

### 1. 過去最高の入場者で賑わった全国 SC 大会

第35回全国SC大会が1月19日～21日までパシフィコ横浜で開催されました。私はこの大会のビジネスフェアの委員長として5年目を迎えました。結果は入場者が3万6千人を超え前年を10%ほど上回りました。出展社数も前回を上回り、日本のSC総売上げ27兆円が集約されたコンペディションとして新たなスタートを切れたと思いました。「出会い」「発見」「チャンス」のビジネスの場として、開催3日間で業界関係者が一堂に会する機会にはありません。新たなスタートが切れたと実感した点は3点ありました。1点目は国際化です。シンガポール系のキャピタルモールアジアが大きく出展しアピール、又、アジアのSC関係者が多数来場しました。2点目はビジネスに結びつける各社の積極的な活動です。パネルディスカッションもその好例でした。今回の人気はエキナカと高速SAのセッションでいずれも400人を超えました。又新たな傾向としては、繊維素材や農業や畜産の生産者が熱心に受講していたことです。ここに生産者がダイレクトに小売に進出する流れの一端が見られました。3点目はSCビジネスの仕掛け、マネジメントのレベルが科学的に超スピードで進歩している点です。例えば来店客が入り口のパッセージカウンターを通るだけで、性別、年齢別の客層分析がかなり高い精度で出来るとか、SCマネジメントでテナント分析がアイパッドで分かり易くみられテナントに対しての指導、アドバイス、支援が出来る「リゾーム」の仕組みとかです。元気のない日本に元気を与えるのは毎日の消費者を迎える日本のSC、テナントです。その意味でSC業界の社会的役割は重要です。過去最高の入場で賑わったSC大会を終えての感想でした。

### 2. 元気のない日本人の魂を揺り起こすのがルミネの役割

ルミネ賀詞交換会より

新年会の冒頭に花崎会長から、「外面を磨けば内面が美しくなる。とびっきりの内面がみえてくる」「元気のない日本人の魂を揺り起こすのがルミネの役割」との話がありました。以下要約です。大切なことは人口が減ったとしても心の豊かさを追求する限り、可能性は無限、量の世界でなく心の求める価値を作り、提供出来ていけるかということです。その為には大事な3点があります。

①OEM、ODM、商社任せ、は止めて欲しい。自分自身の価値を見つけ、オリジナリティを大切にしてください。

②日本の繊維産地は絶滅の危機にあります。素晴らしいものがまだあります。発見があります。

③アウトレットの都市部近郊進出は問題です。お客様の信頼を失くします。ディベロッパも問題ですが、安易に出店するテナントこそ問題です。

以上の3点でしたが、それを聞いて耳が痛いと感じたテナント経営者が多かったはずですが。この話を聞き、クロスカンパニーの石川社長が目の挨拶で、メイドインジャパンに挑戦しますと。そこで倉敷の帆布生産者と組んで物作りを始めたところ、デザイナーやMDに夢と希望が生まれ、社内の空気が変わりました。これからはオリジナリティを更に大事にしていきたいと話したのが印象的でした。正にこれは「元気だせ日本」のルミネ効果でしょう。

### 3. オンワードが潮目の変化受け「オンワード（前進）」を宣言

新年には、各業界団体が賀詞交換会を開くのが恒例で、今年もいつものように開かれましたが、そんな中でオンワードホールディングス（HD）は新年早々の6日に、ホテルニューオータニで同社単独の賀詞交歓会を開きました。芙蓉の間に仕入先多数を招いて開いたもので、オンワードにとっては、

名実共にアパレル業界のリーディングカンパニーであることをアピールする意味がありますが、ファッション業界から見れば、日本全体の閉塞感がぬぐい切れない中、ファッションアパレル消費の潮目の変化を象徴する出来事と言えるでしょう。

潮目の変化とは、あいさつに立った廣内武オンワードHD代表取締役会長の次の発言に要約されています。廣内会長はこう述べました。「昨年10月の百貨店売上高は32カ月振りに前年を上回りました。その後の売り上げもますます好調で、新年の初売りでは20%増の店もありました。デフレ下の節約疲れもあるのでしょう、感性が高く、品質の良いものが売れるようになりました。オンワード樫山はブリッジベターゾーンの商品が中核ですが、このゾーンに微風ですがフォローウインドが吹き始めました」。

オンワードHDが、一般的には自粛ムードが漂う時代に一流ホテルで賀詞交歓会の開催を決断した背景には、消費者が高感性・高品質の良いものを選別して購入するようになったことがあります。「閉塞感が漂い、自信喪失の日本ですが、だからこそ各社は得意技をしっかりと磨き、積極的に前進しよう」（廣内会長）との思いから。要は「元気だそう」ということですが、その呼びかけには共感する方が多いでしょう。

賀詞交歓会では、来賓を代表して三井住友銀行の奥正之頭取が「オンワードは、アパレルビジネスで重要な不易流行であるスピード、企画力、販売力をしっかり守っています。（私は）リーマンショックの際『景気の本格回復は早くて2011年』と言って批判されましたが、予想通り今年後半には本格回復するでしょう」とのあいさつに示されるように、会場の雰囲気全体に明るかったことが印象的でした。

