

# R・B・K EYE

**VOL. 259**

2023 MARCH

編集責任 飯嶋 薫

## 1. ジャパン・プレゼンテーション・フィールド

### —東京ミッドタウン八重洲 OPEN—

三井不動産は10日、日本の玄関口、東京駅八重洲に、六本木、日比谷に続き3カ所目となる「東京ミッドタウン八重洲」を開業し、順調な滑り出しをしました。高さ240m、45階の高層ビルでオフィスは7階から38階、1フロア約4000㎡と東京駅周辺では最大級の広さで、既に全フロアの入居が内定済みです。商業施設ミッドタウンはB1階から3階まで57店舗、年間売上は75億円を計画。4月にはアジアで初となるブルガリホテルがオープン、地下には新宿を超える規模のバスターミナルが一部開業、また施設内の低層に中央区立城東小学校が入り、まさに同社が掲げる経営方針のミクストユース複合型施設の誕生です。日本の、そして東京の玄関口ですから、来館者は多様性の極致です。通勤、旅行、バスターミナル利用者、八重洲地下街からの流れ、ホテル利用者、オフィス利用者等々。そこで全体のコンセプトは「JAPAN PRESENTATION FIELD」にしたとのことでした。

八重洲ミッドタウンの物販店舗のコンセプトはジャパンバリュー、日本発世界へ発信のランドマークです。このジャパン・プレゼンテーション・フィールドは従来の商業施設にはなかった独自性があります。正面入口店舗が象徴的です。京都、西陣の伝統を守り続けて、世界へ向けて新たに挑戦する「HOSOO」細尾が出店しました。バッグ、インテリアから丹波で自社栽培したニホンムラサキで染め上げたシルクのパジャマ等々、まさに日本の伝統を守り、新たなデジタル技術を取り入れ、文化とアートに裏付けられた実用品は国内外の上質なお客様から支持されることでしょう。入口のもう一店舗は「CFCL」です。代表でもありクリエイティブディレクターの高橋悠介さんは装苑賞受賞、三宅一生のメンズデザイナーとして活躍後、独立し、パリコレで一躍世界から注目される存在になりました。3Dを駆使した普遍的なニットは注目です。また、「PORTER」が表参道、大阪に次ぐ旗艦店を180㎡で出店、ホテルがテーマで部屋ごとに区切られ、テーマ性を持たせた店舗造作は1億円投資したとのこと。吉田社長の旗艦店に掛ける思いが表現された世界観になりました。限定商品は即完売、連日賑わっています。その他、物販では越前漆器の「Hacoa」、「津軽びいどろ」、心地よい香りを提案する「LINC ORIGINAL MAKERS」等々、日本のこだわりバリュー店舗がそろいました。

B1階と2階、3階飲食フロアはまさにハレの日対応の高級店から、バスターミナル、通勤、待ち合わせ、ワーク、休憩者等のあらゆる人々に対応する設備とテナント構成になりました。私が感心したのは2階の通称ヤエパブ「ヤエスパブリック」です。コンセプトは「人と場所、文化が重なる。新しい八重洲の公共スペース」です。「八重洲のロジウラ」「イチジテイシ」「ALL STANDS」のコーナーに11店舗、どこで食べても、飲んでも、何もしなくて、仕事をしていても良い場所。なにせ公共スペースですから。従ってここにはアイドルタイムがありません。東京駅周辺ではなかった出会いと集まりの場です。ヤエパブで集まろう、ヤエパブ

で待っています、が自然と会話の中で出てきそうなヤエパブでした。インバウンドが回復し、ブルガリホテルがオープンすると、間違いなく東京の玄関口のランドマークとなることでしょう。この八重洲ミッドタウンの計画、リーシング等はコロナ真っ只中で行われました。世界が、日本がこの先どうなるか不透明で経済的にも低迷し、テナントからすれば生き延びることが最優先で新規出店はありません中、よくここまでリーシングが出来たことは驚嘆に値します。担当者の八重洲に掛ける熱き思いと、テナントの発掘とジャパンバリューのコンセプトをベースに寄り添い、明日へ向かっての信頼を分かち合い、開業に至ったことにリスペクトです。

