

# R・B・K EYE

**VOL. 89**

2009. JANUARY

編集責任 飯嶋 薫

## 1. ルミネ新年会で感じたトップの覚悟

ルミネ新年会での花崎社長とビームス設楽社長の挨拶が話題になりました。2009年を迎えるにあたって「誰のためにもならない風は吹かない。逆風を順風ととらえ、課題の解決をしていきます。上期107%、下期102%の状況は自らの慢心、油断の結果です。いかなる環境でもお客さまに選ばれるルミネを目指して、道は一本道です。私たちは変革し続けなければなりません。そしてテナント経営者には売上重視の同質化から抜け出し、オリジナリティと店舗スタッフの働きやすい環境をトップ自ら行っていただきたい」との花崎社長の挨拶があり、次にテナントを代表しビームスの設楽社長が挨拶しました。「元旦にルミネエストの店に菓子折りを持ち激励に行ったところ、自店のスタッフも周辺のお店のスタッフも明るく大変元気でした。経営者の皆さん元旦からお店に行きましたでしょうか？トップ自ら店を回りスタッフと話し、商品を見、率先してトップ自らが指揮すべき時ではないでしょうか」と、お二人の挨拶にはすべての責は自らにあるが故の並々ならぬ覚悟のほどが感じられました。参列の多くの経営者も肝に銘じたのではないのでしょうか。逆風を乗り越える先陣はトップしかありません。

## 2. 先行きどうなるのか、読めない。視界ゼロ。

新年の会合は何処へ行っても「100年に一度の金融危機、世界同時不況」と言う挨拶が始まりました。

百貨店・量販店の売り上げは12年連続の前年割れとなり、衣料品は18ヶ月連続で大幅減です。アパレルの売り上げも08年は多くの企業で減収減益となり、09年も経営戦略の見直しを迫られています。確たる見通しが持てない企業が多いのではないのでしょうか。

あのトヨタが、パナソニックが、ソニーが、世界同時不況のなかで全産業の構造変化がおきています。

アパレルでも「これまで業界が一つの方法論として見出したビジネスが終焉しつつある」(オンワードホールディングの水野社長)など次のビジネスモデルを模索する声が多いようです。

バブル経済が崩壊した90年代前半にはワールドの「オゾック」はじめ日本型 SPA が新たなモデルとして登場しましたが、いまや国内の競合だけでなく、複雑な市場を捉える新たなビジネスモデルを見出す実験を繰り返しやれる企業に期待されます。

これまでの延長ではなく新たなビジネスを作り上げること、物を売るのではなく「いかに生活を良くするか」が課題になる時代になっています。

ユニクロの柳井さんの「一勝九敗」が売れているようです。挑戦する姿勢だけは失いたくありません。

## 3. 回遊性に優れている「阪急西宮ガーデンズ」

旧西宮球場の跡地に関西では最大規模の大型SCがオープンし、死角が少なくお客さま視点での回遊性に優れているともっぱらの評判です。440店の専門店をメインに大型核店舗として阪急百貨店、イズミ、LOFT、インザルーム、ユニクロ、joshin、ブックファースト、東宝シネマズ、更に

4Fの屋上には9,000㎡の緑と噴水が清々しい屋上庭園があります。西宮北口からはペデストリアンデッキで繋がれた駅前立地です。各階メイン入口にはヘルシンキカフェ、丸福珈琲店、ハーブス等がレイアウトされ、阪急百貨店の入り口はアオヤマフラワーマーケット、ロクシタン、オリジンとコスメ、スイーツ、ベーカリー、花、といった時代の流れを反映した配置となっております。中央の吹き抜けの廻りを専門店、大型店はその廻りを囲む形でレイアウトされ、4か所に設置されたエスカレーターも回遊性を高めています。2館を跨ぎ全長800mを超えるイオンのレイクタウンとは雲泥の差です。3ヶ月目を迎え専門店街は順調のようです。玉屋のディアフルーラや銀座かねまつ、ポイント等々は大幅に目標を上回っているようですが、阪急百貨店、イズミヤは大苦戦の状況です。大型SCに百貨店、GMSは果たして必要なのでしょうか。すべてはお客様が判断します。

#### 4. モノからコトへ、楽しくなった「インザルーム」

阪急西宮ガーデンズの3Fに出店した丸井のインテリア業態の「インザルーム」が変革し楽しくなりました。連日お客様の入店も多く、また滞在時間も長くなったようです。従来のインザルームは家具を中心としたモノ的なインテリアショップでしたが、西宮ガーデンズは部屋での遊びや癒し等をベースにコト的売り場構成となっております。入口付近にはイギリス王室御用達のグリーン「クリフトンナセリーズ」でワンランク上の世界観を演出し、店内の構成は①リラックスバスタイム ②ワーク(学び、ホビー、カルチャー)③ホームパーティ ④プライベート(ルームアクセサリー、ポーンルドとのコラボのゲームバー)にオーガニックのカフェまで揃え、つい時間を忘れ、これはなんだろうと売り場を探索する楽しみがここにはありました。問題はモノへ繋がり、売上がどうかですが、来店客と滞在時間を増やすべくMDを継続に行えばコト的「インザルーム」の将来、楽しみです。

#### 5. 福島氏の3店目「AU GAMIN DE TOKIO」

「モレスク」「ボヴィユ」に続く3店舗目として福島氏が広尾の北里病院裏にオープンしたオープンキッチンの「オーギャマンドトキオ」。福島氏が最もやりたかった店というだけあってオープンしてから人気はうなぎのぼりです。今では予約がかなり取りづらい店になっています。6人～8人が入れる個室が1室あるほかは全てオープンキッチンを囲む形になっているカウンター。カウンターの中はいたってシンプル。その中を何人かのシェフが効率よく動き回る姿は芸術的。チームワークの良さが一目でわかります。お料理は文句なく美味しい。料理を出してくれるタイミングも接客も全てがパーフェクト。そして、時々お客様にサプライズも与えてくれます。私達が行ったときはカウンターの中からおもむろに小さな壺を取り出し「これなんだと思います?」と言って見せてくれたのは今まで私は見たこともない巨大なトリフ。昨日オークションでせり落としたんですが、カルボナーラとトリフのパスタにして召し上がってみますかと薦めてくれました。もちろんいただいてみましたがこれが絶品。舌がとろけるほど美味しかった。デザートのだら焼きはこの名物。お腹に余裕を残してぜひ試していただきたい一品でした。 予算は1人1万円～

港区白金 5-5-10-2F

TEL:03-3444-4991

営業時間:18:00～23:00

定休日:日曜・祝日