

1. 米国「TJX」の流れが日本にも

ーワールドがオフプライスストアを開業ー

ワールドと大手コンサルタント会社のゴードン、ブラザーズジャパンが埼玉にオフプライスストア「アンドブリッジ」を開業しました。

百貨店やセレクトショップ等で扱う60ブランドの衣料や雑貨をワールドと他社から調達し、定価の5割から7割安で販売。アウトレットより割安とのこと。業界的にはアパレル業界の余剰在庫、廃棄ロスを減らす一手となるか注目されています。米国ではオフプライスの最大手「TJX」がメインの「T.J.Maxx」始め、姉妹店の「マーシャルズ」等、グループで4,300店舗、売上げ規模は4兆円を越す巨大な小売ビジネスに成長しています。北米中心に9か国で展開。同社には800人の目利きバイヤーがいて大手百貨店の仕入れ先や、アパレル、靴、バッグ、ホーム関連等々の余剰在庫を安値で買い取り、定価の5割から7割安で販売します。ラルフローレン定番のボタンダウンシャツやポロシャツ等、「TJX」への販売を想定し、生産しています。正価で販売している百貨店は勝てるわけがありません。同社の顧客は、買い物慣れした、目の肥えた買い物客で、宝物探しのような感覚で自分に合ったものをお値打ち価格で買います。1982年設立で前年比割れは何と1回だけというから驚きます。従って株価上昇率も2018年16%、2019年18%と、超優良企業です。米国オフプライス業界は第一位の「TJX」始め、「ロス、ストアーズ」「バーリントン」等、上位3社は好調です。また、ラグジュアリーのオフプライスで日本人にも人気のNYセンチュリー21も事業規模を拡大する計画です。この夏、「マーシャルズ」がハワイのアラモアナSCに出店し、彼らが出店しているパワーセンターから、退店が続くSCへ出店の流れも加速しそうです。これらのオフプライスの流れが日本に参入することは間違いないでしょう。日本の過剰在庫は20億枚とか言われ、SDGsの見地からも社会問題になっています。今回のワールドオフプライスストア「アンドブリッジ」は業界に一石を投じましたが、本来、在庫処分であるべきアウトレットモールは相変わらず好調で、テナントは売れるがために施策として専用商品（プロパー）を作り、更にEコマースの専用商品、倉庫化も加わり、過剰在庫問題の解決の見通しは、残念ながら一部を除いて立っていません。これが日本の現状です。この状況を打破する一つの手段はオフプライスストアです。

2. アパレル販売員の多くが望む「給与アップで仕事継続」

CS（消費者満足）からES（従業員満足）へ。あるいはCSもESも、といったところでしょうか。人手不足、働き方改革の潮流を背景に、収益向上のためにも従業員の士気を高めることが企業活動の重要な課題になっている中、ファッションビジネスの第一線に立つアパレル販売員の意識調査から見たものは「給与の少なさ」であることがわかりました。

この調査は、総合人事・人財サービスのアデコが今年7月にネットで実施。アパレル販売員として1年以上勤務の20-30代の男女400人から回答を得たものです。

アパレル販売の仕事は、ファッションが好きの人には向いているものの、給与は低く、勤務時間が長く休日も少ない。加えて、立ち仕事で肉体的にも厳しい、との負のイメージがありますが、実際、働いている人の意識はどうなのでしょう。

調査によると、巷間、伝えられるイメージを裏付ける結果になっています。「今後もアパレルの仕事が続けたい」という人は75・5%。多くの販売員が続けたいと思っています。しかし、それには条件があります。このうち78・8%が「条件が合えば続けたい」と答えています。理由は「給与が低いから」が最も多く68・9%、次いで「休日が少ない／希望が合わない」が42・0%、「勤務スケジュールや休日が不規則だから」の40・3%となっています。年収は、「200万円台」が最も多くて42・5%。次いで「300万円台」が25・5%、「100万円台」が13・0%、「400万円台」が10・8%となっています。

この結果から見えるものは、アパレル販売員は「給与が上がれば仕事を続けたい」と思っている人が多いという現実です。その一方で、こんな意識も注目されます。アパレルの仕事をしている理由では「ファッションが好きだから」が最も多くて62・5%。「接客の仕事が好きだから」も44・5%です。ファッションが好き、接客も好きな人が多いとの調査結果には胸をなでおろす経営陣も少なくないのではないのでしょうか。ただし、「給与が上がれば…」ですが。ちょっと意外だったのは、仕事にやりがいを感じる時の質問の答えです。「店舗全体の売上げが伸びた時／目標を達成した時」が68・0%と最も高い結果となっています。個人の成績もさることながら「チーム全体の成績」達成にやりがいを感じる人が多いことは、日本人の美德というべきでしょうか。

