平成24年1月13日発行（毎週金曜日発行但し第5週は除く）第47巻2号（通巻第1952号） 昭和42年4月21日　第3種郵便物認可

HOTERES

週刊 ホテルレストラン

2012 1 | 13 ¥1600

特集／本誌独自調査

2012年日本のホテルチェーン・グループ一覧

TOP INTERVIEW
ワールド・ヘリテイジ
代表取締役 川井徳子氏

www.ohtapub.co.jp Ohta Publications

その土地の魅力を伝えるのは「物語」と それを担う「人」の力

～地域と共にあり、地域を学び続ける

株式会社ワールド・ヘリテイジ

奈良市を中心にホテル、レストラン、土産物店を運営する株式会社ワールド・ヘリテイジ。同社は2011年に土産物店2店を新規出店すると共に、運営するホテルアジール・奈良が同年10月に発売された『ミシュランガイド京都 大阪 神戸 奈良 2012』において2パビリオンマークを獲得した。勢いを増し、今後が注目される同社を追った。

取材・本誌　岩本大輝

※関連記事 74ページ

ホテルアジール・奈良　2011年1月に改装された「ならスイート」

ホテルアジール・奈良　囲炉裏

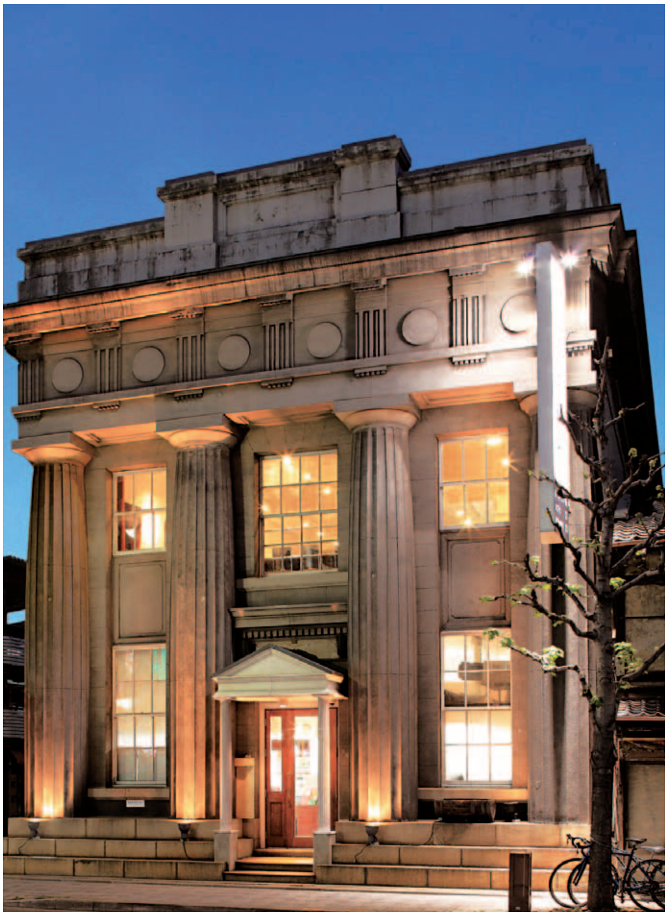
ホテルアジール・奈良アネックス　ロビー

株式会社ワールド・ヘリテイジは、ホテル、土産物店、飲食レストランなどを奈良市・京都市で経営・運営すると同時に、ホテル、物販事業のコンサルティングも行っている。

ホテル事業としては奈良市内に「ホテルアジール・奈良」、「ホテルアジール・奈良アネックス」という、個性の異なる2施設を運営。また、土産物店運営事業として奈良市内に「なら和み館」「平城京和み館」、京都市内に「きょうと和み館」、さらに、飲食レストラン事業として奈良市内に「奈良スペイン料理 PicaPica」を運営している。

