

1. 「人権」無視で栄えた産業はない

繊維ファッション業界は、長年続いていたアパレル製品の間ゾーン不振がやわらぎ、微風が吹いている状況にあります。しかし、デジタル革命のただなかで、AIやIoTが新規参入者の登場も含めて産業構造を激変させる、目の離せない時代に入っています。そんな中で最も大事な「人権」に対する問題が持ち上がっています。外国人技能実習制度の適正な実施・保護で縫製業界は重大な法令違反が多いと指摘されているのです。

繊維業界、特に縫製業界では、人権を無視したかのような技能実習が行われているのではないかと、この疑念はかねてささやかれていました。実際、経産省が去る3月末に同省で開いた「繊維産業技能実習事業協議会」で明らかになった実態は、嘆かわしいものです。世耕弘成経産相は冒頭のビデオメッセージで「最低賃金の不払い、違法な時間外労働など重大な法令違反が数多く指摘され、業種別で繊維業関係の不正行為は最も多い」と猛省を促したのです。

人権への配慮は、環境への配慮とともに、今日の産業、企業行動にとっては、最も重要なテーマでしょう。繊維ファッション産業は、暑さ寒さや外傷から人体を守る機能と豊かさや心地よさといった文化性で人間の生活にとって必須な産業です。身にまとうことによって得られる消費者満足を実現する商品に人権無視があっては肩身が狭い、いや、あってはならないことです。

経産省は、違反企業にコンプライアンスを指導する一方、業界全体に対しても「違反企業に発注する企業もサプライチェーン(SC)全体への配慮や、適正な単価での発注など、取引の適正化、健全化に責任を持っていただく必要がある」としており、今後、フォローアップして行く考えです。SC全体の取引の適正化が求められる、との視点は重要です。つまり、関係する業界全体の問題だとの指摘だからです。

この現実には、アパレル企業やアパレル製品OEMを行う商社・専門商社だけでなく、SPA企業、小売業も重く受け止める必要があります。買ったたくことにのみ熱心な企業、無理難題を下請け企業に押し付ける企業。RBK EYEを読んで下さる企業にそんなことはないでしょうが、ことは業界全体の信頼・信用に関わっていることです。仕入れに際しては慎重な上にも慎重な行動が求められていると思います。人権に配慮しない産業、企業が栄えるはずはありません。

2. BEAMS 好調の要因は

— 変革を支える風通し —

— ファンを採用 —

ファッション業界が苦戦の中、BEAMSの元気さが光っています。デベロッパーが選ぶ2017織研大賞にBEAMSが選ばれました。また、先日行われたルミネのテナント総会で、栄えある総合優秀店舗として、同社の池袋と立川が選ばれました。この2件の受賞から言えることは、売上もさることながら、商品の独自性、サービスレベルの高さ等が秀でている事を、広く業界に評価されたということです。

私は同社社長の設楽さん、副社長の遠藤さんとは20数年来の仲間として、今回の受賞を大変嬉しく思っている一人であります。私なりに同社の元気な要因を分析してみたいと思います。

まずはライフスタイル提案型からカルチャー、生活文化への変革を、TOP自ら目指し、全社員と共有した点であります。目指すキーワードは、「いつの時代も何が新鮮で、何が快適で、何に感動するのか。何が自分らしいのか。いつだって自分がワクワクソワソワしたいし、それを伝え

たい。それらの生活文化の原動力になりたい、それらを世界へも向けたい」等です。創業 40 年の節目に新宿の BEAMS JAPAN やパリ、NY、ロンドンでの POP-UP は正にその具現化です。何故、カルチャー、生活文化への変革が社員一人一人に共有できるのかは、「風通し」の良さと「参加意識」にあります。原宿の新社屋を訪問すると、そのことがよく分かります。社長室、副社長室はフロアの奥でなく、前面に配置され、しかも、扉は開けっ放しです。いつでも誰でも出入りできます。また、各フロアの緑が素敵な東郷神社側には、自由なコミュニケーションコーナーがあり、そこで社員の皆さんが所属を超え、カフェをしながら、音楽を聴きながら、楽しくディスカッションしています。BEAMS 文化を発信する場になっている様子がここからもよく分かります。今、流通業界は深刻な労働力不足で、大変な時代ですが、同社の離職率は全社で 3~4%、新卒 3 年の離職率が 10% 未満と、同業他社より圧倒的に低い数値です。この最大要因は第一に「ファンを採用」に尽きるとのこと。社員の多くはビームスが好きだから、誇りを持って、楽しんで働いているそうです。所属先を超え、やりたいことに手を挙げ、参加出来るプロジェクトやタスクフォースが数多く存在します。設楽さんのよく言われる座右の銘は「努力は夢中に勝てない」です。設楽、遠藤さんのお二人が、昼夜に亘り、興味ある事にワクワクして、のめりこみ、こだわり続け、発信し、行動し続けている限り、同社の成長は止まらないと確信しています。

