

1. タイパ、コスパに疲れ、ムダパの流れが

— SC 存亡の鍵はムダパ対応力 —

— 売上至上主義から来館者数増の時代へ —

DX のさらなる進化も加わり、人の行動はともかく便利さ、早さ、安さ等の効率を追求。SNS で全てが解決する世の中になりましたが、タイパやコスパに疲れたという声も聞こえはじめました。日経が興味ある調査をしました。それによると「タイパ、コスパは重視する」は 60%~70%と依然と高いですが、反面「タイパ、コスパには疲れた」が 46%と半数近くあります。また、「ムダは人生に必要か」はなんと 76%が必要とするとしています。効率追求の流れに、ふと、これでいいのかと自分探しを求める流れも様々な世界で拡がるでしょう。

コロナ禍、日本ショッピングセンター協会は全国大会の基調講演に京都大学総長の山極寿一氏をお招きし、講演をお願いしました。外出自粛が国民に求められる中、テーマは「人間の社会的基本行動」。山極氏が強調したのは次の 3 点でした。人間の社会的行動は①出かける行為 ②人と集まる行為 ③人と共に食べる（共食）行為。山極氏は「コロナの外出自粛は人間が持つ基本的な行動を規制するもので、断じて許してはいけない」と国や都道府県の過剰な対策に強烈なメッセージを投げかけました。その言葉に業界関係者はどれほど SC の存在意義を再確認し、勇気をもらったことでしょうか。ムダパの流れが随所でみられるようになった今、改めて山極氏の視点から SC のあり方を検証し明日への提言に出来ればと考えました。ムダパ対応としては同氏の、基本行動から①出かける行為の対策は時間消費型施設、目的買い（タイパ）とは逆に、わざわざ足を運び、滞在自体をたのしむ、非効率的な時間の提供が挙げられます。滞在時間を楽しむラウンジ、遊び場、カフェ、ワークスペース、体験型イベントの開催等です。立川のグリーンスプリングスの空と大地の心地よい空間や、横浜ベイサイドマリンのベンチでマリナを眺めながらのリラックス時間、東京ベイのアリーナ等々。②人と集まる③共に食べるのは対策コミュニティ機能の強化です。人と人との交流や、体験を共有する場としての役割、地域との連動です。平塚ラスカのレストランや食品テナントの残食を利用し、恵まれない子供達への子供食堂。夢が丘ソラトスの地場の酪農家やイチゴ農園と組み、体験イベント、話題のニューマン高輪の BUNKITU TOKYO は面積が約 1000 坪、カフェや子供エリア併設で滞在型でもありコミュニティ型でもあります。いずれも E コマースでは不可能でリアルだからこそ出来るしかけです。

ムダパ対応は費用対効果が低く、効率が悪く、売上に貢献しないとかマイナス面を捉えられますが、人口減、商業施設減、E コマース増が確実視されている現在、SC の最重要課題は売上及び売上効率でなく、来館者増、来館頻度増、滞在時間増に地域のステークホルダーとの信頼関係の強化しかありません。

さらに、人材不足の中にあっても CS（顧客満足）ES（従業員満足）の向上は SC 運営の基本と

して捉え、日々の活動をしていくことが大事なことはいうまでもありません。CSの神様と言われる、日本の流通の経営層が視察に通った米国の食品スーパー「スチューレオナード」は今も優良企業でCSだけでなくESもES全米ランキングで100位内に入っています。日本では北海道のセイコーマートの来店頻度は平均50回、最高来店者294回。いずれも素直に目標とすべき企業です。

先ずは来館者数の推移をSCの重要な資産価値としてSC運営会社は公表し、SC協会、マスコミもその状況を把握し発信することが大事でしょう。

2. ミラノ・コルティナ五輪で「サロモン」が飛躍

— ファッションと原点の山岳スポーツの両輪強化が鮮明 —

ミラノ・ファッションウィークが始まりましたが、ミラノ・コルティナ冬季五輪の余韻は現地だけでなく日本でもまだしばらく続きそうです。日本勢が過去最高のメダルを獲得し、スノーボードやフィギュアなどで新しいヒロイン、ヒーローたちが登場しただけでなく、人々の期待を一身に集め満身創痍で渾身の演技を披露した平野歩夢選手の矜持や、複雑なバックグラウンドを持ちつつ天真爛漫さでも魅了した米国フィギュア代表のアリサ・リウ選手など、競技を超えた人間性の素晴らしさにもこれまで以上にスポットライトが当たった五輪だったように感じます。

