

[TOP](#) > [地方](#) > [地方を元気に](#)

[地方経済](#) [地域振興](#)

奈良のお寺や神社で結婚式、これまた大ヒット

地方に眠るお宝を次々掘り当てた1人の金融マン (3)

2017.1.24 (火) 船津 康史



東大寺にある国宝の南大門 (ウィキペディアより)

前回まで：外資系金融機関に勤め、数千万円の年収を手にしていたエリート金融マンだったが、顧客と一緒に海外の機関投資家を回るうち、世界では日本の地方にある伝統工芸品が非常に高く評価されていることを目の当たりにする。

日本の本当の価値を知らないのはむしろ日本人の方なのではないか。そう思い始めたら居ても立っても居られなくなり、高額の年収をかなぐり捨てて日本の伝統工芸士巡りの旅に出た。

そして奈良の薬師寺に来たとき高名なお坊さんに出会い、枯山水の庭のある建坪350坪の物件を紹介される。ここを自由に使っていいという。そこで閃いたのがイタリア料理店

だった。

日本の古い伝統に西洋の文化をあえてぶつける。文明の衝突で生まれる斬新な何かを期待したのだ。結果は超弩級の大ヒットとなり、日本中からお客さんが殺到した。

ウェディング営業ではあえて 地元のカップルを外した理由

ここでもうひと押し、安定した売り上げを作る企画として打ち立てたのがレストランウェディングのプランでした。これは何としても軌道に乗せたいと思っていました。

そこで奈良県内の結婚事情を調べたところ、意外なことが分かりました。

それは、地域に住む若者たちの多くは、結婚式と披露宴を、京都や大阪、神戸などのお洒落なホテルやレストランでやりたがっている、ということでした。

地元で結婚式を挙げたくない——これは多くの地方で同じことが起きているのではないのでしょうか。

大人も若者も田舎にコンプレックスを抱えているのです。そんな地元の人たちの思いに応えるかのように、市内にも2か所ほどお洒落な式場がありました。都会に負けない結婚式ができるという触れ込みで売り出していたのです。

なんとか若者たちに地域で結婚式を挙げてもらいたいという思いは感じられます。しかし私はそんな事情を見るにつけ、「真逆の発想でいこうよ」と関係者に提案しました。

奈良は、かつての日本の都、平城京があった土地です。日本の歴史の礎とも呼べるものがこの地には眠っているのです。そこに誇りを持ってないでどうするのか——そのことです。

そもそも奈良の若者たちをいかに取り込むか、という「引き止め型」の考え方でウェディングをしても儲からないのは目に見えていました。「ならばいっそ、他県から奈良で結婚式をしたいと思わせるような企画を立てようじゃないか」と考えたのです。

全国には47の都道府県があります。その中の1を狙っても仕方がない。その1を除く、46を相手にビジネスをしよう。奈良でしかできないウェディングを企画して、47分の46を相手にビジネスをしようじゃないかということです。

これは地元の人たちが自信を取り戻すためのチャレンジだと私は宣言しました。そう「地方復権」のアプローチの1つとして、私はこのウェディングプランに取り組むことにしたのです。

では、奈良でしかできない結婚式とは何か。

さらに業界情報を調べていくと、奈良のお寺にはお墓がなく、お寺で仏式の結婚式ができる土地柄だということが分かりました。

さらに、奈良時代に行われた神仏習合の習わしが今も残っていて、奈良にはほとんどのお寺の敷地内にその氏神様である神社があることも知りました。

たとえば薬師寺には同じ境内に、休ヶ岡八幡宮という神社があるのです。ちなみに東大寺には手向山神社があり、興福寺の神社にはあの有名な春日大社があります。

ということは、「いくら世界遺産でも仏式はちょっと・・・」という人でも、薬師寺の中にある休ヶ岡八幡宮で神前式を挙げるができるということなのです。

もちろん神社なら十二単だって、綺麗な着物だって着られます。そして写真は、かの世界遺産、薬師寺をバックに撮影できるのです。

日本国内は言うに及ばず、世界に知られる世界遺産・薬師寺で結婚式が挙げられて、十二単や壮麗なお着物で、薬師寺の借景を借りて記念撮影ができ、披露宴は境内の高級イタリアンレストラン。これ、どうですか？

