

しつつ、中長期的な経済成長の両立を図るという考えである。しかし、このシナリオを実現するのは簡単ではない。22年12月の決定会合後には「事実上の利上げ」との受け止めが広がり、金融市場が動揺した。このため「正常化」のための「修正」を混乱なく進めるためには、長期金利の緩やかな上昇を混乱なく市場に織り込ませることのできる、高いコミュニケーション能力が新総裁には最も求められるであろう。

(2月21日執筆)

株大和総研 金融調査部 主席研究員

うちの はやなり
内野 逸勢



1990年慶応義塾大学法学部卒業。大和総研入社。企業調査部、経営コンサルティング部、大蔵省財政金融研究所（1998～2000年）出向などを経て現職（金融調査部 主席研究員）。専門は金融・資本市場、金融機関経営、地域経済、グローバルガバナンスなど。主な著書・論文に『地銀の次世代ビジネスモデル』2020年5月、共著（主著）、『Fin Tech と金融の未来～10年後に価値のある金融ビジネスとは何か？～』2018年4月、共著（主著）、『JAL再生 高収益企業への転換』日本経済新聞出版、2013年1月、共著。IAASB CAG（国際監査・保証基準審議会 諮問・助言グループ）委員（2005～2014年）。日本証券経済研究所「証券業界とフィンテックに関する研究会」（2017年）



『信長の水』を体験して思ったこと

安土桃山時代の名前の由来となった安土城は、織田信長が最後に建てた城で、滋賀県近江八幡市安土町にある城址に名残をとどめています。そのお膝元に当たる場所に、織田信長が茶の湯のためにくませた湧き水「梅の川」がありました。現在は地下水の水位が少し下がったために「梅の川」の水は枯れていますが、すぐ近くに今もこんこんと水が湧いている場所が何カ所もあります。

そんな湧き水スポットの真上に建てられた料亭で、食事をする機会がありました。地元で採れる川魚や野菜、果物などをランチのコース料理でいただいたのですが、最初に日本酒を飲むぐい飲みサイズのグラスで、厨房に湧いている水がそのまま何の味付けもせずに出されました。

水の味の微妙な違いを私が分かるわけではありません

が、信長もこの水のおいしさを理解してわざわざ求めていたのかと思うと、何か貴重なものをいただくような厳かな気持ちになりました。たった一口の水ですが、私にとっては強く記憶に残る体験となりました。

料亭でいただいたコース料理は、どれもきれいな器に盛りつけられていて、それぞれの素材の味を生かしながら見た目も美しく、日本料理の技を駆使した良い仕事を感じさせるものでした。素材自体は高級な肉や遠くから取り寄せた海鮮などが使われているわけではなく、あくまでも地元でその時期に採れた旬のものばかりでした。一つひとつの料理を提供するときに、まだ若い料理長からその食材や地域の食文化について、詳しい説明があり、地域の自然や季節に対する感謝の気持ちを主客で共にすることができました。

地域の資源を活用してヒット商品をつくるためにはストーリーが重要だと、よく言われます。私自身もこのコラムをはじめさまざまなところで、何度もそうに取り上げています。「信長の水」体験を通じて感じたことは、ストーリーが体験としてお客さんに届き、深く心に刻まれるためには、もう少し必要な条件があるのではないかと思います。

ストーリーは、演劇でいうと脚本のようなもので、それが観客に届くためには、形にして見せる役者や舞台が必要だというような感覚です。今回の私の体験に置き換えてみれば、ストーリーは「信長が追い求めた水の味」であり、それを形にしたのが「一杯の水」や「その水で育った地域の野菜や川魚」で、さらには一つひとつの料理について語ってくれる料理長さんも役者の役割を果たしてくれたといえそうです。舞台装置に相当するのは、それらをいただいた料亭の快適な空間や、美しい器でしょうか。

おそらく、信長の水に相当するようなストーリーを持つものは、全国各地に多数あるのでしょうか。しかし、ただあるだけでは宝の持ち腐れです。もし良いストーリーがあるのにうまく生かしていないと感じるのではあれば、もう一度、それを形にする役者と、役者と顧客をつなぐ舞台が機能しているかどうか、チェックしてみたいかがでしょう。

日経BP総合研究所 上席研究員
渡辺 和博



日経BP総合研究所 上席研究員。1986年筑波大学大学院理工学研究科修士課程修了。同年日本経済新聞社入社。IT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の自治体・商工会議所などで地域活性化や名産品開発のコンサルティング、講演を実施。消費者起点をテーマにヒット商品育成を支援している。著書に『地方発ヒットを生む 逆算発想のものづくり』（日経BP社）。