



VOL. 194

2017. OCTOBER

編集責任 飯嶋 薫

## 1. SC の救世主は POP-UP ショップ

日本のSCは3,200SCを超え、地域内競争激化の時代を迎えています。生き残りをかけての最重要戦略は入館客数の増にあります。売上はあくまでも結果です。今、米国ではSC活性化策の戦略としてのPOP-UP SHOPが巨大な市場として成長しています。日本でも百貨店や商業施設を中心に期間限定で催事出店の戦術は古くからとられてきましたが、米国のそれは規模感が全く違います。POP-UP SHOPを運営する「Storefront」が公開したデータによると、その市場規模は年間800億ドル（約9兆円）との事で、想像を超える規模感です。私の友人の前ユニクロ米国社長だったラリーマイヤー氏と世界的な商業建築デザイナーのジェームス中岡氏が、大手SCの依頼でSC内のインキュベーターゾーンの開発とPOP-UP SHOPの開発運営会社を作りました。この盛り上がりの背景にはEコマースの急成長があります。市場が成熟したことで「実物を見たい」「触って確かめたい」といったニーズが生まれたことも大きな要因でしょう。Eコマースからの参入は日本のSCでも一気に増えてくるものと考えられます。

一例を紹介します。

ルミネ新宿の「USAGI ONLINE STORE」が注目されています。

マッシュホールディングスのスナイデル、フレイアイティー等が「世界で一つしかないアイテム」や「先行商品」を中心にセレクトした、ここだけのニューコンセプトショップです。又、Eコマースではありませんが、京阪京橋モールの今春の全面リニュアルではPOPUP SHOP導入を当初から予定し、何と13店舗の区画をスタートさせました。この例をみてもSC活性化策としてのPOP-UP SHOPは益々拡大するものと思われます。POP-UP SHOP導入における、SC、テナントにとってのメリットは次の点にあります。

- ①売上だけでなくプロモーションの側面がある。
- ②メディアに取り上げられる可能性がある。
- ③SNSの拡散力がある。ツイッター、フェイスブック、インスタグラム等々で拡散。
- ④入館客数増に繋がる。 等々です。

SCの救世主、次なる主役はワクワクドキドキ、ここだけしかない、期間限定のPOP-UP SHOPです。その為には、従来の既存リーシングに頼る開発から、POP-UPを含めた販促プロデュース型SCへの変化が必然になります。米国POP-UP SHOP 9兆円の流れはアッという間に日本のSCの流れになること間違ひありません。

## 2. 明治時代のクールジャパンに学ぶ

その形容が絶妙だったこともあり、再び、じっくり鑑賞しました。東京・日本橋の三井記念美術館で12月3日まで開かれている特別展「驚異の超絶技法—明治工芸から現代アートへ—」に展示されている、精緻極まりない工芸作品の数々は、気が遠くなるような時間を要したであろう製法とそれから生まれた纖細で力強く、かつ美しい作品ばかりで、まさしく「驚異」としか表現しようがありません。

この最初の展示会は2014年に開かれました。「超絶技法」による七宝、漆工、牙彫、自在、陶磁、金工、染織などの工芸作品は、明治時代の日本の近代化に必要な外貨を獲得するための貴

重な輸出品でした。その里帰り展でしたが、「超絶技法」の名に恥じない作品の数々に魅了されました。

例えば、自在。仕事が激減した甲冑師の手による金属製の蛇や鶴は、置物のように見えますが、実は、各部を自由自在に動かすことができるのです。展示されている蛇は260個もの鉄製の部品を組み合わせて作られています。自由に動かせる蛇は、言わば可動式のフィギュアです。あるいは、明治時代に飛躍的に進化した七宝。花鳥風月の模様は、上品な美しさが心に沁みます。超絶技法から生まれた明治工芸作品。その数々に加えて、今回は、明治時代の工人のDNAを受け継いでいる現代作家の作品も展示しています。お皿の上に載った秋刀魚の骨の木彫作品。皿も、秋刀魚の頭から尾までの骨は一体の一本造り。油絵具の彩色が本物のようなリアリティーを生み出しています。

