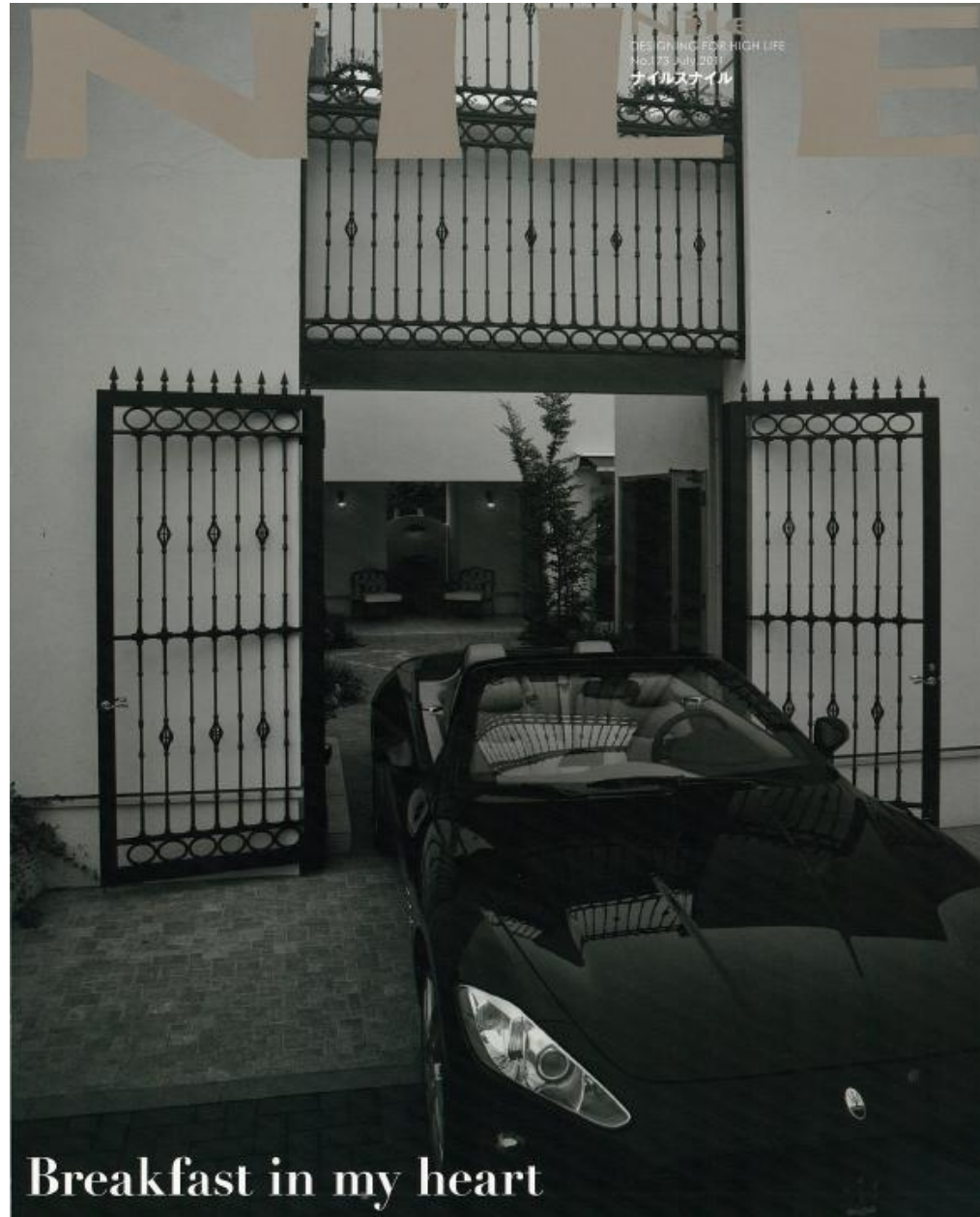


■2011年7月1日 ナイルスコミュニケーションズ社発行  
「ナイルスナイル 2011.7 No173」



【表紙】



#### HOTEL

090 The Birth of LEGEND HOTELS ホテルが発信する「新しい社会貢献のあり方」ザ・レジェンド・ホテルズ&トラスト WATCH&JEWELRY

092 今年も彼の右腕には、リシャール・ミル ラファエル・ナダル全仏選手!

