

1. 伊藤忠、「商いの次世代化」は原料起点モデル

伊藤忠商事は、大手総合商社でありながら、繊維ファッション業界でも中心的プレーヤーとして存在し続けています。環境の世紀である21世紀に、さらに成長するために「商いの次世代化」を目指していますが、繊維ファッション分野では、その方向性が見えてきました。「環境配慮型原料を起点にグローバルリテラーまでのバリューチェーンを構築する」というものです。

同社の祖業は繊維です。財閥系のほか、元々は繊維が祖業だった同業他社が資源や機械金属、食料、金融などに事業領域をシフトする中で繊維事業を縮小しても、伊藤忠は一貫して繊維事業を強化してきました。主力商材・ビジネスモデルを羊毛・綿花などの原料、原糸からテキスタイル、アパレル製品OEM・ODM、ブランドビジネスへと時代の変化の中で軸足を移して成長を維持してきました。

現状は、ブランドビジネスが収益の柱ですが「次の一手」が求められています。もうひとつの主力事業の製品OEMも国内アパレルの低迷から成長が見込みにくくなっているのが実情です。

そうした中で「商いの次世代化」として見えてきたのが、環境配慮型素材を起点にバリューチェーンを構築してグローバルリテラーとの取り組みを強める戦略です。具体的には、フィンランドの森林業界大手メツァ・グループとセルロースファイバーのパイロットプラントを設立することで合意したのに続いて、資本、業務提携先である中国・山東如意科技集団のライクラ社買収に関連して約200億円を出資し事業に参画しました。

前者は、パルプ製造からファイバー製造まで一貫して行うことで環境配慮型社会の実現を目指すものです。後者は、高伸縮系のスパンデックス「ライクラ」、吸汗速乾ポリエステル「クールマックス」、軽量保温ポリエステル「サーモライト」を生産していますが、こうした機能素材を活用するとともに環境配慮型素材の開発も加速すると見られます。

グローバルリテラーは、環境、持続性への関心を強めています。この流れは確実に高まり、定着するでしょう。伊藤忠はそうした時代の潮流に合わせて、繊維・プラスチックリサイクルの日本環境設計にも出資しています。自前で環境配慮型素材、機能素材を確保し、世界各地にあるテキスタイル生産・縫製拠点を活用してバリューチェーンを構築する。原料まで踏み込むことで主導権をとった繊維ファッションビジネスを推進しようとの戦略が鮮明です。

時代に適応した新たな次世代型ビジネスに乗り出した伊藤忠の今後から目が離せません。

2. アトレ台北進出は好調のスタート

友人の商業施設プロデューサー和田剛氏（ブレンアンドパートナー）がアトレから依頼され企画に携わった台北の「ブリーズ南山」が1月19日にオープン。アトレはその核テナントとして出店しました。和田氏からも、出店テナントからも頗る好調と聞いておりましたので、流通未来塾の仲間と3月初旬に視察に行っていました。場所は信義地区、台北のランドマークとして有名な超高層タワー「101」の隣接地で、近隣には新光三越や誠品書店、ラグジュアリーなファッションビル等が多数集まっています。アトレは三井物産と組み、大手不動産企業「微風」ブリーズとの三社が共同出資する運営会社「Breeze atre Holding」を作りました。総経理はアトレから出向の伊藤浩平氏。同氏から詳細に施設の状況を直接伺う機会に恵まれました。地下2階から7階の9層構造で、2階から4階までをアトレが運営。ブリーズ南山全体のテナント数は208店舗で、アトレに51店舗が出店。そのうち17店舗が台湾初出店。業種別では雑貨39%、ファッション20%、食物販18%、レストラン20%、サービス2%で構成。主なテ

ナントは飲食なしの土産版ブルーボトルコーヒー（但し大人気で殆どの豆は売切れ）、東京チーズ工場、メゾンドリーファー、ダンディライオン、オニツカタイガー、ビームス、UA、ニコアソンド等々、有力テナントがよく集まりました。ビームスの2月売上が5000万円、ニコアソンドも想定以上の売上と、同行したアダストリアの木村副社長がここは凄いと感心しておりました。伊藤総経理は企画段階、テナント決定、オープン後の運営まで責任者として携わり、多くの困難もあったようですが初日に15万人の来館、その後も大盛況が続き、総経理始め、お会いする関係者の明るく活気ある笑顔が実に印象的でした。総経理に初年度売上目標をお聞きすると、自信満々にブリーズ南山全館で250億円、アトレとしては70億円と答えてくれました。台湾の商業施設は百貨店が多くSC業態が殆どありません。スローライフをコンセプトに恵比寿や吉祥寺の高感度MDを打ち出し、百貨店には出店していないテナント誘致が現地のOL、ファミリー層に受けているようです。また国民の多くが日本最良で日本のライフスタイルに憧れを抱いている点も好調の要因と考えます。良いことづくめですが、気になった点がありました。それは家賃が売上げの25%と高いことです。台湾の平均がそうらしく、人件費・内装費等が日本の6~7掛け程度なのでビジネスは成り立つとのことですが将来を考えると果たして如何なものでしょうかの疑問は残りました。アトレの次なる計画は台北駅のアトレ進出だそうです。「ブリーズ南山」での成功体験が次への挑戦への糧になることを期待しています。

