく起きられるよう、早起きをして過ごす有意義な時間を提供し、早起きしたいけれどできないという人を応援しています。

もちろん、ご自身も朝を有効活用。毎朝4時に起床、メールチェックをし、ツイッターで早起きの方々(通称ヨジラー)と交流。その後、朝食、化粧をし、簡単な掃除まで済ませてしまうそうです。そして、オフィスの最寄り駅周辺のスターバックスで、ゆっくり読書や考え事してから仕事へ。

「駅やエキナカのお店は、朝7時からオープンするところが多いのですが、もう少し早く、たとえば朝6時から開いていると嬉しいですね。最近、早起きがブームになっていて、いつもの電車が混み始めているので、もっと早い時間に出て早くから喫茶店に入りたいんです」。これからは、朝エキシューマーからさらに一歩進んで、池田さんのような早朝エキシューマーのニーズが高まっていくのかもしれない。



池田千恵 (いけだ ちえ)さん (36歳・自営業)
図解化コンサルタント/『Before 9プロジェクト』主宰

機能で、形状で、「朝」と「移動」に対応しはじめた、NEWDAYSの売れ筋商品

ウィークデーの朝と夜、通勤・通学で通る駅。エキナカコンビニNEWDAYSの「駅ならではの売れ筋」を、JR東日本リテールネット社にうかがいました。



理由があるから売れるべくして売れる、朝の売れ筋商品

「朝売れる商品には売れるべき裏づけがあります」と話されるのは、JR東日本リテールネットの國武氏。朝の売り上げ上位を占める各種飲料。売り上げ好調の機能性飲料は「朝対応」のアイテム増による販売強化をしているほか、コーヒーはブラックの容量を増やしリキャップ缶でお得感と利便性を高めています。

また、90%以上が朝売れる板（無垢）チョコレートも通勤時の携帯性を考慮してスリムな形状にリニューアル。最初にNEWDAYSで販売して、それから市中のコンビニでも取り扱うようになったケースも。さらに、朝食代わりにゼリー飲料を買われる方が定着されていて売り上げ上位をキープ。「ゼリー飲料がこれだけ売れるのもエキナカならではの」という。時間のない朝にすばやく飲用できて携帯性にも優れている。まさに売れるべくして売れる条件を揃えています。



NEWDAYS

朝の時間帯は東京駅や上野駅よりも来店客が多いNEWDAYS大崎。来店客はまず列に並んで、進みながら自分の順番が来る途中で商品を取って会計する。そんな手順が混雑時には出来上がっています。店舗側も新システムやセルフレジ導入で、レジ待ち時間の短縮に対応しています。

Marketer's Input...

朝8～9時に売り上げのピークを迎える「NEWDAYS」

「コンビニが駅にあったら」というお客さまのご要望から誕生したNEWDAYS。市中のコンビニとは、売り上げのピークも、売れ筋商品も異なる傾向がありました。

「朝6～10時の4時間で1日の売り上げの約1/3を占めます」とは、國武氏。特に8～9時は多くの会社の始業時間とも重なり、NEWDAYS大崎ではこの1時間に2,000人を超す来店客が集中。お客さまの性別も男性55%と女性45%で、エキナカの朝は女性客の来店が多い傾向がみられます。特に20代に限れば女性客の方が多く、エキ朝のコンビニを活用されている方は、颯爽と会社に向かう若きOLの姿が浮かび上がります。また朝は、買い物ついでに公共料金の払い込みやSuicaチャージをされる方も多数来店。店舗側も来店客が集中する混雑時の対策として導入を進める「Suicaセルフレジ」。店員が「お急ぎのお客さまはセルフレジをご利用ください」とお声がけをして、レジ待ち時間の短縮に新たな試みをはじめられています。



株式会社JR東日本リテールネット
営業本部 コンビニエンス営業部
担当部長

國武浩一氏
(くにたけ こういち)

