

# R・B・K EYE

VOL. 226

2020 JUNE

編集責任 飯嶋 薫

## 1. 国産マスク「いつか来た道」の回避は差別化

コロナ禍は落ち着きを取り戻しつつありますが、第2波、第3波の恐れがあり、コロナとの共存社会が続きます。そんな中、マスクは必需品中の必需品になっており、政府も国産マスク生産を支援しています。しかし、過度の輸入依存でなく、国内での安定生産を確保した供給体制がつかれるのか。過度の輸入依存という「いつか来た道」を繰り返すのでしょうか。ここは何としても安定的な国内生産体制を確立してもらいたいものです。

コロナとの共存が避けられない今、繊維ファッション産業に限らず、すべての産業、企業が大きな打撃を被っています。その一方では、「ウイズコロナ」社会の必需品である繊維製品とファッション製品の安定供給が求められています。特に、前者は命を守る必需品であるマスクが筆頭格です。マスクは一時、供給不足と需要の激増で品不足状態に陥りました。最近、中国製の供給も増え、店頭価格は急落しています。

そうした中でマスクの生産に乗り出す企業が続出しています。繊維産地の多くの企業もマスク生産を手掛けています。桐生産地では30社を超す繊維企業がマスク生産を開始しているそうです。異業種の参入も増えています。政府の支援で新しい生産設備を導入した中小企業もあると報じられています。ネット通販のサイトをのぞくとファッションブルなマスクが目につきます。国産マスクの供給が増えることは、国民にとって、安心材料の一つであることは確かです。しかし、懸念されることは、生産が回復している中国製との価格競争に敗れ、撤退に追い込まれないか、ということです。そうならないためには、ファッション衣料もそうですが、価格競争ではなく「品質」や「機能」、「風合い」といった付加価値を付与したマスクで勝負することでしょう。「ファッション性」もその一つです。

価格競争に敗れて国内生産が縮小し、大量に流入した輸入品が市場シェアを占有する構図。まさに「いつか来た道」です。輸入品と国産品が適度なバランスで市場に出回るように、マスク生産者には「付加価値の高いマスク」で存在感を発揮してもらいたいものです。ファッション製品も同様です。「ウイズコロナ」で必要とされる繊維・ファッション企業の使命だと思えます。

## 2. 至極のレザーシューメーカー

### 浪速の靴メーカー3代目の熱い挑戦

京阪電鉄常務の上野さんからハンドメイドで素晴らしいスニーカーを作る若手経営者がいるので是非紹介したいとの話があり、コロナ自粛解除の19日に同氏に案内して頂き、大阪市浪速区で半世紀続く、婦人革靴の(株)インターナショナルシューズを訪問しました。ファクトリエや銀座かねまつのおEMメーカーだった同社がスニーカー「bright way」を世に出すことになったのは、上田誠一郎専務(3代目32歳)の日本人に合うスニーカーへの強い思いからでした。初対面の印象は爽やか笑顔で長身ハンサム、ライトグレーのスーツにスニーカーがよく似合う好青年でした。後で話を聞くと、ガンバユースでサッカー、大学時代は水泳部で活躍、卒業後は「銀座かねまつ」で修業とのこと、成る程と納得した次第です。5年の修行を経て、後継ぎとして浪速に戻り、入社して感じたことは、黙々と一生懸命にものづくりに励んでいる職人(高度な技術をもった)に何故、陽が当たらないのかという点と、世の中のレザーシューメーカーが日本人に合うものが何故ないのかという点だったそうです。そこでものづくりを通じて関わる全ての人が豊かになれる世界を目指して、それをALL OSAKA MADEで挑戦しようと事業部を立ち上げました。シンプルで上品、快適な履き心地でコスパ良いもの、皮革の街、浪速のネットワークと自社の高い技術力のある職人

とチームを組み、ブランド名を「bright way」としました。コンセプトは以下の3点です。

① 「研ぎ澄まされたミニマリズム」

長く愛されるプロダクトをつくる。時を超え、世代を超えて愛されるものづくり

② 「厳選された良質な国産素材と卓越した技術力」

姫路の信頼できるタンナーの素材、踵の内側のソールカウンター（通常プラスチック使用）に良質の皮革使用、木型開発、ハンドメイドで人にやさしい、履き心地良い靴作り

③ 「ALL OSAKA MADE」

皮革の街、浪花区、半世紀にわたる先人達の哲学、技術を守り、受け継ぎ、新たな形で次世代へ継承し社会貢献を目指す

以上3点の軸をしっかりと守り、試着会からネットで販売、理解して頂けるお客様にはクラウドファンディング形式で販売し、受注生産を基本としている点もサステナビリティです。現状は縦勢15名の社員で婦人革靴OEMとスニーカー作りをしていますので、スニーカーの生産量は月間200足、年間2500足です。予約試着会をやると即、目標達成だそうです。このクオリティで28,600円のコスパは最高でしょう。イタリアのコモンプロジェクトのスニーカーの半額です。メンズファッションにも精通している京阪の流通部門TOPの上野さんが絶賛している意味がよく分かった嬉しい訪問でした。勿論、私もオーダーしました。

