

### 1. ショッピングセンターは平和産業

#### —地域になくてもならない存在へ—

SC 協会全国大会基調講演より  
イオン株式会社吉田昭夫社長

第 50 回日本ショッピングセンター協会全国大会の基調講演はイオン株式会社吉田昭夫社長から「理念の共感と実践によるイオンの成長」と題して行われました。

イオンモールのスタートは 1970 年 GMS を事業の核としていたイオンが三菱商事と組み、ダイヤモンドシティを開業したのが始まりです。工場跡地や高速道路インターチェンジ周辺を開発し、大型 SC を作ることで住宅、商店街が生まれる郊外における立地創造型モデルの先駆けでした。2007 年にダイヤモンドシティはイオンモールに吸収合併されましたが現在のイオンモールの原型をつくったのはダイヤモンドシティといえるでしょう。吉田社長が冒頭に述べたのは企業としての存在はどこにあるのか。SC はどこにビジネスチャンスを求めるのか。の 2 点でした。そのために絶対的に大事なものは理念で、イオンは理念を定款にまでいれているそうです。創業の岡田屋の家訓「大黒柱に車をつけよ」を基本に①平和産業 ②人間産業 ③地域社会に貢献、以上の理念に基づく経営と家訓に基づく革新経営の二本柱で事業を進めています。イオングループにおけるイオンモールは営業利益の 30%~40% を稼ぎ出すグループの核となっています。イオンモールとしては国内に 164 店舗ですが、グループが運営する国内のショッピングセンターの総数は 450 店舗を超えます。GMS ジャスコが本業であった時代からショッピングセンターが核になる時代への戦略は他の GMS からは抜きん出ていました。結果、GMS が苦戦する時代にイオングループはショッピングセンターを全国展開し、企業業績を伸ばしました。しかしながら、そのショッピングセンターも国内では 2018 年末の 3220 施設から減少傾向が続いています。その要因はオーバーストアによるところの有効立地がない、建築コストの異常な高騰、E コマースの台頭、人材不足等々です。リーディングカンパニーのイオンも新規出店は激減し、投資はリニューアルへと戦略の転換が図れています。講演で強調されたのは地域との共存でした。共存をコストとして捉えず、地域における役割の認識を高めていくこと、背景には社会的課題として物価高（2 年間で食品の 70% が値上げ、計 2 万品目）格差社会（年収 1500 万円世帯 4%、300 万円以下 35.5%）生活の質を変えずにストレスを解消する場としてのショッピングセンターの役割は大事としています。また、米国での Z 世代調査によると 93% がショッピングセンターの実店舗で買物をするとのデータがあります。その魅力は実際に見て買物をする、友達と過ごせる場、体験して楽しめる場として捉えています。

イベント、アミューズメントの市場規模は 6.9 兆円、更にその規模は伸びる傾向にあります。イオンはこのデータからショッピングセンタービジネスの未来は明るいと捉えています。

イオンが戦略の最重視している地域連携の具体例として挙げたのは日本最大規模のレイクタウン（34万平米、700店舗、10,000台駐車場）でした。当初のMORIとKAZEの後にアウトレット増設、越谷市と連携し、水辺の活用をし、来街者の憩いの場を創出。医療、行政、金融を誘致し何でも揃う地域インフラとしての機能を強化しています。また、イオンモール土岐では地元のNPOと協業し、地域の子育て支援の拠点として年間20,000人が利用されています。更に海外進出は現在70店舗ですが、出店する数年前から現地での社会貢献（学校支援）を行い、地域との深い信頼関係の下に出店しています。カンボジア、ベトナムでの支援学校は426校になりました。尚、今後のASEAN進出はベトナムが中心になるとのことでした。そして最後に災害時に求められる役割として、次の4点を強調されました。

①安全安心の確保 ②避難場所確保 ③早期再開 ④ライフライン確保

以上ですが、ここで大事なのは現場（従業員）の判断とのことでした。東北大震災の石巻イオンモールは現場の判断で即、900人の避難民を受け入れ、水等のライフラインを確保、3月31日には食料品、物販の売場を再開し住民からの厚い信頼を得ました。

