

中国式接客と日本式接客ユニクロの海外戦略

私が旅行で大きな都市に行くと、ユニクロが必ずと言っていいほどある。ユニクロに入る度に私は日本に帰ったような気分になることがある。その気分の理由は、ユニクロの接客が日本式といえるような方法だからだと考える。私が現在住んでいる山東省日照には古代から栄えた観光地がある都市ではなく、比較的新しくでき、今も日々道路や建物をつくっている発展途中の都市であるので、外資系企業は未だ少なく、中国式接客がほとんどであるといえるだろう。ちなみに日照市にはユニクロはない。したがって今回は普段体験している中国式接客と、そこから浮き彫りになる日本式接客のユニクロ海外戦略に注目する。

中国式接客の特徴は一言で言えば「自由」だ。例えば洋服店に入れば、店員は椅子に座り携帯でテレビドラマを見ながら、「それはいくら。」「それ可愛いですよ。」などと接客する。テレビドラマを見ていない場合は、お客の横に付いてまわり質問攻めにしたり、じっと見つめたりすることもある。化粧品店に入れば、尋ねていなくても「あなたの肌に合うのはこれ。」「あなたはここが肌荒れしているからこれを使うのが良い。」等などと、遠慮なく発言をする。雑貨店に入れば「何を探していますか。」と聞きつつも、携帯を見ていたり店員どうし会話をしたりしている。

店員どうしの会話は日常的に見られる。大きな声で店員どうし会話をし、制服や名札もなく態度や雰囲気もみな同じなので、たまに誰が店員で誰がお客なのかも分からなくなる時がある。ご飯時になれば、店員がご飯を食べているし、または「ご飯を買いに行きたいから早く選んでほしい。」と言われたり、ある料理店で「今自分たちが食べているからあとで注文して。」と言われたりしたこともある。本当にとっても自由だ。

このような中国式接客は、日本式接客と大きく違う。しかしあるニュースをみたことで日本式接客が独特なのではないかを感じるようになった。それが下に挙げる記事だ。

東洋経済「ユニクロ『日本式接客』は海外で定着するのか、メルボルン店を取材して分かったこと」という記事にはこのように書かれてある。「赤いハッピを着た店頭の従業員が挨拶すると、その声に倣って他のスタッフも”Welcome to Uniqlo!”と口々に繰り返す。これは世界共通の接客方式だ。しかし現場では(中略)「実を言うと、時々ユニクロの接客は、ちょっと変わっている、と思うこともある」との声も聞かれた。この、店員が「いらっしゃいませー!」と呼びかけるとき、彼らは客からの応答は期待していない。(中略)基本的に

店員の挨拶に返すのが当たり前のオーストラリア人は、「Welcome になんて答えたらいいの？」と困惑してしまう。(中略) それでも日本式にこだわる。その違和感は、ユニクロが"狙って"やっていることだ。2000年代初頭にユニクロはロンドンやニューヨークなどに展開した際には、現地で経営者を採用し、現地の商慣習に合わせた展開を実施。あつという間に頓挫した苦い経験がある。ユニクロを展開するファーストリテイリングの柳井正会長は、かつて次のように言っていた。「たとえば、われわれがフランスに行って、フランスの小売業とか、フランスのSPAと同じことをするんだったら、わざわざ苦勞して日本から行くことはないのです。ロンドンで失敗してそれに初めて気づいた。そういうことは期待されていない(「世界中どこでも「同じユニクロ」を目指す」より) 現地と同じことをやるのであれば進出する必要はない——このスタンスは今も変わっていないようだ。」

この記事にあるように、世界的に見ると実は日本式接客が独特なのではないかと感じられる。私が中国のユニクロで体験し気付いたことはやはり、「欢迎光临(いらっしゃいませ)」は必ず言っているということだ。中国のほかの店でこの言葉を聞くことは滅多にない。他にも、商品を持っていたら買い物かごを渡してくれ、必要がない限りお客に話しかけず、手が空けば衣類をたたみ直していた。まさに日本式接客であった。

ある時、日本で生活したことがある外国人の友人から「日本は見えないルールが多くある。」と言われたことがある。実際に振り返ってみると日本は生活面でも見えないルールが多い。バスを待つときは皆同じように列に並ばなければならない、電車に乗る時は出る人が先に出て、乗る人は後から入るなどが例として挙げられる。

同じように接客方式も皆同じが良い、平均が心地良いという日本人の国民性から例えば、皆同じセリフで接客をしなければならない、いらっしゃいませは必ず言わなければならないなどという日本式接客のマニュアルができたと言えるだろう。

このようなマニュアルのある日本式接客は、現地の人々から見たら違和感があるかもしれないが、ユニクロは以前失敗した経験から、あえて日本式接客を変えないことが企業戦略としていることが分かった。

<青島市のユニクロ>

<天津市のユニクロ>



また、livedoor news で「資源に乏しい日本は何をもって競争力を高めているか、それは人だ。何事もとことん突き詰めることで、どこにも負けない競争力が生まれるのだ。」というのを見たことがあるが、まさにその通りだと感じた。決して資源が豊かとはいえない日本が世界と競争するため人の素質を高め、日本式接客が生まれたと言える。

<参考文献>

・東洋経済「ユニクロ「日本式接客」は海外で定着するのか、メルボルン店を取材して分かったこと」 <http://toyokeizai.net/articles/-/68222?page=2> 最終アクセス 2015/6/30

・経営コム「ユニクロ 経営状況・分析」

<http://www.00keiei.com/kigyou-senryaku/uniqlo.html> 最終アクセス 2015/6/30

・中国最大の日本情報サイト！Record Japan 「訪日中国人女性が日中の接客を比較＝「一番うっとうしいと感じるのは…」—中国ネット」

<http://www.recordchina.co.jp/a103153.html> 最終アクセス 2015/7/3

・livedoor news 「素養の高さは世界1位？ 訪日中国人が驚いた日本人のサービス」

<http://news.livedoor.com/article/detail/9126057/> 最終アクセス 2015/7/3