分かってくれるお客様へ量を求めず一点ずつを大切に、三代目上田誠一郎さんにエールです。

### 3. ハニーズに続き、ストライプも中国撤退

今後は新しいビジネス様式が求められそう

画期的なワクチンや薬剤が開発されるまで、新型コロナウイルスの感染拡大防止を意識した「新しい生活様式」が求められています。経済活動も少しずつ戻ってきていますが、ファッション・アパレル業界は引き続き厳しい状況が続くそうです。

そんな中、中国市場からも、その厳しさが伝わるニュースが飛び込んできました。「アースミュージック&エコロジー」を擁するストライプインターナショナルが、中国市場から撤退することを決めました。将来の中国市場本格進出を目指して、その橋頭保として2004年に台湾から進出を開始し、2011年に中国本土に進出。当初から1000億円構想を掲げていましたが、尖閣諸島問題による日本ブランド熱のスローダウンや、森ガール人気の失速などもあり、苦戦が伝えられるようになりました。

若者向けの日本ブランドを中心に集めたセレクト業態での出店や、アリババと組んでデータドリブン、デジタルとリアル融合などを掲げたニューリテイル戦略を打ち出しました。競合の激化や、中国経済の成長率の鈍化などがある中で、ようやく損益がブレークイーブンに近づき、これから回収に入る、というタイミングでのコロナ禍もあり、TMALL（天猫モール）やJD.com（京東）などに出店していたオンライン旗艦店や、リアル店舗をすべて閉じて、6月末までに中国市場から撤退することになりました。2017年度に1億元（約17億円）だった売上高を、10年後には100億元（約1700億円）に急成長させるという、さらに意欲的な目標を掲げていたのに、とん挫してしまいました。

中国市場では、2018年に一時期600店舗を展開していた日本の「ハニーズ」をはじめ、英国の「トップショップ」と「ニュールック」が撤退。2019年には米国の「フォーエバー21」、今年に入り、ギャップ傘下の「オールドネイビー」と香港の「エスプリ」が事業を終了。直近では、英国の「スーパードライ〜極度乾燥（しなさい）」も7月末をめどに撤退することが伝えられています。

中国で成功しているのは「ユニクロ」と「MUJI」（無印良品）だけだといわれていますが、少なくとも、経済成長率が高く、しかも、マーケットが大きいのは、日本よりも中国です。日系デベロッパーの方々とタッグを組んだ現地展開や、越境ECなど、本格的に「新しいビジネス様式」での中国攻略法を構築することが待たれています。

## <レストラン情報>

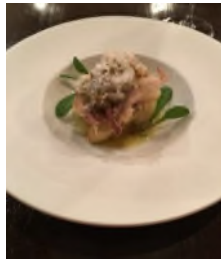
### 1. ムッシュヨースケ

中目黒の駅から山手通りを池尻大橋に向かって歩く事15分。小洒落たフレンチレストラン「ムッシュヨースケ」があります。カウンターとテーブル席のビストロタイプのカジュアルなお店ですが、味はしっかり一流です。どこの駅からも行きにくい立地ですが、いつも常連客で賑わっています。それもそのはず、料理のセンスが抜群です。野菜のタルタルやテリーヌなど、ヘルシーで繊細な味付けの前菜から始まり、牛、鴨、豚などのがっしり系のお肉、シメはこちらの名物カレーというのが常連さんの食べ方です。フレンチのシメにカレーという奇想天外な発想ですが、こちらのカレーは味がぎゅっと凝縮された洋食屋さんの王道のカレーです。これが本当に癖になる味。ワインのセレクトも良く料理にぴったり合うものをおすすめしてくれます。前菜は1人分のポーションで出してくれますし、お肉は勿論シェアOKなので最後にカレーを食べる余力を残しておかれる事をおすすめします。

お値段は1人9,000円～。コロナ禍でテイクアウトのみの営業となっていましたが、今月20日から営業再開するようです。わざわざ行かれても決して後悔しないお店です。小さいお店なので念のため予約をする事をおすすめ致します。

