

「イザ」田中タキをアドバイザー起用

阪急うめだ本店は10月11日付で、セレクトショップのイザ代表でアパレル商社グループボタナカ副社長の田中タキを3階モードフロアのアドバイザーに起用した。ミッションは、自主編集売り場「D.エディット」「D-ラボ」の販売員教育だ。接客サービスの向上と新規顧客創出を狙う。田中代表は、インポーターとして「スメロ ヴェントゥーノ」「コート」といったブランドビジネスを手掛ける他、代表を務めるセレクトショップのイザを東京・南青山と大阪・心斎橋に構え、仕入れから接客販売まで行っている。民谷啓阪急阪神百貨店婦人服第三商品部長は3月の改装で品揃えは強化できたが、販売面は課題を残していた。導入した新ブランドに対し顧客をいかに作るか。モードに強いセレクトショップは、お客さまと1対1の密なコミュニケーションを取り、顔の見える顧客をしっかりと抱えている。売れ方の傾向にとらわれがちな私たちにとって、学ぶことがたくさんある」と話す。田中代表を起用した決め手となったのは「彼女のバイタリティー。ブランド代理店を経営しながら、バイヤーであり店長でもある。さらには、自身の活動をSNSにマメにアップし、厚いコミュニティを築いている。私たちにとってありがたいのは、彼女が大阪を拠点にビジネスをしていると。コレクションや買い付

けで世界を回りながら、大阪と東京で店舗を経営し、関西のローカル事情についても明るい彼女はまさにピッタリだった」と語った。濱田高子・阪急阪神百貨店 婦人服第三商品部バイヤーは「タキさんは一人一人と心で通じ合う人。会う人は皆、彼女に心をつかまれてしまう。ファッションへの熱量もかなり高い。そんな彼女から少しでも多くのことを学び、わざわざお客さまに来てもらえる売り場になりたい」とコメント。具体的には月2回、店頭の販売員と勉強会を行うほか、イザとの合同イベントを定期的に開催。いずれは、同店とイザ大阪店とでスタッフを入れ替えて販売を行う交流会なども視野に入れている。田中代表は「商材と人、今後カギになるのは人のほう。何を売るかではなく、誰が売るかさがさらに大事になる」と話す。すでに4回、平場のスタッフと勉強会を開催。「最初は皆から『どうやったら売れる?』と技術



田中タキ/イザ代表、グループボタナカ副社長(左)

PROFILE:石川県金沢市生まれ。夫である田中伸幸・社長が1999年に創業した輸入卸のグループボタナカに2001年から携わる。03年にセレクトショップのイザをオープン。大阪と南青山に店舗を構える。ピンクリボン啓蒙活動など幅広く活躍

濱田高子/阪急阪神百貨店 婦人服第三商品部バイヤー

的なことを聞かされた。私にはマニュアルはないので、接客のテクニックではなく心構えを伝えている。家族や大切な人と接するのと同じように、ハートで接すること。今の世の中に抜け落ちていく部分でもあると思う。相手に喜んでもらいたいと思えば、自然に笑顔はあふれるもの。基本に立ち返り、思いをスタッフと一緒にシェアする時間を作っている」と説明した。すでに課題は見つかっており、品揃えについても議論を交わしている。「百貨店は、セレクト店よりもマスの人たちに雇



11月16日から1週間、3階コトコトステージで「D.エディット×イザ」のポップアップショップを開店。ディスコカールのバックステージをイメージし、シャイニーで華やかなウエアをセレクト。7階で販売している家具や「パカラ」のシャンデリア、高級店頭に並ばないチョコレート、生花などをアパレルと一緒に並べた。「百貨店ならではのフロアの垣根を越えた品揃えで、女の子の気分を上げるお店にしたかった」と田中代表

を開いている。だが、SNSが発展し自由な選択が増えた今、「何でもあります」がウリにはならない時もある。セレクトショップならではの視点で編集平場の課題を解決していきたい。リテール同志の新しいコラボレーションで何が生まれるか、今後が楽しみ」と語った。