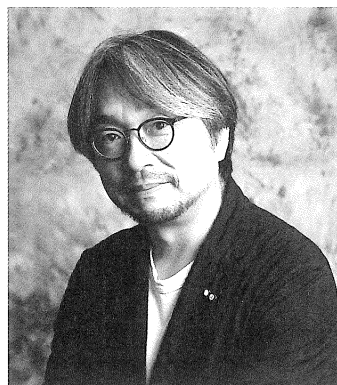


幸せの企画術

放送作家 脚本家 京都芸術大学副学長

小山 薫堂 氏



2021年 専門店秋のトップセミナー

2021年10月21日、東京・新宿の京王プラザホテルにて「専門店秋のトップセミナー」が開催されました。高野吉太郎会長の挨拶に続き、放送作家 脚本家 京都芸術大学副学長の小山薫堂さまから『幸せの企画術』と題しお話をいただきました。幸せの在り方について改めて考えさせられた大変貴重な時間となりました。

テレビ番組の企画から 老舗料亭の主人まで多彩に活躍

僕は企画を立案する仕事をメインの生業としておりますが、さまざまな依頼を受けているうちに職種の幅が広がっていききました。放送作家、脚本家、作詞家、テレビやラジオ番組のパーソナリティー、企業や地域のアドバイザー、大学の教員、エッセイやビジネス書、小説も上梓しています。先日も、有意義なお金の使い方をあれこれと妄想する『浪費妄想』という本を出したばかりです。

それから京都の老舗料亭「下鴨茶寮」の代表を務めています。今から約10年前に女将からブランディングのご相談をいただき、そのご縁で主人となりました。なぜかというところ、政治家や実業家が一堂に会するダボス会議でジャパンナイトという日本政府主催のパーティーをプロデュースしまして、日本料理に世界中のVIPが飛びつくのを見たんですね。和食を自分のカードの一枚として持つておく、と絶対いろいろな化学反応を起こせるなと思いました。2025年の大

阪万博では食のテーマ事業プロデューサーを拝命しております。食関連でなにか一緒にやってみたいという方がいらっしやいましたらぜひお声がけください。

外部の人間だからこそ気づく ポイントをおアドバイス

仕事が広がった最初のきっかけは、ホテルでした。もう20年近く前になりますが、現存する日本最古の西洋式ホテル「日光金谷ホテル」に宿泊したときのことで。社長さんから「うちのホテルどうでした？」と聞かれたんです。僕は「勝手にテコ入れ」と呼んでいますが、自分だったらこうするのにと、なんでここはこうしないんですかと、悪い言葉でクレーム、良い言葉でいうとアドバイスをしました。面白いもので、お客さんの意見をクレームと考えるかアドバイスと考えるかによって全然違うんですね。このお客さんうるさいなあと思えるのではなく、アドバイスをもらったと思うとすごく役に立つという。そんなことからさまざまな相談をいただくようになり、正式に顧問として経営に

携わるようになりました。

顧問になって最初に、全社員の名刺をつくりました。当時、宿泊して感じたのは、サービスが固くて、接客が下手。社長は「みんな恥ずかしがり屋なんです」とおっしゃっていました。でも、誰か笑顔でいらっしやいませと言ってこないんです。社員の皆さんが自分たちのホテルを愛していないような印象を受けました。そこで、スタッフ全員にホテルで一番好きな場所を挙げてもらいました。それらを一流の写真家にひとつひとつ撮影してもらい、写真で30通りの名刺をつくったんです。

お客様には「ご存知ですか？金谷ホテルの全社員が写真入りの名刺を持っています。どうぞ気軽に声をかけて30種類の名刺を集めてみてください。小さな写真集ができあがります」とメッセージを出しました。そうすると声をかけてくださるお客様に、会話も弾みそうですね。

この取り組みが一番よかったのは、社員同士の横の流れができたこと。たとえばたったひとりの厨房スタッフしか持っていないレアな写真があつて、



フロントのスタッフがお客様をキッチンの脇まで連れていって紹介したりする。さらにメディアに取材される機会が増えてPR効果も生まれました。こういった外部の人間だからこそ気づくようなアドバイスを企業さんしています。

コロナ禍で発見した 新たな食のビジネスモデル

コロナ禍をきっかけに、新しいテレビ番組も企画しました。BSフジで毎週日曜18時に放送している『リモートシェフ』です。毎回2人のシェフがそれぞれクッカーと呼ばれる芸能人にモニター越しに指示を出して、制限時間30分で料理をします。その出来映えを『料理の鉄人』のように競いあうと

