

明日をひらく地域活性化のための情報誌

# 地域づくり

2015

1

ISSN 1340-8917



**特集 ■ 地域に貢献する中小企業のものづくり**

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



特集

地域に貢献する中小企業のものづくり

4	<b>基調論文</b>	地域の製造業を育成し、地方創生の実現を	橋本久義（政策研究大学院大学名誉教授）
8	北海道札幌市	「ウエザーバケット」で農業技術の進歩に貢献	横山慎司
10	岩手県奥州市	南部鉄器の伝統守り、オンリーワン企業へ	及川久仁子
12	東京都墨田区	地場産業の活性化に向け、ブランド戦略を推進	郡司剛英
14	石川県七尾市	世界一軽い「天女の羽衣」で繊維業界に新風	天池源受
16	愛知県豊川市	新幹線の快適な乗り心地、「ばね」で実現	小松義博
18	広島県広島市	原付バイクのナンバープレート製造通じ、活性化に寄与	柴守佳之
20	鳥取県米子市	廃プラスチックを再利用、「エコマウッド」開発	石田康雄
22	山口県宇部市	地方から世界へ、グローバルニッチ企業「ヤナギヤ」	柳屋芳雄
24	徳島県小松島市	徳島産の素材を活かし、おいしい菓子づくり	栗本えりか
26	愛媛県東温市	『まるとと』で食卓に笑顔と健康を	岸本智臣
28	宮崎県宮崎市	オリジナル「着ぐるみ」製作、2000体	加納ひろみ
30	<b>副基調論文</b>	地域の「ものづくり中小企業」の技術高度化への支援	平井淳生（中小企業庁経営支援部技術・経営革新課課長）

レギュラーレポート

- 34 アンテナショップ 石川県  
「いしかわ百万石物語・江戸本店」がオープン 大塚義明
- 35 アンテナショップ 長野県  
「銀座NAGANO」がオープン 熊谷 晃
- 36 トピックス Yahoo! JAPAN  
地方創生に向け自治体を積極支援 内藤 剛
- 38 第6回地域再生実践塾 静岡県熱海市  
2020年型の観光振興・観光地域づくり 沢登次彦
- 40 移住・交流推進支援事業 大分県豊後高田市  
都市から地方へ、移住希望者を全力で応援 應利晋矢

地域づくり団体探訪 島根県雲南市

- 42 NPO法人おっちラボ  
若者の力で元気なまちづくり
- 44 書籍紹介  
首長の思い
- 45 文化創造都市・高岡を目指して  
高橋正樹（高岡市長）
- 48 センター通信

グラビア

- 2 地域に貢献する中小企業のものづくり
- 46 都道府県漫遊 【静岡県】
- 47 手前みそですが… 【兵庫県尼崎市】

表紙  
香南市の土佐風

（高知県香南市）

土佐風は、古くは江戸時代から主に高知県の農村を舞台に育ってきました。  
香南市野市町が位置する香長平野では、風揚げが特に盛んで、かつては、二期作の終わった農閑期の冬に多くの風が空を舞っていました。しかし、娯楽の多様化や施設園芸ハウスの増加などにより、昭和40年ごろには風の姿を見るものがなくなってきました。

そこで、昭和50年に旧野市町合併20周年記念事業として風揚げ大会を開催し、年2回、1月の新正風揚げ大会と2月の旧正風揚げ大会として復興しました。香南市合併後も継続実施され、平成27年の大会は40回目となり、土佐の「冬の風物詩」として定着してきました。

「土佐風」ではタタミ6畳程度の風が一番大きくとされてきましたが、野市町土佐風保存同好会の16畳風の製作をきっかけに、紙と竹にこだわり、風のサイズを順次拡大し、現在はタタミ100畳の土佐風となっています。

（表紙写真は香南市野市町の100畳の土佐風）

問い合わせ先 野市町土佐風保存同好会事務所  
（0887・56・0450）  
（写真提供 野市町土佐風保存同好会）



風を受けて揚がる16畳の土佐風

## 新しい50年へ

明治大学教授 ● 小田切徳美



「地方創生」が言われ始めた昨年2014年は、東京オリンピック50周年の年であった。半世紀前には、高度成長を謳歌し始めた国民は成長の象徴とも言えるこの国際的なイベントに沸き立っていた。

興味深いことに、「過疎」という日本語もこの頃に生まれている。いまではすっかり定着しているこの言葉は造語であり、「地滑りの」と形容される激しい人口減少にみまわれていた中国山地で作られたと言われている。つまり、約半世紀前の我が国は、一方では近代化・成長のまったただ中にあり、他方では、農山漁村は、既に今に続く過疎化・地域停滞の中で喘ぎ始めていた。

そしてそれから半世紀後の今、地域の構造はまた変化しはじめている。なによりも東京一極集中はさらに進行している。東京圏への人口移動を見ると、バブル経済崩壊後には一旦転出超過に転じたものの、その後人口の純流入数は再び増加し始めている。しかも、高度成長期とは異なり、大阪圏、名古屋圏への人口流入がほぼ沈静化し、国土の中で「東京一人勝ち」が続いている。「地方消滅」が言われるのは、このようなマクロ的背景があった。

他方で、大都市圏から農山漁村への移住も確かに見られる。それは1990年代から始まったと言われているが、2000年代後半の「地域おこし協力隊」等の地域サポート人制度の導入により拡がり、2011年の東日本大震災以降さらに加速化している。こうした動きは、この2〜3年、テレビ、新聞等のマスコミでもしばしば伝えられている。

しかし、このような傾向は、圧倒的にボリュームの大きな前者に隠れてしまい、統計的には顕在化していない。数字の上では、いまは東京一極集中の時代である。ただし、農山村移住のインパクトはその頭数以上に大きい。その人々はその地域をなんらかの形で主体的に選択しており、時には地域社会に大きな刺激を与えている。その

ため、移住者が集まる地域では、地元出身者のUターンが増えているケースもある。

このような地方圏⇩東京圏、東京圏⇩地方圏という人の流れが、数はともかくその質的インパクトとして、いわばつばぜりあいを演じているのが、現在である。

そして、前者の傾向は、2020年の東京オリンピックの開催に至る過程でさらに加速化される可能性もある。それを契機として「世界都市TOKYO」のために集中的な官民の投資が行われるからである。「選択と集中」という議論はこうした文脈で使われている。そこでは「地方消滅」というよりも、むしろ地方をその端から「たたむ」ことが企図される場合もある。

他方で、後者の動きの背景には、国民の「田園回帰」とも言える農山漁村に対する多様な関心の増大がある。それは世代や性別により様々であり、子育て世代を含む、50歳未満の青壮年層では移住という行動につながっている。しかし、いうまでもないことであるが、このような農山村移住があるからといって、農山漁村がそれだけで持続できるものではない。むしろ、「田園回帰」傾向とは、大都市、地方都市、農山漁村がそれぞれの違いを活かして、共生関係を構築し、支え合うことが前提とされている。

つまり、私たちの目の前には2つの分かれ道がある。ひとつは、半世紀前のような成長路線を掲げ、グローバルゼーションにふさわしい「世界都市TOKYO」を、「地方たみ」を進めながら、建設するのかが、そうではなく、どの地域も個性を持つ、持続的な都市農村共生社会を、国民の「田園回帰」を促進しつつ構築するのかが、である。「過疎」という言葉が生まれ、そして東京オリンピックが開催されてから半世紀後の今この時期に「地方創生」が言われているのは決して偶然ではない。「いままでの50年、これから50年」というスケールの国民的議論が求められている。

# 地域に貢献する中小企業のものづくり



上等鋼の窯焼きの様子。さびがつきにくく、化学物質を使っていないため環境にもやさしい。及源鑄造の代表的な製品だ

● 岩手県奥州市 (p10-11)



アグリウエザーが開発した気象観測ロボット「ウエザーバケット」。農業生産技術の進歩に貢献している

● 北海道札幌市 (p 8- 9)



世界一軽く薄い「天女の羽衣」。天池合織が開発した織物は海外にも輸出され、高い評価を受けている

● 石川県七尾市 (p14-15)



すみだモダン審査会の様子。墨田区では個性的な商品などを「すみだモダン」として認証し、ブランド確立を目指している

● 東京都墨田区 (p12-13)



「雲」をイメージした松山市の原付用ナンバープレート。巢守金属工業は約 100 ヲ所のオリジナルプレートを製造している

● 広島県広島市 (p18-19)



新幹線の快適な乗り心地を支える「ばね」を 50 年間納入している丸上製作所の本社

● 愛知県豊川市 (p16-17)



カニカマ製造装置など食品加工機械を製造・販売する「ヤナギヤ」の本社社屋（上）と第1工場（下）

● 山口県宇部市 (p22-23)



株式会社エコマの新建材は屋上緑化にも利用されている。木の床のように見えるのが「ガイナウッド」

● 鳥取県米子市 (p20-21)



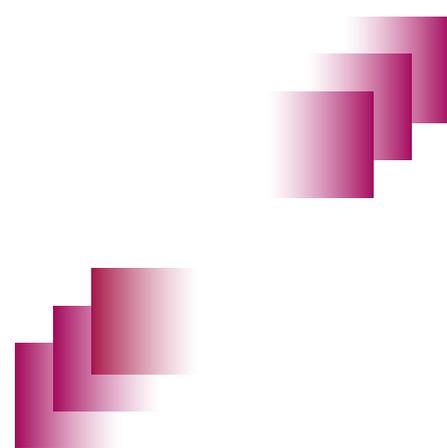
骨まで食べられる干物「まるっと」各種の詰め合わせ。株式会社キシモトなどが開発、高齢者を中心に好評を得ている

● 愛媛県東温市 (p26-27)



市岡製菓が徳島産の「なると金時」芋を使用し、しっとり焼き上げたスイートポテト。なると金時ならではの甘みを味わえる

● 徳島県小松島市 (p24-25)



KIGURUMI.BIZの「着ぐるみ」製作風景。明るく楽しい雰囲気の中で、女性が活躍している

● 宮崎県宮崎市 (p28-29)

# 地域の製造業を育成し、地方創生の実現を

「求められる」「志の高い」「リーダー」



政策研究大学院大学名誉教授

● 橋本 久義

2015年は良い年に

アベノミクスの効果で経済は上向いてきた。2015年は確実に良い年になるだろう。

2015年は乙未（きのとひつじ）年。「ひつじ辛抱」とか「ひつじメエメエ（低迷）」といって「景気はバツとしない」というのが相場の教えだ。確かに12年前の未年は、IT不況の真っ最中。24年前の未年はバブルが崩壊しはじめた年だった。しかし2015年は未年ではない。3年遅れの辰年だ。（失われた3年をノーカウントにして考えるから）辰年は「辰巳天井」と言われる。景気は良くなる。

「円安になって、輸出採算は良くなったというものの、海外生産の動きは止まらないし、輸出も

増えない」と批判する人がいる。しかし、それは「もう少し辛抱」だ。工場新設等の生産体制の計画は5〜7年タイムでたてるものであり、1ドル80円の悪夢の中でたてられた工場進出計画は「急には止まらない」のだ。しかし、そろそろ当時の海外移転計画も一巡した。むしろ、中国などでは、撤退企業が目立つ。1ドル100〜120円という状態が続くなら、日本の輸出競争力は十分にある。「国内生産で頑張っていこう」と思う企業は多いはずだ。

誰もが怖いのは「75円の悪夢」が再来することだが、ドルはたぶんこのまま強くなる。シェールオイルという資源をアメリカは開発して手に入れ、今やアメリカは石油輸出国になろうとしている。オバマ政権はレームダックと言われているし、実際その通りだが、悪材料は出尽くした。今以上

にマイナスにはならないだろう……。

良いことか、悪いことかわからないが、日本人は日本が好きで、グローバル化しきれないところがある。みんな可能ならば日本で一生を過ごしたいのだ。最近では外務省の役人ですら、海外勤務を

## 筆者プロフィール

橋本 久義氏  
（はしもと・ひさよし）

1945年生まれ。69年東京大学工学部卒、通商産業省（現経済産業省）入省。87年鑄鍛造品課長、94年埼玉大学出向、97年政策研究大学院大学教授、2011年同大学名誉教授。「現場に近いところで行政を」をモットーに1987年以来、3600以上の工場を訪問、中小企業の実情に極めて詳しい。

命ぜられると『私、外務省を辞めさせてもらいます』というとか……。

2015年、生産の日本回帰は顕著になり、輸出も増えるだろう。

### 「辰巳天井」も

「そうはいつでも消費が伸びないじゃないか」という批判がある。

アベノミクスで基本的には良い方向に行っているのだが、消費がパツとしない。パツとしないも道理で「買いたいものが無い」し「耐久消費財の価格が低下している」ためだ。自動車は故障しなくなつたし、若者や金持ちが見栄をはらずに軽自動車を買うようになった。(車内空間はかつての1500CC並みになった……。パワーも十分だ) テープレコーダーはiPodになって、組み立て工場は殆ど不要になった。テレビは5万円台で買えるようになった。欲しいけど買えないのは、住宅くらいだ。これじゃ消費は盛り上がらない。

しかし、2015年は良くなる。どうして? 「辰年だから」だ。そして輸出が増える。

「大企業は業績が回復しているが、それは一部だけのことで、中小企業はちっとも良くなっていない」と、大衆の不満を煽り立てる人々がいるが、「大企業の業績が良くなかったが、中小企業は良くなった」などという例が、かつて一度でもあったのか?

大企業が良くなるのは、中小企業が良くなる前

提条件だ。「まだ良くない」のは仕方がない。待つべきだ。安倍首相は、「業績が良くなつたら賃金を上げろ」「下請け企業にも恩恵を与えろ」と、口先介入しており(これもまた、あまり例がない)、それに従っている企業もある。

株価はあがった。大企業の採算は良くなった。求人倍率は上がって、人手不足がいわゆるようになってきている。成果を焦るべきでない。

「豊かになれる人から、豊かになっていい」と喝破した鄧小平さんの智慧をみならうべきだ。

また安倍政権は海外販路開拓にも努力している。歴代首相の中で、これほどの勢いで世界各国を歴訪した首相はたぶんはじめてだろう。素晴らしいことだと思う。やはり首相が何らかのおみやげを持ってわざわざ訪問すれば、相手国の日本に対するイメージも変わってくるだろう。日本はODA大国なのだ。今まで、日本のプレゼンスがなさすぎた。確かに毎年、毎年、首相が替わっているようでは、「トラストミー」といっても、信用して貰えない。そういう意味では、安倍政権は、健康の問題さえなければ、盤石の基盤にのつており当分の間、首相でいるだろうと誰もが思っている。トップ外交の甲斐があらうってもんだ。

今は歴訪の効果は未知であるが、将来必ず実ってくるだろう。何十年も日本の首相が訪問してなかったという国にも今回は訪問している。日本製品の品質に対する評価の高さは世界で普遍的であるから、安倍外交による日本に対するイメージの向上と円安による競争力向上で、2015年に

少し成果が出て、2016年は爆発的に良くなるだろう。かくして 2015年は3年遅れの辰年、2016年は3年遅れの巳年で、「辰巳天井」になる。

### 出遅れる地方創生、製造業を守り育てよ

ところで、まあまあ成功しているアベノミクスの中でやや出遅れている政策が地方創生だ。失われた3年間で地方は疲弊した。仕事がない場所では生活が出来ないから、人間はよりましな都市に移動する。ただでさえ少子高齢化で地方の居住人口が減っているところに、地方で工場閉鎖が相次いだのだから疲弊するのも当然だ。「経済のサービシ化・グローバル化は実は地方を疲弊させる」という公理が、再度証明されたに過ぎない。工場があつてこそその町の賑わいなのだ。

ここでは詳しく述べる頁数がないが、製造業は民主主義の基だ。製造業では多くの人が経済活動に貢献でき、その分け前にあずかれる。海外生産で同じだけ儲けたとしても、(あるいは金融で儲けたとしても) 資本家とその周辺の僅かな人間しか利益を享受できない。

格差を問題にしている人がいるが、格差の拡大は製造業を軽視した必然的結果なのだ。時代遅れと言われようが、古くさいと言われようが、「日本の文化を守り、社会を安定化させるためには、製造業を守り育てることが必要なのだ」と私はいたい。

## 青年経営者が京都試作ネット

試作品を共同受注、メンバーの得意技を結集

ここで、地方創生の二つの実例を取り上げよう。

一つは京都試作ネットだ。この組織の母体は京都機械金属中小企業青年連絡会（機青連）の有志がはじめたドラッカーの勉強会だった。月に一回ある勉強会は刺激的だったという。

「事業の目的は何か?」「金儲けに決まるとる!」と思うが、ドラッカーは「顧客の創造だ」という。目から鱗だった。

ロングテールというのも、一同が感激した理論だった。企業の売り上げは、2割に過ぎない優良な商品が8割の売り上げを占めている。だから売り上げが少ない8割の商品は捨てた方が良いと思えた。ところがドラッカーはその売れない8割を大事にしろと言う。しかもアマゾンが、あまり売れないロングテール部分の商品で商売が成り立つことを立証した。しかし、このタイプのビジネスにはITが不可欠だ。そこでITを必死で取り込んだ。「私たちは、ニッチの小さな需要をITを使いこなして積み上げて、利益を上げていけるかどうかを真剣に考えて取り組んでいるのです」。

また、勉強会ばかりでなく、お互いの工場を相互訪問し、「自社の強み」を徹底的に討論した。この勉強会の中から、しっかりした意志を持ったメンバー十社が集まって2001年に京都試作ネットが生まれた。「お客さんが要求しているも

のよりも、ちょっといいもの」を作る努力をしていますとのこと。初期に取り組んだのが、町家プレス。卓上に置けるぐらいのプレス機の開発をした。また卓上における射出成形機械、卓上旋盤……町家の中で試作品が作れるようにすべく、一連の自動機械なども開発した。

いずれにせよ、そんなことを努力しているうちにメンバー会社のレベルがどんどん上がった。「京都試作ネットは試作品を共同受注し、メンバーの得意技を結集して完成させ、メンバー社の受注拡大を図っていきましょうというのですが、今までの実績から年々受注が拡大しています。相互に技術研鑽（けんさん）をはかっていますので、その成果が出てメンバー企業がガサガサといろいろな表彰を受けるようになりました。最初の頃は、祝賀会のようなものを開いていましたが、最近は頻繁に受賞するので、祝賀会もいちいち開けないほどです」。

### 心臓シミュレーター開発

#### ものづくり日本大賞を受賞

現在の代表理事は竹田正俊さん。1973年生まれだ。日本の大学卒業後アメリカの大学に留学して、その当時はまだ目新しい三次元造形機を知った。その性能にすっかり感動した竹田さんは、帰国した2000年にクロスエフェクト社を設立し、当時日本では珍らしかった三次元造形機を使用した試作モデルのベンチャー企業をはじめ

