

1. 大変貌の品川駅周辺、エキュートも好調のスタート

海岸側のインターシティ開発、新幹線駅開業、京急ウイングリニューアル、アトレ、プリンス側の水族館、そしてこの10月1日にオープンした駅ナカの「エキュート品川」で品川周辺が大ターミナル化し活況を呈しています。エキュートは1600平米で年間売り上げ35億目標との発表です。スタートの2週間は一日、平均2000万強と目標を大幅に上回っています。因みにグランプラスのケーキ専門店「バズサーチ」が平均150万、「ツバメグリル」の惣菜ケース店100万、おいなりさんの「豆狸」が70万。如何に売れているかわかります。但し大宮のエキュートに比べ2層でしかも「イカリスーパー」のような核がなく上層階の雑貨小物とレストランがどうなるかが課題です。この影響もあって、駅及び周辺が活性化し京急ウイングもアトレも大変好調です。110万人の乗降客、三菱、ソニー、キャノン等のオフィス群、メリディアン。プリンス等のホテル群を考えると百貨店があってもおかしくないマーケットです。まだまだ成長力を秘めた大ターミナルです

2. 開発が進む千葉ニュータウン集客の核は大型の「ジョイフル本田」

計画人口20万人を目指し開発が進んでいる北総線の千葉ニュータウンは印西牧の原駅を中心に商業開発も活発化してヤマダ電器、ヤオコウ、ジャスコが近々オープン予定、更に新たなSCが計画中、既に「サンキ」、ドラッグの「カワチ」「スポーツデポ」家具のアウトレット「MEGAMAX」等の有力大型専門店が出店しておりますが此処の「ジョイフル本田」の集客力は凄い一言です。年間700万人～800万人の入館客数です。東京や茨城の車ナンバーも多くわざわざ目的を持ってのお客さまが如何に多いかがわかります。資材、生活、照明、住宅、ガーデン、その他、食品館やアート、クラフト館、ペット関連も充実し、衣食住の衣を除いた全てが此処で揃います。集客のポイントは圧倒的な品揃えにあります。なにしろスコップだけで100種類以上あります。ですからジョイフルの近隣に他業種の専門店がコバンザメ商法で出店するのも頷けます。ジョイフル本田が自店を核にしたSC開発もすすんでおり同社の今後の戦略に注目です。

3. バンダイ 世界一の感動創造企業の行動指針は

常に世の中に夢を提供し続ける企業バンダイ、その元気さの原動力を先日、アパレル事業部担当の田口、関野両役員に御伺いしました。

同社の行動指針は

- ① チャレンジャー魂（まずやってみよう）
- ② イノベーター魂（そこまでやるか）
- ③ エンターティナー魂（やるんだったら面白く）

以上ですが同社の凄さは②（そこまでやるか）③（やるんだったら面白く）にあるようです。社

内でお会いする全ての方が実に楽しそうで笑顔が絶えません。受付やエレベーターに乗り合わせた社員の爽やか対応、秘書室スタッフの笑顔の対応等、こちらもなんだか訪問するだけで元気になります。原宿に直営店もある同社が手がける本格派サーフウェアの「REAL VOICE」は正に根っからのサーファーの関野役員がそこまでやるか、やるんだったら面白くを私生活まで含めて実践しております、なにしろ自宅までショップにしまうほどですから、何が飛び出すかわからないバンダイ発の感動企画、ナムコとの合併効果もあり今後、注目です。

4. 全産業で衣服が最大の減少(経済産業省の工業統計)

経済産業省は 04 年度工業統計速報を発表しました。従業員 10 人以上の製造事業所をまとめたものです。一事業所当たりの出荷額は 19 億 6 千万円(前年比 5.9%)と過去最高となりましたが、衣服その他繊維製品前年比8.9%減でした。

繊維は2兆744億円(2.2%減)衣服1兆9518億円(6.7%減)で全産業中減少幅は衣服が最大、繊維が第4位、皮革が第7位と「不況業種」云われても仕方のないものです。