いう内容です。

実はこの番組、2010年にアメリカのハリウッドへ売り込みにいったんです。当時はなぜひリモートで料理をつくらせる必要があるんだ、必然性がないじゃないかと言われてポツになりました。コロナ禍になって、「そうだ、今こそあの企画だ」と思ってたフジテレビに提案したものです。

僕はこの番組でこれまでにない料理のポテンシャルを感じています。俳優の鈴木福くんがクッカーとして出たとき、フレンチのシェフが若鶏のフリカッセをつくらせたんです。福くんはつくったことも食べたこともない。それなのにサンジェルマンデブレのビストロに出てくるレベルのすばらしい味だったんですね。あどきに、料理人は厨房に立つことなく、リモートで自分の料理を再現してもらおう、あるいはキュレーションした野菜を宅配して指示通り料理をしたらうといった、新しいビジネスモデルの可能性を感じました。

それぞれの「普通」を見つめ 幸せのカタチを問い直す

そんな僕の最初の作品は、日本大学芸術学部放送学科の卒業制作で、『普通の生活』というドキュメンタリーです。弟がダウン症だったこともあり、『普通』は幼い頃からのテーマでした。

ドラマ『北の国から』が大好きで北海道に憧れていた僕は平林英明さんという十勝のソーセージ職人を取材しました。自然と一体になった遊びをしながら仕事をしている面白い方で、うまいソーセージをつくるには肉からぶたを育てています。そんな平林さんにとつての「普通」は僕にとつては特殊であり、「普通」ってみんなよく言うけれども、人によって全く異なるものだ実感しました。

実は『おくりびと』という映画も「普通」について訴える作品です。主人公が偏見の残る納棺師を始めたときに「普通の仕事をしてほしただけよ」と反対する妻に対して「普通ってなんだよ。誰でも死ぬだろう。俺だって死ぬし君だって死ぬ。死そのものが普通なんだよ。なんでそれを扱う人が普通じゃないって言うんだよ」と語る。このシーンを書きたかったんです。

コロナ禍では多くの人が当たり前の尊さに気づき、すぐく価値を持つようになりましたね。「視点を変える」という大きなヒントをもらったと思います。陶芸家の河井寛次郎は虫に食われた葉っぱを見て、哀れな情けないものに思ったけれども、この葉っぱが虫を養って、虫が葉っぱに養われていてと考える直したらすごく尊い頼りがいのあるものに見えてきたとエッセイに書いていました。複数の視点を持つ

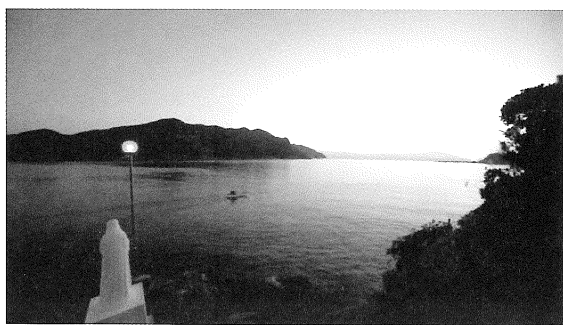
ことで価値が生まれたりプラスになったりするわけです。

今、この時代にあらためて私たちが変えなければいけない視点があると思います。「便利」「幸せ」ではないということです。僕のクリエイティブは幸せを創造するためにあると考えています。企画する際は「その企画は新しいか」「その企画は自分がやっていて楽しく、ワクワクするか」「その企画は誰を幸せにするのか」をいつも自らに問いかけています。幸せをキーワードにした事例のひとつが、あの「くまモン」です。

申請第一号はまさかの仏壇 関連商品の売上げ1698億円

くまモンの誕生日は2011年3月12日、九州新幹線全線開業の日です。博多と鹿児島の間にある熊本県が、ストロー効果でヒトやおカネが福岡などの大都市に流れるのではないかとの危惧をいただき、始めた観光キャンペーンの一環でした。

依頼を受けたとき「観光業以外の一般の人が観光で幸せになるのだろうか」と疑問がわき、これまでと切り口の異なるキャンペーンにしたいと考えました。僕が提案したのが、熊本県民が目のある自分への幸せに気づける「くまもとサブライズ」。県民は当たり前だと思っているけれど、外



kumamoto surprise film『くまもとで、まってる。』

<https://www.youtube.com/watch?v=gl02kvwAKFE>

101歳の現役最高齢ダンサーなど5組の人々を熊本の美しい風景とともに描く。登場人物の4年後を取材した第2弾『ふるさとで、ずっと』(2016年)はカンヌ国際映画祭でも上映されました。

