

North East Think Tank of Japan

# NETT

No. 109

2020

Summer

## 伝統ものづくりによる地域活性化

■ 特集寄稿

### 伝統ものづくりに対する評価の 変革と期待への提言

一般社団法人日本工芸産地協会  
理事・事務局長 原岡 知宏

■ 連載・歴史研究

### 日本の歴史と旅

宮城学院女子大学 学芸学部  
准教授 高橋 陽一



鶴岡市立藤沢周平記念館

(山形県鶴岡市)

ほくとう総研



## 地域活性化に「技」の活用を

一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所

理事長 伊藤 敬 幹



新型コロナウイルス感染症の拡大により国内外の経済社会活動が停滞を余儀なくされ、世界全体でリーマンショック時を上回る過去最大の GDP のマイナス（アジア開発銀行の試算では940兆円の損失）が予想されています。人が移動しない、集まらない、接触しないということが、これほどまでに経済に打撃を与えるものとはコロナ禍以前には想像し難かったように思われます。グローバルはもとより日本経済にも甚大な影響を与えていますが、地域経済も人口減少および少子高齢化で疲弊しつつある中でさらなるダメージを受けています。特に、インバウンド旅行客の爆発的な増大による恩恵が、ここ数年はゴールデンルート以外の地方にも及んできたばかりといったところでの突然の逆風であり、今後一層のインバウンド受け入れを期待していた地方にとっては大きな痛手となりました。地域経済における産業展開のあり方として観光関連産業に大きく依存した構造を再考させられることになるように思われます。この稿を記している5月末の段階では、感染拡大の予防と経済活動再開のせめぎ合いといった様相ですが、一刻も早い両面での解決が望まれるところです。

さて NETT109号では地域の活性化を図る方策の多様化という観点から、ここ数年脚光を浴びた観光に依存するだけではなく、古くから地域に根付いている、いわば地域の文化を体現した産業である伝統的ものづくり産業を特集テーマとして取り上げました。伝統的ものづくり産業とは「伝統的工芸品」のほか「伝統工芸」や「伝統ものづくり」を含む概念で、各地方の特色を如実に表す地域産業ですが、伝統的工芸品の生産額は残念ながら1983年をピークに低下の一途を辿っていて、従業者数も最盛期の5分の1まで縮小しています。

伝統的工芸品産業の振興に関する法律が制定されたのは1974（昭和49）年ですが、生活の中で育まれ受け継がれてきたことや将来も存在し続ける基盤があることから、この産業の振興を図ることにより国民生活に豊かさや潤いを与え、地域経済の発展に寄与することが目的として掲げられています。通商産業省（現経済産業省）ではその翌年から品目の指定を行っており、現在では全国で235品目が指定されていますが、そのうち北海道東北（新潟県を含む）地域では41品目が指定され、有力な産地群が数多く存在しています。その分野は織物、漆器、陶磁器、木工品、金工品など多岐にわたりますが、アニメとのコラボなどにより現代風にアレンジされて若者に受け入れられているものや、我が国のみならず海外からも注目されている製品も少なくなく、海外マーケットへの輸出やインバウンド客向けに売行きが伸びている事例もあります。

伝統的ものづくり産業が抱える後継者難等の課題は一朝一夕に解決できるようなものではありませんが、未来へ伝統を繋ぎたいという職人の育成を組織的に行う仕組みづくりや行政のサポートもこれからの地域のものづくりを考えるにあたっては必要となってきます。

今こそ地域が営々と築き上げた「技」を再評価し、地域固有の文化とともに地域活性化の方策の一つとしてもう一度活用することが求められていると思われます。また磨き上げられた「技」と最先端のICTとの融合の仕方を検討する、あるいは大括りにした広義の伝統的ものづくり産業として、使用素材・用途の一層の拡大や製販一体のメーカーベンダー的なあり方を試みるなどの余地があるのではないかと考えます。

## 特集

## 伝統ものづくりによる地域活性化

## 羅針盤

- ・ 地域活性化に「技」の活用を  
伊藤 敬幹 …… 1  
一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所  
理事長

## 特集寄稿

- ・ 世界一のモノづくりの街を目指して  
～旭川の木工とササキ工芸のモノづくり～  
佐々木 雄二郎 …… 4  
株式会社ササキ工芸 代表取締役
- ・ 地域活性化はものづくり  
佐藤 正樹 …… 8  
佐藤繊維株式会社 代表取締役
- ・ 老舗畳縁メーカーが実証する  
持続可能なモノ作りにまつわる考察  
高田 尚志 …… 12  
高田織物株式会社 代表取締役
- ・ 伝統ものづくりに対する評価の変革と期待への提言  
原岡 知宏 …… 16  
一般社団法人日本工芸産地協会  
理事・事務局長
- ・ 伝統ものづくりでの工芸イノベーションの可能性  
中村 郁博 …… 20  
株式会社価値総合研究所  
執行役員経営企画部長
- ・ ポスト・コロナにおける日本の物づくり  
鞍田 崇 …… 24  
明治大学理工学部 総合文化教室  
准教授
- ・ 望まれる伝統ものづくりの経営力開発  
三宅 秀道 …… 28  
専修大学 経営学部 准教授

<b>研究会報告</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域未来産業研究会 第1回研究会 講演概要 <ul style="list-style-type: none"> <li>松原 宏氏「未来技術と地方創生」</li> <li>瀬田 史彦氏「未来技術と国土計画」</li> </ul> </li> <li>足立 慎一郎氏・竹田 英幸氏「DBJの地方創生の取組」</li> </ul>	…… 31
<b>地域調査研究</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 美濃和紙文化が創り出す観光活性化と古民家の活用</li> </ul>	山口 皓太 …… 40 株式会社日本政策投資銀行 東海支店 副調査役
<b>地域活性化連携支援事業成果報告</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域活性化に向けた 外国人労働者の受入れに関する日韓比較</li> <li>・ 市民講座「まち de ゼミナール」の実践 ～専門家と市民の協働による市民アントレプレナー育成 啓発事業～</li> </ul>	佐野 孝治 …… 46 福島大学経済経営学類 教授  田柳 恵美子 …… 50 公立はこだて未来大学社会連携センター 教授
<b>地域トピックス</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 富山市民100年の夢「富山駅路面電車南北接続」の 実現とこれから</li> </ul>	吉田 守一 …… 54 株式会社日本政策投資銀行 富山事務所長
<b>連載・経済研究 炭鉱・鉱山と地域</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第5回 千年の持続と東北鉱山</li> </ul>	中澤 秀雄 …… 58 中央大学法学部 教授
<b>連載・歴史研究 日本の歴史と旅</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第1回 日本の歴史と旅</li> </ul>	高橋 陽一 …… 62 宮城学院女子大学 学芸学部 准教授
<b>ほくとう地域の文化資本</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「海坂藩」のふるさとで作品に触れる</li> </ul>	鈴木 晃 …… 66 鶴岡市立藤沢周平記念館 館長
<b>東日本大震災復興関連情報</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 復興トピックス 水産加工業の復興に向けて</li> </ul>	菊地 慧 …… 70 株式会社日本政策投資銀行 東北支店 東北復興・成長サポート室
<b>地域アングル</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ねぶたのない夏</li> </ul>	相木 麻季 …… 72 東奥日報社 生活文化部 部長

# 世界一のモノづくりの街を目指して

～旭川の木工とササキ工芸のモノづくり～

株式会社ササキ工芸

代表取締役 佐々木 雄二郎

## ポイント

- ・旭川の木工の始まり —旭川が木工の盛んな街になった背景—
- ・ササキ工芸と旭川クラフトの始まり —旭川家具の衰退と小物作り—
- ・旭川家具とデザイン —旭川がデザイン都市になる—
- ・ササキ工芸の取り組み —地域と共に—

## 旭川の木工の始まり

北海道はもともと「蝦夷地」と呼ばれる未開の地であり、明治時代に入ってから本格的に開拓されましたので、北海道としての歴史は150年ほどしかありません。

そのため、他の日本国内の産地と比較すると旭川の木工は伝統工芸と呼ぶには歴史が浅いかもかもしれませんが、その短い歴史の中で蓄積されたノウハウや技術は他の産地にも引けを取らないものがあります。

現在の旭川エリアは日本国内の主要家具産地の一つに数えられるほど、木製家具作りの盛んな街であり、木工の盛んな街ですが、旭川がこのように木工の盛んな街になった理由は大きくわけて以下の3つとされています。

- ・豊富な木材資源
- ・盆地であること
- ・旧陸軍第七師団の設置

前述の通り、北海道は明治初期まで蝦夷地と呼ばれる未開の地であり、北海道全域にたくさんのお木が生い茂る緑豊かな森林でした。未開な地であるがゆえに、樹齢100年以上の太くて立派な広葉樹が多く自生していましたが、当時は木を切って開拓することが目的だったため、その太くて立派な広葉樹を次々と伐採

していきました。

伐採された丸太は、山から流れる川を使って運ばれるのですが、旭川は北海道のほぼ真ん中に位置しており、さらに盆地であるということで、山から流れてくる川が合流する場所だったため、伐採された丸太が旭川に集まることとなりました。

ただ、当時は木材として消費する丸太の量よりも伐採する量が多かったことと、明治29年に小樽から札幌を経由した鉄道が旭川まで開通したことで、旭川に集まった丸太が鉄道を使ってどんどん小樽の港へ運ばれ、そこから海外に向けて輸出されることになりました。

特に北海道で伐採されるミズナラの美しさは、海外で「ジャパニーズオーク」として高い評価を得ることとなり、海外でウイスキー用の樽や家具の加工に使われ、大変重宝されたようです。

明治34年に旧陸軍第七師団が旭川に設置されたことで、多くの大工や建具職人が本州から集まってきて、旭川に集積された豊富な、そして良質な木材を使って官舎や住宅を建てるようになり、さらに建具職人だった人たちが、官舎や住宅に必要な家具も同時に作るようになったことが、旭川での家具作りの始まりとされています。

その後、第二次世界大戦を経験し戦後の高度成長期に入ると、旭川家具は大きく繁栄します。

当時、主力だったのは良質な広葉樹をふんだんに使った重厚な箆筒でした。

「婚礼ダンス」「花嫁ダンス」ともいわれ、結婚の際に箆筒を購入して嫁いでゆくのが当たり前だった時代背景と共に、全国各地の間屋さんを経由して多くのユーザーのもとへ旭川家具が運ばれていきました。

そして家具産業が盛んになれば、それに付随した周辺業界も活況となります。

木材を提供する製材会社、木材を加工する機械を提供する設備会社、加工に必要な消耗品を提供する会社、そして家具工場では対応が難しい部品などの小物を加工する小木工の加工会社などがとても忙しい時期を迎え、それぞれ事業を拡大していくこととなりました。

## ササキ工芸と旭川クラフトの始まり

現在、私が代表を務めている「ササキ工芸」も旭川の家具産業が盛んな時期に、家具メーカーの下請けとして私の父が創業した会社です。(1976年創業)

創業当時は、業務用のルーターマシン1台で仕事を始め、家具メーカーから持ち込まれた木材を指示通りに加工して納品するという作業をメインに行っていました。現在は主流となっているCNCルーター加工機(プログラミングによる自動加工機)は、まだ世にほとんど出ていない時期だったので、



創業者 佐々木邦雄

ルーター加工という技術だけでも十分に需要があり、ルーターマシン1台でどんな形状にも加工する技術を持っていれば、次から次と仕事が舞い込む状況でした。そのため、治具作りや刃物の形状を工夫するなど、加工技術を向上させることが、新たな仕事にもつながるため、必然的に加工技術が磨かれていったようです。

しかし、そんな繁栄の時代は長くは続かず、日本国民の生活様式が和風から洋風に変わり、クローゼットが登場したことと、高度経済成長期も終焉に差し掛かっていた状況でもあったことで箆筒の需要は激減していき、旭川家具業界は大きなダメージを受け、多くの家具メーカーが姿を消すこととなりました。

家具メーカーがダメージを受ければ、それに付随している業界にも大きな影響を与えることとなり、姿を消す会社も多くある中、当社を含めた小木工を加工する会社は家具メーカーの下請けの仕事だけでは経営するのが難しい状況になり、新たな活路を見出すため自社商品を開発することに挑戦し始めました。

そうはいつでも、設備自体が家具のような大型の木製品の加工には向いていないため、小物中心に商品開発を進めることになり、ササキ工芸では100円の使い捨てライターを入れる「モクター」という木製のライターケースを商品化したところ、予想以上の大ヒットとなり、家具メーカーの下請けから脱却するきっかけになりました。

また、旭川の行政もこのような動きをバックアップしてくれて、嘱託デザイナーとして工業デザイナーの「秋岡芳夫」氏を招聘し、約10年に渡り旭川のモノづくりに対して指導・助言をしてくれたことが旭川の小木工を加工する会社に大きな影響を与えることになり、現在の「旭川クラフト」につながっていきました。

## 旭川家具とデザイン

家具業界では、生活様式の変化に合わせた家具作りに舵を切り、洋室にも合う家具ということで箆笥など箱物と呼ばれる家具から、椅子やテーブルという脚物家具だったり、キャビネットなど棚物家具を製作する家具メーカーが増えていく中、ヨーロッパの家具のようなデザイン性を取り入れる取り組みも始まりました。

1990年に第1回目が開催された「IFDA－国際家具デザインフェア旭川」は、世界から家具デザインをコンペ形式で募集し、世界各地から選ばれた審査委員による厳正な審査のもと、優秀な作品を選定して展示・表彰するイベントです。世界のデザインを身近に見る機会でもあり、優秀な作品は旭川の家具メーカーと提携して商品化するなど、世界のデザインを旭川家具に取り込む機会となったIFDAは、その後3年に1回のペースで2017年の第10回まで開催され、旭川が日本の家具産地の一つとして現在の地位を築き上げるのに大きく貢献しました。

最近の活動としては地域活性化の意味もありますが、年1回のペースで開催されていた旭川家具産地展を「ADW－旭川デザインウィーク」へ名称変更し、家具の見本市から旭川地域のデザインイベントに育てていこうという活動を2015年からスタートさせました。



旭川デザインウィーク2019

まだまだ「旭川家具のイベント」と認識している方も多いですが、回数を重ねるごとに日本国内だけでなく世界各地からバイヤー、デザイナー、メーカー、メディアなどが来場してくれるようになり、それに伴い旭川の他の業種も協力してくれるようになり、だんだんと「家具のイベント」から「地域のデザインイベント」へ変化しつつあることを実感しています。

こうした旭川の木工関連の活動などが認められ2019年には「ユネスコ創造都市ネットワーク」の「デザイン都市」として日本国内では神戸市、名古屋市に次ぐ3番目の都市として旭川市が認定されました。

## ササキ工芸の取り組み

ササキ工芸では、私が代表に就任した際に下記の2つの理念を掲げ、その理念に沿った活動を心掛けています。

- ・私たちは世界の人々が「喜び」「感動」「安らぎ」を感じるモノづくりをします。
- ・私たちは森の恵みと人との出会いに感謝し、共存共栄できることを目指します。

理念に「世界の人々」と掲げているのは、旭川のモノづくりは世界にも誇れるものであり、私たちのモノづくりを世界の人達に知って頂くことが地域活性化にもつながると信じているからです。ササキ工芸のモノづくりの特徴は小物に特化していることと、CNCルーター加工機やレーザー彫刻機などデータで制御する専用機を使った機械加工と手加工を組み合わせることで、品質の高い木製品をある程度まとまった数量で生産できることだと認識しています。また、木そのものが持つ自然の色合いや木目を使ったモノづくりも特徴の一つで、人工的な着色はせずに焦げ茶色や赤色、クリーム色など木が本来持っている色の違いを生かして製品のコントラストを表現す

ることで、形状は同じでもよく見るとそれぞれが違っている表情豊かな製品に仕上がります。こういったモノづくりが評価され、日本国内では北は北海道から南は沖縄まで多くの方にササキ工芸の製品をご愛用頂いており、近年では台湾や香港などアジア圏でも取り扱っていただく機会が増えてきました。私たちが作った木製品を手にとった世界の人々が「喜び」「感動」「安らぎ」を感じ、そして「その木製品を作っている現場を見てみたい。」「その木製品を生み出す地域を見てみたい。」と想い、旭川に来てくれるきっかけになれば幸いです。

また、私たちは日頃から木材を使って木製品を作っていますが、木材は森からの自然の恵みであり、限りある資源ですので、その限りある資源を有効に使い、そして感謝することを忘れないようにしています。

限りある資源ではありますが、計画的に循環させることで永続的に使うこともできる資源ですので、使うだけではなく育てる活動もしています。旭川家具工業協同組合では年に1回、所属している組合員と共に植樹活動を続けており、毎年5,000本程度の広葉樹の苗木（主にミズナラ）を山の斜面に植えています。ササキ工芸でもこの植樹活動に社員全員で参加しています。

広葉樹の成長はゆっくりなので、今植樹した苗木が家具やクラフトに使えるようになるには100年程度かかりますので、自分たちが生きている間には使うことができませんが、私たちの孫やひ孫といった子孫のために、そして旭川が木工の街として末永く活動していけることを願い植樹を続けています。

ササキ工芸が1976年に創業してから40年以上にわたり事業を継続することが出来るのは、多くの人達の支えと、旭川が木工の盛んな街であるからこそであると実感してい



植樹活動2019

ます。

木工の盛んな街であるからこそ良質な木材が安定的に入手可能であり、木工加工に関する設備や消耗品も手配しやすい環境です。さらに旭川市の工芸センター、北海道の林産試験場など行政の協力体制もあり、木製家具や木工クラフトを作るための環境が整っていることがササキ工芸にとっても他の木工加工の会社にとっても、仕事がしやすい状況だと思います。

だからこそ、地域の活動には積極的に参加し、地域を盛り上げるための活動も行っています。

会社としてだけでなく、個人レベルでも町内会の活動には積極的に参加・協力するように社員にも伝えているのは、地域社会にとって必要な会社であると認めてもらうことが永く事業を継続していくために大切なことであると考えているからです。

名実ともに、旭川が「世界一のモノづくりの街」と呼ばれるよう、社員そして仲間と共に今後も地域に根差した活動をするとともに、時代の変化に合わせた新たな活動にも挑戦し続けていきたいと思っています。

## 地域活性化はものづくり

佐藤繊維株式会社

代表取締役 佐藤 正樹

### ポイント

- ・ 地域活性化の基盤はものづくりにある。
- ・ 独創的な製品開発とブランディング・プロモーションで生き残る。
- ・ GEA（ギア）を通してブランド発信力を高める。
- ・ 定住・交流・関係人口を増加させる。

### 地域活性化の基盤はものづくり

当社は、1932年（昭和7年）私の曾祖父が山形で周辺農家と羊を育て、手で糸を紡ぐことから始まった。戦後の経済成長下で祖父が機械化を進め会社組織へ、父は紡績に加えてニット製造も始めた。私は4代目として、1992年（平成4年）に山形に戻り家業を継ぎ、新しく自社ブランドや直営店などを展開した。このように時代の環境変化に対応し、ビジネスモデルを変化させてきたのである。その都度、業界の商慣習が障壁となったが、それをブレイクスルーすることによって現在に至っている。下請けの安価な糸を作る会社から、



本社と GEA の夜景

誰も作らないオリジナルな製品を作る会社に進化した。それをイノベーションといえるかどうかはわからないが、絶えず革新的な取り組みを行ってきた。

地方は製造業で成り立っている。会社を永続的に発展させ、社業や雇用を通じて社会貢献をしていかなければ、会社の存在価値はない。その意味で、地域活性化の基盤はものづくりにあるといえる。ものづくりを守り発展させることが、地域経済を支えていくのである。

### 独創的な製品開発

繊維産業は近代産業の先駆けとして発展し、日本の経済成長を支えてきたが、90年代以降安い中国製品の流入が急増し、産業空洞化を招くことになった。今では、セーターの99.5%が輸入品であり、高価だったメリノウールのセーターが1,990円で買える時代である。当社も売上が激減し、中国に工場を移転するか山形に残るか、経営判断を求められた。これまでは商社から言われたものを言われた通りにしか作ってこなかった、それが当たり前で何の疑問もなく、経営も安泰だった。しかし、「機械化、大型化、量産化すれば儲かる」とい

う方程式が日本では通用しなくなり、経営資源の少ない当社にとってどの道が最善か、悩み苦しむことになった。結論は「山形で自分のものづくりをする」という選択だった。

大手アパレルからの「海外で作れないものを作ってくれ」という要求に応えるのは、簡単ではなかった。少しでも良いものを作ると、同じ機械を保有している会社が真似をして、安く出してしまう。企業体力のある大会社が勝ち、中小企業はついていけない。悩み続けていると、百貨店で海外高級ブランドの面白いニットを見つけた。見たことのないイタリア糸が使われており衝撃を受け、早速イタリアから取り寄せてセーターを作った。すると、展示会で大評判になり、すぐアパレルから「どの糸を使っているのか」と聞かれたが、答えなかった。その後の結末が分かっていたからである。糸という1つのブラックボックスを作ることによって真似ができなくなる。ようやく差別化できる当社のオリジナルニットが完成した。

