

1. 「Value Hackers」の流れが拡大

—賢く使い分ける時代に—

30年続いたデフレから脱却し、日本の経済はようやくインフレ基調に移行し始めました。すべての資材、工賃等が高騰、値上げラッシュが止まりません。食品の32,000品目が値上げしました。SC業界では建設コストが坪150万円と高騰しました。数年前のイオンの建設コストが30万円前後でしたから異常なコスト高が今後のSC出店を困難にさせることは間違いありません。テナント家賃の大幅増は現状では無理でしょうから投資に見合う採算が見込めないからです。2024年に入り、物価高騰は落ち着くとの経済予想も出ていますが、それに見合う値上げが浸透するかが問題です。日本では就労者の70%が中小企業に就労し、政府や経団連が唱える値上げには無縁なのが現実だからです。となれば、富裕層を多くの消費者は自己防衛する消費を選択するしかありません。日本より所得の格差が激しい米国ではオフプライスショップやリセールが売上げを急拡大しています。T. J. Maxxは世界で4,500店舗、売上は4兆円を超えます。ノースダラスに移住した友人のジェームス中岡氏が日本のセカンドストリートの米国進出をプロデュースしておりまして、彼の話によると38店舗に拡大し、商品のコンディションが良く、品揃えが新鮮で人気となっているので更に拡大しそうとの事でした。米国に住む成人の約8割が過去12ヵ月以内にリセール品を購入、2030年にはリセール市場は現在の4倍になると予想されています。

日本のリセール市場も現在2.9兆円が2030年には4兆円規模になると予想されています。低価格帯から高額ラグジュアリーまでその流れは広がります。要因としては①節約志向 ②何枚も欲しい ③廃棄ロスをなくしたい ④売る事を考えてから買う、等々が考えられます。因みにリセール企業の売上ベスト3は1位 ゲオホールディングス3,771億円、2位 ブックオフホールディングス1,018億円、3位 コメ兵ホールディングス861億円。ベスト3の中でコメ兵はラグジュアリーが好調の流れを受けて、年間20%を超える売上げです。銀座のティファニーの横に出店はこれからの商業施設の流れを予感させる衝撃的な出来事でした。またヴィンテージショップの聖地である下北沢には143店舗が街の魅力となり、活性化に繋がっています。商業施設にリセールショップが違和感なしに出店する時代になるでしょう。二次流通と一次流通の垣根がない時代になりました。

国際的市場調査会社ユーロモニターインターナショナルの「世界の消費者トレンド 2024」で「2023年には消費者の74%が日用品の価格上昇を懸念し、2024年から物価が高止まりする中、安いもの、掘り出しもの等を求める『バジェットターズ』と呼ばれるトレンドや傾向が更に進む」と発信されています。日本でもメルカリやポイント有効利用、ディスカウントショップ、リセールショップ等のリアルやオンラインを賢く利用する流れはSNSの活用で更に拡大するでしょう。銀座マロニエゲートの地下に出店したスーパーオーケーのかつ丼299円は量、質ともコスパ最高です。オープンから瞬く間にSNSで拡散、マロニエゲートの集客が飛躍的に伸びました。銀座を日常で利用する消費者もパンは三越のジョアンで、肉と総菜はオーケーでと賢く使い分けをしています。

賢く使い分けする「Value Hackers」に如何に提案するコンテンツを提供できるかが商業施設の生き残りの鍵となるでしょう。

2. 3月8日は国際女性デー

社会的にもイベントカレンダー上でも重要性が増す

サステナビリティやSDGs（持続可能な開発目標）の取り組みは継続的に行われるべきものですが、MDやキャンペーンなどと同様に、年間計画を立て、その活動を発信したり、社内外の啓蒙活動につなげることが大切です。とくに「アースデー」（4月22日）と並び、重要性が高まっているのが、「国際女性デー」（3月8日）です。

1857年に起きたアメリカ・ニューヨークの衣料品工場を発端に、3月8日に女性たちが低賃金・長時間労働に抗議を行ったのが発端です。その後、1904年のこの日、ニューヨークの女性労働者たちが労働改善と女性の権利向上、そして、婦人参政権を求めてデモを起こしました。そこから、3月8日は女性の権利を守り、地位向上を図り、差別を払拭し、平等を目指す記念日とされ、1975年に「国際女性デー」と定められました。アメリカをはじめとした各国では、3月を「女性史月間（Women's History Month）」として、活動にフォーカスした取り組みを多く行うようになっていきます。