めた。

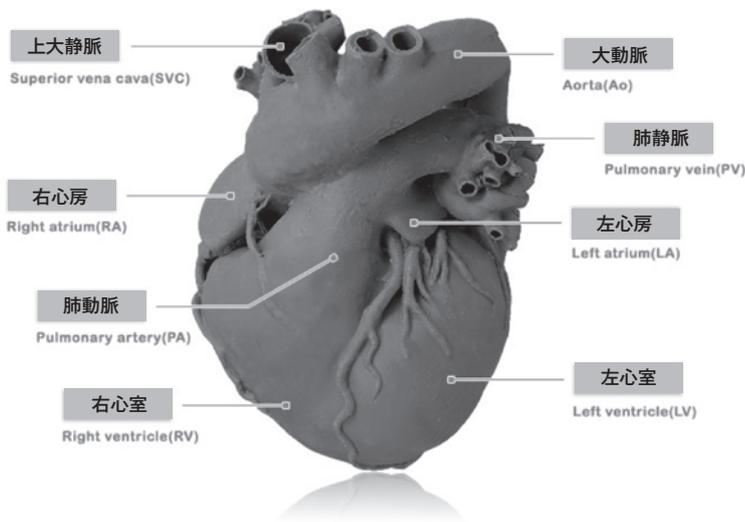
今では、同社の開発した心臓シミュレーターが第5回ものづくり日本大賞内閣総理大臣賞を受賞するまでになった。これはCTやMRIなどのデータを基に手術前に心臓のモデルを三次元造形機等で作り、疾患の位置関係を確認するためのもので、一度このような模型で確認しておけば手術がスムーズに実施できる。たしかに実際の心臓と同じ感触になるような材料を工夫していて、外科手術に大革命をもたらしたという話もうなずける。

京都試作ネットには、クロスエフェクトの他に二十数社のメンバーがいるが、ドラッカーの勉強会に真面目に参加していた人々がコアだから、審査が厳しく、新しいメンバーはなかなか参加を認めてもらえない。「私も発足当初からのメンバーではなかったものですが、加入を認められるまでに随分時間がかかりました。特に『志が高いかどうか』がポイントだったようです。先輩達は厳しいですが、後輩のわれわれに経営上のこと、技術的なこと、その他親切に教えてくれます。現在の自分をカタチづくっているのは、今まで自分が



クロスエフェクトの竹田正俊社長

成人正常モデル XC-01T (正面)



三次元光造形機でつくった心臓のモデル

出会った人の総和であると言われますが、京都試作ネットの中で、良き友、偉大な先輩方と関わり、学ばせていただいたご縁は自分にとっての宝物です。今後も京都試作ネットを軸にして、京都の製造業を盛り上げていきたいと思えます」と、竹田社長。

技術の高い企業群、丹後地方に集積

もう一つ紹介したいのが京丹後の企業群だ。京都といえば、「古都」のイメージが強烈すぎて

忘れられがちであるが、背中にあたる丹後地方は非常に高度な技術を有する企業の集積地域である。この地域発展のきっかけは、戦時中に大阪の富士計算機製作所(後の日本計算器)機械式加減乗除計算機メーカー)が疎開で峰山の地に移転して来たことによる。

日本計算器にはマイクロプロセッサの父と呼ばれる嶋正利氏らがいる、インテルと共同でCP U4004を完成させたり、また世界ではじめてLSIを用いたポケットサイズ電卓を開発したりした先駆的な企業であったが、激しい労働争議を経て倒産してしまった。

この倒産によって多くの電子技術者が地域の中小企業に職を求め、それが京丹後地域の機械・金属関係企業の技術水準を電子技術の消化能力を高める上で大きな役割を果たした。今日の丹後の金属・機械産業の中心となっているのが、峰山にある日進製作所である。

富士計算機で工場長をやっていた錦織米市氏が1946年に独立、創業した。設立当初は計算機とミシンの部品をやっていたが、その後二輪用のエンジン部品(ロッカーアーム)の生産をはじめ、更に四輪用に展開した。ホーニング盤という工作機械メーカーでもある。国内では700人ほどが働き、中国、タイなどに工

場を持つ世界企業だ。

この日進が丹後地域の機械工業を牽引し、技術面・経営面で大きな影響を与えてきた。

その中で育った代表例が(株)積進である。現社長である田中隆司氏は大学卒業後、日進製作所に就職し、3年半にわたり修業させてもらったが、日進を退職するに際し、部品加工の一部を分担させてもらう約束をもらった。これら部品の製造には高い加工精度が必要で、しかもコスト的に厳しい条件を課せられるため、同社の技術水準を引き上げることに大いに貢献した。今では、それらの加工で培われた技術を基盤に、半導体製造装置も製造している。本社工場は恒温室化(20度C管理)され、クリーンルーム(清浄度クラス100)もある。私も世界中の多くの工場を見てきたが、億円オーダーの機械を十数台も並べた中小企業は積進がはじめてだ。今は、高精度の工作機械を所有しているメリットを活かして航空機部品分野にも進出しているという。

田中社長はかつて丹後機械工業協同組合の理事長を務め、今も地域業界のリーダーとして活躍されている。

実は地域創生のためには、クロスエフェクトのような、あるいは積進のような「力があって、志の高いリーダー」が必要で、そのようなリーダーのもとで、はじめて難しいモノづくりへ向けて積極的なチャレンジが生きてくる。

地域創生の最大のポイントは製造業の振興と人づくりだ。

# 「ウエザーバケット」で農業技術の進歩に貢献 ―圃場設置型の気象観測ロボット、各地で活躍―



有限会社アグリウエザー代表取締役

● 横山 慎司

## 農業気象の専門会社を設立

農業生産現場では気象と言えば「天気予報」が最重要情報とされている。しかし、農業気象を専門分野として歩んで来た私は、圃場（ほじょう）の気象データから農業生産に直接役立つ情報は更に重要であると考えた。そこで圃場設置型の気象観測ロボットを開発し、そのデータを用いて農作物の生育・収量、病害発生予測などの情報の提供をライフワークにしたいと強く思った。弊社「有限会社アグリウエザー」を設立したのは平成6年4月（資本金300万円）で、早20年が経過する。「農業と気象の交差点を追求する」をスローガンに、現在も精力的に圃場を駆け回っている。

## 気象観測ロボット

### 「ウエザーバケット」を開発

圃場設置型の気象観測ロボットは無電源で、かつデータ転送を配線無しで行わねばならない。そ

のために開発したのがウエザーバケットである。ウエザーバケット（Weather Bucket）は株式会社エスイーシー（情報通信会社、函館市）との共同開発品である。Bucketは水がめの意味で、作物には無くてはならない水のように、この装置も生産者にとつての水になって欲しいとの願いから名付けた。

ウエザーバケットの特徴は①センサー一体型（気温、湿度、雨量、日射、風向・風速、気圧、地温）で小型軽量であるため設置が容易②太陽電池駆動（単三形充電式ニッケル水素電池により蓄電）であるため動作コストはゼロ③特定小電力無線によるデータ転送のため通信コストもゼロで、とても優れた気象観測ロボットだ。これまでの販売実績は約500台だが、その主な納入先は大学・研究機関（農業、環境分野）、市町村（防災、教育分野）、農協等である。目標に据えている農業生産者への販売はまだ多くはない。

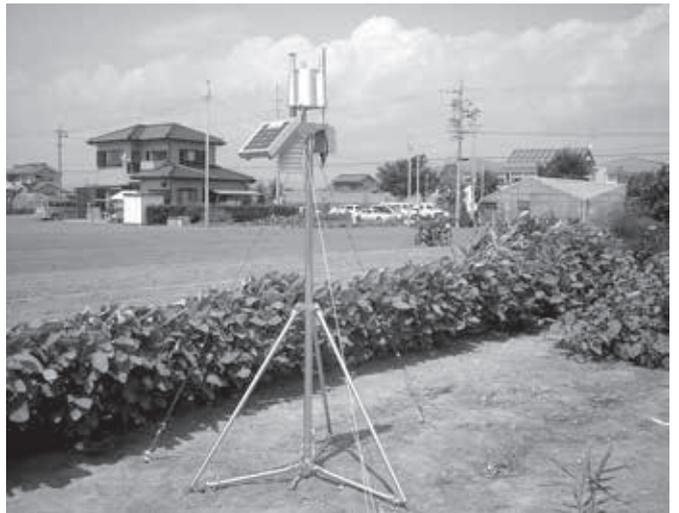


北海道のジャガイモ畑に設置されたウエザーバケット。センサーを備え、小型で軽量なため簡単に設置できる

## 解析情報を地元農業者と共に作成

弊社はウエザーバケットの販売と同時に、気象データと各種の生産関連データの関係を解析するのが本業である。そのため地元から生育データや病害発生データを提供していただき、関係者と協力して情報化することに力を注いでいる。

例えば、帯広市農業技術センターの「畑作物作付け開始適期予測」、J Aきたみらいの「融雪促進適期予測」、J A石見沢の「乾田直播播種開始適期予測」は幾度も協議・推敲して完成させた情報である。いずれもウエザーバケットの実測値と一週間先程度までの気象予測を用いて農業気象解



ウエザーバケット。静岡県浜松市で

析情報として生産者へ提供している。  
 このような地元農業者と連携して生み出した情報は生産者から非常に評判が良く、農作業の工程を組み立てるために必要不可欠なものとなっている。情報とは「与えられるものではなく、自ら作っていくもの」と考えている。そうでなければ農業技術の進歩はありえない。

◆◆◆  
**気象メッシュで圃場ごとの気象を管理**

トレーサビリティなど農産物の安全性や品質に対する消費者の関心の高まりに応じて施肥や農薬、生育や収量を圃場ごとに管理しなければならぬ時代となった。これらは全て気象条件に影響されるものであり、圃場ごとの気象の相違を把握

することが重要である。

そこでJA岩見沢では市内13カ所のウエザーバケットのデータから50㍍ごとの気象メッシュを計算し、圃場ごとの解析情報を提供するシステムを構築した。気象メッシュとは複数の観測点の実測値から観測点の無い土地の気象値をその地形条件（標高、傾斜方向とその角度、起伏量など）から推定する計算手法である。畑作地帯の帯広市、美深町、JA本別では250㍍気象メッシュの解析情報システムが既に稼働している。

◆◆◆  
**地道な試行錯誤で磨かれる農業生産技術**

美味しいものを作る生産技能は試行錯誤の連続が伴うものである。しかし、工業製品のように何百回、何千回と試すことは農業では不可能である。1年に1回しか試行できず、しかも一生かかってもせいぜい数十回程度が限度である。その中でトップの生産技能を身に付けることは至難の業と言えよう。

しかし、年に一度のチャンスから多くのこと、数年分に匹敵するようなことを学ぶのは可能である。その方法はデータを基に考えることである。作物の成長の記録や農薬管理等の記録をしっかりと取り、その年の気象データと比較しながら、次年度

の計画を立てる。猛暑の年の場合はどうすべきか。豪雨の対策はどうすべきか。生産過程におけるマ

イナス条件を想定し、その対処法を常に考え、実際に試行して経験を積む、そんな地道な活動と努力が必要である。そして努力は必ずや報われるものと信じる。いずれ、消費者の「美味しい」という言葉と笑顔によって報われるはずである。その願いは私も同じである。最後に、農業生産の技能は気象データによって更に研ぎ澄まされ、次世代へ継承される確固たる技術となる。それを私は信じている。

岩見沢市農業気象サービス

MENU TOP 気象観測情報 農業気象解析情報 気象情報利用にあたっての留意事項

農業気象解析情報

- 旬別気象特性評価
- 圃場登録
- 小麦の穂発芽(低アミロ耐性)予測 情報提供期間:7月下旬~8月中旬
- 小麦の出穂期・成熟期予測 情報提供期間:5月下旬~8月中旬
- 小麦の収量予測 情報提供期間:6月上旬~8月上旬
- 水稲の葉いもち病発生予測 情報提供期間:6月下旬~8月上旬
- 水稲のカメムシ成虫最盛期予測 情報提供期間:6月上旬~8月下旬
- 水稲の幼穂形成期・出穂期・成熟期予測 情報提供期間:6月上旬~9月上旬
- 水稲の収量予測 情報提供期間:8月上旬~9月上旬
- 玉葱の病害予測(べと病と灰色かび病) 情報提供期間:6月上旬~8月下旬
- 玉葱の軟腐病予測 情報提供期間:7月中旬~8月上旬
- 乾田直播のための地表面温度と土壌水分量情報 情報提供期間:5月中旬~9月下旬

農業気象サービス スマートフォン版

農業気象解析情報：JA岩見沢のシステム（平成25年4月開始）の情報メニュー

# 南部鉄器の伝統守り、オンラインワン企業へ —及源鑄造、地場産業の質高め、地域にも貢献—



及源鑄造株式会社代表取締役

● 及川 久仁子

岩手の伝統工芸品・南部鉄器  
創業から160年余りの及源鑄造

南部鉄器は岩手県の地場産業で、1975年通産大臣（現経済産業大臣）指定の伝統的工芸品に指定されています。平安時代、奥州平泉の祖である藤原清衡が江刺郡豊田城（奥州市江刺区岩谷堂餅田）に江州（今の滋賀県）より鑄物師を招

き、同地にて鑄造を始めたことに始まると言われ、1126年には中尊寺落慶記念梵鐘（ぼんしょう）を鑄造しています。

江戸時代に、気仙郡より江刺郡田茂山（奥州市水沢区羽田町）に移住してきた及川掃部頼重の子喜右衛門が鑄物師となり、北上山系の砂鉄や粘土、北上川の砂を使って鑄物業を起こし、中興の祖と讃えられています。及源鑄造は1852年（嘉永5年）及川源十郎によって創業。

明治、大正時代は「及川源十郎鑄造所」として、鉄道開通以後の北海道・東北各地にも販路を広げていきました。

昭和初期には、鍋釜は鉄器以外の金属製品に押され生産が停滞したものの、鉄器の増産を図るために、伝統的な焼型造型法に加えて、近代的な生型造型法を導入しました。昭和22年5月に及源鑄造株式会社として法人化。平成25年度3



南部鉄器の製造工程の一つで、溶かした鉄を「生型」に入れる注湯作業の様子

月期で従業員は68名。資本金は9000万円です。「タミさんのパン焼器」が大ヒット  
販促用ツールのレシピ付ける

及源鑄造は、昭和40年代に外部デザイナーの登用及び自社デザイナーの育成を始め、高度経済成長の時代にもとすれば民芸品・置物と思われがちな南部鉄器をデザインの手で支えました。

彼らにデザインされた多くの鉄器はグッドデザイン賞、Gマークロングライフデザイン賞を受賞しています。その「創造」の伝統は、商品企画、ものづくり、伝統の継承事業等にも引き継がれ、OIGENスタッフの最大の特徴となっています。

及源鑄造の商品開発の大きな転機となった「タミさんのパン焼器」は1999年に発売されました。このパン焼器は、私の母方の祖母（大正3年生まれ、100歳）が戦後使っていたジュラルミン製のパン焼き器を鉄器で復元したものです。発売当時、主力取引先である百貨店や問屋は、海外商品の輸入に懸命であり、バイヤーはベテランから若手に切り替わっていききました。若手バイヤーは伝統工芸品をよく知らず海外商品に熱心でしたので、苦難の時代でした。

そこで、「タミさんのパン焼器」には南部鉄器業界始まって以来のしっかりしたレシピを付け、若手バイヤーがレシピを販促ツールとして持ち歩けるようにし、さらに70年前のタミさんの時代背景を易しい文章にし、カタログ通販で物語を語りながら鉄器を売るといふ新しい試みを行い、大成いたしました。

◆◆◆  
「上等鍋」を発売、フライパンを製作  
海外の見本市にも出展、高い評価

2006年に特許を取得した「上等鍋」の販売を本格的に開始しました。その鍋の開発には専務の及川秀春が7年ほどの年月をかけておりすが、初めは南部鉄瓶のサビを防ぐ高品質の酸化皮膜の研究からでした。

それが成功し、鍋に応用することを考えた際、酸化皮膜の付いた鍋の油なじみの良さや表面温度の高さから「フライパン」を作ることになりました。全く塗装を行わないということは、鍋の素肌が美しく、仕上げ方法も美しくないといけません。工場の技はそれに耐えうるものでした。東京の料理研究家にフライパンのサンプルを渡し、使用感をお聞きしましたところ、最高級のお褒めの言葉をいただきました、その後、何人かのモニターテストを行いました。予想以上の反応でした。



大成功した「タミさんのパン焼器」。及川社長の母方の祖母が戦後使っていたジュラルミン製のパン焼き器を南部鉄器で復元した



上等鍋のフライパン。ドイツで開かれる世界的な見本市にも出展し、高い評価を受けた

2007年に「上等鍋」で経営革新法の支援を受けた際に、「笑えるたまご委員会」なるプロジェクトチームをデザイナーやマーケティングサーチ専門家、料理研究家、webデザイナーで作り、行政のアドバイザーとジェトロのアドバイザーを加えて、「上等鍋の販売戦略」を作り上げました。

「上等鍋」は全く化学物質を使っていないことから、環境や健康にこだわったマーケティングに販売することを試すことになり、ドイツで開催されるオーガニックの世界的な見本市に2年続けて出展しました。海外での評判は良かったものの、流通が確立されていない状態であり、輸出まで結びつきませんでした。国内の有名通販やオーガニック系の通販での販売はスタートしました。

しかし、「上等鍋」は環境に優しいことを打ち出せば打ち出すほど、今までの南部鉄器のマーケティングを壊すことが考えられたため、流通に流すことはせず、輸出や自社webでの販売を主としています。（※南部

鉄器は国内の食品衛生基準を満たしております）

2007年、弊社は経済産業省の「元気なモノ作り中小企業300社」に選定され、また経済産業省第2回モノづくり日本大賞東北経済産業局長賞を頂いていま

す。2014年には「上等鍋」の質をさらに上げた「ナチュラルオイルフィニッシュ鍋」がJST復興促進プログラムの支援を受けて完成し、海外への直接輸出を進めています。

◆◆◆  
後継者確保に課題も  
「日本文化の継承」に誇り

一方、鉄器を製造する後継者については、多くの伝統産業の産地と同様に募集に対して若者が集まりにくい状況です。近くに誘致企業もあり、いろいろな面で苦戦を強いられています。私どもは条件面でなかなか優位には立てませんが、モノづくりの面白さや企業のユニークさを共有できる人材を確保すべく「OIGEN」というブランドをオンリーワンにしていこうと思っています。

そのために、問屋や商社に頼った販売方法から、お客様の声を聞き、マーケティングができる直売に近い販売方法をwebや工場直売所でスタートし、品質の良さとデザイン性が最も試されるプロのシェフマーケティングにトライしています。これはメーカーにとって実力が試される場ですが、「創造」を発揮できるマーケティングでもあります。ここに楽しさを感じていただける若者を募集している毎日です。

地域へはまずもって、「地場産業の質を高めながら継続していること」で貢献を果たしているものと考えます。決して作業環境が良いとは言えず、福利厚生が良い状況でもありませんが、「日本文化の継承に誇りを持って取り組んでいるその毎日」こそ、社会と日本国への貢献だと思っています。

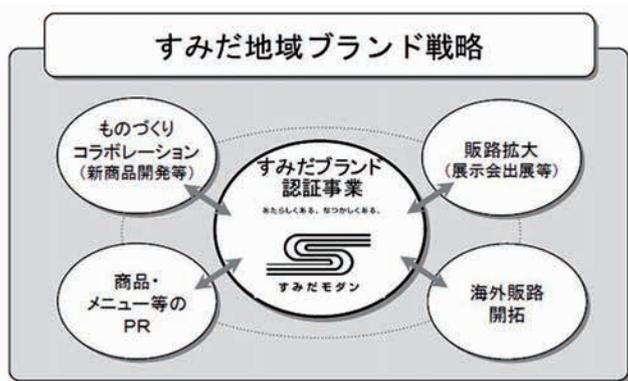
# 地場産業の活性化に向け、ブランド戦略を推進 — 個性的な商品、「すみだモダン」に認証、普及を図る —



