

### 1. 第44回SC全国大会報告

恒例のSC全国大会が1月22日から24日まで開催され、延来場者が52,500人をこえ、ディベロッパー、テナント、サポート企業241社による明日へ向けたSC発展の提案・発信がなされ、大盛況のうちに閉幕しました。ディベロッパーのブースで目立ったのは、JR東日本、三井不動産、東急等に見られた模型を使った街づくりの発信でした。この流れは模型の大小を問わずSCづくりの基本となるでしょう。

今回、特筆すべきは「SCテクノフォーラム」の新設です。キャッシュレス店舗、デジタルサイネージによる販促等、AI、IT活用で未来を切り開く企業が集結し、活気ある商談の場となりました。また、3回目となる「発見マルシェ」は沖縄から北海道まで、農産物や酒、海産物、コスメ、ファッション、フードサービス等のインキュベーターが集まり、POPUPショップ導入や新規のフード業態を求めているSCの開発担当にとっては貴重な宝物探しの場となりました。

SCから元気発信、未来のSCへ向けての発信、研修を目的に開催される有料、無料セミナーは49講座開催。無料セミナーではSC&パートナーズの西山代表の「限界を迎えたSCビジネスモデルに将来はあるのか」には会場の外まで人が溢れるほど盛況でした。他、AI活用、ES、リアルとデジタル等々のセミナーも充実し、明日へ向けての良い提案になったと確信しております。最終日に行われた学生向けの業界研修イベントはSC、街づくりをテーマにしたセミナー等を開催、多くの学生にSC業界を認識してもらう機会が作れました。

最後に基調講演から私が感心し共感した講師の皆さまのキーワードを述べてみます。

建築家 隈研吾氏

10歳の時に東京オリンピック、その時代は木からコンクリートへ、66歳の今、コンクリートから木の時代へと「時代が何を求めているか」「建築は街づくり」「建築から繋がる道」「法隆寺五重塔から学ぶ」

東急会長 野本弘文氏

「楽しくなければ人は集まらない」人が集まれば必ず市が出来る、その広場から発信できる、皆の知恵を借りる「街にエンドがあってはならない、その先に、その先に」

アマゾンジャパンCEO ジャスパーチャン氏

理念「地球上でもっともお客様を大切にすること」短期的利益をもとめず、長期的評価利益を求める。豊富な品揃えをベースに高い利便性と求めやすい価格を実現。

アマゾン経営哲学指針

「誰もがリーダー」迷えばここに立ち返る。「It's Still Day One」今日から始まり。「役員構成はマーケットと同じ」女性50%。

以上、大会の報告でした。皆様のビジネスの明日への糧になれば幸いです。

### 2. 繊維産連「提言」でアジアの富裕層の攻略を

新年にふさわしいと言うべきでしょうか。紡績、合繊、テキスタイル、染色加工、縫製からアパレル産業の主要団体で構成する日本繊維産業連盟が先ほど、2030年にあるべき繊維業界への提言を取りまとめました。世界を見渡すと人口の増加、所得向上によって、アパレルなどの繊維製品の需要は拡大する。このチャンスに日本の繊維・アパレル産業も、いまこそ生かすべきだ、という内容です。

提言は、繊維産業の中でも、航空機に使われる炭素繊維などのスーパー繊維やインテリア・寝装分野などを含んだものではなく、主として衣料品を対象にしています。それによると、国内市場の衣

料品市場規模は、2015年の10兆5150億円が2030年には11兆5320億円に拡大する。一方、海外市場の市場規模は2兆5040億円が見込まれることから、合わせて14兆0360億円に増加するとしています。理由としては、国内はアッパーミドル市場の開拓効果、海外はアジアの富裕層をターゲットとした海外展開の効果をあげています。

あるべき姿としての方向性はその通りでしょう。ラグジュアリーブランド市場とH&Mやユニクロに代表される世界的なSPAチェーンとの競争に真っ向から挑んでも成功はおぼつかないでしょう。提言が示す数字の根拠がもうひとつ弱いのが難点ですが、国内外の市場で「アッパーミドル市場」を攻略するべきだとの方向は間違っていないと思います。

提言は、国内の市場規模も増えると予測していますが、人口減少、高齢化の進行は間違いないでしょうから、果たして予測通りになるのでしょうか。提言とは逆に縮小が避けられないとの見方も多い国内市場で生き残りを賭けた消耗戦を戦うのか、それとも、拡大するアジアの富裕層というフロンティアに挑むのか。いずれも、平坦な道ではありません。

日本のファッション関連企業のアジア戦略は、生産地としての活用では成功していますが、消費地としてのアジア戦略は、一部、SPAチェーンを除いて成功例がほとんど見当たりません。日本ファッションの成長戦略として「成長するアジアの消費需要を取り込む」ことはかねての目標で、実際、多くの企業が取り組み、いまでも挑戦し続けていますが…。

