～商業施設新聞＆商い創造研究所企画～

ニューヨーク＆ポートランド クオリティ オブ ライフ視察ツアー2017

スペシャル対談

㈱生活の木 代表取締役　重永 忠 氏

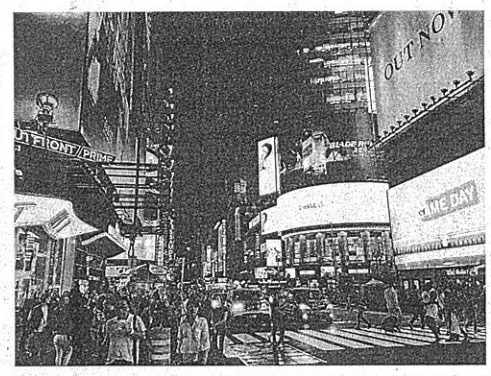
㈱商い創造研究所 代表取締役　松本 大地 氏

重永忠氏（右）と松本大地氏

商業施設新聞と㈱商い創造研究所が企画した「ニューヨーク＆ポートランド　クオリティ オブ　ライフ視察ツアー2017」が9月15～21日に開催された。今回、ツアーコーディネーターであり、本紙で「商いの新しいものさし」を連載中の㈱商い創造研究所　代表取締役の松本大地氏と、ツアー団長を務めていただいた㈱生活の木　代表取締役の重永忠氏の対談が実現した。ツアーで感じたこと、学んだことから、ニューヨーク（以下ＮＹ）の食材店で体験したライブ感、ポートランド（以下ＰＤＸ）で目の当たりにした最先端のＣＳＶ、日本における働き方改革や接客のあり方など多くの話題が飛び交った。（構成・副編集長　高橋直也）

最先端のクオリティ オブ ライフを体験

NYにほとばしるライブ感


NYでは夜でも様々な世代の人が集まっていた

NYには魅力的なフードホールも多い

松本　まずはツアーに参加されての感想からお伺いしてよろしいでしょうか。

重永　今回のツアーの目的は「クオリティ オブ ライフ」の現場を見よう、というものでしたが、我々の会社の名前は生活の木、英語での社名は「トゥリー オブ ライフ」であり、クオリティ オブ ライフを高めるための会社です。さらに具体的なテーマとして「サステナビリティ（持続可能性）」「ＣＳＶ（クリエイティング シェアド バリュー＝企業利益に加えて社会的にも価値がある取り組み）」「ワークライフバランス」が掲げられていましたが、これも私たちが追い求めている理想像です。まさに我々のためにあるようなツアーでした。

松本　クオリティ オブ ライフは時代の要請でもあるんでしょうね。両都市を訪れていかがでしたか。

重永　ＮＹは16年ぶりだったのですが、ずいぶん治安が良くなりましたね。特に夜です。若い人たちが一人で歩けるようになり、ファミリー、子供、女性もいました。それに合わせてナイトライフの充実が目につきました。この環境の良さを作っているのがタイムズスクエアなどで行われているＢＩＤ（特定エリアの地権者が負担する金銭を基にエリアマネジメントを行う仕組み）なんでしょうね。

そして色々なフードホール、グローサリーとレストランが組み合わさった業態）など食の充実には感銘を受けました。ブライアントパークも印象的です。公園のマネジメント権を一定期間、民間に売却する方式もそうですが、ＮＰＯの清掃による美しい公衆トイレは見事でしたね。

松本　ＮＹではスペンドシフト（低価格重視などから、地域や自分のためになる〝よりよい消費〟に変化すること）によって復活したブルックリンも訪れました。

重永　実はブルックリンは個人的には今回の目玉の一つだったんです。工場、倉庫をリノベーションしてホテルや娯楽場、ライブハウス、レストラン、バーなどに変えた施設を目にしましたが、感じたのは、既存のものを新しい価値に変える力です。

松本　新しい価値、というと。

重永　ホテルは通常、快適に泊まるのが目的です。それだけでなく魅力的なロビー、レストランなどを設けてビジネス、デート、食事、リラックスなど多くの目的で人が集まれる場所にすることで、泊まる以外の価値を生んでいました。娯楽施設もボウリングをするだけでなく、お酒も飲め、ライブを見られ、パーティーもできるエリアもありました。