定期的に店舗へ出向き商品の補充も行う。いま売れている商品をじかに感じ取り、トレンド予測に役立てている。

1. リキャップの利便性とお得感が好評

【ルーツ アロマブラック400gボトル缶】
ジェイティ飲料株式会社

ブラックはミニ缶だった時代から、ブラックもラージ缶へ。何度かに分けて飲むボトル缶は、通勤として職場で気軽に飲めて人気上昇中。

2. ロングセラーも形状をリニューアル

【ガーナ スリムパック】
株式会社ロッテ

40年以上も愛され続ける板チョコも、携帯に便利なスリムタイプへ。10枚に個別包装された食べやすさが、通勤時にベストマッチ。

3. すばやいエネルギー補給は朝の定番

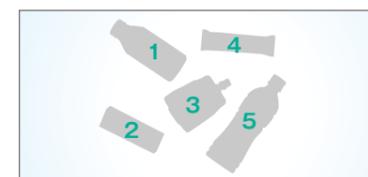
【ウイダーinゼリー エネルギーイン】
森永製菓株式会社

1袋でおよそオニギリ1個分のエネルギー。通勤・通学時に、朝食代わりに駅で買われる方が定着していることが売れ筋上位の理由。

4. 移動時に携帯しやすいパタータイプの新商品

【竹になった! たけのこの里バー】
明治製菓株式会社

ロングセラーを続ける「たけのこの里」を、通勤・通学時の携帯に便利なパタータイプに新開発。片手でも食べやすいライト感覚が好評。



5. 朝のコンディショニング飲料が好調

【アクエリアス デイ スタート】
日本コカ・コーラ株式会社

「イキイキとした1日のスタートを効果的・効率的に行いたい」という要望を満たした新製品。朝の水分・栄養補給への消費者ニーズに対応。

朝マーケットと駅消費

「首都圏駅消費実態調査2009」からみえる「朝×駅」の可能性

ここでは駅消費研究センターが昨年実施した「首都圏駅消費実態調査2009」より、首都圏生活者の朝消費実態を考察し、朝市場を攻める上での「駅」の可能性について考えます。尚、当調査の調査対象者は東京駅30km圏居住の18～49歳の男女(高校生除く)。

朝消費率は4割。 「エキ朝」は1割強

さて、まず実際にどのくらいの人が「朝消費」をしているのでしょうか。今回の調査では、一週間の買い物のうち平日の6時から10時までの間に買い物実績があった人は約4割でした(DATA01)。他の時間帯が6割から7割であるのと比べると低い水準ですが、専業主婦など無職の方も含めての値であることを考えれば、まずまずの利用率といえそうです。ちなみにこの40.8%からさらに駅関連商業施設、つまりエキナカや駅ビルなどの駅関連商業施設の買い物実績者に絞ると11.3%になり、朝消費をする4人に1人は駅を利用していることになります。

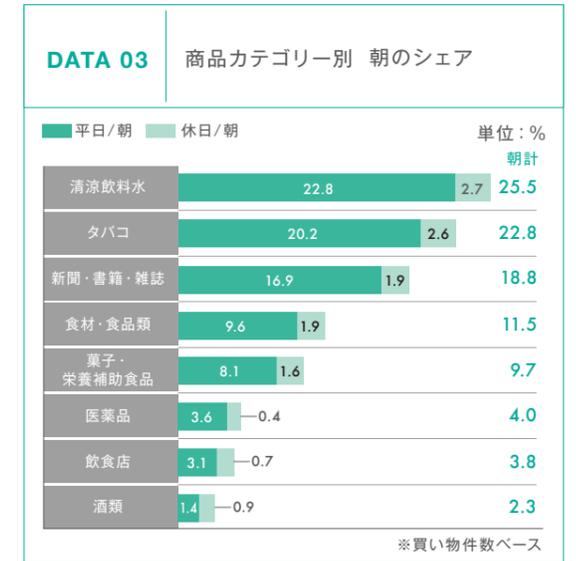
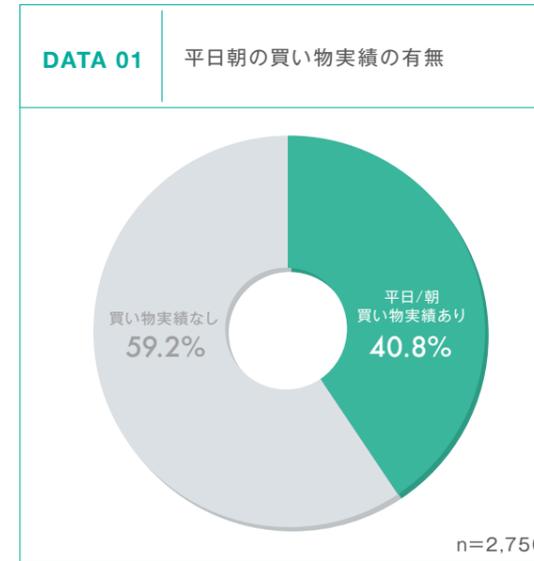
金額シェアはわずか4%

