

EuroShop



Euro リテール NEWS

2012 年 1 号

新春の候、貴社ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。今年に入り、欧州経済に関して衝撃的なニュースが途切れず、円高・ユーロ安が続く中では、経済成長や小売業の成長を予想するニュースは大いに歓迎したいものです。一つの明るいニュースとして、ドイツ国内の個人消費が今年 1.1%ぐらい増加するという見通しが出ています。また、アプリなど新技術の利用によって、商業の売上が増加するという見通しもあります。必ずしも全てを悲観的に考える必要がないのかも知れません。

さて、【Euro リテール NEWS】2012 年 1 号(春号)をお送りします。今回のテーマは、

- * 市場情報・トレンドとして、インターネット販売に消費者の権利保護を強化する動きと商業用アプリの拡大
- * 経済・企業情報として、ドイツ小売業の 2011 年度の実績と 2012 年度の見通し
- * メッセ情報として、2 月 28 日から開催の EuroGIS の重点と EuroShop// JAPAN SHOP 賞一般部門 優秀賞紹介

です。どうぞお楽しみください。

第 1 部: 欧州の小売・卸売り業界のトレンド

インターネット購入者の権利保護が強化

オンライン販売(e コマース)は、欧州の商業のそれぞれの分野において、もっとも高い成長を見せている分野です。欧州商業研究所 EHI の調査によりますと、2011 年度のドイツの e コマースは、2010 年に比較して 13%増加し、227 億ユーロ(2 兆 2138 億円に相当)の売上高に到達したとの結果が出ています。このように成長性のあるマーケットに参入しようとする企業が多いことは当然です。この状況の中、消費者(購入者)を保護し、消費者の安全を守るため、欧州委員会もドイツ政府もさまざまな対策を立て、新しい法律を導入しようとしています。欧州委員会は去年の 10 月、欧州内のオンラインでの取引について統一した規則を導入する計画を公開しました。公開された対策の内、商行為を有効にするために消費者がオンラインで取引を確



認しなければならないことや、販売者側が購入者にその母国語で購入者の権利について説明しなければならないことがあります。ドイツ連邦政府は 2011 年 12 月に新しい規制案を公開し、オンラインの取引の際に販売側が受注することによって、購入側に対しコストが発生する旨を画面内に明示することを義務つけるように動いています。

出典：<http://www.ehi.org/?2277>、2011 年 10 月 11 日付け *handelsjournal* 誌、
2011 年 12 月 21 日付け *Handelsverband Deutschland* リリース
www.einzelhandel.de の情報をもとに作成

新技術：スマホをポイントカードに

ドイツをはじめ、ヨーロッパでスマートフォンの普及率が伸びつつありますが、商業界が、新技術はいかにビジネスの拡大に役に立つかということ認識し始めたというのが現状です。コンサルティング会社 IfH のアンケート調査では、小売業者の 4 社に 1 社しかモバイル技術がビジネスチャンスを生むと認識していません。回答が企業の規模にも関連していることが分かりました。企業が大きくなればなるほど、新技術にチャンスがあるとする答えが多くなり(44%まで上がります)、小規模の企業はわずかの 18%しか新技術のもたらすチャンスを認めていません。しかし、業界に動きがあることは否定できない事実です。ここでいくつかの事例を紹介したいと思います。すでにアプリ利用の経験豊富な日本の業者、また開発を行っている日本のメーカーにとってはヨーロッパ市場の開拓・ビジネス拡大のヒントになるかも知れません…

相当広く報道された一つの事例は、アメリカン・エクスプレス社のボーナス・プログラム「Payback」が、去年の 10 月「deals」(取引)というウェブサイトを作成したことです。そこに登録しているメンバーがクーポンを購入して、そのクーポンを印刷せずに店舗で使用することができます。



写真の出典：<http://www.payback.de/pb/deals/>



また、通信大手ドイツ・テレコムが 2012 年からグルーポン社と提携し、クーポンの提供をテレコムのモバイルサイトにアップする計画を公表しました。しかし、その様な動きは大手会社だけではありません。ミュンヘンの開発会社「コンティグア」はポイントカードのスマホアプリ「10stamps」を作成し、喫茶店チェーン「コーヒー・フェロー」や回転すしチェーン「寿司サークル」ですでに利用されています。



写真の出典：<http://www.10stamps.de/>

ヨーロッパ外になりますが、米国でオンライン支払システム Paypal が支払い決済機能の付いた端末(財布携帯)を開発し、ホームセンター・チェーン「Home Depot」で支払えるように仕組みを採用したとの報道があります。やはり、日本企業にとってはチャンスです！

出典：2011 年 12 月 13 日付け FAZ 誌、2012 年 1 月 9 日付け FTD 誌、
2011 年 1 月 11 日付けの Handelsblatt 誌、
2011 年 11 月 10 日・12 月 5 日付け handelsjournal 誌

第2部：経済・企業情報

ドイツ小売業：昨年は売り上げ増加、2012 年度の見通しは良好

ドイツ統計局が 1 月、2011 年度のドイツにおける個人消費は、欧州の経済危機にも関わらず増加し、それによりドイツ小売業の売上高は前年度比の 2.7~2.9% 上昇したと公表しました。その上昇率はドイツ統一以来一番高い数値となっています。HDI 協会は、昨年度の小売業の総売上高は 4,130 億ユーロ(40 兆 2629 億円に相当)に達したと推定しています。一番の成長率を見せた分野は、予想された通り



