



未来社会をデザインする、大阪・関西万博

Designing Future Society at the World Expo 2025 Osaka, Kansai

時代の半歩先を考える

繊維月報

FUTURE ASPECT

VOL. 710

提供：経済産業省

PUBLISHED BY ITOCHU CORPORATION

SPECIAL FEATURE
SPOTLIGHT REPORT
ITOCHU FLASH
FASHION ASPECT

JUNE 2019
MONTHLY since 1960

CONTENTS: JUNE 2019

【座談会】

大阪・関西万博は 未来社会への“実験場”

PO2-05
SPECIAL FEATURE

〔参加者〕（社名50音順）

大阪大学 栄誉教授 副理事（共創機構担当）
産業科学研究所教授

永井 健治 氏

株式会社エクサウィザーズ 代表取締役社長

石山 洸 氏

2025大阪・関西万博若者実行委員会 WAKAZO 執行代表
大阪大学医学部6年

薬王 俊成 氏

〔司会〕

伊藤忠商事株式会社 専務理事 社長特命（関西担当）

深野 弘行

PO6
SPOTLIGHT REPORT

健康意識と時短志向が追い風

新たな食トレンド、おしゃれな新感覚缶詰が人気

PO7
ITOCHU FLASH

繊維カンパニー 新部門長・新部長・新CFO紹介

PO8
FASHION ASPECT
今を見る、次を読む

多様化する顧客ニーズが生んだ次世代ホテル

大きな変革期を迎えた米ホテル業界の今



繊維月報2019年6月号（毎月1回発行）
<https://www.itochu.co.jp/ja/business/textile/geppo/>

※本紙に関するご意見・ご感想をお寄せください。
osaxp-ad@itochu.co.jp

発行：伊藤忠商事株式会社 繊維経営企画部

大阪府大阪市北区梅田3-1-3
TEL：06-7638-2027 FAX：06-7638-2008

大阪・関西万博は 未来社会への“実験場”

〔参加者〕（社名50音順）

大阪大学 荣誉教授 副理事（共創機構担当）
産業科学研究所教授
永井 健治 氏

株式会社エクサウィザーズ
代表取締役社長
石山 洸 氏

2025 大阪・関西万博若者実行委員会
WAKAZO 執行代表 大阪大学医学部6年
薬王 俊成 氏

〔司会〕 伊藤忠商事株式会社 専務理事 社長特命（関西担当） 深野 弘行

2025年に日本国際博覧会（通称：大阪・関西万博）の開催が決定した。「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、国連が掲げる「持続可能な開発目標（SDGs）」や日本の国家プロジェクトである「Society5.0（超スマート社会）」の実現を目指す“未来社会の実験場”となることが期待されている。本号では、さまざまな分野で未来社会を見据えた活動を行っているベンチャー企業や学識経験者による座談会を通じて、大阪・関西万博開催の意義や未来社会に向けての万博との関わり方、新たなビジネスの可能性などについて探る。

将来の社会の中身を 若者自身が考える

—— 伊藤忠商事株式会社 専務理事 社長特命（関西担当）深野弘行（以下、深野）：2025年に大阪・関西万博が開催されることになりましたが、日本で万博（登録博）が開催されるのはこれで3回目となります。1970年の大阪万博は、ある意味で「昭和」を代表する万博であって、世界各国が経済成長を遂げ、その中で日本が華々しい成果を上げたことを見せる場だったと言えます。2回目は2005年の「愛・地球博」ですが、これは平成17年ですから、まさに「平成」年間のど真ん中で開催されました。地球環境問題への関心が高まり、生物多様性条約や京都議定書などが成立するといった背景の中で、“課題解決志向型”の万博だったと思います。

今回の大阪・関西万博は「令和」という新しい時代に開催される万博ですが、恐らく人類社会がどういった方向に進むのか、環境問題だけでなく長寿と健康、経済発展と格差、人口増加と資源・食料の制約といった課題が山積する中で、これらの課題にどう向き合っていくのかが大きなテーマになると思います。既存の大企業や政府だけでなく、中小企業やベンチャー企業、アカデミア、市民など多くの人が集まって解決策を探る場になるのでしょう。

そこで、本日は未来社会についてさまざまな立場で関わっておられる皆さんにお集まりいただき、「いのち輝く未来社会のデザイン」を実現するために何をすればいいのか、さらに大阪の発展のために何ができるのか、忌憚のない

意見をお話ししたいと思っています。まず自己紹介を兼ねて、いま取り組んでいることについてお話しいただければと思います。

—— 2025 大阪・関西万博若者実行委員会 WAKAZO 執行代表 大阪大学医学部6年 薬王俊成氏（以下、薬王）：僕たちWAKAZOという団体ができたきっかけは、万博誘致に向けての動きが表面化し始めた2016年に、万博に向けたアイデアをまとめ「2025大阪万博誘致 若者100の提言書」として大阪府知事に提案したことです。その頃、万博の誘致検討委員会があったのですが、メンバーの平均年齢が60代と知り、やはりこれからの社会のことは自分たち若者が考えていかなければならないと強く感じました。そこで「若者100の提言書」の中にも、万博の中身を実際に若者が考えていく「若者万博検討会議 WAKAZO」というアイデアを入れました。そこからWAKAZOとして、日本全国、そして世界の若者を巻き込んで、万博をこういうふうにすればいいのではないかとといった具体的なアイデアや提言を作るための活動を続けています。実際に大阪・関西万博でも世界の若者が大阪に集まって、やりたいことを披露・実験する「WAKAZO Pavilion」を作りたいと思っています。「WAKAZO Pavilion」を通して、展示だけでなく、若者が万博を“実験装置”として作り上げ、2025年の先、例えば2050年をどう生きるかを問う試金石となるような取り組みができないかと思っています。

—— 深野：真面目な実験や研究と、どうやって面白いものを見せるのかという、

交差する点を見つけにくいことに取り組んでいますね。

—— 薬王：例えば今回の万博では、SDGsが大きなテーマの一つになると思われます。その際に、どのように課題を解決していくのかというサイエンスの部分と、それをいかに空間を通して表現するか、伝えるかという観点でアートの部分が必要になると思っています。サイエンスとアートをどのように組み合わせるのか。そこでも若者の存在が重要になると思います。

—— 深野：アートというのは、これまでの万博にはあまり出てこなかった視点だと思います。確かにアートで面白いものを見せられると人が集まりますから。

産官学民の対話で 課題を克服する

—— 大阪大学荣誉教授 副理事（共創機構担当）永井健治氏（以下、永井）：薬王さんは文字通り若者の立場から取り組んでいるわけですが、人生100年時代とすると、私自身はまさにミドルの立場から、万博をいろんなステークホルダーが関わる場として捉えています。大阪大学では昨年、一般市民も加わって、産官学民で未来社会を作っていこうという「大阪大学共創機構」を作りました。まず、産官学民のステークホルダーが一堂に会し、未来社会の価値についてデザイン思考で議論します。そして、価値を実現するためにどんな課題があるのかを議論するのが次のステップです。従来は、課題は上から降りてくるものだと考えられていましたが、実は課題とは足元に転がっているものです。それを発掘するためには、周りに住んでいる人を巻き込むことが必要だという発想です。そこで発掘された課題に対して、大阪大学の知見であったり、企業の技術だったりを統合してイノベーションを起こそうとしています。

