

1. 大阪梅田ケタ違いの集客、初日4日は50万人の来場

—大阪駅が OSAKA STATION CITY に—

西日本最大の JR 大阪駅に誕生した一大商業ゾーンはサウスゲートの大丸側に続いて新設されたノースゲートに三越伊勢丹とルクアがオープンしました。なんと開業初日、三越伊勢丹に27万人、ルクアに23万人が来店したそうです。私は2日のレセプションに招待されじっくり拝見させていただきました。一番の衝撃は大阪駅を鉄道と商業に加え「水」「緑」「時」「エコ」「情報」をテーマにした8つの広場を持つ「街」にした点にあります。人が密集する大阪駅でこんな癒しの空間ができたのかと感激しました。デザインを担当した三戸岡鋭治氏がこの施設に賭けた強い思いは「駅が文化の発信地」でした。

また同氏は次のように語っていました。「日本一元気で豊かな公共空間に育てていきたい」と。三越伊勢丹はあえて3倍の売場面積がある阪急と競合しない戦略で臨みました。独自編集のファッションと文化美術に力をいれ、三越得意のお帳場客を取り込む姿勢が随所にみられましたが、ファッション、雑貨に関しては阪急、大丸のプレッシャーで魅力に欠ける構成となっています。一方ルクアは正に西のルミネ+αといった充実したテナント構成で高感度のOLには嬉しいSCの誕生です。各階の両サイドにはトゥモローランド、UA、ビームス、ルシェルブルー、イエナ等々が核テナントとして大型店で出店しています。ビームスの設楽社長が「何より客層も良いし予想を超える入店と売り上げでした」と話していました。私が見た注目店はスイーツ「ザ・ペニンシュラブティック」、ジェラート「グロム」、コスメ「ロクシタン」ルクア限定が秀逸、雑貨「キューポット」「ガーランドオブデュウ」「イーエム」、ファッション「ランバンオンブルー」「フィガロパリ」「MHL」「ローズバッド」等々です。レストランは三越伊勢丹の上質感とルクアのカジュアル感の相乗効果で連日、満員だそうです。一言でいえば大阪駅がオシャレになりました。お客様もです。但し、東京に比べマーケット規模が小さい大阪ですから周辺に及ぼす影響は図り知れません。阪急も当面苦戦するでしょうし、このままではイーマやブリーゼブリーゼは壊滅状態になるでしょう。3年後、大阪エリアの百貨店売場面積が5割増しになります。人口減のこの時代にです。いよいよ淘汰の時代へ突入です。

2. 絶滅の危機から脱出したい日本テキスタイル

日本のテキスタイルを中心にする産地は、折に触れ「世界に冠する」と形容されます。江戸時代から続く長い伝統、細部までこだわる日本人特有の匠の技、四季の変化によって培われた繊細な感性などを織り込んで生産されるテキスタイルは、確かに「世界に冠する」衣料素材だと言えるでしょう。

しかし、その一方では、中国などとの価格競争では歯が立たず、中国製テキスタイルを使用した中国縫製のアパレル製品輸入の高水準定着で国内生産の減少傾向に歯止めがかかっていません。その日本が世界に誇るテキスタイルの2012年春夏向け展示商談会「プレミアム・テキスタイル」展が4月中旬に、JFW（東京発 日本ファッションウィーク）主催で開催されました。61社が各社得意のテキスタイルをアパレル企業やSPA企業、小売業に提案しましたが、2日間の

会期とも雨にたたられたにもかかわらず、出展社とバイヤーの話し込みは今後の成約につながるものが多かったようです。

今回は、事前に大手アパレル、デザイナー企業と出展社のビジネスマッチングを計画し、会場に設けたコーナーで商談に臨むという新機軸を打ち出しましたが、この試みも効果的だったと思われます。ものづくりには自信があるが、営業（販路開拓）は苦手なテキスタイル企業にとって、自社ブランドの差別化を図りたいアパレル、SPA、小売り、デザイナーなどバイヤーとの出会いは願ったりかなったりです。販路開拓は、本来、自力で行うものですが、主催者がバイヤーとの出会いを支援することも合同展示会では必要なことだと思います。

「世界に冠する」日本のテキスタイルですが、一方では「絶滅危惧種」との現実もあります。絶滅を免れるためには、テキスタイルメーカーの自主的な販路開拓は絶対的に必要ですが、同時にアパレル企業や小売業にはもっと国内生産の「匠の技から生まれるテキスタイル」を注目してもらいたいと会場を回りながら思いました。

3. 電力不足不安解消に挑むルミネ

暦の上ではすでに「立夏」が過ぎました。今後、日一日と気温が上昇する日が続く季節ですが、今年は夏の電力不足が心配されており、そこはかたない不安が漂っています。菅首相の要請による中部電力の浜岡原発の運転停止も「東日本大震災後の電力不足」不安に追い打ちをかけることが懸念されます。

電力不足の悪影響は、商業施設の運営に重大な支障をきたすことは、去る3月の計画停電で実証済みです。閉店や営業時間の短縮、来店客の減少を回避するためには、自助努力ではいかんともしがたい、公共的な性格を持った電力の安定供給が不可欠なことを誰もが実感しました。

