

## 1. ファッションテナント退店の流れは加速

### —今、SCは構造改革が必須—

NY、パリから衝撃的なニュースが飛び込んできました。

NYではラルフローレン撤退に続き何とバーグドルフグッドマンのメンズ館が閉店、パリからは一世を風靡したあのコレットが閉店の報です。アメリカンアパレルがチャプター11（破産法申請）。全米SCの四分の一が10年以内になくなるとの予測も信憑性があります。一方、国内のSC数は現在3,200、売上31兆円と百貨店の6倍の規模となっていますが、明らかにオーバーストアの状態は否めません。

米国SC衰退の流れは確実に来ます。とりわけSCの核となるファッションテナントの疲弊は深刻です。要因はEコマースの拡大、店舗数の多さ、同質化、低価格の流れ、売上げ効率減による家賃比増、労働力不足による人件費増、物流費増等々です。

ここに(株)リゾームの（SCゲート）による愕然とするデータがあります。2016年の業種別テナントの出店、退店（対象2,330SC）。それによると、出店・退店がなかったSCは12%程度、総テナント数は141,115、出店数13,529、退店数15,043、退店率10.5%。問題のファッションテナント総数は29,306、出店数3,356、退店数4,580、退店率15%、増減率-4.0%、因みに他業種の増減率を見ると、ファッション雑貨-2.9%。生活雑貨-0.4%、インテリア、寝具等+2.4%、食品-0.2%、飲食-0.5%、サービス+1.1%、アミューズメント+1.1%。これらのデータからも、如何にファッションが厳しい状況かがわかります。

とはいえ、SCのテナント構成の核がファッションであることは現実です。また、ファッション以外の業態も厳しいのは、退店総数15,043店を見てもわかります。日本のSCビジネスは抜本的な構造改革がなされない限り、明日の成長は見込めません。

R・B・Kで提案する改革のポイントは以下の6点です。

- ①コンセプトの見直し
- ②テナント構成の見直し
- ③高騰した家賃形態の見直し
- ④テナントESなくしてCSなしの徹底
- ⑤POPUPリテールの充実
- ⑥労働力不足への全面的支援。

これらの課題を改革し続けるSCが地域間、地域内競争に勝ち抜くものと確信しています。

## 2. 日本デザイナーに関する3つの動き

今夏、日本のファッションデザイナーに関係する3つの動きが浮上しました。3つは相互に直接の関連性はありませんが、それぞれ、日本のアパレルファッション産業の今後にとっては気になる動きです。要は、それを使いこなすのかどうか、なのですが使いようによっては個々のビジネスの成功と産業の活性化に結び付くことが期待されます。

第1は、経済産業省商務情報政策局クリエイティブ産業課が「ファッション政策懇談会」を開き、日本のデザイナーブランドの海外進出を支援する方策をとりまとめることになったことです。クリエイション力は高いものの、経営力・資金力、マーケティング力不足などに直面しているデザイナーに対し、まずはブランド価値を確立して売り上げ規模で1億円程度の案件から支援する具体策を今年11月に策定する方針です。

第2は、日本アパレル・ファッション産業協会（JAFIC）がすでに行っている、会員のアパレル企業とデザイナーが会うビジネスマッチング事業の「JAFIC PLATFORM」で出会いが期待できるようになったことです。昨年に続いて、去る19日に21人のデザイナーが参加して日本橋で開かれた出会いの商談会では、「外部クリエイターとの付き合い方」のパネルディスカッションも行われました。クリエイションを自社に取り込みたいアパレル企業にとっては大いに参考になったと思います。出会いにつながる工夫です。

第3は、デザイナーの団体である東京ファッションデザイナー協議会（CFD）の議長が大塚陽子氏から中川淳郎氏に7月1日付で交代したことです。この人事そのものにケチをつけるものではありませんが、この報道を聞いて思ったことは「そう言えば、東京デザイナー協議会があったのだな…」というものでした。それほど、存在感が希薄になっているのが実態です。本来なら、ファッションビジネスにとって大事な存在であるデザイナーの団体のトップ人事ですから、もっと話題を集めてしかるべきです。

