今週のテーマ
生活・文化

繊研教室

《毎週火曜日に掲載》

知見知恵知行

きものの闇

亡き義母の大量のきものを発見した友人はきものに興味がない上、身長も高くそのままでは着られない。あまりの困惑ぶりに拝見することに。きもの・帯で100点以上はあっただろうか。

私の20年のきもの歴でも、ある程度わかる。案の定(?)「いいもの」「凝ったもの」…といった美辞麗句ものがズラリ、未着用も。友人も義母がなぜここまできものを持っているのか不明で、着道楽でもなかったようだ。

見るうちに暗澹たる気分に。私も「もの」をつくって「売る」仕事ゆえ、状況や、やりとり・すすめ方など想像がつく。ご主人の社会的な地位もあるせいか、帯を含めほとんどが訪問着など高額なフォーマル中心。田舎の実家にはまだ倍量以上あるという。結局、きもの買い取りをおすすめするしかなかった。

いったいどんな売り方・買い方をしていたのだろう。きっと似た話はいくらでもあるのでは。こんな商売がまかり通っていた時代の呉服産業の、これも負の遺産なのだ。下がる一方の呉服業界の不況は、このようなお客の世代が去り、きもの人口の減と、さらに客も賢くなって不必要なものは買わずにレンタル。ひと財産的な金額もナンセンスであると、だから仕方がない。

私は、江戸時代の一般庶民がそうだったようにリユースきもの愛好だが、今それは世界に誇れるまれな価値観として堂々サステイナブル（持続可能）につながる。

呉服業界は何だかんだと「高いものを売りつける」商売を改心して視点を変え、新規アイデアを練らないと、このまま自滅していくだけだと思う。

（横森美奈子＝ファッションデザイナー）

くらしのまわり

森ビルとチームラボが共同で企画運営してきた東京・お台場の「森ビルデジタルアートミュージアム・チームラボボーダレス」が先月31日、閉館した。後半はコロナ禍の影響を受けたが、初年度の来館者は230万人を超えた。今後は23年にオープンする「虎ノ門・麻布台プロジェクト」に新施設として開業する。

人の数だけアート

人、物、音、光、色、空気、香り。チームラボはそれら様々な要素が絡み合って一つのアートを作り上げる。訪れた人に、その人だけのアートを体験させてくれる。まさに「ボーダレス」な空間を追求してきた。

チームラボは2015年、私に強烈なインパクトを与えてくれた。パリで開かれたデザインとインテリアの見本市「メゾン・エ・オブジェ」で披露したインスタレーション「フローティングガーデン」は、人の動きに合わせて浮遊する生花が複雑に動き出す。会場では猪子寿之社長と責任者の工藤岳さんが「人と花、自然の境界がなくなり、一体化する空間を表現した」と話してくれた。16年にはイタリア・ムラーノのガラス照明を用い、17年に器を動かすと緑茶にうつされた花びらがテーブルに広がっていくデジタルアートで驚かせた。そして今年3月には、同見本市で5年ぶりのインスタレーションとなる「呼応する宇宙―固形化された光の色」を披露した。

●アートに新たな体験

森ビルデジタルアートミュージアム・チームラボボーダレス

街づくりに貢献

森ビルデジタルアートミュージアム・チームラボボーダレスは18年6月にオープンした。オープン直前の内覧会、工藤さんは「常設で、入場料をいただくのは私たちにとっても初めて。ドキドキするし、わくわくもする」と、話していたことを思い出す。まさにチームラボにとっての新しいビジネスモデルへの挑戦だった。

初年度の来館者のうち、約50%がインバウンド（訪日外国人）だというのも驚く。ウィル・スミスやブラッド・ピット、ジャスティン・ビーバーら海外著名人が訪れて、自身のSNSで拡散。世界160カ国・地域から来館した。数々のアワードも受賞。ギネスワールドレコードが「アートコレクティブ」（アートグループ）というカテゴリーを新設して、年間来場者数のギネス記録に認定した。最寄りの青海駅の乗降客が約1・9倍、パレットタウンの入館者が約1・5倍に増加する、波及効果ももたらした。

閉館を前に工藤さんは「私たちにとってはエポックメイキングな取り組みだった。私たちの作品が街づくりにも貢献できることを実感した」と、この4年間を振り返る。23年には虎ノ門・麻布台プロジェクトに新たな内容でオープンする。今度はどんな「ボーダレス」を私たちに見せてくれるのか。その期待は大きい。

（村上洋一＝ライフスタイルジャーナリスト）

23年「虎ノ門・麻布台プロジェクト」に新施設

Study Room

フロントランナーの地方創生メソッド

スノーピークとバルニバービに見る

松本大地／商い創造研究所代表取締役

14年、大都市への過度な人口集中を是正し、地方の人口減少の歯止めや地域経済の活性化を図る目的で「地方創生」が政策として掲げられた。選挙になると、政治は地方を元気にと創生スローガンを繰り返すが、目に見える実績はさほど見当たらず、掛け声倒れは否めない。