松本　「リラックス＆コミュニケーション」がキーワードなんでしょうね。ボウリングの施設もゆったりとしたソファがあり、食事ができて、音楽と映像があり、心地よさが生まれていました。

重永　ブルックリンにはアーティストの移住が多いそうですが、うまく作用しているんだと思います。

松本　私自身がＮＹで感銘を受けたのは「イタリー」（イタリア食材の飲食、物販店）でした。腸詰めをしているエリアがあったように、ほとばしるライブ感とともにイタリアの食文化を発信していました。レストランで食事をした際、柱に「イートベター、ライブベター」という文字が掲げられているのを目にしましたが、あの店はそれを体現していました。

重永　あのライブ感はすごかったですね。今回のツアーで自分のビジネスに一番参考になったのはＮＹのイータリーです。あの店はまさに我々がやろうとしているスタイルなんです。我々は店の中に販売だけでなく、学習、そしてコト、体験を取り入れています。イータリーは分野や扱うものは違いますが考え方は一緒だったんです。

松本　日本だと、同じような業態でもあれほどの体験・体感はないですよね。あのライブ感をどう作るかが課題です。

重永　店内のレストランにあった大きなオープンキッチンもインパクトがありましたね。

松本　イータリーではスタッフがイタリアの食文化を体得して、それが接客やモノづくり、料理に出ているように感じました。海外から日本に業態を輸入することはしばしばありますが、形として持ってくるだけでなく、本質を持ってくるのが大事ですね。

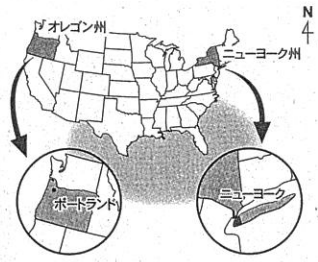
重永　次回はぜひ夜に行ってみたい。イタリアの食文化に触れながらあの店で過ごす夜はどんなものか。想像するだけで楽しみです。

ブルックリンでは古い工場などをリノベーションして新しい価値に変えていた

NYのイータリーは大きなオープンキッチンがあるなどライブ感に溢れている

キーはリラックス＆コミュニケーション

PDXのCSVは『再活用』



松本　ＮＹ、ＰＤＸともにファーマーズマーケットを訪れました。ＰＤＸのファーマーズマーケットには地元で収穫されたものを求めて1日2万人ほど訪れるそうです。都市におけるファーマーズマーケットの役割はどう感じましたか。

重永　あのマーケットでは訪れる人同士、生産者同士など多くのコミュニティが形成されていました。生産者と生活者がお互い顔を見られる間柄というのは商品への信頼感にもつながります。それこそがファーマーズマーケットの意味合いと言えます。

松本　ＮＹのような大都市だからこそ、ファーマーズマーケットのような素朴でアナログ的な空間が求められているのかもしれません。一方のＰＤＸでは生演奏、子供の料理教室、サードウェーブカフェが出店したり、多くの楽しみが詰まっています。

そして何と言っても〝ヴィアード〟です。様々な店、場所で日本にはないような個性、自分らしさを大切にするアートマインドが取り入れられていました。

松本　ＰＤＸでは企業が本業を通じて、社会的な課題の解決を目指すＣＳＶの現場も見ました。賞味期限が近づいた食品などを集めて販売するグローサリーアウトレット、見放された動物を預かり、愛情を込めて調教するペットの第2の人生を作るオレゴン ヒューマン ソサエティなどを訪れましたが。

重永　ＣＳＶの本質は社会問題をソリューションすることですが、ＰＤＸではすでにあるものを活用する

社会問題の解決に遊び心

PDXのザ リビルディング センターでは解体した住宅などのドア、バスタブといった資材を販売する

PDXの人口は近い将来100万人になると予想されている

ことが根本にありました。中でも解体した住宅などのドア、バスタブといった資材を販売する「ザ リビルディング センター」は感動しました。日本ではスクラップ＆ビルド、つまりダメなものはなくして新しいものを作ることが主流です。ＰＤＸはシェアや再活用によって新しい価値を作っているんです。

松本　ツアーで宿泊した「ジュピターホテル」も古いモーテルにアートを加えて素晴らしいホテルに変わっていました。

重永　客室のドアにはチョークアートがあって、宿泊者が思い思いの絵やメッセージを書けるようになっていましたね。あれを取り付ける遊び心！　あのホテルは本当に素晴らしかった。