輸入統計と照らし合わせて見ると、製造業の実態はさらに深刻なものとなりますが、衣料消費全体も減少傾向にあり、R・B・Kの3000人のヤング・OLの「一番欲しいもの調査」では、化粧品、スイーツ、こだわりのパン、雑貨(服飾・インテリア雑貨)の後に衣服が出てくる状況など、衣服需要はさらに減少しそうです。

ここまで来ると「量的競争」から「質的競争」へと転換するしかないことは、すでに周知の事実ですが、「同質化」から抜け出せないのもまた事実でしょう。

こうした統計(科学)を感性で、じっくりみつめたビジネス構築が急がれます。

5. とにかくおいしいイタリアンレストラン“il ristorante nella PERGOLA”

恵比須と広尾と渋谷の間であってどこの駅から歩いても行けないというとても不便な場所にある“il ristorante nella PERGOLA”。そんな場所にあるせいかとても落ち着いていて大人が集まるレストラン。お店の中は落ち着いた静かな雰囲気です。ゆっくり会話を楽しみながらお食事を楽しめる。ここのお料理は前菜から始まってデザートまでとにかくどれをとってもとてもおいしい。量も多すぎず少なすぎずデザートを食べ終わって頃には心地よい満足感がお腹を満たしてくれる。今私の最もお勧めのレストラン。 予算は夜のコースが¥7000円。

渋谷区広尾 3-2-13 03-5464-1288

営業時間:ランチ 12:00-13:30 (L/O) ラunchは土日祝のみ デイナー 18:00-22:30 (L/O)

定休日 :月曜日

6. 韓国(ソウル)のCS事情

1. コリアハウス

ソウルにある「コリアハウス」。日帝時代は総督府で80年代に景福宮(王宮)を手本に改修し「韓国の伝統文化と生活習慣を内外の人に理解して貰う」為に開館し、「韓国文化保護財団」が運営している文化施設です。館内は5つの建物で構成され、それぞれで韓国伝統の音楽・舞踊・料理(宮廷料理)・手工芸品など、人間文化財や国立国楽院団員、舞踊団団員などによって行なわれ、中庭では伝統結婚式を行なうことができます。驚いたのは演奏や舞踊が終わると出演者全員が自らお客の側まで来て、一緒に記念写真を撮りませんかと勧めてくれたことでした。

更に帰りがけに出口の扉を見ると、スタッフの写真が28枚張ってあり、説明を読むと「お客様に対して一番親切に対応した社員にシールをお貼りください」と書いてありました。社員によっては〇月最優秀賞と書いてあります。受付や案内係からレストランのホール係まで、全員が愛想よく、対応がいいなと思ったのはこういう活動の結果なのかも、と納得しました。一般のエンターテイメントの会社ならいざ知らず、財団が、国立の国楽団・舞踊団や一般従業員に目的の為とはいえ、ここまでさせるでしょうか? 「伝統文化と生活習慣を内外の多くの人に理解して貰う」為に、手段の一つとして、「来館者にいかに楽しんでもらえるか」を、出演者や従業員1人1人が考え、行動しているのです。こんな文化施設が日本にあるでしょうか?

2. 現代ギャラリー

高級アパートが立ち並ぶ市内のアックジョンにある現代ギャラリー(現代百貨店)の紳士トイレに入りました。入口には「生花」、内装はステンレスと大理石(白と黒)と壁面に浮かび上がった淡いグリーンの間接照明、トイレ内の壁面や個々の便器の壁面には「額縁に入った季節の押し花」が飾ってあり、大変気分のよい空間でした。日本の百貨店のトイレの環境も実に良くなっていますがギャラリーのトイレ、参考になります。

* 文化・歴史に関する施設で感じたホスピタリティ

観光案内所がとても親切なこと(日本語、英語もOK)。バス乗り場までわざわざ案内してくれ、発車時間になると乗り遅れていないか確認しに出てきてくれた。

どこも施設まで最寄の駅から無料バスが出ていた(運転手も親切)。

客に楽しい時間を過ごさせるための工夫が徹底されていた(民族村では昔のわらびき屋根の農家が数十棟展示されているが、実際に米や野菜を庭で育ており、キムチを作っていた)。何処に行っても、買わなくても、明るく「いらっやいませ」「有難うございました」。

さすが「挨拶の国」、15年前と大きく変化していました。