

## 優和のミニかわら版

(この資料は全部お読みいただいても60秒です)

### 顧客の単位は、「おひとり様」から「3名様」へ

積極的にお酒を飲もうとしない、クルマもそれほど欲しいと思わない、恋人もめんどくさいからつぐらない、海外になんか行きたくない…という近頃の若者の特性に、もう一つ、顕著な傾向が追加されそうです。それは、“3人”という人間関係の単位です。ひとりでは寂しいし、2人なら緊張して気を遣う、かといって大勢でゾロゾロは論外。3人ぐらいなら、適度ににぎやかで孤独感も感じないしちょうどいい。同性3人組に限らず、異性を交えての“ドリカム”タイプの3人行動も珍しくありません。

そんな彼らのライフスタイルは、消費の現場にも変化をもたらしています。

例えば飲食店。これまでは、グループの集団か、カップルの2人か、ここ数年ブームとなっている“おひとり様”というのが迎える側の基本単位でした。“3人”というのは、どちらかという中途半端で歓迎されざる単位だったかもしれませんが、このところ迎える側に“3名様”対応が広がり始めています。

ある居酒屋では、来店客数に占める3人組の割合が5割近くまでに達し、3人客をターゲットにした宴会プランを導入したところ、好評で売上げアップに貢献。

また、「プリンスホテル」では、これまで“3名様”はツインルームに補助ベッドで対応していましたが、新たに3人利用のための客室“トリプルルーム”を設けて対応。繁忙期には、3人部屋から埋まっていくほどの人気とか。

「ホリデイスポーツクラブ」には、3人で一緒に入会すると割安になる“グループ会員”制度があります。2人で入会する“ペア会員”の月会費が1人8,400円なのに対し、“グループ会員”は7,350円とおトク。

1対1で相手と正面から向き合うのが苦手な、互いにちょっと横を向いた角度で接することの心地良さ。各人の緊張感がほどよく分散された新しい“三角関係”。この「3名様」の持つ一種の“空気感”は、顧客のつなぎとめや客数の底上げなど、様々な業態への活用が期待できそうです。