その後、イタリアの紡績工場を見学する機会があった。自分が使っているあの糸が、改造された古い機械によって生産されているのを目の当たりにして、衝撃を受けた。そして、そこのちょい悪オヤジ風の工場長が「俺たちはここで世界のファッションの元を作っているんだ」と熱く語ってくれた。誰かに言われて作るのではなく「こんな糸を作りたい、機械を改造すれば作れるはずだ」と、ものづくりに対して思いや情熱、魂が入っていた。私は話を聞きながら、震えが止まらなかった。

日本のファッションビジネスは人（流行）を追いかけてものづくりをしている。イタリアから帰る途上、「これから当社がやるべきことは、自分が作りたい糸を作ることだ」と決心した。しかし、この方針を社員全員に熱く話しても、温度感が全く伝わらなかった。下請け体質で変化を好まず、反発やできない理由のオンパレードだった。しかし、粘り強く



当社の紡績工場

語り続けた。それから3カ月後、開発担当者が「こんなのできた」と糸を持ってきてくれた。感激だった。今までにないものを創造する面白さを理解してくれたのだった。ものづくりで不可欠なのは、情熱や夢、思いがあるかどうか、それを共有できるかである。当社にとって、プロダクトアウト＝マーケットインでもあり、現在もぶれることはない。

## ブランディングとプロモーション

「良いものを作ったら売れる、良いものを安く売れば売れる」というが、これは真実ではない。いくら良いものを作っても、人に見てもらいそれを評価してもらわなければ売れない。概して日本のメーカーはものを作るのは上手だがそれを売るのが下手である。当社も当時県内の販売会では売切れになったが、県外の食品スーパーのテントで行うとさっぱり売れなかった。「高級ニットだから客層が違う」と負け惜しみを吐いたが、それは間違いだった。山形で売れるのは、お客様が佐藤繊維ブランドを知っているからで、知らない方にはストーリーで上手に伝える必要がある。トレンドを追いかける日本のアパレルに決別し、自分の作りたいものを作り売するためには、尚更どのように伝えるかが重要である。品質と同様、見せ方、売り方、話し方、演出の仕方が鍵である。

今でこそファクトリーブランドは認知されているが、当時は自社ブランドとして売ろうとすると、問屋やアパレルから下手に見られ苦情を言われた。日本でブランドを始めることは困難と考え、2005年（平成17年）に米国でブランドを立ち上げ、ストーリーを語った。「当社は100年前から日本の雪深い東北の地で糸づくりを始め、今4代目の夫婦が跡を継ぎ、夫が糸とテキスタイルをデザインし、妻は製品をデザインしている」という内容である。演出が当たり米国の最高峰の展示会に出展することができ、そこで初めて多くの日本人バイヤーから評価を受けた。そして、日本に逆輸入されることになったのである。テレビ通販でも私自ら出演し、商品や素材、編み方の特徴や着こなしまで紹介し好評を得ている。その時「糸作家」風に変えた金髪（長髪）は、ブランディング上やめることができなくなってしまった。今後ともD2Cビジネスを強化していく計画である。

13年連続して出展している世界的な糸の展示会では、佐藤繊維ブランドの独創的な糸を求めて、シャネル、エルメス、ルイ・ヴィトンなどほとんどの高級ブランドから注文が入るようになった。オバマ大統領の就任式とノーベル平和賞授賞式で、ミシェル夫人が着ていたニナリッチの黄色いカーディガンに、当社の開発した極細モヘア糸が使われた。このことを契機に当社の名前が世の中に知れ渡るこ



世界的な糸の展示会「ピッティ・イマージネ・フィラティ」（伊）での商談

とになった。ニットはカジュアルなイメージだが、糸が細く高品質になると上質かつ高級なものが作られるようになり、正装の場でニットが着られるようになった。まさに糸が世界の歴史を変えているのである。

### GEA（ギア）のブランド発信力

2015年（平成27年）に、紡績工場として使用していた築100年以上の石蔵2棟をリノベーションし、寒河江と世界をつなぐ文化の発信基地として複合施設GEAをオープンした。自社ブランドや世界中の最新ファッションが揃うGEA1、国内外で買付した暮らしを彩る食器や雑貨が揃うGEA2、山形の食文化を発信するレストランや和食処、グロッサリーが併設されたGEA3の3つのエリアで構成されている。衣食住に渡ってもものづくりへの拘りをコンセプトにしている。

トレンドを追いかけるファッションビジネスが崩壊し、加えて、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、当社を取り巻く環境は厳しくなる一方である。このような時代に生き残るためにも、糸づくりの頂点、アパレルの頂点、そして小売りの頂点として世界中のどこにも負けない会社を作り上げていかなければならない。日本のビジネスの中心は東京だが、日本中だけではなく世界中の人が山形に集まって、それがステータスになるような環境を作らなくてはならない。そのためには、まず寒河江から新しい独自の文化を発信し、ものづくりができる体制を整備することが必要である。そうすれば都会でスキルを学んだ若い世代の技術者達から、「山形の寒河江にある佐藤繊維で仕事がしたい」と思ってもらえるはずである。もし東京と同じステータスの仕事ができるようになった場合、東京にいることの意味がなくなり、地方で自然に囲まれ人間的で豊かな生活が可能になる。GEAはそのための情報発信基地である。



工場見学ツアー（筆者が編立工場を案内）

## 定住・交流・関係人口の増加

当社の社員は現在230名であり、毎年10人前後の新卒を採用している。当社が業界的に有名になった10数年前から県外出身者の応募が増え、採用者数の半数を越えてきた。4つの社員寮に住まいし、結婚すれば近隣に新居を構え仕事に励んでいる。プライベートでは町内の神輿会や市内の合唱団、詩吟会などに参加し、地域との交流を深めている。こうした定住人口を増やしていくことは、地域社会にとって喫緊の課題である。

GEAの石蔵は登録有形文化財に認定され、寒河江の観光拠点として地域に賑わいをもたらしている。近年は県内外や海外から年間約15万人のお客様がいらっしゃるようになった。

また、当社では各種団体、官公庁、学校関係など年間約1千人の工場見学を受け入れている。昨年度は、当社直営店のお客様向けに1泊2日の工場見学ツアーを実施し、春と秋東京から20名ずつの参加者を迎えた。実際に製造現場で糸や編地が製品になっていく過程を体感し、GEAも楽しみ益々ロイヤルティを高めていただいた。また産業観光やツーリズムと呼べるレベルではないが、ホテルや酒蔵とも連携し地域としての魅力発信につながった。また、今年から寒河江市観光物産協会会長を拝命したので、これまでの知識や経験を生かし、交流人口増加に貢献していきたい。

地域活性化には関係人口の増加への取り組みも重要である。関係人口とは、「地域外の方で地域と多様に関わる地域づくりの担い手」を指す。山形・寒河江は伝統的なニットの産地である。新しいマーケットを創造していくためには、従来のファッションという概念に囚われず、スポーツ、健康・医療、高齢者、ICTとの融合（ウェアラブル）などライフスタイル全般に関わる分野に進出するべきである。そのためには産学官連携が必要であり、地域外からの知見を活用していかなければならない。山形県鶴岡市が慶應義塾大学を誘致して設立したサイエンスパークのように、当社も産業クラスターを形成するような環境作りを模索していきたい。

# 老舗畳縁メーカーが実証する 持続可能なモノ作りにまつわる考察

高田織物株式会社

代表取締役 高田尚志

## ポイント

- ・遊び心による商品開発と差別化戦略
- ・商品認知度を高めるための新マーケット開拓
- ・商品価値を高めるための産地のブランド化と地域との連携
- ・持続可能なモノ作りを実現するためのまちづくりの必要性

## 1. はじめに

高田織物株式会社は、明治25年に創業し、岡山県倉敷市児島に工場を構える「畳縁（たたみべり）」を専門に織るメーカーです。児島は繊維産業で栄えてきたまちで、今では、学生服、作業服、デニムの産地として全国に知られるようになりました。そんな中、高田織物のように畳縁を織るメーカーも20社程あり、全国の畳縁の約80%を生産している隠れた産地でもあります。畳縁は一般のお客様に買っていただくものではなく「建材」として位置づけられている関係から、全国の畳店様を通

じて一般のご家庭や飲食店、旅館、ホテル、社寺仏閣などへ畳に縫い合わされた状態で納品されてます。

皆さんの中には「畳縁」と言われてもピンとこない方も多いのではないのでしょうか。畳縁とはいわゆる畳の両端についている無地や柄の模様が入った織物のことです。「畳」の枚数は一昔前から比べると減少傾向にあります。当然、畳縁の生産量も少なくなっています。しかし、高田織物では少し変わった取り組みを行うことで、地域の方々からも一目置かれ、社員の定職率も高く、国内外からも多



和室

くのお客様にお越しいただける企業へと変わってきました。地方創生という言葉が飛び交うようになった今、全国各地で同じような背景でモノ作りをされている方々もたくさんおられることと存じます。本レポートを通じて何か一つでもご参考にしていただけるものがあれば幸いです。

## 2. 畳縁で差別化戦略 (提案型でマーケットを興す)

皆さんのお宅には畳のスペースがありますでしょうか。畳があるとして、畳縁はついてますでしょうか。畳縁がついているとして、そのデザインや色を思い浮かべられる方は少ないのではないかと思います。と言いますのも、畳縁はお客様（施主様）が選ぶものではなく、畳屋さんが選んで縫い合わせて納めるだけの副資材的な位置付けであり、今でもその名残が残っているからです。

畳の歴史は奈良・平安時代まで遡りますが、畳縁と呼ばれる専用の生地が織られるようになったのは明治時代の終わり頃からと言われています。当時は全社一様に、黒色と茶色の綿素材の無地の畳縁ばかりを織っており、そんな状況が昭和40年頃まで続いていました。日本の家と言えば畳があるのが当たり前。ただ、戦後は多くの欧米の生活様式が取り入れられるようになってきたため、畳の需要は減少し続けてきました。最盛期には100社を超える畳縁メーカーがありましたが、次第に供給過多になり、見た目が同じ織物ですので、市況が厳しくなってくるとメーカー同士で問屋さんや畳店さんに対し値引き合戦が繰り広げられるようになってきました。

そうした背景を受けて、高田織物では過当競争から抜け出すべく、他のメーカーに先駆け日本で初めての柄の入った畳縁を開発しました。この商品は驚きと共に瞬く間に市場に受け入れられましたが、他社もそれを参考に設備投資し同様の畳縁を織るようになりまし

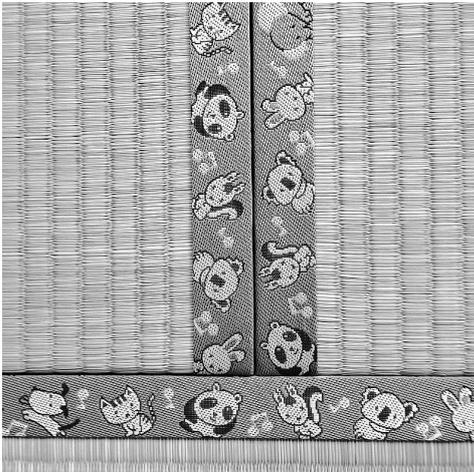
た。今ほど意匠に対するコンプライアンスも根付いていなかった関係もあり、柄を真似て作るようなことも横行し、右を見ても左を見ても同じような柄の畳縁が増え、気が付けばまた値引き合戦に巻き込まれていくようなことが頻繁に繰り返されていたのです。

そんな中、高田織物では敢えてそういった類似品の価格の下をくぐることはせず、新しい畳縁の開発に積極的に取り組んでまいりました。「他社が真似るということは、それが市場に受け入れられているという証拠。高田織物はその値引き合戦に加わるのではなく、次に何を開発したらお客さんを驚かせることができるか。インパクトを残せるかを大切に、次の商品開発をしていこう。」という考えのもとに、次々と顧客を掘り起こして行くための商品開発を続けていきました。

しかしながら、万人に好まれる商品開発ではなく、メーカー主体でインパクトのある商品開発を続けていくことは売れない可能性も大きく、当然リスクも伴いました。もともと古い商習慣に縛られた業界でありましたし、敷き方や工法に至るまで伝統を重んじる傾向も強くありました。ですので、柄の入った畳縁はおろか、奇抜な色・柄の畳縁をリリースすることには業界内から冷ややかな声も寄せられました。顧客のニーズを吸い上げて商品開発を行うことは一般的にはよく言われることですが、畳業界からは新しい商品を要望されることもなく、ましてや一般のお客様に選んでいただくことさえ煩わしく感じていた業界でしたので、差別化を図るための商品開発は味方であるはずの業界内の方々への理解を得るための挑戦でもあったのです。

そんな中取り組んだことが、ハウスメーカーや工務店、インテリアコーディネーターの方々に向けたダイレクトメール（DM）でした。業界発で商品を勧めていただけなのであれば、その先のお客様に直接ご案内をしようということで、平成時代の初め頃に大掛かりなDM作戦を実施しました。その結果大変好意

的に受け止められ、「こんな畳縁見たことがない」「色もたくさんあって楽しい」「お部屋のイメージがガラッと変わる」といったご意見が寄せられるようになり、次第に高田織物の畳縁を指定で使っていただけるようになってきました。エンドユーザーからの指定が増えると、それに伴い問屋・畳店さんが商品を扱って下さる相対的な量は増えてきたのですが、ここでまた別の課題が出てきます。



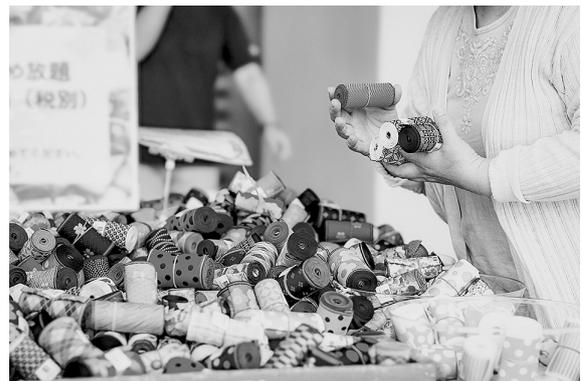
子供部屋向けの畳縁

### 3. 畳縁の認知度アップと価値の付与

畳縁をお客様（施主様）に選んでいただいて、満足の対価としてお代をいただく。そんなごく当たり前のことが通りにくい商習慣が今でも畳業界の一部では残っています。ご指定で畳縁を使っていただけたとしても、畳店が畳縁のお代をいただけないということは、畳店の定番の在庫の回転率が悪くなり、わざわざ取り寄せるためのコストも増え、利益を目減りさせてしまうことにもなりました。

そんな悪循環から抜け出すために、畳縁を別の市場に提案するという事にしました。そのマーケットとはハンドメイドの分野です。畳縁は畳に縫われてこそ価値を生むものですが、ハンドメイドの素材として扱っていただくことができれば、もっと多くの方に知っていただく機会を得るのではないかと考えたか

らです。様々な取り組みの結果、ハンドメイド愛好家の方々に素材として使っていただけるようになり、雑誌や展示会でも取り上げていただき、多くの畳縁を使った作品も寄せられるようになりました。これにより、高田織物の強みである1000種類以上ある畳縁を知っていただく機会も増え、その角度から畳縁に関心を持たれた方からは、畳にもご指定いただけるようになりました。そして何より、ハンドメイドの世界では畳縁を欲する為だけにお金を払って下さるようにもなったため、畳においても、良いものを選んでいただいた際には、きちんと満足の対価としてお代もいただける（価値を見出してくださる）商材へと押し上げることができたのです。



畳縁小巻

### 4. 産業観光とブランド化

2014年に、自社の敷地内に「TATAMI-BERI FACTORY SHOP FLAT（畳縁ファクトリーショップ フラット）」をオープンしました。このお店は、ハンドメイド愛好家のための畳縁地と畳縁雑貨を販売しているお店です。これにより、客層もターゲットも変わりましたし、畳縁という日本人に身近なようで馴染みのない織物を求めて、県内外、国内外から多くのお客様がお越しくくださるようになりました。また、地元行政も全国シェア No. 1の織物として認知して下さるようになり、多くのバイヤーさんとの商談の機会にも恵まれ

ました。さらには、工場見学も、年間100件近い団体様にお越し頂けるようになりました。「繊維産業で栄えたまち」ということで、同じ繊維に携わられている企業との横の繋がりも生かし「産業観光ツアー」にも力を入れるようになりました。見島の見どころは繊維産業の現場。学生服、デニム、帆布などと一緒に豊縁の工場もご覧いただく。昔は海に浮かぶ島だったまちから、どのようにして繊維産業が栄えてきたのか。その歴史と共に商品説明もすることで、産地と商品にストーリーが生まれブランド化されていくのを目の当たりにしました。売りに行く商売から、買いに来ていただく商売を意識することで、まちも活気づき、働き手には誇りが芽生え、外部の方々からいただくダイレクトリーな評価が、次の展開へのバイタリティーを生む好循環になっていると感じています。



FLAT

## 5. 持続可能なモノ作りとまちづくりの必要性

少子高齢化や首都圏への人口集中などの影響もあり、地方の人口は減少傾向にあります。人口が減少するという事は、そのまちの中の消費活動も冷え込み、生産人口も不足し、

企業も減り、次の世代に伝えていくための担い手（子供達）もいなくなるということを意味します。住まうことだけを考えるのであれば、行政サービスの効率化を図るために移住を促すことも間違っていないかもしれませんが、ただ、伝統的なモノ作りは、それが産地であれば、産業の裾野が広く関連企業も多いため、一社で成り立つことはあり得ません。詰まる所、世の中に必要とされているものを持続的に作り続けていくためには、活気と魅力あふれる地域をつくっていくことが不可欠となります。

豊縁を織ることは、一見伝統的な何かを「守る」というポジティブではない動機にも見えますが、同じ素材であっても、ターゲットを変え用途も提案し、新しいトレンドとマーケットを創り地域から一目を置いてもらえるようになれば、次の世代の担い手も夢を描けます。大前提は、本質的に魅力的なモノを作るということ。その上で、持続的にモノ作りをするために、働き手が誇れる企業づくりとまちづくりを同時に行っていくことが必要だと考えます。そのシナジーによってこそ、地域活性化は前進するものと考えております。



工場見学

## 伝統ものづくりに対する評価の変革と期待への提言

一般社団法人日本工芸産地協会

理事・事務局長 原岡 知宏

### ポイント

- ・伝産法下の統計では伝統ものづくり産業は斜陽化がすすんでいると見えがちであるが、従来の伝産法の枠内では活気ある伝統ものづくり企業の実態は伝わりきっていない。
- ・伝統ものづくり企業は自身でも危機感を持ち業界への求心力を高めるべきである。
- ・伝統ものづくりの次の成長企業を生み出していく鍵は志と覚悟ある経営者の存在であり、加えて経営技術の研鑽も必要である。
- ・伝統ものづくりは地域活性化にとって重要なコンテンツであり、注目度を高めるべきである。

一般社団法人日本工芸産地協会は、日本各地のものづくり企業の経営者の知恵と経験を集約し、工芸の未来を切り拓いていこうという想いで2017年2月、設立された団体だ。設立年から『産地カンファレンス』と題するシンポジウムを年に1度、各会員企業の地元にて開催してきた。カンファレンスでは産地の歴史的背景や企業の成り立ちの他、産地で行っている先進的な取り組みなどを紹介することで、開催地の特徴にちなんだテーマを深耕し参加者とともに考える場を提供している。また、協会内で会員企業の経営者が年に一度勉強会を行い、現状の課題、未来への取り組みについて議論しその知見を相互に吸収しあうことで、それぞれの企業経営の研鑽に寄与している。従来型の産地組合組織とは異なり、各産地で加盟は1社のみ、取扱品目の非競合、現状の企業体力、ブランド力、経営者の人間性、企業として産地の将来を背負う覚悟の有無など、本協会に加入する際には加入候補の企業を理事メンバーが慎重に検討、選定をしている。こういったポリシーこそが当協会が各地各所で行っている集会にて、互いの利害に干渉されない闊達な議論展開へ導いていると自負している。ここで構築された関係性を活かし、官民間わず地方創生、地域のものづくりと

いったキーワードに係る各種調査事業にも参画している他、会員企業の経営に関する理解を深め内外への発信にも努めており、実際、地



方自治体やものづくり系教育機関での講演依頼なども増えている。伝統文化やそれに繋がりをもつ、ものづくりによる価値の創造、産業としての成長力が問われる時代において、日本工芸産地協会およびそこに集う企業経営者のもつ役割は、日本全国のものづくり企業への啓蒙、およびものづくりの成長力を対外に発信するという意味で重要度を増しつつある。

さて、筆者は日本工芸産地協会事務局長として2017年から3年にわたり会員企業の経営者を訪問し対話を重ねてきた。そして開催してきた前述の産地カンファレンス、また、各種調査事業を通じて得た各地を牽引する工芸企業の趨勢について紹介したい。

まず『伝統』『工芸』というキーワードでしばしば引き合いに出されるのが昭和49年公布、施行された『伝統的工芸品産業振興に関する法律』（以降「伝産法」と記載する）にもとづいた国の支援である。同法に沿って運営される(一財)伝統的工芸品産業振興協会（伝産協会）の調査資料によると、近年の伝統的工芸品の生産額、従業者数の推移は、下記のとおりである。