もちろん、世界最大のウィンタースポーツの舞台を活用したブランドのマーケティングにも注目が集まりました。公式服は、日本代表は「アシックス」、スウェーデン代表は「ユニクロ」、イタリア代表は故・ジョルジオ・アルマーニ氏のスポーツライン「EA7 エンポリオ アルマーニ」が手がけました。とくに印象的だったのはブラジル代表の「モンクレール」でした。約60年ぶりに五輪の舞台に登場したのですが、レモ・ルッフィーニCEOが自らデザインした、ブラジル国旗をデザインした白のカスタムケープや機能性ダウンが目を引きました。

そして、陰に光に存在感を発揮したのが「サロモン」だったのではないのでしょうか。最近はスニーカーの人気も高まり、アウトドアやランニングウェア、街着的なアパレルなどにも商材が広がっていますが、もともと1947年にお隣フランスのアルプスの麓のアヌシーでスキーのエッジメーカーとして創業した、ウィンタースポーツの申し子です。着脱式のビンディングや機能的なブーツ、一枚板のモノコック構造のスキー板などを生み出してきた高い技術開発力も有しています。今回の大会でも、スキーやスノーボードをはじめ、サロモンのギアを使用する選手も多く目にしたことでしょう。

一方で、今年に入ってから、元「MM6 メゾンマルジェラ」を手がけていたフィンランド人デザイナーのヘイッキ・サロネン氏を初のクリエイティブディレクターに任命するなど、本格的にファッションカテゴリーに進出しようと意欲的です。

ただし、サロモンのザビエル・ル・グエン冬季スポーツ部門副社長が「ファッションに投資すれば、山岳スポーツから手を引くと思われがちです。私たちはその逆を示したい」と語る通り、ミラノ・コルティナ大会では自らの歴史を見つめ直し、改めて強く再接続を図ることで、DNAを磨き上げました。

大会のプレミアムアパレルパートナーに名乗りを上げ、1万8000人を超えるボランティアをはじめとしたスタッフや聖火ランナー向けのテクニカルユニフォームを提供していました。また、大会期間中には没入型展示会とディナーを開催し、そこで「Shaping New Futures」キャンペーンを発表しました。プロはもちろんファン（楽しさ）を追求するプレイヤー層も含めて、

スポーツの腕前や成績を前進させる革新性や、コミュニティの形成、さらには、スポーツに対する貢献者を称えるという主旨をもったものです。ちなみに、ブランドを象徴するアイテムに育った大人気スニーカー「XT-6」では GORE-TEX 仕様の特別オリンピックエディションも発表しました。

次回冬季五輪は 2030 年、フランスのアルプスとニースで大会が開かれます。スポーツ業界は商品開発もマーケティングもファッション以上に長期的視点で行われることが知られていますが、「サロモン」、そして「モンクレール」もその深謀遠慮が垣間見えた気がしました。

<レストラン情報>

1. ビジネスディナーにもお勧めな店「Ristorante della collina」

恵比寿南の住宅街にある小さなイタリアン「Ristorante della collina」。緑に囲まれた階段を上がり、扉を開けると素敵なギャルソン達が出迎えてくれます。店内のクラシックな落ち着いた空間はまるで別世界。

静かに時がながれているお店です。本格的な料理と素晴らしいサービスがリーズナブルに体験できる店として、過去にミシュラン認定「ビブグルマン」を獲得。全ての料理が美しく盛り付けられ、美味しい。特にスペシャリテの「生うにパスタ」は、毎日届く新鮮な生ウニを使った一番の人気メニュー。生ウニの濃厚さとクリーミーさが口の中にふわりと広がる逸品です。アラビアータも唐辛子の効き具合が絶妙で文句のない美味しさです。お魚とお肉も余計なことをせず、素材の味を十分に生かしていて、アペタイザー、パスタからの流れを上手く締めくくっています。ワイン、グラッパも良い物を揃えていて、スタッフが丁寧に説明してくれます。そしてなんといっても素晴らしいのは、こちらのお店のサービスです。スタッフ全員が男性できちんとしたスーツスタイル。身だしなみ、言葉遣い、立ち居振る舞い等も含め、全員が揃ってしっかりとされており、一流レストランにも負けてはいません。お料理のタイミングも急かされることなく、目配りが利いています。つかず離れずのとても気持ちの良い接客です。イタリア人の素敵なジェントルマン達も会食をされていましたが、プライベートはもちろん、ビジネスディナーにも最適なお店です。びっくりするのが、コストパフォーマンスの高さ。アラカルトでもコースでも頂けますが、コースは 6200 円～。ワインを頂いても 1 万円ちょっとのお値段です。小さなお店なので要予約です。

東京都渋谷区恵比寿南 2-9-4 安島ビル 2 階

TEL:03-3714-8855

営業時間：ランチ 11:30~15:00 (14:00LO)

ディナー：18:00~23:00 (21:00LO)

