

1. 2010年RBK視点のトピックス10

- ① 勝ち組は世界基準を遥かに凌駕する
「サムスン」「アップル」「イケア」「ランバン」「ZARA」「ユニクロ」「Forever21」
—企画、素材、デザイン、生産、価格価値、そして何よりスピード経営—
- ② 酷暑の夏、大雨、異常気象の常態化
—9月まで猛暑、シーズンMDの見直しが—
- ③ 有楽町西武が撤退、「ルミネ」が進出、来秋オープン
—百貨店が大都市からも撤退、家電でなくルミネで良かったと街の声—
- ④ 東京駅が駅ナカSC化への大変革
—ノースコート、グランスタダイニング等、開業による駅ソトへの課題も—
- ⑤ 成田より羽田国際空港、32年ぶり欧米空路復活
—利便性、24時間体制、江戸マーケットプレイス含め105店の商業施設も充実—
- ⑥ 東名「海老名SA」
—東名阪「御在所」SAに平日3万人、海老名SAの月坪売上3百万円超—
- ⑦ グッチ去ってFOREVER21来る。銀座松坂屋
—ラグジュアリーの低迷とインターナショナル・ファストファッションの流れが全国へ—
- ⑧ 中国の繊維産業が内需シフト。日本へは納期遅れ、キャンセル続出
—素材の原価が倍以上に高騰し、尚且つ90%以上中国に頼っていた日本企業大打撃—
- ⑨ 百貨店SC化の流れが加速、課題山積
—大丸、松坂屋の「うふう」高島屋の「GOKAI」全て中途半端—
- ⑩ 創作力ある生産者の時代が到来、ファッションから酪農まで
—モンクレーのダウンの7割が「小松セーレン」SAで大人気「いでぼく」のアイスクリーム—

2. 仁川に対抗するには羽田空港の拡張しかありません

—国際線運航、商業施設も大人気—

10月21日、羽田空港に4本目の滑走路が完成し、32年ぶりに欧米路線が復活した。アジア路線も含め19エア会社が17カ国への定期便を就航する国際線ターミナルが誕生しました。利便性と商業施設が話題です。成田空港と比較すると次の3点が圧倒的に優位です。第一に何より都心に近い(品川駅から14分)点、日本各地からの国内線に隣接している点、24時間体制で深夜便も就航している点です。これで日本国内の地方からは不便な成田を敬遠し、仁川空港を利用していただ旅客者を呼び戻せます。スピード時代ですから少々運賃が成田に比べ高くても利便性で羽田利用客は増えていきます。羽田を拡張し路線を増やせば仁川空港に対抗できるはず。又、商業施設の仕掛けとテナントの充実が、利用客だけでなく今、都内の観光スポットとしても大人気です。ターミナル全域で105

店の SHOP と11の免税店があり、なかでも出国エリアに隣接した4階、5階には宮大工を使って造作した「EDO MARKET PLACE」は江戸小路や江戸前横町、江戸舞台、東京 POP TOWN に43店のテナントが揃い、連日賑わっています。売り上げ好調と賑わいで注目物飯店は「面白ていしゃつ屋」、和コスメ・雑貨の「まかないこすめ」、手ぬぐいの「RAAK」、飲食では京の老舗茶舗「京はやしや」、新進ラーメン職人の前島司の「せたが屋」、福井の料亭旅館が運営する回転寿司「ありそ鮨し」等々です。今、空港と高速のサービスエリアに注目です。

3. 何処まで開発するのか東京駅「エキナカ」ビジネス

2007年にグランスタがオープンし、月坪売り上げ200万を超えたとか、大丸のお弁当が一挙にダウンしたとか話題になりました。その後、サウスコートが開業し、完熟カステラの「はな」が長蛇の行列で評判になりました。因みに現在は並ばなくても買えます。スイーツはファッションより飽きられるスピードが速いです。そして今回はノースコートに、東京をもっと楽しみ、味わう「日本の台所のおもてなし」をコンセプトに「GRANSTA DINING」がオープンし、連日朝から超満員で賑わっています。老舗の寿司漬、匠の技の赤坂璃宮の東京炒飯、挑戦のニッポンの駅弁（高級旅館や評判のフレンチやイタリアン）等、16店揃いました。この発想は東京ステーションシティ構想の一環で「東京駅が街になる」のコンセプトで進められています。今月は新京葉線のエリアにブックエクスプレス、ベーカリーのドミニクサブロン等が入るエキナカ「KeiyoStreet」がオープンしました。八重洲方面の駅ソトはJR東海の「東京一番街」、更に八重洲地下街が改装し、エキナカを含め周辺は巨大な商業施設として変革していますが、これでいいののかの課題もあります。まずは駅の安全性、快適性、わかりやすい通路、サイン等が商業施設の乱立で良く分からなくなった点です。また商業施設も所管の会社が鉄道会館、JR東日本、JR東海だったり、それぞれがパンフを作りサインをしているので、全体感がないことです。NYのグランドセントラルのような一体感は望むほうが無理でしょうか。東京駅を利用するお客様の立場から見直す必要があると思います。

4. 高島屋、祖業の呉服が好調で売り場拡大へ

去る10月こそ、全国百貨店売上高が2年8ヶ月ぶりに、わずか0.6%増とはいえ前年を上回りましたが、基調としての低迷からは脱していません。そんな中で百貨店の祖業である呉服部門で高島屋が好調な業績を上げています。市場が縮小する中で、何故、好調さを持続しているのでしょうか。そこには、確かな戦略があります。

