

## マーケティングの出番ですか？

# 第88回 米國小売業界に見る体験型キュレーション店舗 ビジネスとRaaS (Retail as a Service)

Aya Kubosumi ノマドマーケター

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

今回は、ニューヨークで存在感を高めつつあるキュレーション（特定のテーマで収集）したブランドや製品の体験型展示店舗ビジネスの最新トレンドをご紹介します。

## ●D2C（消費者への直接販売）ブランドをターゲットにした体験型店舗ーネイキッド

ネイキッドは、「最も革新的で、サステナブルで、コミュニティ主導のブランドを高度にキュレーションした品揃え」、「ブランドの活性化を促進するショッピングのソリューション、かつ、独自のコンセプトストアで、コンシャス消費（意識ある消費）を再定義する」を標榜しています。

ネイキッドは、消費者にとっては未来を体現する新しいブランドや商品との出会いの場を提供し、意識ある消費を生む物理的店舗であり、同時に、直接顧客と接する機会を持たない、もしくは機会が少ないD2C（消費者への直接販売）ブランドや企業にとっては、顧客との効果的な接点を比較的少ない投資で提供してくれる存在です。

ネイキッドに展示されている商品は電気自動車、Eバイクといったものを除き、在庫があれば商品を店内で購入できます。店内にはアンバサダーと呼ばれる販売員が、フレンドリーに各製品の使い方や詳細な説明をしてくれます。アンバサダーは一定の期間、展示されているブランドや製品についての知識や使い方などのトレーニングを受けており、訪れた顧客と商品との接点づくり、体験を支援しています。



外の新規顧客を獲得し、売り上げを拡大しようとする、直接的な顧客との接点やブランド体験を提供する物理的店舗が視野に入りますが、D2Cブランドが単体で店舗を開設するには相当の投資が必要です。ネイキッドは1か月あたり600ドルから900ドルのテナント賃料と8%から35%の売上収入のマーゲンで、3か月間ネイキッドの店舗に商品やブランドの展示販売、テストマーケティング、広告宣伝サービスをパッケージ化して提供（RaaS: Retail as a Service）することで、D2Cブランドが物理的店舗を展開するハードルを下げています。

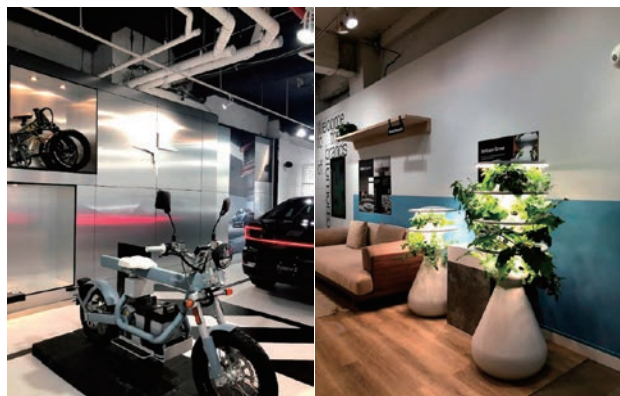
## ●ネイキッドの対抗馬ーショーフィールズ

ショーフィールズは「世界で最もおもしろいお店」というコンセプトで新たな小売りソリューションを提供しています。

ショーフィールズでは展示ブースはパネルや壁で仕切られており、ブランドブース毎に全く異なる展示デザインが展開され、それぞれ個性的な体験を提供しています。ブランドと一体となったブースは、足を踏み入れるごとにWow!と思わず声を出してしまうような斬新なデザインで、各フロアにはコネクターと呼ばれる販売員が常駐しています。ネイキッドのアンバサダーが製品の詳細な機能情報を中心に説明するのと異なり、ショーフィールズのコネクターはブランドのストーリーの説明に力を入れており、顧客とブランドとの接点づくり、ストーリーの共有の役割を担っています。

## ●会話を生み、興味関心をアンカーするデザイン

ショーフィールズは、顧客が何か特定のモノを探しに来るのではなく、好奇心、何かあるかもしれないという興味関心を持って、定期的に訪れてもらえる店舗と体験



## ●RaaS (Retail as a Service) の背景とメリット

オンラインでそれなりの顧客を獲得し、さらにそれ以

デザインを目指しています。展示されているブランドは3~6か月で入れ替え、キュレーションも一方的にブランド側から顧客に情報を押し付けるような機能や意味のものではなく、相互にストーリーを共有し、紡いでいくことを重視しています。

