

R・B・K EYE

VOL. 170

2015. OCTOBER

編集責任 飯嶋 薫

1. 新人デザイナー大賞で感じた憂鬱

今月中旬に繰り広げられた東京ファッションウィーク。その期間中に開かれた「2015 Tokyo 新人デザイナー大賞」のショー形式の最終審査を見て、いささか憂鬱な気分にとられました。憂鬱な気分は、コンテストに出場した若者の作品や審査の方法などの運営に関したものではありません。大賞に選ばれた作品はもとより「最終審査に残った作品の優劣は極めて小さい」（田山淳朗デザイナー）もので全体にレベルの高いものでした。同コンテストは、1984年にオンワード樫山が創設した新人デザイナー大賞の流れを受けたアマチュア部門と2011年からスタートしたプロ部門で構成されています。優秀なデザインを表彰するだけでなくビジネス支援も行っています。アマチュア部門には、世界12か国・地域から7295点もの応募がありました。このうち最終審査にノミネートされた24人が最終審査に臨み、大賞は名古屋モード学園の岡村紗衣さんが獲得しました。カラフルな色の太い毛糸をふんだんに使用した、ふんわりしたコート状の上着は、岡村さんが愛するという「爆笑」をテーマにした作品で、本人の素直な気持ちが服に込められ、デザインも斬新で審査員から高い評価を得ました。

にもかかわらず審査のショーを見ながら「憂鬱」だったというのは、最終審査に残った人、少なくともコンテストに応募した7000人を超える若者のうち、いったい何人が「プロのデザイナー」になれるのか、ということです。もとより、パリコレクションで、いや、東京コレクションでもショーを開くことができるデザイナーは、ほんの一握りの狭き門です。しかし、それ以前にファッションデザイナーとして働くことができる職場を何人が確保できるのか、という現実があります。

ファッションデザイナーを志す若者の受け皿としては、おそらくアパレル企業が最大でしょう。アパレル企画会社やアパレル製品OEM主力の商社、小売業、一部産地企業なども採用しますが、採用の主力はアパレル企業です。しかし、最近の状況、つまりアパレル消費の中間ゾーンの不振で同ゾーンを得手とするアパレル企業の業績が厳しさを増しており、その結果、デザイナーの新規採用が減少することが避けられそうにありません。

ファッション業界では、販売の第一線の現場を中心に人材の確保難が深刻化していますが、その一方では、アパレル企業への就職を希望しているデザイナー人材の受け皿が小さくなっているというちぐはぐな状況にあるようです。

「業績が厳しくても必要な人材は確保する」のが中長期の視野に立った経営では正解なのですが。

2. クロディーノ

銀座の名店クロディーノの2店舗目が神楽坂にオープンしました。3つ星を2度取得した、フィレンツェの「エノテカ・ピンクオーリ」で修行し、東京店が存在した頃にはそこでソムリエとして活躍した黒田敬介氏が開いた本格イタリアンです。神楽坂店は銀座店と比べると少しカジュアルで気軽に立ち寄れる感じです。店内の壁には松浦章画伯の油絵がかかっている、落ち着いた雰囲気です。評判のワインリストは素晴らしく、通常はグラスで飲

めないワインでもこちらではグラスで頂く事ができます。お料理に合わせてワインが出てくる「グラスワインテースティング」のコースがあるのも魅力的です。

お料理は銀座店に負けず劣らず満足がいく内容で、コストパフォーマンスの高さに驚かされました。お勧めは4850円のコースです。

アミューズ、前菜、パスタ、メイン、デザート、コーヒーでこのお値段は破格です。

前菜のお魚はあっさりとしているのですが、印象に残る味付け。パスタはしっかりとしたクリームソースときのこの相性がぴったりです。

メインのお肉は口の中でとろけるスペアリブの赤ワイン煮込み。デザートは繊細な味付けの洋梨とシャーベット。

コース全体の調和が抜群です。丁寧な接客、奥には個室もあるので、大事なお客様の接待にも最適です。予約をして行かれる事をお勧めします。

東京都新宿区神楽坂 5-1-2 神楽坂 TN ヒルズ 3F TEL:03-6280-7093

営業時間：11：30～14：00 (L/O) 18：00～21：30 (L/O)

定休日：水、第1・3火



<NEW YORK 最新情報>

2015.10

① We are the 99% (NYヒップスター)

NYヒップスターとは現代感覚に敏感で華美を嫌い、贅沢をせず、興味はインディロック、本、アート、インテリア、紅茶等を愛し、物事の判断基準はかっこ良いか、良くないかで生活している、主に中産階級の若者たちの総称です。時代の流れを彼等がリードしていくことは、マンハッタンの絢爛華美を嫌い、イーストリバーを挟んだ、対岸のブルックリンに移住、同エリアが急速に発展していることでも分かります。日本でも Wythe Hotel (ワイス ホテル)、チョコレートの Mast Brothers、紅茶の Bellocq、コーヒーの Blue Bottle 等々は多くの人に知られています。そんなヒップスターが「我々は、ごくごく普通の人間 99%」と宣言し、「決して1%の超富裕層になりたくないし、なろうとも思わない」と言い切ります。結果、彼らの行動が、多くの庶民のライフスタイルに影響を及ぼしているのがNYの現状です。

