

# 海外研修

## ロサンゼルス～ニューヨーク

2024.9.10-9.15



2024年10月15日  
サンキャスト株式会社



## ■旅程

2024年9月10日(火)～9月16日(月)

### ロサンゼルス

9/10(火)

東京（羽田空港第3ターミナル）～  
ソネスタ(ロサンゼルス国際空港)

ベニスビーチ

サード・ストリーム・プロムナード

ロサンゼルス郡立美術館 (LACMA)

ホールフーズマーケット

9/11(水)

ハリウッド・ブルバード

メルローズ・アベニュー

ザ・ブロード

ロサンゼルス現代美術館 (MOCA)

スキッドロウ

リトルトーキョー

ドジャーススタジアム

### ニューヨーク

9/12(木)

ソネスタ(ロサンゼルス国際空港)～  
ジョン・F・ケネディ空港(JFK)

ニューヨーク国立図書館

タイムズスクエア

アラジン

9/13(金)

バッテリーパーク

リバティ島（自由の女神）

ウォール街

グランドゼロ

ソーホー

リトルイタリー

リトルチャイナ

ドーバーストリートマーケットニューヨーク

メトロポリタン美術館

9/14(土)

MOMA (ニューヨーク近代美術館)

五番街

ブルックリンブリッジ・マンハッタンブリッジ

タイムアウトマーケットニューヨーク

ダンボスーパーマーケット

※LAが日本より16時間遅い（サマータイム）NYが日本より13時間遅い

※通貨：USドル \$1/約¥145 08.16時点

## ■目的、目標の設定

### ○目的

- 1.アメリカの様々な文化を体験し情報収集することで、異なる価値観や生活習慣に対する理解が深まり、多様な視点と理解力の向上に繋げる。
- 2.アメリカの中でも最大都市となるロサンゼルスとニューヨークの視察から、関わりのあるブランドのリアルな現状を把握し、日本との比較から顧客提案に活かす。

### ○目標

研修成果を主要顧客へ具体的に提供し、顧客からの反応・意見を聞き出し価値提供への成果につなげていく。

### 顧客価値とは

顧客が価値を感じる時、それは・・・  
様々な問題・課題に対し、最も効果的な解決策を導き出せた時。

つまり当社が提供すべき顧客価値とは

『あるべき姿を導き出し顧客の成果をあげること』

その為に、私達は日々企業・担当者・案件によって変わる  
問題・課題に対し、様々な仮説を繰り返すことで仮説・立案力の強化を行いながら、  
解決策の提案を行っております。

それでは、なぜ常に顧客毎に仮説を考える必要があるのか・・・

それは、顧客にとって価値を感じる「満足した」や「喜んでいただけた」は、  
企業・担当者・案件・時期によっても変わってくるからです。

## ■要点と持つべき視点

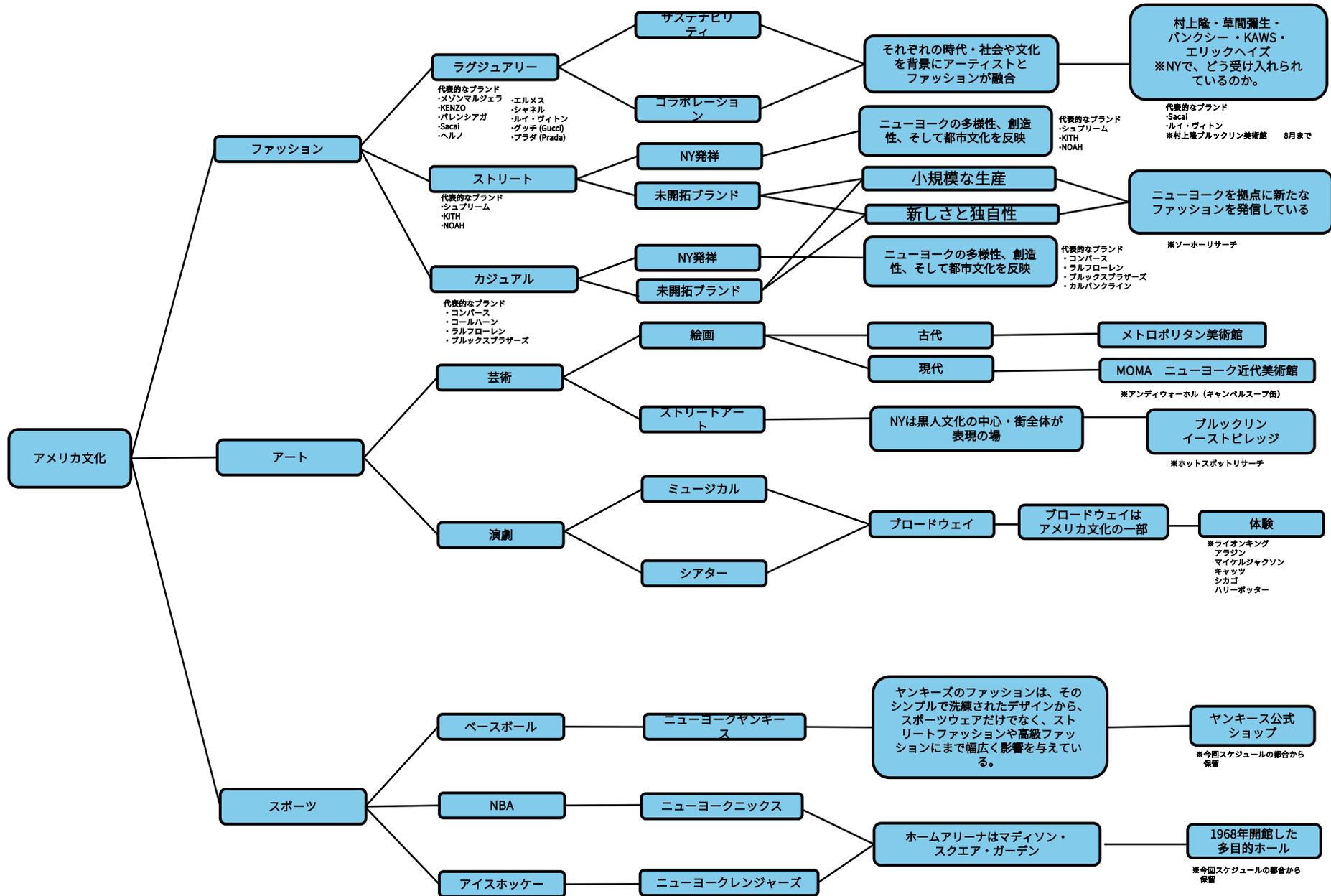
### ○要点

- ・アメリカの文化について事前にリサーチし、仮説を立てる
- ・アメリカと日本の文化の違いを現地で体験する
- ・なぜ？どうして？を考え続ける。調べた事、現地で聞いた事、感じた事をまとめる。
- ・主要顧客が関心のある情報を収集し、レポートする
- ・海外の歴史的、代表的な建築物や文化、国や街の雰囲気を実際に体験し、レポートする

### ○持つべき視点

- 1) 日本とアメリカの文化の違いは？→どこが違うのか？なぜそうなのか？
- 2) アメリカの中でも東海岸と西海岸の違いは？→どこが違うか？なぜそうなのか？
- 3) アメリカと日本どちらにもあるブランドの店舗の違いは？→どこが違うか？なぜそうなのか？
- 4) 日本ブランドがアメリカへ進出した現状は？→どこが違うか？なぜそうなのか？
- 5) 事前に調べたこと、体験したこと、自身が考えたことは果たして正しいのか？  
→仮説を顧客提案に活かす、検証を続ける

■ リサーチ内容の整理 (ロジックツリー)



