

商いの新しいものさし

（株）創設研究所
代表取締役

松本 大地

第174回

ハルメクはビューティフル・エイジング

先日、仕事とプライベートで親交のある知人が社長に就任され、そのお祝いに高島屋日本橋本店で買求めた紅白ワインを持参した。その前日のことだが、対応してくれた販売スタッフが「明日は天候が変わりやすいようですので、手提げ紙袋を二重にしてビニールで覆いましょう」との気配りに心の満足度が高まった。百貨店で贈り物を買求める理由は、包装紙や紙袋のブランドと、相手を慮る気遣いを含めたトータルの「信頼」という価値だと腑に落ちた。最近お会いしたのはハルメクホールディングスの取締役で、雑誌ハルメク編集長の山岡朝子氏。ハルメクはシニア女性を

ターゲットにしたライフスタイル雑誌および通販ブランドであり、定期購買者数が47万人という6年連続で女性誌だけでなく全月刊誌でも日本でナンバーワンを続けている。2017年8月に編集長に就任し、発刊部数飛躍の立役者である山岡編集長と、ハルメク躍進の背景やシニアマーケットの取り組みについて意見交換をした。

ハルメクホールディングスはハルメク通販売上と、百貨店などでの「ハルメク おみせ」19店を展開し、売上高339億円、当期利益6億2000万円と過去最高の好業績を続けている。

特徴は顧客の97%が女性であり、年齢別読者層

は60歳代が32%、70歳代が41%と全体の73%を占め、平均読者年齢は70・8歳であること。また、全読者の不動産を除いた金融資産額は、3000万円以上を保有する人が31・7%と、シニア平均の18%を大きく上回る。

「女性・シニア・富裕層」の3点に特化したハルメクは、百貨店のメイン顧客とターゲットが重なる。ハルメクの強みは、シニア女性の健康や生活、美容、料理、お金などの様々な暮らしに役立つ掲載情報の質の高さである。特筆すべきは、「ハルメクへの短い手紙」のハガキに寄せられる毎月3000通もの読者の声から、悩みや欲しい情報を徹底分析し、商品開発や改善に反映することだ。時には読者に直接電話取材をして

要望を詳しく把握し、希望に沿うようメーカーと試作品をつくり、さらに調整を重ね読者モニターに一定期間使用してもらってから商品が掲載される手間をかけたプロセスを続けている。

筆者が「消費者が買い物や飲食で不満を抱いても、それを表面化せず黙って去っていくサイレントクレマーが95%いる」と話したところ、顧客の真意がわからずにいることは最も怖いことだと話された。

以前のエピソードとして、顧客よりハルメクで購入した衣料品に縫製不良があったというクレームが寄せられた。早速、その在庫商品のすべてを調べたところ問題はなかったものの、同商品を購入したすべての顧客に連絡し、交換もしくは返金を申し入れたという。

結果として、縫製不良品は一部であったにもかかわらず、それを黙認せずに即座に伝えたことを、山岡氏は「信頼を最も大切にしている会社」だからと語った。「信頼」を軸に商品づくり、発信する情報記事の内容、メーカーとの商品開発といったあらゆる物事に対する最善を追求する定石が揺るがないのが、成長の



百貨店内「ハルメクおみせ」は衣料品から雑貨まで展開

筆者が「消費者が買い物や飲食で不満を抱いても、それを表面化せず黙って去っていくサイレントクレマーが95%いる」と話したところ、顧客の真意がわからずにいることは最も怖いことだと話された。

以前のエピソードとして、顧客よりハルメクで購入した衣料品に縫製不良があったというクレームが寄せられた。早速、その在庫商品のすべてを調べたところ問題はなかったものの、同商品を購入したすべての顧客に連絡し、交換もしくは返金を申し入れたという。

結果として、縫製不良品は一部であったにもかかわらず、それを黙認せずに即座に伝えたことを、山岡氏は「信頼を最も大切にしている会社」だからと語った。「信頼」を軸に商品づくり、発信する情報記事の内容、メーカーとの商品開発といったあらゆる物事に対する最善を追求する定石が揺るがないのが、成長の

エンジンだと納得した。ハルメクで19年間連載中の91歳の菊池和子先生による健康体操を紹介する「きくち体操」ページでは、「最新まで、この体を使い切って人生を終わりたい。そのための体操です」と体操のその先にある生き方への哲学を教えている。

年々、高齢者が増加するシニアマーケットでは、アンチ・エイジングという老化にあらがる商品が乱立してきた。特にBS番組では、シニア向けのテレビショッピングばかりだと言われるようになった。できれば老化にあらがるのではなく、加齢を受け入れつつ人生の後半戦を健康に、楽しく、美しく年月を重ねていくビューティフル・エイジングを目指していきたいものだ。時代の変化で価値観は移ろうが、アクティブシニアが支持する百貨店や専門店、通販には、「信頼」の二文字は永遠に移ろつこととはないだろう。