

### 1. 三越伊勢丹の「This is Japan」への2つ期待

デフレ不況以来、売り上げ低迷が続いている百貨店業界。足元は、高級品需要とインバウンド需要に支えられて立ち直っていますが、このまま右肩上がりへと転じるとの予測はほとんどありません。そんな中で三越伊勢丹が百貨店の王道とも言える戦略を打ち出し、果敢に挑戦しています。

百貨店業界の現状は、小売市場規模141兆円のうち、わずか4・0%を占めるに過ぎません。ショッピングセンター、グローバルSPA、コンビニ、ネット通販、ファッションビルなどの台頭と成長につれて、劣勢を強いられています。そうした厳しい実情に直面した百貨店の一部は、人気の大手テナントを誘致するなど不動産賃貸業を指向しています。しかし、三越伊勢丹はそうした安易な道を選ばず「百貨店たるゆえんの百貨店」づくりに踏み出しています。

今月上旬、(財)ファッション産業人材育成機構（IFI）主催の「日本を元気にする会」で「ファッション産業における価値向上の取り組み」の演題で講演した大西洋三越伊勢丹HD社長は、大勢のファッション企業トップを前に「三越伊勢丹の挑戦」の内容、方向を示しました。

要約すると、三越伊勢丹が目指す方向は「This is Japan」。「ラグジュアリー（贅沢）とプレミアム（希少性、高い品質）を合わせたもので、日本の良いもの、文化、伝統を現代に再現したものを提案する」というものです。そのため、日本人の精神性や敬う気持ち、アートとの融合を大事にするとのこと。これをキーワードで表現すれば「雅・粋・織・素」。グローバル時代に適応した新しい百貨店を実現しようとの思いが伝わってきます。

そのためにやるべきこととして、大西社長は「SC（サプライチェーン）改革と販売員満足」を実行し、具体的な事業展開では、中小型店の出店、EC・WEB事業の強化などを推進すると述べました。その通りだと思えます。

講演を聞きながら、三越伊勢丹の挑戦の成功に期待したいと思いましたが、同時にもう一つの期待も実現してもらいたいと思いました。「This is Japan」を具現化するSC改革に当たっては、日本の産地の中小企業、匠の技をもつ職人が再生産できる仕組みの形成に留意していただきたい、ということです。SC改革は、ビジネスモデルの改革でもあるでしょう。ビジネスですから、当然、シビアな交渉が付きまとうでしょう。しかし、小売業と生産者の双方が適切な利潤を手にする仕組みを念頭に置いて改革に励んでいただきたいと思えます。

ことは三越伊勢丹だけにとどまらず、ひいては日本全体の「ファッション産業における価値向上」につながると思うからです。

### 2. ショーだけではなく、一般消費者を巻き込む大切さ

昨年10月に行われたファッションイベント「VERSUS TOKYO」（ヴァーサス・トーキョー）と連動したポップアップストア「VERSUS TOKYO THE STAGE」が伊勢丹新宿本館1階に展開されました（出店期間は1週間）。ヴァーサス・トーキョーとは、「メルセデス・ベンツ ファッション・ウィーク 東京」の期間中に行われた1日限りのイベントで、

参加ブランドが独自の見せ方で一般消費者にアピールするものです。いわば“プロ向け”ともいえるファッションショーですが、同イベントは一般消費者も来場できる形態をとっています。伊勢丹では、過去のヴァーサス・トーキョーでショーを開催したブランド、さらに次世代を担う東京ブランドも商品を並べたことで、売り場は盛況だったようです。オープン初日は、売上計画の110%で推移し、伊勢丹新宿本館の外には入場待ちの行列も出来ました。参加したのは、「C.E」「FACETASM」「MR.GENTLEMAN」「PHIRE WIRE」「TARO HORIUCHI」「TOGA VIRILIS」「DIGAWEL」「SOE」「PHENOMENON」など。初日から多くの消費者で賑わいましたが、伊勢丹にしては商品単価が安く、売上計画に届きませんでした。商品は、Tシャツやトートバッグ、小物類が中心で、重衣料は殆どありませんでした。

一方、デザイナー側からは好意的な意見が聞かれました。「TARO HORIUCHI」の堀内太郎デザイナーは「今までの顧客とは違う、ストリートファッション寄りの消費者を開拓できている。イベントとの連動で、小売りまで繋がるのは大きい。店頭ではコレクションピースから限定アイテムまで、幅広く売れた」と語っています。同ブランドでは、限定グラフィックを採用したスウェット（2万5000円）やフリスビーバッグ（1万5000円）などを用意。希少性も相まって、多くの消費者に支持されました。

また、「C.E」が資生堂パーラーと協業した「ミルフィーユ オ ショコラ」（2600円）とTシャツ（7000円）も好評。このTシャツは、企業文化誌「花椿」のアートディレクションや資生堂パーラーのパッケージデザインで広く知られるグラフィックデザイナー、仲條正義氏が描き下ろしたイラストを採用しています。イベント自体を資生堂メン