## 2. OMO 推進のヒントが満載、書籍「リアル店舗を救うのは誰か」が上梓

朝日新聞の記者による、『誰がアパレルを殺すのか』という衝撃的なタイトルの書籍が発売されたのは2017年のこと。2019年にはローランド・ベルガーの福田稔氏による『2030年アパレルの未来—日本企業が半分になる日』が出版され、アパレル業界に横たわる根深い問題が指摘されました。

その後、コロナ禍や世界的なインフレに見舞われたこともあり、デジタル化やサステナビリティへの対応を含めて、サプライチェーン改革やビジネスモデルのアップデートなど、企業やブランドが立ち向かわなければならない課題はさらに増えているところです。

そんな中、先の2冊に対する返礼歌とも言える書籍『リアル店舗を救うのは誰か〜今すぐ「店舗スタッフ」にECを任せよ〜』が2023年3月に上梓されました。筆者は、店舗スタッフによるコーディネート投稿など、広義の「オンライン接客」を効率的に行う支援サービス「STAFFSTART（スタッフスタート）」を展開するバニッシュ・スタンダードの小野里寧晃社長兼CEOです。

書籍は「何もしないバカより、挑戦するバカでありたい」という前書きから始まり、「今、リアル店舗で何が起きているのか」「オンライン接客という『令和の救世主』」「元ギャル男社長が渋谷のストリートで学んだこと」「どうする？リアル店舗 OMO 先進企業は何が違うのか」「カリスマ店舗スタッフのオンライン接客術」「『もう1店も潰さない』。リアル店舗の明るい未来」と題した6つの章で構成されています。

「スタッフスタート」の活用事例として、「スリーコインズ」を擁するパルグループホールディングス、「フリークストア」で知られるデイトナ・インターナショナル、「ザ・ノース・フェイス」を擁するゴールドウィン、ニトリホールディングス、三越伊勢丹、イオンモールのOMO（オンラインとオフラインの融合）施策や、オンライン接客コンテスト「スタッフ・オブ・ザ・イヤー」の上位入賞者を集めた「令和のカリスマ店員」最強名鑑なども盛り込まれています。

日本を代表する経営コンサルタントの大前研一ビジネス・ブレイクスルー大学学長や設楽洋ビームス社長との対談も注目です。大前氏は「『あなた（店舗スタッフ）の努力で人生を変えていける』。これが、バニッシュ・スタンダードの事業の他との一番の違いだし、この観点から事業を組み立てた人は今まで日本にはいない。『怒りと愛』を原点にした、『日本のビジネスモデル』だ」と評価。

「人軸の経営」を行うビームスの設楽社長は、「リーダーの一番大事なポイントはモチベーションに火をつけること。経営者の仕事はモチベーションをデザインすることだと言っても過言ではない。スタッフ・オブ・ザ・イヤーはモチベーションをデザインすることにおいて、すごくいいトライアルだと思う」と語っています。

企画・編集を担当した日経BP社の勝俣哲生「日経クロストrend」副編集長は、この本を企画したきっかけや狙いをこんな風に語ってくれました。

「『将来、ZOZOを越える会社だと思います！』。業界関係者からそう聞いたのは、2019年春のこと。『日経クロストrend』ですぐに取材したところ、『スタッフスタート』で小野里社長がなし遂げようとしていることの大きさに感銘を受けました。なかでも、単にオンライン接客をしやすいだけでなく、店舗スタッフの収入アップ、モチベーション向上を最重要視している点が響いた。オムニチャネルやOMOといったバズワードを用いるまでもなく、極めてシンプルで本質的な取り組みを進めています。新型コロナウイルス禍で多くのリアル店舗が疲弊し、ようやく再出発を切ろうとしているこのタイミングで、バニッシュ・スタンダードのユニークな取り組みをしっかりと世に届けるべきだと思います。また、取材を重ねるたびにいろいろな構想を話してくれる小野里社長自身、『人間・小野里』の魅力も、もっともっと多くの人に知ってほしい。そんなことが、書籍を企画したきっかけになりました」。