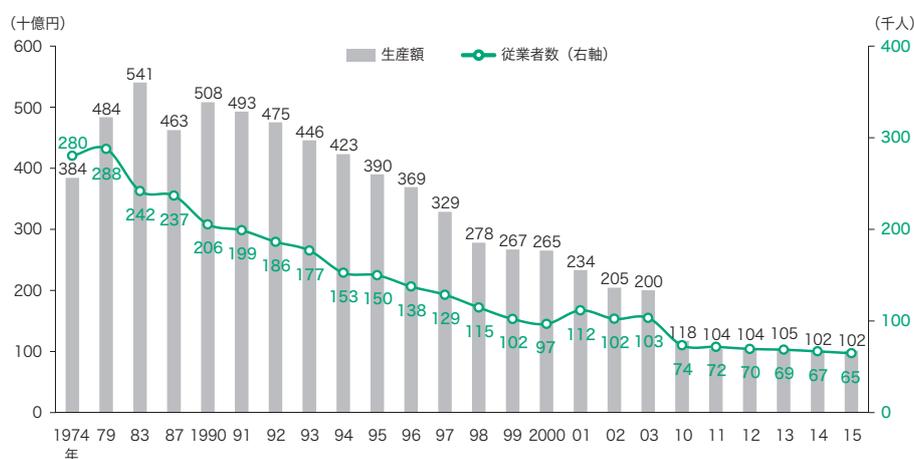
同法による『伝統的工芸品』指定を受ける品目には、技術あるいは使用素材に100年以上の歴史を有し、それを現在も引き続き踏襲しているという条件が付く。当該資料はこの括

りの中での産業統計であることを認識しておく必要がある。このデータによるとピーク時の1983年から2015年までの約30年間で生産額は約1/5、従業者数は約1/4程度まで落ち込んでいる。しかし、特筆すべきは従業者一人あたりでの生産額ではなかろうか。約150万円である。これが実態であれば各地の従事者は経済的に非常に厳しい状況に置かれていることが容易に想像できるし、国の伝統と文化を守るために必要な役割を果たしている伝産法の根拠として大切な統計でもある。

一方で、日本工芸産地協会に加入する17社の企業の従業員数と売上高の一覧（概算値）が次表であり、従業員一人あたりの売上高は約1,350万円と前述の伝産協会データとは状況が大きく異なる。また、売上高の総額は約370億円となっており、伝統的工芸品200余りの指定産地の合計約1,000億円と比較しても1社あたりの事業規模のサイズが大きく異なっていることも理解できるかと思う。

日本の製造企業における従業員一人あたりの売上高は、全国平均で3,124万円、中小企業では1,785万円（経済産業省・商工業実態基本調査2007年度）であり、調査前提が異なるために単純な比較はできず日本工芸産地協会の会員企業の平均値とて決して高いとは言えない。しかし、ここで論点としたいことは、2種のデータの

伝統的工芸品の生産額・従業者数の推移



出所：(一財)伝統的工芸品産業振興協会資料により作成

比較分析ではなく、一般的な認知として伝統的なものづくりは斜陽であり、衰退の一途と思われがちであるが、成長性、収益性ともに担保し、地域企業として重要な存在となっているケースも多く存在するということである。残念ながら現状では伝産法の支援を受けて（あるいは支援を受けられないケースも多く存在するが）自走をはじめた企業をどう評価し、どう展開していくかの出口の議論や統計がない。そのため、前述のデータが独り歩きして産業としての活力を

完全に失ってしまったかのようなイメージが植え付けられているのではなかろうか。

もうひとつ、地方自治体がつもつ伝統ものづくりへの認知を取り上げたい。下図は、地方自治体が出札として期待する地域資源の調査データである。都道府県レベル、市区町村レベルとも、期待の度合いが著しく低く、全く評価されていないことが見て取れる。

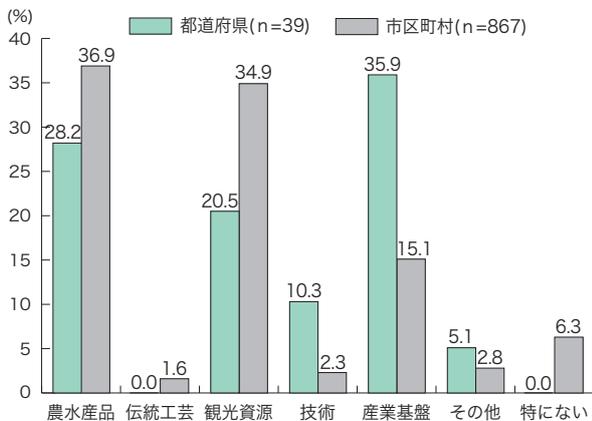
なぜ、これほどまでに他の業種との差が生じる結果となるのか、工芸産業に携わる面々は危機感をもって業界全体のイメージを変えていく必要があるのではなかろうか。どの枠組みを活用するかはさておき、公的な統計資料が冒頭に掲出したような右肩下りのデータしか存在しないのであれば、今後将来にわたって業界への資金、人材の流入を阻害することになりかねない。だが決してそうではなく、工芸に携わる企業にも、活力があり地域に貢献している企業は多く存在する。日本工芸産地協会は加入企業17社と未だ小規模の集団ではあるが、事実として会員企業はみな成長企業である。経済産業省から地域未来牽引企業として認定を受ける企業も多く加入している。同様に地域を牽引する工芸メーカーの加入をさらに促し、産業としての認知を変革することは業界にとって必要であるし、関係省庁へ成長企業の調査分析を働きかけていかねばならない。当然ながら元気のある産業として実体がなければ意味のないことは言うまでもない。各地に工芸を基盤とした成長企業の輪を広げていかなければならない。

さて、では具体的にどのように地域を牽引するような工芸企業を生み出していくのか。冒頭のデータを鑑みれば、実際の伝統的工芸品の製造事業者はものづくりを生業としているものの、企業として体を成していないケースが多く想定できるし、後継者もなく将来的には廃業の方針を持ちつつ新たな投資を控えて事業を継続しているケースも多いだろう。ここから成長企業となっていくことは決して容易なことではないが、各地で多くの工芸企業を見てき

日本工芸産地協会会員企業データ

No.	企業	従業員数(人)	売上高(百万円)
1	A	50	300
2	B	100	900
3	C	400	5,000
4	D	300	3,000
5	E	100	1,000
6	F	100	1,000
7	G	200	2,000
8	H	30	250
9	I	20	120
10	J	400	5,000
11	K	400	7,000
12	L	400	6,000
13	M	50	600
14	N	10	100
15	O	20	300
16	P	30	120
17	Q	150	4,500
計		2,760	37,190

地域活性化の切り札となる地域資源



資料：中小企業庁委託「自治体の中小企業支援の実態に関する調査」(2013年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))  
 (注) 地域活性化の切り札となる地域資源として1位から3位を回答してもらった中で、1位に回答されたものを集計している。

た中での結論は、やはり経営者が鍵を握るということだ。

日本工芸産地協会の代表理事でもあり、工芸業界を引っ張る存在の株式会社中川政七商店会長の中川政七氏の言葉を借りれば、結論は経営者の志と覚悟に尽きるということになるが、同氏はその次に企業のビジョンと競争戦略と組織力の掛け算であるということとを述べている。同社は工芸メーカーに対するコンサルティングを事業展開し、大きな成果を挙げているが、ブランディングや商品開発など、部分的な支援は行わず経営戦略策定からブランド、商品開発、流通、製造、コミュニケーション設計まで、一貫してタッチできる場合にのみ引き受けるというのが条件である。かつ、必ず経営者の志と覚悟の部分について中川氏自身が直接面談を行って見極める。経営者の覚悟を非常に重視しているということだ。地域で成長を目指す工芸企業や、それを支援する自治体は同社の門をたたいてみるのもひとつかもしれない。

私自身、コンサルタントとして工芸企業の経営に関する支援、助言をする立場となることもあるが、中川氏の意見に大いに賛同できる。工芸企業は中小ひいては零細経営である場合がほとんどで、経営に難がある場合において何か部分的な問題を解決してそれでこと足りるということではないだろう。そもそもの戦略がないか、何か新しいことをやりたい場合にその機能がないかのどちらかである。欠如する戦略にしてもものすごく基本的なことであったりするのだ。製造販売を事業として行っていくうえで、商品政策や流通の方針が定まっていなかったり、原価や販管費については意識の片隅に追いやられていたりもする。そういった経営の根幹にかかわるような重要な項目がポンと抜けていたりする。そこを改善すればすべてが良くなるというほど甘

### 中川政七商店の支援により開発されたブランド



いものではないが、重要なことなのだ。

他方、工芸には歴史や伝統にもとづいた技術や地域文化のリソースがある。これは大きな財産であり、他業種が一朝一夕に得られるものではなく、製品価値としてはすでに非常に高いものを作っている場合もある。また、工芸はオートメーション化された大量生産設備による製品とは異なり、急激な生産増には対応できないという脆弱な製造背景も問題として抱えている。ここを解決してやらなければ単に売れる製品をつくってもうまくはいかない。前述のような経営上の課題について全体を通してしっかりと改善して地道に徐々にすすめていく必要がある。工芸品のよいところは機能よりも意味や背景を重視する消費者が顧客となるところである。そういった顧客はロイヤルティが高いし、長くファンでいてくれる可能性が高い。成長のスピードはゆっくりではあるが、顧客ともゆっくり長く付き合っていけばよいのだ。

地域の中で工芸だけを手厚く庇護していくというわけにはいかない。

しかし工芸や伝統ものづくりは地域活性化、地方創生という観点でも、歴史、文化を継承していくという観点でも非常に重要なコンテンツなのである。そして、誰も見向きもしない過去の遺物ということはない。ビジネスとしても有望であると言えよう。

国としても、地域としても、有望な経営者、有望な企業に積極的な後押しを期待したい。

# 伝統ものづくりでの工芸イノベーションの可能性

株式会社価値総合研究所

執行役員経営企画部長 **中村 郁博**



## ポイント

- ・ 伝統ものづくりは、地方創生における潜在力の高いテーマとして、さらには新しい産業構造の確立、産業レジリエンスの向上としても期待が集まる。
- ・ 伝統ものづくりは、人々のウォンツを獲得していくことが必要で、新ビジネスモデル、新市場開拓、新商品開発の工芸イノベーションを創出することが求められる。
- ・ 工芸イノベーションを進めていくには、産地の産業クラスターのコーディネイト、顧客向けのマーケティングとブランディングを担う地域商社機能の強化が重要だ。

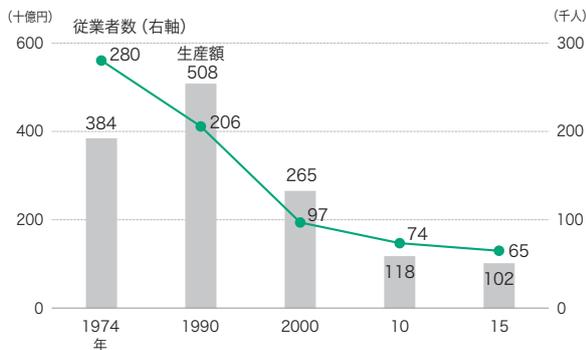
## はじめに

日本の風土と歴史の中で、日本人の生活と密接な関係を築いてきた伝統的なモノづくりは、経済と社会のグローバル化とその変化スピード増の中で、縮小していくとの認識が広がっているのは事実であろう。実際に、日本の伝統的工芸品の市場規模は、1990年頃をピークに、今ではその五分の一程度までになっている（図1）。確かに、大規模工場や機械化による大量生産により、人々の生活を支える製品の多くが供給され、さらには世界規模での

安い労働力やサプライチェーンの最適化に基づき、製造拠点の海外移転も最早当然のこととなっている。これらにより、人々のニーズの多くが安価かつ効率よく満たされ、人々は消費者余剰という富を手に入れている。

一見すると、ここに、手作業も多く残り、専らの効率追求とは一線を画す、昔ながらの生産技術を基礎とした伝統ものづくりが入り込む余地はなさそうにも見受けられる。しかしながら、日本の伝統的産地を丁寧に追っていくと、この時代の変化に対応した、より積極的に言えば「時代の変化を活用した」伝統ものづくりが、少ないながらも散見されるのだ。

（図1）伝統的工芸品の生産額・従業者数の推移



出所：（一財）伝統的工芸品産業振興協会資料により作成

## I 伝統ものづくりの再評価

筆者が伝統ものづくりの潜在力を高く評価するのは、主に3つの観点からである。

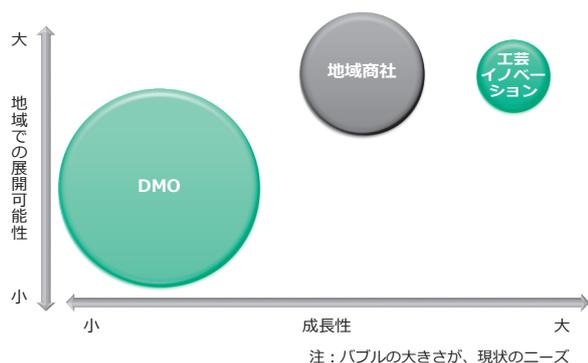
### 1 地方創生における可能性

一つは、地方創生の流れの中での可能性である。筆者は、地方創生において、最も重要なものの一つとして、地域商社に注目している。各地域の魅力ある地域産品を、他の地

域の産品とどのように差別化し、消費者にどのような戦略で届けていくのかを担うのが地域商社であり、地域経済活性化の汎用策とも言えるものだ。一方、地域商社は、農業の六次産業化も背景に注目を集めてきたものの、多くの同商品の価格は1,000円未満であり、地域から大消費地への物流コストを吸収するには単価が低すぎる。また、地域という限定性により、大量生産、大量販売ができないことも考えると、規模の経済を働かせるのも難しいと言わざるを得ない。

これを打破する一つの戦略が、地域産品の高付加価値化、つまり価格の引き上げだ。もちろん農業の六次産業化においても、これは取り組まれており、贈答需要を取り込んだ高級果実なども話題を集めるが、その単価上昇の限界や、生鮮食料品ならではの日持ちの短さなど、制約も多い。この点、伝統ものづくりを基礎にイノベーションを創造できれば、大きな市場を創り出すことが可能であり、実際、この分野で先行する欧州では、売上高1兆円に迫る企業も存在しているのである（図2）。

（図2）地方創生における工芸イノベーション、地域商社、DMO



## 2 新しい産業構造の確立

従前のモノづくりは、数値データによる計測可能な絶対的な質（スペック）と生産効率の追求に重きを置き、結果、人々は高質なものを買入れ、生活水準も格段に向上し

てきた。この方向性は、今後も有効で、引き続き追求していくべきものである。

一方で、効率的かつ客観的高質化が進むにつれ、それでは満たすことのできない欲求が人々の心の中に補集合として出現してきている。要は、ニーズ商品ではなく、ウォンツ商品への需要である。決して、ニーズ商品を否定しているのではなく、ある一定のニーズが満たされることを条件としてウォンツが出現してくるのであり、日本の経済、社会は、既にこの段階に突入している。そこでは、単なるスペックとして定義できるものではなく、計量化が難しい主観に基づくデザインの美しさや、その製品を作り出す職人の技や思い、伝統的な文化への共感といったものにて新しいタイプの価値が見出されているのだ。

また、生産者側においても、表現する喜び、原材料や前後の工程など裾野広い地域の生産者と繋がる喜び、さらに顧客と交流し顧客に使ってもらえる喜びといった、単なる経済活動として整理しきれない、新しいライフスタイルとも言うべき活動になっていく。加えて、伝統ものづくりでは、原材料となる農業生産から始まり、加工工程においても高度な分業体制を確立し、産地がクラスター化しているところが多く、一人、あるいは一社で自己完結することは難しい。従って、生産活動においても、よりコミュニティを強く意識していく必要もある。この昔ながらの生産体制は、効率性を追求し人件費の圧縮に重きを置く現代主流の産業構造の中では、新しい価値観を提示しえるのだ。

## 3 産業レジリエンスの向上

グローバルに作り上げられたサプライチェーンは、平時においては高効率な生産に不可欠なものである。一方で、経済と社会のグローバルでの結びつき強化は、今次の新型コロナ禍に見られるように、一地域での負のインパクトが次々に伝播していき、結果、巨大なものになるリスクも存在する。だからと

言って、経済社会のグローバル化を止めることは不可能であり、不合理であるが、全ての産業が、このグローバルなサプライチェーンを志向する必要はない。特に、日本の地域の小さな産地にとっては、ロイヤリティの高いコアな需要に生産資源を集中した方が良いケースも多く、この場合は地域の産業クラスター内での調整とシナジーの追求に重きを置き、より独自色の強い製品に特化していく戦略の方が適切だろう。そして、この地域自己完結志向の産業構造は、上記のような負のインパクトへの耐性も期待できる。

なお、伝統ものづくりの産地の生産力は決して大きなものではないが、各地域にそれぞれ分散して存在しているために日本の経済全体としてはリスクを分散できる。また、ファスト商品ではなくロングテール商品であるために需要が回復するまでの間、製品を在庫として持つことも可能で、産業のレジリエンスという観点からも評価できる。

## II 伝統ものづくりにおけるイノベーション

日本の新しい産業構造確立に向けて潜在力

がある伝統ものづくりであっても、現状のままでは、その力は顕在化してこない。そこには、工芸イノベーションと呼ぶべきものを引き起こしていく必要がある。

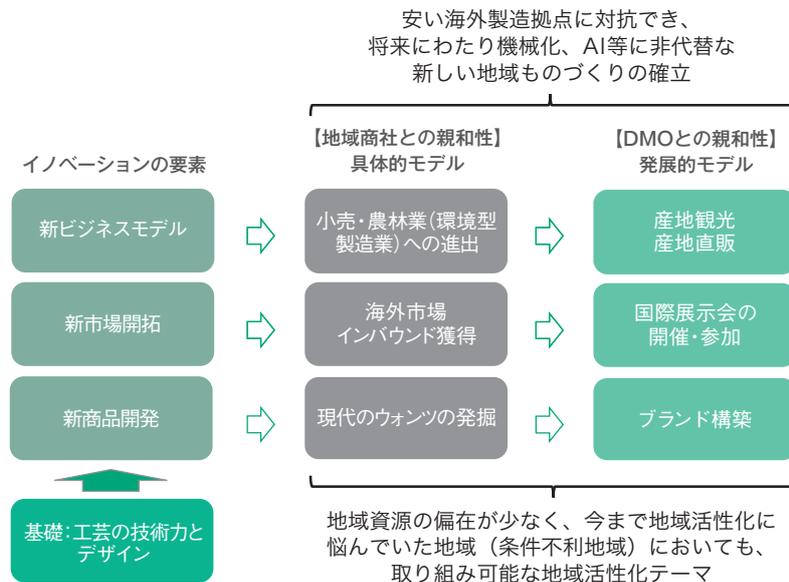
### 1 工芸イノベーションの必要性

伝統ものづくりを代表する工芸は、江戸時代に大きく発展した。当時、全国的物流網が構築され、各地域はそれまでの自給自足型経済より、比較優位に基づいた産地交易型経済への変容を加速させる。その中で、地域で産出される原材料、それを加工する高い技術、そして独自の美的センスによるデザインに基づいた工芸産地が出現した。それらの多くは、特にバブル経済崩壊後の卸・小売業の変化に対応できずに疲弊してしまっている。これに対応していくために、工芸イノベーションを引き起こしていくことが求められる。これは、安い海外生産に対抗でき、将来にわたり機械化、人工知能（AI）に非代替な新しい地域のモノづくりにもなりえるものだ（図3）。

### 2 工芸イノベーションの概要

まず求められるのは、新ビジネスモデルを

（図3）工芸イノベーションの概要



確立することだ。特に、従前のモノを作る、あるいはモノづくりの特定工程のみに特化するのではなく、全体を俯瞰した最適なバリューチェーンを確立することが求められる。より具体的に言えば、従前の単純な製造である第二次産業から、原材料の生産となる第一次産業、そして顧客ニーズをつかみ、ブランドを構築するための小売といった第三次産業にまで、双方向へより踏み込んでいくことなどだ。

次に重要なのは、新市場開拓である。従前の顧客、従前のニーズへの対応に留まらず、新しい顧客と新しい需要を積極的に開拓し、新しい価値を提供していく。特に、日本の人口が頭打ちになっていることを考えると、海外市場への進出、そしてインバウンド観光客の誘引と産地での直接販売などは、成長が期待できる新市場である。

最後に重要なのが新商品開発だ。安価な大量生産品ではなく、あえて伝統的手工芸技術に裏打ちされ、結果、値段も高価となる工芸品に求められる価値とは、ウォンツであることは先述したとおりである。そして、そのウォンツを満たすためには、よりデザインを磨きあげ、ストーリーを作り上げていく必要がある。そうした新しい商品が求められる。

### Ⅲ 工芸イノベーションを推進する機能

最後に工芸イノベーションの推進のためには、どのような機能が必要かを考えたい。

工芸は、今まで工程毎に最適化を追求し技術力を向上させてきたが、既にその個別の技術力では競争力が得られないほど、現代の生産力は機械化、自動化により向上している。従って、前章で述べたように、地域でのバリューチェーン全体での競争力向上が必要であり、それは個別の競争力の和ではなく、積によるシナジーの追求が鍵となる。そしてそれを実施していくには、地域全体のバリュー

