

1. 減収増益基調では続かない百貨店、増収こそ生きる道

百貨店の売り上げはピークだった91年対比で04年18.9%減、売り場面積は36%増ですから大幅に売り場効率が低下しています。それに営業時間の延長や営業日の増加を考えると坪効率は91年対比6掛け以下となります。

百貨店業界でもファッションビジネス業界でもこれは消費不況の影響ではなく構造問題だとする見方で一致しているようですが、家計調査でみると90年～04年の期間で衣料品と服飾雑貨40%減、食品11%減、家具家庭用品22%減と百貨店の得意アイテムは大幅減の一方で保健医療37%増、交通通信33%増、住居31%増と成長する分野に対応し切れていないことがわかります。

とりわけ流通構造の変化は歴然で、特にショッピングセンターの台頭は著しく04年小売シェアで百貨店6.1%に対比、SCは20.6%と91年比で倍増し、08年までは大型開発も含めてこの勢いは続くといわれています。

百貨店へ納入するメーカーからは「SCに出店すれば10%～20%までの家賃、百貨店では35%～40%、利益が出るのはSC」というのは定説です。減収増益の「権益」はもうなくなりつつあるようで、増収計画を掲げる時であり、新たなビジネスモデルを開発する時だと思われれます。

2. 静かなブーム「クラシックホテル」箱根富士屋ホテル

先日、久しぶりに箱根の富士屋ホテルで会合がありまして旧御用邸の別館「菊華荘」で食事をし本館で宿泊しました。今、クラシックホテルが静かなブームという意味がわかりました。そこには寛ぎの空間があり、高い天井のロビーからカフェ、バー、部屋と続くタイムスリップした気分はまさに時代ロマンの真髄に触れた感があります。山間に走る登山電車を眺めながら寛ぐ時間は至福の時間です。そこで嬉しい話を聞きました。日本の有数なクラシックホテルのアソシエーションができて手をつないだそうです。日光「金谷ホテル」東京「ステーションホテル」軽井沢「万平ホテル」横浜「ニューグランドホテル」奈良「奈良ホテル」以上ですがこれらの人気の要因はいずれも建築物やロケーションの素晴らしさは勿論ですが歴史と伝統を伝え続ける語り部がいるからこそ顧客に感動が与えられるのでしょうか。ホテルは文化です小売業に携わる人々にとってリピート率が命のホテルは文化と顧客満足を勉強する上で欠かせない存在と思うのですが如何でしょうか。

3. 神戸芦屋駅前に進出したパリの「Gerard・Mulot」大盛況

7月6日に芦屋駅前のラポルト1Fにパリの人気スイーツ店「ジェラル・ミュロ」がオープンし朝から盛況で夕方にはケーキ、パンが売り切れしてしまう勢いです。ゴージャスな店内の奥にはカフェを併設、芦屋婦人にとっては今、話題のニュースポットになっています。ケーキやクッキーは勿論ですが以外とパン(バケット、クロワッサン、ナッツ入りのパン)の評判も良いようです。確かにしっかりした味わいのクロワッサン、美味しかったです。神戸には北野ホテルのイグレグやアンリシャリパンティエ、アンテノールなど人気スイーツの激戦地ですが「ジェラル・ミュロ」注目です。

尚、日本での展開はジェラルジャパンが行い、福岡に一号店、新宿高島屋にコーナーが

あります。

4. 小田原「ラスカ」トイレの快適CS度は

先日オープンした小田原駅ビルのラスカは好調な出足だそうですが平塚ラスカ同様「トイレ」には随分とこだわったお客様にとっては大変、快適で便利なトイレというよりレストルームになっています。ウッドな素材で暖かいイメージでドアが安全な引き戸、しかも通常の1.5倍ほど広いスペースです。又、子供用のトイレのコーナーのベンチや広い空間はお母さんにとっては大変あり難いコーナーです。トイレタイムでなくてもちょっとした休憩や買い物袋の整理やら多目的に使えるからです。日本のSCの環境面での進化は凄まじいものがありますが施設がどんなに充実しても、もう一度このお店に来たいか、来たくないかは販売員の態度で殆ど決まります。従ってSCは何処まで販売CSを徹底させる事ができるのかが益々重要なのではないのでしょうか。

5. 雪の冬が心配な南千歳のアウトレット「Rera」

北海道の玄関口、千歳にオープンした本格的アウトレットモール「レラ」を6月に視察しました。空港から10分、南千歳駅から数分、札幌から40分御殿場ほどラグジャリーブランドはありませんが国内外の95店舗が出店しております。ゴールデンウエークから好調のスタートで出店企業はまずまずの評価しております。確かに6月25日の土曜、雨の視察でしたが駐車場は満車で予想を越える賑わいでした。北海道にとっては小樽のマイカルに中途半端なアウトレットがあるだけなのでこの「レナ」は新鮮でバラエティに富、強烈なインパクトを与え動員につながっているようです。しかし視察しながら思い出したのは真冬12月のニューヨークを視察した折、コネチカットのアウトレットが評判なので行こうということになりNYから雪道を2時間かけて到着し唖然としました。それはここはゴースタウンかと思わせるほどの人気のなさでした。果たして「レナ」はどうなるのでしょうか。

6. 果たして再生のイトーヨーカドーの企業DNAは変わるのでしょうか

IY始めGMSの不振は深刻で各社再生の改革に必死です。「IY」の改革は商品研究所を創設、社長に藤巻氏を要請、同氏は間もなく本体の役員に就任、(鈴木会長は藤巻氏がIYの改革をどうしてもやりたいと云って来たのでやる事にしたと公に発表していますが噂では鈴木氏からの要請だったそうです。最初からおかしな話です)同研究所はディレクション機能とのことでしたが実は物づくり機能が中心で動きだしたようです。都市型デパート並のファッション???へと本格的改革をこのチームで進めているわけですが、そんな最中、取引先アパレルに激震が走りました。それはなんと原価率の引き下げ要請でした。従来からIYは完全買取り、返品はしないといって一番行儀が悪いのがIYでした。取引条件が厳しくなり、さらに返品等の体質も変わらなかつたらと云った不安が取引先に走るのは当然でしょう。本格的改革の前に取引先負担による粗利確保はこの企業の持つリスクを負わないDNAそのものです。

リスクを負わない小売業はいつか必ずおかしくなります。アメリカの百貨店もリスク回避でベンダーいじめの末おかしくなった事実を真摯にみるべきだと思います

<夏季休業のお知らせ>

勝手ながら8月12日(金)~17日(水)まで リフレッシュ休暇を取らせて頂きますので宜しくお願い致します。

尚、緊急のご連絡は飯嶋、田島の携帯電話までお願い致します。