電力不足は、当面の経済活動や個人の生活に多大の影響を及ぼすだけではありません。大きな懸念の一つが世界に誇る日本の製造業が国内の電力供給不安から製造現場を海外に移転することによる「国内製造業の空洞化」です。一度海外に逃避した製造業は二度と国内には戻らないでしょう。そして、このことは製造業の問題にとどまらず、日本社会や国民生活に深刻な影響を与える心配が現実のものになることを意味します。貿易収支の悪化、失業の増大などです。商業施設もその悪影響の直撃を受けるでしょう。日本経済の失速による消費の収縮は避けられそうにありません。

そうした最悪のシナリオを演じずに済むようにするために、政府も企業も個人も電力の供給増と節電に知恵を絞り、対策に努めるでしょう。しかし、個々の企業にとっては、政府や電力会社の対策を待つばかり、というわけにはゆきません。自社で何かできることはないのか。いまこそ知恵を働かせる必要があります。ルミネは、自社施設の電力を東電ではなく他の民間企業からの買電でまかっています。しかし、さらに電力の安定供給を図るため、さらに知恵を絞っているそうです。エネルギーの自立があってこそその企業の自立ということですが「さすが」だと思います。

4. イオン初のアウトレットオープン！

イオン発のアウトレットが、4月29日（金）10時にオープンしました。

越谷レイクタウン駅より徒歩8分。

店舗数141店舗（内初出店34店舗）レイクタウン店舗数569店舗

計710店舗の超巨大マンモス商業施設が誕生しました。

構成は、次の3街区より構成されています。

1街区（1st Avenue）国内外のカジュアルファッション雑貨、キッズ

2街区（2nd Avenue）高級ブランド、デザイナーズブランド

3街区（3rd Avenue）大手ブランドとセレクトショップ、飲食

23日より、ソフトオープンしていたこともあり、11時過ぎにはスムーズに入館できました。この日、入場制限があったショップは、キッドソン。

混雑していた店トップはサボイでした。店内レジに40人程の列ができており、ミセスが、客層の6割強を占めておりレギュラーの客層とは全く違っていました。それ以外で、比較的賑わっていたショップは、アウトドアショップです。懐中電灯・燃料・リュック・寝袋等、今や、アウトドア人ではなくとも、震災を経験した私達にとって、覗いておきたいショップになっているのでしょう。その他、気になったショップとしては、飲食の「中村屋@West Park Cafe」でした。若くして独学でラーメンを学び、天空湯切りで有名になった中村屋と今時のプレミアムハンバーガーショップのコラボレーション店。現在、日本人が大好きなラーメンとハンバーガーの2トップは、最強のコラボだと思いました。今回、初出店、話題店舗もありましたが、概ね売上は好調のようです。

ところで、近年、アウトレットの拡大で、プロパーとの棲み分けが曖昧な状態に加速がついています。(港北東急SC109アウトレット4/29オープン)都市型のアウトレットはビーナスフォートに見られる様、消費者の信頼を無くして、テナントによっては撤退を余議なくさせられているのも現実です。そのような中イオンは、都心から近い大型SC越谷アウトレットをオープンさせました。

SC発想と行動の原点はお客様満足にあるはずですが、果たして、お客様満足という視点になっているのでしょうか。あまりにも安易にアウトレットを考えていませんか。テナントも売れば何処でもいいと安易にアウトレットを考えていませんか。

今回の震災を機に、全て原点回帰になっている今、小売業であるSC、アウトレットも消費者視点の基本に帰る事が必要なのではないのでしょうか。

5. 渋谷の穴場ビストロ「Libertin」

自然派ワインとフレンチのビストロ「リベルタン」が今年の2月14日に渋谷の宮下公園の交差点からキャットストリートに入った裏手にオープンしました。まさしく路地裏で渋谷の喧噪から全くかけ離れた場所です。ブルーの壁とフランス国旗が目印のカウンター6席とテーブル8席程の小さな店ですが、若い男女のお客様でにぎわっていました。ここのシェフはあの代々木上原の人気店ル・キャバリエの初代シェフ柴藤喜則さん。料理がでてきて納得しました。とにかく野菜が多く、1皿の量もかなりのボリューム、そして文句なく美味しい。典型的なビストロ料理の自家製パテやソーセージ、ステーキなど男性にも喜ばれるがっちりお肉系が揃っています。パテと言えばビストロの定番料理でその店の実力がわかる1品ですが、こちらのパテは合格点を越えたハナマルです。女性が必ずオーダーするという野菜の盛り合わせも人気メニューの1つです。2人で行ったらアペタイザー2皿とメイン1皿で動けない程お腹が一杯になります。ワインもオーガニックワインが中心ですがこれがなかなかリーゾナブルで美味しいのも魅力です。昨今のご時勢バブルな振る舞いは気分的に御法度、でも気軽に美味しい物が食べたい、そんな時ふらっと立ち寄れる店です。

アラカルトで予算は¥5000~。

渋谷区渋谷 1-22-6 伊藤ビル 1F TEL: 03-6418-4885

時間: 19:00~23:00(L/O) 翌2:00閉店 定休日: 日、祝