

1. シアーズがSCモール事業への挑戦で来日

—日本からアメリカ進出のテナントを誘致—

かつては世界第1位の流通業であったシアーズは現在、ウォルマートにその座を奪われ全米では第4位となっています。同社は2005年にKマートを買収、通販のランジェンドも買収し、現在全米に3000箇所の大型店舗（シアーズは840店）を持っています。特に近年、力を入れたオンラインショップは一ヶ月に2000万点の商品を取り扱い、事業の大きな柱になっています。同社はCEOが変わり、次なる事業の柱に「SCモール」を計画しました。何故この計画に着手したのかを同社のバイスプレジデントのALAN氏とリーシングMgrのKATE女史が先日、RBK事務所に来られ、熱く語ってくれました。それは前近代的な百貨店からの改革でした。アメリカのお客様は百貨店やGMSは何処に行っても同じような売り場で、同じような商品構成で飽き飽きしています。魅力あるエキサイティングな場所を提供し、わざわざ来ていただける、そして長く滞在していただける空間施設を作りたいと、そのヒントになったのがラフォーレ原宿や109等の、小規模でいくつもテナントがあるSCモールの開発でした。世界中からファッションナブルなブランドを集め、大型SCの最高立地にあるシアーズの一部を完全に分離し、世界の魅力あるテナントに入り易い条件で入店してもらう計画です。このプロジェクトが「SR3」です。これから100年のシアーズ社の方針の重要な戦略となります。9月24日に「SR3」は誘致したい日本の企業向けに説明会を行い、150社ほど来場し大盛況でした。当日の説明ではまずは全米の西海海岸で最も優秀な立地のSC「サウスコーストプラザ」から始めると発表し、規模は1500坪で75店のテナントを導入、家賃は約20%、物流、人的、法的問題等は全面的にシアーズ社がフォローするなどでした。日本の企業は国内の閉塞状況の打開策として中国を中心にしたアジアで事業拡大を目指しています。が、日本の優れたファッションクリエイティブ、素材等は十分に欧米でも戦えるはずで、シアーズのプロポーズに挑戦する企業が果たしてあるのか大注目です。個人的にはファッションブランドが海外から日本進出へと続いている中、是非、日本から海外(欧米)へ出て行って勝負してもらいたいと思っています。また飽き飽きしているお客様に対してのSC、百貨店の課題は日本も全く同じです。根本の改革が出来ない企業から淘汰されていくのも待たなしの状況です。

2. 三越銀座増床オープンの成果と課題

9月11日に新館を増床し、売り場面積3,600㎡、年間売り上げ予想では630億と銀座地区では松屋(580億)を抜き1番店の百貨店が誕生しました。初日は来場者18万人で売上が7億円と発表されましたが、初日の売り上げの約100倍が初年度の売り上げとするとますますのスタートのようでした。

いくつかの評価すべき点と課題があります。

- ① 自主編集が拡大され自らリスクをもった売り場構成にチャレンジしたが在庫の山にならないか、内容をみるとかなり問題です。
- ② 銀座一番店の「らしさ」が何処なのか、ファッションに関しては大衆受けを狙った感じが強くワンランク上の銀座が欠けています。
- ③ 化粧品をB1階に移動(NYの最高級百貨店のバーグドルフグッドマンが3年前に化粧品売り場をB1階に移動した)し雑貨、ジュエリー、バッグ等が1階に構成されているが新館のジュエリーが閑散とし、分断され寂しい。

④ サービス機能は充実でレベルが高く、これからの都市型商業施設のモデルになるかもしれません。M2 階には外国人観光案内所が設置され、免税カウンターが設けられ、多数の外国人のお客さまに対応しています。また託児所の存在は便利で有難く、子連れのヤングママは銀座で買い物するなら安心の三越でと思うはずです。

⑤ レストラン&カフェは流石、銀座三越の布陣です。以前から人気のパリの老舗パティスリー「LADUREE」、マンダリンオリエンタルの初代総料理長の山本オーナーの1号店イタリアンの「セストセンソ」、ネオビストロの「ル・ブル・ノワゼット」等、国内外の話題の店を導入しました。レストランは夜が何処まで商売になるかが課題ですが、暫くは人気が続きそうです。

⑥ 食品はB2階、3階と新館まで広がり連日、超満員の盛況です。ここが集客マシンになることは間違いありません。以上が課題と高く評価する点ですが、先にも述べましたように「銀座三越らしさ」とは何か、そして何を武器に戦うのかが今後、世の中から問われ続けられる一番の課題でしょう。

3. 台湾もファッションハブ競争に参戦

「アジアが熱い」とは、もはや陳腐な形容ですが、先月末に台北で開かれた台湾版JEW（東京発 日本ファッションウィーク）といえる「台北・イン・スタイル」（T I S）に参加して、台湾におけるファッション温度の熱さを痛感しました。

T I Sは、今年で5回目。政府の助成を得て台北市で3日間、アパレルやアクセサリーの展示商談会、コレクションショー、公開セミナーを行っています。主催は台湾の紡織品の海外市場開拓を支援する団体の紡拓会です。

今回、特に“熱さ”をアピールしたのは、世界的なデザイナーブランド「イッセイミヤケ」のショーでした。パリコレクションで発表した10年秋冬コレクションショーに駆けつけた台湾のファッション関係者は、ショーの開始前から興奮状態で、ショーが始まると一転して固唾を呑んで見守っていました。

