

卸に求められる機能を探求するため
生活者に自ら近づく直営店を展開

エトワール海渡「OTIUM」〈東京・港区〉

総合卸商社のエトワール海渡は、3月18日に都市型生活者に向けたライフスタイル提案ショップ「OTTOUM（オティウム）」を東京・表参道にオープンした。開店に先立ち、同社は取引先などの関係者を招いて3月15日にプレオープンパーティを開催した。生活者のニーズがモノからコトへと変化している昨今、生活者の街やショップに求める要素、さらにはショップ側がメーカーや卸に期待する要素も変化している。こうした時代の潮流を受け、中間卸の立場にある同社自身が様々な業態を企画・実践することで、生活者やショップに対して新たな価値を提供していくことを目的に、同社は昨年からは、鎌倉、成増、白金台、日本橋と4タイプの新たな直営店の運営を開始していた。

きつかけは顧客店舗の閉店危機
生活者と接して卸にフィードバック

5店舗目となる「OT
いう。

「IUM」は、新しい大人 集客型卸商社である同社としても閉店を回避し、世代の都市型生活者をターゲットに、「スタイル×機能性」のあるアイテムを揃えたセレクトショップで、1号店を感度の高い生活者が集まる表参道に出店して、生活者のニーズを探索していくと社

社が小売店を運営するこ
とになった背景には、1
軒の顧客フティックの廃
業危機がある。昨年5月
に同社初の直営小売店舗
としてオープンした猫雑
貨ショップ「鎌倉ねこサ
ロン」は、もともと同社
営をすることになった。

の長年の顧客先だった。その街で多くの猫をコンセプトとした雑



早川社長

貨店としてリニエールオープンすることになったという。現在、再び街の人に愛される店へと育ちつつあるんだ。

「お店がなくなった後
にナシヨナルチェーン店
が建つくらいなら、街に
愛されるようなお店づく
りをしていくべきではな
いかと考え、当社が引き
継ぐことを決めた。これ
をきっかけに、卸商社で
ある私たちが小売店やそ

の先にある街や生活者のために何かできることがあるのではないかと考えるようになった。今の集



プレオープンには多くの関係者が集まった



「OTIUM」プロジェクトメンバー



「連鎖」をイメージした店内



自然素材と人工素材の融合も特徴

を採用し、が付いている板チョココレ
て高い通　ートなどを揃えている。
気性を実　　アパレル以外のアイテ
現するア　ムは、同社のバイヤーが
アイテムも　時には海外へ渡るなどし
ある。こ　て探し出した「本物志向」
れを同社　である。こうした二つひ
では「異　とつのアイテムから汲み
素材コン　取れるごだわりの中に、
ビネーシ　同店のサブテーマの「W
ョン」と　OW」が表れているとい
呼び、天　う。

早川社長によれば、「ねこのサロン」が「ハコを起点に、そこにふさわしい価値の提供を試みる」シヨップだとすれば、今回の「OTIUM」は、「時代の背景や生活者のライフスタイルの変化にあわせて

「第三の時間」を存分に堪能する
機能とスタイル両立した商材提供

「OTIUM」のコン・マでもあるが、アイテ
セプトは「脱日常」。ラ
テン語で「余暇」を意味
するが、同社が追求する
のは、食べる、休息する、
遊ぶといった自分を見つ
める「第三の時間」だ。
サブテーマとなっている
「CHAIN OF W
OW（喜びと驚きの連鎖）
」は、ショッピングのテ
マでもあるが、アイテ
ムそれぞれに「喜びと驚
き」が見つかるものを揃
えている。

ターゲットとするのは
「年齢に縛られず、都市
で生活する豊かに歳を重
ねた新しい大人世代」で、
脱日常を味わうためのカ
ジュアルライフを提案し
ていく。

「このプロジェクトが立ち上がり、開発メンバーとともに『O.T.U.M.』のコンセプト設定などを考えながらここに至るまでに1年半がかかった。常にお客様に対して驚きや新鮮さを商品や環境、

「地球規模で旅するよ
る」(八島氏

アパレルは自社で企画・デザイン
百貨店中心に出店を目指す

開発部小売事業開発担当
副部長)

1階が18坪、地下階が30坪の店内で取り扱って

アパレルに関しては、ほとんどすべて同社オリジナル

も楽しめるアイテムを
えている。

〒107-0061
東京都港区北青山3-9-10

バスグッズ



豆までこだわった板チョコ

小売ナビ
美と健康の現場から

※電子版では小売ナビの画像を
オールカラーでお楽しみいただけます。