

R・B・K EYE

VOL35.

2004.JULY

編集責任 飯嶋 薫

1. 勝ち組 SHOP の 7 月商戦の変化

異常な暑さの影響もあってバーゲンは全国的に好調でした。

昨年より目立った傾向としては全商品セールが多い中、勝ち組のトウモロランド、UA、セオリーなどは対象外商品が目立ちました。

又、バーゲン終了後は更にプロパーの鮮度のある盛夏物と晩夏物を投入し売上増を図り、尚且つ、しっかりと粗利も取る商売に徹しています。現実の夏はセール後が本番ですし、欲しいものはプロパーでも買う、欲しくないものはセールでも買わない消費者の気持ちをしっかりつかんでいて自信をもってタイムリーに商品提供している姿勢は見事です。結局プロパーに強い SHOP はバーゲンにも強いということです。

2. プロの店長は仕事が終わってからここまでやる

先日、西日本 JRグループでは感性の高さと坪効の高さで優等生の SC、岡山一番街のシンポジウムに参加させていただき、現場の店長さんから久々に感動的な御話を伺いました。彼女はジーンバーチャルの松本店長でキャリアは新宿ルミネ店長、阪急三番街でバイヤーを経験し故郷の岡山で現在店長をしているそうです。

私が仕事を終え帰宅してからの過ごし方を質問したところ、「私は毎日深夜の 12 時ごろからダビングしたトレンドドラマを 2 本程度必ず見ます。何故かというとお客様と話題を共有できることと主演の女優が着ているファッションをチェックすることでセールスの時、お奨めのポイントになります。雑誌より TV の方が反応が早いので販売員としてはチェックしない訳にはいきません。ですから当然スタッフ全員にも見させています。」

因みにお客様の反応が大きかったのは「オレンジデイズ」の柴咲コウのファッションだったようですがお店のスタッフ全員がここまでやる姿勢は正にプロフェッショナル集団です。松本店長が就任以来、売上は毎年増収だそうです。小売業は店長ビジネスと改めて思い知らされました。

3. 今、トレンドは目黒川沿い（話題のバッグ SHOP）

オープン 1 年で固定客を掴んだ「輪杓」

元、メンズショップ「マルセル」出身でスピックインターナショナルを立ち上げ、TORNADO MART などメンズファッションで丸井でも高効率の同社がプロデュースしたバッグ SHOP が機能性とオリジナリティさで着実にファンを魅了している。

店装もユニークで目黒川沿いで一際目立つ存在です。メンズ基調だがユニセックスの商品は素材、デザイン、機能にこだわり、吉田カバンだけがバッグ屋じゃないよとメッセージしているような嬉しいお店です。LIN-KU の名前でもパルコにも出店していますが流石、小売屋出身のオーナーだけあって消費者サイドに立った MD、店装、接客は是非見ていただきたいショップです。思わず私もグリーンの多機能コーティングバッグ 36,000 円を購入、気に入っております。

4. 今、トレンドは目黒川沿い（レストラン編）

大きなキスと言う名のイタリアンレストラン『BACIONE』

目黒にあったイタリアンレストラン『バッチョーネ』がこの春に中目黒最高のロケーションである目黒川沿いに移転オープンした。厨房を隔てて奥と手前にダイニングがあり静かで落ち着く。バッチョーネというのはイタリア語で「大きなキス」という意味。シェフの小島氏が親しい人からの電話の最後にいつもバッチョーネと言われる事から命名。ランチは 1600 円と 2600 円、ディナーは 4500 円のコースやアラカルトが用意されている。お料理は前菜とメインともにとても美味しく、ボリュームもたっぷり。2人だったらアラカルトでアベタイザー2品、プリモピアット2品、メイン1品位で十分お腹が一杯になる。気取らずふらっと行けて楽しめるレストランとしてはうってつけ。今、目黒川沿いが食もファッションも面白い。

裏原から代官山、代官山から目黒川沿いへの流れは要チェックです。

目黒区上目黒 1-16-2 1F 03-3791-2334

営業時間:ランチ :11:45-13:30(L.O.)

ディナー :18:00-22:00(L.O.)

定休日 :月曜日

5. 百貨店反転攻勢？

百貨店の売り上げが相変わらず低迷しています。休日営業、営業時間の延長、売り場拡大などを含めた試算では1991年対比で、2003年は坪当たり34%の減収と分析する人もいるほどです。

ここで注目されてきたのが、昨年メンズ館をリニューアルした新宿伊勢丹本店と1998年からリストラに取り組んできた大丸です。

伊勢丹は長期経営計画(10年)で百貨店の売り上げが6兆円台(2兆円減)にまで減少する可能性のあることを折り込み、百貨店としてのMDを見直し、メンズ館を成功させています。また、ADOをはじめ松屋との業務提携、岩田屋、井筒屋との連携を進めロットの拡大によるコストダウンを計る狙いを明確にしています。

大丸は1998年に海外支店を閉店(その後11店)国内支店も3店閉店し、700人の希望退職、不動産の売却などにスピーディーに取り組みました。その一方で札幌支店をオープンし成功させています。後ろ向き「リストラ」ではなく「リストラクチャリング」の代表例とも言われています。

百貨店売り上げが小売総売上の6%を割り込むところまで来た今、百貨店の生き残り競争はさらに激しくなりそうですが、小売業に取って一番大切なのは、銀行、仕入先の前に「お客様」であることを忘れないようにしたいものです。