朝マーケットのシェアをみたものが(DATA02)。「買い物全体」でみると、買い物件数ベースで朝は1割、金額ベースでは4%程度のシェアと、朝マーケットは規模としてはそれほど大きくないことがわかります。ただし購入場所を「エキナカ」に限定すると件数シェアで35.3%、金額でも18.3%と、こちらはかなりのボリューム。エキナカにとって朝がいかに重要な時間帯であるかわかります。一方、エキナカと異なり、「改札外の駅施設」の金額シェアが件数ベースに比べ上がらないのは、駅ビルの売上の中心が午後に購入される高単価なファッションであることに起因しています。

朝マーケットは攻め方次第!?

朝市場そのものは小さいものの、朝と相性の良い商品カテゴリーは存在します。(DATA03)は主要な商品カテゴリーの朝のシェアをみたものです。買い物件数全体に占める朝の買い物件数の割合(以降、「朝シェア」)が最も高かったのは「清涼飲料水」で、休日の朝も含め4分の1は朝購入されていました。次に高いのは「タバコ」で、朝シェアは2割強。さらに「新聞・書籍・雑誌」が2割弱で続きます。「食材・食品類」の朝シェアは1割程度ですが、パンの同シェアは17.2%と高くなっています。朝シェア1割の「菓子・栄養補助食品」では「カロリーメイト」「ウイダーinゼリー」などの栄養補助食品が3割強と頭抜けていましたが、ガムやタブレット系菓子、キャンディー、チョコレートなどの朝シェアも相対的に高い水準でした。一方、飲食店の朝シェアの低さ(3.8%)は当然といえば当然ですが、ジューススタンドに絞り込むとシェアは24%。ハンバーガーなどのファストフードの同シェアは7.0%ですが、商品特性を考えるとまだまだ可能性はありそうです(因みに、カフェ・喫茶店の朝シェアは9.9%でした)。

前述したようにマーケット全体でみると朝市場は小さいものの、カテゴリーによっては無視できない規模であることも事実です。また、「朝活」に代表される近年の朝に対する注目の高まりを考えると、将来性のあるマーケットとして「朝」を捉えられそうです。他の時間帯がたくさん企業により開拓され成熟した感のある一方、朝マーケットは「ブルーオーシャン」としての可能性を秘めている、とは言い過ぎでしょうか。



朝消費率は4割 DATA 01
調査対象者2,750サンプルのうち、平日5日間の朝の時間帯(6:00～10:00)に消費していた人は約4割だった。男性は30代の朝消費率が高く、女性は若いほうが朝消費率は高くなる傾向がみられる。因みに休日の朝消費率は平日よりずっと低く、14.4%。

朝は僅か4%のマーケット。ただしエキナカでは2割が朝 DATA 02
左側に伸びるのが買い物件数ベース、右側に伸びるのは金額ベースでみた場合の朝の比率。朝マーケットは件数ベースでは1割を占めるが、金額ベースでは5%にも満たない。駅では「エキナカ」と「改札外の駅施設」で大きく朝シェアは異なり、朝のエキナカ、夜の駅ビルという構図が浮き彫りになっている。

清涼飲料水の1/4は朝。タバコ、新聞の「王道」が続く DATA 03
清涼飲料水が25.5%でトップ。中でもコーヒー飲料、茶系飲料、ミネラルウォーターの朝シェアが高い。「新聞・書籍・雑誌」の中でも新聞の朝シェアは66.7%と当然だが高い(定期購読は今回調査では対象外)。

「朝×駅」の可能性と課題

(DATA04)は時間帯別に買い物地点の内訳をみたものです。平日朝の買い物のうち、「エキナカ」が7.8%、「改札外の駅施設」が10.1%で、合わせて2割近くが駅関連商業施設での買い物が占め、他の時間帯と比べて高いことがわかります。さらに「駅の敷地外徒歩5分圏内」を加えると朝の半分以上は駅および駅周りで行われていることとなります。ここからいえることは、「駅」を起点とした戦略によって効率的に朝市場を攻められるのではないか、ということです。

