

R・B・K EYE

VOL. 202

2018. JUNE

編集責任 飯嶋 薫

1. モノからコトへ

—森ビル×チームラボの新たな挑戦—

お台場の複合商業施設、パレットタウンに6月21日、森ビルデジタルアートミュージアムがオープンしました。ボーダレスのコンセプトのもと、5つの世界で構成されるミュージアムで、広さは何と10,000㎡の巨大空間に世界で初公開作品を含む50作品が展示されました。森ビルは世界の人々を惹きつける磁力ある都市空間を実現するには「文化、芸術」が不可欠と考えています。六本木ヒルズの森美術館然り、現在開発中の虎ノ門エリアの街作りも同様です。

ご招待を受け、巨大空間のデジタルアートミュージアムが複合商業施設の集客マシーンになるのかと興味津々で体験してきました。先ずは入口から一步入るとそこは暗闇のなか、めくるめく光と映像の世界、壁、天井、床、部屋の区別なく、蝶や鳥が乱舞し、花に覆われた虎や象が闊歩しています。順路らしきものはなく、幻影に引きずられながら部屋から部屋へ移動すると、突然、花が咲き乱れる丘が出現、私は数歩登って諦めましたが、子供たちは丘の上で大騒ぎです。3Dのボルダリングや人の動きに呼応するランプの森。ティーハウスで一服の茶を点てると透明なグラスの茶器に幻想的な花々が誕生します。自らお絵かきした魚が水族館の中で形を変えながら泳ぎ回る部屋は大人も子供も楽しめます。50の作品の全てが、参加し、体験し、学び、遊ぶデジタルミュージアムでした。2時間程遊び、館外へ出ましたところ軽い船酔い気分になっていましたが、ここが東京の名所になり、お台場の活性化につながることは間違いありません。

参加、体験型のモノからコトへの森ビルの挑戦にエールです。

最後に体験からの課題を数点、挙げてみましょう。

- ① 暗闇で順路がよく分からず危険
- ② 床が場所によっては斜めや坂や段差があり極めて危険
- ③ 館内の休憩スペースが不足
- ④ 入場料大人3,200円、小人1,000円（大人分は高い）

2. 国内アパレル生産1億枚割れと「JQ」の意味

アパレル製品の国内生産増の起爆剤として期待された「J∞QUALITY（JQ）」ですが、日本繊維輸入組合がまとめた2017年の国内アパレル製品（外衣・下着）の生産量は9,840万枚でついに1億枚を割り込み、国内生産の減少傾向に歯止めがかかっていないことが明らかになりました。数字は、国内生産のアパレル製品の希少性が一段と高まった、とも受けとれる内容ですが、こうした実態をどう判断したらよいのでしょうか。

「JQ」は、日本ファッション産業協議会が実施している純国産のアパレル製品、靴下、寝装寝具の認証制度です。織り編み、染色加工、縫製のすべての工程を国内で行った製品だけに認められた商品は、アパレル製品では特に、日本の主戦場である中間ゾーンの不振打開につながるの見方が支配的でした。しかし、「JQ」が本格化した昨年で見ると、国内生産回帰への効果はありませんでした。

経済のグローバル化は当たり前になり、消費者も国産か否かは購入する際の決め手にはなくなってきています。もはやアパレル製品の生産地が国内か海外か、を問題視する必要はないのかも知れません。実際、アパレル製品の輸入浸透率は97.6%ですから、消費者はアパレル製品が国

産か海外生産かは気にかけていなようです。しかも海外生産のアパレル製品の多くは「メイド・バイ・ジャパン」（日本企業による日本仕様での生産）なのですから。

しかし、アパレル製品は、人間の生存に必須の「衣食住」の「衣」であり、かつその国の文化そのものです。「衣」の日本文化は「着物」ですが、洋装にも日本の文化性が織り込まれていると思います。デザインはもちろん、素材や意匠、目には見えない生産技術の粋、全体の雰囲気を含めて国産アパレルは日本文化を体現していると言えるでしょう。

毎日、身にまとうアパレルから日本の文化が消滅したら、おそらく、その時には、真の豊かさが失われるのではないのでしょうか。国内で「衣」がまかなえない国。その国の民は幸せなのかどうか。オーバーに表現すれば、精神的な「流浪の民」の恐れが現実化しないとも限らないのではないのでしょうか。改めて、JQの意味とその役割が重いことをアパレル企業のみならず、SC（サプライ・チェーン）全体の関係者には認識してもらいたいと思います。

