

商いの新しいものさし

(株)商い創造研究所
代表取締役

松本 大地

第135回

待ったなしのGMS改革

セブン&アイ・ホールディングスの百貨店事業会社に対し、外資系株主より事業売却を要求されたことが表面化した。2006年、そこら・西武を傘下にしたものの事業は低迷を続け、今後も赤字が続く回復の見込みがないと判断された。営業損益では利益のほとんどを日米のコンビニエンス事業で稼ぎ出す現状に対し、相乗効果が見込めない量販店事業のグループからの切り離しも含め、経営資源をセブン・イレブンのコンビニエンス事業に集中すべきとの改革を迫られた。

日常のリビングになった「リコパ鶴見」の館内風景



リコパ鶴見のGMS

(ゼネラルマーチャングッズ)業態であるシアーズ、JCPエンターテインメントをモデルに、日本では利幅の薄い食品販売で集客し、衣料品や雑貨、家電などで利益を得るといふ販売形態で、1960年代から90年代まで急成長した。GMSのゼネラルマーチャングッズは一般的な商品「の」の意味で、ワンストップで購入できる生活必需品を扱ってきた。

独自の専門性を深め続けた。さらに、接客や商品知識を携えた顧客接客対応力も強く、GMS売り場との格差が広がっていた。GMSにはどのような未来のものさしが描けるだろうか。イオンリテールが展開した子育て都市生活者を対象にしたNSC(ネイバーフッドショッピングセンター)進化した「そよら」の動向に注目したい。2020年3月、大阪府福島の野田阪神駅から徒歩6分の場所に「そよら海老江」が開業、古くなったGMS旧店舗を再生した。1階はイオンスタイルの食品売り場を中心に、2階は芝生広場を囲み、飲食店、ペットショップ、保育園やキッズ学習塾といった30〜40代子育てファミリーのコミュニティモールという構成。芝生広場で子供達はポップアップ噴水に飛び回り、ママは

無料青空ヨガ教室に参加するなど、暮らしの中に買い物だけでなく開かれた日常の居場所が加わった。2号店としては昨年7月に大阪府堺市の旧GMSのイオンを建て替えて、「そよら新金岡」が開業した。今春には名古屋市北区にて「そよら上飯田」、来年には埼玉県狭山市で「そよら入曽」が計画されている。

一方、元イトーヨーカドー鶴見店が、昨年9月に「リコパ鶴見」に業態転換した。1階に食品スーパーとしてイトーヨーカドーが入り、無印良品とドラッグストア、2階はABCマートやニトリ、デコホーム、ゲイソー、くら寿司のほか、クリニックモールや体操クラブ、学習塾といった、「そよら」同様の地域に密着したコミュニティ型NSCである。中央吹き抜け空間にある心地よい「PARK」という芝生広場では親子でフリーピアノを奏でる姿も見受けられ、今までのGMSにはなかった日常のハレの光景が広がっていた。これからのSCCの行方は、半日過(こ)してショッピングとレジャー感覚で出かけるららぽーとやイオンモール級の「広域集客大型SC業態」と、進化版GMSとして徒歩や自転車でも行ける「近隣集客コミュニティSC業態」の2つに集約されていくのではないだろうか。

新型コロナウイルスに遭遇して2年。生活者は「非日常より日常を心地よく健康的に暮らしたい」「身近な地域コミュニティを大事にしたい」という意識が高まった。進化版GMSはモノを揃えただけでなく、親近感のある日常の楽しさを作り出し、近隣コミュニティの結び目になれるかがカギとなる。