私自身の研究に関連して話をすると、今しているネクタイは、生物学者の下村脩先生からいただいたもので、クラゲが描かれています。下村先生はクラゲから

緑色に光る蛍光タンパク質を発見され、2008年にノーベル化学賞を受賞されました。私は緑色蛍光タンパク質をはじめとするさまざまな光るタンパク質について研究しており、これを用いて医療診断に使える試薬を作ったり、ライフサイエンスの基礎技術を作ったりしています。そしてもう一つ取り組んでいるのが“光る植物”の開発です。なぜ光る植物を作りたいのかというと、現代社会は全て電気の利用が前提になっており、それでいいのかという思いがあるからです。例えば電気を使わない照明はないのか。生物の中にはホタルやヤコウタケのように電気を使わずに光るものがありますが、その発光するメカニズムを植物に実装することで電気を使わない照明が可能になると考えられます。これを実現するためには光るたんぱく質の遺伝子を植物に導入しなければなりません。これ自体は技術的には可能ですが、より大きな課題として、遺伝子組み換え生物の使用等を規制するカルタヘナ法や、遺伝子組み換えに対する日本人の心理的なアレルギーも乗り越える必要があります。そういった課題についても、産官学民が話し合うことで克服できないかと考えています。そして、そういった取り組みをもっと大規模に実行できる場を万博に作ることはできないかと考えています。

日本の超高齢社会に 世界中が注目

—— 株式会社エクサウィザーズ 代表取締役社長 石山洸氏（以下、石山）：私どもの会社は「社会の課題をAI（人工知能）で解決する」という事業を営んでおり、私自身は東京大学未来ビジョン研究センターの客員准教授や静岡大学の客員教授としてAIの研究も行っています。いま、日本の超高齢社会が世界からすごく注目されています。その中でも一番象徴的だったのが「ノーベル・プライズ・ダイアログ」というイベントで、3月に日本で開催されたときのテーマが「ジ・エイジ・トゥ・カム」でした。日本からはノーベル医学生理学賞を受賞した本庶佑先生が参加され、今後の高齢化社会にどのように対応していく



2025年日本国際博覧会（通称：大阪・関西万博）の会場イメージ（提供：経済産業省）

のかについて、ノーベル賞受賞者5人が意見交換を行いました。

実は超高齢社会自体が、世界から見たときに非常に魅力的なコンテンツとなっていて、日本は世界で最も早く超高齢社会を迎えることで、まさにその対策を考えるための“ラボ”のようになっているわけです。ですから、「大阪・関西万博」でもさまざまな実験ができればいいのではないかと考えています。例えば、スウェーデンは「ノーベル賞」で授賞式などのイベントを実施することで、世界中の研究者がおのずと自国に訪れるようなシステムを作っています。日本も万博をターゲットに「ラボとしての日本」あるい

は「アワードを実施する」といった形で、世界中の研究者が集まれるようなシステムを作ればと思います。

また、これから5、6年のうちに課題に対する解決策が具体的に見えてくる可能性もあります。そういった未来に向けたトレンドを作ることも万博の機能として大切になると思います。さきほど深野さんが指摘されたように、1回目の万博はテクノロジー、2回目は環境や生命がテーマとして浮上しました。3回目はこれらが「融合」することが非常に大事ではないかと思えます。テクノロジーと生命の融合です。

弊社に出資している会社に世界的なデザインコンサルティングファームの

IDEOがあります。「ヒューマン・センタード・デザイン(HCD、人間中心設計)」などで有名なのですが、最近は人間が傲慢になっているので、HCDをやめて「インスパイアド・パイ・ライフ」という概念を提唱しています。この点で日本は、古来のアニミズムの感覚と、そこにテクノロジーを融合させてきた歴史がある国です。そういったことも万博で表現できれば、非常に面白いのではないのでしょうか。

多様な人が参加して「いのち」に関するフィロソフィーを問う

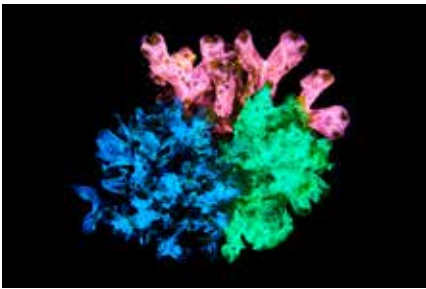
—— 深野：皆さんのお話を聞いていると、誰かが決めて上からドーンと課題を落としてくるのではなく、いろいろな人から意見を吸い上げ、それを混ぜることで新しいものを生み出す場にできないかという共通の問題意識を感じました。過去2回の万博は企業や政府のパビリオンがあって、おそらくそういった構造にはなっていなかったと思います。そこを変えて、いろいろな人が参加するダイバーシティを確保するにはどうすればいいのでしょうか。

—— 薬王：表層上のダイバーシティ、つまり万博にさまざまな人を呼ぶだけであれば難しいことではないと感じます。しかし、そのような受動的ダイバーシティではなく、結果として多様性が生まれる



大阪大学名誉教授 副理事(共創機構担当)
永井 健治 氏

万博の跡地を利用してオープンイノベーションを推進し、永続的なエコシステムを構築(永井)



1. 大阪大学 永井栄誉教授の研究室が開発に成功した発光タンパク質「ナノ・ランタン」 2. 「ナノ・ランタン」により三色に光るゼニゴケ 3, 4. 「未来共創思考サロン」では、産官学民の多様な人材と研究者がオープンな場で議論し、社会に向けて提案・発信する



株式会社エクサウィザーズ 代表取締役社長
石山 洸 氏

いろいろな人と出会いの場となればベンチャー企業の積極的な参加も期待できる(石山)

ような能動的な真のダイバーシティでなければ、新しいものは生み出され得ないと思います。そこで重要なのは、万博における“問い”をどうするべきか、ではないかと思っています。

万博の歴史を振り返ると、“モノ”を見せることから始まり、次は“体験”型が出てきたわけですが、これからは“問う”万博に変わっていくべきだろうと思います。なぜなら、ダイバーシティが重要と言われるように、価値観がますます多様化する現代でこそ、個々人にとって何が重要なのかを問うことが必要であると考えており、その問いを“問う”場としてこそ万博の真価があるのだと思うからです。

例えばWAKAZOでは、大阪・関西万博のメインテーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」ということもあり、僕たち自身が「いのち」とはどうあるべきなのかを問い続けています。その中で2025年時点での未来、つまり2050年頃の「いのち」のあり様を考え、「生きる」とは、あるいは「死ぬ」とはどういうことなのかといった

