第2章　まちデコ、倒産の危機

第2章の再生ツアーは、角さんのまちづくり失敗談がたくさん詰まっています。玉造温泉の奇跡的な再生劇に、結果だけを見た方々は順風満帆だと思われる方も多いようです。

しかし実際は失敗の連続でした。約2年間、目に見える成果が見えずに苦難の日々でした。しかしその失敗から成功の未来へとつながる伏線がたくさん隠れていました。

そこで第2章では、私が本当は内緒にしておきたい失敗をすべて公開します。まずみなさんをご案内するのは、まちデコによるはじめての商品開発の現場です。

玉造キラキラみすと（前編）

2007年7月

「やあ角君、ちょうど良かった。まちデコでこれをやってみないか？」

観光協会の事務所へ、まちデコ出資者の松崎社長がやってこられました。

「周藤さん、ちょっと角君と話をしていいかい？」

「あ、結構ですよ」

角さんは観光協会の就業時間内ということで、松崎社長が周藤さんから了解を取ってくれま

した。松崎社長は、角さんに資料を手渡しました。
「松崎社長、これは何ですか？」
「これはね、温泉ミストだよ。少し話を聞いたけど、これはいいぞー」
資料の内容は、温泉水を利用した商品開発の提案でした。
「角君は、アベンヌウォーターを知っているかい」
「いえ、わかりません」
「フランスの温泉水を使ったミストのプレ化粧水だよ。すごいヒットしているらしいぞ。この会社にお願いすると、同じような商品を作ってくれるようだ。市から源泉を買い取って、この会社に送れば、あとは旅館に並べて売ればいい」
「へぇ、化粧水の前に使う商品なんですね」
「ちょうど玉造温泉のまちづくりは『美肌・姫神の湯』がテーマに決まったことだしな」
「はい、周藤さんから話を聞きました。女性をターゲットにまちづくりをしていくと。この商品は女性向けでちょうどいいですね」
「そうだろう。噂では 三朝（みささ） 温泉のミストは年間3万本売れてるらしいぞ」
「3万本ですか、そりゃすごいですね」

「旅館に卸して売ってもらえば玉造でもそれくらい売れるんじゃないかい？　販売元として、1本100円の利益は出せるらしいから、3万本売れたら300万円の利益になるぞ」

（これはすごい話だ……）

「松崎社長、ありがとうございます！　早速このリプラスという会社に問い合わせてみます」

自分の給料を早く稼がないといけないと思っていた角さんにとってまさに渡りに舟のような話です。こんな良いお話は観光協会や旅館組合に持っていくこともできる松崎社長が、まずはまちデコにと話をしてくださったのです。

早く連絡したい気持ちを抑えながら、観光協会の終業のチャイムを待って電話をかけました。

「はい、リプラスです！」

「すみません、玉造温泉まちデコの角と申します。実は松崎社長からお話をいただきまして、温泉ミストについて詳しくお聞きしたいのですが」

「あ！　松崎様からお話は伺っております！　ちょうど来週に鳥取と島根へ行きますので、ご都合はいかがでしょうか」

「来ていただけるのですか！　来週の夕方17時30分以降でしたら、いつでも大丈夫です」

＊

待ち合わせ場所にした長生閣のロビーで角さんが待っていると、40代半ばの男性がかばんを手にやってきました。

「こんにちは！　リプラスの早戸です」

「玉造温泉の角です。今日はご足労ありがとうございます」

担当者の早戸さんが資料を広げます。そこには他の温泉地ですでに製造実績がいくつもあることが書かれていました。

「角さん、この温泉ミストは弊社の特許技術でできておりまして、温泉水を特殊なフィルターに通して若干の水質改善を行います。泉質の良さは変わりませんが、肌への浸透力が高まります。こちらが実際に販売している温泉ミストです。シューっとお試しください」

「なるほど、噴射されるミストも細かいですよね」

「ノズルを何度も試作して、ここまで細かくできました」

「他の温泉地では、どのくらい売れていますか？」

「佐賀県の　武雄（たけお）　温泉やお隣の鳥取県の　三朝（みささ）　温泉のものが大変売れております。三朝温泉は年間3万本の販売実績です」

「へえー、なぜそんなに売れているんですか？」

「主には旅館の宿泊客に対する販売です。旅館の売店担当者が販売スペースを広く取って目立つように並べていますので、お土産で売れています。それと、早く発売をした温泉地は話題性もあってメディアに取り上げられました。こちらがメディア掲載やテレビ露出の一覧表です」

