

R・B・K EYE

VOL. 222

2020 FEBRUARY

編集責任 飯嶋 薫

1. 「想定外」ではない気候変動をチャンスに

今冬も暖冬です。スキー場から雪不足の悩みが聞こえ、首都圏で生活している皮膚感覚でも暖冬だと思います。そうすると冬物の売れ行きが気になりますが、新聞報道や身近なファッション関係者の話を総合すると、今冬のコート商戦は、総じて不振だったようです。

このところ、毎年のように暖冬情報が伝わります。そのたびに思うことは、地球規模でいわゆる温暖化が現実のものになっている、ということです。国内だけでも大型台風による水害が毎年、どこかで繰り返されています。海外に目を向けるとオーストラリアや米国の森林火災のニュース映像が流れ、いずれも温暖化の影響だと伝えていきます。

「想定外」という言葉は、あの東日本大震災以降、各方面で使われるようになりました。新型コロナウイルスもそうでしょう。ちなみに広辞苑を引くと「想定」は「ある一定の状況や条件を思い描くこと」とあります。想定外は、「想定」の「外」ですから「ある一定の状況や条件を思い描くことがない」、言い換えれば「想定していなかった」ことになります。

でも、毎年のように繰り返される河川氾濫は、もはや「想定外」とは言えないでしょう。同時に、「暖冬によるコート商戦の不振」も、もはや「想定外」とは言えそうにありません。暖冬が普通になって、一方では夏が長くなっている。このことは実生活でも実感できますが、アパレル製品の企画の現場では、以前から指摘され、事実、アパレル各社は「暖冬」、「長い夏」を想定して対応してきました。暖冬は「想定」していると言えます。

しかし、現実の商売では苦戦が続いています。「想定」しているのなら、もっとうまく対応できるのではないかと。暖冬に備えた最適な MD を組むことはできないのでしょうか。言うは易く行うは難し かもしれませんが、ここは是非とも「暖冬」、「長い夏」を「想定外」とは言わない正解を導き出してもらいたいものです。

日本のアパレルファッション業界の特徴のひとつに合繊を中心とした高度な科学技術があります。であるなら、暖冬と長い夏にふさわしいアパレル製品を高機能繊維の活用で開発してもらいたいものです。気候変動をチャンスととらえて、高機能でファッションナブルなファッションを生み出すこと。世界中の消費者からも歓迎されること間違いありません。

2. メルカリで一次流通を活性化！？ データ連携で新品の購買促進と出品簡便化

「メルカリ」の登場で、「リセールバリュー」（再販価格、転売時の価格）を意識した、「新しい買い方」が台頭しています。利用者は 1500 万人、1 日の取扱高は 20 億円に届く日もあり、年間流通額は 5000 億円に達するようになりました。モノを捨てずに長く着たり、いらなくなったものは次の使い手に受け渡していくという、サステナビリティの意識の高まりも後押ししています。断捨離ブームや終活ブームもあり、最近では、若者だけでなく、高齢者の出品や購入も増えているのが特徴です。

そんな中、「自社のデータを活用して、一次流通を活性化する」ことで自社の二次流通のさらなる成長を目指すという、新たなパートナーシップを初の事業戦略説明会で打ち出しました。「個人間売買だけでなく、企業を含めた、一次流通、二次流通、ひいては日本全体の経済の活性化につなげていく」と鼻息も荒いです。メルカリによると、ユーザーは、1 日に 3~4 回もメルカリのアプリを見ているといいます。自分の出品アイテムの売れ行きを確認するだけでなく、好きなブランドを登録しておいて、出品情報をこまめにチェックするような使い方をしているということです。メルカリで買った服やコスメ、食器や家具などを、実際に着用したり使用したりすることで、潜在顧客層を開拓したり、ファンを醸成するなどして、「メルカリが新品を買う後押しをしている」というわ

けです。メルカリはユーザーの顧客データや地域データ、行動データ（閲覧、検索、クチコミなど）や購買データなどをもとに、ユーザーのインサイトを探ることができるといいます。これらのデータを大きく開放し、一次流通の商品データなどと重ねることで、さまざまな価値が生まれるというのです。しかも、一次流通のIDとメルカリのIDを連携することで、ユーザーがワンタップでメルカリに出品できるようになることも構想しています。