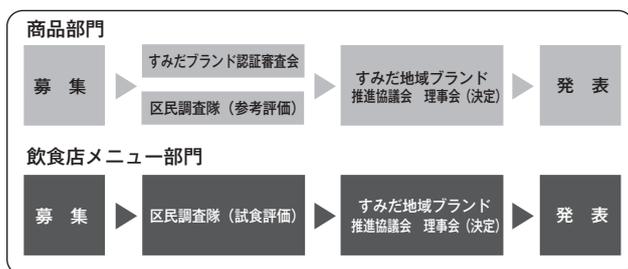
墨田区産業観光部産業経済課長 ● 郡司 剛英

下町人情の街、製造業が集積

墨田区は東京東部に位置し、隅田川と荒川に挟まれた、東京23区の中でも比較的小さな自治体である。



すみだ地域ブランド戦略概略図



すみだモダン認証までの流れ

例年多くの人で賑わう隅田川花火大会をはじめ、国技館や江戸東京博物館など、江戸以来の魅力ある歴史と伝統文化が色濃く残る下町人情の街であり、江戸庶民文化の発祥地。さらに葛飾北斎や勝海舟など歴史上の人物ゆかりの地でもあり、握り寿司やちゃんこ鍋などに代表される食文化も

とても豊かな地域である。

一方、江戸の伝統を現代に伝える熟練の手わざが生き続けるとともに、明治に日本の近代軽工業が発祥して以来、製造業が集積・発展し、現在もさまざまな業種の中小企業が集中する「ものづくりのまち」でもある。

精工舎、鐘ヶ淵紡績、ライオン歯磨、花王石鹸など、今では社名が変わったものもあるが、誰もが知る有名企業がこの地で生まれた。そして、「ここでは「朝起きてから夜寝るまで」、私たち

の身の回りのあらゆるものが作られてきた。産業的に総括すると、区の南部ではニットを中心とした繊維製品、皮革やガラスなどのファッション関連産業が、一方、北部ではメッキ、金型、ゴム、プラスチックなどの機械金属関連の産業が集積している。

産業が空洞化、危機感高まる

「すみだ地域ブランド戦略」スタート

しかしながら近年、国内産業が加速度的に空洞化した影響を受け、区内製造業の数は一貫して減り続けており、「ものづくりのまち」のアイデンティティが失われつつあるという危機感が高まっていた。

そんな中、新たな産業の柱としての東京スカイツリー®の誘致決定は非常にインパクトのある出来事だった。墨田区では、これを大きなチャンスと捉え、すみだの魅力を広く発信し、すみだの知名度やイメージをより高めていくことを目指し、2009年、官民で構成する「すみだ地域ブランド推進協議会」を立ち上げ、「すみだ地域ブランド戦略」をスタートした。これにより、すみだのブランド価値を確立し、ものづくり産業の復興と新たな分野に挑戦する多くの事業者を輩出することで地域産業を活性化していこうとしたのである。

「すみだモダン」のブランド確立へ  
商品や飲食店メニューを認証、各種特典

この取り組みの中核をなすのが「すみだモダンブランド認証事業」であり、「あたらしくあ



「すみだモダン 2013」認証商品・飲食店メニュー展示会の様子

る。なつかしくある。」の基本コンセプトのもと、すみだならではの個性を持った商品や飲食店メニューを「すみだモダン」として認証している。すみだモダンの認証基準としては、①ブランド価値規定との合致（＝すみだらしさ）、②ブランド力向上への貢献度、③独自性、④信頼性・品質、⑤理念・姿勢・背景の5点を定め、この認証基準のもとに、区民調査隊の評価と、外部有識者からなる審査会を経て、「すみだ地域ブランド推進協議会」の理事会により決定される。2010年度の事業開始から、これまでの5年間で81点の商品および30点の飲食店メニューが認証されている。認証された商品・飲食店メニューは区が実施する展示会や雑誌に掲載し、カタログ作成時にもPRを行うほか、「すみだモダン」認証マークの使用、東京スカイツリータウン®・東京ソラマチ®

内にある「産業観光プラザすみだまち処」で優先的な取り扱いを行うなどの特典がある。

### ◆◆◆ 小規模事業者がデザイナーなどとコラボ市場に新風、150以上の商品生み出す

すみだの地域ブランド戦略が特徴的なのは、区内事業者とクリエイター・デザイナーが手を組み、新商品の開発や商品コンサルティング等を行う「ものづくりコラボレーション」事業も、同時並行で行っているところにある。区内の事業者の多くは社員10人以下の小規模工場が多く、確かな技術を持ちながらも実情は大手企業からの下請けに甘んじている場合がほとんどである。

したがって、こうした企業が独自に付加価値の高い自社ブランドを持つことは容易なことではない。しかし、これらの高い技術力を持つすみだの事業者と、日本

を代表するクリエイター・デザイナー（＝コラボレーター）がそれぞれの個性をぶつけ合い、自社ブランド商品の企画・開発を行うことができればきっと素晴らしいものが出来るに違いない。こうした想い

から開始した「ものづくりコラボレーション」事業により、現在までに150点以上の試作品を含む商品が誕生しており、この事業を通じて、すみだのものがづくりが新しい感性に出会い、市場に新しい風を吹き込むといった非常に良いサイクルを生み出していると感じている。

### ◆◆◆ すみだブランド、海外にも進出 観光とものづくりの融合めざす

そして更には、これらの事業で認証され、あるいは開発された商品が、ここに来て国内のみならず海外まで進出し始めている。2013年度にはパリの有名セレクトショップで販売されるまでになった商品も出始めた。また、今年度は台湾デザイナーセンターの招きで、台湾・台北市で「すみだモダン」に関する講演を行ったほか、台北市内のショップで展示販売を行うなど、日本の文化や技術に関心のある外国人向けにもPRを展開している。

2012年の東京スカイツリー開業を経て、すみだは多くの観光客を集める国際観光都市への一歩を踏み出した。そして今後は2016年度の「すみだ北斎美術館」の開設、2020年の東京オリピック・パラリンピック開催など大きなイベントが目白押しとなっている。そんな中でも、すみだ地域ブランド戦略事業を通して観光とものづくりの融合を進め、すみだを訪れてみたくなる、すみだで生まれるものをほしくなる、そして何よりすみだに住んでいることが誇りとなる、そういう街を実現していかなければならないと強く考えている。

# 世界一軽い天女の羽衣で繊維業界に新風

## ―天池合織、ものづくりは「感謝の心」―



天池合織株式会社代表取締役社長

● 天池 源受

◆◆◆  
世界一薄い産業資材の開発依頼  
取引先のおおりで経営危機に

2002年（平成14年）、大手原系メーカーから当社に次のような開発の話が持ち込まれた。それは世界一細い7デニール（9000円で7ダラの糸の太さ）のポリエステル糸を使って、世界一薄い産業資材を織り上げてほしいという依頼であった。

2003年に開発は完成し、工場と織機を設備投資、この産業資材（プラズマTVの電磁波シールド）の量産に入ってから半年後、大手原系メーカーが経営不振に陥り、産業再生機構が入ることとなった。その半年後の2004年にそのメーカーの株式売却による経営権移転で世界一薄い産業資材の生産計画は白紙になった。これにより、わが社は銀行借入れが返済不能になるという経営危機に立たされた。

◆◆◆  
自社販売に切り替え  
「天女の羽衣」がスタート

これを機に、この技術を活かして自社販売に切り替えることを決意し、銀行には借り替えによる1年の返済猶予を取り付け、下請け業態から初めての自販業態へと転換することとなった。

産業資材では取引のパイプも無く、今までのファッションの業界を回ったが、あつと言う間の1年が過ぎて、ようやくまとまった量の販売が決まり、外部の染色加工場に加工を依頼したが、何処もこの桁違いの薄さの織物にはギブアップし、県内外の7社の染色加工場に断られて、染色の壁

と向かい合うことになる。

少量生産の手作業が多い試作機では出来ていた染色も量産が出来ないので仕事にならず、石川県工業試験場や色々な機関に相談に行った。結果はどこにも染色加工していただけないのであれば自分で染色機を導入するしかないという結論になった。この問題に関しても色々と言をいただき、助成金とそれを担保に政府系金融機関の支援に助けられ、染色加工機を導入し、この染色開発が成功することで2007年（平成19年）2月、「天女の羽衣」の生産がようやくスタートできることになった。

そして同年3月、JETROミラノ展に参加させていただき、イタリアの有名トップメゾンから直接、海外では初のオーダーを受け、この年の初めに染色機を導入して初めての受注生産になった。

これをきっかけに、貿易もJETROの専門家に教えていただき、またJETROの貿易実務講習会で習い、直接輸出が出来るようになった。

◆◆◆  
天女の羽衣を中心に事業展開

生産部門は原糸加工から経糸準備・製織・染色・縫製と最終製品まで社内で一貫管理した生産を行っている。特に「天女の羽衣」は一般的な織物技術ではなく、どの工程も設備を専用で改造しており、特化された設備となっている。

開発部門は、社内でテキスタイルデザイン・商品開発を実施。また、外部とは伝統工芸とのコラボレーションで加賀友禅作家や加賀刺繍（ししゅ



手描き加賀友禅の孔雀柄スカーフ



天池合織の社員ら。本社社屋の前で



織物の製織工場

う)作家との製品開発、石川・東京・フランスの服飾デザイナーとのドレス開発を行っているほか、福井・京都・大阪・東京の加工協力工場にも助けられ、常に新しい商品を生み出している。

さらに販売部門では現在、イタリアとフランスに在住の日本人とエージェント契約して販売しており、大手の有名メゾンなど欧州では60社以上の会社と直接取引をしている。

国内では、大手百貨店の(株)三越伊勢丹(日本橋、銀座、新宿など)や銀座和光で販売し、石川県でも金沢兼六園隣接の石川県伝統産業工芸館や大和百貨店、名鉄エムザ百貨店、和倉温泉「加賀屋」、七尾市の「ギャラリー葦」と取引をしている。

◆◆◆  
地域への貢献も重視

一方、当社では地域貢献活動にも積極的に取り組んでいる。例えば「いしかわ子ども交流センター」の七尾館、金沢館に「天女の羽衣」の出張展示を行っているほか、①小学校からの工場見学の受け入れ②大学の国際ビジネスリーダー講座での講義—などを実施。また、学会や組合等の団体で海外進出の経験について講演した。

このほか、新卒採用やキャリア採用でも地域の人材の雇用を優先するとともに、定年制がなく、技術とキャリアを重視した生涯雇用を行っている。

◆◆◆  
お客様に感謝し、より良い製品づくりを

今後の会社運営に当たっては、企業理念を「自己を高め、お客様に感謝し、感動を伝えるものづくりをする」と掲げて、自分を磨き、お客様に感謝しながら仕事をすることを、感動を伝える仕事をすることを、それが出来ることで社会貢献となる意味などを用意しつつ、ものづくりをしていく方針だ。

戦後、繊維業界は大手原糸

メーカーや大手商社の傘下で技術競争を行ってきたが、技術が確立されて成熟期に入り、次はコスト競争となり、ついにはコストの安いアジアの新興国に生産が移っていった。

ほとんどの生産が海外に移転する中で、海外進出できない我々中小企業は長年築いてきた高い技術力で国内生産を維持し、海外に真似の出来ない技術で、コスト高でも付加価値で販売できる製品に特化していった。

そして、高い付加価値を求める顧客を日本だけではなく世界に求めることで需要を確保し、海外に直接販売することで間接経費を抑え、海外の消費者が日本の良い製品を安く購入できるようにして販売数を増やし外貨を稼ぐ。ひいてはそれが日本の利益になると考えている。

当社では、まだ人手と設備が不足しており、生産が追い付かない状況だが、更に若手のレベルを上げて開発を進め、商品の質を向上させていく計画だ。

石川県のある百貨店の催事でのことだった。若い娘さんがどのスカーフにするか迷っている様子だったので聞いてみると、ようやく貯めたお小遣いでお母さんにプレゼントしようとしてスカーフを買いに来たことだった。割と高額なスカーフで、この娘さんにとっては大変だろうと思うと胸が熱くなった。

お母さんへのプレゼントのために当社の商品を信じて買っていただけに感謝し、こうしたお客様のためにより良い製品づくりをしなければならぬという大きな責任を感じた時間だった。

# 新幹線の快適な乗り心地、「ばね」で実現 —丸上製作所、新幹線開業以来50年、共に歩む—

株式会社丸上製作所代表取締役社長 ● 小松 義博

## 丸上製作所の生い立ち

当社は明治39年に丸上小松製糸所として創業しました。創業当初から昭和18年までは繭から糸をとる製糸業を生業としていました。

第2次世界大戦のとき、多くの企業が、国の施策で軍需工場に転換した中で、当社も社名を丸上製作所に改め、当時、愛知県豊川市にありました



新幹線車両に使われる「軸ばね」と小松社長

海軍工廠（こうしょう）に機関銃、機関砲用の「ばね」を納めるようになったのが現在のばね造りの始まりです。

終戦後、船舶のディーゼルエンジン用の「ばね」と、鉄道の車両用の「ばね」の製造を2本柱としてばね造りで事業を継続してきました。戦後70年経つ、現在も続けています。

## 東海道新幹線とのかかわり

東海道新幹線は開業して50周年になりましたが、明治時代に鉄道が日本に導入され、その後、明治、大正、昭和と日本で育った鉄道技術を、新幹線を担当した当時の技術者が高速対応に応用開発し、テストを繰り返し、世界に誇れる、安全かつ正確で経済的な新幹線システムに構築し、実用化したものだと考えます。

当社は戦後、鉄道に「ばね」を納入していましたが、その流れで新幹線車両に使われる「軸ばね」とレールを枕木に固定する締結装置に使用する

「板ばね」の二つを開業当初から現在まで50年間納入しています。

当社で造る二つの「ばね」は、日本の製鋼メーカーが造る、世界最高品質の「ばね用鋼材」を使用し、加工して熱処理によって命を吹き込み、「軸ばね」と「板ばね」にします。「軸ばね」は簡単に言いますと、自動車というところのサスペンション用の「ばね」で、振動を吸収して乗り心地を良くする役目を持っています。

もう一つのレール締結装置に使用する「板ばね」は皆さんがあまり「ばね」と認識していないものですが、レールを枕木に固定する部品です。これは左右2本のレールを枕木に固定し、軌間（レール間）の保持を行うとともに、車両から軌道に伝わる荷重および振動に抵抗し、下部構造に伝達する役目を持っています。

## 新幹線と共に「ばね」も進化

新幹線は0系からN700系に進化するとともに「軸ばね」も変わって来ています。

0系、100系の軸ばねは、私どもが造る金属ばねが2重になったものを使っていました。300系以降は外側だけ「金属ばね」を使い、内側に「積層ゴム製のばね」を使うようになりました。

これは、時代が進み、乗り心地等を解析してより乗り心地を改善するには横方向の揺れにも対処する必要から、横方向は内側の「積層ゴム製のばね」で対応します。外側の「金属ばね」も材料が少しずつ太くなり、高速化に対処しています。締結装置に使われる「板ばね」は、開業当時から



レールを枕木に固定する締結装置に使用される「板ばね」(レールをボルトで固定している部品)。左側はボルトを外した状態の板ばね



小学校で講演する先代社長の故小松喜一郎氏

ら「のぞみ」が走る前までは3種類の「板ばね」を組み合わせて使っていました。その後、「のぞみ」の高速化に向けて3種類を一つの形状にして締結力を増したタイプに鉄道総合研究所が設計変更し、当社が試作に協力し、試験敷設をした上で採用されました。

### ◆◆◆ 「人」が支える新幹線の安全神話

最近、テレビの特別番組などで取り上げていただいていますので、皆さんもご覧になられたかと思いますが、新幹線の時間に正確で安全という神話は決して一朝一夕には出来なかつた訳で、日本人の緻密で真面目な人間性の集大成だと私は思います。

特に時間については国民性が良く表れていると海外に行ってみますと思いい知らされます。また、

新幹線の安全運行を維持するため、毎日、終電が通ったあと、始発前までの数時間に東京から新大阪までのどこかで3000人以上の方がメンテナンスに携わっています。車両についても厳しい、2重3重の安全確認が検査で実行されています。

当社はメンテナンスに必要な「ばね」もずっと供給し続けて来ました。私ども部品を供給する者も含め、新幹線に携わる方が、「人の命を運ぶ」という重い責任を感じながら作業をしています。そういった思いで50年という長い歴史を積み重ねることで、新幹線の安全神話が生まれたのだと思っています。

日本の新幹線システムは海外では台湾新幹線に採用されています。当社は世界に誇れる新幹線システムの一員としてこの安全で正確で経済的な高速鉄道が世界中で採用されるようになることを強く望んでいます。

### ◆◆◆ 地域にも貢献、体験学習を受け入れ

当社は地元商工会議所の会員として地域の「物づくり」に貢献すべく、「物づくり展示会」等に出品したり、地元小・中学校で「ばね造り」に関する授業をしたり、体験学習を受け入れています。「物づくりは人づくり」との名言を残された西島(株)の故西島篤師氏の思いに少しでも応えることが出来ればと考えています。

それには、まず、当社の従業員とその家族が幸福になるように導くことが一番の近道とさせていただきます。

### ◆◆◆ 誠心誠意、完璧な製品づくり

このように丸上製作所は50年間にわたり新幹線の快適で安全な走行を支える「ばね」を納入してきましたが、今後も旅行やビジネスで新幹線を利用する乗客の皆さんが安全についての不安を何も考えず、安心して乗っていただけるよう誠心誠意、心を込めて間違いの無い、完璧な製品を造ってきたいと思っています。

#### 【会社概要】

- 資本金 3000万円
- 従業員 100人
- 本社 愛知県豊川市御津町佐脇浜二号地1番19
- 事業内容 金属ばね製造(鉄道車両・建設機械・船舶機関などに使用するコイルばね、レール締結用板ばね、その他様々なばねの製造) 磨き棒鋼加工

# 原付バイクのナンバープレート製造通じ、活性化に寄与

## ― 単守金属工業、100カ所手掛ける ―



単守金属工業株式会社 代表取締役 ● 単守 佳之

画期的なナンバープレート「雲」をイメージ、松山市が新タイプ導入

2007年7月2日は、日本のナンバープレートの歴史においてとても重要な一日かもしれません。この日、交付開始となったのが、弊社「単守金属工業」が製造した愛媛県松山市の新しい原付



単守金属工業の本社社屋。同社は自動車のナンバープレートを中心に原付ナンバープレートや工業用銘板、ネームプレートなどを製造している

バイク用のナンバープレートです。ナンバープレートと聞くと、通常は長方形などの角ばったものを連想しますが、雲をイメージしたというそのかた

ちは、なんと曲線のみを採用し、大胆にも左右上下非対称といった世界的にも類を見ない形状でした。まさか、このプレートが数年後にブームを巻き起こすとは、そのとき誰も予想しませんでした。

