



元氣とタイムリーな情報を提供する

# 五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2026年06月29日 第1273「週刊五十嵐レポート」

## スタバ日本事業、売却？

6月11日付日経新聞、「スタバ日本事業、売却検討」という記事。米コーヒーチェーン大手スターバックスが日本事業の売却を検討している。最大の問題は米国での不振。海外では稼ぎ頭と見られていた中国で現地資本のコーヒーチェーンが台頭。今年4月に現地投資ファンドへ株式の過半を売却。

なぜ日本のスターバックスは成功しているのか。1. コーヒー店ではなく「居場所」を売っている。長居しやすい。清潔。店員の接客が丁寧。1人でも入りやすい。「第三の場所」(自宅でも職場でもない)を定着させた。2. 日本人は空間品質にお金を払う。店内の快適さ。接客。ブランド。3. 店舗立地。駅。商業施設。空港。観光地。日本の店舗は増え続け2025年末約2077店。

なぜ米国は不振だったのか。1. モバイル注文が中心になった。以前のスタバは、ソファに座る。店員と会話する。ゆっくり過ごす。空間を提供。近年は、モバイル注文。持ち帰り。ドライブスルーが中心になり、「ただの飲料受取場所」になった。2. 米国ではインフレの中で何度も値上げを実施。「毎日買うには高い」という消費者が増えた。3. ライバルが増えて、競争が激化した。

中国はどうか。スターバックス中国は約8000店舗規模。Luckin Coffee (ラッキンコーヒー)の台頭。特徴は、アプリ注文中心、低価格、配達対応、若者向け。北京のホテルのフロントの隣にラッキンコーヒーのスタンドがあり、スマホでコーヒーを注文し受け取った。9.9元(245円)。ショッピングモールでスタバでコーヒーを飲んでくつろいだ。27元(665円)。価格はスタバの約1/3。中国は「おしゃれなカフェ」より「早い・安い・便利」が重視される傾向がある。

中国飲料チェーン最大手・蜜雪冰城は世界の店舗数は約6万店とスタバを上回る。23年日本に進出したが現時点4店舗にとどまる。他の中国飲料チェーンも日本では苦戦している。なぜか、日本にはコンビニコーヒー、缶コーヒー、自動販売機がある。既に低価格コーヒーはある。差別化ができない。

スターバックスは「ロマンスと効率の両立」をうたっている。効率だけでは価格競争になる。ロマンス(体験・共感・居心地)だけでは利益が出ない。両立することが競争力になる。日本事業を売却して米国事業を立て直す。

ちょっと  
気になる出来事

6月2～6日中国北京旅行のホテルに2台のルームサービス用のロボットがあった。お客が部屋からスマホでデリバリーを注文すると、デリバリーのドライバーがホテルのフロントに品物を渡す。ホテルスタッフがロボットに渡す。ロボットはエレベーターに乗って、お客のフロアで降りて、部屋まで行く。人間と同じ行動をすることに驚いた。

・人を避ける ・エレベーターを呼ぶ ・エレベーターと通信する ・指定された階で降りる ・部屋番号を認識する ・到着するとスマホに知らせる これらの一連の行動を自律的に行っていた。

深夜、ミネラルウォーターや軽食などを頼むお客がいるとする。以前ならホテルスタッフが部屋まで届けていた。ロボットなら、24時間対応、文句を言わない。人手不足対策になる。

「AI」→「ロボット」→「実際のサービス」 中国はここまでのスピードが非常に早い。日本では技術はある。安全性を検討。実証実験、規制確認等で数年かかる。北京外国語大学ではコーヒーを入れるロボットも見た。フィジカルAIは現実である。



一口メモ  
知識

## 企業は機会を生かす

企業とは、外部にある資源、すなわち知識を、外部での成果、すなわち経済価値にまで変換するプロセスである。（「創造する経営者」）

企業の成果は、「問題」を解決することによってではなく、「機会」を開発することによって得られる。（「創造する経営者」）

ドラッカー経営名言集（ダイヤモンド社）より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

