

大地の創造所 本創研 松商研

時代感知力と創造力を養う
実践マーケティング

大きな変化には必ず小さな予兆があり、その小さな変化を見逃さない感知力、洞察力が次の時代創造につながる。日本を代表するトヨタ自動車は環境問題への対応を避けての自動車経営は成り立たないと感知し、11年前に世界初の量産ハイブリッドカーであるプリウスを開発。今や環境性能を追求するプリウスが牽引となり、2007年の世界生産台数と販売台数でトップとなる。燃費の良さもさることながら、環境問題に共鳴する富裕層に支持されたことが追い風となった。誰がここまで環境問題とライフスタイルのつながりに大きなビジネスチャンスが潜んでいたことを感知できたのだろうか。



和風かつモダンな付まの銀座吉水。「ちょっと前の日本の暮らし」に合った化学物質のない空間で安らぎを提供する

環境と健康に配慮し、持続可能な社会を志向する新たなライフスタイルを提唱するロハス。このロハス市場はアメリカでは35兆円に急成長、日本ではまだ2兆円の市場規模だが、10年後に20兆円規模になるとの予測もある。ロハス層は健康、環境意識が高く、自己啓発に熱心で社会活動への関心も高い。また、所得水準も高く、新しい生活文化をつくるトレンドリーダーである。弊社の顧問でもあるピーター・デビッド・ピーターゼン氏（イースクエア代表）は、日本にロハスを紹介した張本人。ピーターゼン氏とはロハスマーケティング研究会で親交を深め、一緒に街づくりセミナーの講演活動もしている。

第3回

世界から注目される オーガニックお宿・銀座吉水の 「温故創新」

るが、彼の紹介で知り合ったのが銀座吉水の女将中川諒美さんである。

銀座吉水は02年に東京・銀座3丁目で開催した客室数11部屋の小さな宿泊施設ながら、外国人に人気の東京のホテルベスト9に選ばれ、平均稼働率が9割近くという、驚異的な通称オーガニック旅館である。実は中川氏は、旅館経営とは畑違いの家の織維会社で経理を担当していたが、環境問題や日本文化の退潮に危機感を覚え、1998年にひよんなことから京都・円山公園で廃業した旅館を引き取り、宿屋京都吉水を創業したのが始まりである。旅館経営には全くの素人で、ゼロからのスタートだった。その世界で注目される吉水の魅力は何なのか、新しい感覚で旅館経営に取り組んだ姿勢、そして時代を感知した視点は何か。吉水の経営者であり、女将であり、プロデューサーでもある中川さんの時代創造力を探求した。

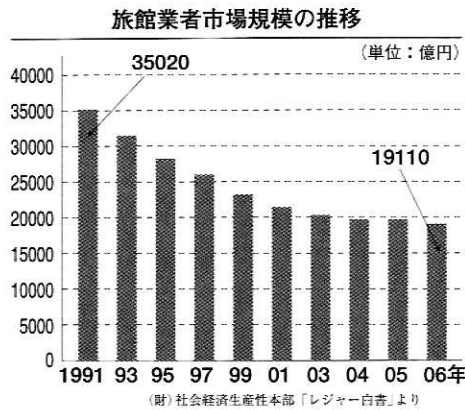
コンセプトは「ちょっと前の日本の暮らし」

図表の旅館の市場規模を見ると、04年時点で全国に5万8000軒、約2兆円の大きな産業である。しかし、競争力を失った老舗旅館や団体利用客減に活路を見いだせない大型旅館などの倒産・廃業が続き、91年の3兆5000億円をピークに年々市場は縮小している。

それでもホテル業界の1兆円に比べ約2倍の市場規模であり、地方の産業基盤として雇用に与える影響も大きい。銀座吉水は従来の旅館ではなく、ホテルでもなく、宿屋でありたいと話す。江戸時代の宿屋は人と人が語らう生の情報が交差した場所として、政治経済や文化・芸術の情報源の役割を果たした。今のホテルや旅館は人と交わることもなく、ただ泊まるだけで、宿から発する衣食住の体験も皆無に等しい。

そこで昔の宿屋の良さを取り入れ、吉水では「ちょっと前の日本の暮らし」をコンセプトに、正しい衣食住の在り方が体験できる宿屋を事業理念とした。地下にはベーゼンドルファのグラランドピアノがある多目的ホールや茶室があり、頻繁に個展やコンサートを開催したりと、人の集まる場所、語り合える場所という本来の宿場が持つ情報交換の場がある。

吉水の衣食住を具体的に見ていくと、衣では無農薬綿の布団や寝巻きがあり、食は旬の野菜、肉類、魚類、卵、調味料に至るまで安心安全な食材での和風家庭料理を提供。住では珪藻土の土壁、無農薬のイグサ畳、和紙の障子、竹材の床など、体に優しい内装材や調度品を備えている。



そして吉水のスタイルとして感心するのが、過剰なサービスをしなないこと。過剰なサービスはすべて価格に転嫁される。例えば歯ブラシやひげそりなどのアメニティは、お客が所望すればフロントで渡すことで無駄をなくす。また、お客の荷物を持って案内することもなく、布団の上げ下げはお客自身でするなど省力化でオペレーションコストを抑え、銀座の一等地ながら1泊朝食付きで1万6000円からのリーズナブルな価格が設定されている。

筆者の昭和30年代の記憶は買物かごで商店街に出掛け、ビニール袋ではなく経木や紙の袋、豆腐も鍋を持参した生活であり、昨今のエコバッグの役割などは暮らしの中に普通にあつた。振り返れば現代社会ほど食べ物から衣類化粧品、住まいに至るまで化学物質に囲まれた時代はなく、便利さの代償に暮らしの豊かさを喪失したといえる。吉水には、前述の目に見える人に優しい内装材や寝具などの選りすぐった愛情表現以上に、目に見えない心の通い路がある。それは日本全国から旬の有機野菜や安心安全な食材を探求すること、テレビ取材を拒否し、安らぎの雰囲気を守ることなど、本来の宿が持つおもてなしの心なのである。

そんな銀座吉水の姿勢が広く伝播したのは、世界中で販売されているイギリスの旅行ガイドブック『ウォールパーシステイガイドトーキョー』に選出されたことにある。東京のホテルベスト9として、フォーシーズンズ、パークハイアット、コンラッド、マダリンオリエンタルなどと共に、唯一個人経営の小さな旅館が選ばれた。

このことが一番うれしかったと中川氏は語った。ガイドブックには英文で、「この京都式の宿泊施設(旅館)は銀座

商いの要諦は、温故知新から温故創新を視座に、古きをたずね新しきを創っていくことと知らされた。



PROFILE
まつもと だいぢ
株商創研代表取締役。山一證券、鈴屋での実務経験を経て、1988年丹青社入社。商業施設のプロデュースを担当後、SCマーケティング研究所所長に就任。数々のSC、駅ビル等のコンサルティングや研究活動を推進。2007年、商業マーケティング、業態開発などを専門とする商創研を設立。地方自治体での街づくりアドバイザー、小売店、デパートのコンサルティングから全国での講演や大学での講義、執筆活動を行う。現在、日本SC協会誌や編研新聞での連載を執筆