とくに、2015年にSDGsに採択され、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の17のゴールと169のターゲットのうち、「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」に明確に掲げられてから、ジェンダーギャップのない社会を目指し、女性をエンパワーメントする活動は広がりを見せています。

ファッションブランドや商業施設などでも、国際女性デーに合わせた動きが活発化しています。フェムテックのイベントや、各ブランドの施策などが続々と発表・実施されているところですが、日本最大級のイベントとして台頭しているのが、「国際女性デー | HAPPY WOMAN FESTA」（実行委員長：小川孔一 事務局：一般社団法人HAPPY WOMAN）。2015年に設立されたHAPPY WOMANが2017年に始めたもので、第8回となる2024年には全国13都道府県33会場で開催されます。ウエスティンホテル東京で表彰式やセミナーを行う他、日本橋高島屋S.CやJR名古屋タカシマヤ、あべのハルカス近鉄本店といった百貨店や、ロイヤルパークやリーガロイヤルなどのホテル、さらには、伊藤忠のITOCHU SDGs STUDIOや世界遺産の富岡製糸場西置繭所などでも、イベントやキャンペーンなどが開催されます。

ちなみに、2023年にグローバルで特に注目されたのは、マリア・グラッツィア・キュウリがクリエイティブ・ディレクターを務める「ディオール」と、ジョナサン・アンダーソンの「ロエベ」かもしれません。「ディオール」は「ユネスコ & ウィメン@ディオール グローバルカンファレンス」を開催し、女性の権利を求めて活動する人々を招いた講演会を実施。少女の自立支援などを行う「ドリーム フォー チェンジ プロジェクト」の受賞者も選出・発表しました。「ロエベ」では、世界中でクラフト（工芸）に携わる女性やその技術、革新性をたたえ、広め、活性化するための「ウィメン イン クラフト」キャンペーンによって“クラフトウーマン”を祝福したりもしています。

ちなみに、イメージカラーが少しオレンジがかった黄色なのは、イタリアで春の訪れを告げる“幸せの花”として知られる「ミモザ」がシンボルフラワーになっているからです。ミモザコレクションとして特別アイテムを発売したり、ミモザの花をプレゼントしたりする以上の本質的・本格的な取り組みが増えることが期待されるとともに、売上げやイメージだけでなく、国際女性デーの取り組みをリサーチして、リーシングや協業などにつなげていくことも求められているような気がしています。

<レストラン情報>

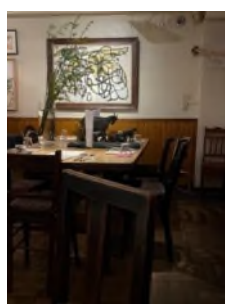
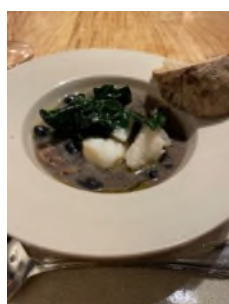
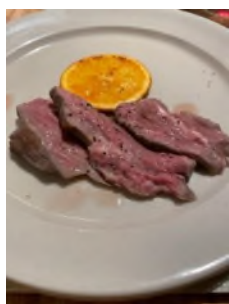
1. こんな所にこんな素敵なイタリアンレストラン「ともすけ」

ここ数年ギャラリーや素敵なお店やレストランやカフェなどがどんどんオープンして話題の馬喰横山。今回はこのエリアにある知る人ぞ知る有名なイタリアンレストラン「ともすけ」をご紹介します。まず門構えから素敵、期待は高まります。店内は木のぬくもりが感じられる22席ほどのこぢんまりとしたお店です。シェフの経歴が面白く博報堂で働いていたのですが、ある日突然イタリアに渡り、レストランで料理の修業を重ね帰国。ソムリエのご主人は本場イタリアでソムリエの資格を取得された日本でも数人しかいない貴重な経歴の持ち主。コースのみで一斉に19時からスタートですが、この2人が作り出す料理はイタリアンに和の要素が加味された何とも言えない料理のオンパレード。まずは前菜の盛り合わせ。手の込んだ10品の前菜が盛り付けられています。そして胃に優しいスープ、野菜の料理、パスタ、メインへと続きます。どれも優しい自然の味付けで最後まで楽しめます。ペアリングのワインのセレクトも抜群です。ワインのオンライン販売も行っているので興味ある方は是非お試し下さい。コースは8500円。要予約です。

