

1. 「水があればよい」ではない

- 能登半島地震でのWOTAによる支援活動の教訓 —
- 地域のライフラインとしてのSCの備えは進んでいるのか —

第28回自治体総合フェア2024で石川県珠洲市長とWOTAの前田社長が対談。テーマは「能登半島地震の実態から学ぶ、今後想定される国難級災害に必要な備え」でした。冒頭に泉谷珠洲市長から1月1日の地震発生時の想像を絶する状況と昼夜を問わず賢明な救助、復興への経過を報告されました。マグニチュード7.3（マグニチュードが1超えると32倍の地震エネルギーの大きさ）で、長期間の断水が発生し、一週間以上断水を経験した人は10万人以上にも上りました。大きな被害を受けたライフラインの中でも、特に地下に張り巡らされた水道管の復旧作業は多大なコストと時間を要し、5月現在も尚、断水が続いている地域が多くあります。珠洲市の人口は12,000人、5,625世帯の4割の家屋が住めない状況で避難生活を余儀なくされています。電力は比較的早くに復旧出来ませんが、断水は上水道がダウンしたことで復旧に70日かかったそうです。しかし5月16日現在でまだ1,314世帯の断水が続いているとのことでした。物資支援により飲料、食品や自衛隊による水供給等が豊富に支援されますが、WOTA前田社長によると「『災害時の水問題』が被災地にとって深刻な問題となります。その理由は何故なのか、それは生活用水ニーズを充足するために『大量の水』『排水処理設備』『水利用設備』の3つの要素が不可欠だからです」と。発生後の対応は難しく、事前に備えておかなければ被災者のトイレ、入浴、洗濯等に対応できません。「水があればよい」ではありません。当然、輪島市、珠洲市にしてもそのような備えが出来ていた訳ではありません。そのような中、WOTAの前田社長以下支援隊が地震直後から現地へ赴き、決死の支援活動を行いました。能登半島の6市町村に循環型シャワーWOTABOX100台、循環型手洗いWOSH200台を投入。泉谷市長によるとWOTA投入前までは被災者の手洗いは皆さん、屋外の雪で手を洗っていたそうです。また、自衛隊の支援活動の風呂は入るのに高さがあり、老人や子供には補助がないと無理なので、住民はWOTAのシャワーBOXが設置され、助かったと大喜びだったそうです。このシステムでシャワー入浴が1日に6,000組、手洗いが1日に50,000回の利用につながりました。更に68カ所の医療機関、介護施設等にもこの「水利用設備」が使われ、住民の衛生安全に貢献しました。このWOTAの貢献は天皇陛下の会見や岸田首相の衆議院予算委員会でも発言されました。天皇陛下の会見の一部を紹介します。「自律制御型のポータブル水再生システムの活用により、入浴や手洗いのサービスが提供され、厳しい状況にある被災者の方々の助けになっています。この取り組みは若い人たちが中心となって設立した企業と聞きました。全国各地からのボランティアの活動を含め、若い人たちのこうした活力が、我が国の新しい可能性を切り開いていくことを期待したいと思います」天皇陛下、岸田首相がこれほど評価されたWOTAの活動ですが、問題はこれにかかる予算が付かないことでした。珠洲市、輪島市、石川県にはこれにかかる予算はなく、国もそこまで予

算がつけられない状況に、珠洲市の泉谷市長に救いの手が差し伸べられました。早稲田大学時代の旧友で現在、早稲田大学田中総長が働きかけ、総長の縁で日本財団が WOTA 活動の支援を決めました。日本財団のお蔭で WOTA の活動はビジネス的にも成り立ちましたが、私が驚嘆するのは WOTA の災害支援における活動は熊本、北海道等で起きた地震災害の際も、何はさておき、真っ先に救援支援に駆けつけることです。いつもビジネスより以前に社会のお役立ちが優先します。前田社長、越智取締役始め同社のスタッフに心から敬意と感謝のエールを送る次第です。国難級災害が予見される日本で、今や地域のライフラインとしての役割を担う全国の SC 及び百貨店は是非、災害に備えての WOTA のシャワーBOX、そして手洗い WOSH の準備を行政と連動し導入すべきと思う次第です。幸い企業向けのふるさと納税の仕組みを市町村と連動し、寄付する方法で 10%の予算で地域に設置できます。能登半島地震の学びから国難級災害に備える準備を SC、百貨店から始めようではありませんか。

