

### 1. ファッションだからこそ、LGBTでも先行産業

レズビアンやゲイ、トランスジェンダーなど性的少数者の頭文字を並べた「LGBT」との共生を図る企業が増えてきました。すでにギャップジャパンではLGBTが違和感なく働いているそうですし、日本企業もビームスが今年3月に「LGBTパートナーシップ登録制度」を設け、アダストリアグループが8月1日から「LGBTに関する方針」を明文化し、LGBTへの対応を拡充するようにしました。

「ファッションとは、時代の半歩先の空気を形にしたもの」とは、森英恵さんの発言ですが、本来、時代の空気に敏感なファッション産業は、LGBTへの対応でも時代の先頭に立つことが大事だと思います。しかも、ことは人権にかかわることですから昨今、一段と重要度を増している「エシカル」（倫理的）への対応でもあるからです。

加えて、LGBTは、美的感覚に優れた人が多い、と言われていています。世界的なレベルでファッションデザイナーとして認められている人でLGBTは少なくない、と言われていましたし、ファッション業界では、そうした光景は以前から日常のものでした。「美」に関して性差は関係がないのでしょうか。一方では人手不足が深刻になっています。美的感覚に優れたLGBTは、有力な戦力だと言うべきでしょう。

さらには、その市場規模の大きさです。LGBTの消費は「レインボー消費」と呼ばれていますが、その市場規模は約6兆円との調査があります。国内百貨店売上高に匹敵する規模で、今後も拡大が予想されています。ファッション産業が果たすべき役割と商機は多いと思います。

多数派も少数派も日ごろから相互理解を深め、多様な人々と共生できる社会をつくることは企業だけでなく、私たち一人ひとりに課せられた課題でもあります。性的少数者を同じ人間として接する社会。その実現には、さまざまな制度以上に、共生が当たり前の風土をつくる努力も必要です。時間がかかるかも知れませんが、産業界の対応では、ファッション産業界こそが共生社会づくりの先頭を走るべきではないでしょうか。

### 2. 240年輝き続けるショーメの伝統と革新に触れて

三菱一号館美術館で開催中の「ショーメ時空を超える宝飾芸術の世界」を見学してきました。パリのヴァンドーム広場に軒を連ねるジュエラーの中で、ショーメはもっとも長い歴史を誇ります。ショーメ創業は1780年、モーブッサン1827年、ブシュロン1858年、ヴァンクリーフ&アペル1906年です。因みにエルメスは1837年、ルイヴィトン1854年、シャネル1910年ですから、如何にショーメの歴史が長いかが分かります。ナポレオン1世の皇妃ジョセフィーヌの御用達ジュエラーとして、ショーメは装飾芸術の傑作と称される作品を生み出してきました。今回の展示会はルーヴル美術館名誉館長のアンリ・ロワレット氏監修の下、300点が展示されています。私がショーメを見たい衝動に駆られた動機は以前、パリ出張の折、エルメス家の幹部から言われた次の一言でした。「エルメス家は現在6世です。伝統と歴史の積み重ねがブランドです」この一言は当時、ファッションビジネスの経営をしていた私にとっては強烈な一撃でした。以来、一代や二代で軽々しく、ブランドとは言えない、先ずは100年続いて世界に認められるものなのだろうと思うようになりました。そんな訳で240年に亘り、伝統を重んじ、革新性を追求し続けているショーメのブランド戦略、その現物に少しで

も触れたいとの思いで行った次第です。館内で歴史文化を背景に、時系列で作品やデザイン画の変遷を説明され、なるほどと感じた部分が多々ありました。その中で私なりに、これがショーメの生命線と感じたブランドコンセプトは以下の3点でした。

#### ① 自然を披露する

川辺や岸を散策し、野に咲く花や草、蝶や蜂等々、自然界からのアイディア。ジョセフィーヌの麦のティアラはこの自然から生まれる。

#### ② 歴史と地理

水平線の彼方、地球の彼方から新たなる世界へ

1920年代はアールヌーボーの台頭と共に日本、中国等の文化芸術を取り入れ、マリーアントワネットが収集した日本の漆器から多くのアイディアが生まれる。雷電は代表作。

#### ③ 多様性と変化（トランスフォーム）

伝統×革新、独創性はコラボレーションから生まれる。

蜂と爬虫類のコラボレーション作品等。

以上ですが、これらのコンセプトはおそらくジュエリーのみならず、100年、200年と続いている世界ブランドに共通しているものではないでしょうか。それが企業DNAとなって営々と、革新しながら引き継がれていくのでしょうか。

ブランドビジネスに携わる方は是非、見て頂きたいショーメの展示会でした。

### 3. 渋谷 109 に復活の兆しあり

渋谷のランドマークの一つであり、ティーンズ・ヤング系ファッションビルとして知られる渋谷109が、再び勢いを取り戻しつつあります。その起爆剤となっているのが、「デジタル活用術」と、「若者の夢をかなえる場所」という新たに設定した館のコンセプトにあります。

