

鎌倉日和

vol.35

鎌倉の山々も紅葉で色づき、日一日と秋の深まりを感じます。今年は新型コロナウイルスの影響で数々のイベントが中止となり残念ですが、旬の食べ物でエネルギーをチャージして、ゆったりと気持ちを整え自分自身に向き合うのにぴったりの季節です。もうすぐ、例年以上に体調管理に気をつけなければならない冬がやってきます。ウイルスに負けない元気な心とカラダの準備を始めたいですね。



鎌倉ブランドのお客様・その①

モンブランスタンド®様

● 賞味期限 2 時間！絶品モンブラン専門店 ●



JR 鎌倉駅から徒歩 5 分、大町にあるモンブランスタンド®様。こちらは、横浜市金沢区の人気洋菓子店「オ・プティ・マタン」のオーナー武井晴峰さんが開いたモンブラン専門店です。注文を受けてから目の前でモンブランを絞り出してくれるスタイルで、賞味期限はなんと 2 時間！甘すぎず、素材の味がしっかり分かるクリームの下にはサクサクのメレンゲが。クリームの水分を吸うとサクサク感が損なわれてしまうので、最も美味しい状態は「2 時間以内」なのだそうです。

● 鎌倉の発信力でステップへ ●

もともと、10 年区切りの目標を立てて事業を行ってこうと考えていたという武井さん。横浜市金沢区の「オ・プティ・マタン」を開業してから 10 年で軌道に乗せ、次の目標としたのが、好評のモンブランと、モンブランにも使用しているメレンゲのお菓子「ムラングシャンティ」をもっと広めることでした。そのために選んだ土地が、「鎌倉」です。鎌倉は、歴史がありながらも新しい文化も受け入れる懐の深さがあり、新しいものでも本当に良いものであれば広めることができる土地だと武井さんは考えたからです。



そして、「モンブランスタンド」というシンプルで分かりやすい店名に決めると同時に、誰かにとられて商売ができなくなってしまつては困ると思え、商標登録をすることにしました。

● 鎌倉で出会った信頼できるパートナー ●

スッキリとしたシンプルな内装に、モンブランのような土壁のラインと生クリームを表現した漆喰が際立っているお店。こちらを手掛けたのは、鎌倉のデザイン事務所 kusukusu Inc.

さんです。物件選びからプレオープンの戦略などをお任せしました。モンブランの写真と店名、オープン日と QR コードのみを載せたチラシを 6000 部配布し、1% 来ればいいといわれている世界で、500 名以上の方がプレオープンに集まるという驚異的な効果をもたらしました。目の前で絞るといふオペレーション、カップを回収してプチメレンゲをプレゼントするポイ捨て防止のアイデアなど、小さな店舗の中でもできる工夫をたくさん盛り込み、一躍人気店となります。



● 地元の方に愛され、飽きられないこと ●

ところが人気店になると、混雑から地元の方が来にくくなってしまいます。どうしたらもっと来ていただけるのか考えていたところに、コロナ対策としてオンライン予約サービスの存在を知り、取り入れることにしました。武井さんは、地元の方に受け入れられてこそ、この地に店出した意義があると言います。

メニューについては、メインの栗だけでなく、季節によって黒豆や葉桜（白餡に桜の葉の粉末を混ぜたもの）などを用意しています。



「ありきたりなものはすぐ真似をされ、流行すると終わってしまうので、一流の素材にこだわり真似されないレベルのものを提供することが重要だと考えています。お客様に飽きられないように、味にも少しずつマイナーチェンジを加えながら、時代にあわせて柔軟に対応していきたいですね。」

Mont Blanc Stand

鎌倉市大町 1 丁目 1-12
II-A Walk 大町
TEL:0467-33-4677
定休日:水曜日
<https://www.facebook.com/MontBlancStand>
<https://www.instagram.com/mont.blanc.stand/>



鎌倉ブランドのお客様・その②

鎌倉マインドフルネス・ラボ[®] 株式会社様

● マインドフルネスとは ●

皆さんは「マインドフルネス」という言葉を耳にしたことはありますか？聞いたことはあるけど、意味はよく分からないという方もいるかもしれませ



ん。2017年から北鎌倉・建長寺で開催している禅とマインドフルネスの国際フォーラム「ZEN 2.0」の主催者、鎌倉マインドフルネス・ラボ[®] 株式会社代表取締役の穴戸