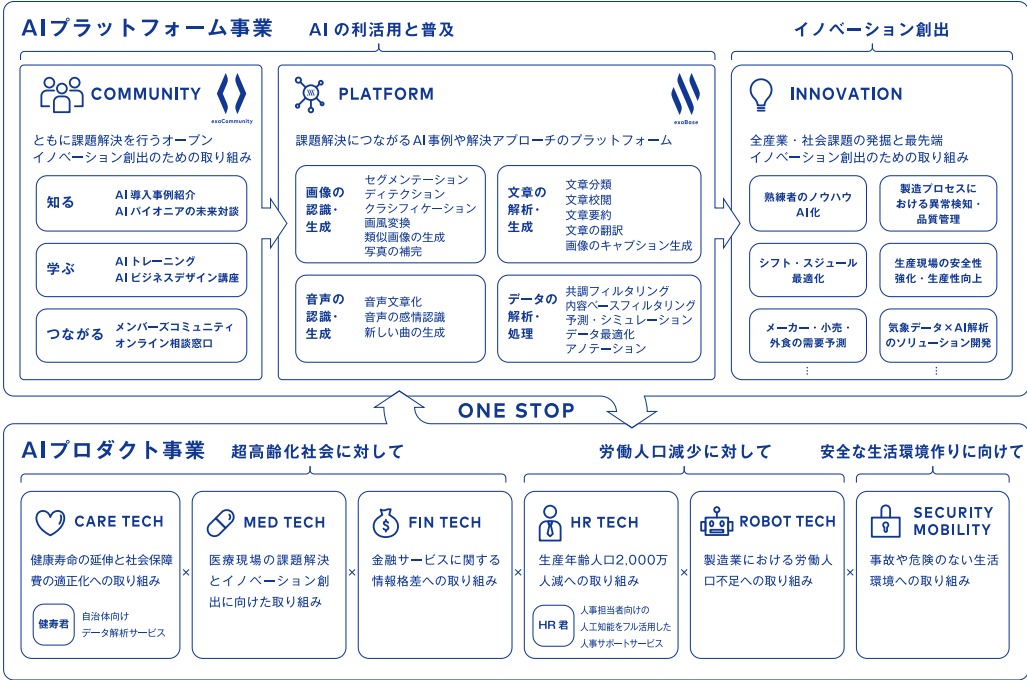
フィロソフィーの部分から議論し、そして、作品を作っていくというプロジェクトを始動しています。

ただ、未来を予想しても、案外と早く実現してしまいます。例えば、今から5年前に、スマートフォンがこれだけ生活に浸透するとは予想できなかった。今この時点で考えている未来はすぐに現実になるわけです。だから、未来について考え続けることが重要だと思っており、大阪・関西万博で実現したいと考えている「WAKAZO Pavilion」も今年からプレパビ

リオンとして作り、それを継続的に毎年アップデートしていきたいと考えています。実際に今年は大阪、東京、札幌、福岡の4カ所で議論する場を作り、若者100人ぐらを集め、未来の「いのち」がどうなるのかを考えながら、プレパビリオンの中身を考え始めていて、今後、具体的なプロトタイプまで作っていくと思っています。

また、テーマのもう一つの軸である、課題解決を実行するためには、世界の課題が実際どうなっているのかを理解するためのフィールドワークが大切になると思

AIによる社会課題の解決を目指して



エクサウィザーズの事業概要。幅広いネットワークからの各業界知識やノウハウを武器に、企画から実装まで一貫して対応するワンストップサービスを提供



2025大阪・関西万博若者実行委員会 WAKAZO 執行代表
大阪大学医学部6年 薬王 俊成 氏

世界の若者が大阪に集まって
先の未来をどう生きるかを問う
試金石のような取り組みを（薬王）

います。僕たちはもともと、認知症、自殺対策など、ヘルスケアに関する課題解決に取り組んできました。また、昨年は10カ国以上に外向き、NGOやNPOを通して現地の人と話をしてきました。そこで見つけた課題を「いのち」という切り口で再構成し、解決するための実験を万博でできたらと思います。

今後、ますますAIが普及するようになると、人間と機械の境界線があいまいになり、「いのち」とは何なのかということが問われるはず。「人間」のコアになるものが何なのかというフィロソフィーが問われる。そのようなことを問い続けるようなきっかけを、万博を通じて取り組みたいと思います。

—— 深野：非常に若者らしい野心的な取り組みですね。そうすると、私のような年

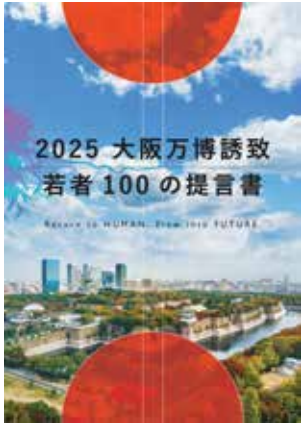
配組はどのようにかかわっていけばいいのでしょうか。

—— 薬王：若者は型にはまっていないことが一番の強みであり、それにより枠に縛られない破天荒なアイデアを出すことができます。しかし、実現することが難しい。なので、それを実現するためのサポートをしていただければと。それは絶対に必要なことだと思います。

—— 永井：その面で大学が果たせる役割もあるでしょう。大学の利点は、企業のように利益が絡んでないということです。なので、ハブの役割を果たしやすい。企業もやってくるし、若い人もいます。だから、薬王さんのような人を大学がサポートしなければいけないのだと思います。

そして先ほど話題に出てきた「超高齢社会」。若者だけでなく、実際に問題に直面している高齢者、そしてその予備軍である我々世代も、人生100年とすると2050年にはまだ生きているわけで、ミドル層の声も十分に反映していかなければなりません。日本の超高齢社会にはさまざまな課題があり、同時にビジネスチャンスもあります。例えば、先日、日本の中でも高齢化率の高い徳島県の企業や先生と話をすると、「徳島を見れば、これから日本で起こり得ることが分かりますよ」と言われました。こういった地域とタイアップするのも一つの方法でしょう。

また、現場に出向くことも大切ですが、どうしてもタイムラグが生じるので、例えば、オンライン会議システムを使えば、世界のどこにいても意見を発信できます。最近は1000人規模が参加でき、遠



1. 2016年に大阪府知事に提案した「2025大阪万博誘致 若者100の提言書」 2. 大阪・関西万博での「WAKAZO Pavilion」の実現に向けて、今年は大阪、東京、札幌、福岡の4カ所で2025年万博若者会議を開催 3. 「WAKAZO EARTH」のWebサイトに世界の若者たちのアイデアを集積 4. 2018年3月に訪日した博覧会国際事務局（BIE）調査団へのプレゼンテーション

隔地からプレゼンテーションが行えるようなソフトも開発されています。万博でもそういったことができればと思います。この時に重要なのは、議論で全員が言葉を発するためには参加者が多くない方がいいわけです。だから少人数の分科会をいくつも開くようなやり方もいいと思います。

—— 深野：画期的ですね。あとは言葉の壁をどうやって乗り越えるかですが。

—— 永井：大阪大学には25言語の専攻数からなる外国語学部があります。ですから25カ国語の同時通訳ができるようなマシンを作れる知識の基盤があります。文章の機械翻訳の技術はかなり進みましたから、今後は会話の機械翻訳です。そこにAIの技術などが使われるべきです。その社会実装の場として万博を使うのもありだと思います。

—— 深野：太陽の塔が建つ代わりに、パベルの塔が建つわけですか。

—— 永井：なるほど、いい表現ですね。

ベンチャー企業も情報発信・収集、人材との出会いの場に

—— 深野：そういった新しい技術を実現するためにはベンチャー企業の役割も大

きいのですが、ベンチャー企業の人を引き込むにはどうしたらよいのでしょうか。従来の万博ではベンチャー企業が参加するといったケースは少なかったと思いますが。

—— 石山：最近ではベンチャー企業もリアルでPRするといったケースが増えています。例えば「AI Expo」や「CEATEC」といった展示会でも、実は大企業よりもベンチャー企業のパビリオンの方が大きいのではと思えるようなことが増えています。ですから、2025年の万博には、ベンチャー企業の積極的な参加も期待できると思います。それとベンチャー企業が興味を持っていることに「人材」があります。狭義にはリクルーティングのことですが、もう少し広い意味で、いろいろな人と出会うことでオープンイノベーションを期待するということもあります。具体的な採用のターゲットとなる人や共同研究ができる人、あるいは技術や商品を買ってくれる人との出会いの場として活用するということです。もう一つはデータの収集や実験ができるということです。こうした内容を万博の中で実現できれば、ベンチャー企業も多く参加するのではないのでしょうか。