直接の関連性はない、この3つの出来事ですが、そこに底流しているものは閉塞感でしょう。一部のデザイナーは海外でも評価され、ビジネス展開でも健闘していますが、全体を見渡すとそうではありません。アパレル中間ゾーン不振で厳しい状況が続いているアパレル業界では、その突破口に「クリエイション」が求められています。閉塞感を突破するために、第1と第2の具体的な成果に注目したいと思います。第3では、CFDには奮起を求めただけです。

### 3. ニトリ、ロフト、無印とライフスタイル系ストアの大型店が銀座に相次ぎ出店

銀座が、ライフスタイル系ストアの一大集積地として注目を集めています。先陣を切ったのは「ニトリ」でした。プランタン銀座（当時）の6階に出店したのは、2015年4月のこと。郊外のロードサイドを中心に店舗を構えて、家具・インテリア・雑貨のSPA企業として「お、ねだん以上」の商品で支持を集めて成長してきた札幌出身の企業です。銀座には都心百貨店立地の1号店として赤字覚悟で出店しましたが、蓋を開けてみると、従来店舗の半分以下の品ぞろえながらも、「ここに行けば新生活がスタートできる家具がひとそろえできる」「意外とオシャレな商品がある」と好評で、計画を大きく上回る売り上げ・効率を達成しました。

今年3月にプランタン銀座がマロニエゲート銀座店にリニューアルするタイミングで、5階にも拡張し、2フロア体制となりました。この銀座店を皮切りに、「ニトリ」は新宿タカシマヤタイムズスクエアや中目黒のバルス跡地、東急東横店の小型業態、そして、渋谷のシダックス跡地へ旗艦店出店など、都心攻略を本格化しています。

一方、6月23日には「ロフト」が銀座ベルビア館の3~6階にフラッグシップストアをオープンしました。有楽町からの移転により、営業面積約1000坪に、オリジナルコスメを含む“ボディ&ビューティー”、多肉植物や観葉植物などインテリア系グリーンなどを扱う“ホームソリューション”、イタリア発のステーションリーブランド「モレスキン」やマスキングテープ、日本一と言われる「ペンシルバー」を集めた“ワーク&スタディ”、さらには、6階の“ネクストクリエイション トラベル/モバイルツール”のアニメ系アートやモノ作りネットワークコーナー「ファブラボ」とのコラボ工房などを集積しました。

商品を軸としたインパクトのある陳列や、コト提案、専門家など人を立ててその人のオススを紹介するキュレーション型の商品訴求など、新しい見せ方に力を入れたことで、一気に業態が進化した感があります。

さらに、2019年春には、銀座3丁目のマロニエゲート2（元プランタン銀座）裏手の並木通り沿いに、「無印良品」の世界旗艦店（地下1階～地上6階）と、「MUJI HOTEL」（地上6階の一部～10階）がオープンします。ホテルでは、無印の思想を反映した空間や、インテリア、家具、アメニティなどの商品を実際に使うことで、無印の世界観が体感できます。また、無印の全ラインナップ（約7000アイテムと全サービス）を扱う1000坪以上の世界旗艦店でそのまま買い物をしたり、ECからショッピングすることもできますので、最強のリアルストアであり、ショールーミングストアということもできます。

地代家賃が高いと言われる銀座ですが、客数の多さや客筋の良さ、そして、世界に向けた情報発信拠点としての魅力は依然大きなものがあります。生活者の都心回帰が進む中で、ライフスタイル型ストアの一等地出店がさらに進みそうです。

## <レストランレポート>

### 4. 湘南の行きつけにしたい店「CIAOVINO」

この季節になると湘南の海に遊びに行かれる方も多いと思います。そんな時立ち寄って頂きたい一軒を今日はご紹介したいと思います。

海岸線付近のお店は混んでいるし、車がないと行きにくくてという時にこちらのイタリアンレストラン「CIAOVINO」がお勧めです。藤沢駅北口から徒歩5分。湘南エリアでイタリアン系飲食店を手広く運営する「ランズドリームファクトリー」が手掛けているワインバーです。なかなかのやり手の会社で人気店舗を次々と生み出しています。こちらの「チャオヴィーノ」は他の店舗とは違って、お客様の年齢層も高めで、女性やご近所の方々が多く訪れています。古木を利用した大きなカウンターはとても落ちつきます。BGMはジャズと、湘南のゆるい空気が流れていて心地よい店です。若いシェフとホールの女性2人でお店を切り盛りしているようですが、とても気持ちの良い接客です。控えめだけど細かい所まで気が利いていて、アットホームな感じですよ。お料理はどれも外れなく美味しいです。ここ数年話題の鎌倉野菜のバーニャカウダは彩りや歯ごたえが心地よく、冷製ジェノベーゼのパスタはまるやかで涼しげ、お肉は焼き具合が最高で、付け合わせのマッシュポテトも絶品です。ワインのセレクトも独特。なかでもオーガニックワインのセレクトはかなり私のつぼにはまりました。自分たちのフィロソフィーを大切にしながら静かにお客様をもてなしてくれる、そんな素敵なお店です。

