

IKGの旅館経営再生塾

第166回 文化を伝える役割を担う旅館

(株)飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

東北地方のある旅館に訪問したときのことである。支配人が企画商品として周辺観光施設と提携しているの、実際に見てほしいという。正直言ってあまり気が進まなかったが、とりあえず現場を見て回る事となった。

一軒目は地元の壮大な祭りを彩る屋台の展示館。高さにして20メートルを超えるスケールの壮大さに圧倒され、これほどのものを作ろうとした創造性に感嘆した。この施設を訪れる人が多いのもうなずけた。

二軒目は明治の文豪の生家。いつも興ざめに感ずる立ち入り禁止区域もなく、その当時にしばし思いをはせることが出来た。

そして最後に地元でがんばっている窯元。何でもオープンにしている敷地内では窯入れの準備に熱気を感じた。

日本全国どこも同じような施設しかないと勝手な思い込みをしていたが、これは大きな間違い。いずれも本物の息吹を生で感じたものだった。

旅館へ急いで帰り、これら本物を何とか館内に活かせないものかと急ぎょディスカッションが始まった。

実際、館内には今回訪問した窯元の焼き物や地元画家の絵がすでに飾られていた。ところがそのことを説明するメッセージが皆無であり、よく知る人でないと、その価値がわからないという、何とももったいないことに気がついた。

今、地方の旅館がそこに存在する価値・意義というものを見直す時期にきていると思う。それはせっかくこのようないい素材がありながら、うまく活用できていない場合が多い。だから結果として何の特徴もないような旅館が存在してしまっている。

各地方には文化や風土とともに、長年培われてきた歴史がある。ここはなんとしてもこだわりを持って伝承してもらいたいところである。

それをどう活かすかはそれぞれの旅館の工夫次第だ。館内に紹介ブースをつくったり、食後に体験タイムを設定したりすることも考えられる。また、食事の器に使ったり料理の食材や演出グッズに取り入れたりすることもできる。

要は旅館の中に、地方の文化を取り入れ、それを商品化する。これが旅館を活性化させる有効手段である。未知の本物には旅人は魅力を感じる。旅館がプロデュースしない手はない。