

R・B・K EYE

VOL. 252

2022 AUGUST

編集責任 飯嶋 薫

1. 美瑛発、地方創生に触れて

2022年1月に開催されたSC全国大会のビジネスフェアの発見マルシェに美瑛と十勝が出展し、来場者に十勝連峰を背景とした雄大な自然と農家の営みが好反響を呼び、常に人だかりができていたことは記憶に新しいことです。

その折、美瑛ブースの責任者の加藤氏から是非、美瑛にお越し下さいとの嬉しいお誘いがあり、私も必ず伺いますと約束しました。その縁で、7月23日から3日間、私にとっては初めての美瑛に行ってきました。「JAびえい」の子会社(株)美瑛選果の加藤部長の懇切丁寧な案内で東京23区と同規模の美瑛町の自然と農業、まちづくり、レストラン等を視察。この美瑛町が持つ魅力を十二分に感ずる視察となりました。

美瑛町は人口9,600人、北海道のほぼ中央に位置し、なだらかな波状丘陵と大雪山始め美瑛岳、旭岳をのぞむ雄大な縁が豊かで土壤は火山灰地、美瑛川等の良質な水に支えられ畑作農業が基幹産業となっています。洞爺湖サミットの晩餐会には美瑛町の食材が提供されたほどです。取り分け小麦、米、馬鈴薯、アスパラ、トマト等は著名なレストランやパン業界から引く手あまたです。東京でも大人気のVIRONやエシレの小麦は美瑛産です。

町長の角和浩幸さんとお会いし、興味深い、お話を伺いました。美瑛町の人口はかつて20,000人をこえていましたが、この7月末で9,600人、主産業の畑作農家はかつて900農家が400に減り、一農家の耕作面積は16町歩から30町歩へと拡大、結果、近代設備と技術力による資本力がある農家か、オリジナリティのあるビニールハウスでの手作り農家のどちらかです。また、次なる主力産業になるのは観光、その振興には町としてのプランディングが大切で、美瑛プランディング戦略が自分に課せられた大きな課題ですと話され、我々にもどうか手を貸して欲しいとの要請がありました。

とは言え、美瑛町のプランディングまちづくりは着々と進んでいます。「日本で最も美しい村連合」は2005年に設立、フランスで始まった「世界で最も美しいまち連合」に2010年参加。人口減による学校閉鎖の再利用、活性化策として「北瑛小学校跡地」を「北瑛小麦の丘」として開業。同施設の宿泊とレストラン、パン工房の「ビブレ、オーベルジュ、フレンチ」は予約が出来ない人気スポットになっています。ここの小学校跡地の建物に料理塾を併設、塾生はレストランのシェフ予備軍で将来への施策も準備しています。人口9,000人の小さな町、美瑛になんとミシュランが3店、この「ビブレ」始め美瑛選果の「アスペルジュ」そして瀟洒な一軒家のイタリアン「バローレ」いずれもコースが5,000円から7,000円程度とリーズナブルで地元は勿論、県外からの顧客で予約困難な人気店です。3日間の視察を終え、美瑛のまちづくりに欠かせない核は「JAびえい」と痛感しました。JAの熊谷組合長とは2日間にわたりお世話になりました。

同氏は大規模農家(株)熊谷ファーム代表取締役として畑作農家の振興にリーダーシップを発揮しただけでなく、富良野の花畠を遙かに凌ぐ花畠「四季彩の丘」を主宰し、人気スポットとして美瑛の観光の発展に寄与しています。スノウモービルの日本チャンピオンでもあり、猟師でもあり、齢70歳にしてイタリア製の大型コンバインを操縦しながら明日の美瑛づくりに奔走する姿はまさにヒーローでした。そしてヒーローにはとびっきりの優しさもありました。それは四季彩の丘を熊谷さんが運転するノロッコ号で花畠を見学していた時のことでした。彼が車を止め、我々にちょっと待って下さいと走り出し、歩行が辛そうなご老人のもとに駆け寄り、さあノロッコにお乗りなさいと。その小さな気づきと優しさに一同、感激の一幕もありました。美瑛町のまちづくり、ブランディングは最終的には人の自然に対する愛、人に対する愛、その結晶がブランド力となることは間違いないと感じた感動の美瑛でした。



2. ZOZO やアマゾンがコスメ強化、海外デザイナーズブランドの参入も相次ぐ

衣料品の売上高は、オーバーストアやオーバーブランド、古着需要の台頭などにより、頭打ちといわれて久しくなりました。一方で、化粧品やヘルスケア関連商品は今後も成長が見込まれています。百貨店でもコロナ前までは、衣料品売上高が漸減する中でコスメは右肩上がりで成長していました。そんな中、大手ECモールでもコスメの取り扱いを強化したり、海外でもファッションブランドの新規参入が相次いでいます。

