

IVICT 情報

アイビクト

特集

東北地域における滞在型ビジネスを考える

寄稿 柳井 雅也 東北学院大学 教養学部 教授
寄稿 小松 俊昭 金沢工業大学 産学連携室 コーディネーター
寄稿 濱 博一 株式会社アスリック 代表取締役
事例紹介 大沼 伸治 旅館大沼 五代目湯守
事例紹介 高橋 昇一 長野県 飯山市 建設水道部 いいやま住んでみません課 主査
事例紹介 畦地 履正 株式会社四万十ドラマ 代表取締役
概要紹介 「『東北地域における滞在型ビジネスモデルに関する調査概要』について」

巻頭言 正念場を迎えた「観光振興」

清水 慎一 株式会社ジェイティービー 常務取締役

講演 グローバル経済下の地域活性化

～学融合と社会システムのイノベーションをもとめて～

黒田 昌裕 東北公益文化大学長

農商工連携ビジネス

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

「世界同時不況と限界集落」

菊池 新一 特定非営利法人 遠野山・里・暮らしネットワーク マネージャー 東北まちづくり実践塾 塾長

ANGLE

「ロボットの取り組みと人材育成でまちの活性化」

—山形県長井市—

Oct.2009

87

Volume

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

正念場を迎えた「観光振興」	清水 慎一 株式会社ジェイティービー 常務取締役	1
---------------	--------------------------	---

特集 東北地域における滞在型ビジネスを考える

寄稿「これからの滞在型ビジネスのあり方について」	柳井 雅也 東北学院大学 教養学部 教授	2
寄稿「『滞在型ビジネス』を通じて地域の豊かさを知る」	小松 俊昭 金沢工業大学 産学連携室 コーディネーター	4
寄稿「滞在型ビジネスと地域経営～地域を再生するアセットマネジメント～」	濱 博一 株式会社アスリック 代表取締役	6
事例紹介「TOJI（湯治）を世界に発信～東鳴子の取り組み～」	大沼 伸治 旅館大沼 五代目湯守	8
事例紹介「悠久のふるさと北信州いいやま『いいやま住んでみません課』の定住促進に向けた実践」	高橋 昇一 長野県 飯山市 建設水道部 いいやま住んでみません課 主査	11
事例紹介「四万十の魅力を、まるごと活用～四万十ドラマの取り組み～」	畦地 履正 株式会社四万十ドラマ 代表取締役	14
概要紹介「『東北地域における滞在型ビジネスモデルに関する調査』について」		17

講演

産業技術振興講演会 「グローバル経済下の地域活性化～学融合と社会システムのイノベーションをもとめて～」	黒田 昌裕 東北公益文化大学長	22
糸魚川商工会議所 拡大水曜会 「農商工連携ビジネス」	小杉 雅之 財団法人東北産業活性化センター 企画部長	28

メンバーズ・サロン

「常に世界最高の技術を持って社会に貢献～挑戦、柔軟、誠実～」	古賀 慎一郎 JFEスチール株式会社 東北支社長	32
「優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献」	荻山 得哉 株式会社日立製作所 東北支社長	35

トピックス

「平成21年度『東北グリーン電力基金』助成先の決定について」		38
--------------------------------	--	----

コラム

「世界同時不況と限界集落」	菊池 新一 特定非営利法人 遠野山・里・暮らしネットワーク マネージャー 東北まちづくり実践塾 塾長	41
---------------	----------------------------------------------------	----

ANGLE

「ロボットの取り組みと人材育成でまちの活性化」	—山形県長井市—	42
-------------------------	----------	----

事務局だより

正念場を迎えた「観光振興」

株式会社ジェイティービー 清水 慎一 氏
常務取締役



二〇〇三年に小泉内閣が「観光立国宣言」をしてから早くも六年。「観光」交流人口の増加を進めることにより国の経済を発展させ、少子高齢化で衰退を余儀なくされている地域を活性化させることに対する認識は相当浸透したといつてよい。このような認識は、すでに二〇近い地方自治体が「観光立国」条例などを制定したことを見ればわかる。

翻って、「観光立国」「観光立県」の政策がきちんと成果を出したかという点で決して手放しで喜べない。二〇〇七年の「観光立国推進基本計画」において五つの目標が掲げられたが、現時点ではその達成は相当困難だ。その中でも達成可能性が高かったのは訪日外国人旅行客一〇〇〇万人の目標だったが、残念ながら円高や景気の低迷でその実現が危ぶまれ、次の目標である二〇〇〇万人に至る工程表を描くこともできない。

とりわけ、国内宿泊旅行に関する目標、すなわち国民一人当たりの年間宿泊数を四泊にするという目標の達成は至難の業だ。昨年度の実績(速報)は二・四四泊であり、このところずっと低迷している。実際、旅館ホテルなど宿泊産業の売り上げは一九九一年の五兆円をピークに年々減少し、いまや三・三兆円とピーク時の三分の二に落ちている。このため、旅館・ホテルの倒産や民事再生が相次いでいる。特に東北の宿泊客や売り上げの減少は際立っており、老舗旅館の倒産はまだまだ多く、「観光立国」に対する怨嗟の声は絶えない。

国内宿泊旅行はもう伸びないから訪日外国人観光客しか期待できないという旅館経営者もいる。ETCの一〇〇〇円効果で国内の流動が増えているものの必ずしも宿泊には結びついていない実態もそのような議論に拍車をかけている。しかし、いろいろな調査データを見ると日本人の国内宿泊旅行に対する参加希望は相変わらず根強いことがわかる。(社)日本観光協会の調査によれば、国内宿泊旅行の参加率は減少しているものの、国内宿泊旅行に対する参加希望率はむしろ年々増加しているからだ。(下図参照)

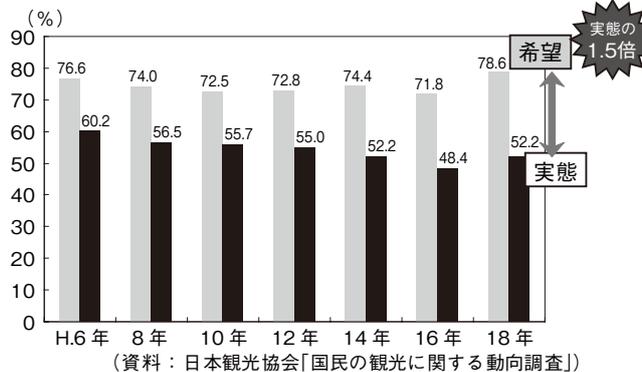
これらの調査を見ると、実際の参加率と参加希望率との乖離はますます拡大しており、参加希望者は実際の参加者の一・五倍に達していることがわかる。逆に言えば、国内宿泊旅行の参加希望者が、実際に国内宿泊旅行に行ってくれば宿泊産業の売り上げ

は今の一・五倍になり、五兆円の売り上げは十分回復できるし、一人当たりの宿泊回数も決して荒唐無稽な目標ではないといふことだ。

問題は、この乖離をどう埋めるかだ。東北観光推進機構の調査によれば、東北に来たことがない人、一〇年以上来たことがない人、その理由を聞いたところ「遠いから」に続いて「なんとなく」という回答者が三分の一もいる。「なんとなく」というのは、要するに「東北に行くきっかけがない」「東北から心に響く誘いがなく」「五感を刺激する魅力を感じない」「時間と金を使っただけの魅力を東北に感じない」ということだ。東北の観光産業の関係者や地域の観光振興関係者は、この声に謙虚に耳を傾け、対応しなければ今のようないまの状況から抜け出すことはできない。

「観光が変わった」といわれて久しい。明らかに団体客は激減し、個人の観光客が時と状況に応じて気ままな旅を続けている。しかし、観光関係者はこのような気ままな旅から、普遍的なニーズや少なくとも、旧来型のイベントやキャンペーン、箱物に頼った行政主導型「観光振興」が通用しなくなってきたことは明らかだ。旧来の観光協会や自治体の観光課だけでは観光振興が進まないことも明らかだ。旅行会社も旅館・ホテルもビジネスモデルの変革を迫られている。「観光立国」で浮かれた、地域の観光産業や行政による「観光振興」はいまや正念場を迎えた。

【国内宿泊観光旅行への「参加率」と「今後の参加希望率」】



寄稿

これからの滞在型ビジネスのあり方について

東北学院大学教養学部
教授 柳井 雅也 氏



滞在型ビジネスとは

ここでいう滞在型ビジネスとは、旅人の段階から準居住を経て居住に至る人々に対する、連携の取れたサービス活動全般を指している(図1)。この活動は旅人の段階ではリピーター化を意図して、そこでの「満足度」を最大限に高めるための活動が行われるのに対して、準居住・居住段階では、定住を前提に日々の「満足度」と地域の人々との継続的な交流を保つ活動が行われる。

この滞在型ビジネスの目標は、地域の社会人口の増加とそれに伴う地域の活性化、そして安心して暮らせる地域社会の実現にある。また、よそから移住してきた人達が心地よく地域社会に溶け込めて、その能力、技術・技能、創

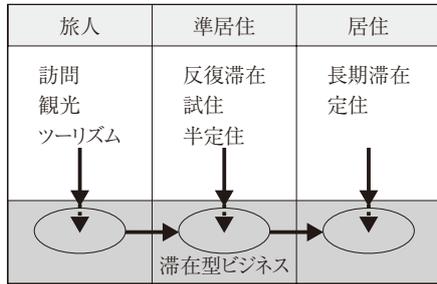


図1

対象地域とその背景

作活動が自由に行われ、満足して暮らせるようにすることでもある。

ここでは、対象地域を地方の農村や中山間地域(含・温泉地)として論を進めることにする。もともと、さしたる観光資源を持たない農村や中山間地域では、経済格差を解消するために都市と農村との交流事業に知恵を絞ってきた。しかし、一九八七年の総合保養地域整備法(いわゆるリゾート法)をきっかけとして、ゴルフ場、スキー場、マリーナなどのリゾート開発、それにテーマパークが各地に数多く作られた。だが、九〇年代のバブル経済の崩壊によって、多くの計画が中止に追い込まれ、完成した施設でも経営不振から閉鎖・撤退に追い込まれるケースが続出した。

また高度経済成長長期以降、歓楽型温泉地が徐々に廃れて、保養・体験・ふれあい・交流や高品位を売りにする地域が台頭してきた(湯布院温泉など)。これは地元資源に着目し、都会の人々のライフスタイルに合わせて、そこに欠けている資源やサービス(ゆとりや癒し、本物の食材など)を提供しながらホスピタリティを磨いていったことに共通点がある。

移住する側でも、富裕層による地方

生活への希求だけでなく、団塊の世代の大量退職(退職金の発生)によって、観光、ツーリズムや地方移住へのニーズが存在しているのも事実である。このように、経営主体の主役交代と移動主体のニーズの一致するところ(地域)に、滞在型ビジネスのチャンスが芽生えてきた。

サービスの縦方向への進化

農村や中山間地域では施設などの新たな投資は期待できず、身近な地域資源を見直して、それに磨きをかける方法しか残されていない。都会の人も「そのほうがいい」という価値観の変化が起きている。遠野の語り部、どぶろく特区などは、そのような中で評価され、地域自らが光を放つようになった。他地域でも、陶芸、乗馬、そば打ち体験、都会人向けの新湯治、民泊と地元の人達との交流など、多彩な取り組みも始まっている。あまりお金のかからない良質なサービスが開発・提供され、それぞれが進化しつつある(図1・縦方向への進化)。また、旅行業法の改正に伴う特定第三種旅行業が施行され、資金力に乏しいNPO法人などでも自ら企画したパッケージツアーが扱えるなど、制度的な後押しも始まっている。

準居住、居住希望者にも不動産の購入斡旋に始まって、地元の人々との交

流など、物心両面にわたるサポート体制が整備されつつある。

横方向への進化とその体制整備

しかし、滞在型ビジネスでは、これらの取り組みが単独・孤立的に行われるのではなく、一つ一つのサービスが連携して、次のステップへの魅力としてつながっていく取り組みが求められる(図1:横方向への進化)。これは押しつけではなく、料金メニューで示されるイベントやサービスだけでなく、何気ない生活感や人々のなりわいから醸し出される地域のホスピタリティである。そのためにも普段から人材、地域の知恵、自然と歴史、産業、地域との交流に光を当て、磨きをかけおくべきである。また次のステップへの移行は、途中から移住を希望する人を受け入れる柔軟性も持つようしておく必要がある。こうして、縦横の取組が相互に効果を発揮し相乗効果を示した時、所期の目標が達成される。

そのため横方向への進化を促す組織体制の整備が必要である。具体的には地域経営会議やNPO法人などの設置が必要となる。また、地域資源を理解し、これをビジネス化できる才覚を持った人材(地域マネージャー)や、地域資源の活かし方を知る人材(コンシェルジュ)、顧客の要望を汲み取っ

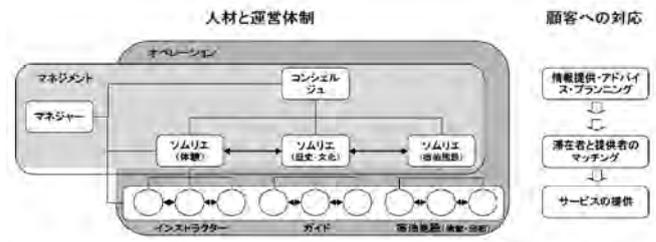


図2

てアドバイスを与えることができる人材(ソムリエ)の発掘と育成が必要である。当然、これらの役割を一人で果たす場合もある(図2)。

ニーズ把握と立地可能性

農村や中山間地域で準居住や居住を考える人は、定年帰郷をはじめ様々なタイプの集団が想定される。例えば、クラインガルテン(滞在型市民農園)で週末だけ過ごす人、自宅のパソコンでWebデザイン関係の仕事をしている人、陶芸など創作活動を行う人など様々である。また、近隣の地域住民を相手にパン屋、レストラン、手芸教室

などを経営する人もいる。彼らを、不動産の購入手伝いに始まって、居住支援サービス、住民との交流など、地域へいざなっていく必要がある。一方で、地元へ貢献していただくため、彼らの経験、知識を取捨選択し、地元風アレンジして地域活性化に貢献できるような仕組みづくりも必要になる。

その他、滞在型ビジネスの起業を行う場合、誘致できる移住者の地理的範囲など立地可能性調査を行う必要がある。極端な例であるが、交通不便な遠隔地にクラインガルテンを建てても成功の確率は低いばかりか、より大都市に近い地域との競争関係にさらされるだけである。



四賀クラインガルテン(松本市)

地域の再生に向けて

滞在型ビジネスを地域経済循環の一システムとして組み込むためには、地

域内で連携し所得・資金を地元で回す仕組みが必要である。例えば、よそから人が訪れた場合、地元の宿泊施設や土産物店、地元で土産を作る企業、飲食店、農林水産業に携わる人達にお金が落ちる。これは広く浅く所得を分配して多くの人々の生活を助けることになる。

○八年九月のリーマンショック以降、景気は先行き不透明であるが、滞在型ビジネスに関係する人々には、これに翻弄されることなく、遠い将来を見つめながら息の長い取り組みを期待したい。

柳井 雅也(やない まさや)氏略歴

- 一九五八年 宮城県生まれ
- 一九八六年 法政大学大学院人文科学研究所地理学修士課程終了
- 一九九五年 岡山大学文学部助教授
- 一九九九年 富山大学経済学部助教授
- 二〇〇二年 同教授
- 二〇〇五年 東北学院大学教養学部地域構想学科教授
- 専門は経済地理学(先端技術産業の立地など)
- (著書)『企業空間とネットワーク』山川・柳井編(共著、大明堂)、『地域産業の再生と雇用・人材』下平尾・伊東・柳井編著(共著、日本評論社)、『地産地消』下平尾・伊東・柳井編(共著、日本評論社)など多数

寄稿

「滞在型ビジネス」を通じて 地域の豊かさを知る

金沢工業大学 産学連携室
コーディネーター 小松 俊昭 氏



観光が持つ本来の意味

観光とは、一般的に、楽しみを目的とする旅行を指す。語源は「易经」の「国の光を観る」との一節による。

但し、観光については、定義が必ずしも統一しておらず、例えば、国土交通省「観光白書」では、家事・帰省、業務などを除いた宿泊旅行を指している。また、観光政策審議会の「今後の観光政策の基本的な方向について」(答申第三九号、一九九五年六月二日)では、観光の定義を「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行うさまざまな活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」とし、「時間」、「場所・空間」、「目的」の三面から規定している。

昨年一〇月に観光庁が発足し、その政策目標のひとつが、「日本人の国内観光旅行による一人当たりの宿泊数を増やす」ことであり、この目標達成のためにも、「滞在型ビジネス」の展開は大切な要素となっている。

こうした状況とは別に、少子・高齢化が本格的に進展し、その影響がこれまで観光地とされてきた地方都市で顕著となっている。加えて、昨年のリーマンショック以降の国内消費は更に厳しい状況となっており、これまでのようなスタイルの観光旅行は益々変質し

つつある。

以上のような経緯から、観光が持つ「光」の対象として、各地の生活を支える「地域資源」に着目することに軸足が移りつつある。その結果、観光業に携わる方々がその他の地域住民と一体となって大都市あるいは地方中核都市では普段味わえないような「ライフスタイルプログラム」をどこまで提供できるかがこれからの観光戦略として位置づけられ、それを包含する「滞在型ビジネス」の成否が問われつつある。

本稿では、以上のような背景の中で、「滞在型ビジネス」を通じて地域の豊かさを知る」をテーマに論じてみたい。

「どこに行くか?」から 「そこで何をするか?」の時代

高度成長期に地方都市から大都市に就職先等を求めて人口の大移動が起こった。この時代は、「減私奉公」を前提に仕事優先で数少ない休暇の機会も職場旅行などで過ごすことが当然とされた。その結果、こうした団体旅行の受け皿としての旅館街とそれを形成する大規模温泉旅館が隆盛を極めた。その頃は、幹事役として、「どこに行くか?」に大きな重点が置かれ、しかも、多くのメンバーに対してそつなく的確に対応することが「もてなし」の原点とされた。

その後、経済の成熟化と共に価値観の多様化が進み、団体での旅行の比率が減り、家族やグループあるいは単独での旅行形態が定着して今日に至っている。そうなると、旅行の目的も「そこで何をするか?」に軸足が移ってきている。これを「体験型観光」と称している。とりわけ、都市型住民のウェイトが高まっている中で、日常生活で日々感じている種々のストレスからの開放と自らの興味の対象に専念できる環境が必要とされており、それを地域側がどこまで提供できるかが問われつつある。従って、種々の観光関連プログラムの整備を地域側に求める「着地型観光」の充実が大きなテーマとなる。更に言えば、地域としては、これまでの観光関連産業のみならず、地域に内在するすべての産業を結集しながらその地域に足りない産業を新たに創出することに組みつつ、総体としての「滞在型ビジネス」を育てることが必要不可欠とされる。

「滞在型ビジネス」を通じて 地域の豊かさを知る

以上のような視点からも「滞在型ビジネス」を地域で育てる必要があるが、そのためには次のようなプロセスが求められる。

- ・ 地域内に存在する個性豊かな「地域資源（＝人材、歴史・文化財、自然、温泉等天然資源、一次産品等）」の発掘

- ・ 発掘された資源の育成や加工等による新たな付加価値の創出

- ・ イベント等を通じた情報発信、流通システム等の整備

- ・ 以上のような取り組みを継続的に展開するための組織づくり

これらは決して順序立てて整然と進むことは少なく、実際はそれぞれの地域が置かれている実情に応じて試行錯誤を繰り返しながら進められることが多い。しかも、こうしたプロセスの中から人材を育てる「苗床」に相当する仕組みが機能として最も必要とされる。これはこれまで各地域で業界団体単位に行われてきた種々のイベントとは趣を異にする。観光業のみならず、農業、商工業など一定の業界団体に偏ることなく、その地域を支える住民が自らのライフスタイルをより充実させる機会として捉える視点も大切である。