—— 深野：複数のベンチャー企業が、同じテーマで集まって何かするという形ですか。

—— 石山：最近では大学発ベンチャーも増えていて、それこそリサーチのレベルからデベロップメントがあって、ビジネスにつながるという境目がグラデーションになっています。シーズからビジネスになるまでのリードタイムがどんどん短くなっていますから、もし複数のベンチャー企業が集積型で何かをやるとするなら、比較的育っているベンチャー企業と、これから起業しようかなと思っているぐらいの研究が一緒になってできれば、ダイバーシティがあって面白いと思います。

—— 深野：ベンチャー企業の人が入れ代わり立ち代わりプレゼンテーションしているような場所があってもいいですね。

—— 石山：それも面白いですね。その時に、単純にプレゼンテーションするだけでは宣伝のようになりますから、それこそ参加者に学生さんや大学の研究者がいたり、アーティストがいたり、いろいろな立場の人が混ざった形でやった方が万博の世界観にふさわしいと思います。

—— 永井：米国のシリコンバレーにフェノックス・ベンチャーキャピタルという投資会社があります。ここが最近始めたのが「イノベーション・ワールドカップ」で、世界約40カ国から参加しています。東京で日本の予選会も見ましたが、大変な熱気です。このようなイベントを主催



伊藤忠商事株式会社 専務理事 社長特命（関西担当）
深野 弘行

大阪・関西万博は、
企業や政府、アカデミア、市民などが
集まって解決策を探る場に（深野）



1. 大阪大学 永井栄誉教授の研究室では、電気を使わない照明の実現に向けて、“光る植物”の研究にも取り組んでいる 2. 第3回 AI・人工知能 EXPO には、エクサウィザーズの石山社長と同社フェローで介護予防のための研究開発に取り組む女優・いとうまい子氏らが登壇 3. WAKAZO では、世界各地に出向き、世界が抱える課題の実態を理解するためのフィールドワークも行っている

することでフェノックス社は、世界のどこでどのようなイノベーションが起きているのか情報収集ができるというメリットがあります。こういったものを万博で実施するのも面白いと思います。

夢洲、ウメキタ、中之島連携で大阪からのイノベーションを

—— 薬王：イノベーションを起こすためには万博の期間内だけでなく、開催前後の期間をどうするかという視点も必要だと思います。万博を単なる半年間のイベントにするのではなく、そこを起点にして大阪に世界中から人が集まり、情報も集まってくる構造を作らなければなりません。

これから大阪ではウメキタ地区の第2期開発があり、中之島の再開発もあります。これらの新たな街づくりの動きと、万博会場である夢洲（ゆめしま）の開発をどのように連動させていくのか。そのための

グランドデザインを作っていく必要があると思います。シリコンバレーよりも大阪・関西の方がインフラも集積されているはずですから、万博の跡地を“実験場”として残し、そこからイノベーションを起こす仕組みを作ることが大事です。特に中之島地区がキーになると思います。中之島は再生医療の拠点として再開発が進められており、ここにさまざまなラボが設置されれば、若者が中心となったイノベーションの場となる可能性があります。

—— 永井：中之島4丁目の再開発は、大阪大学も大阪市、大阪府とともに取り組んでいます。ただ、予算の問題があり、どこから資金を持ってくる仕組みが必要です。地下鉄「なにわ筋線」が開通すれば、まさに駅直結の立地です。そこで大阪大学が産官学民の連携によってカルチャー・アート・サイエンス・テクノロジーの新たな交流・発信拠点として、まさに大阪・関西万博が標榜する「いのち輝く

未来社会」を実現する広場を設ける「中之島アゴラ構想」を提案しています。

この中之島の再開発の目玉と万博の跡地利用を連動させることを考えた時に、ヒントになると個人的に考えているのが大阪の吉本興業が主催する漫才のコンクール「M1グランプリ」です。あれのハッカソンバージョンやサイエンス版「S1グランプリ」を作り、中之島アゴラを常設会場として30年後や50年後の未来を想定したイノベティブなアイデアの提案合戦ができれば面白いと思います。そして、このイベント観戦を有料にして、イノベティブなアイデアが生み出される瞬間の興奮を味わいたい市民を集客し、収益を上げる。収益の一部をS1グランプリの優勝者に賞金として授与すれば、ますます秀逸な提案が集まる。さらに、そこで出てきた提案を基に万博の跡地を利用してオープンイノベーションを推進していけば、「いのち輝く未来社会」を実現するための持続的なエコシステムが構築でき

るのではないかと確信しています。

—— 深野：フランスに「ラ・スタシオンF」という巨大なインキュベーション施設がありますね。いま1000社ぐらいスタートアップが入居していて、その周辺にGAFA（グーグル、アマゾン、フェイスブック、アップル）の研究施設などがあります。万博の施設もどうせ建てるなら、そういった形で永続的に利用できればと思いますね。

—— 永井：薬王さんから指摘があったように、いまのうちに万博後の利用も含めて考えておくべきなんです。建物も万博後の利用を前提とした設計にするといったことを考えるべきでしょう。

—— 薬王：個人的には夢洲には人が住んで欲しいですね。学術的観点からエビデンスを得るために介入研究※をする場所として夢洲があり得ると思います。僕自

身が医学生ということもあり、例えば今後の高齢化と健康・長寿という観点から公衆衛生の重要性がますます高まると考えています。そこで中之島のラボで研究した内容を夢洲にもって行って実験する。また、ウメキタにはWHO（世界保健機関）の大学院ができるという話もあります。すると、若者が集まるウメキタ、研究開発・イノベーションをおこす中之島、実証実験をする夢洲という形で人材が流入しながら、研究と実験のサイクルを回す仕組みができます。そのためには実証実験をする場所としての夢洲を残していくべきです。そこには住民の居住があるといいと思っています。

また、万博ではヘルスデータや生体データ、もっと言うと、人間が未知の状況に直面するとどのように行動するのかといったデータも取ることができるようです。これは行動心理学や行動経済学の領域にもなりますが、いずれにしてもビッグデータ、膨大なクオリティデータを取得して、なにかしら介入研究をしたい。

—— 石山：こういった若い人のアイデアをミドル世代やシニア世代は「絶対に実現するぞ」というふうにサポートしなければいけませんね。

例えば万博開催までの6年のうち、最初の3年間で徹底的な規制緩和とルール作りを行い、世界最高レベルのデータが取れる環境を整える。さらにデータを使った

介入研究をすることを明らかにして、次の3年で研究を進める。そして万博開催の2025年までに成果を発表し、さらにその先につなげていくといったことができれば、現実味を帯びてくるでしょう。実行プランをこれから3年で作ることができかが勝負の決め手になるかもしれません。

ファッション×テクノロジーの可能性

—— 深野：最後に、『繊維月報』ということで、ファッション×テクノロジーについて、石山さんから話しいただけますか？

—— 石山：弊社はアパレル企業のAI開発にも携わっていますが、AIによる需要予測には、いろいろな方法があります。ファッションの世界では、例えばパリやミラノでコレクションがあって、その製品をつくる工場がアジアにあって、それらが店頭に並ぶまでのバリューチェーンがあります。この中で今までデータで取れていなかったものがたくさんありましたが、今後は天候やインスタグラムまで、あらゆるデータを解析して需要予測ができるようになります。

