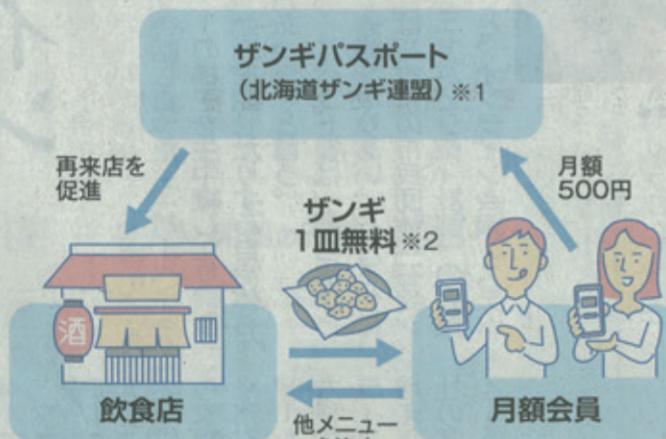


# サタデーどうしん



## 月額制ザンギの仕組み



※1 スマホなどで入会  
(申し込みURL: <https://www.favy.jp/plans/940>)

※2 利用は1日3店まで

首都圏で人気の飲食店として、都千代田区（藤井泰生撮影）の店として知られる「コーヒー・マフィア」の伊藤唯店長＝東京



抜き)でスタイルリストが選んだ3着が宅配される。利用者数は今春以降、30~40代の働く女性を中心とし増加傾向が続く。同社は「外出自粛は、おしゃれを楽しむことで気分を切り替えよう」という新たなニーズを生んだ」とみており、紳士服などの展開も検討する。

サブスクの国内市場規模について、調査会社の矢野経済研究所(東京)は19年度の6835億円(消費者の支払額ベース)から、24年度には1・8倍の1兆2117億円に達すると推計している。

酒井聰平  
18面に続く

うなウイルスが再び広がれば、訪日外国人は途絶える。今後は客の新規獲得よりも、継続して来店してもらうことが重要。サブスクは解決策の一つ」と言う。

経営安定化でも利点がある。売上  
り上げは顧客数や単価に左右され  
るが、サブスクなら毎月、会員数  
の収入が保障される。会員数から  
食材の必要量も把握でき、フード  
ロス(食料廃棄)対策につながる。

店の5月末の会員は休業期間があつた中でも、感染拡大前の1月末から微増となつた。両店の店長を務める伊藤唯さん(25)=札幌出身=は「店選びから開放され、時間の節約になつたと喜ぶ利用者が多い」と語る。

早いのではないか」。首都圏で飲食サブスクを先駆的に始めたのが飲食関連業のファビーチ（東京）だ。2016年にコ一ヒーの飲み放題を都内の直営店コ一ヒーマフィアで開始。料金は月3千円（税込み）が基本で、割引

画や音楽のネット配信が人気で、動画配信大手ネットフリックスの1～3月期の加入者数は想定の2倍以上の約1600万人に達した。外出自粛による「巣ごもり消費」の拡大が後押ししたとみられる。ザンギ連盟の金井英樹事務局長(51)は「飲食サブスクも浸透が

動機をつくる」ことで常連が増えればうれしい」と話し、PRを強化したいという。

# ザンギ、コーヒー 定額制で サブスク

新型コロナウイルスの感染収束がなお見通せない中、ウイルスとの共存を前提とした新たなビジネスモデルやライフスタイルの模索が北海道や首都圏などで本格化している。飲食・買い物、居住、交通などの分野で、感染拡大前の価値観からの転換を図る動きを紹介する。

北海道を代表するグルメでもあるサンギの提供店を支援する一般社団法人北海道サンギ連盟(札幌)が企画。「こんな時だからこそ北海道経済をサンギで元気に」を旗印に6月1日から始めた。札幌と苫小牧の居酒屋など計13店が参加中で、会員数は約100人。このうち4店を運営する飲食業イーストン(札幌)の北山輝敬店舗開発部長(52)は「毎日無料という来店

画や音楽のネット配信が人気で、動画配信大手ネットフリックスの1～3月期の加入者数は想定の2倍以上の約1600万人に達した。外出自粛による「巣ごもり消費」の拡大が後押ししたとみられる。ザンギ連盟の金井英樹事務局長(51)は「飲食サブスクも浸透が早いのではないか」。

# ウイズコロナどう変わる