

1. 全国SC大会に見られた大きな流れ、来場者も3万人を超す新記録

SC大会は1月22日から24日まで例年通りパシフィコ横浜で開催されました。私は本年度も委員長として準備から開催まで応援させていただきました。内心はこの数年飛躍的に来場者数と出店企業数が伸び更に展示内容の充実が図れてきましたのでそろそろ限界かなと憂慮していました。ところが開場してみると23日の雪と雨にもかかわらず3日間の総計は前年10.8%増の新記録で流通マーケットの中でのSCの位置付けを確認させられました。今回のフェアの特筆すべき点は「出会い」「発見」「情報交換」の場から真剣なビジネス「商機」の場になった点です。又、東急等のグループ会社が電鉄、不動産、流通等の各社を一同に集め総合力でアピールした点です。担当者によればこのビジネスフェアがなければグループ企業でもお互い何をやっているのかわからなかったのがここを通じて理解しあいグループと総合力を発揮しようとする動きに繋がったそうです。また高速道路の各社もサービスエリアのSCとしての改革を図る上でこのフェアが重要な位置付けになりましたと、又ワールドは全国の優秀SCが殆ど参加するこのフェアは営業戦略上、大変重要なイベントと位置付けて参加したそうです。SC業界で3日間に業界関係のTOPから担当者までここまで多く集まるイベントはありません。SC3000箇所時代の到来はこのフェアをチェックしていると市場の流れを予見できるはずですが。但し最大の課題は施設が出来てもテナントの従業員確保と育成が益々困難になる事は間違いありません。

2. 大型店(百貨店・チェーンストア)売り上げ11年連続既存店割れ

百貨店協会とチェーンストア協会が今月相次いで発表した07年の販売統計では11年連続マイナスとなりました。

百貨店は前年比0.5%減の7兆7052億円、チェーンストアは1.4%減の13兆9788億円でした。この2協会の売上合計は21兆6840億円で、06年ショッピング協会の売り上げ26兆円を下回ることになりました。

百貨店は三越・伊勢丹(1兆5858億円)大丸・松坂屋(1兆1739億円)高島屋(1兆494億円)と売り上げが1兆円を越えた企業とそのグループを中心にさらに再編成が進みそうです。セブン&アイ・ホールディングスのそごう・西武(9665億円)など先の見えない百貨店も多く流通業界のポジションは下がると見られています。

イオングループとセブン&アイの2強時代がいよいよ鮮明になったGMS業態も相次ぐカテゴリーキラーの台頭に先行きが見えません。

コンビニエンス業態も成長は止まり、通販業態がこの売り上げを上げるのはここ2~3年のことと思われます。小売流通の業態動向はことしも目が離せません。

3. H&Mより強い「FOREVER21」に世界が注目

1月14日に一泊二日に来日した「FOREVER21」CEOのMr Chanと会食しました。

8年ぶりの再会です。以前F21の日本でのFC展開をしたことがある私としてはその後の同社の急速な成長を西ロスでファッションアイランドやパサディナで視察し続けました。

Chan 氏によると昨年は全米の専門店が軒並み 10%前後の売り上げダウンのなか同社だけが 20%増と好調だったそうです。売り上げが 1900 億円、経常利益が 300 億、店舗数 400 (海外 25)。上場せず、宣伝広告はしない同社ですが NY タイムスの一面に掲載されるほど小売不況の米国で注目されています。パサディナや NY では隣接する H&M の 2 倍の売り上げ、更に海外でもドバイのモールオブエレメーツでは 650 m²と H&M の 25%の面積で総売り上げは H&M に勝つとのこと、この 4 倍以上の効率は世界の流通界から大注目です。最近の米国の SC では GAP を退店させ跡地に F21 の入店要請が多いとも聞きました。同社の強さの要因は昨年 LA 視察報告でも述べましたが Chan 氏と会い改めて感じた点を列挙してみます

- ① 経営 TOP の判断と行動が瞬時
- ② MD が旬、早い、かっこいい、追加しない
- ③ 商品価格が何処よりも安い (フレッドシーガルの 10 分の 1、H&M の 8 掛け)
- ④ 店舗外装、内装がお洒落でかっこいい
- ⑤ 従業員が自店に自信とやりがいを持っている

以上ですが皆様一度是非、ドバイかパサディナで F21 を視察されると低迷打破のヒントが見つかるかもしれません。

4. 銀座和光別館がオープン。企業姿勢はのんびりと変わらず

本館が 1932 年のオープン以来の全面改装で 300 日休業しますがこの 14 日に並木通りに地下 3 階から 10 階までの高層モダンな別館をオープンさせました。1 階から 4 階までは従来の婦人紳士の雑貨や服飾で 5 階に展覧会ホール、9 階にカフェ、10 階にレストランの構成です。9 階の「和光カフェ」でお茶をしてみました。コーヒー 850 円、ケーキ 750 円と流石に銀座和光価格ですが静かでコート等のお預かりサービスもよく表の晴海通りの同社のカフェより落ち着くかもしれませんが景色は他のビルの汚い屋上等が見え興ざめです。和光の課題は別館オープンでも日曜祭日は休み、18 時閉店も変わらずです。従業員満足は出来ても顧客満足はどうなのでしょう。いくら富裕層のシニアがターゲットとは云え、銀座の真ん中が日曜休みは街としても寂しい限りです

5. ブルガリレストラン「Il Ristorante」

ブルガリの世界総売上高の 25%を占める日本。ついに昨年 11 月世界最大の売り場面積を持つブルガリ銀座タワーをやはり世界最大規模の面積を誇るカルティエとシャネルのはず向かいにオープンしました。1 階から 4 階が売り場で、5 階から 7 階がオフィススペース、そして 8 階から 10 階がレストランとバースペース。これらのレストランとバーはブルガリホテル & リゾートの経営です。ミラノのブルガリホテルのレストランとバーでの素晴らしいホスピタリティーに感激した私は、さっそくこの 8 階にあるレストランへ行ってみました。まず予約を入れた時の電話の受け答えが非常に丁寧で気持ちが良い。内装はパリにあるブルガリホテルのデザインを手がけたアントニオ・チッテリオ & パートナーズが担当し、コンセプトは「コンテンポラリー・ラグジュアリー」。8 階はプライベートルーム、9 階のレストランと 10 階のバーは吹き抜けになっていてまわりがガラス張りになっているので開放感があり、落ち着く。テーブルの間隔もゆったりとってあるのでまわりが気にならない。大人がゆっくり楽しんで食事するには最適な場所です。食事はほどよいポーションで気持ちよくお腹一杯になった。お料理を持ってくるタイミングも絶妙である。そして細部まで行き届いた心使いがさすがブルガリ。同時期にオープンしたアルマーニのレストランのサービスの質の悪さと比べると断然ブルガリの勝ちです。予算はコースでランチが 5,000 円～、ディナーは 15,000 円～。