

1. 吉野家の決断にエールを

「価格は価値の一部です」

吉野家グループの安部HD社長が、再建計画を発表しました。

牛丼の吉野家は「松屋やすき家との安売り価格競争は考えず」との方針を改めて発表し、事業会社の中核である吉野家の社長を兼務し陣頭指揮を執ることになりました。経費削減や社員教育でのレベルアップを再建の柱にしていますが、注目すべきは「価格競争は考えていない」と強い意思表示をした点にあります。同氏によれば価格はクオリティと一体のもの、成り行きに任せられないとのことです。当然、BSEで問題になった時も米国産牛肉にこだわり、メインの牛丼を販売停止にしました。米国産だからこそ他社と全く違うジューシーな味が出るわけです。以前に安部社長からお聞きした話ですが、お客様の声で大事にしている事は3点あります、「味、価格、サービス」この3点のバランスが大事なのですと話されていました。このデフレ状況で安ければよいという風潮が蔓延し世の中おかしくなっています。関東のゴルフ場でも5000円前後でやれる所がありますが手入れはひどく荒れ放題、客だけ獲得すればよい、結果、良いお客さまは離れて決して戻りません。低価格の反動はここに来てあらゆる分野で出始めたようです。

コンビニで250円のケーキが売れ始めました。また、今月25日にオープンしたマクドナルドのプレミアム店（渋谷、六本木等）はミラノのショップ同様に、イタリアからアイスも輸入し、内外装は黒を基調とした高級な雰囲気、価格が通常より10~50円高くてもお客様は満足しています。

私はこんな時代だからこそ吉野家安部社長の決断にエールを送りたいと思います。ドラッカーは価格が全てでない「価格は価値の一部」の言葉を今こそ大事にする経営が待たれているのではないのでしょうか。

2. アパレル製品の商流が変化している

ファッションアパレル製品の商流が変化しています。去る3月に東京国際フォーラムで開催された「ジャパン・ベストニット・コレクション（JBKS）2010」展で見聞したことは、アパレル製品の生産から店頭までの流れが確実に変化しており、メーカーは生き残りのために新たな取引先を開拓しようと躍起になる一方、小売りは差別化戦略の一環としてメーカーと直結する意識を高めている事実でした。

JBKSは、出展に際して審査があることに示されるように、日本の高度な技術を持つニッター、靴下メーカーが自信作をアパレル企業やOEM商社、小売りに提案するB to Bを目的にした展示会です。

TVショッピング向けの販売を軌道に乗せて下請け・賃加工から脱した、都内のあるニッターの経営者は「今後は、セレクトショップに販路を広げたい」と素材から差別化したニット製品を前に明言しました。

今回は出展しませんでした。次回は出展するという五泉産地の有力ニッターの社長は「既存の商売（アパレル製造卸業からのOEM）では先細りが必至。新規の売り先ではセレクトショップを想定している」と真剣に各ブースを見ていました。

アパレル製品の商流は、長らく「メーカー→卸→小売り」の基本形が続いてきました。だが、SPAの登場、グローバルゼーションの進展、消費者の低価格志向などを背景に「メーカー→小売

り」の流れが太くなりつつあります。流通の短絡化、中間段階のカットは、バブル崩壊以降の90年代から大きな潮流になっていますが、この動きは一段と加速するでしょう。

新たなPB開発に代表されるように、自店の個性を発揮し収益を確保する戦略を強化している小売りとグローバル競争に立ち向かい生き残るためには、より効率的で、かつ消費者に支持される商品開発・合理的な価格を実現する必要があるメーカーの思惑は一致し、そうしたメーカーと小売りのビヘイビアは、必然的にメーカーと小売りの直結を促すでしょう。

もとより、メーカーと小売りが直結すると言っても、その商流の規模は市場全体から見ればわずかです。しかし、この新たな商流はナショナルブランドのように、メーカーに下請け・賃加工を強いるものではなく、小売りとメーカーの「Win・Winの関係」を構築しようとするものですから持続性の高い商流です。着実に育ててもらいたいものです。

