

1. タイ・プラスワン、ベトナム・プラスワンの先にあるもの

不安定な政局から端を発し、大規模な反政府デモ、軍事クーデターという“いつもの流れ”になったタイ。そして、南シナ海の領有権問題によって反中デモが激化したベトナムなど、日本企業にとって大きな影響が及ぶ政情不安が表面化しました。アジアに進出する企業にとって、こうしたリスクは織り込み済みとはいえ、繁華街で暴動や略奪が横行する現状を鑑みると、長期的には別のマーケットを開拓することが求められそうです。もともとタイ、ベトナムの両国は、“チャイナ・プラスワン”として浮上してきた経緯があります。中国で頻発する反日デモの影響など、政治的リスクを回避するため、ファッション企業各社は、生産地や消費マーケットとして成長が期待できるタイ、ベトナムへ投資を行ってきました。しかし、その両国で政情不安が長引くと、タイ・プラスワン、ベトナム・プラスワンという言葉がファッション業界で囁かれています。具体的には、2億人以上の人口を誇るインドネシアや、大企業の手がつかない“最後の楽園”と称されるミャンマーがその候補地。特に、人口6200万人のミャンマーは、労働人口が若く、さらに今後数年で中間層が数十倍に増加すると言われています。同国の最大都市ヤンゴンでは、中国や韓国勢のファッション企業が先行投資を行っていますが、日本企業にも大きなチャンスがあります。一方、投資額の減少が懸念されている中国ですが、北京や上海では、日本企業（製造業、小売業）による投資額が増加に転じています。2014年度に入ってから、上海には台湾資本やマレーシア資本の大規模なショッピングモールや専門店が出店し、雨後の竹の子のように林立しています。また、ファッション感度の高いセレクトショップ「ディエチ・コルソ コモ (10 corso como)」のような店舗も増え、上海では富裕層を狙ったニッチな戦略も進められています。上海に居る在留邦人は約4万8000人（2013年度）で、前年と比較すると約1万人減少しています。しかし、中国での投資スピードを緩めず、東南アジアでも積極的に出店するファーストリテイリングや、中国で数百億円規模の売上高を目指すオンワード樺山などに代表される有力企業は、チャイナ・プラスワンと異なる戦略を推進し、注目を集めています。

2. 「MFUの社会貢献活動に“エール”」

日本メンズファッション協会（MFU）が主催する2014年ベスト・ファーザー“イエローリボン賞”の発表・授賞式に出席して、その企画力、実行力、動員力に驚きました。メンズファッションを切り口にして、メンズファッション産業の振興にとどまらず、6月第3日曜日の父の日を国民生活の年中行事として定着させるキャンペーンを展開する一方、交通遺児、東日本大震災の被災遺児などに対するチャリティー贈呈などの社会貢献にも積極的に取り組んでいます。さらには、今年から11月22日の「いい夫婦の日」をすすめる会から事業移管を受け事務局として活動することになりました。

ベスト・ファーザー賞は、今回で33回目。回を重ねるたびに盛り上がっていることは、発表・授賞式に下村博文文部科学大臣も黄色のネクタイ、胸には黄色のリボンを付けて駆けつけたことが象徴しています。ご自身、9歳の時に父親を亡くした遺児で「あしなが育英会」の世話になったとのことですが、あいさつでは「核家族化が進む現代社会にあって、

家族の絆を強める父の日、母の日がもっと広がることを望んでいます」とMFUの父の日キャンペーンへの期待を述べました。

また、経済産業省からは伊吹英明クリエイティブ産業課長が出席し「父の日で家族の絆を再認識する。また、父へのプレゼントにはジャケット、ネクタイ、シャツなどファッション製品が贈られる。日本のメンズファッションは世界でも高く評価されており、この父の日イベントがひとつのきっかけとなって、日本のメンズファッションが再認識してもらえ」とファッション産業への波及効果に言及しました。

MFUは「ベスト・ファーザー賞」のほか、「グッドエイジャー賞」、「ベストドレッサー賞」、「ベストデビュタント賞」事業も継続し、いずれも年々、内容が充実、規模も拡大しています。それに今年から「いい夫婦の日」キャンペーンが加わります。これら事業に参加するファッション関連業界は幅広く、かつ小売りも巻き込んだ一大イベントです。

パレスホテルの広い宴会場は、参加者で満員の盛況でした。安倍晋三首相夫人の昭恵さんの飛び入りのあいさつも受けました。改めて、八木原保MFU理事長の指導力とMFUの企画力と実行力、動員力に感心させられ、会場の片隅でエールを送りました。

3. 「シンデレラ城が魔法の絵本に」 入場制限がでるほどの大盛況

発想の裏舞台はLAのディズニー研究所のイマジニアたち

ディズニーランドではこの夏、最大のアトラクションとして、「Once Upon a Time」 シンデレラ城が命を吹き込まれた絵本になる、がテーマで5月29日にスタートしました。6月14日にラッキーにもディズニーランドホテルがファミリーで予約が出来、行ってきました。以下、感動のレポートです。