## ■総括

### 1.日本とアメリカの違い

- ・現地（アメリカ）人と接し、その文化的、社会的、価値観の違いから日本人との違いを大きく感じた。  
日本人は個人よりもグループの調和を重視する傾向があり、チームワークや社会的な調和を大切にします、意見を言う際も、他人の気持ちや立場を考慮し、直接的な表現を避けることが多いですが、アメリカ人は個人主義の文化が強く、自分の意見や考えを率直に表現する人がほとんどでした。  
自己主張や個々の達成が重要視される国なのでそういう考えになると想像します。  
ホテルの受付スタッフなどもカジュアルな態度で接する場面がとても印象的でした。
- ・ロサンゼルスではドライバーの無人化が進んでおり実際に目の当たりにしました。  
無人化が進む背景：アリゾナ州やカリフォルニア州では、自動運転車の試験が早い段階から許可されており、企業が実証実験を行うための柔軟な法制度が整備されている。  
日本は無人化まではできておらず、世界との遅れを感じた。
- ・食文化に関してはとにかく、想像通りハンバーガーやホットドッグ、フライドポテトなどが定番。  
ケチャップ、マスタードがもれなくついてくるが、最終日の夕食となった生ガキにもケチャップが付いており、衝撃だった。

### 2.西海岸と東海岸の違い

- ・アメリカのファッションはアメカジ・ストリート・アウトドア・トラッドなどいくつもありますが、気候、ライフスタイル、文化的背景から西海岸と東海岸でもファッションの違いが見られた。  
東海岸では洗練されたビジネスカジュアルやクラシックなスタイルが見られ、フォーマルでエレガントな要素もあるが、ストリートのスタイルは黒人文化から影響されたスタイルとなっていた。  
西海岸はビーチカルチャーやサーフィン文化が影響を与えており、カジュアルでスポーティーなスタイルが主流でアクティブなライフスタイルに合った服装が多かった。  
またストリートカジュアル人口も多く占めており、独自のファッションを追及できる文化だと感じた。

### 3.自分自身の課題（研修を通して気づいた事、振り返り）

- ・なぜ？から全ては始まる。  
今回の海外研修で「なぜ？」を常に考える事の重要性を学んだ。  
例えば、ドーバーストリートマーケットNYのメゾンマルジェラを見て、「なぜ？」が考えられていないことが分かった。  
「なぜ展示台にトラバーチン柄が採用されているのか？」そこから「そのブランドの歴史的背景」を調べ、理解し、今後の顧客提案に繋げる。  
相手に対し、自身の考えを「なぜその考えにいたったのか」の理由を述べながら伝える事を習慣化する。  
それを繰り返し行うことで、顧客からの『信用』は『信頼』に変わる。

## ■COLE HAANについて

### ○事前調査

ニューヨークで最も有名なラグジュアリーブランドが軒を連ねる620番地の五番街に店舗を構えており、ロックフェラーセンターの近くに位置している。

この店舗は、コールハーンの象徴的なスタイルと高品質のクラフトマンシップを反映しており、顧客にタイムレスなファッションを提供している。

### ○現地調査

客層について、五番街は観光客も多いが店内で見た客層はアメリカ人が多いように見受けられた。

日本の店舗との大きな違いはロケーションと歴史ある建造物で、豪華なファサードが日本の路面店とは異なる印象を与えている。

WD装飾については、日本と大きな違いはなかった。

### ○日本とアメリカの違い

五番街の店舗で展開している商品は仕事での着用に適した洗練されたデザインが多く、オフィスワーカーやビジネスパーソンをメインターゲットとしたビジネスシューズの商品が中心となっていた。

五番街ということもあり、ネクタイをしたスタッフもおり、富裕層のリピーターが落ち着いて買い物できる環境、売場、商品構成となっている。

その為、店内に入る際、日本の店舗より敷居が高く感じた。

観光客や新規客が入店しづらさを感じる可能性はあるが、ブランドの世界観が体験できる事で、富裕層がリピーターとなるような売場であり、見合った接客をされていると感じた。

### ○コールハーンが長年愛される理由

コールハーンのシューズは品質やデザインにこだわりがあり、機能性と快適さも重視する層に向けて展開されている。年代層は（30代～40代）であり、ファッションと実用性のバランスを大事にするため、コールハーンのプロダクトがこのターゲット層に非常にフィットしていると考えられる。

また、この場所に店舗を構え続けることがブランドイメージの強化に繋がり、コールハーンはアメリカで高級感や洗練されたイメージを確立することができているのだと感じた。

### ○日本におけるコールハーン

日本では銀座や表参道に路面店を持ち、伊勢丹等の百貨店でも商品を展開している。

日本の顧客層は流行に敏感でありながらも質の高いアイテムを選ぶ層が多くなっている。

「ゼロブランド」などの高い機能性と快適さを追求したシリーズが人気であり、展開も多い。

歩きやすさや軽量性が好まれている。

通勤や移動が多い東京や大阪などの都心では、長時間歩いても疲れにくいことから

「ゼロブランド」が好まれているのではと考える。

# 9/10(火) ロサンゼルス 1日目

1日目 LA	9/10(火)	11:55~6:00	🚗 移動	羽田空港~ソネスタLAエアポート	アメリカンエアライン ターミナル3
		6:00~7:00	🚗 移動	ホテルへ移動 (荷物預け・身支度)	ソネスタ ロサンゼルス エアポートLAX
		7:00~9:00	📷 観光	ベニスビーチ ⇒ オーシャンフロントウォーク ※サンタモニカ方面に向けて	THE西海岸
		9:00~10:00	🍴 食事	朝食	THE Surfing FOX
		10:00~13:00	📷 観光	ベニスビーチ サード・ストリーム・フロムナード	THE西海岸 カフェやショップ、映画館が集まる歩行者天国、”大きな原宿”
		13:00~14:00	🍴 食事	タコス料理	サンタモニカ
		15:00~17:00		ロサンゼルス群立美術館 (LACMA)	1965年創設。アメリカだけではなくアジア・イスラム作品も展示。
		17:00~18:00		ホール・フーズ・マーケット	オーガニック食品のテーマパーク
		19:00~20:00	🍴 食事	ホテル レストラン	CENTURY TAPROOM
		21:00	🏠 宿泊	ホテル着	ソネスタ ロサンゼルス エアポートLAX



09:30~サンタモニカ



10:00~カフェで朝食



10:30~サンタモニカピア



11:00~ベニスビーチ



12:00~SSPN



13:00~タコス料理で昼食



15:00~LACMA



17:00~ホールフーズマーケット

# ベニスビーチ

## 【説明】

ロサンゼルスにある有名なビーチで人気の観光スポット。  
活気あふれるボヘミアンな雰囲気と多様なカルチャーが融合したこのエリアは、ビーチそのものの美しさだけでなく、ストリートパフォーマンスやアート、スケートボード、アウトドアアクティビティで知られ、地元の人々や観光客に人気のスポットとなっている。  
ベニスビーチにはいくつかの栈橋があり、その一つがサンタモニカピアです。  
サンタモニカピア最大の魅力の一つが、栈橋の上にあるアミューズメントパーク、パシフィックパークです。  
この小規模なテーマパークには、観覧車やローラーコースターなどのアトラクションが設置されています。



レンタサイクル



サンタモニカピア



ベニスビーチ栈橋



遊歩道



ストリートアート

## 【気づき・考察】

- ・暑いイメージのあったサンタモニカですが、9月でも最高気温が30度を超えることがあまりなく、今回着いた時も気温25度ととても過ごしやすい気温で風も涼しく感じました。
- ・ベニスビーチにある栈橋は有名ですが、日本でも千葉県の新毛海岸に似たような栈橋があり、周りにカフェやプールがある人気の観光スポットとなっています。  
**このように誘致行為の観光スポットとしてベニスビーチの栈橋は参考にされたのかもしれませんが。**
- ・ベニスビーチを2時間程走りましたが、音楽を鳴らしながらジョギングする人やスケートパークでスケボーを行う人が多く、またビーチには無数の数えきれない程のビーチバレーのコートがありビーチバレー人口も多いことが想像できるが、**なぜか海で泳いでいる人はほとんどいなかった。**  
なぜか？調べたところ、先に気温を述べたように、年間を通して水温は15℃から20℃程度。  
ウェットスーツを着用するサーファーは耐えられますが、観光客や地元の人々は海で泳ぐより、ビーチで日光浴を楽しむ傾向が強いとのこと。