2. 2026 年に台頭する消費者層

「ザ・グリーマーズ」と、「マイナーストーン」戦略

英国ロンドンを拠点に、グローバルな調査と分析を行うトレンド予測会社 WGSN は、ファッション、メイク、インテリアのデザイントレンドだけでなく、ビジネスや消費者動向に関するレポートでも高い評価を受けています。最近とくに興味深かったレポートが、「フューチャーコンシューマー2026」レポートです。中でも、「ザ・グリーマーズ (The Gleamers)」という消費者層の台頭と、「マイナーストーン」戦略は印象に残りました。

かつては、一定の年齢までに結婚したり、住宅を購入することが伝統的、かつ、大きな人生の目標とされていましたが、今では社会構造や価値観の変化により、これらの節目を達成する年齢も加齢化していますし、未婚者の増加やインフレによる生活費の上昇などが原因で、目標を達成できる人やそもそもそれを目指そうとしている人自体も減少しています。成功の定義も変化しています。若者は早く成熟し、シニア世代は若さを保ちたいと願う消年齢化も進んでいます。

このような状況下で、人々は伝統的な節目や目標である「マイルストーン」から離れ、人生の節目を再定義し、より達成可能で、日常的な小さな成功を祝う、個人的な目標「マイナーストーン」に焦点を当てるようになってきています。そして、ブランドや企業としては、このマイナーストーンを祝うための、柔軟な製品やサービスや体験を提供することが重要だと WGSN は指摘しています。

そして、2026 年に注目すべき存在として、「ザ・グリーマーズ」という消費者グループについて言及しています。この言葉は、落穂拾いをする“gleaners”（グリーナーズ）と、心理療法士 Deb Dana 氏が提唱する「小さな楽しみ」や「神経の落ち着き」を意味する“glimmer”（グリマー）から派生した造語で、ネガティブな感情を引き起こす“trigger”（トリガー）とは対照的に、快適さと安心感をもたらす小さな喜びやポジティブな瞬間を求める人々を指しています。

彼らの特徴としては、パーソナルな視点とサステナブルな視点を有しています。そして、よりシンプルな生活に憧れ、幸福感のあり方を見直しています。移住やUターンにより地方の活性化に尽力したり、農業に従事したりしながら、強いきずなで結ばれた人間関係の形成に取り組もうとしています。生物学や法律ではなく、自分たちの意志で選択した「ファウンドファミリー」を形成する人も多くいます。さらに、自分自身と同じくらい他者をケアすることを重視しています。

彼らの中には、生活費の高騰や、仕事至上主義によるプレッシャーにより、疲れ果てて燃え尽き症候群に陥っている人や陥りそうな人々も多くいます。一般的な人生の節目には目を向けず（向けられず）、小さな幸せやコミュニティでの支え合い、小さな達成感を得られる「マイナーストーン」をより重要視するようになっていきます。

WGSNでは「ザ・グリーマー」の心を掴むビジネス戦略として、「小さな達成感を大切に」「ケアの達人になる」「田舎暮らしに焦点を当てる」「サードスペースを提供する」という4つの戦略を提案しています。

たとえば、ペットの誕生祝いや離婚パーティー、奨学金の完済、辛い仕事からの脱却、家族旅行など、新しい、祝うべき理由はたくさんあります。彼らの日常を豊かにするための商品やサービス、体験を提供することがブランドや企業に求められていますし、そこには大きな商機があると考えられます。

