

1. ファッションが時代を変える

ファッションインジャパン

もんぺからサステイナブルな近未来まで、日本のファッション史をたどる、世界初の大規模展が国立新美術館で6月9日～9月6日まで開催されています。感染拡大の中でありますが入館予約が取りづらい人気の展示会となっています。8月7日に入館、入場制限しているというもののあまりの盛況ぶりに驚きました。コロナ下、ファッション業界を取り巻く環境は壊滅的状况が続いています。定番の普段着、部屋着、パジャマで十分の風潮がまかり通っていますから日本のファッションに光を当てたこの展示会の発信する意味は大きく、業界にとってはファッションの持つ価値を見直す最高の機会が与えられたと強く感じた次第です。和装から洋装の時代、田中千代、伊東茂平から現代のアンリアレイジ森永邦彦、中里唯馬まで820点の作品、商品と並んで時代の社会的背景の音楽やポスターまで展示を俯瞰するとわかることができました。それは同調性が強いと言われる日本人ですが、そのファッションはいつの時代も多様で自由ということです。デザイナーは日本人の身体や風土、社会情勢に合わせたファッションを創造し、発信し、着る側も自由に好きな服を選んで着ています。また、デザイナーからだけでなく、渋谷や裏原のストリートから生まれたファッションもブームとなりました。ストリートの流れは今や下北沢や高円寺等に移っていますが、本展を企画した国立新美術館の本橋主任研究員によると「改めて日本人は着ることに貪欲」と話していました。業界人、学生にとっては過去の作品から現在、近未来までのデザイン・素材等のアイデアを学ぶ絶好の機会となる展示会ですが、SDGsの観点からも大事な発信がありました。一例をあげてみます。それは京都府亀岡市とシアタープロダクツの協同です。亀岡市は日本有数のパラグライダーの聖地で、役目を終え、行き場のなくなったパラグライダーをアップサイクルし、シアタープロダクトがバッグにします。この協同は亀岡市が「亀岡プラスチックゴミ0宣言」を広く発表したことからシアタープロダクトの竹内昭氏が共鳴、亀岡市だけでなく全国から届けられる不用のパラグライダーを解体、企画、デザイン、生産、販売を受け持ちました。結果、資源の循環は勿論、地域活性化、雇用創出と地域のSDGsに貢献しています。もう一例はスローファッション新世代の居相大輝「iai」です。消防士とし東北大地震復興に携わり人間の尊さ、自然の大事さを経験し、それをベースに故郷の京都府福知山の山村で地元の草木で染めた自然素材を手作りで人にやさしい作品を生産しています。全国のギャラリーや古着屋で販売、顧客が確実に広がっています。世界パンデミックの中、人々の鬱積した日常から解放、元気発信するには川久保玲、曰く「ファッションは武器」を思い出させてくれたファッションインジャパンでした。まだいらっしゃってない方へ。どうぞいらっしゃって下さい。元気がでます。

2. 国内通販売上高が初の10兆円越え コロナで前年比20%増 2020年度

コロナ禍の影響で、通販売上高が急増しています。JADMAの愛称で知られる日本通信販売協会が発表した2020年度（2020年4月～2021年3月）の通信販売市場の売上高は、速報値で10兆6,300億円となり、初めて10兆円の大台を超えました。これは前年に比べて1兆7,800億円の増加となります。

また、前年比の伸び率は20.1%増で、調査を開始した1982年度以来初めて、20%以上の伸び率となったそうです。これで、直近10年の平均成長率は8.7%となりました。前回マイナス成長を記録したのは1998年度で、22年連続して増加傾向が続いています。

同協会によると、通販市場の傾向として、いわゆるECプラットフォームと呼ばれる「モール系が堅調」であること。商材では「家電系」や「家具」「食品系」など、「在宅時間を充実させる目的の商品が好調」であることが挙げられるとのこと。

ECを軸とした通販の増加は、外出や人流の抑制を求められるウィズコロナ時代の救世主となり、撮影を含めた制作チームを強化したり、販売スタッフの活躍を促し、オンライン接客や、スタッフのSNS経由での売上高強化などを図る動きが強まっています。利用者層の拡大や、利用商材の拡大などもあり、今後も通販の拡大は続きそうです。

ただし、懸念もあります。一つは海運を中心とした物流サプライチェーンの混乱です。コロナウィルスの感染拡大で、世界的に通販の需要が高まる一方で、それを運ぶコンテナ船が不足する状態になっています。また、新型コロナ感染によって労働力が不足したり、港が閉鎖されたりもしています。最近も世界第3位のコンテナ船取扱高を有する中国の港が労働者の新型コロナ感染によって閉鎖されたばかりです。この影響で、海運のコストの上昇と、輸送の遅延が発生しています。いわゆるQR（クイックレスポンス）や、ジャストインタイムでの調達サイクルにも黄色信号がともっています。