新毛海岸栈橋

# サード・ストリーム・プロムナード その1

## 【説明】

サンタモニカにある歩行者専用のショッピングストリートで、このエリアは買い物や食事、エンターテインメントを楽しむための人気スポットとして知られています。

アメリカ・ロサンゼルス市のサンタモニカ・プレイスの北側の3ブロックにわたるエリアのことを「サード・ストリート・プロムナード」といいます。

歩いているだけでもアメリカの雰囲気を楽しむことができるこのスポットは、車を完全規制している歩行者天国なので、安心してショッピングを楽しめます。



歩行者専用ストリート



LUKESロブスター



ドクターマーチン

## 【気づき・考察】

・サードストリームプロムナードに実際行って見て、感じたことはアパレルショップがナイキやオークリー・ドクターマーチンなどのショップが立ち並び、ラグジュアリーショップはありませんでした。なので日本にこの場所を置き換えると表参道ではなく、若者よりの原宿に近い印象です。

・顧客で馴染みのある、ベイクルーズ社が日本で運営するアメリカ発のシーフードレストランチェーン「Luke's Lobster (ルークス・ロブスター)」や、アメアスポーツジャパンが現在日本で力を入れているWILSONの路面店も立ち並んでおり、平日で人は多くなかったがお洒落なスポットとなっています。

原宿に近いブランドですが、ビーチの近くでこのよう店舗が立ち並ぶエリアは日本になかなかないので、とても新鮮でした。

## サード・ストリーム・プロムナード その2



WILSONサンタモニカ店



ウィンドウ



店内ディスプレイ



店内にコートがあり使用可能

### 【気づき・考察】

- 日本では現在アメアスポーツジャパンが力を入れて認知拡大を行っているWILSONのサンタモニカ店です。ディスプレイはテニスに特化しておらず、バスケットのディスプレイが多く見られました。  
アメリカではバスケットボールの人気もあるので、WILSONはアメリカで認知され購買に繋がられています。  
その為、実際に見た中で黒人のお客様が多く来店されていたのも印象的でした。
- 日本では直営店はなく、スポーツ用品店のみの取り扱いですが、アメリカでのWILSON店舗について調べたところ、現在、アメリカには直営店舗が6店舗あり、最初の店舗は2021年にシカゴにオープン。  
今後も新たな店舗をオープンする計画があり、具体的にはニューヨークとロサンゼルスに追加のフラッグシップ店舗を2025年に開設する予定。
- 日本でもBリーグが2016年に設立以来、観客数が増加しており、2022-2023シーズンには総入場者数が約429万人に増加し設立以来およそ10倍になっている。  
アメリカの2023年NBA総入場者は約2,200万人と規模は違いますが、それでも日本での市場はかなり大きくなってきております。  
このことから、POPUPを現在日本では展開開始していますが、日本でも八村瑠偉や渡邊雄太など有名な選手がでてきているので、  
アメリカのように人気のあるバスケット選手がWILSONの商品を着用・使用する、  
または試合会場でイベントや展示を行うなどの認知の方法が今後見られるかもしれません。

# ロサンゼルス郡立美術館 (LACMA)

## 【説明】

ロサンゼルス郡立美術館 (LACMA) は、アメリカのカリフォルニア州ロサンゼルスにある最大の美術館で、1965年に設立。この美術館は、古代から現代までの多様な芸術作品を収蔵しており、約150,000点の作品が展示されています。建物は複数のギャラリーに分かれており、アメリカの美術、アジアの美術、ラテンアメリカの美術、現代美術などのコレクションが充実しています。



LACMAの象徴的な「ランプの通り」



レズニック・パビリオンに設置された記念碑的な絵画



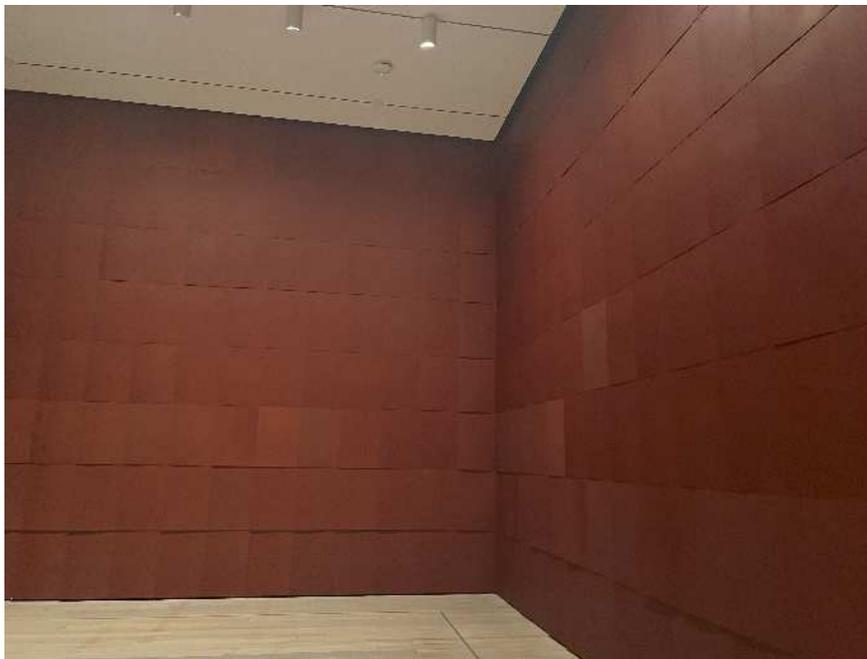
ミニカーが流れるインスタレーション

## 【気づき・考察】

- ・ LACMAを訪れてまず感じたことは、ただ絵や美術品を鑑賞するだけでなく、ミニカーが流れるインスタレーション作品やアートプロジェクトに関連した展示があり、この日やっていなかったが、休日は子供への読み聞かせなどを行っている美術館で子供も楽しめるワークショップも開催しているとのこと。日本の美術館にはないLACMAならではの感じました。
- ・ いくつかあるギャラリーのなかで、日本美術パビリオンが改装中?の為、中にはいることができませんでしたが、なぜ閉まっているのか帰国後に確認したところ、この改装は2018年に始まり、建物の基礎や機械、電気、配管システムの大規模な修理を目的としており、長期化は水漏れの影響を大きく受けているとのこと。完了は未定。本来、日本パビリオンには、国内外の重要な日本美術のコレクションを展示するスペースがあるとのこと。



2018年の日本美術パビリオン



### 【事前調査】

・LACMAの「チョコレートルーム」は、アーティストのエド・ルシャによるユニークなインスタレーションで、1970年に制作されました。この部屋は、香り高いチョコレートでコーティングされた長方形の紙が壁面に重ねられた形で構成されており、視覚的な美しさだけでなく、チョコレートの甘い香りが漂う空間となっています。

### 【現地調査】

・最初この部屋にはいった時の視覚要素では、この部屋はチョコレートをイメージした部屋だと気づきませんでした。が、嗅覚で甘い香りがするのは感じていました。

1970年に制作されたこのインスタレーションが現在もそのような効果をだしていることに疑問がありましたが、チョコレートでコーティングされた長方形の紙を定期的に貼り変えて展示を繰り返しているとのことが帰国後にわかりました。

アパレルでは視覚以外の5感で嗅覚も大事な要素ですが、聴覚となる音楽も店舗やPOPUPなど、その空間でどう流れているのか。今後意識して聞いていくことが大事であると感じた。



### 【事前調査】

・アンディ・ウォーホルのキャンベルスープ缶は、ポップアートの最も象徴的な作品の1つであり、コレクションの一部としてロサンゼルスカウンティ美術館(LACMA)に展示されています。ウォーホルは1962年にこのシリーズを作成し、当時同社が販売していた各フレーバーを表す32種類のキャンベルスープを描きました。

各キャンバスはほぼ同じで、フレーバーラベルのみが異なり、それらが一緒になって食料品店の棚を模倣した印象的なディスプレイを形成しています。

### 【現地調査】

・この作品にフォーカスした理由ですが、今回の研修でどの美術館にも展示されており多くの人が見ている作品であることから、

「なぜ、この作品が世界的にこれほど認知されたのか？」という疑問でした。

作品のテーマは、一言でいうと

「消費文化や大量生産を反映したもの」です。

キャンベル缶スープ自体は、19世紀後半からアメリカで広く愛されてきた商品で、手軽に栄養を取る手段として家庭に普及した。そのシンプルなデザインと、普遍的な存在感が、アートやデザインのインスピレーションとして利用され、特にウォーホルの作品によってキャンベル缶は大衆文化の象徴となったとのこと。