チェーンを産業クラスターとしてまとめ上げていくコーディネート機能が重要だ。

次に求められるのは、生産された製品の魅力をより強調し、分かりやすいストーリーを伴って顧客へ届け、顧客からの信頼を高める機能である。言い方を変えると、マーケティングとブランディングである。この活動は、一製品や一企業のそれではなく、クラスターとして形成された産地、地域全体のマーケティングとブランディングへとつなげていくことも期待される。こうなると、単なるモノづくりではなく、そのモノづくりの現場と背景を体感するための産地観光へと、より複層的な地域産業構造の構築と、より多様な地域活性化へと展開していこう。

これらの取り組みは地域の商社機能の確立と強化と言い換えることもでき、それは工芸イノベーションの中核にある製造事業者が担うこともできれば、製造事業者とは別にこの機能に特化した地域商社が推進していくことも可能だ。さらに言えば、産地観光の拡大という観点では、この活動はDMO（観光地域づくり法人）のものにもなりえる。

このように、工芸イノベーションは、地方創生、地域活性化の主軸の一つとして捉えていくべきものなのだ。

日本における工芸技術とデザイン力の高さ、そして江戸時代とは言わず、そのさらに前の時代からモノを作ってきたというストーリーは、貴重な日本の産業資産だ。安い労働力を求めた生産は海外へ移転し、国内での生産については機械化等で効率性を追求していく中、工芸イノベーションは、日本に最後まで残ることが可能なモノづくりの一つである。同時に、それぞれの地域が個性を追求し、地域に根を張った地域産業として、地域活性化においても潜在力が高いテーマと位置づけ推進を図っていくことが期待される。

# ポスト・コロナにおける日本の物づくり

明治大学理工学部 総合文化教室

准教授 鞍 田 崇

## ポイント

- ・ポスト工業化社会の脆弱さを克服する新たな物づくりのあり方とは？
- ・アレント「人間の条件」を参考に、労働と仕事のハイブリッドを問う。
- ・その具体例としての民藝が求めた物づくりのあり方の現代性とは？

二ヶ月近くにわたった緊急事態宣言も解除され、街にひとびとが戻ってきた。東京では、さっそく朝の満員電車が復活。以前とはちがひ、皆が皆、マスク姿ではあるが、それ以外は、宣言発令前とさほど変わらない光景だ。

もちろん、何よりも、この間の休業や消費の冷え込みのあおりを受け、日々のいとなみが存亡の危機に立たされている方々のことを思うと、一日も早い回復を願う気持ちはある。ただ、ふたたび満員電車で揺られながら、何かシッカリこないものがあるのも事実だ。

この二ヶ月の体験のなかで、僕たちが求めたことは、たんにいままでどおりの社会の回復だったのだろうか。多くのいとなみが停止せざるを得なかったこの体験を糧に、少しでもそれ以前よりよい社会を考えたいと思ったのではなかったか。以下に、そういう観点もふまえつつ、日本の物づくり、とりわけ工芸と地域の関わりについて素描してみたい。

## 1. ポスト工業化社会の「次」へ

このたびの新型コロナウイルスの感染拡大は、日本の物づくりの現状を知らしめることにもなった。マスクをはじめ物資不足が問題になった背景には、それらの多くを輸入に頼っていたことがあった。いいかえると、国内で

製造・生産していないがゆえの物資不足だったわけだ。

「消費者でいるぶんには、とてもいい社会といえます。しかし、生産者、労働者にはつらい社会です。」

(小熊英二『社会を変えるには』2012)

こうした社会を社会学者の小熊英二(1962-)は「ポスト工業化社会」と呼んでいる。簡単にいえば、製造・生産ではなく、消費・流通を経済活動の基軸とする社会だ。社会全体の流れとして見た場合、日本は1990年代には工業化を終え、こうしたポスト工業化社会というステージに入っている。

しかしながら、そうしたステージもすでに30年以上。このままずっとポスト工業化でいつづけるのか？ そろそろポスト工業化社会の「ポスト」、つまり「次」へと移行すべき時期なのではないか。物づくりから撤退したポスト工業化社会を超えて、ふたたび物づくりを軸とする社会のあり方を考えなければならぬのではないか。このたびのコロナは、ポスト工業化社会の脆弱さを知らしめるとともに、そうした方向性を僕たちに示したといえるだろう。

では、ポスト工業化社会の「次」における

物づくりのあり方とはどういうものか？

ここへきて、工業化以前からいとなまれてきた工芸ならではの技術力、その丁寧な物づくりの評価が高まっている。その一方で、かねてより、工業以上に深刻な経営環境にあった工芸業界では、海外戦略やブランディング等の再検討を進めるとともに、近代化・合理化・効率化を図ることが求められてきた。このことは、新たな工芸のあり方が問われているということでもあるだろう。しかしながら、そもそも果たして、工芸に足りないのは、先に列挙したもの——どちらかといえば、工業が率先して取り組んできた要素だけなのか。むしろ、いまこの時代だからこそ問われている「工芸性」があるのではないか。かつての工芸に戻るのではない。むしろ、工業化、さらにポスト工業化のただ中で、工芸自身が見落としてきた自らの「本質」を再発見することが求められている。工芸から工業へと物づくりの軸が移り、さらにはポスト工業化を経た「次」だからこそその「工芸」、だ。それは、いわば、物づくりという営みの原点を再確認することでもあるだろう。

## 2. 「労働」としての工業、「仕事」としての工芸

物づくりという営みの原点とはどういうものなのだろうか。この点を掘り下げるにあたり、政治哲学者ハンナ・アレント（1906-75）が著書『人間の条件』（1958）で展開した議論を参考にしたい。古代ギリシャに遡りつつ、彼女は、人間ならではの働き方を、「労働（labor）」と「仕事（work）」、そして「活動（action）」の三つに分けて考える。工芸に関わるのは、ひとまず、このうち「労働」と「仕事」だ。

人間とはいえ生き物である。食べなきゃいけない。そういう自然のいとなみに即した切実な欲求を満たすのが労働だ。でも、僕ら人間は食べるだけでは満足できない。食べるた

めだけではなく、文化的なものとか、精神的な豊かさを追求し、自然にはないものを人為的に人工的に作り出す。それが仕事。労働と仕事は、それぞれ人間が人間であるための異なる条件に呼応することから生じるものでもある。すなわち、労働は「自然」という条件に、仕事は「社会」という条件に呼応している。

労働と仕事は、産物の扱われ方にも違いがある。労働の産物は「消費」される。どんなに手をかけて作った食事も、あっという間に食べ尽くされるように、消費は、消費する者の生存を利することだけを意味する。それに対し、仕事の産物は「使用」される。しかも、建物や家具がそうであるように、世代を超えて使われ続ける。それはまた、自分が所属する社会や共同体が、自分が生まれる前からあったし死んだ後もあるだろうという、社会への信頼の根拠を具体的に示してくれるものでもある。そうして、工芸は、もともとこうした「仕事」の所産だった。その担い手たる職人のいとなみは労働ではなく仕事だった。

ところが、近代という時代は、この二つをひっくり返してしまった。というか、すべて労働にしてしまった。台頭してきたのは、いうまでもなく工業だ。結果、本来世代を超えて使用され、社会の持続性を支えるものでもあったはずの産物が、すべて消費の対象になってしまった。家具も、器も、建物も。みんな消費されていく世の中になってしまった。

以上は、アレントの議論をかなりザックリとまとめたものだ。時代の流れとしてはおおむねこれでいいだろう。そういう中で、近代になってなおも、消費ではなく、使用されるものを目指す工芸、仕事としての工芸を維持しようとする動きも出てきた。いわゆる伝統工芸や美術工芸はそういう動きの結果と言ってもいいだろう。ただ、工芸のあり方については、また別の可能性を追究する動きもあった。それが「民藝」だ。

### 3. 工芸と工業の次を示唆する 「民藝」の視点

民藝は、思想家の柳宗悦（1889-1961）らが百年前に作りだした造語だ。彼らは、それまで「下手（げて）もの」とも呼ばれ、価値あるものと見なされることがなかった日常使いの「雑器」、とりわけ工業化される以前の手仕事の品に、独自の美がやどっていることを見出した。民藝は、そうした観点から、下手ものや雑器に代わる言葉として考案されたものである。「民衆的工芸」を略したものともされる。

民藝もまた工芸である。彼らが注目した工芸もまた、単に消費されるものではなくて、世代を超えて使用に耐え得るものだった。そういう意味では社会の持続性を担うものでもあるが、同時に、自然のいとなみと深く接続したのもであった。それゆえ、もともと仕事ではなく労働の所産というべきもの——ただただ生きていくのに懸命な、貧しく、名もなき者たちのいとなみだった。

こうした民藝の視点は、ただ古い時代を顧みただけのものではなく、近代という時代と向き合ったからこそ導き出されたものであった。先のアレントの分類を踏まえていえば、民藝とは、消費物しか生み出さない労働ではなく、使用物を生み出す労働の可能性を問うものであり、社会という条件に応じるだけでなく、自然との結びつきの中でこそ営まれる仕事の可能性を問うものでもあった。いうならば、労働と仕事のハイブリッド。やや強引かもしれないが、ここに、工芸と工業の「次」としての工芸性のヒントが潜んでいるようにも思うのである。

そうした点は、民藝が求めた「つくること」に端的に示されている。最後に、それを示唆する民藝運動の担い手の言葉を紹介しておきたい。じつは、彼らは申し合わせたように、同じようなことを言うのだ。「作る」のではない、「生む」のだ、と。



福島県昭和村の「からむし」のいとなみ

「作る」のではなく「生む」物づくりの具体例がここにはある。村外から移り住んだ者たちが担い手として活躍しはじめている点からは、これからの地域のあり方をうかがうこともできるだろう。

そのひとりに、陶芸家の河井寛次郎（1890-1966）がいる。よく知られた彼の言葉に、「暮しが仕事、仕事が暮し」というのがあるが、これは、「労働が仕事、仕事が労働」を意味する言葉とも言えるだろう。そんな寛次郎は、どういう「つくること」を求めたか。あるエッセイのなかで、昔ながらの農村を見た感動について、彼はこんなふうに書いている。

「どんな農家でも —— どんなにみずぼらしくって —— これは真当の住居だという気がする。安心するに足る家だという気がする。喜んで生命を託するに足る気がする。永遠な住居だという気がする。これこそ日本の姿だという気がする。小さいなら小さいままで、大きいなら大きいままで、どれもこれも土地の上に建ったというよりは、土地の中から生え上ったと言いたい。どんな家も遊んでいるような家は一軒もない。」

（河井寛次郎「部落の総体」1944）

建ったというよりは、生えた。

僕はこの部分が、これからの工芸のヒントになるのではないかと思う。ポスト工業化社会の「次」における物づくりというのは、も

しかししたら単に「作る」ことではないんじゃないか。もとより物づくりは人為的な営みである。ではあるが、むしろ「生む」とか「生まれる」、そういう自然の営みの要素を持つことが求められてくるのではないか。それはまた土地や地域との結びつきというところにもつながってくる視点ではないかと思う。その土地その土地の自然に即し、それゆえの多様性を秘めた、生むこと、生まれること。それが、新たな物づくりの営みではないだろうか。

そうして、「産地」としての地域社会のありようもまた、そういう意味で「生む」「生まれる」場所となるべきではないだろうか。二十世紀的な「作る」とは違う、二十一世紀的な「生む」営みを育む場。それがこれからの産地に求められているのではないか。工芸と工業の次、ポスト工業化を経た「次」とはそういう機運を目指すものではないか。

## おわりに

このたびのコロナが工芸業界にもたらした影響は、ほかの産業に劣らず深刻なものがある。最大の懸念は、売上の減少がただちに廃業につながりかねない点にある。ある調査では<sup>(注)</sup>、このままの状況が続くならば、2020年中に廃業も余儀ないと答えた工芸従事者が全体の4割にも達している。

こうした状況を受けて、地方の工芸関係者の間でも、オンライン販売に窮状の打開を探

る動きも活発化している。緊急事態宣言が解除されたとはいえ、購買や観光を目的とした人の移動がすぐに回復する様子がない現状においては、当然のことだろう。この機会に、これまでアクセスできなかった人たちが、産地と接点を持つことができるようになるという期待もある。

こうした傾向は僕としてもぜひ積極的に応援したい。ただ、同時に、このたびのコロナを受けて、僕たちは、それ以前の働き方や生活のあり方、効率優先、消費ありきの社会の形を根本的に問い直すことにもなった点を忘れてはならない。工芸には、その固有のポテンシャルとして、そうした問い直しに応答する力があるはずである。求められているのは、時代の歩みの中で、いつしか隷属することになってしまった「ポスト工業化社会」の中での解決ではなく、その次を少しでも現実化していくことであるはずだ。厳しい工芸の現状に向き合うことは、きっとその道筋を探ることにもなるはず。僕はそう信じている。

\*本稿は「第2回産地カンファレンス in 高山 2018」(主催：一般社団法人 日本工芸産地協会)のパネルディスカッション1「工芸と工業の次」において筆者が行った講演の報告記事を改稿したものです。元の報告記事は、そのほかのパネリストの議論とあわせて、同協会ホームページに掲載されています。興味のある方は参照ください。

<https://kougei-sunchi.or.jp/conference/450/>

<sup>(注)</sup> 伝統産業従事者 新型コロナウイルス影響調査 (2020年5月 株式会社和える)  
<https://a-eru.co.jp/wp-content/uploads/2020/05/aeruresearch0522.pdf>

## 望まれる伝統ものづくりの経営力開発

専修大学 経営学部

准教授 三宅 秀道

### ポイント

- ・ 伝統ものづくりを量産工業と対比することで望ましい戦略が見えてくる。
- ・ 消費者が期待するのは単なる機能ではなく、意匠と記号としての意味である。
- ・ 伝統ものづくり存続のためにも、工業から学べることは多い。

### はじめに 伝統ものづくり産業が繁栄する条件

この「伝統ものづくり<sup>1</sup>」という産業カテゴリーになんらかの共通性を見出そうとすると、個別具体の詳細より、深く掘り下げた大きな傾向を取り上げることになる。そして率直に言えば、多くの事例から「経営の巧拙」を見ようとする、非常に着実な成果を上げている事業体と、折角の伝統的スキルが活かされていない、もったいないなという事業体のあいだに大きな格差がある。数で言えば後者の方が圧倒的に多いと筆者には見える。

筆者はその、もったいない経営をしている方たちに、商売繁盛していただきたい。そのため本稿では、「巧く行っている事例」ではなく、この分野の比率としても多くを占める「あまり巧く行っていない事例」を念頭に論じる。地域経済へのインパクトを考えるには、その方が有効であろう。読者諸賢には拙論を読んで、「冗談じゃないうちはこんなのよりもっと巧くやれている」と立腹するような実務家であっていただきたい。それが筆者の願いである。

筆者は主に中小企業の商品開発の研究として、さまざまな分野のものづくりを調査してきた。その中にはいわゆるラグジュアリーブランド、超高級消費財や手工業的に作られる日用消費財なども含む。その経験を踏まえ、伝統ものづくりが社会で繁栄するために必要な条件とはなにか。それは消費者が伝統ものづくりに求める価値を、製造に携わる側が正しく理解し、それに適切に対応した商品を社会に提供できるかどうかという点である。

### 「伝統ものづくり」はなにとの対比か

伝統ものづくりとはつまり、量産工業の対比概念である。むかしはそれしかなかったのだから、わざわざ「伝統」と呼ばれない。近代化の過程で量産工業というものづくり手法が後から登場したので、伝統ものづくりが特異な存在になった。

量産工業の長所は、品質が安定していて、コストパフォーマンスがよいことである。それによって社会が豊かになったことは紛れもない歴史的事実である。それなら量産工業と比較してコスパが悪い伝統ものづくり商品を、

<sup>1</sup> 本稿では2018年の日本政策投資銀行地域企画部・日本経済研究所地域本部作成のレポート、「地域伝統ものづくりの活性化調査」で提唱された「伝統ものづくり」という概念を用いる。

消費者がわざわざ買って使う必要はどこにあるのだろうか？ 伝統ものづくりはなくなるのが必然なのだろうか？

量産工業は、標準化や規格化、人工動力や工業向きの新素材の導入など、生産プロセスに様々な革新を導入することで進化した手法である。伝統ものづくりは、その進化の先端よりも旧来の生産手法でありつつも、それを単に旧弊とせず、量産工業製品に、商品力のなにかの次元で優らなければならない。つまり、伝統ものづくりがどうやって量産工業と棲み分けるかという戦略があるべきということである。

## 消費者が「伝統ものづくり」商品になにを期待するのか

しかし残念ながら、いま日本社会に「残存」している伝統ものづくりには、かなりの割合で、その戦略が欠けている。たとえばそれは伝統ものづくりが、生産手法や意匠が「昔ながらであることそれ自体」を売りにしている場合である。消費者のノスタルジーに依存する価値訴求だが、そこに将来への発展性はあるだろうか。

もちろん、様々なアイテムを展開するうちのひとつのテイストとしては、懐古的意匠は有用であろう。しかし現実には、社会的に伝統ものづくりが衰退していく過程で、商品の新たな意匠を創案する能力も衰えてしまった結果の定番頼みであり、それがまた消費者から飽きられ、忌避されるという悪循環の末、無策になっている面がないか。

ではどうすればよいのか。量産工業の裏をかくことが必要かつ有効である。量産品はたいてい、手頃な価格で機能性も十分に日常的需要を満たす。しかしその意匠は、量産手法を採る以上、「ボリュームゾーンの消費者の好みに合わせた平均的な意匠」にならざるを得ない。それはそれでよいすがたかたちであるが、いかにも工業製品、という規格的な意匠

である。そうしないと量産キャパシティの間尺に合わない。

それならば伝統ものづくりの側は、量産システムでは利かせられない小回りを活かし、より手の込んで、「大向こう受け」から敢えて離れて、なおかつ美しい意匠を開発しなければならない。

モノの使用形態も文化として成熟している日用消費財の分野で、単に機能的には工業製品でも十分であるにも関わらず、わざわざ伝統ものづくりを買う消費者は、なにを望んでいるのか。彼らは量産品の平均的な意匠に飽き足らず、自分の嗜好により近い、特殊な意匠を日用品に求め、そのためにはいくらかの価格上昇もいとわない人々である。

そしてまた、自分が買い、使う消費財が、社会的に稀少であることに価値を見出す消費者の心性も、そこに含まれる。仮に全く同じ意匠のモノであるにしても、それが世の中にふたつとないか、たくさんあるかで、それを所有することの満足感には違いがある。

しかもそれが、他の消費者がその存在と声価を知っていて、欲しがっていても入手できないのに、自分だけ入手できることは、自分の財力や権力や好運を、ひいてはそこから、自分には特別な価値があるような感覚を実感できる、現代社会では貴重な機会である。

消費者にはそうした自己愛が、自認することはあまり心地よくない意識であるとしても、確かにある。たとえばパーティの席で、自分と全く同じ服装の出席者と偶然並び合わせたら、なにか居心地が悪い気持ちをたいていの人は感じるのではないか。

もちろんその反対に、自分が憧れる対象と同じモノを自分も入手して着用したい、という気持ちも多くの人に時には感じられる。ブランド理論では前者をスノッブ効果、後者をバンドワゴン効果と呼ぶが、つまりは人間の「業」である。

この意味で伝統ものづくりには、量産工業よりもよほど先進的で微妙なデザインとブラ

ンドのマネジメントが必要なのである。

## 伝統ものづくり発展のために 必要な経営力開発はどのようなものか

そうした消費者の心性を織り込んで、伝統ものづくりの製造プロセスを再吟味しよう。既に述べたように、伝統ものづくりは量産工業と比較して、想定購買層の消費スタイルがより奢侈的である。そしてそのうちの少なくない割合が、自己顕示的消費であることは否定すべきではなく、むしろそれは利用すべき現象である。

しかしそのためには、移り気で格好をつけたい、業の深い消費者に対応して、高頻度で様々な意匠を打ち出すことでその希少性をアピールし、購買意欲をそそることが必要となる。製造現場ではそれは多品種・短納期・変量・小ロット生産という過酷な要求に耐える能力が必要になる。

当たり前だが、伝統ものづくりもちろん、製造業の一分類である。それならばそれが職人の熟練した手技を活かす手法でありつつも、そこに更に近代工業的な品質管理、生産管理、流通管理、原価管理の手法を導入することが有効であることは紛れもない。

製品品質のばらつきを減らし、歩留まりをよくし、原価を低減させ、資本回転率を改善することは、そのモノが機械でつくられようが人の手でつくられようが、ものづくりを業として営む上で、望ましいことである。そしてこの流れには、近年のICTの発達によって、生産と流通の過程で、いつどこでどのようなアクシデントがあったか把握しやすいデータを管理するような手法が安価になったことで追い風が吹いている。

しかし伝統ものづくりの現場で時折目にするのは、たとえば品質の「悪い方へのばらつ

き」を「これが味だ」などと強弁するような風景である。もちろん伝統ものづくりは工業的手法よりもばらつき自体が大きくなるのは、かなりの程度やむを得ない。むしろ、「いい方へのばらつき」は、陶磁器製造における窯変のように、商品価値を高めることさえあり、強みにもなる。