高島屋呉服ディビジョンの10年上期の業績は、「上品会（じょうぼんかい）」と呼ぶプレステージブランドの販売が好調で、実に前年比で13.4%増加しました。商品的には、パーティーやハレの場で着る200万円クラスの訪問着は不振でしたが、自分のおしゃれ用に購入する300万円の紬などの需要が戻ってきたそうです。ですが好調さの本質的な理由は、同ディビジョンの責任者自らが全国に25あるきもの産地を回り、顧客ニーズに合った商品をすべて買い取っているところにあります。顧客ニーズを把握し、産地に提案して新商品開発に活かす。この当たり前のことを実行している好例に大島紬があります。大島紬はピーク時の30万反が今ではわずか9000反に激減しています。にもかかわらず、生産者は良かった時代に売れた柄を追っている。負のスパイラルです。ところが、高島屋は顧客ニーズの変化を捉えて「黒無地の大島紬」をつくってもらいました。結果はどうだったでしょう。完売でした。

もうひとつは「純国産絹製品」ブランド「誰が袖好み」。商品は、振袖から七五三、訪問着に広がり、上期は点数で13.7%、金額で22.4%も前年を上回りました。

日本はかつて、世界中に生糸を輸出していたシルク大国でしたが、今日では需要に占める国産生糸のシェアは1%以下。日本の文化であり、民族衣装である正絹きもの原料生糸は、中国やブラジルからの輸入品なのです。もはや貴重品と言っても言い過ぎではない国産絹製品ブランドのひとつが同ブランドなのです。高島屋は栃木県の養蚕農家12軒、山形の松岡製糸、丹後・長浜・山形の機屋、京都の染色メーカーと組んで「誰が袖好み」をつくり、全量買い取っています。

きものの市場規模は1984年の1兆6000億円が、09年には3200億円に縮小していますが、高島屋では、こうした実績を受けて、今後、日本橋など主力店では、呉服売り場を拡張する意向です。

5. ダイエー創業者、中内さんの「予言」

20年以上前のことでした。あのダイエーの創業者である中内功さんから小売業の現状や今後、ダイエーの経営戦略などの話を伺っていた時、中内さんはこう発言しました。「小売業というものは、いつの時代でも新手的ディスカウンターが登場し旧勢力を駆逐する」。

当時のダイエーは、価格の安さを武器に百貨店を追い抜き流通業界に君臨していました。経団連会長にも上り詰めた中内さんです。絶頂期だったと言って良いでしょう。そのダイエーの中内さんの名言だったので、昨日のこのように覚えています。

それから、時が流れ、ダイエーはイオン、丸紅の手で経営再建に努めています。GMS業界も海外進出以外には新たな方向が見出せず低迷を抜け出ていません。衣料品では、とりわけGMSの苦戦が目立ちます。主因は「ユニクロ」や「H&M」、「ザラ」、「フォーエバー21」など新勢力の台頭です。これらは単なるディスカウンターではありませんが、低価格が最大の売りであり、それとの競合でGMSが負けています。

中内さんの名言、いや「予言」が的中したと言うべきでしょう。ならば、ファストファッションを駆逐する「新手的ディスカウンター」は出現するのでしょうか。出現するとしたらどんな業態なのでしょう。来るべき新年にその兆候が出るのかどうか、注目したいと思います。

6. クラフトマンシップを堪能できる蕎麦屋「流石はなれ」

ここ数年新富町にこぢんまりした美味しいレストランがどんどんオープンしています。「流石はなれ」もその1つです。もともと銀座の「流石」で蕎麦打ちをしていた矢守さんが2件目を出店されました。新富町の駅から歩く事5分。細い路地を歩いて行くと看板もなくひっそりたたずんでいる店はまさしく「はなれ」。知らなかったら間違いなく通りすぎてしまう佇まいです。中はカウンター10席のみ。こぢんまりしたお店ですがとても落ち着く空間です。料理は昼は¥4000~、夜は¥8000と¥10000円のお任せ2種類のみ。おそばは途中で一度と最後にできます。お任せ料理の進み具合をみながら目の前でそば打ちが始まります。思わず会話が止まり全員で見入ってしまいました。全ての動きが流れる様に進み芸術的で職人技の素晴らしさを改めて再認識させられます。目の前で職人のパフォーマンスそして、自分たちも一緒に参加しているような感覚、こういう事が料理の味を増々引き立てます。使いこまれた石臼で蕎麦粉を挽き、作って下さったそばがきの味も絶品です。おそばの間にでてくるお料理も繊細で素材の味を十分に生かし満足いくものばかりです。それぞれの料理の説明もきちんとしてくださり、料理の出されるタイミングもパーフェクトでした。お酒もビール、日本酒の他ワインも揃えているのが嬉しい限りです。ただワインはボトルでないと頼めないのがこの店の唯一の難点といったところでしょうか。まあそれを差し引いても新しい感覚の蕎麦懐石の店として是非又訪れたい場所です。ちなみにこの店は某インポートプレタブランド社長に教えていただきましたが、外国人のお客様の接待によく使われとても喜ばれるそうです。「クラフトマンシップ」がキーワードとなっている昨今この店には教えられることがたくさんあります。

小さな店なので要予約。

中央区湊3-13-15 TEL: 03-6228-3870

営業時間: 昼 12:00~14:00 夜 18:00~20:00

定休日: 日・祝(予約があれば営業) 予約制でお任せコースのみ