

IVICT 情報

アイビクト

特集

これからの観光振興と 広域観光への取り組み

寄稿 梅川 智也 財団法人日本交通公社 研究調査部長
寄稿 笹森 秀樹 観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課長
事例紹介 壹岐 雅章 伊達な広域観光推進協議会 事務局長
事例紹介 富井 松一 雪国観光圏推進事業 委員長
事例紹介 清水 清嗣 社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構 観光企画委員会 委員長
事例紹介 都甲 一郎 新東九州観光圏協議会 事務局
事例紹介 瓜生 泰弘 有限会社山形屋旅館 代表取締役社長

巻頭言

東北らしい低炭素社会を目指して

根井 寿規 東北経済産業局長

調査
報告

「製造業支援にかかるサービス産業についての実態調査」

小杉 雅之 財団法人東北産業活性化センター 企画部長



コラム

「偶然?……天の時、地の利、人の和?」

宮田 利晴 新潟県 南魚沼市役所 産業振興部 商工観光課 商工振興班 企業主幹

ANGLE

「次世代ロボット産業の“世界のハブ”をめざす」

—大阪府大阪市 RT(ロボットテクノロジー)関連産業—

Apr.2009

Volume

85

財団法人東北産業活性化センター
Industrial Vitalization Center for Tohoku

contents 目次

巻頭言

東北らしい低炭素社会を目指して	根井 寿規 東北経済産業局長	1
-----------------	----------------	---

特集 これからの観光振興と広域観光への取り組み

寄稿「広域観光の課題と「観光圏」への期待」	梅川 智也 財団法人日本交通公社 研究調査部長	2
寄稿「我が国の観光振興における観光圏の役割」	笹森 秀樹 観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課長	4
事例紹介「伊達な広域観光圏の取り組みについて」	壹岐 雅章 伊達な広域観光推進協議会 事務局長	8
事例紹介「雪国観光圏の取り組みについて」	富井 松一 雪国観光圏推進事業 委員長	10
事例紹介「伊勢志摩地域観光圏の取り組みについて」	清水 清嗣 社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構 観光企画委員会 委員長	13
事例紹介「二泊三日以上の滞在型の観光地を目指して～新東九州観光圏の取り組みについて～」	都甲 一郎 新東九州観光圏協議会 事務局	16
事例紹介「「一流の田舎」熱塩温泉山形屋の観光振興への取り組み」	瓜生 泰弘 有限会社山形屋旅館 代表取締役社長	18

講演

盛岡工業クラブ会員 第46回新春講演会 「東北地域の製造業におけるリスク管理に関する調査報告」	佐々木 隆 財団法人東北産業活性化センター 産業技術振興部長	20
--	--------------------------------	----

実態調査報告

「製造業支援にかかるサービス産業についての実態調査」	小杉 雅之 財団法人東北産業活性化センター 企画部長	22
----------------------------	----------------------------	----

インド・レポート

「インドに見る新興国市場としての可能性とその現状」	菅 伸之 財団法人東北産業活性化センター 総務部長	26
---------------------------	---------------------------	----

コラム

「偶然？……天の時、地の利、人の和？」	宮田 利晴 新潟県 南魚沼市役所 産業振興部 商工観光課 商工振興班 企業主幹	31
---------------------	---	----

メンバーズ・サロン

「豊かな東北地域の実現に貢献～所期奉公、処事光明、立業貿易の企業理念を抱いて～」	高田 修 三菱商事株式会社 東北支社 理事東北支社長	32
「産業の基礎資材の安定供給をめざして～長い伝統と蓄積した技術を活かして～」	柳瀬 文弘 日鉄鉱業株式会社東北支店長・釜石鉱山株式会社取締役社長	35

トピックス

「東北グリーン電力基金 平成21年度助成方針決定」		38
「東北グリーン電力基金 運転を開始した平成20年度助成対象設備のご紹介」		40
「平成21年度事業計画」		41

ANGLE

「次世代ロボット産業の“世界のハブ”をめざす」	—大阪府大阪市 RT (ロボットテクノロジー) 関連産業—	44
-------------------------	-------------------------------	----

事務局だより

東北らしい低炭素社会を目指して

東北経済産業局長 根井 寿規 氏



現在、我が国の経済における企業を取り巻く情勢は、生産活動、収益、雇用等、非常に厳しい状況が続き、景況が悪化していることから、事業者の皆様の資金繰りに支障を生じることのないよう、金融庁と連携を密にしながら現場の声に耳を傾けるとともに、金融機関、信用保証協会に対して資金繰り対策に万全を期するよう要請しています。

こうした足下のことに加え、地域経済の活性化及び将来を見越した準備のため、持続的なイノベーションの創出、人材の育成、地域資源の活用、農商工連携、地域企業の海外展開など地域産業の支援に取り組んでいます。

また、資源価格の乱高下、地球温暖化問題等の地球規模での環境変化を克服しつつ、我が国の経済をさらに一層発展させるため、低炭素・資源循環型社会をどのように実現していくかが、環境力、技術力を有する我が国の課題です。このため、政府をあげて、低炭素・資源循環社会システムづくりを進めるとともに、さらに、新エネルギー等の利用、開発・導入を促進すべく、新しい法律及び改正法律を三月に国会に提出しているところです。

新潟を含む東北地域は、原子力発電を中心に四〇%の電力供給を担っており、さらに風力、地熱などの新エネルギーの導入先進地としての実績や非鉄金属リサイクル企業の集積など、低炭素・資源循環社会構築の高いポテンシャルを有しています。このため、青森県の「エネルギー産業振興戦略」や宮城県の「クリーンエネルギー・クラスター構想」、福島県の「地球温暖化防止の環境・エネルギー戦略」など、各県において、地域の強みを生かした新エネルギー等の導入やエネルギー分野の産業振興等の取組をしています。

また、東北地域は、他地域に比して、農業・漁業等の一次産業のウエイトが高いこと、面積が広く都市間距離も長いことなどから、原油高騰の影響を受けやすいなど低炭素社会システム導入の必要性も高く、新たな社会システムの開発・導入において、東北地域が一体となって一定の役割を果たすことが期待されています。

このような状況を踏まえ、当局では、低炭素・資源循環社会システムの開発・導入を促進するため、「低炭素・資源循環社会システム構築プロジェクトチーム」を設置し、具体化に努めています。さらに、学識経験者を委員とした「東北地域低炭素・資源循環社会システム導入検討委員会」を設け、東北地域における低炭素・資源循環システムに関するポテンシャルや強み・弱み、あるいは地域としての課題を分析し、それを踏まえて今後の基本的方向について検討を深めているところです。

また、経済産業省では、平成二〇年度補正予算事業の「低炭素社会に向けた技術シーズ発掘・社会システム実証モデル事業」として、二月に東北地域の「EV・PHV導入による低炭素地域モデル構築事業（青森市、青森県）」、「使用済小型電子・電気機器からのレアメタルリサイクルのシステム構築に係る調査（秋田県、茨城県、福岡県）」、「燃える一般廃棄物の炭化加工による、低コスト・低炭素型地域社会の構築（福島県三島町）」、「新潟の自然と風土を活かした分散電源ネットワークと電気自動車コミュニティの構築（新潟県、柏崎市）」の四事業を採択したところであり、新たな社会システム構築の取組も始まりました。

今後とも、低炭素社会に向けて、東北から新しい仕組みの提案が出せるよう、産業界や関係機関の皆様を取組を最大限支援していく所存です。

寄稿

広域観光の課題と「観光圏」への期待

財団法人日本交通公社
研究調査部長 梅川 智也 氏



二〇〇八年七月に成立した観光圏整備法（観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律）は、一〇月に設置された観光庁の柱となる法律の一つです。「観光圏」とは国内外の観光客が二泊三日以上滞在して楽しんでもらえるよう、複数の観光地や幅広い関係者が連携し、地域が主体となつて創意工夫した取組みを行うエリアのことです。この法律に基づく観光圏整備計画が国土交通大臣から認定されると地域が行う各種整備事業に対して支援されることとなっています。

ここでは広域観光の推進がなぜ必要なのか、そしてその課題と「観光圏」への期待について論じてみたいと思います。

なぜ、広域観光なのか

まず広域観光の前提として、個々の観光地が魅力あるものでなければならぬことは言うまでもありません。魅力のない観光地がいくら連携しても相乗効果は期待できません。

観光地が広域的に連携して誘客を促進する広域観光の意味は、「広域」という空間の広さにあるわけではなく、むしろ「連携」にあります。複数の観光地がそれぞれの特性を生かして、その機能や魅力を補完し連携することにより、以下のような利点が生まれます。

①多様性の確保—個々の観光地の多様

な魅力がアピールできるようになる
②ポテンシャルの拡大—個々の観光地の魅力が集積してポテンシャルが拡大する

③機能の高度化—宿泊、体験、見学などの選択肢が増えて機能が高度化する

広域観光の課題

ただ、広域観光は利点ばかりではありません。概略、以下のような課題が考えられます。

①非効率性

当然ながら複数の観光地、複数の市町村が連携するためには連絡調整が不可欠で、そのための時間と労力は膨大なものとなります。従って、非効率性を受け入れなければなりません。

②不平等性

複数の観光地、複数の市町村をそれぞれ平等に扱うことは許されません。つまり、同じ予算を負担しているから平等が当然という論理は通用しません。従って、不平等性を受け入れなければなりません。

ただし、うまく継続して連携ができるようになれば、無駄をなくすことにより効率があり、事業の成果も確実に出てくるようになりますし、不平等が結果としてメリットになる場合もあり得ます。お互いがお互いを理解し、尊重していく姿勢が大切ではないかと

考えます。

なぜ、二泊三日なのか

日本人の国内宿泊観光旅行は、(財)日本交通公社の『旅行者動向調査』によれば、一泊二泊の旅行が六割を占め、一回あたりの平均泊数は一・六泊となっています。観光立国推進基本計画の目標数値である年間四泊(二〇〇七年度現在二・四二泊*)を達成するには思い切った国内旅行振興策が不可欠です。そこで国民の宿泊旅行回数が一・五回/年*ですから、最低でも二泊三日できる「観光圏」への旅行を年一・五回してもらうことにより、旅行回数を増やさなくとも、年間三泊以上は達成できることとなります。

*「旅行・観光消費動向調査(国土交通省)」より

単独の観光地が一泊二日型から二泊三日型へと滞在化を促進することは並大抵ではありません。そこで複数の観光地が連携し、「観光圏」として二泊三日を達成していくことは現実的かつ効果的な戦略であると思われます。また、一泊二日では両日ともに移動を伴うことになり、ゆっくりと過ごすことが出来ませんが、二泊三日ですと中日に丸一日地域に滞在して楽しむことが出来るという利点もあります。

「観光圏」への期待

観光客にとって行政界は関係ないと理解していても、市町村が主体となつて観光客の受入を推進している現実からすれば行政界を意識せざるを得ません。しかしながら「観光圏」は、極論すれば、圏域内の市町村が合併したと同じものであり、財布も一つと考えてい

かなければならない宿命を持っています。つまり、自らの観光地や町のことだけでなく、「観光圏」全体のことを考えないといけない、要は隣の観光地や隣の町は関係ない、情報がないから案内も出来ない……これでは「観光圏」を設定する意味はありません。そうした関係者の抜本的な意識改革が観光圏整備の主たる成果として期待されています。

膨大な連絡調整作業をこなしていくためには、必ず専任者が必要となります。片手間で対応では他の市町村や関係組織に対して迷惑を掛けることになりかねません。そのためには、行政や組織の通常業務・機能を見直し、優先順位の低い業務は中止・延期することとを具体的に検討する必要があります。

また、これまでは行政と観光関連組織を中心に観光振興を進めてきたわけですが、これからは着地型旅行商品の

開発や販売など地域住民を含む多様な主体の参画が不可欠です。つまり、J Aや商工会など関連する各種機関との連携や交通事業者、旅行会社、宿泊施設など民間との協働が不可欠となります。

②「観光圏」の課題と期待

〈人材育成の必要性〉

まずは、前述した意識改革を含めた人材育成が急務となります。単に商品開発や誘客宣伝といった目先のスキルにとらわれない中長期的な視点に立った地域づくりや観光プロデュースが出来る人材の育成が期待されます。

〈計画づくりの重要性〉

単独の市町村の観光ビジョンを策定するのにも多くの労力と時間が必要となります。複数市町村からなる観光圏整備計画の策定にあたっては、課題の把握からコンセプトや目標の設定、それに対応する事業の構築に至るまでより慎重かつ丁寧な計画づくりが必要です。

〈既存観光地の基盤整備に期待〉

限られた予算の中でソフト事業にばかり傾注し、支援期間が終了するとパンプレットやマップなどしか残らないということのないように、出来ればまちづくり交付金なども連携して既存観光地のインフラ整備……例えば電線電柱の地中化、街並み景観や散策道の整備など国際的にも通用する観光地を目指した環境整備が期待されます。

〈地方の中心的な都市との連携強化〉

地方文化の中心となる都市……例えば城下町などを「観光圏」に含めることが二泊三日を実現する早道となります。つまり、必ず最後の一泊は地方の中心的な都市に宿泊してもらうことによって、「観光圏」全体の伝統文化、食、ショッピングを楽しんでもらうことが可能となります。また中心市街地の活性化にも寄与することとなります。

〈需要喚起策の必要性〉

どうしても受入側の施策に関心が行きがちですが、「観光圏」に旅行に行くところとしたメリットがあります、という具体的な情報を市場側に提供し、需要を喚起していく必要があります。これは「観光圏」だけでなく、国や観光関連団体、旅行会社、鉄道会社などが全面的に協力し、いわば国民の間にムーブメントを創っていくことが不可欠です。

東北地方の
広域観光への期待

東北地方の観光的特徴を整理すれば、以下のとおりとなります。

- ・奥羽山系沿いの県境周辺に優れた自然資源が集積している
- ・内陸部に城下町や歴史的な町並みなど優れた歴史・生活文化系の人文資源が多数分布している
- ・内陸の農村部を中心として米や果樹など農業が盛んに行われ、また伝統的な民・工芸品づくりが今なお継承

されていることから「体験・交流型観光」の資源に恵まれている

そして、空港、新幹線、高速道路等高速交通ネットワークの整備が進展しており、首都圏など市場からの移動の利便性が高いこと（具体的には、青森、秋田、山形の各県は一県二空港、新幹線は東北、秋田、山形、新潟も含めれば上越、高速道路も縦断・横断型のネットワークが進んでいるなど）は、東北地方の優位性を示すものと言えます。これからは二次交通での創意工夫が望まれます。

現在、「伊達」、「ふくしま」、「会津・米沢」の三観光圏が認定されていますが、これらをベースとしてさらなる広域観光への取り組みが期待されます。

梅川 智也(うめかわ ともや)氏略歴
一九五八年 新潟県生まれ

〈学歴〉
一九八一年 筑波大学社会学類都市・地域計画専攻卒業

〈職歴〉
一九八一年 財団法人日本交通公社(調査部 観光計画室 研究員)入社
一九九六年 地域計画室長・主任研究員

二〇〇三年 研究調査部次長
二〇〇五年 研究調査部長
現在に至る

〈役職〉
現職のほか

立教大学観光学部非常勤講師
日本観光研究学会常務理事 など
〈資格〉
技術士(建設部門)／都市及び地方計画

寄稿

我が国の観光振興における観光圏の役割

観光庁観光地域振興部

観光地域振興課長 笹森 秀樹 氏



観光立国の意義

我が国では観光を二十一世紀の国づくりの柱とし、観光立国の実現を目指しているが、観光は多様な意義を有するものである。

第一に、国際観光の推進により我が国のソフトパワーの強化を図ることができる。国際観光を通じた草の根レベルでの交流は、国家間の外交を補完・強化し、安全保障にも大きく貢献するものである。

第二に、少子高齢化の進展は東北地方も例外ではないが、観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札となるものである。観光による経済効果は、国内における旅行消費額二三・五兆円、生産波及効果五三・一兆円で、これによる雇用創出効果は四四二万人（総就業者数の六・九％）にも上る（平成十九年度）。

第三に、交流人口の拡大により地域活性化を図ることができる。観光による交流人口の拡大は地域経済の起爆剤となるものであり、集客力のある個性豊かな地域づくりは各地域の自主・自立の精神も促すものである。

第四に、観光立国は国民の生活の質を向上させるものである。退職期を迎えた団塊の世代が新たな生きがいを探している中で、観光交流の拡大は、

精神活動を含めて生活の質の向上に貢献するものである。

こうしたことから、我が国の再生を図る上で観光立国の実現は不可欠であり、特に地域における観光による効果は非常に大きいものと考えている。

観光立国を目指す政府の取り組み

一 観光立国推進基本法の成立

現在の政府の観光行政の方針の原点は、平成十五年一月に、当時の小泉総理が施政方針演説で二〇一〇年に訪日外国人旅行者数を一〇〇〇万人に倍増させるとの目標を示したことである。この目標の達成のため、同年四月に、海外に対して我が国の観光魅力を戦略的に発信するビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した。

国を挙げた観光振興の気運が高まると、平成十八年十二月には、観光立国の実現を国家戦略として位置づけ、その実現の推進を図る「観光立国推進基本法」が全会一致で可決・成立された。また、同法に基づき、観光立国の実現に関する中長期的なマスタープランとなる観光立国推進基本計画が平成十九年六月に閣議決定された（図1）。

二 観光庁の設置

観光立国の実現のためには、官民を挙げて国全体として取り組む体制が必

要であり、観光立国推進基本法に基づき、必要な施策を総合的に策定・実施し、地方公共団体・民間の取り組みを支援するとともに、我が国の魅力を発信する役割を担うため、昨年一〇月には観光庁が設置された。

観光庁の設置は次の三つの大きな効果がある。一つは諸外国に対して、「観光庁長官」のポストが生まれることにより、諸外国との交流を円滑に進めることができる。二つ目は、独立した行政機関である「観光庁」の誕生により、リーダーシップを持って関係省庁との調整を実施することが可能となる。最後は、地域や国民の方々に対して、政府部門の観光に関する窓口を一元化して明示できることとなる。

魅力ある観光地づくり

一 国際競争力の高い地域づくり

観光立国推進基本法では、「国際競争力の高い魅力ある観光地づくりの形成」を図ることとされている。ここで「国際競争力」とは、国内外のライバル観光地に負けない実力に留まらず、余暇の楽しみ方が多様化していることを受け、都心のアミューズメントやテレビゲーム等の移動を伴わない都市内、家庭内レジャーに勝てる力こそが問われている。

観光・集客サービス産業は、個別企

観光立国推進基本計画の概要【図1】



観光立国推進基本法の制定
(平成18年12月)

・基本法第10条の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「観光立国推進基本計画」を策定(平成19年6月閣議決定)

基本的な方針

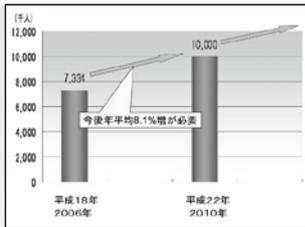
◆ 国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに、国民の海外旅行を発展 等

目 標

計画期間における基本的な目標

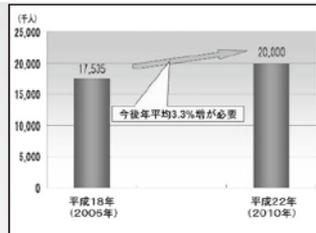
○訪日外国人旅行者数

平成22年までに1,000万人にし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にする



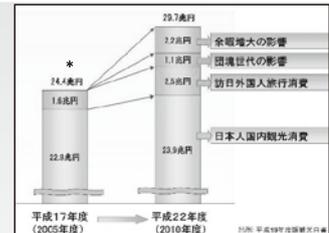
○日本人の海外旅行者数

平成22年までに2,000万人にする



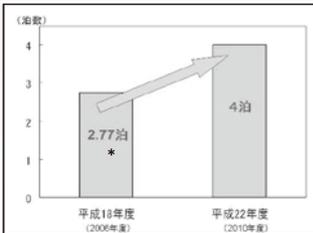
○国内における観光旅行消費額

平成22年度までに30兆円にする



○日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数

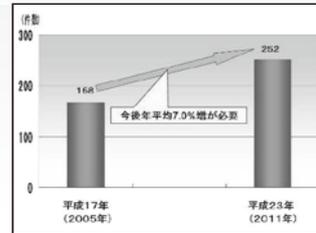
平成22年度までに年間4泊にする



*暫定値(確定値では、2.72泊)

○我が国における国際会議の開催件数

平成23年までに5割以上増やす



計画期間

5年間

施策

目標を達成するための具体的な施策を記述

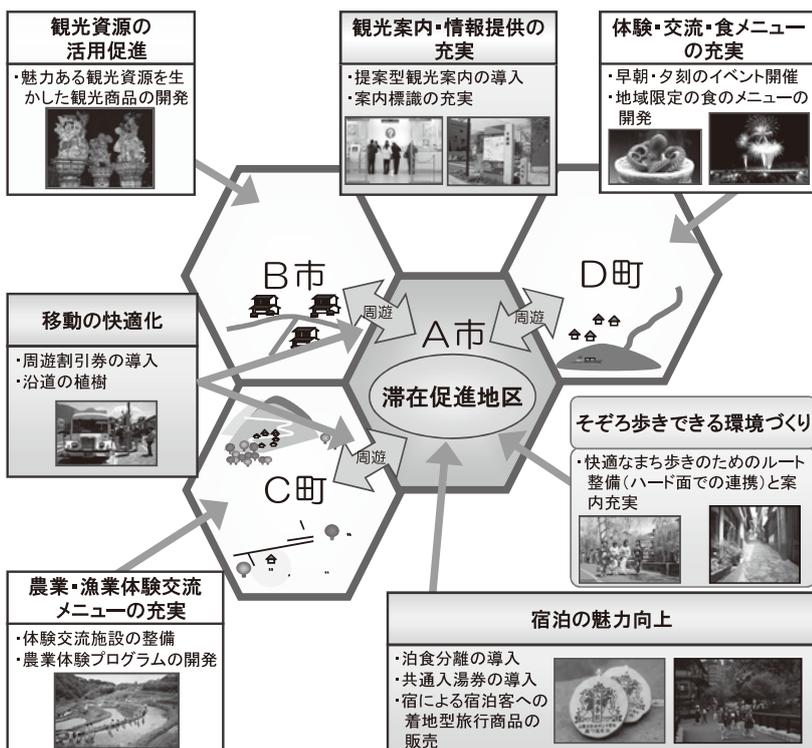
その他

毎年度点検を行うとともに、おおむね3年後を目途に見直し 等

観光圏整備による観光旅客の滞在の長期化【図2】



観光圏整備のイメージ



地域が連携して行う取組への国の主な支援メニュー

○予算(観光圏整備事業費補助)、財投
宿泊、観光資源、交通移動、案内・情報提供などのレベルアップを図る地域の取組を支援
⇒2泊3日以上快通に充実して過ごせる観光圏づくりに向けた地域の取組を活発化し、観光旅客の満足度を向上

