



VOL. 182

2016. OCTOBER
編集責任 飯嶋 薫

1. エルメスの挑戦

一街に飛びだして行こう

顧客との新たな接点を創出していくエルメスは「ブティックでお客様をお迎えするだけでなく、まだエルメスと出合ったことのない方々と出会うために、自分たちから街に飛び出していこうと考えている」と公式LINEでコメントしました。

日本では原宿、羽田でエルメスが街に飛び出しました。あのエルメスが原宿キャットストリートをジャックしました。ライブイベント、パルクールアーティストによるダンスパフォーマンス等をトレンドな若者に向け発信し、街に衝撃を与えました。これは世界最高峰のエルメスが現状に危機感を覚え、将来に向けての改革です。

一方、メンズに向けての発信は伊勢丹メンズ館で11月8日まで開催されています。テーマは「The Nature of Men」。現代の男性にとっての自然(nature)とは都市であるという考えから、この伊勢丹では知的な都市生活者をイメージした世界観を作り上げています。そのイメージを牽引するのはエルメスのスカーフのデザイン等を手掛けるアイルランドのイラストレーター、ナイジェル・ピーク氏による都市をイメージした幾何学模様のグラフィカルなイラストです。私もこのモダンな幾何学模様とネービーの何とも言えない色合いに一目惚れし、購入してしまいました。以後、数回、このエルメス店に行って気が付いたことがあります。それは入店する人の多くが、お洒落な若者だったことです。原宿での発信、伊勢丹新宿での発信とも、エルメスにとっては新たな顧客創造の戦略と言えます。流石、エルメスです。

日本のファッション企業もここに学ぶべきものが多いと痛感したエルメスの挑戦でした。

2. 「廣内氏の提言」を生かそう

東京でクリエイションを発信する産業展示会を一。

オンワードホールディングス代表取締役会長の廣内武氏が9月28日付日本経済新聞の「私見卓見」欄で「東京を世界の5大ファッション都市に」、「イタリアの国際家具展示会ミラノサローネのような産業展示会の開催を」と提言しています。

ミラノサローネは、リビング・キッチン家具、寝装品、生活雑貨、ガーデン用具に及び、言わばライフスタイル全般の新製品のデザインを発信する展示会として知られています。日本からもインテリア、リビング、木工産業に属する企業の何社かがすでに出展している展示商談会です。

広義のファッション産業の過去、現在、未来を見つめた時、潮流は「衣食住」を包含したライフスタイル産業へと変化していますから、食器やアクセサリーなどの伝統工芸品、生活雑貨品、住生活を豊かにする各種繊維製品などを幅広く揃えた展示会は時期を得ているというべきでしょう。

和食が世界的に人気を集めているのはご承知の通りです。料理を盛り付ける器、漆塗りの生活雑貨、鉄器などは、日本版ミラノサローネで脚光を浴びるでしょう。思い起こせば、明治時代初期の近代化を目指す日本にとって、貴重な外貨獲得産業は絹でしたが、超絶技法から生まれた自在置物も外貨獲得の重要な産品でした。日本の繊細な技とデザインが西欧の人々を魅了したのです。

実は、これまでも「東京でライフスタイル型のデザインを競う展示会を」との試みがあったのです。大手ディベロッパーがまとめた立派な企画書を目にしたことがありますが、時期尚早だったのか、あるいは何らかの事情があったのかはわかりませんが実現に至らなかったようです。

「東京をパリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨークに次ぐ世界の5大ファッション都市に」との提言ですが、この課題については「RBK EYE」でもこれまでに何度か触れたことがあります。特に2020年の東京オリンピックに向けて、関係者は奮起して取り組むべきだ、と。

もとより、5大ファッション都市への道のりは難路でしょうが、「日本版ミラノサローネ」ともども「廣内提言」は、国、東京都、産業界などが総力を挙げて取り組むに値するものだと思います。繊維、伝統的工芸品、食材などの産地が活性化することは、国家的課題である地方創生そのものでもあるのですから。