渋谷109は、昨年4月、かつての東急スクエアやココチ（渋谷）、たまプラーザテラスなどを運営する東急モルズデベロップメントから独立し、運営専門会社のSHIBUYA109エンタテインメントを設立して新たなスタートを切りました。

その象徴として、4月28日には、地下2階に、ベンチャー企業のイロヤと組み、オンラインストアとリアルな売場を連動させたオムニチャンネル型売場「IMADA MARKET」（イマダマーケット）をオープンし、ビジネスモデルや、これから火が付きそうなインフルエンサーやアイドルなどをフックに商品を打ち出して話題を呼んでいます。さらに、翌月の5月には、

「SHIBUYA109 lab.」（シブヤイチマルキューラボ）を若者マーケティングや情報発信のための研究拠点としてスタート。所長に20代女性を起用し、館内でのヒアリングや、グループインタビューなども行い、リアルな若者の生態やニーズなどを発掘して施策に生かしているところ

です。最近では8月17日、LINEの動画配信サービス「LINE LIVE」（ラインライブ）を活用した、新たな商品開発プロジェクト「渋谷109商品開発部」をローンチしました。第1弾は、参加者（「ラインライブ」のアプリがあれば誰でも参加が可能）が視聴者からの応援アイテム数を競い合い、優勝（男女1人ずつ）すれば「カンゴール」の新ブランド「カンゴール リワード」とコラボ商品を作る、というオーディション型の企画です。プロモーションの支援を受けながら、公式通販サイトで11月から予約販売を行うのですが、有名になりたい人、ファッション業界で活躍したい人にとってチャンスを与える内容になっています。

90年代半ばのギャル全盛期からブームになり、2000年代半ばまで人気を誇った渋谷109ですが、ブランドの乱立や外資系ファストファッションブランドの台頭、少子化などの影響、さらには、いわゆるマルキュー系ブランドの多店舗化によるカニバリゼーションなどによって、売上高は一時期、ピーク時の6割にシユリンクしていました。再開発や東京オリンピック・パラリンピックなどで再び注目が集まる渋谷でどのような存在感を発揮していくのか、注目していきたいですね。

## <レストランレポート>

### 1. ワイン食堂「Mimet」

松濤で人気の「ビストロアルル」「アルルの食堂ウルラ」のオーナーが富ヶ谷にオープンしたカフェ兼、ワイン食堂「Mimet」。このお店の名前の裏には素敵なストーリー設定があって、最初にオープンした「アルル」が長女、「ウルラ」が次女、こちらの「ミメ」は末娘。昼から夜まで終日営業。代々木公園から徒歩2分圏内ですがとてもわかりにくい場所にある、築40年の民家を改装したワイン食堂です。2階はお洋服を販売しています。閑静な住宅地にあるので静かなゆったりとした空気が流れています。アンティークの椅子や棚が並んだ店内はまるでお家にいるみたい。よくよく見ると壁や窓等至る所に猫のイラストを発見。アートディレクターの大塚いちおさんが監修されたそうです。実はこの猫にもストーリーがあってこれはミメちゃんの友達の猫ちゃん、ミメちゃんしか名前は知らないとか。こんな隠れたコンセプトが何とも言えない暖かい雰囲気を作っているのですね。ワインは自然派ワインが中心ですがレベルが高く、珍しいものも置いてあります。料理はさすが、アルルの系列だけあってどれをとっても美味しいです。「肉前菜の盛り合わせ」などワインが進んでしまうビストロメニューがずらりと勢揃い。スタッフの接客も気持ち良く、又すぐリピートしたい店。ちなみにこちらのホットケーキは絶品との噂。次回は是非試してみたいと思います。

ディナーは選ぶお酒によって値段はかなりかわりますが、1人8000円～。

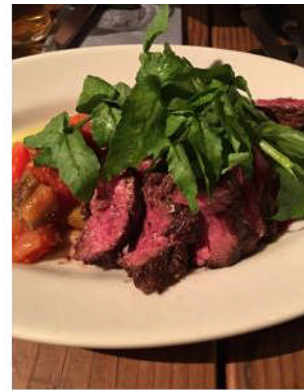
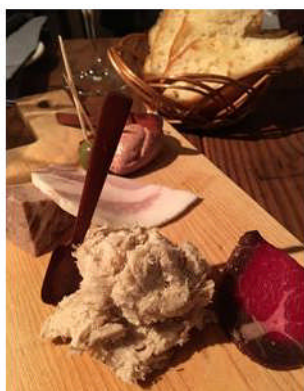
人気店なので要予約です。

