

商いの新しいものさし

第44回

(株)商い創造研究所
代表取締役

松本 大地

社会的価値が高まるオフプライス・ストア業態

日本にある多くの小売業態は、アメリカで誕生

快適な売り場づくりで成長を続けるTJX



したものを日本流にアレンジして今日に至っている。コンビニ

エンス・ストア

業態ではセブン・イレブン・ジャパン

が、本家アメリカを質量と

もに凌駕する業態となっ

た。アメリカにあつて日本

に未上陸なのがオフプライ

ス・ストア業態である。

オフプライ

ス・ストアとは、有名ブランド品を低価格で販売する店舗であり、メーカーや百貨店、専門店が保有する流行遅れ品や処分品を仕入れ、常に定価よりかなり安い価格で一般消費者に販売する業態だ。メーカーや小売店が自社の売れ残り品を格安で販売するため、自ら出店するアウトレット・モール、有名ブランド品の比重が低いディスカウント・ストアとは形態が異なる。今やオフプライス・ストアは買い取り制度が基本のアメリカでは大

きな小売り勢力になって

いる。

その最大手がTJX、マックス(TJX)、ティージェーマックスであり、第2位がRosco's for Less (ロス)と続く。2013年の売上高、店舗数を比較すると、TJXが274億ドルで3200店、ロスは102億ドルで1300店となっている。手頃な低価格品が目立つロスに対し、TJXはアパレル、バッグやアクセサリーの中・高級品を主軸に、高級化粧品からインテリア雑貨、レジャー用品、電化製品まで様々な商品を組み入れた売り場をつくる。

さらにオフプライス・ストアであってもディスカウントから内装、接客に至るまで、常に質の高い店づくりが特徴であり強

みになっている。TJXは1976年に設立後、全米にTJマックスを拡げ、92年に家具・インテリア、ホームファッションのHome Goodsの展開、95年に量販店であったマシヤルズの買収などで拡張を続け、カナダやヨーロッパなど世界6カ国に進出、現在は18年間増収増益を続けている。

今回の商業施設新聞での米国ポートランド&シアトル ライフスタイル業態ツアーでは、日本では見られないオフプライス・センター業態の「マケット・プレイス/フアクトリア・モール」を視察した。ワシントン州シアトル中心部より車で30分程度の場所にあり、オフプライス・センターとディスカウント・センターを合体した新業態S

Cである。TJXの他に、ディスカウント・ストアの2強であるウォルマートとターゲット、百貨店アウトレット・ストアのノードストローム・ラック、GAPの低価格カジュアル業態オールドネイビー、食品スーパーセーフウェイの6核に、飲食・サービス店舗とチルドレンズ・ミュージアムを加えた大迫力の業態である。

その中でも秀逸なのはTJXであり、店頭のシズン・ディスプレイやアイテム・ディスプレイに加え、カテゴリー別かつサイズ別に並べられた買い物しやすい売り場には、安さにプラスして快適性が備わる。郊外型大型店舗以外にも、中心部のダウンタウン店ではコンパクトながら思わぬ掘り出し物を見つけること

ができる。これも全米や世界で商品を買い付けるTJXのバイヤーが、電卓を片手にメーカーからだぶついた在庫を一括購入し、即刻リアルな店頭

に送り出す仕入・販路システムが機能すること

で、メーカー、消費者双方に大きなメリットをもたらす。

最近、アメリカのアウトレット・モールが魅力に欠けるのは、時代をリードする業態革新が見られないからだろう。一方、日本のアウトレット・モールはお得感に環境・サービス向上が相乗された顧客満足度の高さ、特にフードコートの充実ぶりは本家のアメリカを凌ぐ進化を続けている。ただしあえて苦言を呈するならば、昨今のアウトレット店舗はアウトレット専門店が目立ち、本来のア

ウトレット・モールの存在理由と乖離してはいないだろうか。これではモノの過剰生産であり、売れ残ったアウトレット専用在庫はどうするかの疑問が膨らむ。

オフプライス・ストアの使命はメーカーと消費者の間に立ち、世の中から処分品を廃棄させずに流通させることであり、十分にその期待に応えて社会的価値を獲得している。米国社会では大量生産・大量消費は根底にあるものの、すでに貸し倉庫の規模は過去30年で10倍にも増え、昨今はその反動もありフリーマーケットやシェアリングなど、資源を大切に循環させる機運が高まりつつある。オフプライス・ストア業態の躍進ぶりからは、環境共生社会へのものさしも垣間見える。

オフプライス・ストアの使命はメーカーと消費者の間に立ち、世の中から処分品を廃棄させずに流通させることであり、十分にその期待に応えて社会的価値を獲得している。米国社会では大量生産・大量消費は根底にあるものの、すでに貸し倉庫の規模は過去30年で10倍にも増え、昨今はその反動もありフリーマーケットやシェアリングなど、資源を大切に循環させる機運が高まりつつある。オフプライス・ストア業態の躍進ぶりからは、環境共生社会へのものさしも垣間見える。