3. 「H&M」がパリ旗艦店でリペアサービスを開始

スウェーデン発の「H&M」がパリのラファイエット旗艦店（6層・約4650㎡）を6月20日にリニューアルオープンしました。改装の目玉は、新たにスタートするリペアサービスの提供です。商品のお直しだけでなく、刺しゅうやパッチワークなどカスタマイズサービスを行うことに加え、自宅でも気軽に修理やカスタマイズができるようにと裁縫道具のキットを販売します。4月にドイツで期間限定でテストをしていたもので、パリ旗艦店で初めて常設展開することになりました。

「H&M」はブランドステートメントとして2008年の日本上陸時には「ファッションとクオリティを最良の価格で」とうたっていましたが、その後、サステナビリティを重要キーワードとして加え、現在では、「ファッションとクオリティを最良の価格でサステナブルに」を世界で掲げるようになりました。

ファストファッションの代名詞的なブランドで、使い捨てのイメージがある「H&M」ですが、実は、ファッション・リテール企業の中では、ケリングやアディダスと並んでファッションとサステナビリティを融合させた先端的な取り組みを多く行っています。持続可能な木綿栽培を推進する団体・ベターコットンイニシアチブなどと提携した素材調達を行ったり、海洋ゴミを再利用したコレクションを発売したり、古着回収リサイクルを行ったりもしています。2030年には100%サステナブルな素材とする意欲的な目標を打ち出したりもしています。パリ旗艦店は、その意気込みの表れともいえるものです。リペアサービスを行うのは、最上階に開設するラウンジエリアで、ガラスの天井から光が差し込み、壁面を植物で覆った開放的な空間になっています。通常は1階レジ横などに設置していた古着のリサイクルステーションもここに構えることになりました。洗濯時にプラスチック繊維やビーズやスパンコールなどの付属品などが排水に紛れないように、服を入れて洗濯できるようなランドリーバッグも販売します。

パリをインスピレーション源とした特別コレクションを1階で販売したり、キッズを2フロアで展開したり、日本ではリアル店舗としては未上陸のインテリア&ホームファッションライン

「H&M ホーム」も導入するなど、見どころも多いようです。

プランタンやギャラリーラファイエットの他、ユニクロ、さらには昨年4月に「ザラ」がフランス最大規模の4000㎡の店舗をオペラガルニエ座の隣にオープンしたりもしています。激戦地で、あえて、コストパフォーマンスの悪そうなことに挑戦することで、ブランドイメージの改善を狙うのももちろんのこと、体験型コンテンツの拡充によるリアル店舗への来店促進策としても期待しているようです。

<レストランレポート>

1. オストゥ

代々木公園駅から徒歩3分の場所にある小さなイタリアンレストラン「オストゥ」。知る人ぞ知るピエモンテ料理が食べられるお店です。オーナーシェフの宮根正人さんはイタリアのピエモンテ州、ワインで知られるバローロ村の名店で5年間過ごし、帰国後この店をオープンしました。「見た目ですごく感じる様な派手さではなく、食べた時にオツと感じる料理を目指している」というシェフの言葉どおり、視覚より味覚に強く訴えてくる料理です。ここ数年流行の創作料理の綺麗さや驚きに対してこちらは、「ああやっぱり美味しい」と素直に感じられる料理。コースは手作りのフォカッチャから始まり、前菜、パスタ、メインと続いていきます。どれも心温まる料理で、サブする方もシェフも素朴で、ミシュラン1つ星の気負いは全く感じられません。16席しかない店内は落ちついていて、客層も大人です。ゆったりと静かな時間が流れていきます。普段使いにも記念日にもどちらにもぴったりのお店です。

夜のコースは7900円〜とリーズナブル。小さなお店なので要予約です。

東京都渋谷区代々木5-67-6 代々木松浦ビル1階 TEL:03-5454-8700

時間：ランチ 12:00~13:00(L/O) 土~月のみ

ディナー18:00~22:00(L/O) 土、日、祝は21:00(L/O)