の人が見たらびっくりするような、日常の中にある価値に気づいてもらおうキャンペーンです。

僕自身も東京に出て初めて熊本の水がおいしいことに気づきました。阿蘇山に降った雨が20年かけて湧き出した水で本当においしいんですけれど熊本に高校時代まで住んでいた僕は全く気づいていませんでした。こういう外の目線で見ると驚くような価値がいっぱいあるんですね。このキャンペーンのイメージキャラクターとして生まれたのがくまモンでした。熊本県の営業部長兼しあわせ部長という肩書です。

人気者になった一番の理由がライセンスフリーです。あの当時はより多くくまモンを露出させるPR予算があ

りませんでした。商品をメディアとして考え、くまモンのイラストを使った商品がコンビニやお土産物屋さんに並ぶことで認知を高めようと思いました。

申請の第一号がなんと仏壇で、思わずブランド課の担当者さんに「いいんですか」って聞いてしまったのですが、この仏壇屋さんにはたくさん取材が入って売上げがものすごく伸びました。今の時代は完璧なものや隙のないものよりも、いろいろな人が共感して売りたいようなブランドが価値を持つんだなと思いました。コロナ禍においてもくまモン商品は右肩上がり、2020年の関連商品の売上げは約1698億円です。

身近な幸せに気づく短編映画『くまもとで、まってる。』

ただ、くまモンの本当の価値は経済効果ではないんです。日常の幸せを再発見するためのキャラクターですから、熊本の人たちがくまモンに出会ってよかったと思えるような時間を過ごしてもらいたい。「普通」が人それぞれであるように幸せも人それぞれ。身近にある幸せに気づいてほしい。そんなメッセージをこめて2011年にくまモン主演の短編映画『くまもとで、まってる。』を制作しました。一般的な観光動画はグルメや絶景、お祭など地域の特色を謳うものが多い

んですが、これは地域の特色をさりげなく入れつつ、5組の人々にフォーカスしています。

たとえば、球磨川には渡し船がありました。船頭さんは80歳を超えています。お客さんは一日に一人だけ。一日一往復する高校生の通学のためだけにこの仕事をしているんです。

それから、世界遺産になった天草には潜伏キリシタンの歴史があり、海沿いの崖にマリア像が祀られています。ここに暮らす漁師さんたちが、漁に行く前にお祈りをして、戻ってきたら感謝を捧げる、そんな神聖な時間がおじいさんから孫へと受け継がれています。

日常を淡々と描きながらも熊本の温もりや愛おしい時間を感じてもらえる映像となり、アジア最大級の短編映画祭シヨートシヨートフィルムフェスティバル&アジアで観光映像大賞をいただくことができました。

熊本地震のあとも、くまモンが再び活動を始めたのを見て、県民の人たちがすごく元気になってくれました。この指とまれと言ったらみんなが集まってくるような、そんな「磁場」に成長していました。人を動かしたり世の中のうねりをつくるときに磁場をどうつくるか、あるいはなにを磁場にするかを考えることがとても大切だなと感じています。

誕生日のサプライズから生まれたブランド「チャーリーバイス」

ところで、企画の原点とはバースデープレゼントではないかと思えます。家族の喜ぶ顔が見たくて贈りものをあれこれ考える、あれこそが最も純粹な「企画」です。なので僕の企画の会社では社員全員の誕生日をサプライズで祝います。主役の人を喜ばせるために周りの人たちが観察したりリサーチしたり、こっそりやるための絆や達成感が生まれ、企画の練習に最適なんですね。

僕がやったサプライズの中でちょっと面白かったものをご紹介します。

僕の企画会社の副社長は軽部政治といいます。ふだんチャライ格好しかなくて、ずっと「ちゃんとしたスーツを着ることがあなたにとって価値になるよ」って言っていたのですけどなかなか着ない。そこでスーツをプレゼントして着せてあげることを誕生日プレゼントに決めました。

なにをしたかという点、得意先の企業がサウジアラビアに工場を新設する話にかこつけて、アラブの王子と会食する計画を立てました。当然、王子は本物ではなく役者さんです。稲川素子事務所という外国人タレント専用の事務所をお願いをして、一番アラブっぽい人をオーディションして選びました。

その会食にはファッション誌『ブルー・タス』の編集者も同席します。こちらは本物です。アラブの王子がミラノ、東京、ニューヨーク、パリに新ブランド「チャーリーバイス」を立ち上げるため、ブランドムックの編集請負をするという設定です。その人が「小山さん」そのモデルをお願いしたいんです」と言うのと、アラブの王子が通訳を通して「軽部さんの方がセンスが良さそうだから軽部さんに頼みたい」と言い出します。