○ハード面での連携
社会资本整備における、景観整備、案内標識整備等の事業による観光圏整備事業との連携・配慮
⇒ハード面を含めた観光圏全体の総合的な魅力向上

○農山漁村活性化法の特例
観光圏内の農山漁村における交流施設整備について、農山漁村活性化プロジェクト支援交付金の交付が可能
⇒農山漁村の体験・交流メニュー等楽しく過ごせる滞在メニューの充実

○旅行業法の特例
ホテル・旅館による旅行者代理業の特例
⇒宿による宿泊客への着地型旅行商品の販売を可能とし、宿泊客の滞在を拡大

観光旅客のニーズをふまえた取組への支援

効果

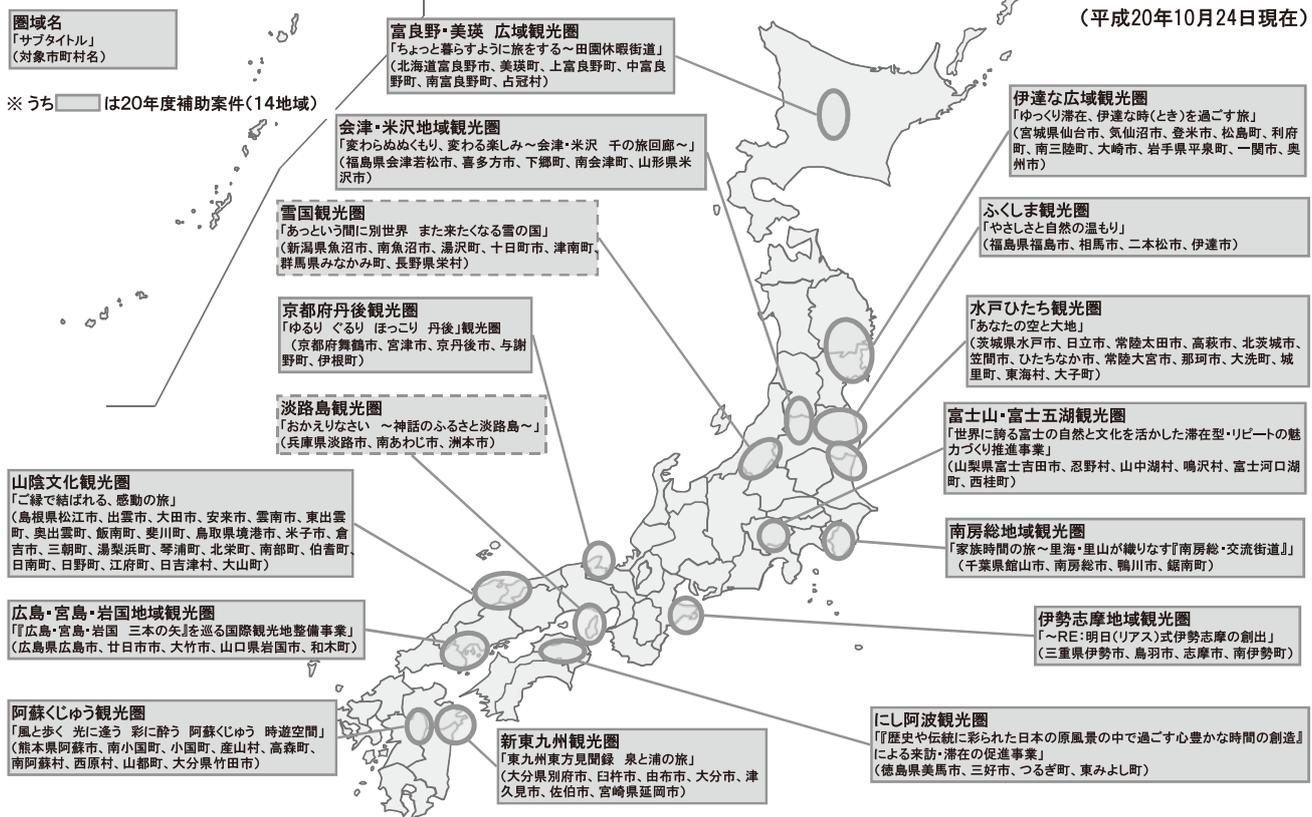
国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

内外観光客による2泊3日以上より長期の滞在を拡大

地域経済の活性化

観光圏整備実施計画認定対象地域(16地域)【図3】

(平成20年10月24日現在)



業の競争力と地域の競争力が相互に影響を与えることから、必然的に地域間競争となる。このため、住民向けの地域内マーケットから、住民ではない地域外マーケットにどのように拡大するかが課題であり、その方策の一つとして、地域内の連携による「地域ブランド」を構築することが重要だと言える。そのためには、景観整備や体験プログラム、地産地消を行うための流通システム、人材育成、国内外への情報提供等の幅広い分野で関係者が連携した取り組みを行うことが重要である。

東北地方における国際競争力の高い観光地としては、十和田湖・奥入瀬溪流が挙げられる。自然資源の美しさはもとより、「十和田湖冬物語」として冬期間に花火やスノーランプによる光の演出を行い、これとスキーを組み合わせた海外へのPR活動等を行っている。十和田市では、平成十八年に前年比二倍近い一・八万人の外国人が宿泊しており、外国人観光客の増加を受けて、観光関係従事者に対する国際化対応研修を実施し、二〇一〇年の新幹線延伸による一層の外国人観光客の来訪も想定し準備を行っている。

二 観光圏の取り組み等による観光地域づくりの支援

国では、隣接する観光地同士が連携し、国内外の観光客が二泊三日以上の滞在を楽しめるエリアとして、「観光圏」を整備することが重要であるとして、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」(観光圏整備法)により、地域の取り組みを支援している(図2)。

具体的支援の枠組みとしては、国の基本方針に沿って、市町村または都道府県により、目指す「地域ブランド」等を示した「観光圏整備計画」を作成。これに即して実際に実施するサービス等を記載した「観光圏整備実施計画」について、国土交通大臣の認定を受けることができる。認定により、地域では、民間に対する補助金や、宿泊業者が旅行者代理業を営むことができる特例などの支援制度を活用することが可能になる。また、他にも、農林水産省が実施する農村における交流施設整備等を支援する「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金」に簡素な手続で応募が可能となる等、省庁の壁を越えた支援を受けられることとなる。

昨年一〇月には、全国一六地域から出された「観光圏整備実施計画」について、観光圏整備法施行後初の認定を行った(図3)。東北地方からは、伊達文化を継承する旧仙台藩のエリアで滞在型観光地を目指す「伊達な広域観光圏」、バリアフリー観光の推進等を目指す「ふくしま観光圏」、会津・米沢両地域間の周遊による長期滞在を目指す

会津・米沢地域観光圏 変わらぬぬくもり、変わる楽しみ ～会津・米沢 千の旅回廊～ 【図4】

観光圏の区域：【福島県】会津若松市、喜多方市、下郷町、南会津町 【山形県】米沢市の区域
 観光圏整備計画の期間：平成20年10月1日～平成25年9月30日
 数値目標の設定：観光入込客数(千人)12,210(19年度)→12,858(24年度)
 :宿泊客数(千人)1,404(19年度)→1,520(24年度)

国の支援及び特例内容
 ・観光圏整備事業費補助
 ・旅行業法特例

会津・米沢地域観光圏整備推進協議会

会津若松市、喜多方市、米沢市、下郷町、南会津町、観光協会、宿泊業者、商工業者、交通事業者、農業関係者、国際交流団体等

主な宿泊魅力の向上事業

- ・会津★米沢 愛の連泊レインボー事業
熱塩・日中温泉(会津)と小野川温泉(米沢)の両温泉を連泊すると2泊目が半額。各駅までの送迎付
- ・下郷町のお宝みがき事業
湯野上温泉(下郷町)の医学的効用の実証と森林浴やウォーキング等との組み合わせによる効果的入浴方法の確立

主な観光コンテンツ充実事業

- ・足湯端・川床おもてなし充実事業
(深山幽谷の情緒深い立地)
- ・「マタギ体験分校」事業
(カンジキ作成、熊汁・ウサギ汁の試食)

主な交通移動の利便向上事業

- ・県境を越えた広域連携レトロバス運行事業
- ・二次交通充実促進事業
(季節を堪能出来る「お座敷・トロッコ・展望列車」が走る会津鉄道と既存観光周遊バスの接続調整および割引共通利用券の設定。また、乗り場や接続交通等を案内する看板の設置や情報提供活動を行う)

主な観光案内・観光情報の提供事業

- ・会津・米沢地域観光圏観光案内・情報提供事業
- ・大内宿観光案内所による情報提供事業

社会資本整備事業等との連携

- ・会津地域高規格道路の整備
- ・国道121号の整備促進(喜多方～米沢間の大峠)
- ・国道289号の整備促進

「会津・米沢地域観光圏」が認定され、観光圏の形成のための様々な取り組みを行っている。例えば、「会津・米沢地域観光圏」では、会津と米沢が連携し、観光客がそれぞれの地域で一泊ずつすると二泊目が半額になる連泊プラン等を展開している。(図4)。

観光庁では、観光地域づくりに取り組む地域の方々の相談を受け付ける「観光地域づくり相談窓口」を観光庁及び全国の地方運輸局・沖縄総合事務所に開設しており、観光庁や国土交通省だけでなく、他省庁の支援メニューについてもアドバイス、フォローを行っている。

まとめ

観光圏の整備に当たっては、宿泊業や旅行業、運輸業といった観光関連業種にとどまらず、農林漁業関係者や商工関係者、地域住民やNPOといった、地域における幅広い関係者が積極的に連携し取り組んでいくことが重要である。関係者が多いだけ、連携には様々な困難が待ち受けていると考えられるが、観光庁としても従来の枠にとらわれず、民間の発想も取り入れながら、今までの霞ヶ関にはなかったような柔軟でスピーディーな行政を進めていくことで、観光立国の実現に取り組んでいきたいと考えている。

笹森 秀樹(ささもり ひでき)氏略歴
 一九六〇年生まれ

〈学歴〉
 一九八四年 東北大学工学部卒業

〈職歴〉
 一九八四年 建設省入省
 二〇〇六年 大臣官房技術調査課建設技術調整官
 二〇〇八年 観光庁観光地域振興部観光地域振興課長
 現在に至る

事例紹介

伊達な広域観光圏の 取り組みについて

伊達な広域観光推進協議会
事務局長 壹岐 雅章 氏



伊達な広域観光圏の
概要と設立の経緯

伊達な広域観光圏は、宮城県内の仙台市、気仙沼市、大崎市、登米市、松島町、南三陸町、利府町、岩手県の一関市、奥州市、平泉町の六市四町を圏域としております。本圏域は観光庁から全国十六か所の「観光圏」のひとつとして指定を受けており、「ゆっくり滞在、伊達な時間ときを過ごす旅」をキャッチフレーズとして、二泊三日以上の長期滞在ができる地域づくりに取り組んでおります。江戸時代には、この圏域は旧仙台藩（伊達藩）として一体の地域であり、現在に至るまで文化的にも近い関係にあります。伊達な広域観光圏の名称も、この伊達藩の縁に由来して名づけられました。

さて、この観光圏を担う伊達な広域観光推進協議会は、圏域内の自治体首長、商工団体長、観光団体長から組織されており、仙台市、気仙沼市、平泉町、松島町の二市二町が行ってきた連携を発展的に解消して設立したものです。協議会の前身となった二市二町の連携は、平成十七年に気仙沼市の鈴木昇市長の提唱により取り組みが始まったもので、平成十八、十九年の二か年は、東北産業活性化センター様のプロジェクト支援事業「文化遺産広域観光連携プロ

ジェクト」を実施いたしました。この「文化遺産広域観光連携プロジェクト」を振り返ってみると、観光圏整備計画の作成に対して多くの重要な示唆が得られただけでなく、地域間連携の取り組みの試行事例として、良いモデルケースとなったと言う点でも、非常に実り多いものだったと感じております。

プロジェクトでは、情報発信の一元化の必要性や、タクシー・レンタカーを含めた圏域内での交通手段における利用者満足度の重要性などが指摘され、これに対応するために、観光案内所職員に対する他地域の観光情報に関する研修や、主要イベントにおけるパンフレットの相互配置などの取り組みを実施しました。これらの取り組みは、例えば観光案内所の職員研修について、大崎市の鳴子温泉や一関市の厳美渓を対象エリアに含めて、より拡大して実施するなど、継承・発展させる形で伊達な広域観光圏の事業計画に導入しています。また、各自治体が負担金を拠出し、共同で事業を進める形でパンフレット作成や首都圏に対するプロモーションを実施したことから、この取り組みを通じて地域同士に「財布を一緒にする」「同じ釜の飯を喰う」という感覚が醸成されました。今回、短時間で観光圏整備計画を提出しなければなら

伊達な広域観光圏の
取り組み

い厳しいスケジュールに対応していく上で、この感覚に基づく信頼関係に大変に助けられて、計画の提出まで漕ぎ着けることができ、観光圏の認定を受けることもできました。改めてこの場を借りて、東北産業活性化センター様に感謝申し上げます。

さて、伊達な広域観光圏では、平成二〇年一〇月から平成二十五年三月までを計画期間として、観光庁を中心とした国の支援のもとで観光圏整備事業に取り組んでいます。その狙いは、本圏域が有する伊達文化・奥州藤原文化・奥の細道における松尾芭蕉の足跡といった文化的観光資源や、山も海もある多様な自然資源、民泊などに用意された多彩な体験活動メニューを活用し、更に磨き上げながら、連泊型の滞在プランを主に首都圏やそれ以西の地域に向けて売り込んで行くことです。この事業の現在までの成果として、圏域内の宿泊事業者の意見交換と旅行商品企画の場である「宿泊部会」が立ち上がったことがあります（提唱者は秋保温泉旅館組合の佐藤勘三郎組合長）。それまで、仙台市から奥州市までの宿泊事業者がひざ詰めで意見交換をする機会が中々なかったとのこと

で、佐藤組合長を部会長として活発な意見交換がなされています。現在、平成二十一年春～夏シーズンのプラン発売に向けて、詰めの作業を行っている最中であり、今後、伊達な広域観光圏の連泊プランとして展開する予定ですので、是非注目をいただきたいと思います。

また、今後五年間進めていくことになる観光圏のロゴマークを作成しました。これは、観光圏のブランドの柱の一つである「奥の細道」の松尾芭蕉のイメージに訴える図柄と、伊達な広域観光圏のキャッチフレーズである「ゆつくり滞在、伊達な時間^{とき}を過ごす旅」のキーワード「ゆつくり」を組み合わせたもので、お客様に圏域の一体感とその背景である伊達藩の縁を感じていただきたいという思いを込めています。今後、このロゴマークをあらゆるパンフレットラックを各所に設置し、観光圏のイメージづくりを進めていく予定です。

また、作業部会においては、パンフレットの相互提供、問い合わせに対する情報提供、地域の大きなイベントでのブース出展などの取組みを進めています。仙台市においても、去る十一月に仙台・宮城デステイネーションキャンペーンの特別企画として開催しました「体感！ 美味し国・伊達な旅フェスティバル」において、伊達な広域観光

圏のパンフレット配布ブースを設け、お客様に伊達な広域観光圏全体のことを広くお知らせしたところです。

これら誘客のための取組みを進めていくなかで、担当者同士がやりとりをする機会が増えて意思疎通が円滑になったからか、他の自治体の観光に関する問い合わせにスムーズに対応できるようにするなど、思いがけない波及効果も生まれています。

伊達な広域観光圏の今後

今後、伊達な広域観光圏が目指す方向性ですが、やはり圏域内の一体感を深めていく必要があると考えています。現在行っている情報発信の一元化の取組みを更に進めて、圏域を訪れるお客様に対しワンストップ的なサービスを提供できることを目指すとともに、訪れたお客様に、連携自治体の良さを気軽に口コミで教えられるような関係が作られることが理想です。

また、現在は六市四町の枠組で事業を展開していますが、今後は他の地域との連携も念頭に置く必要があると考えています。圏域を訪れるお客様にとって県や市の境界は関係ないのと同様に、観光圏の境界も関係の無いものです。圏域の周囲には魅力的な観光資源を有する地域がたくさんありますの

で、そのような地域で協力を得られる所とは、観光客の満足度向上の観点からも連携を進めていく必要があります。最後に、連携に際して個人的に思うところを述べさせていただきます。

二市二町時代からの経験を通じて感じるのですが、連携を進める上での要点は、「お互いに遠慮をしすぎないこと」にあるのではないのでしょうか。

観光圏の事務局として事務を担当している、国からの照会などを受けるのですが、内容の記載について各所に対応を依頼することも多々あります。また、観光圏整備事業においては個々の事業の幹事まで担っていたいております。この積極的な協力関係が実現していかけていけると、現在痛感している次第です。

また、そもそも連携をすることの目的を考えてみると、個々ではできなかったことに取り組むことにより、全体のパイを増やす点にあるように感じます。これは、連携に参加する個々の主体がお互いに切磋琢磨すること抜きには難しく、その意味でも、お互いに遠慮しすぎず、言いたいことを言い合える関係づくりが大切であると感じています。

今後、活発な交流を行いながら、魅力ある観光地づくりに取り組んで参りたいと思います。

壹岐 雅章（いき まさあき）氏略歴
 仙台市経済局国際経済・観光部観光交流課長。仙台市生まれ。一九七五年仙台市入庁後、仙台サンプラザ営業企画、第五十六回国民体育大会事務局勤務などを経て、二〇〇六年から現職。同年より仙台・宮城デステイネーションキャンペーン推進協議会幹事。二〇〇八年四月の伊達な広域観光推進協議会設立に伴い、事務局長を務める。

事例紹介

雪国観光圏の取り組みについて

雪国観光圏推進事業
委員長 富井 松一 氏



はじめに

新潟県は三年間に二度の大地震を被り、大打撃を受けた。

我々、旅館業界においても直接的被害を受けた施設もあるが、多くは風評被害によって客足を落としたものであり、厳しい経営環境が今も続いている。

このような状況ではあるが二〇〇九年は、J.R. デステイネーションキャンペーン、NHK大河ドラマ「天地人」の放映、そして「トキめき新潟国体」と一大イベントが多数開催されることから、県としても大観光交流年と位置付けて県下一体となって取り組んでいきたい。

問題は、二〇一〇年以降である。

前回のJ.R. デステイネーションキャンペーンにおいても、当年は入り込みを伸ばしたものの翌年にはその反動で入り込み減となっている。さらには、北陸新幹線が開通する二〇一五年(春)問題が続く。我々にとっては大きなマイナス要因が待ち受けている。

二〇一〇年以降、我々がどう戦っていかねばならないか、一時のブームに終わらすことのない磐石な観光地を構築するために、我々はコンセプトを明確にし、継続した事業展開が出来る、今のマーケットに合った新しい仕

雪国観光圏 ～あつという間に別世界 また来たくなる雪の国～

観光圏の区域: 新潟県魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町、津南町、群馬県みなかみ町、長野県栄村の区域

観光圏整備計画の期間: 平成20年10月1日～平成25年3月31日

数値目標の設定: 観光客数(百万人) 17.1(20年度推計)→18.2(24年度): 観光客満足度85%以上(24年度)

外国人観光客数(千人) 40(20年度推計)→80(24年度): 連泊客数(万人) 68(20年度推計)→81(24年度)

国の支援及び特例内容
・観光圏整備事業費補助
・旅行業法特例

雪国観光圏推進協議会

魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町、津南町、みなかみ町、栄村、新潟県、観光協会、宿泊関係者、商工関係者、農水関係者等

主な宿泊魅力の向上事業

- ・外湯めぐりパスポート
- ・ポイントカードシステム



主な観光コンテンツ充実事業

- ・雪まつり共同プロモーション事業
- ・原風景活用ルート開発事業



主な観光案内・観光情報の提供事業

- ・観光ガイドの育成と雪国検定
- ・認定観光案内所設置
- ・共通サインマニュアルの作成



主な交通移動の利便向上事業

- ・周遊観光バス、タクシー実証実験
- ・シャトルバス運行



社会資本整備事業等との連携

- ・駅周辺、観光施設、散策道、などの整備
- ・アクセス、周遊、景観の再生・向上

組みを作り上げる必要がある。
その新しい仕組みこそが雪国観光圏整備事業である(図参照)。

この雪国観光圏整備事業とは、三県(新潟県・群馬県・長野県)七市町村(湯沢町・南魚沼市・魚沼市・十日町市・津南町・みなかみ町・栄村)の広域連携事業であり、雪国の自然環境と歴史・文化・食の魅力を生かして国内外にアピールし、観光客の来訪及び滞在促進を目指し雪国観光ブランドを確立する事業である。

事業目的…地域性を生かした観光とまちづくりの融合

雪は豊かな四季とそこに暮らす人々の文化を作り上げてきた。その世界に類のない地域特性を生かした観光圏を造成することで、整備された高速交通網や首都圏と近い利便性を活かして、現状のマーケットにあった観光資源の見直しと開発を行い、観光地の魅力と国際競争力を高めていく。

本事業は、三県にまたがる地域を雪国観光圏として設定することで、行政区域に左右されない観光ルートを整備し、行政・関係団体・企業そして市民が官民一体となって取り組み、長期的な戦略として地域経済全体を活性化させることを目指すものである。そこに住む人々と来訪者が地域の魅力を共有