招待された人も喜んでくれるに違いありませんよね。こんなに希少で贅沢な結婚式ができるのは、奈良だけなのです。

このプランを全国に向けて発信したところ、続々と他県から注文が舞い込みました。当初の計画通り、コンスタントに月2、3件のウェディングパーティーが入るようになったのです。47分の1ではなく、「47分の46のマーケット」でビジネスをするという発想の勝利でした。

私は、これこそが地方の活性化の正しいあり方だと思うのです。田舎をどうやって都心化するか、という発想はナンセンスです。田舎のそのままをアセットに変えればいいんです。

だからこそ、都会の後追いで余計な箱物を建てるのではなく、そのままで残すことに尽力すべきだと私は言いたいのです。

AMRITのプロジェクトが成功した理由を一言で言うなら、「意外性と大胆さ」にあったと思います。

1つは、世界遺産にベースを置きながらも、観光客を相手に商売をするのではなく、地域で利用してもらうビジネスモデルを中心にしたこと。もう1つは、お寺＝和という発想から離れたことでした。

お寺でイタリアンというのは、意外であり大胆であったかと思います。さらに、地元の若者を対象にするのが常識だったウェディングを、地元の人を引き留めるのではなく、他県から呼び寄せる方向で考えたことも同様です。

すべてを地域の人たちとは真逆の考え方と発想でやったことが吉と出ました。ただし、すべての根本にあるのは、その地域に遺る歴史、実績、風土の延長線上でものごとを考えていくということでした。

よそ者が地方活性化に取り組むなら その土地に引っ越すことが大前提

今回のプロジェクトに成功した背景の1つに、私が奈良に移り住んだことも大きかったと思います。

実を言うと、当初は東京から通いながら運営していくつもりでした。2週間程度、奈良のホテルに滞在しては、東京に戻って別の仕事をして、またしばらくして奈良に来る。そんなふうが続けていこうと思っていたのです。

ところがある日のこと、薬師寺のお坊さんにこんなふうに言われました。

「店の主人の顔が見えない店に、お客さんが行こうと思いますか？」

確かにその通りだと反省した私は、それをきっかけに、奈良に引っ越すことにしました。しばらくして東京の本社も奈良に移しました。

「東京で業績が振るわないから、いよいよ都落ちか？」

東京の仕事の関係者からそんなふうにはげされて、「何を言っているんですか。奈良は1300年前から都があった場所ですよ。東京なんてたかだか400年ちょっと。奈良の歴史に比べたら、ひよっこ同然でしょう。僕は奈良に下るのではなく、上るんです」なんて、言い返したのを思い出します。

でも、そういう思いで奈良に居を移したのも事実なんです。

よく「よそ者」は地域で排除されると言いますが、なぜそうなるかというと、腰かけでやろうとするからです。地元の人からすれば、たまにしか顔を見せないようなヤツを信用するはずがありません。

その土地で生活し、地元の人と同じ目線で地域のことを考えてこそ相手も真剣に付き合ってくれるのです。やっぱり夜、お互いにお酒を飲みに行ける環境がいいのです。

地域活性化には「よそ者」が必要ですが、本気で地域を良くしたいなら、その地域に住まなければならないということを学びました。

薬師寺門前AMRITでの実績を 全国で展開するため奈良を離れる

オープンから5年を迎える頃、私は、薬師寺門前AMRITの経験をほかの土地でも生かしたいと思うようになりました。

地域にある「資産」をそのまま生かして、「食×伝統工芸×アート」をテーマにした活性化プロジェクトを、全国で手がけたいとの気持ちが芽生えてきたのです。いろいろと考えた末に、思い切って奈良を離れることに決めました。

ちょうどAMRITも軌道に乗り、私の右腕となって働いてくれていた部下も成長したことから、彼に後を託したのです。

そして奈良を離れ再び、地方活性化の取組を始めてから、現在のFVCに所属することになりました。今、私は、地域ファンドという仕組みを通じて、全国各地で地元の活性化に努力している人を支援しています。

