

1. 銀座和光、納得のサービスと品質

昭和22年、服部時計の小売部門としてスタート以来、銀座のランドマークとして上質な顧客に支持され、又メッセージ性に富む時折々のウィンドウディスプレイは多くの人々の目を楽しませています。和光の MD は一見コンサバで高齢者向けのイメージが強いですがエレガンスをベースに旬も取り入れております。特にオリジナルのバックは婦人、紳士とも品質、デザインがシンプルで使いやすさが特徴的です。しかも丁寧な職人さんの手作り感が伝わり、しかもラグジャリーブランドに比べ価格もそれなりに納得価格の気がいたします。又、紳士のオーダーシャツが好評です。年配の素敵な採寸の担当者がまずは私の要望をきめ細かく聞いてくれ、その上で色々アドバイスをしながら衿のサイズや左右の袖のサイズを決めていきます。まるでフルオーダーのスーツを作る感覚です。ですから出来上がりに納得なのです。和光は「おじさん」のイメージという方も多いと思いますがオーダーシャツの衿のバリエーションには2つボタンの「デポットーニ」やクールビズ用の「イタリアンカラー」など旬もあります。更に素材のこだわりもスイス製、イタリア製と豊富です。お値段は2万9千円から4万6千円とそれなりですがこだわり、納得の逸品は信頼の和光といったところでしょうか。是非一度お試しください。

又、和光のメッセージはウィンドウにも表現されています。今年アートディレクター「武藤淳」を起用し、時の記念日の「遥」、夏は森と海のさんご礁を交錯させた世界観の「森」とインパクトがあり評判です。

私が最近気に入っている和光ですが課題はあります。最大の問題は銀座のランドマークでありながら日、際休み、しかも営業時間は 18 時までです。今どきです。服部のお殿様商法から早く目覚めて欲しいのですが。因みに8月6日～10日は夏季休業です。

2. 爽やかだったトリンプ社長の吉越さん

トリンプの吉越社長が公約通り60歳で社長を退任する旨がニュースとなっています。実は退任を発表する1ヶ月前に吉越さんが私の事務所に来られ RBK の仲間とランチをしました。そこで退任の話をご本人から直接お聞きしました。業界 NO2に成長させ20年間に亘る増収増益の見事な実績、まだまだやれるとの周囲の見方とは別に、本人は60歳でやめると以前から公言しておりまして、何歳までに辞めるといって辞めた経営者はなかなかいない中、「流石、吉越さん」の声しきりです。同氏の残した素晴らしい業績はマスコミ等で紹介されています。長年のお付き合いのなかで私が感じた吉越さんの経営者としての卓越している点を挙げますと次の2点に集約されるように思われます。まず第1点は「顧客満足」CS が経営の根本にある点です。第2点は「従業員満足」ES が同時にその根本にある点です。ですからいつも目線がお客様と社員です。そこから天使のブラや接客コンテスト日本一、ノー残業デー等が生まれたのでしょう。この2点にプラスして類まれなアイデアが好業績プラス楽しい会社に発展させたものと思います。吉越さんの退任でブラやショーツの絵柄のゴルフボールが頂けない寂しさはありますが今後の活躍が今から楽しみです。

3. 百貨店、平成7大逆風

05年の会計年度では百貨店の売り上げが9年ぶりに前年対比0.3%プラスになりました。小売業のシェアは、98年6.4%から05年6.1%へと下げ続けていますが、百貨店業界では「下げ止まり」「歯止めがかかった」との見方が主流となり、大手百貨店ではその基幹店への投資計画が目白押しです。

それを「百貨店の反転攻勢」と報道する新聞もありますし、注目を集めていることは事実ですが、気になるのは平出百協専務理事の講演にあった「百貨店平成7大逆風」です。

① 人口の減少が06年から始まる。(首都圏は2010年から)階層分化がすすむ。

② モノ消費が減少、増えるサービス消費

③ 団塊世代の定年と20年間百貨店をささえたそのジュニアへの対応

④ 他業種の出店攻勢

⑤ 高税・低給付時代の到来

⑥ 中心市街地の退潮

⑦ 取引先のマルチチャネル化

この7大逆風に耐えられる大型投資なのでしょうか？仕入先であるアパレルでも百貨店の売り上げ構成比が下がってもSCへの出店シフトを進める動きが強まっていますし、一部の百貨店を除き、SC、専門店、Eコマースに対し、有効な施策が見えないのが気になります。

4. バーガー屋を超えたフレッシュネスバーガー(キャットストリート店)

飲食業界の鬼才と言われているフレッシュネスの栗原氏が新業態を7月8日、キャットストリート沿いにオープンしました。アメリカンハウスをイメージした3階建ての一軒家でストリートから一歩奥へ入ると落ち着いた空間です。元々の民家を改造しバスルームなどインテリアとしてそのままにしてあるので我が家でゆっくりくつろぐ感じがとても良い店です。ショップテーマは「デリシー・ライフ」デリシャスでヘルシーな生活を意味するそうです。ですからここには従来と違ってオーガニックの食材や世界から集めたミネラルウォーターを販売しております。「ナチュラル」「オーガニック」の同社の基本を踏襲し、食生活を提案しております。パスタやオイル、イタリアやルーマニアの水など日本初上陸の商品もあります。この夏はフレッシュネスで買ったミネラルを片手にキャットストリートを歩く若者が増えそうです。スローライフやロハスの時代、急遽の参入組みが多い中、創業当初からオーガニックやナチュラルにこだわっていたフレッシュネスに本物の強さを感じます。

5. 東京チャイニーズの新星『ジーキン』は最高

フレンチの「レストラン・ランス・YANAGIDATE」の柳館シェフがプロデュースするチャイニーズレストラン『ジーキン』。Ji-Quing とは中国語で喜ばしい行事という意味を持つそうです。葉林永弘料理長が作り出す素材重視の広東料理は1皿1皿少なめのポーションでまるでフレンチの様にきれいに盛り付けられてサーブされ、どれも確かに中華の味わいなのだが食材の選択が独特で驚かされます。ここではひとり1皿ずつという西洋スタイルで料理が出されテーブルにはナイフとフォークとお箸がセットされていて、食器類もクリストフルの真っ白なお皿。昼も夜もコース仕立てなので2人で行っても色々なお料理が楽しめます。とても上品な味でとにかくどれも全て美味しい。落ち着いた空間と心地の良いサービス、そしてシャンパンやワインも充実しているのがとても嬉しい。

ディナーは¥5,800、¥7,000と¥10,000の3種類のコース。

最近訪れたレストランの中では最もお勧めの店の1つです。本格的な中華にフレンチのエスプリを効かせた新感覚の中華には大満足。

港区北青山 3-10-13 03-3498-8144

営業時間: ランチ 12:00-14:00(L/O) ディナー 17:30-21:00(L/O) 定休日 : 月曜日