地域としては、その地域住民の生活を支える産業の活性化に取り組み、それに魅力を感じた方々が足繁くその地を訪ね、最終的には移住にまで至ることを目指していただきたい。こうした動きに関連する東北地域での事例とし

ては、鳴子温泉での「農業と現代版湯治（＝TOJI）」を組み合わせた取り組み「いわき湯本温泉での「いわきフラオンパク」の仕組みなどが挙げられる。

鳴子では、二〇〇六年から「米プロジェクト」を展開した。民俗研究家の結城登美雄さんを総合プロデューサーとして「鳴子温泉地域からこの風景をなくさないために」鳴子の農業を大きな農家、小さな農家、旅館やホテルなどの観光業、こけし職人、JA、役所などさまざまな顔ぶれで支える運動を進めた。

その中から農業体験と現代版湯治（＝TOJI）が結びつき、田植えから稲刈りまでの一連の行事に生産者と消



東鳴子の取り組み

費者が一緒に参加する仕組みが定着している。その仕組みを大豆づくりなど他の作物まで広げたり、新しい地酒のお披露目を兼ねた「お酒の子守唄ライブ」を企画したり新たな広がりを生み出している。これらは、最近の国の支援方策として推進されている「農商工連携プロジェクト」のひとつとして位置づけることもできる。

また、いわき湯本では、別府で始まった「オンパク」: <https://www.onpaku.jp/>の仕組みを基本的には導入しつつ、大ヒット映画「フラガール」から浮かび上がる「温泉」、「炭鉱」、「フラ」の三つをキーワードにして「いわきフラオンパク」を二〇〇七年から始めた。「大地の恵みに対して感謝を捧



いわき湯元の取り組み

げるフラ」をモチーフにしたプログラムが回を重ねるごとに地域住民を巻き込みながら続々と発信されつつある。

このように、これまでのイベントとは異なり、参加者が自ら企画したり実践したりするプロセスから多くの「気づき」が起こり、それぞれが「滞在型ビジネス」として実践されていくことになる。従って、自らの体験を通じてその地域が本来持っている「豊かさ」を実感しつつ次の機会を模索する「内発型地域産業」の創出に繋がることにもなる。当面はまだ課題も多く残されているもの、「継続は力なり」を常に念頭に置きつつ、今後の更なる展開を期待し、このような取り組みの中から地域を代表するリーダーが育つことも期待したい。

小松 俊昭（こまつ としあき）氏略歴
一九五五年埼玉県生まれ。早稲田大学法学部卒。金沢工業大学 産学連携室コーディネーター。合同会社家守公室代表。別府「ハットウオンパク」アドバイザー、香川県地域政策アドバイザー他。各地で地域づくりに関係する地域ブランド戦略支援農商工連携プロジェクト企画・立案などに関わりつつ人材育成をサポート。
<http://www.ile-yamori.jp/>

寄稿

滞在型ビジネスと地域経営 ～地域を再生するアセットマネジメント～

株式会社アスリック
代表取締役 濱 博一 氏



恵まれた地域資源、
しかし…

『能登はやさしやツチまでも』と、よく表される。信仰に篤く、人柄が穏やかな土地柄を表したのである。古くは渤海などとの大陸交易の玄関として、北前船時代は重要な中継地として繁栄したが、気づくと、半島の先端は首都から最も時間距離の遠い地域となっていた。空港開港を契機とし、より多くの住民に効果が巡る産業振興策の議論・検討を能登で重ねてきた。その概要を御紹介したい。

能登は、極めて豊かな資源に恵まれている。調査を重ねるにつれ、素晴らしい素材と頑固なこだわりの人々に出遭った。しかし、良いものであるほど、量が限られる。現代の大量流通機構にはとても乗らない。

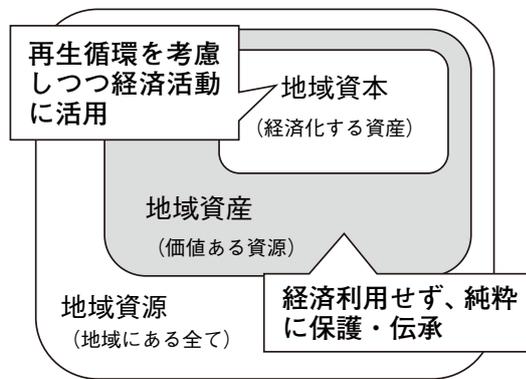
能登の資源が何故、守られてきたのか。それは、現代的消費と流通の対象から外れた、独自の圏域にあったからだった。しかし、経済という大きな枠組みの中で生きる以上、地域外からの財、すなわち「外貨」を獲得しなければ衰退する。能登の資源は本物であるだけに、産物を流通機構に乗せ簡単に「輸出」することは難しい。ならば、どうすれば外貨を獲得できるのか。

本物が豊かに残るにもかかわらず、経済効果が産まれない。ここに地域経

『地域を経営する』視点

営の視点が求められる所以があった。

・地域資源・地域資産・地域資本
左図は、ある経済産業局主催の研究会で活発に議論した際、得られた概念を図化したものである。



地域にはそれぞれに多様な地域資源がある。地域資源とは一般に「価値あるもの」と受け止められているが、ここでは地域に存在する全てのモノ・コトを地域資源とし、価値の有無は無関係である。重要なことは一見、無価値・マイナスイメージのものも地域資源と捉えることである。これらの資源のうち、将来にわたって価値あるものを、大切にしなければならぬものを地域資産という。

・アセットマネジメント

地域の持続的発展のために重要なことは、自らの地域が持つ『資源』を洗い出し、今日的な価値のある『資産』として再評価することである。一部の先進地域で「地域の宝探し」活動として知られているが、この成否は有形無形の幅広い価値を見出すことができる『価値発見力』に拠っている。千葉県館山市では、戦中の防空壕という負の遺産（資源）を歴史・平和教育の題材として再認識・再定義し（資産化）修学旅行の誘致に成功（資本化）した。

『地域資産』のうち、将来にわたって保存・伝承すべきもの、今日的な経済活動に活用すべき（資本化すべき）ものに仕分ける『事業化力』も併せて重要である。これを誤ると一過性のブームを招いて浮沈するか、もしくは再生産できない・しにくい資産を浪費して結果的に地域資産を急激に目減りさせて一層疲弊し、「持続的発展」を困難にする。つまりは、地域環境を破壊して自滅する。

地域再生の重要な役割を担う『価値発見力・事業化力』を統合してアセットマネジメントと呼ぶ。

「日本の原風景」の再生

・景観十年、風景百年、風土千年
能登・東北には、日本の原風景とも

言うべき景観が残っている。これらの景観には、地勢・気候などの自然環境のほか、そこに住まう人々の暮らし方が映し出されており、決して景観だけが凍結保存されているものではない。暮らし方が変われば、集落景観が変わり、田園風景も変わっていく。原風景的ライフスタイルが、その奥底にあればこそ、現在の姿を留めている。目に見えるものだけに留まらない奥深い価値の源泉が、風景の背後にある。

・ 共感の輪を広げる産業づくり

都会人は、社会・組織からの精神的ストレスや合成物質からの生化学的ストレスなどに対して相当な危機感を持っている。それらからの開放・癒しを求めている。各地に残る「原風景」の数々には、それらからの開放・癒しを提供できるものが少なくない。田舎の人々の心の在り様は、日本人が持っていた「心の原風景」と考えることもできよう。「心の原風景」は、都市住民にとって大きな魅力となりはしないか。それは、郷愁を超えた新しい「価値ある交流型産業」への資産となる。

交流型産業と地域づくり

・ 交流型産業の位置づけ

従来型の観光市場は、年間約七兆円で推移している。僅かな滞在中、観光拠点から拠点へとバスや乗用車などで

移動する形態のため、地域住民との関わりは浅い。

一方、お盆や年末年始にかけての帰省・旧友との再会は、最も親密に地元住民との触れ合いがあるが、対象が固定化し、一時期に集中する。

このようにみると、人の交わりが帰省よりもやや浅いものの、観光よりは深い部分に、未開拓の交流市場が存在する。地元住民の昔話を聞いたり、地域の生活の智慧を体験したりしながら、地元の人々と触れ合うことに価値を見出し、そこに生まれる「感動・感激・共感・共鳴」によって継続的な人的交流の動機を創り出す新しい人間関係の構築と刺激をもたらす発展的交流である。ここに感動と地域の智慧を共有し、都会人が忘れた自然との共生・永い歳月の検証をうけた「人と環境にやさしい暮らし方（ライフスタイル）」を再生する交流型産業の市場がある。

・ 観光からの一貫性

具体化に際しては、当然ながら、観光の部分も含めて統一的なイメージやテーマでつなぐ必要がある。大都市への広報インパクトや、首都圏の若者に対して印象が薄い地域を効果的にPRするためには、地域全体で一致したイメージ戦略に基づき、一貫性をもって告知するべきである。大きく注目される土俵をまず創らなければ、観客は集まりにくい。

地域を支える人、手仕事文化

・ 物語を伝える体験交流づくり

地域に残る「智慧・価値」を伝える手段として最も判りやすい表現形式が物語である。物語性を重視した交流や体験のプログラム・メニューを開発し、提供するシステム（仕掛けと仕組み）が求められている。

議論の過程から、能登では「新しい体験交流プログラム」について、小規模な実験から徐々に実施ノウハウを蓄積する取り組みが始まっている。周辺の地域資産を相互に体験し、来客に紹介できるよう理解する「語り部養成講座」には、多くの賛同を得た。参加者は、近隣地区の味わい深い宝を知らない現実気づいた。住民主体の広域連携の礎ができると期待している。

・ 物語のあるものづくり

同様に、地域の智慧・価値が伝わるものづくりが必要である。しかも、その産品を市場に出す場合、流通手法もイメージやテーマとつながりが無くてはならない。価値ある産品を大規模流通に乗せては、価値自体を減衰させる。ほんものの産品は、価値を維持しそれを伝えられる方法で共感者の元に届けねばならない。

・ 能登人を前面に紹介

能登のいぶし銀のような暮らしの知

恵とこだわりの人々。彼らは自らを宣伝することは苦手だ。そこで、観光ガイドではなく、能登人の生き方を紹介した「能登の手帳」を発行した。好評につき一年を待たずに初版が絶えた。風光明媚な地勢は一度見ればよい。が、人は面白い。安楽な世にあって、何故こだわるのか。意気投合すると、再び訪れたいくなる。

・ 多様化と相互理解の相克

我が国の多様化は、急速に進んでいる。あまりにも急速な動きは、人々に心理的不安感をもたらしている。社会が多様化すると、個がバラバラになり、相互の思いが肌感覚で伝わりにくくなる。結果的に住みにくい世となる。食品表示事件をすまでもなく、生産者と消費者、都市民と鄙の民とは、同じ国民として共有するものが要る。

自然との共生や文化的背景・暮らしの智慧の共有に対して、過疎地域が果たせる役割は、意外に大きい。

濱博一（はま ひろかず）氏略歴

一九六〇年静岡県生まれ。金沢大学工学部卒。株式会社アスリック代表取締役。石川地域づくり協会コーディネーター、静岡県観光アドバイザー。各地で産業振興政策から起業、地域村起し活動にも従事するなど、地域に根ざしたシンクタンクとして政策立案から実施・人材育成に至るまで幅広く活動。 <http://www.neing.or.jp/usric/>

事例紹介

TOJI (湯治)を世界に発信 ～東鳴子の取り組み～

旅館大沼
五代目湯守 大沼 伸治 氏



温泉の力

地球の命を抱え生まれ続けてくる温泉、日本人は昔からその力を知っていた。

今から約一三〇〇年前、奈良時代に編纂された「出雲国風土記」には、日本最古の温泉と言われる島根県・玉造温泉の記述が見られる。「一たびすずげび浴(ゆあみ)すれば万(よろず)の病悉(ことごと)くに除(のぞ)くる」(この温泉で一度洗えば容貌が美しくなり、重ねて洗えば万病を全て取り除いてくれる)。

まさに、温泉の本質を言い当てている。現代において、日本人は世界でも有数の温泉好きの民族といわれるが、



温泉は地球の恵み

温泉の心身に対する効用を直感的に感じ取り、古より生きることの中に活かしてきたのだ。

湯治はバカンスだった

今から四〇〇年ほど前の慶長九年(二六〇四年)、天下分け目の関ヶ原の戦いが終わった四年後、徳川家康が熱海で一週間の湯治をしたという記録が残っている。その後、大名の間にも湯治ブームが起こり庶民へと広がってゆく。湯治先では、何度も温泉に浸かるのはもちろんのこと、近所の名所を見たり、伝統工芸を楽しんだり、その土地の名物を食べたりと、とにかくのんびりした。今の観光の原型のようなことがすでに湯治で行われていたのだ。滞在期間は一週間から三週間という長期で、まさにバカンスと呼ぶにあさわしいものであった。

賑やかだった湯治場

私の湯治の記憶は、とにかく「賑やか」に尽きる。東北各地から農閑期、漁閑期になると、日頃の過酷な労働からひととき解放され多くの農民、漁民が湯治場を目指してやってきた。戦後の高度成長期も重なり、どの宿もあふ

ればかなりの湯治客で賑わっていた。泊まり客に対する部屋数が恒常的に足りないもので、知らない人同士が同部屋で寝泊まりする「相部屋」はごく普通の風景だった。客もなれたもので、繁忙期の予約時は「相部屋」でも良いからと指定してくる。宿の番頭さんはそうしたおまかせ客同士をうまくつないで、同室におさめるマッチングの役割を見事に果たしていた。耳を疑うような事件が横行し、他人に心を開くことさえままならない現代では到底考えられないことだが、ほんの三〇年くらい前まで現実に行われていたことで、私自身も鮮明に覚えている。

旅の移り変わり

日本の高度成長は経済の様相のみならず、旅のカタチも大きく変えた。増大する国民の旅行ニーズに応え、多くの旅館が設備投資をして大型・大衆化の路線に突き進んでいった。

そこで重視されたのは、主な需要たる団体旅行を受け入れるための大きな施設、大人数で宴会ができる宴会場、館内で退屈しないための遊興施設があることなどであった。神聖なる温泉をたたえた浴場も、浄化と再生の場という本来の役割から離れ、大きさや豪華さが優先される箱物となった。その後

バブルが終焉し、旅は滞在型から一泊型がほぼ一般的となる。旅行者にとっては一晩の中でいかに多くの満足を得るか、施設側にとっては一泊でいかに多くの利益を得るかがもっぱらの課題となった。

湯治を守り伝える

時代が大きく揺れ動く中で、湯治は細々ではあるが生き残ってきた。シンブルに温泉の力をいただき、心身を再生する湯治を私たちはこれからも大事にしてゆきたい。しかし、昔ながらの自炊で長期滞在というスタイルは現代のライフスタイルの中にはそぐわなくなっている。今のスタイルに合わせ滞在日数を短期化し食事を提供する必要もある。しかし、さらに根源的な問題として、温泉は命を養ってくれる自然の恵みであるという観点の欠如を感じている。明治時代には世界でも最高レベルにあった日本の温泉医学も、戦後すっかりと影を潜めてしまった。鳴子温泉でも、東北大学病院鳴子分院で日本最先端の温泉医療が行われていたが、平成六年に廃院となっている。今では、湯治の意味を知らない、または「とっじ」と読むことすらできない人々も増えている。言葉やスタイルにとらわれずに、温泉の力を日常に活かす現

代版湯治の必要性を痛切に感じる。

挫折と土作り

平成十四年(二〇〇二年)、東鳴子温泉観光協会の役員を中心に、衰退する地域を何とかしようという動きが始まった。掲げた目標は明治四十三年の水害で損壊した「御殿湯」の復活だった。はじめて地域で何かしようとした動きだったが、たった一年であえなく挫折した。意気込みはあったが、空回りの連続だった。当時の鳴子町に「御殿湯復活」の請願書を出そうとするも、合併目前の多忙期に、体をなさない我々の夢物語に耳を貸す余裕は役所どころにもなかった。唯一まわりで応援



御殿湯

してくれたのは、鳴子町公民館に勤務していた一職員のみ。彼は実ることのなかった我々の一年を広報誌にまとめ、町内に全戸配布してくれた。その広報誌を見た時、目に見える結果は出せなかった一年だったが、自分たちのもがきは決して無駄ではなかったと感じた。それはまさに、根を張るために必要な土作りの期間だった。

動き始める

平成十五年(二〇〇三年)、頓挫した御殿湯復活計画を持って仙台の識者をつたねた。彼は一言言った。「地域はひとつになっていきますか?」。御殿湯という箱物を作ることしか頭になかった私たちは、大きな衝撃を受けた。垣根をはずし、地域が一つになるという我々の活動テーマが生まれた瞬間だった。その後、宮城県地域振興課との出会いもあり、東鳴子ゆめ会議というNPOを立ち上げ垣根を外した取り組みがはじまった。そうした活動は今年で足かけ七年目を迎える。東鳴子は二〇〇戸五〇〇人くらいの小さな地域だが、まとまるのは容易なことではない。時代も大きく揺れ動く中、様々なしかけを休みなく打ち続けてきた。竹灯籠で光の回廊を作る「光の盆」をはじめ、間伐材で縁台を作る「縁台なる計画」、

現代アートや音楽と湯治を結びつけた「GOTEN GOTEN アート湯治祭」、東鳴子の泉質にこだわった「重曹泉の郷宣言」、湯治場をむすぶ「渡り湯治」。何度も息切れしそうになりながらもここまで全力で走ってきた。個人の体力、地域力の減退などを考えると本当にこのやり方で良かったのかという反省心と、もし何もやってこなかったら一体この地域はどうなっていたかという気持ちが複雑に入り交じっている。



光の盆

御殿湯流失一〇〇年を前にして

来年で御殿湯が明治の大洪水で失われてから一〇〇年目となる。伊達家も

信頼した湯の力、湯治場の原点を考えるには良い機会だ。先述したように、世界に誇る湯治文化は、今や日本人の間でも風前の灯火である。昨年、観光



英語表記のTOJIパンフレット



店の前の“手作り・英字看板”

庁の事業で、海外向けの湯治サイト「ニッポンTOJIむら」を作り、全世界に発信している。英語表記のTOJIパンフレットや手作りの英字看板も店の前に掲げた。

国内のみならず海外にもTOJIとして湯治文化を発信する試みだ。まだまだお客は少ないが、いつ来ても良いように準備だけはしている。また今年の七月から、丸の内朝大学で「温泉トラベルプランナー講座」というものを始めた。丸の内と湯治場が直結する取組みだ。八月には約三〇名の現地ワークショップツアーが東鳴子で行われ好評を博した。特に、「地大豆湯治」という畑での大豆作りと温泉を組み合わせた体験や畑で収穫したもので作る食事



畑作業と湯治をドッキング



天音 (あまね) と名付けられた“音楽酒”

などが都会人の心をとらえた。またこの秋、地域の伝統的な蔵元と連携し、地元の作曲家が作ったお酒の子守唄を聞かせた地域の地酒も発表した。「天音(あまね)」と名付けられた音楽酒は、東鳴子のお湯とともに入湯客の心も癒してくれることだろう。