認知拡大は、身近な物から影響を受けて広がる。

# 9/11(水) ロサンゼルス 2日目

2日目 LA	9/11(水)	8:00~9:30	🚶 移動	ホテル ⇒ ハリウッド	駅名: ハリウッド/ヴァイン
		10:00~11:00		ハリウッド・ブルバード	ハリウッドのメインストリート、散策
		11:00~12:00	🍴 食事	ハリウッド	ルーフトップ
		13:00~14:00	📷 観光	メルローズ・アベニュー (ステューシー、ロンハーマン、ヴィヴィアン、その他古着屋)	古着屋、バンク系ファッション、LAファッションの発祥地
		14:00~14:30	🚶 移動	ハリウッド ⇒ ダウンタウン	メトロBラインでヴァイン⇒シビックセンター、約20分
		14:30~16:00		ザ・ブロード	総工費1億4千万ドルのミュージアム。アンディ・ウォーホル、リキテンスタイン等
		16:00~17:00	📷 観光	ロサンゼルス現代美術館 (MOCA)	磯崎新の設計、アメリカのコンテンポラリーアートを中心に所蔵
		17:00~18:00		スキッドロウ〜リトルトーキョー	アメリカのリアルと現地の日本文化を体験
		18:00~22:00		ドジャー・スタジアム (周辺のファンショップ、ミュージアム)	日本人野球選手である野茂選手、大谷選手の功績・現地評価を体験
		23:00~23:30	🍴 食事	リトルトーキョー/ラーメン	立川にある楽観
		0:00	🏠 宿泊	ホテル着	ソネスタ ロサンゼルス エアポートLAX



10:00~ハリウッド朝食  
(ルーフトップ)



10:00~ハリウッド



13:00~メルローズアベニュー



14:30~サ・ブロード



16:00~MOCA



17:00~スキッドロウ  
リトルトーキョー



18:00~ドジャーススタジアム



23:00~ラーメン楽観  
夕食

# ザ・ブロード

## 【説明】

ロサンゼルスダウンタウンにある現代美術を中心とした美術館。

2015年に開館し、億万長者の慈善家であるイーライ・ブロード（Eli Broad）と妻エディス・ブロード（Edith Broad）が設立。

彼らは現代アートのコレクターとして知られ、多数の作品を所蔵している。ザ・ブロードの美術館名も、彼らの名前に由来。

ザ・ブロードは、特にポップアート、コンセプチュアルアート、ミニマリズムなどの現代美術作品を多数展示しているのが特徴で、

常設展ではアンディ・ウォーホル、ジェフ・クーンズ、草間彌生（やよい）、ミシェル・バスキアなど、20世紀後半から21世紀にかけての著名なアーティストの作品を見ることができる。



外観



ここにもアンディ



バスキア



ロイ・リキテンスタイン

## 【気づき・考察】

・この美術館は展示フロアも明るくモダンで、自宅にも飾りたくなる作品に多く出会いました。元ZOZO創業者の前澤氏が、123億円で落札したバスキアもありましたが、作品名が「EYES AND EGGS」で、これが何百億もする作品なのかと感じた。

思っていたよりも大きな作品、思っていたよりも小さな作品があり、現物を見る事でしか理解できない貴重な体験だった。



### 【事前調査】

- ・村上隆の「宇宙飛行士」シリーズは、彼の特徴的なスタイルであるカラフルでポップな要素と、日本の伝統美術や現代カルチャーを融合させた作品群の一部です。
- ・彼の作品には、鮮やかな色彩や特徴的なキャラクター、そしてメタファー的な要素が含まれており、宇宙飛行士の姿は人間の冒険心や未来への挑戦、または自分自身と向き合う孤独さを象徴している。

### 【現地調査】

- ・村上隆の作品は他にもありましたが、この作品に多くの外国の人が集まって写真をとっており、日本のみならず世界的にも有名なことを実感できた瞬間でした。

2023年にはザ・ブロード特別展で村上隆の作品18点が  
出展されるイベントも行われたこともある人気アーティスト。

外国人が日本のどこが好きかという質問に  
「漫画やアニメが好き」という回答があるが、  
そんな日本の美術、アニメ、マンガなどの要素を平面化し、  
視覚的にした魅力的な作品だと感じた。

(個人的の感想として、遊戯王の武藤遊戯に似ている)

## ザ・ブロード 印象的な作品



### 【事前調査】

・「バルーン・ドッグ (Balloon Dog)」は、アメリカのアーティスト、ジェフ・クーンズ (Jeff Koons) の代表作の一つ。この作品は、彼の「セレブレーション」シリーズの一部であり、色鮮やかな金属製の風船犬の彫刻として知られています。これほど巨大な作品を作るのは極めて難しいように思われたが、友人やコレクター、様々な資金調達の助けを借りて、6年後、高さ約3.6メートルあるステンレス製のバルーン・ドッグ（ブルー、マゼンタ、オレンジ、レッド、イエローの5バージョン）を完成させた。

### 【現地調査】

・この作品は画像ではみたことがある作品で模造品もたくさん出回っていることから、私も目にしたことがありました。

始めて実物を見ましたが、思っていたよりも大きく、そのサイズの大きさに圧倒されます。想像以上の大きさや存在感はアート作品が持つ力を強く実感させることがあったと感じました。

また、メタリックな質感も光を反射する滑らかな表面が、見る角度によって異なる印象を与える視覚的な変化も魅力的でした。

# ロサンゼルス現代美術館(MOCA)

## 【説明】

ロサンゼルス現代美術館（通称「MOCA」）は、アメリカのカリフォルニア州ロサンゼルスにある主要な美術館の一つで、20世紀後半から21世紀の現代アートを専門に収集・展示しています。ジャクソン・ポロック、アンディ・ウォーホル、シンディ・シャーマン、ジャン＝ミシェル・バスキアなど著名なアーティストの作品が所蔵されています。



外観



建築作品



インスタレーション



レイチェルハリソン

## 【気づき・考察】

- ・ 新館はずいぶん昔ですが、1988年に日本人の磯崎新氏の設計でオープンした美術館でした。一つ一つの展示室は大きく部屋数も多いですが、それほど全体的には広くはない美術館。

コレクションの中には、絵画、彫刻、写真、映像、デザイン以外に建築関連のものまで多岐にわたり、様々な現代アートにも対応。

個人的には、道路の反対にあるザ・ブロードの方がモダンアートが楽しめる作品が多かった印象です。

## ロサンゼルス現代美術館(MOCA) 印象的な作品



### 【事前調査】

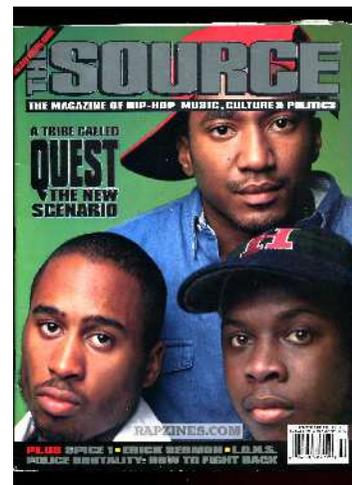
・作品名は不明。社会的政治的テーマを扱った企画展も頻繁に開催されていて、現代美術が持つ批判的・挑発的な側面を探求していた作品です。

多くの黒人アーティストは、インスタレーションや映像作品を使用して、人種差別の体験や社会的不正を批判的に表現しています。ここでは、アイザ・ウィーヴァーやアーサー・ジャファのようなアーティストは、映像や音楽を組み合わせ、黒人の苦悩と抵抗をダイナミックに描写しています。

### 【現地調査】

・個人的にこの部屋に流れているプロジェクターの映像や本、また部屋の四つ角にあるBOXからヘッドフォンで流れてくるブラックミュージックはよく聞いたり見ていた過去があり、とても印象的でした。

この手のテーマにした作品は暗いイメージがありましたが、とても開放的で見せ方・聞かせ方が印象的でした。





#### 【事前調査】

・ Christopher Wool (クリストファー・ウール)  
1955年アメリカボストン生まれ。現代アートの中でもストリートな抽象画、ステンシルを使ったアルファベットを用いるなどメッセージの高い作品が代表的。2015年には世界中のオークションでの取り扱い金額が、\$113,952,823 (約150億円) で、19番目に売れた作家とされた。メガギャラリー、ガゴシアンでも取り扱いがある世界で有名な作家。