毎晩2回のアトラクションで、1回目は20時50分、2回目は21時50分と遅い時間にもかかわらず大人気です。前方で芝に座れるゾーンは抽選で20人に1人の確率。従って殆どの来場者は正面ゲートを背にして立ち見ですが、このスペースも2時間前から一杯でした。ディズニーを代表する映像がプロジェクトマッピングという技術で、シンデレラ城に映し出され、心に響く音楽や夜空に輝く花火によって色鮮やかに蘇ります。「ふしぎの国のアリス」「シンデレラ」「ピーター・パン」等がシンデレラ城をバックに繰り広げられ、正に驚きと感動に満ちた全く新しいエンターテイメントです。花火打ち上げの時には、一瞬ですが熱さを感じる工夫もなされ、「熱い」の声も聞こえるほどのリアリティーがありました。事前の情報ですと、1回目で多くの来場者は帰るので2回目はゆっくり見えてしょうとの事でしたが、とんでもない、2回目のほうが更に多い人で溢れかえっていました。次から次へと、世界へ向けて夢を提供し続けるディズニーの企業力に脱帽しながらホテルに帰りました。そこで思い出したのは、25年ほど前にLAのディズニー研究所に日本人の研究者から招待され、見学した時の事でした。丁度、ミッキーの60歳誕生日の日で研究所のスタッフ全員参加のランチパーティーにも招待され、素敵な経験が出来たわけですが、ディズニーの裏舞台を見学できたのが最大の収穫でした。そこではクリエイターたちがチーム毎の部屋に分かれ、アイデアを出し、コンペをし、それが通ると模型を作り、シミュレーションし、更にコンペがあり、そこで選出されるとスポンサー企業選定と、彼らの大変な舞台裏の工程を垣間見させてもらいました。ディズニー研究所では彼らクリエイターの呼称をImagineer（イマジニア）と呼んでいるそうです。イマジネーションとエンジニアの造語です。創造を現実のものとする「モノ作り精神」。世界の人々は何年たっても魅了されるディズニーは事文化の王様です。

4. 青屋

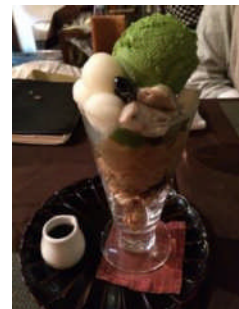
中目黒の目黒川近くの路地裏に築35年の一軒家を改装した「青屋」があります。昼はカフェ、夜は会員制のおばんざい屋という形でスタートしましたが、瞬く間に食に敏感な女性の間で噂の店になりました。代表の青山有紀さんは珍しい経歴の持ち主。高校卒業後ソウル梨花女子大学に留学し、韓国漢方に基づいた家庭料理を学びましたが、「青屋」を始める以前に飲食店で働いた経験もなければ、料理学校に行った事もない全くの素人でした。最初は京都で1日1組限定料理屋「談笑庵青山」をオープン、その後中目黒に「青屋」をオープンし、今では料理本を出したり、通信販売を行ったり。お料理教室を開催したりと大活躍。料理は京都から取り寄せた伝統京野菜や旬の食材を使った京のおばんざいと、韓国家庭料理をミックスした物。どれも彩りも綺麗で身体に良さそうな物ばかり。味付けも洗練されたというよりはおばんざいその物、身体に優しくどれも本当に美味しく、無添加の和スイーツにいたってはそのパフォーマンスにびっくりです。店内は少し薄暗いですが、昭和初期のお店といった感じでしっとり落ち着きます。お客様はほぼ女性のみ。お値段は1人8000円～。今は会員でなくても予約できますが、人気の店なので要予約です。

東京都目黒区青葉台 1-15-10 TEL: 03-3464-1615

営業時間: ランチ&カフェ 11:30~18:00 ディナー 18:30~24:00

定休日: 月曜日

<http://www.aoya-nakameguro.com/>

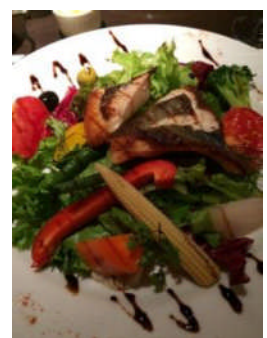


2. Le café BERTHOLLET

青山のフレンチレストラン「ランス・YANAGIDATE」がプロデュースするカフェレストラン「ル・カフェ・ベルトレ」。「モダンなパリのカフェ」をテーマにした柳館シェフのカフェは店内の内装は赤を基調に華やかな感じ。エントランスの吹き抜けスペースの所も開放感があって良い感じです。昼は12時過ぎたら満席です。お料理は典型的なフランスのカフェメニュー。山盛りのニースサラダや鴨のコンフィ等、変な小細工なしの直球の料理。逆に日本ではなかなか食べられない感じで新鮮です。料理はどれを食べてもランチとしては満足のいく味。そしてコストパフォーマンスが表参道という場所を考えるとかなりの高さです。ランチは飲み物付きで¥1200～。常に混んでいるのでランチでも予約をされるとスムーズです。ノンストップ営業なのも使い勝手の良い店です。