また、同社や「スタッフスタート」はもちろんのこと、導入企業やアパレル業界などを深く知る中で、新たな発見も多くあったと言います。「リアルでもECでも、『店舗スタッフが主役』というコンセプトを多くの導入企業が理解し、実践していました。そして、現場の店舗スタッフの方々も、『スタッフスタート』導入をチャンスと捉え、積極的に活用している姿がうかがえました。驚いたのは、『店舗スタッフ1人当たりの年間平均売り上げが高い地域』として、東京（4位）よりも富山（1位）、群馬（2位）、栃木（3位）が上位に付けていたこと。すごく地方のパワーを感じる結果で、東京発の『スタッフスタート』が地方創生に役立つというよりも、むしろ『地方の店舗スタッフが日本を救うのでは』と感じました」。

「『もう1店も潰さない』。リアル店舗の明るい未来」と題した最終章には、商業施設や街を丸ごとDX化する構想や、新しいスタッフ評価として「チップ文化」を導入する構想、そして、さらなる自由な働き方や稼ぎ方の提案による販売スタッフになりたい人を増やす構想や、海外展開構想なども語られています。OMOを推進するヒントも豊富なので、経営者から店舗スタッフ、商業施設関係者まで幅広い方々に役に立ちそうな1冊です。

## <レストラン情報>

### 1. Thrush Café の「ドリンクフリーフローイベント」

都会のオアシス八芳園にある「Thrush Café」。こちらのカフェで定期的に行われるドリンクフリーフローのイベントが大人気です。HPでアナウンスされるや否やすぐ満席になってしまいます。それもそのはず、ドリンクフリーフロー2時間制には「モエ・エ・シャンドン」が含まれています。アルコールはビールにワイン、日替わりカクテル等々。ワインのクオリティーも悪くなく、お酒好きな方にはとても魅力的なプランです。私が訪れた「ディナープラン」はアペタイザー、メイン、デザートのコース仕立て。どれもそれぞれ美味しく接客も良く店内も広々としているのでゆっくりお酒を楽しめます。どんなに飲んでも8500円。コストパフォーマンスはとても高いと思います。食後はゆっくりライティングされたお庭を散歩。こちらにも屋外バーがあるので食後酒を楽しみたい方には嬉しい限り。これから外で飲むのも気持ちよい季節、機会がありましたら立ち寄りてみては如何でしょうか。次回はスプリングフェスティバル2023「桜特別コース」です。

3月17日（金）から4月9日（日）までの開催となります。

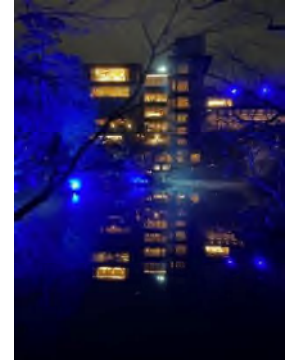
イベントは常時HPで告知されます。要予約です。

東京都港区白金台1-1-1 八芳園内

TEL:0570-064-128

営業時間：イベントにより異なりますので要チェックです。

<https://www.happo-en.com/restaurant/thrushcafe/>



## 2. 列が絶えないビストロ「yen」

今話題の兜町、銀行跡に大山恵介監修の食の複合ショップ「BANK」が昨年末オープンしました。「BANK」は「ベーカリー」、「ビストロ」、「カフェバー」、「インテリアショップ」、「フラワーショップ」が1つになった複合ショップです。銀行として使われていた場所をリノベーションした建物の内装はむき出しのコンクリートやれんがなどの素材が使われていて兜町らしい雰囲気醸し出しています。施設名も「BANK」「yen」「coin」など証券、投資の街である兜町にちなんだネーミング。こちらの「yen」ランチ時はオープン前から延々入店待ちの列が絶える事はありません。それもそのはず店内はモダンでおしゃれ、食事は美味しく接客も良し、文句の付け所がありません。食後は地下の素敵なインテリアショップも是非覗いてみて下さい。