ファッションはサプライサイドの問題だけでなく、売る側がマーケットの需要をいかに正確に捉え、販売戦略に落とし込めるかが重要になります。例えば、「スカンツのようなものが売れる」ということ

が分かっていることと、ガウチョパンツ、ワイドパンツ、スカンツ、スカーチョ等のグラデーションのあるスタイルの中から、「どう切り取って、どう命名したら売れるのか」が分かることは異なる事象で、さらに、それらの違いを理解してマス化される瞬間を予想することは、AI研究者にとってもチャレンジしがいいある研究テーマとなってきます。また、プロダクト側でも画像生成系のプログラムも進歩していますから、コレクションのデータを画像分析してデザインを生成するといったことも行われはじめています。さらにIoTの分野では、衣服を通じて心拍数などを測定するウェアラブルが既に登場しており、繊維の中にセンサーを入れて着用データを取得し、例えばスーツとジーンズの生産性の違いを測定するといった動

きもみられます。

万博では、ヘルスケアの分野でファッションとテクノロジーを掛け合わせた展示もあると思いますが、やはりファッションは上位概念としてアートの要素が強いので、グローバルなトレンドにつながっていく形で、アートとテクノロジーとサイエンスを融合した展示ができれば面白いと思います。

—— 深野：万博で何かを残すためには仕組みを考えて準備することが重要です。万博を起点にして新しく大阪にこんな成果が生まれたんだというものができたら素晴らしいですね。今日はどうもありがとうございました。

※介入の定義：研究目的で、人の健康に関するさまざまな事象に影響を与える要因の有無または程度を制御する行為



左からWAKAZO 薬王俊成氏、伊藤忠商事(株) 深野弘行、大阪大学 永井健治氏、(株)エクサウィザーズ 石山洸氏

新たな食トレンド、おしゃれな新感覚缶詰が人気

今、缶詰市場が急速に拡大している。かつては長期保存可能でいつでも簡単に食べられる常備食としての利便性が注目されてきた缶詰だが、近年は生活者の健康意識や時短志向を背景に、味だけでなくデザインにもこだわったおしゃれな缶詰がバリエーション豊かに登場している。本号では、新規ユーザーを開拓しながら市場を広げる新感覚缶詰の取材を通じて、最新の食トレンドを紹介する。



もしもの時にも活躍する おいしい災害食の可能性

株式会社エクラスト
代表取締役 坂本 奈緒子 氏

株式会社エクラストが2018年秋から本格販売を開始した缶詰スイーツ「横浜ハイカラ」が、かわいらしいパッケージと本格的な味わいで若年層を中心とする女性の心をつかみ、メディアなどで話題を集めている。おいしい災害食としても訴求されている「横浜ハイカラ」の開発の経緯などについて、同社の坂本奈緒子代表取締役に伺った。

パティシエ監修の独自レシピを 缶の中で焼き上げる

エクラストは横浜市を拠点に、イベントの企画運営などを行っています。事業の一環で横浜の土産品販売を検討している際に缶詰スイーツと出会い、大きな可能性を感じてブランディングおよび販売を担当させていただくことになりました。

弊社が企画・販売する缶詰めスイーツ「横浜ハイカラ」シリーズは、大手製罐メーカーと地元神奈川県のカキメーカーなどで共同開発しました。缶の中で生地を膨らませる日本で唯一の製造技術は製罐メーカーが製法特許を取得しており、独自レシピは有名菓子店で修業したパティシエの監修の基で開発されました。パティスリーと同様の工程で焼き上

げられたスイーツは、ふっくらとなめらかな食感が楽しめます。さらに、保存料無添加でありながら、常温で製造から約2年という長い賞味期限を保持しています。

和と洋が融合する 横浜らしいパッケージ

2017年春に試験的に販売し、試行錯誤の末、缶詰スイーツ「横浜ハイカラ」としてブランディングし、2018年秋から本格展開を開始しました。日本人になじみ深く人気の高い「チーズケーキ」と「ガトーショコラ」の2種類で展開し、「横浜マリンタワー」や観覧車「コスモクロック21」、横浜港の「横浜三塔」、「横浜赤レンガ倉庫」などで発売しました。パッケージにもこだわり、横浜の各観光名所のイラストを配

したカラフルなデザインで、ケーキという西洋文化を日本文化が包み込むイメージで折り紙の技法を用いたパッケージを考案して、和と洋が融合する横浜らしさを表現しました。販売を開始した当初から10代～20代の若年層女性の反応がとても良くて、パッケージのかわいらしさや、缶詰なのに本格的なスイーツが食べられるという意外性から積極的に手に取っていただいています。修学旅行生が家族へのお土産として購入されるケースも多いですが、売り上げ面での主力顧客層は40～60代のギフト需要で、単品よりもセット販売の方が好調に動いています。

もしもの時にも安心な おいしさを提供

缶詰スイーツは、2018年に日本災害食学会「ベストポスター賞」を受賞し、新感覚のおいしい災害食として多くのメディアに取り上げていただきました。災害時はいつも通りの食事ができずに味気ないものになりがちです。そんな緊張感の中でも、「横浜ハイカラ」で被災者の方々のストレスを和らげる一助になればと願っています。

また、弊社では缶蓋を開けたケーキに

トッピングやデコレーションを施す「缶デコ」も提案しています。現在は、住宅展示場などでのワークショップを通してファミリー層などに「缶デコ」を楽しんでいただいています。今後は防災食の普及イベントなどでも展開したいと考えています。

さらに、横浜以外にも、その土地ごとの特産品を使ったご当地缶詰スイーツを企画開発し、バリエーションを増やしながら缶詰スイーツの可能性を広げていきたいと思っています。



1. 折り紙からヒントを得たパッケージは、すべて手作業で包装されている 2. 「缶デコ」ワークショップの開催などで、缶詰スイーツの楽しみ方も提案している



健康志向の女性に支持され おしゃれな水産缶詰が人気

マルハニチロ株式会社 家庭用加工食品ユニット
グロッサリー事業部 市販用缶詰課 高橋 孝輔 氏

日本人の魚介類消費量が年々減少する中で、水産缶詰市場は堅調に推移しており、特にサバ缶はブームといえるほどの人気だ。フレンチ風味のおしゃれな缶詰「ラ・カンティヌ (La Cantine)」など、新感覚の缶詰提案で新規顧客層の開拓を進める水産最大手マルハニチロ株式会社の担当者に、水産缶詰の可能性などを伺った。

健康効果でサバ缶ブームが到来

弊社の家庭用加工食品ユニットでは、缶詰・レトルト食品・フィッシュソーセージ・ちくわ・デザートなどの製造・販売を行っています。缶詰の顧客層は、かつては比較的年齢層が高く、晩酌のおつまみというイメージが強かったのですが、ここ数年は、サバ、イワシなどの青魚

に含まれる必須脂肪酸であるEPA(エイコサペンタエン酸)やDHA(ドコサヘキサエン酸)が健康や美容に良いとメディアで盛んに取り上げられたことで、サバ缶人気が一気に高まりました。特に2017年以降は、若い女性を中心にサバ缶ブームが起きたことで、非常に好調に推移しています。缶詰は、骨や皮、血合いなども丸ごと食べられるので、カルシウムなど

