

### 1. 進化するSCの時代を予感させる全国SC大会開催

1月24、25、26の3日間、第30回日本ショッピングセンター全国大会がパシフィコ横浜で開催されました。例年になく来場者数(22,000人)でセミナー会場やビジネスフェアのブースは活気に溢れ、世の中の好景気を背景に参加企業の展示内容も昨年と比べ格段と充実した内容でした。又、ブースへの参加企業も2割強も増え、出会い、発見、チャンスの交流の場としてのビジネスフェアは意義あるものになったようです。担当者の名刺があまりの訪問客の多さになくなり、名刺をコピーして急場をしのいだ方も大勢いたったほどでした。大盛況の要因は郊外型大型SCの法的規制の方向性が現実となるなか既存及び、都市型のSCへのシフトがテナントにとっても最重要課題となった事、又SC側にとっても有力テナントへ自社をアピールできる絶好の場となってきた点にあるようです。更に今回はミレニアムグループの参加や三越役員セミナー等、百貨店のSCシフトを予感させる動きがでてきた点も見逃せない変化です。米国のICSCのようにSCビジネスにとって欠かせない「場」となりそうです。今回私もビジネスフェアの委員長を任命され、会期を通じ確かな手ごたえを感じたいです。参加企業や応援していただいた多くの皆様に感謝申し上げます。そしてこの出会いが明日のSCビジネスの発展につながることを願ってやみません。

### 2. 上場廃止したから出来るワールドの「Maison de kobe」

神戸三宮センター街とトアロードの旧ファミリア跡に一見ヨーロッパの住宅が並んだかのような(外観は何件かの建物が並んでいるように見えるが中は一棟の建物)「MEDITERRASE」がオープンしました。B1~4F までの5層で250坪のカフェや青山フラワーマーケット等、一部テナントをいれた基本的にはワールドのSHOPです。フレクサス、オペークに次ぐ大型SHOPでミニマム、シャンデリエ、アナトリエ、スティミラス等のブランド構成となっています。内装も吹き抜けの壁面は中世ヨーロッパのイメージを演出で、商品よりも内外装に思わず目が行ってしまうほどです。おそらく階段とエレベーターで回遊性も悪く採算ベースには当分乗りそうもありませんが正にここまできるといった実験店?です。昨年末、連続してオープンしたメンズの「クールストラティン」「40カラット」「東京ヒップスターズ」の内外装とこだわりかたも通常のビジネスの常識をこえた投資をしています。株主のしがらみがなくなり採算重視の経営から一歩も二歩も進みだし、トライを始めたワールドから目が離せませんが新業態の意図がどうもよく見えないのは私だけでしょうか。

### 3. 月坪家賃が30万で儲かる「しぶちか」A・J・Dの効率商売

渋谷駅前の地下街、通称「しぶちか」は殆ど古くからの地権者による通路販売の雑居で汚いイメージの商店街で一体、誰があんなところで物を買うのか不思議な一等地でした。昨年、その入り口(東急百貨店のフードショウから出た正面)にアクセサリーのアジュデが店出し「しぶちか」のイメージが一部ですが180度変わりました。アジュデの田村社長の話ですと家賃30万月坪、面積10坪、当初300万の家賃は異常に高く思えたそうですが、昨年7月からこの1月まで月商2000万を毎月超えているので売上高家賃費が15%以内で収まる

とのこと。よく、出店を計画するに当たり坪当たりの家賃がいくらと議論しますが経営にとって坪当たりの家賃よりも売り上げ高家賃費がいくらかに目を向けるべきをこのアジデの「しぶちか」が教えてくれています。但し専門店と違って多くのアパレル企業は粗利の構造から家賃等に対する売り上げ予算を計画しますが「坪効率重視」の経営にシフトしなければSCのなかで生き残れないでしょう。何故ならSC側にとっては坪あたり家賃が多く取れるテナントありがたい、優秀テナントだからです。

#### 4. 京急百貨店が連続100ヶ月前年前月比増収

経済産業省が1月27日に発表した05年の商業販売統計(速報)によると、小売業の販売額が9年ぶりに前年を上回りました。衣料品も0.3%増で、夏場の「クールビス」、冬の防寒衣料などが好調で、アパレル業界でも在庫減、春物の前倒しなどと企業業績は好転しており、今期は増収増益企業が5割を超える見通しです。

百貨店も既存店ベースで11月、12月は二ヶ月連続で前年を越えるなど販売減に歯止めがかかってきたようですが、年間では0.9%のマイナス、量販店も0.4%マイナスです。

消費需要が増大しているとはまだ言えませんが、明るい兆しは確かです。そこで忘れてはいけないことは、構造変化が確実に進行して、新たな小売ビジネスが台頭して全体が押し上げられていることです。

百貨店の中でも京急百貨店が、この2月もプラスになるとなんと100ヶ月連続で売り上げを上回ることとなります。現在京急百貨店相談役の神田さんは「お客様を増やす」という旗印はきわめてシンプルだし、これは全社員が取り組める目標だった、その結果としての増収、と語っていますが、「顧客第一」と言いながら利益追求ばかりの経営トップのもとではできないことかもしれません。

#### 5. フレンチも更に高級化の時代 “アピシウス”

パリで1900年代のウーン展に長蛇の列ができた、ソフィアコッポラによるマリーアントワネットを題材にした映画が話題になったりとロイヤルやクラシックという言葉が次の秋冬の大事なキーワードに上がってきている。そんな中でいわゆるグランメゾンといわれる老舗フレンチレストランが最近日本でも脚光を浴びている。有楽町にあるアピシウスもその中の一つ。入り口を入ると重厚なバーがあり、まずはアペリティフを1杯。そこからレストランの中にはいるとシャガール、セザンヌ、ユトリロなどの絵画が何気なく飾られている。もちろん席の配置はゆったりしてお客さまも落ち着いた感じでゆっくり3時間くらいかけてアペタイザーからメインそしてデザートまで非日常的な雰囲気の中で豪華な料理と最高のサービスを堪能できる。お料理は

素材の良さもさる事ながらソースがとてもおいしい。ただグランメゾンだけあって量はたっぷりでお腹にずっしりくる。デザートを食べ終わった時には身動き一つできない状態になってしまった。予算は1人2万円~なので気軽にいけるところではないがこの好景気を背景にたまにはこんなところでゆっくり素敵な時間を楽しむのもお勧めである。1月2月はトリュフの最盛期、そして鴨や野うさぎ、鹿肉なども脂肪を蓄え旨味が増す時期。今が最もおいしいお料理を堪能できる時期である。店内でも1番人気のあるユトリロの『ビリエールベルの教会』という絵の前のテーブルを予約するのもおつである。

千代田区有楽町 1-9-4 蚕糸会館ビル B1 03-3214-1361

営業時間: ランチ 11:30-13:30(L/O) デイナー 17:30-20:30(L/O) 定休日 : 日曜日