地域になくてはならない存在へ、理念と社会情勢の変化に応じた革新経営を基本にショッピングセンタービジネスは不動産業と捉えるのではなく平和産業と捉える姿勢に明日が見えた基調講演でした。

## 2.韓国屈指のモデルエージェンシー「GOST」が日本上陸

### ー 日韓を結ぶグローバル展開の新たなプラットフォームへ

韓流ドラマを端緒に、K-POP、K-BEAUTY、K-FASHION、K-FOODなど、韓国系カルチャーの人気は世界的な広がりを見せています。これまでも多くの韓国ブランドの日本上陸をお伝えしてきましたが、そのうねりはさらに加速し、ついに有力なモデルエージェンシーが日本に本格上陸を果たしました。

ハン・ワンヒ（Wanhee Han）CEOが率いる、韓国の総合エンターテインメント会社「GOST（ゴースト）」です。同社は昨年6月に日本法人「GOST ジャパン」を設立。2017年にソウルで設立されて以来、10年足らずで160名ものモデルを抱える規模に成長しました。特筆すべきは、世界的なモデルキャスティングサイト「Models.com」において、ファッション業界で影響力を持つ証である「Industry Icons」（アイコンック）に選出された韓国人モデル3名—チェ・ソラ、シン・ヒョンジ、スミンの全員がGOSTに所属しているという事実です。彼らは「シャネル」「プラダ」「ルイ・ヴィトン」「アルマーニ」といったトップブランドのランウェイやモード誌の常連であり、GOSTは今や韓国屈指のエージェンシーとして台頭しています。

現在の欧米モード界では、アジア市場を意識してアジア人モデルをキャスティングすることが通例となっていますが、現状では中国人モデルが圧倒的なシェアを占めています。これに対しハンCEOは、「日韓が連携すれば、アジアのシェアの半分を占められるチャンスがある」と、その勝機を冷静に分析しています。

今回の日本進出において、ハンCEOが最も強調したのは「日本人モデルのポテンシャル」です。「韓国のファッション業界人は、日本人特有の魅力に強く惹かれています。最近では韓国ブランド側からも、日本人モデルを起用してプロモーションを行いたいというニーズが増えています。日本人は自覚していないかもしれませんが、世界から見た日本人モデルの長所は、もっと打ち出していくべき武器。グローバルマーケットのニーズを的確に捉え、彼らが韓国やヨーロッ

パで活躍できる場を、GOST というプラットフォームを通じて広げていきたい」と、ハン CEO は意気込みを語ります。

韓国は教育体制が非常に充実している国として知られていますが、それはエンターテインメントやファッションの世界も例外ではありません。GOST は自社でモデル養成アカデミーを運営しており、今後は日本人のモデルやその卵たちに対しても、ウォーキングや表現力などの徹底した教育・レッスンを提供していく方針です。

また、市場では興味深い「逆転現象」も起き始めています。日本のブランドが韓国モデルを起用するケースが増える一方で、「ギャランティを度外視してでも日本で仕事がしたい」と願う韓国人モデルも急増しているのです。現在、K-BEAUTY 市場の爆発的拡大により、報酬面では韓国の方が圧倒的に高いのが実情です。しかし、勢いのある韓国ブランドが「トレンドとスピード」を武器にする反面、日本のブランドには長い歴史と積み上げられた「伝統・格式」がありません。韓国のトップモデルたちは、日本を代表するブランドでキャリアを積むことが、自身のモデルとしての深みや飛躍に繋がると捉えているようです。

そして、メイクやファッションなどを含めて韓国人モデルを起用したいという日本ブランドも増加しています。渡韓して撮影するのも欧米に比べたら難易度は高くありませんが、さらに、モデルが日本での活動を増やすということになれば、起用のチャンスが拡大することでしょう。ハン CEO は、「GOST が日韓の相互交流を促すプラットフォームとなることで、両国の才能に新たな挑戦の機会を提供したい」と述べています。