3. 東京駅ナカがスイーツのメッカに

ー ブームはいつまで続くのか ー

東京駅では、駅ナカビジネス大成功の「グランスタ」に続き「東京一番街」が八重洲北口エリアにオープンし、サウスコート「エキュート東京」が3月28日に丸の内側の中央通路と南通路エリア（グランスタの上）コンコースにオープンしました。テーマは「ニッポン リ スタンダード」日本の伝統的な定番品を見直し、現代風にアレンジした商品を扱う店が31店揃い活況を呈しています。売り場面積は1300平方メートル。プレスへの打ち出しのテーマは「和の良いもの、伝統と現代を結ぶ」で、肌着専門店の（ステテコドットコム）や和の小物で評判の中川の（遊中川 日本一）がこのSCを代表する店として紹介されています。しかし圧倒的な人気はスイーツ関連です。ダントツNO1は（HANA SYUMPOO）です。半熟カステラ／2,100円やカステラ フレンチトーストが評判を呼び、朝から閉店まで地下のグランスタへ抜ける階段まで行列が続き40分～1時間待ちの状態です。NO2は東京あんぱんの（豆一豆）まめいちずです。ここの大納言入り（豆褒美）／250円は絶品ですが午後には売り切れてしまいます。このオープンを見て感じる事は日本人のスイーツ大好きと、評判には長い行列にも並ぶ我慢強い国民性です。構内にはバームクーヘンの（ねんりん家）もオープンし、行列が出来ています。商業施設の集客マシンの核店舗にスイーツの流れは益々充実する事でしょう。但し、はらだのラスクやクリスピードーナツが一時の勢いがなくなった事で分かるように、スイーツもファッションと同様にブームが高ければ必ず落ちるでしょう。又、オリジナリティとこだわりと飽きない味、価格、そしてなにより、また行きたいお店かどうか大事なのは言うまでもありません。

4. HERMES から銀魂へ

今や「週刊少年ジャンプ」は女子の読み物となりました。現在連載中の空知英秋原作「銀魂」は、原作コミックス3000万部、DVD出荷累計100万枚を超える大ヒットマンガです。映画公開を記念し3月25日、両国国技館にて「銀魂春祭り2010（仮）」が開催され、国技館に約1万人、生中継された全国28か所の映画館に集ったファンと合わせ約2万人が参加する巨大イベントとなりました。国技館での男女比率は2対8、女子の年齢層は20代～30代前半を中心に10代後半～40代までと幅広く、オタクばかりかと思いきや、お洒落にも気を遣っている普通の女の子やOLさん達ばかりで正直驚きでした。8つの巨大スクリーンにキャラクターが現れるたび、さらに声優さんが登場するたび、黄色い声とも悲鳴ともつかない歓声が会場に響き渡り、主題歌を担当しているDOESのライブが始まると1万人で大合唱となり熱気は最高潮。普段あまり接点のない「作り手の想い」と「読み手の想い」が通い合う、爆笑あり、涙ありの120分でした。チケット代金はS席6,500円（ほぼ全体がS席）、A席4,500円で、全て即日完売。S席は25,000円近くまでプレミアがつかしました。イベントと同時にグッズも販売され、真冬並の気温と雨にもかかわらず長蛇の列。1人あたりの平均購入単価は4,500円ほど（ちなみに

私は 9,000 円ほど購入しました)。この 1 日で 1 億 5000 万円以上の売上があったと予想されます。改めてアニメ・マンガはブランドビジネスであると体感させられた 1 日でした。あれほど HERMES と言っていた私が、今は銀魂です。何故そうなったのかを分析すると、消費者が何を求めているのかが垣間見えるような気がします。

「劇場版 銀魂 新訳紅桜篇」4月24日より全国ロードショー/サンシャイン 60、ナンジャタウン、池袋パルコ、アニメイトにて、劇場版公開記念イベント開催中。

5. 緑の中の素敵なレストラン「Restaurante I」

原宿の東郷神社に隣接する三井不動産レジデンシャルの 1 階に昨年オープンしたフレンチレストラン「Restaurante I」。気持ちのよい緑の中を歩いていくとガラス張りの素敵な建物が見えてきます。ここはフランスのニースで 28 歳(日本人で最年少)にて 1 つ星を獲得した「Keisuke Matsushima」のオーナーシェフ松嶋啓介がプロデュースするレストランです。店内は白とウッドを基調に落ち着いた雰囲気をかもし出していて、全部の席から外の緑が真正面に見えるとても気持ちのよい場所です。原宿という街の喧騒を全く感じさせないこの切り離されたような静寂な空間ゆえ、客層は大人で皆さんリラックスしながら優雅に食事を楽しんでいました。「東京・関東における地産地消」をコンセプトに、旬な食材を使った料理は身体に優しい感じでフレンチ独特の重さはあまり感じられません。特に野菜はそれ自身の味がしっかりしていてとても美味しいです。ワインの種類は豊富で日本のワインも幾つかメニューに見られました。ただ全体的には松嶋さんの店に対する期待度がかかなり大きかった私には少しもの足りなかった気もします。お店の方にうかがってみると松嶋さんはあくまでもプロデュースのみという事でお料理のレシピと厨房は別の方が担当されているとの事でした。サービスは悪くはないのですが料理が出てくるのに時間がかかりすぎるのが難点です。ただこれらの点を差し引いてもこの空間で得られるこの素敵な気分を味わいに又訪れたいと思わせる魅力的なレストランです。

ランチは¥3500、¥5000、¥8000、ディナーは¥6500、¥8000、¥10000 のコース料理で、要予約です。

渋谷区神宮前 1-4-20 パークコート神宮前 1 F TEL03-5772-2091

営業時間：ランチ 11:30~15:00 (L/O 13:30)

ディナー18:00~22:00 (L/O 21:00)

定休日 : 不定休