

地域クリエイター の履歴書

地域クリエイターの
探究家

朽尾 圭亮(とちお・けいすけ)

船井総研入社後、地域創造・活性化チームに志願し、創設に情熱を注ぐ。現在は、地域再生行脚100を実践し、成功事例を求めて全国を渡り歩く。
連絡先: keisuketochio@funaisoken.co.jp

「企業の将来はトップで99%が決まる」(船井幸雄)と言われるが、その企業体と同様に、地域にも組織を導くリーダーが存在する。あふれる情熱と哲学をもって、地域活性化に挑む地域クリエイターの本質に迫る!

第11回



まちおこしを「喜び」に変える方法

井上 盛夫 ソルト・コンソーシアム株式会社
代表取締役
兵庫県西宮市

INOUE MORIO'S PROFILE

年代	出来事
1966年	兵庫県 西宮市生まれ 小学校から高校まで10年間にわたって野球部に所属。 大学2年生の時に友人3人と京都で喫茶店を共同経営。 バブル経済の真っ只中にあり、学生起業ブームとなる。
1988年	大阪にて、先輩、友人達と株式会社CSEを設立。様々な企業との関わり合いの中で、商売の楽しさ、厳しさ、社会に対する矛盾や可能性を感じる。
1988年12月	当時の社長と意見が衝突。独立を決意。 株式会社 禪 を設立。代表取締役に就任。 企業のSPをする傍ら、ビーチハウス三店舗を経営し、爆発的な人気を得る。
1997年	株式会社ちゃんと代表取締役社長の岡田氏と再会。取締役として同社に入社。 取締役副社長に就任。 横浜「熱烈食堂」、原宿「美食酒家ちゃん」と、西麻布「Ken's Dinning」オープン
1998年	新宿「daidaiya」オープン
2002年	株式会社ちゃんと 退社 株式会社ソルト・コンソーシアムを設立。次々に新業態店舗をプロデュース。
2004年	ソルト・コンソーシアム株式会社に登記変更 サロン型カフェや、コーヒー専門店をオープン
2004年	大阪道頓堀商店街テーマパーク「道頓堀極楽商店街」オープン

●用語解説

【道頓堀極楽商店街】

大阪道頓堀の中心部に位置する、商店街型観光施設。毎年120万にのぼる観光客を集める魅力を持つ。その魅力の原点は、なんとってもコンセプトである大坂(昭和初期の大坂の呼称。ジャズなど新しい文化が次々に大坂から飛び出した時代の「食・笑・芸」の融合。

3階に分かれる商店街内部には、現在の大阪の下町を代表する名店が軒を連ねる。これら全ての店舗は、スタッフが自らの食べ歩き2000軒の行脚から見つけ出したというから驚きである。

さらに、定期的に中央ホールで行われるショーは、大阪の下町を舞台に展開される人情味溢れる劇。これは極楽商店街が抱える本格的な劇団「道頓堀 極楽歌劇団」によって運営されている。客単価を1,600円と考えれば、毎年約20億円の売上であるが、周辺への経済効果、賑わい効果は計り知れない。

今回の舞台は、地域内・外の観光客を合わせ毎年1億人以上の観光客を呼び寄せる魅力を持つ大阪、道頓堀。この町には、かの有名なグリコ看板や、食い倒れ人形など大阪を代表するユニークな名所が数多く存在する。しかし反面、個々の個性が強すぎるためか、大規模な観光施設に乏しく、「さて、道頓堀まで来たが何をしたらいいかな…?」と悩む人が多いのもまた事実である。そこに登場したのが、商店街型観光施設「道頓堀極楽商店街」である。

道頓堀極楽商店街の魅力、それはまさに大正・昭和初期の「大大坂（だいおおさか）」といわれた華やかな大阪の時代を凝縮した点にある。レトロな雰囲気のある商店街のテーマ「食・笑・芸」は、年間120万人の集客を達成するまでに成長している。