つまり品質のばらつきさえも武器にしようというのなら、たとえば陶器ならこれまでよりはるかに品質に厳しい基準を設け、悪いほうにばらついた「不良品」を叩き割り、廃棄するくらいのことが必要である。自分の屋号のもとでそれらを社会に流通させるべきではない。それでければブランドのプレステージが確立され得ない。それをもったいないと思うなら、生産工程から品質管理を徹底すべきである。

しかし残念ながら、伝統ものづくりに従事する方々の多くは、良くも悪くも職人タイプであって、産地から消費地までの価値連鎖を統合して意識する習慣が乏しい。

だからこそ管理手法の刷新が望まれるのである。これは単にツールを他所から買ってくればよいということではなく、それを利用する側がその管理の意義とそこから洞察を見出す能力を開発することが必要である。

つまり伝統ものづくりにいま必要なのは、まず工業から学べることは学ぶことである。それは単なる真似ではない、真摯な学習であるべきだが、この分野に多い家族経営形態の組織に、それを担う人材が存在しうるだろうか。他人に雇われたのではなく、我が家の命運が賭けられた家業だからこそ、本気になる若手経営人材がいることに強く期待したい。

これについての参考として現在の日本では、奈良県の中川政七商店の事例<sup>2</sup>が雄弁であるが、それを詳細に述べるには紙幅が足りない。本稿では概説だけ述べさせていただく。

<sup>2</sup> 中川政七 (2017) 「日本の工芸を元気にする！」(東洋経済新報社)の一読をお勧めする。

## 地域未来産業研究会 第1回研究会 講演概要

松原 宏 氏「未来技術と地方創生」

瀬田 史彦 氏「未来技術と国土計画」

足立 慎一郎 氏・竹田 英幸 氏「DBJの地方創生の取組」

報告：株式会社日本政策投資銀行 地域企画部 参事役 清水 希容子



## はじめに

東京大学地域未来社会連携研究機構と日本政策投資銀行地域企画部は、地域の未来を展望した、未来技術・産業のあるべき姿を検討するため、2019年度から共同研究会を開催しています。

第1回研究会が、2019年12月24日、東京大学駒場キャンパス（東京都目黒区）にて開催されました。

本稿では、経済地理学がご専門の松原宏教授による「未来技術と地方創生」、国土計画がご専門の瀬田史彦准教授による「未来技術と国土計画」、日本政策投資銀行（DBJ）地域企画部の足立慎一郎氏と竹田英幸氏による「DBJの地方創生の取組」の講演概要をご紹介します。

## 1. 講演「未来技術と地方創生」

東京大学 大学院総合文化研究科広域科学専攻 教授・地域未来社会連携研究機構 機構長 松原 宏 氏

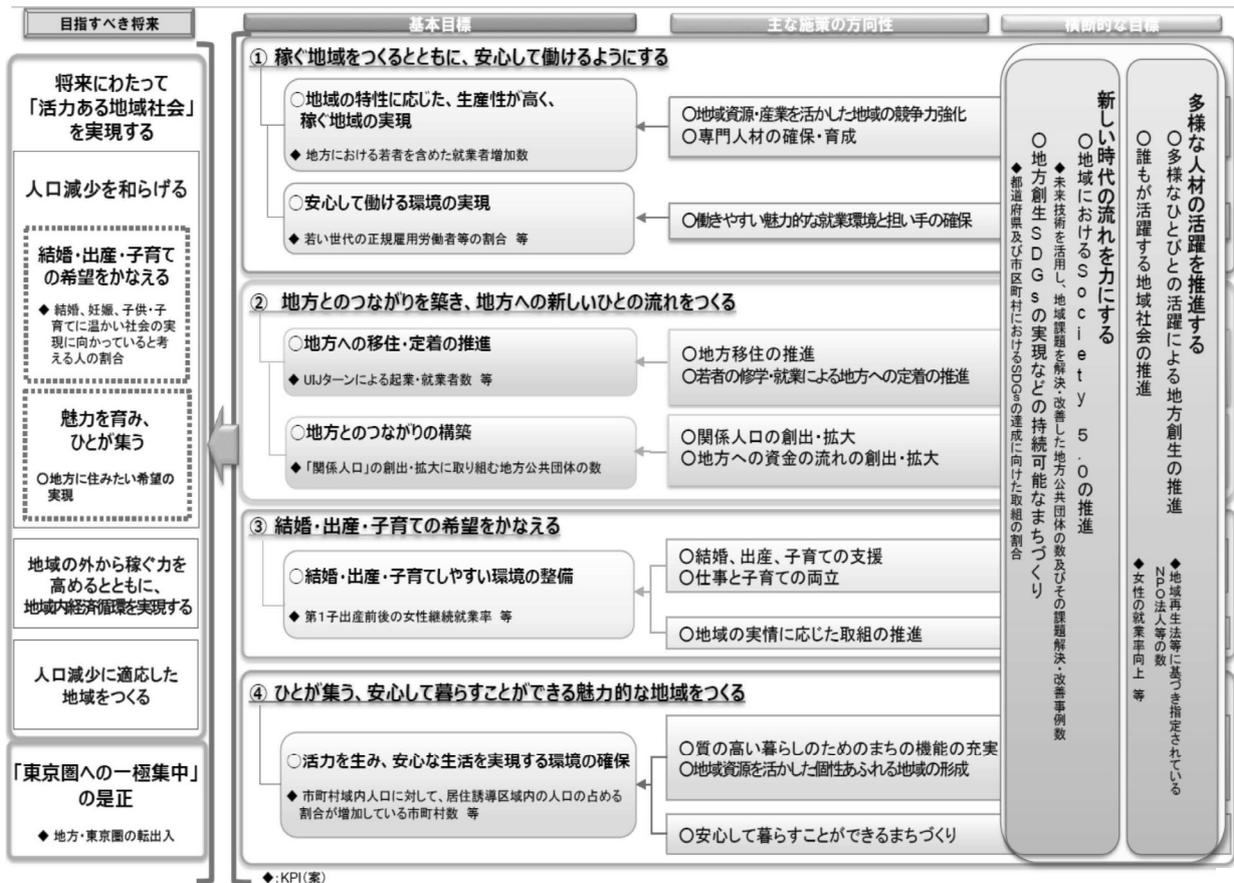


国の地方創生施策である、第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が2019年12月20日に閣議決定

されました。

その前に行われた有識者会議（座長：増田寛也氏）で、“第1期の検証”と“第2期に向けた推進の検討”が行われました。私は前者で、第1期「総合戦略」に関する検証委員会の座長を務めました。後者では、テーマごとに5つの分科会が置かれ、「未来技術（Society 5.0

第2期「総合戦略」の政策体系(案)



出所：まち・ひと・しごと創生会議（第20回）2019年11月22日配布資料1

の実現に向けた技術)」は東京大学の須藤修先生、「人材・組織の育成、関係人口」は明治大学の小田切徳美先生、私が「地域経済社会システムとしごと・働き方」の座長を務め、2019年5月に中間取りまとめ報告書が出されました。

地方創生の第1期（2014～2019年）と第2期（2020～2024年）を比較すると、政策体系の「目指すべき将来」に若干の違いがあります。第1期には、国のGDPを何%上げるというアベノミクスの数値目標が挙げられたのですが、第2期ではそれに代わって、“地域の外から稼ぐ力を高めるとともに、地域内経済循環を実現する”という文言が入りました。ここでは、地域内経済循環を実現することの是非、適切な地域のスケールとはどのようなものかなどの問題意識による議論がなされました。

さらに大きな議論となったのが「東京圏へ

の一極集中の是正」です。第1期で“東京圏への転入超過数ゼロ”の目標値を掲げたものの達成できず、第2期でどうするかという議論になりましたが、同じ目標値を残すことになりました。今後5年間の計画期間で実現するには本格的な政策を打たないと難しいでしょう。それをどうしていくかは重要な点になると思います。

第2期の基本目標と主な施策の方向性は、第1期と大きな変更はありませんが、第2期に横断的な目標として、「多様な人材の活躍を推進する」と「新しい時代の流れを力にする」が加わりました。前者は、グローバルな居住や世界中をまたにかけて活躍するような新たな動きを捉えています。後者では、「地域における Society 5.0の推進」と「地方創生 SDGsの実現」があり、Society 5.0の推進では、ロー

カル5Gをどこでどのように導入するかという話になってくるかもしれませんが、今回の私たちの研究会では、地域全体を捉えた話ができればと思っています。それからSDGs (Sustainable Development Goals) の話が入ってくることで、内向きとなりがちだった地方創生の話が、グローバル上で地域課題を考えることとなり、日本の地域社会のあり方が国際社会に向けて発信されることにつながると思います。

Society 5.0については、経済産業省「新産業構造ビジョン」(2017年5月)において、狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会の先にある超スマート社会を“Society 5.0”として位置づけています。「未来投資戦略2018」(2018年6月)におけるSociety 5.0の内容が充実しており、基本の文書になると思います。

Society 5.0の実現に向けた各省庁の施策を整理すると、デジタル市場のルール整備は総務省、モビリティや次世代インフラのAIターミナル、スマートシティなどは国土交通省、脱炭素社会の実現を目指すESG (Environment, Social, Governance) 投資は環境省、エネルギーは経済産業省となります。イノベーションやエコシステム構築の分野では、航空機産業などは経済産業省、AIやデータサイエンスの人材育成は文部科学省が関わります。ローカル5Gは総務省、フィンテックは金融庁、さらに海外市場の取り込みや国際標準化は経済産業省あるいは文部科学省、外国人材の活躍推進では外務省が関わってきます。また、疾病・介護のビッグデータを活用した予防・健康づくりは厚生労働省、次世代ヘルスケア産業は経済産業省と厚生労働省となります。

省庁毎に様々な施策が出てきているのですが、人口減少下における地方施策の強化という視点がどうしても弱いと感じます。国の未来投資会議でも、過疎地域のバスの話などを中心にされているようですが、やはり地域の話が弱いように聞いています。より多面的な未来技術と地域を絡めた議論がこれから必要

になると思います。

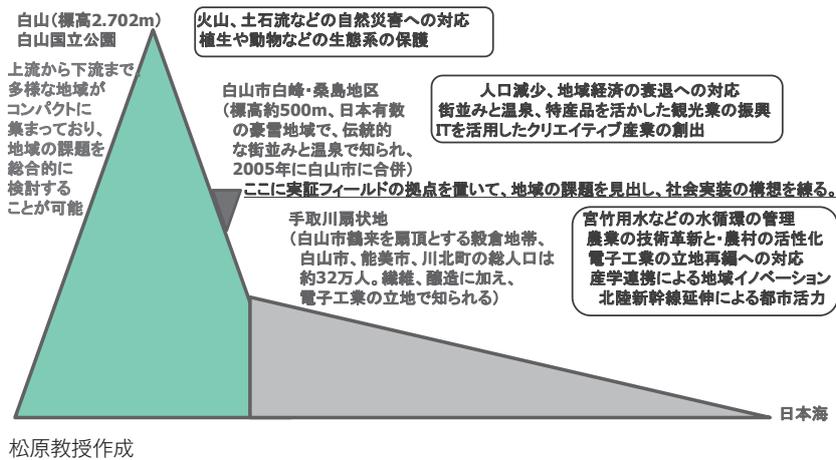
このたび2019年に国土交通省で国土審議会「国土の長期展望専門委員会」が立ち上がり、瀬田史彦先生が委員として参加されています。委員会の場で、“環境・経済・社会の統合的向上”の考え方を環境省が報告するなど、今後の議論が注目されます。

そこで、これらの議論に対応するため、2018年4月に設置された東京大学地域未来社会連携研究機構(以下、「東大地域未来機構」)では、石川県白山市の手取川扇状地<sup>てどりがわ</sup>に実証フィールドの拠点を設置しました。現場に密着した形で地域課題を見出し、各分野の先生たちと多様な実証実験を行い、その成果を総合的に検討できないかと考えています。その時にキーワードとなるのが本研究会の主要テーマである「未来技術」です。

東京大学の先生たちは、自動運転、ドローンなどの未来技術の実証実験をキャンパス内や別々のフィールドで行っています。手取川扇状地は上流から下流まで多様な地域がコンパクトに集まっており、ここで地域の課題を総合的に検討することができればと思います。未来技術は、個々別々ではなく、地域の中でもっと活かされるべきだと思います。

その他の東大地域未来機構の具体的な取り組みとして、2018年度に、北陸3県と連携で、工作機械産業を中心とした先端ものづくり産業の研究会を立ち上げ、工場内、工場間でIoT化、AI導入を進めることの実現可能性を検討しました。国立情報学研究所が開発した民間のインターネットと独立した大容量・高速・高セキュリティの情報網である「SINET」<sup>サイネット</sup>で、着々と整備が進む東京大学柏キャンパス(千葉県柏市)とつなぎ、その情報基盤と人材でデータ解析を行い地元に戻すという構想について議論をしました。東大地域未来機構の学外連携機関である地元シンクタンクと一緒に検討を行いました。これは最初の一事例ですが、今後このような具体的な話の入口の議論もしていければと思います。

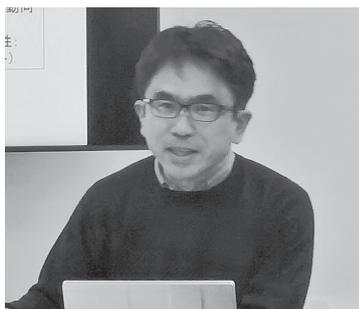
手取川扇状地（石川県白山市）における地域課題の検討案



2. 講演「未来技術と国土計画」

東京大学 工学系研究科 都市工学専攻 准教授

瀬田 史彦 氏



国土計画や都市計画の分野においても、近未来の新技术が地域をどのように変えるかは重要な視点です。国土計画、地域課題、産業振興及び技術革新は

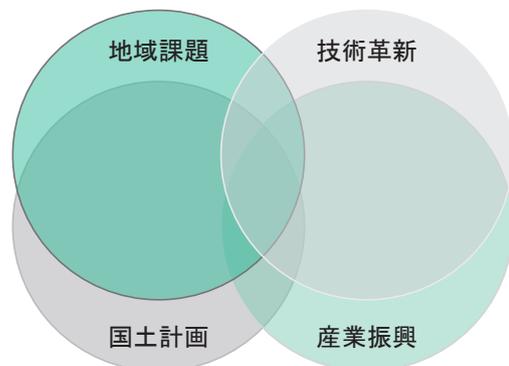
いずれも重なり合っています。しかし、国土計画と地域課題は重なり続けていますが、国土計画と産業振興及び技術革新は、以前に比べると少し距離が出てきているように思います。

近年の国土政策をめぐる動向を振り返ると、約20年前の1998年に「21世紀の国土のグランドデザイン（五全総）」が策定されて以降、それまで国土政策の中心に位置していたテクノポリス、頭脳立地や新産・工特などの産業立地関連政策が廃止されてきました。さらに、2001年3月に、国土計画を担当する国土庁が国土交通省に再編されたこともあり、国土計画が、産業立地・経済振興からインフラ・交通などの社会基盤へとウエイトを変化させてきているように感じます。

2005年に「国土総合開発法（1950年制定）」を改正した「国土形成計画法」が公布され、それに基づいた国土形成計画全国計画と国土形成計画広域地方計画が2008年と2009年に策定されましたが、それまでの国土計画（全総計画）に比べると残念ながら注目を浴びませんでした。2011年2月、民主党政権下で「国土の長期展望 中間とりまとめ」が発表され、人口減少や所有者不明土地の増加などの重要な内容が盛り込まれました。が、こちらも翌月に東日本大震災が起き、あまり脚光を浴びませんでした。

2014年に「国土のグランドデザイン2050」が発表されます。これは法定計画ではありませんが、人口減少、少子化、高齢化などの将来見通しと国の役割が分かりやすくまとめられ、自治体等の間で認識が高まりました。2015

国土計画と地域課題と産業振興と技術革新の関わり



瀬田准教授作成

年には、法定計画の第二次国土形成計画全国計画及び第二次国土形成計画広域地方計画が策定されました。

その他関連するところでは、東日本大震災後の2013年に「国土強靱化基本法」が制定され、国土強靱化が重要政策として、この時にじっくりと議論されました。2014年5月に発表された日本創成会議による「消滅可能性都市」が世の中で大きな注目を浴びます。そして、同年12月に「地方創生ビジョン」が閣議決定され、今の地方創生の取組みにつながります。東京一極集中の是正は、国土形成計画でずっと扱ってきたテーマなのですが、官邸主導の「地方創生」と人口減少問題への危機感により、ここで改めて注目され始めました。

産業の話は、国土形成計画策定以降ないわけではないのですが、かつての1960年代の一全総や新全総のように、主に地方に産業を立地させることによって国土を変えていく、誘導していくという強い働きかけはなくなりました。計画自体が弱くなったこともあります。産業立地を誘導するより、人口減少社会においてどのような公共サービスが必要かといった問題意識の方が強くなっているのだと思います。

第二次国土形成計画で発表した重要なキーワードに“コンパクト+ネットワーク”と“対流促進型国土”の考え方があります。対流するためにはネットワークを組まなくてはならずインフラが重要なわけですが、それにより経済活動が活発化し、異なる活動が混ざり合い、新技術が生み出され、新たなイノベーションが起きるといった経済・産業面での意味合いが含まれていると思います。ただ、個人的には、国土計画における産業政策は、近年やはり抽象的になりつつあるという印象を持っています。

国土計画をめぐる最近の動きとして、2018年から国土交通省で始まった「スーパー・メガリージョン構想検討会」があります。品川から名古屋まで、将来大阪に延びるとされるリニア中央新幹線の開業を見据え、国土をどう変え、同時に国土構造にどう影響するかと

いう議論に触れています。こうした新技術が与える影響として、デジタル技術の革新とともに、パラダイムシフトが起きる可能性があるとしています。

それから、「国土の長期展望専門委員会」が今年（2019年）10月から始まりました。次の国土形成計画の大枠をつくるための議論の場として位置付けられています。増田寛也氏を委員長に、寺島実郎氏などの重鎮から、私のような中堅・若手、半分近くが女性の委員で専門分野も様々です。今までの3回の会議では、やはり人口減少・少子高齢化への対応が大きな議論となりました。新技術に関する議論においては、人口減少・少子高齢化に新技術がどう貢献するのか、新技術が地方都市の生活をいかに支えるかが論点となっています。会議資料に5Gや自動運転などが紹介されていますが、具体的な議論はこれからで、日本全体として新技術への対応は遅れており、危機感を持たなければいけないという話が出ています。

今日、未来技術と国土計画についてお話しするにあたって私が考えたのは、“未来技術・新技術から国土計画への働きかけ”と“国土計画から未来技術への働きかけ”の両面です。

前者は、地方の発展や一極集中の是正にどのような影響があるのか、場合によっては負の影響の可能性が考えられることもあります。

後者は、地方都市で未来技術を積極的に導入していくことが考えられるわけですが、政策的には抽象的なところに留まっており、どのような形で有効に導入されるかは、国土計画よりも個々の地域戦略の中で考えていくことになるかもしれません。

他方、世界の中の日本を考えた時、国際競争力の維持・強化、そのための産業振興・技術革新は重要です。しかし、そこでも、日本は人口減少で市場が小さくなるなか、インドや中国におけるポジショニングがどうなるかといった議論が前面に出て、新技術を導入して日本の経済を発展させるという話はあまりされていないのが現状かもしれません。

いずれにしろ、これらのことを含め、「国土の長期展望専門委員会」などで、国土のあり方の議論が今後深まっていくのではないかと思います。

国土計画にとっての新技术・未来技術

- 未来技術・新技术から国土計画への働きかけ
  - 例) 5Gを利用した新技术で、地方圏や農山漁村の公共・民間サービスを促進する(遠隔医療、サテライトオフィスなど)。
  - 例) 自動運転やドローンによる物流・宅配を発展させ、市街地から離れた縁辺部での生活を向上させる。
  - 例) 農林水産業のICT化を進めて経済基盤を強化し、農山漁村での魅力ある雇用を創出する。
  - 例) リニア新幹線の開業を前提とした国土のあり方を考える。
- 国土計画から未来技術への働きかけ
  - 例) イノベーションを生む「創造の場」を国土に多く生む。
  - 例) 経済・社会活動の空間的誘導で、未来技術の需要を創出する。

瀬田准教授作成

以上、近年の国土政策をめぐる動向を技術革新、地域課題との関わりを交え、私の視点を含めてご紹介しました。私は、未来技術の実装は小さいレベルから議論し、ゆくゆくは広域計画に関連していくのではないかと考えています。

例えば、2008年頃から公共施設の再編が先進自治体で進められ、2014年に公共施設等総合管理計画の策定が義務化され、約99.6%の自治体が策定を終えています。しかし、具体的にどの施設をどの位減らすかは多くの自治体でまだ議論されておらず、人口減少が進むなかで、公共施設を管理しきれなくなる自治体が出始めています。