その新たな展開の象徴として、今年 1 月、モデルの emma（エマ）さんが韓国の GOST エージェンシーに所属することが発表されました。文化服装学院を卒業した彼女が、スタイリストの友人と共に立ち上げたファッションブランド「ER（イーアール）」も大きな注目を集めています。同ブランドは 2026 年春夏シーズンからユナイテッドアローズでの独占販売が決定しており、1 月 27・28 日には同社本社でお披露目展示会が開催されました。現在は「ビューティー&ユース」とのコラボレーション企画なども進行中だといえます。

emma さんに続く新たな才能の登場や、彼女を起爆剤としたユナイテッドアローズの韓国ビジネスの躍進など、今後の可能性は多岐にわたります。国境を軽やかに超え、アジアの美意識を再定義しようとしている GOST と emma さんの動向に、引き続き注目していきたいところです。

## <レストラン情報>

### 1.女将が営む「江戸前ねぎま」

JR 大塚駅北口から徒歩約 4 分。ミシュランガイド東京 2025 でビブグルマンに選ばれたねぎま鍋の店「江戸前ねぎま」が静かな住宅街にひっそりと佇んでいます。カウンター 8 席とテーブル席が 1 つの小さなお店です。予約は困難で、テーブル席を希望なら 1 月以上前からの予約が必要な人気店です。

女将さんが 1 人で仕上げるねぎま鍋をベースにした江戸前コースは 2 種類。江戸前玉子焼、刺身、燻製盛合わせ、魚、ねぎま鍋、土鍋ごはん、香のもの、甘味の 8250 円のコースを頂きます。最初は江戸前の玉子焼。正方形の鍋で豪快に焼き上げる江戸からの伝統的な手法で、分厚くカットされた玉子焼は甘辛く、お酒のお供には最高の 1 品。刺身はキンカンと合わせて、焼魚は大根の鬼おろしと。それぞれに季節の魚や野菜が素材の味を生かしながらいま使われています。燻製盛合わせは鯖、マグロ、チーズ、薩摩揚げ、燻製ブルスケッタ。それぞれ味付けの塩かげんや食感が絶妙です。ねぎま鍋の先付けに燻製料理という粋な組み合わせも江戸前なら。そし

ていよいよ名物のねぎま鍋。まぐろのかまとはらの2種類とたっぷりの野菜がのったお皿が運ばれてきます。ここで各自につぶした黒胡椒が運ばれます。胡椒はカンボジアの胡椒で、パンチで一つ一つつぶしているそうです。この胡椒をお好みでねぎまにかけて頂きます。かつお・しょうゆ・塩だけで引き出した極上の出汁と、ダイナミックに切られた脂ののったマグロの旨味を黒胡椒でピリッとしめていただくお鍋は極上の美味しさ。そして×の土鍋ご飯「新潟のこしいぶき」は、米粒がたっていて、ツヤツヤで甘みもあります。まずはそのままでお漬物と一緒に頂きます。それからまぐろのおだしがたっぷりであるスープのつけ汁でいただきます。これまたお箸がとまらない美味しさです。女将さんとホールの女性2人で全てをまわしていますが、ばたばたした感じは全くなく、心配りも最高でした。そしてこのコース8250円と7590円の2種類、どちらも信じられないコストパフォーマンスです。お酒もリーズナブルで、ビール、日本酒、日本のワインをそろえています。

私も何度かリピートしていますが、皆様リピートしたくなるのが納得の素敵なお店です。

1回転のお店なのでゆっくり食事を楽しめます。

東京都豊島区北大塚 2-31-19 B1

TEL:080-8739-8566

営業時間：火～土 18:00 ~ 22:30

定休日：日、月、祝



## 2.六本木のシャンパンビストロ「orange」

六本木のランチはどこも混んでいてお店を探すのが結構大変です。そんな時六本木ミッドタウンの1階にある、昼から深夜までどんな時間も楽しめるオールデイダイニング「オレンジ」は便利なお店です。総座席数130席、テラス席もあるので、天気の良いときは外でのランチも快適です。「日常にシャンパンを」というコンセプトのビストロ。森田恭通によりリ・デザインされた快適な空間、フードは、料理家 栗原友監修による様々なメニューがそろっています。ランチメニューはハンバーグ、ステーキ、パスタなど種類は多くありませんが、シャンパンと一緒につまめるアペタイザーも多数取り揃えています。グルテンフリーやヴィーガンのメニューもあるのも嬉しいポイント。軽く1杯飲んでランチをとという時に使い勝手の良いお店です。