「ZOZOTOWN」では昨年3月、新サービスとしてスキンケアからカラーメイク商品まで扱う「ゾゾコスメ (ZOZOCOSME)」をスタート。ドラッグストアやバラエティーショップで扱われるものから、デパコスと言われる百貨店系まで、約500のコスメブランドを集積しました。多くのトラフィック(集客力)を活かしながら、色選びをアシストするフェイスカラー計測ツール「ゾゾグラス (ZOZOGLASS)」の活用など、テクノロジーの力を駆使して、ネットでも安心して購入できるような仕掛けを施していることから、順調なスタートを切っており、現在は取り扱いブランドが600ブランド以上に増えています。

「Amazon.co.jp」は、アイスタイルのECサイト「@cosme SHOPPING (仮称)」をオープンすることを計画しています。コスメ・美容の総合サイト「@cosme (アットコスメ)」を

展開するアイスタイルと米アマゾンが8月15日に資本業務提携を発表。アマゾンでは購買客によるレビューが他のユーザーの購買意思決定に大きく寄与していると言わされてきましたが、「@cosme」が有する口コミや情報が、圧倒的なトラフィックを持つアマゾンでどう発揮されるか注目されます。リアル店舗との連動企画も期待されています。

海外では、デザイナーズブランドのコスメアイテムの販売が活発化しています。「クリスチャン・ルブタン」や「ヴィクトリア・ベッカム」、「オフホワイト」や「ドリス・ヴァン・ノッテン」に続き、LVMH グループ傘下の「ステラマッカートニー」がビューティー部門に参入することを発表しました。ヴィーガンファッションやサステナブルブランドとして知られる「ステラマッカートニー」では、詰め替え用パッケージで、クリーンビューティーと言われるスキンケアラインを9月に発売します。

ラグジュアリーブランドを中心に、バッグやアパレルに続き、アイウエア（メガネやサングラス）、フレグランス（香水）に続き、時計やビューティー（スキンケアやメイクアップ）へと販売カテゴリーを広げるのが、ブランドビジネスの王道でもあります。従来のファン層に向けた新たな購入オプションになるだけでなく、服やバッグには手が出ないけれどもそのブランドの世界観に触れたい、若者などの新規顧客を獲得する役割も担っています。

アパレルよりも、いわゆる消費期限が長いことや季節性が少ないと、アイテムが小さく保管や運送効率が良いこと、さらには、商品利益率が高いことなど、軌道に乗れば、有益、かつ、安定的なビジネスだとみなされています。

百貨店やファッショビル、ショッピングモールなどでは、話題のショップを導入するだけでなく、オーガニックやフェムテックなど、テーマに沿ったリーシングや、編集売場の展開など、意志を持った新たなビューティーゾーンの構築が求められているように感じられます。

<レストラン情報>

1. 東銀座のワイン酒場 「Gare de Beaune」

銀座の中心から少し離れた所に静かに佇む「ガール・ド・ボーヌ」。気軽にワインと食事を楽しむお店として連日大賑わい。狭い間口に奥行きのある店内、入口にテーブル席が2つと奥はカウンターの小さなお店です。店内は心地よいジャズが流れ、壁には所狭しと写真や絵が並び、まるでパリにいるみたい。黒板の手書きのメニューにはパテ、キャロットラペ、カスレ、トリュフオムレツなどフランスの伝統的なビストロ料理がずらっと並んでいます。ワインを飲む方に来てもらいたいというお店のコンセプト、リーゾナブルで美味しいワインがずらりとそろっていて、ボトルに白マジックでプライスが書かれているので安心です。￥3000から￥5000を中心で、どれもコストパフォーマンスが高いのも人気の理由の1つ。料理はどれも奇をてらわず、王道です。ワインが主なのでワインとの相性はどれも抜群です。お店のシェフとスタッフの感じも良く皆さんとてもフレンドリー。1人でも気軽に立ち寄れるお店です。近所にあったら毎日アペリティフに立ち寄りたい、そんな感じの酒場です。ワインを飲まない方はお断りされる可能性もあるので、どなたか飲まれる方とご一緒に行かれることをお勧めします。