また、出品されたものやそのタイミングなどを計ることで、次の新商品の購買意欲や販売チャンスなどをうかがうこともできるというのです。より簡単に出品できるように、「売らない売り場」作りを推進しているマルイ新宿店を皮切りにリアル店舗を出店。撮影や出品、梱包、発送などをより身近に簡単にすることが狙いです。それ以上に、丸井とは、リアル店舗の出店に加え、マルイウェブチャネルとメルカリのデータを連携します。アパレルとは、スタッフスタートと提携し、コーディネートを見ながら商品検索が行える仕組みを導入。スタート時にはアダストリア、パル、ベイクルーズが参画します。また、最近では、メルカリで使いかけコスメなどが売れることが話題になっていますが、「アットコスメ」で知られるアイスタイルと提携します。アットコスメの口コミやリアルストア、ECなどともデータをつなぐことで、メーカーやブランドに顧客の興味関心などを把握してもらい、一次流通、二次流通ともに活性化させられると期待するものです（たとえば、気になるコスメをメルカリで試してみ、良かったら次に新品を購入する際などに有用。あるいは、二次流通で買ったものであっても、正しい使い方などを伝えるなど、ユーザーとメーカー・ブランドとの接点を生むことになると考えているようです）。

他にも、保管・梱包・発送を手がける「あとよろメルカリ便」や、ドコモショップなどに無人収集機「メルカリポスト」を設置したり、コインランドリーを撮影場所として活用することも推進していくとのこと。

ドコモと提携して、メルペイとdポイントを連携し、キャッシュレス決済の部分でもシェアを握っていきようとしています。大赤字が続いてきたメルカリですが、新たな収益モデルが本当にファッション・コスメ・流通業界を含めた経済の活性化につながるのか、注目していきたいですね。

3. 100年「つづく」ミナペルホネンの魅力とは

皆川明氏の「ミナペルホネン」の展覧会が東京都現代美術館で開催され、大盛況でした。

私は2月8日夕刻、会場へ行き、先ず驚いたのはチケットを買うのに何と50分待ちで、ミナペルホネン皆川明の人気の高さが感じられる展覧会でした。

展覧会のテーマ「つづく」という言葉の背景にはミナペルホネンが25年間にわたり、継続し続けたクリエイションをメーカー、職人、クリエイター、お客様など多様な人々とのつながりが着々と広がっている意味合いも重ねられています。更に技術や発想のひとつひとつが、次の世代に向かって発展し続ける意味合いもあるそうです。会場のレイアウト内装は今を時めく空間デザイナーの田根剛氏が監修し、皆川明の世界感を見事に演出しています。

展覧会の構成はものづくりの営みを8つのテーマに分け、ものづくりに在る「つづく」と人の心に繋がる「つづく」を様々な視点から展示しています。私が取り分け、関心を抱いた構成のいくつかを紹介します。

「実」タンバリン、ミナペルホネンを代表する刺繍柄のタンバリンに焦点を当て、一つのデザインが生まれてから、生地になり、洋服やインテリアなど様々なプロダクトに展開。

「空」皆川明が初めて100年つづくブランドという想いで始めた活動のインタビュー映像。

「土」洋服と記憶、何年にもわたり、その人の人生に寄り添い、ともに時を重ね、使い手の人生の一部になっている服。お客様個人が所有している愛用品15点を彼らが語る服とのエピソードと共に紹介。この「土」のコーナーは服が亡き母との思い出等、人生の節目に記憶に刻まれる様子が見られ、ひとりひとりのエピソードに心が温まりました。

また、会場出口付近にミナペルホネンならではの告知がありました。そこには青山スパイラルのC A L L（ミナペルホネンの世界観が一杯のインテリアから食までのセレクトショップ）のスタッフ採用のメッセージでした。「100歳でも心が健康な人どうぞ」。実際、同店には70歳を遙かに超えた知見ありミナペルホネン大好きな素敵なスタッフが何人もいます。ブランドビジネスのあるべき姿がここに見られます。皆さんどうぞC A L Lに行ってみてください。ブランドの見方が変わります。

<レストラン情報>

1. 野菜の魅力溢れるイタリアン「erba da nakahigashi」

野菜が主役のイタリアンレストラン「エルバ ダ ナカヒガシ」。「エルバ」はイタリア語で「草」の意味。「全ての食材が季節の野菜を堪能出来る為に存在する」というコンセプトに基づき、コース料理にはふんだんに野菜が使われています。中東シェフは京都の名店ミシュラン2つ星「草食なかひがし」の店主を父に持ち、13歳にしてイタリアンの美味しさに開眼し、18歳で渡伊し、数々の店で修業を積み帰国。自ら山や畑に出かけ野菜を取って来て、余すところなく料理に使っていく。基本は地産地消。スペシャリテの「ミネストローネ」は15種類の野菜入り。うまみがたっぷり残るくず野菜をサイフォンを使い、野菜の旨味と香りを加えたブロードをかけて頂きます。力強い野菜の味が何とも言えない美味しさです。斬新なプレゼンテーション、火入れ、味つけ、盛りつけ全てが洗練されています。ワインのお値段はそこそこしますが良いものを揃えています。店内はこじんまりしていて落ち着いた空間です。とても居心地がよく素敵な時間を過ごせます。オープンキッチンのカウンター席、半個室、個室があるので色々な場面で使い分けができるのも便利です。コースは「地野菜で季節を感じるコース」12000円と「地野菜と高級食材で季節を愉しむコース」15000円、要予約です。