World Heritage

《ロゴマークの由来》
東大寺南大門に立つ金剛力士像の身体にかかるリボンをイメージし、ワールド・ヘリテイジの頭文字「W」を形取った。



大正時代の銀行を改装したきょうと和み館　外観

きょうと和み館　店内

平城京和み館　店内

スペイン語で「ついばむ」という意味を持つ料理店「奈良スペイン料理PicaPica」自慢のパエリア

なら和み館　外観

株式会社ワールド・ヘリテイジ代表 川井徳子氏の著書

『不動産は「物語力」で再生する』

著　者：川井徳子
出版社：東洋経済新報社
価　格：1,575 円（税込）
頁　数：215頁
体　裁：四六版／ソフトカバー
発　行：2011年12月8日

京都市にある日本庭園「何有荘（かいうそう）」。同社代表川井氏はこの何有荘を高級不動産特化のオークション「クリスティーズ・グレート・エステート」を通じ米オラクル社のCEO ラリー・エリソンに売却したことで注目を浴びた。

その土地の魅力を伝えるのは物語とそれを担う人の力

地域と共にあり、地域を学び続ける

奈良県を中心にホテル、レストラン、土産物店を運営する㈱ワールド・ヘリテイジ。同社は2011年に土産物店2店を新規出店するとともに、運営するホテルアジール・奈良が同年10月に発売された『ミシュランガイド京都 大阪 神戸 奈良 2012』において2パビリオンマークを獲得し、勢いを増している。

また一方で、同社の代表川井徳子氏は不動産の再生コンサルタントとして、過去には京都の日本庭園「何有荘（かいうそう）」を高級不動産特化のオークション「クリスティーズ・グレート・エステート」を通じてオラクルのCEOラリー・エリソンに売却したことで注目を浴びた実力者でもある。事業拡大で勢いを増し、今後が注目される川井氏に話を聞いた。

聞き手・構成・本誌　岩本大輝

㈱ワールド・ヘリテイジ
代表取締役　川井 徳子氏

Profile
川井 徳子（かわい・のりこ）
1958年生まれ。不動産業、運送業、観光業など五つの会社を束ねるノブレスグループの代表。立命館大学卒業。97年に父親の会社を引き継ぎ、日本庭園「何有荘」、「ホテル関西」はじめペットマンションやメディカルモール等多くの不良債権物件をよみがえらせた。現在は「再生」をテーマに、疲弊した地方経済の活性化に全力を投じている。
※2011年12月8日に初の著作本『不動産は「物語力」で再生する』を発行。詳しくはp. 5をご覧ください。

歴史を受け継ぎ、未来へと繋ぐ担い手であるという意識

まず、株式会社ワールド・ヘリテイジについて教えて下さい。

私たちワールド・ヘリテイジはホテル「ホテルアジール・奈良」、「ホテルアジール・奈良アネックス」、土産物店「なら和(なご)み館」、「平城京和み館」、「きょうと和み館」、レストラン「奈良スペイン料理PicaPica」を運営しています。

ホテル事業においては、「ホテルアジール・奈良」が個人客を、「ホテルアジール・奈良アネックス」が団体旅行、特に奈良は修学旅行マーケットが大きな土地ですので、そこをターゲットに運営しています。

土産物店の「和み館」はホテルアジール・奈良を運営している中で奈良周辺において大規模で食事もできる土産物店のニーズがあるのが見えていましたので、そのマーケットに参入をする形でスタートしました。土産物店のプラットフォームを作る、というコンセプトで展開し、昨年５月に「きょうと和み館」、９月には「平城京和み館」開業と現在３店舗まで拡大しています。

ホテルアジール・奈良が昨年出版された『ミシュランガイド京都大阪 神戸 奈良 2012』においてホテルとして二つのパビリオンマークを獲得されましたね。

私たちが取得した2000年の頃は団体旅行客をターゲットとした、20年経過した古い小さなホテルでした。

「アジール（＝癒しの場所、聖域)」という名前をつけたのも、当時より最初にお話ししたように個人客層をターゲットに考えていたためで、内装も暖炉を置いたり壁紙に工夫をしたりしていたのですが、リニューアル当初からは新しいマーケットを取り込むことは簡単ではありませんでした。そのため、当初は団体旅行も取り込みながら徐々にその比率を下げていき、10年以上かかりやっと昨年、個人客ターゲットのホテルに転換できたところです。