東京都目黒区青葉台3-21-13、1F TEL:03-3716-5999

\*新型コロナウイルスの影響で、営業時間、定休日が不確定な為、直接店にご確認ください。



### 2. TexturA

有楽町駅から徒歩2分のビルの1階にある中華料理とスペイン料理のマリアージュが楽しめるレストラン「TexturA」。以前こちらでもご紹介した鎌倉の古民家レストラン「イチリンハナレ」の齋藤シェフが手がける新店です。コンセプトは「ダイバーシティとオリジナリティ」。開放的な広々とした店内は今のコロナ禍の状況下でも比較的安心して食事が出来ます。カジュアルなエリアとハイエンドなレストランエリアに分かれていて、様々なシーンで利用できるのも便利です。平日限定1,700円のランチメニューは中華御膳とSPAIN御膳の2種類があります。中華御膳では「イチリンハナレ」の名物メニュー「よだれ鶏」のおそばが頂けます。ごまがたっぷり入った刺激的な麻辣に細かく刻まれたナッツとパクチーがたっぷり入っていてそこにおそばをつけて頂きます。この味がたまりません。深みのある味つけのスープ、エビチリも上品な辛さで、満足度高いランチスポットです。ランチコースは1,700円、他5,000円、8,000円の3種類です。

東京都千代田区有楽町1-7-1 TEL:03-6259-1144

\*新型コロナウイルスの影響で、営業時間、定休日が不確定な為、直接店にご確認ください。



# R・B・K おもてなし調査隊がいく / 今月の PATROL

[LIEU DE PALTIL]

VOL.83  
2020 JUNE

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。

手探りながらも対コロナに取り組む小さなサロン  
スタッフは、一丸となって前を向いていました！



SHOP DATA>>> LIEU DE PALIT (リュウデ パルティル)

住所：東京都武蔵野市吉祥寺本町 4-14-2

関連 URL: <https://palttil.net/>

おもてなし総評		
総合	挨拶	★★★★☆
90 点 ★★★★☆	笑顔	★★★★☆
	パーソナルな対応	★★★★☆
	再来店したいか	★★★★☆

緊急事態宣言解除後、伸び放題の私の髪を早く何とかして！行きつけの美容院の話です by 調査員 A.S

先日、新潟の父親がよく行く居酒屋のコロナ対策が不十分でがっかりしたという事を言っていました。感じ方は人によって差はあるものの、私も同感するような内容でした。しかもお気に入りの店だから一層残念。その一方で、私の行きつけの美容院の取り組みが想像以上に素晴らしかったので嬉しくなり、ここで紹介させてもらおうかと思えます。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

美容院も感染が怖くて行けない人も多数いる。企業規模は関係なく、「感染防止マニュアル」の動画配信は立派。安心安全をお客様に分かり易く表現し、人員配置もグループ配置。今できることを実行する！これが何事も重要



✓ **スタッフ自作自演のコロナ対策動画**  
**店舗の安全性をしっかりと伝えていた**

私の通う美容院は営業自粛をされていて、緊急事態宣言解除後に営業を再開。詳細を確認しようとツイッターからHPにアクセスすると、**～感染拡大防止マニュアル～**と題した動画がありました。それは、店内の各所を丁寧に消毒する様子や、換気の事、席と席の間に仕切りカーテンを設けた事、フェイスシールド着用の事、雑誌や飲み物はお客様自身に持参してほしい事などを見慣れたスタッフが出演して説明した動画でした。正直、まだ外出に不安を感じていた私でしたが、ここまで万全のコロナ対策が施されている事を、しかも**文字だけではなく動画で知る事が出来たので、一気に不安が払拭され予約の日が素直に楽しみになりました！**

✓ **予約が取れたのはすごく先だったけど・・・**  
**その背景にはパーソナルな対応があった**

人数制限をした上での営業という事もあり、予約が取れたのは約1ヶ月後。待ち焦がれたその日、予約は朝の9時。**少し早く着いたので店舗の前の公園のベンチに座って待っていると、店内から私の姿を見つけたのでしょ、担当の美容師さんが店の外に出てきて笑顔で私を迎え入れてくれました。とても楽しみにしていた上に素敵なお出迎えがあり、久しぶりに再会するカップルのような気分！**というのはここだけの話。話を聞いてみると、**営業自粛を決めた時に入っていた予約をキャンセルしてもらわざるを得ず、営業再開の際はお客様達にお店から連絡して優先的に予約を入れた**のだそう。納得のいくとても丁寧な対応ですよね。

✓ **悲嘆する言葉は吐かず**  
**リスクヘッジの対策も立て WITH コロナ**

スタッフ達はみなマスク&フェイスシールドを着用し、店内の様子や対応は先に述べた動画通りでした。「すごくわかりやすい動画。お陰で安心して出向けました」と思いを伝えると、「**スタッフ間でオンラインミーティングを重ね、お客様もスタッフも安全にお店を継続させていく為にやれる事を全てやりました**」とさりりと言っていました。**年内は6名のスタッフを2グループに分け、交互に出勤する態勢にし、万が一コロナに感染したとしても、一方のグループは継続できるという事も考慮していると聞きました。長期戦を見据えているのだなあと感心。これがウイズコロナって事です！**