今回の焦点を当てるクリエイターは、その設立に携わった中心人物である井上盛夫氏。井上氏は多くの画期的な飲食店を手がけるクリエイターでもあるが、大阪の現状を変えたいと考えてこの案件に取り組んでいる。

まちおこしの中心となる地域クリエイター、その原動力は多くの場合、義務や責任感もさることながら、大前提として自らの満足がまちおこしという公益「みんなのよこび」につながっている場合が非常に多い。井上氏の場合も同様であり、その原点は「大阪をどうにかしたい」という思いである。しかしどのような過程を経れば自分の満足である「私益」は“まちおこし”という「公益」に発展するのであろうか。

今回は、大阪、「道頓堀極楽商店街」設立の経緯に触れつつ、井上盛夫氏に焦点を当ててその原点に迫ってみたい。



商店街内にはコンテンツも

商店街のスタートは二つの思い「楽しさ」と「郷土愛」

月間10万人以上を集客する極楽商店街。しかし観光拠点の少ない大阪のど真ん中で、大規模な観光施設をオープンするためには、多くのリスクを抱えなければならない。しかし、そのリスクを負ってでもこの施設をオープンさせるまでに、井上氏を動かしたのは、「ホンマモンを誘致し、楽しい空間であれば人は来る」というシンプルな目と、「大阪を変えたい」という地域への思いだった。

栞尾 今日とはわざわざお時間を頂き、ありがとうございます。極楽商店街、すごいですねー。私も体験させていただきましたが、料理はおいしいし、コンテンツは面白いので、思わず古い横丁で古いまでしてもらっちゃいました。あ、もちろん良い運勢でしたよ（笑）。

井上氏 それはうれしいですね。作った側としては、体験した人に「楽しい」と言ってもらえるのが一番ですから。



大阪には、こういった商店街型の観光施設がないですから、多くの人を楽しんでくれるようになって本当に良かったです。

栞尾 大阪には推計では2億人の観光客が毎年訪れているのに、大型の観光施設がないのにはなにか理由があるんですか。できれば、設立の経緯も含めてお話し下さい。

井上氏 「拠点」と考えられるような施設がない理由。それはおそらく、個々の個性が強すぎる点にあるのではないかと思います。例えば、道頓堀には食い倒れ人形やグリコの看板、ドンキホーテの観覧車などユニークな名所が数多く存在しますが、あくまでそれらは、観光の「点」なんです。私は、できればその点をつなげて線にしたい。点の中心となる拠点をすることで、道頓堀をもっと人が楽しめる町に変えていきたいと考えていたんです。



商店街に並ぶテナントは名店ぞろい

この計画自体が持ち上がったのが、2001年。実は当初、この土地には普通の商業施設を作る予定だったんです。でも2001年当時は、本当に大阪、関西に元気のない時代で、関西出身の私を含めこのプロジェクトの当事者の多くが、どうにか大阪を元気にできないかと考え、大大坂を思わせる昔ながらの商店街にコンセプトを変えたのです。

栞尾 しかし、道頓堀という場所において、大阪にはないタイプの観光施設をオープンしたわけですよね。勝算はあったのですか。

井上氏 もちろん、「ホンマモンをつくれれば何とかなる」という思いはありましたよ。これまで長く飲食に携わってきた経験がありましたから。大事なことは、良いものをつくって、そこで働くスタッフ達がハッピーであること、これさえあれば、きっと人は来ると思いました。

実は現在の会社を立ち上げる前に「株式会社ちゃんど」で、同じタイプのお店を30店舗ほど作っていたのですが、不思議に店によって売上が違うんです。違いはスタッフにありました。スタッフがその店の理念に共感し、ハッピーに働いていれば、売上も自然に伸びているんです。ですか

ら、自分で自信のあるメニューを出す。さらにスタッフに楽しく働いてもらう、この二点を重視すればきっと成功するだろうな、という思いは最初からあったんです。

栞尾 なるほど。では、今回は井上さんの地域への思いと、飲食の経験がうまくかみ合っただけでここまで発展することができた、ということなのですね。

大事なことは、「文化が形をかえて表出する本物力」

これまでの飲食ビジネスでの成功経験と地域への思いが見事に融合した結果、2004年に極楽商店街が誕生する。しかし、快調に売上を伸ばす商店街への文句は意外なところから表出する。それは、大阪に住む地域民からの苦情であった。

