

1. 笑顔咲く、文化発信エリア「赤坂サカス」で街が変わった

3月20日、東京の新名所が赤坂旧TBSエリアに誕生しました。伝統と最先端のミックスタウンで従来の永田町界隈の会食場所やオフィス中心でオジサンの街から若者の街へ大変身です。メインの「赤坂BIZタワー」、「TBS放送センター」、住居棟の「赤坂ザレジデンス」、ミュージカル、コンサート等のホール「赤坂ACTシアター」伝統のライブハウスの復活「赤坂BLITZ」それらの中心にイベント広場の「SACAS広場」、「ギャラリー」、400インチの大型モニター「SACAS400」等、楽しさ一杯です。BIZには博報堂も入り近隣の六本木ヒルズ、ミッドタウンとは徒歩圏内で相乗効果が期待されそうです。サカスのコンセプトは新しい文化発信エリアで「新しい文化を咲かす」「訪れる人の思いを咲かす」でしょう。その点ではお台場のフジテレビエリア、汐留の日テレ、電通エリアと近いものがありますが、なにせここは伝統の赤坂です。レストランにしても食品にしても、上質感があります。レストランではマキシムドバリ、赤坂離宮、ざくろ、食品ではパリで人気のブーランジェリー（ベーカリー）ドミニクサロンが日本初出店で初日から長蛇の行列でした。「サカス」オープンで最も変わった事は赤坂に若者が増えた事と閑散としていた土日が賑やかになった事です。確かにここには「非日常の新鮮な楽しみ」がありますが、古い赤坂の商店、例えば老舗和菓子の松月や路地裏の飲食店等も共存し、麻布十番同様に是非残って貰いたいですね。

2. アパレル製造卸業が目指す「新流通」・「業態転換」

アパレル企業経営者の会合に招かれて一緒に食事をしました。皆さんのお話は①このまま「製造卸業」としてやっていると展望が無い、業態開発をすすめ「製造小売業」を目指すべきだ。

②従来の百貨店、専門店、量販店中心の販売から、「新流通」の開発が必要だ。この二点に集中していました。

これまで多くのアパレル企業が経営破たんしたなか、生き残った経営者の声として重く聴くしかない話です。

百貨店協会、チェーンストア協会のデーターから見ると最盛期の1991年を100として、05年対比で見ると百貨店は、売り場面積が136.6%と増え、営業時間も134.7%増えたのにもかかわらず、総売り上げは80.7%、一坪当たりの売り上げは59%となっています。チェーンストアも売り場面積が192%増ですが、売り上げは95.5%、一坪当たり売り上げは49.7%と半減以下となっています。

売り場面積の増加、営業時間の増加がもたらす経費は増えるばかり、その上掛け率を下げられて来た15年間だったとすれば、「製造卸業」に展望を見出せないのも解ります。

一方で「テレビ通販で15分放映したら1千万円売れた」「SC中心に出店していると売り上げ歩合だから粗利益が60%残る」などという情報も飛び交うのですから、「新流通」「業態転換」と言うテーマが現実味をおびてきます。

しかし、こうした話にも落とし穴がありそうです。それは、お客様が何を求めているのか？ 自社はどれだけ応えているのか？ たえずそこからスタートして自ら導き出すことで社内のエネルギーも沸き起こるのではないのでしょうか。

3. 人気の大阪「堂島ホテル」の良さと使い悪さ

北新地の近くで先物取引発祥の場でもあった堂島ホテルを、2006年に目黒の「クラスカ」や青山の「サイン」で有名になったトランジットがプロデュースし、大阪でなかなか予約が取れない人気のホテルとなりました。タクシーの運転手の話ですと芸能人が多いとのことでした。コンセプトは「オ