尚、台湾では先行している三井不動産が既にアウトレット2か所進出し好調、ららぽーとは台南まで進出計画とのこと。今、台湾から目が離せません。

3.再上場したワールドがM&Aを連発

シリコンバレー発のカスタムオーダーシャツと、国産バッグ「ヒロフ」
昨年9月に再上場したワールドは3月、2つのM&Aを相次いで発表しました。25日に発表したのは、米国シリコンバレー発のオーダーシャツ専門ECサイト「ORIGINAL STITCH(オリジナルスティッチ)」を運営するオリジナル社の買収でした。2014年の創業で、現在では11の特許技術を駆使した独自の“カスタマイズ・プラットフォーム”を活用し、10億通りのカスタムオーダーシャツが作れるようになりました。18年12月期の売上高は193万ドル(約2億1200万円)。それまで、6.8%だった持ち株比率を60%まで引き上げて、連結子会社化しました。取得株式価格は22億円とのこと。ZOZOSUITで注目を集めたサイズ計測については、全身写真を2枚撮影して身長や体重などを入力するだけで最適な衣服のサイズを割り出せるアプリ「ボディグラム」を昨年11月にローンチしました。D2C(ダイレクト・トゥー・コンシューマー)事業に加え、百貨店や専門店などにこのプラットフォームを提供するBtoB事業も展開します。実際、日本に初めてお目見えした2015年には、コナカの「スーツセレクト」にポップアップコーナーを開設したりもしていました。ワールドはオーダースーツの新業態「アンビルト タケオキクチ」を昨年12月に立ち上げ、D2C事業に乗り出しています。自社の生産背景や物流機能と、オリジナル社のノウハウを融合させることで、早期にD2C事業を軌道に乗せたい考えです。また、現在はビジネスシャツが中心ですが、スーツやネクタイや、バッグ、布団などカテゴリーを非アパレルにまで広げることや、中国などへの事業拡大なども期待しているとのこと。さらにワールドは、日本政策投資銀行と共同で運営する投資会社W&Dインベストメントデザインに第2号案件として、1977年創業の国産バッグブランド「ヒロフ」を手がけるヒロフの株式100%を取得しました。バッグの中心価格帯は7万~8万円。全国百貨店を中心に約50店を展開し、売上高は30億~40億円、従業員数は約170人といわれています。ワールド子会社でバッグを販売するヒロコハヤシ社長の佐々木佳子氏が社長に就任。まずは業務を効率化し、手作業だった業務をシステム化したり、売上げ解析ツールを導入する一方で、販促やECもスタートする計画です。創業以来陣頭指揮を執ってきた創業社長は会長に退くことになりました。

なお、W&D インベストメントデザインは 17 年 7 月に日本初のファッション専門ファンドとして設立。投資第 1 号はユア サンクチュアリー（セレクトショップのザ シークレットクロゼットとウィメンズブランド「シクラス」を展開）で、EC をスタートしたり、パリでのショー形式でのコレクション発表なども行っていますが、軌道に乗るのはこれからになりそうです。

<レストランレポート>

1. 野菜たっぷりのベトナム料理店「ヨヨナム」

代々木公園駅から徒歩 3 分、知らなければ通り過ぎてしまいそうな、一軒家の静かな佇まい。コンセプトはフランスにあるベトナム料理店。1 階はカウンター、2 階はテーブル席と個室の小さなレストラン。家に招かれた様なリラックスできる空間でおしゃべりも弾みます。フランスのベトナム料理は辛過ぎず、優しい味なのでこちらの料理もそれにちなんだ味付け。どの料理もヘルシーで彩りが綺麗。なかでも和え麺は細麺の上にローストピーナツやパクチーやクレソンの葉野菜やもやしなど野菜が山盛りのっていて、自家製のピリ辛だれが良く合います。どの料理にも新鮮な野菜がたっぷり入っているのも嬉しい限り。お店のスタッフの接客も付かず離れずの良い感じ。お値段もとても良心的で 1 人 6000 円位〜。

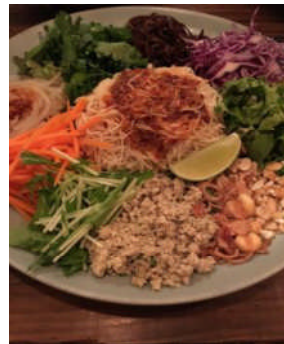
人気店なので早めの予約をお勧めします。

東京都渋谷区代々木 5-66-4 TEL: 03-6407-1545

営業時間: ランチ 12:00~14:30 (L/O14 時)

ディナー 18:00~22:30 (L/O21 時 45 分)