し、「住んでよし、訪れてよし」の地域社会を目指す。

I「雪を通じた国際観光の展開」

世界的にも珍しい、人の住む豪雪地帯である当圏域において、この恵まれた自然環境と「雪」という天からの恵みを、次の世代をにう子供たちへの贈り物として(雪の降る環境を)残すことが、地球環境を護ることにつながる重要な役割をもつものとして位置づけ世界にアピールしていく。

II「雪国らしい新たな観光産業の形成」

雪に育まれた自然と雪が育んだ衣食住すべての生活文化を観光の資源として見直し、新たな観光のブランド形成として雪国観光の振興を図る。これは、単なる観光の振興のみでなく観光に関連する農業等地域産業すべてが連動して初めて観光が成立するものとして捉え、地域産業の全体のグレードアップと地域経済の活性化を目指すものである。

III「滞在型観光の促進」

圏域にある温泉地や暖かい人情と厳しくもやさしい自然を生かして、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを目指した滞在型観光を促進する。単純な入り込み数の増加ではなく、この地域により長く滞在して地域のよさを

味わってもらいリピーターを確保する。その先には、二地域居住を見据えている。

IV「地域づくり・人づくりの推進」

地域づくりは、人づくりとよく言われるように、人の魅力は地域の魅力であり、おもてなしの心を大切にした人づくりは観光地づくり・地域づくりの要と位置づけ行政の枠を越えた人々の交流と連携による活動の展開を図る。また、観光案内情報発信機能の向上、二次交通等交通条件向上を進め、観光からの地域づくりを目指す。

事業目的を実現させるために、下記四点を柱に実施事業を行う

①顧客が見える観光地づくり

雪国観光圏共通の顧客会員制度を導入し、顧客を知ること、顧客に合わせたより満足度の高いサービスを地域全体で行っていく。観光圏域での旅館や飲食店、また観光施設が連携し、それぞれの顧客のニーズに合わせた滞在メニューを提案することで来訪頻度を向上させる。観光客からリピーターへ、リピーターから二地域居住者へ変えていく一連の流れを地域全体で取り組むことで、幅広い分野での地域経済活性化を図り、新産業創造へのきっかけづくりへと繋げる。

②地域資源を観光財産へ

飲めるほどきれいな清流、数多くの恵みをもたらす森林資源、先人たちの叡智が集結された雪国郷土文化。一言では語れない雪国の地域資源は、それを伝えることで魅力的な観光財産へと変化する。ホームページやパンフレットなどを活用して観光資源の掘り起こし、ガイド養成やワークショップを通してそれを伝える人材の育成、そして各種体験メニューでの具体的な商品造成などを連携して行うことで、地域資源を観光財産へと変えていく。

③だれでも気軽に楽しめる旅行環境

多くの来訪者に地域の魅力を伝えるためには、多様な視点からの滞在観光地の検討が必要である。海外からの来訪者の視点に立った観光ルートの提案、お年寄りや子供にも分かりやすい観光情報の提供、障害をもった来訪者が不自由なく滞在できる仕組みづくりなど、さまざまな視点からの観光開発を行う。雪国観光圏では地域連携や異業種連携を進めていきながら「より幅広く、より深い」観光地を目指す。

④好循環を生み出す継続可能な事業の実施

雪によって形成されている雪国観光圏にとって、自然環境を維持することは使命でもある。地域資源を後世に伝

えるために、自然環境の保全を継続的に行う。また実施事業においても、事業に関わる組織や企業、顧客がそれぞれ WIT-WIT の状況を形成し、今後においても継続できるような好循環事業を作り出すことを主眼に進める。

おわりに

観光圏整備事業は、五年間であり補助事業は二年間である。

したがってこの五年間でしっかりとした仕組みを作り出し、継続性のある事業展開をする必要がある。

キーワードは、「連携」である。地域内連携・広域連携の目的と役割をしっかりと理解していただき、観光業者だけでなく、農業や商工業との連携を強化することで、地域ならではの商品や魅力を創出し地域全体が一体となって受け入れ態勢を整備していくことが重要である。

「雪国」・「観光」というブランドを中心に、多くのお客様にお越し頂くことで地域が発展し、又新しい産業を創造する。そして訪れる人々の喜びが地域で暮らす人達の誇りにつながる町づくり、地域づくりを目指している。

観光とはビジネス・産業である。常に改新しニーズに応じた変化が必要であり、これからの地方分権・地域活性化のリーディング産業として大きな役割を持っている。我々は、今後とも積極的に新しい仕組みの中で観光圏整備事業に取り組んでいき、地域が自立でき、「住んでよし、訪れてよし」の地域を作り上げていきたい。

富井 松一(とみい まついち)氏略歴

一九四九年 二月二十七日生

〈学歴〉

一九七二年 日本大学理工学部卒業

〈役職〉

新潟県旅館組合副理事長

越後湯沢温泉旅館組合長

なつかしき心のふるさと
松泉閣 花月 代表取締役

事例紹介

伊勢志摩地域観光圏の 取り組みについて

(社)伊勢志摩観光コンベンション機構 観光企画委員会
委員長 清水 清嗣 氏



伊勢神宮内宮宇治橋

三重県伊勢志摩地域は「是の神風（かむかぜ）の伊勢の国は、常世の浪の重浪帰（よ）する国なり、傍国（かたくな）の可怜（美し）国なり。是の国に居らんと欲（おも）ふ。」と垂仁天皇が日本書紀に詠まれた、まさしく「住んでよし、訪れてよし」の地域です。伊勢神宮を中心に極めて多くの自然・歴史・文化資源、神話や物語が存在し、日本人の心のふるさと、原風景であり、御食国（みけつくに）美し国と呼ばれ、わが国でも屈指の観光資源を有しています。特に、二〇年に一度の伊勢神宮ご遷宮、第六十二回式年遷宮が二〇一三年秋に執り行われ、国内外から多数の方々を訪れる（前回ご遷宮：一九九三年には一五〇八万人が訪れ、今回も同様の参拝客が予定されます）時期に合わせて国土交通省・観光圏整

備事業の全国認定一六地域（二〇〇八年一〇月〜二〇一三年三月）に採択を受けましたことは観光振興への更なる大きな弾みが付く絶好の機会となることも計画認定事業推進での成果が強く求められることとなります。

計画認定へ向けての 取り組み

伊勢志摩地域は、一九九三年のご遷宮、翌年のジャパンエキスポまつり博三重の開催を契機に相前後して大型観光施設（新鳥羽水族館、志摩スベイン村、おかげ横丁）がオープンするなどの相乗効果により、ピーク時には一九五三万人の観光入り込み客となる活況を呈しました。その後のバブル経済の崩壊、阪神大震災の影響を受けて観光入り込み客が通減するなか、一九九八年の運輸政策研究機構による評価「新時代の国内観光」において、伊勢志摩は「賦存資源」では、国内でも京都、日光と並び全国最高の評価を受ける一方で、「宿泊施設」（特に「サービス水準」、「空間快適性」について低い評価が示されました。

鳥羽市においてもこの結果を厳しく受け止め、鳥羽商工会議所では一九九九年観光まちづくりの手法として「エコミュージアム」構想マスタープランの策定、地域資源としての自然・歴史・文化・祭り、主として「海女文化、

みなどまち文化」を保全し、継承することで観光資源ととらえ、地域の自立を促すための事業を推進しています。この事業を核として二〇〇五年〜二〇〇七年国土交通省観光ルネサンス事業の採択を受けて整備しました。海女小屋体験、海女文化資料館、みなどまち文学館・乱歩館は新たな観光資源として訪れる人も多く、文化的満足度の高い施設との評価を受け、地域住民が参画運営する魅力ある観光まちづくり推進への大きな弾みとなりました。又、二〇〇一年〜二〇〇五年の五年間にわたる三重県観光振興重点事業として民間メンバーが主体となった「伊勢志摩再生プロジェクト」事業の推進、地域内各種観光関連団体の意欲的な取り組み、ご遷宮へ向けての祝祭行事の挙行等があり、二〇〇四年を底に徐々に増加傾向を示し、二〇〇七年は一一四九万人の観光入り込み客実績となり回復傾向にあります。

国においては二〇〇六年観光立国推進基本法の成立、二〇〇七年観光立国基本計画が決定、三重県においては二〇〇四年三重県観光戦略プランの策定、これを受けて二〇〇七年伊勢志摩地域では自らの地域が主体的に立案するため、(社)伊勢志摩観光コンベンション機構が中心となり、観光圏事業の骨格となる、伊勢志摩観光振興プランを策定しました。

相差「海女文化資料館」と 海女小屋「相差かまど」整備事業

相差を訪れる外国人からも、漁村風土と海女文化は強い関心を集めています。相差町に残る海女の歴史や文化を紹介する資料館(役場跡の利活用)と古来の海女小屋の整備を行ない、「願いが叶う御利益めぐりコース」として充実を図っています。



海女文化資料館



海女小屋おぜごさん

鳥羽みなとまち文学館

鳥羽みなとまち文学館は、2002年から地域の歴史・文化に触れる施設として順次整備したものです。「岩田準一と乱歩・夢二館」、「乱歩館・鳥羽文学ギャラリー」、蔵を改築した「幻影城」、昔懐かしい路地の「みなとまち小路」で構成されています。

青都とばミュージアム

鳥羽には、歴史や文化を語る史跡やエピソードが数多くあります。地域の方々とともに埋もれた資源を掘り起こし、光をあてる活動を展開しています。



鳥羽みなとまち文学館

具体的な事業推進内容

このプランの目的は①伊勢志摩への安定した観光客数の確保による産業・経済力増大と持続可能な雇用創出、②観光客のニーズに合った仕組みづくりの構築による再訪率増加と顧客満足度向上、③(社)伊勢志摩観光コンベンション機構の組織強化による効率的で地域一体感のある各種事業の推進、④多様な主体の参画による「住んでよし、訪れてよし」の満足度の高い地域づくりを実現し、持続可能な地域を目指すものです。この目的を達成するために行政、商工会議所、観光協会、市民、団体等の求められる役割機能を明確に事業分類し、二〇一三年の計画期間までの数値目標へ取り組む内容としています。

具体的には(i)環伊勢湾周遊観光事業、(ii)二泊三日商品開発と支援体制づくり事業、(iii)平成伊勢志摩塾実地事業、(iv)海女文化の継承と開発事業、(v)二次交通対策としてのレンタカーを活用した美し国誘客事業、(vi)ETCを活用した美し国まちナビプロジェクト事業、(vii)人材育成のおもてなし向上、(viii)市民力推進事業、(ix)特産品開発と顧客満足度調査事業 等々となります。二次交通としての移動快適化、農林漁業体験交流メニューの充実、宿泊魅力の向上、

そぞろ歩きできる環境づくりを図る事で、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成による地域の活性化へ繋げるものです。

特に鳥羽市の事業においては、二泊三日商品開発と支援体制づくりとして着地型商品事業化に向けた市場調査を平成二〇年度事業として実施し、二十一年度以降、全面展開する予定です。具体的には海女のふるさと原風景周遊・相差海女文化体験メニュー、離島文化体験メニュー、万葉歌人散策コース、みなとまち文化体験・旅の絵手紙体験メニューなどの商品づくりをすすめています。

期待する役割機能と効果

伊勢志摩観光圏を形成する伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町の三市一町でそれぞれの地域固有の自然、歴史、文化の観光資源に磨きをかけ相互に連携する仕組みづくりが求められています。各地域にはエコツーリズム、体験学習をすすめるNPO、市民グループがあり、鳥羽市においては、海島遊民くらぶ、島の旅社、ガイドボランティア、海女文化運営協議会などが地域ならではの観光商品を積極的に展開しております。これらの活動において、この観光圏事業に協働参画する体制づくりをとることが、ひいてはそれぞれの

団体の経済的な自立を促し、事業継続が可能となることで地域観光資源を保全し、継承することにつながるものと確信し、期待するものです。

これまでは伊勢志摩地域の三市一町の行政単位で独自に完結させていた広報PR、サイン整備、歴史文化の商品造成事業を横断的に連携させることで互いに地域資源を補完しあい、これま



海島遊民くらぶ(離島を舞台としたインタープリターが案内するエコツアー)



島の旅社(離島ならではの路地散策や磯視察で元気な島人と触れ合える)

でない伊勢志摩地域の魅力を伝え、体験できることで更なる顧客満足度と質の高い観光地へ脱皮できる大きなチャンスとなります。まずは伊勢志摩地域を観光圏として融合し、連携を深めることで事業活動を軌道に乗せ、一体感のある観光圏域づくりを目指します。鳥羽市ではVJC(ビジット・ジャパン・キャンペーン)事業を二〇〇三年から推進しており、二〇〇七年からは高山市、浜松市との広域連携事業として中国からの海外観光客誘致への共同事業を推進しています。今後、地域エリアでの観光圏事業の推進を効果的なものとし、実績を重ねることでさらに県境を越えた広域連携事業へと進み、二〇二〇年、外国人観光客二、〇〇〇万人時代を迎えた時代に、中部圏域での大きな枠組みの中で東ア

外国人客対象商品の開発と体制づくり

平成13年からは伊勢志摩地域外国人観光客誘致促進協議会を組織し、中国の上海・蘇州、韓国、台湾を中心に東アジアを重点対象地域として誘客活動を行っています。



多言語ガイド

ジアを代表する国際観光地として位置づけられるような地域づくりを目指したいと思います。

清水 清嗣(しみず きよつぐ)氏略歴
鳥羽商工会議所専務理事

〈学歴〉

一九七八年 明治大学卒業

〈職歴〉

一九七八年～一九八四年 民間企業に勤務

一九八四年～鳥羽商工会議所に勤務

現在に至る

二〇〇一年～鳥羽商工会議所専務理事

二〇〇一年～二〇〇五年

三重県伊勢志摩再生プロジェクト委員

事例紹介

二泊三日以上の滞在型の観光地を目指して ～新東九州観光圏の取り組みについて～

新東九州観光圏協議会

事務局 都甲 一朗 氏

「観光圏」とは？

ドイツ南部にある「ロマンティック街道」。沿線には、多くの古城や中世の景観が広がり、実際に訪問した方や、ガイドブックなどでご存じの方も多いでしょう。しかし、ロマンティック街道の素晴らしさは、これらの史跡の素晴らしさだけでなく、街道の地域が一体となったおもてなしやPRが、世界中の観光客を魅了してやまないと言われています。

ロマンティック街道のような地域の取り組みを進めていくのが、観光圏整備事業です。

観光圏整備事業は、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」(以下、「観光圏整備法」)に基づく取り組みです。観光地同士や、民間の多様な関係者が連携して、移動や宿泊を楽しんでもらい、二泊三日以上の滞在型観光に結びつく取り組みに対して、補助金や低利融資、規制緩和などの制度が準備されています。

なお、「観光圏」とは、自然、歴史、文化などにおいて密接な関係が認められる観光地を一体とした区域を指し、各地域が連携して自主的に設定するものです。

観光圏整備法の枠組

観光圏での取り組みでは、複数の観光地や幅広い事業者・地域住民・行政などの、さまざまな関係者が連携して、地域が一体となったブランドを作り出すことが重要です。観光圏整備事業に対する支援を受けるためには、二種類の計画を作成する必要があります。

「観光圏整備計画」は、市町村または都道府県が作成するもので、観光圏の目標や、観光圏として目指すブランドの方向性を記載します。この観光圏整備計画に基づき、観光圏整備事業を実施しようとする事業者は共同で、具体的な事業計画を記載した「観光圏整備実施計画」を作成します。観光圏整備実施計画は、国土交通大臣に申請を行い、大臣認定を受けることで、観光圏整備事業に対して、各種支援を受けられるようになります。

各種支援制度

支援制度のいくつかをここで紹介します。

① 観光圏整備事業費補助制度

民間事業者が観光圏整備事業(主にソフト事業)を行う場合、大臣認定を受けていれば、最大四〇%の補助金が受けられます。

② 日本政策金融公庫による低利融資

観光圏内の宿泊施設は、サービス改善のための改修や外装などを行う計画が大臣認定を受けていれば、日本政策金融公庫による特別利率での融資を受けることが可能です。

③ 旅行業法の特例

大臣認定を受けた観光圏内の宿泊業者が、所定の届出を行うことで、観光圏内の旅行商品の販売代理を行うことができるようになります。(観光圏内限定旅行業者代理業)

それでは、ここからは、我が「新東九州観光圏」の取り組みのさわりだけでも紹介させていただきます。

新東九州観光圏の 目指すもの

今回、認定を受けた「新東九州観光圏」は、大分県と宮崎県にまたがるものです。

日本一の湧出量を誇る別府温泉(別府市)や、自然景観と個性豊かな宿泊施設で観光客に人気の由布院温泉(由布市)などは全国的にも有数の観光地となっています。一方、日豊海岸沿いの臼杵、津久見、佐伯の各市は、海の恵みを生かした「食」や体験メニューが豊富など、「浦」の秘められたポテンシャルを有していますが、認知度に課題があります。

そこで、これらの各地域を結ぶ高速道路の開通を機に、ビジネス客の多い大分、延岡両市を加え、各地域の魅力を連携させることで、二泊三日以上の滞在型の観光地を目指しています。「温泉」と「浦」を連携させ、日常生活を忘れさせてくれる「アナログ体験」をブ

ランドイメージとして、各事業を展開しています。また、この観光圏では、「浦」という地域は、食の供給基地であることから、漁業をはじめとする一次産業を元気にすることも併せて目指しています。観光と地域づくりを一体として進めるも

新東九州観光圏 ～デジタルな自分をリセット アナログ体験のススメ～

観光圏の区域：大分市、別府市、由布市、大分市、臼杵市、津久見市、佐伯市、宮崎県延岡市の区域
 観光圏整備計画の期間：平成20年10月1日～平成25年3月31日
 数値目標の設定：1回あたりの平均宿泊数(日/回)1.48(19年度)→1.68(24年度)
 宿泊客数(万人)320(19年度)→328(24年度)

新東九州観光圏協議会
大分市、別府市、由布市、大分市、臼杵市、津久見市、佐伯市、宮崎県延岡市、観光協会、宿泊関係者、商工関係者、農水関係者等

主な宿泊魅力の向上事業
 ・滞在促進地区アート化事業
 ・「風の食卓」地消地産モデル事業

主な観光コンテンツ充実事業
 ・浦の食ブランド化事業
 ・浦の新商品開発事業

国の支援及び特例内容
 ・観光圏整備事業費補助
 ・旅行業法特例
 ・農山漁村プロジェクト交付金

主な観光案内・観光情報の提供事業
 ・SA観光圏情報整備事業

SA観光圏情報整備事業
 高速道路の基点となるサービスエリア等を活用した情報発信。

主な交通移動の利便向上事業
 ・移動手段の観光資源化事業
 ・ペロタクシーの活用事業

社会資本整備事業等との連携
 ・東九州自動車道(佐伯～延岡間)の整備
 ・佐伯港湾整備計画

新東九州観光圏の 主な取り組み

の「それが「新東九州観光圏」です(図参照)。
 平成二〇年度の代表的な取り組みを紹介いたします。

- ① 滞在促進地区アート化事業
 湯の街として知られる別府市の隠れた魅力を引き出すため、温泉街にある空き店舗や旅館・ホテルの庭先を改装し、現代芸術の空間に生まれ変わらせる取り組みを行っています。
 イベントスペースでは、ダンス公演なども行われ、中心市街地の活性化にも一役買っています。別府を「湯の街」に加え、「アートのまち」と呼ばれるような仕掛けを行うことで、観光客の方々の長期滞在を促すものです。

- ② 観光朝市などの「浦」の新商品の開発
 「関アジ」、「関サバ」をはじめとした海の幸が豊富な日豊海岸エリアの秘められた魅力を観光客にもPRしようと、臼杵市などでは、朝市を観光客向けにアレンジした「観光朝市」を開催しています。

その他、津久見市では、離島を活用した島歩きコースの開発や、佐伯市では、筏(いかだ)の上で海の幸を観光客の方々に食してもらおう入り江カフェの取り組みなどがスタートしました。

新東九州観光圏の 今後の課題

現在(平成二十一年三月)、平成二十一年度事業の頭出しをしています。具体的には、二年目を迎え、「温泉」から「浦」への周遊の仕掛けづくりや「温泉」と「浦」をつなげた旅行商品づくりなどが中心になってくるものと考えています。また、各事業がつながらないケースが平成二〇年度に多く見られたので、来年度は、各事業がうまく連動して、観光圏として機能し、相乗効果を生むような取り組みにしていくなり、必要があると考えています。

皆様方も、九州にお立ち寄りの際は、是非、「新東九州観光圏」において下さるよう、心よりお待ちしております。

都甲 一朗(ごう いちろう)氏略歴
 大分県企画振興部観光・地域振興局 観光交流班 主幹
 一九六一年 八月十一日生
 〈学歴〉
 一九八五年 静岡薬科大学薬学部薬学科卒

佐賀県採用後、原子力を担当。その後、大分県採用後は、主に大気汚染、廃棄物、循環型社会、環境アセスメントなどの環境部門やひとりづくり、県民運動などを担当。
 二〇〇七年から現職。

事例紹介

「一流の田舎」 熱塩温泉山形屋の観光振興への取り組み

有限会社 山形屋旅館
代表取締役社長 瓜生 泰弘 氏



山形屋のスタンス

弊社は会津の北端に位置しており、合併によって平成十八年一月四日に熱塩加納村から喜多方市になりました。今から十七年前に国道二二一号バイパスが喜多方市から米沢へと繋がりが、山形方面からのお客様が増えてきたことを契機に、三年後の平成七年一〇月に従来の二倍の大きさにリニューアルしグランドオープンいたしました。当時から現在に至るまで経営理念に掲げてきたことは、地域の誇れる文化でお客様をもてなし、地域と共に発展するということでした。地元建設業者によってリニューアルしたのはもちろんのこと、館内には地元で活躍する芸術家の作品を中心に飾りました。そしてなによりも、そのころ有機農業の魁の地として有名であった熱塩加納村の農産物を、農家と提携し出来る限り多く食材として仕入れ、手造り料理にしてお客様に提供してまいりました。その頃はまだ地産地消