3. 三井不動産が「コレド室町テラス」を開業

核店舗は「誠品生活」で日台文化を提案、食も充実

三井不動産が9月27日、本拠地である日本橋に、物販とオフィスを融合した新たな複合商業ビル「コレド（CORED）室町テラス」をオープンしました。台湾発の「誠品生活」の日本1号店を核テナントに、書籍や雑貨、食物販や飲食を集積しているのが特徴です。

施設の規模は、地下3階～地上26階で、延べ床面積は16万8000㎡。うち、商業エリアは地下1階～地上2階の約6000㎡で、5～25階がオフィスフロアとなっています。1階のエントランス前には、大規模なガラスの屋根付きの広場（約1500㎡）や大ビジョンを配し、憩いの場やイベントスペースとして活用できるようにしています。

注目の「誠品生活日本橋」は2階のワンフロア（約2871㎡）を使用します。運営するのは有隣堂です。今回の日本上陸にあたり、誠品生活が61%、三井不動産が39%を出資する合弁会社・誠品生活MFを設立し、ライセンス所有会社として機能。店舗展開はライセンシーを募って展開するもので、三井が開発した日比谷ミッドタウンでもライフスタイル提案型書籍ストアを運営する有隣堂が第一号ライセンシーとして手がけることになりました。

実際の売り場は、「書籍」「文具」「セレクト物販・ワークショップ」「食物販・レストラン」の全4ゾーンで構成します。「誠品書店」（ブックストア）や「誠品文具」（ステーションナリー）、「誠品生活市集」（マーケットプレイス）に加えて、台湾発と日本発のテナントを多く集積しています。

台湾発ではデザイン系ブランドを発掘・運営してきたインキュベーションプロジェクト「エクスポ」や、台湾の松山店でも人気の吹きガラス体験工房、老舗茶店「王徳傳」や、日本のハンドメイドマーケットプレイス「クリーマ（Creema）」のリアル店舗、台湾発の料理店「富錦樹台菜香檳（フージンツリー）」やタピオカを中心としたティースタンド「ジ アレイ（THE ALLEY）」、香水店や天然コスメなど。

日本からは、全国のファクトリーブランドの良品を集めた「十貨店」、大阪発の注染手ぬぐい屋「にじゆら」、メタル製品のギフト&ワークショップ「メタマテ」、サードウェーブの人気スペシャリティコーヒー専門店「猿田彦珈琲」などが出店。文化の香りが感じられるフロアとなっている。「誠品生活」は年5000回のイベントを実施することでも知られており、日本橋店でも多くの体験型のコンテンツを仕込んでいます。

1階では、食物販も多く、2階の雑貨と合わせて「手土産」や「ギフト」の注目ショッピングスポットになりそうです。飲食はどこも「安くはないけれどもリーズナブル」と思わせる専門

店がずらり。オフィスワーカーや海外からのインバウンド客が雰囲気も合わせて気軽に楽しめるしつらえになっていました。

三井不動産が2010年から再開発に取り組んできた日本橋・室町エリアですが、日本橋の橋の上にかかっていた首都高速道路の地下化も計画されており、日本橋は2020の後もさらに開発が進みます。イースト東京（東・東京）も注目される中で、三井不動産が小型路面店をリノベーションしてスタートアップ系の企業やブランドに提供するなど、新しい街づくりの形もできつつあります。今後も注目していきたいですね。

<おすすめチャイニーズカフェ>

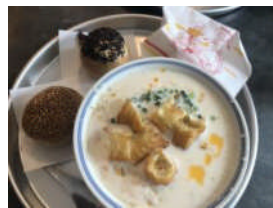
1. 東京豆漿生活

都内初の豆花専門店『東京豆花工房』の姉妹店として、今年3月にオープンしたのが台湾式朝ごはん専門店『東京豆漿生活』。オーナーの田邊さんの奥様が台湾人ということもあり、お店を始める前の会社員時代からいずれは台湾と関わりのある仕事をしたいと考えていたそう。最初に始めたのがたまたま豆花（トウファ）だったそう。台湾では、朝の5時、6時から朝ごはん屋さんが開いていて、みんなしっかり朝ごはんを食べるそう。でも東京には、朝早くからやっていて朝食が食べられるようなお店がほとんどないため、日本でも朝食が食べられるお店があったらという思いからスタートした同店。一番人気という「鹹豆漿（豆乳スープ）」は間違いなく美味しさなので、ぜひ一度食べてみてほしい。ちなみに、連休初日の土曜日は朝から2時間待ちだったそうで、豆漿がますます人気になるのは間違いなく。

