

世界を知り尽くした 岡村龍哉

岡村 龍哉の宝石・健康紀行

「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」編 (2009)

やはり来た。ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（所在地：大阪市此花区桜島二丁目1番33号，開園日：2001年3月31日土曜日，年間来場客数：約800万人）ここの空気を体内に吸収すると、Tatsuya Okamuraではなく、岡村龍哉になる。そう、生まれ育った大阪の空気である。寛容な空気である。大阪府（面積：1,897.86Km²，人口：約884万人）の府庁所在地大阪市（約266万人）は、大阪の中央部分に位置する。新幹線のぞみ号（もちろんグリーン車）の広島駅<—>新大阪駅間は約1時間15分だ。コーヒーをゆっくり飲み終わるともう到着だ。USJは、生誕の地アメリカ以外で造られた海外第1号の映画を題材としたテーマパークだ。ちなみに、候補地の一つだった北九州市には、スペースワールドが開園した。バンガロー程度のサービスに出鼻を挫かれたが、気を取り直して、いざ、出発！



USJは、世界最高峰のエンターテイメントを集約したテーマパークであり、異なる豊かな表情を持ったハリウッドエリア・ニューヨークエリア・サンフランシスコエリア・ジュラシックパーク・スノーピースタジオ・ラグーン・ウォー

ターワールド・アミティビレッジ・ランドオブオズの 9 エリアで構成されている。

もちろん、老若男女が楽しめる性別・世代を超えた夢物語の空間である。



岡村は、大学は、法学部。大学院は経済学。オックスフォードでは、経営学を学び、今では、趣味は、ボールルームダンスにピアノの弾き語りだが、実は、余り知られていないが、高校は体育科卒業だ。どっぷり体育会系の間人だ。(サッカー少年だった) 全ての志の種は、親から頂き、寛容な大阪で育った。そして、広島で懸命に開花しようと努力している。人生を振り返るにはまだまだ若く好きではないが、誤解を恐れず、大胆に申し上げると、高校時代までは、自

分のことを理解できる人間だけが分かれば良いと考えていた。大学時代から自分に関心を持っている人間に対して自分を理解してもらおうと思った。社会人になると、自分の周囲全てに自分を理解してもらいたくなくなった。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのようなテーマパークは、私の比ではなく、理解を促す為、あらゆる情報を発信しなければならない。やはり、ブルーは、世界を制する。



規模の経済と範囲の経済がある。従来の重厚長大型の産業は、規模の経済を追求した。売上高を上げる為に設備投資で規模を広げ、損益分岐点の限界点を越えれば、売上高を上げる為に、再び、設備投資で規模を広げる。イニシャルコスト（初期費用）とランニングコスト（維持費用）のバランスを常に考え、極端な初期投資は採らず、リスク分散を命題にした。しかしながら、範囲の経済は、エリアの経済である。ランニングコストを抑え、イニシャルコストを極端に集中投資する。携帯電話事業が良い例だ。日本国内全てをエリアとする企業は、携帯契約者が1名でも日本全国のユニバーサルサービスは必要だ。1000万人になろうとそのイニシャルコストは比例せず、事業展開当初のイニシャルコストが莫大だ。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンなどのテーマパークは、範囲の経済を念頭に経営しなければならない。一日の顧客が1人でも、4万人でもテーマパーク内の稼動力は、変わらないだろう。如何に顧客満足度を満たし、限られたエリア（土地）で事業を進めるかは、【元祖！パソコン販売戦略】にそのヒントがある。

余談だが、岡村が公言した通り、東京ディズニーリゾートの2009年度上半期（4月～9月）の入場者数は、前年同期比5.7%の大幅減だ。（12,301,000人）経営資源の集中投資の前に【元祖！パソコン販売戦略】である。



岡村 龍哉の一番大好きな映画は？そう、『THE STING』だ。STING？スティング？人から愉快に大金を騙す？だ。ポール・ニューマン、ロバート・レッドフォード、ロバート・ショウ共演のアカデミー賞受賞作品だ。（1973年：ジョージ・ロイ・ヒル監督、ユニバーサル映画製作、第46回アカデミー賞作品賞）1年に1回観ることになっている。数多く観ているが、観るたびに得るものがある至宝の作品だ。（名画とは観る度に得るものが異なるものだ）実は、ここUSJには、この映画のセットがある。



アメリカ合衆国（面積：9,626,630Km²、人口：約30000万人）のニューヨーク（約1850万人）へ行った際には、The Sting Roadへ必ず向かう。本物と本物同様に作ったセット、同じ様だが、やはり、同じではない。歴史の積み重ねが違うのだ。



天然宝石と合成宝石の違いと同じだ。天然宝石の中でもジュエリーと呼べる宝石は、もちろん、①美しさ：類稀な美しさと輝きを備えている。②希少性：手に入れるまでに時間と労力を必要とする。③耐久性：年月が過ぎても輝きとその形を留めている。の3条件が必須だ。(株式会社 JO の高級ブランド Jewelry Okamura は、真のジュエリーのみを取り扱っている)