#### 【現地調査】

・ こちらも個人的に知っていた作品になりますが、クリストファー・ウールは、ファッションでもRAF SIMONS・Supremeなどとのコラボレーションを行ってます。パンク界の大御所リチャード・ヘルなどとのアート活動など、ファッション/ミュージックシーンから絶大な支持を集めている現代アーティストだけに、このデザインもなぜかシンプルに惹かれました。

個人的にこのようなアルファベットのシンプルなデザインが好きですが、このクリストファー・ウールも、80年代前半のストリートグラフィティの影響を受けたアーティストだからなのかもしれません。

# スキッドロウ

## 【説明】

ロサンゼルス市の「スキッドロウ」は、ダウンタウンの一部で、ホームレスの人口が非常に多い地域として知られています。スキッドロウは主にロサンゼルス市の東側に位置し、具体的にはMain StreetからCentral Avenueの間のエリアを指します。この地域は数十年にわたってホームレスの問題に悩まされており、アメリカ国内でも最も深刻なホームレス集中地区の一つです。

**歴史的背景:** スキッドロウの歴史は19世紀後半に遡り、当時は鉄道労働者が多く集まる場所でしたが、20世紀に入ると、経済不況や都市開発の変化などにより、貧困層やホームレスが集まる地域へと変わっていきました。

## なぜ格差は生まれるのか？

ロサンゼルスは多くの移民が集まる都市であり、特に低賃金労働者として働く移民が多くいることから移民労働者の多くは不法移民であったり、法的な制限により高賃金の仕事に就けないため、結果的に低所得層としての生活を強いられることが多い。これにより、格差が固定化されやすい状況が生まれている。



スキッドロウ中心



歩道



ゴミが散乱



大麻ショップ

## 【気づき・考察】

・たくさんのホームレスや薬物中毒者がいるエリアで、実際歩いてみたところ身の危険を感じながら急ぎ足で歩きました。ゴミの匂いもかなり強く、朝、ルーフトップで朝食をとっている時は身近にこのような場所があることを知らず、アメリカで経済的な格差が広がっている実感をまず初めに肌で感じました。徒歩5分程の距離にリトルトーキョーがあるもの驚きです。

スキッドロウには、ホームレス支援団体やシェルター、リハビリ施設などが多く存在していますが、問題は解決には至らないのはなぜか。日本に住んでいてまず思うのは、日本には生活保護である程度生活できる保障がありますが、アメリカにある生活保護に似た制度は全国的に統一された制度はなく、包括的ではないとのこと。また、上記にて調べた内容にある通り、国と国がつながるアメリカ大陸は不法移民が多く支給が困難であるのは想像できます。

# リトルトーキョー

## 【説明】

ロサンゼルスのリトルトーキョーは、ロサンゼルスのダウンタウンに位置する日系アメリカ人コミュニティの中心地であり、歴史的に重要な文化で、先にも述べたように、スキッドロウから徒歩5分程北側に位置するエリアです。

**歴史的背景：**1900年代初頭に日本からの移民が集まり始めた地域で、アメリカにおける最も古い日本人街の一つです。初期の日本人移民は農業や商業などに従事し、地域に定住しました。彼らは自身の文化やコミュニティを維持しながら発展し、日本風の建物や店舗が並ぶ街を形成しました。



リトルトーキョー



くら寿司



遊歩道



大谷翔平壁画

## 【気づき・考察】

・現状のリトルトーキョーを歩いてみて感じたことは、アメリカにおける日系文化の重要な拠点で、建物や飲食店などから日本の文化、食、伝統を体験できる場所として多くの人々に親しまれているのはわかります。

実際、日本料理店や日本の食品を取り扱うスーパーマーケットなどがあり、日本の文化や歴史に触れることができます。

ただ、くら寿司などの企業が出店もしており、移住者が発展させた地域ではなく、企業主導の観光地になっていると感じました。

日米文化の融合を反映した新しいスタイルの店舗も見られましたが、それも、日本文化の伝統を維持しつつ時代に応じた変化を遂げているのかもしれませんが。

また、ロサンゼルスはアートや文化の街としても知られており、壁画に関しては街の至る所に描かれていることが大きな特徴ですが、リトルトーキョーの横にある「MIYAKO HOTEL」の壁一面には大谷翔平が描かれていました。

なぜ大谷の壁画を描いたのか調べたところ、「壁画は、宿泊客や観光客が写真を撮ったり、SNSでシェアしたりするための良いスポットとなる」と考えたとのこと。

ロサンゼルス壁画文化は、多様な歴史や文化を反映し、コミュニティのアイデンティティや社会的なメッセージを伝える手段として重要な役割を果たしています。

ロサンゼルスならではの壁画のアートを通じて、人々がつながりや共感を生む場を提供できるのはとても効果的だと感じました。

# ドジャーススタジアム

## 【説明】

ロサンゼルス・ドジャースの本拠地球場です。1962年に開場し、現在も使用されているMLB球場の中では最も古い球場の一つであり、ロサンゼルスを代表するスポーツ施設です。収容人数: 約56,000人 (MLB球場では最大級) 比較: 東京ドーム収容人数 45,600人  
また、他のMLB球場と比較してもスタンドが低く、傾斜が急な為、グラウンド全体が観客席から非常に見やすい構造になっています。スタジアムは定期的に改修工事が行われ、最新の設備を備えつつも、古き良き野球場の魅力を維持しています。



駐車場



エントランスでの防犯チェック



レフト側 インショップ



47号ホームラン

## 【気づき・考察】

- ・車社会：広大な駐車場が広がっており、ほとんどの人が車で来場。その為、皆荷物がなく軽装。
- ・入場時の防犯（テロ防止の観点から）も徹底しており、バックパックでの入場不可。入口でとめられて、駐車場のクローカーを案内される。透明のバックや小型バックなどはOK。
- ・スタジアム内に入って印象的だったのが、音響のボリューム。日本の東京ドームと比べても、音のジャンルももちろん異なりHIPHOPやR&Bなどですが音の抜け感も良く、来場者を楽しませようというエンターテインメント性を日本のスタジアムより強く感じました。
- ・また後で調べてわかったことですが、レフトスタンドにある、公式グッズを購入できる「ドジャースチームストア」では、ドジャースのユニフォームやキャップ、Tシャツなどのチーム関連グッズが手に入りますが、ここでしか買えない限定グッズやコラボ商品など、特別なアイテムも並んでいることがあり人気とのこと。インショップも日本と比べるとそのサイズやグッズの量は比較できない程大きい。
- ・日本のスタジアムとの比較：キーワードは観客体験の強化。

ドジャーススタジアムは、広々としたコンコース、様々なフードスタンド、エンターテインメント要素を取り入れることで、単なる野球観戦以上の「エンターテインメント体験」を提供していると感じた。

日本のスタジアムもファンの観戦体験を向上させるために、さまざまな工夫を参考にしていると思います。

例えば、今月OPENしたばかりの長崎スタジアムシティはサッカーに特化したスタジアムですが、スタジアム内で多彩な食事やイベントが楽しめるように設計されており、観客やその家族の満足度を高めるための要素を大事にされています。

# 9/12(木) ニューヨーク 1日目

3日目 NY	9/12(木)	5:00		ソネスタLAエアポート着	
		6:00-14:33	🚗 移動	ソネスタLAエアポート～ジョン・F・ケネディ国際空港(JFK)	ジェットブルー 航空
		14:33-17:00		ミッドタウンへ移動 (ホテルに荷物を置く)	HOTEL ハンドリックス
		17:30-18:30	🍴 食事	夕食	5Napkin Burger
		19:00-21:30	🎬 観光	ニューアムステルダム劇場	「アラジン」鑑賞
		21:30-22:30	🎬 観光	タイムズスクエア	世界で最も有名な観光スポット
		23:00	🏠 宿泊	ホテル着	HOTEL ハンドリックス



17:30～タイムズスクエア夕食



19:00～アラジン観賞



21:30～タイムズスクエア

# アムステルダム劇場（アラジン）

## 【説明】

ニューヨーク市にある歴史的な劇場で、ブロードウェイの中心部に位置しています。この劇場は1903年にオープンしたニューヨークにある最古の劇場で、数多くのミュージカルや演劇の上演地として知られており、ディズニーのミュージカル「ライオン・キング」や「アラジン」の公演が行われています。