大沼 伸治 おおぬま しんじ氏略歴
 特定非営利法人 東鳴子ゆめ会議 理事長
 旅館大沼 五代目湯守
 湯歴一二〇〇年の古湯、鳴子温泉郷・東鳴子温泉「旅館大沼」の五代目湯守。立教大学社会学部観光学科卒業。日本の伝統的保養文化である湯治を、現代にも浸透させるべく、地域をあげて様々な取組みを行っている。地元湯治場の中間支援組織として特定非営利法人東鳴子ゆめ会議を立ち上げ、農林業をはじめとしてアートや音楽と連携した現代の湯治場づくりを推進、二〇〇八年総務大臣賞を受賞した。観光庁・平成二〇年度観光産業のイノベーション促進事業に採択された「ニッポンTOJIむら」事業では、世界に向け湯治文化を「TOJI」として発信し、話題を呼んだ。

事例紹介

悠久のふるさと 北信州いいやま 「いいやま住んでみません課」の 定住促進に向けた実践

長野県 飯山市 建設水道部

いいやま住んでみません課 主査 高橋 昇一 氏



はじめに

飯山市の中心をゆったりと流れる千曲川を基軸に、辺り一面に広がる菜の花畑、新緑のブナの原生林、黄金色した田園風景、そして白銀の世界……。四季折々の豊かな自然に恵まれ、訪れる人が誰でも口にする「ふるさと」の原風景。そのものです。そして、当市出身の創作人形作家の高橋まゆみさんの作品で描かれるような、素朴で人情味の溢れる、お世話好きなお人柄が暮らしまでもあります。

遡ると昭和四〇年代から人口の流失がはじまり、スキー場開発を中心とした地域産業の振興、企業誘致、住宅団地造成など、その間あらゆる対策が施



遅い春。桜・菜の花・新緑が一斉に咲き誇ります。



厳しい冬のかたわら、美しい雪景色も魅力のひとつ

されるも、当時四万人あった人口は現在では二・五万人を割り込み、特に若者の流出と高齢化の人口対策は長年の課題となっています。

都市との交流のはじまり

これまで、都市住民との交流はスキーブームの歴史そのものでしたが、平成に入り、それまでのスキー客が急速に減少し、地域では夏場の産業振興が大きな課題となりました。平成六年に飯山市グリーン・ツーリズム協議会を立ち上げ、ありのままの自然を素材に、川遊び・森林散策・木工作・農業体験など……。夏場の観光交流に積極的な推進がはじまりました。市のグリーン・



安心・安全な野菜が豊富



子どもも大人も飯山の自然を満喫

ツーリズムは、民宿のおじさん、おばさんが手取り足取り自然体験を直接指導してくれるのが大きな特徴で、現在では年間六〇校を迎えるセカンドス

クールを中心に、グリーン期には八〇万人を超える都市住民をお迎えしています。また、現在の健康・トレッキングブームにも全国の先駆けとなつて、「森林セラピー」や全長八〇kmの「信越トレイル」を開設するなど、今やグリーン・ツーリズムは市の観光の柱となっています。

交流から定住へ
きっかけは、映画「阿弥陀堂だより」

「都会の生活に疲れた夫婦が田舎で心の癒しを求め……」。まさに「ふるさと回帰」が描かれた映画で、心安らぐ四季の風景が広がるそのロケ地は飯山市。当時、発足してまもない東京のNPOふるさと回帰支援センターと首長の思いが合致し、全国自治体第一号となる飯山市ふるさと回帰支援センターが平成十五年に設立され、都市との更なる交流を目指す「移住・定住」施策がスタートしました。平成十八年には「いいやま住んでみせん課」を創設し、移住・定住に関するワンストップサービスを開始し、二〇一四年開設される北陸新幹線飯山駅の開設を見据え事業を推進しています。

事業推進にあたっては、長年取り組んできたグリーン・ツーリズムのノウハウを活用した豊富な「大人向け」メニューと、スキー客受け入れ時代から

育まれた接客業の土壌が存在し、地域住民と農協組合員が大多数でもある地域柄、JAと行政がかかわることで、いつそう安心して移住できる環境が形成され、現地で生まれた「飯山ファン」を定住へと結びつけているのが特徴になっています。



まさに癒しの里山。福島新田の「阿弥陀堂」から。

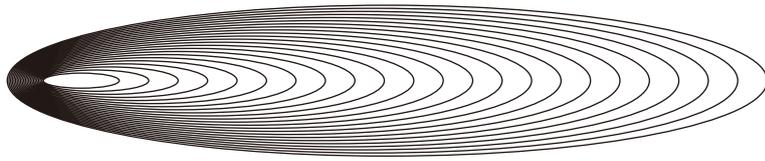
都市部のニーズに応じた移住定住の仕組みがポイント!?

飯山市の移住定住の流れは「ゆっくり、じっくり」。短期滞在から長期滞在そして定住……と都市部のニーズに応じたメニューを企画し、移住希望者がどこからでも「ふるさと探し」が実践できるような仕組みをつくり全国に発信しています。

東京・大阪・名古屋などの都市部では、年に七回ほど「北信州いいやまふるさと暮らし実践セミナー」を開催し、地域の紹介や暮らし方、農業事情や物件情報、移住者の実践談など、ふるさと暮らしの最新情報を、移住を希望する都市住民を集め開催しています。

現地の受け入れの仕組みでは、短期滞在として二泊三日の四季講座の「飯山まなび塾」、五月と十一月の七回講座一泊二日で開催される「百姓塾」は「田舎へ訪れるきっかけ」として現地の暮らしを体験してもらいます。長期滞在では、信州での田舎暮らしを考えている方や地域の雰囲気や暮らしを一定期間体験、また豪雪地ゆえに一番厳しい冬の時期の暮らしを体験していただくために「お試し田舎体験ハウス」を提供しています。そして何度も信州へ足を運んでいただく仕組みとして、地元温泉民宿を中心にNPO夢田舎を結成し、宿泊回数券を発行した「素泊まりプラン」も提供しています。

また、安心して定住する仕組みとして、地元宅建協会と連携した「空き家登録バンク」を創設し、古民家・中古住宅・土地などの空き家物件の情報発信や年五回の現地見学会を開催、雪国住宅モデルとして地元建設業協会と協力した「雪国住宅二〇〇〇万円住宅建設プラン」の提案など、民間との連携も積極的に進め地域産業との連携を図つ



農的田舎暮らしの第一歩



東京・名古屋・大阪を中心に田舎暮らしセミナーを開催

ています。その他、移住者の新築住宅や市内で親子等が同居する住宅を建設する場合に財政的な補助も行い、様々な移住・定住事業を進めています。

これまで飯山市ふるさと回帰支援センター、いやま住んでみません課が開わり田舎暮らしを実現した方々は約一二〇世帯、二〇〇人ほどです。一年あたり二〇世帯あるかないか。それも市全体の転入者のおよそ一割に過ぎず、果たしてこの数字は多いのだろうか、少ないのか。しかし数字ではない「小さな成果・効果」が地域の中で生まれてはじめています。例えば、限界集落に近いある集落では、古くて重い灯籠を移住者が新たに作り替え、以前のよくな静寂したお祭りの雰囲気復活したり、近所づきあいがいよいよある移住者は、老夫婦が耕作できなくなった田畑

終わりに
果たしてその成果は？ 課題は？



移住された方々からのアドバイスもポイント！

を代わりに引き受け、地域の荒廃地対策の一役を担ったり、都会でアートペインティングの教室を開いていた特技を公民館事業がきっかけで、今では好評で毎週のように講座をもつようになった移住者など……。そういった新たな人材が移住し、その地域で認められアクションを起こすことで地域に活力が生まれます。その小さな効果の積み重ねが、きっと移住定住事業本来の成果であり効果ではないかと考えています。飯山暮らしのポイントは「冬の暮らし方」と「近所づきあい」、「協働の精神」の三つ。雪をいかに理解し暮らすのか、そして地域の一員として仲間に入れていただきたいという前向きな姿勢が大切です。「失敗する田舎暮らし」は本人はおろか地域のコミュニティをも不幸にします。これまで誰でもウエルカムという田舎暮らしの発想から、人・自然・伝統・価値などの地域ブランドを大切に共有できる人へと移住者に求めるハードルが上がってきていると感じます。受け入れる側の意識としても、行政の垣根を越えた広域でのスケールメリットを十分活かした事業推進が求められています。こうした幾つかの課題を少しずつ解消しながら、スムーズな田舎暮らしのサポートに心がけ、移住定住事業が飯山市の更なる地域活性化につながるよう取り組んでいきたいと思っています。

事例紹介

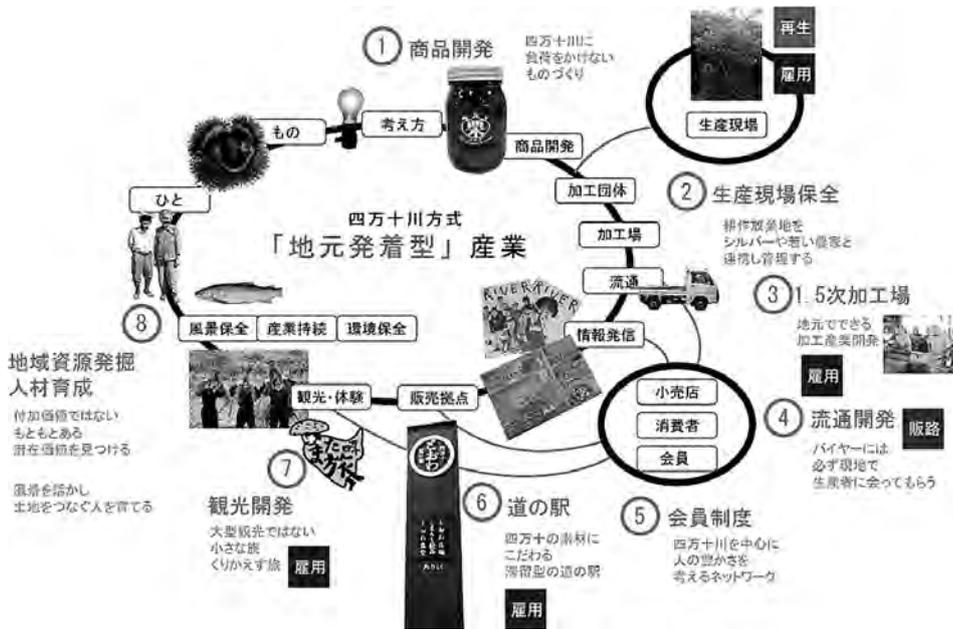
四万十の魅力をもろごと活用 ～四万十ドラマの取り組み～

株式会社四万十ドラマ
代表取締役 畦地 履正 氏



「四万十川方式」
地元発着型産業づくり

四万十川ドラマは、四万十川の地域資源を発掘し、見直ししながら、新しい価値観を生み出すことが大事だと考えています。地域に住む人達が丹精込めて作った産物に「光」をあて、考え方の



四万十川方式「地元発着型」産業
(四万十の資源から生まれた商品が世の中を循環し最後は地元に着地する産業)

視点を加えることにより、地域の生き方や風景が見えてきます。これまでの商品に少し手を加えることにより、雇用の場が生まれたり、流通や情報発信を開発することで、その光が更に輝き四万十川ブランドとして全国に認知されます。その商品を買っていただいた方が、

株式会社四万十ドラマ
の考え方

四万十ドラマは、四万十川の自然環境を保全しながら活用することをベースに、環境・産業・ネットワークを循環させながら、四万十川に負担をかけるものづくりをしています。

その具体的なコンセプトは「ローカル」「ローテク」「ローインパクト」。これらが循環する新しいコミュニティビジネスを展開しています。

「ローカル」とは、四万十川を共有財産に足元の豊かさ・生き方を考えるネットワークを構築すること(会員制度・観光産業)

「ローテク」とは、農林漁業に生きづく技術や知恵や第一次、一・五次産業にこだわること(商品づくり・産業づくり)

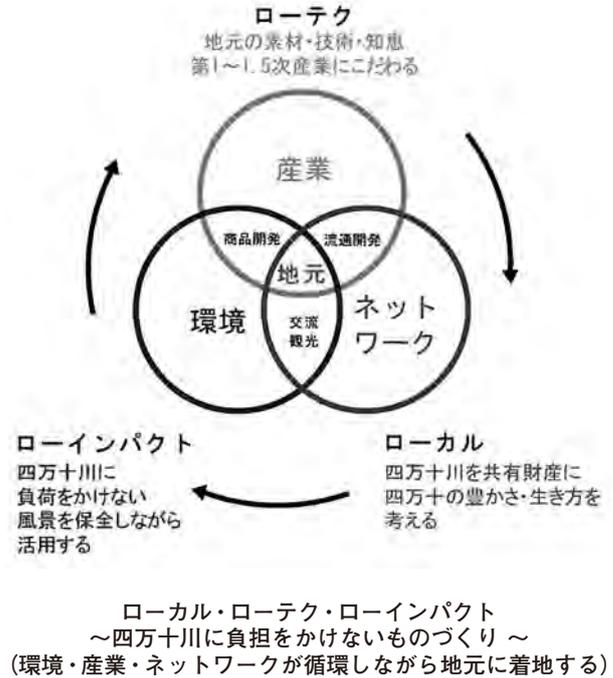
「ローインパクト」とは、四万十川に負荷をかけない風景を保全しながら活用する仕組みをつくること(環境ビジネス・風景保全)

この考え方の軸に「ローフード」

四万十ドラマの商品開発は、「ローカル・ローテク・ローインパクト」四万十川に負担をかけないものづくり」がテーマです。
この三つの言葉をキーワードとし、地元にあるものに、できるだけ手をかけ

具体的開発商品
〜考え方をデザインする
四万十の
アイデンティティー商品〜

「ローライフ」の提唱を加え、山と川の暮らしと天然素材に新しい価値観をつくり流域に住む人とともに生活文化、技術、知恵、風景を残しながら、四万十川流域の新たな産業をつくりま



・四万十のお茶
十五年程前までは四万十のお茶は静岡茶にまぜられていました。しかし、自分たちのお茶を自分たちで売りたいという思いから「まぜられる茶からまぜざる茶へ」というキャッチ

ないで、地域資源を発掘し、見直しをして「考え方」をつくってきました。ここで重要なのは「デザイン」という視点です。その商品の持つ本質をデザインすることで、わたしたちの考え方が広がっていきます。風景から生み出された力をわたしたちは商品開発に活かしています。次に、それらの商品を、いくつかご紹介します。

「しまんと緑茶」、「しまんと焙茶」



四万十・十和オリジナル品種「十和錦・かおり米」

・四万十の「香り米」
四万十では有名な十和錦という「香り米」が、約五〇年前に旧十和村で発見されましたが、そのまま食べると香



「しまんと緑茶」、「しまんと焙茶」

フレーズで「四万十のお茶」を立ち上げました。
二〇〇二年に四万十川流域茶葉しか使わない「しまんと緑茶」を商品化。目の前の風景が商品になりました。シリーズ商品として、二〇〇四年に「しまんと焙茶」を発売、二〇〇七年には「しまんと紅茶」も販売を始め売り上げを伸ばしています。



四万十ひのき風呂

・四万十ひのき風呂
製材所から出る四万十川ひのきの柱の端材をリサイクルした商品です。捨てていたひのきの端材に、ひのきの油を染み込ませて、焼き印をいれました。ポリのお風呂のまわりに置くだけで、ひのき風呂に入ったような感覚になります。捨てていたひのきの端材が商品になりました。

りがきついで、「いつものお米に混ぜるだけ」というキャッチフレーズで八〇gの小さな米袋に入れて販売(二〇〇〇年)。いつも炊いているお米に混ぜて炊くと新米のような香りになる商品です。

・ 四万十川方式リサイクルバッグ

古新聞をレジバッグとして再利用する運動を四万十川流域からスタートさせようと新聞紙古紙一〇〇%のバッグをつくりました。「リサイクル商品である古新聞を包装資材として生活場面で再利用していき、四万十川流では古新聞を使用する事を一つの哲学とし、流域の考え方・アイデンティティーとしたい」との理由からです。このバッグを作成したのは、四万十町(旧十和村)に住む主婦。この方を先生に、この袋を地元の方がつくるようにしたい。まずは流域から、そして全国へ。海外にも輸出され、エコバッグとしてメディアにも取り上げられています。



四万十川新聞バック

今後の展開
さらなるローカル・
ローテク・ローインパクト
環境循環ビジネスへ

生産現場の風景を守り育むことをベースに、さらなる考え方を流通させ

る環境循環ビジネスに取り組んでいきます。

四万十の風景は食べ物の生産現場の風景です。どんなに商品が話題になって売れたとしても、その原料を生む環境が荒廃しては意味がありません。四万十川は環境が命です。この環境から生み出される恵みがあるからビジネスができる。生産現場を復興しながら、風景を守り、育み、流通させ、その商品に四万十川の考え方を流通させるようなビジネスを生むことが四万十ドラマの使命です。そのことは、これから日本が向かわなければならぬ道のよ



四万十川風景

RIVER

四万十ドラマロゴ「RIVER」

畦地 履正(あぜち りしよ)氏略歴
株式会社四万十ドラマ 代表取締役
一九六四年四万十町(旧十和村)生まれ。高知立東高等学校卒業後、通信関連企業に就職、一九八七年地元十川農協(現高知はた農協)に就職。
一九九四年四万十川流域町村(旧大正町・十和村・西土佐村)が出資し設立した第三セクター「株式会社四万十ドラマ」に就職。「四万十川」に負担をかけないものづくりをコンセプトに地域と密着し、自然循環型企業を目指した事業展開を行っている。
四万十川の会員制度「RIVER」の立ち上げや、四万十川の地域資源を活かした商品開発に携わり、中でも「四万十ひのき風呂」は、捨てていた端材を利用した循環型商品として五〇万枚を出荷、そのほか「しまんと緑茶」シリーズや「四万十川新聞バッグ」などの商品を開発し地元産業を築いている。二〇〇五年四月には完全民営化の株式会社として、二〇〇七年には、道の駅「四万十とおわ」の指定管理者として、何もなかった地域に年間一〇万人を集客した。その他、四万十川流域集客システムをつくる「四万十また旅プロジェクト」にも参画し、新たな観光産業を生み出している。

概要紹介

「東北地域における滞在型ビジネスモデルに関する調査」について

当センターは、昨年度の自主事業として行った「東北地域における滞在型ビジネスモデルに関する調査」の調査結果をとりまとめましたので、その概要を報告いたします。

はじめに

現在、全国の各地方自治体は人口減少、高齢化の課題を抱えており、「交流人口、定住人口を増やすにはどうしたらよいか」ということに対する取り組みを進めている。例えば、二地域居住に対する潜在的なニーズは年々高まりつつあると思われる、地域間での競争はますます激しさを増している。

そのような中で、例えば首都圏から地方を見ると、北関東・甲信地域は、週末の田舎暮らし、北海道は新天地での生活というイメージをそれぞれ持っている。これに対し、東北地域については、固有イメージが、いまだ形成されていないように思われる。

そこで、本調査では、東北らしい独自の交流・定住の受け皿としての「滞在型ビジネスモデルのあり方と、その実現方策」について、検討を行った。

滞在型ビジネスの成功要因

I. 先行事例研究

本調査では、まず、地域の生活に関心をもつキッカケとしての観光から、地域に腰を下ろす定住までの一連の過程を、「滞在型ビジネスの対象」として考えることにした。

そこで、滞在を、観光から定住まで三つのフェイズ、すなわち短期滞在、反復滞在、長期滞在として捉え、全国五カ所の先進的な地域を、ヒアリング調査し、それぞれの内容を項目ごとに整理した(表1参照)。

表1

フェイズ	地域	動機	活用資源	活用方法
短期滞在	高知県高知市	地域コミュニティの再生	自然(冷泉・景観)・農産品	オーベルジュ
	岡山県美咲町	過疎・高齢化対策	ひと(仕事)・景観	セラピー(心と体の癒し)
反復滞在	長野県松本市	遊休地の活用	農地・ひと	クラインガルテン
	高知県四万十町	生活の知恵の共有	ひと・知恵・地域イメージ	通販・情報誌・体験、旅
長期滞在	長野県飯山市	定住人口の増加	ひと・民宿・自然	体験・試住住宅・住宅供給