3. ファーストリテイリングがギャップを抜き カジュアル専門店世界第3位に浮上

「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングの2016年8月期決算は、営業利益が22.6%減の1272億円、当期純利益は56.3%減の480億円と大幅減益になりましたが、売上高は6.4%伸び、1兆7864億円となりました。これで、SPAのビジネスモデルでかつて世界ナンバーワンを誇ったギャップを抜き、「ザラ」「ベルシュカ」「ストラディバリウス」などを手掛けるインディテックス、「H&M」「COS」「アンドアザーストーリーズ」などを手掛けるH&Mに続く、カジュアル専門店世界第3位に浮上したことになります。

ちなみに、インディテックスは前期比15.3%増の209億ユーロ（約2兆4000億円、2016年1月期）、H&Mは18.8%増の2099億2100万スウェーデンクローナ（約2兆3000億円、2015年11月期、VATを含む）、ギャップは3.9%減の157億9700万ドル（約1兆6300億円、2016年1月期）という数字でした。世界ナンバーワンのカジュアル専門店の実現に手が届きそうなところまで来ていることは間違いないことでしょう。

とくに、けん引しているのは、海外ユニクロとジーユーです。前期も国内ユニクロ（7998億円）の2.5%増に対して、海外ユニクロ（6554億円）は8.6%増となり、店舗数は160店舗増えて国内を上回る状態になっています。また、2006年に1号店を出店したジーユーは、ユニクロのインフラやノウハウを活用しながら、10年で売上高を1878億円とし、前年比の伸び率も32.7%増と急成長を続けています。中期的に3000億円、将来は1兆円を見込み、グループの第2の柱として成長が期待されています。

けれども、インディテックスやH&Mが2ケタ台半ばでコンスタントに安定成長を続けているのに比べて、ファーストリテイリングの伸び率はものたりません。また、今期は円高の影響もあり、成長の源泉である海外売上高が1割程度の減収となることが予想されているのも気になることです。

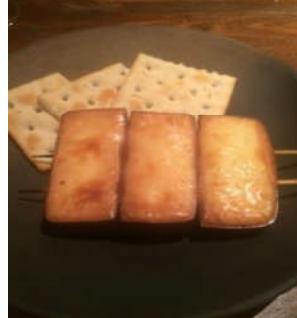
これを打破する施策が、デジタル革命・ロジスティクス革命で、顧客中心主義（カスタマーセントリック）の新しいサプライチェーンを構築するということです。今、巨額の投資をしてシステムやディストリビューションセンターなどを開発していますが、ここに着手しなければさらなる飛躍はありません。しかも、次々と新しい技術が開発される中で、常にアップグレードが必須となります。後戻りはできない状況に踏み込んでいったファーストリテイリング（とくにユニクロ）の品ぞろえとサービスと業績の推移を注目していきたいと思います。

<レストランレポート>

1. 地元の人が通う名店「炭火串焼ふく」

駅から徒歩約5分、地元の人達からこよなく愛されている「炭火串焼ふく」。いつも満席で予約なしで入れる事はめったにありません。店内は打ちっぱなしのコンクリートでシックな雰囲気。炭火焼屋のもうもう煙がこもった薄汚れた店内というイメージは全くありません。静かにジャズが流れ、客層も大人で落ち着きます。場所柄外国人のお客が多く、良い感じ。お酒も種類は多くありませんが、つぼを押さえたものをおいています。最近日本でも話題の瓶内二次発酵のイタリアのスパークリングワイン「フランチャコルタ」をおいているのも嬉しい限り。そしてカウンターの目の前で焼いてくれる焼き鳥は絶品です。まずは串焼きコース（さび、せせり、砂肝、ねぎま、つくね）1200円のセットからスタートするのがお勧めです。なかでもこちらの看板メニューのせせり、みそソースにたっぷりのねぎがのっていて、日本酒やシャンパンとの相性も抜群です。野菜も変化球バージョンで出てくるのが楽しく、炭火焼のスモークチーズも絶品です。しめには焼きおにぎりや、麺類等も。とにかく大満足で多くの人が常連さんになるのもうなずけます。お値段もとてもリーズナブルで1人5000円～。要予約です。