ちょうどその年にミシュランガイドさんが奈良も取り上げてくださり、また掲載もしていただき、私たちにとっては非常に良いタイミングでした。

まだまだ発展途上ではありますが、これまで継続して取り組んできたことが評価していだだけたのだと喜んでいます。

発展途上ということですが、目指すべきホテルはどのようなものですか？

私たちワールド・ヘリテイジは、事業活動を通じて単に収益だけを求めるのではなく、それぞれの土地の持つ個性や豊かさを伝えることも私たちの役割だと考えています。

つまり、働くスタッフ一人ひとりがこのホテルのある奈良という土地やそこに残る伝統を理解し、宿泊や料飲などのホテル運営を通じて来館されるお客さまにその魅力を感じていただけるようになることが理想です。

そのためには、どのようにすれば良いのでしょうか？

どの土地においても必ず歴史というものがあります。それに興味を持ち、常に学び続けることが必要です。

歴史というと、私たちとは別の世界の切り離されたものと思われる方もいらっしゃるかもしれませんが、歴史は私たちと切り離されたものではなく、過去から今に続く物語なのです。そして同時に、私たちはその歴史を受け継ぎながら、今まさにその歴史を作り、未来につないでいる一員でもあります。私たちは歴史を受け継ぎ、未来につなぐ担い手であることを認識すべきだと考えています。

不動産を「物語」を描くことで再生させる

川井代表が手がけられた日本庭園「何有荘」のプロジェクトも同じコンセプトだと感じます。

TOP INTERVIEW

そうですね。この考え方はワールド・ヘリテイジも属する私たちノブレスグループ全体の考え方でもあります。

何有荘は素晴らしい歴史を持つ日本庭園でしたが、投機対象として所有者が変わり続ける中で管理が疎かになり、その素晴らしい魅力を失っていました。

私は何有荘の再生プロジェクトの際、その背景にある歴史を徹底的に学び、それを再現すると共に、未来の物語を託せる方に繋ぐことで、再生が成功したと考えています。

私が不動産再生のプロジェクトに関わる際、まずはその土地・建物の歴史を知り、理解することから始めます。どの不動産も必ず歴史があり、メッセージを持っているのです。それを理解し、そしてそこに今まさに関わっている人たちが紡いでいる物語を読み解き、その未来を想像します。そうすることで、その土地・建物に本当に求められている役割が分かり、価値あるものへと転換することが可能となるのだと考えているからです。

では、観光業における「物語」とはどういったものでしょうか?

例えば、松尾芭蕉の『奥のほそ道』があります。

「夏草や兵どもが夢の跡」という句は岩手の平泉で詠まれました。だからこそ冬ではなく夏に平泉を訪れる人が多く、その当時を想像しながら人々が過ごしています。

同じように、正岡子規が「柿食へば鐘がなるなり法隆寺」と詠みましたが、だからこそ、秋になれば多くの人が法隆寺を訪れ、他の果物ではない、柿のお土産が飛ぶように売れるのです。

そういったその土地土地に残る

物語に興味を持ち、学び、発信していくことで、その土地の魅力が増し、訪れる人に伝わっていくのではないでしょうか？

観光業がその土地に住む人たちの自己実現につながる、その素晴らしさを伝えていきたい

御社の今後の展開について教えてください。

今後は観光業という領域の中でこれまでのノウハウをもとにさらに深めていきながら、観光業の大切さ、素晴らしさを次の世代に伝えていくことができればと考えています。

世界がグローバル化していく中で、重要になってくるのはローカル、その土地の固有性です。文化、気候風土、食材など様々なその土地が持つ付加価値を、訪れる人に感じていただく。そのためには、それぞれがその自分自身の住む土地のことを十分理解しなくてはなりません。