ひるがえって、小さな達成感やマイナーストーンに対するビジネスチャンスという意味では、日本でいうところの「ご褒美需要」と捉えることができるかもしれません。あるいは、「小さな歳時記・記念日×新しい購買モチベーション」で成功した事例として「一粒万倍日ブーム」があげられるかもしれません。一粒万倍日に新しいお財布を使い始めることで少しでも金運を上昇させたいという人々の潜在ニーズは想像以上に大きく、現在ではラグジュアリーブランドから生活雑貨ブランドまで恩恵を受けていると聞きます。関心度もとても高く、オンラインメディアなどでは新商品情報の中でもPVが稼げる人気コンテンツになっています。

高島屋と阪急阪神百貨店が共同で開催する七夕のアクセサリーイベントも、一粒万倍日ばかりに化けるか注目されます。年に何度も訪れる一粒万倍日とは異なり、七夕は年に1回、7月7日しかありませんが、星座とのつながりが深く、占いに興味関心を持つ層との相性は抜群です。高島屋と阪急阪神では「ディアマイ ハッピーネス わたしの七夕アクセサリー」と銘打ち、人気占い師が推奨する星座石というパーソナルなパワーストーンを購入してもらい、運氣アップを応援しようというものです。誕生石やパワーストーンを身に着けることはかなり一般化してきましたが、マイナーストーンに合わせて購買モチベーションをつくることは、メーカーや商売人としての腕の見せ所と言えるでしょう。

「ザ・グリーマーズ」と「マイナーストーン」のキーワードが2026年に向けてどのように台頭するのか、あるいは、ビジネスとして定着するのか、楽しみにしています。

<レストラン情報>

1.本格的な京料理をカウンターで味わえる「つろく」

京都の御所南の路地裏にひっそりと佇むカウンター割烹「つろく」。今食通の中で話題になっているお店です。30代の若い大将上田さんは、創業者の他界をもって既に閉店となった東京の名店「京味」で修業を積み、2020年京都に店をオープンしました。京都といえばまずは和食、でもコースで頂くのはちょっと気が重い、そんな時にカウンターで自分の食べたいものをオーダーできる貴重なお店です。15席のカウンターのみ店内には常連さんらしき、お1人でいらしているお客様も数人。料理は本格的な京料理をベースに、酒の肴やご飯のおかずにもなる一品料理が揃っています。まず始めに供される旬の食材を使った3品、器も素敵です。料理はどれも上品だけどしっかりだしが効いていて一品一品に余韻が残ります。しめの土鍋ごはんはこちらのスペシャリテ。お腹が一杯になってしまい、頂けなかったのが次回は是非トライしたい一品です。日本酒のセレクトは勿論の事、ワインのセレクトもなかなか。京都のお店は一見さんには入りにくい印象がありますが、こちらの大將はとても感じが良く居心地の良いお店です。お値段は1人お酒を入れて15000円位〜。この内容でこのお値段はコストパフォーマンスが高いと思います。次回京都に行くときにも是非訪れたいお店です。

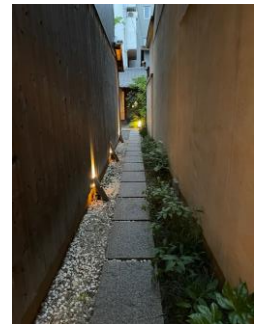
小さなお店なので予約をお勧め致します。

京都市中京区二条通高倉西入松屋町51

TEL:075-275-3926

営業時間：17：00～22：00（L/O）

定休日：日曜日



2.京都産の食材に拘る「洋食ヒグチ亭」

京都といえば和食のみならず洋食の美味しいお店が山ほどあります。その中でもこちらの「ヒグチ亭」は京都産の食材にこだわる人気の洋食屋さんです。御所南、東洞院通にある小さなお店で烏丸御池の駅から歩いて5分位。店内はテーブルとカウンター席あわせて15席ほど。ランチタイムは常に満席です。前菜の盛り合わせは一つ一つ丁寧に作られていて彩り豊かな盛り付けです。京都産黒毛和牛ハンバーグは鉄板でふっくら焼き上げ、その上に半熟の目玉焼きがのっています。一緒に頂くと口の中でとろりと絡み合い何とも言えない美味しさです。デザートのマカロンパフェも見た目も可愛く、素敵なランチを締めくくる素敵な一品です。皆様、ワインと一緒にランチを楽しんでいました。人気店なので要予約です。コースは3000円〜。

