

集めている。
 ジロールにチーズをセットし、ハンドルをクルクル回すと薄く花びらのようになる。濃厚な味わいのチーズは薄く削ることでおいしさが際立つ。ホームパーティーなどでたちまち話題の中心になると好評だ。チーズの販売時期を心待ちにする客が年々、増えているという。価格はチーズが100円650円、ジロールは8400円（木製）と1万500円（大理石製）。問い合わせは久田（東京都立川市、042・525・9800）。

風土や暮らし伝える

オーナーと店主が旅先で出あったその土地の風土や暮らしを伝える店「アムコ カルチャー & ジャーニー」(050・3344・1399)が東京・馬喰町にお目見えした。運営するデザインプロダクション、スクーデリア(東京・中央)が



企画編集したオリジナル冊子「輪土」の特集と連動。4カ月ごとに店舗の一角で特定の地域に焦点を当てた店頭特集を開催する。第1回は三重県の伊賀を取り上げ、地元の陶芸家の作品や、老舗漬物店、宮崎屋の漬物「養肝漬」(420円)、三重のローカル誌「NAGI」などをそろえる。日本各地から集めた器や生活雑貨も常時扱っており、手仕事が好きなたちでにぎわっている。

袋ごとフィルターに

袋にお湯を注ぐだけで本格的なコーヒーが味わえる。そんなユニークな商品「GROWER'S CUP(グロウーズカップ)」がデンマークから上陸した。袋の中にはひきたてのコーヒー26gとフィルターが入っている。袋を開け、



500mlのお湯を注いで5~8分抽出するだけで、3杯分のおいしいコーヒーがいられる。

デンマークのバリスタが世界各国から最高級のコーヒー豆を選んだ3種類(315~420円)。単一農園のコーヒーで、独特の風味と香りを持ち、すべて少量ずつゆっくりとマイクロ波焙煎(ばいせん)されている。問い合わせは立花商店東京支店(東京・渋谷、03・5785・3545)。

素材選び、スイーツ感覚

顧客は店頭で中に詰める素材を7種類のサンプルから選ぶ。ウレタンフォームなら「もちもちマシンユマロ」、ソバ殻は「さっくりラスク」といった具合にスイーツになぞらえたネーミングだ。基本価格は7980円で、2万円以上する本格的オーガニック枕より割安。東武百貨店の店ではオーガニック枕だけで週末に40~60個売れる。常設店の売上高は月500万~600万円。移動店舗には同

900万円売れる店も。展開を始めたのは2010年。オーガニック枕の価値が顧客に伝わっていないという西川八一行社長の問題提起から、女性の興味を引きやすく、機能性を理解しやすい売り場・商品作りを考案した。プロジェクト専任に27~28歳の女性社員3人を指名。顧客像を同世代の「28歳の女性」に設定しアイデアを盛り込んだ。例えば外から見えない内袋にも5種類のデザイン

凹凸の機能色で伝える

快眠マット

12月1日、東急ハンズ新宿店(東京・渋谷)にピンク色のマットを敷いたコーナーが登場した。西川産業のアスリート向けマットレス「エアー」シリーズの専門店だ。エアーは表面に無数の凹凸があり、体圧を分散して快眠を促すしくみ。8月以降、主力2品目の

「選ぶ」という意見を反映した。メンバーは顧客像が33歳の「お姉さん版」店舗の出店準備も進めており、13年秋にも出店を始める計画だ。売れ行きは前年同期の2倍に増えた。7月に日本レスリング協会とスポンサー契約し、ロンドン五輪出場選手に無償提供。メダルラッシュもあって人気が爆発した。09年発売の同商品には原型がある。約10年前から扱うシニア向け「健圧敷きふとん」などだ。機能性は高いものの「肌色」のみの品ぞろえで、せっかくの機能が伝わりにくかった(西川社長)。

西川社長は素材によって色を変えている。ジョギングシューズのソールに着目。「普段は見えないが、高機能の商品を持つことに満足感を得ている」と考えた。そこで、凹凸の部分素材によって青や赤に色

被災地ルポ にぎわい再び

君たちも仲間だ

「がんばれ!!石巻!!」「必ずまた来ます」。11月17日午後の宮城県石巻市。東日本大震災以来、休館していた「石ノ森萬画館」が再開した。歩道にはボランティアらがメッセージを書き込んだベニヤ板が並ぶ。「ここから世界にお礼を発信していきます」。萬画館を運営する「街づくりまんなぼろ」の社長、西條允敏氏(68)は力強く宣言した。この日は雨の中を約4000人が来訪。副社長で萬画館の仕掛け人である尾形和昭氏(53)は、その様子を感慨深げに眺めていた。

石巻には災害ボランティアセンターを通じただけで11万人以上が泥かきなどに訪れた。人数は減ったが、今後も復興にかかわりたいと思う人は多いはず。街の活性化にこれからも一緒に取り組めないかと、交流サイト(SNS)を使った連携の仕組みづくりが進む。尾形氏はその中心人物の一人。塗料会社を経営し、「まんぼう」には無報酬で従事する。27年前に東京から戻り、さびれゆく故郷を見て街づくりに取り組むと決意した。



氏 SNSは2013年2月に本格稼働する。石

を一目で



ラインアップ全店