誕生のきっかけは地域振興・観光振興です。全国的に有名な道後温泉ですが、アンケートから、意外にもそれが松山市にあることが知られていないことがわかったといえます。そして、道後松山市と認識してもらおうものひとつとして、ナンバープレートの可能性が期待されました。

最初は、自治体名の表示を変更するだけの予定でした。しかし、松山市のプロジェクトチームが国に問い合わせたところ、総排気量125CC以下の原付バイクのナンバープレートは、市が条例で決めて形状を変えられることがわかったといえます。

ところで、松山市は『坂の上の雲』のまちづくりを展開しています。既存の地域資源を最大限活用し、司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』の3人の主人公たちのように夢や希望を持ちながら、官民

一体となって「物語」が感じられるまちを目指す。それが全国初の取り組み、「小説を活かしたまちづくり」です。また、それを進めるため掲げたのが、「フィールドミュージアム構想」で、小説ゆかりの地などが点在する市内全域を「屋根のない博物館」と捉え、回遊性の高い物語のあるまちを目指しています。

そうした取り組みがあるまちですから、「雲」以外、選択肢はなかったといえます。

### ナンバープレートの新しい役割 地域振興や一体感醸成も

大正3年創業の弊社は、おかげさまで2014年、100周年を迎えることができました。草創期は、自転車をはじめとする金属製鑑札を製造。鑑札とは、いわゆるナンバープレートのことで、時代とともに、自転車からバイク、自動車へと変遷。弊社のものづくりの歴史はナンバープレートとともにあると言えるでしょう。

この間、飛躍的に進歩した車社会とは対照的に、ナンバープレートはいつの時代もシンプルにその役割を果たしてきました。しかし、「雲のかたち」のナンバープレートは、視認性・判読性といった必須事項に、デザイン性が加わることで、安全で安心な交通行政を支えるのみならず、地域振興や地域のつながり、一体感をもたらす存在となったのです。

当時の松山市長は、記者会見でこう話しています。「地域の人に親しんでいただいでこそ初めて、松山を訪れる人々にもその魅力が伝わります。そこで松山の魅力を再認識し、まちの活性化を目指



オリジナルナンバープレート製造の様子。オリジナルナンバープレートは形状や文字、数字の大きさなど自由度が高い。それだけに工程数も多く、ほとんどが手作業になる



広島市のオリジナルナンバープレート交付当日、早速社用車のプレートも交換した。鳩の部分はエンボス（浮き出し）加工されている

す意味からナンバープレートの上段に『道後・松山市』と表示しました」と。雲のかたちのナンバープレートには、地域振興や観光振興の面だけでなく、同時に郷土愛や市民としての誇りを育むこと、地域の一体感の醸成などの効果も期待されていたのでした。

松山市のような原付ナンバープレートのことを我々はオリジナルナンバープレート（以下ONP）と呼んでいます。自動車のご当地ナンバーは地域名表示に限定されていますが、ONPは、形状が独自であったり、絵柄が入っていたりと、まさに百花繚乱。松山市も当初は自動車のご当地ナンバーの導入を検討していたようですが、費用対効果からONPの採用となりました。その登場から7年。現在、全国の2割弱にあたる320を超える自治体が導入を決めています。

このうち弊社は、前述のように松山市をはじめ、富士山型（御殿場市など11市町村）など約100カ所のONPを製造しており、この分野では最も大きいシェアを占めています。

### ◆◆◆ 普遍性あるデザインを

ONPは、地域ならではの原風景や特産物、文化、生活、自慢などを表現した、いわばまちのシンボルであり、たくさんの思いや期待が詰まったナンバープレートなのです。

2014年8月、ようやく我が広島市でも、平和の象徴である鳩がデザインされたONPが導入されました。しかし、それから3カ月経ち、市内で見かけたのはわずかに数台。自治体にもよるでしょうが、普及のスピードは決して速くありません。何年も何年もかけてじわじわとまちに広がっていくようです。

トキキャラクターや、ゆるキャラがブームですが、それらをお手軽に配したようなデザインが、果たしてまちのシンボルといえるのでしょうか？ 10年先の市民に受け入れられるのでしょうか？

ONPの目標が、世に出すことではないなら、それは単なる自己満足に過ぎません。わがまちのシンボルを、そのまちの人たちが時間をかけて練り上げ、完成させ、そして発信する。また、そのなかで、まちのアイデンティティを再認識していく。ONPは、そうした一連の流れを伴うべきなのです。

当時の松山市長の考えに「既成概念にとらわれず、やってやろう。できないのではなく、できるように」というのがあったと聞きました。松山市のブレイクスルーのおかげで、ONPというジャンルが誕生し、そのブームはいま定着しつつあります。

### ◆◆◆ 地域の活性化への貢献めざす

以前より弊社は「ナンバープレートの製造を通して、安全で安心な車社会に貢献する」という理念を掲げておりましたが、ONPの登場により、「地域活性化につながる新しい社会価値の創造に貢献」という文言を追加いたしました。我々にはONPを大事に育てていく使命があります。我々は松山市が切り開いた道を伸ばしていかなければいけない。地域の発展はすなわち弊社の発展です。今後も事業の公共性、社会的使命をよりいっそう自覚し、さらなる技術と品質の向上に努めていきたいと考えております。

# 廃プラスチックを再利用、「エコマウッド」開発 —多用途の新建材、循環型社会の実現めざす—

株式会社エコマ代表取締役社長 ● 石田 康雄

## 循環型商品「エコマウッド」

「限りある資源を大切に」をテーマに循環型社会の実現に貢献するため、廃プラスチックを再利用して開発、当社が平成13年（2001年）から販売を始めた新建材が「エコマウッド」です。



日本経済新聞社主催の建築建材展の様子

この「エコマウッド」は外観が木材に近いため自然景観にマッチし、ウッドデッキやルーバー等のエクステリア材、浮桟橋のデッキ材、公園のベンチや防護柵、屋上緑化の見切り材などに利用されています。また、パレットなどの搬送資材や梱包資材にも多く使用されています。新しいところではグラウンドの整備に用いるトンボという商品でもエコマウッドを使ったエコマーク商品が出ています。

このように当社では『景観とリサイクルの共生』をキーワードに「エコマウッド」が様々な景観商品として利用されるよう用途開発をしています。

## 自信を持つて商品化

「エコマウッド」は廃プラスチックのうち、車のバンパーやエアコンのカバー、ペットボトルのキャップなどに使われているポリプロピレン（PP）を主成分として再生された素材です。

大工用の電動工具で加工が出来、見た目は木材

に近く、その上、腐ったり朽ちたりしないということなどで開発当時は多種多様な用途へ活用が可能だと思われました。しかし、温度変化による伸縮、たわみが大きく様々なクレームをいただきました。

そういうときに鳥取県のリサイクル技術共同研究助成金を頂けることになり、当社と米子高専、鳥取県産業技術センターとの共同研究で、エコマウッドの強度試験や耐候性試験など重要な試験を行い、多くの貴重なデータを入手しました。また高専の先生方からは有益なアドバイスを頂き、自信をもって用途開発して売り出せる商品になりました。

## 販路開拓への取り組み

さらに地方発のベンチャー企業として、商品の知名度を上げるため大阪や広島、地元鳥取県各種展示会、東京ビッグサイトでの建築建材展、環境展と各地の様々な展示会に出展し、頑張ってきましたが、費用面等で限界を感じていました。

こうした中で、平成16年（2004年）に（社）中国地域ニュービジネス協議会から推薦を受け、東京国際フォーラムで開催された「ベンチャーフェア JAPAN 2004」に出展させていただきました。大きな反響を得ることが出来ました。そこで東京での販路を求め、都内にある鳥取県営のビジネスオフィスを支店を開設しました。また5年後には東京都営のビジネスオフィスを支店を移転いたしました。その関係で、鳥取県、(財)鳥取県産業振興機構、東京都の助成もあり、日本経済新聞社主催

エコウッドリサイクルシステム



エコウッドのリサイクルシステム



ペットボトルのキャップ回収運動に参加した子供たち



公園に設置されたベンチにもエコウッドが利用されている

環境活動Ⅱボランティアと想っておられる方もいるかと思いますが、環境への取り組みを維持し、持続的な活動をするには、それをビジネスにつなげる必要があります。より環境に対する関心や意識を高めるためにも新たなビジネスモデルを構築すべきと私は考えます。

モノづくりが実現します。当社はエコウッドの更なる用途開発と新しい商品として手掛けている木粉とプラスチックとの合成建材「ガイナウッド」、プラスチック再生板「エコマパネル」など商品群を拡充し、リサイクル建材のトップバッターを目指したいと考えております。

の「建築建材展」に13年連続で出展しています。おかげで北海道から沖縄まで販売チャンネルをつくる事が出来ました。

◆◆◆  
環境商品として評価高まる

また、地方のベンチャー企業の商品を認知してもらおう手段として、エコマーク認定品はもちろん、鳥取県認定グリーン商品登録、国のグリーン購入法特定調達品目候補群（ロングリスト）登録、優良景観材料推奨品認定、NETIS（新技術情報）登録と積極的に挑戦しました。

こうした努力が実を結んで平成17年度「資源循環型・システム表彰」で『財団法人クリーン・ジャパン・センター会長賞』、第3回エコプロダクツ大賞『審査委員長特別賞』を受賞しました。平成

19年度には経済産業省の『元気なモノ作り中小企業300社』にも選んでいただきました。

◆◆◆  
ペットボトルのキャップを回収  
全国的な運動に発展

一方、エコウッドの原料となるプラスチックと同じ素材のペットボトルのキャップはリサイクルされずに捨てられていることを知り、13年ほど前、「PETボトルキャップを救え!」という運動を始めました。すると、そのことを知った公民館長の発案で米子市の全公民館で回収ボックスを設置し、回収活動が始まりました。新聞やテレビなどマスメディアでもこの運動が取り上げられ、各地からキャップが送られてくるようになりました。

環境省の「平成17年度エコ・コミュニティ事

業」に応募したところ、『PETボトルのキャップのリサイクルによる資源循環型モデル事業』として採択され、啓発用ポスター、チラシ、事業概要が分かる小冊子などを作ることができ、全国的なキャップ回収運動に繋がりました。

様々な問題点はありますが、回収されたキャップの再選別を近くの(社)「もみの木福祉会」という障がい者施設に委託し、障がい者の皆様にきちんと仕分けをしていただいています。この活動も13年が経過しましたが、環境意識の向上のためになればと続けております。

◆◆◆  
今後の取り組み

地方のベンチャー企業、少数精鋭の技術集団として、スピードの時代に対応してこそ、より良い

# 地方から世界へ、グローバルニッチ企業「ヤナギヤ」 —カニカマ製造装置開発、震災復興にも貢献—



株式会社ヤナギヤ代表取締役社長

● 柳屋 芳雄

## 宇部市とヤナギヤの創業

山口県宇部市は明治以降に炭鉱都市として急速に発展した町であり、現在は化学工業の町として大手化学メーカーを中心とした、いわゆる「企業城下町」が形成されています。

当社はこの宇部において大正5年に「柳屋蒲鉾店」としてスタートしました。当時の蒲鉾（かまぼこ）づくりは人手によるもので、特にすりつぶす工程は重労働であったことから祖父が機械化を考案し専売特許を取得。蒲鉾店に次いで柳屋鉄工所を開業したことが当社の機械製作の始まりとなりまし



ヤナギヤの製造装置で作られたカニカマ製品

まりとなりまし

た。全国の同業者からも注文が相次ぎ、その後も様々な蒲鉾加工機械の開発を行い、業界の工業化も進みました。

柳屋蒲鉾店は昭和16年、宇部市内の蒲鉾店が統合し宇部蒲鉾合同組合となり、最終的には「宇部蒲鉾株式会社」と改称し、祖父は昭和30年まで初代社長を務めるとともに、柳屋鉄工所の社長として二足のわらじを履いていました。

## 25歳で3代目社長に カニカマ製造装置を開発、海外へも販売

2代目から私がバトンを受けたのは1975年、25歳の時です。既に40年目になりますが、引き継いだ時は経営難であり、私は社長兼営業マンとして全国のユーザーを回りました。しかし、製品は売れない、銀行から融資は断られ、社員も辞めていくという大変苦しい時代でした。

そんなある日、社内の営業・設計・製造部門での会議で話をしていますと、営業は売れない理由、設計はコストが高くついてしまう理由、製造は納

期を守ることが出来ない理由をそれぞれの立場で全て「言い訳」をまくし立てているだけでした。そこで、私が「どうしたらできるかを聞かせてほしい」と言うと、皆が静まり返ってしまうという会議でした。これでは良い機械は出来るはずもなく、売れない原因は自分たちにあったのです。それから少し変化が生じて「こうすれば出来るかもしれません」に変わり、今では「何故うまくいったのか」を徹底的に追求しています。

また、1979年に「カニカマ製造装置」、1982年に真空式細断攪拌混合装置「ボールカッター」を開発し、「カニカマ生産ライン」として、原料処理から最終製品製造までの機械一式と生産ノウハウを海外へ販売できたことが大きな転機となったと思います。

## 「信頼される企業」をめざす

豆腐、海苔、菓子、惣菜、ペットフードなど様々な商品を生産する加工機械を手掛けてきました。お客様の要望は何でもほぼ対応できると考えています。売上高とは「お客様の困ったことを我々がどれだけ解決できたか」ということで、全ては我々の仕事に対するお客様の評価だと思っています。

今もこれからも「相談されやすい企業」でありたいと思っています。お客様から「こんな機械を作ってもらえませんか？」と言われれば採算があまりにも合わないものは別ですが、断らないのが当社の方針です。また、一度お引き受けして納品させていただいた機械がトラブルを起こしたとし



筆者の講演に熱心に耳を傾ける山口大学の学生ら



東日本大震災で被災した納入機械を引き揚げ、洗浄作業するヤナギヤ社員ら



### 地元人材を雇用、食育にも協力

宇部市では2004年から宇部商工会議所の副

でも「逃げない」ということです。最後までメンテナンスを行い、納得していただけるまで責任を持ちます。これにより「信頼される企業」を目指しています。ですから、「一品料理」と分かっている、あるいは難題であっても立ち向かいますので、その中から生まれた機械はオリジナルなものが多く、独自性を持った技術で生産設備が誕生します。

例えば絹豆腐を通电して2分で作ってしまう機械や海苔を十数分で乾燥して新鮮な味を閉じ込めてしまう機械、焼結金属を金型にして複雑な模様を連続的に形成する装置など、例を挙げればまだまだ沢山あります。最も嬉しいことは「困ったことがあればヤナギヤに相談しなさい」と言われるお客様がいらっしやることです。



### 東日本大震災の復旧に尽力 グローバルニッチトップ企業に選定

2011年3月の東日本大震災では、当社のお客様も大きな被害を受けましたが、まず仙台営業

会頭を務めています。また、大学生、高校生、教員、父兄会などで講演させていただくことも多くなりました。中途採用や新卒採用などの雇用に関しては地元の高校、高専、大学出身者がほとんどを占めており、インターンシップも積極的に受け入れています。

このほか、宇部市教育委員会を通じて教育図書や食育事業に関するご協力もさせていただいています。また、宇部市の代表的なお土産であるお饅頭の生産機器設備や体の不自由な方がご使用になる特別な煎餅焼き機の製作を手掛けているほか、宇部市学校給食センターへIHフライヤーを納入しており、地元でも当社の機械設備をご使用いただいています。

所の所長が自車で被災地を駆け回り、壊滅状態の中でお客様への被災状況と復旧への意思確認を行いました。残念ながら亡くなられた経営者や廃業される方もいらっしやいましたが、幸

いにも多くのユーザーが被災直後に再建の意思を明確にされたので直ちに復旧に向け営業所に指示を出しました。お客様に納入した機械は私の「子供」であり、自分の子供がケガをして困っているのに助けに行かない親はいません。そこで様々な手段で修理のために機械を引き揚げました。

このときお客様への配慮として最も注意したことは、こんな大変な時に「お金の話をしてはならない」ということです。4月2日には何台ものトラック一杯に積まれた第1便の被災機械が帰ってきました。全社員が心を一つにし、ヘッドロにまみれながら一つ一つの部品を洗浄し、機械復旧に取り組みました。この結果、早いものでは5月初旬には復旧することが出来ました。その後も復旧作業に当たりましたが、お客様からも大変感謝され大きな信頼を得たと確信しています。

当社は2014年、国際展開に優れた実績がある企業として経済産業省より山口県で唯一、「グローバルニッチトップ企業100選」に選定されました。今後も世界を見据えつつ、お客様、そして地域の方々に信頼される企業を目指して頑張っていきたいと考えています。

#### 【会社概要】

- 資本金1億円
- 社員数156名
- 売上高33億円（2013年度）
- 本社・工場 山口県宇部市善和189-18
- 主な事業内容 食品加工機械の設計・製作・販売
- ホームページ <http://www.ube-yanagiya.co.jp>

# 徳島産の素材を活かし、おいしい菓子づくり —市岡製菓、全国販売視野に、6次産業化を推進—

市岡製菓株式会社営業部長 ● 栗本 えりか

## 阿波徳島にうまいもんあり

市岡製菓(株)(本社・徳島県小松島市)は「阿波徳島にうまいもんあり」のキャッチフレーズのもと、徳島県産の一次産品を使用し、地元で加工、さらに全国販売につなげていく6次産業化による商品づくりに積極的に取り組んでいる企業である。地域ブランドである「なると金時」(サツマイモ)を使ったスイートポテト、焼ぼてと(など)、地域産業の発展を目指した商品開発に力を注いで



なると金時 焼ぼてと

いる。中でも10年ほど前から特に注力しているのが、農商工連携。弊社の市岡通裕代表取締役社長は6次産業化アドバイザーにも認定されている。

## 6次産業化への取り組みの原点 「なると金時」原料にスイートポテト

もともと市岡製菓はかりんとうを製造する製菓会社だったが、約20年前に、農家から「なると金時」の加工の相談が持ち込まれた。当時、「なると金時」のおいしさは一部で知られていたが、全国的な知名度はまだ低かった。

需要を高める方法の一つとして生産農家と考えたのは、菓子の原材料に「なると金時」を使ってみようことだった。そうすれば、味は変わらないのに形が揃わず出荷できない芋も捨てずにすむ。

徳島の優れた食材を発掘し、紹介することに熱心な弊社の市岡社長がそれに応え、試行錯誤しながら、平成7年(1995年)に「なると金時」スイートポテト、焼ぼてと(が誕生した。

今や「なると金時」と言えば、全国的に知名度

も上がり、2007年に地域団体商標(地域ブランド)にも認定された素材。「なると金時」の知名度が大きくなった今も、弊社では生産農家に足を運び、苗植えから芋掘りを手伝い、その年の「なると金時」の状況を確認し、お客様に商品だけでなく、情報発信も行っている。

## 6次産業化で地域に貢献 徳島の産物を加工し、全国に販売

このように「なると金時」をはじめ、小松島市産「阿波やまもも」クラスタや那賀町産「木頭ゆず」クラスタへの参画、穴吹町仕出原地区の「はっさく」、伊島の「よもぎ」、徳島県産こだわりのトマト「夢とま」と、徳島県阿南市の海水から自然製法でつくる「阿波乃塩」、徳島県産「米粉」など様々な農家との連携を行い、徳島県の素材の良さをアピールしつつ、弊社が加工し、全国に販売することで地域に貢献ができればと考え、日々商品開発に取り組んでいる。