生花を型どりしてアルミニウムで鋳造する技法で、膨大な数の細かいパーツを組み合わせた金工作品や写真のように見える絹に描かれた水墨画、水が入ったビニールのように見えるガラス工芸作品などを見ると、明治工芸のDNAが機知を付加して確実に継承されていることが実感できます。

前回の「超絶技法」の展覧会以降、美術史から抜け落ちていた輸出用工芸作品に光が当てられたそうですが、クールジャパンの先駆けとも言える明治工芸品は、現代にあってもモダンです。ファッションを含むクールジャパンを世界に発信しようと努めているに方には、是非ともご覧いただきたい。日本の技と美意識に対する自信が湧いてくると思います。

### 3. アダストリアスタイル研究所

ポイントとトリニティアーツを中心に経営統合して生まれたアダストリアが、次々と新しい事業を打ち出してきています。

まずは9月に、マーケティングリサーチや、デジタル化などを強化するための研究所「アダストリアスタイル研究所」と「アダストリア・イノベーションラボ」です。

スタイル研究所では、ファッションを中心に、幅広く世の中の生活者についての意識や実態を調査・発表する機関で、世の中のトレンドや、その背景にある生活者の意識や価値観について、“スタイル”を切り口に日々研究すること。

今年初夏にオフィスを渋谷ヒカリエに移したアダストリアですが、渋谷の最先端のファッショントレンドをレポートする「SHIBUYA WATCHER（シブヤウォッチャー）」の配信を開始しています。レポートには自社のオススメ商品も盛り込み、トレンド情報発信と商品の購買をセットにした上手な手法を開発しています。

イノベーションラボでは、「クリエイティビティ×テクノロジー」の力で、新しいビジネスモデルの構築を目指すもの。外部とタッグを組んだり、ビジネスアイデアのプレゼン大会“ピッチ（いわゆるプレゼン大会）”を行うなど、企業の枠にとらわれない動き方をしていくことです。陣頭指揮を執るのが、福田三千男会長の長男の福田泰己取締役というのも気になるところです。

しかも、3カ月で事業化に向けた準備をし、3カ月で検証、6カ月目にはベータ版のローンチまで手掛けるというフットワークの軽さは、今の時代に必要な要素の一つであり、好感が持てます。さらに10月下旬には、元ベイクルーズ幹部が率いる子会社エレメントルールから来春デビューさせる大人向けのウィメンズセレクト「カオス」と「カレンソロジー」のお披露目展示会を行いました。

纖研新聞などによると、「カオス」は、ジェントルマンとレディー、コンフュージョンとサイレンスなど対義語をキーワードにカテゴリーを分け、モードテイストからビンテージアイテムまでを揃える。スマーキングジャケットはメンズのしっかりした仕立てを取り入れつつ女性用に落とし込んだとのこと。オルセン姉妹が手掛ける「ザ・ロウ」や高級ブランドのビンテージバッグ、

インディアンジュエリー、アート作品や写真集なども扱うそうです。東京・表参道の路面店と名古屋のファッショビルに出店。

一方の「カレンソロジー」は旅をテーマに、自由さや軽やかさ、自然の力などを柔らかい雰囲気で表現。自然派素材をたっぷりと使ったナチュラルなものや、肌触りを意識した商材などを多く揃えるとのことです。リゾート旅行だけでなく、ホテルのプールでのリラックス時には欠かせない水着や、ポケッタブルのレインコートなども用意します。東京・青山の路面店と東京都内のファッショビルに出店する計画です。

ともに標準店舗は約 100 m<sup>2</sup>、路面店は 200 m<sup>2</sup>を基準としており、ともに近い将来、20 店・売上高 50 億円を見込んでいます。

エレメントルールは8年後に売上高 500 億円という意欲的な目標を掲げています。セレクトとオリジナルのバランスをとりながら収益性をどう確保するのか、まだデビュー前ですが、次のレディス、メンズの複合業態など次の展開も注目されます。