（SHISEIDO MEN）が協賛しており、一般消費者に加え、有力企業と協業する強かさも垣間見えました。

### 3. 今、北陸が熱い

構想から50年、待ちに待った北陸新幹線が3月14日に開業。幸運にも当日、金沢から東京までのチケットを入手し2時間28分の旅を楽しみました。何といても景色が最高です。立山連峰を見ながら進むと、糸魚川辺りからは日本海が眼下に見えます。上越妙高を過ぎ、飯山辺りの山あいの景観は墨絵の世界です。一方、車内は随所に快適さの工夫がなされています。人気のグランクラスは国際線のファーストクラス並み、カラーはオフホワイト、アテンダー付きのフリードリンクサービス。グリーン車は藍が基調のカラーで和モダン。普通車はグレーと赤、格子柄で和モダン。いずれも和モダンのイメージですが、乗客からの評判が頗る良かったのはトイレでした。多目的トイレの機能と広さ、女性専用トイレ、全ての洋式トイレには洗浄機能付き暖房便座を使用。快適さをとことん追求したトイレです。この新幹線効果は金沢を起点で予想すると観光で61億円、ビジネスで20億円。更に県内生産、雇用の増大等の波及効果で124億円。開業景気の賑わいは増床、改装した金沢駅、富山駅で見られました。金沢百番街はお土産・食事の「あん」と、ファッション・雑貨の「Rinto」、スーパー・飲食の「くつろぎ館」の3つのエリアに分かれています。とりわけ「あん」とは連日、大盛況。マリエとやまは、きときと市場「とやマルシェ」が誕生、従来のマリエもジュピターや好日山荘が出店し、地元密着+観光客用施設が充実しました。金沢で見ると駅周辺と兼六園等の観光スポットは大変な賑わいですが、街中の百貨店「大和」は閑古鳥。明暗を分けています。又、交通機関も従来はドル箱路線の羽田～小松等は便数を変えず乗客数減に対応し、機種を小型に変更、鉄道優位が続きそうです。個人的には懐かしの百番街のおでん屋「山さん」や近江町市場の寿司屋「源平」が味も変わらず、値段も変わらず、繁盛していたのは嬉しい喜びでした。近くになった北陸新幹線に感謝。

#### 4. 中目黒の一軒家「nakameguro 燻製 apartment」

何ともユニークな名前のレストラン「nakameguro 燻製 apartment」。中目黒駅から徒歩数分。民家を改装したアパートの様な外観のお店。どこかヨーロッパのアンティークな雰囲気が漂う素敵な内装。カウンターとテーブル席3つの小さなお店で、まるでどなたかのアパートにお邪魔した様な感じです。席には名前が入った Welcome メッセージがおかれていてアットホームな感じが心地よい。お料理は全て燻製したもの。燻製はアウトドアや保存食のイメージが強かった料理ですが、最近では洗練された燻製料理を出すお店が話題になっています。こちらもアペタイザーからデザートまでどれもなかなかの味。特にダッチオーブンに入った霜降りの和牛テール肉はこちらの看板メニューとあって美味しいです。そしてお肉に添えられている燻製卵で作る燻製卵かけご飯もしめにはお勧めの1品です。お店のスタッフの感じも良く、ゆったり時間が過ぎて行きます。ビジネスディナーと言うよりは気の置けない友人達とゆっくり過ごす夜にお勧めです。お値段もとてもリーズナブルで¥5000～。小さなお店なので要予約です。

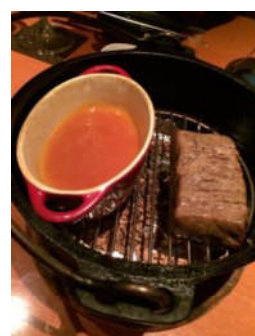
東京都目黒区中目黒 1-1-52

TEL : 03-5725-8391

時間 : 月~土 : 18:00~翌 1:00

日曜、祝日 : 17:00~翌 0:00

不定休



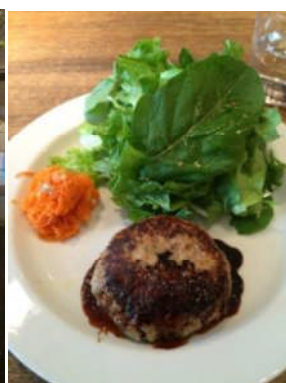
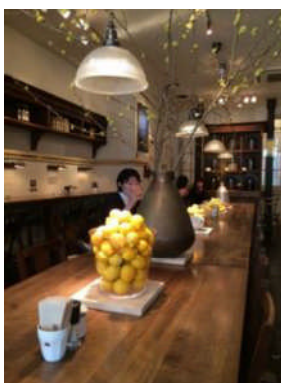
#### 5. 極上の時間をくれる「カフェマメヒコ」