一. 短期滞在の事例

(1) オーベルジュ土佐山(高知県高知市)

戦略

- ◇ 何もしない環境の提供
- ◇ 来訪者を暖かく見守る宿・地域の

人々

キーパーソンの役割

- ◇ 住民組織・中川を良くする会(会長・鎌倉寛光氏)

・ 地域のおもてなしの心を空間整備に反映

- ・ 滞在施設と地場産業の連携(とんとんのお店)・オーベルジュでの地元野菜の活用)

- ◇ 地元ホテル事業者(オリエントホテル高知(株)社長(当時)・谷脇萬明氏)

・ ホテルマンのホスピタリティの導入

- (2) 美咲農村ルネサンス倶楽部(岡山県美咲町)

戦略

- ◇ 農村の景観・棚田、味のある地域住民などの地域資源をもつ癒しの効果に着目し、それらの資源をセラピーとして都市住民に提供している。

- ◇ 農作業におけるチームワークを人事研修、農村のゆったりとした時間を企業のメンタルヘルズに応用するなど、都市的ニーズへの転換を図っている。

キーパーソンの役割

- ◇ 美咲農村ルネサンス倶楽部(美咲ファイネスト(株)社長・貝阿彌敏美氏)
- ・ 地域住民の持ち味を活かした癒し

のプログラムづくり

・地域資源や人的ネットワークを活用したローリスクでの事業立ち上げ

・外部スタッフとの連携によるプログラムづくり(特にメンタルヘルスにおける専門家との連携による理論面での強化など)

二. 反復滞在の事例

(1) 四賀クラインガルテン(長野県松本市)

戦略

◇クラインガルテンは交流による地域の活性化を図ると共に有機農業実践のための施設として位置づけ、その考え方を受入、実践できる人に提供するという姿勢を貫いている。

◇地域の考え方を感じ取ってもらうためにガルテン希望者との面接を実施。

キーパーソンの役割

◇信州クラインガルテン研究会(中島学氏(後の四賀村長))

- ・海外のクラインガルデンの導入と、そのための地域の合意形成
- ・ガルテナーと地域との交流のしくみづくり(田舎の親戚制度・地元消費)
- ・地域づくりの主張の徹底(有機農業)の里

(2) じゅうみん株式会社四万十ドラマ(高知県四万十町)

戦略

◇清流四万十のイメージ、そこでの自然にやさしい生活といったコンセプト

◇基盤となるコンセプトがしっかりしているため、地域にある資源のすべてが宝となり、コンセプトを伝える媒体となっている

◇〆びと〆を全面にPRし、生き生きとした地域を表現

キーパーソンの役割

◇株式会社四万十ドラマ(社長・畦地履正氏)

- ・都市住民に地域生活を販売するしくみづくり
- ・住民アイデアからの全国・世界に通用する商品の開発・販売

三. 長期滞在・定住の事例

(1) いよいよま住んでみません課(長野県飯山市)

戦略

◇定住を念頭に地域生活のすべて(悪い面も含む)を情報発信

◇多様なメニューを地域資源やネットワークを活用してローコストで提供

◇受入のベースは、スキー客受入れ時代から育まれた接客業の土壌(農業を営む民宿)

◇都市住民の自発的な行動を受入れる

土壌と理解者の存在

キーパーソンの役割

◇飯山市(市長・石田正人氏)

・行政による強力なリーダーシップの発揮

・地元資源を上手に活用した無理のない受入体制の構築

・民との連携による移住と地域産業の連携促進

II. 先行事例における成功要因

表1の五つの事例における滞在型ビジネスでの成功要因を取りまとめると、次の四点が浮かび上がってきた。

一. コンセプトの一貫とPR

滞在型ビジネスを構成する商品(体験メニュー、地場産品、飲食メニュー、宿泊施設など)には、その地域の生活を貫く、イメージや考え方を純化させたコンセプトが貫かれている。そして、それを来訪者に強烈にアピールし、来訪者の方も、そのコンセプトを理解し共感している姿が窺える。

〈短期滞在〉

◇何もないというコンセプト

・何もない空間を商品化したホテル(地域:オーベルジュ土佐山)

〈反復滞在〉

◇理解を促す場の設定

・個人説明会の実施(地域:四賀クラインガルテン)

◇メッセージ性の高い商品

・紙バック、マイ箸(体験)(地域:四万十ドラマ)

〈長期滞在〉

◇ありのままの生活の体験

・飯山まなび塾・百姓塾(飯山市)



棚田の景観を活かしたくつろぎ空間(オーベルジュ土佐山)

二. ホスピタリティと共感・絆づくり

地域を訪れる来訪者に対して、ホスピタリティを持ちつつも、過剰な接待を避けて友人・仲間として接し、土地とのふれあい(体験)を押し付けずに興味や気づきを促すことにより、来訪者が自発的にふれあいを求め、地域でのライフスタイルへの共感を得ていくような様々な工夫が行われている。

〈短期滞在〉

◇ホスピタリティを保ちつつ自発的なふれあいをサポートするしくみ

・見守るおもてなし(地域:オーベルジュ土佐山)

〈反復滞在〉

◇地域生活をガイドし、地域との絆を深めるしくみ

- ・田舎の親戚制度（地域：四賀クラインガルテン）

〈長期滞在〉

◇気軽に長期間滞在し地域のライフスタイルに共感していくしくみ

- ・お試し田舎暮らし体験ハウス（飯山市）



地元民家に隣接したラウベ*（四賀クラインガルテン）

*ラウベ・クラインガルテンで、一区画ごとに設けられる休憩や簡易宿泊が可能な施設

三、個の充実とネットワークの形成

宿泊施設を中心に滞在時に、周辺空間を徒歩で楽しめるような地域空間の

整備など、個としての空間の徹底的な整備に取り組んでいる。

また、個（ひとつの宿泊施設や地域）だけで無理をせず、他施設や地域とのネットワーク化により、それぞれの資源の良さを高めたり、広域観光圏の形成を図るなどの取組みがみられる。

〈短期滞在〉

◇滞在環境の充実

- ・滞重視の設計と周辺の住民による環境整備（地域：オーベルジュ 土佐山）

〈反復滞在〉

◇広域ネットワークによる様々な体験

- ・広域ネットワークによる「また旅プロジェクト」（地域：四万十ドラマ）

〈長期滞在〉

◇地域内の多様な環境で過ごす宿舎間のネットワーク

- ・宿泊回数券（飯山市：夢田舎）

四、域内消費の最大活用

商品の製作過程が体験メニューであったり、提供される食事に地場野菜がふんだんに使われていたり、生活用品は地域で購入するなど、地域での様々な消費を地場産品と結びつける工夫や商品化が行われている。

〈短期滞在〉

◇地域の食の提供

- ・オーベルジュのデザイナーと「とん

とんのお店」の料理教室（地域：オーベルジュ土佐山）

〈反復滞在〉

◇地域の食の提供

- ・おかみさんのおもてなしバイキング（地域：道の駅四万十とおわ）

◇地域商品の購入

- ・四賀クラインガルテン規約（地域：四賀クラインガルテン）
- ・販売商品は、すべて地元産というこだわり（地域：道の駅四万十とおわ）
- ・紙バック、マイ箸（地域：四万十ドラマ）

〈長期滞在〉

◇住居の提供

- ・雪国住宅モデルプラン（飯山市）

滞在型ビジネスの創造・継承・発展に向けての提案

I. 東北地域における滞在型ビジネスとは

一、滞在型ビジネスのコンセプト

東北地域における生活のスタイルや知恵を、都市住民と分かち合い、地域のライフスタイルに共感をもつことにより、その結果として、地域への反復的な滞在や移住へと発展し、絆で結ばれた物のやり取りが生じる。この一連の流れを滞在型ビジネスと考える。

二、滞在型ビジネスの目的

滞在型ビジネスは、地域に共感した来訪者を地域の生涯顧客として獲得することにある。

II. 滞在型ビジネスモデルの考え方

ビジネスモデルというのは「誰に（顧客）、何を（商品・サービス）、どのように提供して（提供方法・システム）、利益をあげるかという仕組み（システム）」と定義*できることから、ここでは、それぞれ①顧客、②商品、③提供方法、④利益をあげる仕組みの、各要素ごとに、これまで述べてきた先行事例の、成功の要因と関連づけながら、下記のとおり考えることとした。

*出典：長岡大学地域研究センター年報「地域研究」二〇〇七第七号（通巻一七号）「ビジネスモデル戦略と企業競争力の再構築—事業構想の計画化に向けて—」四九頁

一、顧客

まず、誰にということ、顧客についてであるが、次のように捉えた。すなわち、首都圏在住で二地域居住への関心が高く、都市でのライフスタイルに変革を求めるゆとりある層をメインターゲットとして考えた。その背景には、ツェルマットのシャワー効果への期待が挙げられる。

二、商品

商品については、地域資源をどのよ

うに活かして商品化するか、その道しるべとなるコンセプトをしっかりと確立することが滞在型の商品を開発していく上で、重要であることに留意する。

まず、第一に、商品の核はライフスタイルであるという点。次に、コンセプトを伝える媒体としての地域資源を発掘することが大事であると考える。この「地域資源」という宝は、あくまでも媒体であり、肝心なのは、ライフスタイルに共感してもらおうことだということ、強く認識しておく必要がある。

三. 商品・サービスの提供方法

商品・サービスの提供方法については、下記の点に留意していくことが重要である。

(1) 六次産業化（一次×二次×三次産業）

地域の産業を六次産業化（一次×二次×三次産業）していく場合には、次の点に留意していく。すなわち、地域の自然、独自の歴史・文化といった産品を育む背景とともに、そこで育まれた産品（一次・二次産業）を、その地域の〝おもてなし〟の心・サービスを添えて提供する（三次産業）ということである。

(2) ホスピタリティ

来訪者に対してのおもてなしに際しては、来客であるが将来は隣人になる可能性を秘めていることを念頭に、過剰な接待は避け、遠方から来た友人の

ように歓待していくような態度が望ましい。

(3) ネットワーク

〝個（個店や一地域）が、自らの経営資源や地域資源に磨きをかけていくことと同時に、同じコンセプトの個店や地域との連携、周辺地域との連携を図ることにより、さらにコンセプトの明確化を図ったり、より広域の（上位の）コンセプトへの統合、コンセプトに基づいた提供商品の多様化や広がりを用意的に作り出していく。

(4) オンデマンドとメニュー

地域での生活や農林業体験をメニューとして商品化することも重要であるが、商品メニュー以外にも、顧客のニーズにあった地域での〝ちょっとした体験〟を、宿泊施設や飲食店が紹介や提供できるように〝なしくみ〟があること、地域と来訪者との縁結びの機会がさらに多くなる。

四. 利益をあげる仕組み

観光における収益性を考えた場合、体験事業で十分な収益をあげていくことは難しく、収益の主体はやはり「宿泊」・「飲食」・「物販」であるといえる。体験などの時間消費の中で、いかに「宿泊」・「飲食」・「物販」を組み込み、六次産業全体としていかに収益をあげていくかが重要な課題となる。

また、地域への共感により持続的な

つながりができ、人が動き（交流）・留まる（滞在）・ものが流れる（売買）ことで、初めて経済効果が期待できる。そしてこの経済効果は、ものの価値を高い安いといった経済的判断だけではなく、ものを育んだ生産者や地域を支えるための行為がもたらす経済効果であるため、その産品は地場である必要があるという点が重要である。

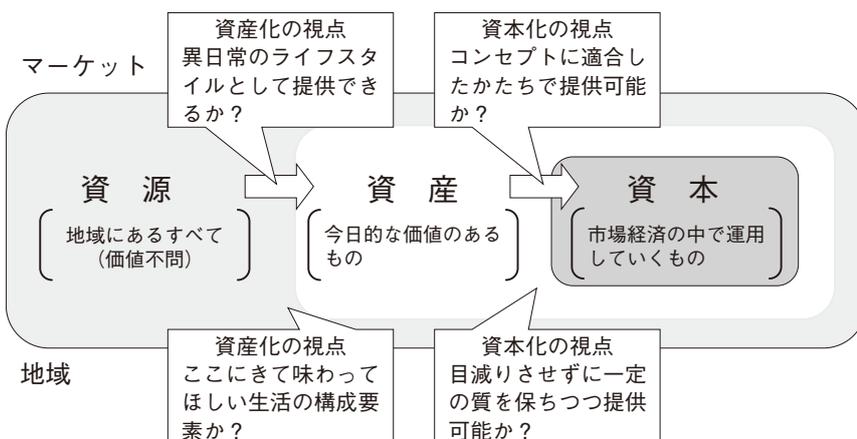
Ⅲ. 滞在型ビジネスの商品・サービス・販売について

一. 地域資源の資産化・資本化による管理・運用

地域で展開する滞在型ビジネスが魅力的であるためには、地域資源という原石を活かして、商品やサービスといった宝石にまで高めていくことが重要となる。

地域には様々な資源（ひと・もの・こと）があるが、その資源の中から、今

図1



日的な価値のあるもの（ニーズのあるもの）を抽出し、資産として位置づけしていくことがまず必要である。そして、これらの資産のうち、商品化しても資源の価値や量が目減りせず、一定の質を保ちながら活用していくことができ、資産を地域の資本として位置づけ、市場のなかで運用していくのである（図1参照）。また、地域の資源の資産化として資本化には、地域全体を俯瞰し、資本を戦略的に活用していく視点が重要であり、地域として残すべき資源と資本化してもよい資源の見極めが重要となる。

二．魅了する商品の開発

地場産品を中心に、多くの観光客が購入や体験しやすいような、売れ筋商品を開発・販売していくことも大事だが、こだわりをもった消費者やリタイヤしたゆとりある世代を取り込んでいくためには、地域文化の粋を極めた「魅せ筋」商品の開発にも重点を置き、地域のライフスタイルやこだわりを、丁寧に発信していくことが重要となる。

三．長期滞在・定住時の商品

都市住民が短期滞在中から反復滞在、長期滞在へと進むにつれて、居住支援、不動産取得支援、地域での職の確保などの、新たな支援事業の需要が高まっ

ていくことが想定される。これらのサービスは、都市住民を、地域の新民として迎え入れ、まちづくりを推進していく産業であることから、「まちづくり産業」という名称で表現した。

IV．滞在型ビジネスを支える人・組織について

滞在型ビジネスを立ち上げ、持続的に事業を進めていくためには、リーダーの存在やそれを支える組織、運営体制が必要になってくる。それには、ソムリエ、マネジャー、コンシェルジュといった各プレーヤーの存在が重要となる。このソムリエ、マネジャー、コンシェルジュの三つの人材の役割をまとめると下記のとおりとなる（表2参照）。そしてこれらの資質をもった人

表2

人材(資質)	役割
ソムリエ	・ 個別商品の造成、品質管理 ・ スタッフやインストラクターの育成、管理
マネジャー	・ 全体のコーディネート ・ 観光ストーリーづくり
コンシェルジュ	・ 顧客との折衝(個別プランニング) ・ 情報提供

物の発掘・育成が必要になってくる。

上記のような優れた人材が、地域に必ずしもいるとは限らない。上記の人材を「個人」としてみることもできるが、各人がもつ「資質」として考えることもできる。このように考えれば、たとえ地域に特出した個人がいなくとも、人々が寄り合い、それぞれの資質を確かめ合い、その能力を組み合わせ、作業を分担していくことにより、上記の役割をカバーしていくことが可能である。

V．滞在フェイズ別の留意点

最後に滞在型ビジネスの三つのフェイズごとに、特に留意する取組みについて、整理する。この場合、長期的な戦略のもとで、短期滞在の仕組みを位置づけ、展開していくことが重要である。

一．短期滞在の戦略

短期滞在中の場合には、地域への誘引や、地域を、たまたま、訪れた来訪者に、地域に興味を持ってもらうよう、重点的に進めていく。また、来訪者の散策範囲も比較的宿泊施設近辺などに限られるため、重点的に空間を清掃するなど磨き上げを行う。

二．反復滞在の戦略

反復滞在中では、滞在期間の増加に伴う、滞在費用軽減の仕組み、地域住民

とのつながりを、より深めるような仕組みを、整備していく。滞在者の行動範囲の広がりに対応できるように、町全体で来訪者を歓迎するような気運づくりを進める。

三．長期滞在・定住の戦略

長期滞在・定住者への生活支援として、地域での安定した生活基盤の確保、地域産業への参加などにより、共に地域をつくる住民として地域に溶け込むことができるような仕組みを整備していく。そして、これまでのフェイズでの取組みを総括し、来訪者を地域の生涯顧客として囲い込む手法（反響を吸い上げる仕組み・リピーター化を促す仕組み・生活支援など）をビジネスモデルとして確立していく。

四．観光から定住までのスムーズな移行

滞在者が、観光から短期滞在、反復滞在中を経て定住していくまでの三つのフェイズ間の移行をスムーズに行えるように、支援するサービスやサービス提供体制を整備する。

産業技術振興講演会

グローバル経済下の地域活性化
学融合と社会システムのイノベーションをもとめ

東北公益文科大学長 黒田 昌裕氏



産業技術振興講演会

産業技術の振興を通して、東北地域の産業活性化と会員企業のビジネスチャンスの創出を図る観点から、先見性、あるいは時宜にかなったテーマ・講師の選定を行い、講演会を開催しております。

今号では去る七月二十九日に仙台市で開催した「産業技術振興講演会」における講演の要旨をご紹介します。

はじめに

酒田の大学に赴任いたしましたして一年二カ月が過ぎましたが、その前の三年間は内閣府にいました。ところで皆さん、内閣府の《経済社会総合研究所》というところでGDP統計をつくっているのですが、昨年の日本の経済成長率は年率でマイナス十五・三%でした。明治三〇年ぐらいからGDP統計が少

しずつそろってくるのですが、以来約一〇〇年、日本の経済は実質的に平均何%ぐらい成長しているとお思いませんか？ 答えは二・八%です。

一九七一年にノーベル経済学賞を受賞したアメリカのサイモン・クズネツツという学者が、近代成長期に入った各国の経済成長率を計算しましたが約三%だそうです。日本はかなり大きな成長をしてきたことになりました。

いまグローバル経済下で世界や日本の経済にどういふ変化が起きているか。サブプライム・ローン問題が起きている、「二〇〇年に一度の大不況」といわれております。

グローバル社会の中では「情報の同期化」ということが起きました。インターネットによって地球の裏側で起っていることを瞬時に知ることができます。その情報は世界中を駆け巡り

ます。情報の同期化によって世界全体は情報に関しては等質的になる、価値観が等質化するのではないかという思いがありました。が現実が起こったことは逆で、民族がもっている固有の価値観、宗教が違う人たちそれぞれの価値観の差というものが鮮明に出てまいりました。

片方では、世界のどこに立地をすれば低コストの生産要素が得られるか、世界のどこに消費者のニーズがあるかとかいうことまで同期化するわけですから効率の追求という企業間の競争にも拍車がかかるようになりました。

競争の激化については、どこかの国の政策がもたらしたものでなく、私は技術そのもの、インフォメーション・テクノロジー、コンピューターがもたらした現代の特徴だろうと思えます。必然的に自由競争が進みました。

資源の最適・効率的な利用ということでは役割を果たしたとは思いますが、結果的にはいろんな陥(落)とし穴があった。所得の分配についていえば地域や国の格差によって所得の格差はますます大きくなっている、あるいは各地で抗争をもたらす時代になっていることもグローバル社会の特徴だろうと思います。