「キャンプ」と「食」の力

今、辺鄙な地方であっても、わざわざ時間をかけて行く価値をつくり、地方創生を具現化している企業がスノーピークとバルニバービ。どんな物事や分野、ビジネスでも軸や核が存在することをメソッドと言うが、2社のメソッドをひも解くと地方創生の光明が見えてくる。

スノーピークはキャンプ用品以外にも、アパレルや飲食などを横展開し、アウトドアライフの知見を生かした地方創生事業を加速する。地方の価値を発見し地域と共に磨き上げ、何もなかった場所に新しい魅力を創造し、地域の価値を上げれば生き生きした地方が増え、国の魅力も増すと考える。国策という上から目線ではなく、現場からの下から目線で積み上げ、けん引するリーダーは山井太会長だ。

バルニバービは個性的で多様な飲食店を全国展開し、バッドロケーションをグッドロケーションに変え、出店した地域の社会価値をつくりだす。ディベロッパーや行政からも開発要請が絶えず、創業者であり現在会長の佐藤裕久氏を先頭に、食の可能性を武器に地方創生に挑む。

山井氏と佐藤氏の共通点は、自分たちのビジネスのメソッドを定め、そこから広がっていく世界観を創造していく力量があること。山井氏は「キャンプの力」を、佐藤氏は「食の力」を軸に、地方の社会課題を解決しながら、持続可能な事業構築にしていく強さだ。前例のないことへの挑戦をすることで組織には創造的人材が育ち、ビジネスの好循環がつくられていく。

「創生」の意味

今夏、スノーピーク本社がある新潟県三条の「FIELD SUITE SPA」で、山井氏、佐藤氏そして筆者の3人で泊まり込み、2日間にわたり地方活性化策を話し合った。たき火を囲めば必然的に地方創生への議論は熱く燃え上がる。佐藤氏はFIELD SUITE SPAの50%ある広大な地で農業に取り組むことを勧め、山井氏は米国での食レストランのコラボレーションの可能性を示すなど多々構想が広がった。

佐藤氏には「地方創再生」という持論がある。本来は創生とは〝つくりだすこと〟の意味で、各地方には独自の文化や歴史、営みがあるが、それが現在は廃れたり、諦められたりしている。その特性を再活用し、見過ごされていた魅力を、よそ者が生かし再出させるまちづくりを地方創再生と提唱する。再発見、再出、再生と〝再びつくりだす〟ことに重きを置き、淡路島で進行している「フロッグス・ファームアトモスフィア」はその際たる創再生プロジェクトである。

淡路島では地産地消をベースとした地域の生産者との交流から始まり、レストラン、宿泊、物販、農園など次々と地方創再生を継続中だ。廃校となっていた旧尾崎小学校を食、アート、学びが融合された「SAKIA」（サキア）として再生し、過日は「サキア祭」を開催した。淡路島特産の玉ねぎのスープがふるまわれ、ゲーム大会、佐藤氏自ら歌う昭和ミュージックコンサートなど、大勢の住民が一つの輪になって楽しんだ。

19年4月、誰も人がいない海辺に300席のレストラン&カフェ「ガーブコスタオレンジ」を開業してから3年が経過した。佐藤氏は180度の夕日が見える場所に立ったとき、ここは淡路島のかけがえのない資産だと悟り、エリア全体を地方再創生すると決意した。その強い思いがカタチとなっていく。

同様に、山井氏は長野県白馬村での再生相談があった際、計画地から目に飛び込んできた山々の美しい風景に一瞬で心と体が反応し、この地での「LAND STATION HAKUBA」を決断したと語った。デジタル化社会が進むにつれ、人間の心と体はますます自然とのつながりを求めるとの山井氏の持論から、全国にアウトドアライフが普及したと再認識した。

新潟県三条の「FIELD SUITE SPA」で山井氏、佐藤氏、筆者（右から）

体験価値を磨く

5年前、本紙にて筆者がつづった日本でのポートランドブームの行く末を懸念した記事に対し、山井会長（当時社長）からは、「モノ軸だけで考えてポートランドの表面だけを取り入れても成功はしない。また、ライフスタイルという言葉がモノを売るためだけの言葉になってしまった」と伝えてくれた。それを機にスノーピークは、〝ライフバリュー〟をという人生価値を高める目標へと大きくシフトしていった。

今、「デジタルエコノミー」は効率性を日進月歩で競い合うが、対照的な「ヒューマンエコノミー」は覚醒する体験価値を磨いて勝負に挑む。地方創生のフロントランナーとして、類例のない道を切り開く二人には先の世界を読む才能にたけている。どんな未来をつくるかのメソッドを示し、その未来から現代を見つめる。社会課題を解決してビジネス化を実現する人間こそが、時代の寵児となる。

まつもと・だいぢ　マーケティング、プランニングから業態開発、プロデュース業務を推進。領域は最新のSCプランから街づくりにまで及ぶ。経産省コト消費づくり委員、鎌倉市アドバイザー、IFI（ファッション産業人材育成機構）講師。全国で街づくり講演や、米ポートランドのライフスタイル、街づくり研究から新たな時代潮流を発表。18年6月リアルメリットを研究開発する賑わい創研設立。著書に『最高の商いをデザインする方法』（エクスナレッジ社）。