益々ブルックリンエリアは発展しそうです。

② サックスフィフスアベニュー革命

NY 最大級百貨店のサックスが改装 (リノベーション) でなく改革 (リボリューション) 宣言し、近々、大規模なフロア革命をするそうです。最大の目玉はグランドフロア (1階) の化粧品を2階に、靴、バッグ売り場をグランドフロアに移設する構想です。化粧品がメインフロアに配置されている事は世界の百貨店の常識ですが、化粧品は目的買いなのでメインでなくて良い、時代の流れは靴売り場が主役との判断からです。既にNYの超最高級百貨店のバーグドルフグッドマンでは、VMD担当のクリスティー又中岡女子の提案で、化粧品売り場を1階から地下に移設し (世界のラグジュアリー化粧品のメーカーの抵抗は大変だったそうです)、婦人洋品雑貨を1階に配置し、大成功を収めています。今回のサックスの革命は世界の百貨店へ影響を及ぼすこと間違いありません。

③ Jeffery' s のメインに日本人デザイナー

お洒落なエリアになったミートパッキングエリアの草分け的存在のセレクトショップ Jeffery' s で嬉しいブランドを発見しました。

前面はメンズ売り場ですが、まず入口に Mastermind 次に VISVIM 続いて Kolor とアディダスのコラボでした。NY を代表するセレクトショップになんと日本人デザイナーの商品がメインを飾っていました。全て生産はメイドインジャパンでした。

世界が認めた三人の日本人デザイナーにエールです。

④ フードコートが続々とオープン

食の流行はNYからと言われるようにNYの食事情の移り変わりは激しいものがあります。日本食は大ブームでラーメン、寿司から、しし唐、出汁 (だし)、うま味まで日本語が現地語になっています。そんなNYで今、一番元気で気になるのは、続々とできるフードコートです。それはマンハッタンだけでなくブルックリンでも同様です。日本のように商業施設の中にフードコートは勿論ですが、路面やビル内のフロアに出来たりしているのが特徴です。利用者にとってはチョイスの幅があり、価格もリーズナブル、一人でもファミリーでも使える利点が多く、更に拡大しそうな勢いです。この流れは確実に、日本に来ます。気になったフードコートは以下です。

1. プラザホテル地下のフードコート
2. チェルシーマーケット
3. Gotham West Market
4. Foragers Table (オーガニック)
5. グランドセントラル地下
6. ブルックフィールドプレイス

⑤ E コマースからリアルショップへの流れ

華美でない高感度の超富裕層に人気の EC サイト The Apartment by The Line がファッション集積エリアのソーホーのビル2階にオープンし、話題になっています。そこはまさに生活が実感できる部屋でした。リビング、キッチン、ベッドルーム、クローゼットが配置され、リビングには洒落た自然の演出で絵画が飾られ、本が、ワインが、タオルが、靴がそれぞれの部屋に、それとなく置かれています。試着もクローゼットから取り出す感覚です。近々に LA に2店舗目を出店。同様の E コマースからリアルショップへはトライベッカエリアに出店した La Garçonne も人気です。この2店の共通点はわざわざの来店です。E コマースからリアルショップの流れは日本でも確実に広がるでしょう。

⑥ 社会貢献がポリシーの「WARBY PARKER」

ハーバードビジネスを卒業した二人の青年が起業した眼鏡ショップ「WARBY PARKER」がミートパッキングのハイライン下にオープンし、連日大盛況の賑わいです。起業のコンセプトは一本買い上げにつき、恵まれない貧困の後進国へ眼鏡を一本寄贈する事で、日本上陸したカジュアルシューズの TOMS と同様です。中間コストを徹底して省き、上代を安くおさえ、95\$ と 145\$ の2本立てのリーズナブル価格。しかもデザインは高級眼鏡のオリバーピープルやモスコットを彷彿とさせるカッコよさです。

店舗デザインも流石、ハーバード卒の知的な空間（眼鏡の上段の棚は本がレイアウト）演出がなされ、ここで買い物するヒップスターは満足する事、間違いありません。このように起業当初から社会貢献を打ち出す動きは確実に増えそうです。