「アラビアン・ナイト」は、中東風のサウンドをちりばめたビッグナンバー。砂漠に行くキャラバン隊をイメージさせるイントロから次第に曲が盛り上がり、カラフルな衣装のダンサーがエキゾチックな群舞を繰り広げて物語の世界に引き込みます。



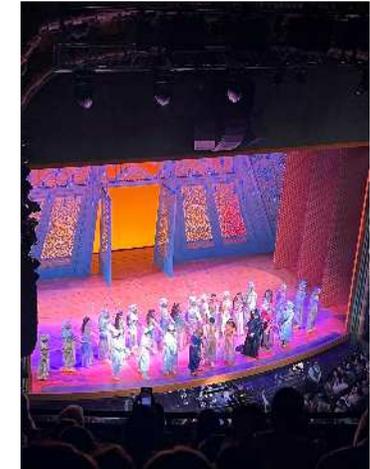
外観



入口通路



劇場



劇場

## 【気づき・考察】

・劇場に入っただけで感じたことは、アムステルダム劇場の歴史的建造物と今回上映されているアラジンの世界観に統一感があり、アラジンの世界観にすぐにはいることができました。

今回生まれて初めてブロードウェイのアラジンを観賞しましたが、多くの豪華な舞台装置や特別な効果が使用されていました。高度な舞台技術や特別な効果の中で、魔法の絨毯が空を飛ぶ演出は本当に空を飛んでいるようでした。

また、日本のアラジンは劇団四季が制作しており、日本の観客に合わせた演出が行われているとのこと。

**運営コスト:** 劇団四季は日本国内での制作や運営に特化しているため、コスト構造は異なりますが、ブロードウェイよりは比較的低いとされている。ですが、アメリカではブロードウェイの中でもアラジンが特に人気が高く、国際的な観光地としての影響力があります。一方で劇団四季の「アラジン」は、日本国内に特化しているため、国内での安定したファン層を持っていますが、一般層やインバウンドまで獲得を広げられていないと感じました。

・また、日本では大阪にある新歌舞伎座が1960年にオープンしましたが、ニューヨークアムステルダム劇場を参考にしたとされており、舞台芸術を重視した設計がされています。現在も歌舞伎やミュージカルなど、さまざまな公演が行われています。

# タイムズスクエア

## 【説明】

ニューヨーク市のマンハッタン区にある有名な広場で、ブロードウェイとセブンスアベニューの交差点に位置しています。

この場所は、観光名所として知られており、多くの人々が訪れます。

巨大なネオンサインやビルボードで有名で、昼夜を問わず明るく賑やかな雰囲気を醸し出しています。

先ほど紹介しましたアラジンのブロードウェイの劇場が近くにあり、ミュージカルや演劇が盛んに上演されています。

また毎年大晦日にはカウントダウンイベントが行われ、多くの観客が集まることでも有名です。

歴史: タイムズスクエアは、かつては「長官広場」と呼ばれていましたが、1904年にニューヨーク・タイムズ社が本社を移転したことからその名がつけられました。



外観

## 【気づき・考察】

・とにかく、外壁の広告（ビルボード）の設置数や大きさに着いて早々に圧倒されました。

世界中の企業が広告や巨大ディスプレイ、ネオンサイン、電光看板などを設置しており、アメリカのみならず世界の繁華街の代表的風景となっている場所なので、実際タイムズスクエアに来ている人は様々な人種の人で溢れており、人があまり多くなかったロサンゼルスからマンハッタンに着いてすぐに向かったため、その人の多さにも圧倒されました。日本の渋谷の交差点も多くの観光客がおり巨大広告はありますが、それと比べるとあまりに規模が違いすぎて比較の対象にはならないと感じました。

しかし、なぜこれまでの人が世界中から訪れるようになったのか？

もちろん昔から観光の名所でしたが、自身が今回感じたのは、30年前に訪れた時との違いです。

- ・パブリックアートやストリートパフォーマンスが多く見られ、訪れる人々に様々な体験を提供している。
- ・テーブル席や椅子がありくつろげるスペースや大きな階段で写真も撮りやすくなっており、訪問する人のことを良く考えている。
- ・当時との比較で、悪質な金銭の要求・スリなどが減り治安が改善されている。東京も渋谷・新宿の路上飲酒禁止等を掲げる前に、訪れる人を多く誘致し楽しめる施策が考えられないか。

# 9/13(金) ニューヨーク 2日目

4日目 NY	9/13(金)	7:30~8:00	🍴 食事	ホテル近くで朝食	PRET MANGER
		8:30	📺 観光	バッテリーパーク	
		09:00-11:00	📺 観光	リバティ島(自由の女神)	往復の乗船代+島入場券+ミュージアム入場券含む
		11:00-12:00		グランドゼロ	「ワールドトレードセンター (WTC)」の跡地
		13:00-14:00		ソーホー (ヘルノ・コンパース・マルジェラ・KENZO他)	アパレル・インテリアショップリサーチ
		14:00-15:00	🍴 食事	昼食	リトルチャイナ
		15:30-16:30	📺 観光	ソーホー (ジェントルモンスター・シュプリーム・NOAH他)	アパレル・インテリアショップリサーチ
		16:30-17:30		ドーバーストリートマーケットニューヨーク~KITH	リサーチ
		18:00~21:00		メトロポリタン美術館	全てを見るには3日程かかる
		21:00-22:30	🍴 食事	夕食	日本居酒屋
		23:00	🏠 宿泊	ホテル着	HOTEL ヘンドリックス



8:00~カフェで朝食



9:00~リバティ島



11:00~グランドゼロ



13:00~ソーホー



14:00~  
リトルチャイナで昼食



15:30~DSM・KITH



18:00~メトロポリタン美術館



21:00~日本料理屋で夕食

# グランドゼロ

## 【説明】

グランドゼロは、アメリカ合衆国ニューヨーク市マンハッタンにある、2001年9月11日のテロ攻撃によって倒壊した世界貿易センター（WTC）の跡地を指します。この場所は、アメリカの歴史において非常に重要な意味を持ちます。

**歴史的背景:** アルカイダによるハイジャックされた航空機がワールドトレードセンターのツインタワーに衝突し、2,977人が命を失いました。この事件は、アメリカ国内外に大きな影響を与えました。

2013年に完成した「ワン・ワールド・トレード・センター」が建設され、ニューヨークの新たなランドマークとなっていますが、跡地に犠牲者を偲ぶ場所として、今でも多くの人々が世界中から訪れます。



跡地



ワン・ワールド・トレード・センター



IHG SMS



IHG SMS内 コールハーン

## 【気づき・考察】

・30年前に何度か訪れたワールドトレードセンター。

そのビルがなくなっていることはもちろん知っていたのですが、初めに実際に現地見て思ったことは、「本当にあの巨大なビルがなくなったんだ」と実感したことです。

現在は「9.11メモリアルとミュージアム」が設立されておりましたが、あれから月日は流れても、跡地には多くの人々が足を運んでいました。

あの悲劇があった場所に、新たな命を吹き込んだ「ワン・ワールド・トレード・センター」が立っていることは、希望の象徴でもあります。しかし、同時に、そこには失われた命や壊された日常を忘れないための場所も残されており、そのバランスがとても印象に残りました。

## ソーホー その1 (ドーバーストリートマーケット銀座)

### 【説明】

ニューヨークのソーホーは、マンハッタンにある地区で、South of Houston Street の略称です。

アートと文化の中心地: ソーホーは1970年代から1980年代にかけて、多くのアーティストが集まり、アートギャラリーやスタジオが多数存在するようになりました。このため、アートや文化の発信地として知られています。

ショッピング: ソーホーには、ハイエンドなブティックやデザイナーズショップ、アート関連の店が集まり、ショッピングの名所としても知られています。さまざまなスタイルの店舗が並び、ファッションやアートに興味がある人々にとって魅力的なエリアです。



