

「Clothing Subscription」から見る新しいレンタルビジネスの今後

[2016・FW] 21321090 松澤真子

1. 研究の背景と意義

レンタルビジネスは近年大きく発展しており、今やレンタル可能な商品は多岐に渡る。このようなレンタルビジネスの発展により、消費者は様々な商品に対して「買う」だけではなく「借りる」という新たな選択をすることが可能となった。その中でも、本論文では日本で2015年頃から開始された新しいレンタルモデルであるファッション定額レンタルサービス(=Clothing Subscription)に注目した。レンタル対象が使用頻度が高く消耗が早い普段着にまで及びはじめているということは、「買う」のではなく「借りる」という選択が、消費者の生活の身近なところにまで浸透してきていると考えたからである。

一方でClothing Subscriptionについての研究はほとんど行われていないことが現状であり、その実態を明らかにし、レンタルビジネスの今後について研究することには大きな意義があると考え、本研究に至った。

2. 研究目的・方法

本研究は、新しいレンタルビジネスであるClothing Subscriptionの現状やその普及の背景にある消費者や消費社会の変化を明らかにし、Clothing Subscriptionをはじめとするレンタルビジネスの今後の発展に必要な要素や課題点を明示することを目的としている。

研究方法としては、まず文献・インターネット調査を行い、Clothing Subscriptionの実態やサービスが普及した背景についてまとめた後、実際にサービスを運営している企業にアンケートを行い、改めてサービスの実態を調査し、その結果をもとに今後必要となる要素について考察する。

3. 研究結果・考察

第一に、洋服を購入せずレンタルするということは、広義で考えるとClothing Subscriptionを媒体として、サービスを利用しているユーザー同士で洋服を共有することであり、Clothing Subscriptionの普及は、シェアという世の中の動きに大きく影響されていると考えた。シェアという意識は消費社会の歴史的・経済的变化をはじめ、度重なる自然災害による消費者の意識変化、そして情報化といった様々な要素が相まって広まった。その中で、シェア志向の消費者には①利他主義で人とつながることに喜びを感じる、②エコ・節約志向の2点の特徴があることがわかった。この2点はClothing Subscriptionユーザーにも強く当てはまっているといえ、Clothing Subscription

の普及は「シェア」という社会の動きと密接に関わっていることがわかった。その中でClothing Subscriptionには今後、「洋服のシェア」という物理的に洋服を共有するつながりに加えて、「情報のシェア」という新しいつながりの創出や強化がより必要になってくると考えた。つまり、サービス提供企業と顧客とのつながりだけではなく、顧客同士のつながりの場の提供も今後必要になるのではないかと仮説を立てた。仮説検証のため、実際にサービスを運営する企業にアンケートを実施したところ、サービス運営企業と顧客とのつながりの場を創造することについてはほぼすべての企業が関心を持ち、実践しているのに対し、顧客同士のつながりの場の創造については関心が低く、ほとんど実践されていないという結果が出た。Clothing Subscription ユーザー、つまりシェア志向の消費者は、サービス提供企業と顧客とのつながりだけではなく、顧客同士のつながりの場を求めることが予想できるにも関わらず、現状では企業は対応できていないといえ、その点が課題であると考えた。さらに近年、インターネットの潮流は新たな局面を迎えつつあり、ユーザーが関与する対象が今まで以上に影響力を増してきている。人々はソーシャルテクノロジーを使って、自分に必要な情報を、企業からではなく、ネットの口コミや、SNSといったソーシャルテクノロジー上での推奨などの「人の声」から、調達する新たな社会動向、グランズウェルが世界中で広まり始めている。したがってアンケート結果とグランズウェルの流れの2点を合わせて考えても、企業には消費者の声にきちんと耳を傾けることが必要となってきており、消費者の声を生み出す場、つまり顧客同士がつながる場を創造することは企業側にとっても大きなメリットになると考えた。

4. 結論

本研究から、Clothing Subscriptionの普及にはシェアの動きが大きく関わっており、ユーザーは今後、サービス提供企業と顧客とのつながりだけではなく、顧客同士のつながりの場を求めることが予想できるにも関わらず、現状では企業は対応できていないことが明らかとなった。したがってその点が課題であると言えど共に、グランズウェルの流れも踏まえると、今後のClothing Subscriptionをはじめとするレンタルビジネスの発展に必要なのは顧客同士のつながりの場の創造、そしてそこから生まれる声に耳を傾けることであると本論文では結論付けた。