



2010年新春展示会

明けましておめでとうございます。

昨年は新築住宅着工数の激減もあり畳業界は大変厳しい1年でしたが、本年は明るい兆しが見える1年となるよう願うばかりです。

皆様にとっても良い1年となりますよう。

さて、この状況を少しでも盛り上げようと嵯峨商事では来る1月14日に展示会を実施いたします。畳店様へ関連メーカー・商社より新企画をご提案するのですがこちらでも企画の一部を紹介しませう。

まず、光触媒消臭表やアレルバスター畳といった新商品のご紹介です。畳機能の最先端商品です。

その他には畳フローリングシステムという新商品があります。畳店がこれまでのスキルと畳材を活かしてフローリング施工を行う画期的な新商品です。

ご興味のある方は是非覗きにいらしてください。



Tatami Mode

一般消費者の方が畳に求めるスタイルはカラー畳の登場により少しずつ変化しています。

最も敏感な消費者が気になっているのはズバリ「黒い畳」だと思います。まだ購買には大きく結びついていないかもしれませんが、そのうち黒い和室が流行るかもしれません。



都市思慮

島津良樹

「渋谷という街(2)・・・内需と外需の渋谷人類学」

今回も渋谷人類学につづき。マルキューギャルのことは前回書いた。マルキュー②というのもあってここは親子連れとかじじいばば連れのジュニアファッションのメッカである。ワンオーナーイン30s、ただのワンオーナーインというのもあった。

それぞれにセグメントされた客層マーケの店だったが前者は本屋を経て外資系ファッションビルに後者は大型パチンコ・マルハンになった。先日ビックリしたのはパルコIIが閉店していたことである。

70年代、パルコ公園通りが全盛だった頃の渋谷センター街は男相手のエッチ通りで女の子なんかまるで見なかった。ホロ酔い加減で歩いていると客引きの声がかかる。兄ちゃん達数人にジャンケンさせて勝った方のピンサロに行ったこともあった。

このセンター街もいつの間にか廃れ、

代わりに一斉開花したのがまずファーストフード(FE)ショップ、続いてハンゲルや中国語が飛び交う百円ショップである。その頃チーマーが発生し、マスコミでは「娘を渋谷に行かせるな」の怖い渋谷になっていった。

1990年代の「失われた十年」にも渋谷来街者数は減ることがなく、富山市人口とほぼ同じ40万人が毎日駅から街に入りそして駅に戻っていた。うち半数が盛り場渋谷に来て、四分の一が宮益坂や明治通り方面で働いていた。残りの10万人が首都高3号線の陸橋を渡って南平台・桜丘町や並木橋のオフィスや専門学校に通っていたのである。渋谷には消費系の若者ばかりでなくサラリーマンやOLも沢山来ていることがもつと話題にされてもよい。

問題は、都市渋谷がこの渋谷「内需客」を十分にケアしてこなかったことにある。昔のパルコや今のマルキューへの女子達の大部分は地方からの観光客を含めて「外需客」、そして彼女達がお目当ての店も渋谷の外からの一過性テナントに過ぎない。

様々な人びとが行き交う街、渋谷。街感のすこぶる高い女性脚本家から「渋谷は学校を卒業すると同時に卒業する街なのよ」と言われたことがある。この「学校」が大学↓高校↓中学と若年化してきたのが渋谷人類学の半世紀である。

しまづ・よしき / 都市アナリスト。京都大学に学び西山卯三に師事。東急総合研究所取締役地域開発研究部長・顧問を経て、立教大学大学院教授。08年よりS&Associatesを主宰。