私たちの考える「地産地消」とは、「地元で生産し、地元で消費者が購買(消費)する」という一般的な意味ではなく、「地元の産物を地元企業が消費(買い上げ・加工)し、全国に販売する」という意味と捉え、地域産業の発展に尽くす企業でありたいと思っている。それを実現するためにも、6次産業への取り組みだけでなく、徳島の豊かな産物を使った商品を全国規模の大手流通に供給するための品質管理と営業努力を続けている。

その結果、平成25年には経済産業省の「がんばる中小企業・小規模事業者300社」に選定されている。



なると金時の栽培農家と芋掘り作業を手伝った市岡製菓の社員ら



「がんばる中小企業・小規模事業者300社」の表彰式のあと、賞状を掲げる市岡社長



農林水産省総合食料局長賞を受賞した「阿波のかりんとう」

## 「阿波のかりんとう」がダブル受賞

ここで弊社の6次産業化の取り組みで高い評価を得た事例を一つ紹介したい。それは「阿波のかりんとう」の開発である。

この商品は国産小麦100%のかりんとうを製造すべく、国産小麦の特性にあった製造方法を長年にわたり研究し、開発した。揚げ油は米油を使用し、3つの揚げ釜で3度揚げするなど長年の製造技術をベースに素材へのこだわりを加えた。こうした弊社の取り組みは、平成22年第32回食品産業優良企業などの表彰事業「食品産業部門」で農林水産大臣賞を受賞、同時に商品としての「阿波のかりんとう」が優良ふるさと食品中央コンクール（新技術開発部門）で農林水産省総合食料局長賞を受賞し、ダブル受賞という栄冠に輝いた。

## 女性が働きやすい環境を整備

安倍政権がアベノミクスの成長戦略で、「女性の活躍推進」を柱の一つに掲げているが、当社は社員全体の65%が女性であり、販売管理スタッフの場合は約9割と女性の比率が高いのが特徴でもある。

これは「菓子」というジャンルだからではなく、女性社員でも男性社員と扱いが同じで、夢や権限を持って仕事に取り組み、自分の意思で行動を起こすことができる企業風土があるためと思っている。

例えば新入社員でも、男女関係なく、やる気があればプロジェクトを任せられ、実行することができる。若手社員でもやる気や誇り・自信を持ち、会社の利益を考えるだけでなく、他社や農家と協

力しながら商品づくりを進めているため、仕事は常に社会性を帯びており、それが仕事に対する意欲につながっている。

実力があれば男女関係なく誰もが昇進し、仕事を任せられる社風と言える。また、出産後の待遇については、産前・育児休業制度はもちろんのこと、復帰後も本人の希望に応じた部署で働くことができるなど女性が働きやすい職場づくりに配慮している。

## ◆◆◆ 経営理念に込めた思い オンリーワンの商品づくり

当社は「人」社員」で成り立ち、より多くの顧客に繰り返し満足していただけるよう協力しながら事業を行うことをモットーとしている。そのため地元徳島県産の農産物や製造技術などにより、他社にはないオンリーワンの商品づくりを目指すことで一般顧客はもちろん、得意先や仕入れ先、地元農家にも満足していただける企業づくりを目指している。

顧客に支持される付加価値ある商品づくりという理念を持つことが社員の自信にもつながり、事業の発展につながるかと考えている。また、少子高齢化・人口減少の中で、いかに徳島という地域を魅力ある土地として活性化することができかねるかを常に念頭に置き、当社の掲げる「地産地消」を通して、いかに徳島の素材が魅力的であるか、今後PRしていきたいと考えている。

# 『まるっと』で食卓に笑顔と健康を —「骨まで食べられる干物」、産官学で共同開発—



株式会社キシモト 総務部長 ● 岸本 智臣

魚の形のままの料理が食べたい  
産官学のプロジェクトがスタート

「こんなに美味しいお魚を何十年ぶりに食べることが出来ました。ありがとうございます」と目を潤ませて、その女性は語ってくれました。それは愛媛県内のある高齢者施設でのことです。加

えて「私はきょう5匹くらい食べましたよ」と声を弾ませながら、ご自身もそのことに興奮している様子が手にとるようにわかりました。

これが施設内の食事での感想なのかと事情がわかる方はさぞ驚かれることと思います。なぜなら、のみ込む能力が衰えた高齢者にすり身を固めたものでなく、形のままの魚料理を提供するということは誤飲事故を誘発させる代表的な原因のひとつとなるので施設では敬遠されているからです。

施設側としては提供前には安全面から骨を念入りに抜かなければならない、食事の介助に時間がかかってしまう、入所者も食事に慎重になってしまいストレスになる等、良い話が聞かれませんが、しかし、肉よりも魚が食べたいという欲求は歳を重ねるごとに増していく傾向にあり、両者の悩みは尽きません。

これは愛媛県松山市にある学校法人・聖カタリナ大学の学生が平成21年に施設を訪問した際に行った聞き取り調査の結果によるものです。両者の実情を懸念した同校の学生がなんとか解決する

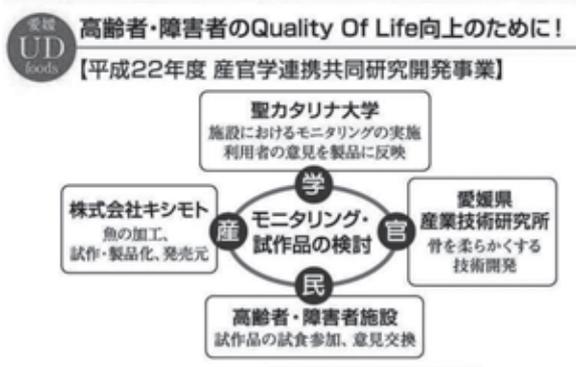
ことが出来ないかと、愛媛県産業技術研究所に相談を持ちかけました。そして同年暮れに同研究所から弊社に対し、高温高圧処理技術を利用して「骨まで食べられる干物」の共同開発についての提案があり、このことが今回の産・官・学のプロジェクトのスタートとなりました。

◆◆◆  
乾物の卸問屋から干物製造に  
松山から東温市に拠点移す

弊社は愛媛県東温市で魚介類の干物を製造している会社です。昭和41年に創業し、当時は愛媛県松山市の中心部で乾物の卸問屋として事業を始めました。しかし、いつまでも問屋業のままでは限界が見えると感じ、昭和56年に干物の製造元に業態を変え、自分達で納得する干物作りを目指すことにしました。

その頃から愛媛県産業技術研究所（当時は愛媛県工業技術センター）には頻繁に足を運び、旨み成分であるイノシン酸の数値を引き上げる方法はないかと日々研究を重ね、やがてその努力が身を結び、弊社の干物は松山市内のスーパーを中心に県外にまで受け入れられるようになりました。

しかしながら、当時の松山市内の工場の周囲には住宅の建設が進み、工場の規模を拡大できる可能性は薄く、今の東温市に拠点を移すことしか発展の道はないと考えました。地図をご覧になればわかりますが東温市は海に面しておらず、弊社は山の麓に位置しています。通常であれば前浜の魚を加工出来る海岸周辺を考えがちですが、加工に不可欠であり命とも言える水が石鎚山の伏流水で豊富に使用出来るという条件があり、現在の場所



産官学による「まるっと」開発の概念図

に決めました。

◆◆◆  
「魚離れ」の打開に努力  
『まるとと』が完成、優れた特徴

今回のプロジェクトに関わる以前には、弊社としても消費者の「魚離れ」に危機感を持ち、平成7年ごろから中骨を取り除いた干物や腹骨を取り除いた片身干し等をいち早く開発して「魚離れ」を食い止めようと努力してきました。

その当時は極力骨を取り除いて食べやすくしようという方向で動いていましたが、栄養面を考慮しても骨ごと食べられる方が良い事は明らかであり、「この発想こそ本物だ！これしかない！」と感じてプロジェクト参加を快諾しました。

コンセプトは決まり、製造方法の筋道も立ったものの、試作過程で足踏みを続けてまいります。



高齢者施設での「まるとと」の試食会の様子



増産体制を敷くために導入した高温高圧処理機

干物の製造については通常と同様の手順を踏み、乾燥できた干物を真空の袋に入れて高温高圧処理機で骨の成分を分解して柔らかくするような工程になります。高温高圧処理機は温度と圧力と時間のかけ合わせが幾通りもあり、初期段階では全く骨の部分は硬いままで仕上がったり、その反対に骨は柔らかく出来ても身は崩れる程の脆さになったりと初めての試みで失敗も多くありました。

理想としては指で押すだけで骨が崩れるほどの柔らかさが必要で、高齢者の嚥下（えんか）能力も考慮すると多少の水分を保つ必要があります。文字通りの試行錯誤を続け、最初のお披露目として平成22年12月5日と同18日の両日、聖カタリナ大学で高齢者福祉施設の栄養士等の関係者を対象に試食会を行いました。

評価は概ね良好でしたが、細かな改善点も多く

聞かれ、「まだまだ実用的ではない」との厳しいご意見もいただき、それを参考にさらに品質のレベルアップを進めていきました。こうした努力の結果、完成した商品は①カルシウムが生魚と比較して40倍摂取できる  
②真空調理をす

ることで使用塩分は通常の干物の約半分③電子レンジで簡単に調理可能④殺菌処理しているため、賞味期限が4カ月以上という優れた特徴があります。またその後ネーミングは『まるとと』（まるととのおとと＝魚という意味が含まれている）と決まりました。

◆◆◆  
高齢者の豊かな食生活のために

商品に更に改良を加えて現在の形に定着してきましたが、後は販路開拓と製造体制強化となります。地元では、新聞、テレビ、情報誌、イベント等で認知されつつありますので、介護施設、学校給食、百貨店、スーパー、量販店、旅館、温泉施設、ネット販売等、様々な分野でお取り扱いいただいています。

また関東でイベント販売をした際には『まるとと』の情報が周知されていない状態ではありましたが、商品の機能性の部分を高く評価していただき、好感触が得られました。さらに海外からもオフアールがあり、シンガポールやハワイで商談会やイベント販売を行い、販路も広がっています。平成25年度には、総務省の地域経済循環創造事業の認定を受け、高温高圧処理機の導入をはじめとして総額7000万円の設備投資を行い、本格的な増産体制を敷きました。

元々、高齢者の方々からのご要望を得て産・官・学の取り組みで始まった商品ですので『まるとと』が世の中に広まることで社会貢献が出来るという気持ちを忘れず、今後更に商品開発を続けていきたいと考えています。

# オリジナル「着ぐるみ」製作、2000体 —「2つの笑顔」を大切に、女性が活躍—



キグルミビズ株式会社取締役工場長

● 加納 ひろみ

◆◆◆  
着ぐるみ製作会社  
社長以外は全員女性

毎朝工場の赤いドアをあけると、すでに早出のスタッフ達が製作をはじめている。ミシンの音やコンプレッサーの音に混じって、笑い声が聞こえてくる。KIGURUMI.BIZ（キグルミビズ）はオリジナル着ぐるみ製作会社であり、社員数は現在

37名（うちパート1名）、社長以外は全員女性である。

全国の企業や自治体、そして最近では海外の企業からも受注しており、年間製作数約2500体、これまで工場から巣立って

いつも実験台になる自社キャラクターのビズベア達。全国的にファンも増えてきた

いった着ぐるみの数は2000体を超える。

◆◆◆  
「向こう側の笑顔」を大切に  
素材選びや構造にこだわり、改良重ねる

私たちが大切にしている事が二つある。一つ目は「向こう側の笑顔」である。「向こう側の笑顔」とは、着ぐるみの向こう側の人たちの笑顔である。

着ぐるみをただ作って納めて終わり、ではないと私たちは思っている。その向こう側にいる人たち、例えば着ぐるみの中に入る人（アクター）や、さらにその向こう側の子供達、そしてファンの方々をも笑顔にしたい。

具体的には、使用する素材選びや構造などにもこだわっている。特に生地はなるべく日本製のものを使用する。人が身につけるものであるし、駆け寄ってくる子供達にとってもふわふわで優しい素材を使いたい。

構造に関しては、動きやすさ、軽さ、涼しさをとことん追求している。着ぐるみはひとつひとつデザ

インも構造も異なっている。その中で少しでもアクターの負担が軽減するような工夫をしている。

例えば汗をかいた時に肌にあたる部分（あごひもなど）を取り替えて洗濯ができるようにしたり、頭内部にファンを設置したり、使う、洗う、保管することが簡単にできるように細やかな気配りを施している。

靴の構造は特に時間をかけて改良してきた。現在では非常に軽く、人の脚にフィットし、動きやすいものへと進化している。ボディや衣装部分についても見えない部分をメッシュ生地にして涼しくするなど、軽量化と涼しさを考慮している。着ぐるみの内部にはこうした様々な工夫と仕掛けがあるのだ。

実はこれらの工夫は、自分たちの経験から「気づき」としてあがってきたものだ。最初にまず自社のキャラクター「ビズベア（3兄弟）」を作った。自分たちが使ってみたこともない商品をお客様に届けるわけにはいかないと考えたからだ。色々なイベントに参加してみても、実際にキャラクター達が活躍する現場で、どんな問題点があるのか、何が困るのかを知ることからはじめた。

暑さや重さ、動きにくさを実際に体感しそれを気づきとしてスタッフ全員で共有し、製作の中で改良を重ねる。それは今も続いている。ビズベア達はいつも工場の中で、まず一番先に実験台となり、そこで成功した技術や新しい取り組みが、実際にお客様にお届けする商品へと反映されていく。

◆◆◆  
働きやすい職場環境を整備  
「誕生日有給」や「育児介護有給」



オフィスの様子。統括チームはクライアントと製作をつなぐ大事な役割を果たしている

そして私たちがもうひとつ大切にしているのが「こちら側の笑顔」である。

自分達が届ける商品やサービスで、誰かを幸せに、そして笑顔にするためには、まずは製作している私たちが自身で幸せでなければならぬ。なぜなら作り手の気持ちは必ず完成したもののやサービスに表われるからだ。

KIGURUMI.BIZでは、働きやすい職場環境を整えるために様々な取り組みをしている。

現在1人あたりの月平均残業数が5時間を切った。これは「ノー残業」の取り組みのおかげだ。また自分の誕生日はまず休む「誕生日有給」。もちろん有給は残さずとれる。小さな子供達が病気の時のための「育児介護有給」。自分の有給を子供が病気になった時のためにとっておく必要はないのだ。その他にもスタッフの美術や映画鑑賞等



KIGURUMI.BIZの取り組みは男女共同参画社会づくりに功績があったとして宮崎県から表彰された。左から河野宮崎県知事、筆者、KIGURUMI.BIZの加納雄一社長

の入場料を会社が助成する「アート助成制度」、毎月15日の「お弁当の日」には会社からお弁当がプレゼントされる。会社の未来のための商品開発などができる「未来残業」制度などもある。

ひとつひとつの取り組みにはユニークでわかりやすい名称がついている。楽しく仕事ができる仕組みづくりが「こちら側の笑顔」となり、最終的に「向こう側の笑顔」につながる。そして実はこの取り組みをはじめから会社の経常利益がアップした。これもまた嬉しいことである。

◆◆◆  
地域との関わり  
職場環境改善に向け、情報発信

宮崎県も高齢化や少子化、そして人口減少といった深刻な問題を抱えている。働き手不足もまた大きな問題となってきた。

私たちのような小さな企業では一度に多くを雇

用することはできないが、スタッフ達の定着率をあげる努力はできる。失業しなければ失業者は増えないのだ。働きやすい職場。結婚も出産も子育てもあきらめなくてよい職場。社会復帰をあきらめていた能力のある女性達が、我々のドアをたたいてくれるようになったことはとても嬉しい。

ただ、私たちがどんなに労働環境の改善に向けて努力しても、それだけでは足りないことを知った。ある日、1人のスタッフから言われた。

「残業がなくなり、保育所へのお迎えにも早く行くことができる。夕食をつくる時間もできた。けれどもパパが帰ってこないのです！」

宮崎でもまだまだ職場環境が整っていない企業は多い。残業が多く、休みもとれない父親達。そしてそのしわ寄せは母親や子供達にまわってくる。どうしたらスタッフが家族で食卓を囲めるようになるのかとまた新しい問題にぶつかった。

『そうか、父親も早く退社できる企業が増えればいいのか！。私たちの取り組みを、他の企業にも広めていけないだろうか。』

そう考えて私たちはKIGURUMI.BIZのチャレンジを色々なところで紹介することにした。情報を発信できる機会があれば私たちの取り組みについて話をした。「幸せを連鎖させていこう」という私たちの想いは少しずつだが地元でも広がりはじめ、実際に職場改善に取り組みはじめた企業も数社ある。

小さな企業で大きな波を起こすことは難しいだろう。けれども小さな波なら起こせる。つまりは自分の一番近くにいる大切な人を幸せにすることからはじめればいいのか。

# 地域の「ものづくり」中小企業」の技術高度化への支援

中小企業庁 経営支援部 技術・経営革新課課長 ● 平井 淳生

## 1. はじめに

「大胆な金融政策」、「機動的な財政政策」、「民間投資を喚起する成長戦略」の三本の矢からなるアベノミクスによって、景気回復の流れが着実に現れています。日銀短観によれば、日本経済は中小企業の業況判断が平成25年12月には製造業では6年ぶり、非製造業では約22年ぶりにプラスに転じ、行き過ぎた円高も是正されてきました。こうした中、地域の中小企業・小規模事業者では、残念ながら景気回復の実感できていないというところも聞こえています。そこで、経済の好循環を実現し、全国津々浦々に存在する地域の経済や雇用を支える385万の中小企業、中でもその9割を占める小規模事業者に、景気回復の恩恵を行き届かせることが必要です。

中小企業・小規模事業者の成長発展、世界市場

も視野に入れた競争に勝ち抜いていくためには、これまでのビジネスの殻を破り、創意工夫を活かしたイノベーションを起こしていくことが極めて重要な鍵となります。今回は、特に研究開発、試作品開発、事業化支援といったものづくり中小企業のイノベーションに関する支援策について、ご紹介します。

## 2. 中小企業の技術の高度化、研究開発について

わが国の基幹産業であるものづくり産業においては、その基盤を支える優れた技術を持った中小企業群の存在が競争力の源泉となっています。特に自動車などの高付加価値製品の国際競争力の維持・向上と、医療機器やロボットなどの新産業の創出を図ることは、わが国経済の持続的な発展を実現する上で極めて重要です。このためには、優

れた基盤的な技術を有するものづくり中小企業が、顧客ニーズを踏まえた、より高度な技術開発に果敢に挑戦していくことが求められます。しかし一方で、優れた技術を持ち、あるいは伸ばせる潜在能力を備えた中小企業であっても、資金や人材等の経営資源の確保には多くの困難を抱えています。

こうした認識を踏まえ、平成18年に「中小企業のものづくり基盤技術の高度化に関する法律」が制定され、この法律の下、予算面や金融面等の多岐にわたる支援策を講じてきました。法律の施行当初は、「鑄造」や「めっき」といったものづくりの基盤となる一つ一つの技術を「特定ものづくり基盤技術」として指定し、適宜追加を重ねて22技術まで拡大していましたが、平成26年、求められる用途・機能ごとに体系を再整理し、「立体造形に係る技術」等の11分野に大幅に見直ししました。そして、各分野ごとに最終製品を製造する企業のニーズを体系的に整理した上で、中小企業が目指すべき技術開発の方向性を示す将来ビジョンを「指針」として取りまとめたところです。