もう一つ、通販の拡大による、環境負荷の増大です。リアル店舗での受け渡しに比べて、段ボールや緩衝材など包装資材が多く使われ、ゴミが多く発生してしまいがちです。また、配送個数の増加に伴うトラックからの温暖化物質排出量の増加も懸念されています。海外を中心に、物流センター周辺の大気汚染などが問題視されるケースも増えています。

サステナビリティの実践は全企業の欠かせない使命となる中で、梱包材の見直しや、店頭受け取りへの誘導、再配達削減などを工夫する必要があります。

ちなみに、物流という面では、共同配送による積載率の向上による効率化などにも本気で取り組む時期にきています。アパレルなどメーカー側の横の連携が求められるのですが、競合同士では足並みがそろいにくい部分もあります。商業施設や百貨店などの館によるイニシアチブの発揮も期待されています。

3. 「五輪、コロナ禍の2021夏」に思う「メインプレイヤー」

東京五輪2020の日本人選手の活躍と新型コロナウイルス感染者が連日のように過去最高を伝えるニュースが支配的な2021年夏。ウイズコロナからポストコロナの時代のファッション業界にとって大事なことは、人々が抱えているファッションへの渴望を多様な商品で満たすことではないか、しかも、ファッションの中核商品であるアパレル製品で消費者の乾いた心を満たすことではないか、と改めて思います。

大きな理由は2つあります。ひとつは7月の都心百貨店の売上高が前年同期に比べて二けたアップが相次いだこと。もうひとつは繊維・ファッション業界紙の報道で、ファッションの中核商品であるアパレル製品のニュースが少ないように見えること。

前者は、長引くコロナ禍で、人々の「外出自粛疲れ」、「買い控え疲れ」が限界に達していることが背景にあるでしょう。ラグジュアリーブランドから食品までの多様な品ぞろえが人々を引き付けたと思われます。この現象どう見るかですが、百貨店業態の復活につながる、ということではなく、人々は商業施設に「ワクワク・ドキドキ」を求めていると受け止めるべきでしょう。現下は緊急事態宣言発出中で入場制限が求められていますが、その本質的な価値は変わっていません。

後者は、長期にわたるアパレル製品の中間ゾーン不振のため、業界紙の紙面から「アパレル製品」のニュースの割合が減っているのではないかと、と思われることです。時代はライフスタイル型のショップが主流で、そのためでしょうか、商品関連ニュースでは、スニーカー、アクセサリ、アウトドア用品など非アパレル製品の露出度が多いように思います。それも必要ですが、それはそれとして、アパレルにはニュースの主役になるよう奮起してもらいたいと思います。

2021年夏の都内の現状から思うことは、ワクチン接種の進展後の現実、つまり「市場規模はコロナ以前の7~8掛け」をにらんで、人々の「ワクワク・ドキドキ」に応える「アパレル製品」を提供することの重要性です。「自粛疲れ」、「買い控え疲れ」を癒すためのワクチン。それは、新しいファッションを身にまとって外出し、親しい仲間と共食するところにあるのだと思います。

デジタル革命への対応は、とりわけ小売販売方式で不可欠なことは言うまでもありません。ファッション関連各社のネット販売は総じて堅調です。そうであるからこそ、コロナ禍の中でも、ポストコロナの時代でも、アパレルにはファッション界のメインプレイヤーらしい活動を展開してもらいたいと思います。

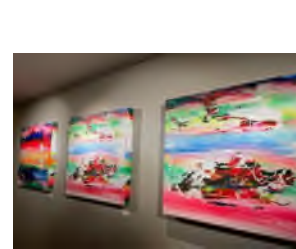
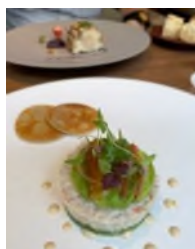
<レストラン情報>

1. 上野のホテルのダイニングレストラン「BISTRO NOHGA」

「地域とのつながりを大切に」をコンセプトに東上野にオープンした「NOHGA HOTEL」。江戸文化が今も生きる東京の玄関口としての上野は、上野公園、多くの美術館、レストランに囲まれています。上野公園とは反対方向に歩くこと5分、ここは上野と疑うほど静かで落ち着いた路地裏におしゃれなホテルがあります。「音楽とアートと食」をテーマに地域の職人やデザイナー達と連携したオリジナルプロダクトやアートを各所に配置し、地域と世界の人々をつなげる役割を担っています。エコにも積極的に取り組んでいる姿勢にも好感が持てます。そのホテルのダイニングレストラン「BISTRO NOHGA」。ホテルのロビーギャラリーと繋がっていて、ガラス張りの開放感あふれる店内には、素敵なインテリアとアート作品が飾られています。とても気持ちの良いゆったりできる空間です。料理ですが、食材は生産者の顔が見え、なるべく自然な製法で作られた物を取り入れています。地域から提供される食材も多く、入谷の「太田ハム」、浅草の「マニユファクチュア」のベーカリー、蔵前の「蕪木」のコーヒーなど、スタッフが笑顔で説明してくれます。料理はコンチネンタルでどれも美味しくボリュームもあります。ランチコースは3500円と4500円、平日は1760円～、夜のコースは6050円、アラカルトもあります。今は残念ながらただけませんが、地元のクラフトビールなどアルコールも充実しているようです。若いスタッフ達の接客も良く、上野の美術館の帰りにまたゆっくり立ち寄りたいたいお店です。