栞尾 この1年間で120万人を集めたわけですが、井上さんの目標であった「点」を「線」にかえるという「拠点」としての目標についてはいかがでしょうか。

井上氏 実は、この点ではまだまだ改善すべき点は多いですね。おそらくあと3年くらいはかかるでしょうか。

この施設をオープンして外から来るお客さまには随分喜んでいただいているのですが、実は最も苦情が多いのは、大阪のしかも私がつなぎたいと考えている「点」の方だったのです。

栞尾 えー!! せっかくの「観光拠点」なのにもったいないですね。何が原因なのでしょう。

井上氏 商店街に入場料を取る制度なのかも知れませんが、昔の古き良き大阪と呼ばれていた時代背景を商業施設内に取り入れることの反感かも知れません。しかし、もう一度忘れ去られている何かを思い起こすきっかけになればいいと考えています。

栞尾 確かに、昔あったもののコンセプトを若干変えるとマーケットに受け入れられるという事例は数多く存在しますね。

井上氏 私もそう思います。文化は継承しながらも、その文化を現在に受け入れられる形で表出させる。それによってのみ、大阪のよさが再び蘇るのだと思います。

私が、3年間かかる、と言ったのは、この点を理解し、共感してもらうためには、そのくらいの時間が必要ではないかと考えているからです。なにぶん、個性の強いユニークな方が多い地域ですから受け入れてもらうのにも時間が

なつかしの射的はいくら撃つても3000円





演劇は定期的に行われる

かかるのでしょうか（笑）。

目に見えない何かを残す、 それは人間だけにできること

これまでの飲食ビジネスでの成功経験と地域への思いが見事に融合した結果、現在の極楽商店街が誕生した。しかし、わざわざ通常の商業施設を捨て、3年間という時間をかけてまで、大阪を元気にしたいと考えたのはなぜだろうか。その裏には、井上氏個人の人としてのあり方が存在した。

枋尾 井上さん、しかしそういった時間と労力をかけてまで、井上さんを商店街の設立にかりたてた原点はどこにあるのでしょうか。

井上氏 そうですねー。人生のターニングポイントとしてはいくつかあると思うのですが、二つの事件をお話しましょうか。一つは、阪神大震災。もう一つは、私の父の死の時の出来事です。

枋尾 阪神大震災では、実は私の家も半壊してしまっていて、東京から随分家族のことを心配したことを覚えています。

井上氏 そうなんです。あの時、私も神戸にいたのですが、

現地の状況は正直ひどいものでした。全ての人が打ちひしがれた中でどうにか頑張っている、そんな状態でした。

そんな時、私は自分がやっていたビーチハウスがあった須磨海岸を見に行ったのです。この時に見た海のことは今でも忘れられません。神戸の町はボロボロになっている、なのに海は全く変わらないのです。

この時でした、私が直感したのは、「きっと今年の夏もみんな海に来るだろう」って。何のために？ それは、変わらない海から「元気」を取り戻すためです。

予想通り人はたくさん来ましたが、正直、この時は採算を度外視していました。そういう問題ではなく、どうかこの現状を変えたい。みんなに元気を取り戻してもらいたい。そのためにきっと海でやっている私のビーチハウスが役に立つに違いない、と確信していました。実際にどれくらい貢献できたかはわかりません。ただ確実に、私のビーチハウスでハッピーになった人がいたと実感しています。

井上氏 もう一つの原点というのは父親の死に立ち会って、自分も死んだ後に人になにかを残せる人間でいたいと考えた経験にあります。

八百屋であった私の父は天理教であったので、家族にも人にも金銭的に何かを残すことはありませんでした。しかし葬式では、私の想像以上に多くの人が父の死を悲しんでいました。おそらく父はその人たちに、目に見えない何か、