身土不二ステージ

として仕入れ、手造り料理にしてお客様に提供してまいりました。その頃はまだ地産地消



「全国食味コンクール」金賞受賞

という言葉すらなく、その取り組みをピーアールしても集客に繋がるものはありませんでしたが、「一流の田舎」という目標を掲げた弊社のスタンスとしておられることなく現在も続けているところでもあります。また、このような取り組みを実践することにより、旅館やホテルは地域文化の発信の場としての役割を果たすべきであるという考えが芽生え、心あるお客様の感想を生産者や制作者にフィードバックしてまいりました。それによって、提携農家の米が「全国食味コンクール」で金賞を受賞するなど、地域文化の発展にも大きな貢献をしてきたものと自負しているところでもあります。

観光は基幹産業

従来、観光産業という遊びの産業であるという捉え方をされ、社会的な地位も低いものでしたが、最近になって観光の経済波及効果の大きさが着目されるようになり、多くの自治体が観光に力を入れ始めました。国も、ピジット・ジャパン・キャンペーン等により、

観光庁が目指す 官民一体の観光

外国からの観光客を増やし、外貨を獲得して経済を活性化しようという取り組みを盛んに展開し、ついには昨年の一〇月に国土交通省の下に観光庁が発足する運びとなりました。これは正に観光産業が国の基幹産業の仲間入りをしたことを意味するものであります。これによって弊社が永年培ってきた経営スタンスである「地域の誇れる文化」「地産」で「お客様をもてなし」「地消」であり「地域と共に発展する」「地域経済と文化が活性化」が間違いないことが証明され、いずれ全国のホテル、旅館がその方向に進むようになるものと考えているところでもあります。

観光庁が最初に打出した事業は、隣接した観光地が連携して二泊三日以上の滞在型観光地を形成するという「観光圏」事業であります。弊社が存在する喜多方市も「会津・米沢地域観光圏」に認定されました。「観光圏」のねらいは、日帰り観光から宿泊へさらに連泊へと移行させることによって、より大きな経済効果を地域にもたらそうという事であります。そのため今、官民一体となってエリア内の観光資源を発掘し、ブラッシュアップしているところであります。

発展途上国型観光から
先進国型観光へ

「会津・米沢地域観光圏」内にある、会津若松と喜多方の観光を注意深く観察すると、両者の間には大きな違いがあることに気が付きます。それは、観光には「先進国型」と「発展途上国型」があるのではないかということであり、海外旅行を例にとつて分かります。海外旅行を例にとつて分かります。東南アジアやアフリカなどを旅行すると、旅行者が泊まるホテルや食事をするレストランを利用する人達は、大多数が外国の旅行者であり、現地の人々と重なることはほとんどありません。ところが先進国である欧米を旅行すると、泊まっているホテルも食事をするレストランも、普通に現地の人達がお客様として利用しているのであります。これはまさしく国力や経済力の違いによって観光のありかたが、「発展途上国の旅行者区別型」と「先進国の住民一体型」とに分かれるということとを意味しているのではないのでしょうか。日本は戦後あまりにも急激に「発展途上国」から「先進国」に発展してきたために、観光が追い付いていけなかったのです。ですから、発展途上時代から観光先進地であった会津若松が「旅行者区別型」をいまだに残し、「先進国」になつてから観光地に

なつた喜多方は、住民の食文化であるラーメンに代表されるように「住民一体型」になつてきているのです。これは、これからの観光を考える上で重要な要素になると思います。なぜなら、まずは既に旅行者側のニーズが、旅行先の住民の文化や風土を味わいたいという形に変わってきているということであり、そしてもう一つは、旅行者の動線を住民の動線に重ねることが地域にもたらす経済効果がより大きいということなのであります。ですから、これから「観光圏」を目指す方向は、旅行者が二泊三日以上そのエリアの住民として楽しむということではないかと考えます。

旅行者を住民に繋ぐ
架け橋

昔から観光地にはガイドが存在いたしました。しかしそれは、あくまでも通り一遍の旅行者に、観光地の名所旧跡などの表面的な部分だけを案内するものであり、住民の生活の中にある風土や文化までには立ち入りませんでした。それは、前述したとおり「発展途上国の旅行者区別型」を採っていたからであります。しかしそれを「先進国の住民一体型」に移行していくためには、よそ者である旅行者を住民に繋ぎ、生活動線を共有させてくれる役割を果たすコンシェルジュや、旅行者と自然

を繋ぐインタープリターを養成することがとても重要になってくるものと思えます。それは当面行政が行うべき役割であると考えますが、それと同時に観光関係者（旅館、食堂、二次交通等）の意識をかえていく必要があると感じます。それができた時に初めて「先進国の住民一体型」観光が成就され、地域に根ざした魅力的な旅行商品が完成するものと確信いたします。

観光の究極の目標

官民一体となり「先進国の住民一体型」観光を推進することによって、エリア全体の人や自然が魅力的に輝き、訪れる人々がその地域に長く滞在して楽しみたいと思うようになること、そしていづれは、ここで暮らしたいと考えるようになった時、初め



大浴場(桧風呂)

て「住んでよし、訪れてよし」の「観光圏」II「一流の田舎」が完成するのだと思えます。そしてそれが、とりもなおさず新しい観光の究極の目標であろうと考えます。そのために弊社が出来ることは、前述したように首尾一貫して「熱塩温泉山形屋」流のスタンスを続けていくことにより、訪れる方々に「感動」を与えていくことであろうと考えているところであります。なぜなら、人が生きるといふことは、心が感じて動くことであり、「感動」の少ない所には誰も訪れないからであります。

- 瓜生 泰弘(うりゅう やすひろ)氏略歴
一九五六年三月二〇日生
- 一九七八年 足利工業大学(建築学科)卒業
- 一九七九年 (南山形屋旅館勤務)
- 一九八九年 (南山形屋旅館 取締役 就任)
- 二〇〇四年 (南山形屋旅館 代表取締役専務 就任)
- 二〇〇六年 (南山形屋旅館 代表取締役社長 就任)
- 現在、福島県旅館ホテル生活衛生同業組合 観光文化委員長
- 会社名… 有限会社 山形屋旅館
屋 号… 熱塩温泉 山形屋
代表者… 瓜生 泰弘
資本金… 五〇〇万円
業務内容… 旅館業(宿泊及び飲食)
所在地… 〒九六六〇一〇一
福島県喜多方市熱塩加
納町熱塩字北平田甲
三四七一二

製造業支援にかかる サービス産業についての実態調査

財団法人東北産業活性化センター

企画部長 小杉 雅之

当センターは、平成二〇年度自主事業として「製造業支援にかかるサービス産業についての実態調査」を実施し、この度、調査結果を取り纏めましたので、報告いたします。

はじめに

サービス産業は、極めて多種多様な業界です。加えて、サービス産業は、製造業の生産性向上及び付加価値向上に資する一面をもつなど、東北地域において産業振興に欠かせない重要な産業の一つとなっています。しかし、東北地域において、製造業支援を担っているサービス産業の実態については、いまだあまり調査されてきませんでした。

本調査は、東北地域において製造業支援にかかるサービス産業の現状、製造業とサービス産業とのマッチングの実態、課題等を把握するために、統計データ整理及び企業向けアンケートを実施しました。

製造業支援にかかる サービス産業とは

ものづくり基本法（ものづくり基盤技術振興基本法・平成十一年制定）によれば、ものづくり基盤産業として、

製造業又は機械修理業、ソフトウェア業、デザイン業、機械設計業その他の工業製品の設計、製造若しくは修理と密接に関連する事業活動を行う業種の六業種が政令で定められています。

しかし、同基本法が制定されてから今日に至るまで、製造業を取り巻く外部環境や社会環境の変化により、これら以外の業種でも、製造業支援にかかるサービス産業が数多く見られます。

そのため、本調査においては、「事業所・企業統計調査」、「サービス業基本調査」、「特定サービス産業実態調査」、「企業活動基本調査」から、「製造業支援サービス業」と想定される産業を抽出しました。

具体的には、各統計調査時点における中分類十三業種（情報サービス業、インターネット附随サービス業、映像・音声・文字情報制作業、道路貨物運送業、運輸に附帯するサービス業、技術サービス業、学術・開発研究機関、廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、物品賃貸業、広告業、その他の事業サービス業）を、「製造業支援サービス業」と定義しました。

なお、平成十九年十一月に日本標準産業分類が改訂となったため、企業向けアンケート調査においては、新たに二業種（専門サービス業、職業紹介・労働者派遣業）を加えた中分類十五業種（下表参照）としました。

大分類	『製造業支援サービス業』中分類15業種
G 情報通信業	39 情報サービス業、40 インターネット附随サービス業、41 映像・音声・文字情報制作業
H 運輸業、郵便業	44 道路貨物運送業、48 運輸に附帯するサービス業
K 不動産業、物品賃貸業	70 物品賃貸業
L 学術研究、専門・技術サービス業	71 学術・開発研究機関、72 専門サービス業、73 広告業、74 技術サービス業
R サービス業	88 廃棄物処理業、89 自動車整備業、90 機械等修理業、91 職業紹介・労働者派遣業、92 その他の事業サービス業

* 下線はアンケート調査において新規追加した2業種。

統計データに見る
サービス産業の実態

「事業所・企業統計調査」、「サービス業基本調査」、「特定サービス産業実態調査」、「企業活動基本調査」の四統計調査を基に整理した、全国及び東北地域における製造業及び製造業支援サービス業の現状(事業所数、従業員数、販売額等)は、次の通りです。

一・事業所及び従業員数

総務省統計局事業所・企業統計調査によれば、平成八十八年の一〇年間における全業種の事業所数、従業者数の動向は、全国、東北七県とも減少傾向となっています。

東北七県の全業種事業所数は六〇五千事業所(全国シェア一〇・二%)、同従業者五、三二〇千人(全国シェア九・一%)となっています。東北七県の製造業支援サービス業事業所数は五三三事業所(全国シェア九・二%)、従業者六三七千人(全国シェア七・三%)となっています。

事業所数、従業者数共に、東北七県における製造業支援サービス業は全業種に対する全国シェアを下回っており、集積が不足していると考えられます。

また、一事業者あたりの従業者数も八・八人と全国平均九・九人を下回り、

小規模・零細な事業所が多いことが確認できます。

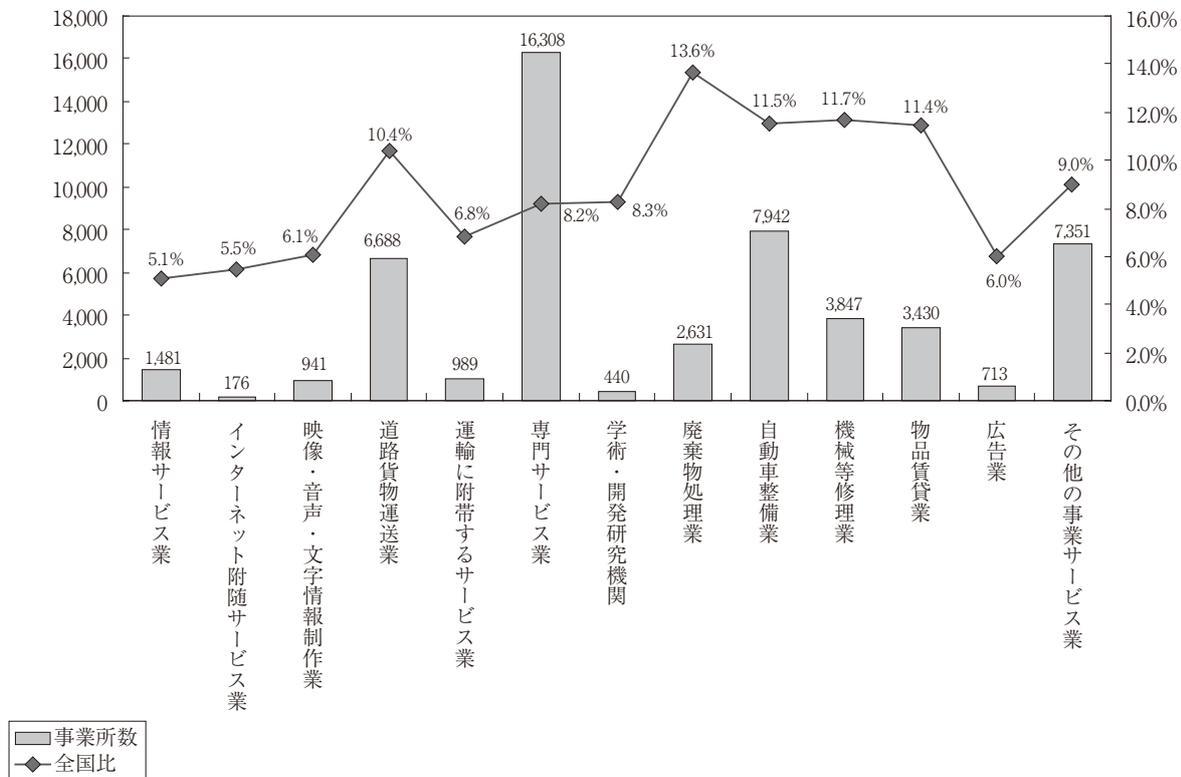
なお、東北七県の製造業支援サービス業(中分類)における事業所数の第一位は、「専門サービス業」(一六千事業所)、第二位「自動車整備業」(八千事業所)、第三位「その他の事業サービス業」(七千事業所)、第四位「道路貨物運送業」(七千事業所)、第五位「機械等修理業」(四千事業所)となっています。なお、全国シェア第一位は、「廃棄物処理業」(一三・六%)となっています。

二・販売額等

四統計調査を含め、国内統計で製造業支援サービス業の販売額等を網羅的に調査している統計はありません。一部の業種が、サービス業基本調査などで調査されているにとどまります。

サービス業基本調査によれば、東北七県におけるマーケットが大きい業種は、専門サービス業七五五億円、物品賃貸業八〇億円、その他の事業サービス業九六億円となっています。

しかし、専門サービス業、物品賃貸業、その他の事業サービス業のいずれも、全国シェアは一割未満(金額ベース)となっているほか、一事業者あたりの収入金額も全国平均を下回っています。



東北七県における製造業支援サービス業(中分類)事業所数及び全国シェア(H18)

*専門サービス業の主なもの：法律事務所、特許事務所、司法書士事務所、税理士事務所、デザイン業等

出所：総務省統計局「事業所・企業統計調査」

アンケートに見る
サービス産業の実態

東北七県の製造業支援サービス業
一、〇〇〇社及び製造業一、〇〇〇社に
対し、アンケート調査を実施しました。

一．調査内容

①東北地域の製造業支援サービス業
(回収率十二・五%)

【回答事業所の概要について】
【製造業に対するサービスの提供(連携)について】

【事業展開の課題・今後の展望について】

②東北地域の製造業(回収率七・八%)

【回答事業所の概要について】
【サービス業の利用(連携)について】

【事業展開の課題・今後の展望について】

二．調査結果

①取引状況

製造業支援サービス業が取引している製造業は、「食料品製造業」(二一・六%)が最も多く、次に、「印刷・同関連業」、「その他の製造業」、「電気機械器具製造業」、「木材・木製品製造業」、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、「金属製品製造業」、「生産用機械器具製造業」、「情報通信機械器具製造業」が続いており、これらの製造

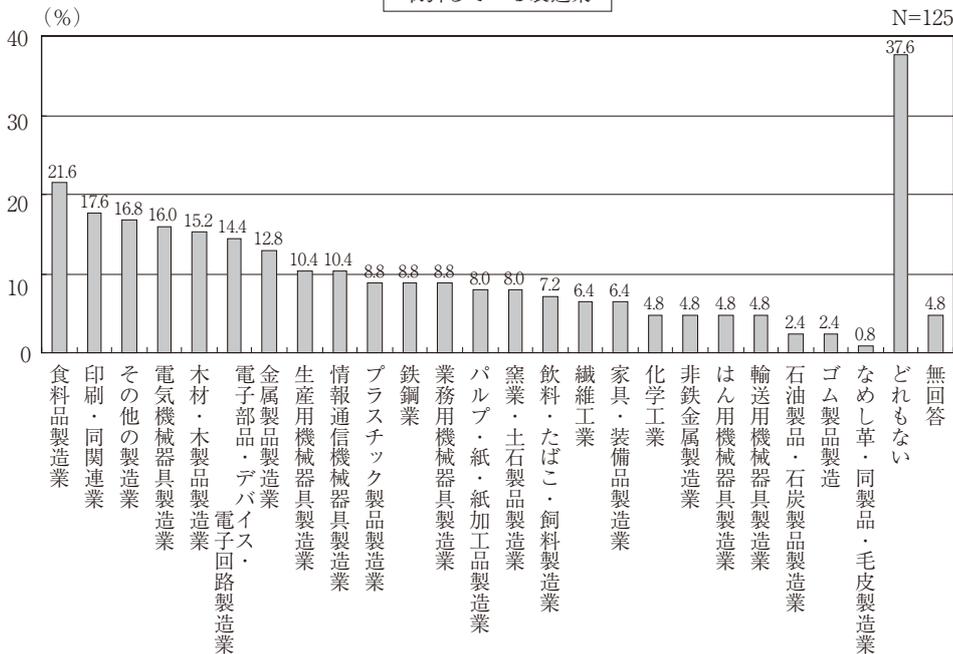
業を、一割以上の製造業支援サービス業が取引先として挙げています。

一方、製造業が取引している製造業支援サービス業は、「道路貨物運送業」が三五・九%で最も多く、次に「廃棄物処理業」、「機械修理業」、「物品賃貸業」、「専門サービス業」が続いており、これらの製造業支援サービス業を三割以上

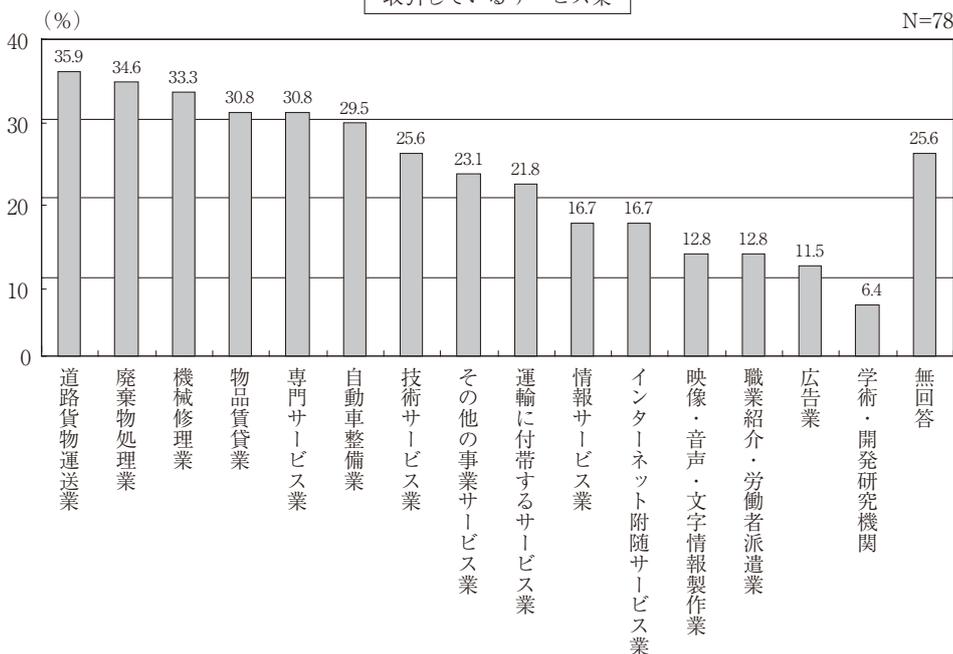
の取引先として挙げています。

次に、取引している製造業の所在地を、製造業支援サービス業の所在地で見ると、それぞれの県内にある製造業と取引している製造業支援サービス業の割合が六〜九割台となっており、いずれも各県内の製造業との取引が多い様子がうかがえます。

取引している製造業



取引しているサービス業



同様に、取引している製造業支援

サービス業を、製造業の所在地で見ると、それぞれの県内にある製造業支援サービス業と取引している製造業の割合が七割以上となっており、いずれも各県内の製造業支援サービス業と取引が多い様子がうかがえます。

②取引理由

製造業が取引している製造業支援サービスの利用理由は、「技術」が二八・七％で最も多く、以下、「価格」、「納期」、「提案力」、「打合せ頻度」、「競合がない」と続いています。

一方、製造業支援サービスの「自社の強み」でも「技術」は三八・九％と二番目に多く挙げられており、両者の思いは比較的一致しています。

しかし、製造業支援サービスでは「自社の強み」で「品質」が三九・九％と最も多く挙げられているのに対し、それを利用する側の製造業では「品質」は九・六％にとどまっており、かなりギャップがみられます。

言い換えれば、製造業にとってみれば、製造業支援サービスの「品質」は当然のことであり、それが必ずしも利用理由になるまでには至っていないものと考えられます。

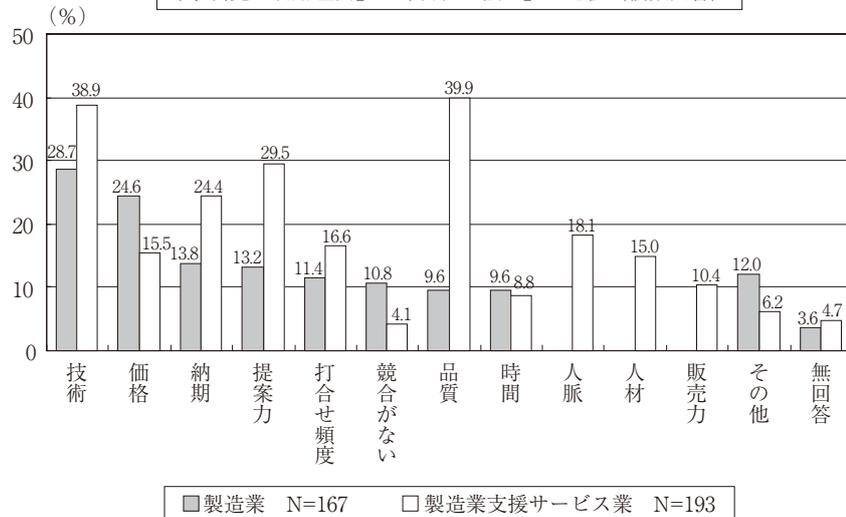
③今後の課題

現在の事業展開上の課題について「製造業支援サービス業」と「製造業」を比較すると、両者とも「受注・売上」が第一位に挙げられており、製造業で五三・八％、製造業支援サービス業で四〇・〇％となっています。また製造業では第二位が「販売価格」、第三位が「資金繰り」となっているのに対し、製造業支援サービス業では、「人材」、「立