「オーセンティックモダン」時代を経て磨かれ選り抜かれた現代的でシンプルな遊び心が売りです。館内へのアプローチにブックサロンがあり、メックスハックネットがディレクション、インテリアは「GUILD」、家具デザインは「Graf」が担当し、オーセンティックでシンプルな環境及び室内で通常のシティホテルと違って家庭の温かさが感じられるような作りになっております。但し使い勝手は課題大有りです。バスルームのシャワーが使いにくい、タオルかけがない、AMADANA のポットが不良等、かっこよさの反面の使い悪さがいくつもありました。商業施設の企画設計に使える事ですが作り手の意思が強すぎてプレゼンは通るが、最終困るのはお客様といった施設がここにもありました。

4. アルミ缶のプルトップの再利用でベルトやバッグ作り

「DALA LEO」Made in Brazil

世界的に環境保全、エコが叫ばれていますがイタリアのファッション会社「DARA LEO」がブラジルで製作しているアルミ缶のプルトップのバッグやベルトが日本のトモロウランド等のセレクトショップが輸入し人気を集めています。先日、我が家で購入したハンドバッグで 27,000 円。パンフレットにエコ、再利用のコンセプトと製作の工程が写真で掲載されています。プルトップを集める、桶に入れ手で洗う、磨く、約 1500 から 2000 個のプルトップを 1 個づつナイロン糸で繋げるといった気の遠くなる手間がかかる工程です。この商品の売り上げの一部を環境保全に寄付するそうですがブラジルだからできる商品と言ってしまうとそれだけですが、再利用やエコは更に日本でも世界でも真剣に取り組む必要がありますね。

5. 大失敗の西武渋谷にオープンした「岸田書齋」

元「レオン」編集長、現メンズ雑誌、ウェブ「ジーノ」社長の岸田一郎氏が自身のデスク周りのステーションナリーやショップ立ち上げの為にイタリアで買い付けたファッション、バック、靴等が渋谷西武 B 館 6 階になんと 100 坪の広さでオープンしました。エスカ廻りのオープンなスペースで書齋とはかけ離れた平場空間です。環境もひどいですが商品が全く一貫性がなくダイヤ入りのストラップ(309,600 円)とか、どうみても品のないワイルドスワンズのバッグがある一方、オープンからセーターのセール品があったり、安めのジーンズが大量にあったりと際物のステーションナリー以外は魅力ありません。暫く居たのですがお客は私一人だけ、翌週見たときも一人も入っていません。雑誌と実小売ビジネスは全く違うことがわかっていればこんな事にはならなかったと思いますがコラボした西武も西武です。

岸田氏も自分の世界観だけでのビジネスを立ち上げるのでしたら青山あたりの隠れ家発想にすべきだったでしょう。それにつけても 100 坪の多量な商品在庫は一体どうなるのでしょうか。

6. パリの日本食で初めて星を獲得したレストラン「あい田」

相田康次さんが経営するパリ7区の日本食レストラン「あい田」が2008年3月にフランスの日本食レストランとして初めてのミシュランの1つ星を獲得し話題になっています。相田さんは新潟の割烹旅館の息子さんで高校の時スカウトされ「笑っていいとも」の「いいとも半熟隊」を1年間務める。その後母親が青山で経営するレストランを手伝い、ワインと料理の勉強をする為に渡仏。ホテルのレストランでの経験を経て2005年に会席と鉄板焼きの店「あい田」をオープン。変わった経歴の持ち主だが、料理の味はお墨付き。奇をてらう事なく素材そのものの持ち味を十分生かし、丁寧に作られたお料理はどれも本当に美味しい。日本酒、焼酎は勿論の事ワインのセレクトも素晴らしい。お店も居心地のよいカウンターとテーブル席が2つ、掘りごたつ式の座敷と、小さいが落ち着いた空間。ご主人もおだやかでとても感じのよい方です。コースは90ユーロ、120ユーロ、160ユーロ。アラカルトで頼むのももちろんOK。パリに行く機会があったらぜひ尋ねていただきたい日本食レストランです。要予約。パリ左岸の百貨店ボンマルシェから徒歩5分。

1, rue Pierre Leroux 75007 Paris Tel:01-43-06-14-18