も生食よりも効率的に摂取できるというメリットがあり、さらに加熱殺菌で無菌状態になるため防腐剤を使用していないことも、健康志向の方から支持を集める要因になっています。

弊社の2018年度のサバ缶の売上高は前年比119%と好調に推移し、同じく青魚であるイワシ缶も好調で前年比251%に拡大しました。現在は、急激な需要増により主力商品である「月花シリーズ さば水煮」などで品薄状態が続いているため、サバ同様に栄養価が高いイワシやサンマを使った商品展開も充実させています。

ワインとのマリアージュを意識した 「ラ・カンティヌ」シリーズ

新たな顧客層の開拓に向けて、女性・若年層をターゲットに開発されたのが、2013年11月に発売した「ラ・カンティヌ」シリーズです。ブランド名である「カンティヌ」は、フランス語で「食堂」を意味し、パリの昼下がりにパンとワインでおしゃべりを楽しむ風景をイメージして開発されました。ワインとのマリアージュを意識した商品ラインで、現在はサバフィレ缶2種と、鶏のレバーペーストやハニーマスタードソースなどのソース

を詰めたびん詰7種の合計9品をラインナップしており、輸入食料品店や雑貨店など、ライフスタイル提案型ショップやネットショップなどを通じて販売しています。陶器のようなパッケージデザインもメディアやSNSで話題になり、プチギフトやホームパーティ、アウトドアなど、多彩なシーンでご利用いただき、発売以来多くのお客さまから好評をいただいております。

備蓄品ではなく、 日常の食シーンでも活躍

水産缶詰はそのまま召し上がっていただいてもおいしいのですが、サンドイッチ、パスタ、サラダなどの料理素材としても活躍します。弊社ではサイトで缶詰レシピも数多く公開し、幅広い活用方法も提案しています。魚は天然資源のため、需要が増えたからといってすぐに生産量を拡大するのが難しいという側面はありますが、弊社としても、「ラ・カンティヌ」などで新規顧客層の開拓を進めながら、水産缶詰を非常時のための常備品というだけではなく、ライフスタイルの中で日常的に楽しんでいただきたいと考えています。



1. まるで陶器のような白地にブルーの花柄容器の「ラ・カンティヌ」は、そのままテーブルに出してもおしゃれな雰囲気 2. 公式サイトでは、「ラ・カンティヌ」を使用したレシピを数多く紹介するなど、多様な活用シーンを提案している



繊維カンパニー 新部門長・新部長・新CFO紹介



執行役員 ブランドマーケティング第一部門長

三浦 省司

みうら・しょうじ 島根県津和野町出身。1986年入社。輸入繊維部輸入紳士服地課に配属。2002年ブランドマーケティング第二課長、2005年(株)パリー・ジャパン代表取締役社長などを経て、2010年4月から欧州繊維グループ長(兼)伊藤忠イタリー会社社長として初の海外駐在(ミラノ)を経験。2013年4月に欧州総支配人補佐経営企画担当としてロンドンに移駐後、2015年4月に繊維経営企画部長に昇任。2018年4月、執行役員繊維経営企画部長。2019年4月より現職。55歳。

失敗を恐れず、チャレンジできる環境づくりを

繊維業界の花形が、海外への繊維原料や生地の出産だった入社当時、あえて輸入繊維部への配属を希望した。「大学では野球に打ち込み、地味な学生時代を過ごしてきたことへのコンプレックスから、ブランドという響きに惹かれるところがあった」会社のブランドビジネスが本格化し、毎月のように契約が決まる新規ブランドの対応に忙殺される日々を送る中、入社3年目からは営業を担当。それまで欧州ブランドのビジネスを拡大してきた部としては初めてとなるアメリカの大型ブランドの契約交渉を担当した。「アメリカのマ

スブランドは、我々が知っていたヨーロッパのブランドとは何もかもが違った。自分なりに物事を考えていかなくはならず苦労は多かったが、その経験が大きな糧になった」と当時を振り返る。入社11年目には自ら会社に提案し、小売事業を行う事業会社を立ち上げたものの3年で撤退。小売りの厳しさを痛感するとともに、資金繰りに命をかける中小企業の経営者に尊敬の念を抱いた。2005年には、スイスの老舗ブランドのジャパン社に代表取締役社長として出向し、事業再建を果たした後、2010年に欧州繊維グルー

プ長(兼)イタリー会社社長としてミラノにわたり、初の海外駐在を経験。厳しい経済状況の中で職務を全うした後、2013年からはロンドンに移り、欧州グループの経営企画担当に。「繊維のみならず全カンパニーの経営に触れることができた」当時の経験が、帰国した2015年に就任した繊維経営企画部長の職務でも生かされた。

入社時に配属された輸入繊維部をルーツに持つ部隊に里帰りする形で、この4月よりブランドマーケティング第一部門長を務める。事業会社であるコンバースフットウェアやジョイックスコーポレーション、コロネット、波司登など部門の資

産に磨きをかけるとともに、ブランドビジネスの次世代化に向け、若手・中堅社員が新しい発想でチャレンジできる土壌づくりにも注力する。「役職や年齢にかかわらず仕事を任せてもらい、ある程度の失敗も寛容に受け入れてもらえた経験が自分にはある。いま、ブランドビジネスは大きく変貌しなければならない。若手がリスクを恐れずに新しいものにチャレンジできる環境をつくっていくことが、私たち昭和世代の人間に残された仕事」と、若手・中堅とベテランがお互いを尊重し合い、一丸となってビジネスを推進できる組織づくりを行っていく。

休日の過ごし方: 水泳

休日の午前中は、近所の市民プールで水泳をしている。泳いでいる最中にいろいろなことを考えたり、アイデアがひらめいたりすることが多く、貴重な時間になっている。

趣味: 読書

もともと歴史が好きで、幕末や戦国時代などその時々で興味の対象は変わるが、現在は鎌倉時代にはまり、関連書籍を読み漁っている。

好きな街: 戸越銀座

昨年引っ越したばかりだが、都会の真ん中にある下町のような雰囲気気に入っている。さまざまなお店があり、歩いているだけでも発見が多くて楽しい。

自身の次世代化: 五感を磨く

経験則が通用しない次世代型のビジネスでは、最後はカンに頼って判断するしかない。若手のアイデアを具現化していくためにも、五感を磨かなければと痛感している。



繊維経営企画部長

橋本 徳也

はしもと・のりや 大阪府堺市出身。1986年入社。織物貿易第二部捺染織物ニット第一課に配属。1994年5月から伊藤忠インターナショナル会社(ニューヨーク)で初の海外駐在を経験後、2001年に繊維資材・リビング事業部繊維資材第三課に昇任。2006年4月、同課長。2011年からの4年間はITOCHU PROMINENT USA LLC(ニューヨーク)と伊藤忠繊維貿易(中国)に出向。2015年4月、繊維資材・ライフスタイル部長。2019年4月より現職。56歳。

コミュニケーション力を生かし、風通しの良い組織に

海外で仕事をしたいという思いから商社への就職を希望し、地元大阪の伊藤忠商事に入社。花形だった繊維の輸出部隊への配属を望み、織物貿易第2部に配属された。8年間の大阪勤務を経て、1994年には念願だった海外駐在でニューヨークへ。アパレルからホームファニッシング分野へと織物貿易の業容を拡大させた最初の駐在時代を、「外から日本を見る機会が持てたことで商社マンとしての自分の仕事を自覚することができた。また、さまざまな競争相手がひしめくニューヨークで戦えたことが何よりの経験になった」と振り返る。