地条件」と違いが見られます。

また、現在の事業展開上の課題を解決するために必要なことは、製造業支援サービス業では、「人材確保・育成」と「営業力の強化」が拮抗して多く、「コスト削減」、「情報発信」などが続いています。一方、製造業では「営業力の強化」、「人材育成」、「コスト削減」、「新技術、新製品の開発」などが挙げられています。

「取引先の利用理由」と「自社の強み」の比較（複数回答）



おわりに

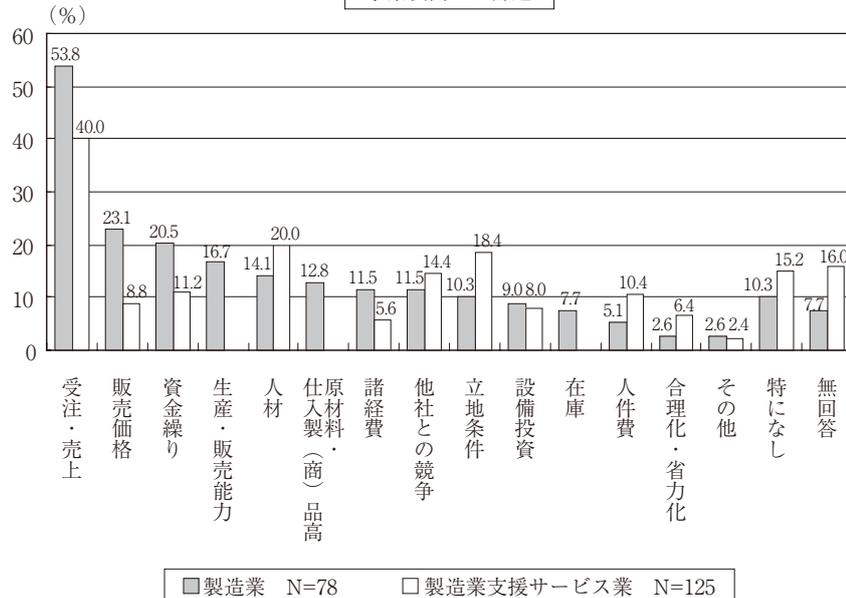
以上、統計データとアンケートを通して、製造業支援サービス業の現状と課題がある程度、浮かび上がってきました。

東北七県の製造業支援サービス業は、市場規模が小さいなか、中小・零細企業が頑張っている状況です。しかし、未だ製造業のニーズに十分応える

までには育っていません。この点が、今後、東北地域に企業誘致を行う際にネックとなる恐れがあります。

製造業の強化・育成及び企業誘致が必要なことは議論の余地はありません。しかし、サービス産業の育成についても、今、真摯に検討すべき時期ではないでしょうか。当センターでは、サービス産業は重要産業と認識を新たにして、より一層、支援活動に取り組んでいく方針にあります。

事業展開上の課題



盛岡工業クラブ会員 第四十六回新春講演会

『東北地域の製造業におけるリスク管理に関する調査報告』

財団法人東北産業活性化センター
産業技術振興部長 佐々木 隆

はじめに

東北産業活性化センター、佐々木です。

本日は盛岡工業クラブ新春講演会にお招き預かり有り難うございました。

本日は昨年当センターにおいて財団法人JKA（旧日本自転車振興会）の補助金を得て実施した、「東北地域の製造業におけるリスク管理に関する調査」の内容と、BCP（Business Continuity Plan）（緊急時企業存続計画または事業継続計画）について報告いたします。

リスクとは何かを考えてみると言葉の意味は幅広く、いろいろな定義されますが、簡単に言うと予測出来ない危険などといわれます。このリスクについては毎日のように報道されています。

ここ岩手県の昨年二〇〇八年の一〇大ニュースを調べると、一位「二度の大地震、風評被害も」、二位「平泉の世界遺産「登録延期」、三位「値上げ相次

ぎ県民悲鳴」が挙げられています。

リスク（自然災害、事故、不祥事）に係わるものが上位三位の中に挙げられています。

リスクを回避するには、発生してから対応するのではなく平時からの社内体制等の整備が必要となります。

今回の調査研究では多様なリスクの中から、①日常の生活活動におけるリスク、②自然災害におけるリスクの二点に限定して、今後の取り組み際の具体的項目について、ガイドラインとして活用できるよう整理しました。

調査概要

調査に当たっては、学識経験者、関係機関、専門家、民間企業、行政等で構成する調査委員会を設置し、検討を重ねました。

調査対象は、東北七県の従業員五人以上の機械系製造業約二万社です。その中から、三千社にアンケート調査を

実施し、回答のあった五三六社からの回答結果をまとめたものです。

三千社の中では二〇〇人以下の企業が七割以上で、機械工業の割合が高く、岩手県は回答率一〇％で五番目でした。

アンケート調査結果

リスク対策に取り組む企業の割合は図表1、2に示す通りです。

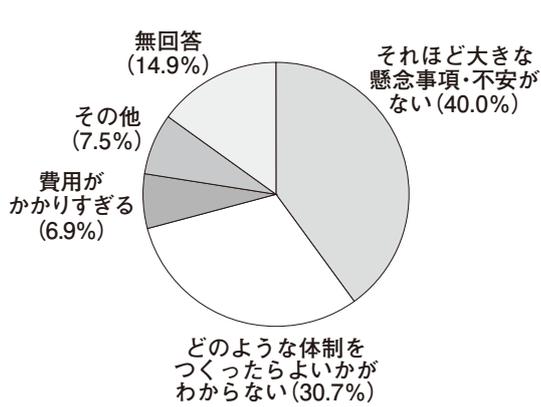
リスク管理体制を構築しない企業は全体の六三％近くを占めており、その理由として、「懸念事項・不安がない」「体制構築方法がわからない」を挙げる企業が多く見られます。また、「発生する頻度」と「発生した際の損害の大きさ」の視点から、多くの項目について「発生した際の損害の大きさ」への認識と比べて「発生する頻度」への認識が低く、リスクが身近に顕在化していることへの意識・気づきが十分に認識されていないことが窺えます。

そのほかに、「IT活用の有効性」についてリスク管理に有効と考える企業が過半数である一方、従業員規模が小さい企業では有効性への意識が低いことが挙げられます。また、自然災害（地震・雷・風水害）の発生頻度・損害の大きさについても、「取引先からの発注中止」や「原材料価格の高騰」より低い傾向にあり、事業継続性に対する意識や取組は十分とは言えず、意識啓発の必要性が窺えます。

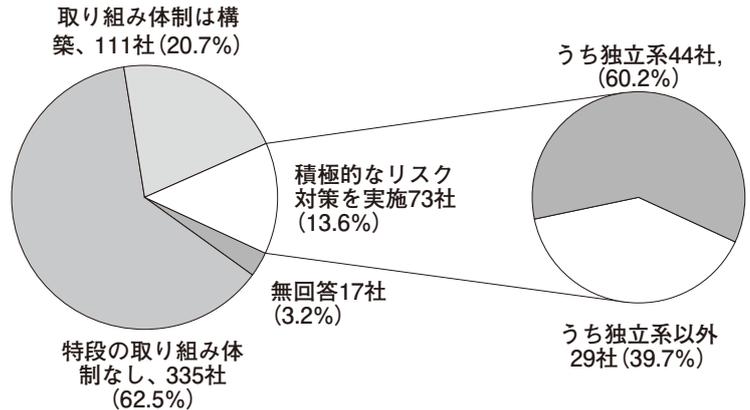
アンケート調査のほかヒヤリング調査を行った比較的熱心に取り組んでいる例として、

日常生活活動におけるリスク

- ・発注元、調達先との関係を大事にする姿勢
- ・新しい技術、製品の開発、市場開拓への努力
- ・リスク管理への経営者の積極的な取り組みと従業員とのコミュニケーション
- ・機密情報の保持への意識の高さ



図表2 リスク対策に取り組んでいない理由



図表1 リスク対策に取り組んでいる企業の割合

参考資料1: リスク管理チェックシート

このチェックシートは、報告書の第4章で挙げた「自社で取り組むべきリスク対応」の項目について、自社の状況をチェックするためのシートです。他社と比較するものではなく、定期的に自社の取組状況を確認するためのものです。

1. 経営者のチェックシート

チェック項目	自己点検				
	1 できていない	2 あまりできていない	3 どちらともいえない	4 ある程度できている	5 できている
基本的な心構え					
外部環境の変化への認識					
経営方針の明確化					
リスクの認識					
リスク対応の社内体制の構築					

図表3 リスク管理チェックシート (一部抜粋)

東北地域内で比較的先進的な企業のシートの内容について

・自然災害におけるリスク
・自然災害の発生時の事業継続性に対する意識啓発
・地域内での相互支援体制
・取引先からの支援
・東北地域製造業におけるリスク管理への取組としては、
チェックシートの作成
・製造業が自社で取り組むべきリスク対応として、他社の連結子会社ではない独立系企業で受注生産を行う中小企業を想定し、経営者・従業員に求められる対応のチェックシートを作成しました。(図表3)

取組動向を踏まえて、リスク対応を各階層毎にまとめました。これは、他社との比較ではなく、自社の取組状況の確認をすることを目的としています。

経営者に、求められるリスク管理の取組の指針について、基本的な心構えから各種認識、社内体制の構築を示しています。

担当者・従業員については、各種内容について、①まずはここまで、②できればここまで、③ここまでできればひとまず十分(積極的なリスク対策を実施)の、項目を示していますので是非試してください。

チェックシートについては東北産業活性化センターのホームページにも掲載しています。

東北地域製造業の
リスク管理の方向性

アンケートやヒアリング結果を踏えた総括として、東北地域製造業におけるリスク管理の方向性を以下のとおり取りまとめました。

日常の生産活動におけるリスク

- ・リスク管理に対する意識が十分でない企業もあり、意識啓発が重要である。
- ・とりわけ、独立系企業の意識啓発や支援が重要である。
- ・新規技術・事業や市場の開拓、人材確保、育成をリスクと捉える必要がある。

・リスク管理体制の構築においてITの活用が有効である。

自然災害におけるリスク

- ・自然災害の発生時の事業継続性に対する意識が十分でない企業もあり、意識啓発が重要である。
- ・地域内での相互支援体制が重要である。
- ・サプライチェーンの中での相互支援が有効である。

本稿は、平成二十一年一月九日に盛岡工業クラブ主催でおこなった講演の要旨です。

インドに見る新興国市場としての可能性とその現状

財団法人東北産業活性化センター

総務部長 菅 伸之

今やBRICsの一角として揺ぎない地位を築いた人口十一億二千万人の大国インド。白亜のタージマハール廟、香辛料のきいたインド料理、仏教伝来など、日本人にとっては夙に馴染み深く心情的にも近いが、日本から首都デリーまで六〇〇km、空路で八時間半掛かる。

機会を得て、昨年十一月二十三日から三〇日に掛けてハイデラバードとデリーを訪問した。現地入りして三日目の二十六日にはムンバイで同時多発テロが勃発、国内全土に警戒態勢が敷かれた最中ではあったが、地元企業など十数箇所を訪れ関係者の話をお伺いすることができた。

両極端が織りなす喧騒の遠国

急成長著しいIT産業に象徴される最先端のサイバー空間と半世紀以上前にタイムスリップしたような昔ながらの街並みが闘ぎ合って共存している。経済格差は想像以上だ。年収一千万円以上が二〇〇万世帯以上あると言われる一方で、一日の収入が一ドル未満の「絶対的貧困層」が、全人口の約四割もいると言われる。事実、ホームレスが群がる街角と隣り合わせでロールスロイスのショールームが整然と立ち並ぶ両極端な世界が混在する。いかに

の訪問客は当然ながらホームレスなど眼中に入らないのか全くお構いなしに平然とショールームを出入りする。路上には人間のみなならず、牛、犬、山羊、鶏、猿までが溢れ、象はいまだに重要な交通運搬手段として利用されている。

二〇一〇年にインド国内で開催される国際スポーツの祭典「英連邦競技大会」に向け、デリー国際空港や周辺の幹線道路は改修・整備が急ピッチで進められているが、世界的な景気悪化の煽りもあり、社会インフラの近代化や整備は依然として不十分な上に当初計画の半分以上がまだ手付かずのままだ。地元企業を訪問中にはデリー、ハイデラバードともに停電が頻発した。

市街地における衛生・環境対策は講じられているのであろうか。街角や一般市民の居住空間の半分がゴミで埋め尽くされていると言っても過言ではない。

日本の空がいとおしくなるほど、デリーの大気汚染はひどく、朝八時を過ぎてても日の出前の如くに薄暗い。外に出ると途端に息苦しく目や鼻が痛んでくる。ワイシャツは知らない間に黒ずみ、黒い革靴は三分で埃にまみれベージュ色に変わるほどだ。

人口十一億二千万人とは言われるものの、街中に溢れるホームレスを見る限り戸籍台帳に登録されていない国民



デリー名物と皮肉られる交通渋滞にもお構いなしに人を乗せ幹線道路を悠然と闊歩するインドの象。

が多数いるのは明らかで地元のインド人も認めるところだ。十三億人と言われる中国よりすでに実際の人口は多いかもしれない。男六五歳、女六七歳と言われる平均寿命も信ぴょう性は今一つだ。

国民の約九割がヒन्दゥ教徒でありカースト制度の身分格差が社会の至るところに根強く残り人々の所作に垣間見ることが出来る。教育や就労などにおいて、米国等のマイノリティー救済に似た弱者層支援の制度は数多くあるようだが、社会の隅々までカバーするには限界があると思われる。

インドは次なる巨大かつ有望な市場

インドの巨大市場を前にしながら日

本企業はある意味遅れたのではないだろうかと言う単純な疑問が湧いた。現地に進出している米国企業はすでに一〇万社。対する日本はまだ五五〇社程度だ。駐在する日本人もデリーで一五〇〇人、ムンバイで八〇〇人、バングロールで五〇〇名程度と少ない。

日本企業によるかつての中国進出には生産拠点としての意味合いが強かったが、これから特にインドで事業を展開する場合は、大きな海外市場の一つとして生産から販売までのバリューチェーンを築く方が妥当だろう。

世界的な景気悪化の影響を受け、インドでも昨年十月から十二月期の実質GDP成長率は前年同期比四・六%増と昨年七月から九月期の前年同期比七・七%増から大幅に低下した。が、「デカップリング論」が引き合いに出されるだけの内需は依然として健在のようだ。

昨今のインド経済を見通す上で最も注視すべきは「中間層」の台頭だろう。中間層は、大まかに年収八〇万円から三〇〇万円の一一般層と、アッパーミドルと言われる年収三〇〇万円から一五〇〇万円の二階級に分かれる。それ以上は、「富裕層」と言われ、当然ながら年収には上限がない。中間層より上の階層で人口の約一〇%を占めると言う。ちなみに米経済誌フォーブスの二〇〇八年世界長者番付のトップ一〇

にはインド人が四人も入っている。日本人はトップ五〇にも入っていない。

インドでは中間層以上の上位一〇%の市場に的を絞ったビジネスがすでに多数顕在化している。デリーで、富裕層をターゲットとする超高級ショッピング・モール「エンポリオ」に立ち寄ることができた。エンポリオ内には、シヤネルやヴィトンをはじめ世界の有名ブランド店が軒を連ねている。中には日本に未進出のブランド店も複数入っていた。バリーやティファニーなどブランドによつては東京銀座店より価格設定を取って高くしている店舗もある。関係者の間では、このモールに旗艦店を構えることがアジア圏内における一つのブランド・ステータスになりつつあるとさえ目されている。

インドにこれから進出するには

今回現地でも同行を得た、日本でIT関連のサクセスTRC社を経営する社長サチン・チョードリー氏は「日本企業がこれからインドでの事業を計画する場合は人口の上位一〇%の市場に焦点を絞るだけでも十分」と終始繰り返した。と同時に、「日本人にないのは英語力だけ。製造業、サービス業を問わず、日本人のきめ細かさ、優れた技術力は間違いなく世界一。良きパー

ナーを見つければビジネスは成功したも同然」と力説した。中間層以上の市場が急成長していることに加え、さらにこれからはインド国民の多数を占める「貧困層」でさえもBOP市場(Bottom Of Pyramid)として注目されつつあるらしい。

インドの言語はヒンディー語を始め一七〇〇語以上もあり、多言語国であることが殊更に強調されがちだ。事実、ルビー紙幣には一四種類もの言語が印刷されている。が、英語さえ十分に使いこなせば、全く問題はないようだ。多言語のきめ細かい運用が必須であればたとえインド人同士であってもビジネスは困難であろう。

チョードリー氏の言葉どおり、日本に限らず外国企業が現地進出する際には、必ずインド人のキーパソンやキーカンパニーを見つけ、必ず合弁等のパートナーシップを組んでことを進めない限り成功は難しいようだ。外国企業に四九%を上回る経営権が認められていないのが大きな理由だ。現地に進出して二〇年以上のスズキもホンダも全てインド企業との合弁会社を設立しての現地参入だ。

民間のトップマネジメントはMBAなど欧米への留学経験者が多く、ビジネス思考は極めてロジカルで意思決定が早く一旦話が付けばアクションは早い面も見逃せない。詰めのところで日

本の合意形成型のやり方が仇となり機を逸してしまった事例も多いと言う。

チョードリー氏によれば、インドは中国より会計制度や法律が複雑な上に、州によつてかなり違う中身にも慎重な備えが必要だ。その上、「資本主義が根付く前に民主主義が根付いた」と言われるほど、国と地方、行政と住民、企業と労働者など各々の権利意識は徹底し時折暴動にまでエスカレートする。中央政府に強力なパイプを持つインド最大財閥のタタ・グループさえ自動車工場用地の取得を断念せざるを得ない事態に追い込まれたほどだ。

どの業界であってもタフネゴシエーターが多く、粘り強い交渉が多くの節目で不可避のようだ。インドでのビジネスには何かと我慢を強いられるケースが多く「焦らず、慌てず、怒らず」と良く言われるらしい。我慢強い日本人



1984年にHondaはインド財閥ヒーロー・グループと合弁会社ヒーロー・Honda社を設立。これまでに2千万台以上の二輪車を現地で生産・販売している。写真は現在売れ筋の「スプレnder」で排気量125cc、価格は約8万5千円。

の強みが生かせる部分かもしれない。

意外にもインド人は日本を知らない!? 影の薄い日本の存在感

全世界に六千万人いる華僑。対する印僑（海外居住のインド人）は今や二千五百万人を超え、世界に広がるアジアネットワークの双壁をなしている。現在日本には約二万人のインド人が暮らしていると言われる。東京都葛飾区西葛西に約三千人のインド人が一大印僑コミュニティを形成しているのは有名な話だ。

しかしながら、意外にもインド国内ではたとえ首都デリーであつても、一般に日本に対する関心や認知度はまだまだ低いのが現状である。第二次大戦下のインパール作戦や東京裁判のネーデルランドのことが想起されるが、一般のインドの人々にとって日本は決して近い国ではないようだ。

映画やアニメとともに日本食がジャパン・クールの一つとして世界的に認知される中、インドでは富裕層を中心に、寿司、焼き、天ぷらなどを好む日本志向の食通が少なくないと聞いていた。が、人口一千四百万人のデリーにさえ日本食レストランはわずか四件しかない。（見方を変えれば、インドで成功しそうな有望業種の一つは飲食関連とも言える。ベンチマークして早

く参入すればかなりの商機があるのではないか）

「シティーウォーク」というアップバーミドルの中間層を購買ターゲットとするショッピング・モールを訪れた。全般的な価格は日本国内の約半分程度だが、食品、衣料品、雑貨、レストラン、映画館など、規模・基本構造、出店業種、店舗数ともに日本国内にある一般的なショッピング・モールとほぼ同じで、入店時のポデイチェック以外に違和感は全くなかった。

ショッピング・モール内には地元旅行会社のサービスカウンターがあり、店頭には様々なパッケージツアーのパッケージやポスターが展示されていた。欧米をはじめ人気の海外旅行スポットは日本で目にする旅行商品と殆んど同じだったが、驚くことに、日本向けのパッケージツアーの案内は一切なく、日本向けの旅行パンフレットすら置かれていなかった。「多くのインド人はアメリカやヨーロッパのことは知っていても日本については殆んど知らない。日本人もインドを良く知らないからお互いさま」と現地案内役のアニル・タワリ氏が笑う。

ホンダと合弁会社ヒーロー・ホンダ社を立ち上げた、ヒーロー財閥ムンジャル家一族の一人でヒーロー・ホンダ社グループ企業の国内マーケティングに参画する、タニア・ムンジャル氏

は「インドの主要企業の多くが、様々な経営手法を日本から学んできた。日本人は、各種の国際比較等で日本の地位低下、競争力低下、存在感低下を気にしているようだが、これまでのジャパン・リスベクトに全く変りはない」と日本にエールを送ってくれた。

国際観光振興機構の調査によると、二〇〇七年に来日した外国人八三四万九〇〇〇人のうち、インド人はわずか〇・八%の六万八〇〇〇人にすぎないが、日本国内での一人あたり平均消費額は一七万五〇〇〇円と米国人やフランス人を抑え一位にランクされている。

自動車や家電、各種工業製品などの日本ブランドの評価は極めて高い。一方で、文化や歴史など日本のソフト面に関する理解は余り進んでいない。だ



デリー市内にあるショッピング・モール「シティーウォーク」の内部。全体的な雰囲気は日本の一般的なショッピング・モールと殆んど変わらない。

からこそ、日本そのものに対するインド人の関心や興味を喚起することによる日本へのインバウンド観光のポテンシャルも計り知れないと思う。

経済成長と環境問題の狭間で

十萬ルピー（二〇万円）の超低価格車『ナノ』を二〇〇八年一〇月から発売すると発表し世界を驚かせたタタ・モーターズ社。専用工場の用地取得に失敗し東部シリングールから西部アーメダバードへ生産拠点を移さざるを得なくなつた。