## <レストランレポート>

### 1. 中国郷土料理レストラン「マツシマ」

中国郷土料理「黒猫夜」で創業時より腕をふるっていた松島由隆氏が奥様とオープンした小さな隠れ家的レストラン「マツシマ」。レストラン激戦地区の代々木上原駅から徒歩 3 分。10 人も入ればいっぱいになってしまい大きさなので、なかなか予約が取れません。「中国少数民族の食文化を日本に広めたい」との思いで、広東、四川、雲南省、広西省などの南方少数民族の郷土料理を日本人の舌にあうようにアレンジしています。これなんだろうという、ちょっと変わった料理もたくさんありますが、どれも紹興酒との相性が抜群。なかでも絶品は黒酢酢豚。豚の3枚肉の塊を蒸して柔らかく下ごしらえし、表面がパリッとするまで油で揚げて、酸味と甘みが絶妙なバランスの黒酢のたれをあえる1品。独自の調味料や発酵の技術を使った野菜やお肉は味がしっかりして、主張の強い独創的な味つけです。基本的に魚料理はメニューにはないので、お魚がほしい場合は予約時にお願いしておくとその日の旬のお魚を人数に合わせて料理してくれます。

奥様のサービスはたんたんと、という感じですが、お店のサイズ的にもアットホームで落ち着きます。

お値段は1人 7000 円～。小さなお店ですので要予約です。

東京都渋谷区上原 1-35-6 第 16 菊池ビル B1F TEL:03-6416-8059

営業時間：月～火・木～土 18:00～24:00 (L/O23:00)

日・祝 17:00～23:00 (L/O22:00)

定休日：水曜日



R・B・K おもてなし調査隊がいく

# 今月のPATROL

高級だけがおもてなしではなく  
手作りのおもてなし力は響く！



SHOP DATA>>> Stupor Mundi B&B  
住所：シチリア・パレルモ  
関連 URL: <http://www.bbstupormundi.it/>

## おもてなし評価

総合

100点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか



大手クチコミサイトでの評判はホンモノか？

by 調査員 A.O.

B&Bという言葉をよく見聞きするようになったこの頃。今回、初めて、B&Bに宿泊してみた。シチリアのパレルモにあるStupor Mundi B&B。もともとホテルを探していたのだが、複数の大手口コミサイトで目立って評価が高いのが気になって、思い切って宿泊してみることにした。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

今、日本もホテルに注目が集まっている。色々なスタイルの物が出てきてはいるが、旅の思い出は、名所、食事だけではない。人員不足を主軸にしたセルフ式ではなく、メリハリのついた独自のサービスがほしいですね。



[ Stupor Mundi ]

VOL.50  
2017 October

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。



予約時の案内から丁寧な対応が始まっていた

予約後、メールで到着時間の確認があった。返信すると、13:00以降はスタッフがないので、表のドアに設置したミニ金庫から部屋の鍵を入手し、自ら開けて入るようにとの案内だった。アクセスや周辺の案内、鍵の開け方等、別紙に写真がついて丁寧に解説されていた。いざ到着し、鍵の入手まではスムーズだったが、ドアの開錠に手こずり、普通のホテルに宿泊すればよかったかもと、後悔の念が少し湧きつつあった頃に、やっと開錠。部屋に入ると、タオルアートがお出迎えしてくれ一気に心が和んだ！



朝食とオリジナルの観光案内でおもてなし

翌朝、食堂に行くと、女性スタッフが笑顔で自己紹介しながら握手のお出迎え。シチリアスタイルの朝食を説明しながら、こちらの好みや希望に合わせて、提供してくれた。果物アートも可愛くて感激だった。食後は、オーナーのご主人から観光案内があった。シチリアの歴史や文化、美味しい食事やお店の定休日、絶景ポイント等々。タブレットや画像を合わせながらコミュニケーションを取り、こちらが何を言おうとしているのか根気よく探ってくれた。



臨機応変の気遣いと一期一会を大切にする温かさ

翌日、私は体調を崩してしまい、朝食の途中で部屋に戻り1日中寝込んでいた。翌朝は回復し、前日に朝食を残してしまったお詫びをしようとすると、ご主人が先に気遣いの言葉をかけてくれた。すでにチェックアウトの時間だったが「君達の時間が大丈夫なら、僕らの時間はOKだよ」と朝食を提供してくれた。最後、ご主人から教えて頂いたシチリア式のハグの挨拶でお別れをし、次回の宿泊時に、リピーターだということがわかる様にと、オリジナルのマグネットをくれた。部屋や朝食に込められたおもてなしの心、スタッフの親しみやすさ、臨機応変の気遣い。こここのクチコミがよい理由がわかった。チャオ、また来るからね！