東京都品川区西五反田 1-20-3 MKYビル 1F TEL:03-6417-0335

時間：月～土：8:00～14:00（売り切れ時は閉店） 定休日：日曜

Instagram:@tokyomamehana



2. ティーサロンチャユー

新宿高島屋6階にあるティーサロン「チャユー」はゆったりとランチを頂くのに最適な場所です。「お茶を通して語り合う」がこちらのお店のコンセプト、店の入口には茶器や様々なお茶が販売されています。店内はほぼ100パーセント女性客、しかもお1人でゆっくりとランチをなさっている素敵なマダムが沢山いらっしゃいます。東洋と西洋の融合が反映されているランチは水餃子やヌードルがあるかと思えば、茶葉カレーやクスクスがあたりと、少し不思議なメニューですが、お茶に合うお食事と考えると合点が行きます。身体に良いもの、ウエルビーイングの基本的な考えとしてあるので、食事は身体に優しく、健康に良い感じ。デザートも充実しているので、お茶スポットとしても使えます。ランチは1500円前後。

東京都渋谷区千駄ヶ谷 5-24-2 高島屋新宿店6階 TEL:03-5361-1380

営業時間：日～木 10:00～20:00 金～土 10:00～20:30

定休日：高島屋に準ずる <https://chayu.net/>



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。

スタッフの対応はやや素っ気ないけど
 コスパ最高すぎる地元密着型銭湯



SHOP DATA>>> アクア東中野

住所：東京都中野区東中野 4-9-22

関連 URL: <http://www.1010.or.jp/map/item/item-cnt-360>

おもてなし評価

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

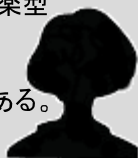
NHKのサウナを紹介するドラマに触発され、近所の銭湯でサウナデビュー by 調査員 AS

サウナ＝おじさんのイメージがあるが、最近では本家北欧のスタイルや内装、室内着などをおしゃれに取り入れたところもあり、女性にもじわじわと人気が高まっているとか。いつかそんなサウナでスマートに振る舞えるよう、ドラマで覚えたサウナのたしなみを試すべく、まずはハードル低めの地元の銭湯でサウナデビューをしてみた。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

「銭湯」は、特に男性ファンが多く、各地の銭湯巡りをする人もいるという。今や1日過ごせる娯楽型大浴場、ビジネスホテルも大浴場付が人気。お風呂という文化は益々発展していく兆しがある。今後、接客スタイルも多様化していくだろう。



愛想がいいのか悪いのか。

受付の対応は初見の客には冷ややかに感じる

マンションの1階という珍しい立地は興味がなければスルーしそうだが、口コミ等をしっかりチェックして行った私はすぐにその場所を発見する事ができた。入口には館内の写真がパネルで展示され、営業時間や休館日の案内も表示されていた。正直、手書きのものも多くごちゃついた印象だが、知りたい情報なのでまあよしいところ。入店すると男湯と女湯の入口の間にあるカウンターのスタッフから「いらっしゃいませ」と挨拶があった。笑顔はなく、「初めて利用する」「サウナを利用したい」と話を切り出しても、淡々と料金の説明をするだけだった。ただ、「サウナってどのタイミングで入るもの？」と相談すると、「私は入浴して体を温めてから入ると汗が出やすい」と教えてくれた。スタッフにとっては当然の知識なのだろう、なんでそんな事聞くの？といった不思議そうな表情の対応だったが、初心者の中には貴重な情報だった。



露天プールが至福のリラクゼーション!

4種の湯船は、露天風呂が日替わり

浴場は結構混んではいたが、シャワーは数か所空いていてほっとした。まずは体を洗い、一番空いていたジェットバスに入り、スタッフから教えてもらったように体を温めてからいざサウナ室に。12分計とテレビを交互に見ながらなんとか耐えることができた。サウナの後は水風呂というが、ここにはミニプールがあるから嬉しい。ほんの数秒水風呂につかってすぐに露天風呂の横のプールへ。外気と程よい軟水の水温がとても心地よくリラックスでき、初体験前の緊張はあっという間になくなった。日替わり露天風呂の効用が書かれていたので興味深く読みながら入浴した。



初心者利用の工夫があるのもっといいが

清潔感は保たれていた

肝心のサウナ室の利用についてだが、鍵の入れ方がよく分からず最初から少しつまずき、表示があると親切なのになと思った。また、これは仕方ないが室内での座る位置にも悩んだ。サウナ利用にはバスタオルがセットになっているのだが、それを敷いて座っている人もいて、「これがツウのやり方か!？」などとひとつ勉強したりもした(笑)。ただ、環境面は清潔感が保たれ、気持ちよく利用できた。「こんにちは」などと常連客達が挨拶を交わす様子からも、愛されている銭湯なんだなと実感もできた。サウナ利用でも960円というコスパの良さも大きな魅力、来週もきっと私行ってマス!