観光という言葉はもともと「国の光を観(み)る」という言葉にあるように、自分たちの良いものを人に紹介していく、つまり「自分たちの土地の良いところは何か？」というものを探していく過程で自分たちのことを知り、自分を取り戻していくことだと考えています。つまり、その土地に住む人が、観光を通じて自分たちの土地の持つ素晴らしさを知り、自己実現をしていく、という大切な役割を果たしているのです。

私たちができることとして、観光業の素晴らしさを多くの方に伝え、そして次世代に繋いでいけるよう、私たちがまずそれを実践し、続けていきたいと思います。

特別企画

時、そして物語を紡ぐ ワールド・ヘリテイジの営業戦略

※関連カラー 3ページ

「観光産業を通じてそれぞれの地域の個性や豊かさを訪れる人々に伝えていくこと」を経営理念とするワールド・ヘリテイジ。この壮大な理念の下、それぞれのマネジメント、スタッフはそれをどのように実行していくのか?

奈良のサービス業としてナンバーワンの平均給与が払える企業へ

地元におけるブランドが出来上がってきた

❑川井社長のビジョンの下、御社の営業戦略について教えてください。

私たちワールド・ヘリテイジは2000年のホテルアジール・奈良の開業から始まりました。当初は修学旅行専門のホテルでしたが、05年8月のホテルアジール・奈良アネックスの開業後に徐々に修学旅行客はアネックスへ、個人客はアジール・奈良へと移行させ、今年まさにその移行が完了しました。

また、ホテル以外では03年にオープンしたお土産店のなら和み館があります。なら和み館にはお土産店とレストランが併設されていますが、ほかの飲食施設にはあまり見られないしっかりとした厨房施設を持ち、奈良の食材を使った質の高い料理の提供にこだわることで、高い評価をいただけるようになりました。もともと低価格帯のマーケットに高価格帯の商品で参入をしたものですから、お客さまにご理解いただけるのに約3年と時間はかかりましたが、今では和み館さんだからと指名してお越しいただけるようになっています。

私たちは取り込むビジネスの特性上エージェント企業様とのお付き合いが非常に多いのですが、通常であれば施設名は覚えてもその運営会社がどこか、というのはほとんど気にされません。ところが、最近は各施設の努力がブランドを押し上げ、最近は「ワールド・ヘリテイジさんだから安心」と言っていただけるようになりました。

エージェント出身者だからこそできるパートナー企業の気持ちをくんだ対応でWIN-WINを築く

❑ブランドも認知されれば当然さまざまなリクエストも来るようになると思います。

そうですね。私たちの強みはホテルやお土産店など複数の施設を所有していることです。これらを有機的に活用し、お客さまの要望に応じて柔軟に対応できるようにしていますので、送客をしてくださるエージェント企業様から喜ばれ、良い関係を築けていると思います。

また、私自身がもともとエージェント出身ですので、送客側の担当者の気持ちも踏まえた対応ができるのは大きな強みになっていると思います。「送ってあげている側」とか「受けてあげている側」ではなく、双方がWIN-WINになれる関係を常に意識しながら各パートナー企業と信頼関係を築くように心掛けています。

奈良県内のサービス業としてナンバーワンの平均給与が払える企業へ

❑今後のさらなる発展に際し、課題はどんな点でしょうか?

各施設の支配人レベルまでは私たち経営陣の理念をしっかりと認識し、それぞれ良い形で実践ができているところまで来ています。次の課題はその下の若いスタッフたちがそれを実践できるようになることです。今後のさらなる展開のためにも、若い人材の成長は不可欠です。そのために、人事制度や給与体系も外部コンサルタントの力を借りながらここ2年で作り上げてきました。

目指しているのは奈良のサービス業としてナンバーワンの平均給与が払える企業になることです。和み館は奈良のお土産店としてナンバーワンと言えるところまで来ました。ホテルアジール・奈良もミシュランで2パビリオンマークを獲得するまでになっています。給与の面でも成果に応えることで、ワールド・ヘリテイジで働くことを誇りに思ってもらえるような体制を作り上げていきたいと考えています。