#### 4. スーパーファインウールが高値圏で推移か

世界経済は難問山積で、先進国の株価は冴えませんが、その一方で石油など資源価格は全体に高騰しています。繊維素材も同様で、綿花、羊毛、合繊などの価格は軒並み上昇しています。なかでも、ファッションアパレルに必須なスーパーファインウール（極細羊毛）は、今後の品薄が予想され価格は高値圏に張り付く方向にあります。

AWI（オーストラリアン・ウール・イノベーション）によりますと、世界最大の羊毛輸出国であるオーストラリアの羊毛価格は、今季前半（7-12月）の最終セールが季初に比べ14.8%高の1031豪セントで引けました。新年最初のセールはさらに上昇して1152豪セントに。2003年2月以来の最高値です。

この上昇を牽引したのがスーパーファインウールです。17-18ミクロンは季初に比べ40-43%高、19ミクロンも24%上昇しています。

相場上昇の要因は生産減（オーストラリアの羊毛生産量は20年前のピーク比40%以下）とイタリア、中国の積極的な買い付けです。スーパーファインウールは、他国の供給には限界がありますから、イタリア、中国は今季後半の供給逼迫を見越して、前半に可能な限りの手当てを行ったようです。世界的に低価格を売り物にするファストファッションが隆盛を極める中、アパレル商品は素材価格の高騰という課題に直面したことはありませんでした。しかし、羊毛価格だけでなく綿花価格も高騰しています。今年は一転して原料高の波が襲いそうです。一方では、アパレル生産では「便利な中国」が終焉しました。供給に不安を抱える年になりそうです。

#### 5. 香港ファッションウィーク

1月17日から20日までワンチャイのコンベンションセンターで、香港ファッションウィークとワールドブティック香港が開催されました。約2,000社が出店しその規模は圧巻です。約60%が香港又は中国から、残りはヨーロッパや日本を含むアジアなどからの出店のようです。ちなみに昨年の来場者は21,418人だったそうです。バイヤーも世界各国から来ているようで中国本土はもちろんのこと、欧米からも多くのバイヤー達が訪れているそうです。香港ファッションウィークが始まった当初は政府の援助が大半だったそうですが、今では2割程との事です。ほぼ独立採算でこの規模の展

示会を行うのはたいしたものです。内容は今1つでしたが、展示会の運営は素晴らしく JFW も見習って頂きたいものです。まずカテゴリー別の分類がしっかりしていて、パンフレットの地図にもわかりやすく反映されています。そして至る所にインフォメーションデスクがあり情報が欲しい場合はすぐに検索してくれます。この会期中には同じ場所のホールでファッションショーや各種セミナーが行われバイヤー達は自由に行き来できます。さらにビジネスマッチングというサービスがあり、展示会前に捜しているタイプのサプライヤーの情報をメールしておく、候補のメーカーをピックアップしてアポイントを作っておいてくれます。至れり尽くせりのこのサービスに彼等の本気度が窺えます。これで出店メーカーやブランドのクオリティーがあがってきたらと考えると、日本もうかうかしてはいられません。

## 6. 満足のいくトラットリア「カフェ アロマティカ」

大江戸線の西新宿5丁目から山手通り沿いを渋谷と反対方向に歩いて5分くらいの所にある隠れ家のイタリアン「カフェ アロマティカ」。不便な場所にもかかわらず、つつい行きたくなくなってしまいうトラットリアです。日曜、祝日にオープンしているのも利用しやすい理由の1つです。ここ「カフェ アロマティカ」は最も予約の取りにくかった麻布のイタリアンレストラン「アロマフレスカ」の姉妹店で、10年程前にスタートした時にはメニューは一種類の前菜とパスタのみでしたが、いまではメインディッシュもメニューに加えられました。名前はカフェですが内容は十分にトラットリアです。前菜もさることながら手打ちのパスタは絶品です。メインも「カフェ アロマティカ」専属のハンターが取ったいのししなど種類も豊富です。いのししはどう射止めたかで味が全く変わるので専属のハンターをお願いしているとの事です。材料の調達もさることながら料理のあちらこちらにこだわりが見られます。ワインもとてもリーズナブルなものから高めのものまで充実していて、グラスワインのセレクションがあるのも嬉しいところです。ディナーのコースは前菜、パスタ、メイン、デザート、コーヒーで5000円からと、内容に対してのコストパフォーマンスはかなり高めです。内容はトラットリアですが、カフェという名前の通りディナーでも軽めにしたい場合はパスタのみでも全く問題ありません。お店の雰囲気も落ち着いていてどんなオケーションにも対応できるタイプの店です。ホールの方の感じもとても良いので、どんな方を連れていかれても喜んでいただけると思います。多少場所が不便でも行きつけにしたい店の1つです。

中野区弥生町 1-4-6 アビタシオン 1F      Tel : 03-3374-9511

営業時間：火～金      11:30～16:00    18:00～24:00

土、日、祝    11:30～24:00