そうしたなか、国土計画の審議会などで、公共および民間の各サービスが成立するために必要な人口規模を示した図がよく出されたり、総務省の地方制度調査会では人口減少下にどのような圏域を形成していくべきかの議論がなされたりしています。令和の大合併という話も議論の俎上に乗ることがあるようですが、平成の大合併をしたばかりで、大合併は50年に1回位しか出来ないというのが歴史の語るところです。

合併以外の方法として、水平連携や県が市町村に代わりに公共サービスを担うような形

もあり得ます。鉄道沿線の公共施設を自治体同士でシェアし役割分担するなど考えられます。これから生じる問題と解決方法は、広域化するのではないかと思います。

私は、公共施設の再編に加え、市街地の集約化も必要と考えています。これは立地適正化計画と関連した話で、私の研究テーマの一つです。現在の都市計画・まちづくりは、人口増加局面の1968年に制定された都市計画法に基づいており、法改正はされていますが、抜本的には変えられていません。そこでは公共施設と都市計画の結びつきも示されていないので、その辺をしっかりと考えていかなくてはならないと思っています。

それから、公共サービスに新技术が導入されると、今までの論理ががらりと変わる可能性があります。移動図書館や宅配サービスなど既に導入されているものが進化すると、図書館は必ずしも固定した場所に建てるものでなくなったり、自動運転技術が確立すれば、遠い場所に行くことが気にならなくなったりするかもしれません。既にICTを使った電子図書館は全国で約100館あるそうですし、遠隔診断・医療を広域で取り入れた地域もあります。コミュニティの重要性についても、SNSがさらに便利になって、飲み会もバーチャルでという話になれば、場所の概念も随分と変わるでしょう。

未来がどのようなようになってゆくか、今はその端境期ではないかと感じています。

技術革新と都市における公共サービスの今後

- 新たなサービスによる解決
  - 移動図書館
  - 宅配サービス
- 新たなモビリティによる解決
  - 各種のシェアサービス
  - 自動運転
- ICTを用いたサービスによる解決
  - 電子図書館
  - 遠隔診断・医療
  - テレビ電話等によるコミュニケーション

※いずれも技術の進化だけでなく、人々の適応の度合いもポイントになる。

瀬田准教授作成

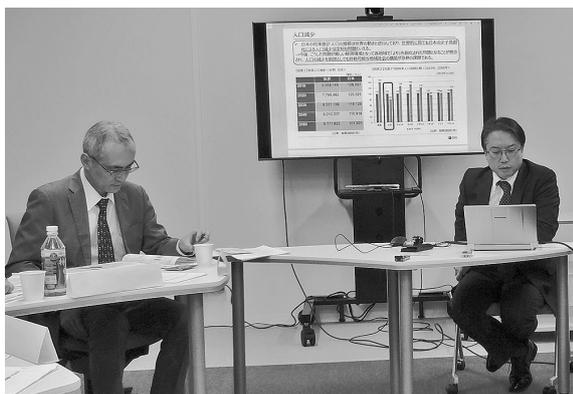
### 3. 講演「DBJの地方創生の取組」

株式会社日本政策投資銀行(DBJ) 地域企画部長

足立 慎一郎 氏

株式会社日本政策投資銀行(DBJ) 地域企画部 次長(当時)

竹田 英幸 氏



当行では、地域課題解決・地域活性化・地域創生へ向け、投融資とナレッジ両面にわたる活動を実践しており、地域企画部はナレッジ面を中心とした貢献をミッションとしています。当行の新たな中期経営計画が2020年度からスタートしますが、“DAIS (Digital、人と施設の Aging、International、Sustainability)” というキーワードのもと、引き続き、地域への取組を重視していく予定です。

現在の日本の課題は、何よりも「ヒト」、人口減少です。2010年の人口を100とすると、2050年は約80と予測され、先進7カ国に比べても減少幅が大きくなる見込みです。この流れは避けられず、人口減少を前提とした持続可能な地域社会をつくっていくことが急務です。もう一つの「ヒト」の問題が東京一極集中です。人口減少に加え、地方から東京に人が吸い取られる問題が起きており、その是正に向け、各地域の魅力を高めることが重要と考えています。

次に、「モノ」の面を見ていくと、高度成長期以降に整備したインフラが今後20~30年で一斉に老朽化すると見込まれます。2030年過ぎには約半数が築50年以上となり、それらへの更新対応等が、各自治体の財政を圧迫する要因となります。一方、現状の「カネ」の面

を見ると、地方債残高の歳入総額に対する割合が、2007~2008年にかけて急上昇しています。公共投資等の増加に加え、2008年頃からの人口減少による地方税収の落ち込みが影響していると思われます。

これらモノの面、カネの面が厳しくなるなか、官民連携を通じて民の力を活用し、施設を計画的に維持管理・更新、トータルコストの縮減・平準化等を進めていくこと等が重要と考えています。さらに、本研究会のテーマである AI、IoT などの未来技術を取り込み、地域住民が安心して生活できる地域社会の構築を進めていく必要があります。一例を挙げれば、既に ETC (非接触型データ送信技術) の普及で交通渋滞が緩和し、地域での交通利便性向上につながってたりもしています。

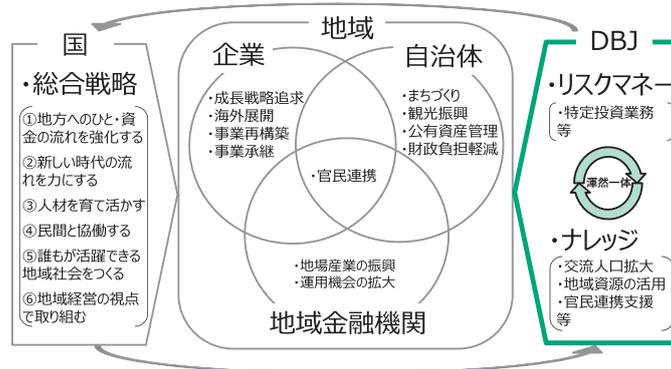
そして、人口減少時代においては、広域連携への対応も欠かせなくなると思います。水道事業の課題解決や、観光事業における DMO 形成などで取組事例が出てきています。

広域連携をはじめ、上記の取組には困難を伴うことも多いものの、国、企業、自治体、地域金融機関などの関係者が協働して効果的な取組みにつながるよう、当行としてもうまく触媒として機能することができればと考えているところです。

当行の取組みとして、資金面では、法定業務である特定投資業務などのリスクマネーの提供、危機対応業務など、通常の融資以外のメニューも取り揃えています。ナレッジ面では、人口減少時代における地域活性化・地域創生へ向け、交流人口の拡大、地域資源の活用、官民連携といった切り口から、各種調査・情報発信・提言やプロジェクトメイキング支援等に幅広く取り組んでいます。

交流人口の拡大については、健康やスポーツをキーワードにスタジアムやアリーナなどを核とした地域活性化支援、海外から稼ぐ観点でのインバウンド観光調査、広域連携の観点も含めた日本版観光 DMO の形成支援などを行っています。

地域社会の課題を踏まえた DBJ の取組体制



出典：第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」における新たな視点  
まち・ひと・しごと創生基本方針2019

地域資源の活用については、学校跡地等の有効活用も含めた公有資産マネジメント支援、上下水道事業や森林分野、地域公共交通の課題解決支援、グリーンインフラ形成調査企画、その他古民家再生支援、地域商社の形成支援などを行っています。

官民連携支援については、PPP (Public Private Partnership)/PFI (Private Finance Initiative) 推進に向けた関係省庁との政策企画・推進に係る各種連携・協働等のほか、志ある官民取組主体拡大等へ向け、当行のテレビ会議システムで行内16拠点をつなぎ、全国の官・民・金の皆様を対象として、「PPP/PFI 大学校」をリアルタイムで開催したりもしています。既にこれまでに計54回開催、延べ参加者数は約8千名となりました。

なかでも2019年は、PFI 法施行から20周年を迎えた節目の年であったことから、これを良い契機として、PPP/PFI のこれまでを総括しつつ、今後の方向性を展望するため、「PFI 法施行20周年企画」として、グループを挙げて多面的に検討を進めてきました。主なポイントは紹介すると、以下のとおりです。

- ① これまでの20年は、公共施設の「整備・維持管理」から、インフラ分野も含む「経営・マネジメント」のステージへと展開
- ② 今後は、「経営・マネジメント」を「面的・複合的・広域的」に推進して地域活性化・地域創生を図っていく、未来志向型の

新たなステージへと移行

- ③ そのためには、リーダーシップ人財の形成を含む地域一丸の態勢づくり、更には、財政再建と成長戦略へ、各地域の志高い取組を強力にバックアップする官民連携での推進態勢が重要

今後、地域課題が益々多様化・複雑化していくなか、住民やステークホルダーへの説明責任も果たしつつ、川上段階から川下段階まで多様な主体が適切に連携・協働して課題解決につなげていく必要があります。各セクターでそれを実践できる人財の形成がますます重要となってきます。そのような中、当行では、先程ご紹介した、地域の官・民・金等担い手形成へ向けた「PPP/PFI 大学校」なども今後益々充実させていきたいと思っています。プラスして、地域課題解決・地域活性化・地域創生へ向け、未来技術は大変重要なテーマとなってきますので、本研究会でしっかり勉強させていただきたいと思えます。

コメント・まとめ

東京大学 松原 宏 教授

日本では未来技術の議論が弱いという話がありますが、例えば、中国が伸びている背景には、国内の巨大なマーケットと財政が支えている面があります。日本の場合、量的には難しいため、人口減少や高齢化などの地域課

## 「PPP/PFI 大学校」を通じた官民連携支援等

- ・ 2014年10月より、志高い官民取組主体の継続的な形成・裾野拡大等を目的として開催
- ・ DBJのTV会議システムを活用し、全国16拠点を繋いで実施する双方向・マルチ方向型企画
- ・ 半年1タームとし、現在は第11期(計54回開催済)。延べ参加者数約8,000名、現登録者数約400名
- ・ 主な内容：内閣府・国土交通省・PFI機構等から最新施策動向・取組の発信、DBJコンテンツの発信、各地の先導的PPP/PFI事例について、官民双方の立場からの講演・ディスカッション

(PPP/PFI大学校開催風景)



DBI

題が未来技術を育てるといった側面があると思います。しかし、そのような議論がされず技術自体の話だけになっていることが多いように感じます。

また、地域では未来技術に基づく産業が経済的に成立しないのではないかと、という指摘があります。まず国や自治体等による支援という段階があるかもしれませんが、未来技術は宙に浮いているものではありませんので、それを産業化し成長させていく舞台としての地域という捉え方があると思います。

逆に、最近の若者を見ると、市場の大きくないところで事業を始めたり、そこでしかで

きないことに注目したりする動きがあります。地域を舞台に技術の優位性を発揮しているケースもあります。

いずれにしろ、国土計画における交通の技術一つをとっても、東京のような大都市においてビジネスで導入しようとする技術を、縁辺部にそのまま導入するのは難しく、都市部、中山間地域、遠隔地・離島などそれぞれの地域の実情にあった形を考えていく、また、食料や獣害被害のように都市部と中山間地域が共存する形を考えていくことが重要と思われます。その際、広域化や官民連携などの手法をうまくとり入れていくことが重要です。

### 地域未来産業研究会 第1回研究会 主な参加メンバー

(敬称略：所属・役職は開催日時点)

松原 宏	東京大学 大学院総合文化研究科 広域科学専攻 教授 地域未来社会連携研究機構 機構長
瀬田 史彦	東京大学 工学系研究科 都市工学専攻 准教授
久保 亨	東京大学 地域未来社会連携研究機構 学術支援専門職員
鎌倉 夏来	東京大学 大学院総合文化研究科 広域科学専攻 助教
福田 峻	東京大学 地域未来社会連携研究機構 特任助教
申 知燕	東京大学 地域未来社会連携研究機構 特任助教
足立慎一郎	日本政策投資銀行 地域企画部長
松本 晃	日本政策投資銀行 地域企画部 次長
竹田 英幸	日本政策投資銀行 地域企画部 次長
清水希容子	日本政策投資銀行 地域企画部 参事役
伊藤 敬幹	北海道東北地域経済総合研究所(ほくとう総研) 理事長
伊藤 賢治	北海道東北地域経済総合研究所(ほくとう総研) 専務理事

# 美濃和紙文化が創り出す観光活性化と古民家の活用

株式会社日本政策投資銀行 東海支店

副調査役 山口 皓太



## ポイント

- ・岐阜県美濃市が保有する築100年超の和紙原料問屋の旧邸宅を和紙の原紙専門店および宿泊施設として活用。
- ・美濃和紙をテーマとした新たな体験・滞在型ツーリズム創出を企図。
- ・地域資源の活用を通じて、歴史・文化の継承、技術の伝承、域内経済活性化などが期待される。

## 1. 岐阜および美濃市における古民家の概観

株式会社日本政策投資銀行によれば、古民家<sup>1</sup>は全国で約157万軒あり、岐阜県では約4万軒が存在するとみられる。

少子高齢化の急速な進行、都市部への人口集中等により空き家が増加し、老朽化した結果、解体となるケースが多く見られる一方で、古民家を貴重な地域資源として活用するケースも増えてきている。株式会社日本政策投資銀行では、古民家の活用により、地域独自の伝統・文化や建築技術が継承されることに加え、旅行者向けの宿泊施設や文化体験施設等として活用することによる域内経済活性化の可能性を示している。

## 2. 美濃市における古民家活用の可能性

美濃市は、岐阜県の中央付近、いわゆる中濃地域に位置し、人口約2万人を有する小都

市である。市を縦断する東海北陸自動車道を中心に道路網が発達し、運行本数は少ない（1日約20往復）ものの、美濃加茂市と郡上市を結ぶ長良川鉄道や、岐阜バスの定期運行路線、市内全域で運行するデマンドタクシーなどが市民の足として利用されている。

市の中心部には江戸時代より小倉山城の城下町が築かれ、これが後に商家町へと発展し、「うだつ<sup>2</sup>の上がる町並み」となった。市内には町並みのほか、約1,000本の桜を誇る小倉公園、日本最古の近代吊橋である美濃橋（国指定重要文化財）等の見学型の観光スポットのほか、紙漉き体験のできる美濃和紙の里会館などが存在する。約10万枚の和紙を桜のように飾る「花みこし」で知られる美濃まつり（4月）や美濃市中日花火大会（8月）、和紙を使ったあかりのオブジェを町並みに展示する美濃和紙あかりアート展（10月）などの季節のイベントも開催されている。市域を縦断する長良川や板取川に川遊びやバーベキューに訪れる人も多い。

3つの世界遺産（ユネスコ無形文化遺産：

<sup>1</sup>「古民家」の明確な定義は存在しないが、軒数の把握上、総務省「住宅・土地統計調査」における「1950年以前に建てられた“木造（防火木造を除く）”および“防火木造”の住宅の総数」と定義。

出所：株式会社日本政策投資銀行「古民家の活用に伴う経済的価値創出がもたらす地域活性化」2015年4月



出所：株式会社日本政策投資銀行撮影

和紙、世界農業遺産：長良川の鮎、世界かんがい施設遺産：曾代用水）を含め様々な地域資源を有し、年間約120万人の観光客が美濃市へ訪れている一方、年間宿泊人数は約1万人であり、体験・滞在型ツーリズムへの期待が高まっている。市内にある古民家を宿泊施設として活用することで、美濃和紙および和紙の手漉技術に関する伝統・文化の継承、歴史的な建築物の保存・活用、域内経済の活性化などを同時に実現できるのではないか。

### 3. みのまちや株式会社による取り組み

#### (1) 取り組み経緯

現在、美濃市の中心市街地において、市が所有する築100年超の紙商の旧邸宅である旧松久才治郎邸が和紙の原紙専門店および宿泊施設として活用されている。

市が活用運営事業者を公募し、みのまちや株式会社（以下「みのまちや」）を選定した。みのまちやは、古民家再生分野での実績豊富な(株)NOTE（以下「NOTE」）および地元企業の丸重製紙企業組合（以下「丸重製紙」）の2社によって2018年4月に新設された企業であ

る。同社はまず旧松久才治郎邸の活用に取り組み、2019年7月に「NIPPONIA 美濃商家町」として開業した。続いて、同社は和紙問屋や金融業を営んでいた須田万右衛門の居宅である旧須田邸を宿泊施設として活用することを予定している。

NOTEは、日本各地で歴史的な建築物を地域の歴史や文化が体感できる複合宿泊施設として再生する「NIPPONIA」事業を展開している。この一環として、みのまちやでは「和紙がつくった町に出逢える宿」をメインコンセプトに据え、旧邸宅の活用を図る。重要伝統的建造物群保存地区に指定されている「うだつの上がる町並み」や、美濃和紙といった地域資源を活用し、美濃市における新たな体験・滞在型ツーリズムの創出を企図している。

2009年11月	美濃市が旧須田邸の寄附を受ける
2016年12月	美濃市が旧松久才治郎邸の寄附を受ける
2017年6月	美濃市が官民連携による古民家活用に関する企画提案を公募
2017年9月	公募による企画提案において最優秀企画提案者であった丸重製紙とNOTEによる共同運営体（みのまちや）を活用事業者として選定
2018年4月	美濃市とみのまちやにて「旧松久才治郎邸・旧須田邸の活用に関する基本協定」を締結
2018年7月	「これからの美濃町を背負っていくU40会議」開催
2018年10月	美濃市とみのまちやにて旧松久才治郎邸の賃貸借契約を締結
2018年12月	旧松久才治郎邸の改修工事着工
2019年3月	竣工
2019年6月	プレオープン
2019年7月	グランドオープン

出所：美濃市およびみのまちや株式会社へのヒアリングより作成

<sup>2</sup> “うだつ（卯建・宇建）”とは、屋根の両端にある防火壁のこと。江戸時代、類焼を防ぐ工夫として、切妻平入りの町屋の両端の妻を一段高くした“うだつ”が設けられた。しかしこの“うだつ”は、一丁前の店を構えなければ上げられなかった。豪商たちは、“うだつ”を上げることはもとより、富と粋の象徴としてその意匠も競い合ったという。

出所：美濃市ホームページ

## (2) リノベーション内容

旧松久才治郎邸は和紙の原料の間屋業を営んでいた松久家（分家）の別宅であり、2階建の居宅1棟、2階建の蔵4棟から構成され、居宅内には茶室も備えている。このうち3棟の蔵を、レセプションを兼ねたカフェスペースや、和紙の原紙専門店（丸重製紙に業務委託）、客室として活用する。また、居宅およびその他の蔵を6室の客室として区分し、居宅は全室風呂トイレ付で、70㎡以上（最も広い部屋で134㎡）の広さ、主屋と一部の蔵を利用した部屋は庭付きとなる。

改修時には、耐火や耐震等の対策を行いながら、もともとあった床下の割石を使って庭の囲いをつくる、建物の土を混ぜて和紙を作り、内装に使うなど、建物本来の持つ趣を活かす工夫がされている。



出所：株式会社日本政策投資銀行撮影

みのまちやは、はじめの10年間は建物無償貸付という条件で、美濃市と賃貸借契約を締結し、みのまちやの負担にて改装工事を実施した。改修資金は、十六銀行、ALL-JAPAN観光立国ファンド投資事業有限責任組合（三菱UFJ銀行、積水ハウス、日本航空、三菱地所などが共同出資）および東海地域中核産業支援投資事業有限責任組合（日本政策投資銀行、十六銀行および十六リースが共同出資）より調達した。

## 旧松久才治郎邸 概要

物件名称	旧松久才治郎邸
所在地	岐阜県美濃市字本住町1912番 他
所有者	美濃市（30年間貸付（当初10年間は無償））
敷地面積	2,418.14㎡
延床面積	1,271.32㎡
築年数	正確には不明（築100年超）
規模	2階建て居宅1棟、蔵4棟
改装後客室	6室
最大宿泊人数	26人

出所：みのまちや株式会社へのヒアリングより作成

旧松久才治郎邸は、100年以上の歴史を有する隠居家として、客人を迎える目的で使用されていた。松久才治郎の茶人としてのこだわりも随所にうかがえ、当時の紙商の繁栄を厳正に残す歴史的文化遺産である。宿泊は、ものづくり・クリエイティブ層、インバウンド旅行者、シニア世代、古民家ファン層等をターゲットとしており、江戸・明治の文化人であった美濃紙商の町屋に招かれたような感覚で、歴史・文化に浸る体験を魅力としている。

体験型アクティビティとして、手漉和紙の製作や、こうぞの栽培、近くを流れる長良川に関連した夜網漁（美濃市周辺にのみ残る火を用いて鮎を追い込む伝統的な鮎漁法）、リバーアクティビティ等を実施している。また、長良川流域において戦略的な観光振興を目的に活動し、日本版DMOの候補法人にも登録されている特定非営利法人ORGANとの連携によるアクティビティを構想している。

## (3) 住民との協働で地域に根ざす取り組みに

みのまちやは、住民にまちの良さを知ってもらい、みのまちやの取り組みへの理解を得て、住民の力を借りて地域全体で盛り上げていくための仕組み作りを行っている。

旧松久才治郎邸の活用事業実施にあたり、周辺住民、関連する事業者等を対象に、取り

第1回	2018年11月	ホテル着工前内覧会（改修プラン公開）	30名
第2回	2019年1月	客室専用庭のプランニングワークショップ	15名
第3回	2019年2月・3月	宿泊施設発アクティビティ体験ワークショップ（活版印刷で名刺作り）	12名