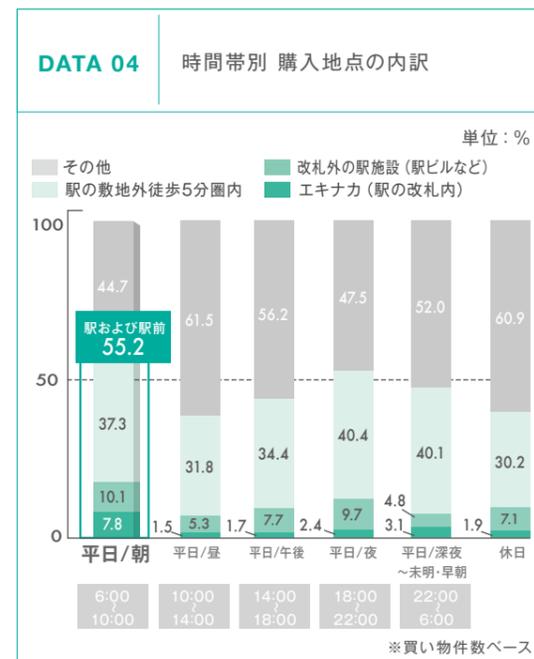
参考までに「朝×駅」というフレームを前提にした場合に、特に相性の良い商品カテゴリーを列挙します。「ガム」、「口中清涼菓子」、「キャンディー・グミ等」、「栄養補助食品」、「新聞」、「スポーツ新聞・タブロイド紙」、「雑誌」、「ファストフード店」、「カフェ・喫茶店」。これらのカテゴリーは、朝の購入(利用)の6割以上は駅および駅周りでされています(収集レコードr=30未満のカテゴリーは除く)。これらのカテゴリーは「朝×駅」を切り口にしたマーケティング戦略(商品・業態開発あるいはプロモーションなど)が有効に機能すると考えられます。「朝×駅」の代表的な例として真っ先に浮かぶのはアサヒ飲料㈱の「ワンダモニングショット」。「朝」を切り口にしたブランド(ライン拡張)戦略と、駅を起点としたチャネルおよびプロモーション戦略により、朝市場を開拓するのみならずブランド全体の価値向上に成功した好例といえます(因みに朝のコーヒー飲料の半分は駅および駅周りで購入されています)。

もともと、朝市場を攻める上で問題点や課題もあります。一つは狙う市場が限定的ゆえにマスマーケティングのような莫大なコストをかけられない点があげられます。しかしこれは前述したように駅を起点とした効率的なマーケティング活動に活路を見出すことができるのではないのでしょうか。また、潜在的な市場を狙うということ自体のリスクもあります。顧客の潜在ニーズやインサイトを把握した上での需要予測が必要です。同時に本当にそのカテゴリーあるいはブランドが「朝」を狙うのに適しているのか検討する必要もあるでしょう。闇雲に朝市場を狙っても結果は厳しいものになるはず。顕在的な需要を狙うにしても、朝は既に決まったブランドやサービスを習慣的に購入・利用する人が多いことが推測されます。今回の調査では

買い物時の心理も尋ねていますが、朝はどの項目もチェックしないいわゆる「無心」の割合が他の時間帯よりも高い傾向がみられました。そうした層のトライアルを獲得するには、彼らを振り向かせる「わかりやすさ」と、朝、購入(利用)するものとしての「納得性」、さらにトライアルへの強い動機づけが必要になるのではないのでしょうか。

平日朝の半分以上は駅および駅周り。 DATA 04 駅関連商業施設だけでも2割

買い物全体では2.5%のシェアに過ぎないエキナカも、平日朝に絞れば7.8%。さらに改札外の駅施設を加えると17.9%と、朝は駅だけでもかなりの存在感。他の時間帯で駅周りが強いのは平日夜だが、エキナカのシェアは2.4%と朝と比べ低水準。