「イッセイミヤケ」は、日本ではショーを行っていません。その世界の「イッセイミヤケ」が台湾でショーを開いたのですから、これは“一つの事件”だといっても過言ではないでしょう。しかも、ショーでは台湾向けにデザインし、台湾製のウールツイードを使用した“台湾スペシャル”を加えました。その“台湾スペシャル”は、この後、現地の「イッセイミヤケ」ショップで販売するそうです。おそらく、確実に売れるでしょう。

また、複数の台湾人デザイナーのショーには、台湾のナンバー2の副総統が出席しました。護衛のSPが目立ちましたが、副総統の登場は台湾がファッション産業の振興に熱意を燃やす象徴と言えます。台湾得意のポリエステルフィラメント素材を利用した機能性衣料やインナーウェア業界もショーで製品をアピールしました。台湾もファッションハブの座を狙っているのです。

台湾のファッション市場は、新光三越、太平洋SOGOの日系もしくは日系ルーツの百貨店がリードしており、この9月には統一阪急が参入しました。「日本」が突出する中で、日本のファッションブランドは、「イッセイミヤケ」などデザイナーブランドや日本のアパレルブランドとも売れ行きが総じて順調です。ある日本の大手アパレルの現地法人は、日本企画のブランドだけでなく、台湾で企画・生産したブランドも含めて、事業は極めて順調だと話してくれました。

ファッションハブ競争に参入した台湾ですが、T I Sで見た台湾アパレルや台湾デザイナーの水準は、まだ「発展途上」にあることは否めません。しかし、日本は、市場としての台湾、さらには台湾企業と組んで中国市場に参入する戦略をもう一度、検討する必要があるのではないのでしょうか。

4. 魅力がなくなった軽井沢アウトレット

軽井沢では美味しいものが沢山見つかったけど、アウトレット（軽井沢プリンス ショッピングプラザ）では何にも欲しい洋服がなかった～。

どうしてこんなに魅力のない商品ばかり置いているんでしょうか。5年前くらいのコレクションを平気で並べていたり（しかも、そんなに安くないぞ）、店の陳列に気がつかってなかったり。いかにも「アウトレットです」的な、簡素なインテリアでは、ちょっと買物ムードもダウンします。さらに、カフェやレストランなどの休憩所も少なすぎるので、長時間のお買い物は辛いですね。今さら感いっぱい「花畑牧場」とか、クレープ屋さんや、田舎っぽいカフェしかない！これではもう二度と来なくていいかな～という気持ちです。

イチバン頑張っていたのは A BATHING APE PIRATE SOTRE (BAPE のアーカイブアイテムやファクトリーセカンドアイテムなどを取り扱う新しいコンセプトのショップ)。海賊をイメージしたインテリアで、宝箱風の本箱にデニムやTシャツが詰まっていたり、ゆったり革ソファやDJブースがあったり。アウトレットでも、買物を楽しむ！というハッピーな雰囲気があってよかったです。子どもと一緒に、結構長居してしまいました。テイストがちょっと自分とは違うのでさすがに APE は買いませんでしたが。

Bottega Veneta や Gucci は、さすがにブランドイメージを大切に店づくりしていました。

まあ、あえて買うなら、Bottega Veneta のワンピースとバッグかな…。

でも、5シーズン前のものが半額……う～ん、あんまりお得感がありませんでした。やっぱり買うなら、最新のものがいいなと。

軽井沢のアウトレット、くまなく3往復ぐらいしたので、誰よりも詳しいかも。

入っているショップ、レストランの種類などなど何かご質問があれば何でも答えられると思います。

— チームR・B・K 小泉恵里のブログ (<http://blog.cintre.jp/>) より —

5. NYで大人気 ABC Kitchen

ブロードウェーに昔からあるインテリアショップの老舗 ABC Carpet & Home の中にオープンしたジャンジョルジュ氏が手掛けたオーガニックフードのレストラン「ABC Kitchen」が今ニューヨーカーに大人気です。コンセプトは「farm-to-table restaurant」。インテリア全般からインテリア雑貨までありとあらゆる商品を集めたこの店はニューヨーカーなら知らない人は居ない程有名な店。ゆえにここに入るレストランは常に話題になりますが、この「ABC Kitchen」はその中でも最も人気なレストランの1つです。広い店内は白とウッドで作られていてクリーンでナチュラルな雰囲気です。人々のおしゃべりも心地良く聞こえます。お皿はアンティーク調の様々なフラワー柄で揃えられていて、古き良きアメリカを思い起こさせます。これらのお皿やテーブルや椅子は全て地元のアーティストが制作したものです。メニューはサラダやサンドイッチ、お魚やお肉までいいバランスで揃えられています。メニューの裏にこだわりが書かれているのも見逃せません。お料理はまず見た目は綺麗、そして味はどれをとっても最高です。とくにお勧めは人参とアボカドのサラダです。メニューからは全く想像できない料理がでてきますが、味は絶品です。さっぱりした味付けが食材の良さを引き立てます。そしてオーガニックな料理は全てとてもヘルシーです。お店の人達の印象もとても感じがよく何度でも足を運びたいくなるそんなカジュアルなレストランです。ディナー時も良いと思いますが、ランチに最高のレストランです。お料理は\$15~\$30位です。

35 East 18th St. New York、NY10003 Tel.212-475-5829

<http://www.abckitchennyc.com>