幹央さんに、なぜ今「マインドフルネス」が注目されているのかお話をうかがいました。

子供のころ喘息を患っていたという穴戸さんは、発作が起きた身体に気を取られず意識に集中すると心のスペースが生まれることに気付いたそうです。高校時代には意識の力を物理的に科学でとらえることに興味を持ち、進学した東京大学では量子力学に関する研究に打ち込みました。



その後、外資系IT企業に勤め、人材育成を行うベンチャー企業の立ち上げに加わる中で、グローバルな世界では東洋的思想が求められていることを知り、東京から1時間圏内でありながら、歴史都市であり、我が国における「禅」のルーツである鎌倉であれば、海外から多くの人が東洋的思想を学びに来る場所になり得るのではないかと考え、この地でさまざまな活動を展開されています。

● 鎌倉を世界の学びの場にしたい ●

穴戸さんによると、「マインドフルネス」という言葉はビジネスシーンでは「“今”をとらえ、冷静に対応できる心の状態となるので、生産性が上がる」という側面でもとらえられていることが多いのですが、もともとは仏教用語で、「相手の状況・苦しみに気付く」という共感・慈悲慈愛が本来の意味だそうです。そういった意味で、多様性を活かし合うことが求められるこれから社会に、大きく役に立つのではないのでしょうか。

鎌倉は、思想や信条、背景が異なる方が互いに尊重し、協力し合って、新たな価値を作り出す風土があります。東日本大震災の追悼をきっかけに発足した神道・仏教・キリスト教の3宗教が宗派を超えてつながる組織「鎌倉宗教者会議」はその代表的な例と言えるでしょう。

そんな鎌倉だからこそ、穴戸さんは「Mindful City Kamakura」として世界に発信し、街全体が大学のキャンパスのように人々が学び、他者を尊重し、心が豊かになるような場所にできたらと考えています。



● ブランディングとしての商標 ●

「マインドフルネス」は本来の意味とは違った方向で様々な使われ方をしているのが現状です。だからこそ、法人化をする際に、社名に取って「鎌倉」という地名を先頭につけることで、「マインドフルネス」に鎌倉の土地が持つ歴史や力、重み加わり、本質的な意味合いを伝えやすくなると穴戸さんは考えました。また、スピリチュアルな世界だと誤解されがちなので、科学的なアプローチを取り入れるスタンスも「ラボ」という言葉で表現し、「鎌倉マインドフルネス・ラボ[®]」として商標登録をしたのです。

本質的な「マインドフルネス」が広まれば、今度は鎌倉のブランディングにも役立つのではと語る穴戸さん。この考え方は、当事務所が掲げている「鎌倉ブランディングサイクル」と共通する考え方です。多くの方がイメージする歴史・文化・自然の合わさった鎌倉のイメージとの相乗効果で、お客様のブランド価値が高まれば、鎌倉全体のブランドも育ちます。そして、鎌倉全体のブランド価値がまた新たな商品やサービスを作り出し、鎌倉の活性化につながります。私たちはこのサイクルを「鎌倉ブランディングサイクル」と名付けました。

鎌倉ブランドを積極的に活用し、それを鎌倉の活力とする。当事務所は、穴戸さんのように鎌倉を愛する事業者の皆さまと一緒に事業を育て、また、鎌倉が魅力ある鎌倉であり続けることをサポートしていきたいと考えています。

鎌倉マインドフルネス・ラボ[®]

鎌倉市大町 3-18-21

株式会社

<http://kama-lab.com/>



モンブランスタンド様は「誰かにとられていたら大変だから」ということで、出店前に店名を出願されました。日本国内において、商標は「先願主義」という考え方により、先に出願した者に商標登録が認められます。もし、赤の他人が先に「モンブランスタンド」の出願をし、登録を受けた場合、モンブランスタンド様がそ

の出願より先に「モンブランスタンド」を使っていたとしても、自分の店名を使えなくなってしまいます。その後、モンブランスタンド様が出願しても認められません。新しい店を始める、新しい商品を販売する際に、すでに似た商標が登録されていないか調査し、商標権を確保しておくことは事業を営む上でとても重要です。ぜひお早めにご相談ください。

商標担当弁理士 芦田圭司



SHOUSEI International Patent Office

将星国際特許事務所

〒248-0006

神奈川県鎌倉市小町2-11-14 山中MRビル3F

TEL : 0467-73-8540 (平日10:00~16:00)

FAX : 0467-73-8541

Email : info@shousei.jp

URL : <https://shousei.jp/>