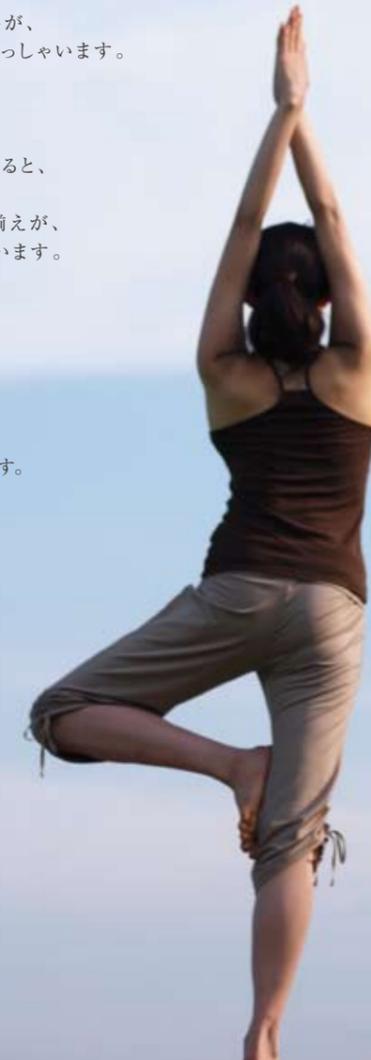


出典 jeki「首都圏駅消費実態調査2009」
調査手法 Web日記式調査法(1週間の買い物行動をWeb上に記入)
調査期間 2009年7月1日~7月7日
対象条件 東京駅30キロ圏の市区町村在住の18~49歳男女個人(高校生除く)
サンプル数(n) 2,750(平成17年国勢調査人口構成により割付)
総買い物件数(r) 31,091件
※四捨五入の関係で棒グラフの要素の合計が100にならない場合があります。

朝、食べる。
朝、走る。
朝、学ぶ。
朝、泳ぐ。
朝、笑う。
朝、集う。
朝、出会う。

現状ではまだまだ“ひと握り”かもしれませんが、思った以上に積極的に朝を楽しむ方がいらっやいます。健康ブームを背景に、生活者の志向は確実に“朝方面”に向かっているようです。さらに、駅のコンビニエンスストアに目を向けると、朝は、まさしくゴールデンタイム。専用商品の開発や朝ニーズを考慮した品揃えが、通勤・通学のお客さまに確実にフィットしています。一部カテゴリーを除いて、朝消費はまだ大きなシェアではありませんが、駅と朝の相性の良さを考えれば、今後の可能性は無限大。

After5 から Before9へ。
あたらしいマーケット誕生の期待が高まります。



山本貴代の
“女の駅欲実験室”

Vol.2



こんにちは! 女の欲望ラボ代表の山本貴代です。
猛暑の夏は、いかがお過ごしでしたか。
私にとっては、駅が巨大プールになっていて、
全員水着姿で泳ぎながら電車に乗り継いだりできれば
いいのに!! なんて妄想を抱くほど暑い夏でした。
ホームの待合室が、楽園のように感じましたから。
近頃では、あの夏の日が遥か昔のように感じられ、
駅にも秋の気配が見え隠れしています。
過ごしやすくなってきたら、旅へ、仕事へ。というわけで、
さらに快適な駅づくりを目指して、
今日も“女の駅欲実験室”は、活動を続けてまいります。

やまもと たかよ 1988年博報堂入社。コピーライター、博報堂生活総合研究所を経て、2009年より「女の欲望ラボ」代表に。専門は、女性の意識行動研究、富裕層研究など。近著に「女子と出産」(日本経済新聞出版社)、著書に「晩嫁という生き方」(プレジデント社)など多数。

さて、第2回目、“女の駅欲実験室”^{*1}では、1回目に続いてエキジエヌ^{*2}たちが考えた「あなたの欲望×駅=エキレボリューション」の方程式をさらに放出していきます。自分の抱く欲望と、駅と掛け合わせてみると、どんどん、快適な駅が出来上がる!というわけです。1回目は、駅で農業をしたい欲「駅畑農業」や、駅で癒されたい「易ナカ横丁」そして駅で出会いたい「シングルバー 最終列車。」などなど7つの駅欲をご紹介しましたが、後半はなにがでてるか。さっそく欲望式を覗いてみましょう。

【解説】

*1 女の駅欲実験室=エキジエヌたちの意見を吸い上げて、エキサイトしちゃう駅づくりを目指す、欲望実験室。
*2 エキジエヌ=毎日2回は通る駅を、賢く楽しくスタイリッシュに使いこなす女性たちのこと。エキジエヌたちは、いい意味でとってもワガママ。ちょっとしたアイデアで未来の駅をわくわくさせます。乞うご期待!

