けいざいフラッシュ

■最上階の極上スティ

浅草ビューホテル（東京都台東区）は、最上階28階の「トップバーアイスハウス」＝写真は夜景など＝を専用ラウンジとして使用できるプレミアムステイプランを提供している。午後3時～5時半のティータイム、同5時半～8時のディナータイムに追加料金なしで飲食できる。

東京スカイツリーと浅草寺を望む21～24階の客室を用意し、1人1泊2万420円から（28日現在、税・サービス料込み、料金変動あり）。優先的にチェックインを受け付け、駐車料金無料。5階のプールも利用でき、「極上の夜景とワンランク上のサービスで特別な時間を」とPRしている。

■CO_2削減の省エネ住宅

企業などが削減した温室効果ガスを国が「クレジット（排出枠）」として認証する「J-クレジット制度」で、大東建託（東京都港区）は、同社が販売する省エネルギー住宅（459棟3316戸）の二酸化炭素（CO_2）排出削減量をクレジット化するプロジェクトが承認・登録されたと発表した。年間約1326トン分のクレジット創出を見込んでおり、同社の事業活動で排出されるCO_2のオフセット（相殺）に利用する。

同制度には温室効果ガスの排出削減・吸収に資する技術ごとに、適用範囲や排出削減量の算定方法などを規定した方法論が定められている。同社はこのうち、「省エネルギー住宅の新築または省エネルギー住宅への改修」に関する方法論を初活用したという。

■人のしあわせを願って

資生堂（東京都港区）は創立150周年を今年迎えることを記念し、23日から新テレビCM「美しさとは、人のしあわせを願うこと。」を放映している。「美の力を通じて、お客さま一人ひとりの生涯にわたるしあわせに貢献する企業であり続けたい」との創業以来の思いを込めたという。

俳優8人（安藤サクラさん＝写真、池田エライザさん、石田ゆり子さん、小松菜奈さん、近藤華さん、長沢まさみさん、広瀬すずさん、前田美波里さん）が出演。創業時の風景から現代、そして未来に至るまで「映像で時を超えた美しさを表現した」とPRしている。

■20周年の記念モデル発表

ハイアールジャパンセールス（大阪市）は設立20周年の記念イベントを東京都内で開き、アニバーサリーモデルの発売やキャンペーンを計画していることなどを発表した。成人式を今春迎えたタレント、山之内すずさん＝写真右＝をゲストに迎え、乾修明副社長＝同左＝が同社製品をPRする「新米広報担当」の名刺を手渡した。

トークショーには振り袖姿の山之内さんと、俳優の杉浦太陽さん、タレントの辻希美さん夫妻が登場。辻さんは「すてきなアイテムがあるので、ぜひチェックを」とアピールした。

■片手で準備簡単の炭酸水

ソーダストリーム（東京都港区）は約3年ぶりとなる最新モデルの炭酸水メーカー「TERRA（テラ）」＝写真＝を2月1日、公式サイトで新発売する。店頭販売は同25日から。

ガスシリンダー交換時、手間がかかる従来のねじ込み式ではなく、片手で瞬時にセットできる新技術「シリンダークイックコネクト」を採用。スタイリッシュな質感のデザインに一新し、カラーはホワイト、ブラック、レッドの3色。製品保証期間は通常2年だが、この製品を購入し公式サイトに会員登録すれば2年延長して炭酸水メーカーとして最長の4年になるという。1万5400円（税込み）。

1●0年 カンパニーの知恵。

雄山閣　田

since 1916

知識人との交流で急成長

雄山閣を創業した長坂金雄（1885～1973年）は、立志伝で語られる。

山梨県の農家に生まれ、幼い時は寺に出されたこともある。25歳で上京した。最初は高利貸しの書生をしていた。道が開いたきっかけは「名士録」を手がける、ある出版社の外交員になったことだった。高橋是清や渋沢栄一といった当時の大人物に「飛び込み営業」を重ねた経験で、事業のカンをつかんだ。

雄山閣の起源は、先輩の編集者から来た「国史の通信講座に出資しないか」という誘いだった。紆余曲折を経て16年、東京帝大の「国史」の講習録を発刊する出版社を創業。20年に商号を「雄山閣」に改めた。現在の講談社が、最初は文字通り「講談」を書物にすることを社業にしていたように、創業のセオリーとしては一般的だった。

「先生たちの難しい話が売れるのか」という懸念もあったようだが、当時は大正デモクラシーの時代で、「歴史」をコンテンツにした雄山閣の「講座」や「全集」は、学問を追い求めるインテリを中心に浸透、会社は急成長を遂げる。30年には、当時はまだ珍しかった自社ビルを飯田町（東京都千代田区）に建てた。「学術書の世界で成功したのは、知識人との交流の中で学んだものが多かったからではないか」（宮田哲男社長）

昭和初期に完成した自社ビルと社員たち＝雄山閣提供

象徴的なエピソードがある。歴史学の大衆化が進んだ昭和初期に創刊した雑誌「歴史公論」。満州事変以降の軍国主義の高まりの中で「皇国史観」をあおればもっと売れる、といった考えを長坂はとらなかった。34年、戦前は「逆賊」とされていた足利尊氏を賛美したとして、当時の商工相が国会で右派議員から攻撃される事件が起きた。長坂は翌月の号を「足利尊氏」特集とし、尊氏の人物像を実証的に浮かび上がらせようとしている。

時流を考えれば、勇気の要る判断だったかもしれない。これが長坂の基本姿勢だった。【三枝泰一】

移住のコンパス ⑨

千葉・いすみ市編

イノシシ1頭 自分で解体

ITコンサルティング会社を経営する村田陽二さん(39)は、思ってもみなかった「才能」が自分のなかに眠っていたことを発見した。太平洋に面した千葉県いすみ市の古民家に2021年2月、妻の村井雅子さん(34)と引っ越してからのことだ。「こんなにアウトドア向きだったなんて」。新鮮な驚きだった。