（玉造温泉の温泉ミストも紹介されたら、旅行客が増えるかもな……）

「玉造温泉さんの昨年の宿泊者数は何人くらいですか？」

「えーと、たしか５５万人です」

「すごいですね！　三朝温泉よりも宿泊者数が多いですね！」

「……たしかにこれは売れそうですね。ワクワクしてきました！」

（宿泊客が多いほど売れるだろうから、玉造温泉なら3万本は売れそうだぞ。もし、年間5万本売れたら、１本１００円の利益として年間５００万円になる！）

「角さん、ぜひ玉造温泉の温泉ミストをつくりましょう！」

「早戸さん、わかりました！　では社内で相談して早めに回答しますね！」

＊

温泉水の事業を始めるにあたり開かれたまちデコの会議では「出資金の範囲内ならば、角くんにすべて任せるからチャレンジしてみろ」と出資者全員からの承諾が得られました。

翌週、リプラスの早戸さんと製造に向けた打ち合わせが始まりました。
「角さん、容器のデザインはリプラスで行います。どんなデザインがいいですか？」
「玉造温泉はこれから女性をターゲットに考えているので、女性がかわいいと思うようなデザインがいいですね」
「なるほど、角さん、それではベースとなる色はどうしましょうか」
「そりゃやっぱりピンク色がいいんじゃないですか？」
「わかりました。それならイラストに浴衣の女性を入れてみましょうか」
「いいですね！　勾玉も入れると玉造温泉っぽくなりますね」
「勾玉！　わかりました。次は商品の名前ですがなにか案はありますか？」
「それはもういいのがあります。玉造キラキラみすとにしようと思います。なんでも出雲国風土記に、玉造温泉のことが『かたちきらきらしく』って紹介されているそうなんですよ」
「なるほど、きらきらしくからネーミングされたんですね！　ではこれでデザインを作ります。それでは、はじめに発注いただく数はいくつがよろしいですか」
早戸さんは、価格表を角さんに見せました。注文数が増えるほど、1つあたりの製造原価は安くなります。しかし初回からいきなり大量に注文するのは不安です。

「最初なので、最小ロットの５０００本でお願いすることにします」
「承知しました。それではお支払いいただく金額は……」
早戸さんはすぐに電卓で金額を計算し、発注書に金額を書き込んでくれました。見ると支払いの総額は３００万円を超えています。
（いきなり出資金の半分が無くなるのか。売れなかったらどうしよう……。でも、隣の三朝みすとも売れているっていうし、きっと大丈夫だろう……）
角さんは不安と期待が交差しながら発注書へサインをしました。

＊

翌週には、リプラスから玉造キラキラみすとのデザイン案がメールで送られてきました。いかにも女性が好きそうだ、と角さんの男性目線で決まったピンク色に浴衣の女性のイラストがついたデザインです。このデザインは、まちデコの出資者全員からも「うん、女性向けの商品らしくていいんじゃないか」とＯＫをいただきました。
こうしてデザインはすんなりと決まり、あとは商品が完成するのを待つばかりとなりました。

２００７年９月

２か月後、リプラスの早戸さんより電話がありました。

「角さん、来週にはミストが納品できますがどちらに送りましょうか」

「あ、どれくらいの量になりますか」

「ダンボール箱で１０５個です」

「すごい量ですね。倉庫はないので、うちのアパートにします」

「アパートに置かれるんですね。１部屋開けていただければ大丈夫かと思います」

「わかりました。片づけておきますね」

翌週、待ちに待った５０００本の「玉造キラキラみすと」が到着しました。ダンボール箱で埋まった自宅の一室を前に、角さんはワクワクが止まりません。

（よーし、この玉造キラキラみすとを玉造温泉の新しい名物にするぞ！）

＊

出資者を集めた会議で、温泉ミストは卸販売のみでいくことに決まりました。温泉街にある旅館に卸価格で仕入れてもらい、お土産コーナーで売っていただこうという考えです。

また、松崎社長のアイデアで発売前日にヒット祈願を行うことにしました。ヒット祈願を行

うことを記載したプレスリリースを打つと、テレビ局４社、新聞２社から取材が入りました。

温泉街にある神社で行われたヒット祈願には出資者や旅館組合の皆さんからも参列いただき、その様子は夕方のニュースで「温泉街再生の第一歩」と大きく報じられました。

翌朝の地元紙には「玉造温泉・期待の新商品」「さびれた温泉街の希望」と大きく掲載されました。

テレビや新聞で話題になったこともあり、温泉街の旅館から注文が次々と入りました。しかも１０本から注文できるにも関わらず、「2箱ちょうだい」「うちは3箱」と複数箱の注文ばかりです。

「よかった。事前にマスコミへプレスリリースを打って正解だった」

こうして販売開始からわずか3日で６０箱が旅立っていきました。１箱は４８本入りですから、６０箱で約３０００本。1本につき１００円として約３０万円の利益です。

「これはいい！　きっと旅館でもヒットするぞ」

利益を出したことに満足しながら、角さんはあることに気がつきました。

「あれ？　残り４０箱しかないぞ……。これでは、すぐに足りなくなるのでは？」

年間５万本売れるとすると、月に８０箱売れていく計算です。わずか3日で６０箱が売れ

たわけですから、追加注文が来たらすぐになくなってしまいそうです。角さんは慌ててリプラスの早戸さんに電話をしました。

「もしもし、なんとすでに３０００本売れました」

「角さん、本当ですか！　さすがですね」

「で、気が付いたのですがこのままでは2か月後には在庫切れになります。急ぎですみませんが５０００本、追加でお願いします！」

「え、もう追加注文ですか！　ありがとうございます！」

追加発注したことで、また３００万円近い追加投資となりました。最初に売れた３０００本の売上はこれですべてなくなってしまいました。

２００７年１０月

角さんはてっきり、各旅館からすぐに追加の注文がくると思っていました。ところが待てど暮らせど注文は入りません。1カ月がたったころ、ようやく1箱の注文が入りました。しかし予定では８０箱の追加注文があるはずが、わずか1箱です。

「おかしい……。なぜ注文が来ないんだ」

試し読み版はここまでです。
この続きは製品版でお楽しみください。