

◇『なめたらあかん!』

理事 木田洋一

先日、「わあー」と叫びたくなる番組を見ました。

NHK の「プロフェッショナル、庵野英明スペシャル」です。「史上初 エヴァンゲリオン制作現場密着」というタイトルで庵野監督に 1214 日密着取材した番組。

ただ私はエヴァンゲリオンに思い入れはなく、いわんや庵野監督も知りません。番組を見て初めて庵野さんの「面白いものを作る」という執念、凄さを実感しました。だから普通は庵野さんの話のはずですが、私は、冒頭から何を聞いても「秘密!」「ない!」の答えでエライ取材相手を選んだなあと番組の作り手側の方に目が行ってしまいました。これは取材相手の庵野さんと取材者との壮絶な真剣勝負です。番組の頭に「安易に手を出すべきではなかった」との作り手の本音を出すという、異例の番組の作り方で、勝負しています。

ここで何が言いたいのかというと、番組の作り手も必死でいいもの、面白いものを作って庵野さんの凄さを伝えたいと頑張っていたということです。番組はお笑い番組であろうと情報番組、ドラマでも作り手は常に真剣勝負をしているということです。楽しい、緩い情報番組だって作り手は一秒一秒に拘り、放送始まる最後のギリギリまで必死で仕事をしています。編集でも構成だけではなく微妙な間の取り方ひとつにこだわっています。

だからといって、見る側に作り手の苦労や必死さを見せてはダメです。単純に面白がってもらい、楽しんでもらわなければなりません。

ただ、番組で取り上げてもらおうと広報するなら、裏方同士のビジネスの真剣勝負です。

あの「緩い番組」だったら何でも、なんとか取り上げてくれると安易に考えると大間違いです。採用の面接で学生さんが「御社のあの番組楽しそうなので志望しました」とよく言いますが私は「君、見るのと作るは全く違うことだよ。見る側を楽しくするために作る側は必死なんだよ」と言いたくなります。

広報をしようとする皆さん、プロとしての仕事をしてください。いくら取り上げてもらいたい番組が、緩い、チャラチャラしようとして「なめてはあかん!」のです。

◇明るいコラム『歴史の重みも魅力的』

代表理事 竹原信夫

スタートアップで新ビジネスを始められるのも興味があります。その一方、歴史の重みを感じられる会社もまた魅力的です。

関西にはそんな老舗がたくさんあり、100 年企業と言っても、それほど自慢にはなりません。京都は最低でも 200 年、300 年と続かないと自慢にもならないと言われます。

◎びっくりの老舗戦略

先日、大阪で取材しました和菓子屋さん、創業は安政 5 年の歴史ある会社でした。ホームページをのぞくと、なんとなく歴史の風情を感じます。

その 6 代目社長さんに取材。びっくり仰天のお話をお聞きしました。「父から譲り受けた時のお菓子の商品。その 99%はなくなっていますね」と、おっしゃいました。

◎総入れ替えの状態

父の代の商品はほとんど入れ変わってしまったのです。ほぼ、総入れ替えの状態です。それも、昨日今日始められたお店ならまだ納得出来ます。でも、150年も続く会社の話です。大阪市内にある本店で取材させてもらいました。着いた時は午前11時少し前でした。大きな門構えのお店です。

◎立派な庭園

その前には、すでに2人の女性が待っておられました。11時ぴったりに門が開きました。門の中は立派な庭園が続きます。お菓子を売っておられる一方、カフェコーナーもあります。ボクは取材ですから、カフェに入らせてもらいました。

◎99%の商品を入れ替え

このカフェもまたオシャレな雰囲気。しばらくすると、6代目の登場です。まだ若い社長さんです。歴史を自慢されるのかなと思っていましたら、先ほどの言葉。99%の商品を入れ替えたというお話でした。

なぜ、そんなに商品を入れ替えられたのか？疑問に思って質問してみました。そこで、こんなことをおっしゃいました。

◎ステージを代える

「お米を素材にした団子と餅は創業以来今も同じ。素材は変えていません。ただ、商品のカタチは全く違います」と。“1代1場”として、その時の店主によってステージを代えて、で和菓子づくりに取り組むという話でした。

同じ商品を何100年とつくり続けるのも、老舗の味です。その一方、こちらのお店のように、店主によって商品がガラリと変えるのも戦略です。

◎大ヒットの炙りみたらし

大ヒットの炙りみたらしは、コシヒカリの米粉を、時間をかけて蒸しあげた柔らかいお餅でした。利尻産昆布だしと湯浅産たまり醤油を煮詰めたタレが絶妙な逸品でした。

新作の和菓子が次々とヒットを飛ばしておられました。こだわりのカフェは、シックな音楽が流れる大人の雰囲気でした。置いてある家具、アンティークな食器もオシャレです。

◎変わり続ける

豊かな時間を過ごせる人気のスポットになっていました。老舗もずっと同じではなかなか持続できません。時代の変化にどう対応するか？店主が変わると、舞台も変わるのです。

変わり続けることが、お店を長く続ける一番の理由でした。お店も会社もどんどん変わり続けなければなりません。変化が持続可能の原点でした。