

# 大地の創造所 本創 松商研

時代感知力と創造力を養う  
実践マーケティング

う体験型志向が強まってきている。特に女性客を中心に、その地域ならではの見聞や体験、知識の習得や癒やしを求める志向が目立つ。

この観光市場の潮流の変化に対し、時代創造力を発揮して市場を拡大する企業が株式会社である。この企業は、1977年に設立された東京宝・株が前身で、主に観光地で販売される土産の製造卸を営み、08年にTTCに社名変更をした。観光の質的ニーズの変化を先取りした新業態の食テーパー

安全・安心が裏打ちされている、こだわりの卵商品。一つの食材からいくつもの商品展開を可能にした人気商品



その第1号が静岡県三島市にある「伊豆・村の駅」であり、栃木県那須塩原市の「ロコモマーケット」へと広がっている。

質の高い商品、空間、サービスの三本柱で  
地元客をも魅了する土産店

村の駅はJR三島駅より車で15分の国道136号線のロードサイドに位置し、伊豆長岡や修善寺といった観光地の玄関口にある。約9000㎡の敷地には、海産物、農産物、地域産品・加工品がゾーン別に連なり、飲食レストランゾーンが併設されている。

驚くのは観光客による売上げ

## 第9回 顧客感動をつくる 伊豆・村の駅は、新観光事業の 時代創造力に満ちている

ク事業により、04年には107億円だった売上高が07年には125億円と順調に伸ばしている。そして、観光地における新たな消費の可能性を示唆し、

より、地域住民の売上比率が高く、およそ観光客40%に対し、周辺地域顧客が60%を占め、観光商業の新しいビジネスモデルとなった。徹底したトレジャーテイによる地産地消を基本に、その素材からの加工品はおいしさとオリジナリティを目指し、また日本一の接客サービスを志す対応は、観光客のみならず地元のリピーターをも魅了している。実際、観光地の大型土産店という感覚で訪れた来訪客は、事前期待値が低いためか、今まで経験しなかった質の高い商品、空間づくり、サービスに出合うことで、顧客感動へと変わっていくのである。

そのこだわりは村の駅の代表的な人気商品である卵にも見ることができ、箱根にあったミネラルを豊富に含んだ牛舎跡の赤土の上で鶏を放し飼いにし、天然のカロチンやビタミンを含んだアミエビなどの餌を与えることで、日の出のようなだいたい色の黄身と、プリ

23兆5400億円（国土交通省・2006年度調査）という旅行・観光産業の市場規模は、超巨大である。観光は、旅行業、宿泊業、輸送業、飲食業、土産品業など裾野の広い産業であり、直接雇用は215万人、雇用効果としては442万人に及ぶ。昨年10月、国土交通省に観光庁が設置され、21世紀における日本の重要な政策の柱として位置付けられた観光産業は、内需拡大や地域活性化の救世主となる大きな可能性がある。

昨今は観光スタイルが大きく変わり、過去の団体中心の宴会旅行や名所旧跡巡りから、個人、グループでのパーソナルな小旅行や、地域の生活と触れ合

農産物直売ゾーンでは、地産地消の提唱に賛同した地元農家との販売組織をつくり、100%生産者の顔が見える売場が実現した。生産者は、消費者ニーズを肌で感じたものづくりに傾注する一方、携帯メールでのリアルな販売情報に対応する追加補充体制など、常に店頭の商品を充実させている。

鮮魚ゾーンでは、沼津の魚市場から直接仕入れた地物を中心に構成し、売場のディスプレイは市場の臨場感がある。

おもてなしができるのか、その答えを求め清水雄一経営企画室長を訪れたところ、本社玄関の入り口にあったメッセージボードに筆者の名前、会社名にあいさつ文が添えられ、さらに応接テーブルには感謝の言葉が綴られていた。事務所でも、店頭でも同じように組織が達成しようとしている目標が実践され、顧客第一主義が貫かれていることがすべてだと感得した。

TTCでは「お客様感動創造主義による新観光商業活性化への挑戦」を哲学にしており、これが心のよりどころであり行動指針と清水室長は語った。その哲学を視座に、顧客が期待する以上の価値を提供することに少しの揺るぎも感じなかった。観光事業に一流を求め、安全・安心な商品開発や日本一を目指すサービスにより、時代を創造する観光業態ができたのである。

満を感じているかというマーケティングで、不可欠である。2つには、「商品開発、サービスレベル、運営方法などのソフト構築がしっかりなされていること」。特に、旧態依然とした観光産業にはこの視点が欠如していた。3つには、「揺るぎない哲学から、社員一人一人が同じ方を向いていること」。共通の使命感の強さが際立っていることである。

時代創造力とは、生活者の一人一人が今望んでいることは何かを予知し、それを実現し、満足してもらうにはどうしたらよいかを考える力である。約23兆円の巨大マーケットである観光産業。その新しい観光ビジネスの扉は開かれたばかりだ。このビジネスで時代創造力を発揮することは、内需拡大につながる消費喚起や地域活性化に貢献する役割を果たさずである。



市場直送の鮮魚は地物が並ぶ。目の前でダイナミックにおろしていく姿は、見る者を楽しませてくれる

桜海老丼や新鮮な刺し身丼をその場でいただげるコーナーを併設するなど、買物以外の楽しさもある。

そのほか、地元の素材にこだわったジャム、漬物、菓子類など加工品の多くは自社開発商品であり、吟味されたお米やお茶のコーナリーの量り売りには、スパーにはない本物志向を感じ、さらに心のこもった温かいホスピタリティの接客サービスレベルの高さに驚く。

なぜ、ここまでの商品開発や心のこもった

可能性が広がる観光ビジネス  
時代創造力を磨き  
地域活性化に貢献

観光客と地元住民が同時に楽しめる新観光業態を構築した村の駅の時代創造力には、3つのポイントがある。

1つは、「マーケットがどのように変化しているかを正確に知る」と。これは、常に顧客が何を求め、何に不

**PROFILE**  
まつもと だいぢ  
株式会社創造研究所代表取締役。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創い創造研究所を設立。地方自治体での街づくりアドバイザー、小売店、デベロッパー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協会誌や繊研新聞での連載を執筆