

「予定調和」を壊す

秋元さんから聞いた「ココアとバターと文庫本」の話もとても印象的でした。

新しいものを生み出すという意味のイノベーション(革新)には2つあって、一つはこれまで存在しなかった概念のものを生み出すことです。

そして、もう一つは既存の概念のものに新しい意味を付け加えて革新することです。

セブンイレブンの創業は前者であり、金の食パンは後者でしょう。

「ココアとバターと文庫本」の話も、新しいものといっても、すべてがまったく新しいものである必要は必ずしもないという話の中で出た例でした。

ヨーロッパでは、冬にはココアに少量のバターを入れる飲み方があり、よりコクが増しておいしくなるそうです。しかし、日本ではほとんど知られていません。

そこで、「秋から冬の夜長には、ひとかけらのバターを入れた温かいココアを片手に文庫本を読もう」といった提案したら、いままでにない組み合わせを多くの人が新鮮に感じるのではないかと。

そういう提案の新しさも大切ではないかという話でした。

ココア自体は昔からある飲み物で別に目新しくはありません。バターも、文庫本もそうです。

しかし、ココアにバターと文庫本が組み合わせたり、結びつくことで新しい意味が生まれ、単なるAではない、Bという別の意味を持つようになる。

このような、これまでにない組み合わせや結びつきを提案したり、提供することを、秋元さんは「予定調和を壊す」と表現します。

予定調和とはもともと哲学用語で、「世界の秩序が保たれるのは神があらかじめうまく調和するように定めたからである」という説だそうですが、転じて日本では「誰もが予想する流れどおりにものごとが進み、結果の予想通りである」という意味で使われるようです。

秋元さんによれば、ココアとバターと文庫本の組み合わせのように、どこでもある商品のように見えて、他とは違って「おや」と思わせることが予定調和を崩すことだと言います。

セブンイレブンは2009年秋から「今の時代に求められる『近くて便利』という新しいコンセプトを掲げて、品揃えの大幅な見直しに着手しました。惣菜メニューの種類を増やし、ポテトサラダや肉ジャガなど、上質で手頃な価格の少量パックのセブンプレミアム・シリーズを順次開発し、投入してきました。食事の手間や煩わしさへの解決策を提供する「ミールソリューション」の商品群を本格的に投入し、コンビニのあり方を大きく転換したのです。

それは「コンビニで食事用の買い物をする」という新しい提案を意味しました。

成果は一年半後に数字となって表れました。数字を押し上げたのは、主に高齢者や40歳以上の女性のお客様の増加でした。女性客は毎月105~110%で推移しました。

以降も業績は伸び続け、2012年度以降の既存店売上高伸び率でプラスの成績を残しています。

<経営のヒント>

大手コンビニの中でセブンイレブンだけが、なぜ既存店売上高も伸び続けているのか？

ここにヒントがあるように思います。

予定調和を壊す！

変化に対応する、変わらない「視点」と新しい「ネタ」を考え、継続的に学習することが成果につながるのですね。(TEFCAS)