

R・B・K EYE

VOL. 174

2016. FEBRUARY

編集責任 飯嶋 薫

1. 進化した延伸の新東名 NEOPASA 岡崎

2月13日、新東名高速が豊田まで延伸開業しました。なんと、14日には6万人の入館客数と賑わいました。御殿場から名古屋までの大動脈の延伸は渋滞緩和、緊急時対策に加え、地元観光促進の経済効果が期待されています。とりわけ静岡、愛知の両県への観光客数は大幅増が見込まれています。開業前の内覧会に招待され、「NEOPASA 岡崎」と「長篠設楽原PA」を視察し、中日本高速SAの進化に驚嘆しました。

上下集約SAのNEOPASA 岡崎は東海3県で最大規模のSAで面積は約4,250m²。上り車線側のコンセプトは東海道53次の38番目宿場である「岡崎宿」。一方、下り車線側は「森のエントランス」がコンセプト。館内は明るい吹き抜けで開放感あふれ、らせん階段から上がる、屋上は人工芝を敷きつめた憩の空間になっています。夏にはバーベキューにはもってこいの場所でした。また、屋外には無料のドッグランも併設され、愛犬家にとっては嬉しいSAです。トイレ等、ハード施設が進化したのは言うまでもありませんが、NEOPASA 岡崎の最大の進化は充実したテナント構成と店舗環境作りです。地元岡崎の八丁味噌を用いたメニューの数々や、三河地方の食の魅力のグルメ等、地域の伝統文化発信基地の役割も果たしています。いくつか気にいった店を紹介します。東京でも有名な鶏三和の最高級版「伊藤和四五郎商店」、飛騨牛の「かごの屋」、名古屋めしを代表する、みそかつ名店「矢場とん」、半田で行列のパン屋「パンのトラ」等々、わざわざ行きたくなるテナントが集まりました。そして私が感心したのは、お土産の名鉄も含めた各テナントの売場作りが進化した事でした。そこには自店の商材商品を最大限に生かす工夫がなされています。更に各テナントの販売スタッフにはオープン応援も含め、しっかり教育されている心地よさを感じました。

ついでに立ち寄るSAから、わざわざ食べに行き、買物が出来、遊べる施設、街のランドマークの誕生です。ここまで進化した背景には、中日本エクシスの明快な経営方針がありました。中日本エクシスの勝美社長が掲げた3つの革命です。「商業施設革命」「CS革命」「物販革命」。以上の革命を毎年掲げ、連日その実現に向け、努力した成果がここに現れました。高速道路が公団から民営になって10年、この革命の継続が真の民営化への重要な道である事をここに見ました。



画像：NEXCO 中日本 HP より



2. 専門店はファッショニ業界の有力セクターなのに…

経済産業省纖維課は、今年度末までに「アパレル産業ビジョン」（仮称）を策定する方針ですが、関係業界の関心はもうひとつ盛り上がりっていないように思われます。本来なら、閉塞感を開拓する方策と今後のアパレル産業政策を示すものですから、高い関心がよせられてしかるべきなのですが、それはそれとして「小売り目線」のR・B・K E Y E流に言えば、ビジョン策定の段階でファッショニ小売業、端的にいえばセレクトショップなどの専門店の声が反映される仕組みになっていないことにも違和感を覚えざるを得ません。

アパレル産業ビジョンの目的や検討内容などは前号に触れた通りですが、不可解なのはビジョンを検討している組織である「アパレル・サプライチェーン研究会」の委員に専門店業界から誰も入っていない、という事実です。アパレル関連業界からの委員は、日本纖維産業連盟、日本化学纖維協会、日本アパレル・ファッショニ産業協会、日本纖維輸出組合・日本纖維輸入組合、日本百貨店協会のトップが名を連ねています。小売業界では日本百貨店協会が入っていますが、専門店業界は無視された形になっています。

先月、横浜で開かれた日本SC全国大会の入場者は実に6万人を超えるました。ショッピングセンターと同施設に出店する専門店は、いまや、ファッショニアパレル市場では有力なセクターです。流通形態別のアパレル販売では「専門店」はトップシェアを確保しているでしょう。雇用でも日本経済に重要な役割を果たしています。

