

株式会社 太極舎 イエローデータ
代表取締役社長

岡部 泉氏

北海道の郷土力を求めて

「こゝ阿寒湖に伺ったのは今から11年前のことでした。鄙の座の立ち上げのためです。まだ寒い2月のこと、車で阿寒湖に入ると何とも言えない大きな力を感じました。アイヌ文化が色濃く残る阿寒湖を二度は訪れたいと思っていたからかもしれません。土地にはそれぞれの匂いがあるもので、阿寒湖には独特な原始の匂いを感じました。そんな思いから鄙の座のコンセプトは、「阿寒の郷土力を生かす」としました。郷土力とは、その土地独自の自然や文化や食からなる風土に市場性や経済性を加えた地域連動のシナジー効果を持つ力のことと考えています。郷土力は、どの地域にも考えられることで、その郷土力を生かし上げる強いキーマンが必要です。それが大西社長だと思えます。北海道のどんな地域にも果敢に攻め入る大西流の郷土力は、本当に圧倒されます。郷土力は、大西社長のキーワードにもなりました。その快進撃にご一緒させていただいたことを光栄に思います。主に私は各案件のコンセプトや空間デザイン、そして全体のトータルバランスをグループの皆さんとともに作る役割をさせていただきました。大西社長の驚くようなアイデアを具体化していく役でもあります。大西社長の郷土力の快進撃を私なりにご紹介してみます。

阿寒湖「鄙の座」は阿寒湖における故郷

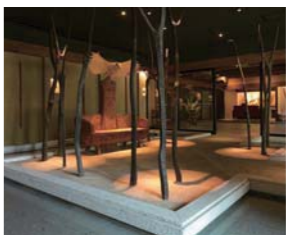
をテーマに和風旅館の中にアイヌ文化を取り入れました。これが鶴雅のアイヌ文化リスペクトの具現化の始まりでした。次に、網走でオホーツク文化を生かした「北天の丘」をつくりました。北天の丘のラウンジはオホーツクをイメージした瀧口先生が生き大鷲の木彫に囲まれたオホーツク人が生きていた前縄文時代のイメージをつくりました。ウエルカムラウンジという考え方が定着していきつかけとなったホテルでした。そしてオホーツク文化は網走市の流水にめぐ観光素材として注目されるようになりました。初めての道央入りを果たし鶴雅の大きな転機になった支笏湖では支笏湖ブルーと言われる水の力を生かし「水の譚」をつくりました。ここではリゾートスパという新しい業態名をつけ、温泉だけでなくトリートメント施設の充実をはかる企画としました。またランチにビュッフェレストランの独自営業を行うなど画期的な企画を成立させ、その後このランチビュッフェが定着していききました。当初は誰も歩いていないところにランチを食べにくる人がいるのだろうかという疑問視されていましたが、そこは鶴雅の力です。お客様は待つではなく呼んでくるのです。それが証明された旅館でした。続いて定山溪の森の癒しをテーマにした「森の譚」。ここではファミリーや女性の誘客を積極的に行い新しい客層の獲得をし

ました。実は私は定山溪という地域のイメージが全く無かったので、かなり筋違いのようなターゲット設定をしました。定山溪にファミリーや女性客が押し寄せてくるなどと誰もが思わなかったようです。それでもこの企画を鶴雅の皆さんは通してくれました。また、鶴雅のランチビュッフェへの評価を定着させたのもこの頃でした。その後ビュッフェは単独で、札幌の三井ベルディングの「鶴雅ビュッフェダイニング札幌」へと発展していききました。その後、道央の3軒目として、木々に囲まれたニセコ昆布温泉に木をふんだんに使った「李の抄」を立ち上げ、道央の鶴雅の地位が確立されていきました。本家の阿寒湖では、「鄙の座」に続いて鶴雅の旅館内旅館として「レラ」、そして大きな木彫ギヤラリーを持つ「鶴雅ウイングス」、そして今期は別館の改装と阿寒湖の魅力づくりのために奔走している鶴雅グループです。