⑦ ホテルのルーフトップが大人気

ニューヨーカーにも観光客にも、ホテルのルーフトップは大人気です。チェルシーエリアのスタンダードホテルのルーフトップに入るのに長蛇の列が昼間からできています。私が今回宿泊した 120W 57St の VICEROY のルーフトップは夜中まで大賑わいでした。ビール一杯でも、気軽に入れるのが、気取らず良い点です。NY ではホテルが日常の集まり、憩いの場として利用されています。デザイナーズホテルの注目は、エースホテル、ノマドホテル、クリスピーホテル（各フロアのアートが最高、地下にミニシアターもある）、ワイズホテル等々、です。またラグジュアリーのカカラホテルは、富裕層向けの内装・シャンデリアにはバカラがふんだんに使われ、見事の一言です。東京で遅れているのはこれらのホテル開発でしょう。

インバウンド対応だけでなく憩いと集まりの場としてのホテルが待ち望まれます。

⑧ J クルー失速、メイドウエル好調の要因は

J クルーは 10 月 11 日コロンバス・デーから早くも 30% オフセールと失速、第 2 四半期前年比 13% 減、一方、同傘下のメイドウエルは好調で前年比 8% 増。J クルーはハイファッションと単価 UP 路線を大幅に縮小し原点回帰に転換する事が決まりました。今後は値ごろ感のベーシックに注力との事ですが果たしてそれで回復するのか話題になっています。

他社でもアンソロポロジーは失速、アーバン・アウトフィッターズは好調。ギャップ失速、オールドネービー好調。これらのブランドで共通していることは好調要因として低価格、少しファッション感あり、店が楽しい等々があります。最近、日本でも GU がユニクロより楽しいし、ファッションだし、安いしと好評なのも米国の流れを見ると頷けます。

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。

「お客様の本当の納得と満足」を目指して、信頼を得る



SHOP DATA>>> ビックカメラ新宿西口店
住所：東京都新宿区西新宿 1-5-1 新宿西口ハルク 2F～7F
関連 URL：http://www.biccamera.co.jp/

おもてなし評価

総合	挨拶	★★★★☆
90点 ★★★★☆	笑顔	★★★★★
	パーソナルな対応	★★★★★
	再来店したいか	★★★★★

早口 & ガツガツ接客のイメージを覆す
穏やかな態度で居心地の良さアップ by 調査員 C.Y

4年半使い続けたiPhone4。そろそろ替え時な気分で、ビックカメラへ。iPhoneコーナーではソフトバンク担当のスタッフが、入口に背を向けたまま店内の整頓を行っていた。しばらくして、こちらに気づいた若い男性スタッフから声掛けがあった。電化製品売場の接客って、早口 & ガツガツなイメージだけれども、穏やかな口調でなんだか、ホッとする。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

新機種、新システムがめまぐるしく変化する携帯業界。お客様自身の情報力と理解力にギャップがあり、販売スタッフも対応が大変だと思いますが、何事も初心忘れるべからず。誠意のある接客が一番ですね。



「とりあえず聞いてみよう」から「この人から買いたい！」へ

声を掛けてきたスタッフに、iPhone5と6の違いを尋ねた。説明はあったものの、いまいち大きな変化は伝わらず。新人でまだ慣れていない様子だ。しかもiPhone5は在庫切れとのこと。別のお店をあたるうと思いつつも、とりあえず色々聞いておこうと「iPhone6が曲がったりする映像をネットで見たのですが、本当のところはどうなのでしょう？」と質問を試みた。「ああいうのは、再生回数を伸ばすために、興味を惹こうとして、無理な力を入れているので、普通に使う分には大丈夫ですよ！」と、1年使っているという、私物のiPhone6を持たせてくれた。その後も、iPhone6とplusの違いについても丁寧に説明があった。じっくり話をし、丁寧に答えてくれる姿に信頼感がわいてきた。「せっかくなら、この人から買いたい！」と思うように。



「お客様に本当に納得して満足するお買い物をして欲しい」

すっかり、今買いたい気分になっていた私は、購入したい旨を伝えると。。間もなく新商品が出る可能性もあるので、待ってもいいのではないかと、という提案が。現在使っている機種も写真データなどを処理すれば、もう少しもつのではないかとアドバイスまで！それでも今、購入したい旨を伝えつつ、「それにしてもお兄さん、ガツガツ接客して来なくてホッとします」と告げると「お客様に本当に納得して満足するお買い物をして欲しいんです」と。丁寧に料金体系の見直しをしてくれた。夜に受け取る手配をしてもらい、お店を出た。



説明の不備には、丁寧にお詫び ここにも信頼を大切に作る姿勢が

夜、仕事帰りにお店に立ち寄った。接客してくれたスタッフは他のお客様の接客中だったが、こちらに気づいて会釈。代わりに上司らしきスタッフが対応してくれた。料金体系の説明に不備があったとのことで、彼と上司でお詫びの言葉があった。不備はあったものの、彼の誠実な接客態度に好感を持っていたので、あまり気にはならなかった。今回、接客してくれた新人の彼。より豊富な商品知識を身につけ、今後もお客様の満足を追求していくことを期待している。