将来どんな世界を求めめるのか、日本がどんな世界を求めれば世界に貢献できるのかというビジョンづくりが非常に大切だと思います。ビジョンづくりのなかで安心して住める国・安全な国を求めたいと思っている人はたくさんいるだろうと思います。それはITという技術革命が起こったことよって効率化を追求する勢いが加速してしまつた結果(裏返し)の欲求)かもしれない。それに対してどう対処するかというのはグローバルゼーションのなかで非常に大きな課題だと思います。日本は戦後、世界的にみてもかなりの成功事例といつてもいいぐらい持続的な発展をしてきました。地方分権/地方の自立ということが特に最近言われています。しかし地方がどういう形の自立を求めているかということについては残念ながらしっかりと議論はなされていません。道州制への移行も近い将来現実になってくるかもしれま

せん。仙台は東北全体の中心地ですが、どのように東北全体のリーダーシップをとるのかまで考えないと、東北の自立は難しいのではないかと思います。戦後六〇数年の間につくってきた日本の体制や固定化した制度をどうやって新しいグローバルな世界に対応するようへ改革していくか。地域経済の自立へ向けて大きな課題だろうと思います。

New Economyの特性

経済産業省の産業構造審議会の基本問題小委員会では新しい経済の特徴を三つの言葉で表しました。(グローバル化)・(オープン化)・(知識の経済化)です。

経済がグローバル化したことよってBRICsといわれている国が急速に経済成長を遂げました。BRICsを中心とした経済を考えますと、おそらく世界全体の人口規模は二〇五〇年には九〇億人を超えるだろうといわれています。人口爆発に伴ってエネルギーや食糧の消費量は増えるでしょうし、環境問題も資源制約がもつときつくなるかもしれません。

消費市場のグローバル化と同時に労働市場についてもグローバル化が起きました。安い労働力をたやすく手に入

れることができます。世界の企業はどこにでも立地をすることができますが、このことは労働市場にとっては非常に大きな問題なんです。効率的に立地できるわけですから労働力も効率的に使うことができます。しかし労働のセイフティネットや労働法をどういうふうにつくるかは各国によって違いますから、製品の国際競争力を考えるときには、そのことまで含めて競争の足かせになる時代になりました。

二つ目の特徴は(オープン化)です。(企業間関係のオープン化/イノベーションのオープン化/消費パターンのオープン化/地域のオープン化)がありますが、企業間関係のオープン化とイノベーションのオープン化についてお話しします。

日本の企業は大企業を頂点として中堅—小企業—下請け、そしてサブ・コントラクトがピラミッド型の構造をとってきたわけですが、現在の企業間はどうなっているのでしょうか。

大企業のもつ価格支配力は昔に比べると格段に小さくなっています。大手のメーカーに部品を供給していた中小企業でも高品質で安価な製品をつくれば系列を超えて世界中のメーカーと取引をすることができます。インフォメーション・テクノロジーをうまく活用することによってマーケットを活性

化させることができます。まさにネットワーク（オープン）型になっていきます。

金融サービスもそうです。アメリカでつくったサブプライム・ローンという低所得者層向けローンから、それをベースにした新しい金融商品ができ、その金融商品をこれまでのように日米やヨーロッパなどいくつかの先進諸国の機関投資家や大企業が安定的に買うだけではなく、世界の一般の投資家が購入するようになりました。彼らはアグレッシブにそういう金融商品にアクセスしてキャピタルゲインを狙います。取引のオープン化を加速しました。

イノベーションに対するオープン化ですが、いままでは大企業を中心とした企業連合全体が一貫したある一つの商品についての技術革新をもち、そのことで他の技術連合と勝負をするという時代だったと思います。最近では各々の企業が最も特徴のあるユニークな技術を磨き上げて、その磨き上げた技術によって異業種の企業と連携を組むとか、ほかの大企業と技術連携を組むというふうにごんごん変わってきました。そのことによって一つの商品について原料からプロダクトまでの一貫した技術ではなくて、プロセスごとに特徴のある技術をユニークにもってれば、それ自体で競争ができるし、自分

がもっていない技術を補充して異業種と連携することによってよりいい製品をつくるというオープン化が進んできました。

三つ目の（知識の経済化）ですが、いままでは技術革新によって大きな機械やプラントをつくり生産性を上げるというのが一つのルールでした。最近の技術革新は有形固定資産としての設備投資をするだけではなく、ビジネスモデル／トレンド／ソフトウェア等々の開発という無形固定資産そのものの価値がビジネスをリードする時代になっています。世界を相手に大きなビジネスが成功するような時代になってきています。

したがって知識そのものの経済化ということが起こってきます。技術革新の一つのかたちとして私どもはこの報告書の題名を『知識組み替え型イノベーション』世界構造・産業構造』としました。知識組み替え型というのは、遺伝子組み替えから名前をとりました。既に農産物等で遺伝子組み換えが行われていて新しい商品がつくられています。

知識と知識が融合することによって新しい知識を生み出す。そのかたちがまさにビジネスモデルとして提案されるような時代になってきています。

グローバル経済の陥とし穴

（グローバル化）（オープン化）（知識経済化）ということ、いつとき世界の経済は非常にうまくいきました。一九八〇年代の前半、日本は非常に景気がいい時代がありました。二十一世紀は日本の世界だ、という言葉方をして、日本の将来は約束されているかのように日本人は一時思っていました。

それが一九八五年の「プラザ合意」という大きなショックによって、いきなり円高基調になり、日本は輸出中心ではなくて内需拡大をしなければいけないという、ある意味で世界からの圧力がかり、その結果マネーサプライを増やして金利を安くしました。これが九〇年代最初バブルがはじけるときまで続きました。その結果、失われた一〇年、実質的には失われた十五年、と思えますが、日本経済は沈滞したまま進んできたわけです。その間欧米を中心にした諸外国が最大に享受したのはITの利益だったと思います。インフォメーション・テクノロジーを駆使することによって世界の資源を最も有効かつ効率的に使い、経済をオープン化していくことによって経済成長が行われた。それが九〇年代から二〇〇〇年の初めぐらいまでの欧米の

経済でした。

インフォメーション・テクノロジーによって企業／消費者／労働力が動くという世界の中では、国境を超えた物流・人流がどんどん進んでいます。したがって各国の経済政策等の制度設計だけではうまく処理できない部分が多くなってきました。それがサブプライム・ローンの結果としていまのような状態になった最大の原因だろうと思います。

そういう意味ではグローバル化の落とし穴としては情報の同期化と市場のオープン化がもたらした危険性というのがあると思います。

アメリカはオバマ大統領になったことによって大きな政策転換をしました。「グリーン・ニューディール」といわれています。ニューディールというのは一〇〇年に一度の大恐慌に対応するための政策だというわけですけれども、それ以上に「グリーン」というところに注目して新エネルギーや省エネなどのように開発するかが大きな課題になっています。

これは日本の政策の中ではおそらく一〇年ぐらい前までは……、省エネとか新エネルギーの技術とかは、日本はまさに当時トップランナーでした。家電の省エネ、住宅の省エネ、製造業における鉄鋼業の省エネ等々、おそらく今も日本が世界的にはエネルギー効率

のいい技術をもっていると思います。しかし残念ながら、日本は当時それを武器にして世界に向けて環境ビジネス／エネルギービジネス／省エネビジネスをやっているという機運がありませんでした。

いまアメリカは一気に方向転換しました。環境資源の保全ということからいうとアメリカがそれに乗り込んでくれたのは非常にいいことです。ビジネスとしてはやはり選択と集中がものすごくゆき届いています。ここ数年でアメリカのグリーンビジネスは一気に変わっていくと思います。

日本は、ある意味ではまんべんなくいろんなことをやっています。太陽光パネルの発電についてはドイツに完全に抜かれてしまいました。さらに後れをとるのではないか。日本が環境ビジネスをどうするか、喫緊の非常に重要な課題だろうと思います。

日本は少子高齢化社会に入っていますが、世界全体としてはむしろ人口爆発が問題です。日本が世界のなかでもひと足早く少子化高齢化時代を迎えていますから、ひよっとしたら少子高齢化というのがビジネスになる可能性は十分にあるわけですね。環境ビジネスでは後れをとったわけですが、少子高齢化の日本の経験をビジネスに転換できれば次の世界モデルを発信する

ことができるのではないのでしょうか。グローバル社会の課題を解決するにはITを最大に利用すること、そして最終的にはさらなるイノベーションによって生産性を上げていく。それ以外に経済発展の維持と環境資源の制約の両方を解決する道は恐らくないはずで

す。これからの技術革新というのは、ある一つの技術が単線的に伸びるだけではなくて、例えばバイオの技術がナノテクと結び付くとか、ナノテクとバイオの技術がさらに別の技術と結び付くようなかたちの学融合が非常に重要になってきています。

私は一週間に一度、科学技術振興機構(JST)というところに行っています。そこでいろんな自然科学の技術者と話をします。これからの技術はリアモデルではなく、いろんな技術の融合です。企業や研究所がもっている技術を秘匿するのではなくてオープン化して、より優位な技術をもった技術者と補完し合う。そのことによって新しいものをつくっていくような融合の技術、学的には学融合のイノベーションが非常に重要になってくるといわれています。

技術革新というのは、いろんな科学の技術が発展するだけではなくて、そこで生み出された技術が社会的にある価値を生むようなかたちで社会に導入

されなくてはいけない。それが本来の意味でのイノベーションなのです。しかしそのイノベーションを進化させる部分について、日本は欧米に比べると恐らく一番後れをとるのではないかと。これがいま一番心配されていることです。

日本はインフォメーション・テクノロジーという意味では半導体等々、ものをつくることについては世界に冠たる技術をもっています。しかし日本の社会でインフォメーション・テクノロジーを本当に有効に使っているのでしょうか。どうお思いになりますか？例えば社会保険庁の年金の問題。お医者さんのレセプトの電子化についてもそうです。

そういうことを考えると日本にとって一番必要なのは、科学技術／基礎研究の技術革新と同時に、社会システムそのものをどうやってイノベートしていくかという、社会システムを変えるイノベーションが最も重要だという気がしています。

私は庄内酒田にいます。肥沃な土地があつてすばらしい米作地帯です。ですが米作の生産性はそれほど高くはないように思います。生産性が低いから所得保障する。減反政策をやつて需給バランスをとり、その結果所得保障する。兼業農家で片手間にやり、生産性がそ

れほど高くないのにそこそこ営んでいける。

今年やつと農地法の改正が少しできました。農地であっても転売できるし、農業を営む株式会社に転売できるかたちにはなりました。日本の農業政策は戦後は食糧を確保するための有効な政策だったし、もちろん農地改革そのものは小作人にも農地を配分するということでは画期的な改革だったわけですが、それが七〇年たつてみるといまの農業の生産性がそれほど上がらない足かせになってしまいました。

制度を変えないと農業におけるイノベーションは進まないと思います。さきほど製造業はどこに行つても立地ができる、安い労働力があるところに工場を立地をすればそこで製造ができると言いましたが、農業はそこに土地があるから成立できるわけです。

東北全体でいえば森林も豊かです。バイオエナジーの使い方、農業の土地の使い方……、これについてはイノベティブな社会システムをつくることによって、もっと有効に資源を使うことができるだろうと思います。

東北自身にとって農業はかなり大きなウェイトです。それをどうやって使っていくかというのは大きな政策の話になっていくのだらうと思います。そういう意味ではこれから社会システムそのもののイノベーションというの

は重要になってきます。

地域の経済活性化への システム改革

地域を活性化するためには地方分権は絶対に必要です。時代がさかのぼりますが、江戸時代はある意味では幕藩体制の中で地方分権の社会だったと思います。各地方が産業をもっていました。江戸幕府はその地方が上がっている産業の利益をどう収奪していくかという構造を幕藩体制のなかでどんどんつくりました。

それが明治時代にさらに強力に中央集権になりました。富国強兵という一國全体のターゲットを実現するためにどうやって資源を集約するか、選択と集中をやるか、それを明治政府以来日本はみごとにやってきた。その結果が発展だったと思います。

グローバルに経済が動いていることを前提にして、地方をどうやって活性化させるかというのが大きな課題だろうと思います。そのとき一番考えるべきは、〈道州制〉の議論がおきるなかで、各地方では何が特徴なのかをはっきりさせることではないでしょうか。

地方分権に絶対に必要なのはビジョンです。市民が考えなくてははいけません。東北であれば農業／林業という

リソースがある。これはかなり大きなアドバンテージをもっているわけですから、そこで農工がどのように連携をするかという展望をもつことができます。場合によっては米作りを輸出産業にする、そういうことも十分にありうるわけです。それをどうやって実現していくか、考える必要があります。

医工連携という可能性もあります。現在の社会保障制度、医療保険の制度、お医者さんの連携、ネットワークの制度、そういったものをどのように構築するか。リソースを最大限発揮できるようにすればいいかということも考えることが必要です。

鶴岡に生命先端科学研究所というのがあります。ここはメタボローム（代謝物質）の解析では世界的に名を馳せています。企業の集積が起きていると思います。シンガポールは大きな先進医療の拠点をつくっています。世界各地から研究者や患者さんが集まります。酒田にいていつも思うのですが、酒田は環境がよくて、水がよくて、安心・安全な食材があります。この地に高齢者が安心して住めるような医療制度やさまざまなケアが整った保障制度があればいいかでしょう。高齢化社会をうまく使って地域ビジネスを起こすことで新たな産業の集積に結び付き、若者の雇用が生まれるかもしれませ

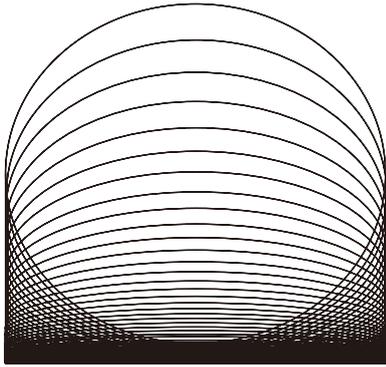
ん。少子高齢化をポジティブに生かしていけばビジネスモデルができるという発想で地域を活性化させていくこともひとつの手だろうと思います。可能性は十分あるように思います。

工工連携、もちろん製造業間の連携は必要です。宮城県を中心に起こっている東北の経済があるとしたら、それを近隣の各県とどう結び付けるか。どのように東北全体の経済活性化をやっていくかというビジョンづくりが絶対に必要だろうと思います。

産業構造のビジョンが構築できれば、そのビジョンを実現するための効率的な物流も視野に入ってきます。産業政策とを併せて考えることがたぶん物流を活性化させることになるのだろうと思います。

地域クラスターについては申すまでもありませんが、大学／ベンチャー／地域企業がどういうシーズとニーズをもっているか。そういうことをきちっと踏まえた上での連携が当然必要です。これも産業構造を考える一つの手立てだと思っています。

農業と同時に東北地域がもっている最大の資源は観光資源だろうと思います。ツアー旅行のようにお客様を呼んで、一過性で観光地を見せて帰してしまおうという観光資源の使い方はリピーターは増えないでしょう。



旅行者が求めるものは何か。例えば仙台に来た人が仙台のいいところを見て、そこでものがたりを描き、そのつながりで隣の山形や岩手に行く……。観光客はストーリー性を期待しているのではないだろうか。東北の各地の点が線になって結び付くような観光を考えることが重要になってくるだろうと思います。

大学の役割を考えると、地域における大学はどうあるべきか、地域に貢献できる人材をどのように育成するかを考えています。

文部省行政を含めて日本は、小学校から大学まで日本全体を画的に、どこを切っても金太郎飴のような同じ教育をやってきました。地方分権時代の大学は、地方の特性を生かした教育、どういう人材をつくるかをきちつと見据えた教育が求められます。ユニークな大学づくりは、大学の存続をかけた生命線になります。

アメリカという広大な国、各地方にはそれぞれ非常にユニークな大学があります。いまだにある州のカレッジではラテン語を徹底的に教えるということをしています。地域の行政／地域の公益を実現するための教育をおこなう大学もあります。

地域ごとに特徴ある教育をすることからユニークな発想が生まれます。そ

うでないと科学技術のイノベーションはなかなか生まれてこないと思います。

グローバルな世界での競争が起きてきます。日本人がそういうことに早く気が付いて世界の中で競争できるような若者をつくっていくことが教育の一番大きな課題だろうと思います。

結びにかえて

文系と理系が融合した市場論理のイノベーションを考えるヒントです。産業革命のときアダム・スミス（一七二三―一七九〇）という経済学者が市場メカニズムというものを発見しました。アダム・スミスはグラスゴー大学にいましたが、そのとき偶然だったかもしれません。同じ大学にジェームス・ワット（一七三六―一八一九）という蒸気機関車、内燃機関を発明した科学者がいました。ジェームス・ワットの発見した内燃機関というのは熱エネルギーを力学エネルギーに変換するという変換装置です。アダム・スミスが発明したのは個人の私利追求のエネルギーをマーケット全体での競争を通じてマーケットの資源の最適配分というエネルギーに変換しようという変換装置でした。文理融合のある種の融合科学が産業革命をリードしたわけ

です。

IT技術を使って新しい時代の社会構造をどのようにつくっていくか、このイノベティブな理論は我々も含めて社会科学者も考えていかなければいけない大きな課題だろうと思っております。

戦後長い間続いた日本の制度のいい面をもう一度見直して新しいものに変えていくこと。社会システムのイノベーションを考える時期にきているのだろうと思います。

ご清聴、ありがとうございました。

本稿は、平成二十一年七月二十九日に仙台市において当センターが開催した「産業技術振興講演会」における講演の要旨です。

文責 事務局

糸魚川商工会議所 拡大水曜会

「農商工連携ビジネス」

財団法人東北産業活性化センター
企画部 長 小杉 雅之

はじめに

皆さま、こんにちは、財団法人東北産業活性化センター小杉です。糸魚川商工会議所のみなさま、講演の機会をいただきまして、非常に感謝しております。

私も財団法人東北産業活性化センターは、新潟県を含む東北七県を管轄させていただいております。地域の振興、産業の活性化に少しでもお役に立てればと思って活動をいたしております。

ご紹介いただきましたように、私は新潟県糸魚川市・旧能生町出身です。今日は特急でまいりましたが、糸魚川駅の手前で電気がふっと暗くなりました。帰ってきたなと思います。

今日のタイトルは『農商工連携ビジネス』です。話す内容は三つです。一つ目は農商工連携ビジネスについての我々の定義を簡単にお話しします。

二つ目は、国内外を問わず多くピアリングをしてみましたので、何件かの事例をご紹介します。そして最後に、簡単にまとめさせていただきます。

農商工連携ビジネスとは

「農商工連携ビジネス」については、簡単な定義をしています。農家のかたがたは日々畑を耕したり、米をつくったりするなど、非常に技術があります。「百姓」といわれるように、百の手段を使えるぐらいの器用な技術力がございます。その技術力をお金に換えましようというシンプルな定義です。

最初、先進地に学びましようということでお話をさせていただきました。

都道府県別の食料自給率の表を見て下さい。新潟県みたいに、百分に近いところは数えるぐらいしかありません。

日本の食料自給率は四〇%です。で、反対に食料の六〇%を海外から買っています。これを国内でつくれば、JAさんとか農家さんとバッテリーせずに商売ができます。スムーズに入ができます。

要は、海外で日本を相手に儲けている国が結構あります。どこの国が日本から搾取しているか？代表的なところはフランスとイタリアです。ワインやチーズ、そういうものを日本は非常にありがたがって買っています。食料品とブランドを買っています。それを代替したほうがいいでしょうというご紹介です。

実は、既に日本でもやっている地域があります。北海道です。北海道は農水産品の輸出を最近、非常に進めております。二〇〇〇年ごろ七十三億円ぐらいしか輸出していなかったのですが、二〇〇六年まででみても三百六十二億円と、伸ばしてきています。新潟県は、北海道、さらにはフラ



