無人ビジネス広がる　脱毛やモデルハウス、人手不足で

＃ハッシュタグ

#新型コロナ #千葉 #東京

2023/3/29 5:00 [有料会員限定]

無人の脱毛サロンでは案内書きに従いながら自分で施術する

店舗に従業員がいない「無人店舗」ビジネスが首都圏で広がっている。新型コロナウイルス禍で非接触サービスのニーズが高まり、行動制限がなくなった後も人手不足が強まったこともあり、業態も増えている。物価高で経費を抑えたい企業にとっても人件費を抑制できるメリットは大きく、勢いが続きそうだ。

京成千葉中央駅近くの商業ビル。2022年に開業した無人の脱毛サロン「ハイジ」では、初心者でも簡単に利用できる機械を導入。オンライン予約して訪れた利用者が、利用規約に署名後、自分で好きな部位を好きなだけ脱毛している。

女性客は「利用方法も簡単だし、他の人に見せるのは気になる部位も気軽に脱毛できる。半年ほど通っているが、しっかり効果も出ている」と話す。

運営するハイジ（東京・中央）は19年に1号店を開業後、店舗数を増やし、現在は全国で60店以上展開する。1店舗あたりの運営コストは家賃なども含め月約30万円で、好調な店舗の月商は80万円ほど。

斎藤一誠代表は「新規出店時に課題となるスタッフの確保を考えなくてよく、運営コストも非常に安い。24年までに全国で200店まで増やしたい」と意気込む。

厚生労働省によると、1月の有効求人倍率（季節調整値）は1.35倍。コロナ禍で一時1.04倍まで落ち込んだが、回復している。人件費はアルバイトを含めて上昇。物価高もあり、企業経営のコストは今後も高まるとみられる。

アイダ設計は無人のモデルルームを展開する

アイダ設計（さいたま市）は分譲住宅のモデルハウスに無人内見システムを導入。群馬県や福島県など4カ所のモデルハウスを無人化した。内見希望者はオンラインで訪問日時を予約。スマートフォンを使って解錠し、内部を見学できる仕組みだ。

担当者は「スマートフォンである程度情報を集められる時代。モデルハウスの案内を求める人も減っており、無人化した」と説明する。

住宅資材の販売を手掛けるサンワカンパニーは22年3月、横浜市みなとみらい21地区にキッチン・水回り設備の無人ショールームを開業した。完全予約制で無人の店内には、天井に音響機器と、いたるところにモニターが設置されており、遠隔からスタッフが接客できるようにしている。

1日3組程度で1組ずつ接客するため「ほかの客を気にせずゆっくりと説明を受けることができると好評」（同社）。今夏には札幌市に2店目の無人ショールームの開設を予定している。

無人の古着店もオープンした

JR池袋駅から徒歩10分ほどの場所で、AVEND（東京・豊島）は店員のいない古着販売店「SELFURUGI」を21年に開店した。ガラス張りで外から店内が見える構造で、監視カメラも設置。来店客は値札を見て、セルフレジで精算する。服を選んでいる時に店員に声を掛けられたり見られたくないという顧客心理やコロナ下での非接触ニーズを踏まえた。

バイヤーが選別したブランド古着を陳列。フランチャイズ展開もしており今後夏ごろにかけ日本各地に15店舗ほどを展開する予定だ。南雲宏樹社長は「通常25%くらいかかる人件費が無人化で7%程度になり、商品を安くで提供できる。反響の大きさに驚いている」と話す。（出口広元）

＃無人ビジネス　店舗にスタッフを配置しない形で物販などを手掛けるビジネスモデル。人件費が抑えられるといったメリットはあるものの、防犯対策は一層の対応も必要となる。コロナ禍で一時期ブームとなった無人のギョーザ販売店では売上金が盗まれるといった事件も一部で発生している。

【関連記事】

・移動式「レジなし店舗」でどこでも出店　カフェ併設型も

・リアルよりすごい「遠隔接客」　無人でも住宅成約率2倍

ニュースレター登録