ランチはお茶も飲むと3000円～。

東京都中央区日本橋兜町6-7 兜町第7 平和ビルB1-B

TEL：050-3595-0835

時間：11：30～14：00 18：00～21：30

火・水定休

[https://www.instagram.com/yen\\_bistro\\_tokyo/](https://www.instagram.com/yen_bistro_tokyo/)



## 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。

## 気配りが素晴らしい 移動コーヒー車に出会った



SHOP DATA&gt;&gt;&gt;

かのくるま コーヒー移動販売車  
(@kan\_coffeevan33)さん/Twitter

## 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



## 出張翌朝、身も心も温まったー

by 調査員T.I

1泊2日の富山出張。富山は行き慣れている場所であるがゆえに、決まったお店に入ってしまう。駅周辺が様変わりしたので、今回は、富山駅の昨年3月にオープンしたマルト1Fスターボックスに入店した。こちらはティービバレッジに特化した店舗だ。

笑顔の挨拶と「どうぞ店内でごゆっくりお過ごしくださいね」の優しい口調と所作は1日のスタートを切る為に、頭を整理をするいい時間になった。

## Point!

## R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

ー昨年オープン。誰かにとってのサードプレイス。コンセプトは「僕が飲みたい珈琲」。手網で焙煎し、焙煎日から1～2日の豆を使用。こだわりのコーヒー愛は商品だけにとどまらずお客様にも寄り添う心温まる接客があった。お客様に喜んでもらえることを考え、表現している素晴らしい移動コーヒー車!



## 朝の挨拶にパワーがもたらえた

店舗を出ると、朝見かけた移動コーヒー車とパソルがまた目に飛び込んできた。今まで富山駅前でも遭遇することはなかっただけに、やはり気になる。この日、富山は寒い朝だった。コーヒー車の前には待機している女性が1人いた・・・不思議と店舗同様販売車でも、人がいると注文したくなるものだ。メニューはコーヒーとカフェオレの2種類のみ。車の正面に立つと、「おはようございます」と明るく挨拶をしてくれ、ドリップをしながら迎えてくれた。東京は桜開花宣言があり、温かい日が続いていたので、今朝の寒さは身に堪える。明るい挨拶は何度あっても元気がもらえる。注文すると、豆を挽いてくれ、ゆっくり丁寧にドリップという流れ。

気持ちのいい挨拶は  
声を掛けたくなる気分させてくれる

気持ちのよい明るい挨拶だったので、思わずこちらから「富山ではコーヒー車をあまり見かけなかったです」と言うと、「そうですね。富山ではおそらくまだ5～6台くらいかと思います。どちらからいらしたんですか」と、会話が繋がるように答えてくれる。気分をよくした私は、先客の女性にも「こちらはよくいらっしゃるんですか」と尋ねると「私も始めてなんです。以前も見かけたことがあって気になって、今日は寒いので仕事に行く前に身体を温めたいと思って」と答えてくれた。時間がない出勤前、コンビニではなく、少しリッチな気分になれる存在のコーヒー車なのかも。

## クッキーに手書きメッセージを添えて

ドリップの待ち時間に、朝イチのクライアントに電話を入れた。先客に「有難うございます。いってらっしゃい」と送りだしていた。そして私のカフェオレが出来上がると「シロップ使われますか」と洋酒のような瓶を手で示しながら勧めてくれた。そのシロップにも興味があったが、時間が押していたので使用しないことを伝えて受け取った。なんと、コーヒーにはビスケットがついてきて、「お仕事がんばって下さいね」と手書きメッセージが添えてあるではないか。電話を聞いて察してくれたのだろう。3月17日心温まる朝のスタートが切れた。