

# R・B・K EYE

**VOL. 120**

2011. AUGUST

編集責任 飯嶋 薫

## 1. 「イッセイミヤケ」と東北の底力に感動

三宅一生氏が自身の衣服デザインにおける東北との関わりを通して、東北の「底力」とその精神を見つめた展覧会が去る7月26日から31日まで、東京・六本木の「21\_\_21 デザインサイト」で開かれました。東日本大震災で甚大な被害を被った東北。そこには、厳しい自然環境と共存しながら生きてきた東北人の強靱かつ繊細な精神が流れる豊かな衣服素材が存在しています。そして、その衣服素材は「イッセイミヤケ」のコレクションを通して世界の人々を魅了しています。

展覧会のテーマは「東北の底力、心と光。『衣』、三宅一生」。開催通知のハガキに印刷された1本の松の木。岩手県陸前高田市の高田松原で大津波に耐えて残った一本松に菰(こも)を巻いている男2人。復興に向けた大きな希望を象徴する写真は、展覧会が示した東北の底力を強く語りかけてくれるようでした。

展示された素材と作品は、白石和紙、シナ布(シナノキの樹皮の糸で織った布)、こぎん刺し、裂織、ホームスパン、草木染め、ニット、さらには「プリーツプリーズ・イッセイミヤケ」を生み出すプリーツ加工技術。いずれも、東北の自然と東北人の根気がなければ生まれなかったと思われる素材ばかり。それが、デザイナーの創造力を刺激して世界的なコレクション作品に生まれ変わる。三宅氏の衣服デザインと東北の関わりが実物を通して良く表現されていました。

精練していない口ウシルクと梳毛糸を手動機で編んだ、ざっくりした表情のポンチョ風ジャケット。三宅氏の希望で婦人運動家にして清廉な市民派政治家だった故・市川房枝さんがそれを着用している写真が「アサヒグラフ」に載ったことを知りましたが、市民の側に立って社会改革に努めることで得たのでしょうか、柔和でありながら芯の強さを感じさせられる表情が印象的な市川さんに実に似合っていました。

三宅さんは、同展の開催について「大きな困難と闘っている産地工場の方にエールを送りたい」と述べていますが、同時に、この展覧会は、日本の産地には世界を代表するデザイナーを刺激する優れた素材とつくり手が息づいていることを証明しました。タイミング、内容ともすばらしい展覧会は、東北へのエールだけでなく日本の繊維・ファッション産業へのエールでもあったと思います。

## 2. アパレル企業の「新流通戦略」、次の一手は「買収」

日本のファッションビジネスを牽引してきた大手アパレル企業は、主力販路である百貨店の退潮に直面して今後の進路をどう定めたらよいのか。少子高齢化で伸びない国内市場への対応、成長するアジア市場での事業展開は、アパレル産業だけでなくすべての産業にとっての最大の課題ですが、その対応以前に百貨店アパレルは早急に百貨店販路以外での事業拡大を実現しなければ、中長期的な成長戦略を推進することができません。

そこで、百貨店アパレル各社は、百貨店販路を主軸に置きながら、SCや駅ビル、ファッションビル、無店舗販売など新たな販路の拡大に努めていますが、現状は、試行錯誤の域にとどまっているのが実情です。しかし、ここへきて「非百貨店販路」拡大策でひとつの戦略が流れになりそうな動きが出てきました。大手アパレル企業による中小セレクトショップや個

性派アパレル企業の買収です。自社が不得手なヤングカジュアルブランドで急成長中の企業を傘下に収めることで、グループとしての成長を志向するものです。

すでに実績があります。東京スタイルは、2003年に買収したセレクトショップ「ナノ・ユニバース」、04年買収のヤングブランド「ステューシー」が売り上げ、収益の両面で業績に貢献しています。続いて、去る8月1日には婦人カジュアルの「エレファント」を買収しました。手薄な若年層向けを強化するのが目的ですが、これらは百貨店以外の販路拡大を狙ったものです。

オンワードホールディングスの11年2月期は、売上高は微減でしたが営業利益は89億円と倍増しました。基幹ブランドが順調だったほか、効率経営の成果によるものですが、加えて09年に買収したアイランド（婦人服ブランド「グレースコンチネンタル」）が絶好調と言える業績で増益に貢献しました。

時代とともに刻々と変化する消費者のニーズ。この波をうまくとらえて急成長する新興のファッションブランドが、いつの時代にも登場するのがファッションビジネスの世界でしょう。そのブランドを扱う企業が一定規模に成長するとそれまでの「個人商店的経営」では立ち行きません。そこで、資金力、人材が豊富な大手アパレルの傘下に入ることでブランドなり企業の持続的な成長を目指すこととなります。上記のケースは、買収会社が被買収会社の経営の自主性を容認していることが成功につながっていることを示しています。こうした買収企業と被買収企業の双方にとってメリットのあるM&A。アパレル企業の新流通戦略の「次の一手」として今後、増加することは間違いなさそうです。