新しい住まいのバーカウンター、土間と小上がり、縁側は、すべて「日曜大工」でこしらえた。イノシシをまるまる1頭、近所の人から分けてもらうと、それも自分でさばいた。

北海道帯広市で育ち、大学を卒業すると東京で複数のベンチャー企業の役員を経験した。東京都江東区のマンションに住んでいた19年1月に起業。品川区にオフィスを構えた。

新型コロナウイルスの感染拡大で20年春、在宅勤務に突入した。「いつかは田舎暮らしを」と夫婦で話していたこともあり、移住先を探し始めた。条件は「何かあった時に2時間で東京に行ける場所」だった。千葉県の海沿いの物件を見て回るうち、少し前まで別荘として使われていた古民家を見つけた。土地は約400坪。建物の状態もいい。「資産価値が高い」と考え、購入を即決した。

千葉県いすみ市の古民家に移住した村田陽二さん（右）、村井雅子さん夫妻。後方に見える縁側は村田さんが自作した＝村田さん提供

実際に東京を出て分かったのは「欠点より利点のほうが大きい」ことだった。ウェブ会議の際、家の造りがパソコン画面に映り込むと、取引先の年配者から「田舎暮らしか。いいね」と声が上がり、商談がスムーズに進むこともある。

9人いる社員は全員、在宅勤務。だから通勤費、事務所費はかからない。「居住地も問わないので、スノーボードが好きな社員は山にこもったりと、それぞれのライフスタイルに合わせた働き方ができます」

社員を自宅に招くこともある。「都会生活に不満を持つ社員に移住を勧めたりします」。環境を変えてこそ、ビジネスでも新しい発想ができると感じている。【今村茜】

寝具で体と心ほぐす

インタビュー 最前線

米国発祥のベッド・マットレスのブランド「Sealy」の「ディズニーコレクション・バイシーリー」が昨年末、発売された。初期のクラシカルなミッキーマウスをデザインにあしらった新商品だ。日本で製造、販売する「スリープセレクト」（東京都港区）の西村秀之社長は「上質な寝具で夢のある眠りをお届けしたい」と語る。

【聞き手・明珍美紀、写真も】

スリープセレクト
西村秀之 社長

にしむら・ひでゆき　1968年生まれ。早稲田実業高、早稲田大卒。92年第一勧業（現みずほ）銀行入行。国際資金為替部、米みずほ証券などを経て2005年シーリージャパン社長。14年スリープセレクトに社名変更。

―米国でシーリーが誕生して140年。ディズニーシリーズは初めてだそうですね。

◆ウォルト・ディズニー・ジャパンとライセンス契約を締結した、日本独自の企画です。マットレスのカバーにミッキーマウスのイラストが描かれた商品で、枕や布団のカバーなど寝装品も出す予定です。新型コロナウイルス禍で家にいる時間が長くなり、「就寝の時間を楽しく」との思いを込め、キャラクターを導入することにしました。

―ターゲットは。

◆30代から40代の主に女性ですね。多忙な一日が終わってベッドに入るとき、親しみのあるディズニーで疲れた体や心をほぐしていただけるのでは、と考えました。

―シーリーの特徴は。

◆マットレスでいえばコイルはシーリー独自の仕様でどんな体重の方が乗っても自動的に硬さが調節されます。体の形状を最適に維持できるような形状になっています。マットそのものは多層構造。身体の凹凸に応じたフィット感を得られるようにしました。

―環境への配慮は。

◆これも日本独自の取り組みでマットレスを廃棄する場合、コイルとウレタンが簡単に分離できるなどリサイクルしやすいようにしています。

―ご自身が「シーリー」と出合ったのは。

◆この会社はミシン販売会社として祖父が創業し、その後、1963年にベッド製造・販売を開始。米国のシーリーと85年にライセンス契約を結んだのでブランド自体は知っていましたが、私自身が本場米国でシーリーのブランド力を実感したのは、前職の銀行員時代、転勤でニューヨークとシカゴに計7年、住んでいたとき。圧倒的なシェアで製品の信頼感がありました。

―社長就任後、実践したことは。

◆国内の認知度を高めるため、サービスと営業の強化を図りました。マットの寝心地を調べる携帯型の体圧分散測定器を開発し、ショールームでは客観的データをお見せしながらその方に合った商品をおすすめします。お客さまからの声を大事にしています。

―今後の目標は。

◆現在は家庭用が大半で一部ホテル業務用ですが、百貨店などへの出店を広げていきたい。睡眠は健康と密接な関わりがあります。上質な寝具を開発し、現代人の生活の質の向上を図ることが、私の使命でもあります。

次世代へつなぐ、美術プロジェクト

アートの森
GROWING ART

森の中で生命が循環するように、
美術館・博物館も美術品を守りながら人々の心を豊かにし、
次世代に伝えていく――
毎日新聞創刊150年事業「アートの森」では、
見応えある展覧会とアートコンテンツの発信を
通じて、人・美術・文化・社会のさらなる
つながりに貢献します。

150 2022年2月21日 毎日新聞創刊150年
MAINICHI 毎日新聞

ウェブサイト、役立つ情報満載

01 記事
アート好き必見の
深掘り美術記事が多数

02 展覧会情報
開催中・予定の展覧会
情報を掲載

03 チケット購入
各展覧会チケットが
購入可能

04 オンラインストア
展覧会図録や
オリジナルグッズを紹介

05 しらべる
気になる
トピックスを検索

ウェブサイトはこちら
https://growing-art.mainichi.co.jp