定休日: 火、第 1、3 水曜日



<ランチスポット>

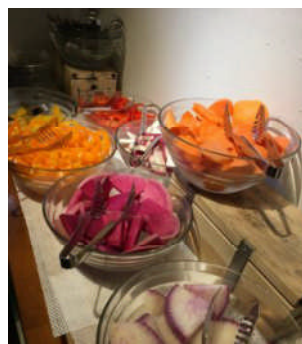
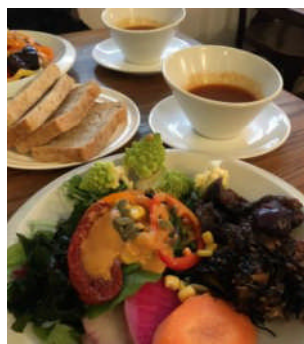
2. 野菜がおいしいヴィーガンカフェ「LONGINGHOUSE」

最近日本でも増えているヴィーガンレストラン。その 1 つがここ原宿にある「ロンギングハウス」。野菜ソムリエが全国から集めたこだわりの野菜が楽しめます。野菜のビュッフェは色とりどりで見るからに美味しそう、ハンバーグは豆と豆腐のヴィーガンバーガー。どれもこれも身体に良い物ばかり。ヴィーガン=あまり美味しくないという考えは過去の物。野菜の味はしっかり濃く、ヴィーガンバーガーはお肉を食べている様な満足感が楽しめます。店内も明るく、木のぬくもりが暖かく、居心地の良いお店です。胃が疲れている時のランチスポットとしても最適な場所。ランチは 1500 円〜と少しお高めですが、女子同士ゆっくりランチを楽しみたい時などにお勧めです。ちなみに私が行った時は女子率 100 パーセントでした。

東京都渋谷区神宮前 4-22-9 TEL: 050-5571-7846

営業時間: 11:00~19:00 (L/O18:30) サラダビュッフェのラストオーダーは 15 時

定休日: 不定休



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。

チームワークの良さを感じる
 古きよき下町の洋食店



SHOP DATA>>> ヨシカミ
 住所：東京都台東区浅草 1-41-4
 関連 URL：<http://www.yoshikami.co.jp/>

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	★★★★★
		★★★★★

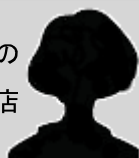
クイックサービスだけれど目配りばっちり。
 テンポがよく心地よい接客。 調査員 I.K

最近大変賑わっている観光地浅草。天ぷら・蕎麦・すき焼きなどの有名店が並ぶ中、いつも行列を作っている老舗洋食店のヨシカミ。堂々と掲げられた「うますぎて申し訳ないス！」という個性的なキャッチコピーに誘われて入ってみると、そこには各スタッフが役割を全うする、チームワーク抜群な職人集団がいました。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

飲食業界の老舗の人気店は、味だけではなく、接客にもなるほどが沢山詰まっていた。お客様を一番においた、厨房、ホール其々の持ち場でできることを、事務的ではなく、自店らしくやり続けることが素晴らしい。



待ち時間を教えてもらえるので、飽きずに待てる。

平日の12時前で、すでに10名ほどの行列。店内はあまりよく見えず、店舗のドアに「人数とお名前を店内に伝えて下さい」の張り紙が。ドアを開けると、すぐに年配のスタッフが「はい、何名様？」と声をかけてきました。人数と名前を伝えると予約表に書き込みながら「30分くらいしたら戻って来て下さいね」と。順番がきて呼ばれた時にいけばいいようなので、その間に買い物を済ませることに。30分後に戻ると程なく店内に案内されました。時間の読みの的確さにびっくり！



接客もオーダーもキッチン内もとにかく「テンポ」がいい！

名前を呼ばれて店内に入ると、すぐにスタッフ数名が「いらっしゃいませ！こちらのお席どうぞ」とニコニコ顔でご案内。オーダーしようと顔を上げると、別のスタッフが「お決まりでしたら伺いますね」と、こちらもすかさず声をかけてきました。2人分のオーダーを済ませ、ライブ感あふれるオープンキッチンの様子を見てみると、「そのシチュエはちょっとストップね。コロッケと一緒に仕上げて！」など、専門のスタッフがタイミングを合わせて提供できるようコントロールしていました。厨房内にたくさんいるコックさんたちは調理に専念し、次々とテンポよく料理を仕上げています。



下町ならではの気遣いと気さくさのバランスがちょうどよい

10分程で2人分の料理が同時に到着。「スープ熱いので気を付けて下さいね」「お水入れましょうか？」など、まめに声をかけられ、満席で混雑しているのにこちらからスタッフを探したり呼んだりすることはありませんでした。料理にも接客にも満足して立ち上がると、年配のスタッフから「ありがとうございました。お忘れ物ありませんように」と伝票を渡され、続いて「行ってらっしゃい！どうもね〜」と明るく元気な挨拶が。後の用事が観光にしても仕事にしても「行ってきます！」と気分よく向かえそうな気分になりました。親しみやすい言葉遣いと、さりげない気遣いは、さすが下町の老舗！