ンスやイタリアを目指しましょうというのが大きな目標です。

海外・国内事例紹介

次に、実際各地で何をやっているかというお話です。

まず売れるものをつくりましょうということ、商品開発の例をいくつかご紹介します。その次に、どうやって売るかという「販路開発」、そして、売るためには「地域の支援」が必要だ、という話です。また、お金がない場合、どうやって「資金調達」するか、各々他地域はどのようなことをやっているかお話しします。

最後に、この四つを通してこれからどうすればいいかのヒントをご紹介します。と思います。

一．商品開発

(パプリカ・わさび・せんべい)

最近スーパーでパプリカをよくみかけるようになりました。十年以上前はほとんど売っていませんでした。なぜいまたくさん売られているのでしょうか。

パプリカは隣の韓国が、日本に売れるものをつくりましょうということ、一〇年かけて商品として育ててきたのです。それでスーパーに並ぶよう

になりました、イオンとかヨロカ堂でいま売っています。

それに目をつけた「豊田通商」さんが、韓国に任せないで自分たちでつくったほうがいいということ、最近手がけ始めました。いまだパプリカは九〇%以上が輸入品でした。ですからその市場に向けてつくれば売れるということ、増産に入っております。

仙台ではワサビをつくりはじめています。今年、新潟はデステイネーション・キャンペーン(DC)をやります。仙台は去年やりました。DCにあわせて何か特産品をつくらうということ、いろいろ特産品やお土産をつくりました。むすび丸などのゆるキャラもつくりました。その中で農産品は何をつくるかというときに「奥田建設」さんはワサビをつくりました。

ゼネコン業界は公共工事がガタンと落ちて非常にきびしい状況です。奥田建設の瀬尾部長がワサビをつくり始めました。DCでも売りました、仙台の百貨店でも売っています。同時に宮城県は水がきれいだというイメージアツプにもなっています。

次に、ご当地・新潟県の事例をご紹介します。せんべいです。皆さんも好きなメーカーがあると思いますが、ヒアリングは「栗山米菓」にいつてまいました。

新潟市に「せんべい王国」という小

さなテーマパークをつくっています。行かれたかたはおられますか？ 売り方がうまくて、手焼きせんべいを、自分で焼くことができます。子どもに非常に喜ばれています。また、同社製品以外にも、新潟の米・酒も置いてあります。平成十九年度には、三十二万人も来ています。

ここでご紹介したいのは、商品を開発するにあたり、消費者がどういうものを食べたいかのリサーチをかなり丁寧にしていくことです。ホームページを使ってお客様の声をかなり拾いまして。「ばかうけ稲荷」という稲荷をつくりそこに願いごとを書いてもらっているのですが、去年だけで五千通もの応募がありました。これに併せて「こういうものが食べたい」という声をひろい、実際に、「ばかうけ男のカレー味」、「日本酒ばかうけ」をつくり、かなりの売れ行きになっています。消費者の声を聞いた、商品開発を行っています。

二．販路開発

(農家民泊・海外輸出)

遠野市の例を紹介します。

全国のローソンにいくと、合宿自動車教習所のパンフが置いてあります。遠野で免許をとると馬に乗れます。馬に乗るコースでも料金は一緒です。農家に泊まって農家民泊しても料金は一緒ですという売り方をしています。

自動車教習所と農家民泊をコラボレーションしています。そして、ジンギスカンを食べるといった、遠野の文化を売っています。

農家民泊ですので、農業体験をして泊まります。自分の植えた米が食べたという人が続出します。ここは馬とのかかわりの深いところでもあり、その米の名前を「馬の米」と書いて「うまい」とか、ネーミングは安直なのですが、予約販売でほとんど売れてしまふ。

その上、一度来た人がまた来ますとか、来年も買いますというふう、リピーターになつてもらえますので、宣伝広告費があまりかからない。かつ、遠野みたいに使ってしまふとNHKなどのマスコミが取材にきます。去年はJRの車内誌にカップパ沼が紹介されました。JRにもアピールしてもらえるとということです。

反面、積極的に、農家民泊をやりたい人ばかりではありません。そういう人も一緒に、百軒とか二百軒単位でネットワークをつくっています。やりたいときに手を挙げてください。手を挙げた人が一〇%あれば一〇軒、二〇軒になりますので、その人たちに割り振りながらやっています。

次は、青森県「片山りんご」さんを紹介いたします。去年は豊作でりんごを捨てる事件が続出する深刻な状況でした。片山りんごさんはそのなかで頑張っ

ていました。大きいりんごはどこに売るか、小さいりんごはどこに売るか、いろいろと考えて、売り方を変えました。ヨーロッパのりんごは小玉です。ヨーロッパでは大きいりんごは嫌がられますので、小さなりんごを売ります。手頃な中ぐらいのりんごは国内で売ります。大きいりんごは中国に売ります。リーマンショック前には、中国で、ひとつ二〜三千円で売れたそうです。

三、地域の支援

(ドイツ・宮城県・北海道)

ドイツは、観光農園、クラインガルテンの先進地です。今回は、観光農園をご紹介します。

今回紹介するケプラーさんご一家は、観光農園運営と宿泊施設経営で暮らしています。畑は単に見世物です。来た人が畑を荒らしても怒りません。何をしても自由です。部屋だけ貸して、料理は出しません。来たかたには地域で食べてほしいので料理はつくりません。隣にパン屋さんがありますのでパンはそこで買ってくださいます。地域効果はかなりあります。

地域の支援として、緑地補助金、エコボイラー設置補助金等を利用して、なるべくお金をかけずに、建物を建てています。そして、私のような呑気な日本人が来て、お金を落とすしてくれ

次は、宮城県の事例です。

食品の安心・安全には力を入れています。出荷の際、農薬チェックなど、検体の数はものすごく多いです。

宮城県には、ブランド本部とJAが組まして、そのブランド本部とJAが組んで「宮城県の良いもの」を売っています。出荷の際に、安全・安心なものを定時・定量で出せます。天気が悪かったから量が少ないということはありませんが売っています。しかも、安心と安全にこだわっていますし、農薬の検査もきちんとやっています。食品加工センターと検査センター、地域の支援があつて、初めて知事は広告等として頑張っています。

北海道についても一つご紹介し

ます。新潟県と北海道は米の産地ナンバーワンを競っていますが、北海道は小麦もつくっています。イチ押しは小麦は江別市「ハルユタカ」です。

春に蒔いて豊かに育つようにということにつけられたネーミングです。優秀な小麦だったので、なかなか流通しないし、作付けも増えなかつたところに、地域の支援がありました。小さな量の製粉を製粉屋さんは嫌がるのですが、少しのロットでも製粉しましょうという製粉屋さんがでてきました。製麺も、菊水さんという会社があり、小さい量でも麺をつくりましょ

う。方には、市も地域の産物を経済的に支援しよう、ということでもネットワークができました。

それが、積み重なりまして十九年度には小麦めん二百六十一万食まで増えました。小麦だけではなく、小麦めんもつくることで経済効果が四〇倍くらいになっています。現在、四〇億円の経済効果と言われています。

四、資金調達(ファンド)

「ミュージックセキュリティーズ株式会社」のご紹介です。ここはファンドです。単純にいえば何か事業をやりたいというときに、お金を融資してくれる人を探して、橋渡しをするのがファンドです。

こちらのファンドは何をするかというと、インターネットで純米酒が好きな人を募ります。純米酒をつくるには寝かす時間がかかります。蔵によって違うので、二年とか三年とか寝かします。その間つくっているほうはお金に困ります。そのお金を集めてもらえればおいしい純米酒が飲めますというふう

にアピールしています。実際に埼玉県の新亀酒造さんという酒蔵さんがご協力しまして、お金もしくはお酒でバックをしますという約束でお金を集めています。

お酒呑みにお金を払ってもらい、二年間の仕込みの時間を過ごして、売れ

たらお金を返しますが、売れなかつたらお酒を返します。通常の金利に乗せで返します。通常金利はフィナンシャル・リターン、さらにコミユニティ・リターンということでおいしい日本酒が返ってきます。加えてお猪口とかをつけます。

これはほかでも通用できます。純米酒以外にも、何かやりたいけれどお金がないというときにこちらの会社にご相談いただければいい。インターネットファンドを使って、お金を集めると

五、事例から見た課題

どこの地域でも、私はおいしい米をつくれますという人は、かなり多くいらっしゃいます。しかし、誰が売るか、誰がお金を集めるのかというそれぞれ自分の役割を、きちっときめて、話しをまとめる人がなかなかいないのです。さきほどの江別市ハルユタカの場合は珍しく地域でまとまっている例です。

全体を見渡して、役割を割り振るのではなくて、それぞれがやりたいことをやって、なおかつそこでマッチングをして、みんなの良さを引き上げていくような人が少ないです。逆に言うところ、そういう人材がいるところは成功しています。

それが遠野市の菊池新一さんであり、各地の観光カリスマです。山形県の村山市の基点温泉、赤字の第三セクター・クアハウスを立て直した工藤順一支配人もそうです。

工藤支配人が汗をかいて、やっていることは単純なことです。クアハウスは赤字の施設でしたから、みんな下を向いて働いています。挨拶をしなさい。名札や名刺に写真を入れて、自分はどういう者です。あなたに良いサービスをしますからまた来てくださいと言おう。そういうことを積み重ねて、赤字の三セクを黒字にしました。

大切なことは、思いついたことを、実際にやれるかどうかなのです。そして、全体を見渡せるリーダーを育成することが、いま求められています。

さらに、情報を共有することも大切です。人材を育成するためにも、みんなが同じ話をしていないとダメなのです。自分は知っているけれど、みんなは知らないというのではダメです。みんなが同じ情報にふれて、同じ話題でディスカッションできる。みんなで議論できる仕組み、情報を共有する仕組み、その機能が大事です。それができないところが多いです。

例えば、糸魚川の域内商品、おいしいものの情報をみんなで共有します。そして、新潟県内や首都圏、国内全体に売ります。さらには海外に展開する

ように進めていくべきだろうと思います。

日本の人口は減少傾向にあるというマイナスの話が多いのですが、世界全体の人口は増加しております。域内消費からマーケットを海外に広げていく。世界に通用する商品をつくっていくという自負をもっていたらればと思います。

マーケットが大きくなればなるほど地域の支援が必要になります。新潟県内であれば糸魚川・上越の連携で十分だと思います。ターゲットを広げるにあわせて、連携のかたちを大きくしていく。糸魚川でまとまり、新潟県でまとまり、日本全体に広げていくという順番で連携の和を広げていかざるを得ないのではないかと思います。

小さなひとつひとつの成功事例を積み重ねていく。大きな工場がくれば地域の産業が良くなる、というようなことを待っているのはダメです。製造業は大事ですが、同時に製造業以外も大事です。大きな企業がきたから大丈夫ということではなくて、小さな農商工連携ビジネスを積み重ねて、地元を活性化していくしか、方法はないのではないのでしょうか。

最後に

最後に簡単にまとめて終わりたいと思います。

地域の活性化で成功しているのは産直と農家レストランといわれています。その他にもメニューは出尽くしています。多くの計画はできております。皆さんもながしかの計画は持っていると思います。いまは、計画づくりの段階ではないと思います。捨てる勇氣もいると思います。何に注力するか。予算も限られています。何をやってどういう地域のカラーを出すかということが非常に求められていると思います。目標に向かってやること、継続こそ地域の成功につながります。

東北地域は、こんなに良くて、住んでみるといいよ、ということを言わないと、観光客は来てくれないです。首都圏で働くのは損だよねと、そこまで言い切りましょう。

良い商品をつくって、売って、購入客に来ていただいて、またここで消費を促すような、交流人口を増加させましょう。最終的にはそういうことまで望んでいきたいと思っています。魅力的な地域に人が集まると思っています。より多くの人に来ていただき、お金を落としていただく。そのお金でこちらが潤ってお互いに幸せになる。そういうイメージです。

そのためには、農商工連携ビジネスの商品はすべて武器になります。ご当地らしいもの、農産品、水産品、その加工品、すべて武器になります。それを食べた来てくれる人が当然います。気に入れば来年も来ますとリピーターになったただけでしよう。そういったかたちでコストをかけずに集客を目指しましょう。

私は、当地の出身ですので、友人・知人に、糸魚川はいいところだから来て、とアピールしています。実際首都圏に住んでいたとき、うちに来れば狭いけど泊めてあげます。そして、農業体験もできることを、アピールしてきました。

さらに、講演などで人に話をする機会があるときには、地元を誇りたいと思っています。そのためには、皆さんには引き続き頑張ってください、というお願いを込めて終わりたいと思います。

ご静聴ありがとうございました。

本稿は、平成二十一年八月五日に糸魚川商工会議所が主催した講演会の要旨です。

文責 事務局

Member's Salon

メンバーズ・サロン

常に世界最高の技術を持って社会に貢献

挑戦、柔軟、誠実

J F E スチール株式会社
東北支社長

古賀慎一郎氏



聞き手 今回は、J F E スチール株式会社東北支社長古賀慎一郎様にお話しを伺います。古賀支社長様には当センターの評議員にご就任いただいております。さて、支社長は仙台に赴任されて一年半ほど経過されたと伺いました。東北の生活にはもうお慣れになりましたでしょうか。何か印象的なことがありましたらお願いします。

古賀支社長 仙台に来ましたのが昨年の四月でした。私は九州生まれの九州育ちで、東北には全くご縁がありませんでした。仕事についてからも西日本勤務が中心で、直前も本社でステンレス製品の営業を担当しており東北地域のことは全く知りませんでした。そうした状況で赴任し、一冬を越えましたが仙台は、意外にも雪が少ないです。とても過ごしやすく快適だと思っています。赴任後すぐに、お客様にご挨拶するため各県に伺いましたが、とても広くてどこに行くにも時間がかかりすべて終えるのに二ヶ月もかかりました。何と広い地域なのだろうというのが第一印象でした。中でも大間原発のある下北半島はすばらしくきれいなどころでしたが東北の広さ、遠さを強く感じました。

そうおっしゃいますね。ところで、御社は二〇〇三年に日本鋼管(株)さんと川崎製鉄(株)さんが合併され、世界に冠たる大高炉メーカーになりました。特に、鋼板、鋼管などでは技術的にも量的にも世界中から高い評価を受けておられます。合併後、このコーナーに出ていただくのは初めてですので今更ながら恐縮ですが、御社の概要、特徴などをお聞かせ下さい。

古賀支社長 お話しのありましたように、弊社は、二〇〇三年(平成十三年)四月、グローバル化等事業環境の大きな変化に対応するべく日本鋼管(株)と川崎製鉄(株)を分割再編し、鉄鋼事業を継承してJ F E スチール株式会社に社名変更して誕生いたしました。以来、「常に世界最高の技術を持って社会に貢献します」を企業理念に掲げ二十一世紀のエクセレントカンパニーを目指して日々事業を行っております。

会社の概要ですが、資本金二、三九六億円、従業員一四、二三二(二〇〇七・三末)、生産量(粗鋼)約三四〇〇万トン、売上高で約三兆円、経常利益約五、〇〇〇億円となっております。弊社の特徴は、東西に臨海型の大型の製鉄所(西日本製鉄所(倉敷市、福山市)、東日本製鉄所(千葉市、西宮市、

川崎市)と、パイプの専門工場である知多製造所(愛知県半田市)を擁し、最先端の技術力による高品質な鉄鋼製品の生産を、効率的に行っているところにあります。

西日本製鉄所は、世界最大の規模と高度な技術により最先端の鉄づくりを行っています。敷地面積は約二、五一〇万㎡、東京ドームの約五五〇倍。製鉄・製鋼・圧延など様々な工程での連続化・同期化を実現させ、顧客のニーズにお応えするため柔軟かつ高効率の生産体制を構築しています。JFEスチールの基幹製鉄所として質・量ともに世界最強の製鉄所をめざしています。また、東日本製鉄所は、わが国最初の民間製鉄所として設立された京浜地区と、戦後初めて銑鋼一貫製鉄所として建設された千葉地区からなる、首都圏に立地した都市型の製鉄所です。高級化・多様化した鉄鋼製品へのニーズに応えるため、敷地の拡大・レイアウトの工夫等のリフレッシュを重ね、最先端の技術と設備を有しています。また、徹底した省資源・省エネルギー化を実現、使用済みプラスチックの高炉原料化をはじめとする環境保全に積極的に取り組み、ステンレスを製造する西宮工場と共に、環境・地域と共生する二十一世紀の都市型製鉄所として、社会に貢献してきていると自負しています。

知多製造所は、あらゆる種類の鋼管製品を製造する鋼管の専門工場です。単一の事業所としては鋼管製品の品揃えが世界一という生産体制を誇っております。

聞き手 巨大な鉄鋼メーカーどうしの合併は当時大きな話題になりました。御社のような大型の合併は何かとご苦労があったと思いますが、結果は、

大きな成功を収めておられます。

古賀支社長 ありがとうございます。一社員としてはあまり苦労というのは感じなかったのですが、当初はお互いに使う言葉さえ違っていました。例えば、販売する鋼材のことを川崎製鉄は「製品」と言い、日本鋼管は「商品」と言っていたというような具合です。しかし融和が重要ですからそういったことを少しずつ解消してきて、今は社内での出身がどちらの会社であったかなどということは話題にすらなりません。もともとお客様にはそれぞれの会社のファンがいらつしゃって、そうした方々からどちらの会社出身ですかと聞かれることはあります(笑)。

聞き手 本当にすばらしいことです。その際東北支社も一緒になったと思いますがどのようなミッションになったのでしょうか。

古賀支社長 両社の東北支社は統合されましたが、ミッションは基本的には変わりません。第一は、東北地域における弊社商品の販売です。東北地域の鋼材需要は土木工用プラスチック建築用が約六〇%で、残りが家電製品用、自動車用、ガスパイプ等です。これを如何に効率的に沢山販売するかということですね。第二に、JFEグループの關係会社が東北に約三〇社ほどありますが、こうした関連会社の持つ情報を共有して、あるいは技術力を結集してJFEグループとしての総合営業力を高めていくということです。そのために、定期的な情報や意見の交換会、交流会などを行っています。

聞き手 最近、景気は底を打ったと政府が発表するなど東北地域の景況も上向ってきているとの声も聞かれます。

古賀支社長 東北地域は残念ながら需要は依然として低迷していると言わざるを得ないのではないのでしょうか。設備投資も東北六県は少ないのです。需要が低迷するあまり鉄骨加工会社さんの中には関東地域で営業活動をしているところもあります。しかしそうした状況も四―六月で底を打ち、最悪期を脱したのではないかとはいっていません。

聞き手 早く回復が実感できるようになればいいですね。さて、ご自身のことを少し伺います。趣味とか没頭していることなどがありましたらお聞かせ下さい。

古賀支社長 ゴルフは仕事柄やる機会も多く好きですね。年間四〇回ぐらいはコースに出ます。たださっぱり上手になりません。うまくならないとは思っていますのでハンディは「成長途上」とでも書いておいてください(笑)。それから私は横丁にあるような居酒屋を巡り歩くのが趣味というか好きで良くやります。生まれが九州なので飲むのは焼酎が多かったのですが、前職で担当していたステンレス製品の営業で新潟の燕三条によく行きました(燕三条地域はステンレス鋼材の需要日本一なのです)。そこで日本酒の味、うまさを覚えてしまったのです(笑)。仙台に来て飲み始めましたら横丁は多いし、なわのれんも多く、もっと良いところだということがわかってすっかりはまってしまいました。酒蔵の数も多いですし個性のあるお酒を造っていて楽しいですね(笑)。