思い出やアドバイスといった人としての“跡”を残したのでしょう。その時、私も人として生まれた以上、できるだけ多くの人に私の死に際しては悲しんでもらえるくらいの思い出を残したいと思うようになりました。

それからは、できるかぎり人に対して「真剣」に接するようにしています。できるだけごまかさずに、その人のことを考えて接するようになったと思います。

自分が楽しいと思うこと、それが全ての必須条件

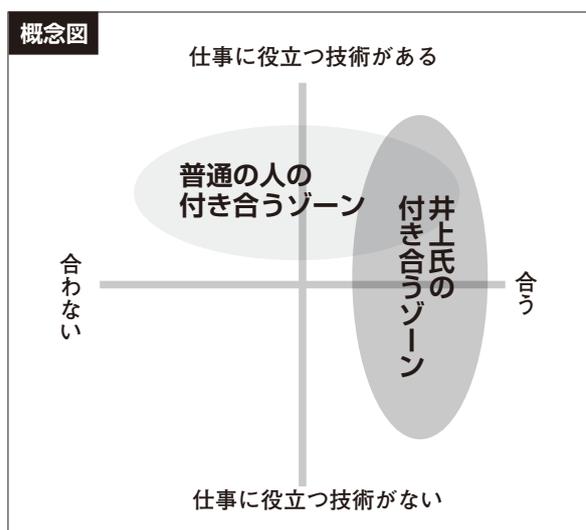
多くの困難がありながらも、成功へと前進する「道頓堀極楽商店街」。その秘訣を、井上氏は「仕事＝楽しい人と付き合う」に置き換える。井上氏の目標はさらに、楽しい夢へと広がっていく。

栞尾 まちおこしを達成するポイントがあれば挙げて下さい。

井上氏 それは、ストレスを溜めないことです。ということは、嫌いな人、合わない人と付き合わないことです。私が経営者であることも実はそこに端を発しています。経営者なら、フィーリングの合う人、夢を語れる人と付き合えるわけですよ。

これは、四つのマトリックスに分けることができます(概念図参照)。横軸が「合う-合わない」、縦軸が「技術がある-技術がない」でしょう。

おそらく普通の人はこちらかという、仕事で役に立つ技術で付き合う人を選ぶと思います。でも私は嫌いな人、合わない人と付き合ってしまうと、正直、いつか大きな障害に出合ったとき、乗り越えられなくなってしまうと考えています。ですから、私はいつまで楽しく仕事出来るように、技術がなくても合う人と付き合うようにしているの



です。

栞尾 今日は長い間、ありがとうございました。最後に今後の目標をお聞かせ下さい。

井上氏 まだまだやりたいことがたくさんありすぎて困っています。

商店街は、さっき言ったように、一日もはやく点を線に変えられる拠点に変えていきたいですね。でもそのためには、地道な活動が必要になります。今後は、利益を上げつつもその地道な「わかってもらうための活動」を続け、地域の信頼を得ていきたいと思います。

私個人の目標としては、「もしも、こんなものがあつたら…」ということのカタチにしていきたいですね。これまでの常識を打ち破るような、楽しいなにかにいつもワクワクしていたいですね。

まちおこし、それはその地域の独自固有の長所を伸ばし、人々にうけいれてもらうことである。しかしその独自固有の長所はいつの時も、時代の要請に応じて原点を継承しながら革新され続けなければならない。極楽商店街は、まさに大阪の原点を継承しつつ革新しようと試みた好事例であろう。

さらにその革新を促したのは、まぎれもなくその立役者である井上氏の地域への思いと飲食業を長年展開してきた経験である。技術だけでなく、また思いだけでもない、その二つが絡み合っただけで初めて今回の商店街が発足し、多くの観光客を集めている。

思いが先か、技術が先か、順番は人によって異なる。しかし、その二つを充足させることで初めて、まちおこしは「喜び」に変わっていくのではないだろうか。



原点となった須磨のビーチハウスと井上氏