

1. 「ファッションの力」を信じて復興に貢献しよう

—過度の自粛ムードは問題です—

東日本大地震の被災者には、お悔やみの言葉さえもが虚しく感じられる惨状が連日報じられておりますが、こんな状況だからこそ「ファッションが持つ本質的な力」を信じて、ファッションで被災地はもとより、日本全体を元気にしたいものです。

悲惨な被災地の状況や原発、電力不足を前にしては、さまざまな行事を控え、あるいは商業施設の閉店時間を早めるなどの自粛措置は、当面やむをえませんが、過度の自粛は問題です。経済の復活なくして被災地と日本の復興はあり得ないからです。不要不急の消費の急速な収縮に対して、ファッション業界、SC業界、百貨店業界が緊急対策を講ずる必要があることは言うまでもありません。しかしそうした対策ばかりでは、さらなる収縮を招くばかりです。これでは日本経済の復興には繋がりません。負の連鎖が続くだけです。国も行政もあてにできません。各企業が前向きに立ちあがるしかありません。

「ファッション」には、本来、人々の魂を揺さぶり、こころの満足、充実感をもたらす要素があります。「ファッションが持つ本質的な力」と言えるでしょう。だからこそ、ファッション業界は当面の対応策と並行して、節度ある構造改革を伴う需要振興策を講じることが大事だと強く思います。被災者、非被災者の魂を揺さぶり、明日への希望を引き出すためにファッションで何ができるのか。大いに知恵を絞りたいものです。

「元気を出そう」のメッセージを発信し、需要収縮への対応と同時に回復へ向けた仕掛けを考え、勇気を奮って実践する。大震災を前にして縮こまっているばかりでは、閉塞状況からの脱出は遠のくばかりです。「ファッションの力」を信じて消費を復活させる。ファッションを通じて「お金がまわる」ようにすることも大事な支援策でしょう。

ニューヨーク9.11、テロの翌日にジュリアーノ市長が市民にメッセージを送りました。

「NYは大丈夫です。安心して街へ出て、レストランで食事もしてください」と。

これで不安な朝を迎えた多くの市民は勇気づけられたそうです。それぞれのTOPの前向きなメッセージが必要で大事な今日です。

2. 二子玉川ライズ・ショッピングセンターオープン

—東急 VS 高島屋戦争始まる—

東神開発、玉川高島屋ショッピングセンターは日本のSC発祥の地であり、40年にわたりSC業界のリーダーでありました。東急田園都市線、大井町線の駅前で年商540億円。東急グループとしては自社の沿線主要駅で遅れをとった駅前開発はしなければならない悲願だったと言えます。地震の影響で3日遅れ、3月19日にオープンしました。ライズはメインのタウンフロント、リバーフロント、ドッグウッドプラザ、ステーションマーケット、オークモール等の7つのビルから出来ています。特徴的なのは各ビルの地下が全て繋がり東急フードショー（東急百貨店のデパ地下）東急ストアで構成され、スイーツから食料品まで実に豊富に並んでいます。物販飲食はH&Mやユニクロ、ロフト等の大型店からファッション雑貨の今時のテナントを、250店舗程集めました。食品と並んで特徴的なのは雑貨業態がなんと61店舗と多い事です。コスメ、ファッション雑貨、インテリア、キッチン、キャンドル等々です。雑貨でお客さまが入っていたショップはプチコキャン、キャンドルハウス、212キッチンストア、スミス、ボン・フェット、ルートートギャラリー等々でした。まさに雑貨の時代です。二子玉川駅周辺にこれほど人がいたのかと驚きますが、2つの大型商業施設の戦いの火蓋が切られたことは事実です。すみわけとし

ては東急が大衆路線、東神、高島屋が富裕層路線と考えられますがどちらも使いこなすのが日本の消費者の特性ですのでどうなるのが注目したいところです。

今はオープン景気で賑わっていますが、東急ライズ SC の最大課題は複雑な7つのビルです。食品だけは地下で繋がって回遊性がありますが、この7つのビルを回遊するお客様はまずいないでしょう。商業施設の躯体ハード設計を実商売とは全く縁がない建築設計チームがやったとしか思えません。

3. 懸念を払しょくしたユニクロの1P広告

3月1日付の全国紙各紙に登場した「服のチカラ」と題したユニクロの1P広告をご覧になった方は多いでしょう。地球環境問題と人権問題という地球規模の人类的課題に対するユニクロの取り組み姿勢と実践状況を広報したのですが、その内容は数字を入れて具体的に大いに納得できるものでした。

例えば、同社の年間生産量6億枚のうち、昨年は400万枚を回収して難民に寄贈。バングラデシュでは貧困からの脱出を図るためのソーシャルビジネスを始動。「1店舗1名以上」を目標に取り組んでいる障がい者雇用では、9割以上の店舗で実現。年間生産量6億枚の約8割を生産している中国の縫製工場などでは、児童労働・強制労働の禁止、組合結成の自由、健康・安全、労働時間などをモニタリングして工場従業員を守っている。

低価格を売り物にしたファストファッションは、デフレ下での格差社会では「消費者の味方」であることはその通りでしょう。しかし、「頭のとっぺんから足元まで揃えて1万円」とされる価格は、原料、生産・流通のどこかにしわ寄せが潜んでいることを推測させます。それだけにユニクロのCSR（企業の社会的責任）の広告はそうした懸念を払しょくするチカラがあったと思います。

そのユニクロは、「3・11大地震」の被災地に、「ヒートテック」30万着（7億円相当）と会社として3億円、従業員が1億円、さらに柳井正会長兼社長が個人として10億円の義援金を提供すると発表しました。見事なCSRだと思います。

4. 行きつけの店にしたいレストラン「Chambre Avec Vue」

代々木上原から代々木公園界隈は、もともと美味しいレストランやパン屋さんが集まっている場所として有名ですが、最近新たに個性を持ったレストランがオープンし始めています。その1つが駒場東大前駅から徒歩5分、代々木八幡から10分の閑静な住宅街にあるフレンチレストラン「シャンブル・アヴェク・ヴェ」です。店内はカジュアルですがゆったり落ちついた空間で、壁にかかっている大きな3枚の絵が妙に気持ちを和ませてくれます。お店の方々の静かで親切な接客もとても気持ちがよいです。夜はアラカルト中心で好きな組み合わせでいただけるのが嬉しいところです。アペタイザー2品でもよいし、アペタイザーとメインの組み合わせでも、あるいはメインだけでもオーケーです。郷土料理をテーマにしたお料理はコートダジュールのラタトゥーユ、アルザスのシュークルトなどわかりやすく説明がしてあります。ボトルワインのセレクションはもちろングラスワインも充実させているので、お料理にあわせてその地方のワインを楽しめます。お料理はどれも美味しく旬の食材もうまく使っています。気取らず、ゆっくりと食事が食べられる貴重なレストランの1つとして是非アドレスに加えたい店です。お値段はワインを飲んで1人¥7000～。1皿のお値段はアペタイザーで¥800～、メインで¥2000前後と非常にリーズナブル。

渋谷区富ヶ谷 2-18-16 スカイガーデン代々木公園 1F TEL: 03-3467-6613

時間: 火～金 ランチ 11:30～15:00 (L/O 13:30)

ディナー18:00～23:00 (L/O 21:30)

土・日・祝 ランチ 12:00～15:30 (L/O 14:00)

ディナー18:00～23:00 (L/O 21:30)

定休日: 月、第1火曜日