

1. 超大型 SC 横浜ららぽーとの課題

3月15日に神奈川県下で最大規模のららぽーとがオープンし4日間で45万人の来館客で順調すぎるほどのスタートを切りました。10万平米の敷地面積で核テナントにイトーヨーカドー、大丸(食品)、東急ハンズ、ノジマ電器、県下最大級のシネコン。専門店ゾーンにはコーチやアルマーニエクスタッチ始め370の有力ショップが入り、専門店の多くは予想以上の売上で販売員の応援を強化しているようです。第三京浜の港北ICより2.5キロで駐車場は4200台、平日無料、JRの鴨居駅から徒歩7分の立地です。したがって武蔵村山のダイヤモンドシティのようなお客様のアクセスや従業員の通勤の不便さはここにはありません。今後、周辺の港北阪急や港北東急へのかなりの影響が予想されます。近隣には「ノースポート」や「トレッサ横浜」のオープンも控え、いよいよ米国のように地域内SC間競争の時代に突入したようです。

好調な横浜ららぽーとですが課題もいくつかあります。

- ①入口付近の環境がチープ ②主導線からサブ導線への回遊性が悪い
- ③案内のサインが見にくい ④トイレが狭すぎ(特にフードコート脇は客数が多いので捌き切れない) ⑤GMSのイトーヨーカドーが必要なのか ⑥高級フードコートで例えば「宮川」のうな重 2400円を頼んでもすべてセルフとは如何なものか ⑦豊洲や川崎のラゾーナと比べ施設環境面でのゆとり感のなさ 等々です。

2. 百貨店の郊外 SC 出店は「食品新業態」にしか活路がないのか

北花田のダイヤモンドシティの阪急や横浜港北の東急の失敗のように日本では郊外SCの核としての百貨店業態は難しいようです。ここに来て高島屋がおおたかの森、大丸が横浜ららぽーと、三越が武蔵村山のミュウと食品業態に特化した業態で地元やGMSの食品と高級化路線での差別化戦略が目立ち始めています。横浜ららぽーとの大丸もイトーヨーカドーとの差別化でグループのピーコックと組んで柿安、北辰、ドンク等々が入居し好調のスタートを切りました。集客効果が抜群で売上も取れるでしょうがもともと粗利が少ない食品業態のみで高コスト構造の百貨店が出店する意味が何処にあるのだろうと疑問に思います。クイーンズ伊勢丹のように別会社にしてコスト構造を変えない限り難しいでしょうし百貨店の事業拡大戦略が食品しかないのが何とも寂しい限りです。

3. 快進撃の(株)IGA「アクシーズファム」はここが違う

同社は福井県武生の卸業から5年前に小売業へ転換し、独自のコンセプトで50店50億を超える成長を続けています。先日オープンした横浜ららぽーとや新潟万代シティでも坪効率トップクラスで今、SC業界からも注目のショップです。先日、同社の五十嵐社長から経営方針発表会の講師としてご招待され武生まで伺い、同社の元気の要因をこの目で見せていただきました。まず会場での挨拶が明るく元気、当たり前ですが店長やスタッフは全員同社の製品を着ています。又、五十嵐社長の業績発表と今後の方針が極めて明快で分かりやすい点です。私の講演の最初に皆さんIGAが好きですか、楽しいですかと質問したところ全員が間髪いれず「はい」と挙手されました。なかなかこういう会社はありません。圧巻は

社長から直接手渡される年間表彰式です。感激で泣き出すスタッフが続出でした。同社の成長の最大要因はフォーエバー21を彷彿とさせるフェミニンな独自の MD と販売の力を最大限引き出すESにあるようです。新人賞、優秀賞等の発表時に全店のカウンセラーである五十嵐取締役が受賞者のコメントをするのですが店の現状を二番手三番手、アルバイトまで掌握し、どうして受賞者が課題を克服し達成し、受賞に至ったのかを詳しく説明します。50 店舗を超えるチェーンで経営陣がここまで店の状況を把握してフォローしている点が同社の最大の強みと感じました。当たり前ですが小売業は最後は人、人、人と改めて気付かせてくれた IGA 経営方針発表会でした。

4. ファンドには無理なのかアパレルの経営再生

60円前後と低落していた小杉産業の株価が急に回復してきました。伊藤忠商事の出資する投資会社、レゾンキャピタルパートナーズによる公開買い付け(TOB)への応募を決めたことによるものでしょう。ジェイ・ブリッジは05年に小杉産業の経営再生に乗り出し2年で投げ出したとも見られます。

ここ数年増えてきていたファンドによるアパレル企業への資本参加や経営再建に乗り出したケースを見ると成果をあげているところは見当たりません。

今回はファンドがアパレル企業の株式を取得し、取引実績のある商社が経営支援を行うケースとなりますが、商社が資本参加したアパレル企業の仕入れをコントロールしすぎると市場競争力を弱めることになり、競合の激しいアパレル企業の再生役としての商社が試されることになるのではないのでしょうか。

5. ちょっと変わったモダンコリアン『けなりい』

外食産業のコンサルタントをやられていた石崎弘美さんが2月14日に銀座にオープンしたモダンコリアン『けなりい』。韓国に出張が多かった石崎さんが、韓国女性の美しさの秘訣は野菜をたっぷり使った韓国料理にあると気づき、野菜ソムリエの資格を取得。そして女性の永遠のテーマである「美」と「健康」を食を通して追求していきたいとオープンしたのがこのレストラン。伝統的な韓国料理というよりは、新鮮な野菜をたっぷり使ってより洗練させたオリジナルコリアン。まずお通しに丸ごとトマトがお皿に盛られて運ばれてくる。これはと思って、次はどんなものがでてくるのかとちょっとわくわくしてくる。どの料理も野菜たっぷりです。辛すぎず、食べごたえがある。お店の内装の見栄えの悪さと、写真入りメニューがファミレスを連想させ入った時にはああこれは失敗と思ったが、終わった時には意外に満足度が高かった。まだオープンしたばかりなので、スタッフの手際の悪さが目立ったが、今話題のレストランである事には間違いなく、もちろん満席。客層は若い方中心なので、会社の仲間や部下たちとわいわい食事を楽しむのにはお勧めのレストランでした。

平均予算は1人 5000 円位

中央区銀座 5-11-13 ニュー東京ビル B1 03-6226-0630

営業時間: ランチ 11:30-15:00 デイナー 17:30-4:00 無休

6. パワーアップした東京コレクション

3月12日から16日まで開催された東京コレクションが幕を閉じました。欧米のコレクションの様に世界からバイヤーやジャーナリストにきてもらおうと JFW として仕切り直されました。まだまだ問題点はあるものの従来1ヵ月もかけて行なっていたコレクションを1週間に短縮したのと素材展やコレクションの展示会を同時開催したのは大きなパワーアップにつながり。優秀な若いデザイナー達も数人出てきていて、バイヤーのコレクションの出席率もぐんと上がり、今後の発展が期待されそうです。