

## 2020 商業予報

スポーツの盛り上がりは最高潮に！他の TOPICS はほとんどナシ…？いやいや、そんなことはない！！

2020年1月27日 レゾナンス・ラボ

## 年間予報

## 1. 観戦に、インバウンドに、スポーツの盛り上がりは最高潮に！

ゴールデンスポーツイヤーズの2年目突入。スポーツ関連の効果が期待される一年。グッズや試合観戦などはもちろん、新技術を使ったパブリックビューイングや、関連アプリの開発にも期待。日本らしさの象徴として「カタカナ」を使った商品やブランディングにも注目。



## 2. IoT 成熟期、より便利で快適な暮らし

- ① 5G 回線・・・通信速度の向上による、IoT の成熟度が一気に進むと予測される。車の自動運転や貨物輸送ドローンなど大きく飛躍。
- ② キャッシュレス 6 月末のキャッシュレス還元後、ついにキャッシュレス媒体に決着が。適者生存を勝ち抜くのは、クレジットカード、交通系 IC カードが強く、スマホ決済は PayPay が勝ち残るか。
- ③ ロジ革命・・・店舗のバックヤードなど商品管理・物流の仕組みに IoT が深く参入することで、接客に人手を集中できる仕組みが整う。2020 年春、「東京港海の森トンネル」の開通。コンテナ輸送のキャパの広がりなど輸送革命にも期待。



## 3. バブル次世代トレンドの予感

バブルの子供世代の台頭により、派手好き・ブランド好き・ポジティブな若い世代が目立ってくる反面、バブリーな親に反発したクールな層も出現。さらに二極化が進む？



## 4. よくできたふだん

「慣れ親しんだものがちょっと上質でちょっと高級」。モノは上質だが気取らない装丁がオシャレであるという価値観が継続。これまでの出汁パックブームや高級食パン店への行列など、2020 のヒットを狙うには？！



## 飲食・食物販

タピオカほどではないが人々の関心を集めるフードが次々と登場。プロテインなどの進化形として完全食も選択肢の一つに。「飲みニケーション」を重視しないゆとり世代の心を掴むモクテル(モクテル)が増加。

## ① 完全食

必須栄養素を過不足なく補える食品。粉末やグミなど様々な形態がある。



Coca-Cola Bottlers Japan Inc. より  
[https://www.ccbji.co.jp/event/mocktails\\_movie/](https://www.ccbji.co.jp/event/mocktails_movie/)

## ② ソパークュリアス

酒が飲めない訳ではないが、あえて飲まない人や、少量しか飲まない人を指す。「あえて」飲まないトレンドが生まれつつある。

## ウェルネス

ゴールデンスポーツイヤーズの追い風でさらに躍進。これまでの概念に捉われない新サービスや、メンズ向け美容など新たなジャンルも加速しさらに裾野が広がっていく。

## ① デジタルフィットネス

AI、VR、スマートウォッチ、サブスクなどとの融合で米国『Peloton』のような新サービスが急成長。



Peloton HP より  
<https://www.onepeloton.com>

## ② メンズ美容

『肌男』のヒットで定着した『ジェンダーレス男子』。スキンケアだけでなく、『BULK HOMME』など、各ブランドのメンズコスメの動きにも注目。

## 開業 TOPICS

## 1. 新宮下公園等整備事業 (3月)

屋上には公園のほか、多目的広場、フットサル、バスケ、クライミングウォール、スケートなどのスポーツコンテンツを配置。個性的なショップの出店が目玉。

## 2. 羽田イノベーションシティ (9月)

「先端」と「文化」を2つのコアにした日本の新たな玄関口。商業、オフィス、ホテルの他は、研究開発施設、文化体験施設、イベントホールなど。

## 3. JR 横浜タワー (夏)

「ニューマン横浜」「CIAL 横浜」を含む横浜駅直結の施設がオープン。

商業面積約 66,000 m<sup>2</sup>。隣接して開業する JR 横浜鶴屋町ビルとは2階デッキで接続。

## 4. ウォーターズ竹芝 (7月)

23,000 m<sup>2</sup>の敷地に高級ホテル、劇団四季フラッグシップ劇場、アトレ竹芝、オフィスが入居する複合開発。アトレ竹芝の目玉は、ナイトクラブラウンジと体験型エンタメ施設。

## 注目案件

- ① Ace Hotel Kyoto / 春
- ② YouTube Space Tokyo / 6月

近年のホテル建設ラッシュに Ace Hotel はどのような価値を作るのか！さらに、YouTube 撮影スタジオなど今どきの場の作り方にも注目。

## 商環境のこれから

## 「コモディティ化」「Event &amp; POPUP」の2極化

E コマースが一般化し生活に必要なものを売る売場は見やすさ分かりやすさを基調としたコモディティ化が進む。本来の買い物に求められる高揚感体験・共感・共創型の「Event & POPUP」が担い、この2極化がより進行する。

## ①「スポーツ」キーワード

「スノーピークランドステーション白馬」など体験をテーマにした施設の登場や、「早稲田大学 × ASICS」「筑波大学 × UNDER ARMOUR」などの大学スポーツのビジネス化、巨大小売店の「デカトロン」、スポーツメーカーコラボが拡大。

## ②「D2C」こそ必要なリアル店舗

D2C (Direct to Consumer) はさらに増えるが、実際にモノを手にとって触ることができるショールーミング機能としてのリアル店舗を求めている。

## アパレル

「衣・食・住」→「情・食・住」へ。『衣』の存在意義は再定義されるだろう。アート、コモディティ、機能性に特化していく。

## ① 商業施設のグランドフロア明渡し

商業施設グランドフロアは、これまでのハイブランドファッションから、飲食店舗へ移行する開発が目立つ。

## ② 機能性特化

サポートスーツや、空調服が進化。送風機で膨らんだ現場服イメージは過去のもの。



UPR (株) HP より  
<https://www.upr-net.co.jp>

## ■まとめ

2020 年はエンタメ施設も開業ラッシュだ。ぴあ株式会社が運営する1万人規模のアリーナ会場「ぴあアリーナMM」(4月)、講談社が池袋に開業する LIVE エンターテインメントビル「Mixalive TOKYO (ミクスライブ東京)」(3月)は、2.5 次元演劇やユーチューバーと組み様々なジャンルのライブコンテンツを開催する。エンタメ施設の充実や動画スタジオなど、人とのつながり型消費が今後も加速する。羽田空港の国際線の1日50便の増により世界との距離がさらに短くなる。2020年代、なにを仕掛けていくか、これまでの常識を超えた視点が必要だ。