

## コロナ禍の謎ヒットを 読み解く鍵

京都先端科学大学

川上 浩司

さて『花園』八月号の原稿を書こうと、通勤（のフリをした散歩）の途中に構想を練り、なかなか良い感じにまとまったところで仕事場に到着し、郵便受けを覗いたら日経BPからの封書が届いていました。開けてみると、日経ビジネス二〇

二二年五月二十三日号が入っており、表紙には「買わせる心理学」とあり、目次をみると特集パート1のタイトルが「コロナ禍の『謎ヒット』読み解く鍵は『不便益』」となっています。不便益はただの学問ではなく、ビジネスでも注目され

ている考え方だとわかり、うれしくなったので、八月号の「不便益」は、通勤途中に考えていた内容ではなく、日経ビジネスで記事にしてもらった内容の紹介にします。

コロナ禍の中、従来ならば『なんで？』と思ってしまう商品がヒットしているそうです。最初に紹介されていたのが、ピーチ・アビエーションの商品「旅くじ」でした。五千円を入れてガチャを回して出てくるカプセルの中に、ピーチの

航空券が入っています。たまに一万円相当の行き先が当たりますが、ほとんどは六千円ぐらいで買ってしまう行き先です。合理的に考えれば、六千円でお望みの行き先の航空券を買う方が良いでしょう。気がするのですが、五千円で行き先わからない航空券を買うために旅くじのガチャに客が行列します。

一万円が当たることを期待しているギャンブルではなさそうです。六千円相当の変な行き先でも「こんなところが当たってしまったー！」と楽しそうです。行き先がわからないというのは、情報が少ないというタイプの『不便』です。この不便は、使い方によっては人をワクワクさせる、楽しみにさせるといふ益を与えてくれるようです。

実は、以前からピーチの旅ガチャだけでなく、JALの「どこかにマイル」も『勝手に不便益認定』していました。どこかにマイルも、航空券を買う時には行き先がどこかがわからず、出発の直前にJALから行き先を教えられるというサービスです。溜まったマイルと航空券を交換するサービスは従来から各社が実施していましたが、どこかにマイルは通常の半分のマイルで済みます。ですから、「安いから、行き先が決まっていな不便は『仕方ない』と考える人がいるかも知れません。ただ、それだけですと、二〇一八年のグッドデザイン賞など、数々の受賞をするほどの商品とは考えられず、人気が高いことも説明がつかえません。

どこかにマイル（参る）という駄洒落

が受けて受賞したとも思えません。私もJALのマイルをたくさん持つていて「どこかにマイル」を申し込むとしたらどんな気持ちになるか、想像してみました。どうも、半額で済むからお得ということよりも、行き先が後から決まることを楽しんでいるようです。自分が考えなくてもみなかった行き先に決まったら、ワクワクしそうです。しかも、JALが勧めてくれるのだから、期待も膨らみます。ピーチの旅くじと同じ不便益を、どこかにマイルも私に与えてくれそうです。

日経ビジネスで紹介されていた二つ目の不便益事例は、フジパンが二〇二〇年に発売を始めた「マイクラフトベーカリー」でした。これは私も知らなかったのですが、発売から一年ほどで一千万袋

そうではなさそうです。記事によると、フジパンは「あえて非合理的な商品を作りたかった」のだそうです。消費者自身の手間をかけることで得られる楽しさ、手間を「不便」、楽しさを「益」と読み替えると、これも不便益です。フジパンは、図らずも不便益を消費者に提供していたのです。勝手に不便益認定させていただきます。

ある方向から見れば便利ですが、徹底的に人の手間を排除する方向ではなく、ある程度の不便をあえて導入することによって、消費者が不便益を得ることを促す、という商品開発の方向は、アリだと思います。雑誌では、ウーバーイーツからハローフレッシュ日本人のトップに転身した人が紹介されていました。食事

を超える売上の、人気商品なのだそうです。マイクラフトベーカリーの何が不便かという点、買った人は、このパンをおいしく食べるためには一手間をかける必要があるということです。見た目はパンの形ですが、焼き色が付くまでは焼けておらず、買った人が自分でトースターで焼き上げなければなりません。

ベーカリーの焼きたてパンのような香り、味、食感が自宅で楽しめるという意味では、便利な製品かも知れません。でも、本当の便利志向ならば、買った人が自分で焼き上げる必要もなく、袋を開けたときには焼きたてと同じ状態のパンを開発すべきです。それができないから『仕方なく』買った人が自分で焼く方式をフジパンは採用したのでしょうか？

を提供するというサービスとして、自宅に食事がそのまま食べられる状態で届くウーバーイーツは、徹底的に客の手間を排除する方向です。一方で、ハローフレッシュが参入してきたミールキット（料理キット）は、下ごしらえ済みで届いた材料を最後に調理して仕上げるという客の手間を、あえて残しています。このことが、市場を拡大させている鍵だと考えるのです。不便益的には。

川上 浩司（かわかみ ひろし）

一九六四年生まれ。京都大学工学部、同工学研究科修了。京都大学助教授・特定教授などを経て京都先端科学大学工学部教授。不便益の研究で学会論文賞、出版賞多数。著書に『不便益という発想』（二〇一七）など多数。