京都市中京区東洞院二条通下ル瓦ノ街 373 TEL:075-744-6877

営業時間：ランチ 11:30~16:00 (L/O 15:00)

ディナー 17:00~22:30 (L/O 21:00)

定休日：火曜日



3.京都で人気の朝食スポット「進々堂」

京都で朝食といえば進々堂。創業者の続木齊はクリスチャン。「パンづくりを通して神と人々に奉仕する」との思いから1913年（大正2年）に店を開きました。京都市内に12店舗をかまえ、毎日焼きたてのパンや作りたてのサンドウィッチを豊富に取り揃えています。店内はクラシックな大正レトロな感じで落ち着きます。毎朝オープンと同時に列が絶えることがあります。お客様の半分以上は外国人です。朝メニューの「スープブレックファストセット」は、ブリオッシュやうぐいす豆など約10種類から選んだパンがサーブされ、おかわりは何度でも。そこにスープとドリンクが付くという豪華セット。

セットのブレックファストは1100円～。

京都市中京区三条通河原町東入ル中島町 74

TEL:075-241-1179

営業時間：モーニング 7:30~11:00

ショップ 7:30~21:00

無休

<https://www.shinshindo.jp/>



4.奥渋の屈指の人気ワインビストロ「アヒルストア」

とにかくいつ行っても満席、並ばずに入れたならとてもラッキーなお店です。富ヶ谷の静かでゆったりした住宅街に佇むワインバー「アヒルストア」。店内はカウンターに8席、あとは大きな樽をテーブル代わりに使っている立ち飲みスペースの小さなお店です。でも居心地は最

高です。まるでパリにいるみたい。カジュアルなワインビストロだけど料理のクオリティーは非常に高く、どれを食べても美味しいです。自家製のパンもかなりの美味しさ。ビオワインも種類が豊富で好みを告げるとスタッフがお勧めのものをもって来てくれます。食の宝庫と言われる富ヶ谷から代々木上原エリアでも最も人気の高いお店だと思います。予約不可、お会計は現金のみとかなりの制約があるものの、1度行くとまたすぐ行きたくなるお店です。

ワインを飲んで1人7000円位〜。

東京都渋谷区富ヶ谷 1-19-4 TEL:03-5454-2146

営業時間：月・火・木・金・土 15:00~21:00

定休日：水・日



5.ランチが大人気「flour+water」

本店は中目黒。常に行列が絶えることない人気店です。今回虎ノ門ヒルズステーションタワーにオープンしたので訪問してみました。こちらも本店同様、常に長蛇の列。オープン感のあるお店の天井にはたくさんのドライフラワーが素敵に飾られています。女子はまずこれにハートを射止められます。そして何と言ってもスタッフの接客が抜群です。皆さん笑顔で感じが良く、細かいところまで気が回ります。ランチセットは好きなパンが4つ選べて、メインにサラダかスープかパスタが選べます。紅茶も色々な種類のものを20分おきにサーブしてくれて、注いでくれた紅茶の特徴が書かれたカードもテーブルに置いて行ってくれます。食べきれないパンはお持ち帰りにしてくれるのも気が利いています。席もゆったりしていて、落ち着きます。パンは普通に美味しいレベルですが、お店の雰囲気、サービスを考慮すると再訪したいランチスポットです。ランチは1800円〜

東京都港区虎ノ門 2-6-3 虎ノ門ヒルズステーションタワー4F TEL:03-6206-7980

営業時間：月~土曜日 10:00~23:00 日、祝 10:00~22:00

https://www.toranomonhills.com/gourmet_shops/3640.html



今月のPATROL

世界のトップレベルを誇る日本の接客やサービス。そのリアルな現場を年間1300店以上見ている調査員がパトロール！時代が変化しても引継いでいきたい「おもてなし」を、調査結果と共に発信していきます。