展示



2階への階段



インスタレーション



メゾンマルジェラ

### 【気づき・考察】

・アメリカと日本どちらにもあるブランド・セレクトショップの違いについて実際に見て感じたこと。

ドーバーストリートマーケット: 日本のインスタレーションは伝統と現代の要素を融合させた独特のデザインが特徴でしたが、ニューヨーク店はグローバルなアートシーンに影響を受けた現代的なデザインで、さまざまなアート作品や展示が行われていました。ニューヨークの文化やエネルギーを反映したスタイルは日本よりも世界のトレンドを意識した商品ラインアップが魅力でした。(銀座: コムデギャルソン、イッセイミヤケ、KENZO) (ニューヨーク: Rick Owens、Alexander Wang、ヨウジヤマモト)

## ソーホー その2 (ステュディオスTOKYO)

### 【説明】

ステュディオス(STUDIOUS)とは、株式会社TOKYO BASEが手がけるセレクトショップ、並びにオリジナルブランドです。ステュディオスは、“日本発を世界へ -From JAPAN to THE WORLD”をコンセプトに国内外に展開するセレクトショップです。国内に24店舗、海外に4店舗と活躍のフィールドを広げており、今勢いのあるセレクトショップです。



外観



店内



店内



WD



店内POP NAGASAKA MAGO



NAGASAKA MAGO作品



近隣

## ソーホー その2 (ステュディオスTOKYO)

---

### 【気づき・考察】

・ソーホーにステュディオスTOKYOがアメリカ初出店していた。  
現在は中国に3店舗出店しており、20~30代の若者をメインターゲットにモードなテイストを提案しているステュディオス。  
近隣には「メゾンマルジェラ」や「リック・オウエンス」などのデザイナーズブランドや「パレス」といったストリートブランドが並ぶソーホー地区の南エリアに出店。

ステュディオス店内にてストアマネージャーよりお話を聞きました。

「ソーホーはファッションの中心地であり、国際的に日本のブランドを認知させていくことが出店の目的」

ステュディオスのSNSには他に「ニューヨーク進出の意義は、「日本発を世界に発信する」という企業理念の実現のほかに、同地で地に足をつけて事業を展開する日本企業として先陣を切りたいという思いがある。ニューヨークで成功した後は、ロンドンやパリにも店舗を広げたい考え」とあった。

多くの観光客が世界中から訪れるニューヨークに「日本発を世界に発信する」事の難しさを感じました。

商品ラインナップは、アタッチメント・SOPH・Nハリウッド・ニードルス・KENZO・他 国内ブランド多数。

ヨーロッパと違い、アメリカンスタイルが長年定着しているアメリカでは実際に店舗にて、「ブルックスブラザーズ・ラルフローレン・アバクロ」など多くのお客様が来店されておりアメリカブランドが根強く好まれているのを実感。

日本では今年2月に再度撤退したアメリカンイーグルはアメリカ本土では2024年4月現在、アメリカンイーグルアウトフィッターズとして全米で712店舗を展開。同社は世界各地でも店舗を展開しているが、大半は米国に拠点を置いており、アメリカでの人気は揺るぎないものとなっている。

過去に日本のセレクトショップがアメリカに進出した例として、ビームス（ロサンゼルス）がポップアップストアの展開で、アメリカ市場にアプローチされた。また、ベイクルーズグループのエディフィスやジャーナルもアメリカで期間限定ショップやイベントを開催された。現時点では本出店には至っていない。

※店内に展示されていたNAGASAKA MAGOについて

NAGASAKA MAGOは、ガーナの電子廃棄物問題に強い関心を持ち、「ガーナの電子ゴミ山から生まれたアート作品」を通じて、環境問題や社会的課題に対するメッセージを発信し、アートを通じた社会貢献を目指しています。

# メトロポリタン美術館

## 【説明】

アメリカ・ニューヨーク市にある世界最大級の美術館の一つです。1870年に設立され、通称「メット（The Met）」として知られています。約5000年にわたる世界中の芸術作品を収蔵しており、絵画、彫刻、工芸品、古代文明の遺物など、広範なコレクションを展示しています。メットは、特にエジプト美術、ヨーロッパの絵画、アジアの工芸品、アメリカの現代アートなどが有名です。



外観



入口



ゴッホ 自画像



ゴッホ 麦畑

## 【気づき・考察】

- ・ 初めに入口に入る為の階段に多くのカップルが座っており、時間も夕暮れの時間だった為その光景がとても印象的でした。  
あとで調べてわかったのですが美術館のファサードは自由の女神の台座をデザインした建築家と同じリチャード・モリス・ハントがデザインしたものとのこと。

館内が広いので、かなりポイントを絞ってまわりましたがそれでも2時間はかかった。

※隅々までみると3日はかかるそうです。

20世紀初頭のヨーロッパ絵画が豊富でゴッホの作品も多数あり日本では拝見できない絵画が多く展示されていることから、忘れられない経験となりました。



### 【事前調査】

・デンドゥール神殿は、古代エジプトの神殿で、現在ニューヨークのメトロポリタン美術館に展示されています。この神殿は、紀元前15年にローマ皇帝アウグストゥスの命によって建てられ、エジプトの神オシリスと女神イシスに捧げられました。1960年代にナイル川のアスワン・ハイ・ダム建設に伴い水没の危機にあったため、エジプト政府からアメリカに贈与されました。

### 【現地調査】

・紀元前3000年に栄えた文明を実際に拝見することができました。

現在から5000年も前の神殿を見る機会はないのと、このような大きな神殿をエジプトからニューヨークまで運んできたのがまず驚きでした。

メトロポリタン美術館も、この神殿のためにガラス張りの巨大な展示室を作り、ナイル川を表現するために館内に水をためて当時の船着き場を再現したりと工夫をしたとのこと。

展示する為に様々な工夫をすることは、当時の人間も同じように考え行っていたのだと実感しました。



### 【事前調査】

・ゴッホの自画像は、フィンセント・ファン・ゴッホが自身を描いた多くの作品の中でも特に有名なものです。彼は約35枚の自画像を制作しました。これらの作品は、彼の内面の葛藤や精神状態を反映しており、特に彼の特徴的な激しい筆遣いや明るい色彩で表現されています。ゴッホはモデルを雇う余裕がなかったため、自分自身をモデルにして練習することが多かった。有名な例として、耳を切った後に描かれた「包帯をした自画像」があります。

### 【現地調査】

・美術館全体として、実際風景画が多く人物画が少ないと印象。その理由を調べたところ、多くの現代アーティストは、自己の内面や社会の複雑さを表現するために風景を選ぶことが多く自然や都市の風景は、感情や経験を表現するための豊かな背景を提供してくれることから、風景画の割合が多くなっている、とのこと。

そんな中、このゴッホの作品はあまりに有名で、自画像だった為インパクトが強かったです。ゴッホは自画像が多かったのはモデルを雇う余裕がなかったことも、自画像を遺した数がらうなずけます。

# 9/14(土) ニューヨーク 3日目 (最終日)

5日目 NY	9/14(土)	7:30-8:30	🍴 食事	ホテル近くで朝食	
		09:00-10:30	📷 観光	五番街 (ブルックスプラザース・アバクロ・コールハーン・ティファニー)	アメリカブランド リサーチ
		10:30-12:30		MOMA (ニューヨーク近代美術館)	世界的に有名な現代美術館
		13:00-14:00	🍴 食事	昼食	ブルックリンカフェにて
		15:00		ブルックリンブリッジ・マンハッタンブリッジ	タイムアウトマーケットニューヨーク
		16:00-18:00		ダンボマーケット	アメリカのスーパーマーケット
		19:30	🍴 食事	夕食	BENNY JOHNS
		22:00	🏠 宿泊	ホテル着	HOTEL ハンドリックス



10:00～五番街



10:00～MOMA



13:00～カフェで昼食



15:00～ブルックリンブリッジ  
マンハッタンブリッジ



16:00～ダンボマーケット



19:30～最後の夕食は  
ステーキ



23:00～ホテル：ルーフトップ



# 五番街 その1

## 【説明】

ニューヨークの五番街は、マンハッタンの中心に位置し、世界的に有名なショッピングストリートです。  
ショッピング: 高級ブランドやデザイナーショップが並ぶエリアとして知られており、ルイ・ヴィトン、グッチ、プラダなどの店舗が軒を連ねています。  
また、メイシーズやサックス・フィフス・アベニューといった百貨店もあり、幅広い商品を提供しているエリアとなります。