駅欲8

「とにかく、いい匂い」×駅=アロマ改札

「駅も電車も臭いのは、とにかくイヤ。ファブリーズとか置いて欲しい」(38歳・未婚)。そこまで言わなくてもいいのに、と思うけれど、確かにそう。ここ数年で駅のトイレは劇的に変化したと思うけれど、「駅のトイレはどことなく汚くて苦手です」(28歳・未婚)という意見もある。今時のトイレはホテルみたいにアロマ漂うのは当たり前であってほしい。汗臭い匂いもいや、雨のときのむ〜んとした匂いもいやいや。できれば、改札(=駅の玄関)にピッとスイカが入ったときに、いい香りがすると朝からいい気分なんだけどな。

駅欲9

「ゆっくりしたい」×駅=スローステーション計画

「構内猛ダッシュトラック」で思いっきり走るのもありだけれど、「人が行きかう駅で待ち合わせがてらゆっくり過ごしたい」(30歳・未婚)という欲もある。ふつかりあって喧嘩が始まるような駅よ、さようなら。急ぐ人はこっち、ゆっくりの人はこっちと通路をわけるとか、ゆっくりの人だけ集まる場所とかあるといいかもね。駅なのだけれど、そこに入ると時間が止まったような静寂とサービスが待っている「駅の中の森」なんてあるといいなあ。

駅欲10

「情報とりたい」×駅=サンプルステーション

駅は巨大な情報ボックス。情報を発信する側にとっても受け取る側にとっても、好都合。「駅によって客層がバラバラなので、よいサンプル配布場になると思います。アンケート回収ボックスを置いておけば、行きにサンプルをもらって、会社で答えて帰りに入れて帰れますし」(38歳・未婚)。なるほど。会員カードも作って、答えるとポイントも溜まる。などと工夫すればどんどん答えてくれたりして。化粧品とか、栄養ドリンクとか、配布時間帯も考えればターゲットに届くサンプル配布ができそう。

欲望×駅=エキレボリューション始まる!?

Part2



駅欲11

「学び習いたい」×駅=駅勉

「待ち合わせまで時間があるときに、15分、30分、60分コースで選べるお稽古できるスペースがあるとうれしいです。待っている間に手作り作品が出来たりしたら女子力アップ。そのあとの合コンの話づくりにもお勧めでしょ」(39歳・未婚)。確かに、時間の切り売りサービスをマッサージだけに任せておくのはもったいない。「美人に見えるワンポイントマナー教室」「15分間、肩だけメークレッスン」「花屋主宰のフラワーアレンジメント」「今すぐ使えるスピーキングイングリッシュ」なんてどうがしら。

駅欲12

「踊りたい」×駅=ダンス駅伝

働く女子の習い事で意外と多いのが、「ダンシング」。日ごろのストレスを発散すべく、サルサ、タンゴ、フラメンコ、ジャズダンス、フラ、ベリーダンス、果てはボールルームダンスと結構みんな踊っている。みんなが集結すれば、世界のダンスショーも開けそうな勢い。というわけで、「この駅に行ったら、このダンスが見られる、というようなイベントがあったらふと降りたくなりそう」(41歳・未婚)。自分も参加して一緒に踊れば、通りすがりの客にも注目されるし、仲間もできるし。駅ごとにダンスして帰ったら、踊り疲れてよく眠れそう。

駅欲13

「めんどくさい」×駅=エキナカ御用聞き、エキナカレンタル

「駅でクリーニング出したい」、「DVDレンタルしたい」、「エキナカ図書館がほしい」、「買い物しておいてくれるサービスがあればいい」、「何でも頼めるメイドサービスは便利」などなど、駅への要望は無限大。たとえば、「今日の帰りまでに、素敵な贈り物をピックアップしておいてくださいなどとお任せできるといい」(35歳・既婚)。駅は私のコンシェルジュ。日常の面倒くさいことは、全部駅に持っていきたいというのが女ゴコロ。というわけで、エキナカ御用聞きをはじめ、上記のサービスは、絶対入れてほしいのです。