そうは言っても、日本繊維産業連盟の提言は、日本のファッション産業に対して、改めて、アジア戦略の重要性を突き付けたと言えるでしょう。2020年の大きな課題であることは確かです。

### 3. Eスポーツに注目

#### — ファッション業界のかかわりは？ —

今年はオリンピックイヤーで、スポーツへの注目が高まっています。ただし、高額なスポンサー企業のみが商標の使用を許されているので、アパレル・小売業が実際にオリンピックがらみで商売をするのはなかなか難しい面があります。

一方で、ファッション・スポーツ業界が新たな市場として注目すべきが、「eスポーツ」です。個人やチームで、ビデオゲームの勝敗を競うものですが、世界的な大会も多く登場し、高額な賞金などでも話題になっています。

Eスポーツ市場は、2018年時点で10億ドル（約1100億円）に達しているとのことで、ますますの成長が予想されています。しかも、日本はゲームの親和性が高いため、マーケティング&プロモーション面でも注目していくべき事象だと考えられます。チームのユニフォームを提供したり、大会をスポンサーする動きが増えています。

ちなみに、ゲーム界のスーパースターとして知られる“NINJA”ことタイラー・ブレビンス氏はプロ・ビデオゲームプレイヤーとして活躍していますが、先日、「アディダス」とシューズ分野における独占契約を結びました。

「ナイキ」はフランスの常勝チーム「Team Vitality」などのeスポーツチーム用のチームジャージやユニフォームを提供しています。さらに、中国のゲーム団体「League of Legends Pro League (LOLPL)」のうち、16のプロチームのスポンサーに就任し、ユニフォームの提供に加えて、カスタムスニーカーを提供したりもしています。

「チャンピオン」や「フットロッカー」は、eスポーツチームのブランドアパレルを小売り販売すべく、販路を広げているところです。

さらに一歩進んで、ゲームの中にファッションブランドを着用させる施策なども登場しています。ラグジュアリーブランドの筆頭である「ルイ・ヴィトン」は、ゲーム内のキャラクターに着用させる仮想アパレルのコレクションを発表。さらに、「League of Legends」の世界チャンピオンのトロフィーを収めるためのキャリングケースも作成しました。

eスポーツは、実際のプレイヤーだけでなく、それを楽しむ視聴者、ファン層も増えています。特にGenZ世代といわれる若い人々に好まれているため、ブランドにとって新しい顧客獲得のチャンスとして捉えられています。

2020年、eスポーツとファッション業界の関わりに注目したり、実際に取り組みを進めてみるのも面白いかもしれません。

## <レストラン情報>

### 1. 究極の家庭料理の和食屋「おふく」

暮れからお正月にかけて忘年会やら新年会やらが続き、胃も疲れている頃ではないでしょうか。そんな時にお勧めなのが、東急本店から代々木八幡に抜けて行く奥渋谷にある小さな和食屋さん「おふく」です。渋谷駅からも代々木公園駅からもどこの駅からも10分以上かかるという不便な立地ですが、それでも定期的に通ってしまうお店です。1階はカウンター席、2階は大きなテーブルと4人がけのテーブル席、天井が高く、和食屋というよりは何となく南国っぽい内装でなかなかおしゃれです。オリオンビールのサーバーがあったり、泡盛のボトルがずらっと並んでいたり、そこにはゆるい時間が流れています。料理に派手さはないけれど、心と身体が本当に欲している優しい味付けのものばかり。下ごしらえにじっくり時間をかけた真心のこもった家庭料理です。メニューをみると全部食べたくなるものばかりです。何を食べても本当に美味しいですが、最後のしめの土鍋ご飯は絶品なのでこれは是非召し上がってみてください。お値段はとてもリーズナブル。お酒を頂いても1人5000円〜と良心的です。

小さなお店なので予約をされる事をお勧め致します。

東京都渋谷区神山町 7-8

TEL:03-5465-7577

時間：喫茶おふく 12：00～16：00     ディナー 18：00～24：00

定休日：日曜日



### 2. GYRE にオープンした話題のランチスポット「EUREKA」

長らくリニューアルの為にクローズしていた表参道、「GYRE」4階に新しく「GYRE . FOOD」がオープンしました。料理人、野村友里がコンセプトを作り、レストランのディレクションは、「エスキス」のスーシェフとして活躍していた信太竜馬が手掛け、世界的に有名な田根剛が空間設計をになうという豪華な顔ぶれです。「循環」というテーマのもと、フロア全体、床も壁も土によって覆われています。背景には、全ては土から生まれ土に還っていくという考えがあります。緑が一杯の1000㎡のスペースには、メゾンダイニング「ユーリカ (EUREKA)」、バー「フュンクライン (funklein)」、グロスアリーショップ「イートリップソイル (eatrip soil)」、イベントスペースが一体になっています。色々なオケーションによって使い分けができるのも便利です。ここの「ユーリカ」のランチがおすすめ。グリーンに囲まれていて、天井が高く広々とした空間でのランチはとてもリラックスでき気持ちがいいです。ビジネスランチにも最適な場所です。まだメニューのチョイスは少ないですが、料理は美味しく、盛りつけもお洒落です。残念ながら、スタッフがとてもスローで気が利かないのが難点ですが、徐々に改善される事を期待します。ランチは1500円位〜。