094 PATEK PHILIPPE 『カラトラバ』の進化と深化

097 CARRERA Y CARRERA 情熱とエネルギーを放つジュエリーに心が騒ぐ

#### HEALTH&BEAUTY

098 “自信の持てる自分”であるための新提案、「リバースエイジング」を提唱 銀座 ケイ スキンクリニック LIVING

102 Beautiful home, Beautiful life 「イタリアの街」を再現した、中庭とガレージのある家 ドムステデザインカーゼ

106 眺望の地に建つ威風堂々の住まい ブラウドシリーズ ブラウド劇場/ブラウド松濠一丁目/ブラウド代沢

108 緑と水に癒される都心の住まい ブラウドタワー東豊キャナルコート

110 恵比寿に住まい、都心を豊のままに クレヴィア恵比寿

111 潤いに包まれる都心、中目黒という存在 クレヴィア中目黒

112 麻布十番で“超都心”を謳歌する シティタワー麻布十番

114 六本木を日常にするラグジュアリー アトラスタワー六本木

118 真のオーシャンフロントに住まう賢沢 ミレニアムレジデンス購買オーシャンズヴィラ

122 憧れが愛着に変わる住まい ザ・千里レジデンス/ザ・千里タワー

124 海×森×空×ロンドン 百選派の新しい歴史が動き始める グランドメゾン百選派オーシャン&フォレスト

127 バナソニックが提供する、上質のケアとやすらかな暮らし エイジフリー・ライフ

#### INTERVIEW

139 Perrier-Jouët 一感動を呼ぶ、シャンパーニュ

#### RESTAURANT

140 Exceptional Cuisine 「美食」の先へ vol.4

128 Reader's Club 129 On the Scene

130 Catalog Today 143 WEB-NILE NEWS/次号予告

Cover/中目黒イタリアの街づくりをヒントに、家をひとつの街にみ立てた新しいコンセプトの注文住宅プロジェクト「PROFLO」。ドムステデザインカーゼが手がけるプロフェッショナルでは、「イタリア的な暮らしが実現できる美しい住まいを創出している。アイコニックなデザインのエントランスをはじめ、本物のイタリアンデザインが凝縮したこの住まいにはイタリア生まれの高級・マセラティがはく似合う。詳しくはP102」 Photo: TONY TAKIUCHI

Special Thanks: CORNELL AOKAWA (ARCHITECT) Publisher & Editor in Chief

Toshio Aoyama

Editor

Haki Kimura

Sumie Yoshida

Toruaki Miyama

Sayuri Hanaka

Art Director

Hironichi Watanabe

Design

Kazuo Watanabe

Printed by

Heesoo, Inc.

Published by

Nile's Communications Inc.

〒107-0062

東京都港区南青山1-12-4 企業道CA2階

TEL03-6774-0861 FAX03-6774-0862

E-mail: info@web-nile.com

©) Nile's Communications Inc.

本誌の発行元、〒107-0062、東京都港区南青山1-12-4、Nile's NILE No.175 2011年7月1日発行

# The Birth of LEGEND HOTELS

## ホテルが発信する「新しい社会貢献のあり方」

ザ・レジェンド・ホテルズ&トラスト

「商品をつくる前にお客様をつくる」ことから動き出した、千葉・房総に2012年オープン予定のレジェンドクリフホテル。多くの投資家の心を動かしたのは、このホテルビジネスが故に抱えた「新しい社会貢献のあり方」だろう。CEO鶴岡秀子氏が描き出すその社会貢献とはどんなものなのか。本誌編集長・青山俊夫が斬りこむ。