さらに、本法律で指定された技術の高度化を目的として、大学、公設試験場等の研究機関と連携してチャレンジングな研究・開発、販路開拓に取り組む中小企業を支援するため、戦略的基盤技術高度化支援事業（通称サポイン事業）があります。この事業に応募するには、産学官連携により実施する研究・開発、販路開拓等の事業計画を作成して法律に基づく認定を受ける必要があります

## 中小ものづくり高度化法の概要

### 目的

我が国製造業の国際競争力の強化及び新たな事業の創出を図るため、中小企業が担う特定ものづくり基盤技術の高度化に向けた研究開発及びその成果の利用を支援。

### 支援スキーム

#### 特定ものづくり基盤技術の指定(第2条第2項)

法律に基づく支援を行う対象の特定ものづくり基盤技術を経済産業大臣が指定。平成26年2月に11技術を指定。

情報処理	精密加工	製造環境	接合・実装
立体造形	表面処理	機械制御	複合・新機能材料
材料製造プロセス		バイオ	測定計測

#### 技術高度化指針(技術別指針)の策定(第3条)

特定ものづくり基盤技術ごとに、「中小企業が目指すべき技術開発の方向性」を「指針(大臣告示)」として策定。

#### 研究開発等計画の認定(第4条)

「指針」に基づいて、中小企業等が自ら行う研究開発計画を作成し、経済産業大臣が認定。

#### 支援措置

・戦略的基盤技術高度化支援事業(通称「サポイン事業」)、  
中小企業信用保険法の特例、特許料等の特例 等

が、複数年度にわたり、他の中小企業施策では類を見ない集中した支援を受けることができます。  
・補助上限額…初年度4500万円、2年目は初年度の3分の2、3年目は2分の1を上限として補助

(1) 大学、公設試等による設備投資及び研究・開発に要する経費を支援(うち1500万円を上限、補助率…定額)  
(2) 中小企業・小規模事業者が行う研究・開発等を支援(補助率…3分の2)となつています。

(注…実際の事業は、平成27年度予算が国会で成立した後公募するため、支援内容等が変わり得る場合があります。)

本事業では、平成18年度から平成26年度までに1531件の取り組みが採択されており、半導体電子部品の製造に不可欠な切断用ワイヤー刃の開発や複数のパーツを組み合わせて溶接成型していた部品をプレスのみで一体成形する新技術の開発など、多くの成功事例が輩出されています。

### 3. 試作品・新商品開発を通じて革新的なものづくりに挑戦

アベノミクスの下に打ち出された経済対策の一環として、革新的な商品開発やプロセス改善等を行う中小企業を強気に支援するとともに、そこで働く方々の創意工夫を引き出すために「ものづくり補助金」を実施いたしました。平成24年度補正

予算、平成25年度補正予算合わせて、全国で約2万5千社もの中小企業の挑戦を支援してきたところです。

本事業の実績としては、採択後約1年後の調査において、5割の取り組みが事業化を達成又は達成見込みとなっています。また4割近くで給与支給総額の増加が認められており、開発力向上や人材育成の効果は約9割、企業認知度や新規分野進出等の効果も約7割の事業者で認められています。

本原稿を書いている平成26年11月時点では、次の経済対策については未だ議論が尽きていませんが、この「ものづくり補助金」は、設備投資等への寄与など経済効果も高く、中小企業から多くのニーズを頂戴しているところです。

#### 4. 研究開発、試作品開発成果の事業化を支援します

決断が早く、市場の動向に迅速に対応する「機動力のある」ものづくり中小企業が新技術を利用した新しい商品等を世に送り出していくことは、情報通信や医療の高度化、安全・安心で環境と調和した社会の実現など様々な政策課題の解決にとっても重要です。米国では、技術開発力のある中小企業を政府一丸となって幅広い分野で育成していくため、積極的に中小企業に対して研究開発費を交付していくことを内容とする制度「Small Business Innovation Research Program」(中小

企業技術革新プログラム)を1983年より運用しており、この制度を参考に、わが国においても平成11年から「中小企業技術革新制度」が導入されました。本制度は、「中小企業新事業活動促進法」の柱のひとつとして位置づけられています。

わが国の中小企業技術革新制度(SBIR制度)では、国や独立行政法人の研究開発予算の中から、中小企業・小規模事業者に対する支出の機会の増大を図るために、111本の研究開発補助金や委託費等を「特定補助金等」に指定しています。そして、特定補助金等のうち中小企業向けの支出目標額と目標達成のために講じる措置を毎年度、閣議決定しています。平成26年度は関係6省庁の協力を得て、国等の技術開発予算における中小企業・小規模事業者等向け支出目標額を、過去最高であった25年度と同額の455億円とし、中小企業・小規模事業者の研究開発を政府を挙げて支援しています。

さらに、特定補助金等の交付を受けて研究開発に取り組み、またその成果を利用した事業活動を行う中小企業に対し、左記の支援を行っています。

- (1) 特許料(1年目〜10年目)、審査請求手数料を半額免除
- (2) 中小企業信用保険法の特例措置により、債務保証額の拡大や担保等が不要な特別枠の措置
- (3) 特定補助金等の成果の利用を支援する機

関(中小企業投資育成株式会社、ベンチャーキャピタル等)への情報提供による投資の

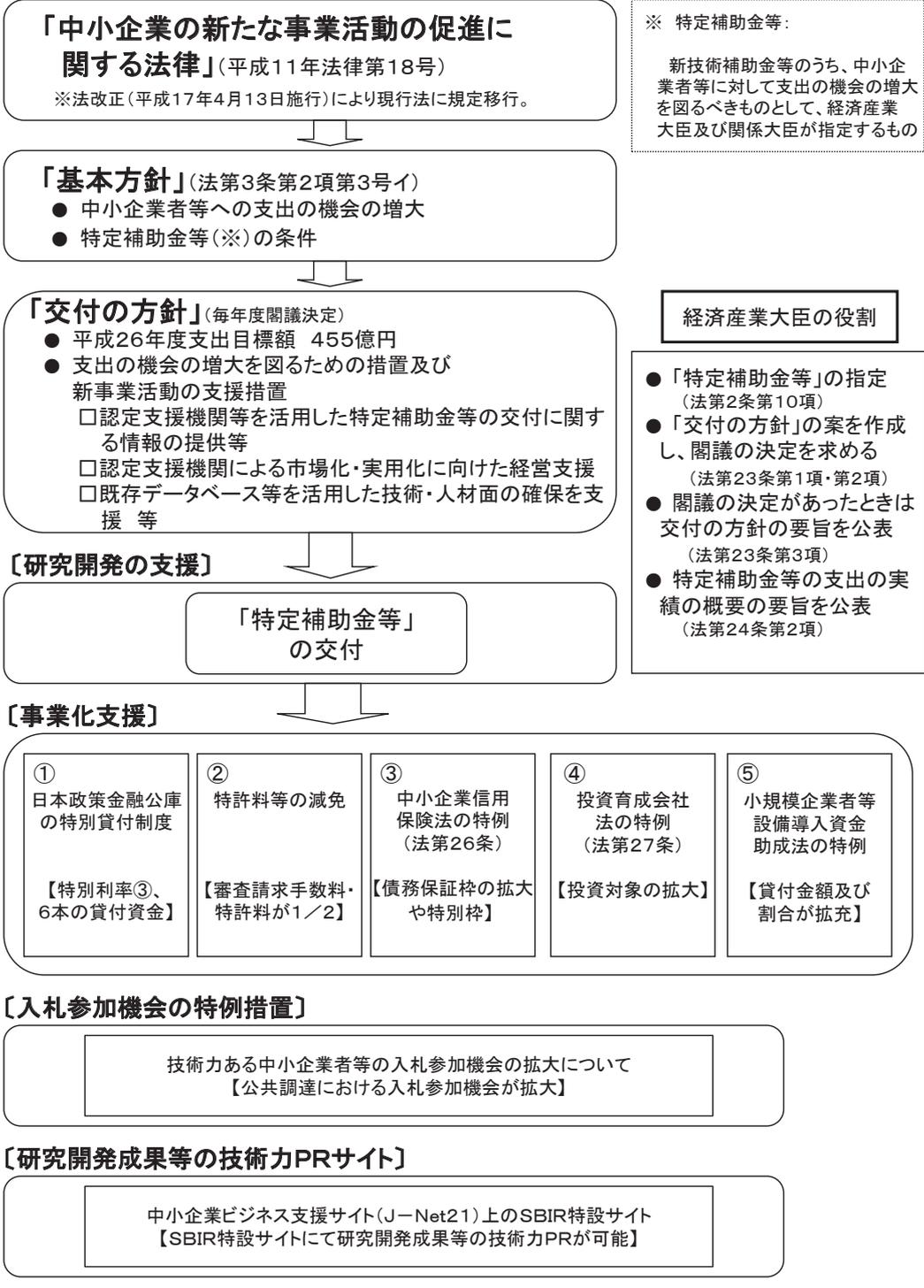
#### 促進

- (4) 日本政策金融公庫による特別貸付制度 また、速やかな事業化への移行を準備できるよう貸付時期の前倒しの実施
- (5) 中小企業・小規模事業者の入札参加機会への配慮
- (6) 中小企業基盤整備機構の運営するウェブサイトを活用し、国内大手メーカーや海外企業とのマッチングを支援

#### 5. おわりに

ものづくり中小企業に対する支援は、それぞれの地域が持つ様々な資源や特徴に応じてきめ細かく対応する必要があります。このため、国だけではなく、都道府県や市町村などの協力も今後ますます重要になります。中小企業や地域の支援機関の皆様におかれましては、こうした実施主体の異なる支援策を柔軟かつ有効に活用していただきたいと考えています。このため、中小企業庁では中小企業・小規模事業者の未来をサポートするサイト「ミラサポ」(<https://www.mirasapo.jp/>)を運営し、国や都道府県、市町村の種々の施策を、目的や分野に応じて検索・比較ができる「施策マップ」というウェブサービスを提供しています。こうした種々の施策を有効に活用していただき、地域を支える力強いものづくり産業が一層発展することを願っています。

## 中小企業技術革新制度(SBIR制度)のスキーム



ミラサポのロゴ



ミラサポ 検索  
 URL: [www.mirasapo.jp/](http://www.mirasapo.jp/)

## 「いしかわ百万石物語・江戸本店」がオープン

### 石川ファン拡大へ、「総合的なPR拠点」



いしかわ百万石物語  
江戸本店 店長

● 大塚 義明

アクセス抜群  
面積は旧ショップの3倍

石川県の首都圏での情報発信拠点となる新たなアンテナショップ「いしかわ百万石物語・江戸本店」が2014年10月8日にオープンしました。場所は、銀座の外堀通りに面した新築ビルの地下1階から地上2階までの路面店で、東京メトロ有楽町線の銀座一丁目駅4番出口の前にあり、アクセスも抜群です。

ショップの名称については、公募したところ、全国から2780件、特に首都圏からは約4割となる1000件を超える応募をいただき、専門家等の審査も経て、豊かな伝統文化や食を連想させ、石川県だけが使うことができる石川の象徴ともいえる言葉「百万石」を用いた「いしかわ百万石物語」



生鮮品や加工食品などを扱う1階の売り場

江戸本店」にいたしました。旧ショップは、手狭で置ける商品に限りがあり、管理上の制約から生鮮品等の販売ができないなどの課題がありました。このため、「いしかわ百万石物語・江戸本店」では、面積を旧ショップの約3倍にし、生鮮

品等を含む県産品を幅広く取り扱うなど石川県の魅力を効果的に発信できる作りとしています。

1階に生鮮品、  
2階に伝統工芸品

外観は、瓦屋根の二重ひさしや加賀友禅ののれんを掲げ、石川の伝統的な町家のイメージを演出。内装には、戸室石をアクセントに使った総石畳の床や、灯籠流しを模した天井照明を使用するなど、東京の中心に石川の文化、風物を再現した空間をつくり出しています。

1階は、彩り豊かな加賀野菜などの生鮮品、加工食品等の売り場とし、石川の大きな魅力である「食」を気軽に楽しんでいただけるよう、本県の食材を活用した総菜を販売するデリカコーナーを設けています。2階は、伝統工芸品の販売とカフェ、観光、移住相談コーナーを設け、地下1階では、本県の食文化の特徴である「和菓子」「地酒」を中心に扱っています。また、その場で石川の味覚を味わっていたただけるイトインコーナーも設け、石川の食材を用いた「能登牛ステーキ丼」「加賀百万石天丼」などを九谷焼や輪島塗の器で提供するなど、石川県の魅力を余すことなく発信していきます。



石川県の伝統工芸品が並べられた2階の様子

新幹線開業効果を  
最大限活かす

さらに、新たなアンテナショップは、単に石川県の物産品を販売する施設ではなく、石川ファンを拡大し、石川へ誘うための「総合的なPR拠点」と位置付けており、「観光案内」「移住相談」「販路開拓」についても、それぞれ専任スタッフが店内に配置されています。

3月14日の北陸新幹線金沢開業に向けて、開業効果を最大限に活かすため、アンテナショップを通じて石川をしつかりと首都圏にPRするよう取り組んでいきたいと思っております。近くにお越しの際は、ぜひお気軽にお立ち寄りください。

# 「銀座NAGANO」がオープン しあわせ信州シェアスペース



信州首都圏総合活動拠点 所長

● 熊谷 晃

## コアな信州ファン生み出す

長野県の首都圏総合活動拠点「銀座NAGANO」しあわせ信州シェアスペースが2014年10月26日、銀座5丁目にオープンしました。全国各地の情報発信力が高まる中、長野県ブランドを再構築しようという目的で県が2013年3月に策定

### 【SHOP DATA】

- 営業時間 10時～20時（4階は10時～18時）
- 休館日 年末年始（4階は日曜、祝日、年末年始）
- お問い合わせ 銀座NAGANO  
（代表）電話：03-6274-6015  
銀座NAGANOホームページ  
<http://www.ginza-nagano.jp>



銀座NAGANOの外観



1階正面のバーカウンター

した「信州ブランド戦略」の一環として開設したものです。

「長野県信州の『しあわせ』を首都圏の皆さんとシェアしていただくこと」をコンセプトに、信州の「ヒト・コト・モノ」がトータルで体験・体感できる空間、人と人との交流を通して「コアな信州ファンを生み出す空間」にしたいと考え、1階、2階、

4階の3つのフロアのそれぞれの機能が有機的に連動することにより地元長野に首都圏での物販の増加だけでなく、観光客や移住者の流入の増加を

導いていきたいと考えています。

## イベントを毎日開催

1階ショップスペースの玄関を入るとまず正面に目に入るのが、「旬の信州味わいコーナー」と銘打ったバーカウンターです。ここでは信州人が今まさに地元で楽しんでいる食材や店内で販売している商品をおしゃれにアレンジした「スベシャルプレート」や信州のワインや日本酒を店員との会話を楽しみながら味わっていただけるようにしました。

また、パートやバイトの店員に至るまで長野県と何らかのゆかりのある方を採用しました。厳選された1000品目にわたる信州の素晴らしい食材の数々もこれらバーカウンターや信州通の店員達が一段と際立たせてくれています。

2階のイベントスペースの真ん中に本格的な「オープンキッチン」を設けていることが、当拠点のもう一つの特徴です。「おやきづくり教室」

などの料理教室や、「信州の健康長寿の秘密に関するレクチャー」を受けながら実際に郷土料理を食すといったセミナーなどには多くの人々にご参加いただいています。

今後「信州を題材としたイベントやセミナー」を年末年始を除く毎日開催していきますので期待ください。このほか2階には、軽井沢の「丸山珈琲」を楽しみながら信州への旅の計画が立てられる「観光インフォメーションコーナー」も併設しています。

## コワーキングスペース 移住相談コーナーも

4階には、本県とのビジネスなどをお考えになる人々に自由に活用いただく「コワーキングスペース」と、本県への移住や就職を支援する「移住交流・就職相談コーナー」を設置しました。それぞれに企業マッチングのコーディネーターや農産物の販路開拓支援員、移住や就職の専門相談員、ハローワークの職員などを配置し、万全な体制で「信州への夢の橋渡し」をさせていただきます。

オープンして2カ月が過ぎ、都会の皆さんは自分のライフスタイルをいかに素敵なものにするかについての関心や意識がとても高いと感じました。今後も「後世に伝えていかねばならない信州の知恵」や「上質でおしゃれなライフスタイル」を全館を通じて都会の皆さんと「シェア」していききたいと思っています。

# 地方創生に向け自治体を積極支援

## 「ヤフー、課題解決エンジン」めざす



ヤフー株式会社決済金融本部  
Yahoo! 公金支払い担当

● 内藤 剛

「ヤフー」が「課題解決エンジン」をめざす

### 官公庁オークションがきっかけ

Yahoo! JAPANは、情報技術を通じて、人々や社会の課題を解決する「課題解決エンジン」になることをミッションに掲げ、「ユー

ザーファースト」を合言葉とし、さまざまなインターネットサービスを提供してきました。

日々の暮らしのなかにあるさまざまなことから日本全体で考えなくてはならない大きなことまで、世の中

の課題を解決していく「課題解決エンジン」であり続けたいと考えています。

自治体向けのサービスとしてYahoo! JAPANでは、2004年度より差し押さえ財産を売却する「インターネット公売」、2006年度より自治体所有財産を売却する「公有財産売却」を「Yahoo! 官公庁オークション」

ヤフーの自治体向けサービスのウェブページ

というサイトで実施しています。このサービスは当時東京都庁に勤務されていた堀博晴氏の差し押さえ財産の売却にインターネットオークションを活用するというアイデアがきっかけでした。その後、堀氏は自らヤフーに就職を希望し、57歳で転職を果たしました。

「Yahoo! 官公庁オークション」のサービス開始から10周年の節目となる昨年は、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する「2014年度グッドデザイン賞」を受賞しました。また、開始以来の落札総額は300億円を超え、参加自治体数は全国の7割を超える約1300の自治体に成長しました。

### 公金支払いサービスも提供

さらに2007年度からは自治体の税金や各種料金をクレジットカードやTポイントを用いて24時間イン

ターネットを通じてお支払いができる「Yahoo! 公金支払い」のサービスも提供しており、財政面での自治体のインターネット活用を積極的に支援しています。

全国約1800の自治体のうち約2割の350自治体で利用可能となっており、取扱高は前年度比2.2倍（2013年4～9月実績と2014年4～9月実績の比較）に拡大しています。更に「災害協定」や「復興パートナーメント」のようなeコマースを通じて地域の課題を解決し、地域を活性化させるための取り組みを進めています。

直近では北海道の活性化を図ることを目的として、包括連携協定を2014年9月29日に締結しました。

「道政情報などの発信」や「防災・災害対策」「北海道経済の活性化」「デジタル人材の育成」「電子自治体の推進」など、6つの分野に関する協定を結び、順次、課題解決に取り組んでまいります。

### 地域活性化フォーラムを開催

安倍首相は地方創生を第2次安倍改造内閣の重要な政策課題として掲げ、石破茂氏を地方創生大臣としたことが大きく報道されたこともあ





地域活性化フォーラムのウェブページ。2014年は全国5カ所で開催し、多くの自治体関係者などが参加した



東京で開かれた地域活性化フォーラムで基調講演する宮坂学ヤフー社長 (2014年10月)

り、地域の活性化に注目が集まっています。

地域にはそれぞれの事情に応じた様々な課題があり、その解決方法も多種多様で一律に論じることはできません。しかし、インターネットを活用した地域活性化の事例などを紹介することにより、地域の課題解決のヒントを見つけ、地域の元気につなげていただきたいという思いから、弊社では2013年より「地域活性化フォーラム」を開催し、様々

な立場の地域活性化のキーパーソンから、地方創生に向けた総務省のICT政策の方向性やオープンデータ

による地域経済の活性化、ふるさと納税制度を活用した地域活性化などについてお話いただきました。2014年はより多くの皆様にご参加いただくため、全国5カ所(札幌・福岡・名古屋・大阪・東京)で開催しました。東京会場では、弊社の代表取締役社長である宮坂学が「Yahoo!