東京都渋谷区神宮前 5-10-1 GYRE4F     TEL：03-6803-8699

時間：11：00～22：00     不定休



R・B・K おもてなし調査隊がいく /

# 今月のPATROL

[梅梅(メイメイ)金沢]

VOL.78  
2020 JANUARY

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。

## 金沢の思い出になったせつかくの絶品中華料理と接客のレベルがアンバランス



SHOP DATA>>> 梅梅 金沢

住所：石川県金沢市尾張町1-9-16

関連URL：[http://kiwa-group.co.jp/meimei\\_kanazawa/](http://kiwa-group.co.jp/meimei_kanazawa/)

### おもてなし評価

総合

挨拶

★★★★★

笑顔

★★★★★

パーソナルな対応

★★★★★

再来店したいか

★★★★★

50点

★★★★★

金沢旅行。“きときどな魚！”と決め打っていた私  
が想定外の中華に出会ってしまった by 調査員AS

古いスタイルですが、旅行前にはガイドブックを買って調べ(主にグルメ担当)をするのが大好きな私。さすが北陸の雄・金沢、きときどな魚を中心にどれもこれも魅力的！12月に漁が解禁された加能ガニを初日の夜、2日目の夜は日本酒バルなどある程度決め打ちしていたのですが、それとは別に想定外の美味しい思い出ができたのです♪

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

旅先のお楽しみ優先順位が高いのは食事！  
食への想いは壮大に広がり、日数が足りないことが悩ましい。店の入れ替わりが激しい昨今、味・接客・店舗デザイン等全ての総合力が必要だとつくづく思う。さて令和2年スタートです！



料理への期待は高まったが

スタッフのお出迎えに対する意識はやや低め

金沢旅行2日目。その日は観光名所の茶屋街を巡り、歩け歩けで江戸風情の街並みを満喫していました。そこで目に入ってきたのが「梅梅」と書かれた大きなのれん。窓ガラスから店内を覗きこむと大きな窯と吊るされた北京ダックの肉が見え、それらは非常にそそられるビジュアルなのです。その誘惑に負けた我らは、「金沢で中華だっていいじゃない！」と夜の予定を一旦リセットすることに。旅のお目当てだった魚や日本酒を差し置いて入店を決断したわけですから、勝手に、期待感は絶大です。チェーンズテイストのインテリアはとても素敵で好印象だったのですが、残念だったのは数人のスタッフがいないが、「いらっしやいませ」の挨拶がスタッフ1名からのみ。いまイチ歓迎されていない？と感じさせられ、せつかく決断した私のテンションは少々ダウンしてしまいました。



「WOW、美味しそう！」の声には

にっこりスマイルで応えて欲しい

早い時間にもかかわらずお客様が多く、人気店である事は一目瞭然でした。ふらっと入店できたのは運が良かったのですが、北京ダックは予約をしていないと時間がかかるという事で泣く泣く断念。しかーし、悲しむなかれ！立派な窯では、牛や豚のスペアリブ、丸鶏、叉焼などの塊肉も焼くという魅力的なメニューもあり、丸鶏にシフト。艶々とした美しい焼き上がりの肉を提供されたら「WOW！」自然と声が出ます！テンション上がります！その気持ちを伝えたくてスタッフの方を見ると、表情は真顔クールなのがこのお店のスタイルなのか！？いやいや、そんな時くらい笑顔で応えて欲しいものです。



料理がどんなに美味しくても

食事の楽しい雰囲気は壊されては・・・泣

丸鶏の皮はパリッと肉はジューシーで言うまでもなく、他の料理も個性がある本格中華という感じで美味でした。その後、ドリンクのお代わりのお声掛けもあり、スムーズで良い接客も受けました。ただ、もう一つ残念だった事がありました。料理がとてとても美味しかったので正直あまり思い出したくないのですが、主力スタッフが他のスタッフをたしなめる声が聞こえてきた事です。怒鳴るようなものではなかったのですが、席の位置の関係上聞こえてきました。お料理は美味しくても、現場の生々しい声は、せつかくの外食にはNG！お料理が美味しいだけに残念。もったいないなあ……