東京都渋谷区西原3-23-4 TEL:03-3485-3234 営業時間：17：30～23：30
定休日：水曜日



<ランチスポット>

2. クラッティーニ

最近ランチが激戦区になっている東銀座。小さいけれどセンスが良いレストランが沢山あります。その中でも話題なのがこちら、「クラッティーニ」。ランチ時は12時と13時半の2回転です。ランチは2000円、3000円、4200円の3コース。フルーツパスタがこの店の看板メニューです。2000円のコースは小さなスープから始まり、フレッシュなサラダとパスタとデザートとコーヒー/紅茶。季節ごとにパスタのフルーツは変わります。夏は桃、秋はぶどう。夏の名物、冷製桃のパスタは6月から9月まで。桃の甘みとパスタの相性は驚く程の美味しさです。皆様がこのレポートを読まれる頃にはぶどうのパスタになっているかもしれませんが、総じて外れなく美味しいはず。店内はクリーンで落ち着いているので、少しゆっくりランチを楽しみたい時、ビジネスランチには適したレストランです。かなりの人気店なのでランチでも要予約です。

東京都中央区銀座3-12-19 TEL:03-6278-7339
営業時間：ランチ 11：30～14：00（L/O） デイナー17：30～22：00（L/O）
定休日：日曜、第三月曜日



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。

丁寧なサービスと徹底された「優雅」な世界観



SHOP DATA>>> 執事喫茶 スワロウテイル
住所：東京都豊島区東池袋3丁目3-12-12 正和ビル
関連 URL：<https://www.butlers-cafe.jp/>

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	★★★★★

「コスプレ系飲食店だから」と、サービスは期待していなかったが・・・ by 調査員 I.K

コスプレ系飲食店はその空気だけ楽しむもので、サービスレベルはあとまわし、と想像していましたが、いい意味で大きく裏切られました。設定こそ特殊ですが、きちんと教育された接客は、ホテルのラウンジのような居心地でした。“お嬢様”扱いに不慣れな私は、化粧直しの際もスタッフを呼ばなければならない設定には、少々戸惑いましたが(笑)。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

コスプレ系も千差万別。執事設定とは言え、目配り、所作まで美しいとはアップレ！分かり易くお客様優先を伝えるには、執事の漫画、アニメが教育の材料になりそうですね。



思わず背筋が伸びる気持ちのよい挨拶
入口から始まる「お嬢様の世界」

静かな街並みのビルの地下1階にある店舗は、知らなければ見落としてしまうほどシンプルな入口。階段を下りるとすぐに黒服のドアマンがこちらに気付き、笑顔でお出迎えの挨拶と予約名の確認。ドアが開くと、英国風の店内が広がり、「お帰りなさいませ、お嬢様」の挨拶で非現実の世界が始まりました♪2名の執事が深々とお辞儀をし、笑顔で自己紹介。席へ案内される際、すれ違うスタッフ達は皆立ち止まり、笑顔で挨拶。彼らの徹底したパフォーマンスで、あっという間に『私＝お嬢様』の勘違いがスタートしたのです(笑)。



40種類以上の紅茶からお勧めを提案
ティーカップのチョイスも『私』へのおもてなし

メニューは紅茶だけでも40種類以上あり本格的。お勧めを尋ねると、茶葉やフレーバーが異なる3種類を提案してくれ、「お腹に余裕があればこちら」「少しずつ色々ならこちら」と、フード選びも優しくサポート。ティーカップは一人ずつ違うもので提供してくれ、私には、「お嬢様が桜の季節に屋敷に帰って来られなかった(来店しなかった)ので、今日はカップで桜を楽しんでいただきたい」と、美しいストーリー設定でおもてなし。「お嬢様のご自宅ですから、どうぞごゆっくりください」と言ってテーブルを離れました。丁寧な接客とブレない執事キャラは、プロの背中を見た感じです。



呼び鈴を鳴らすチャンスがないほど
最後まで至れり尽くせり

用があればテーブルのベルを鳴らすシステムですが、鳴らすチャンスがないほどに、よく目を配っていました。カップの紅茶が少なくなれば、空になる前に注ぎ、フードの1皿目を食べ終わると、一息ついた頃に2皿目を提供。タイミングよくサーブし、「お口に合いましたか？先ほどより幾分リラックスされてきましたね」など、軽い会話をして席を離れる。テーブルの片付けは、音を立てないよう丁寧かつスピーディ。総じて所作が静かで美しく、とても居心地のよい空間でした。予約の80分が経とうとすると、「そろそろお出かけの時間です」の言葉が。店の外に出るまで、完璧に演出してくれました！