駅欲14

「店立ち上げたい」×駅=チャレンジ1坪ショップ

「会社を立ち上げたい。そのためのプチ講座とか平日に気軽に受けたい」(31歳・未婚)。という人は密かにいるはず。働く女子には夢がある。「いつかアジアの小物の小さなお店を持ってみたい」なんていう夢。ならばここでチャレンジするのはどうだろう。名づけてチャレンジショップ。3日間だけ、自分の計画を試してみる。1坪ショップにて。ちょっとした自信につながるかも。そのためのプチ講座をエキナカで受けるのもいい。

駅欲15

「つながりたい」×駅=ご飯コミュニティ

「ご飯を食べるときくらいは誰かとしゃべりたいな」と思います。忙しい夜とかでも、Twitterとかで、9時に品川駅でご飯食べたいナーってつぶやいたら、適当に仲間をみつけて自分の帰り道で本当にご飯だけを食えることができれば毎日の夕食が楽しくなるかも」(31歳・未婚)とは、現在、SF留学中のエキジエヌの発言。海外には、いろんな人と出会えるコミュニティがたくさんある模様。日本にも、夜ご飯はじめ、気軽に会えるコミュニティがエキナカにできると嬉しいなあ。

女性たちの駅欲は続くよ、どこまでも。女の駅欲列車を見ていると、果てしない欲望に無限のマーケットの可能性が見えてきます。実は、欲望の方程式はまだまだあります。そんな中、エキジエヌの意見にこんなものがありましたのでご紹介。「私の理解では、乗り換えや、移動時間の“すきま”を楽しむもの、それがエキナカです。(中略)そう考えると、私たちは“すきま”にやりたいことは、たくさんあります! あ〜、このはげているマニキュア直したい!!」(31歳・未婚)。忙しい私たちは“すきま”にやりたいことだらけ。「隙間にもてたい」「隙間にやせたい」「隙間に肩こりとりたいたい」……。ああ、エキナカの可能性は、宇宙のごとく広がっていきます。

エキショッ close up

..... HINT INDEX BOOK / エキュート東京店

コンセプトは、『日本オリジナルの視点と発想』。 ニッポンの今を発信

5

丸

の内界隈で働くビジネスパーソンはもとより、行楽地へ向かう学生や家族連れ、海外からの観光客など、さまざまな人々がせわしく往来する東京駅。今年3月にはエキナカ商業施設「エキュート東京」が誕生し、東京の玄関口ともいえる同駅の“街化”もますます進んでいます。そんな「エキュート東京」の一角を占める「HINT INDEX BOOK」は、エキナカとしては珍しい書店とカフェの複合業態です。コンセプトは「日本オリジナルの視点と発想」。世界的に注目されている日本の文化や感性を再確認した上で、効率的に日々の生活に取り入れられる仕掛けが施された新スタイルのエキショッなのです。

「店内には、日本が世界に誇る“イイモノ”が散りばめられています。その中から、お客さまにとって“生活のヒント”となる何かを発見してほしいという意味と願いを込め、この名前をつけました。日本の交通の要所である東京駅から、国内全域、ひいては海外まで情報を発信していければと思っています」と、JR東日本リテールネットの児玉喜美子さん。

駅特有の喧騒から完全に離れた店内の奥には「クリエイターズライブラリー」と題した企画スペースがあり、文学や芸術、料理や伝統

文化など、各分野のキーパーソン約25名のボックスが設けられています。それぞれの作品に加え、今までの人生のヒントとなった逸品を展示（可能な限り販売）。緩やかな照明と静かで落ち着いた雰囲気の中、自由に閲覧することができます。さらに、ボックスに登場する各クリエイターのイメージを色と味に反映した商品（クリエイターズショコラ&マカロン）も販売。その味と発想もさることながら、創作するのが世界的パティシエの辻口博啓氏というのも注目です。

