

言葉使いの笑い話



子どもが不思議に思う...朝でもないのに「オハヨウゴザイマス」という挨拶。今日という日ははじめの挨拶なのよ、と説明しても、納得がいかないみたい。そういう私も最近、納得のいかない会話に出会い、笑ってしまった。

ロエベ (loewe) にて
評判の皮ジャン見たさに (ブルゾンというべきか...) ロエベをひやかしたら、美しい皮製品が並んでいる! う~ん、あのバッグ、もっと近くで見たい! というものがあって、(本当に危険な店でした...) で、ひとつを見せてもらおうと、店員さんは白い手袋を付けて大切にバッグを棚から下ろし、「オカワはコヒツジを使っておりますので、テザワリが良くでございます」と説明してくれた。私は「オカワ」のところ、何? と思考停止状態、ややあって「コヒツジのお皮」と分かったけれど。

同じような会話がエステティックサロンで行なわれていると、美容師さんから聞いた。高級エステサロンでは「オカミ」(髪)「オメ」(目)などと言うのだそう。

いや~、「オメ」「オテ」あたりは笑えます。

気がついてみれば、こんな新・丁寧語があらゆる接客業で使われるようになってきている。ファミレスで注文をし終わると、ウェーターが注文を復唱し、「...で、よろしかったでしょうか?」と聞かれるが、これも丁寧なのか、失礼なのか、疑問に思うところ。大手電気店のレジでは「おためですか?」とポイントを使うのか、貯めるのかと聞かれる。

そういえば、いぬ業界も面白いらしい。

ペットショップでは、犬をお客さまの娘か息子のように扱うので、言葉も坊ちゃん、お嬢さんへの使い方に準じるらしい。

犬のレインコートを「お客様と同じものを着ていただけます」って、犬に着ていただけるのか、お客様が犬と同じものを着ていただけるのか? ?

さて、ロエベに話が戻るが、ロエベは、ドイツ人エンリケ・ロエベがマドリッドに皮革製品の工房を開いたのが始まり。1997年にナルシソ・ロドリゲスがクリエイティブ・ディレクターとなってブランドに新風を吹き込んで以降の商品が面白いのだが、その少し前からLVMHグループ (モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン・グループ) に属している。LVMHグループのファッション部門には、セリーヌ、ジバンシィ、E. プッチ、フェンディ、D. キャラン、M. ジェイコブスなど高級ブランドがあるが、これらの日本店での日本語が微妙に面白いのでは? と私はアタリをつけたので、いくつかの店へ出かけてみようと思っている。

石につくもの

磯の生き物 塀のスミレ



子供たちは石垣や岩壁の前にしゃがみ込んで、生物を探すのが大好き。私も子供の頃は、石につくものをのぞき回ったものです。



六本木ヒルズ 人の集まる場所として

消費分野で活発な人達がどのような人なのか、目で確かめなければ、六本木ヒルズへ行ってみるといい。昼11時を過ぎると、六本木駅から大勢の人がやってきて、案内図を確かめて入っていくのは、わいわい楽しそうな中高年女性の2、3人連れが圧倒的に多い。

丸ビルも汐留も楽しかった、という人達。シニア夫婦も結構いるが、女性が主役で、男性はおまけ的に見

えてしまう。

幼児を連れのお母さん同士、幼児と母と祖母の組み合わせも多い。

六本木ヒルズ 建物として

感想は「印象的な風景のない街」。六本木ヒルズは、さまざまなジャンルの人気店が集合して「回遊する楽しみのある街」になっている。しかし、並んだ人気店を回遊するだけで、無意味にほつき歩いて楽しい、わけの分からん危なさなどはない、屈託のない街に見える。森ビルのHPによると、「六本木ヒルズは、東京に文化の核をつくり、日本を代表する文化都心を創出するために計画された」というが、概観から感じるのは、新しいものを生み出すエネルギーよりは、人々にサービスし、サービスによって潤う街という印象。ヒルズの中に住んで、自ら東京の核になろうとする人には違う印象を与えるのだろうか。

六本木ヒルズ お客様は2種類

建物の概観デザインに期待していたので、期待外れに感じたのだが、住宅棟の設計デザインにはコンランの名前があがっている。都会的なコラポレートが持ち味のコンランのインテリアを好む、新しい東京のリッチ層がヒルズの住民なのだろう。ルイヴィトン等のLVMHグループでも都会型新リッチへのサービスを強化しているが、六本木ヒルズのVIPサービスを甘受するのも同じ層のようだ。