

BRAIN

IDEA AND
CREATIVITY

SEP.2018 VOL.698



カンヌライオンズ
から分析
世界の広告 手法と切り口

青山デザイン会議
日本のクリエイティブ
その突破口は
どこにある？

ブレン 9

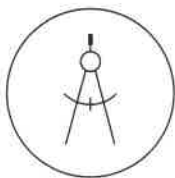
2018年9月10日発行 毎月1回 創刊号は平成7年4月1日 第三刷刷部増刷 定価600円





01

02



事業構想と クリエイティビティ

VOL.38

鎌田 学

秋田県の伝統工芸の技術を用いて、
車内を装飾した「ご当地レンタカー」が、
レンタカーで地域の魅力を発信する
というアイデアは、どのようにして生まれたのか。

「クルマ×観光」で事業を発想

秋田県の伝統工芸で車内空間を贅沢にし
つらえた「AKITA ご当地レンタカー」が、
2017年8月にスタートした。運営するのは
秋田市で中古車販売などを営む企業ドラグ
ーンだ。

同社がレンタカー事業に参入したきっか
けは、2015年に社長の鎌田学さんを県の
伝統工芸である川連漆器の若手職人が訪ね
てきたことにある。「職人さんたちは、川連

塗りをういた自動車の内装部品を考えてい
て、事業化の可能性を相談されたんです。
しかしその時点では、どうすべきか、判断
がつきませんでした」と鎌田さん。

数ヵ月が経った頃、目にした「観光庁の
予算が増額され、前年度比2.5倍に」という
ニュースに、ビジネスチャンスを感じたと鎌
田さんは言う。そこから「クルマ×観光」で
事業軸を考え、レンタカーが候補となった。

レンタカー業界は大手数社が寡占し、品
質と料金は全国ほぼ横並びの市場。その中
で同社が導き出した答えは、地域の個性・
魅力を尖らせることだった。「レンタカー
での移動中にもご当地を感じてもらえる仕
掛けを施せばいいと思ったんです。そして
自分の中で、車内装飾に川連塗りを使う話
ともつながりました。」

旅行業に参入し、集客も担う

鎌田さんは、観光領域でさらなる新規事
業を考えている。「2018年度中に社内で旅
行業務取扱管理者（国家）資格を取得して、
自分たちで秋田への観光誘客を行います。
例えば、車内で使われている伝統工芸の現

場を訪ねる体験ツーリズムを考えています。
秋田文化の体験プログラムは、すでにいろ
んな事業者から提供されていますが、そ
れらはバラバラに存在しています。ご当地
レンタカーはそこに横串を刺し、各事業者
が連携する基盤になり得ます」。ドラグ
ーンは、新発想の観光複合ビジネスで成長を
目指している。



かまだ・まなぶ
ドラグーン 代表取締役社長

01 ハンドルとコンソールパネルは、鎌倉時代から約800年続く
伝統工芸「川連（かわつら）漆器」（漆を塗布した木器）、ウインドウ
スイッチパネルは「樺（かば）細工」（山桜の樹皮を使ってつくる木工
品）、シートや天井は「秋田八丈」（草木染の高級絹織物）が使われ
ている。

02 ご当地レンタカーには「観光情報タブレット」が標準搭載。秋
田県の寄り道スポットの案内を行う。

INFORMATION

学校法人先端教育機構 事業構想大学院大学
新規事業開発プログラム・人材育成
参加企業募集 説明会開催中
申込 ➡ <https://www.mpd.ac.jp/>