株式会社ワールド・ヘリテイジ
取締役 副社長 村田憲治 氏
Kenji Murata
1991年3月関西学院大学法学部政治学科卒業。同年4月株式会社日本交通公社入社。2003年有限会社ワールド・ヘリテイジ入社。06年株式会社ワールド・ヘリテイジ取締役就任。09年同社取締役副社長就任。現在に至る。

物語を紡ぎ、次代をつなぎ、歴史を伝える――
五感を重視した運営で奈良のデスティネーション化のムーブメントをアジール・奈良から発信していく

ホテルアジール・奈良
支配人 中 弥生 氏
Yayoi Naka

2004年KGIC International College卒業。1994年パークハイアット東京のオープニングスタッフとして入社。97年ザ・リッツ・カールトン大阪、2004年ザ・ブセナテラス レストランレセプショニストチームマネージャー、宿泊部ゲストリレーションズマネージャーを経て、07年株式会社KPG Luxury Hotels箱根・翠松園副支配人（オープニング）。09年12月 株式会社ワールド・ヘリテイジ入社。ホテルアジール・奈良 支配人に就任。現在に至る。

基本の整理、そしてコンセプトに沿った運営の確立

❏まずはミシュランガイドでの2パビリオンマークの獲得、おめでとうございます。

ありがとうございます。私たちとしてもまだホテルの改革中で発展途上の段階でしたので驚きましたが、外部機関よりこのような評価をいただけたことで、方向性として間違っていなかったのだなと感じています。

❏改革中とは？

一つ目はホテルの財務や人事、そしてオペレーションといった基本的な部分の整理。二つ目はホテルのコンセプトの再確認と、社長の川井が示す理念に沿った運営体制の再構築です。私が着任してちょうど2年が過ぎましたが、着任当初に立てた3カ年計画に基づきこれらに取り組んでいます。

具体的に、一つ目の基本的な部分に関しては、まず初年度でホテル全体の状況を隅々まで把握して整理し、2年目ではそれをオペレーションに落とし込みながらチェックをしてきました。

これから3年目に突入しますが、二つ目のコンセプトの再確認と体制の再構築の段階です。

まず、ホテル名である「アジール：asyl」とは、語源であるギリシア語の「asulon：癒やしの場、聖域」の意味を持っています。これらのキーワードをどうやってこのホテルで表現していくか。ハード、ソフトの両面で考えました。

ハード面では基礎である安全を重視した外壁工事や、一部の客室改修工事を実施しました。同時に、インテリアではキーワードを表現すべく温かみを重視したコンセプトカラーを決定しVI（Visual Identity）を整理しました。

ソフト面では現在進行形で取り組んでいる段階ですが、39室の小さなホテルだからこそできる、五感を重視した、個々のお客さまとの距離感を大切にすることが本来の“癒やし”であると考えており、私たちのホテルを選んでくださるお客さまが求める温かみとは何かを教育しながら常に考えさせています。

物語を紡ぎ、つなぎ、伝えていく

❏続いて川井社長が示す理念に沿った運営だと思います。「観光産業を通じてその地域の個性や豊かさを訪れる人に伝える」とはシンプルでありながらも非常に壮大であり、求められることも多いと思います。

そうですね。非常に共感を覚えた言葉に「グローカル＝グローバル性+ローカル性を持った運営」があります。来ていただいた方にこの奈良の魅力を伝えるためには、私たち一人一人がその土地の持つ歴史や今をお客さまに伝えることのできるコミュニケーション力と人間力を持たなくてはなりません。そのために現在取り組んでいるのは「物語性を重視した運営」です。

この奈良という土地はその背景に大きな歴史を持っていると同時に、私たちも今まさに歴史を作りながら後世につないでいる一員です。過去から続き今まさに作り上げている歴史の物語を宿泊や料理を通じてお客さまに提案し、伝えていく。そのためには、私たち自身も常にその歴史を学ばなくてはなりません。温故知新の精神でモノやサービスを提供していくことで、物語を紡ぎ、後世につなぎ、お客さまに伝えることができると思っています。

