

1. 背水の陣を敷く百貨店の設備投資

07年の百貨店の設備投資が単年度では2000億円近くになりそうです。大丸・松坂屋が400億円、高島屋が390億円、三越が310億円、伊勢丹が260億円、阪急が185億円、その他地方百貨店の改装・増床も盛んです。

人口の都市集中化や大型ショッピングセンターとの競合で地方や郊外店が苦戦していますが「都市に活路」を求めた投資といえそうです。

しかし、大阪など都市部でも「新たな商業施設が出来ても市場は拡大しない」と見られる商圈もあり、引くに引けない設備投資と見る関係者が多いようですが、この勢いはまだ続くものと思われまます。その割に株式市場は冷静で伊勢丹は年初来安値を更新しています。

ある百貨店の首脳は「行くところまで行かないと止まらないし、こんなに投資しやすい環境はめったにない」と語っていますが、百貨店が「同質の設備投資競争」を繰り返しているように思えるのですが、その結果を期待しながら注目したいと思います。

2. 新丸ビルは食が魅力！ 但し導線は問題

5月の連休に130万人が来場し、東京の新名所となった新丸ビルですが丸ビルとの差別化を図りファッションより雑貨と食の東京初出店が目立ち、新鮮です。BIFでは神戸北野ホテルの人気店「イグレグ」のベーカリー&スイーツ(5Fにレストランとカフェも)青山の骨董通り脇の隠れ家的ベーカリーのデュヌラルテをプロデュースした浅野正己氏が「ポアンエリーリュ」。北海道江別市の知る人ぞ知るチーズケーキが売りの「町村農場」等など。雑貨では洋風かんざしとでも表現するのがよいのかヘアアクセの「コレットマルーフ」、スタイリッシュなステーションナリー「デルフォニックス」、青山のレザーの職人「ブルックリン」

コスメの今をときめく「ケンゾーキ」等々です。又、レストランも札幌の通好みのすし屋「たる善」、魚料理で天下一品、神田の「新八」などよくぞ集めたといった構成です。食と雑貨を中心に暫くは順調でしょう。但し新丸ビルも丸ビルもビルの構造が商業主体になっていない点が気になります。1Fや2FのL字型導線や、3F以上の斜めもショートカットも出来ず、ただぐるっと回るしかない、見通しが悪く、楽しめない回遊導線は女性や買い物客の立場がわからないハード屋さんが設計したとしか思えない導線です。魅力あるテナントや快適で贅沢なくつろぎ空間等、素晴らしいSCですが残念です。

3. 人気沸騰！「横浜アンパンマンミュージアム」

みなとみらいの新高島町駅近くにオープンした「アンパンマンこどもミュージアム」は来場者が4月のオープンから1ヶ月ですでに年間計画70万人の65%を超えたそうです。高知の同ミュージアムが年間40万人だそうですからまさに驚異的な来場者数です。有料で参加型のアンパンマンの遊戯施設でして親子で1日楽しく遊べます。施設は後方のトイレや乳児室等、徹底した子供の為の工夫がなされていて安心して遊べます。又、入場無料の子供の商店街があり、アニメの世界を再現したパン屋やカフェ、ケーキ、スープ店の外、バンダイが企画した子供のヘアサロン等があり来場者は皆さん興奮状態で回遊しています。「みな

とみらい」に新たな強烈な集客施設が加わりました。お客様はかなり広範囲からも来られているようですが SC 関係者がこの施設を自分の目で見たら大型の商業施設にこのようなコンセプトの施設があったらと思うのではないのでしょうか。
モノよりコトそしてコトを基本にしたモノの発想が必要な時代です。

4. 久々の感動を与えてくれたノマディック美術館

東京お台場で3月11日から6月24日まで開催されているノマディック美術館は「Ashes and Snow」専用の移動美術館です。「Ashes and Snow」は写真作品、映画、美術、小説、建築が一体となったプロジェクトで、ニューヨーク・ピア 54、カリフォルニア州サンタモニカのピアを経て東京お台場の開催に至りました。掘建て小屋の外観を呈した巨大倉庫の様な建物に1歩入るとまず板茂の建築の素晴らしさに圧倒されます。そしてその空間に並べられているカナダ出身のアーティスト「グレゴリー・コルベール」の人間と動物そして自然との交流を描いた写真と映像に目が釘づけになる。人間の生命の神秘さ、自然の力強さ、動物と人間の共存。心が真っ白になり思わず涙がでてきそうになりました。今年の春から秋冬にかけての『フューチャリティック』という大きなファッションテーマから対極にあるこのエキスポ。なぜこんなに心にしみるのであろう。こんな所から次の2008年の方向性が見えてきそうである。とにかく必見のエキスポでした。

