

探訪 新ライフスタイル

ライフスタイル

なぜ、今まで光を浴びていなかった場所にわざわざ外国から多くの人が押し寄せてくるのか。山梨県富士吉田市の新倉山浅間公園にある忠霊塔は戦後のもので歴史的価値はない。しかし、四季を問わず外国人がやってくる。富士山と忠霊塔と桜、紅葉に染まった下界と富士、雪化粧の富士と街並みといった風景をカメラに収めるためだ。「ここが目的で日本を初めて訪れた」と話す英ロン

「消費は投票」若者中心に広がる



消費者は企業活動の透明性も厳しく見るようになってきた。(米エバーレーンの店舗)

エシカル・企業の透明性に関心

ドンから来た男性は、ネットユニesco世界文化遺産に登録された忠霊塔と桜の写真がミッシュラン日本ガイドの表紙になり、瞬く間に世界に広まった。2013年に富士山が

域や企業、店舗、商品を応援するとい消費行動が増えた。自分の価値観と照らし合わせた「消費は投票」という行動は強い優先順位となり、消費活動に大

を最も消費者は望んでいるのを反映している。サンフランシスコのパレンシア店も、治安の悪い街だが支持者が絶えない。まさに「消費は投票」を体現する。

きな影響を与えている。

倫理面からのフェアトレードや、動物実験の有無、環境負荷を抑えたモノやサービスか、といった視点が中心だった「エシカル消費」だが、最近では企業活動の透明性が付加される。

米エバーレーンはネット販売が中心の「D2C(ダイレクト・トゥ・コンシューマー)」型のアパレルメーカーとして、10年にサンフランシスコで創業した。そのビジネススタイルは、独特だ。生産過程での生地や縫製から流通コストがど

の原価は87%で、マージンはこれだけで、250%で販売するが、他の小売店では435%の価格表示、などどかなりシビアに訴える姿勢が評価されている。実際にアパレルの原価率は20%程度なので、信ぴょう性は高い。

世界38カ国で展開、ニューヨークとサンフランシスコには実店舗がある。ニューヨークはソーホーの目立たない場所だが店内にはファンが押し寄せていた。3分の1が試着室なのは、ネットではできない試着体験

米スターバックスは20年までに全店でのプラ製ストロー廃止を発表した。米マクドナルドもプラ製ストローを順次廃止し、紙に変更すると表明した。海洋ゴミの85%がプラスチックであり、海洋生物にストローが刺さった動画が拡散されるなど、消費者の関心は高い。トレンドセッターがけん引してきたエシカル消費者だが、今や世界中の消費者が有権者となって投票する時代となった。有権者かどのようなライフスタイルを志向していくのか、ビジネスの再構築が急務となった。

(商い創造研究所代表 松本大地)