ランチは2000円前後でカフェ付きです。

東京都港区赤坂 9-7-1 東京ミッドタウン プラザ 1F

TEL:050-5868-2430

営業時間：月～木、日 11:00 ~ 23:00

金・土 11:00 ~ 02:00

定休日：不定休



## 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。

## 次回もこの店に決めた！



## SHOP DATA&gt;&gt;&gt;

住所：東京都渋谷区神宮前3-42-3 林ビル2F

TEL：03-6804-5772

総合	おもてなし評価	
	100点 ★★★★★	挨拶
笑顔		★★★★★
パーソナルな対応		★★★★★
再来店したいか		★★★★★

## 穴場感たっぷりのイタリアン

by調査員 J.S

大学のクラス会幹事が探してきた神宮前のイタリアンレストラン。おしゃれでハイプライスなイメージの街にもかかわらず、ちょっと庶民的な佇まいの店だった。クラス会終了後は全員が大満足。美味しさやコスパもさることながら、スタッフ女性の接客にみんなが魅了された3時間になった。

## Point!

## R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

飲み放題は、ほとんどの店はオーダーを取りに来ない。客から、すみませんとオーダーすることが多い。1人で17人の切り盛りは凄い、常に客とテーブル状況を確認して積極的に動く姿は素晴らしい！灯台下暗し、事務所から近いのでは非行ってみたいと思っている。



### 明るくテキパキ。 大量の生ビールの状態も完璧

入店時は幹事が受付におり、フロアのスタッフは1名。ユニフォームを着て、髪をまとめた若い女性だった。飲み放題のドリンクについてテキパキと全員の注文をまとめ、オーダーの多かった生ビールの準備に入り、1人で沢山のグラスにビールを注いでいるのにもかかわらず、運ばれてきた生ビールはどれもちゃんと泡が適量で、冷えていた。こちらが乾杯を済ませたタイミングで最初の料理が運ばれてきて、新米のリゾットと説明があった。クラスメイトたちの話が盛り上がる中、スタッフは笑顔で少し離れた場所はこちらを向いて立ち、誰かのグラスの中身が少なくなると、こちらが呼ぶ前に素早く近づきお代わりを尋ねた。明るくカジュアルな接客態度で、みんなの話が一つの話題で盛り上がり「えっ？〇〇なんですか？」と興味を示す様子なども見せた。

### 客やテーブルへの目配り良し

総勢17人に、スタッフは一人一人の飲むペースなどもよく観察しており、もう少し飲みそうだと思われる客に対しては、ずっと横に来て中腰になり「みなさんお酒の量が落ちていきますけど...もう少しいかがですか？」といたずらっぽい笑顔で声掛けしてくれた。料理の進み具合もよく見ており、ほぼ手付かずの客には、お下げした方がいいかと聞き、笑顔で皿を下げていた。下膳と配膳のタイミングが良かったため、皿が渋滞することもなく、逆に「食べるものがない」状態になることもなかった。前菜、数種類の料理、お口直しのグラニテ、その後がパスタだったが、パスタの量が選べますと説明し、各人の希望を聞き、希望通りの量のパスタを正確にテーブルに置いた。

### 非の打ちどころのない接客

スタッフは、終始笑顔で親しみやすい態度だった。この料理＆飲み放題、この立地で6,500円というのは大変お得だと思った。友人達も口を揃えて「あのバイトの子、できるよね」とスタッフのオペレーションを褒めていた。クラス会終了時、幹事が「来年もこの店でやろう」と言い出した。私がスタッフに「来年もいますか？」と冗談めかして聞くと「はい、います！夫と二人でやっていますので」と笑顔で答えた。優秀なアルバイトか思っていたが、実はオーナーシェフ夫人であることが判明し、一同が驚く。そんな我々を「またお待ちしております」と笑顔で送り出した。