❏その土地の歴史や魅力を最大限に伝えるために必要だと思うこととは？

そうですね。これは私たちホテルアジール・奈良だけが発信していくには限界があり、同じ奈良という土地で観光を担う一人一人が努力をすべきことです。

しかしながら、まずは私たちができることとして、ホテルの運営でかかわるお客さま、パートナー企業、そしてスタッフまで及ぶすべてのステークスホルダーに常にその思いを伝えていくと同時に行政や地域の各協会への積極的な働きかけも不可欠だと考えています。

そういった日々の活動、そしてかかわり合いを通じて、奈良のデスティネーション化のムーブメントを、このホテルアジール・奈良から発信していきたいと考えています。

支配人の良きパートナーとしてホテルを盛り上げていきたい

リザベーション担当主任　星川チエミ 氏

❏星川さんは中支配人とこの1年間さまざまな改革に取り組んでこられたと聞いています。

私は入社して1年ほどですが、以前中支配人と一緒に働いた経験がありましたので、ある程度感覚が分かり、サポート役ができたのではないかと思っています。

中支配人が1年かけて整えてきたベースを、一緒になってさらに固めながら、発展させられるところに関しては意見を出し合いながら共に改善を行ってきました。

ただ、この入社してからの1年あまりは、ずっと忙しくひたすら駆け抜けてきた感があります。

❏やっと落ち着いてきたと思ったころに、今度は『ミシュランガイド京都 大阪 神戸 奈良 2012』での2パビリオンマーク獲得ですね。

そうですね。驚きもありましたが、一つ一つ積み上げてきたことが評価されたのかとうれしく思っています。

❏どのような反響が出ていますか？

まず、対外的には宿泊の方でミシュランガイド掲載プランも販売をしており、大きな反響も出ています。問い合わせもあり、ビジネスとしては良い機会ですので積極的に生かしていきたいと考えています。

社内に対する影響としては、スタッフのモチベーションアップになると同時に良い意味でのプレッシャーになっていると感じています。

今年掲載されたということは、来年はそれ以上を意識しなくてはなりません。そのために何をしたら良いのかをスタッフレベルでも考えるようになり、チームとしても、個人としても成長の機会になっています。

❏今回のミシュランガイドに掲載された要因はどのような所にあると考えていますか？

一つ目は、中支配人が着任以来2年かけて、丁寧にベースとなる部分を固めてきたことがあると思います。もう一つは、ベースが固まってきた中で、管理職だけでなく一般職レベルの若いスタッフまでもがホテルをより良くするために何ができるのか、という点について積極的に考え、行動する雰囲気が出来上がってきたためではないかと感じています。

私たちのような小さいホテルは良いアイデアだと思えばすぐに実行ができ、そしてその結果がすぐに見えることがプラスにはたらいたのではないかと思います。

実際にあった例では、昨年の夏は非常に暑かったのですが、何かお客さまにできないかということになりました。そこで、単にミネラルウオーターを用意してお渡しするのではなく、自分たちでミントレモンウオーターを作ろうということになったのです。これがお客さまに非常に喜ばれました。さらには、当初はミントを購入していたのですが、そのミントレモンウオーターが人気で大量に飲まれるようになると、今度はミントを買うコストが気になり始めたのです。そこで栽培したらどうだろうということになり、何度か失敗もしたのですが、最終的にはミントの栽培もできるようになりました。

小さなことですが、スタッフ一人一人が経営的な視点も踏まえて工夫をし、積極的に行動する雰囲気が、今回のミシュランガイド掲載につながったのではと感じています。

とはいえ、私たちの社長の川井が示すビジョンは壮大ですので、まだ始まったばかりです。中支配人の良きパートナーとして、ホテルがより良い雰囲気になっていくように努力をしていきたいと思います。

星川チエミ 氏
Chiemi Hoshikawa
1997年3月大阪外語専門学校卒業。同年4月ザ・リッツ・カールトン大阪 入社。2010年11月株式会社ワールド・ヘリテイジ入社。ホテルアジール・奈良営業部リザベーション担当 主任に就任。現在に至る。