Photo TONY TANUCHI Text Junko Chiba



ザ・レジェンド・ホテルズ&トラスト  
代表取締役CEO  
鶴岡秀子(つるおか ひでこ)  
東京生まれ。大学卒業後、アパレル業にて店舗勤務と経営企画に従事。その後、外資系コンサルティング会社勤務を経て、2000年に仲間と人とネットマーケティング会社を立ち上げる。2009年より現職。著書に『10歳から投資するお金の使い方(ダイヤモンド社)』、『投資術はわかる! 台湾を学ぶお金の相談』、『読者の心をつかむ! 本の設計図の秘密』(フォレスト出版)等がある。

青山 問われる人すべてが行動が社会貢献に繋がるとは思いません。むしろ、社会貢献は、社会貢献のチャリティーからどういうスタイルもシフトを起こしてきているのでしょうか。

鶴岡 一番の特徴は、3千坪の敷地にある10のヴィラを所有していただく建物オーナーたちが主体的にチャリティーしている仕組みにあります。白熱的チャリティーしている仕組みが異なります。例えば、お茶会を企画して、その後は維持・管理にお金が出ていく。一方で、お茶会でもレジェンドホテルは、運営・管理会社である私どもがオーナーから建物を賃借するシステム。建物をオーナーが優先して別荘利用され、それ以外は一般の方が利用するホテルとして運営します。購入後、オーナーには賃料としてのポイントと、お約束した以上の稼働があった時の配当としてのボーナスのポイントが付きます。そのポイントでホテル内の宿泊や飲食、SPA等のサービスをご利用いただき使い切れなかった分はキャッシュ化する。その中で私どもに配当の一部をチャリティーしませんか、と提案させていたいただきます。現実問題チャリティーしたい気持ちがあっても、さまざまな事情から毎年ポイントチャリティーで続けていくのは難しい。でも、受け取る配当の一部を取捨選択することによって配当が出ないこともあるのでは。

青山 パフォーマンスによって配当が出ないこともあるのでは。

鶴岡 私どもは2009年、上市場企業の株主を志向するグリーンシート市場で公開し、また1号ホテルの名称を掲げています。また第1号ホテルはオーナーファンしていないのに、株主だけで初年度は稼働の半分が戻っています。オーナーやメンバー、株主ビクターを含めると、最終的な稼働率は約1.5倍です。

青山 経営理念が明確はいいですね。ホテルとは別に、会社としての社会貢献についてはどうお考えですか。

鶴岡 建物オーナーの賃付に加え、利用客が宿泊や飲食、ワークショップなどに使う税金の一部を自動的に賃付とれ、回遊型に点任する、100個の画(親子)の子供たちを救うための寄(なごみ)のテーマを掲げることから寄付を募ります。その受け皿となるレジェンド財団では、秋からフェスティバル100個の画(親子)を掲げます。これはチャリティーをした人へ援助を求め、身体をマッチングするサービスです。こうした社会活動と社会貢献を由緒を繋ぎ合わせていく仕組み作りを今後推進していきたいと考えています。

青山 ホテルをやりたいたいというより、ホテルを社会に泊まるだけで世界のために貢献したいという基本理念に共感する人たちを集めて、社会貢献活動を広げていくことが、鶴岡さんの事業の目的なんですね。ある意味で、人の繋がりをベースにしたフェスティバルに近い感覚を覚えました。

鶴岡 建物や設備、サービスが素晴らしいのは当たり前で、社会貢献やコミュニティの形成に繋がるといふ新しい価値があることには、お喜ばしい。一人ひとりに自分の価値を高めることで、お喜ばしい意味のあるホテルであると感じたいです。また、お喜ばしい価値を共有する人々が集う場を創りたいです。

青山 オーナーシップをどんどん広げて、25年後にはパンパシフィックに世界77番目の伝説のホテルとしてオープンするつもりです。

鶴岡 ええ、夢なんです。伝説のホテルが変化した世界中の土地が日本人になり成功して、それは私の夢です。という声が上がることが期待されています。その土地の風土や文化を活かした土着性のある建物をつくり、それぞれの国の伝説のホテルが、地域に密着したボランティア活動や、世界中にアクセスする社会貢献の拠点を創ることを目指しています。インテリジェンス・ラジジュアリーの高層階です。

青山 これまでの企画、リゾートホテルにはないエニークな飲みですね。今後の展開を楽しみにしています。