出所：美濃市へのヒアリングより作成

組み事業内容について説明を行いながら、同時に本事業に関心のある住民・事業者を募る事業地域説明会「これからの美濃町を背負っていくU40会議」を開催した。30名が参加したこの会議を発端に、宿泊施設のおもてなしについてアイデアを考える「仲居の会」、観光客に向けた地域独自のアクティビティを考える「アクティビティ部会」という2つの分科会が発足した。

後に、この2つの分科会は「タニマチ会」として統合し、住民とつながりを目的として、みのまちやの主導で宿泊施設改修に係るワークショップ（上記3回）を実施している。



出所：みのまちや提供

県および美濃市において技術継承に向けた情報発信や後継者育成に力を入れており、近年では美濃和紙産業に関わるため、美濃市へ移り住む者が現れている。また、岐阜県との連携による美濃和紙ブランドの向上のための取り組みや、本美濃紙とともにユネスコ無形文化遺産に登録された細川紙（埼玉県小川町、東秩父村）、石州半紙（島根県浜田市）の産地とともに、日本国内だけでなく世界に向けた発信やイベント開催等も行っている。

公募により全国から集まった和紙を使ったあかりのオブジェを、「うだつの上がる町並み」に展示することで、風情ある町並みを野外美術展に見立てるイベント「美濃和紙あかりアート展」が、市民の手によって過去25回開催されている。また、このイベントの特別顧問である照明デザイナー・石井幹子氏のつながりから、市の協力を得て、上野公園の「創エネ・あかりパーク2018」においてもあかりのオブジェが展示された。このほかにも、2005年の国際博覧会「愛・地球博」や台湾最大級のイベント「ランタンフェスティバル」などでも展示が行われ、「美濃和紙あかりアート」の出張展示は国内外で行われている。

## 4. 美濃市の目指す地域活性化

### (1) 和紙産業の振興

美濃市は古代から良質な水に恵まれ、紙の原料となるこうぞが栽培されていたことから、和紙の産地として発展した。美濃市で生産する手漉和紙のうち、本美濃紙の製作技術が1969年に国の重要無形文化財に指定され、2014年にユネスコ無形文化遺産に登録された。岐阜

### (2) まちづくりにおける市の取り組み

市は、1996年に策定した「市街地整備マスタープラン」を基本方針とし、歴史や文化、自然環境等の貴重な財産を活用して個性ある魅力的なまちづくりを進めてきた。さらに、1999年に中心市街地にある「うだつの上がる町並み」が重要伝統的建造物群保存地区に選定されたことを契機に、住民の協力を得て、電線類の地中化や伝統的建造物の修理・修景等を行ってきた。重要伝統的建造物群保存地

区外にある旧須田邸については、2012年に策定した美濃市歴史的風致維持向上計画に基づいて残すべき建物として指定している。

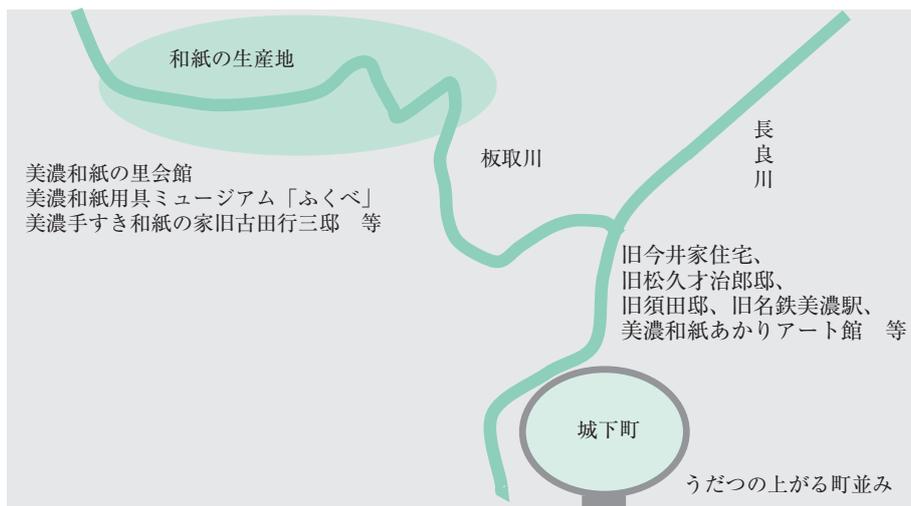
市が残すべきと判断をし、寄附を受けた歴史的建造物を民間事業者との連携によって活用する取り組みは、本事業（旧松久才治郎邸の活用事業）が初となる。空き家が増加しつつある市内において、市が率先して建物を活用する姿を見せることで、他の建物においても活用が進んでほしいという願いが込められている。建物を貸し渋っている、もしくは手放せないという所有者がいる一方で、建物を有効に活用したいという人もいる現状におい

て、本事業が建物の有効活用が進む呼び水となり、移住者の増加や店舗の開業等による賑わい創出が見込めると市は考えている。

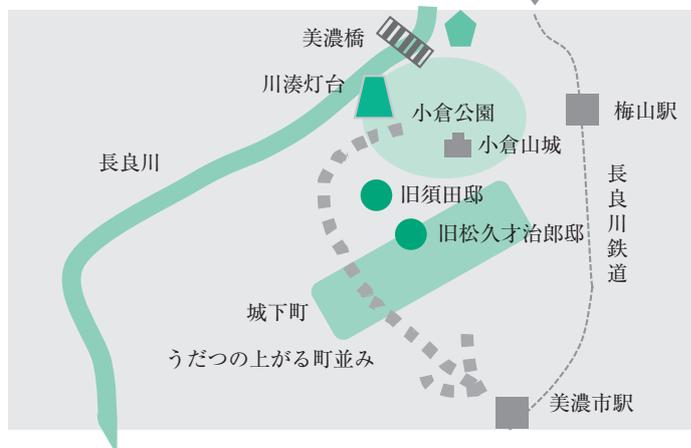
### (3) 地域資源の活用と面的な活性化

市では、旧邸宅の活用のほか、学校の活用も進めている。学校再編成により廃校となった校舎は、保育園や高齢者の介護施設、木のものづくり拠点施設等に順次、活用されているほか、2018年には旧片知小学校を活用。教室であった部分が、民俗資料の展示室や美濃和紙用具の製作技術の習得のための研修室となり、誰もが見て学ぶことができる『美濃和

広域でのルート形成



中心市街地周辺でのルート形成



出所：美濃市へのヒアリングより作成

紙用具ミュージアム「ふくべ」に生まれ変わっている。

さらに、市はこれらの地域資源をつなぐ観光周遊ルートの形成を考えている。板取川沿いの北部地域（和紙の生産地）にある市有施設（美濃和紙の里会館、美濃和紙用具ミュージアム「ふくべ」・美濃手すき和紙の家旧古田行三邸）と、南部地域（紙商・問屋のある「うだつの上がる町並み」）にある市有施設（旧今井家住宅、旧松久才治郎邸、旧須田邸、旧名鉄美濃駅、美濃和紙あかりアート館）をつなぐ広域での周遊ルートを10年かけて整備する予定である。

市の南部に所在する中心市街地周辺の長良川沿いにおいては、小倉公園・川湊灯台・美濃橋・道の駅「美濃にわか茶屋」方面から「うだつの上がる町並み」にかけての散策ルートの形成を計画している。「うだつの上がる町並み」にある旧松久才治郎邸と、同じくルート上にある旧須田邸は、あわせて10室の宿泊施設となる予定であり、面的な活性化の拠点となる可能性を秘めている。

## 5. まとめ

400年超の歴史を有する「うだつの上がる町並み」を中心に、美濃和紙文化という地域独自のストーリーを活かしながら、古くからある建物を、飲食店や和紙の雑貨店として活用するなど、新たな取り組みのあかりが点々と灯り始めている。

月日をかけて、さらに年数を重ね、住民とともに作りあげる1つ1つの丁寧な取り組みが、過去から続く地域のストーリーに徐々に溶け込む時、歴史・文化の継承、技術の伝承、まちの活性化など目指すものが同時に実現するのではないか。

地域の潜在価値を見出し、地域資源を活用しながらそれを収益性のある持続的な取り組みへと導くこと、また、取り組みの実現に向けて行政や民間事業者、住民等へ提案・働きかけを行っていくことを金融機関の役目として捉え、まちづくりの一員として地域課題の解決に引き続き努めて参りたい。

# 地域活性化に向けた 外国人労働者の受入れに関する日韓比較

福島大学経済経営学類

教授 佐野孝治



## ポイント

- ・外国人労働者を地域活性化につなげていくための総合的な体制作りが急務である。
- ・日本は韓国の雇用許可制の経験から学ぶべきである。

## 1. はじめに

アジア地域では、近年、経済成長と少子高齢化に伴い、「外国人労働者争奪競争時代」に突入しつつある。日本でも、2019年4月から改正出入国管理法が施行され、「特定技能1号」と「特定技能2号」の在留資格が新設されるとともに、出入国在留管理庁が設けられた。今後、5年間で最大34.5万人の外国人労働者を受入れるという「人材開国」ともいえる大胆な改革である。人手不足が深刻な地方においても、外国人労働者の受入れが加速すると考えられる。この外国人労働者を地域活性化につなげていくための総合的な体制作りが急務である。

本研究では、外国人労働者受け入れ先進地域である韓国の地方部（江原道）と日本の東北地域を比較しながら、現状と課題を明らかにし、国、地方自治体、NPO、企業などと連携した総合的プランを策定することを課題としている。

本稿では、韓国の地方部（江原道）と日本の東北地域における外国人労働者の受入れ状況を比較する前提として、日本と韓国における外国人労働者の現状と受入れ政策を整理したうえで、基本原則から日本と韓国の外国人

労働者受入れ政策を評価し、いくつかの提言を行いたい<sup>1</sup>。

## 2. 日本と韓国における 外国人労働者の現状

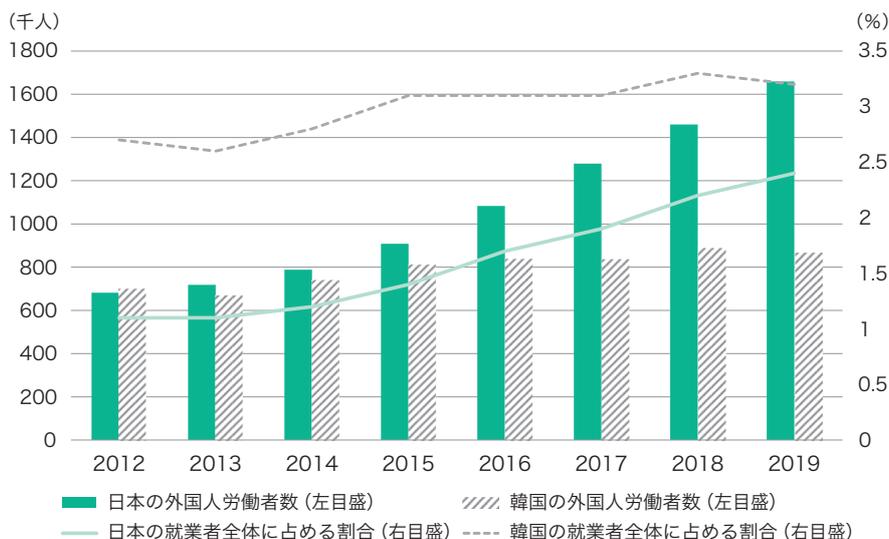
日本における外国人労働者数は、2012年の68.2万人から、2019年10月末には165.9万人に激増し、過去最高を更新し続けている。また就業者数に占める割合も同期間で1.1%から2.4%に上昇している。他方、韓国の外国人労働者は2012年69.8万人から2019年5月末現在86.3万人に増加しているものの、ほぼ横ばいであり、2013年以降は日本の方が多くなっている。就業者数に占める割合は同期間で2.7%から3.2%に上昇し、日本を上回ってはいるものの、伸び率は高くない。

国籍別にみると、日本では、中国人が41.8万人と最大で全体の25.2%を占めている。近年、ベトナム人の増加率が高く、40.1万人（同24.2%）となっている。韓国では、大部分が中国人で、特に韓国語を話せる韓国系中国人が35.3万人（構成比40.9%）と最も多く、それ以外の中国4.6万人（5.4%）を合わせると全体の5割近くを占めている。

在留資格別にみると、日本では、永住者や

<sup>1</sup> 本稿は、佐野孝治 [2020] 「外国人労働者政策の日韓比較—単純技能労働者を中心に—」『韓国経済研究』、Vol.17を要約、修正したものである。

図1 日本と韓国における外国人労働者と割合の推移



(出所) 日本：厚生労働省 [各年]「外国人雇用状況の届出状況まとめ」(10月末現在)、総務省 [各年]「労働力調査」(10月末現在)。韓国：統計庁 [各年]「外国人雇用調査結果」及び統計庁 [各年]「移民者滞在実態および雇用調査結果」(5月末現在)、統計庁 [各年]「経済活動人口調査」(5月末現在) より作成。

日本人の配偶者など「身分に基づく在留資格」が53.2万人（全体の32.1%）と最も多く、次いで、「技能実習」が38.4万人（23.1%）、留学生の「資格外活動」37.3万人（22.5%）の順となっている。韓国では、就労ビザである一般雇用許可制の非専門就業が26.1万人（構成比30.2%）と最も多い。また韓国系外国人を対象とした特例雇用許可制の訪問就業15.8万人（18.3%）に加えて、在外同胞19.5万人（22.5%）が上位を占めている。

日本の技能実習と韓国の非専門就業の賃金分布を比べてみると、技能実習生の55%が15～20万円であるのに対し、非専門就業の62%は、19～28.5万円と韓国の方が高水準に分布している。

### 3. 日本と韓国における外国人労働者受入れ政策

日本と韓国における外国人労働者受入れ政策について、紙幅の関係上、詳細は省くが、外国人技能実習制度、特定技能、一般雇用許可制を中心に整理したのが表1である。

新設された日本の特定技能1号は、介護、

宿泊など14の特定産業分野で、相当程度の知識又は経験を要する業務を対象としており、在留期間は通算で上限5年である。技能水準や日本語能力は試験等で確認するが、技能実習2号を修了した者は、上記試験等を免除される。家族の帯同は認められないが、同業種での転職は可能となる。次に、特定技能2号は、建設、造船・船用工業の分野で、熟練した技能を要する業務を対象としており、家族帯同や在留期間の更新が可能であるが、運用はまだ開始されていない。

韓国の雇用許可制とは、「国内で労働者を雇用できない韓国企業が政府（雇用労働部）から雇用許可書を受給し、合法的に外国人労働者を雇用できる制度」である。2019年11月末現在、一般雇用許可制（非専門就業ビザ）と特例雇用許可制（訪問就業ビザ）合計で51万3,013人に達する韓国の外国人労働者政策の根幹をなす制度である。一般雇用許可制は、ベトナム、フィリピンなど16ヶ国政府との間で二国間協定を締結し、毎年、外国人労働者の受入れ人数枠を決めて実施する制度であり、中小製造業、農畜産業、漁業、建設業、サービス業の5業種が対象である。

表1 外国人労働者受入れ制度の日韓比較

制度	日本		韓国
	外国人技能実習制度	新制度	一般雇用許可制
在留資格	技能実習1号、2号、3号	特定技能1号 特定技能2号	非専門就業（E-9）
在留期間	技能実習1号（1年以内）、2号（2年以内）、3号（2年以内） 合計で最長5年	通算5年 更新可	基本3年+1年10ヶ月、「誠実外国人勤労者」は3ヶ月の帰国後、4年10ヶ月、合計で最長9年8ヶ月
業種	81職種	農業、ビルクリーニング、飲食品料製造、建設、介護、外食、造船など14業種 建設業、造船・船用工業など2業種、2021年から	中小製造業、農畜産業、漁業、建設業、サービス業など5業種
受入れ人数	328,360人（2018年10月末時点）	①2019年度（計画） 32,800人～47,550人 実績 2019年10月末 520人 ②2019～2023年度 262,700人～345,150人	不明
人数枠	常勤職員の総数に応じた人数枠あり	人数枠なし（介護分野、建設分野を除く）	不明
外国人の技能・語学能力水準	なし 日本語能力はN4程度	相当程度の知識又は経験が必要（試験等で確認、技能実習2号を修了した外国人は試験免除）	熟練した技能
運営主体	民間（企業単独型、団体監理型）	民間受入れ機関+登録支援機関	民間受入れ機関+登録支援機関
外国人と受入れ機関のマッチング	通常監理団体と送出機関	受入れ機関が直接海外で採用活動を行い又は国内外のあっせん機関等を通じて採用	不明
転職・転籍	原則不可。実習実施者の倒産等やむを得ない場合や、2号から3号への移行時は転籍可能	同一の業務区分内で転職可能	可能
家族帯同	不可	不可	要件を満たせば可能（配偶者、子）

注：日本の技能実習制度は、公的には「国際貢献」を目的としたものであり、単純技能労働者の受け入れ制度ではない。

#### 4. 受入れ原則から見た日韓両国の外国人労働者受入れ制度の評価

日韓両国の外国人労働者受入れ制度を、①労働市場補完性（自国民優先雇用）の原則、②均等待遇（差別禁止）の原則、③短期ローテーション（定住化防止）の原則、④外国人労働者受入れプロセスの透明化の原則から評価する（表2参照）。

韓国の雇用許可制は、選抜から帰国支援までの全プロセスを公共機関が行う政府主導型システムにより、プロセスの透明化と不正の削減が達成されている点は評価できる。しかし、短期ローテーションや均等待遇の原則は完璧に運用されているとは言い難い。賃金格差、不法滞在、労働災害、外国人犯罪などの点で、日本以上に問題を抱えている。他方、日本の技能実習制度は、労働市場補完性の原則や短期ローテーションの原則は一定程度守

られているが、法令違反や悪質な仲介業者の存在、不適切な監理団体の存在、失踪者の増加など、課題が残っている。新制度の特定技能1号、2号は、正面から単純技能労働者を受入れるという点で大きな前進だと評価できるが、受入れ人数も少なく、受入れ態勢が整っているとは言えない。

#### 5. 持続可能な外国人労働者受入れのために

最後に、日韓比較を踏まえて、今後の持続可能な外国人労働者受入れのために、いくつかの提言を行いたい。

第1に、外国人労働者委員会と労働市場テストの導入である。労働市場テストを義務づけるとともに、各省庁の幹部クラスから構成される外国人労働者委員会を設置し、業種別、国家別のクォータを決める枠組みを作るべき

表2 受入れ原則から見た日韓の外国人単純労働者受入れ制度の評価

	日 本	韓 国
①労働市場補完性の原則が守られているか	①労働力不足の業種に限定。 ②労働市場テストや業種ごとのクォータ管理はない。 ③事業場変更は原則不可能。 ④労働力不足業種のため補完的役割。 ⑤特定技能は転職が可能になるため競合の懸念がある。	①労働力不足の5業種に限定し、受け入れ枠を設定。 ②労働市場テスト ③事業者に雇用許可を与える。 ④事業場変更制限あり ⑤3K業種のため補完的役割となっている
②均等待遇の原則が守られているか	①制度の目的と実態の乖離 ②事業場移動は原則不可能。 ③7割にあたる事業場で労働基準関係法令違反。 ④日本人との賃金格差がある。 ⑤労働災害率は低水準で、日本人労働者よりも低い。 ⑥特定技能では外国人労働者の保護強化がとられているが実効性には疑問。	①労働基準法、労働三権、最低賃金、保険適用がある。 ②韓国人との賃金格差がある。 ③産業研修生に比べれば大幅に改善したが、差別は残っている。特に農畜産業で人権侵害がみられる。 ④差別経験をした外国人労働者の割合は減少傾向だが、高水準である。 ⑤労働災害率が高水準で、韓国人より高い。
③短期ローテーションの原則が守られているか	①滞在期間の長期化傾向。 ②特定技能2号は期限がなく、永住権取得の可能性がある。 ③不法滞在者は減少傾向にあるが、技能実習生の失踪は増加傾向にある。 ④短期ローテーションの維持困難性	①滞在期間の長期化傾向。 ②熟練技能外国人労働者対象に、在留資格の変更、永住権付与。 ③不法滞在者が増加傾向にあり、一般雇用許可制でも増加している。 ④短期ローテーションが揺らいでいる。
④受入れプロセスの透明化の原則ができてきているか	①技能実習制度では悪質な送出し機関やブローカーの存在。 ②不適正な監理団体の存在。 ③高額な送出し費用。 ④登録機関、登録支援機関ともに従来の仲介業者の延長上であり、人員、財源ともに不足しており、モニタリングの実効性には疑問が残る。	①二国間協定の締結、政府機関による運営により、悪質ブローカーを排除し、透明性が向上した。 ②送出し費用が激減した(2001年3509ドル⇒2011年927ドル)
国際的評価	①2007年～2019年、米国国務省『人身取引年次報告書』で批判された。 ②2014年、国連自由権規約委員会が批判された。	①2010年、ILOからアジアの「先進的な移住管理システム」と評価された。 ②2011年、国連から、国連公共行政大賞を受賞した。 ③2017年、世界銀行から優れたシステムとして評価された。