インターネット販売と通販でした。前年度に比較して、eコマースは13～15%程度増加し、227億ユーロ(2兆2138億円に相当)を達成しました。

それぞれの経済研究所は、2012年の(ドイツ)個人消費は引き続き1.1～1.2%程度上昇するとの見込みを出しています。労働市場の状況も良好なため、(ドイツ)国内の購買力が約2%上がると予想されます。約1.8%のインフレ率を差し引いても、(わずかではありますが)プラスとなります。

出典:2012年1月6日付けHandelsblatt誌、2012年1月6日付けSpiegelOnlineサイト、2011年12月13日付けWelt誌

書籍販売が品揃えを拡大

日本と同様に、ドイツの書籍販売は、各社で競合しながらも、オンラインポータルでの販売に成功していますが、それによって売り上げの減少を経験しつつあります。これに対する一つの対策として、品揃えを拡大し、本・書籍以外の商品(たとえば、ゲーム、ギフト用品、キッチン・ウェアまで)をも販売する傾向が明らかになって来ました。ライフスタイル大手Douglasグループに属するThalia社は、本・書籍以外の商品を積極的に販売し、売上総額の30～40%まで増やす計画を公表しました。おもちゃ、ゲーム、文房具とギフト用品の販売を拡大させるために、同社は店舗のデザインをテーマごとに変え、購入しやすい環境を創り出そうとしています。例えば、健康とウェルネスをテーマに、ダイエット、スポーツ、健康をテーマとする書籍類に加えフィットネスDVDやスポーツ用品も置き、装飾には東アジア風のデザイン要素も取り入れています。



写真の出典:<http://www.boersenblatt.net/342216/>

出典:2012年1月9日付けHandelsblatt誌



第3部：メッセ情報

商業用情報処理・安全システム展 EuroCIS—マルチチャンネルを重点的に

デュッセルドルフ見本市会場で、2012年2月28日から3月1日までEuroCISが単独で開催されます。(母体となるのは、3年に1度開催される店舗設備・デザイン・販促技術のEuroShopで、EuroShopを構成する4つの部門の一つがEuroCISです。)EuroCISでは安全性の拡大、効率の増強やよりよい顧客サービスを目的とした最新のPOS技術を分かりやすく展示されています。すでに22ヶ国から175出展社が申し込み済みで、出展面積は6,000㎡を超えています(2010年:5,468平方メートル)。日本の出展社としては、エプソン、沖電気工業、サトウ、セイコーインスツル、シチズン・システムズ、寺岡精工と東芝TECが顔を揃えています。

今回の重点はマルチチャンネル販売向けソリューションとeコマースソリューションに置かれます。併催プログラム「EuroCISフォーラム」では3日間にわたり数多くの発表とプレゼンテーションが予定されています。詳細には、<http://www.eurocis.com> にアクセス下さい。

EuroShopとJAPAN SHOPの共同企画展示「Project Sunshine for Japan」

東日本大震災の被害を受けた日本を激励し、絆を深めるために、ドイツ・デュッセルドルフ芸術大学の呼びかけで実施されたポスターデザインコンペティション「Project Sunshine for Japan」。世界中から応募された作品のうちから最優秀賞6点と、優秀賞94点合計100点が選定され、デュッセルドルフで展示されました。今回、EuroShopとJAPAN SHOPの共同企画として、国際店舗設備・販売促進機材展JAPAN SHOP(2012年3月6日～9日)で最優秀作品6点を日本で初公開します。

シリーズ EuroShop JAPAN SHOP Award 一般部門 優秀賞紹介

一般部門 優秀賞紹介 (続き)

- 受賞作品：中勢以 (ナカセイ)
- 作品業種：小売店 (熟成肉専門店)
- 受賞者名：藤井 信介 (フジイ シンスケ)
- 受賞者所属：株式会社 Design Eight
- 施設完成年月日：2008年11月1日
- 施設規模：35㎡



●デザイン・設計コンセプト: 日本では数少ない熟成肉専門店のためにデザインされたこの空間のテーマは、日本の寺社仏閣に流れる「凜」とした緊張感。素材・色・質感を出来る限りシンプルにする事で生まれる圧倒的な緊張感の中に、煌びやかに浮かび上がる熟成肉。漆黒を基調とした内装に錫板製のサイン、木削出し透き漆仕上げの取手、吉野杉のトレーなど日本を代表する伝統的な素材を使う事で熟成肉の赤が一層目立ち、それこそが求める「凜」とした空気感である。また、ショーケース・カウンター・ディスプレイ棚の配置の中にオーナーのこだわりであるコミュニケーションが隠されている。店員と向き合い選んだ熟成肉がカウンターへと運ばれる瞬間。カウンターで好みの厚みや大きさに切り分けられ包装される瞬間。熟成肉の演出を目の前に、いつの間にか店員と交わす会話を楽しんでいる。中勢以は熟成肉という主役が演じる全ての演技を店員と共に楽しむ舞台のようなインテリアである。



【Euro リテール NEWS】2012年1号をお楽しみいただけましたでしょうか? ご意見やご希望をお聞かせいただけましたら幸いです。よろしければ、お知り合いやビジネスパートナーにも転送してください。

【発行】(株)メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン

【編集担当】A.メルケ

mdj@messe-dus.co.jp

<http://euroshop.messe-dus.co.jp>

<http://www.messe-dus.co.jp/>

【ご意見・ご感想等】このEuro リテール NEWS は皆様の声を反映させ、より良い紙面を目指しております。読みたい、知りたいテーマがございましたらお知らせ下さい。また、ご質問やご意見も随時お受けしておりますので、お気軽にどうぞ!