JAPANが掲げる地方創生」と題し講演しました。

### ふるさと納税

最近話題のふるさと納税についても2007年度と早い時期からサービ

スを提供しています。ふるさと納税は自分が選んだ地域に寄付し確定申告することで翌年の税金が控除される制度です。ふるさと納税を行う地域によって心温まるお礼の手紙や特産品などがもらえます。

有益であり、サービスの改善につながる糸口を見つけていきつけかけにもなっています。

ふるさと納税の盛り上がりについて寄付者に対し自治体が贈る特産品などの特典が集中しています。が、本来の趣旨から逸脱しないように利用者と自治体の現場の声を吸い上げ検証し、創意工夫をするタイミングに来ているのではないのでしょうか。

### 今後の展望

少子高齢化や産業空洞化、自治体の税収減など多くの課題が地域に重くのしかかっています。安定した歳入確保のため、行政機関主導の施策が重要となる昨今、当社の官公庁向けサービスを通じて歳入増のお手伝いをさせていただき、歳入確保だけでなく、住民の利便性向上も目指します。

当社の多くのサービスを自治体向けにパッケージ化し、自治体との更なるリレーション強化を図りたいと考えています。

お客様の声をダイレクトに企画担当者が聞けることはマーケティング上大変

弊社ではあらゆる社会的な課題を情報技術によって解決する企業でありたいと願っています。これからも、無限に広がるインターネットの可能性を信じて挑戦してまいります。

# 2020年型の観光振興・観光地域づくり

## 「人口減少時代を見据えて」

株式会社リクルートライフスタイル事業創造部 部長  
じゃらんリサーチセンター センター長

● 沢登 次彦

地域活性化センターでは地域再生の担い手となる人材の養成を目的としたワークショップ「地域再生実践塾」を開催している。今月号は今年度第6回（静岡県熱海市）の開催内容について主任講師の沢登次彦氏にご報告いただいた。

### はじめに

熱海市の実践塾は「人口減少時代を見据え、未来型の観光振興、観光地域づくりを」をテーマに、11月19日から3日間行われ、全国から38人の受講生が参加した。

会場は、熱海市内にある「起雲閣」。平成9年度までは旅館だった場所である。今は、熱海市が建物を清潔に保存、管理し、多くの見学者が訪れている。我々は音楽ホールを研修会場とした。研修の会場はとても大事な要素であるが、起雲閣は会場の広さ、外の景観ともにイノベーションを起すのに最適な場所と感じた。

さて、未来型の観光振興の研修として二つのポイントにこだわった。

（地域支援課）

一つ目は、共創して答えを導くこと。受講生38人が関係を深め、全員が「じぶんごと」、「みんなごと」として考えること。人口減少時代の観光活性は誰にも正解が見えない。正解が見えない場合は、誰もが同じ手法で解決するのではなく、それぞれに起こっている事を直視し、課題を見つめ、地域特性や地域事情を鑑みて、答えをだしていく。そして、一人で、一地域で答えが出ない場合は、多くの地域と共に悩み、協働して答えを導く。昔からの成功モデル事例が通用しない時代、難しい時代の問題解決手法を学んでほしかった。

二つ目は、実践にこだわること。研修が終わった時が終了ではなく、スタートにする。研修中も戻ったら

何を実現するか、行動するかをいつも考え、超実践型の研修プログラムとした。

### 1日目：「自らの地域の課題」 「事実・FACT」真因を捉える

1日目は、私の方から2つの情報提供を行い、それを受けて個人ワーク、グループ対話に臨んだ。

一つ目の情報提供では、「最新の観光動向と2020年に向けて地域の可能性」について話をした。

人口減少時代で、定住人口拡大策から、交流人口拡大策に主軸を転換する地域が多いが、人口減少時代は、観光もパイの奪い合い。厳しい時代になる。しかし世界を見ると、10億人の旅行者が2030年には18億人となる予測もあり、市場の拡大が見込まれる。

では、訪日外国人の獲得戦略一辺倒で良いのかというと、それができるのは一部の地域。日本に来る外国人は、日本人に愛されている地域を訪れたいと思う。日本人の旅行者に来てもらい、満足してもらえるかを見つめるために国内観光宿泊動向に関する調査結果を紹介した。

2013年度の国内観光宿泊実施率は57・5%と12年度より1・7ポイント上昇しているものの、この10年で見ると大幅に減少している。旅行する際に意識することでは、「地域らしさを味わいたい」、「地元の人と積極的に交流したい」、「地域に根

差した生活体験がしてみたい」などが増えてきている。そこからは、どんな地域でも、「地域らしさ」を意識することで、観光客を獲得できる可能性が広がっていることが分かる。

二つ目の情報提供では、地域の課題や強みなどを捉える際に有効な「地域活性化フレーム（じゃらんリサーチセンターの研究）」について話をした。元気な地域と苦戦している地域では、どんな違いがあるのか、地域の観光活性（交流人口が増え、消費額が増加する）に必要な要素やつながりを伝えた。その後の研修は、このフレームを用いて行った。

ここから個人ワーク、グループ対話がスタート。  
初日の個人ワークでは、以下の二つで構成した。

① 地域の課題の認識、その課題が表面化している事実（FACT）の洗い出し

② 地域でその事実が起こる本当の要因は何かを考える

課題は、七つのカテゴリー、30の要素、要素間のつながりを意識して、設定した。どこの要素が弱い、出来ていない、どことどこをつなぐ連絡が滞っているなど。そして、思いっく限り、その課題が表面化している事実を挙げていった。

そして、最後に、その事実が起こる本当の要因（真因）を考える。  
2回のグループ対話を交え、誰が



主任講師（中央）を囲み、研修する受講生ら



フィールドワークの様子

どの課題を設定し、どこで悩んでいるかをみんなでも共有する。グループ内で発表する際は、聞いている人は、付せんに気づきや感想、応援コメントなどを記入して本人に渡し、さらに深めた。

## 2日目…熱海市の観光に関する講演、フィールドワークなど

午前中は、熱海市観光経済課の角田課長が「熱海市再生の歩み〜熱海観光の課題整理と方向性について

〜」と題し講演された。

熱海市の観光入込推移は減少の一途。しかし、ターゲットを夫婦・家族層などの個人に転換することや、季節ごとに熱海市の観光テーマを定めPRすることで、直近は大幅に回復していることなどを説明した。

その後は、熱海市内のフィールドワークを90分行った。

町歩きガイドに案内され、江戸時代から現代までの熱海市の発展、衰退などを直に体験した。

午後からは、特別講師から二つの情報提供を行った。

一つ目は、株式会社バリユー・クリエーション・サービス代表取締役の佐藤真一氏が「元気な地域の価値創造（瀬戸内しまのわの事例を通して）、観光協会の可能性」について講演。地域発で価値創造を起こすための環境づくりや地域の市民を主人公にすることで、地域の力を引き出す方法など、多くの知見を学んだ。

二つ目は、じゃらんリサーチセンターの三田研究員が「人口減少・低成長時代の地域コ・クリエーション研究」について講演した。

関係性の質を上げ、自発的に行動する組織に変革する事例を、三つほど映像を交えて情報提供した。

個人ワークでは、情報提供

を参考に、課題の真因を「解決するアイデア、仕組み」と地域に戻った際に実行する「はじめの一步」を検討した。

## 3日目…グループワークと総括

最終日はまず、チームの中で、各自が発表して、チーム内で新しい気づきやアドバイスを交換する時間を設定。関係性の質が高いため、各チームとも積極的な対話が起こる。そして、研修最後に、各チームを代表して1人ずつ発表した。内容は、設定した課題、課題が表出する事実、本

の言葉を送った。

最後に私から受講生に以下の三つの言葉を送った。

- 1、はじめの一步は実践すること。
- 2、ここでの仲間は永遠の仲間。地域で孤独を感じたときは連絡を取り合う。
- 3、研修の進め方、ワークは地域に帰ったら、皆さんが活用すること。研修だけで終わらず、受講生が地域の中で、観光で地域を活性化させる「地域プロデューサー」になっていくことを期待して研修を終了した。

### 平成 26 年度第 6 回地域再生実践塾（熱海市）の概要

1日目 平成 26 年 11 月 19 日（水）

Lecture 1

「最新の観光宿泊動向と今後の地域の可能性について」  
主任講師：沢登 次彦 氏

Lecture 2

「地域活性化フレーム」と「地域力診断」の考え方について」  
主任講師：沢登 次彦 氏

Group Work 1

「地域の強み・課題を可視化～事実・FACT・真因を探る～」  
主任講師：沢登 次彦 氏

2日目 平成 26 年 11 月 20 日（木）

Lecture 3

「熱海市再生の歩み～熱海観光の課題整理と方向性について～」  
特別講師：熱海市観光経済課 課長 角田 美佐子 氏

Field Work

「熱海市内の視察、街歩き」  
特別講師：熱海まち歩きガイドの会

Lecture 4

「元気な地域の元気な理由を知る！価値創造による地域づくり」  
特別講師：株式会社バリユー・クリエーション・サービス  
代表取締役 佐藤 真一 氏

Lecture 5

「人口減少・低成長時代の「地域コ・クリエーション研究」」  
特別講師：株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチ  
センター研究員 三田 愛 氏

Group Work 2

「行動を描く～グループ内シェア・講師個別面談～」  
主任講師：沢登 次彦 氏

3日目 平成 26 年 11 月 21 日（金）

Group Work 3

「グループ内の磨き上げ・代表者発表」  
主任講師：沢登 次彦 氏

Lecture 6

「主任講師総括」  
主任講師：沢登 次彦 氏

# 都市から地方へ、移住希望者を全力で応援

## 「体験プログラムで大きな成果」

豊後高田市地域活力創造課定住促進係長

● 應利 晋矢

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会における地域活性化策の柱として期待される。地域活性化センターでは、「移住・交流による地域活性化支援事業」として、地域団体もしくは市町村等が自主的・主体的に実施する、都市住民などを受け入れる事業を支援している。今回は平成25年度に同事業を活用した大分県豊後高田市の取り組みを豊後高田地域活力創造課定住促進係長の應利晋矢氏にご紹介いただいた。

(企画・コンサルタント業務課)

### 豊後高田市の概要

豊後高田市は大分県の北東部、国東半島の西側に位置し、北は周防灘に面しています。瀬戸内式気候のため温暖で過ごしやすく、また豊かな自然と歴史文化などの地域資源にも恵まれています。

現在、次の10年を見据え、「夢をかたちに 未来に光り続けるまち 豊後高田」の実現に向け、その基盤

整備を行っています。地域活性化の原動力は何といても人であることから、各種定住施策を市の総力を挙げて推進しています。

県内トップクラスの水準を誇る子育て・教育環境のさらなる充実を図り、子どもを産み、育てやすい環境を整備するとともに、若い世代の方々のマイホームの夢が叶えられるように、魅力ある定住促進住宅団地の造成を進めています。そして玉津

地区を中心に高齢者の方々が明るく楽しく過ごせるまちづくりを行うとともに、市民の皆様の健康づくり施策に力をいれています。また、本市の基幹産業である農業や、企業誘致をはじめとする産業の振興にも全力で取り組んでいます。

### 「人口3万人」を目標に

本市の人口は、昭和25年の国勢調査では約5万人でしたが、その後減少に歯止めがかからず、平成22年の国勢調査では2万4000人を下回り、今なお減少が続いています。将来にわたって地域の活力を維持するためには定住人口を増加させることが必要です。

その目標数値として、平成23年度に改訂した豊後高田市総合計画において「人口3万人構想」を目標に掲

げ、より直接的に人口増に結びつく取り組みを最重点課題として各種事業を推進しています。

具体的には、若者世代のニーズにあった優良宅地整備や賃貸住宅の供給などの「住環境整備の推進」、市民みなさんに健康で幸せに長生きしていただくための「健康なまちづくりの推進」、安心して子どもを産み育てていただくための「子育て支援の更なる充実」、そして新庁舎や新図書館建設と、現庁舎跡地を活用した「都市的機能の更なる充実」を図り、「住んでみたい、夢の持てるまちづくり」を推進しています。

### 体験プログラムで大きな成果

「都市から地方への移住・交流」の機運が高まっている昨今、全国の地方自治体が移住・定住に関する取り組みを進めています。

本市もこれまで様々な移住・定住に関する事業を進めてきましたが、その過程で見えてきた「弱み」を解決し、逆にそれを「強み」に変えていくことが必要と感じました。

このため「移住・交流による地域活性化支援事業」を活用、これを起爆剤として定住施策の促進による地域活性化を図るため、移住体験プログラムの新設や情報発信内容の見直



空き家を見学する移住体験プログラム参加者



移住体験プログラムの様子。参加者はバスで移動し、空き家を見学



定住ガイドブック

し、都市部で行われる定住フェアでのPR活動を行いました。

このうち「移住体験プログラム」では、移住を検討している市外在住の希望者を対象に2泊3日の移住体験を行いました。

市内で農家民泊を体験することを通じ、本市に暮らす方から直接地域の文化や移住に必要な情報を聴く機会を提供することができました。また市内の空き家バスで見学して空

き家の内部や周辺の環境を実際に確認し、参加者と大家さんが話す機会を提供することもできました。さらに本市の移住支援制度や就労関係の制度をご説明する中で、個別に質問やご意見を受け、理解を深めていただくことができました。

このプログラムには11組13人の方に参加いただき、そのうち3組の皆様が家族を含め8名で本市に移住され、1組は本市に土地を購入し、住宅を新築する予定となっています。実際に目で見て肌で感じていただいたことが結果に繋がったと感じています。

### 情報発信も強化 移住フェアでもPR

「情報発信の実施」では、関連ホームページのリニューアルを行いました。具体的には「豊後高田市IU（いじゅう）支援サイト」を移

い情報に改正し、見やすく便利なホームページを作成することができました。

雑誌広告の掲載も行いました。移住希望者の定期購読率が高い月刊誌に「移住体験プログラムの実施」等の広告を掲載しました。その結果、雑誌やホームページを見たという方からの移住に関する問い合わせが増加しました。

パンフレットについては、本市に定住する際のガイドブックとして活用していただくように、携帯に手ごろなA5サイズの冊子に市の取り組みや制度を簡潔書きでわかりやすく記載した「定住ガイドブック」を作成しました。この「定住ガイドブック」は本市を訪れたことがある方や近隣にお住まいの移住希望者向けと本市をご承知でない方や県外にお住まいの移住希望者向けの2種類を作成し、移住体験プログラムや定住フェア等で多くの移住希望者に手に取ってもらいました。

都市部で行われる「移住フェア」には、東京会場に2回と大阪会場に1回参加することができました。本市をご承知ない方やこれまで訪れたことがない方、約70世帯の方に直接対面し、本市のPRと情報提供をすることができました。

### 今後の展望

市は最重要課題として移住・定住施策について総力を挙げて取り組んでいます。

本事業では多くの移住を検討している方の生の声を聴くことができました。内容を整理して一人でも多くの移住者に喜んでもらえる取り組みを企画し、事業化していければと思っています。そして、ホームページ等で情報発信し、全国の移住を検討されている皆さんに本市の取り組みをお伝えしていきたいと考えています。

また本市に移住された皆さんとのコミュニケーションも大事にして、「移住者懇話会」を実施します。移住体験者の視点からご意見をいただき、実際に移住しないと気が付かない不都合な点を教えていただき、改善に努め、「移住後も大満足」といういただける市でありたいと思っています。

移住を検討されている皆さんに豊後高田市を選んでいただき、移住後も満足いただけるよう、心を込めて「住んでみたい、夢の持てるまちづくり」を推進していきます。ぜひ一度、豊後高田市にお越しください！

# 若者の力で元気なまちづくり

## 「課題解決先進地」を目指して

雲南市は、島根県東部の山間部に位置し、松江市と出雲市に隣接する内陸の市である。ヤマタノオロチなど神話に彩られた史跡や文化遺産が各地にあり、映画「もののけ姫」に登場するたたら製鉄が盛んに行われた地である。

平成16年に6町村が合併して「雲南市」が誕生し、昨年、市制施行10周年を迎えた。しかし、合併以降、人口の流出が続き、当初

4万5000人いた人口は現在、4万1000人と右肩下がり減少し、特に20代〜30代の若者の人口流出が著しい。また、高齢化率も36.8%と日本の25年先の高齢化社会を行く課題先進市でもある。

雲南市では「課題先進地」から「課題解決先進地」を目指し、地域自主組織による小規模多機能自治の推進や、幼保小中高の一貫したキャリア教育の実施、「幸運なんです。雲南です。」をキャッチフレーズにした雲南ブランド化プロジェクト等、先駆的な行政施策が数多く行われている。

今回は、雲南市において、地域と若者をつなぎ、地域資源の活用や地域課題の解決による地域活性化の支援を目的とする「NPO法人おっちラボ」の活動を、事務局の酒井聖文（さかい・まさふみ）氏のお話を交えて紹介する。

### 「おっちラボ」設立 若者や地域活動を支援

雲南市では、平成23年度より社会起業家や地域貢献を志す若い人材の発掘と育成を目的とした次世代育成事業「幸雲南塾（大人版）」に取り組んでいる。これは、半年間のプログラムで、月に一度、全6回で開催され、ゲスト講師によるセミナーやグループワークをとおして、雲南市の地域資源の活用や地域課題の解決について議論し、自分の地域活性化プランを作り上げるといったものである。

第4期となる今年度は、「幸雲南塾2014〜若者チャレンジ講座〜」と題し、5月にプログラムがスタートした。これまでよりさらに実践的なプラン作りを目指すプログラムになっており、11月の最終報告会では25人がそれぞれ練り上げたプランを報告した。これまでの4年間で



事務局の酒井聖文氏（右）と小山望氏

延べ60人の修了生を輩出しており、このうち5人が実際に起業・独立するなど確実な成果を上げている。

そして、この「幸雲南塾」の修了生やUターン、Iターンした若者、地域住民がつながり、若者と地域の活動を支援することを目的として平成25年7月に設立されたのが「おっちラボ」である。「おっちら」とは出雲弁で「ゆつくり」という意味で、様々な人がゆつくりとしたペースで集まり、交流する場にしたという思いが込められている。翌年4月にはNPO法人に移行し、今年度より雲南市から受託し、「幸雲南塾」の企画・運営を行っている。

