



あの日美人。citore
美人品質の吹水・シャンプー

彼女は生理の日の大嫌いだ。このシャンプーに出会うまでは、

ヤギはオリジナルの公式インスタグラム

長する分野。こうした商材を取り扱うことで、「女性に寄り添うブランド」としてのメッセージを発信できるとしている。

丸紅は7月、「ルナルナ」を手掛けるエム

フラッシュ（上半身のほせやほてり、発汗など）を感知するウェアブルデバイスが開発されるなど対応が進む。市場の大きさを女性が仕事を続けることができる環境を整える意義から、更年期分野に向けた新たな商材やサービスの開発も重要だ。

リビングハウスのインテリア販売好調

リビングハウスのインテリア販売好調

リビングハウスは家具や雑貨などインテリア販売が好調だ。昨年6月以降、増収が続いており、今年も昨年伸びが目立った6月だけは前年に届かなかったが、7月は前年並みで推移している。8、9月は過去最高の売上高、利益となった。コロナ下でも店舗を増やしてきたほか、パートナリーショップや異業種との協業など自社のノウハウを活用した事業も広がっている。



主力業態の「リビングハウス」ららぽーとエキスポシティ店

楽しむものが伸びている」（北村甲介社長）。特にデザイン性の強い独逸インテリアブランド「カレ」が好調で、アート品などの売れ行きが良く、前年比60%増ペースだ。主力業態の「リビングハウス」もECを中心に伸びており、外出控えが続いているというだけでなく、インテリアへの関心が高まり、楽しむ需要になってきたと

品に集中しているわけではなく、家の中を変化させるもの、

見る。郊外店だけでなく、都心店も健闘している。大丸東京店、西武池袋店、西武渋谷店はいずれも自社基準で「通常の合格レベル」の売り上げを確保している。

長エナジー、仕事エナジー、承認エナジー、協働エナジーの五分野を30項目の設問で診断し、まず働く上で何が大切かについて30項目を5段階で評価・回答してもらい、その後現状をどうしているかについて同じ30項目5段階で評価・回答してもらい、この二つの診断で期待と現状のギャップが浮き彫りになり、社が取り組むべき課題の優先順位が明確になります。

署の業務内容などの理解不足による不安が多いこと、さらには既婚者で子供がいる男性社員の中に、経営状況や今後の見通しを家族と共有したい、副業を認めて欲しいということも、ある事例で明らかになりました。これに対して社内ポータルサイトで会社代表が、コロナ下での経営方針説明を行い、現在の経営状況を「見える化」してスタッフ全員に協力を要請した例もあります。副業についても制度化に向けたプロジェクトを社内

出店もSCからの要請で好条件で入居できる物件が増えていることから、昨秋以降は積極的に進んでいる。年末までに期間限定店を含めて3店を出し、今年5月にマリノアシティ福岡に初のアウトレット店を、6月にビビ福岡（パートナリーショ

ップを直営化）、7月にはココインシティ、ららぽーとエキスポシティに出店し、いずれも出足がいい。引き続き出店を進める。

同社が運営をサポートするパートナリーショップも鹿児島と浜松に出し、5店になった。また、堀江店（大阪市）では昨夏にエディオンと協業し家電のインテリアコーナー提案のコーナーを設け、家電売り上げは年間目標の4倍となった。ららぽーとエキスポシティ店ではブレインスリープと協業し、枕などの睡眠製品ブランド「ブレインスリープ」の販売を始めたほか、キッズ向け知育コーナー

も設けた。

コワーキングスペース運営のコインスペースの空間プロデュースを担当しているが、来年には自社店舗にもコインスペースのコワーキングスペースを導入する予定。また、同社が出資しているカラーアンドデコとも提携し、中古賃貸不動産のホームステイニングによる空間提案も進めている。

さらには百貨店からリビングフロアのプロデュースの依頼も受けており、自社のインテリア販売の店舗運営オペレーションや販売ノウハウを活用するB to B（企業間取引）事業が拡大している。

10月、南行徳にソコラ

GMS跡に生活密着型60店で

野村不動産と野村不動産コマースは千葉県市川市で地域密着型SC「ソコラ」の5棟目となる、シリーズ最大規模の「ソコラ南行徳」を10月29日に開業する。同施設は2000年に開業したGMS（総合小売業）を全面改装したもの。約60店の専門店街として一新する初の取り組みで、千葉県では初展開。

地下鉄東西線南行徳駅から徒歩7分の立地で、周辺には住宅、公園、学校などがある生活圏であることから、デイリーに利用してもらう地域密着型のSCとする。地域最大級の食品ゾーンを中心に日用品からファッション・雑貨まで幅広い商品を揃える。日常使いの商品だけでなく関東初出店店舗や屋内型スポーツエンタメ施設「ニンジャパーク」などの時間消費型店舗も導入する。



千葉では初のソコラ(完成イメージ)

地下1階は食品と日用品フロアで「イオン」と「グラムビューティー」(共にイオンリテール)を核に食品専門店、カフェ、大創産業の300円ショップ「スリーピー」、生活雑貨の「コスタコート」、酒類専門店の「カクヤスセレクト」など。

1階は「ユニクロ」のエリア初の大型店と「ジーユー」を軸に、ファッションの「アメリカ