が、現地で話を聞くことができたタタ・モーターズ社デリー支店長のピノッド・サハイ氏は、「半年遅れても二〇〇九年春には『ナノ』の発売を間違いなく開始する」と豪語し、タタ・モーターズ社幹部としての意地と自信を覗かせた。（三月二十三日に同社は四月の限定発売を正式に発表した）

サハイ氏のコメントからは、スズキ株式会社社長の鈴木修氏が断言した「二千米ドルの自動車製造は不可能」の一言がタタ・モーターズ社首脳陣にとっては大きな屈辱として余程堪えていたようにも思えた。サハイ氏は、当座は他の既存生産ラインで月五千台程度を生産し一年半後には月二万台のフル生産体制に持つていく計画を明らかに

にした。

サハイ氏によれば、『ナノ』の開発には同社を傘下に持つタタ財閥グループを率いるラタン・タタ会長の熱い想いが込められている。タタ会長が、かつてムンバイ市内で、土砂降りの雨の中を、身重の妻と幼子を二輪車の後ろに乗せた青年が雨に打たれながらも懸命に走る姿を目の当たりにし、心を痛め、誰もが悪天候でも安全に移動できる交通手段をつくりたいと思いついたことが『ナノ』開発のキッカケとなっていた。サハイ氏は「先進国は、天然資源の消費急増、環境問題の悪化懸念を振りかざすが、何人であっても、新興国、途上国の貧しい人々がこれから自動車を所有する権利や、豊かな暮らしを享受する権利を奪えないはずだ」と語気を強めた。



モニュメントとしてショールーム前に展示されているスズキ車。小型車主体のインド市場ではスズキ車の人気が高い。『ナノ』の開発に当たり、タタ・モーターズ社はスズキをかなり意識したと言われる。

氏に限らず、地元の企業幹部に環境問題や経済格差・貧困問題について意見を求めると、決まって「政府が対応すべき課題だ」と口を揃える。他方、国際会議等で繰り返されるインドの主張は依然として「先進国に責任がある」と相変わらずだ。一國で解決できない、世界が共有すべき大きな課題に対しては、国、地域行政、民間が各々の責任や役割を自覚し一体となって対応しない限り、根本的な事態の打開や現状の改善は決して進まないだろう。

民間IT企業が主導する 人材育成と産学連携

中国が「世界の工場」ならインドは「世界のバックオフィス」と言われるほどインドのIT産業は隆盛を極めていく。インドIT分野での就労人口は約二〇〇万人。業績はコンピュータソフトの輸出だけで年間二兆円を超えると言われる。比較的新しい産業分野でもあり、実力さえあればカーズト制度による身分の壁も容易にクリアできるように高給とあって、IT産業には次々に優秀な若者が集まる。

タタ、ウィプロ、インフォシスと並びインドIT業界の四強をなすサテイヤム社の人材教育施設をハイデラバードで視察する機会を得た。多くのIT企業はバンガロールに本拠を置くが、

最近ではハイデラバードの方がインフラを始めあらゆる立地環境において条件が整っているらしく、サテイヤム社はハイデラバードに本社を置いている。「ウインドウズビスタ」がマイクロソフト社のハイデラバード研究所でインド人技術者の手によって開発されたことはハイデラバードの優位性を物語っているかもしれない。

サテイヤム社では、地元のインド工科大学（IIT）はもとより米欧の大学院等と産学連携し二〇〇七年にIT専門の教育施設となる「Satyam School of Leadership」を設立した。同教育施設の副所長を務めるビクラム・ベクター氏によれば、同施設ではソフト・ハード両面にわたり最新鋭の設備を有し最先端のIT教育カリキュラム四三五〇コースを完備している。ベクター氏は「二千名の従業員を一度に教育することが可能」と誇らしげだった。サテイヤム社の二〇〇七年の売上高は一三二億円。ここ最近では五〇%以上の割合で売上が毎年伸びていると言う。六五カ国に事業を展開、現在の従業員数は五万三千人。一瞬耳を疑ったが、今後三カ年間で従業員数を一五万人規模まで増員する計画にあることを明かした。

どのインドIT大手であっても最近では専門教育施設やプログラムを各々独

自に有しているようだ。ベクター氏によれば、サテイヤム社の人材育成シテムは世界一とも言われている。優秀な人材を多く囲い込みさらに徹底した専門教育で人材の生産性を高める背景には、世界的な景気低迷下でも年率二〇%増と言われる市場の需要に応え続ける必要があるためだ。ベクター氏によれば、CSRの一環として「パートナー企業やクライアント企業の従業員のみならず近い将来には一般にもIT専門教育の機会を開放提供したい」と話していた。

が、帰国してほごなく、サテイヤム社の粉飾決算で同社創業者辞任、逮捕のニュースが飛び込んできた。単純な比較は不適切かも知れないが、今冷静に振り返れば、サテイヤム社には、かつて米ワシントンDCのエンロン・イ



ハイデラバードにあるマイクロソフト社の研究所。ここで基本OSソフト「ウインドウズビスタ」が開発された。

ンターナショナル社を訪問した時のスポークスマンの語り口、オフィスの雰囲気にも似た、ある種熱狂した成長至上主義の空気が充満していたようにも思える。

人材育成の仕組みや考え方は今のインドIT業界の勢いを体現する進取の気性に溢れていたが、美辞麗句に浮足立つ急成長分野だからこそ、そこに求められるコンプライアンスやコーポレートガバナンスの厳格さ、完遂の重要性を改めて認識した。

メディカル・ツーリズムのメッカとなりつつあるインド

IT分野が急拡大を続ける一方で、インドは、欧米や中東を中心に海外富裕層をターゲットとしたメディカル・ツーリズムのメッカとしても頭角を現している。現在の市場規模は約四〇〇億円程度だが、数年以内に一兆円近くに拡大するとの見方もあるほどだ。インド国内での治療を希望する外国人向けのビザ発給をインド政府が簡便化したのが、インドにおけるメディカル・ツーリズム急成長の発端と言われる。その現状について国内大手二病院の関係者に話を伺うことができた。

病院の事務長であるS・N・S・R・シーカー氏は、開口一番に「急成長の要因は、世界最高レベルの医者による最新、最良で廉価な医療サービスの提供に尽きる」と強調した。と同時にシーカー氏は、同病院創設者の医師がMBAホルダーであることを例に挙げ、同病院医師団の卓越した経営センスにも触れながら「医療は最高のビジネス」と目を輝かせた。シーカー氏によれば、平均移植費用は、肝臓が約三五〇万円、心臓が約四〇〇万円、腎臓が約一〇〇万円。シーカー氏は「欧米に比べて一〇分の一以下で済む格安な医療費は強みである」と自信を覗かせた。

デリーに本拠を置く総合医療グループのアポロ病院は、心臓、脳、癌、臓器移植から美容整形（性転換手術）に至るまで殆んど全ての医療分野をカバーする。ホテル並みの設備ときめ細かなサービスを売りに業績を伸ばしている。国内に一〇拠点のグループ病院があり、全体で七〇〇床のベッド数を数える。医師数は一五〇名、看護師数は一八〇〇名でインド国内では最大手と言われている。

アポロ病院の副院長であるヤティン・メータ氏によれば、日本人が入院し寿司を食べたいと希望すれば必要な食材を調達し寿司を出すことも可能と言う。また、日本の新聞を読みたいと希望すれば所望の新聞を日本から取り



アポロ病院の最高級のスイートルーム仕様の個室。生活家電は一通り完備され、会議室、家族が宿泊できる別室がある。入院費は1日約3万円。

二律背反の事業展開が求められるインド市場

デリーの郊外に一二世紀に建立された「勝利の塔」と言う世界遺産がある。ヒンドゥー教徒と戦い勝利したことを記念し、デリー最初のイスラム王朝を開いた始祖アイバクにより建てられた石造建築だ。想えば、昨年一月末に起きたムンバイの同時多発テロの根底にもヒンドゥー対イスラムの構図がある。八〇年以上の時を経て蟬りの消えない問題の深刻さ、根深さを暗示する皮肉なモニュメントに見えてならなかった。

インドは、数限りないビジネスチャンスのままに塊りであり、有望市場としてこれからのポテンシャルは極めて高い。一方で、今回のテロのような究極のカントリーリスクを始め、ありとあらゆるマクロ・ミクロのリスクが至るところに多数潜んでいることも事実だ。現地での事業展開には好機を生かすスピードと二律背反だが慎重さや手堅さが求められる。月並みながら、最終的にはどこまでリスクを取るか、取れるかに全ては掛っているのではないかと思う。

総務部 菅 伸之

(注) 文中では一ルピーを全て二〇円として計算。

偶然？…… 天の時、地の利、人の和？

新潟県 南魚沼市役所 産業振興部 商工観光課 商工振興班 企業主幹 宮田 利晴 氏

今年のNHK大河ドラマ「天地人」を観ていただいていますか。「わしは、こんなところとうはなかつた」と言う加藤清史郎君の演技に目がうるうるしてしまいました。毎回放送が楽しみです。主人公の直江兼続公は、我が新潟県南魚沼市で生まれました。生誕地ということで、ロケも行われました。大河ドラマのタイトルバックのラストに直江兼続公役の妻木聡さんが登っている山は南魚沼市の八海山です。

南魚沼市は平成十六年十一月一日に六日町と大和町の合併により誕生し、平成十七年一〇月一日に塩沢町を編入し現在の姿となりました。

三つの町が合併し、市役所の機能を旧六日町の庁舎に統合してきました。旧塩沢町の庁舎(三階立て)は一階において行政サービスの提供を行う市民センターとして、合併前は一四〇名いた職員も二五名になり、塩沢庁舎の大部分が空きスペースとなりました。

旧塩沢町の中心市街地にある塩沢庁舎に明かりが灯らず、広い駐車場に自動車がない風景は、そこで働いていた者にとっては、何とも言えない寂しいものでした。合併したことにより、空き施設や空きスペースが増えても、その有効活用の計画などありませんでした。

平成十八年のある日、ヤマト運輸株式会社より南魚沼市塩沢地域へコールセンターを造りたいとお話があり、協議を重ねました。市では少子高齢化、人口減少など大きな問題で、雇用の確保と就労場の創出は大きな課題であり、なんとしても誘致をと考えました。民間の建物などを調査検討しましたが、適当な物件が見あ

たりません。

そんな中、塩沢庁舎の三階、議場を貸し出せないかという話が出まして検討をしました。検討を進める中で、以下のような意見が出ました。

① 行政財産を貸し出せるか。
② 貸し出す施設が町議会の議場で、すり鉢状であり、議長席が一段高いという特殊なつくりは利用できるのか。

③ 同じ建物の中で、三六五日営業する企業と勤務時間・曜日も異なっている行政とのセキュリティが確保できるか。

④ 旧塩沢町のシンボルを企業に貸し出すことへの地域の理解はどうか。

これらの意見のうち、①については、運よく庁舎の建設に補助金や起債が活用されていなかったことや、平成十九年四月の地方自治法の改正により行政財産の貸付が可能になったことにより、クリアできました。②については、議場のすり鉢状の形状や議長席はコールセンターとして利用する場合は特に支障はなく、大規模な改修も不要となりクリア。③については、建物の構造上、部分貸し出しが可能で、簡単なバンプゲートなどを設置することによりお互いのセキュリティが確保できました。④については、月額百万円程度の家賃収入があることや一〇〇名程度の雇用が生まれることを地域の方々に理解していただきました。

課題を一つ一つクリアし、行政と同居と言う形で塩沢庁舎の三階部分にヤマト運輸(株)コールセンターの明かりが灯りました。中心市街地の空洞化が進む中で地元雇用や周辺地域の活性化

にも繋がるものと考えます。

議場を貸し出すなどということには、思いよらない画期的なことでした。企業に行政庁舎(議場)を貸し出しているのは、日本全国でも南魚沼市だけではないでしょうか。また、光ケーブルのサービスが平成十七年から利用できるようになったことや、新潟県の補助金制度も大きな要因です。さらに、ヤマト運輸(株)の熱い思いや新潟県の職員のご協力もありましたし、市長の何としても誘致するという強い意思がありました。

「天地人」とは天の時、地の利、人の和と云うことで、天の時、地の利、人の和が揃っているとか行動を起こしても上手く行くと云う事だそうなんです。企業誘致は必ず成功するものではありませんが、結果はどうあれ、もしあの時こうであったら、こうしていたらと後悔はしないようにしたいものです。



1955年 塩沢生まれ
74年 塩沢町役場職員
南魚沼市役所職員
平成12年度から
平成16年度「牧
成り」の町づく
平成19年度から
担当

豊かな東北地域の実現に貢献

～所期奉公、処事光明、立業貿易の企業理念を抱いて～

三菱商事株式会社東北支社
理事東北支社長

高田 修氏



聞き手 本日は三菱商事株式会社東北支社長高田修氏からお話を伺います。

さて、支社長は、現下の危機的経済状況をどう見ておられますか。

高田支社長 私は昨年の三月末までアメリカにいました。駐在当時アメリカではサブプライムの問題も少しずつ影響がはじめてきていたのですが、心配する人もあまり多くなかったのです。四月になって仙台に赴任してきたのですが、その時でも未だ状況はそれほど悪くありませんでした。その後、九月になってリーマンブラザーズが破綻して以来、あれよあれよという間に悪化してしまい、昨年の前半と後半とでは経済の様相がガラリと変わってしまいました。日本でも今のような悪い状況になることは誰も想像していませんでした。

聞き手 東北地域についてはどうでしょうか。

高田支社長 私は、東北六県を担当しています。東北各地に出かけ、色々なお客様とお話する機会が多いのですが、そうした方々のお話を伺うにつけ相当深刻だというのが見えます。公共工事にしても、住宅の新規着工にしても、ビルの建設にしても需要が戻ってこない中で新規事業がなかなかできないのです。東北は悪い中で更に悪くなったのではないかと見えています。

聞き手 早期脱出の手だてはありますか。

高田支社長 我が国の経済構造は、過度に外需依存しています。外需が戻らないと景気は回復しないのではと思います。内需主導の経済に変わる必要が言われていますが、急に方向転換ができるとは思えません。そういう意味では世界経済の牽引車であるアメリカ経済が立ち直らない限り我が国の回復はなかなか難しいのではないかと思います。また、アメリカの動向に加えて、GDPを八%増加させるべく頑張っている中国の動向も大きなファクターになるでしょう。将来を予想することは難しいのですが、少なくとも底が見えるまでは一〜二年程度の時間がかかると見えています。底が見えて上昇気流に乗れば気持ちも安定するだろうし、需要も戻ってくるでしょう。そして二〜三年後には日本にも好影響が出るのではないかと見えています。財政の健全化は当然望ましいのですが、まずは短期的には相当思い切った財政出動がなされる必要があると思います。

聞き手 厳しい状況がしばらく続きそうですね。話は変わりますが、商社マンというと海外勤務がつきものと言われます。支社長は海外駐在はどちらでどんなお仕事をされましたでしょうか。

高田支社長 私は海外勤務を二回経験しました。最初は八五年末から九一年三月までの五年間アメ

リカのロスアンゼルスに駐在していました。担当はもっぱらエネルギー事業でアラスカのLNGプロジェクトの買主窓口機能をやったり、石油製品や炭素製品の米国内販売や日本向輸出をしたりしていました。二回目は〇五年三月から〇八年三月までの三年間やはりアメリカ駐在でした。この時は二つの仕事を兼務していました。一つは、米國三菱商事のロスアンゼルス支店長で、もう一つは同社ニューヨーク本社のエネルギー担当の副社長でした。このため、ニューヨークとロスアンゼルスにそれぞれアパートを借りて月に二度程行ったり来たりしていました。ロスとニューヨークは、飛行機で約五時間半かかります。時差が三時間ありますので結構しんどいものがありました。ロス支店は西海岸の拠点なので、西海岸を南北に行ったり来たりしていましたし、ニューヨークでは、エネルギープロジェクトが仕事の中心でしたので、北中南米のあちこちに出かけていました。飛行機にばかり乗っていましたね。こうした状況ですから単身赴任せざるを得ずそれ以来すっかり単身づいて仙台でも単身なのです(笑)

聞き手 海外業務の中で特に印象深かったことをお聞かせ下さい。

高田支社長 そうですね、いろいろありますが、ロスアンゼルス支店長の時に東北に縁のあることがありました。それは、会社の業務とは直接関係はなかったのですが、「ねぶた祭り」をロスに呼ぶお手伝いをいたしました。ロスには日系の方々のお祭りである「二世ウィーク」というのがあります。この祭りをもっと盛り上げようということ、以前青森支店長を経験されたことのある日系企業のロス支店長が発案して青森からねぶたを呼ぼうということになりました。後で聞いたのですが、ねぶたはハワイまで行ったことはあるのだそうですが、アメリカ本土には行ったことがなかったの

だそうで、ロスの日本総領事館、ジェットロやナカリフォルニア日系企業協会などからの賛同もいただけてお招きしたのでした。青森からは、市長さん始め、お囃子さん、ハネットの方々までお出でいただきました。ねぶたは一回り小さいものを新たに作っていただいて分割して現地で組み立て、ハネットには現地アメリカ人、日系人、日本人にも参加してもらいました。ねぶた祭りにはアメリカ人も、日系のみなさんも大変感動し、大喜びで、大いに盛り上がったものでした。来年も再来年も呼んでくれと言われたものでした。私も大いに感動して、いつかは必ず本物を見たい、見るのだと思っていたら、翌年、仙台へという辞令をいただいたのでした(笑)。これが縁というものでしょうね。仙台に赴任して早速、家内と連れだつて青森の「ねぶた」、弘前の「ねぶた」、五所川原の「立佞武多」の三カ所全てを見て回りました。想像していたとおりに素晴らしいことでした。

聞き手 それはすばらしいことでしたね。リオのカニバルにも匹敵する祭りということなのでしょうね。他にはどんなものが印象に残っていますか。

高田支社長 一九七三年にオイルショックがあつて、それを契機に資源ナシヨナリズムが台頭してきました。それまでのメジャー支配から産油国のそのものが前面に出てくる時代になったのです。そうした中で、私が担当したベネズエラでのLNG開発プロジェクトは面白いものでした。国と外資とのジョイントベンチャーでLNG開発をしようというものでしたが、当時のメンバーは、エクソン、シェル、三菱商事と、現地の国有石油企業のラゴベンンの四社です。四者四様の考え方でそれぞれ異なった主張することからなかなかまとまらず、それぞれの国柄とか企業文化、民族性の違いを強く感じたものでした。とはいえ、それぞ

れの主張を取り入れながら現地政府に開発に必要な法律を作ってもらい、或いは規制を緩和して貰うなど調和点を見いだして契約にしていかなければなりません。もちろん、現地の日本大使館とも意見交換し、支援して貰いましたのでとても感謝しています。世の中には多様な考え方があつること、自己主張し粘り強く交渉する重要性などこの仕事から沢山のことを学びました。

聞き手 そうですか。それはもう一民間企業の仕事というより外交をされているようなものですね。ところで、御社東北支社としてのお仕事を介绍一下下さい。

高田支社長 はい、大きく分けて二つあります。一つは東北支社単体としての業務です。支社には、新規の開発案件を発掘するグループ、エネルギー、機械、化学用品、生活産業の各営業グループがあります。エネルギー事業グループでは、東北電力さん向けに原油、LNG、石炭を納入させていたいただいておられます。また、生活産業グループは、食品、食糧、資材を扱っています。この二つが扱いは支社のメインストリームになります。

支社としてのもう一つの大きな業務は、東北六県に約七〇社ほどある投資先、分社先のガバナンスの確保という観点から管理、監督するということです。それらの会社と支社とが連携し、コミュニケーションを取りながら業績を向上させようということなのです。

聞き手 支社長としての抱負をお聞かせ下さい。

高田支社長 せっかく東北に来ましたので何か新しいことが何かできないかと思っています。弊社では日経BP社とともに「事業創造支援プラットフォーム」というのを作っています。この組織と機能を活用して東北地域にある企業の新しい技術、面白い技術や製品を発掘し、市場価値を見極め、いいものを関係方面に提案、紹介するという

いわば目利きのような仕事をしたと考えています。更には、農林水産業でも何かお手伝いできないかと思っています。バリエーションの中でどういうところに付加価値を付けたいのかを一生懸命考えています。こうしたことを推進することが東北地域の一層の活性化に貢献できることだと思っているからです。

聞き手 地域の中小企業者や農林水産業者の多くは、販路開拓に苦労されていると聞きますので、支社長のお取り組みは願ってもない支援になるのではないのでしょうか。

ところで、支社長から社員の皆さんに常日頃、指示していること、注意されていることにはどんなものがありますか。

高田支社長 二つあります。コミュニケーションをよく取ろうと言うことです。お互いにたこつばにならないように横の連携を密にし、またお客様のことを違った観点から、みんなで考えようと言っていますし、それを関連会社まで含めてやっています。もう一つうるさく言っておりますのはコンプライアンスです。説明するまでもありませんが曲がったことはするなということです。

聞き手 御社の企業理念の三綱領にもそれは謳われています。

高田支社長 三綱領は、創業以来の社是で、「所期奉公」、「処事光明」、「立業貿易」のことをいいます。その意味するところは、それぞれ、事業を通じて豊かな社会を実現し、地球環境の維持に貢献すること、公明正大で品格のある行動、活動の公開性、透明性を堅持すること、全世界的、宇宙的視野に立脚した事業展開を図ること、というものです。これは弊社の社長始め全役員、全社員が拳々服膺していることで、会社のモットーでもあり、また私のモットーでもあるのです。

聞き手 ご自身のことを少し伺います。ご趣味と

か、今熱心に取り組んでいることがありましたらご紹介下さい。

高田支社長 私は学生時代からゴルフをやっています。下手の横好きですが随分と長いことやっています。でも長くやっているだけでどうしてもうまくならないのです(笑)。

聞き手 ご謙遜です。学生時代からされているとすると当然にゴルフアールあこがれのシングルプレーヤーなのでしょうね。

高田支社長 若い頃にはそういう時期もあったのですが、今は飛距離がぐんと落ちましたし、どうしようもありません(笑)。ゴルフは歳を取っても出来るスポーツですので一生続けていきたいと思っています。