お値段はワインをボトルで飲んでも1人6000円～。

東京都中央区銀座 2-14-7 銀座OMビル 1F TEL:03-6264-3346

営業時間：平日 17:00～23:00 土日祝 16:00～23:00



2.ニュースタンダードなレストラン「Hotel's」

予約困難な代々木上原のミシュラン一つ星レストラン「sio」の新業態店が昨年10月に表参道にオープンしました。オーナーシェフの鳥羽周作さんが手掛けた店は全て人気店。こちらの「ホテルズ」もオープン前から話題で今も予約が取りにくい店の1つです。「架空のホテルのレストラン」をコンセプトにモーニングからディナーまでどの時間帯もハイクオリティの食事が楽しめるホテルのレストランをイメージし、訪れる時間帯によって異なるメニューを提供しています。店内はこぢんまりとしていますが、ホテルのラウンジの様な心地よい空間です。インテリアにもこだわりを持ち、テーブルや椅子はマルニ木工で揃えています。滑らかな曲線の椅子の座り心地は抜群です。ランチショートコースはスープ、パン、サラダ、オムレツ、パスタ、網焼きステーキと盛りだくさん。唯一どの時間帯でも提供されるサラダは約20種類の野菜、フルーツ、ナッツ、ドライフルーツ、スペイス、ハーブが入っていてホワイトバルサミコとオリーブオイルで味付けをしています。見た目も綺麗でヘルシーで女性に大人気。ランチのスペシャリテのオムレツはまるでフォンダンショコラの様。オムレツの常識を覆す一品です。メインのお肉は薪火で時間をかけてじっくり焼き上げるので、ほのかなスマーカーの香りと肉本来の美味しさが凝縮されています。そんな肉の美味しさを堪能する為に、ソースではなく、厳選された2種類の塩が添えられています。自家製のクラフトビールや「World Brewers Cup」でアジア人初の世界チャンピオンになった柏谷哲氏監修のコーヒーも取り揃えています。徹底した顧客ファーストを掲げているので、サービスはホテル並み。接客、料理の説明、料理の出てくるテンポ、どれをとってもパーフェクト。次回は是非ブレックファストを頂いてみたいと思います。

ランチショートコースは7000円。要予約です。

東京都港区北青山3-4-3 ののあおやま2階

TEL:03-6804-5699

営業時間：8:00～22:00



R・B・Kおもてなし調査隊がいく 今月のPATROL

[トモズ つつじヶ丘店]

VOL.109
2022 August

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。

丁寧な気遣いのある接客 有難うございます



SHOP DATA>>

住所：東京都調布市西つつじヶ丘3丁目35-1 京王リトナードつつじヶ丘内

関連URL: [【公式】薬局トモズ トモズ 京王リトナード つつじヶ丘店の詳細 | 株式会社トモズ \(tomods.jp\)](#)

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



コンビニより足が向いてしまうドラッグストア

by 調査員 T. I

会社帰りや休日、購入するものがあってもなくても、つい足が向いてしまうドラッグストア。

自宅付近にもドラッグストアが乱立していて、スーパーのように、商品によって使い分けをしているほど、品揃えのバリエーションが、なんといってもすごい。

いまや薬よりも、日用品や化粧品、お菓子、飲料、食品等生活にかかせないMD力はたいしたもの。

Point ! R・B・K 調査隊長よりヒトコト !

最近、レジに並ぶと「お次のお客様どうぞ」というお声掛けだけで、挨拶をせずにレジをこなすという店舗が非常に多い。レジは有人だが、金銭は客が投入する店舗が非常に増加している。人材不足故の設備投資は今後も急速に進むだろう。人との接触が減少しているせいか、少しの気配りで満足感を得らるのは私だけなのだろうか。



✓ 品出し中も挨拶はかかさない

ドラッグストアは数多あれど、商品力だけに頼らず、接客サービスに力を入れている店舗を紹介しよう。ドラッグストアといえばチェーン店だが、その中でもトモズつつじヶ丘店のスタッフはすばらしい。スタッフはほぼ女性。店長は男性だが、繁忙時にはレジも率先してはいり、明るい声でお客様に対応している。店内に入ると、「いらっしゃいませ」と品出ししている女性スタッフの挨拶がある。品出しの作業をしていると、目の前の棚と商品と手元だけに集中し、周囲を全く気にせず、品出しだけを続ける店舗も多い。ある日、探している商品が見つからず、品出しをしているスタッフに尋ねたが、「はい、〇〇ですね。ご案内します」と、商品の復唱をして笑顔で案内してくれる。

✓ 通路でも挨拶や会釈でお客様と向き合う

特にポイント5倍、10倍の時は客数は一気に増える。平日の夕方以降は、客数も増えレジは長蛇の列。スタッフは品出しとレジでフル稼働して対応している。そのような中でも、通路でお客様とすれ違う時は、「失礼します」「いらっしゃいませ」「ありがとうございます」の挨拶や会釈する所作は、なかなかドラッグストアでは見かけない光景だ。

そして、レジの対応もまたスゴイ！床にはレジ列の待機のサインがあり、皆さんと間隔を保ち順番を待つ。レジスタッフは、「お次のお客様どうぞ」と手をあげたり、レジ台から身を乗り出しサインを送ってくれる。

✓ クーポン券やポイント使用の お声掛けは助かる

レジの前に向かうと、「いらっしゃいませ。トモズのカードお持ちですか。ポンタかドコモもお持ちならご提示お願い致します。はい、有難うございます。レジ袋はいかがいたしましょう。お客様の袋にお入れいたしましょうか」とマスクを着用していても明るく聞き取りやすい声で案内をし、バーコードを読み取りながらレジをこなしていく。そしていつも助かるのが、15%オフのクーポン券の声掛けや、お会計の小銭がない時など、スタッフの方から小銭分のポイント使用を促してくれる。エコバッグにもきれいに詰めてくれ、持ち手をこちらに向けて、挨拶と再来の言葉を付け加えてくれる。本当に丁寧なドラッグストアだと感心する。