「参画いただけるクリエイターの方々は、3カ月周期で入れ替わります。今までは歌舞伎役者の市川團十郎さんや作家の伊集院静さんなどのボックスを用意させていただき、非常に大きな反響がありました。10月からの第3期には、俳優の仲代達矢さん、作家の浅田次郎さん、プロ野球・埼玉西武ライオンズの工藤公康投手といった方々を予定しています。今後は各種イベントなども企画し、いろいろな楽しみの要素を盛り込みつつ、新たなライフスタイルの提案をしていきたいですね」

そんな日本の“イイモノ”は、もちろんカフェのメニューにも反映されています。中でも好評なのが、その名も「ニッポンのクリエイターズコーヒー」。現在日本国内に約3,000店あるとされる、豆と焙煎にこだ



クリエイターズライブラリーに展示された作品は購入することも可能。写真は石井竜也氏デザインのカップ「Lobers Cup-angel」。思いがけない作品との出会いもHINT INDEX BOOKの魅力です。

※写真のカップの販売は2010年9月末迄。

エキナカや駅のファッションビルなどでショッビングを楽しむ消費者たち。わたしたち駅消費研究センターは、そんな人々を“エキシューマー”と名付け、さまざまな視点から研究しています。

EKI
[駅]
+
CONSUMER
[消費者]
||
EKISUMER
[エキシューマー]

エキショッ close up | HINT INDEX BOOK |

編集を終えて

最近、「朝専用」「夜専用」といった、時間帯を絞ったコンセプトの商品が増えている印象を受けます。大量生産、大量消費を前提とする「マスマーケティング」の力が衰えつつある中、セグメンテーションの手法として時間帯を絞り込むことが妥当性を持ち始めています。こうした現象を考えると、これからのコミュニケーション戦略はどうあるべきなのでしょう。広告会社としては知恵の出所のような。

もちろん駅にとっても「時間帯」はとても重要な視点です。駅は1日に朝と夕方の2回通りがかる場所ですが、言い換えれば1日2回のマーケティング機会が存在することを意味しています。今回は朝を特集しましたが、夕方も同様のポテンシャルがあるはず。それぞれのニーズやインサイトに適した提案ができれば、まだまだ可能性はありそうです。(E.N)

【発行】 Jeki 駅消費研究センター

【発行責任者】岩淵弘之
(株式会社ジェイアール東日本企画 常務取締役)

【編集責任者】加藤肇
(株式会社ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター長)

【編集委員】深井基弘 中里栄悠 梶田純一

【お問い合わせ】03-5447-0991

【URL】http://www.jeki.co.jp/ekishoken/

【制作】プロジェクトディレクター 坂野泰士
(有限会社シンプル研究所)

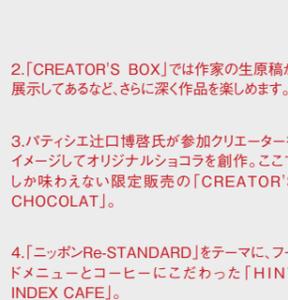
編集 小林英明 仲出川雅士 古川小百合
(株式会社レマン)

デザイン 永島和彦 山澤紳一郎 川西成信
(株式会社レマン)

印刷 株式会社静和堂



1.店舗奥の「CREATOR'S LIBRARY」。日本の文学や芸術・芸能などさまざまなジャンルを代表するクリエイターの「作品」とそれを生み出す「発想」「HINT」を展示・販売する空間です。



2.「CREATOR'S BOX」では作家の生原稿が展示してあるなど、さらに深く作品を楽しめます。

3.パティシエ辻口博啓氏が参加クリエイターをイメージしてオリジナルショコラを創作。ここでは味わえない限定販売の「CREATOR'S CHOCOLAT」。

4.「ニッポンRe-STANDARD」をテーマに、フードメニューとコーヒーにこだわった「HINT INDEX CAFE」。



東京駅丸の内中央口近くに今春オープン。1つの店舗の中に、ブック、カフェ、クリエイターズボックスが並び、ここでしか買えないショコラも販売。



株式会社JR東日本リテールネット 専門店営業部ブック課副課長の児玉喜美子さん(左)と課員の中村哲彰さん(右)。ネット販売にはない、本との出会いを創造する場を新たに提供しています。

HINT INDEX BOOK
東京駅構内 サウスコート エキュート東京内
営業時間/月～土7:00～22:00 日祝7:00～21:00



使えます