お値段はワインをボトルで頂いて、1人¥7000～から  
神奈川県藤沢市藤沢 1025 TEL:0466-86-7633

営業時間：ランチ 11:30～15:00(LO14:30)

ディナー 17:30～24:00(LO23:00)

定休日：なし



# 今月のPATROL

世界のトップレベルを誇る日本の接客やサービス。そのリアルな現場を年間 1300 店以上見ている調査員がパトロール！時代が変化しても引継いでいきたい「おもてなし」を、調査結果と共に発信していきます。

礼儀正しく、優しく丁寧な接客  
もう一步「私」に踏み込んできて欲しい



SHOP DATA>>>白土陶舎府中店

住所：東京都府中市宮町 1-41-1 府中伊勢丹・フォーリス 1F  
電話：042-351-9451

## おもてなし評価

総合

70 点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したい



素敵な空間に引き込まれ、いつも利用させて頂いているのだけ。。。 by 調査員 A.M

「白土陶舎」は、世田谷区経堂と府中に店を構える創作器のセレクトショップ。全国から選り抜いた作家たちの陶磁器、漆器、ガラス工芸などを取りそろえていて、贈り物や自宅の来客用食器などに色々アドバイス頂きながら重宝させて頂いているんです。でもなぜかここのお店っていつも・・・

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

「また利用したい」と思わせる事ができる素晴らしい接客なのに、残念。お客様の顔はしっかり覚え、顧客は大切に。実店舗だからこそできる、「個」へのアプローチが今は重要。



通路から優しくアプローチして  
商品に触れる事を自然にリードしてくれます

商品を割ってしまっは大変！という気持ちが先走り、陶器や食器を取り扱うお店にはなんとなく入店しづらかったり、商品を手に取りにくかったりするという人は多いはず。そんな中、この店舗のスタッフはいつも通路に出て来て、優しく声を掛けてくれるので、自然店内に引き込まれて行きます。「いらっしゃいませ。どうぞお気軽にお手に取ってみてください」「ほら、こんな風に透かして見ると、また違った雰囲気を楽しめるんですよ」と、スタッフの方から先に商品を手に取って、にこやかに器に触れる事を勧めてくれます。



言葉だけでなく、表情や所作からも  
商品への愛情が感じられる

この日、私は80歳を迎える老紳士への誕生祝いのお品を相談。ウイスキーや焼酎、時にはワインを楽しまれていると話す、少し厚手の赤い切子細工のタンブラーを勧められました。「南天の赤は、難を転じて福をもたらしてくれる色」などの商品説明に加え、作家さんのこだわりなども話してくれ、購入を決断。完璧な商品説明も良かったのですが、会計時、ちょっとした会話を交わしながら、商品をいとおしうに包装するスタッフの表情からも商品への愛情が伝わってきて、この人から買うことが出来て良かった、と思わせてくれるのです。



ところで・・・  
いつになったら顔を覚えてもらえるのかしら

と、ここまで読むと、よく出来た接客だと思われると思います。確かに、笑顔、挨拶、アプローチ、商品説明などなど完璧な接客です。贈る先様にも喜ばれるので、つついプレゼント選びに迷う時は、こちらに相談に来てしまいます。でも、困った事に、こちらのスタッフは、お客様の顔を全く覚えようとしないのです。いつ行っても新規のお客様扱い。購入の翌日、ショップの前を通っても、はじめて会うお客様のように「どうぞお手に取って・・・」と始まります。もう3年も前から利用しているのに。同じ説明を何度も聞いてしまう事もしばしば。そろそろ覚えて頂きたいなあと思っているこの頃です。