

R・B・K EYE

VOL. 45

2005.MAY

編集責任 飯嶋 薫

1. 伝統を守るには語り続けるプロがいる「元町POPPY」

創業1881年、元町に生まれたメンズ正統派トラディショナルのPOPPYは私が18歳の頃、今から40年ほど前から憧れのショップでした。VANやJUNが全盛だった時代にクラシカルな店構えとオリジナルのタイやシャツはちゃらちゃらした若者はお断りといった威厳を感じたほどでした。みなとみらい線開通で街をリニューアルした元町もナショナルチェーンや有名店の出店で元町らしさがなくなる中、POPPYの存在は嬉しい限りです。連休に元町に出かけ立ち寄って気に入ったセーターを購入した折、気がついたのですが私に品質やデザインの説明をして頂いたスタッフの方は以前、私にアスコットタイの結び方を懇切丁寧に教えてくれた方でした。実は私のアスコットタイ好きはそこから始まった気がします。恐らく現在70歳の後半だと思うのですが相変わらずダンディでさりげなくPOPPYのオリジナルを語る言葉は説得力があり正に歴史を伝える伝道師そのものでした。120余年のブランドの歴史は作り続ける人とお客様に語り続ける人がいてこそと強く感じたPOPPYでした

2. 「ゴッホ展」で露出した美術館の文化度とCSの低さ

今春の展示会の目玉は国立近代美術館のゴッホ展と横浜美術館のルーブル展でしたが楽しみにしていたゴッホ展は最悪の展示会でした。まず並ぶこと1時間半、最後尾に後、何時間のプラカードがあるだけ、お待たせしていますや申し訳ございませんの一言もなく入場し更に驚き、なんと人垣が何重にも出来てとてもまともに鑑賞出来る状況ではありません。興味がある作品だけ人垣を掻き分け見ましたが後はさっと遠目で見るのが精一杯。30分に出てきてしまいました。これが日本の国立美術館のレベルとすると実に悲しい現実です。まずお客様をもてなす姿勢が全くありません。又、文化、芸術を大事にしようとする姿勢もありません。今や役所や公共の病院までCS(顧客満足)を取り入れているのにです。

3. 進化した「ビームスインターナショナル」はバーニーズより面白い

4月29日にグランドオープンしたビームスインターナショナルギャラリーは時代の旬を感じさせるファッションとライフスタイル提案が凝縮されています。又、ウィメンズのコーナーもメンズ同様のコンセプトでセレクトされた楽しい魅力的なラインアップとなりました。設楽社長のあくなきこだわりが凝縮されています。例えばウンガロやアレキサンダーマックイーン、ロシャス等のラグジャリーブランドからデザインとクラフトの融合をコンセプトにしたフェシカ、西ロスのセレブ御用達のチャンルー、LAからハワイに移住したアーティストのジャリアンは貝や漂流物など自然な素材での作品はLAのフレッドシーガルとビームスのみの扱いといったようにファッション大好き人間には楽しくて時間が立つのを忘れてしまう程の品揃えです。ここはバーニーズより規模ははるかに小さいけど遥かに楽しいショップです。

4. 韓国レポート「SOUL NOW」

韓流ブームの韓国のソウル地区を土日2日間回りました。相変わらず東大門、南大門、明洞とも観光客であふれ、特に流通業界の売上は日本人観光客のウエートが相当高いよう

でした。ファッション、飲食、エステ、化粧品など何処の店に行っても日本語ばかりが飛び交っていました。しかしながらFA業界全体としては低迷状態が続いているとの韓国FA協会副会長 金氏の話でした。

竹島問題では街頭署名運動を大々的にやっていましたが、商売は別物のようです。

ソウルの注目店、

- ①「SOM-NI」:韓国の伝統的な素材や柄(麻やシルク)を現代風な洋服にアレンジしたグレード感のある店で、価格は2万~7万円位でしたがエリザベス女王も立ち寄った店でした。
- ②「The FACE SHOP」:ファンケルのような自然化粧品ショップで20~40坪の路面中心に展開。イメージキャラクターはクオン・スオンで内装はナチュラル、価格は日本の3分の1程なのでどの店に行っても日本人や現地女性客で満員でした。
- ③「チファジャ」:宮廷料理研究家で人間国宝のファン・ヘソン直営の宮廷料理専門店で価格は昼食で13品~25品、150円~350円)、特に「韓菓(韓国の和菓子)」はどれも美味しそうで、詰め合わせセットは3千円~5万円位でした。

一方

ファッションビルに入っている店はどこも109系商品のオンパレードで、価格は500円~5千円位なので洋服好きの日本人には探す楽しみがあるようです。

「韓流ブーム」は女性の間では「ドラマ・食・美・衣」とまだまだ続きそうです。

5. 丸井今井が伊勢丹に支援要請

伊勢丹は要請を受けて検討中、7月の丸井今井に中間決算期頃には結論を出したいとしています。内容は札幌本店、旭川、函館の3店を分離して設立する新会社への出資と役員や幹部社員の派遣を中心とする支援要請と見られています。

丸井今井の不振店である、小樽、苫小牧、釧路、室蘭の各店舗は旧会社として将来清算?する方向も見えています。

伊勢丹は岩田屋を今年2月に連結子会社化したところで、小倉、立川、吉祥寺、松戸、浦和、相模原、府中、静岡、新潟、京都と支店の中でも多くの不振店舗をかかえており、「いくら伊勢丹でも人材がまだ送り出せるのか?不振店の対策が最優先課題では?」との声もあります。

関係者によると丸井今井の支援については、伊勢丹内部でも慎重論が根強く、20社に及ぶ金融機関の調整など環境整備もまだ必要でしょう。

アパレル業界では、「百貨店協会加盟は現在96社、274店舗ですが、この5年以内に2割は減少するのではないか」との見方も出ており、流通構造の地殻変動はここでも勢いを増しているように見えます。

6. 松屋銀座百貨店にオープンした“京都つる屋 花陽”の人気

4月に8階のレストラン街をリニューアルオープンした松屋銀座百貨店。改装効果は顕著に表れ入店客数も2桁増。昼時には全てのレストランが長蛇の列。なかでも1番の目玉は京都の老舗料亭つる屋。ゆったり座れるカウンター席とテーブルで構成されている店内はビジネスランチにも最適。お昼の懐石ランチは下がり引き出し状になっているお重に小鉢が8皿。どれもきれいで量もちょうどよく味もとても繊細でおいしい。

お昼は¥2888 から¥8400 のコースで、夜は¥5250-¥18900 までのコースの他1品料理や予算に合わせてのコースも用意してくれる。

中央区銀座 3-6-1 松屋銀座本店 8階 03-3538-7002

営業時間:ランチ 11:00-15:00 ティータイム 15:00-17:00 デイナー 17:00-22:00