渋谷でゆっくり出来るカフェを見つけるのは至難の技。そんな時にお勧めなのがこちらの「カフェマメヒコ」。現在三軒茶屋、宇田川町、公園通りの3店舗の展開ですが、パルコの前の公園通り店が便利です。雑居ビルの2階の店に入ると外の喧噪は嘘の様に落ち着いた雰囲気。店内中央には大きなテーブル席とその前にカウンター席、窓際にはいくつかテーブル席があるゆったりした空間です。店内には静かにクラシックが流れていて、何時間でもいたくなる気分になります。札幌出身のオーナーは千歳市に自社農園を持ち、スタッフ自ら農作業に取り組み、無農薬・無肥料で生産している食材を使用。自分たちが育てた食材で調理した料理にはその思いがたっぷりこめられています。コーヒーはハンドドリップでゆっくり丁寧にしてくれ、私が試した黒豆ブレンドのコーヒーはほのかに黒豆の香りがして癖になる味。こちらのランチには名物の丸パンが添えられています。北海道のミルクとバターをあわせたこちらのパンは絶品です。野菜も瑞々しく、ハンバーグも文句なしの美味しさ。テーブルのあちらこちらにコンセントがあるのでパソコン作業も問題なし。ランチでもコーヒーは別料金で少し高めですが、コストパフォーマンスを考えると十分に価値があります。こちら間違いなくお気に入りランチスポットのアドレスに入れたいカフェです。

東京都渋谷区神南 1-20-11 造園会館 2F TEL : 03-6455-7-1475

時間 : 8:00~23:00

定休日 : ほぼ無休





# 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。

## 本当のおもてなしの心を見たのは ワンコインランチだった！！



SHOP DATA>>> スワンカフェ 銀座店

住所：東京都中央区銀座2-12-16

### 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	★★★★★

想像以上の  
気遣いのサービスに感激

調査員 C.Y.

美味しいパンやパスタ、キッシュプレートなど、ドリンク付きで500円のワンコインランチの日が毎月あると聞いて行ってみたものの、春まだ遠く、強風が吹く寒い屋下がり。OLさんたちのランチタイムは、とっくに過ぎている時間なのに10人待ちのスワンカフェ。さて、接客はいかがなものか？

### Point!

#### R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

通常、ワンコインランチという接客は二の次という店舗がほとんど。スワンカフェは笑顔一杯の店内で、お待ちのお客様へも、入店された一人一人のお客様へも配慮と気遣いのある接客に感服！



✓ **外で並んでいるお客様にも  
“あったかい”気遣い**

スワンカフェと言えば、「障がいのある人もない人も、共に働き、共に生きていく社会の実現」をスローガンに、障がい者を積極採用し、「アンデルセン」「リトルマーメイド」のノウハウを得て「文句なく美味しいパンのお店」として知られている。そんなお店のワンコインランチとあれば、寒さと戦ってでも並んで待つことに。ありがたいことに、カフェの外には椅子とブランケット、ヒーターもあってお客様への配慮が感じられる。そして、並んでいるお客様へ店長自ら温かいお茶も配られた！ワンコインランチにもかかわらず、なんと手厚いサービス！！

✓ **混雑時とは思えない  
ベビー連れのお客様に配慮**

店内では、ベビーカーのお客様への配慮があり、こちらにも席を移動するお願いがあった。混雑時にもかかわらず、ベビーカーのお客様に替わって女性スタッフがレジに並び、オーダーするなどの配慮もあり、至れり尽くせりのおもてなし。女性スタッフは腰を落とし、お客様と赤ちゃんの目を見て笑顔でオーダーをとりながら、赤ちゃんには「ママとおでかけいいね」「かわいいね！」ママには「もしお手洗いに行かれたい場合はお声掛けてくださいね」など、温かい言葉を掛けており、思わず感激して見とれてしまう一場面もあった。

✓ **混雑時でも  
パーソナルなコミュニケーションをする！**

障がいを持った別のスタッフも、笑顔で生き生きと楽しそうに接客を担当。先程の女性スタッフと同様に、目配りよく、何度もベビーカーのお客様に声をかけ、赤ちゃんに握手などもしていた。「何年くらい働いてらっしゃるんですか？」と尋ねてみると、「11年くらいです」と。他のお客様とも終始笑顔の会話が続き、混雑時でも温かく丁寧なお客様とのコミュニケーションが、とても印象的だった。赤ちゃんと一緒に美味しいワンコインランチを楽しめたお客様だけでなく、回りのお客様みんなが温かいひと時を過ごせ、暗く寒々しい事件の多かった冬に、ひと時の春を感じた屋下がりだった。