東京都港区北青山 3-5-15 TEL: 03-5412-8851

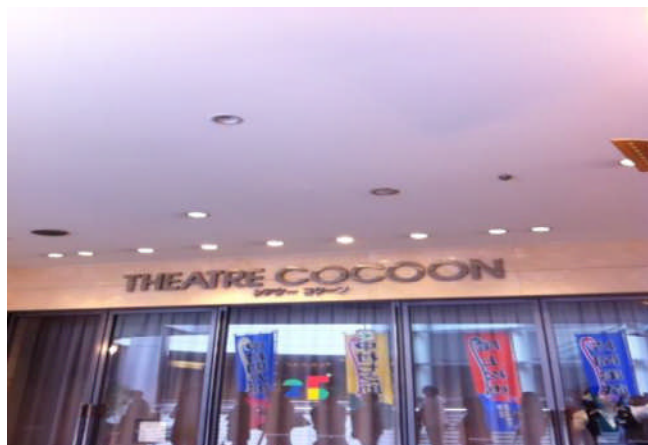
営業時間: 11:30~翌0:00 定休日: 月曜日



今月のPATROL

世界のトップレベルを誇る日本の接客やサービス。そのリアルな現場を年間1300店以上見ている調査員がパトロール！時代が変化しても引継いでいきたい「おもてなし」を、調査結果と共に発信していきます。

チケット販売の列に並んだ時からショーは始まっていた！



SHOP DATA>>> Bunkamura シアターコクーン
住所：東京都渋谷区道玄坂2-24-1
関連 URL：<http://www.bunkamura.co.jp/cocoon/>

おもてなし評価

総合	挨拶	★★★★★
100点	笑顔	★★★★★
	パーソナルな対応	★★★★★
	再来店したいか	★★★★★

たまにしか行けない場所

だからこそ特別な場所 by 調査員 C.Y.

年に数回ですが劇場に足を運ぶ私。今回は古典歌舞伎の演目を新しい演出で上演するコクーン歌舞伎を初めて見ようと、渋谷のシアターコクーンへ。狙いは当日販売される立見席と予備の椅子席。開演1時間前からの発売開始を前に、着いた時にはすでに20人程の列ができていました。期待と特別な思いで開演を待ちました。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

遂に初の100点満点登場！
まるでコクーン歌舞伎の伝道師のような素晴らしい接客に感動しました！
接客業のよいお手本が1つ出来たと思います。



お客様を選ばない

丁寧な販売スタイル

当日券売り場に並んで少しすると、お客様数名ごとに説明が始まりました。「予備の椅子席は、前席の人が動くと舞台半分が見えにくくなる事もある為、当日のみの販売にしている事」、「立見席は照明が熱い場所があり、そこは最後に販売している事」等詳細な説明がありました。立見席は、大して説明もされずに販売するがケースが多い中、とても分かり易く、丁寧な説明がありました。「来て下さった方はどなたも大切なお客様」というスタッフの思いや配慮の姿勢が伝わってきました。



待機中のコミュニケーションが

開演前のお膳立てに！

驚いたのは、並んでいる間にチケットの説明だけでなく、今回のステージに関する話が聞けたことでした。「役者さんたちがどれだけこの作品に思いを込めているか」、「お客様の期待に十二分に応えられる内容になっている事」、「立見席の3500円は本当にお得だという事」などを語ってくれ、立見券を買った私はなんだかとても得した気分。(笑)
最後に、「コクーン歌舞伎はみんなで作り上げるものなので、笑ったり手を叩いたりして楽しんで下さい！」と楽しみ方の誘導もありました。こんな話聞かされたら、作品に対する期待感がググッと盛り上がりたらない訳ないですね！



お客様と向き合った挨拶には

印象に残る言葉があった

閉演後、余韻たっぷり出口に向かうと、チケット購入の際に接客を受けたスタッフがお客様を誘導していたので、「とても面白かったです！ありがとうございました」と、思わずこちらから声を掛けてしまいました。おそらく中村屋のスタッフであろうその人は、「ありがとうございます、次回は2人の2倍の4人でお越しください！」と100点満点の笑顔で返してくれました。思わずクスッとしてしまうようなコメントは、歌舞伎への思い入れがたっぷり伝わってくる大変印象深いお見送りで、「コクーン歌舞伎の面白さを1人でも多くの知人や友人に伝えたい！」そんな気持ちにもなりました。