会場:ノマディック美術館(お台場 東京テレポート駅前特設会場)

www.ashesandsnow.com

5. 味とサービスにがっかりの Union Square Tokyo

「ニューヨークで最も予約が取れない」といわれる超人気店の姉妹店が日本初上陸、という、うたい文句にひかれ、予約。土曜の夕食ピーク時の予約だったにもかかわらず空いていました。(他店はどこも並んでいる)。入り口はバーカウンター、その奥にレストランというつくりで、全体にシックな配色と暗い照明、高い天井のため、レストランフロアはモダンなデザインホテルのロビーのよう。個々のテーブルを照らすスポットライトもないので、ここまでの暗さに慣れていない日本人には少し違和感があるかもしれません。客に外国人が多く、なんとなく「ニューヨークっぽいのかも」という印象を受けます。フロアスタッフは、日本語が堪能な外国人も混ざっており、こまめに対応。

日本人が想像する、いわゆる「ニューヨークっぽい格好よさ」を具現化した店という感じです。

しかし、高級というより、おしゃれなダイニングレストラン風の内装設備で、テーブルとテーブルの間は意外に狭く、価格に見合った美味しさ、驚き、新鮮味も感じず、メニューが少ない割には食事の出るペースは異常に遅く、それを詫びたりフォローするわけでもないサービスレベル(NY本店ではサービスの良さがウリのようでしたが)、等を考えると、もう一回、食事を目的に行きたいとはあまり思わない店でした。

かろうじておいしかったのはデザートで、一番驚きと喜びがありました。

Union Square Tokyo(ミッドタウン内 ガレリア塔ガーデンテラス B1F

11:00~23:00 L.O. 22:00 03-5413-7780)

6. 骨格矯正までしてくれそうな、美脚デザイン靴「T-Square」

ギャラリー／2F にある、さまざまな輸入ブランドを集めたセレクトショップで、店内は統一感がなく、ミッドタウンの中では、あまり洗練された感じはしない店です。しかし店内真中に、かなりデコラティブなシューズが並んでおり、どれも個性的なデザインで目をみはる。値段を見て、平均 9 万前後ということで、そそくさと出たくなるようなお店です。しかし、履いてみると、いっぺんに 9 万の価値が変わってしまいました。

美脚に見え、姿勢が矯正され、履き易い！これほどのヒールでスニーカーよりも履きやすい靴なんてこの世にないのではないか？と思わせる逸品でした。デザイナーは「フランチェスカ ジョッビ」で、Istituto Europeo di Design (IED) で建築の勉強をし、その後ヴェルサーチでセールスとマーケティング担当。

10 年間のヴェルサーチでのハードワークをこなした後、自ら靴の生産過程のカリキュラムをつくりあげ、プラダ、ミュウミュウ、グッチ、セルジオロッシ、ジルサンダーからの生産依頼を受けるようになり、2002 年にオリジナルブランド「Francesca Giobbi」を立ち上げたそうです。生産はブラジルで、すべて手縫いで、有名な手作り靴ブランドでもなしえなかった、ワンペアずつの仕上げ がこだわりだそうで、それぞれのパーツ担当の職人が集まって、1 足分のチームとなり、ワンペアごとに完成させるとの事。必見の価値ありです。

輸入代理店／大磯産業株式会社 〒541-0058 大阪市中央区南久宝寺町 3-4-9

六本木ミッドタウン ガレリア／2F (03-5413-0715)

http://www.oiso.co.jp/ts/t_square_02.html#francesca

7. 和のこころ展(新宿伊勢丹催事) 大盛況の「和久傳」

新宿伊勢丹での京都の和の店が並ぶイベント展。和菓子でも「和の洋」の試みが成功しているの期待して行きました。展示販売は文房具のような細かいものから、ありがちなアーティスティックな洋服まで、色々あり、親しみやすさを前に押し出したような面構えにはなっていたが、コンセプトの統一感を感じなかったのが残念。布ものは冒険しすぎていて、何を買えばよいのか分からない内容だったが、小物は文房具からバッグまで、買いやすいセンスのいい商品が取り揃えてあり、特に伝統工芸品は竹細工、曲げわっぱ、茶筒 どれも今も変わらずにステキと思えるデザインのものが多かった。

イベントのメインは高台寺の高級料亭「和久傳」の特別食堂で、14時に直接予約を入れ、席についたのは、15時過ぎとなるほどの賑わいであった。メニューは3150円のどんぶりコースが2種類で「白子卵とじどんぶりコース」を頼んだ。前菜3品の後、花山椒は散らばっていて、季節感もあり、ボリュームもかなりある白子卵とじどんぶりが出され、味は絶品で、さすが「和久傳」でした。最後は、レンコンと和三盆で出来た西湖で、もちもち感がおいしく、以上のすべてで3150円は安く感じました。