2001年に繊維資材・リビング事業部に昇任し、第二の商社マン人生を歩み始めるが、織物貿易とはあまりにも異なる環境に苦労も多かった。「まるで別の会社に入ったのではと錯覚するほど商習慣や文化が異なり、当初は悶々とした日々を過ごした。ある時、先輩から『自分の壁を取っ払ってみろ』と言葉をかけてもらい、それからは新しい発見が日々のモチベーションになった」

2006年に繊維資材・ライフスタイル第三課長に就任。主力商材である衛生材料の部材ビジネスをグローバルに広

げていく中で、伝統的に個の力が強かった部隊に織物貿易で培った「組織力」を浸透させていった。2011年からは2度目となるニューヨーク駐在、2014年の上海への移駐を経て、2015年からは繊維資材・ライフスタイル部長に。20年弱にわたって繊維資材・ライフスタイル分野に従事してきたが、2019年4月に現職である繊維経営企画部長に就任した。

「内示を受けた時はまさに青天の霹靂で、責任の重大さに身の引き締まる思いがした。近年、繊維資材の出身者が繊維経営企画部長に就くことがなかった中、自分が機会を与えてもらった意味を自問しながら、役割をしっかりと果たしていきたい」と意気込みを語る。新部署では、プレジデントの戦略の実現をサポートすることに加え、経営全体の最適化、収益構造のコントロールの3つを柱に掲げ、風通しが良く、「気軽に相談できる」組織づくりに注力していく。「織物貿易の仕事で学んだ組織プレーが繊維資材・ライフスタイル部で生かされたように、現部署でもこれまでに培ってきた持ち前の粘り強さやコミュニケーション力を武器にカンパニーに貢献していきたい」。



繊維カンパニー CFO

桜木 正人

さくらぎ・まさと 京都府京都市出身。1991年入社。国際金融部貿易金融課に配属。1994年5月に経理部海外経理課に異動後、1996年11月より機械・宇宙情報グループ管理部。2002年4月からは欧州財経・情報グループとしてロンドンに駐在し、2006年9月に経理部決算管理室に昇任。2012年より経理部IFRS決算推進室長、食料カンパニーCFO補佐(兼)食料経理室長、経理部単体決算管理室長を歴任後、2019年4月より現職。50歳。

基本に立ち返り、ビジネスの次世代化をサポート

「学生時代、金融関係を中心に企業をまわったが、伊藤忠商事の先輩が最も魅力的に感じた」と1991年に入社。国際金融部に配属され、プラント関係の貿易金融の仕組みをつくる仕事などを担当した。2年目には、自らのスケジュール管理の甘さから失敗も経験。「上司や先輩とともに徹夜でデータ集計にあたるなど、迷惑をかけてしまい、期日を守ることの大切さを痛感した。生意気な若造だった自分がここまでやってこられたのは、うまくなだめすかしてくれた先輩たちや、自分の意見を発することを推奨してくれた会社のおかげだと思っている」

入社4年目からは経理部に異動し、海外経理や機械関係の経理を足掛け8年にわたって担当。「自ら志望して財務に配属されたので、経理部への異動に正直なぜという思いもあったが、発想を変えて経理の知識を深め、以来ずっと経理を担当してきた。いま思えば、これが自分の道だったと感じている」。同じ経理でも、機械、食料、繊維と領域が変われば仕事の仕方や考え方は大きく異なる。さまざまな事業領域を有する商社ならではの環境から常に刺激を受けてきた。

2002年にはロンドン駐在を経験。

「言葉も環境も大きく変わる上、厳しい経済状況にあったロンドンで歯を食いしばってきた経験があるからこそ、いまではどんな問題があっても何とかするという心構えでいられる」。帰国後は、経理部決算管理室で全社の連結決算を担当した後、経理部経理企画室長代行として、商取引管理規程や経理規程の見直しにあたった。2012年からはIFRS決算推進室長としてIFRS(国際会計基準)導入を先導し、食料カンパニーCFO補佐(兼)食料経理室長、経理部単体決算管理室長を経て、この4月に現職に就いた。

今年度の基本方針に「Back to Basic」を掲げ、キャッシュ・フロー重視型経営へのシフト、投資環境の整備、不正会計の撲滅を3本柱に据える。「良きコンサルタントという本来の職能に立ち返り、営業からの相談を親身に受け、的確な意見や提案をしていける存在でありたい」。ビジネスの次世代化をサポートしていく上でも、キーワードとなるのは「Back to Basic」だ。「次世代型ビジネスであっても、祖業である繊維カンパニーが長い歴史の中で培ってきた基本のやり方をしっかりとらまえていくことが近道」と考えている。

駐在時代の思い出: アメリカ同時多発テロ

最初のニューヨーク駐在からの帰国予定日が「9.11」で惨状を目の当たりに。以来、「人間万事塞翁が馬」という言葉を胸に、何が起こきても動じず、臨機応変に対応しようと心がけている。

休日の過ごし方: 散歩

東京に引っ越してきたことを機に散歩を始めた。大阪に比べて緑が多い東京の街を1時間ほどかけて歩いているが、一人で過ごせる大切な時間になっている。

好きな都市: 大阪、ニューヨーク、東京

入社34年目にして初の東京勤務で、東京生活は大学以来。街は大きく様変わりしており、電車に乗るだけでも緊張する日々だが、「大阪、ニューヨークの次に好きな都市になれば」と期待している。

尊敬する人物: 両親

やはり最も尊敬できる人物は両親。子ども2人を大学に進学させてくれた父と、それを支えた母を尊敬している。

座右の銘: 着眼大局 着手小局

物事を大局的にとらえながら、行動する上では細心の注意を払い、小さなことから着実に進めていく。これを常に頭の片隅に置き、日々の仕事にあたっている。

休日の過ごし方: 料理

週末には中華、和食、煮込み料理などさまざまな料理をしている。創意工夫しながら、目の前にある食材を自分好みの料理に仕立て上げていくプロセスが楽しい。

尊敬する人物: 坂本龍馬

幕末という激動の時代に、まさに「着眼大局 着手小局」の精神で日本を変えていった彼の行動力に憧れている。

好きな都市: ロンドン

ロンドンには駐在時代に4年半ほど暮らした。当時住んでいたロンドン南部は、自宅の庭にリスがくるような場所で、今後こうした環境で暮らすチャンスはなかなかないだろうと大いに楽しんだ。

大きな変革期を迎えた米ホテル業界の今

伊藤忠ファッションシステム(株) ニューヨーククリエイションオフィス 阪東 薫

2018年の米国のトラベル市場のキーワードは「テクノロジー」と「ローカルな体験」。旅行好きで、滞在先での体験を大切にするミレニアル世代の台頭などにより、急速に変化する顧客のニーズに対応して、個性的なホテルが数多く登場している。今号では、近年ニューヨークで開業したホテルや開業予定のホテルの中から、新たなコンセプトや体験価値の提供がメディアなどで話題となったものを紹介する。

