

おこないになって、はじめて見える？

最近、AC ジャパンのテレビ CM が気に掛かっている。不謹慎との批判が巻き起こった震災当初の CM ではない。現在放送されている「思いやり編」の CM である。

「あたたかいところも、やさしい思いも、おこないになって、はじめて見える（一部省略）」というものだ。震災後の復旧・復興への主体的な手助けをはじめ、各種のサポートや協力などへの行動を促した CM だが、この原文となった詩にこのとおりの表現はない。

思いを行動に移すことにはなんの異論もない。しかし、このフレーズは目に見えるものだけを良しとする、それのみを尊ぶような考え方、やや踏み込んで言えば物質主義的な考え方を加速させることにもつながりはしないか。

グローバルな競争社会にあって、古来、日本人が培ってきた精神性のみを尊重すべきだとは思わない。ただ、自然崇拜や仏教伝来、神仏習合、武士道、明治維新等のなかで、ほかの国にはない日本人が独自に醸成してきたものを大事にしたいとも思う。

表現へのちょっとした違和感ではあるが、今回の CM で言葉の重みを再認識するきっかけとなった方も少なくないのではないだろうか。

なお、引用されている詩のタイトルは、昭和 63 年頃の子供のいじめが社会問題となったことなどを背景としてつくられた「行為の意味 ー青春前期のきみたちに」というものである。

原文は「あたたかい心があたたかい行為になり、やさしい思いがやさしい行為になるとき、心も思いも初めて美しく生きる（一部省略）」となっている。

(大和)

地域密着型の商業施設

鹿児島一の繁華街である天文館にあった三越鹿児島が閉店したのは 2009 年 5 月。九州新幹線の鹿児島中央駅開設により、天文館自体の集客が落ち込んでいたなか、三越鹿児島の閉店は町の衰退を象徴するかのようには思われた。

そのようななか、跡地に出来たのがマルヤガーデンズである。ファッションなどのテナントを集め、百貨店の機能を持ちながらも、NPO 団体やサークルなどに貸し出す 10 のスペースを有している。地域コミュニティが関わることでできる商業施設として展覧会や演奏会が開催されることもある。繁華街の一等地での催事は主催者側からも利用者側からも良好に受け入れられており、買い物目的ではない人にも足を運んでもらえると入居店舗側の反応も良いという。

今までの購買機会を与えるだけのビジネスモデルでは集客ができなくなっており、他店舗との消耗戦が行われている地域が多いなか、マルヤガーデンズのような取り組みは全国的にも珍しい。インフラの整備などが進み、かつてと比べて街に集まる人びとの年齢層も目的も、刻々と変化していくなか、新しい社会に適応したビジネスモデルの創造はここで私が言うほど簡単ではないだろう。ましてや今回の取り組みのように、地域の参加無しでは成り立たないモデルを民間企業が主体となって推進するのはさらに難しい。

景気の悪化が各小売企業の収益に響き始めてからというもの、不採算店舗を閉店させる動きが各地で頻発している。購買意欲の低下した消費者はなかなか買い物目的のためだけには出かけなくなったのだ。また、購買チャネルの多様化もあり、店舗の集客は以前に比べて厳しくなっている。加えて、オーバープレイヤーによって競争が激しさを増すなか、価格だけで他店舗に戦いを挑めば、立ち行かなくなることは周知のことと思う。

マルヤガーデンズは、他店舗との差別化を「地域コミュニティの場」を作ることで図った。客が店舗に行く目的を、買う行為のためではなく、その場で過ごすことに変えさせたのだ。また、店舗の魅力を地域コミュニティにすれば、長きにわたり地域住民の支持も得られる。

店舗が生き残るためには、地元が必要とされる存在にならないと、いつか飽きられてしまう。地域密着という性質は、昔の商店ならば当たり前であった。今後の小売業は原点回帰して、解決策を見付けるのかもしれない。

(小夏)

西高東低続く客室稼働率

旅館・ホテルの6月の景気DI(26.9)は前月比7.9ポイント増と大幅に改善した。5月まで全51業種中で3カ月連続の最低から2カ月連続で改善して最悪期は脱したものの、依然として下から6番目の低水準にある。

東証上場のホテルREIT「ジャパン・ホテル・アンド・リゾート投資法人」が月次で発表している3月から5月の客室稼働率をみると、震災の影響から西高東低の構図となっている。

関東圏では、オリエンタルホテル東京ベイが、震災により一時休園を余儀なくされた東京ディズニーリゾートの影響を大きく受け、客室稼働率は3月44.7%(前年同月91.7%)、4月17.9%(同82.5%)と大幅に減少した。その後、4月15日のディズニーランド再開、28日のディズニーシー再開はあったが、宿泊者数の減少だけでなく、婚礼宴会の延期やキャンセルにより、レストラン売上高も宿泊者数減少により落ち込んだ。かき入れ時であるゴールデンウィークを含む5月も客室稼働率は53.5%(前年同月89.4%)と低調だった。

一方、関西圏ではプラスの効果が数値にも表れている。神戸メリケンパークオリエンタルホテルの客室稼働率は、震災から間もない3月(74.7%、前年同月78.6%)、4月(61.4%、同78.5%)は東日本大震災の影響によりビジネス客を中心とした需要が減少したが、5月には、修学旅行等の代替需要の取り込みに成功し83.3%(同75.7%)と回復している。

なんばオリエンタルホテルも、震災の影響により訪日外国人客数が減少したものの、関東からの退避需要を取り込み、3月(86.4%、同83.4%)と増加、4月(89.8%、同85.7%)、5月(89.0%、同80.3%)といずれも前年実績を上回った。

いまだ震災の影響を大きく受けている旅館・ホテルからは、「震災や原発事故による消費自粛、海外の風評被害も収まらない」などの声が多く寄せられており、先行きに関しても「原発事故の影響により外国人観光客は激減。特に団体予約は皆無に近い。また消費自粛ムードによる国内観光客の減少も当面続くと懸念している」と厳しい見通しをたてている企業も少なくない。

復興予算確保のため、高速道路の休日の上限1,000円が6月19日に終了したことは、ホテル・旅館業界にとっては、夏休みの旅行需要の取り込みにも悪影響が出そうだが、東日本大震災の被災地域の復旧・復興のためには、当面、我慢が続きそうだ。

(寅彦)