



今話題の**蔦屋家電**についての
調査報告書

 株式会社**ラポールエステート**

平成 27 年 10 月 26 日

中本 光

1. 蔦屋家電とは

蔦屋家電を展開しているのは、「TSUTAYA」でお馴染みの CCC(カルチュア・コンビニエンス・クラブ)である。現在、東急グループにより開発がなされた二子玉川 rise に店を構え、他にも代官山蔦屋家電や梅田蔦屋家電を運営している。蔦屋家電とは、書店と家電店を融合させ、『ライフスタイルを買う店』をコンセプトに立ち上げた店舗である。書店と家電店を組み合わせただけあって、店内には本が 20 万冊以上あり、また本と一緒に家電も同じコーナーや棚に並べられている。しかも、ただ並んでいるだけではない。各コーナーにはそれぞれテーマが設定されており、例えば「食」のコーナーであれば、食に関する本やレシピ本が並ぶ中、その隣にはその本に関連付けられたユニークな家電が配置されており、ジュースや炊飯器など、ローエンドモデルの安い商品から、ハイエンドモデルの数十万～数百万する家電まで国内メーカーの品を中心に幅広く取り揃えている。蔦屋家電は第1号店の二子玉川 rise 店をオープンしてから半年になるが、人気の勢いは止まらず代官山店や梅田店を続々とオープンさせている。なぜ、蔦屋書店はこんなに人気があるのか考察していく。

2. なぜ書店と家電店なのか

同社は関東各地で『この街に欲しい施設は何か』というヒアリング調査を行った。代官山では1位「カフェ」2位「本屋」だったのに対して、二子玉川は「映画館」と「家電量販店」だった。蔦屋書店はヒアリング調査をもとに、本屋と家電店を組み合わせた店舗をオープンすることに決めた。(映画館はすでに二子玉川に存在している。)また、蔦屋書店内にカフェやコンビニも併設している。

3. 店内

店内は基本的にコーナーごとに商品の配列や内装は変えてあり、随所にこだわりが感じられる。



本棚がとてもユニークで
入った瞬間から楽しくなる。



店内にはスターバックスが併設しており、飲食スペースもあるので買った本を読んだりパソコンで作業をしながらコーヒーを飲みゆっくりすることができる。



また、前回調査したファミリーマートの新しいコンセプトの『ファミマ！！』も併設している。

店内の写真は許可がない限り撮影ができないので、下記 URL のサイトから引用

<https://www.google.co.jp/search?q=%E3%83%95%E3%82%A1%E3%83%9F%E3%83%9E%E3%83%9F%BC%81&espv=2&biw=1440&bih=805&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=0CAgQAUoA2oVChMIheLB8s7fyAIVxDSUCh2CGQEE#tbm=isch&q=%E3%83%95%E3%82%A1%E3%83%9F%E3%83%9E%E3%80%80%E4%BA%8C%E5%AD%90%E7%8E%89%E5%B7%9D&imgrc=GjSl1I16K1MYyM%3A>

店内の詳しい配列や内装は下記 URL を参照してください。

http://top.tsite.jp/news/i/23534366/?sc_cid=tcore_a99_n_adot_share_tw_23534366

<http://www.fashion-press.net/news/16792/2>

また、コーナーごとに専門のコンシェルジュが配置されており、分からないことや聞きたいことがあれば、すぐに相談に乗ってもらえる。

コーナーは「写真・ネットワーキング」、「映像・文具」、「音楽」、「モトベロ」、「食」、「美容・健康・ハウスキーパー」、「美術」、「ビジネス」、「キッズ」などに分かれている。このほかにも「その他」として今話題のロボット「ペッパー」やドローンなども販売されており、何も買わなくても楽しめるスペースとなっている。

4. コンセプト

コンセプトは「ライフスタイルを買う店」となっている蔦屋家電。なぜ、「ライフスタイルを買う店」なのか。下記のインタビュー記事で CCC 社長が述べている。
(<http://business.nikkeibp.co.jp/article/life/20150430/280612/?rt=ocnt>)

まとめると、従来の家電量販店は単に多くの家電を販売しているが、物量で売るとしたらインターネット販売の方が圧倒的に強く、消費者はわざわざ家電量販店まで足を運ばない。しかし、アップルストアはどうであろうか。売っているのは主力商品の iPhone を始めとした端末やアクセサリだけ。それなのにもかかわらず連日アップルストアの店内はお客で賑わってる。どちらも実店舗なのになぜここまで違うのか。家電量販店は無機質に商品が大量に置かれており、消費者は目の前に置かれている商品を使って幸せに楽しく暮らしている想像ができない。しかし、アップルストアに来る人は皆、その世界観に触れてワクワクする。それはこれから買うものによって自分の生活が楽しくなることを連想しているから。全ては「もの」の力で決まるのではないということ。

蔦屋家電は目の前にある商品を使って生活が豊かになることを想像出来る世界が広がっている空間である。家電屋だけれど家電量販店業界の常識にとらわれたお店を出すことは結局一緒になってしまうだけで、家電量販店とは無縁だった CCC が運営することで業界の縛りにとらわれず、お店を構えることができた。蔦屋家電は「もの」が使われている生活を提供しているため、ワクワクしながら買い物をすることができる。要するに消費者が商品を使ってより良い暮らしを営むことが想像出来る場所が蔦屋家電である。

ということになる。このコンセプトに行き着くまでの視点がとても面白い。

5. 今後の蔦屋家電

このように蔦屋家電について調査したが、蔦屋家電を運営している CCC は蔦屋家電以外にもいたようなコンセプトのお店を各地に展開させている。また今後インターネットがさらに進化するにつれて、動画などのコンテンツは電子化され無料に近づいていく。CCC は TSUTAYA を運営しているため今後の経営方針にも大きく関わってくる。そんな中、蔦屋家電というインターネットではなく、実店舗に重きを置いた形態は今後どのように発展・進化していくのか気になるところである。また、蔦屋家電はオンライン

ショップもあり、インターネットから注文もできる。このように蔦屋家電は徐々に規模を拡大しているが、カスタマーセグメントはすべての年齢層に焦点を当てているかのように見える。店内を見渡しても中学生、高校生からお年寄りの方まで幅広い年代層の人が蔦屋家電に訪れている。また、外国人観光客も目に入った。

CCC は TSUTAYA 図書館なども運営しており、問題になっている面もあるが今後蔦屋家電が CCC の中でどのような位置付けで運営され、どのように規模を拡大していくのか今後も調査を続けていきたい。

・参考文献・

二子玉川エリアの新名所「蔦屋家電」オープン直前！取り扱い商品からグルメ情報まで徹底レポート 2015/4/30 配信 T-SITE

http://top.tsite.jp/news/i/23534366/?sc_cid=tcore_a99_n_adot_share_tw_23534366

「蔦屋家電」が二子玉川にオープン！ライフスタイルを買う家電店の全貌をレポート
FASHION PRESS

<http://www.fashion-press.net/news/16792/2>

二子玉川「蔦屋家電」に行ってみたら、家電店じゃなかった!? 2015/5/15
NIKKEI TRENDY NET

<http://trendy.nikkeibp.co.jp/article/column/20150511/1064348/?ST=life>

なぜ「TSUTAYA」が家電店をやるの？『TSUTAYA の謎』増田宗昭に川島蓉子が訊く
2015/5/12 川島蓉子

<http://business.nikkeibp.co.jp/article/life/20150430/280612/?rt=nocnt>

以上