店内の空間・BGM・接客・価格
すべて大満足！

SHOP DATA>>>

住所: 東京都杉並区下高井戸1-2-14
蒲原ビル1F
関連URL: <http://coffee2-3.jp>

おもてなし評価

総合	挨拶	★★★★★★
100点	笑顔	★★★★★★
★★★★★★	パーソナルな対応	★★★★★★
	再来店したいか	★★★★★★

散歩しながら店舗巡り、今日は下高井戸編です。
調査員 T.I

下高井戸といえば昭和の風情が漂う「駅前市場」、がこの3月に閉鎖した。新鮮でコスパ最高の魚屋、豆腐屋、花屋は、週末の楽しみの1つだった。商品を見定め、分からないことは尋ねてみると親切に教えてくれる。ややハードルが高い買物だったが購入後の満足感があり、早く帰って夕食の準備をしたくなる市場の買物だった。残念なことに市場はなくなったが、庶民的な商店街のある下高井戸を今日は散歩してみることにした。

Point!

R・B・K調査隊長よりヒトコト！

住宅街のお茶する場所がどんどん減少している。都心はトレンドを追った店が次々登場し、片や一部の喫茶店は昭和ブームにあやかり若者達が発信目的で押し掛けている。「サードプレイス」という言葉が数年前に登場したけれど、必要だと痛感する。心地よさは人様々だが「居心地」は店の個性と共に大切な部分だ。

店内の様子が見えないと不安
メニュー掲示は安心感につながる

散歩のスタートは、お気に入りの魚屋さんの引っ越し先へ行ってみることにした。超方向音痴の私でもここなら駅近で、分かりやすく買物しやすい場所だと安心する。残念なことにその日は定休日で、買物は次回にお預けになった。その通りを歩いていくと、ひっそり佇む喫茶店を発見！自家焙煎珈琲の看板が目に入った。ただ、店内の様子が見えない入口は少々不安だったので、店頭メニューを確認すると、手頃な価格、手作りケーキ、フードもある。希少な喫茶店に興味があるし、入ってみることにした。店内に入ると、ジャズが流れ、延長線上に男性オーナーらしき方が待機し挨拶があった。マスクごしでも分かる満面の笑みで、穏やかな声は心地よく、思わずこちらも笑顔になり、安心して席に着いた。



お客様の様子を見守る

店内奥5席くらいのカウンターは満席で、話し声が聞こえてくる。着席したテーブル席は、両脇を客に挟まれていても、2テーブルをセットしていたので、程よい距離が保たれていた。メニューを見ると、自家焙煎豆を販売し、好みに応じて挽いてくれる。味の特徴も丁寧に記載され、コーヒーはネルドリップで1杯ずつたてるコーヒー愛に溢れた店だった。こちらの様子を見ていたのだろう、頭を上げると目が合い、オーダーを取りに来てくれた。月替わりの紫陽花コーヒーとシナモントーストを注文すると、笑顔で「かしこまりました」と告げて姿勢よく静かに戻っていった。



心地よさは、顧客につながる

オーナー好みの本・レコードが狭い店内にセンスよく配置されており、BGMもレコードからの音源だった。壁の絵もバランスよく配置され、猫がお好きなのだろう、シンプルな猫の絵が目につく。店内の雰囲気がとても心地よい。お客様も若い方から年配まで幅広く、客層も感じの良さそうな方たちだ。まもなく、静かに商品提供があった。「失礼します。お待たせしました」のお声掛けとともに、静かにテーブルに注成品を配置した。なんとコーヒーが後味がスッキリして雑味が一切なく、円やかで美味しい。何もかも値上がりなのに450円の価格。おまけに、フードと一緒に100円引きなんて、ありがたい！勿論、お見送り挨拶は、笑顔の会釈もあり、心が温まる。久しぶりに至福の時間を過ごせた。