東京都中央区日本橋小伝馬町20-4 東洋ハットビル1F TEL:03-3666-1717

営業時間:19時から一斉スタートなので18時45分頃までに入店。

定休日:日、月曜日 <https://tomosuke.jp/>



2. 豪徳寺の可愛いベーカリー「コトリベーカリー」

豪徳寺といえばお寺の招き猫が有名ですが、この町の小さな商店街には美味しいレストランや、カフェ、お菓子屋さんなどが勢ぞろい。わざわざこの町を訪れる人も増えてきています。そんな商店街の人気のパン屋さん「コトリベーカリー」。こちらは世田谷区瀬田にあるベーカリー「ラ・パニョッタ」の2号店です。国産小麦を使用し自家製天然酵母でゆっくり時間をかけて焼き上げたパンはどれもとても美味しく街の人のみならず、わざわざ遠くから買いにいらっしゃる方も大勢いらっしゃいます。イトインスペースもあり、ここがまた、ゆったりランチやお茶を楽しむにはとても心地のよい場所です。お値段も地域の人達に楽しんで食べて頂きたいととてもリーズナブル。こんな街の小さなベーカリーがどんどん増えてきています。モールコミュニティーが定着してきているのでしょね。豪徳寺散策の折には是非お立ち寄り下さい。手作りクッキーも美味しいのでお勧めです。

東京都世田谷区豪徳寺1-46-17 TEL:03-5716-3140

営業時間:11:00~17:30

定休日:日曜日



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。

人気店ゆえのもどかしさ



SHOP DATA>>> クレープリー・アルジョン
住所：大阪府大阪市中央区難波1-4-18
URL: <https://www.anjou.co.jp/shop/crepe/>

総合

70点

おもてなし評価

挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか



難波の人気店クレープリー

by 調査員T.O.

資格取得のための講座で知り合った友人とランチ。彼女の誕生日直前ということもあり、リクエストに応じて彼女のお気に入りの人気店クレープリーを訪問することに。三連休初日ということもあり、開店時間の11時に予約をしたうえで当日を迎えた。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

ルールは各店に存在する。特に人気店であればオープンと同時に、ランチ戦争がはじまる。スタッフはルールに沿って案内することは否めないが、寒い小雨降る日に、外で並んで待つ身への考慮もほしい。ルールの伝達は、表情ひとつで緩和されるのだから。



2分のフライングに怪訝な表情

朝から生憎のお天気。肌寒く、小雨のそぼ降る中、予約時間の2分前に店に到着した。人気店だけあって既に行列が出来ている。傘をたたみながらガラス戸を押し開き、店内に入ったところ、入口にいた女性スタッフが怪訝な表情でこちらを見る。「あの、11時に予約している…」こちらの言葉が終わる前に「開店前なので、外で待っていただけます？」と言い放たれた。

追い出されたわけではないけれど…

小さい個人店では無いし、若いスタッフに臨機応変で柔軟な対応を求めるのが難しいのは仕方がない。開店準備に追われてカリカリしているのも理解はできる。素直にあと2分、外で待つことに。店の外壁に赤い木枠の大きな窓があり、厨房の様子が見える。若いスタッフが5~6人楽しそうに談笑しながら準備をしているの見える。和気あいあいと活気のある雰囲気は決して嫌いではないが、何人ものお客様が雨の降る中、震えながら開店を待っている状況にもう少し配慮がほしいとモヤモヤしてしまった。

ソツのないマニュアル接客

11時を少し過ぎ、扉が開いた。「ご予約のお客様、どうぞお入りください」と、マネージャークラスらしきスタッフからの声かけ。入口で予約名の確認に続き、お誕生日クーポンの画面確認などに手間取る友人。座席でオーダー時に確認すればスマートなのでは？と思ったが、このお店のマニュアルなのだろう。テーブル担当は、ソツなく接客をこなしてくれた。蝋燭を立てたバースディケーキのプレゼントや写真撮影等、気の利いたサービスだけに、表情が硬かったのが残念だった。