

## スピード増す、新たな事業モデルへの転換

### スーツ専門店と眼鏡専門店の事業連携

これまで小売の業態として「専門店」になることが主流となってきたが、経済状況の変化とともに新たな市場開拓がはじまった。「専門性」を怠れば市場の縮小を抑えきれず、誰も望まない安売り合戦へと突入。今ある市場の奪い合いとなっている産業は少なくない。

しかしコロナ禍によって「安売り合戦」と「市場の奪い合い」をしていても、この先が長くはないことだけは、どの業界も悟ったと言っても過言ではなく、様々な試行錯誤が多くある産業ではじまっている。

これまでもシャッター街といわれた商店街を中心に全国で多様な町興しが行われ、商店だけではなく、その地域の住人、企業、役場など町全体が一致団結した取り組みによるコラボレーション企画がいくつも生まれてきた。そしてコロナ禍による、新しい生活様式に対応した新たな事業モデルへの転換は、色々なコラボによりスピードを増しはじめた。

7月1日には、スーツ専門店の「AOKI」と眼鏡専門店の「メガネスーパー」が、「顧客の利便性と共に、両社の収益に寄与する新たな事業モデルの構築」を目的とした異業種連携によるコラボレーションがはじまった。

「AOKI」(株)AOKIは、これまでも遊休している店舗敷地に他社テナントを誘致するなど、顧客の利便性が向上する店舗環境の構築に取り組んでき



がより快適かつ便利になる店舗環境の構築に向けて取り組んでいくとしている。

ビジョナリーホールディングスは、昨年7月に、自宅等でもメガネ作りができる完全リモートによるメガネ販売を提供する「リモート検査システム」の導入や、移動式

店舗の出店を強化し、従来の店舗で顧客を集客する営業方法から、ニーズのある場所に店舗が出向く新しいビジネスモデルへの転換を図るなど、コロナ禍での新しい小売業の形に対応する取り組みを実施してきており、今回のAOKIとの連携強化においても、両社のコア事業の収益に寄与する事業モデルの構築として積極的に図っていくとしている。

具体的には、スーツ専門店と眼鏡専門店は、ターゲットや繁忙期(3月~4月)の親和性が高く、スーツの需要が少ない8月の閑散期には、夏休みによる眼鏡需要が高まるなど、両社の業態特性を補完し合うことができるという。

そのため、AOKI店内外にテナントを誘致することで相互送客といった連携を強化し、顧客にとって利便性が高くなることから、両社の収益に寄与する事業モデルの構築として積極的に取り組んでいくとしている。

今後は、全国約500店舗を展開するAOKI店舗敷地の一部に「メガネスーパー」を誘致していくほか、スーツに合わせたメガネの共同商品開発、さらに、両社を利用する顧客にメリットがある割引特典の提供など新たな取り組みを視野に入れ、連携を強化していく。

またAOKIでは、今後も遊休している店舗敷地の一部に異業種テナントを誘致するなど、顧客の買物

店舗の出店を強化し、従来の店舗で顧客を集客する営業方法から、ニーズのある場所に店舗が出向く新しいビジネスモデルへの転換を図るなど、コロナ禍での新しい小売業の形に対応する取り組みを実施してきており、今回のAOKIとの連携強化においても、両社のコア事業の収益に寄与する事業モデルの構築として積極的に図っていくとしている。

異業種連携店舗となる「AOKI東川口店」店内にオープンした「メガネスーパーAOKI東川口店」は、同社グループ初となる他業種の店舗内に新設したインショップの次世代型店舗で、検査・リラクゼーション個室の導入や豊富な品揃えのほか、従来の視力検査の25倍の精度での検査が可能な最先端検査機材を導入し、同社グループの最先端アイケアサービスを提供している。

今後も異業種連携による新たな事業モデルの構築を検討し、次世代型店舗の展開を通じ、引き続きアイケアの重要性の啓発とアイケアイメージの向上を図るとともに、眼の健康寿命延伸に繋がるアイケアサービスの拡充・普及をより推し進めていくとしている。



# NINA RICCI