東京都台東区東上野 2-21-10 TEL:03-6284-2417

営業時間要確認 ⇒ <https://noghahotel.com/ueno/>



2. 本格的スリランカ料理「Taprobane」

ウィン青山ビル1階にある本格的スリランカ料理レストラン「タップロボーン」。スリランカ人にとってはアーユルヴェーダが生活の全て。ここが痛い時にはこのスパイスが良いだの各家庭で伝わる身体を整えるための知恵だそうです。そんなアーユルヴェーダの理論に基づいた料理を作るオーナーのカピラバンダラさん。数ある料理の中でも一番人気は「ランプライス」。オーナーのスリランカの実家で調合しているという新鮮なスパイスをふんだんに使った色々な種類のおかずや、ココナッツオイルやスパイスで炒めたバスマティライスや揚げ卵などがバナナリーフに包まれています。一度炙ったバナナリーフには、防腐や保温だけでなく、余計な油を落としてくれる効果もあるのだとか。栄養バランスが取れた美味しい料理はテイクアウトも可能です。暑い季節にはぴったりのランチですね。

ご紹介した「ランプライス」はランチでは1500円です。

東京都港区南青山 2-2-15 ウィン青山1F

TEL:03-3405-1448

営業時間：要確認

<https://taprobane.info/aoyama>



今月のPATROL

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。

まちの小さなお花屋さん
癒されるひととき

SHOP DATA>>>フローリストLittle Seed 店

住所：東京都調布市東つつじヶ丘2-6-9

関連URL:<http://little-seed.co.jp>

おもてなし評価

総合

100点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか



近所にお花さんがオープン！ by 調査員T.I

コロナで家にいる時間が長くなり、家の中の環境を整えることが今のお楽しみのひとつになっている。その中で、食品の次に日常購入しているものといえば、「お花&グリーン」。少しでも心地よく過ごせる為には、好きなものに囲まれていたいという気持ちの表れかもしれない。つい先日、近所に小さなお花屋さんを発見！近所ネタのパトロールへ レッツゴー ♪

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

昨年からお花のサブスクを目にする機会が増えた。その時目にする光景は、男性が立ち寄り、スタッフに相談して1本持ち帰るという場面で、何度も遭遇した。相方に頼まれて？自らサブスク？色々勝手に妄想を巡らせる。販売手段の多様化はあれ、実店舗を応援していきたい。



近所を歩いてまちの変化を感じる

入口を入るとすぐに、奥の作業場から「いらっしやいませ」と挨拶があり、15種類以上のお花が目飛び込んできた。蒸し暑い外から入店すると、クーラーの涼しさだけでなく、カラフルな色とグリーンは、心身ともにパワーを与えてくれるような気持ちになる。ナニナニ、1本110円 10本で880円と無造作な手書きのPOPが壁に表示されているではないか。リーズナブルだと鮮度が心配になる・・・特に夏場はお花が長持ちしないので、1ポットずつお花を見て確認。意外と有名な大きなチェーン店より、お花が元気にみえて鮮度もイイぞ。素人目だけど、長持ちしそうな気がする。よし！種類も豊富だし、購入してみようかな。

リーズナブルで種類も豊富、鮮度もイイ

作業場はスペースがあるが、売場は非常に狭い。3人も入れれば、お互いに譲り合って、カニ歩きで移動する店内。先客のマダムがお花を素敵にアレンジしながら選んでいる。そのマダムが「これはなんていう名前なの？」と奥に向かって声を掛けると、奥から店主が出てきて「黒ほおずきです。これはドライにもなるし、長持ちしますよ」とサラリとポイントの説明があり、好感が持てた。黒ほおずきは、他店で見てほしかったので即GET！自分なりに長持ちしそうなお花とグリーンを中心に選び、これは、長持ちしそうですかね？と尋ねると笑顔で、「涼しい場所と10日は持ちますよ。夏は水も毎日かえてくださいね」

マスク越しの笑顔と明るい声に癒される

その時、配送依頼のお客様が来店。明日の再来店で翌日到着するかとの確認だった。店主は、配送先の確認と配送切時間をきちんと伝え、「もしお時間がありましたら住所をお書きになりお持ちください。配送伝票は念の為、もう1枚どうぞ。明日お待ちしております」と見送った。そして私の会計時には、「黒ほおずき枝が2本もありますよ」と声掛けがある神対応！「先ほどのお客様に配送伝票をもう1枚差し上げる気遣い凄いですね」「いやあ。僕がすぐ間違えちゃうんですよ。いやあ、そんな風に褒められると嬉しいなあ」と笑顔。会話と気配りができるお花屋さん、気さくな接客でも元気がもらえたイイ時間だった。