聞き手 特に好きな銘柄というのはありますか。

古賀支社長 個性的なお酒が多くてそれぞれ好きですが、宮城県村田町の「乾坤一」と三本木町の「伯楽星」ですね。どちらも辛口ですが個性的でい

Member's Salon

メンバーズ・サロン

優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献

株式会社 日立製作所
東北支社長

荻山 得哉氏



聞き手 今回は、株式会社日立製作所東北支社長、荻山得哉様にお話しを伺います。荻山支社長様には当センターの評議員にご就任頂いております。

さて、荻山支社長は四月にご就任と伺いましたが、以前はどちらにご勤務だったのですか。

荻山支社長 今年の四月に支社長の辞令を受けたのですが、実は東北支社には一九九四年四月に副支社長として赴任しておりましたので、仙台にはもう二年半住んでいます。

聞き手 それではもう東北は隅から隅までご存じということですね。

荻山支社長 とてもとても。広すぎて全てを回りきれません。東京勤務の時には営業で一日に二、三社を訪問させて頂く機会が多かったのですが、東北のお客様訪問は一日に一社ということもありま

す。ですからそれだけ中身の濃い仕事をしなければと思っています。

聞き手 通常は、この辺で御社のご紹介、PRなどをお話し頂くのですが、日立さんを知らない人はいないと思いますので省略させて頂いて(笑)、御社の企業理念などについてお話し頂けますか。

荻山支社長 ありがとうございます。日立は、二〇一〇年に創業一〇〇年を迎えます。創業者で

ある小平浪平は、急速な近代化をめざし欧米技術の導入が盛んであった時代の中で、これからの日本には「国産技術の振興」が必要との強い思いから日立を創業致しました。創業当時の志を、私どもは「日立創業の精神」と呼びまして、「和」「誠」

「開拓者精神」の三つの言葉をもって、受け継いできています。この日立精神は、今の時代にあっても非常に重要なものであると考えています。私ども日立は、グループ内に多くの事業部門、事業会社

を含み、また多くの技術・製品・ソリューションを有しております。この幅広い事業や技術、ノウハウを「真の総合力」によって組み合わせまして、お客様の多様な課題に対して最適な価値を共に

協創し、コーポレートステートメントである「Inspire the Next」(次の時代に新しい息吹を与え続ける)を実行していきたい

と考えています。世界的に経済環境が激変し、社会の変化に迅速な対応が求められる中で、私どもは今一度原点に立ち返り、「優れた技術・製品の

開発を通じて社会に貢献する」という企業理念を社員一人ひとりが改めて心に刻みながら、更なる成長を遂げていきたいと考えています。

聞き手 東北支社は営業が主たる業務なのです

か。

荻山支社長 はい、東北支社では日立製作所本体の全ての部門の営業活動をやっています。支社の売上げ構成では、現在、重電設備が四〇%、情報システム関係が三〇%、上下水、道路などの電機設備が二〇%、交通・エレベーター関係が一〇%です。また、東北地域にある六〇数社のグループ会社としっかり連携をとることでグループとしてのシナジー効果を発揮し営業力を高めること、東北地域の大学との産学連携共同研究開発を行う場合の窓口となることなど、東北地域における日立の総合窓口としての役割があります。更には、最近ますます重要となっているマーケットインですね。実際にはなかなか難しい面もありますが支社が現場のお客様の声を製品開発や製造にしっかりと伝えていくという役割もあります。

聞き手 特に力を注いでいることは何でしょうか。

荻山支社長 最近、日立も厳しい事業分野があることなどから総合電機メーカーとして総花的に事業をやっていくことから、社会インフラ関連の仕事に重点を置いた事業展開をしようと軌道修正をしています。私どもは、お陰様で電力に関連する重電設備部門や交通インフラ、情報や制御のシステム、金融システムといったところに強みを持っていますので、そうした技術を融合して社会イノベーションを起こす分野に重点を置いていくとしています。その際、地球環境問題は避けて通れない課題ですので、環境に特化した様々な技術を通じてお客様のお役に立つことに力を注いでいます。そのため、東北地域のグループ各社の持ち味を生かしながら環境適合製品の販売やサー

ビスに力を入れていこうと思っています。弊社では、CO₂の排出を二〇二五年には一九九〇年比一億トン減少させる（販売する製品を含めて）という大きな目標を立てていまして、その決意を表すためグループ会社四〇万人の社員全員が環境バッジをつけて頑張っています。

聞き手 原子力プラントの販売、火力発電所の高効率化など全ての製品を含めるのですか。

荻山支社長 そうです。例えば厚さ一インチの薄型テレビを開発すると、トラックの積載重量が減り物流コストが下がります。また、輸送の際のエネルギー、設置の際のエネルギーも減りますのでそうした減少分も含みます。

聞き手 目標達成にはものづくりの省エネ化も重要なですね。それにしても壮大な計画です。ところで、ご自身のことをお伺いします。ご趣味をお聞かせ下さい。

荻山支社長 私はいろんなことが好きなのですが、残念ながら一つのことには熱中できない性分です。長く続いていることを強いて挙げるとすれば歌舞伎、演劇の鑑賞でしょうか。

聞き手 それはすばらしいご趣味です。あまり縁がありませんので歌舞伎のお話しをお聞かせいただけませんか。

荻山支社長 歌舞伎は、妻が好きなので一緒にやっているうちにすっかり好きになったのですが、日常生活から非日常の世界に入り込めるといふところに面白さを感じています。それと、うん（少し間あり）、言葉で表現するのは難しいのですが、とてもいいですよ（笑）。

歌舞伎座は、来年五月で改装になるので、毎月さよなら公演を行っています。この間は八月公演

で「怪談乳房榎（ちぶさのえのき）」というのを観ました。面白かったですね。中村勘三郎が中心でしたが、この演目では一人四役の変わり身をやるのです。四役それぞれのキャラクターが全く違う役をしっかりと演じ分けるのです。特に、絵師の弟子の役と主人の絵師では仕事も態度も話し方もまるで違うので、一人の役者とは思えない表現力でした。本当にたいしたものを感じました。

聞き手 そうでしたか。それと演劇がお好きというのですがご自分でも演じられるのですか。

荻山支社長 いえ私は演じません。友人が劇団昂（すばる）の俳優をやっています。誘われて行くうちに好きになったのです。昂は、シエークスピア演劇を福田恒存のリズムある翻訳でやるのですがこれもいいですね。やっぱり俳優さんの表現力とはすばらしいものがあります。あれを自分でも身につけたいと思いますね。営業をやっていますと、お客様に強く訴えたい、熱い思いをお客様に伝えたいという場面がありますがどう言葉で表したらいののだろうかと思ひます。そうしたときに、俳優のあの表現力があつたらと思ひますし、演劇から学んだことも沢山ありますね。

聞き手 東北ではそういう機会はあまりないですね。

荻山支社長 そうですね。残念ながら少ないですね。仙台ではクラシックのコンサートやジャズフェスなどがありますが、そうした別の文化的な部分ももっと増えるといいですね。先日、秋田県の小坂町に行ってきたのですがあそこに康楽館という日本最古の演芸場というか芝居小屋がありまして、そこでは年一回本格的な歌舞伎が行われることでも有名です。康楽館という建物自体もすば

らしいですね。そこでの歌舞伎はまだ観ていないのですが、いずれ拝見したいと思っています。

聞き手 話は飛びますが、小坂町は日立さんとはご縁があると伺っております。

荻山支社長 そうなんです。日立の創業者である小平浪平は、創業前当時、藤田組の電機技師をしておりまして、小坂鉦山の町で電気を起こしたのです。創業者に関連する町に伺って感慨深いものがありました。今は鉦山の溶鉦技術を生かして家電のリサイクル事業を全体の四割ぐらい行っていると伺っております。私どもの事業といまだに関連があり、東北の地が日立と関係していることを大変嬉しく思いました。

聞き手 支社長のお好きな言葉、モットーはなんでしょうか。

荻山支社長 私は「十年一剣を磨く」という言葉が好きです。唐の詩人の言葉ですが、十年の間、一ふりの剣を磨いてきたが、霜のように光るこの刃の切れ味を、まだ試したことはない。これを君に贈るが、不平の輩はこの剣で遠慮なく誅殺してくれという意味のようです。しかし決してそのような物騒な意味に限定されるわけではなく、長所、持ち味など、その修得錬磨に、長い間専心努力することが必要で、そうすればいずれ花が咲くぞという意味もあります。私は若い頃、仕事、仕事で土日もない生活でしたが、そういう気持ち、心で仕事をしてきました。未だ花は咲いていませんが（笑）。この言葉は、特に東北の人に合っている言葉ではないかと思っています。

聞き手 東北の更なる発展にとって何が必要とお考えでしょうか。

荻山支社長 優秀な人材が地元に残らない地域に

なっているのが寂しいですね。地元に残って仕事をしたと思うような産業が少ないのが問題なのかも知れません。私はIT畑が長かったので感

じるのかも知れませんが、ITの仕事には、まだまだ日本でやらなければならぬこと、やれることが沢山あるにもかかわらずそれを行う企業、人材が足りません。ソフトウェア開発などの事業は、地理的な問題、気候の問題に左右されませんか。東北地域にふさわしいのではないかと思います。私どもの仕事のパートナー会社の方々からお話を伺うと、仕事が東京に集中し、東北は我が国のソフト生産額の1%程度しかないと言われていま

す。それはあまりにも少ないと思うのです。早急に人材や企業を育てる方策が必要です。企業もあまり東北の需要のみにこだわらないで、中国、ロシアなど海外に目を転じてはどうでしょうか。先日、内モンゴルで行われた日中経済協力会議に参加させて頂いたのですが、先方は、ITに限らず日本の様々な技術を高く評価し、技術導入の太いパイプ作りを強く求めていました。そうしたニーズを取り込むことができれば大いに発展するのではないかと思います。

聞き手 私どもでは現在、(財)東北開発研究センターとの合併を検討中ですが、新しい財団の仕事の一つとして、起業のお手伝いや地域産業の国際化、国際展開の支援なども行えれば良いと思っています。最後に、当センターに望むことなどがございましたらお願いいたします。

荻山支社長 活性化センターさんの仕事は、地道な仕事の積み重ねで花が咲くまでには一〇年、二〇年のスパンで見ることがあるでしょう。目先の成果にこだわらず持続的、継続的に地域の企業

群を支えるパイプ役になって頂くことを願っています。ただ、そうした産業集積促進や産業振興といった仕事をするときには継続的な資金の問題も生じるでしょう。現在、国では様々なプロジェクトが行われていますが、そうした国の助成金やインキュベーション事業支援資金などを積極的に獲得することにも取り組んではどうでしょうか。

聞き手 私どもの事業遂行に当たって、国の資金を積極的に活用すべしというのは重要な指摘です。来年度以降の事業実施に当たっての課題にしたいと思います。本日はお忙しいところ長時間ありがとうございました。今後とも宜しくご指導をお願いいたします。

(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)



平成21年度「東北グリーン電力基金」 助成先の決定について

9月18日(金)に開催された第26回東北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)での審議を経て、平成21年度「東北グリーン電力基金」の助成先を下記のとおり決定いたしました。

平成21年度の助成(9回目の助成)については、今年の6月1日から8月31日まで募集を行いました。

その結果、「風力発電・太陽光発電」に対する助成に16件(風力発電1件、太陽光発電15件)の応募がありましたが、応募の合計出力が本年度の助成枠を超過したため、抽選の結果、14件を助成先といたしました。

また、昨年度から新たに設けた「風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯」に対する助成に初めて応募があり、応募のあった3件すべてを助成対象といたしました。

東北グリーン電力基金は、自然エネルギーの普及拡大を通じて、環境保全に貢献したいという皆様からの寄付金をもとに、東北地域(新潟県を含む)に設置される風力発電と太陽光発電に対して助成を行う制度で、平成12年10月に創設されたものです。

記

1. 助成先

(1) 風力発電・太陽光発電: 14件、合計出力135.8kW

設備区分	助成先名	設置施設	出力(kW)	工事完了予定時期
風力	遠野市(岩手県)	道の駅「遠野風の丘」	19.0	平成21年12月
太陽光	社会福祉法人弘前豊徳会 (青森県弘前市)	サンタハウスクリニック	5.7	平成21年11月
太陽光	洋野町(岩手県九戸郡)	アグリパークおおさわ	8.7	平成23年3月
太陽光	秋田県	秋田県立由利工業高等学校	15.2	平成22年3月
太陽光	仙台市(宮城県)	仙台市立富沢小学校	5.0	平成22年3月
太陽光	学校法人六郷学園 (宮城県仙台市)	ドリーム幼稚園	15.1	平成21年12月
太陽光	学校法人双葉の森学園 (宮城県名取市)	ふたば幼稚園	17.5	平成21年12月
太陽光	社会福祉法人太田福祉記念会 (福島県郡山市)	太田デイサービスセンター	15.3	平成22年2月
太陽光	新潟県	佐渡地域振興局	3.0	平成21年11月
太陽光	学校法人新潟青陵学園 (新潟県新潟市)	新潟青陵大学・新潟青陵大学 短期大学部	7.8	平成22年3月
太陽光	社会福祉法人青鸞会 (新潟県新潟市)	聖徳保育園	3.2	平成22年3月
太陽光	社会福祉法人同朋福祉協会 (新潟県新潟市)	割野保育園	7.2	平成22年3月
太陽光	学校法人金鷲有明学園 (新潟県新潟市)	あそびの森 すみよし保育園	3.3	平成21年11月
太陽光	社会福祉法人若葉会 (新潟県南魚沼市)	塩沢デイサービスセンターゆきつばき	9.8	平成22年5月

(2) 風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯：3件、合計出力2.65kW

助成先名	設置施設	出力(kW)	工事完了予定時期
学校法人神宮学院(新潟県新潟市)	認定こども園 親松幼稚園	0.306	平成21年10月
学校法人西芳学園(新潟県長岡市)	希望が丘幼稚園	0.520	平成21年11月
学校法人長生学園(新潟県長岡市)	中島幼稚園	1.824	平成22年1月

2. 助成金額

「風力発電・太陽光発電」に対する助成金額は、「設置に要した費用の合計額の2分1」もしくは「1kWあたり50万円」のいずれか小さい金額となっております。また、「風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯」に対する助成金額は、「設置に要した費用の合計額の2分の1」もしくは「100Wあたり40万円」のいずれか小さい金額となっております。

「風力発電・太陽光発電」の助成先14件の出力合計が135.8kW、「風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯」の助成先3件の出力合計が2.65kWであることから、助成金額は最大で7,850万円程度と見込まれます。

以上

(参考)平成21年度の助成方針

1. 風力発電・太陽光発電

項目	内容
助成対象	東北地域(新潟県を含む7県)の、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。
助成枠	助成対象設備のシステム出力合計120kW(6,000万円)。 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。
助成金額	「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	応募が助成枠を上回った場合は、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。
助成時期	設置工事完了後。

2. 風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯

項目	内容
助成対象	東北地域(新潟県を含む7県)の、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。
助成枠	助成対象設備のシステム出力合計5kW(2,000万円)。 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」との間で相互に助成原資を流用できる。
助成金額	「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	応募が助成枠を上回った場合は、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。
助成時期	設置工事完了後。

(参考)

東北グリーン電力基金 平成20年度までの助成先一覧

○風力発電設備

年度	助 成 先	設 置 場 所	定格出力	運転開始	助成方法	助成期間 又は 助成時期	
13	(大型風力発電)				発電電力量1kWhあたり50銭		
	■エコ・パワー(株)	青森県下北郡東通村	27,000kW	H15. 2. 3		H15. 2. 3～18. 2. 2	
	■(株)ウインドテック横浜	青森県上北郡横浜町	10,500kW	H15.10. 1	〃	H15.10. 1～18. 9.30	
	■(株)ユーラスエナジー尻労ヒルトップ	青森県下北郡東通村	19,250kW	H15.10.10	〃	H15.10.10～18.10. 9	
	■六ヶ所村風力開発(株)	青森県上北郡六ヶ所村	30,000kW	H15.11.27	〃	H15.11.27～18.11.26	
14	■(株)グリーンパワーくずまき	岩手県岩手郡葛巻町	21,000kW	H15.12. 1	〃	H15.12. 1～18.11.30	
	■サミットウインドパワー酒田(株)	山形県酒田市	16,000kW	H16. 1.31	〃	H16. 1.31～19. 1.30	
	■(株)ユーラスエナジー小田野沢ウインドパーク	青森県下北郡東通村	13,000kW	H16.10. 1	〃	H16.10. 1～19. 9.30	
	■(株)ユーラスエナジー西目	秋田県由利本荘市	30,000kW	H16.11.10	〃	H16.11.10～19.11. 9	
	■(株)ユーラスエナジー釜石	岩手県釜石市	42,900kW	H16.12. 1	〃	H16.12. 1～19.11.30	
15	(小型風力発電) ■青森県八戸市	八戸市立白山台小学校	1.2kW	H16. 3. 5	1kWあたり50万円 又は 設置費用2分の1	H16. 3	
16	※応募なし						
17	※応募なし						
18	※応募なし						
19	※応募なし						
20	■秋田県大潟村	ふれあい健康館	12.0kW	H20.11.14	1kWあたり50万円 又は 設置費用2分の1	H20.12	
		(風力計 11ヶ所)					(209,663.2kW)

○太陽光発電設備

年度	助 成 先	設 置 場 所	定格出力	運転開始	助成方法	助成期間 又は 助成時期	
13	■新潟県新潟市	新潟市立万代高等学校	10.0kW	H15. 2.10	1kWあたり50万円 又は 設置費用2分の1	H15. 3	
	■宮城県仙台市	仙台市立仙台工業高等学校	10.0kW	H15 .3.25	〃	H15. 4	
14	※応募なし						
15	■青森県八戸市	八戸市立白山台小学校	3.1kW	H16. 3. 5	1kWあたり50万円 又は 設置費用2分の1	H16. 3	
	■岩手県陸前高田市	黒崎地区健康保養施設	8.8kW	H16. 3.23	〃	H16. 4	
	■福島県喜多方市	喜多方市林業総合センター	4.6kW	H16. 3.29	〃	H16. 4	
	■青森県南津軽郡田舎館村	田舎館村立田舎館小学校	10.0kW	H16. 6.18	〃	H16. 7	
16	■山形県酒田市	酒田市港南学区コミュニティ防災センター	10.0kW	H18. 3.17	〃	H18. 4	
17	■宮城県多賀城市	多賀城市立多賀城小学校	4.0kW	H18.8.17	〃	H18. 9	
	■山形県米沢市	米沢市立塩井小学校	3.2kW	H18. 3.29	〃	H18. 4	
18	■山形県高畠町	高畠町総合交流プラザ	10.0kW	H19.3.1	〃	H19. 3	
	■新潟県糸魚川市	糸魚川市立大和川地区公民館	10.0kW	H19.5.11	〃	H19. 6	
19	■学校法人仙台こひつじ学園(宮城県)	向山幼稚園	10.0kW	H20.1.15	〃	H20. 2	
	■学校法人栄光学園(福島県)	認定こども園ぶどうの木	10.0kW	H20.3.25	〃	H20. 4	
	■福島県会津若松市	鶴城コミュニティセンター	3.7kW	H20.3.26	〃	H20. 4	
	■学校法人新潟高度情報学園(新潟県)	西新発田保育園	4.4kW	H19.11.15	〃	H19.12	
	■新潟県妙高市	妙高市役所	9.2kW	H20.3.21	〃	H20. 5	
20	■学校法人マリアンハウス学園(青森県)	マリアンハウス幼稚園	10.2kW	H21.9.1	〃	H21.10	
	■宮城県仙台市	仙台市立旭ヶ丘小学校	10.0kW	H21.3.27	〃	H21.4	
	■学校法人秀志学園(宮城県)	泉の杜幼稚園	10.0kW	H21.6.18	〃	H21.7	
	■宮城県加美町	宮崎生涯学習センター	5.1kW	H21.3.26	〃	H21.4	
	■山形県鶴岡市	鶴岡西部児童館	5.7kW	H21.3.26	〃	H21.4	
	■学校法人東稜学園(福島県)	福島東稜高等学校	10.0kW	H20.12.26	〃	H21.2	
■福島県会津若松市	城南コミュニティセンター	4.2kW	H21.3.27	〃	H21.4		
		(太陽光計 23ヶ所)					(176.2kW)