ホテル業界を揺るがした シェアリングエコノミー

米国ホテル業界は今、大きな変革期を迎えている。近年、シェアリングエコノミーという新しいコンセプトが生まれ、デジタル端末を駆使して多様なサービスとつながり、他者と情報共有する文化を持つミレニアル世代の台頭により、「所有」から「共有」へという消費行動の変化が加速度的に拡大している。モノを所有するのではなく、他者と共有する、あるいは必要時に借りるといったニーズの高まりを受け、ホテル業界においても「Airbnb（エアビーアンドビー）」のように、空き部屋を貸したい人と借りたい人をリーズナブルな価格帯でマッチングする民泊サービスなどが登場している。こうした宿泊サービスは、高い利便性とホストとの交流など従来のホテルにはない特別な体験価値を提供することで、さらに勢力を拡大している。

会計監査・総合コンサルティング会社プライスウォーターハウスクーパース(PwC)の調査によると、シェアリングエコノミーの世界市場規模は2013年の約150億ドルから2025年には約3,350億ドルまでに成長する見込みという。ホテル大手のマリオット・インターナショナル(Marriott International Inc)は、「Airbnb」の対抗措置として自社のホームシェアリングビジネスを拡大し、ヨーロッパ、米国国内のホームレンタルに注力し始めている。

こうしたシェアリングエコノミーの拡大と体験価値を求める消費者ニーズの高まりにより、米国ホテル業界においても提供するサービスの多様化が急速に進んでいる。

ラグジュアリーな体験を 手頃な価格で提供

平均的な宿泊料金が1泊当たり216ドル以上もするニューヨークのホテル市場において、ハイエンドホテルの雰囲気を残しながらも1泊150ドル～200ドルというエコノミー価格を実現したのが、アフォードブル・ラグジュアリー・ホテル(Affordable Luxury Hotel)という新たな業態だ。2017年に米国人起業家で、ホテル経営者と不動産開発業者の顔を持つイアン・シュレーガー氏が、バジェットトラベラー向けのシックな低価格ホテル「パブリック ホテル(Public hotel)」をローワー・イーストサイド地区にオープンさせて、話題を呼んだ。「すべての利用客にユニークで比類のないサービスを手頃な価格で提供したい」というシュレーガー氏の構想のもと、同ホテルにはコンシェルジュやフロントデスクアシスタントが存在せ

ず、代わりに「パブリックアドバイザー」と呼ばれるスタッフがホテル館内を巡回し、利用客の質問やリクエストに答える。チェックイン・チェックアウトはモバイルアプリまたはロビーに設置されているiPad経由で行うなど、対面接客のほとんどはテクノロジーが導入され、徹底したコスト削減戦略をとっている。

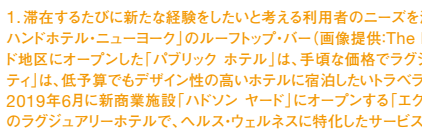
2019年3月に同じくローワー・イーストサイド地区に開業したエースホテル(Ace Hotel)グループが手掛ける新しいアフォードブル・ラグジュアリー・ホテル「シスター・シティ(Sister City)」は、ネットの接続性や価格帯を重視する次世代のトラベラー向けホテルで、数年前まで救世軍の本部として使用されてきた築100年以上経つビルを改築・増築した。“less, but better. (より少なく、しかしより良く)”をコンセプトに、「予算は限られているが、良いデザインのホテルに滞在したい」、「滞在時にはお洒落なパブリックスペースで過ごしたい」と考える旅行者向けに、余分なスペースやアメニティを削ぎ落としたミニマルでコンパクトな部屋を提供する。200室ある客室はシングル(約12平方メートル)、クィーンなどの6タイプで、1泊199ドルから。

ロビーやラウンジは、居心地の良い「コワーキングスペース」に

ミレニアル世代にとってのホテルは、居心地の良い共同体験スペースであり、集まる人々とのネットワーキングや旅先でのコミュニティ形成など、ソーシャルな体験をする場でもある。旅先ではホテルの室内ではなく、レストランやバー、ラウンジなどの共有スペースで時間を過ごすことの多い彼らに向けて、「コンセプチュアルな複数のレストランとバーを持つ」ことも近年のホテルトレンドのひとつだ。

2018年1月、フラットアイアン地区に開業した「ザ・フリーハンドホテル・ニューヨーク(The Freehand Hotel New York)」は、1928年創業で多くの著名な作家、音楽家、芸術家が定宿とした旧「ジョージワシントン・ホテル」を改築したもの。内装は、今ニューヨークで最も勢いのあるデザインスタジオの一つである「ローマン・アンド・ウィリアムズ」が手掛けた。観葉植物が至るところに置かれた共有スペースでは、多くのミレニアルズがノートパソコンを持ち込んで仕事をしている。

ホテル内にはメインバー・レストラン「サイモン&ザ・ホエール」や、北アフリカ料理に影響を受けたメニューが評判のレストラン・カフェ「スタジオ」など、話題のレストランやバーが併設されている。ルーフトップのバーでは、ニューヨークの夜景を堪能しながらミクソロジスト(オリジナル

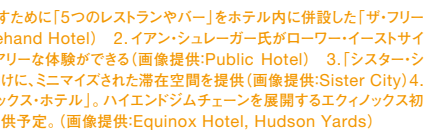


カクテルを作る人)による斬新なカクテルを楽しむことができ、流行に敏感な人々が集まってくる。また、ノーホー地区で人気のカフェ「ザ・スマイル」のテイクアウト専門店「スマイル・トゥ・ゴー」も同ホテルの1階に店舗を出店。価格帯は時期にもよるが、最も小さな部屋タイプの「アーティスト・ルーム」で1泊141ドルから。また友人3～4人とシェアできる部屋もある。

ヘルス・ウェルネスに特化した ラグジュアリーホテルも登場

ミレニアル世代が他世代と比較して、「ウェルネス」と「フィットネス」に強く反応することは、いくつかの調査レポートでも報告されている。グローバル・ビジネス・トラベル・アソシエーション(調査協力:アメリカン・エクスプレス)がビジネス旅行者3,220人を対象に実施した調査によると、ミレニアル世代の46%が旅行先でも毎日のワークアウトを欠かさずホテル併設のジムに行くと同答し、ベビーブーマー世代の38%を上回った。また、旅行関連調査会社MMGYグローバルの調査では、ミレニアル世代の50%以上が、フィットネスクラブの充実度がホテルを選ぶ上でのプライオリティになると回答している。

ニューヨークを拠点に全米各地及びト



ロント、ロンドンにハイエンドジムチェーンを展開する「エクイノックス(Equinox)」は2019年6月、ウェルネスに特化した初のラグジュアリーホテル「エクイノックス・ホテル(Equinox Hotel)」を複合施設「ハドソン・ヤード」内に開業する。「エクイノックス・ホテル」内には、同チェーン最大級のフィットネスクラブがあり、併設される特別会員向けクラブ「イー・クラブ・バイ・エクイノックス(E Club by Equinox)」(年会費約288万円)が顧客の健康とパフォーマンス向上の手助けをする。

同ジムが会員を対象に行った調査によると、回答者の95%が「エクイノックス・ホテル」の利用に興味を示し、出張先や旅行先でも、ウェルネスやヘルスに対する日頃の習慣を継続して、健康を維持することの大切さを実感しているという回答を得た。同ホテルは1泊624ドルから。

ニューヨークで話題の最新ホテルは、共同体験ができるソーシャライジングな場作り、斬新な食体験ができるレストランやウェルネス施設の充実など多彩なコトを提供することで、ホテル自体が旅の「目的地」としてミレニアル世代の利用者から支持を集めている。これからのホテルには、体験価値を創造し、ユーザーと共有する役割がますます求められそうだ。