東京都渋谷区富ヶ谷 1-7-6

TEL:03-5738-8241

営業時間：11：30～22：30

定休日：月曜日



## <ランチスポット>

### 2. ピザの名店「PINOCCHIO」

神戸の老舗イタリアン「ピノッキオ」。ピザが美味しいと評判の店。外観は古めかしい煉瓦作りの壁、何となく北野の異人館を思わせる佇まい。人気店で常に満席です。一番の人気メニューは「ピノッキオピザ」、ホワイトソースとモッツァレラがとろーりと溶け、たまらない美味しさです。生地には水を一切使わずにミルクだけで練り上げているので独特の風味とさくさく感が特徴です。そして、面白いのはこちらのお店では創業以来ピザ1枚ごとにナンバリングカードをつけています。ちなみに私の食べたピザは1360087枚目。つまり1962年のオープン以来この店で焼かれた枚数です。何となく感慨にひたりながら食べるピザの味はひとしおです。

ランチ時は並んでいますが、並んでも食べる価値あります。

神戸にいらっしゃる機会があれば是非お立ち寄り下さい。

ピザは1300円位～。

兵庫県神戸市中央区中山手通り 2-3-13

TEL:078-331-3330

営業時間：11：30～24：00

無休

[http://www.collodi.co.jp/pinocchio\\_top/](http://www.collodi.co.jp/pinocchio_top/)



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。

スタッフによって、あまりにも違うサービスの質に我慢できず・・・



SHOP DATA>>> コープみらいコープデリ千歳センター  
 住所：東京都世田谷区船橋 7-13-5  
 関連 URL: <http://www.coopdeli.jp/>

おもてなし評価

総合	挨拶	★★★★☆
<b>50 点</b> ★★★★☆	笑顔	★★★★☆
	パーソナルな対応	★★★★☆
	再来店したいか	★★★★☆

25 年間愛用していた宅配サービス  
 不便だけれど止めました by 調査員 Y.N

先日、25 年間続けていたコープの宅配サービスを退会しました。少くも不便になっても、暑い中、重い荷物を運ぶことになっても、週に 1 度憂鬱な気分になるよりましです。スタッフによってこんなにも対応が異なるものか、と思うと共に、笑顔と温かい対応の大切さが身にしみています。

**Point!** R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

宅配スタッフが、手書きのチラシを作成し、生き生きとした笑顔で会話していたことに驚いた。食の宅配は、益々進化しているが、メニュー開発だけではなく、接客対応で差別化を図ることも、今後アリなのかもしれない。



✓ 転勤先で地元の情報をくれた女性宅配スタッフとは、今年賀状交換の仲です

25 年前、転勤先の仙台で近所の方に声を掛けて頂き、一緒に始めたのがコープの宅配サービスでした。配達スタッフは女性の方で、いつも笑顔でとても親切な対応してくれました。転勤族の私に、地元の色々な情報を教えてくれ、時にはこちらが商品を収納する間に子守を引き受けてくれました。すっかりスタッフの女性と仲良くなり、毎週車の到着時にコープの曲が聞こえてくるのを、親子で楽しみにしていたものです。だから、東京に戻って来ても、迷うことなくコープに入会しました。

✓ 大量な重い荷物も笑顔で運び、手書きのチラシにも工夫アリ！

社宅時代は家族が増え、エレベーターなしの 3 階にいましたので、毎回数 10 kg の荷物を運んでもらうのが、申し訳ない気持ちでしたが、「それが私たちの仕事ですから、お気遣いなく、どんどん注文してください」と、いつも元気な笑顔で言ってくれました。また、急用で配達日に留守にしなければならなかった時も、嫌な顔一つせず、臨機応変な対応してくれました。毎回箱に入れてある手書きのチラシには、お勧め商品以外にスタッフの家族の話、行事の話等が盛り込まれ、スタッフの人柄や仕事への熱意も感じられ、読むのがとても楽しみでした。

✓ いつも不機嫌、ため息をつきながら配達するスタッフに替わり、毎回憂鬱な気分にならず・・・

これまでのスタッフは、全員 100 点満点の対応でした。ところが、スタッフが事故で大けがをし、事務職に異動する事になり、新しいスタッフに替わってしまいました。すると、配達時間が予定より大幅に遅れる事が多く、荷物の扱いも雑。しかも笑顔なし、温かみもない対応で、たまに口を開けば、「暑い日の重い箱(飲料水等)を運ぶのが嫌だ」と言って、不機嫌そうにため息をつく始末。毎週の配達日が憂鬱になり、退会の連絡を入れる事にしました。電話口の担当者は、これまでのお礼の言葉もなく、退会理由も聞かず、淡々と事務手続きを進めました。(残念ですが、最後の 2 名の対応は、0 点を付けざるを得ません)