○風力発電・太陽光発電を利用した防犯・防災灯

年度	助 成 先	設 置 場 所	定格出力	運転開始	助成方法	助成期間 又は 助成時期
20	※応募なし					

※平成20年度までに助成先として決定した出力の合計は 209, 839. 4 kW (34ヶ所) となります。

世界同時不況と限界集落

特定非営利活動法人 遠野山・里・暮らしネットワーク マネージャー 菊池 新一 氏
東北まづくり実践塾 塾長

世界同時不況は東北各地にも大変厳しい状況を及ぼした。誘致企業で潤っている各地の農山漁村も大きな打撃を受けている。

遠野も例外でなく、多くの誘致、進出企業の従業員が失業した。カラ元気を出して、「いままでも、えらい方々が挨拶の時必ず枕ことばでいうことは……この厳しい情勢で……と言ってきた。いつか、誰か……とてもいい情勢で……と言ったことがあったでしょうか」

「私たちはいつも厳しい情勢の中でやってきたのだから、今更厳しいということではないでしょう」などと鼓舞しているが、なんとも空しい。やはり、それくらい大きな影響である。

このところ、まちづくりのことで東北各地を訪ねる機会が増えた。そこで気がついたことは、比較的大きな市、中規模の町では、やはり、この不況の影響は甚大である。

ところが、限界集落に近い小さな農山村のまちでは、あまり影響がないという。もともと影響を受けようがないから、解雇される人もいないというのである。

そのことについて実はすごいことではないか……

縄文の時代から、営々と農業や漁業で暮らしてきた、今も農業、漁業を中心に暮らしている。そういったところは、世の好不況に左右されず暮らし続けている。

つまり、一次産業は、今の経済構造の中で飲み込まれそうになりながら何とか続いている。どうあがいてみても自動車産業と肩を並べて闊歩する一次産業の姿は見えてこない。

しかし、実体経済に近い分、世のマネーゲームには与しない強みがあるのではないかと。食料を自然とともに生産し人間に供給する。このことが実は人間社会を営む上で最も基本であり、一番大事なことである。このことが、この世界同時不況が我々に教えてくれていることなのだと思つた。

このところのバブル経済の中で、どうも我々も踊らされてきた。ついその気になって一緒に舞い上がってきたのではないかと。

人間どもよ目を覚ませと、神々が教えているのだ。先人の言葉に、「農山漁村は神々の知恵でつくつた、都会はあさはかな人間の知恵でつくつた」とある。確かに、農山漁村には子どもから老人まで地域にいてそれぞれの役割を持ち生涯現役で生きる知恵があった。

それが都会はどうか、六〇歳になったら仕事をやめよ。六五歳になったら年金をもらえ。七五歳以上は後期高齢者であるという知恵である。

年齢で否応なしに区別する。個人の状況はどうでもよい。逆に歳なのだから早く老いよと言わんばかりである。どうもあさはかな人間の知恵ではないかと思わざるを得ない。

限界集落とは六五歳以上の人口が五〇%を超えた集落のことを言うそうだ。

六五歳になれば自動的分子となり世のお荷物となるのだ。限界集落とレットルを張られてしまった集落はみじめである。もう立ち上がることは不可能でどこまでも落ちていく運命と宣告されたようなものである。そこに住む人たちの思いを考えると本当に心が痛む。

我が家を見れば、四人家族のうち一〇一歳の父、九三歳の母、妻と私は六〇歳、限界家庭そのものである。

遠野では、六五歳から七四歳の老人をヤングオールドと言う。七五歳から八四歳はオールドオールド、八五歳以上がスーパーオールドである。人間六五歳以上はすべて負の財産ではない。個人個人には個性があり高齢者ほど能力を発揮できることはいくらでもある。一〇〇歳を超えた父には計り知れない知恵がいつぱいある。

今の経済社会の中で生きていかなければならないとしても、限界集落と言われる集落に眠っている老人たちの知恵を今こそ活かす時ではないか。

今の経済活動の対極にある限界集落の在りようこそ私たちがこれから生きていく上での知恵の宝庫であり、その宝を活かす知恵を探ることが今の不況脱出の早道であると思うのは私だけであろうか。

我が家が限界家庭であるにもかかわらず地域の人たちとともに楽しく暮らせるのはコミュニティがまだしっかりしているからで、我が家単独でどこかの島で暮らすことなど考えられない。つまり、限界集落と言われるところはそれ単独では確かに問題ではあるが、対極に置かず同じ所に置くことを考えるべきでないか知恵の出どころである。

いま、都市、農山漁村交流という言葉で様々な取り組みがされているが、まだ「加減」の域を出ていないのではないかと。それぞれの短所ばかりが浮き彫りになっているが、「加減」だけでは解決はおぼつかない。「乗除」を活かす知恵はないものか。マイナスとマイナスをかけてプラスにする知恵者が早く出てくることを願わずにはいられない。



遠野市生まれ
現職 特定非営利活動法人 遠野山・里・暮らしネットワーク マネージャー
東北まづくり実践塾 塾長
前職 岩手県遠野市 地域経営課題対策本部長(地域経営改革担当部長)
主な著書
1. 「遠野まづくり実践塾」(2007年 無明舎出版)
2. 「保健・医療・福祉の連携とネットワーク形成への挑戦」(1991年 北土社) 編・著 他専門誌等への論文多数

ロボットの取り組みと 人材育成でまちの活性化

— 山形県長井市 —



はじめに

山形県長井市は山形県南部、置賜盆地の北部に位置する人口は約三万人の地方の小都市である。市の東部には最上川が流れ、水と緑が豊かなこの地は、江戸時代は米沢藩領に属していた。米など領内の物資は最上川を下り、酒田港まで運ばれたあと日本海から日本各地に向かう一方、長井には酒田港を通じて遠く関西・北陸方面からさまざまな物資が集まり、文化の華が開いた。商才豊かな交易のまちという歴史があり、藩政時代から続く養蚕と紬の産地であった。

大正九年に郡是（現ゲンゼ）を誘致し、戦中の昭和十七年に東芝を疎開工場として迎えてからは、産業の近代化が進んだ。産業の近代化が進む過程で織物工場や製糸工場が業種転換し、東芝のコンデンサー部品製造が広がっていった。

この地域の工業が盛んになった決定打は、昭和三十六年頃に白黒テレビの需要が広がり、コンデンサーが大きく伸びたことと、昭和四十一年に米沢市と福島市の栗子峠に新しいトンネルが開通し、関東地域との物流が容易になったことであった。

昭和四〇年代に入り、行政も意図的に特殊技術を持った企業の誘致に取り組み、企業の集積が進み、これにより

元からあった企業に加えて多様な技術を持つ企業の進出を通じて部品業界が形成され、長井に行けば部品が揃うとまで言われた、いわゆる「企業城下町」となった。しかし九〇年代に入り、企業の海外シフトによる撤退そのほかで徐々に衰退し始めた頃から、企業と学校と行政が共に知恵を出し合っており、次の産業構造を模索することが始まった。

長井市の取り組み

九〇年代に地域の産業基盤崩壊の危機に直面し、今後の産業振興の重要課題として①地域と企業が次の時代に対応できる人材育成、②中小企業を中心にしたネットワーク型産業社会の構築、を挙げた。これは①人材を通じてものづくり志向のまちになること、②地域の企業同士がお互いに必要な存在になること、すなわち人材を育てると同時に、企業城下町のタテの関係をヨコへ配置転換して人と人の関係づくりを行い、あらたなものづくりを創出することを目指した。

「次代のものづくりの担い手づくり」として特筆すべきは、県立長井工業高校との連携事業である。平成六年に小字化や若者層のものづくり離れによって、長井工業高校が普通科高校との統廃合問題が取り沙汰されたのを契機に、地元企業が中心となって様々な改

革をおこなった。その柱となる取り組みが、①技能士の養成、②技術系競技会への出場、③地域社会への貢献である。

これらの取り組みは、具体的には各種技能試験合格者の輩出、実践的なものづくりとしての駅舎・駐輪場建設や田んぼ除草ロボット、福祉機器の開発などの成果を挙げている。地域も企業による出前授業等で支援している。かつては統廃合の危機にあった長井工業高校の知名度は格段に向上し、現在は入学志願者が定員を大きく超えるまでに状況になっている。

そうした中、長井工業高校は今年度の「第三回ものづくり日本大賞文部科学大臣賞」に輝いた。産学官が連携したものづくりへの取り組みを通じ、地域との関係機関との連携を図った成果が認められたのである。



県立長井工業高校

平成十九年『二〇一五年魅力的な都市ランキング』一位

山形の地方都市に関する話題としては非常に誇らしい記事が平成十九年一月十六日に、朝日新聞に掲載された。二〇一五年における東北で魅力的な都市ランキングで、長井市が一位に選ばれたのである。

この『東北の予感シリーズ（朝日新聞・東北大学共同企画）二〇一五年魅力的な都市ランキング』を分析した大和総研の鈴木・主任研究員によれば、ランキングの結果は、団塊世代が退く二〇一五年の社会問題を展望する人口問題にあるという。



山形鉄道フラワー長井線鉄道「長井駅舎」

自治体の財政力を勘案せずに集計をし、製造業などが盛んで、生産年齢人口の低下幅が小さい地域が上位を占めている。「なぜ疲弊した地方都市が上位なのか」、「ランキングの論拠を教えてください」などと、反響が大きく、平

成十九年四月三日に説明記事が掲載された。それによると①産業振興（ものづくり）が活発、②高齢化が進行しにくいこと、が評価対象だったようである。

同様に、朝日新聞 asahi.com マイタウン記事において、長井市を取り上げた「ロボットで町おこし」が、三日連続全国一位のアクセス数を記録したことも反響の大きさを物語っている。

長井ものづくり連携のキーマン 株式会社吉田製作所 代表取締役社長 吉田功氏へのインタビュー

吉田氏は現在、西置賜産業会会長、県立長井工業高校体育文化後援会会長、長井商工会議所常議員・工業部会副会長などの要職を務めている。

山形県では高校の統廃合の議論が進められており、長井市がある西置賜地区の高校（分校含む）五校が、二校まで削減される計画があるという。吉田氏に意見を聞きに来た県の担当者に対し、地元に残る人材の育成・確保が大切であること、また、仕事や技術の継承もさることながら、家族の心のあり方について問いかけることが必要であることを述べたという。

昔、村の鍛冶屋は、地産地消でその地域に合った風土で使用するものだけで成り立っていたが、今日、大都市に向けて大量生産化したため、村から鍛冶屋が消えていった。今はその鍛冶屋

のように地域のニーズに応えた産業のしくみを作っていくことが必要ではないかと考えているという。具体的には農商工連携によるコラボレーション。地域を活性化するためには、とにかく事業を仕掛けていかないと進んでいかないとのことであった。

昨年度は農工連携事業として、県の助成をもらい、「田んぼの水管理システム」を試作した。試作にあたっては農家・農業高校・工業高校・市内企業などの各方面からいろんな意見を聞きながら製作した。これは田んぼの取水口を遠隔操作で開閉できるため、農業の省力化が期待できるそうである。

今年度は、商工連携事業として、銀行窓口にはキャラクターロボットの設置を予定している。大阪の道頓堀チンドン屋のくいだおれ人形「太郎」のような商業のためのロボットを目指すとのことであった。

これらのシステム・ロボットは、単なるロボット作りではなく、経営者や技術者がロボットを通じて先端技術に触れる機会を作り、対外的には長井市の技術を広める効果も期待しているそうである。

地域が連携していくためには、いろんな学校・大学・企業・関係者を集めた「場」づくりが重要である。そこで、今年八月に「産業祭」を開催し、企業展示、マイクロマウスのデモ、二足歩行ロボットの格闘大会等を行った。各種催しの後に、『異業種交流会の場』

として、行政の長、県、学校、企業トップ、近隣市町の企業トップ、次世代の若者が一同に介して実施した。手応えは充分であったとのことであった。いろいろな場を通じて、「ものづくりを通じた地域の活性化がなぜ必要なのか」や「人の住みやすいまちづくりや幸せを感じる地域づくりに必要なこと」を考えていくことが大事であり、これらの地域のつながりが、技能の継承だけでなく、若者たちへの人間性の継承にもなれたらと願っていると最後に強調した。



株式会社吉田製作所 代表取締役社長 吉田功氏

ロボットプロジェクトのリーダー 株式会社 昌和製作所 代表取締役社長 小関博資氏へのインタビュー

電気機械メーカーの開発エンジニアとして活躍し、数年前に長井市へUターンしたロボットプロジェクトのキーマンである小関氏にインタビューを行った。長井市は新幹線も通らず、高速道路も通らない街であり、このままでは

経済的には衰退する一途に思えた。しかし、長井市は企業城下町であったため、中心企業は縮小していたが、かつて培った技術の集積があったとのことであった。

三万人のまちに三〇〇事業所があり、そのうちの約半数が機械金属関係である。もちろん、就労人口はものづくり関係が最も多い。ものづくりの平均年齢は東京都大田区では約五五歳、長井市は約四七歳と八歳若い。年代別に見ると二〇歳代は少なくなっている、これからの長井の製造業を担う技術者・後継者の育成が急務となっていたが、一企業単独ではなかなか育成が進まないのが現状だったそうである。

このような中、一企業では無理でも、同じ思いを抱く企業同士で連携すれば対応できるのではないかとということで、二十八社が集まり、平成十五年六月に西置賜工業会とその下部組織として次世代グループを設立した。小関氏も同グループの一員として活動を始めたとのことであった。

設立時に会長から次世代グループに提案があったのは、「決まり切ったことをやるのではなく、今後のものづくりを担う若手を集めよ！」ということだった。メンバーは何をやったらいいかと悩んでいたが、その矢先にマイクロマウスの大会に参加するために長井市を訪れていた、ロボット格闘技「ロボワンの父」と慕われる森永英一郎氏との出会いにより、次世代グループを

担う上でロボットが良いのではないか？ ということになり、「NAGAI ロボットプロジェクト」が発足したとのことであった。

ちょうど長井工業高校ではマイクロマウス技術者を十五年前から育成していた。そこで培ってきた技術と輩出した優秀な人材も数多く、活用しない手はないと考えたという。

元々、市内には産業用ロボットの部品メーカーが多く、加工のノウハウがあり、西置賜工業会の会長からもロボットは今後市場拡大が見込める分野ということで「面白いじゃないか」と言われ、行政の支援も受けて平成十五年十二月にキックオフをした。ロボットは機械・電子・物理・情報の総合技術であり、様々な分野の技術者の育成や、市民やメディアへの技術PR等を目指したとのことであった。

【ロボットプロジェクトの経緯】

①「試作」

まずは市販品をベースに、マウス技術者のサポートで試作。

②「製作」

次に市販品をベースに、半年で五体を製作。

③「神戸国際大学・中村智彦教授との出会い」

中村教授は中小企業論・地域経済振興が専門。長井市の経済振興アドバイザーであった。製作したロボットを見て「ロボットでまちおこしだ！」「すぐに商売するな！ 利益がからむと人

材育成が停滞する」との助言を受けた。ロボットが五体だったことから、「フラーワー戦隊ナガレンジャー」誕生。

④「ロボワンへの挑戦」

平成十七年八月、ロボワン（二足歩行ロボット格闘大会）軽量クラス参戦。決勝ベスト八に入る好成績を収めた。

⑤「ロボワン全国大会開催」

ロボワンへの参加を重ねるなかで、全国大会を長井市に誘致することに成功。平成十八年九月に開催。

その後も縄跳び、手話、キャッチボールをするロボット、ロボットを空中に放り投げた際に姿勢を自動制御し、足で着地するロボットなどを開発してきている。このようにロボワンの各種大会に参加し、長井の技術力をPRしているほかに、長井工業高校に出前事業を行ったり、生徒たちのロボット製作の支援も行ったりしている。また、長井発のロボットプロジェクトの話がネットやクチコミで広がりがつあり、ロボット関連、介護機器、研究機器等の新規引き合いが増えている。

最後に

今回訪問した長井市は、ロボット開発を通じて、地域全体で人材育成する取り組みを行っていた。さらに、技術の継承・蓄積も図られていた。

夢に向かって、製造業の若手経営者や技術者が互いに協力し合い、不可能を可能にする挑戦が実を結んだ結果である。

技術的には、ロボットが二足歩行で歩き、戦ったり身体をひねったりすることができ、ロボットを放り投げても位置制御で足から着地することができていた。

驚いたのは、縄跳びや、ジャンプをする際、人間の動作同様に膝を屈み、飛び上がる事が出来ることである。その際、瞬間消費電流があの小さいサイズのロボットで四〇アンペアも流れることは驚きである。

地域の活性化をロボットの開発によって行っているが、今後も技術革新・新規技術の導入等を継続し、人材育成をしながらやり続けることが大切であると考える。

(参考資料) (佐々木 隆)

- ・地域における雇用創造
- ・発行 雇用開発センター
- ・朝日新聞記事

平成十九年一月十六日・四月三日



株式会社 昌和製作所
代表取締役 社長 小関博資 氏

報告

**公開講座
「イノベーション・カレッジ 2009」を開催**



講義風景

東北産業活性化センターでは、人材育成事業の一環として、東北大学大学院経済学研究科地域イノベーション研究センターとの共催により、公開講座「イノベーション・カレッジ」を開講いたしております。

二年度の今年度は、福島市、仙台市、秋田市において、九月の各土曜日に開催し、東北大学大学院経済学研究科の先生方をお迎えし、各地とも多くの方々を受講いただきました。

講義の内容につきましては、当センターホームページに掲載予定です。

来年度は仙台市、盛岡市、新潟市での開催を予定しております。



講義をおこなう大滝教授

事務局の人事異動

●新任
・一〇月五日付 企画部課長 大橋 昇幸 氏(株福田組より出向)

お知らせ

**「東北地域のプロジェクト2009」を
ホームページに掲載**

当センターでは、平成十六年六月より、二十一世紀の東北を拓くために東北地域で展開されている先導的なプロジェクトを紹介するための「東北地域のプロジェクト」をホームページ上に掲載いたしております。

ホームページ上におきまして「東北地域のプロジェクト2008」を掲載いたしておりますが、約一年が経過したことから、国、県等の協力を得て、今般、「東北地域のプロジェクト2009」として、内容を更新し掲載いたしております。広く多くの皆様のご参考となれば幸いです。

お知らせ

「農商工連携のビジネスモデル」を刊行

当センターでは、平成二〇年度の自主事業として「農商工連携に関する調査」を実施し、学識経験者や自治体、企業、経済団体のメンバーによる調査委員会を設置し、調査研究を進めてまいりました。

このほど、調査内容をとりまとめ、「農商工連携のビジネスモデル」として、日本



地域社会研究所より書籍として刊行いたしました。広く地域の皆様にご活用いただければ幸いです。

なお、こちらの調査につきましては、前号において特集を組んでおります

IVICT情報
発行月日 平成二十一年一〇月十五日
発行人 加藤 郁男
住所 (財)東北産業活性化センター
〒980-0033 仙台市青葉区中央二丁目九番十号
(セントレ東北九階)
電話 (033) 351-0081 (代表)
FAX (033) 351-0081
アドレス <http://www.ivict.jp>
メールアドレス ivict@ivictor.jp