東京都港区西麻布 4-4-16 NISHIAZABU4416 B1 TEL:03-5467-0560

営業時間：17：00～20：30（LO）

定休日：日曜日 年末年始 お盆時期

<https://www.erbadanakahigashi.com/>



2. 銀座の和カフェ「福祿寿」

銀座の和カフェ「福祿寿」。カウンターとテーブル席の小さなお店です。和のスイーツが美味しく評判のお店ですが、こちらが昨年からはランチ時に鯛茶漬を始めました。これもなかなかの味わいです。まずはゴマだれに漬けた鯛を白いご飯の上にのせていただき、残りを鯛茶漬けでいただきます。しっかりしたゴマだれの味が何とも言えない美味しさです。セットでコーヒーか抹茶ソフトクリームが選べるのですが、ソフトクリームは抹茶の味が濃厚で甘過ぎず、大人の味。こちらも癖になる味です。小さなお店ですが、落ち着いた店内は銀座の喧噪を忘れさせてくれて、1人でも気軽に入れる気持ちのいい店です。

鯛茶漬1200円。セットで1500円というリーズナブルなお値段も魅力です。

東京都中央区銀座 2-8-8 TEL:03-5524-3377

営業時間：11:00～19:00 定休日：不定休



R・B・K おもてなし調査隊がいく／

今月のPATROL

[MRJ ミュージアム]

VOL.79

2020 February

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。

大人の工場見学の最高峰。 おもてなしも最高峰？



SHOP DATA>>> MRJ ミュージアム
住所：愛知県西春日井郡豊山町大字豊場林先 1
URL：<https://www.mrj.jp/expertise/museum/mrj/>

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 ★★★★★☆

国産初の旅客ジェット機を間近に見られるチャンスにワクワクしていたのに…。 by 調査員 T.O

商用化に向け開発・製造中の国産初旅客ジェット機の最終組立工場に併設された 2017 年オープンミュージアム。最先端技術を体感し、製造作業を見学できる完全予約制のガイドツアーに遅れてはならないと、慌てて乗車した市営バスで車酔いになり、体調不良のままガイドツアーに参加することになってしまった…

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

2月はコロナ問題で日々厳しい状態が続いている。マスク着用の接客対応が必然になっているゆえ接客は難しい。お客様に対する感謝を伝える手段は色々ある。基本の徹底と情報を全員で共有することが重要である。



時節柄、マスク着用で、スタッフの表情はわからないけれど声のトーンが明るい！

スーツケースを転がしながら施設の2階にある受付カウンターへ ーのラインが入った清潔感のある制服をまとった女性スタッフ2人が丁寧な挨拶でお出迎え。時節柄、マスクを着用しているため表情は見えないが、努めて声のトーンは明るくしているのが感じられた。完全予約制のためスムーズな対応は想定内だが、こちらが尋ねるまでもなく、「お荷物をお預かりいたしましょうか？」のお声かけ。他の見学客と共に待合スペースに案内され、見学フロアまで乗車する小型バスの到着を待つことに。



「おつらくありませんか？」

ツアーアテンダントからのお声かけにびっくり。

見学フロアに到着すると数名のスタッフが深いお辞儀とともににお出迎え。まず、ツアーアテンダントの男性からマスク着用のお詫びが。キー局の新人アナウンサーばりの爽やかな容姿や明瞭で柔らかな語り口は、最先端技術を誇る企業のミュージアムにふさわしいと感じた。冷たいものが飲みたくなり、出発直前に自販機に向かってると、タッチパネル式自販機に手間取る参加者が多いからだろう、女性スタッフが追いかけてきて手助けしてくれた。「直前にすみません。バスに酔ってしまったもので…」と言った私の一言をこの女性スタッフは聞き逃していなかった！



終わり良ければ…

気遣いある写真撮影の最高のお見送り！

3つ目のブロックを退出する、その時だった。私達を待ち構えていたアテンダントから「体調、大丈夫でしょうか？おつらい場合は、いつでもお声がけください」というやさしい気づかいが。ツアー開始以降、スタッフ同士が顔を合わせる機会にはなかったはずなので、インカムを使って情報共有してくれていたらしい。次のブロックでは、なんと椅子を持ってきてくれた。終了後、アテンダントは残りジェット機の展示パネル前で記念撮影のお声掛け。立ち位置や映えるポーズのアドバイスをし、参加客一組一組に丁寧にに対応してくれた。具合が悪かったはずの私も笑顔でミュージアムを後にした。