しかも、セレクトショップはもとより、百貨店やGMSも自主企画のアパレル製品を生産しています。実際の製造は商社などに依頼するOEMを活用していますが、アパレル製品の製造は、伝統的なアパレル企業だけではなくなります。製造と卸、小売りの「際」がなくなっているのが実態です。

アパレル産業の構造変化が明らかです。だからこそ、専門店業界の意見が反映されてしかるべきではないでしょうか。そうでないアパレルビジョンは、日本のアパレル産業ビジョンとしては、欠落した部分があるビジョンになりかねないのではないかと思います。

現在、論議が終盤に向かって進行中のビジョンにケチをつけているのではありません。せっかくのビジョンです。日本アパレル産業の今後の方向を示し、業界や個別企業の指針になるようにとの願いからそう思うまでのことです。

もっとも、当の専門店経営者は「自己責任・自助努力」をモットーにしていて、行政の支援は期待していないのかも知れませんが。

3. ビジネストレンドは「空港型市中免税店」、都内に続々オープン

1月27日、三越銀座の8階に沖縄以外では国内初となる空港型市中免税店「Japan Duty Free GINZA」がオープンしました。同店舗は、三越伊勢丹ホールディングス、日本空港ビルディング、NAAリテイリングの3社による合弁会社 JAPAN DUTY FREE Fa-So-La 三越伊勢丹が開設したもの。売り場面積は約3300平方メートルと広く、ラグジュアリーブランドからコスメ、デジタル製品、日本の工芸品など、展開アイテムは多岐にわたります。

そもそも空港型市中免税店とは、消費税、関税、酒税、たばこ税が免税対象になる店舗のことです。街中の免税店が消費税のみで対象になるのに対し、市中店では空港内の免税店と同等のサービスを提供しています。購入後、成田と羽田空港の引き渡しカウンターで商品を受け取る仕組み。出国する日本人旅行者やビジネスマンも購入することが可能で、従来の免税店よりも対象範囲は広くなっています。「Japan Duty Free GINZA」を見ると、Duty Free Shopでは世界初出店の「ブッシュロン」を始め、国内免税店では初出店となる「ヴァレンティノ」「サンローラン」が同店舗の目玉になっています。

さらに「ティファニー」「バレンシアガ」「グッチ」「ボッテガ・ヴェネタ」なども出店。また、海外のラグジュアリーウオッチを集積した「タイムヴァレー」(3月9日オープン予定)も導入します。

同店舗を追隨するように3月31日には、銀座・数寄屋橋交差点に開設する商業施設「東急プラザ銀座」の8、9階に空港型市中免税店「ロッテ免税店銀座」がオープンします。都内最大の空港型市中免税店になる予定で、8階には世界のラグジュアリーブランドを軸とした店舗や時計店がオープン。一方の9階は、コスメや宝飾品、香水といったアイテムを揃え、生活雑貨を織り交ぜた構成になる予定です。ロッテ免税店は、韓国外でグアム空港や関西空港、ジャカルタ空港などに出店し、日本人やアジアの客層において理解度を高めているのが強み。オンラインでも免税品を購入できる取り組みを推進し、空港や船舶港で受け取り可能なシステムを構築しています。

さらに、日本空港ビルディングとビックカメラは、羽田空港及び国内外の空港等における家電製品の消費税免税販売、その他の合弁事業を推進するための合弁会社を設立することで基本合意しました。具体策は発表していませんが、培ってきた免税事業に関するノウハウ、商品調達力など、それぞれの経営資源を融合。拡大が見込まれる訪日外国人の国内消費を取り込みます。同時に、国外展開も視野に入れた空港型の家電製品を軸に、セレクトショップを展開。上記2業態とどう差別化していくのか、注目を集めそうです。