一方、**合成宝石**は、**化学的に合成された宝石**である。つまり、天然宝石と全く同じ物質であるため物理的特質は同じである。ジュエリーの女王、コランダム宝石のルビーの主成分は、酸化アルミニウム（アルミナ： Al_2O_3 ）に1%のクロム（Cr）が着色し赤色を示す。合成宝石も同じ成分である。モース硬度も同じく9である。では、合成宝石と天然宝石の違いは何か？それは、輝きの内部、包有物に現れる。**人類の文明が誕生する遙か以前の太古の昔から、積み重なった圧力の結晶**がルビーとなる。合成宝石は、確かに物質的特質は同じでも育成される。（造られる）年月が比べられない程、短いのだ。合成ルビーで言えば、現在高価な合成ルビーは、数時間単位の結晶育成のベルヌイ法ではなく、数ヶ月単位を要するフラックス法が主流である。（合成宝石は**フランス**で発達した）やはり、長い年月で育成しようとしているのだ。しかしながら、1年以内のことだ。包有物に天然と大きな差異が生じるのは当然だ。天然石には、フェザーインクルージョンが、合成石には、気泡が現れる。気泡は、天然石では、単独では絶対に現れない。端的に言えば、内部の結晶体を観察すれば、天然か合成かの鑑別は容易である。（鑑定はダイヤモンドのグレード選別時に使用される用語）また、**類似石**は、合成石ではなく天然石である。ルビーで言えば、同様な色彩と光沢を持ち、産地までもが重なるレッドスピネル。（モース硬度8）纏わる物語としては、1700年代までは、ルビーとレッドスピネルは同一視されていた。鑑別技術が確立されていなかったためだ。岡村龍哉の外国の故郷！？イギリス王室が所蔵する戴冠式用王冠の正面で光り輝く『**黒太子のルビー**』と呼ばれる赤色の宝石こそが、実は、レッドスピネルであったという逸話はとても有名だ。最高級ルビーと称される「**ピジョンブラッド**」同様の色彩まで存在

する。しかしながら、ルビーは内包物に特徴があるが、スピネル全般に共通していることは、内包物が殆ど無く、両者の違いは顕著だ。ちなみに、ダイヤモンドに対するジルコンも類似石になる。(屈折率によるダブリングの存在で鑑別は容易だ) もともと、合成石は、工業製品に利用する事が主目的であった。最後に**模造宝石** (イミテーション) にも触れておこう。宝石とは呼べない天然石やガラス (ギアマン)、合成石をダブルット・トリプレットなどで張り合わせたものなどと呼ぶ。ガラス・磁器・アクリル・木・貝・骨などを加工して出来たものもこの範疇だ。鑑別が不要なほど明らかな偽物もこれに含まれる。

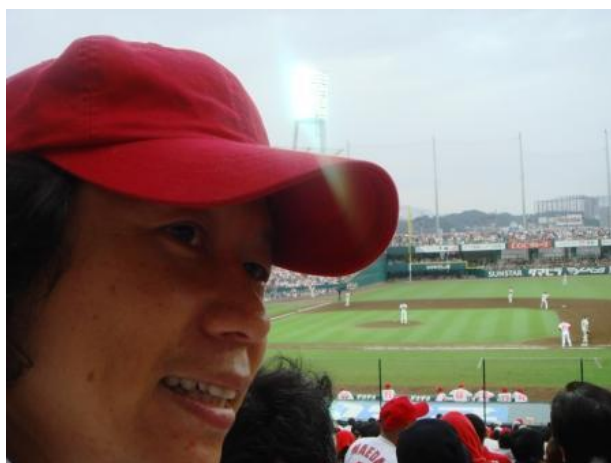


エチケットと**マナー**は違う。『岡村の考え』は、誤解を恐れず、大胆に申し上げると、こうだ。**エチケット**は、基本的に**1人称**だ。お風呂に入ったり、歯を磨いたり、そして、髪をといたりなど自分自身に手を加えることだ。一方、**マナー**は、**2人称・3人称**だ。マナーは、基本的に自分自身以外の相手に行う所作だ。エチケットは出来てもマナーを心得ていない人間は、尊大に映る。逆に、マナーを心得ていてもエチケットが出来ていない人間は、嘘に映る。やはり、エチケットとマナーは、同時に修得すべきものだ。すると、「うっかり・忘れていた・気付かなかった」の言葉は消去される。



