

R・B・K EYE

VOL. 85

2008. SEPTEMBER

編集責任 飯嶋 薫

1. 活況続くアウトレットの新設・増設と課題

日本初のアウトレット・リズム(埼玉)がオープンしたのが1993年でしたが、15年後の2008年9月に三井アウトレット仙台港がオープンし、10月には仙台泉プレミアムアウトレットのオープンへと続き、全国で32施設になります。

新設だけではなく増設も活発で、売り上げNo.1の御殿場プレミアムアウトレットは第3期増設が終わり、店舗面積45,000㎡、210店舗と最大規模となります。

プロパー販売が苦戦しているおりからアウトレットは好調で、アメリカの250施設(売り上げ4兆円)までは行かないまでも、まだまだ増えるとの見方が有力で、日本も2008年で32施設(売り上げ4500億円)になります。

あるアパレル経営者によると、「10店舗のプロパーショップに1店ぐらいのアウトレットがあっても良い」との見方もありますが、単純に売り上げ換算すれば、百貨店・都市型大型ファッションショップの売り上げが9兆円ほどですから、その10%の9000億円までは供給可能ということになり、現在の2倍になるとの推計もあるほどです。

しかし、アウトレットも「観光立地」型から「アクセス近郊」型になって来ており、大都市大型商業施設や商店街との競合問題が深刻になっています。アウトレット発祥の米国では明確にすみ分けが出来ていますが日本では開発出店にルールがないのが現状です。

テナント側もブランドや業態を変えながら慎重な検討がされていますが、売り上げが見込めることから安易にアウトレット限定商品を開発したり、在庫発生メカニズムは変わりそうもなく、「お客様の選択」に任せるしかないのが現状でしょうか？

仙台中心に商圈がどのように変わるか注目したいところです。

2. ルミネスト大会に感動、感激(販売スタッフに人生最大の誇りと夢が)

28,000人の頂点へ、ルミネ各店から選出された40名が日頃の接客力とお客様の先を読み期待の先を満たす思いを胸にルミネスト・ゴールドを目指します。会場はANAインターコンチネンタルホテル、前回より会場を広げましたが開始から満杯でヒートアップ状況でした。

冒頭、花崎社長からは市況が如何に大変であろうとプロとしてのアドバイス、自分らしさのパワーアップ、お客さまのステップアップにお役立ちしましょうと、又、テナントの経営者には販売スタッフが全力でパワーアップできる環境作りをしてください、例えば、定員の確保、販売に専念できる作業の省力化等のバックアップ体制、そしてなにより店のスタッフが元気になる支援体制を、との挨拶があり、競技に入りました。28,000人の頂点には北千住店アダムエロペの人見麻里さんが選ばれましたが、40名全員が素晴らしいレベルでの接客をし、来場者に深い感動と感激を与えてくれました。今年も各社のトップが来場し、応援は益々盛り上がり、熱気に包まれた会場となり、さらに大型画面に映し出された出演者は正に大スターの雰囲気でした。

これから1年にわたりシルバーやゴールドのバッジを胸に付け、皆のお手本のスタッフとして活躍します。私が今回痛切に感じたのは、これだけの環境をSC側で作って貰えるとスタッフは無限の可能性が引き出され、更に販売スタッフは誇りと夢が持てる憧れの職業であると再認識させられました。全国の販売員を目指す新人には是非見ていただきたいルミネスト大会でした。

3. H&M日本進出で銀座が大賑わい(高感度、低価格は世界の流れ)

世界30ヶ国1600店舗を展開し、ZARA, GAPに続く世界3位のファッション企業が中東、アジア進出の最終段階でいよいよ日本進出です。事前の莫大な宣伝効果の影響で9月13日に銀座オープン以来、銀座は全国からお客様が集まり朝から信じられない賑わいです。オープン10日過ぎても行列で1時間半待ちでないと入れません。

同社がパリやNYへ進出した時もセンセーショナルでしたがこれほどまでの行列はありませんでした。日本人の本当に宣伝に乗せられる国民性がよくわかります。H&M の特徴は最新のファッションをユニクロ並の世界ほぼ統一低価格で販売し、著名なデザイナーとのコラボ等で常に話題を提供しています。日本での今後の展開は原宿、渋谷、新宿と続きその後は大型SCへ進出予定です。さらに今後はH&Mと世界を舞台に戦っているFOREVER21、TOPSHOP、アバクロ等が日本進出の計画です。彼らからすると銀座や原宿の家賃はまだまだ安いとの感覚です。世界のラグジュアリーについて世界の低価格カジュアル(ファストファッション)も銀座や新宿の路面を占拠する勢いです。そして彼らの次なる戦略は大型優秀SCへの出店です。どうする日本です。

4. 「happy なライフスタイル」を提案する「こどもビームス」

進化するビームスの新業態「こどもビームス」が代官山にオープンしました。レセプション会場で設楽社長は私にこのように話してくれました。まずは売り上げを最初から追求しない店にしたい、こども達の感性を豊かにしたい、モノ、コトを表現するプロジェクトにしたい、ファッションは勿論の事、プロダクト、あるいはイベントやワークショップ等を紹介していきたい、それらの結果、こどもと親にととの「happy なライフスタイル」を提案したいとの事でした。夢と大事にするコンセプト(こども達の感性を豊かにする)を明確に決定して新業態を立ち上げる姿勢は流石に設楽さん。ビームスらしい楽しい夢が感じられるショップが誕生しました。私が気に入った商品はパリのカラフルでカジュアルな「BONNTON」、ボタンやステッチが楽しい「MORIKAGE SHIRT」、こどもの安全を最大限装備したハイテクのヘッドギア「POC」等々です。思わず気に入った数点を私も買ってみました。ここは親だけでなくお祖父さん、お祖母さんにとっても嬉しいショップです。消費の2極化は4ポケット~6ポケットを持つこども市場のほうが顕著に現れそうです。「こどもビームス」注目です。

5. フランスの田舎料理 ALI-BAB アリバブ

フランスの田舎料理のお店。オーナーの石塚さんはまさにギャルソン中のギャルソン。接客が大好きなんだなというのが伝わってくるサーブをしてくれます。聞けばフランス五つ星ホテルのレストランでソムリエをされていた、との事。どうりで！ワインはオーナー自身がフランスに行き買い付けていて、種類も多くて選ぶのが楽しい。グラスやカラフェの種類が多いのもうれしいかぎり。フランスの各地の普段使いできる値段帯のものが多くそろそろ。手作りの新聞風メニューもなんだか味があってかわいい。小皿料理からボリュームのあるメインまで種類も豊富、軽くつまみたい時からしっかり食べたい時までいろいろな使い方が出来ます。アットホームな雰囲気の中、気取らないフランスの田舎料理がいただけます。女子にオススメはメリメロサラダ。パテやテリーヌ、エスカベッシュなどが入ってボリュームたっぷりおいしい。煮込みの料理が個人的にはおすすめ。パリの下町にありそうなカンティーヌ(食堂)です。ちなみに隣に吹きガラスの工房がある。たまに作っているとこに遭遇します。

東京都港区赤坂2-21-10 ヴェール赤坂1F TEL 03-3583-1831

11:30-L.014:00 18:00-L.022:00 土曜昼、日曜休

<http://www.ali-bab.com/>