4.食通に大人気の和中華「の弥七」

最近新しい形の中華料理レストランに注目が集まっています。昨年、荒木町にのれんを掲げた「の弥七」もその1つで、新しいジャンルの中華料理を出す店として食通の間で人気が急上昇。「の弥七」という謎めいた店名と、どこから見ても和の雰囲気をかもしだしている店構えが謎めいています。若きシェフは東京、三田のミシュラン星付き中国料理店「桃の木」や上海でも修行をつんだ山本眞也さん。こちらのコンセプトが面白い。店構えはどこから見ても日本料理店、年代物の和の器も素敵で思わず見入ってしまいます。料理は和食の良い部分、季節感と軽さを取り入れた和中華。和の纖細さと中華のダイナミックさがうまい具合に融合した料理は見た目も美しく、絶妙な味わいが楽しめます。シャンパンから、紹興酒、そして日本酒まで、種類は多くありませんが、好みに応じて好きな物を頂けます。

ランチは¥1200~、ディナーは¥6500、¥9000、¥12000の3コース。

テーブル10席、カウンター3席の小さな店なので要予約です。

東京都新宿区荒木町8 木村ビル1F TEL:03-3226-7055

営業時間:ランチ11:30~13:30 ディナー17:30~21:00

定休日:日、祝



今月のPATROL

SC ロープレ全国大会・大賞受賞 「ザ・ノース・フェイス」を緊急リサーチ



SHOP DATA>>> THE NORTH FACE 原宿店
住所: 東京都渋谷区神宮前 6-10-11 原宿ソフィアビル 1F

おもてなし評価

総合

90点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか



三井アウトレットパークジャズドリーム長島店のスタッフが大賞に！他店舗の接客は？ by 調査員 A.S.

SC 関係者の商談展示会『SC ビジネスフェア』が先月開催。そのメインイベントの一つでもある『SC 接客ロールプレイングコンテスト全国大会』では、三井アウトレットパークジャズドリーム長島店の竹原篤史さんが大賞を受賞し、“SC 接客日本一”に。他店舗の接客は？と気になった調査員が原宿店を緊急リサーチし、受賞結果と共にレポート。



R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

毎年、ロープレコンテスト全国大会を観覧して思うことは、実店舗の接客向上に繋がっているのかということ。今後も、ロープレの好事例を全社で共有し、継続することが重要！



大賞受賞・竹原篤史さん

お客様に合った工夫あるフレーズで笑顔が伝染

前回大会に続き、今回も大賞受賞は男性。男性スタッフの活躍が目を引く中、竹原さんは女性のお客様にレディースの商品を接客するというシチュエーションで受賞。笑顔・知識・会話力などは、さすがは“SC接客マイスター”レベル。そんな彼のアプローチで一番光っていたのは商品をアピールする言葉でした。小さく折り畳めるダウンジャケットを「子猫ちゃん位の大きさになるんです」と表現。聞いた瞬間、斜に構えて聞いていた私にも笑顔が伝染。おじさまには響かないでしょうけど、お客様役の若い女性にはヒットです！

平日夕方の原宿店を往訪

スタッフ全員が挨拶を徹底していた！

2月中旬の平日夕方。この店舗、久しぶりの往訪という事もあり、スタッフ全員から「いらっしゃいませ」と挨拶があった事に少し驚きました。購入せずに帰るお客様にも挨拶が徹底されていて、以前のクールなイメージが覆されました。メンズショップに女性一人で入店する際、何とも言えない恥ずかしさがありますが、放置される事なく、「よかつたらご試着できますので」と笑顔でお声掛けがあり、その後もタイミングを見てアプローチしてくれ、予定していなかった試着まですることに。竹原さんのような胸キュンフレーズはなかったものの、気を許せた証拠です(笑)。

女性向けショップ・THE NORTH FACE 3(マーク)

商品アピールは積極的だったが、会話が…

同日、原宿店の4軒隣にあるレディース向けの店舗にも足を延ばしてみました。アロマの香りが心地よく、先の原宿店と同じブランドのショップとは思えない印象を与えています。リュックを背負っているこちらを見て、「自転車ですか？」などと二度を探りながら、商品説明・提案をスムーズに行い、ウェブサイトの紹介やカタログの提供もありました。ぬかりのない接客には拍手！でしたが、竹原さんのような、“個”に合わせた明るいトークがなかったのが残念でした。「自転車やスポーツは疎いけど、最近キャンプに興味があって…」と伝えた時、もう少し私と話をして欲しかったな。