ロックフェラーセンター



アバクロンビー&フィッチ



ブルックスブラザーズ



セント・パトリック大聖堂

## 【気づき・考察】

・ラグジュアリーショップが連ねる通りで有名な五番街ですが、東京の銀座と違い歩いた印象として、セント・パトリック大聖堂などの建造物もあり、単なるブランド街とは違い魅力的なスポットでした。  
また、ショップの中には、アバクロンビー&フィッチやブルックスブラザーズなどのニューヨーク発祥の路面店もあり、実際店内にはいると日本と違いお客様でにぎわっている印象でした。

・アメリカブランドへのこだわりが根強いことは実際訪れてわかりましたが、西海岸と東海岸のファッションの違いも気になりました。  
やはり西海岸はビーチ沿いの州ということもあり、サーフィン・スケボーなどのストリート文化となりますが、東海岸はブルックリンやハーレム等の黒人文化から、ブラックミュージックに特化したファッション文化の違いもありました。これらの違いは、単にスタイルの違いだけでなく、それぞれの地域のライフスタイルや文化背景を反映しています。  
東海岸はビジネスや洗練を重視し、西海岸はカジュアルさやリラックスを重視する傾向がありましたので、同じアメリカという国の中でも、ファッションは気候や都市の性質によって大きく異なることがわかりました。

## 五番街 その2（コールハーン）

### 【説明】

コールハーンは、ニューヨークの620番地の五番街に店舗を構えており、ロックフェラーセンターの近くに位置しています。この店舗は、コールハーンの象徴的なスタイルと高品質のクラフトマンシップを反映しており、顧客にタイムレスなファッションを提供しています。



外観



入口



WD



WD

### 【気づき・考察】

・ラグジュアリーショップが連ねる通りで有名な五番街の一等地、ロックフェラーセンターの目の前に位置する場所にコールハーン五番街店がありました。まずその建物を一目見てとても歴史ある建造物であることから、ファサード・入口に至るまで、日本の路面店とはまったく違った印象でした。

この五番街のお店を見たあとではブランドに対する価値はまた違ったものとなり、1928年から続くブランドの象徴的なフットウェアを提供する場において最高のロケーションでした。この場所で出店をつづけることで、ブランドイメージの強化に繋がり、コールハーンは高級感や洗練されたイメージを確立することができているのだと感じました。



外観



前のお店の居ぬきなのか、店内に統一感を感じられなかった



### 【気づき・考察】

- ・ コールハーン店舗の向かいに位置する”P448”について

P448は、快適さと現代的な美学を融合させたスタイリッシュなデザインで知られるイタリアのスニーカーブランド。2014年に設立されたこのブランドは、大胆な色使い、ユニークな質感、スパンコールやパイソンレザーなどの遊び心のある素材を取り入れることで、イタリアのストリートスタイルを称えることを目指しています。厚手のメモリーフォームインソールが特徴で、ファッション性と快適さの両方を提供します。

価格帯は、約235ドルから298ドルまで。さまざまなスタイルが含まれている。職人技を重視し、一足一足手作業で作られていることでイタリアでは人気を博している。日本市場では受け入れられづらいか？ニューヨーク店も閑散としていた。

# MOMA

## 【説明】

\*MOMA (The Museum of Modern Art) \*\*は、ニューヨーク市にある世界的に有名な現代美術館で、1929年に設立されました。モダンアートや現代アートの展示を中心としており、絵画、彫刻、デザイン、映画、写真など多様な作品がコレクションされています。ピカソ、ダリ、ゴッホ、マティスなどの有名アーティストの作品も多く所蔵しています。また、MOMAは世界的に重要なアートの研究、展示、教育を行う機関としても知られています。



外観



入口



出口

## 【気づき・考察】

- ・ MOMAでもピカソやゴッホ、マティスなど世界的に有名なアーティストの傑作が多数展示されており、これらの作品を間近で観られる特別な体験ができました。
- ・ MOMAショップは世界各地にあり人気だがなぜ各地にあるのか？

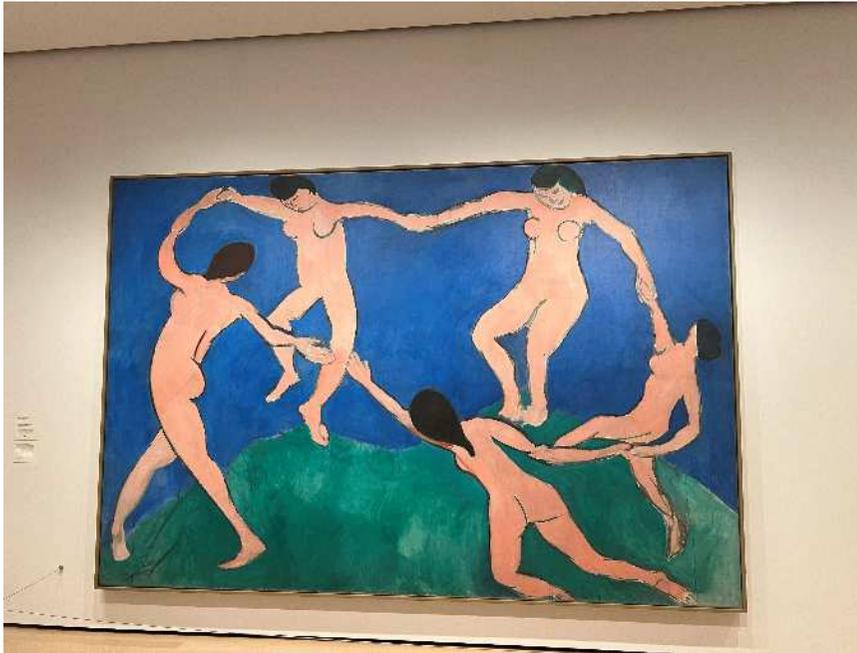
日本（東京と京都）2店舗、香港に1店舗あり、香港はアジア最大の MoMA デザインストア 目的「日本市場に進出することで、現地のアート愛好家やデザインファンに美術館のミュージアムグッズや限定商品を提供し、アートとデザインに対する関心を高める役割を果たす為」国内のMoMA商品は、日本の株式会社ロフトが販売しており、ニューエラやユニクロともコラボを行っている。もともと人気のあるブランドとコラボをすることでMoMAの知名度も上がり認知度も増していると感じます。

表参道ジャイルのMOMAショップでは前日までイッセイミヤケのPOPUPが行われていた。



表参道ジャイル  
MOMAショップ

## MOMA 印象的な作品 その1



マティスの絵画  
(メトロポリタン美術館)



### 【事前調査】

・アンリ・マティスの「ダンス (La Danse)」は、1910年に制作された代表的な絵画作品で、5人の踊る人物が円を描くように配置されています。明るい色彩と大胆なフォルムが特徴で、生命力や喜びを象徴しています。この作品は、彼のフォービズム（野獣派）時代の重要な作品の一つとされ、マティスの独自の色彩感覚と動きの表現力が際立っています。

### 【現地調査】

・メトロポリタン美術館に同じような絵があったこと覚えておりましたので、今回この作品をみて、著名なアーティストの作品は同じような絵画が多いことも一つ知ることができました。

では、なぜ似たような絵が多くなるのか？  
それはアーティストが独自のスタイルや技法を確立し、それを追求することで自分のアイデンティティを表現します。特定のスタイルやテーマが確立されるとそのスタイルを追求する為とあります。



### 【事前調査】

・星月夜（ほしづきよ）は、フィンセント・ファン・ゴッホによって1889年に描かれた有名な絵画です。この作品は、彼がフランスのサン＝レミ＝ド＝プロヴァンスにある精神病院に入院していた際に描かれました。作品には、夜空に渦巻く星と月、静かな村、そして背の高いモニュメントが描かれており、感情や幻想的な要素が強く表現されています。

### 【現地調査】

・とにかく有名な作品。  
この作品でまず目を惹くのは、夜空の"うねり"です。  
始めて見る側としては強烈な印象です。

これは同時代の他の画家には見られない、ゴッホ独自の表現技法とのことで、自画像にも確かに表現されてまいりましたが、この作品はとくにその技法の印象が強いです。

この“うねり”は、1888年末の耳切事件後によく見られます。ゴッホが精神病院や療養所で苦しみながら生活していた時期の苦悩が表れたものとのこと。