松本　ＰＤＸは遊び心が溢れる土地であると同時に、才能を育成しやすい都市でもあるんです。例えば若いシェフは別のレストランのシェフと互いにサポートするコミュニティがあるなど、助け合う文化が発達しています。そのせいか、ＰＤＸは多くの才能が外からやってくるのが特徴です。

重永　私は原宿表参道の街づくりにも参画していますが、原宿表参道もデザイナー、美容師、アーティスト、経営者などが別の街から来て、新しい価値、仕事、事例を作っていくんです。ＰＤＸと似ているんですが、ＰＤＸは日本よりもオープンにつながっており、シナジーを生みやすい土地だと思いました。

松本　他人や多様性を尊重することがベースにあるんでしょうね。ＰＤＸにはそれができる空気があります。住民が人に優しくなれることもそこから来ているのかもしれません。ＰＤＸにはヒューマンシティという言葉がぴったりと当てはまる。

重永　我々が原宿表参道の街づくりで掲げているのは「世界一心の良い人が集まる街にしよう」ですが、すでにＰＤＸはそれが叶えられているように思えます。

松本　素敵な街には大勢の人が集まります。現在、ＰＤＸの人口は63万人程度なのですが、２０３０年には１００万人になると予想されています。流入が一番多い年齢層は24～35歳と若い世代、2番目は55～60歳という第2の人生をスタートする世代です。多くの有名企業もＰＤＸに拠点を移しています。ＰＤＸのような街で働くのはどのようなメリットがあると思いますか。

重永　いま働く企業を選ぶ際に、企業の価値に加えて〝どの街で働きたいか〟を重視する時代になっていると思うんです。我々の会社でも表参道で働きたいという想いを持っている従業員がいます。好きな仕事で、さらに自分の生き様に合った街で働くことが叶えば大きな幸せになります。結果として会社に貢献し、その貢献が地域や社会の貢献にもなる。つまり自分、会社、地域、社会と4つにとってのいいことが一つにリンクしている状態ですね。働き方改革においてこれの実現が大事だと思います。

松本　原宿表参道のようなブランドが確立されている街だけでなく、どの街にも選ばれる可能性はありますよね。企業もその街で愛される存在、尊敬される存在になれば働く人は誇りを持てます。企業は地域に尊敬されるような活動をすることも重要になってきますね。

重永　そして地域に愛されない企業は世界から愛されません。

松本　愛される企業になると、この企業、この店で買いたい、応援したいという愛着消費につながります。

重永　もしかするとプレミアムフライデーにもつながってくるかもしれません。空いた時間をただ過ごすのではなく、「この街のプレミアムフライデーを過ごした」という時代になれば面白いのでは。

接客の技と心の再考を

アメリカの接客は自然な振る舞い、笑顔が自立つ

松本　さて、今回のツアーでは20代から60代まで幅広い世代が集まりました。最終日はワークショップとしてこれからの実店舗のあり方を議論しましたが、いかがでしたか。

重永　皆さんの使命感を感じましたよね。私も議論に参加させていただきましたが、どなたも今までのものじゃダメだ、という想いでした。色々なキーワードが出てきましたが、最後は「人」でしたね。人の温もりなどが感じられない商業施設はダメだという意見が共通で出ていました。

松本　ツアーでは色々な店で食事、買い物をしましたが、接客スタッフのあの自然な振る舞い、笑顔がとても気持ち良かった。日本の接客は通り一遍というか、型にはまりすぎている気もします。原点回帰して、人と接するための技、心とは何かを考えなければだめだと思います。

重永　良い接客を実現するためにも企業が従業員を大切にしなければなりません。ＮＹで訪れたスーパーマーケットの「ウェグマンズ」では従業員のことをファーストに考えていた。高水準の賃金だけでなく自由な裁量を与えることで、来店客に一声かける雰囲気ができていました。

松本　接客の心と技を磨くことに加え、現場のスタッフに裁量を与えてちょっとした会話や、サービスができるということですね。それがあの気持ちの良い接客を生み、地域からも愛されている。

重永　それこそが、先ほど述べた、自分、会社、地域、社会にとってのいいことがリンクしている状況です。

松本　今日は素敵な対談ができて気持ちの良い日です。ありがとうございました。