ブランドロゴはくまモンのデザイナーであるグッドデザインカンパニーの水野学さんをお願いしました。「ギャラはタダ、しかも遊び」と依頼したら、いつもは時間がかかる水野さんが次の日にはすごい数のロゴ案を用意してくれました。ちなみにチャーリーバイス (CHALE VICE) とは、チャライバイスプレジデントの略で、嘘の英訳で買ったスーツに社員がロゴを縫い付けて、ブルー・タスが普段撮影をやっている恵比寿のスタジオへ持っていく、ファッションの写真家も呼んで大掛かりに軽部の撮影をスタートさせました。そうやって撮っていると「ハッピーバースデー」と後ろの暗幕が開くというサプライズです。

この準備に3か月かけました。この間に愛着がわいて、試しにバッグをつくり、当時の三越伊勢丹ホールデイン

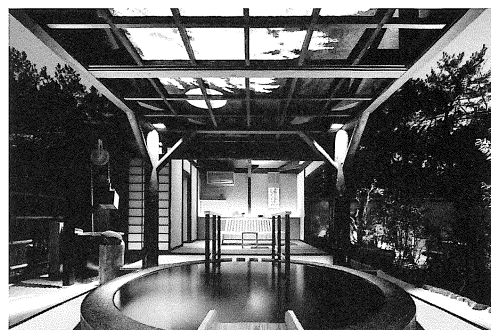
グスの社長さんに渡して「僕らは今ブランドの実験をしています。これまでのブランドはスキのないものをつくって上から降らせるように商品を展開していたけれど、これは面白いという共感をもとにしたブランドなんです」などと思いつきを話したら、新宿伊勢丹の8階にチャーリーバイスコナーが本当にできてしまいました。ただ商品がありませんから、チャーリーバイスという日本大好きな人物がいて、彼がキュレーションをしたものを集めるというサロンのようなスペースです。残念ながら今はなく、チャーリー自身はどこかへ旅に出てしまいました。

風呂で感謝の心を育む

「湯道」の家に元

下鴨茶寮の主人をやっております関係でお茶の世界と関わる事が非常に多くなりました。設えや作法、茶人の考え方などを体感するうちに、その精神性や芸術文化、四季へのまなざしなどをあらためてすばらしいと思いました。僕もなにか「道」を創設したくなり、自分は風呂が好きだということと「湯道」を拓こうと思いいちちました。

京都の大徳寺真珠庵という古刹の住職に相談すると「禅寺には三黙堂という修行の場が3つある。座禅を組む禅堂、食事をする食堂、そして浴室。



「湯道」ホームページより
https://yu-do.jp/
写真は湯道の世界を体現する初の公認湯室「おゆのみや」。
湯船は左官・挾土秀平氏の手によるもの。

つまり風呂も修行になる」とのこと。

「しかも考えてごらん。世界約196か国のうち蛇口をひねって飲める水が出てくるのは10か国に満たない。その中で日本人は飲める水をわかして風呂にする。こんなに感謝すべきことはない。道にすることで人々はその価値に気づくだろう」。

そして、知らない大人に怒られた最初の経験が銭湯だったように、次に入ってくる人や隣の人を慮る力を磨くことができる。道具によって日本の伝統工芸を応援するきっかけにもなる。この3つの柱で湯道を進めていくということになり、「湯道温心」という言葉を賜りました。

職人さんに頼んで風呂桶やタオルなどもつくってもらい、日本橋三越で湯道具展を開催したり、ミラノサローネでプレゼンしたりと、さまざまな活

動を展開してきましたが、ついに「一般社団法人湯道文化振興会」を設立いたしました。理事には建築家の隈研吾さんらが名前を連ねています。ホームページも最近リニューアルしましたのでよかったです。先日京都に湯室をつくりまして、湯びらきの会を開催しました。香道と茶道、華道のお家元クラスの方をお招きして、今宮神社の宮司と権禰宜が湯たて神事を行い、真珠庵の和尚がお経を読むという会で、100年後には本当に道になって日本文化の宝物に育つ予感がしました。

僕は父親から「人は知らず知らずのうちに最良の人生を選択しながら生きていく」と教わりました。なので、とにかく自分が興味を持っていることを積極的に行って、誰が幸せになってくれるかなとか、誰を喜ばせようかなとか考えながら、自分の好きなものをちよつと加えて仕事をしている次第です。

小山 薫堂氏 プロフィール

1964年、熊本県天草市生まれ。「料理の鉄人」「カノッサの屈辱」など斬新なテレビ番組を数多く企画。熊本県のPRキャラクター「くまモン」の生みの親でもある。脚本を担当した映画「おくりびと」で第32回日本アカデミー賞最優秀脚本賞、第81回アカデミー賞外国語部門賞などを獲得。『幸せの仕事術』(NHK出版)ほか著書多数。2020年に「一般社団法人湯道文化振興会」を創設。