ゴルフ以外では読書も趣味と言えば趣味でしょうか。大学の時の先生の影響かも知れませんが、司馬遼太郎が大好きで彼の著作は全て読破しましたし、今でも読み返しています。

聞き手 とところで、東北地域の一層の産業活性化のために何かご提案がありましたらお聞かせ下さい。

高田支社長 現在の経済状況をあまり悲観ばかりしていても仕方がありません。私は、東北地域としては元気を出すことを考える必要があると思っています。そうした意味では一連の自動車関連産業の進出は、計り知れないインパクトを与える明るい話題であることは間違いありません。ただ、私は別の切り口も必要ではないかと思っています。つまり、東北の主要産業である精密機械・電気機械産業、自動車産業にプラスアルファを加える必要があると思うのです。それには東北でしかできないこと、例えば、農林水産業であるとか、観光であるとか、地場にあるものの良さを再認識して他地域と差別化できるものを如何に育てるかということを実践に考える必要があるのではない

でしょうか。特に、農業は、東北らしさを出すためには有望なものではないでしょうか。

それから、東北地域にはすばらしい歴史とか文化があります。最近では直江兼続も話題になっています。お米もお酒も、水産物もおいしいですし、お祭りも沢山あってとても楽しい地域です。こうしたことを外に向かってもっと宣伝、発信して多くの人に東北に来ていただくことが必要だと思います。

聞き手 東北人は宣伝が下手とも言われますので努力しなければいけないですね。最後に、当センターに期待することなどがありませんでしたらお願いいたします。

高田支社長 東北産業活性化センターさんが行っている事業はとても大切なものが多くすばらしいと思っています。中でも産学官連携事業、農商工連携事業といった関係者が連携することを促進する事業はこれから益々必要になってくるでしょう。そのためには、地域の優秀な企業を発掘し多方面に発信していくことが重要です。こうした事業をこれからも大いに進めて欲しいと思いますし、私どもとしてもお手伝いさせていただきたいと考えています。それから、他の地域との差別化を考えると必要となるのは人材力だと思います。東北地域の人材育成にも力を注いで欲しいと思っています。

聞き手 ありがとうございます。当センターではこれからもご指摘のありました産学官連携事業、人材育成事業などを強化、拡充しながら事業を進めていきたいと思っております。本日は長時間ありがとうございました。今後ともご指導、ご支援を頂きますようお願いいたします。

(聞き手 東北産業活性化センター常務理事・事務局長 富澤辰治)

Member's Salon

メンバーズ・サロン

産業の基礎資材の安定供給をめざして

長い伝統と蓄積した技術を活かして

日鉄鉱業株式会社東北支店長
釜石鉱山株式会社取締役社長

柳瀬 文弘氏



聞き手 本日は日鉄鉱業株式会社東北支店長であり、釜石鉱山株式会社取締役社長でもいらっしゃいます柳瀬文弘氏にお話を伺います。柳瀬支店長、先ず御社について簡単にご紹介下さい。

柳瀬支店長 はい、弊社は、昭和十四年に石炭、鉄鉱石、石灰石などの製鉄原料の総合開発、安定供給を目的として、旧日本製鐵(株)(現在の新日本製鐵(株))の鉱山部門が独立して設立された会社です。以来、一貫して地下資源を開発してまいりましたが、経済成長の過程における資源、エネルギー諸情勢の変革のなかで、石炭から金属部門、さらに非金属部門へと事業転換を図り、今日では、石灰石等非金属を主体とする総合資源会社となっています。現在の事業活動のメインは、セメント、鉄鋼向け、骨材向けの石灰石、金属銅、銅鉱石等資源関連の原料や製品の生産販売を行っている資源部門と、主に産業分野用の集塵機や水処理剤等の製造販売を行っている機械環境部門とがあります。弊社では、これからも資源の安定供給に努めるとともに、長い伝統と蓄積した技術を活かして、国内外における新規資源の確保・開発並びに鉱物資源の付加価値向上、鉱山・地質コンサルティングなど鉱山周辺技術の開発にも取り組んでいきたいと思っています。



写真1 鉱石採掘あとの空間の一つ

それから、私が兼務しております釜石鉱山株式会社についても紹介させていただきますと、ご存じの通り釜石は、一八五七年、大島高任によって日本で最初に洋式高炉で鉄石製錬が行われた我が国の製鉄の発祥の地です。釜石鉱山株式会社は、当社の一〇〇%子会社で、釜石製鉄所に約百年にわたって鉄鉱石を供給しその発展を支えて来ましたが、一九九三年に大規模な採掘は中止しました。しかしながら、一〇〇〇キロメートルにも及ぶ坑道跡や温度湿度が一定である採掘跡の空間は、

学術研究や商品開発実験に適しており、これまでも音響実験、きのこ栽培や酒の貯蔵実験、雲物理実験、地震計の設置など各種の実験、学術研究が行われています。(写真1)

また、坑道跡の中では、坑道間の三二〇メートルの落差と湧水を利用した地下ダム発電(Max450kW)を行っており、鉱山で使用する電気の全量を賄っているほかに、グリーン電力として売電もしています。(写真2)

更には、地下深くで採取される豊富で味の良い地下水をナチュラルミネラルウォーターとして製造、販売しています。

聞き手 すばらしい歴史と伝統のある会社ですね。東北支店ではどのような事業を行っておられ

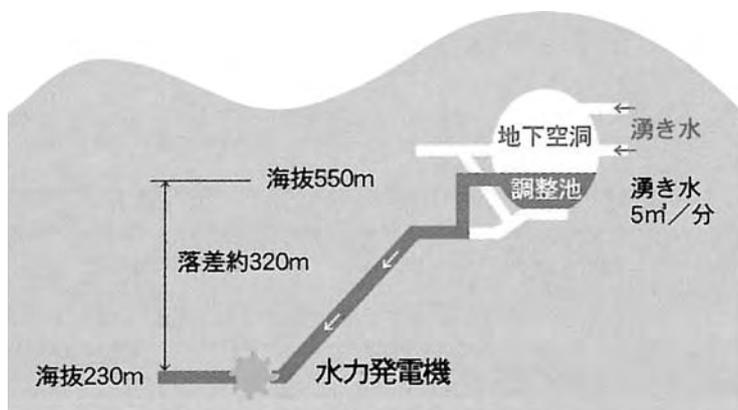


写真2 地下水発電の模式図

るのでしょうか。

柳瀬支店長 弊社では青森県の尻屋岬に石灰石の鉱山を持っています。そこでは年間四〇〇万トン前後の石灰石を採掘しており、路盤材、製鉄原料、セメント副原料等として加工しています。ただ、尻屋鉱山は東北支店の管轄ではなく、もっぱらそこで製造された製品の販売及び都市下水や産業排水分野で評価の高い水処理剤の販売が営業の中心です。それと釜石鉱山で製造するナチュラルミネラルウォーター「商品名：仙人秘水」の販売が加わります。

聞き手 「仙人秘水」は随分評判がよろしいようですが。

柳瀬支店長 ありがとうございます。「仙人秘水」は、国内では、あまりない「加熱処理をしていない」鉱泉水であり、販売を開始して二〇年以上経過しましたが品質と味には定評があり根強いファンを持っています。弱アルカリ性でカルシウム等ミネラルを含有しており軽やかでマイルドな水です。従来は一リットル入りだけでしたが、近々、五〇〇ミリリットル入りを発売する予定です。釜石鉱山ではこの水の製造に、先ほどお話しした地下ダム発電の電気を使用するなど環境にも十分配



写真3 仙人秘水

慮しています。豊かな自然環境が育んだ貴重な水、安心、安全な水を是非多くの方々に飲んでいただきたいと思っています。(写真3)

聞き手 ところで、経済情勢が厳しくなってきましたが、支店長は、昨今の経済状況をどうご覧になっていきますか。また、東北地域では如何でしょうか。

柳瀬支店長 現在の状況を敢えて例えるなら、台風風の暴風雨に巻き込まれ、これから益々風雨が強くなるのか、もうすぐ抜け出せるのか、行方が全くわからないといったところではないでしょうか。我々としては風に吹き飛ばされないよう、また暴風雨はいつか抜けるであろうことを信じて、一步一步着実に進んでいく他はないと考えています。東北地域では、官需に加えて民需の停滞も深刻となっております。落ち込みのレベルも高いので憂慮しています。また、自動車や電子関連産業など輸出に依存した産業、工場も多いことから回復には時間がかかるのではないかと心配しています。

聞き手 そうした中で東北支店としてはどんなことにご注力されているのでしょうか。

柳瀬支店長 東北支店は、先ほど申し上げたとおり営業中心です。販売しています石灰石については、昨今の経済情勢や国内における建設需要の縮小傾向を踏まえれば、拡大を期待することにはムリがあるので、良質な製品を安定的に供給していくことが重要だと考えています。また、水処理剤については、より付加価値を付けて、適用範囲を広げていくことにより、新たな顧客を開拓していきたいと考えています。それから「仙人秘水」は、他の競合商品に負けないすばらしくおいしい水ですので、多くのお客様に飲んで頂けるようより一層頑張っていきたいと思っています。

聞き手 支店長は、仙台にご赴任されてから二年弱が経過したと伺いました。仙台の生活は如何でしょうか。

柳瀬支店長 実は私は平成九年から平成十四年までの五年間尻屋鉾山に勤務していました。そうしたことからいうと東北は初めてではないのですが、実は東北のことはあまり知らないのです。尻屋鉾山時代は家族で赴任していたのですが今回、単身赴任です。単身赴任はこれまで経験していないので、いろいろ困るやら楽しいやらですね（笑）。

聞き手 常日頃、東北支店の社員の皆様にお話ししていること、意を用いていることにはどんなことがありますか。

柳瀬支店長 当支店は小さな所帯です。その上、営業中心ですから外に出かけることも多いので、「社員にはコミュニケーションをよくして明るく前向きに仕事に取り組もう」と言い、そうした機会を沢山持つようしております。また、それぞれが目標を持ち、それと支店の目標とを整合させるなど、目的意識を持ってやっていくということをいつも指示しています。要約すれば如何にすれば個々の社員の力を引き出すことが出来るか、力を合わせる事が出来るかということなのです。**聞き手** 話は変わりますが、ご自身のことを伺います。趣味とか没頭していることなどを紹介下さい。

柳瀬支店長 ウォーキング、読書など一般的な趣味しか持っていないので、恥ずかしながら人に言えるほどのものは持ち合わせていないのです（笑）。ただ、最近、五〇歳以上の夫婦であれば、一人千円で映画鑑賞が出来るようになっていきましたので、その制度を活用して夫婦のコミュニケーション

ションアップと自己啓発を兼ねてよく行っています。

聞き手 最近見た映画で良かったものを一つあげていただけませんか。

柳瀬支店長 一つだけですか（笑）。そうですね、アカデミー賞を受賞して話題の「おくりびと」は、封切られてすぐ、受賞前に見ています。非常に落ち着いた感じで良い映画だと思いました。ストーリーもいいし、久石譲の音楽も、風景、映像もすばらしいというので皆さんに推奨していたら受賞となったのでびっくりしました。非常に感動した作品であり、早速、舞台となった酒田市や庄内映画村にも行き、感動を新たにしました。映画は家族全員で見るとも多いですね。一緒に見るといろいろ話が盛り上がりやすいです。外国映画では「チェンジリング」でしょうか。一九二六年に実際にあった話を基に作られた映画です。その時代の警察の腐敗とか女性蔑視とかを背景にしています。女性の強さ、母の強さを感じさせられたちよつと重い感じですがいい映画でした。ストーリーをお話するのは遠慮しておきますので是非ご覧になって下さい。

聞き手 支店長はなかなか先見の明がおありです。映画っていいものですね。ところで、支店長のモットーはどんなものでしょうか。

柳瀬支店長 私はモットーとか座右の銘とか言うのは簡単に守れないものが良いと思っています。「日々新たな気持ちで、前向きに明るく生きていきたい」と思っています。こうした時代ですからこれで行きたいと思っただけですがなかなか実行は難しいですね（笑）。

聞き手 最後に、東北地域の一層の産業活性化のために何かご提案がありましたらお願いします。

また、当活性化センターに望むことがありましたらお聞かせ下さい。

柳瀬支店長 現下の経済状況をみると、経済刺激策が何としても必要です。国の財政上の問題はあるでしょうが、緊急性、必要性は高いと思います。また、自動車や電子産業の復活が不可欠だと思っていますのでこうした産業への支援も必要ではないでしょうか。東北地域は民需のみではなく、公共事業、公共投資が必要です。地域の構造が違っているのに全国一律で考えても仕方がありませんので地域に適した行政のあり方の検討も必要ではないかと思っています。その意味では道州制を早期に導入する必要があるのではないのでしょうか。

活性化センターさんには、いろいろな面で期待することが大きいと感じています。特に、地域間、企業間、業種間、官民間の橋渡し役としての役割をもっと、もっと果たして欲しいと思っています。また、東北は、人、モノ、資源の豊かさは決して他の地域に劣るものではないむしろ優れています。是非活性化センターさんが核となって東北にしかないものの発掘育成に中心的な役割を果たしていっていただきたいと思っています。こうしたことを企業が行うには限界があるので、活性化センターさんのような機関にその役割を果たしていただきたいと強く思っています。

聞き手 当センターでは、ご指摘のありました産学官連携事業、産業界間の連携事業につきましては、これからも地域の産業活性化の中核的機関として鋭意取り組んでいきたいと思っています。今後ともご指導、ご支援を頂きますようお願いいたします。本日は長時間ありがとうございました。

聞き手 東北産業活性化センター常務理事・事務局長 富澤 辰治

東北グリーン電力基金 平成21年度助成方針決定 ～医療法人や社会福祉法人等も助成対象に追加～

当センターは、東北グリーン電力基金の運営主体として、制度の管理・運営にあっております。平成21年2月17日に開催された第24回グリーン電力基金運営委員会（委員長：大滝精一・東北大学大学院教授）における審議結果を踏まえ、平成21年度の東北グリーン電力基金による助成方針を以下のとおり決定いたしました。

平成21年度も前年度と同様、「風力発電・太陽光発電」および「風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯」を助成対象といたしますが、本基金の一層の普及促進をはかる観点から、以下の点について変更いたします。

- ① 助成対象の拡大（「地方公共団体の出資比率が50%超の第3セクター」、「医療法人」および「社会福祉法人」の追加）
- ② 「風力発電・太陽光発電」に対する助成規模の拡大（80kW → 120kW）

なお、当基金への加入は随時受け付けておりますので、引き続き皆さまの多数のご加入をお願いいたします。（加入件数5,110件 加入口数6,033口[平成21年1月末現在]）

制度内容や加入状況などの情報は、当センターホームページに掲載しておりますのでご覧下さい。

1. 平成21年度助成方針（下線部分が主な変更点）

(1) 風力発電・太陽光発電に対する助成方針【助成対象・規模の拡大】

助成の募集期間	平成21年6月1日～平成21年8月31日
助成対象	<p>東北地域（新潟県を含む7県）の、</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 県 ② 市町村 ③ 学校法人 ④ 地方公共団体の出資比率が50%超の第3セクター ⑤ 医療法人 ⑥ 社会福祉法人 <p>が東北地域に設置するシステム出力20kW未満の「風力発電」または「太陽光発電」設備で以下の条件を備える設備。なお、応募は、設置計画毎とし1応募者1設置計画とする。</p> <ol style="list-style-type: none"> a. 多くの方が利用し、公共性と普及啓発効果が高い施設に設置する発電設備であること。 b. 発電設備の設置について、国や他の団体などから金銭的な補助や助成を受けていないこと。 c. 初めて設置する発電設備であり、既存の設備の改良や増設ではないこと。 d. 平成23年3月末日までに、発電設備の設置工事が完了すること。 e. 発電設備の適正な維持・管理ができること。
助成規模	助成対象設備のシステム出力合計120kW（6千万円）。 なお、助成の応募状況により、原資に余剰が生じた場合は、「風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯」との間で相互に助成原資を流用できることとする。
助成単価・助成金	「1kWあたり50万円」と「設置に要した費用の合計金額の2分の1」のいずれか小さい額。
助成対象者の決定	応募が助成規模を上回った場合は、過去の助成実績を勘案した上で、必要に応じ抽選により決定する。
助成金の算定・支払い	設置工事完了後、設置に要した費用の合計金額が証明できる書類などに基き助成金を算定し、助成対象者に支払う。

(2) 風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯に対する助成方針【助成対象の拡大】

助成の募集期間	平成21年6月1日～平成21年8月31日
助成対象	<p>東北地域(新潟県を含む7県)の、</p> <p>① 県 ② 市町村 ③ 学校法人 ④ 地方公共団体の出資比率が50%超の第3セクター ⑤ 医療法人 ⑥ 社会福祉法人</p> <p>が東北地域に設置するシステム出力2.5kW未満の「風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯」設備で以下の条件を備える設備。なお、応募は、設置計画毎とし1応募者1設置計画とする。</p> <p>a. 多くの方が利用し、公共性が高い施設に防犯・防災用として設置する照明設備であること。 b. 発電設備の設置について、国や他の団体などから金銭的な補助や助成を受けていないこと。 c. 既存の設備の改良ではなく、既存の設備との区分が容易であること。 d. 平成23年3月末日までに、設備の設置工事が完了すること。 e. 設備の適正な維持・管理ができること。</p>
助成規模	<p>助成対象設備のシステム出力合計5kW(2千万円)。</p> <p>なお、助成の応募状況により、原資に余剰が生じた場合は、「風力発電・太陽光発電」との間に相互に助成原資を流用できることとする。</p>
助成単価・助成金	「100Wあたり40万円」と「設置に要した費用の合計金額の2分の1」のいずれか小さい額。
助成対象者の決定	応募が助成規模を上回った場合は、過去の助成実績を勘案した上で、必要に応じ抽選により決定する。
助成金の算定・支払い	設置工事完了後、設置に要した費用の合計金額が証明できる書類などに基づき助成金を算定し、助成対象者に支払う。

2. 平成21年度助成状況の情報開示

当センターは、本制度による助成の実施状況に関し、次の項目を当センターのホームページ等で適宜公表いたします。

- 助成対象者の決定状況(助成対象者名、設備設置場所など)
- 助成対象者毎の助成金の支払い状況(助成金額、支払時期など)
- 助成対象設備の稼働状況(発電電力量)

3. 平成21年度助成手続きの詳細

助成応募の諸手続きなどを定める助成実施要領については、助成募集開始前の平成21年5月中に当センターのホームページ(<http://www.ivict.or.jp>)で別途お知らせいたします。



東北グリーン電力基金

● 運転を開始した平成20年度助成対象設備のご紹介

東北グリーン電力基金による風力発電および太陽光発電助成については、平成13年度から毎年度募集を行い、これまで風力発電(大型)9件209,650kW、風力発電(小型)2件13.2kW、太陽光発電23件176.4kWを助成対象設備として決定しました。

平成20年度の助成対象設備については、これまでに風力発電設備1ヶ所、太陽光発電設備1ヶ所が運転を開始しています。(平成21年3月19日現在)



ふれあい健康館の風力発電設備
(秋田県 大湯村)



校舎屋上の太陽光発電設備
(福島東稜高等学校)

■平成20年度助成対象設備(ゴシック体は運転が開始された設備)

	助成先(設備設置場所)	出力	運転開始(予定)
風力	秋田県大湯村(ふれあい健康館)	12.0kW	平成20年11月
太陽光	学校法人マリアンハウス学園(マリアンハウス幼稚園)	10.4kW	平成21年6月
〃	宮城県仙台市(仙台市立旭ヶ丘小学校)	10.0kW	平成21年3月
〃	学校法人秀志学園(泉の杜幼稚園)	10.0kW	平成21年4月
〃	宮城県加美町(宮崎生涯学習センター)	5.1kW	平成21年3月
〃	山形県鶴岡市(鶴岡西部児童館(仮称))	5.7kW	平成21年3月
〃	学校法人東稜学園(福島東稜高等学校)	10.0kW	平成20年12月
〃	福島県会津若松市(城南地区コミュニティセンター)	4.2kW	平成21年3月

● エコプロダクツ東北2008へ出展しました

夢メッセみやぎ(仙台市)で開催された「エコプロダクツ東北2008」(平成20年10月11日～13日)に出展し、多数の皆様にご紹介することができました。会期中は、来場者を対象に行われたクイズラリーに出題者側として参加したことにより、小学校の児童の皆さんやご家族連れの方々にも展示ブースへお立寄りいただきました。



展示パネルからクイズラリーの回答を探す児童

お知らせ —「東北グリーン電力基金の名称・ロゴマーク使用について」—

近年、企業による社会的責任(CSR)のPRや企業イメージ向上の観点から、東北グリーン電力基金に加入している企業などから、基金の名称やロゴマークの使用に関するお問い合わせが寄せられています。

基金加入者が基金に協力している旨をPRするため、名称・ロゴマークを使用する場合、知的財産保護、商標登録の関係上、所定の手続き(無償)が必要となります。

使用ご希望の際には、当基金までお問い合わせ願います。

平成21年度事業計画

去る3月5日、第43回通常理事会・第46回評議員会を開催し、平成21年度事業計画(案)および収支予算(案)について審議を行い、いずれも原案通り承認されました。以下に、平成21年度事業計画についてご紹介いたします。

平成21年度 主な事業活動

自主事業

●調査・研究事業

- ・東北におけるロボット産業の振興方策に関する調査
- ・デザイン力強化による産業活性化に関する調査

●プロジェクトの発掘・支援事業

- ・六十里越街道でつながる広域連携・交流促進プロジェクト(2カ年)

●プロジェクト・アレンジメント

- ・「農商工連携」調査出版事業
- ・「滞在型ビジネスモデル」調査出版事業
- ・「東北地域のプロジェクト集」の更新

●産業技術振興事業

- ・東北地域のものづくり中小企業の雇用等促進に関する調査研究(財団法人JKA補助事業)
- ・産業技術振興講演会等の開催
- ・企業間連携等支援事業

●情報収集・提供事業

- ・山形市、仙台市での地域活性化講演会の開催
- ・仙台市での会員企業を対象とした調査研究プロジェクト報告会の開催
- ・年4回の機関誌「IVICT情報」の発行
- ・ホームページによる情報提供の充実