「幸雲南塾」運営、場づくりの学校  
：スタッフ7人で多彩な事業

「おっちラボ」は、柱となる「幸雲南塾」の企画・運営のほかに、「教育」、「産業」、「コミュニティ・場づくり」、「医療・保健」、「後方支援」、「広

### ★団体プロフィール★

設立年=平成26年4月  
設立・運営主体=自主的組織  
代表者=矢田 明子  
構成員=7人  
〈連絡先〉  
〒699-1221  
島根県雲南市大東町飯田36-12  
出雲大東駅  
電話：0854-47-7339

報・プロモーション」の6つの分野で事業を展開している。

主な事業の一つに「場づくりの学校」プロジェクトがある。これは、古民家の改修を通して、移住・定住支援の拠点を整備するとともに、空き家の改修や運用のノウハウを学び、ソトモノとジモトが集い交流することで新たなアイデアが生まれる空間づくりを目指すものである。

全国で活躍する地域プロデューサーもこのプロジェクトに関わっており、これまで、場づくりをテーマにしたワークショップ、空き家の活用法についての意見交換会やディスカッション、実際に改修作業を体験するツアー等を実施し、場づくりを実践しながら学んでいる。このプロジェクトの舞台である市内の古民家

には、移住や地域づくりに興味のある方が宿泊できるゲストハウス、地元の人と県外の人の交流の場となるコミュニティスペースのほか、コワーキングスペースやシェアオフィス、

蔵を活用したカフェができる予定で、来年度からの本格稼働を目指す。

また、地域医療を志す若手医療人材を地域ぐるみで育てるプロジェクトも進んでいる。これは、雲南市立病院の研修医や島根大学の医療系の学生などに農家宿泊や農作業体験、地域住民によるサロン活動や交流の場等に参加してもらうもので、地域の医療人材の確保だけでなく、高齢者の生きがいの創出や遊休施設の活用にもつなげることがねらいだ。平成26年度から始まり、7月からの4か月間で約30人の学生や医療関係者

を受け入れている。

このほか、地元食材を使った商品開発や地元業者の商品のパッケージ作成、全国8カ所で展開されている「幸雲南塾」の姉妹塾のサポート、さらには、地域で大切にしてきた価値観やふるまいを「うんなん作法」と名付け、言葉やビジュアルで雲南市の魅力を広く発信するなど、設立からわずか1年半にもかかわらず、行政や地域住民と連携し、幅広く事業を展開している。

「おつちラボ」では、こうした事業をわずか7人のスタッフ（うち3人は掛け持ち）でこなしているが、酒井氏は「皆が逃げずに取り組むこと、スタッフがベストを尽くし、解決できないことは『幸雲南塾』で培ったネットワークを使って、それぞれのスキルを持ち寄れば色々なことができる」と話す。

### 今後の展望

現在、「おつちラボ」は、行政からの委託事業や、助成制度を活用したプロジェクトを主に進めているが、NPO法人として持続可能で自立した運営を行う

ために、自主財源の確保は大きな課題だ。このため今後は、少しずつ収益事業も始めていく予定で、その第一歩として、来年度から本格稼働する「場づくりの学校」では、ゲストハウスやシェアオフィスからどのように収益を上げるか検討しているという。

また、地域医療人材の育成プロジェクトでは、大学や地元企業と連携し、このプロジェクトを大学の教育カリキュラムに組み入れ、収益事業にしたいと考えた。ゆくゆくは、「市内の各地域自主組織から事業を受託し、本当の意味で地域住民のために活動する団体になりたい」と酒井氏。

社会起業家や地域貢献を志す若い人材の発掘と育成を目的に始まった「幸雲南塾」。その修了生が中心となって、「NPO法人おつちラボ」を立ち上げ、地域づくりの中間支援組織として、これからの地域づくりの担い手の育成や若者による地域活性化を支援する活動を展開している。このような好循環がさらに地域に若者を呼び込み、地域で頑張る若者のネットワークが広がっていくことが期待されており、「課題解決先進地」として、雲南市と「おつちラボ」の今後の活動が注目されている。

編集委員 ● 岡野 衣里



「幸雲南塾」の最終報告会の様子



「場づくりの学校」ワークショップの様子



地元住民と交流する医療系の学生ら

## 書籍紹介

### 『空き家問題－1000万戸の衝撃－』



牧野知弘 著  
祥伝社（2014年7月10日発行）  
定価：800円＋税

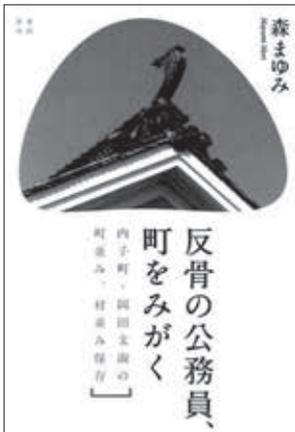
人口減少社会を迎えた日本。人口が減り続ける中、着実に増え続けているのが空き家である。空き家は毎年20万戸ずつ増加しており、東京オリンピックが開催される2020年には全国の空き家は1000万戸にも上り、空き家率は15%を超えると予想されている。

人口減少、空き家問題と一見すると、地方都市のことを思い浮かべがちだが、首都圏も対岸の火事ではない。首都圏には、団塊の世代の約30%の約250万人が居住しており、その人達が高齢になるにつれて、空き家も一気に急増すると考えられている。

人口の減少により住宅の需要が減る一方であり、今ある空き家を売るに売れず、また貸すに貸せない状況のため、空き家問題の解決は難しい。空き家の活用をあきらめ、家を解体するにも大金が必要であり、更地にしたところで固定資産税が跳ね上がる現状では、空き家の所有者も八方ふさがりの状態になっている。今後、急速な高齢化に伴い、空き家はますます増え、個人の問題ではなく社会での対応が求められる大きな問題になっていくという。

本書では、増加し続ける日本の空き家の状況や空き家もたらす社会問題などについて伝えるとともに、どのようにして空き家問題を解決していくのか、様々な視点から対応策を提案している。本書は身近な「家」を見つめ直させてくれる1冊である。

### 『反骨の公務員、町をみかく －内子町・岡田文淑の町並み、村並み保存－』



森まゆみ 著  
亜紀書房（2014年5月23日発行）  
定価：1800円＋税

著者は、「谷根千（やねせん）」の愛称で親しまれる地域雑誌「谷中・根津・千駄木」の編集人でもある作家・森まゆみ氏。森氏はこの「谷根千」を通して、日本中の町並み保存、まちづくりを見てきた。本書の主人公である愛媛県内子町の元職員・岡田文淑（ふみよし）氏は、「谷根千」を通して出会った傑出した地方人。

都会の金をあてにしない、自立への途はあるのか？ 過疎化と少子化はますます進み、地方と都会の格差は埋まらない。歴史的景観と自然を維持し、住民の暮らしを守るために何ができるのか。松山から40キロメートル、愛媛県内子町の町並み保存運動と日本のまちづくり40年。

岡田氏は一職員として、誰にも顧みられなかった内子の町並みを観光資源としてとらえ、国の伝統的建造物群保存地区に選定させた。内子町は現在も多くの観光客を呼び込んでいる。

過疎地集落で住民とともにどのように持続的な経済を維持するか、公務員として考えぬき実践したのが彼の仕事だった。それは、そのまま高度成長以降の日本の地方都市の在り方に重なる。日本の町並み保存、地域づくりについて考えさせられる1冊である。



高岡市長 ● 高橋正樹

## 文化創造都市・高岡を目指して

凍ったアイスクリームをスツとすくえるアルミのスプーン、金属なのに手の力だけで自由に形を変えることができる錫（すず）製メッシュトレー、真鍮（しんちゅう）の質感と鑄肌を活かしたデザインが美しいキッチングッズ。これらは「ものづくりのまち 高岡」の『いま』を代表するヒット商品たちです。

高岡は慶長14年（1609）、加賀藩2代藩主・前田利長によって高岡城の城下町として開かれました。利長は、新しい町に商人・職人を呼び集め、商工業を軸とした町づくりを進める中で、7人の鑄物師（いもじ）に土地を与え鑄物業を興しました。これが、今日まで400年間続く高岡鑄物の発祥です。

高岡鑄物師たちは、鍋・釜などの鉄器から、次第に大型の梵鐘（ぼんしょう）や灯籠などの銅器鑄造も手掛けるようになりました。明治初期には、加賀象嵌（そうが）（ん）技術を取り込んだ超絶技巧の美術工芸品を生み出して、パリやウィーンの万博などを通じて、国内外へ高岡銅器の名声を広めています。

戦後は、鑄物技術と水力発電を活かしたアルミ産業が興り、現在、全国有数のアルミ製品産地となっています。銅器産業も、戦時中に失われた梵鐘の受注、仏具や花瓶などの生産が伸び、昭和50年（1975）には国の伝統的工芸品に指定されています。現在では、鑄造から加工、問屋（物流）までひとつの地域ですべての工程が完結する、全国でも数少ないまちとして知られています。プロンズ像の分野では、話題の鳥取県境港市の「ゲゲゲの鬼太郎」や東京都の「こち亀・両津勘吉」、同じく世田谷区の「サザエさん一家」もすべてメイド・イン・高岡です。これら先人たちのためまぬ研鑽と時代の要請に応じた進取の気性は、現代にも脈々と受け継がれています。

伝統産業に携わる若手職人集団「高岡伝統産業青年会」は、『いいモノを作るだけでなく、自らの思いを「すず」という映画に込めて製作、積極的に国内外へ発信してい

ます。また、銅器、漆器等の工房を巡り、『手の内』を見ることが出来る「高岡クラフトツーリズム」も好評です。土蔵造りや千本格子が残る古い町並みでは、伝統的な商家や町家を再生して「カフェ+マルシェ」や「セレクトショップ+ファブラボ」あるいは、工房を兼ねたシェアハウスやゲストハウスといった新しい形の交流の場が生まれています。さらに、工芸品の全国公募展「工芸都市高岡クラフトコンペティション」は、作品展にとどまらずクラフト・食・まち歩き・体験など「まちづくり」に展開するイベント、「高岡クラフト市場街（まち）」に進化しています。

今、製造業を中心とした地域経済には厳しいものがありますが、高岡市は、いわば通奏低音ともいえる、ものづくりの歴史としなやかで力強い伝統、これらに育まれた市民の高い文化性に支えられています。高岡の文化は、モノ（地域資源）・ヒト（人材）・コト（活動）の3つの「文化力」から成り立っています。私は、この文化力によって、高岡市にさらなる革新と活力を生み出したいと「文化創造都市・高岡」を提唱、推進しています。

文化創造都市とは、豊かな生活文化を持つ市民が、文化に内在する創造力を発揮した自由な活動に取り組み、その活動を通じて新しい交流と知恵が生まれる。これが産業や文化に新たな革新と可能性を創出し、都市の発展や地域課題の解決につながる。このような好循環にある都市こそこれからの持続可能な都市のあり方だと確信しています。

いよいよ平成27年3月14日、北陸新幹線が開業します。多くの人との出会い・交流の中から新たな文化を生み出し、文化力によって地域再生を実現する絶好のチャンスと考えています。どうか、新しく生まれ変わろうとする高岡をお訪ねいただき、高岡のしっとりとした風情に浸っていただきたいと存じます。

your home town



一緒に暮らそう!!  
ふじのくに

写真提供：静岡県観光協会



# 静岡県

ふじのくに移住・定住相談センター

TEL : 054-221-2610 E-mail : iju@pref.shizuoka.lg.jp

ゆとりすと静岡

検索

<http://iju.pref.shizuoka.jp/>

発行：静岡県

尼崎市は兵庫県南東部に位置し、古くは城下町、近代以降は産業都市として発展してきました。最短で大阪駅まで5分、三ノ宮（神戸）駅まで15分と交通の便も良く、面積当たりの病院の数は県下トップなどとても住みよいまちです。

そんなまちの魅力を戦略的・効果的に発信していこうと、2012年度から尼崎を好きなことを「あまらぶ」と呼び、「あまらぶ」な人・モノ・情報があふれるまちを目指してシティプロモーションに取り組んでいます。

尼崎のまちには、尼崎城築城の際に、寺院を集めてつくられた寺町など古くからのみどころがありますが、更に新たな尼崎の魅力発信に取り組んでいます。例えば、工場夜景やモダン建築などを巡る「あまらぶ体験隊ツアー」。そして、日本を代表する洋菓子メーカーの創業の地「スイーツの街」尼崎をPRするイベント、スイーツスタンプラリーなど、現在の尼崎の新しい魅力が感じられる企画がたくさんあります。

平成28年に市制100周年を迎える尼崎。ますます『あまらぶ』があふれるまちにぜひお越しください。



■寺町 約3.9haの地域に11カ寺が軒を連ねる風情ある街並み。国・県・市指定文化財も多く保存されている



■未来のパティシエを育てる授業&給食 有名店のパティシエを数多く輩出する尼崎。子どもからは歓声があがる



■工場夜景ツアー 産業都市として発展した尼崎ならではのツアー



■あまらぶワークショップ 企業・学校等と協働で子ども向けのワークショップイベントを開催。今年は1月24日に実施予定



■地名めぐりファンの集いin潮江 尼崎出身の尼子騷兵衛氏の漫画「忍たま乱太郎」。登場するキャラクターは尼崎の地名にちなんだものが多いが、聖地巡礼として、その地を巡るファンに向けた感謝イベント



■武庫川コスモス園 ボランティア活動から整備が始まったコスモス園。秋には550万本が咲き誇る



■白髪一雄記念室 足で描くアクションペインティングで有名な尼崎出身の画家・故白髪一雄氏を紹介する記念室

## 平成 26 年度地方創生フォーラム 開催のお知らせ

新たな視点や手法の導入による地域の再生、持続可能な地域づくりを目指し、地域活性化に向けた実践的要素を広く提言・発信します。

**日時** 平成 27 年 3 月 4 日 (水) 14:10 ~ 17:15  
**会場** 東京国際フォーラム (東京都千代田区丸の内 3-5-1)  
**対象** 地域再生に関心のある方 400 名 (参加無料、先着順)  
**プログラム**

○基調講演

テーマ: 「森から始める地域の再生」

講演者: C.W. ニコル 氏

(作家・(一財) C.W. ニコル・アフアの森財団理事長)

○パネルディスカッション

テーマ: 「田園回帰が地方を救う」

コーディネーター: 松本 克夫 氏 (ジャーナリスト)

パネリスト: 塩見 直紀 氏 (半農半 X 研究所 代表)

杉本 博文 氏 (福井県池田町長)

荏林 幹太郎 氏 (学習院女子大学 教授)

吉田 基晴 氏 (サイファー・テック(株)/あわえ 代表取締役)



C.W. ニコル 氏

【問い合わせ先】 地域支援課 (E-mail [chiiki@jcrd.jp](mailto:chiiki@jcrd.jp) TEL 03-5202-6136)

なお、同日同会場で「第 19 回ふるさとイベント大賞表彰式」を開催します (13:00 ~ 14:00)

## 平成 27 年度地方創生実践塾開催のお知らせ

全国の地域づくり事例地の特色あるテーマを設定し、現場に最も精通した活動経験豊かな講師の下、ワークショップ形式の事例研究等を実施し、地域再生を担う人材の育成を図っています。地域再生に取り組んでいる方、取り組もうとしている方の参加をお待ちしております。

第 1 回 宮崎県綾町 平成 27 年 6 月 24 日 (水) ~ 26 日 (金)

開催分野: 環境・地域ブランド

第 2 回 東京都荒川区 平成 27 年 7 月 23 日 (木) ~ 24 日 (金)

開催分野: 地域経営

第 3 回 北海道帯広市 平成 27 年 8 月 26 日 (水) ~ 28 日 (金)

開催分野: 農業・食

第 4 回 徳島県神山町 平成 27 年 9 月 16 日 (水) ~ 18 日 (金)

開催分野: 移住推進・人材活用

第 5 回 岐阜県美濃市 平成 27 年 10 月 21 日 (水) ~ 23 日 (金)

開催分野: 木育・林業再生

第 6 回 山梨県北杜市 平成 27 年 11 月 25 日 (水) ~ 27 日 (金)

開催分野: 農山村地域の活性化

【問い合わせ先】 地域支援課 (E-mail [chiiki@jcrd.jp](mailto:chiiki@jcrd.jp) TEL 03-5202-6136)

## 地方成功人材のマッチングによる土日集中セミナーのお知らせ

### ◆第7回 「やねだん東京塾～冬の陣」



豊重氏

奇跡の集落と言われる鹿児島県鹿屋市のやねだん。“集落に補欠なし”の信念のもと、住民全員で臨む地域づくりは、集落の皆を幸せにし、人口減少などの地域課題を解決しています。このやねだんで3泊4日の間不眠不休で行われている、地域コーディネーター養成塾「故郷創世塾」を東京で存分に体感していただきます。成功の秘訣を学びましょう。

【講師】 豊重哲郎氏（やねだん代表・故郷創世塾塾長）・森吉弘氏（株式会社 morisemi 代表・故郷創世塾常任講師）・相田隆行氏（故郷創世塾卒業生）・井関知子氏（故郷創世塾卒業生）・椎川忍（地域活性化センター理事長・故郷創世塾常任講師）

【開催日程】 平成27年2月7日（土）13:00～8日（日）13:00

【会場】 東京八重洲ホール（東京都中央区日本橋3-4-13）

【定員】 60名（先着順、定員に達し次第締め切ります）

### ◆第8回 「農村と企業のコラボによる農村活性化」



曾根原氏

都市と農村をつなぐ「NPO法人えがおつなげて」の代表である曾根原久司氏と企業ファームを実施している首都圏の企業関係者の話を通じて「日本の田舎の資源＝宝」を再確認し、都市と農村がつながることで生まれる新たな可能性について考えます。

【講師】 曾根原久司氏（NPO法人えがおつなげて代表理事）・岡田芳明氏（三菱地所株式会社 環境・CSR 推進部長）・堀川良且氏（株式会社博報堂 人事局 労務部長）・横山秀樹氏（株式会社マーケティングフォースジャパン代表取締役社長）

【開催日程】 平成27年2月21日（土）13:00～22日（日）13:00

【会場】 東京八重洲ホール（東京都中央区日本橋3-4-13）

【定員】 50名（先着順、定員に達し次第締め切ります）

▼ 以下は第7回・第8回共通です

【対象者】 地域活性化に熱意のある方

【受講料】 一般：30,000円、大学生：10,000円、交流会費 3,000円 割引制度あり。

【申込方法】 FAX または E-mail

【問い合わせ先】 クリエイティブ事業室

(TEL :03-5202-6134 FAX: 03-5202-0755 E-mail:creative@jcrd.jp)

※ 詳しくはウェブサイトをご覧ください。http://www.jcrd.jp/

## 地域づくり1月号

2015年1月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター  
東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131（代）http://www.jcrd.jp/ 印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。地域づくり情報課（03-5202-6138）まで、ご連絡下さい。

宝くじは、  
みなさまの豊かな  
暮らしに  
役立っています。



宝くじは、図書館や動物園、  
学校や公園の整備をはじめ、少子高齢化対策や  
災害に強い街づくりまで、いろいろなかたちで、  
みなさまの暮らしに役立てられています。

一般財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や  
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人  
**日本宝くじ協会**  
<http://jla-takarakuji.or.jp/>