3. 「ザラ」がデジタル・オムニチャネル施策を強化

インディテックス傘下の「ザラ」が、デジタル施策やオムニチャネル施策を強化しています。インディテックスの売上高は日本円で約 3 兆 3000 億円で、EC 化率は約 10% です。これはグループのブランドを合算したもので、基幹ブランドの「ザラ」ではもっと高い比率になっています。

もともと、「クリック&コレクト」と呼ばれる、ネットで購入して店舗で受け取るサービスを利用する人の割合が 3 分の 2 にのぼるなど、店舗への送客や、オムニチャネル戦略が進んでおり、業績にも貢献していることが分かります。

たとえば日本では、4 月に 2 週間限定で、六本木や渋谷など 16 店舗で AR 体験を実施。さらに、5 月 9 日には、六本木ヒルズ店の移転拡張に伴う 4 カ月の閉鎖期間に合わせて、少し離れたノースタワーの元バナナリパブリック跡地で、ショールーミング型のポップアップストアを開設中です。

約 800 m² のスペースに、限定されたレディス、メンズ、キッズ&ベビー、シューズ&バッグなどの商品をショールームのようにゆったりと 1 点ずつ展示。自分のスマートフォン、あるいはスタッフのデバイスを使いながら、気に入った商品のバーコードを読み取ると、好みのサイズが選べます。1 点、あるいは複数アイテムを選んだ後、そのまま購入することもできますし、試着を選べば、待ち時間が表示されます。その間にスタッフが試着室に商品をそろえてくれるので、カスタマーはそのまま買い物をしたり、ソファに座ったりしながら、準備が整ったという通知を受けるまでゆっくり時間を過ごせます。さらに、手ぶらで試着室に向かえるのも快適です。決済も、クレジットカード決済や、店内レジでの精算など、支払い方法も自由に選べ、受け取り場所も自宅（4990 円以上なら送料無料）や店舗（3 時まで購入すると当日の 18 時以降に受け取り可能、13 時以降の場合は翌日の午後から受け取り可能）が選べます。

クリック&コレクト（EC で購入し、店舗で受け取り）の専門部門も備えました。つまり、店舗を倉庫化し、顧客から注文を受けて受け取りを指定された際に、ロボットがピッキングを行い、梱包の用意まで行うというものです。カスタマーが手に取った商品をミラーでバーチャルフィッティングできる仕組みや、セルフレジなど、新しい購買体験も楽しめます。

顧客接点を広く深くして、購買を促進するとともに、新規顧客の獲得にもつなげていく施策です。日本でも近い将来導入されることになるでしょう。少し失速している「H&M」や、追いつがる「ユニクロ」にさらに水をあける施策になりそうですね。

<レストランレポート>

1.老舗割烹の和カフェ「茶酒金田中」

老舗割烹の「金田中」本店を訪れるのは、なかなか勇気がいりますが、こちらの「茶酒金田中」はカジュアルな雰囲気です。表参道 A1 出口から徒歩 2 分、素敵な石の階段を上るとまず目に入るのが、整えられた石庭です。この季節、苔の緑が美しく、時間によっては庭にミストが降り注ぎ、ここは本当に表参道かと一瞬錯覚してしまいます。まさに京都の隠れ家の様な店構え。杉本博司さんが手掛けた内装は中に入ってもまだ外にいる様な感覚。庭に向けて配置されているカウンターと、10m もあろうかと思われる白木の長いテーブル席と品のよい丸椅子。完璧にしつらえられた空間に凛とした空気感が流れています。今の時期は全面ガラスのドアもオープンにしているので、外の風が心地よく初夏のムードを満喫できます。料理は名店の実力を感じさせ、上品で繊細。盛りつけや器も美しく、外国人のお客様も多く、和の空間とお食事を楽しまれている様子でした。日本酒の種類が少ないのが気になりますが、グラスでフレンチ・ジャコルタを用意しているのは気が利いています。お料理はディナーコースで 8000 円とリーズナブル。奥には個室もあるので、ビジネスランチなどにも使えそうです。難点はビルの関係上 8 時半がラストオーダーと早い事。まだまだ人知れずの場所なので、カウンター席以外は予約をしなくても大丈夫だと思います。