●人材育成事業

- ・公開講座「イノベーション・カレッジ」の開講
- ・「ビジネスプロデューサー養成講座」の開講
- ・出前講座「IVICTユニバーサイエンス」の開催(新規事業)
- ・東北大学「サイエンスカフェ」の共催(新規事業)
- ・政策勉強会

受託事業

●企業等からの業務受託

東北電力株式会社が平成18年度から実施している地域づくり支援制度「まちづくり元気塾」の事業について、平成20年度に引き続き受託。

東北グリーン電力基金事業

- ・平成21年度助成事業の推進
- ・運転開始した助成対象設備の稼動状況について、機関誌やホームページなどでの情報発信
- ・グリーン電力基金のPR活動について、あらゆる機会を捉えて実施

調査・研究事業について(背景と目的)

●『東北地域におけるロボット産業の振興方策に関する調査』

東北地域においては、近年、自動車関連産業の立地が相次ぎ、電気機械産業に続く地域経済発展の大きな牽引産業として期待されている。とはいえ、これらの産業は、昨今の経済情勢もあって立地計画の延期・縮小が次々と公表されるなど、日に日に厳しさが増している。こうした中であって、東北地域産業の足腰をより一層強固なものとするためにはこれらの産業だけに依存しない重層的な産業構造とすることが重要である。このため、電気機械産業、自動車関連産業に続く第三の産業群の育成、振興策が急務と考えられる。

次世代の地域経済の発展を担う産業分野の一つとしてロボット産業があげられよう。次世代ロボット産業は、産業としての裾野が広いこと、成長性が見込めること、市場規模が大きいこと等から、国として育成すべき次世代産業分野の一つとされている。東北地域においても東北大学等における先進的なロボット研究開発への取り組みがなされており、こうした先端的技術シーズに、電気機械産業、自動車関連産業で培われた地域企業の高度なものづくり技術を組み合わせることによって、東北地域が次世代産業分野での一大拠点として大きく発展する可能性を有していると思料される。

こうした検討に当たっては、全国より進んでいる高齢化率、一次産業のウェイトが高い産業構造をもつ東北の地域特性に着目した、次世代ロボット開発のあり方や人材育成・産業振興方策の考え方などについての整理が必要と考えられる。

本調査では、東北地域内の関連企業や大学・行政などへのアンケートやヒアリングを行ない、現状・問題点・課題を明らかにした上で、東北地域のロボット産業及びそれに関連する産業の振興のありかた等について検討するものである。

●『デザイン力強化による産業活性化に関する調査』

アメリカの金融危機を発端とする国際的不況の影響を受け、日本の製造業は工場閉鎖、人員整理などのリストラが次々と打ち出され、現状では負のスパイラルに突入している。

しかし今、生産現場のリストラ等による生産性向上を「低コスト大量生産型の収益構造から、高付加価値生産型への切り替えの大きな契機」と捉える前向きな姿勢が求められている。

経済産業省においても、従来のものづくりの価値軸(性能、信頼性、価格)に加え、新たな着眼点からの価値創造を促進するため、「感性価値創造イニシアティブ」として取りまとめ、今後、感性価値創

造の実現に向けたデザイン振興等の施策を重点的に行うこととしている。

こうした中であって、東北地域においても地域のものでづくり産業が新たな価値創造を進める必要があり、企業ブランドの育成などに加え、デザイン力強化を図ることが強く求められている。同時に、企業の競争力を高めるために、デザイン力の強みを最大限に発揮するようなマネジメントを「デザイン経営」と捉えた検討も行われている。

本調査では、東北地域のものでづくり産業においてデザインという意識が低いと考えられるなか、市場における付加価値を高めるために、デザインを経営資源として捉えることが、東北地域の優位性を高める効果が高いことを示した上で、導入方策等について検討するものである。

●『六十里越街道でつながる広域連携・交流促進プロジェクト』

山形市と鶴岡市間を結ぶ「六十里越街道」は、かつて出羽三山(月山、湯殿山、羽黒山)への信仰の道、庄内と内陸の物流交易の道など多面的な役割を持ち、山形県の中央を横断する中核的通路として、各地から訪れる参拝者や行商の往来等により賑わっていたが、明治以降、自動車の普及や高速道路等交通網の整備に伴い、街道は古道になるとともに、沿線地域の結びつきは希薄になった。

近年、地元関係者により街道の文化価値の再認識がはかれるとともに、地域間の連携を深めようとの気運が高まってきているが、限定的な活動にとどまっている。

本調査では、山形県・六十里越街道沿いの三市二町（山形市、鶴岡市、寒河江市、中山町、西川町）が、広域的な連携による地域づくりを推進することにより、沿道住民の街道文化価値再認識と交流の活性化、および域外からの交流人口拡大による産業振興、地域活性化をはかるため、今後の活動指針および具体的なアクションプランを検討・立案することとし、平成二〇～二十一年度の二カ年継続事業として取り組むものである。

●『東北地域のものづくり中小企業の雇用等促進に関する調査研究』（財）JKA補助事業

現在の厳しい経済環境の中、多くの派遣や有期雇用の期間社員が職を失うという事態となっており、こうした事態を受けて製造業派遣の禁止などが取りざたされている。

その中で、東北地域の中小企業、特に、機械系中小企業が現下の経済危機を乗り越え、次なる発展をしていくためには、地域における雇用のあり方、人材育成のあり方を中長期的観点から改めて検討することが不可欠である。

例えば、昨今の派遣、請負問題が事業の継続や技術の継承等に与える影響について検証するとともに、今後のあり方について検討、更には地域のものづくり企業が好不況の波を越え、将来にわたって地域雇用の受け皿となっていくために不可欠な要素を企業側、学生側、学校側等多様な関係者の意識や意向を明らかにしつつ、地域中小企業の人材育成、雇用のあり方についての提言をし、中小企業経営者や学校、教師等関係者の人材育成、雇用に向け

た具体的な行動指針を作成するものである。

●『企業間連携等支援事業』

昨年度から開始した支援事業を今年度も継続し行うものである。東北地域の企業が新技術・新製品を開発し、市場への投入拡大を迅速かつ効果的に進めるためには、技術力、資金調達力、販売力、知財等の面でそれぞれ強みを持つ企業同士の連携が有効である。こうした企業間連携を促進するため、地域における企業同士の勉強会、交流会、展示会等への共同出品など連携の初期段階における様々な活動を幅広く支援するものである。

●『公開講座「イノベーション・カレッジ」の開講』

地域の中小企業経営者、行政関係者、教育関係者、一般市民に対しイノベーションの重要性、必要性を講義し、それぞれの立場での実践を促す人材育成事業の一環として公開講座「イノベーション・カレッジ」を開催する。本公開講座の開催を通じて、地域産業人材の育成、地域経済、産業の一層の発展に資するよう努めていくものである。

●『「ビジネスプロデューサー養成講座」の開講』

東北地域において企業の連携を促進して、ビジネスを活発化させ、あるいは新しいビジネスを創出していくためにはビジネスを生み出すスキル、ノウハウを持った人材、生み出した特許等の知財の保護、活用が出来る人材、企業間連携のためのネットワークを持った人材の育成が重要である。ビジネスプロデューサー養成講座は、こうした

人材を育成するためフィールドアライアンス（企業や個人の持っているフィールドを共有・拡充し、ビジネスを活性化させる）という理念の下、ビジネスをプロデューサーできる能力を持った人材を育成するものである。

●『出前講座「VICユニバーサイエンス」の開催（新規事業）』

東北大学の全面的な協力を得て、東北地域の高等学校の生徒諸氏が進路を考える上で、理科分野の学問の面白さ、楽しさに触れ、理科系分野の学問を将来の選択肢として考える機会づくりとして、東北大学工学部の先生方を希望する高等学校に派遣し最先端の研究をわかりやすく講義していただく出前講座である。

●『東北大学「サイエンスカフェ」の共催（新規事業）』

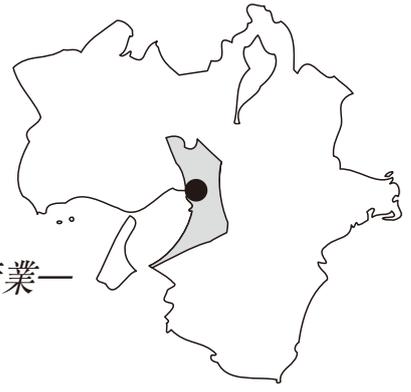
東北大学が市民向け科学講座として平成十七年からメディアテークを会場に開催している「サイエンスカフェ」の地方都市開催について平成二十一年度より共催するものである。

●『政策勉強会』

最近の経済社会問題、地域振興・まちづくりトピックス、自主調査研究事業関連テーマなどを取り上げ、勉強会を随時開催する。なおテーマによって、開催場所、参加メンバー（関係団体・自治体・会員企業等の受入）等、適宜定めるものとする。

次世代ロボット産業の “世界のハブ”をめざす

—大阪府大阪市 RT (ロボットテクノロジー) 関連産業—



はじめに

米国金融危機を発端に世界経済は混乱を来し、その影響を受け、東北地域を取り巻く経済環境は厳しさを増してきています。

現在、東北地域の主力「電気機械産業」、誘致活動を積極的に進めてきて成果が見られつつある「自動車産業」に次ぐ、「新たな産業」の育成が、対応策の一つと考えられます。

当センターでは、東北地域における「新たな産業」の候補の一つとして、「ロボット産業」に注目しています。

本稿では、「ロボット産業」の先進地・大阪市の施策及び最近の動向を紹介いたします。

大阪市都市再生・プロモーション

大阪府は、近年の業務中枢機能の東京一極集中、大学等の研究機関の郊外流出、事業所の開廃業率の逆転さらには産業構造の変化への対応の遅れ等により、地域経済機能が低迷している現状を打開するために、平成十四年、市長を本部長とする都市再生本部を設置し、大阪経済の活性化を通じた都市の再生に、本格的に取り組み始めました。同本部は平成十五年に「大阪市都市再生プログラム」を策定し、幅広い雇

用の場が創出される都市への再生を喫緊の課題としました。

平成十八年には、都市再生本部を都市再生・プロモーション本部（翌十九年、都市再生・プロモーションセンター）に改組し、都市の活力の源泉となる民の力を生み出す企業、大学・研究機関等の誘致に力点をおいて、プロモーション活動を展開しています。

プロモーション活動を展開するため、都市再生・プロモーションプログラムを策定し、そのなかで、「ロボットテクノロジー産業の創出」は重要な柱の一つと位置づけられています。

ロボットテクノロジー産業の創出

ロボット産業は、様々な最先端技術が必要とするなど、産業としての裾野が広いと考えられます。

大阪市では、RT（ロボットテクノロジー）関連の企業、大学・研究機関等の集積を活かし、ロボットラボラトリー（後記）において次世代ロボットの实用化プロジェクト支援や人材育成などの各種支援を実施するほか、「世界のづくりサミット」や展示商談会「国際次世代ロボットフェア [RT] JAPAN」の誘致・開催等を通じて、ロボット産業先進都市を目指しています。

支援事業は、「大阪発！次世代ロボッ

ト实用化プロジェクト研究開発助成事業」、「次世代ロボット実証実験支援事業」、「ロボットビジネス起業塾」等があります。

大阪発！次世代ロボット实用化プロジェクト研究開発助成事業は、市民の生活支援などに貢献することが期待される次世代ロボットの研究開発に取り組む企業や大学・研究機関等で構成される共同研究開発グループ（コンソーシアム）に対し、その実用化に向けた研究開発費を助成しています。

次世代ロボット実証実験支援事業は、次世代ロボットの実用化に不可欠な「実証実験」への取り組みを、都心を中心に市内一円で実施し、市民がロボットと触れ合う機会を創出していくとともに、実証実験に取り組む企業や研究開発グループ等を対象にその経費を助成しています。

ロボットビジネス起業塾は、自らビジネスを構想し、その実現に向けてネットワークをつくり、事業化する能力をもった人材（ネットワークジェネレーター）を育成し、次世代ロボットのベンチャー企業創出につなげていきます。平成十七年度から十九年度の三年間開催され、六社が起業するなど、着実に成果をあげてきています。平成二十年度は、EPPEERエンタープライザーコースを立ち上げ、新規事業を展開する技術者や経営者、研究者から

なるプロジェクトをベースにした人材育成に取り組んでいます。

「世界ものづくりサミット(新産業創造戦略国際会議)」事業は、RT(ロボットテクノロジー)を中心とする世界有数の「ものづくり都市大阪」のプレゼンス向上のため、ものづくり関連企業による国際会議を開催し、その成果を「OSAKA INITIATIVE」として広く内外に発表するもので、シンポジウムや展示商談会の開催などにより、市内中小企業の優れた技術を世界へ情報発信します。

「国際次世代ロボットフェア[RRT JAPAN]」は、日本ロボット工業会等の主催で二年に一度東京で開催されている世界最大のロボット見本市「国際ロボット展」の中から「サービスロボット



大阪駅前第三ビル周辺風景

ト」に特化した展示商談会「国際次世代ロボットフェア[RRT JAPAN]」を大阪へ誘致・開催するものです。

なお直近では、平成二十一年三月に開催された「大阪・北ヤード ナレッジキャピタルライアル二〇〇九」において、RT(ロボットテクノロジー)関連ブースが設けられています。

ロボットラボラトリー

大阪市の次世代ロボット産業を創出する拠点として、大阪駅前第三ビルに「ロボットラボラトリー」が開設されています。ここでは、次世代ロボット産業に関する市場や技術情報の収集、実証実験の企画・運営などのワンストップサービス、次世代ロボットビジネス



ロボットラボラトリー イベントスペース

に関わる企業間のネットワーク形成、人材育成などの事業に取り組んでいます。

具体的には、「ビジネスイベント」を通じて、成功例を広く紹介。福祉・介護ロボット市場の創出をめざした「開発支援・研究会」の開催。実証フィールドの提供等を行う「実証実験・マーケティング」。実践的なプログラムでロボットビジネス創出に必要な人材を育成する「ロボットビジネス人材育成」に取り組んでいます。

また、ロボットの開発から事業化まで、ビジネスチャレンジをサポートする、次世代ロボット開発ネットワーク「RoBoB」の事務局機能も担っています。RoBoB設立当初は、共同受注を企図するなど比較的クローズ、かつ実務的な組織でした。しかし、最近では会員数が三七〇社を数えるまでに成長しており、保有技術等を共有するオープンなものとなっており、大阪にとどまらず国内外の会員を受け入れた組織となっています。

このように、ロボットラボラトリーは、ロボットビジネスのワンストップ窓口として、様々な事業を一手所で行っており、相乗効果も期待できます。実際、支援してきた民間の研究開発コンソーシアムやロボット起業塾から、ベンチャー企業が設立されるなどの成果があらわれています。



Vstone Tichno

成果のひとつとして、ディスプレイ・キャラクターロボットプラットフォームの実用化プロジェクト、日本遠隔制御株式会社協力のもと、Vイストーン株式会社が開発した「Vstone Tichno (右写真)」があります。Vstone Tichno は汎用性が高く、キャラクターロボット開発時の負担軽減が可能なのか、顧客の要望に応じて、発話機能などの様々な機能を付加できることが、大きな特徴です。

なお、ロボットラボラトリーの管理・運営は、財団法人大阪市都市型産業振興センターが行っています。同財団は、大阪市中央区において、中小企業支援拠点「大阪産業創造館」の運営を担っており、同館においても、ロボット分野への新規参入に対する相談を受け付けています。

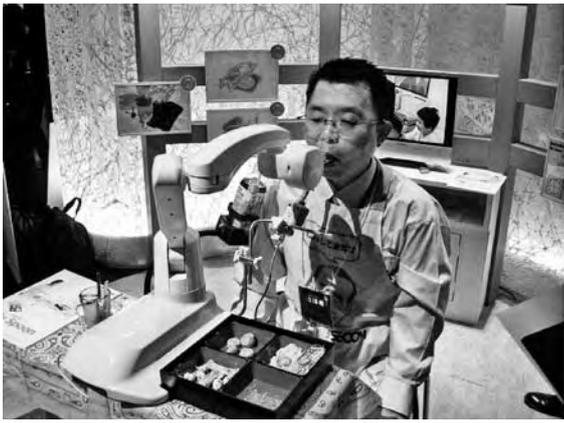
今後は、二〇一二年下期開業予定の大阪駅北地区内に、次世代ロボット研究開発拠点「ロボシテイクア」を設ける計画となっています。

大阪・北ヤード ナレッジキャピタル
ピタルトリアル二〇〇九

大阪・北ヤード ナレッジキャピタルトリアル二〇〇九は、平成二十一年三月、二日間にわたって開催され、一五のコラボレーションプロジェクトが参加しました(ナレッジキャピタルとは、「感性」と「技術」が融合し、新たな知的価値を生み出す複合施設を意味します)。

RT(ロボットテクノロジー)関係では、「食事支援ロボット&マイデザイン」「ロボットアカデミー構想」の二ブースが設けられました。

食事支援ロボット&マイデザインブースでは、食事支援ロボット・マイ



食事支援ロボット・マイスプーン

スプーン(セコム株式会社・セコム医療システム株式会社)が展示され、実際に手の不自由な状態を想定して、あごを使ってロボットを動かす、自分で食事をする姿が見受けられました。

マイスプーン販売価格は三八万円(セコム株式会社ホームページ参照、税抜き)、五年レンタル利用料・月六六〇円(同)からとなっており、実際、頸髄損傷、筋ジストロフィー、慢性関節リウマチの方々から、利用有効性が確認されています。

ロボットアカデミー構想ブースでは、ヒューマノイドロボット・Vstone「Ichno」が迎えてくれたほか、体験プログラムとしてサッカーロボの操作を体験できました。



ロボットアカデミー構想ブース

おわりに

RT(ロボットテクノロジー)は、これからの高齢化社会において、介護・福祉分野を中心に、普及・促進が期待されています。

現在、清掃サービスを行うお掃除ロボット、物流サービスを担うIC読み取りロボット等の実証実験が進んでいるほか、前記マイスプーン、大和ハウスグループの自立支援用ロボットスーツHAIの利用が開始されるなど、着実に社会進出を果たしてきています。今後、平成二十五年には、市場規模が六兆円をこえるまでに成長すると見られています。

反面、ヒューマノイドロボットの価格が高い、ロボットの製造物責任(PL)法上の扱いなど、今後乗り越えなければならない課題も、多く残っています。

しかし、東北地域において、高齢化社会の進展が深刻な社会問題と化し、ロボットテクノロジーが対応するマーケットの潜在ニーズは非常に大きなものと考えられます。

宮城県においても、平成二〇年七月ロボットビジネスセミナーが開催されるなど、ロボット産業関連企業の育成に乗り出しています。

東北地域は、電気機械産業、自動車

産業の集積に伴い、部品製造・ソフトウェア開発企業等が育ってきており、RT(ロボットテクノロジー)を受け入れる下地が整いつつあります。

当センターとしても、東北地域におけるRT(ロボットテクノロジー)の現状を把握した上で、今後の産業振興のあり方について検討を行っていく方針にあります。

RT(ロボットテクノロジー)が新たな産業として成長し、人とロボットが良きパートナーとして共存する社会が、もうすぐやって来るのではないのでしょうか。

(小杉 雅之)

〈参考資料〉

- 大阪市の企業・大学等誘致サイト
「都市再生への取り組み 大阪市都市再生・プロモーションセンター」
<http://www.osaka-saiseijp/osaka/access.html>
- ロボットラボラトリー資料
「新しい市場へのテクノロジー」
○セコム株式会社HP
<http://www.secom.co.jp/personal/medical/myspoon.html>
- 社団法人日本ロボット工業会
「RT(ロボットテクノロジー)による産業波及効果と市場分析」

報告

第四十三回理事会、
第四十六回評議員会を開催



高橋会長

二月二十七日に開催した第六十四回運営委員会での審議を踏まえ、三月五日に第四十三回理事会・第四十六回評議員会を開催し、「平成二十一年度事業計画(案)および収支予算(案)」が原案通り承認されました。また、人事異動などに伴う「評議員および顧問の委嘱(補充)・理事および監事の選任(補充)」についても承認されました。

平成二十一年度事業計画および収支予算については、当センターホームページでご覧いただけます。

報告

郡山市で「産業技術振興講演会」を開催



去る三月十一日、福島県郡山市の郡山ビューホテルアネックスにおいて、「産業技術振興講演会」を開催し、株式会社エーワン精密取締役相談役の梅原勝彦氏をお招きして「町工場 強さの秘訣」と題したご講演をいただきました。

梅原氏からは、「突発的な状況に対応するには人員や設備に余裕が必要」「不況の時の過ごし方で差がつく。設備更新や人材確保を考えるべき」などの貴重なお話をいただきました。

報告

仙台市で「地域活性化講演会」を開催



去る三月五日、仙台市のホテル仙台プラザにおいて、「地域活性化講演会」を開催いたしました。

講師に、株式会社東芝取締役代表執行役社長の西田厚聰氏をお迎えし、「イノベーションによる人財育成と組織の活性化」と題したご講演をいただきました。

西田氏は、自社のグループ事業展開など具体的な事例を交えながら、組織におけるこれからの人財育成や人財活用、経営戦略に欠くことのできない要諦として、経済と環境など二律背反する事象に果敢にチャレンジし続けることによるイノベーション創出の重要性を強調されました。

講演には当センター会員企業をはじめ、各自治体や経済関連団体、一般企業などから約七〇〇名のご参加をいただきました。
なお、今回の講演録は、次号においてご紹介する予定です。

発行月日 平成二十一年四月十五日
 発行人 藤咲 寛
 住所 (財)東北産業活性化センター
 〒981-0002 仙台市青葉区中央丁目九番十号
 (セントレ東北九階)
 電話 (011) 351-1436 (代表)
 FAX (011) 351-0082
 アドレス http://www.victor.jp
 メールアドレス vict@victor.jp