金・祝前日の夜は 23:30 (22:00LO) まで

定休日：日曜日

<https://ristorantedellacollina.tokyo>





2. 原宿駅から徒歩 3 分の素敵な中華レストラン「富錦樹台菜香檳」

2021 年から 2025 年まで 5 年連続でミシュラン一つ星を獲得（台湾本店）、最も洗練された本格台湾料理を楽しめるレストラン「富錦樹台菜香檳（フージンツリー）」の日本 2 号店が去年の 11 月に、複合商業施設「原宿クエスト」の 5 階にオープンしました。デザインコンセプトは「台湾の原風景」。大きな窓からの光やライティングによるゆらめきで水の流れを表現しているそうです。広い店内にはゆったりとテーブルが配置されていて、原宿の喧騒を全く感じさせない快適な空間です。料理は日本向けにアレンジすることなく、厳選した台湾の食材や調味料を使用し、本店そのままの調理法で仕上げた本場の味を楽しめます。シャンパンにあう料理がコンセプトなので、料理は油っぽさを感じさせない洗練された味つけです。

ランチはコースで 2200 円〜と、リーズナブル。もちろんアラカルトでも頂けます。

デザートも美味しいのでお忘れなく。

スタッフも皆さん若い方ばかりですが、接客が素晴らしく、気持ちの良い時間を過ごせました。

原宿駅から徒歩 3 分という立地の良さも使い勝手が良く、夜も是非訪れてみたいと思うお店です。

日本橋コレド室町店は常に行列の様ですが、こちらの原宿店はまだオープンしたばかりなので、予約なしで待つこともなく、入店できました。

東京都渋谷区神宮前 1-13-14 原宿クエスト 5F

TEL: 03-6434-7238

営業時間: 11:00 ~ 22:30 (L.O. 21:30)

無休

<https://harajuku.fujintree.jp/>



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。

ほんまものの「おおきに」



SHOP DATA>> 住所：大阪市中央区高麗橋2-3-1
URLhttps://www.instagram.com/kikujudo_osaka/

おもてなし評価

総合	挨拶	★★★★★
90点	笑顔	★★★★☆
	パーソナルな対応	★★★★☆
	再来店したいか	★★★★☆
★★★★★		

天保年間創業の老舗和菓子店を訪問！

by 調査員T.O.

念願の、見目うるわしい……？

名物「高麗餅」を求めて、船場の老舗「菊壽堂義信」へ。平日のみ、夕方4時半までの営業じゃ、オフィスワーカーはなかなか行けない。

そう、わざわざ会社を休む必要があるのです…

Point !

R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

老舗和菓子屋は、京都だけではなく大阪船場にもある。現代の流行の店で、看板もない、住所も不明という店があるが、長年の伝統と技術に裏付けされた自信が、店構えにも接客にも現われ、店の信念が感じられる。が、ふと後継者が心配になってしまう。商売繁盛で笹もってこい〜♪



営業…してる？

営業時間どころか、営業中の表示がない。なんなら、看板もない。玄関横の昔ながらのショーウィンドウに店名が書かれた木製の表札がひっそり置かれているだけで、一見さんなら戸惑うこと必至。「売らんかな」という姿勢がみじんも感じられないその素っ気ない佇まいに、正直、面食らった。古い木造の二階建て。ガラス戸を開けると、ガラガラというその音に気付いたお店の男性が奥から現れた。

やっぱり、素っ気ない(笑)

「一人ですけど、いいですか？」4人がけのテーブルは先客で2つが埋まっている。男性店員は、**どうぞと手で誘導**してくれたが、わたしの後からすぐに入店してきたテイクアウト客に気持ちが向かっているようだ。笑顔もなく、素っ気ない。テーブルにも店内壁にもメニューらしきものはないので、男性店員が注文を取り来るのを待ったが、先ほどとは打って変わった**柔和な笑顔と口調で、商品説明も丁寧**。**はんなりした空気が醸し出されているのだ**。新しいテイクアウト客がやってくると、今度は店主らしき年配の男性が奥から接客に現れた。**「えらいお待ちさせて、すみません」**そうか、ここは船場なんだ。

伝わる言葉で、きちんと伝える。

ガラス戸が開き、初老の男性と小さな男の子が入ってきた。隣のテーブルでは、とうに食べ終わった男女が話し込んでいる。店主は迷いなく、毅然と男女に向かい、**「すみませんあ、お待ちのお客さん、いてはりますんで」**男女はそそくさと会計を済ませ、店を出た。「〇〇くん、春から小学校かいな。どこの学校に行きはりますの？」注文を取りに来た店主と常連らしき男性との会話が、まるで朝ドラのひとコマだ。テイクアウト商品を注文し支払いを済ませると、男性店員が**「おおきに」と、にっこり笑顔で見送って**くれた。