こうして毎年毎年旅館の立ち上げをしてきましたが、いつも新しい業態であることを心がけてきました。その間には沢山の葛藤もありました。これでいいのかと迷うこともありました。その答えは、いつも大西社長のふとした言葉の中にありました。こうして鶴雅の皆様とは、苦勞も喜びも分かち合いながら仕事をさせていただいています。これからも大きく鶴のように美しく羽ばたく鶴雅であることを願っています。



PROFILE
■アートディレクター
日本の文化の素晴らしさをデザインを通して表現するために、様々な商品や空間のアートディレクションを行う。
■一般財団法人日本のこころのCEO/Takami理事
■特定非営利財団「ソウル オブ 東北」代表理事



あかん鶴雅別荘 鄙の座以来、鶴雅グループの施設設計、コンセプト、意匠デザイン等を担い、郷土力あふれる宿づくりにご尽力していただいています。

株式会社 柳建築設計事務所
取締役

河合 篤司氏

七十周年に向かって更なる飛躍を

鶴雅グループ六十周年おめでとうございます。

大西社長に初めてお会いしたのは五十周年記念の一年前でした。銀座のホテルロビーで挨拶もソコンコに「鄙の座」のうち合せに入り、その場で新しい旅館の姿が浮かび上がった事が思い出されます。当時人気の由布院を例に挙げて「今売れる宿」の条件として「景色」「露天風呂付客室」「個室食事処」「メインバーと音響」特徴的な「ネーミング」との意見で一致しました。

条件の一つを満たすために外気温マイナス二五度の客室露天風呂にチャレンジしました。道東では初めての試みで、厳寒期には窓ガラスが必要ではとの心配も有りましたが、思い切つて外気に開放しました。結果は良好で、湯舟に浸かりながら冬の阿寒湖の景色が一望

のもととなりました。

又、素足の畳廊下としたのも北海道では初めての試みです。冬季間暖房を強く利かせる北海道の建物では心配した程の足元の寒さも無く、全館が居心地の良い空間となりました。

その後十年の間に「網走湖」「しこつ湖」「定山溪」「ニセコ」と展開していくお手伝いをさせて頂きました。

当時「旅館は建てるものではなく買うもの」が社長の口癖でした。

北陸である旅館の増築計画をしていた時、政府系金融機関の担当者から「建てるのではなく買いなさい」とのアドバイスを受けて驚いたことも有りました。大西社長の影響大です。

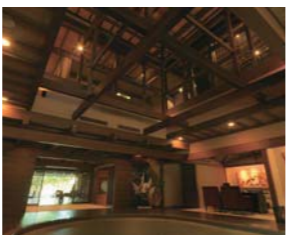
鶴雅グループの強みである「天河」のバイキングも全国の旅館に

強い影響を与えています。熱海、箱根、鬼怒川、別府温泉の大型旅館では今や、オープンキッチンのバイキングが定番となっています。

東京五輪開催が決まってから全国の温泉地やスキー場に外国人旅行者が年々増えていきます。特に中国人客の増加が著しく、北海道への人気も高いと聞きます。鶴雅グループにも外国人客が増えていくと思います。この十年大きく展開したグループがインバウンドを追い風に七十周年に向かって更なる飛躍をすることを祈念しています。



PROFILE
全国各地の「売れる宿」の設計に数多く関わられた実績とそれに基づく提案は、いつも宿の魅力向上を助けてくださいました。



PROFILE
■一級建築士
札幌南高校から名古屋工業大学へ進み、卒業後はデザインシステム（清家清研究所）を経て、柳建築設計事務所入社。
■設計に関わった主な宿
●グランディア芳泉
●緑翠亭 景水
●お宿 山翠
●強羅花扇 円かの杜
●花扇別邸 いやま
●大西屋 水翔苑
●ゆふいん花由「ゆめの里」