余談だが、先入観・既成概念・固定観念は、禁物だ。岡村は、大阪系広島人だ。

この写真を見て、さて、連想することは・・・、



赤い帽子を被ってマツダスタジアム（新広島市民球場）で観戦中。広島カープファンではない。（嫌いではないが）すると、大阪出身なので、阪神タイガースファンなのか、いやそうではない。（嫌いではないが）Okamura は、母親のお腹に居るときから読売ジャイアンツファンだ。社会人になってからは、福岡ダイエー・ソフトバンクホークスも応援している。地縁の繋がりには全く無い。新聞は、読売ではなく、朝日新聞と日本経済新聞を購読している。契帯電話は、15年間ずっと、ソフトバンクではなく、NTT ドコモだ。要するに、物事には連関があるようで、無い事が多い。つまり、偶然の繋がりが存在するのだ。【神の見える手】を国富論で提唱したイギリスのアダム・スミス。Tatsuya Okamura は、【偶然の機会を与える必然の志】を『セシリシリーズ』で、提唱したい。無宗教者の岡村龍哉は、いつも *Something Great* と隣り合わせしている。

余談だが、この赤い帽子は、アメリカの国防総省（ペンタゴン）視察の際に、プレゼントされた PENTAGON 帽だ。

ふらっと入ったアイルランド式レストラン。大阪式サービスがとても気に入った。バンガローサービスからのスーパーリカバリーショットだ。旅の思い出は、印象に残った風景の素晴らしさに左右されるが、旅の良し悪しは、人（特にサービスをする人）に左右される。とても素敵な人にサービスして頂いた。良いサービスを受けた人は、笑顔が良い！



一番嫌いな行為の一例は、自動車の中からのタバコやゴミのポイ捨てだ。まさに、《省益あって、国益なし》の発想だ。自分の車内は煙やゴミで汚れるのは嫌だから車外を汚そうとする。やがて、車内のみが綺麗で車外全てが汚染される。地球温暖化問題の本質だ。2020年公約、1990年比25%削減は大いに結構だ。経済成長のマイナス要因どころかプラス要因になる。いくらでも根拠を示すことは出来る。いつの間にか、車外は完全に汚染され、いつも綺麗にしていた自動車も走行するだけで汚れるに違いない。モラルが本当に大事だ。徳治自治から始めよう。

そろそろ、20:00からの「Magical Stardust Parade」の開始だ。パレードの様子をモノではなく、人に観察を集中させると、とても面白いことに気付いた。TDRは、出演者が‘魅せる’ことに懸命だが、USJは、‘狙っている’。そう、ギャラリーを笑顔（笑わそう）にしようと出演者が狙っているのだ。その目は、やはり、狙っていた。パレード中にふと気付いた、ギャラリーも狙っていた。みんなが狙っている。寛容な狙いだ！？そして、これも大阪のお決まりだが、あれだけ長時間待っていたのに、パレードの終了を待たずに途中解散している。不可解だ。株式会社 JO の高級ブランド Jewelry Okamura は、テレビCMを今年11月から開始する。乞うご期待！





日本国（面積：377,835Km²、人口：約12728万人）の首都東京都（約1298万人、首都圏人口は約3570万人）は、日本の総人口の1/10を占める。“均衡なる国土の発展”はどうしたのだろうか。日本は小さくて大きな国だ。しかしながら、大きくて小さな国だと最近つくづく感じる。これから、地方からのバージョンアップが肝要だ。それは、【小出し】の奥義だ。パラドックスだが、バージョンアップを成功させるにはこの極意が欠かせない。JOは、この戦略で右肩上がりの成長を14年間続けてきた。15年目の今期も同じだ。設立20周年までは、設立当初のバージョンアップ計画を進めるのだ。全てを話して真似をされても怖くは無い。オリジナルは本当に強い。オリジナルこそ、企業の源流でありイノベーションの種だ。

「ピーターパンショー」と「Water World」は必見だ。「ピーターパンショー」の感動のクライマックスには、ジェットコースターがゴーゴー、そして、キャ

一キャー、何故かとても合う。やはり、大阪のテーマパークだ。岡村の好物、大阪風ミックスモダンお好み焼きだ。(もちろんソバでよく焼きだ)





余談だが、岡村 龍哉の宝石紀行『セシリシリーズ』のヘビーユーザーからお手紙を頂きました。株式会社 JO のお客様以外からのお手紙で少し驚いた。人生教訓などとは程遠いですが、何かのヒントになれば本当に嬉しいです。この場をお借りして、御礼申し上げます。他の手紙の質問で、『夢』に付いて、尋ねられました。岡村 龍哉は、年を重ねれば重ねるほど、『夢』が広がります。「目標」は、『夢』への具体的な通過点です。『夢』の実現の為、精進したいと思います。

さて、国内シリーズはこの辺りで・・・、次回の岡村 龍哉の宝石紀行『セシリシリーズ』は、再び、宝石商岡村のラグジュアリーな海外編をお届けする。乞うご期待！

この写真の硬派からのユーモアが分かれば、間違いなく、あなたも、ヘビーユーザーだ。(実は奥が深い)