これからの具体的な仕事としては、

- (1) 地域ごとの眠れる「コンテンツ」を掘り出し
- (2) それを生かした有望な事業を考え
- (3) 意欲のある若者を募り
- (4) 事業を担うに相応しいリソースと教育プログラム備えたアクセラレータープログラムを用意し
- (5) なおかつ事業に必要な資金を投資する

という、地域事業立ち上げに必要なすべての要素を備えた総合サポートを、ファンドという仕組みを通じて提供する、というチャレンジを始めています。

その中で、私は地域のコンテンツと人材と金融を結ぶプロデュースをしていきたいと思っているのです。

現状、信用金庫や信用組合、地方銀行が企業の事業性を見極めて積極的に融資をするという機能が失われており、その結果、地方に新しい事業が生まれにくくなっています。このままでは地域の経済はどんどん先細りになってしまい、やがて地域が存続できなくなってしまうのです。

地域ファンドは今、かつては金融機関が担ってきた意欲のある人、事業性評価の高いものに、リスクマネーを供給することによって、各地に事業を興し、成長させる機能を担っているのです。

地方には仕事がないないと言いますが、仕事がないなら創ればいいんです。私に言わせれば都会よりも地方のほうがはるかに伸びしろがある。

競争相手はいないし都会では真似のできない財産が地域にあるのですから。いくらでもやりようはあります。

私はもともと金融マンですから、どんな事業計画を整えれば人がリスクを取っても投資したくなるかが分かります。一方で、実業者としての経験も積んできましたから、どこがそのビジネスの肝で、そのために何にお金をかけるべきなのかもわかります。

両方が分かるからこそ、両者の「通訳」としての立ち位置で、必要なところに必要なリスクマネーが流れていく仕組みを作りたいのです。

本当に意欲をもって事業を始めたい人にお金が出る仕組みがあれば、地域の起業率は上がり、その中から必ず成長する事業が出てくるはず。地方創生を実現するうえでもっとも重要なのは、そこなのです。

私がこれから手がけようとしている地域ファンドの具体的なイメージの1つは、複数の行政区にまたがったエリアを1つのプロジェクトでまとめるということです。

例えば東北エリア、あるいは紀伊半島エリアといった、複数の県にまたがるエリアを1つのテーマで括り、連携した地域活性プロジェクトを行う。こうしたファンドの取り組みは、いまだかつてほとんどできていないのが実態です。

というのも地域を支える地域金融の中でも信用金庫などは法的に事業エリアを制限されています。しかし、地方が急速に過疎化し、経済が成立しなくなるとうとしている今、これまでのやり方を見直していかななくてはなりません。

ファンドにはそうしたエリアによる縛りはありませんから、今後、私たちが各地域を繋ぐパイプ役となって、地域金融の連携の仕組みを模索しつつ、広域のプロジェクトが実現する道を作っていこうとしています。

これが実現すれば「東北被災地復興プロジェクト」といった行政区画にとらわれない広域の取組をはじめ「東海道プロジェクト」「世界遺産プロジェクト」「富士山プロジェクト」など、1つのテーマ性をもつ広域プロジェクトが可能になります。

あるいは、地方の農業地帯と商圈を抱えた都会の地域が1つのテーマで連携し、地方産品を都会で売り出すプロジェクトなどの可能性も探っているところです。

例えば2020年の東京五輪に向けて、東北の米どころと東京の酒蔵が連携した新しい日本酒を作り、世界中から集まって来るお客さんへの新しいお土産として企画する、といったプロジェクトなどがあってもいいでしょう。

全国の漆をテーマに何かができるかもしれません。日本の地方にある様々なコンテンツを生かせば、いくらでも地域創生のためのチャレンジはできるはず。私はそのようなかつてなかった広域プロジェクトのプロデュースをやっていきたくて考えています。

日本全国の金融や事業者さんほか、一般の人も含めて、私たちの投げかけるテーマに、人、お金、アイデア、場所・・・何でもいから提供してくれたり、事業に関わってくれる人が増えれば、絶対に地方は良くなります。

そして地方が良くなれば、日本全体が良くなるはず。 「地方復権」をテーマに、私はこれから活動をしてまいりますので、ご協力をお願いします。



© 2008-2017 Japan Business Press Co.,Ltd. All Rights Reserved