

### 1. 堅実な成長続ける通販市場 ①

小売業の売り上げ低迷が続くなか通販市場は拡大し、ついに3兆6千800億円(日本通信販売協会推計)の規模になっています。通信販売協会が調査を開始した83年当時は6860億円、小売市場のシェアは0.72%でしたが、06年は3兆6千800億円とシェアも2.48%になっています。

通販をひとつの小売業態としてみるならば、コンビニにつぐ第4の売り上げ規模となり、ここ数年の成長率から見て店頭販売のコンペチターに台頭してきたと言えます。

通販のアイテムもファッションから趣味の逸品まで拡大していますが、ここ5年間では化粧品が34%増、食品が22%増と高い伸び率を示しています。

通販業界でも総合型の大手企業は低迷し、百貨店やチェーンストアより売り上げの減少率は大きく、専門特化型の通販企業やインターネット、テレビショッピング、衛星放送などの新たな媒体を活用した企業の躍進が目立ちます。

特に注目されているのは、テレビ、カタログ、インターネット等の媒体がケータイ(携帯)通販と連動しはじめたことです。セイビルが05年にはじめた「ガールズコレクション」の会場で、人気モデルの着ているものを携帯で購入する光景をご覧になった方もいらっしゃるでしょう。

小売低迷のなか成長する通販の特徴は①顧客データをよりどころに②メディアを活用して③双方向コミュニケーションを行い④その結果(レスポンス)を計測することによって、次のよりよい手法を構築していくことなのです。マスメディアの発達、物流機能の整備など時代がそれを可能にしているようです。

店頭販売と通販の連携めざして挑戦している多くの企業に期待したいところです。

### 2. 堅実な成長続ける通販市場 ②

6万5千店舗で年間2千240万個販売するネット商店最大手である、楽天ショップの上半期(1~6月)の総合順位が発表された。

総合1位は約25万セットも販売した「スイーツ」でした。1日1400セット(3,000円)販売している勘定です(2年間で100万セット販売したそうです)。総合2位も食品で「カニ」です。ファッション部門の1位は「デニム風レギンス」で9万本(1,500円)、2位は「バレースューズ」で9万足(2,000円)、それぞれ売れたそうです。

共通しているのは

- ① ネット販売を目的に創業し、徹底的なベンチマークを行い、今マーケットで売れている商品を追いかけ、安値で提供する企業。
- ② 元々、卸業を生業としていたがネット販売にシフトし、成功している企業(海産物に多いと思われます)。

が成功しているようです。

因みに1位のスイーツ「ドゥマン」のロールケーキは甘さ控えめで品の良い味である堂島ロールをしのぐ商品でリピーターに多くの方がなるのも頷けました。

店舗数を武器に、価格の決定権を持ち、消費者に良いものを安く届けるのがこの数十年のチェーンストアの大きな役割でありましたが、今やその役割はネット企業に変わってしまったと思うのは私たちだけでしょうか？

### 3. 世界に飛び出すか「MUJI TO GO」香港空港の成功

良品計画の世界戦略はアジアのみならず今春、オープンしたNYのタイムズスクエア店はイメージも内容もアッパーに設定され好調です。又、この7月末にオープンした新宿店もスケールと一歩進めた上質感で注目です。又、先日同社の役員の方と食事をした際にお聞きし、驚いたのですが香港空港に出した小型店「MUJI TO GO」(50坪)が連日100万を越える売り上げで世界のエアポートからも注目を浴びているとの事でした。

年内にNYのJFK空港の出店も決まったそうです。同氏によるとトラベルをコンセプトにし軽いポケットブルのポーチやレインウェア、ウィンドブレーカー、化粧小物、お土産にもなるスナック菓子やステーションナリー等々が空港利用客に受けてこの売り上げが続いているとの事です。とりわけ香港ではお菓子類の売り上げシェアが20%を超え通常の無印では考えられない売り上げ構成だそうです。JR構内で展開したキヨスクMUJIの不振経験からコンセプトを明快にし、商品開発した成果が出たようです。

小売不況が常態化している今日、良品計画の国内、海外での躍進は、業界にとっても明るい光です。

### 4. 快進撃「オリヒカ」にSCが注目

アオキインターナショナルグループの「オリヒカ」がメンズ、レディスとも小売全般に不況感漂う中、快進撃で売り上げを伸ばし全国のSCから注目を集めています。既存ベースで5月120%、6月105%、7月120%とダントツの伸びです。オリヒカの青木社長に好調要因をお聞きしましたところ温暖化による猛暑、省エネ化でサラリーマンはスーツ、ジャケットスタイルでなく、ネクタイ無しで半袖、長袖シャツにウールのパンツ姿が主流になると先を読みMD構築したそうです。結果、パンツはウール素材でストライプ、千鳥格子、グレンチェック、無地等、シャツは襟、袖、ボタン等に一味加工したものが爆発し好調の最大要因になったとの事でした。