水曜定休 <http://www.ostu.jp/>



<ランチスポット>

2. Hitoshinaya

毎回出張に行くたびに気になっていた、羽田空港国内線第1旅客ターミナルにあるお店「ひとしなや」。羽田空港のレストランとしては外見がスタイリッシュでとてもおしゃれ。3つの和食専門店、「あさごはん」「どんぶり」「らーめん」が一つの軒下でつながっています。料理の監修は日本料理界では有名な長島博氏、空間設計は海外でも多くの受賞歴を持つ建築家の松井亮氏。3軒の共通点は和食の基本である「だし」にこだわっている点。席に着くとお茶代わりにだし汁をだしてくれます。「あさごはん」では「鮭膳」「白粥」「肉膳」の3種類から選べます。一汁五菜の御膳は野菜中心に身体に優しいものばかり。そしてどれもとても美味しく大満足。お値段も1000円前後ととてもリーズナブル。朝早くからオープンしているので、飛行機の待ち時間に、そして飛行機を降りてから立ち寄れるのも便利です。

東京都大田区羽田空港3-3-2 羽田空港第1ターミナル2階 TEL:03-5757-8853

時間：「あさごはん」5:30~19:30(L/O)

「どんぶり」「らーめん」10:30~19:00(L/O)



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。

愛するペットのために
 より良い病院を探したい!!!



SHOP DATA>>> くじら動物病院
 住所：東京都府中市新町 1-52-1-A
 関連 URL：<http://www.fuchu-kujira.com>

おもてなし評価

総合

65点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか



大事な「わが子」の健康を預ける動物病院。
 ドクターとの信頼関係とは・・・by 調査員 AM

1 世帯当たりの子供の数よりも、ペットの数の方が上回った日本。動物病院の数も年々増えている。目の中に入れても痛くない程可愛い「わが子」は、残念ながら「痛い」「痒い」も言う事ができない。だから、飼い主たちは、可愛い「わが子」のために、いくつもの動物病院を回る事になる。それは、人間の病院を選ぶよりも難しい事だと私は思う。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

病院の選択は難しい。歳を重ねるとつくづく実感する。大病院は早くからCSに着手していたと思うが、人によつての格差が著しい。人としてのモラルとして考えてもらいたい。



動物病院選びは本当に難しい。
 ホームドクターはいずこに・・・

生後 45 日の子猫を飼い始めたのは、17 年半前の事。最初にワクチン接種に行った病院は、こちらが無知だった事をよいことに、全く必要のないワクチンを合わせ、一度に2本を接種した。あり得ない病気を疑って治療を執拗に勧めた事もあった。以来、動物病院を転々とし、7 年掛けてようやく見つけた病院は、365 日体制でどんな時でも対応してくれ、その子の性格や体調を最優先に考えてくれ、費用も明確で安心な病院だった。こちらの都合(転居)で通う事が出来なくなってしまった時は、本当に残念でならなかった。



ようやく出逢えた信頼できるドクター
 わかりやすい説明はとても安心

転居先で「わが子」が目を患い、動物の眼科として紹介されたのが「くじら動物病院」だった。ドクターはとても若かったが、知識は豊富で、色々な症例を写真や図を使ってこちらが納得するまで説明し、その子に合った治療方法を、こちらにも選択させてくれた。診察前には必ずナースが膝をつき、動物や飼い主と目を合わせ、問診をしながらこちらの心配事を聞いてくれるのも、ありがたかった。専門は眼科だが、「専門外でも、主治医としてお願いしたい」という気持ちになった。「わが子」が大病をし、ほぼ毎日通院するようになっても、常にこちらの身になって治療してくれるのが嬉しかった。



クロージングが悪ければ、
 これまでの対応は全て帳消しに・・・

しかし、「わが子」が患者でなくなると、対応は大きく変わった。「わが子」が亡くなった事を電話で伝えるこちらに、ドクターは「そうですか」と言っただけで、お悔やみの言葉も、こちらを気遣う言葉もなく電話を切った。その対応はとても素っ気なかったが、病院で購入した薬が手つかずのまま残ってしまったので、これまでのお礼の言葉を添えて「可能であればボランティアの方に使って欲しい」と、薬を病院に送った。しかし、それに対しても未だに何の連絡もない。お勧めの動物病院を尋ねられると、いの一番にこの病院を挙げていた私だったが、今はまだ、誰かにここを勧める気には全くなれない。