奈良の魅力を伝えられるホテルへ

宿泊部 廣岡信文 氏

❏廣岡さんは旅館に興味を持ち、この業界に入られたそうですね。

はい。もともとは飛行場で技術職として働いていたのですが、サービス、特に旅館に興味を持ったのが始まりでした。ホテルアジール・奈良はホテルですが、39室という小さな規模ですので、旅館のようにお客さま一人一人の名前をお呼びできるようなサービスができるのが魅力ですね。

❏『ミシュランガイド京都 大阪 神戸 奈良 2012』では2パビリオンマーク獲得されました。

もともと良い雰囲気のあるホテル

ですが、ただそれだけではなくスタッフが皆ホテルを良くしようと常に考え、工夫していることが評価されたのではないかと感じています。私自身も客室のアメニティやロビーのインテリアを任されていますが、お客さまがより快適に過ごしていただけるための配置を考えたり、季節に合った雰囲気を出せるように工夫をしたりしています。

また、同時に収益についても常に意識しています。宿泊部門としては来館されたお客さまに夕食をご提案してみたり、お土産をお勧めしてみたりと、予算の達成に向けて小さな努力の積み重ねを継続していきます。

しかし、社長の川井が示すビジョンのように、ワールド・ヘリテイジのスタッフとして求められるのはより大きな視点です。今は奈良の歴史を学びながら、来館されるお客さまにより一層奈良の歴史や伝統の魅力を伝えられるようになりたいと考えています。

廣岡信文 氏

奈良らしさを
料理を通じて伝えたい

料飲部 森田貴仁 氏

❑森田さんはホテルや旅館でずっと料飲を経験され、若くしてレストランのサービスを任されていますね。

高校、大学時代のアルバイトから当初勤めた旅館まで、ずっと料飲部門で働いています。今回のホテルとして『ミシュランガイド京都 大阪 神戸 奈良 2012』に掲載されましたが、レストランとしてもお客さまの期待値が上がっているのを感じており、良い意味での緊張感がありますね。

❑森田さんから見て、ミシュランガイド掲載の要因は何ですか？

スタッフ全員がお客さまの方を見て考えているからだと思います。このホテルが良いのは、スタッフの数だけ視点があり、それぞれの意見をしっかりと出し合えるところです。そして皆、最終的にはお客さまの満足という一つのゴールに向かっている。そういった文化があるのが評価された要因ではないかと感じています。

❑注目度が増す中、どんな取り組みをしていきますか？

今回の掲載を受けより多くのお客さまが期待をしながら来館されると思います。そこで要求されるさまざまなリクエストに対して応えられるよう、柔軟性のあるサービスを目指していきたいと考えています。

また、売り上げに関しては顧客を増やす努力のほかに、宿泊部門と協力をし、当日ご宿泊のお客さまの夕食のご予約を獲得するなどの努力をしていきます。

そして、ワールド・ヘリテイジのスタッフとして来館されるお客さまに奈良の魅力をレストランを通じて伝えられるよう、歴史や伝統、季節感を上手に表現していきたいと考えています。

森田貴仁 氏

継続していく〜つないでいく。

スタッフ全員で作ったTシャツに込めた思い。

ホテルアジール・奈良では開業12周年を記念してホテルのTシャツを制作した。このTシャツには社長からスタッフまで、一人一人が笑顔で手をつないでいるイラストが描かれている。このTシャツの制作について、支配人の中氏は「皆で“つないでいく”ということを大切にしたかった。今年は12周年、来年は13周年と皆で1年1年をつないでいく。“来年はどうしようか”という話をスタッフ全員で共有していけたらうれしいなと思ったのです」と語る。川井社長の壮大なビジョンの下、支配人からスタッフまで一丸となった同ホテル。来年はこのTシャツにどんな絵が描かれているのだろうか…。

このイラストは美大出身の女性新入社員のスタッフが描いたもの。彼女はそれ以降“画伯”というニックネームで呼ばれ、それまで接点の少なかったスタッフとコミュニケーションを取れるようになったという。

中支配人は「小さな組織ですので、それぞれの個性を生かして一人一人が輝くホテルにできればと考えています」と語った。