### 3. 世界をリードする西ロスのライフスタイル

久しぶりのLA視察の報告です。

常にカジュアルなライフスタイルをリードしている米国西海岸。そのエリアでも西ロス地区（ハリウッド、ビバリーヒルズ、メルローズ、サンタモニカ、マリブ等）は特別です。その周辺は景気に左右されない世界の超富裕層「セレブ」が生活しています。彼らは本物のラグジュアリーをカジュアルに生活する術を身につけています。ハリウッドのスターやアーティスト達は世界にない逸品や何処よりも早いトレンド、自分のライフスタイルに合わせ何か新しいレストランやSHOPを探し続けています。そこで流行ったものや人気になった店、ブランドやレストラン等は世界のトレンドの発信基地になります。一歩先を見つめるファッション業界、流通業界はこの流れを見続ける事が大事です。いくつかの例を挙げてみます。セレクトショップの最高峰「Maxfield」、ポロとカルバンクラインのデザイナーから独立して立ち上げたメンズの「John Varvatos」、日本でも爆発的人気の「Ron Herman」、上質でロマンティックでカジュアルな海辺のホテル「Shutters on the beach」、セレブに大人気のスタイリッシュホテル「SLC HOTEL」、レストラン界の最高峰、スペインのエルブリが絶賛した創作料理の「The Bazaar」、オープンテラスもありカジュアルで楽しいパスタ料理の「Villa Blanca」、高級リゾート地、マリブの富裕層をターゲットにしたショッピングセンター「Malibu Country Mart」、昔は若い芸術家のリゾート地で今は観光地にもなった「Laguna Beach Shopping Streets」等々です。

西ロスの店やレストラン、ショッピングセンター、ホテルのライフスタイル全てに共通する点は本物で、上質で、重くなく、心地の良いカジュアルさです。この流れは確実に日本にも浸透してくる事でしょう。

### 4. FOR RENT (空き店舗)が目立つ「ロバートソン Blvd とサード Street」

昔、レーガン大統領夫人がお気に入り、今ではヨーロッパからもわざわざ来店するプロヴァンス風レストラン「Ivy」はアイドルタイムがないほど終日、ここだけは大繁盛です。ビバ

リーヒルズ近くのロバートソン通りはこの「Ivy」のお陰で市場価値が上がり、キットソン、ラルフローレン、インターミックス、AG、テッドベーカー等が出店し、リーマンショック前まで隆盛を築きましたが、急速に退店が続出し、この8月時点でなんと6か所も空き店舗「FOR RENT」の看板です。以前は日本のファッション会社のバイヤー達がこの通りでサンプル買いをしていたのが嘘のような現状でした。日本にも中途半端な形で進出した「Kitson」はお土産屋と間違ふほどの凋落ぶりです。同店はこの近くのロデオドライブになんとアウトレット店をオープンさせました。なりふり構わずの状況です。対して、ロバートソン通り近くのメルローズプレイスは人気店が集結し活況を呈していました。地域間競争、地域内競争の激化、テナントの勝ち組・負け組もはっきりとしてきました。もう一か所STREETで空き店舗が目立ったのはSanta Monicaの「3rd Street Promenade」です。観光スポットであり世界のカジュアルファッション会社の出店戦略上、憧れの3rd Streetが6店舗も閉店、FOR RENTです。家賃が高騰したとはいえ異常です。ここで元気なのはFOREVER21、H&M、ZARA等のファストファッションです。これも世界の流れです。サードストリートで感じた点は、中間の価格帯と単純でベーシックで絞り込みすぎたMD構築のSHOPの苦戦です。バナナリパブリック、アメリカンイーグル、アンソロポロジーやシェイクルー等です。中でもバナナリパブリックはサードストリート店、ザ、グローブ店の退店が決まったそうです。中間層が難しい時代になりました。単価が高くて上質でオリジナリティがあるものか、どうせシーズンだけ着ればかっこが良くて安い方が良いとの流れも世界の流れです。

## 5. 至福の時を約束してくれるレストラン「OGINO」

池尻大橋から徒歩5分の住宅街の中にあるフレンチレストラン「OGINO」。予約をして待つ事2ヶ月。ようやくこの話題の店へ行ってきました。今最も予約の取りにくい店として有名ですが、よくある有名店の高慢な態度は全く見られず、予約時の電話での対応も非常に良かったので、食事に行く前から期待度はかなり大きかったです。そしてお店に行ってなるほどと納得しました。とにかくシェフを始めサービスの方の対応がとても気持ちの良い店です。皆さん誇りを持って楽しそうに働いていらっしゃいます。その空気感が私たちにも伝わってきてとても居心地のよいお店です。こちらのお店はもと参宮橋のキノシタや目黒のキャスクルートで腕を磨いた若きシェフ荻野氏が奥様と一緒に開店した店です。アラカルトとコースがありましたが、初めて訪れたのでまずは5品からなるシェフのお任せコースを頂いてみました。もともとジビエなどお肉料理が得意な荻野シェフですが、アペタイザーから始まり魚や肉どれをとっても文句のない美味しさです。そして驚いたのは5品とも全て連れとは全く違ったお料理が出てきた事です。つまり2人で10種類のお料理が楽しめました。通常シェフのお任せのコース料理は、苦手な食材以外はお料理の内容が同じなのが常識ですが、こちらのレストランは手間ひまかけてもよりお料理を楽しんでいただきたいという誠意が良く出ています。ワインリストもリーズナブルな値段でバランスよく揃えています。お値段はコースが¥5000~¥8000とコストパフォーマンスは抜群。2ヶ月待ちでも又ぜひ訪れたいレストランです。ちなみに9時以降だと当日でも入れる可能性があるとの事なので、ご興味がある方は電話してみてください。最近訪れた中では私の最もお勧めしたいレストランの断然トップのお店です。お店のレイアウトは4人がけのカウンターと4人がけのテーブル席がいくつか、そして1階奥にある半個室の4人席が2つ、地下には個室もあり色々な用途に応じて席が選べるのも便利です。

東京都世田谷区池尻 2-20-9 TEL : 03-5481-1333

時間：ランチ 11:30~13:30 (土、日、祝のみ)

ディナー 17:30~23:30 (火~土) 17:30~21:30 (日、祝)