東京都港区北青山 3-6-1 オーク表参道 2F TEL:03-6450-5116

営業時間：11：30～20：30（ラストオーダー） 無休

<http://www.kanetanaka.co.jp/restrant/sahsya/food.html>



<ランチスポット>

2. 老舗の名店「MIKAWAYA」で頂く至福のランチ

銀座 4 丁目、銀座三越本館の裏手に 60 年あまり佇む、老舗フレンチレストラン「みかわや」。銀座を代表する洋食屋で、素敵なマダムやハットをかぶられた素敵な紳士達が集うお店です。まずはドアマンが笑顔で店内に案内してくれます。内装はとてもクラシックで昔の洋館を感じさせます。メニューは子牛のカツレツやハンバーグにカレーやグラタン等、日本人にとっては永遠の洋食の定番が揃っています。ご飯にはお漬け物がついていたり、カツレツには自家製デミグラスソースや懐かしのイカリのウスターソースが付いていたり嬉しい限りです。サービスは勿論とても丁寧です。ランチはアラカルトもありますが、お値段は結構するので、5800 円のコースがおすすです。何かの記念日や大事な方とのランチには最適な場所です。非日常的な雰囲気を十分に楽しめます。要予約です。

東京都中央区銀座 4-7-12 TEL:03-3561-2006 年中無休

営業時間：11：30～21：30（L/O 20:30） <http://www.ginza-mikawaya.com/>



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。

「自由に楽しんでもらう」ための
 気配りを感じる和酒のテーマパーク



SHOP DATA>>> 横浜飲み比べ横丁
 住所：神奈川県横浜市西区北幸 1-8-2 犬山西口ビル 9 階
 関連 URL: <https://kurand.jp/yokohama-nomikurabe-yokocho>

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	★★★★★

工夫を感じる楽しいセルフサービスと
 和やかな雰囲気にも満足 調査員 I. K

都内を中心に展開している KURAND SAKE MARKET が横浜にオープンさせた「横浜飲み比べ横丁」。時間無制限の定額制、料理持ち込み可、お酒は自分で選んで自分で注ぐセルフサービスという一風変わったシステムのお店です。気が置けない友人たちと自由にゆっくり楽しみたい！と選んだセルフサービスのお店のおもてなしとは。

Point! R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

「笑顔の挨拶」「常に目配り」「飽きさせないようなタイミングのいいお声掛け」「楽しく分かりやすいPOPの工夫」等、セルフサービスにもかかわらず、接客の重要な点が満載でした。まさに今後の接客のよいお手本ですね！



下見の段階から、程よい距離感のセルフサービス

下見のため店内に入ると、すぐに笑顔で「いらっしゃいませ」とご挨拶。下見に来たことを伝えると、あれこれ聞かれず、快く「どうぞ」と手で示して自由に店内を見せてくれました。積極的な説明はないものの、目を配って待機していたスタッフに「全部料金内で飲めるの？」と聞くと、「はい。手前が日本酒、奥が焼酎、あちらに果実酒が100種類ずつ。種類は季節などで入れ替わります」とわかりやすい回答。フロアでは他のお客様とスタッフが楽しそうにお酒の話をしていて、和やかな雰囲気にも期待が膨らみます。

清潔な店内に、とにかくたくさんの楽しい手書きPOP

いざ宴会当日。入り口で料金を払い、持ってきた料理を広げて自分たちでセッティング。棚には酒器や食器が整頓されて並んでいました。カウンターや冷蔵庫は清潔で、割り箸やお水の補充も十分。足りないものがないほど色々なものが常備されています。ビールサーバーや熱燗器をはじめ、設備にはイラスト入りの説明が貼られていて一目でわかるよう工夫されていました。酒瓶にも1本1本特徴や手書きの一言コメントがついていて興味がそそられます。他にも飲み方やおすすめなど、まるで誰かと会話をしているかと錯覚するほど、店内には楽しい手書きのPOPがあふれていました。

飲みすぎ注意のお水の勧め方が絶妙。受け身ながら目配りを感じる接客

飲み始めて1時間程経った頃、「お楽しみのところ失礼します」と一升瓶を抱えたスタッフがテーブルを回ってきました。「日本酒を作る時の仕込み水をお持ちしました」と仕込み水の簡単な説明と、試飲やお水を飲むことのお勧めがありました。悪酔いしないよう水を勧めるきっかけの作り方が上手！積極的なコミュニケーションは少ないものの、冷蔵庫前でお酒を眺めていれば、「この辺がすっきり系、こちらに濁り系もありますよ」等声をかけたり、選び方を相談されたらアドバイスをしたり、常に穏やかな雰囲気スタッフ達が目を配っていて、安心して自分達のペースで楽しめる店舗でした。