そして常に新たな発見があるよう、物理的店舗でしかない“コネクション”、すなわち、ブランドと人間同士の手触り感のある関係性や共感を生むしかけを大切にしています。

### ●RaaSと物理的店舗の意義

ショーフィールズの創業者であるタル・ズヴィ・ナサネル氏はRaaS時代における小売業界のキーワード“5C”を説いています（Inside Retailサイトのインタビュー記事より引用）。

コンビニエンス	95%の新興ブランドはコストが原因で（物理的）店舗を開設できません。RaaSを利用すればスペース、ロケーション、そして新興ブランドが表明するメッセージをより手頃な方法で発信できる店舗の開設が可能です。
コンテンツ	新興ブランドは顧客にできることを最優先に考えるべきで、インスタ映えする瞬間を創造するだけでは不十分であり、今日の顧客が求める真正性に応える必要があります。
コミュニティ	新興ブランドは、顧客にどのようなコミュニティを体現したいのかを理解し、同じような考えや志向を持った顧客同志が接することができる物理的スペースを提供することが大切です。
キュレーション	今日、ブランドの声は今まで以上に重要になっています。個々の顧客の経験に応じて、顧客とのエモーショナルなつながりを構築することが必要です。
コネクション	フィジカルとデジタルを繋ぐ場合、顧客はチャンネルに関わらず、全てがシームレスで欠陥なく機能することを期待しています。

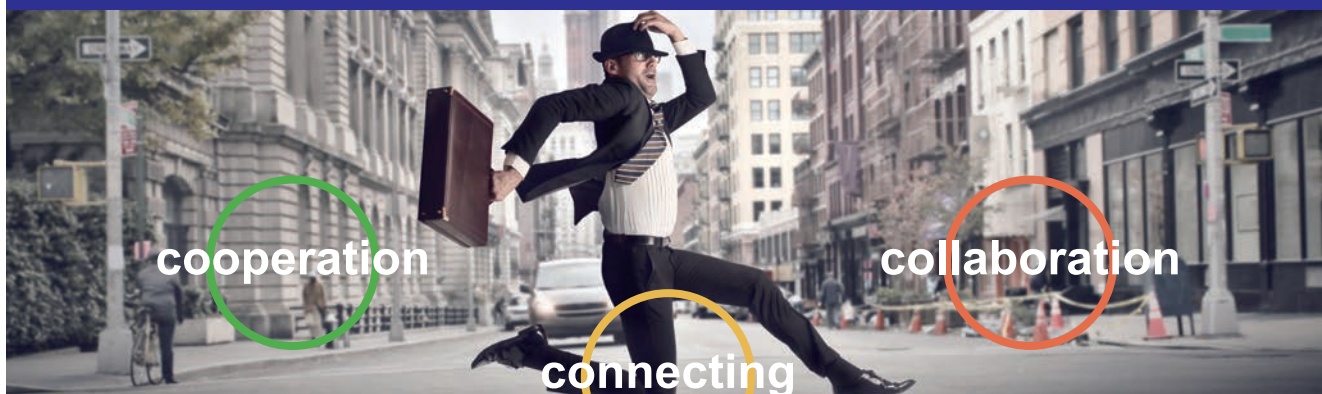
この5Cはポストコロナ時代の小売業界がD2Cブランドを軸に業界を革新していくための要素と言えるかもしれませんが。コロナウィルスによるパンデミックで休業を余儀なくされた小売業界の物理的な店舗は、死んだとまで言われる状況に追い込まれました。しかしながら、コロナウィルスによるパンデミックでガラガラに空いたテナントや貸店舗が、RaaSを導入した新興D2Cブランドで埋まっていく未来がほどなくやってくることを予感せずにはられません。



**Aya Kubosumi (ノマドマーケター)**  
 コニカミノルタ、大阪ガスで行動観察やユーザーリサーチに携わったのち、GOB Incubation Partnersを創業。夫の転職に伴い、東京から家族とともにNYに移住。ノマドマーケターとして、NYの人々、もの、こと、を日々観察、体験したことを素材に、日本の商品開発に携わる皆さまと共有したいインサイトを綴ります。

独創的な新製品／サービス・事業開発を実現する マザー・マーケティングプラットフォーム

# mothership 4 marketers



mothership4marketersは、業種、組織、時間、距離を超えて内外のマーケティング実務者をオープンに結びつけ（Connecting）、共同（Cooperation）、協力（Collaboration）することで新製品／サービス・新事業開発を成功させる『次なる段階』のマザー・マーケティングサービスプラットフォームです。



**mo4ma**  
<https://www.mo4ma.org/>

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13ザ・ピーク4F号 Tel. 03-6412-8780 info@mo4ma.org  
 ウェルコインターナショナル 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿華友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12110-03701