この話をお聞きし7月24日の通勤時間帯、朝9時、山手線で新橋～秋葉原まで乗り東京駅付近で車内の男性の服装をチェックしましたところ総勢約70名、うちネクタイ姿6名、ノーネクタイで上着あり10名、ジーンズやTシャツ5名、残りの約50名がなんと上述のクールビズのシャツとパンツスタイルでした。サラリーマンの夏のコスチュームがここまで変わったのを改めて認識した次第です。但し店を見て感じるにオリヒカ好調の要因はマーケットの変化に対応しただけでなくMDクリエイションを大切に、店舗の造作展開、販促のパンフ等に一步進めたお洒落心を追求していく姿勢にあるようです。又、それらを実行する若い経営陣と現場が実に楽しそうに明るく一丸となって前進している点にあります。今オリヒカに注目です。

### 5. 涼風溢れる氷室開きの会食会が満席

江戸時代、加賀藩主の前田公は冬に白山の寒中に降り積もる雪氷を土室に蓄え、氷室の雪氷を徳川家に旧暦6月1日(現在の7月1日)に取り出し献上したと伝えられ、現在も金沢では多くの料理屋や旅館が氷室開きをしています。東京でも加賀料理の高級店「浅田」等で会食会が開かれ人気を呼んでおります。先日、生凍結酒「白山氷室」で有名な加賀の菊酒「萬歳楽」(株)小堀酒造が毎年開催している「氷室開きを楽しむ会」、会場は横浜ベイシェラトンに運よく参加できました。実は、昨年一昨年も満杯でチケットが買えませんでした。それほど人気です。氷室のシャーベットの酒や日本一に輝いた梅酒等を飲みながら加賀野菜をベースにしたフレンチの会食でしたが、小堀酒造の社長から氷室開きの由来や凍結酒の作り方を聞きながらの会食は又、来年も来ようかなと思わせる楽しい会でした。同社のお土産も沢山頂き15,000円は魅力的でした。イベントも大事な点は「訳がある又は限定」の要素が必要な事がここからもわかります。

## 6. 最高の味とおもてなし「山田チカラ」

麻布十番の住宅街の一角に小さな明かりが灯されている場所がある。表には何の表札もなく知らなければそこがレストランだとは誰も想像できません。引き戸をあけて中に入ると8席程のカウンターと茶室として使える個室が1部屋あるのみ。余計な装飾は一切ない。ここの店主の山田チカラ氏は『旬香亭』というフレンチと和食を合わせた創作料理のレストランからスターとしたあと、かの有名なスペインの「エル・ブリ」で修行をし、帰国後和食の店『山田チカラ』をオープンした。数年前にお茶と出会いすっかりその和の世界に惹かれた山田氏は、ここで茶会席のスタイルでお客様をもてなす。ディナーはお任せのコース1種類のみ。最初はおしのぎとして汁、飯、向付けから始まる。まずご飯でお腹を温めるというつまり懐石の役割が1口のご飯なのです。一緒に出されたブラッディーマリーはこのカクテルの印象を180度変えるもの。まずここで期待度が増々アップ。その次にアミューズ、スープ、お造りと続く。このお造りがまるでアートのように色取り取りに綺麗にお皿並べられてサーブされる。その後1品、魚、肉と続くがどれも絶品。茶懐石のスタイルをベースにしているが、料理は洋の素材、調味料を使う。このコンビネーションが絶妙である。お料理が出される速度もパーフェクト。お客様が最大でも8人しかいないので細部まで行き届いた心使いが嬉しい。山田氏の茶道の師匠でもあり、ソムリエでもあるこの女主人の接客が又素晴らしい。ワインの品揃えも独特でおもしろい。10時以降はアラカルトでも食べられるので美味しいワインを飲みながら過ごすのも悪くない。土日だけ朝食を出してくれて旅館の様な朝ごはんを楽しめるらしい。ぜひ次回トライしてみたいものです。

コースは¥12,000。サービス料は10%。お酒は少々高めなので予算は1人¥18,000～。ただコストパフォーマンスから考えるとここ1年で私が訪れた店の中では間違いなくベスト1のお勧めレストランです。

東京都港区南麻布1-15-2 1F 03-5942-5817 定休日：不定休  
営業時間：夕食 18:00~24:00(L/O) 朝食(土日のみ)9:00~11:00