出所：各種資料より筆者作成。

注：1 韓国の特例雇用許可制については省略する。

2 日本の外国人技能実習制度は公的には「国際貢献」を目的としたものであり、単純技能労働者の受入れ制度ではない。

である。

第2に、実効性のある監督体制と地方自治体、NPOなどによる支援システムの構築である。人権侵害を防ぐためには、罰則規定の強化と専門的スタッフの増員による実効ある監視体制が不可欠である。また日本語教育、生活支援、社会保障などについて、国、地方自治体、NPOなどによる財政的・人的裏付けのある支援システムを構築すべきである。

第3に、政府主導型の一貫した受入れ制度、「グローバル・ハローワーク」の構築である。民業圧迫や公的機関の非効率性などに対する懸念から公的システムの導入は短期・中期的には難しいと思われるが、長期的には、厚生労働省の主管に移し、透明性が高く、低コストの入国から帰国までのシームレスな「グローバル・ハローワーク」を構築すべきである。

第4に、外国人労働者を、期限を区切って景気の調整弁に使うことの是非は置いたとし

ても、そもそも短期ローテーション制はうまく機能しない。短期ローテーション制の維持が困難であるということを念頭に置いた長期的な制度設計が必要である。

第5に、技能実習制度を段階的な縮小と新制度へ一元化するためのロードマップの策定である。特定技能は、技能実習制度を土台として、それに接ぎ木した制度設計になっている点は問題であり、技能実習制度を段階的に縮小し、新制度へ一元化するためのロードマップを策定すべきである。

最後に、外国人労働者争奪戦時代の中で日本が、経済成長を持続させるとともに、外国人と共生できる社会を作っていくためには、多文化共生を基本に置いた持続可能な統合政策、移民政策への転換が必要である。それを実現するために、縦割りの組織ではなく、移民庁を設立し、ロードマップを策定していくことが求められる。

# 市民講座「まちdeゼミナール」の実践

～専門家と市民の協働による市民アントレプレナー育成啓発事業～

公立はこだて未来大学社会連携センター  
 教授 田柳 恵美子



## ポイント

- ・高齢化が進む地域社会で、若年層リーダーの掘り起こしとネットワーク形成に挑戦。
- ・「弱い紐帯の強さ」を意識し、多様性に富んだ人材を緩やかに集めることを重視。

## 問題意識と目的

筆者は函館に赴任し10年目となるが、その間、教員として一市民として、また後半は社会連携センター長として、様々な角度から地域社会、市民活動に関与し、その過程を研究対象ともしてきた。その中で危機感を抱いたのは、次の時代の地域を担っていく若年層の存在感が薄く、市民活動の高齢化が著しいということである。背景には、若年層を中心とした労働人口流出による空洞化がある。しかし、少ないならば、質を集めて量に転化するしかない。分散している潜在的なアントレプレナー／リーダー層が集まり、ネットワークを形成する——そんな場の必要性を痛感し、2019年3月に立ち上げたのが、「まちdeゼミナール」（以下、まちdeゼミ）である。実践型事業であると同時に、専門家（筆者やゲスト講師）と市民の協働の過程を観察分析し、その結果を互いに共有し、活動の改善に結び付けていく、実践研究（いわゆるアクションリサーチ）でもある。

## 企画趣旨と対象層へのアプローチ

アントレプレナーといっても定義は幅広い。本事業では、「地域政策、まちづくり、起業等、何かしら地域社会にかかわることに積極的関心があり、知見を深めたい、共感を得ら

れる仲間に出会いたい、何か実践したい、という強い思いを潜在的・顕在的に持っている人」と定義した。講座の企画趣旨は、こうした対象者の知的好奇心や情熱に働きかける訴求力がなければならない。こうした人々において「我こそはアントレプレナー／リーダー」と強く自覚する人など、むしろ少数派ではないかと考え、表向きにはできるだけアントレプレナーやリーダーという言葉は使わないようにし、次のような文言でまとめた。

《まちdeゼミナールは、まちづくりやまちおこしに知的関心と実践的野心を持って向き合うさまざまな参加者が侃侃諤諤と語り合い切磋琢磨する「知と汗と情熱の」ゼミナールです。参加者は、まちへの3つの視点：①俯瞰する「鳥の目」②その地で暮らす「虫の目」そして③まちを変えようと跳ね回る「蛙の目」の複眼的思考を身につけ、次の世代に継ぐべき未来のまちづくりのための知識や知恵を紡ぎ出すことをめざします》

第1回開催直前には、函館新聞の取材を受けて3段分の紹介記事が掲載された。記事冒頭のリード部には「道南の内外の話題を織り交ぜながら、参加者同士が主体となって地域に対する思いや考えを出し合い、共有していく場としたい考え。主催者は地域の今後に関心を持つ若い世代の積極的な参加を求めている」、本文では「ゲストの話聞くだけでなく、参加型、対話型の場として、参加者同士

が自分の考えや思いを出し合いながら、新しい行動につなげていきたい考えだ」と企画趣旨をしっかりと捉えた記事となった。

対象層へのアプローチは、地元紙の函館新聞、北海道新聞、および Facebook の繋がりを中心に PR を行い、参加者を募った。筆者は Facebook を通じて、2019年3月時点で、函館・道南圏で600名以上の繋がり（Facebook上の「友達」）を形成しており、この人脈とさらにその友達へと繋がっていく SNS のネットワークを一つの母体層とした。

## 実践内容の振り返り

全10回の参加者累計数は246人、ユニーク数では122人となった。全員参加を目指して規模は広げすぎず、毎回最大30名程度を想定、おおむねその範囲での実施となった。予想されていたことではあるが、参加者のほとんどが

Facebook からの繋がりで、地元紙の告知記事を見ての参加は、北海道新聞が特集記事を組んでくれた奥尻島からのゲストによる回を除いて少なかった（表1）。

実践内容をざっと振り返ってみる。全10回のうち、北海道・東北以外からゲスト講師を招いたのが3回、東北1回、札幌1回、地道南では奥尻1回、函館1回、ゲストなし（主宰者が講師や司会進行等を務める）が3回という構成である。

第1回と第3回の実践で、ゲスト講師からのインプット→全員参加でディスカッションシェアアウトプットというリズムが確立した（写真1参照）。ゲストなしの第2回は、第1回の参加者のおよそ半数が集まり、車座になって地域活性化への思いなどについて自由討論を行った。活発に意見が交わされたが、個人的な情報や思いが濃密に行き交い、その場の関係が深まりすぎて、その場に居なかった人へ

表1 毎回のテーマと参加者数

テーマ/ゲスト講師	参加者数	内訳	
		Facebook	その他
第1回 公設民営でまちづくりを変える 岡崎 正信（公民連携事業機構理事）	39	31	8
第2回 自己紹介+まち de ゼミへの期待 *ゲスト講師なし・参加者ディスカッション	21	15	6
第3回 八戸の公設公営手法に学ぶ 八戸はっち/八戸ブックセンター両館長	33	24	9
第4回 コレクティブハウスを考える *連携イベントとの共催	—	—	—
第5回 フードテックと新しい食の起業 中山 晴奈（フードデザイナー）	20	11	9
第6回 SNS で変わる社会と経済 田柳恵美子（主宰者）	18	15	3
第7回 北海道の食を世界に流通 大久保彰之（北フーズ代表）	16	16	0
第8回 地域交通とモビリティ革命 大井 元揮（北海道開発技術センター）	26	17	9
第9回 もっと知りたい奥尻 奥尻ワイン、ゲストハウス imacoco 他	45	26	19
第10回 ワークেশョンの可能性を探る 赤堀 哲也（ネイチャーサービス共同代表）	28	22	6
<b>全累計</b>	<b>246</b>		
<b>ユニーク参加者数総計</b>	<b>122</b>		



写真1 第3回開催風景／八戸市職員の話聞いた後、全員で意見出しと質疑応答形式のディスカッション

排他性が出てきてしまうことが危惧された。以降は少しプレキをかけて、あくまで学習の場を共有する中で「弱い紐帯のネットワーク」が徐々に形成されていくことを目指した。

「弱い紐帯 (weak ties)」とは、社会学者のマーク・グラノヴェッターが提唱した概念で、普段会ったり話したりすることの多い濃密な関係の人脈よりも、疎遠だが繋がりのある関係＝弱い紐帯で結ばれている人脈のほうが、異質な経験や知識を豊富に持っており、何かを起す時にはその異質性の持ち寄りが武器になるなど、「弱い紐帯ゆえの強さ (the strength of weak ties)」があるとされる。まち de ゼミが目指すのはそのようなネットワーク形成であり、強すぎず弱すぎず適度な距離感の繋がりが形成され、少なくとも初年度は、排他性よりも開放性に重きを置くことを目指した。議論や交流を深めたい人向けには、終了後のランチ会や夕食会を頻度高く催した。

## コアメンバーの形成

全参加者の年代構成を図1、参加回数別の内訳を図2に示した。これまでの大学主催の市民講座や講演会の中心層が50代以上であっ



写真2 第7回開催風景／リピーター中心に20人程度の回もあり、会場をコンパクトにして机をV字型に配置し、飲み物やお菓子を置いて自由に飲食できるようにするなど、開放的でリラックスした雰囲気づくりを工夫した。

たことからすれば、30代以下と50代以上の参加者がほぼ同割合であることは画期的な成果で、若年層へのリーチは一定成功したと捉えている。参加回数を見ると、単発参加者が全体の過半数、2～3回参加が4分の1、残り4～9回参加が17%・20名で、この頻度上位の20名をコアメンバーと捉えて特性を分析した。図3に、コアメンバーの年代別構成を示した。

コアメンバー各人の属性やアンケートの回答、直接の会話などから、次のようなアントレプレナー志向を有する人が入り混じっていることが見出された。

1番目は政策的起業志向(4名)。自治体や公共団体の職員の参加者で、いずれも行政と市民との連携を深めるなどの活動を通じて、地域政策の効果を高めたいと考えている。

2番目は社会的起業志向(4名)。自分の職能を生かして社会的な課題解決や社会が良い方向に向かう契機を作りたいと考えている。いずれも東京からのUIターン組で、すでに会社を興して社会的起業を実践している人、NPOで近い職業に就いている人、企業でCSR(社会的責任)業務を担当している人がいる。

3番目は地元密着型の市民活動志向(5

図1 全参加者の年代構成 (N=119)

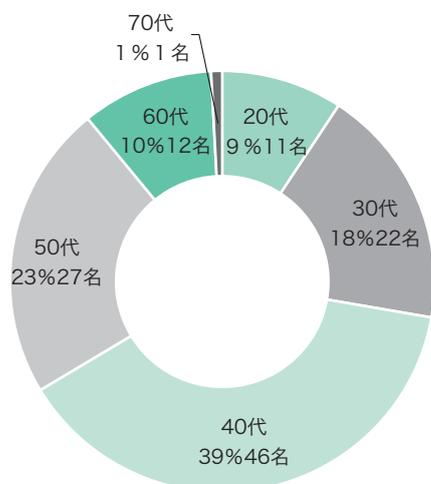


図2 全参加者の参加回数別内訳 (N=122)

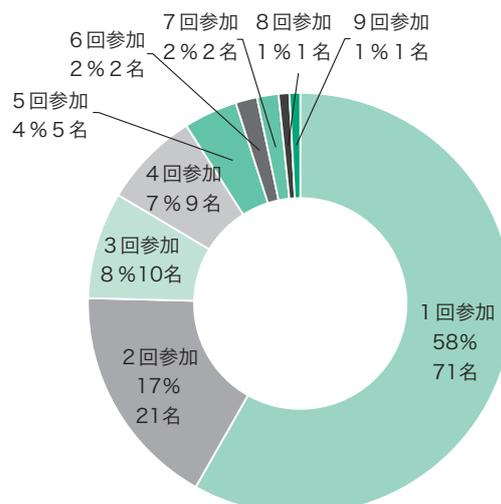
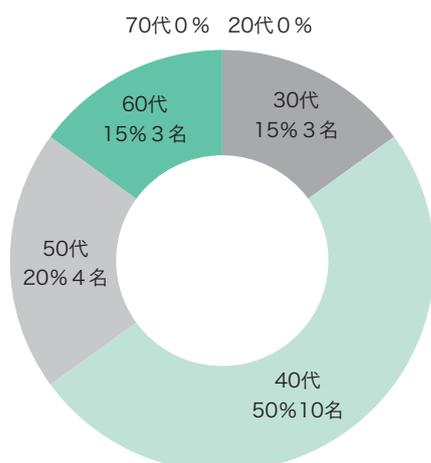


図3 コアメンバー(4回以上参加)20名の年代別内訳



名)。あまり地域から出たことはないが、市民として何かしたい、すべきであると考え、すでに何らかの市民活動の実践をしている人である。

4番目はビジネス起業志向(1名)。地域経済の中で自分の稼ぐ力を試してみたい、それが地域社会の活性化にも繋がることを目指しているタイプである。

残りの6名は明確な志向は確認できないが、自己成長志向が強く、また何か起こしたいという気持ちも漠然と持っている。

以上のように、地域社会の政策・社会・市民・経済の各領域でアントレプレナー志向を有する、もしくはすでに実践しているメンバー

がコアメンバーの大多数で、かつバランスよく多様な志向があることがわかった。当初目標としていた層を確度高く掘り起こし、ネットワーキングすることに一定成功したと捉えている。

## 今後の展望

1年間の総括と次の展望を考えようとしていた2月中旬、新型コロナウイルス感染拡大により、北海道は緊急事態宣言を出し、社会的接触の自粛が要請された。最後にゲスト講師なしのゼミを開催しようと考えていたが、叶わなかった。その代わりに、コアメンバーに声かけをして、zoomによるオンライン会議を実施した。13名の参加を得て、実践過程の振り返りと意見交換を行った。今後も関わりたいという意味は、全員共通にあることが確認できたが、同じスタイルで良いという意見から、地域課題を抱える現場に行きたい、実践的なプロジェクトを組めないかといった提案まで、様々な意見も聞くことができた。

この原稿を書いている5月になっても、大学を含めて多くの機関で活動の自粛が続いている。逆にこの機会だからこそ、2020年度はオンラインによるまちdeゼミを実践し、新しい可能性を探っていきたいと考えている。

# 富山市民100年の夢「富山駅路面電車南北接続」の実現とこれから

株式会社日本政策投資銀行

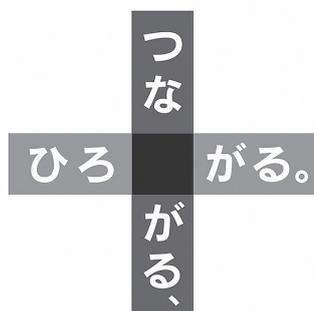
富山事務所長 吉田 守一

## 1. はじめに

2020年3月21日、「つながる、ひろがる」を謳って、富山駅での路面電車南北接続が実現した。1908年に旧 JR 北陸本線の富山駅が現在の場所に移設されて以降、東西の鉄路によって南北に分断されていた市街地が1つとなり、まさに富山市民100年の夢が叶った記念すべき日となった。

南北接続によって、超高齢・人口減少社会に備えて、鉄軌道や乗合バスなどの公共交通を「串」、駅やバス停留所から徒歩で移動可能な生活圏を「お団子」になぞらえ、お団子とお団子を結ぶ公共交通を活性化させることでコンパクトなまちづくりを目指す、富山市のコンパクトシティ政策は大きな到達点を迎えたといえよう。

南北接続開業記念事業ロゴマーク



TOYAMA

2020.3.21

(出所) 富山駅路面電車南北接続開業イベント等実行委員会

そこで本稿では、南北接続の取り組みや期待される効果を概観し、これからの展望することとしたい。

富山駅路面電車停車場の様子



(出所) 当行撮影

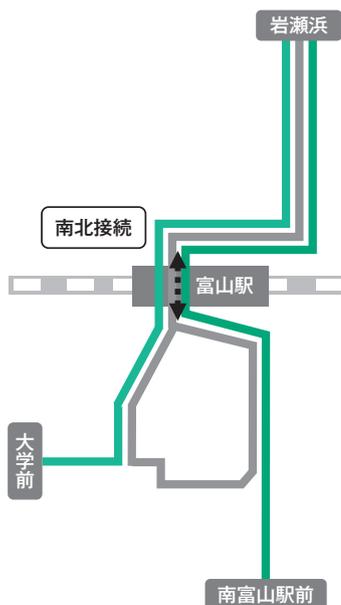
## 2. 南北接続の取り組み

富山市が主導した富山駅路面電車南北接続は、駅の南部と北部で別々の会社が運営していた2つの路面電車、市内電車と富山ライトレールの軌道を延伸し、駅構内にて新幹線及び並行在来線の高架下で相互に乗入れ、南北直通運転を実現せんとする事業である（2014年着工、総事業費約40億円）。

まず第1期事業として、北陸新幹線開業に合わせ駅南側の市内電車の軌道を高架下まで約160m延伸した（2015年3月開業）。続く第2期事業として、高架下と駅北側の富山ライトレールまで約90mを軌道で繋いだ（2020年3月開業）。これにより、北端の岩瀬浜と、駅南側の3方面（環状線、富山大学前、南富山

駅前)を結ぶ、全長15.2kmのLRTネットワークが形成された(図表1)。なお、開業に先立つ2020年2月、富山ライトレールを運営する三セクが、市内電車を運営する地元の民鉄会社に吸収合併され、運営の一元化が行われている。

(図表1) 南北接続で実現した直通ルート



(出所) 当行作成

南北接続にあたり、富山駅をまたぐ路面電車の移動が乗り換え不要となっただけでなく、利便性の向上が随所にみられた。例えば、普通運賃は大人210円均一と据え置かれ、路面電車を乗り換えると以前は420円かかっていたが、210円と半額で済むようになった。また、富山駅の路面電車停留場は、新幹線や在来線のホームを降りて改札を抜けるとすぐ目の前に配置された。フラットな空間で分かりやすく、高齢者や子育て世代を始め利用者に優しい設計思想だといえよう。

特筆すべきは、自治体の財政負担余力が低下するなか、南北接続に至る一連のプロジェクトにおいて、既存の鉄道線や軌道線を最大限活用し、新たな軌道の設置距離を抑制すると共に、先駆的な官民連携を推進してきた点であろう。

富山駅新幹線改札口付近から見える路面電車



(出所) 当行撮影

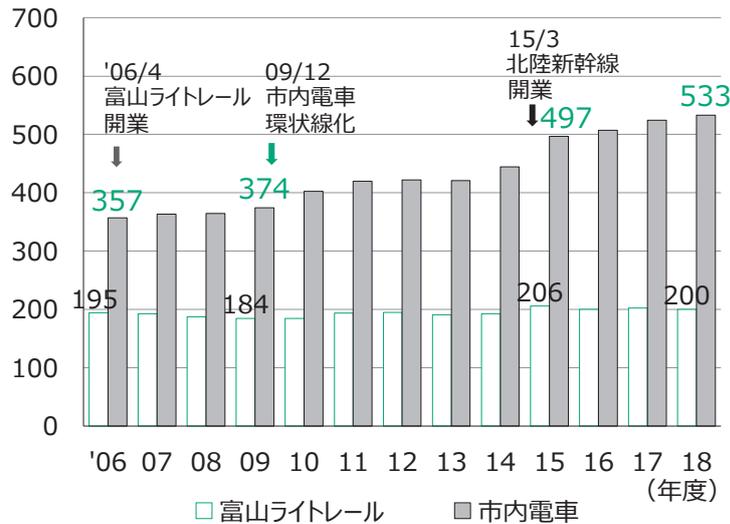
2006年4月の富山ライトレール開業は、全国初の本格的LRTとして注目を集めたが、廃止寸前だった鉄道線(JR富山港線)を譲り受け、公設民営の考え方で蘇らせた成功事例である。続く2009年12月開業の市内電車の環状線(ループ)化でも、路面電車では全国初の「上下分離方式」(富山市が軌道整備及び車両の購入を行い、民間が車両の運行を行う)が採用されており、今回の南北接続でも同じ方式がとられている。

### 3. 期待される効果

路面電車の年間利用者数の推移をみると、市内電車は約530万人と、前述の環状線化や北陸新幹線開業、南北接続第1期事業の効果もあって増加基調にある。また、富山ライトレールも約200万人で安定裡に推移している(図表2)。

こうした中、新しい人の流れをつくる南北接続によって、地域にどのような効果をもたらすであろうか。ここでは対象を大きく、(1)沿線住民、(2)滞在客、(3)民間企業の3者に分けて整理を行う。

(図表2) 路面電車の利用者数(輸送人員)の推移



(出所) 富山県統計年鑑より当行作成

### (1) 沿線住民

高齢者が病院や買い物に出やすい、通勤・通学の乗り換えが不要になるといった、生活利便性の高い公共交通網の形成は、まちなか居住の増加に寄与すると共に、沿線住民の意識を変え、クルマに依存しないライフスタイルへの変化(行動変容)を促し、超高齢社会において歩いて暮らせるまちの良質な基盤になると考えられる。

行動変容には時間を要することから、引き続き利便性向上に努め、公共交通を利用すると便利だと感じられるシーンを増やしていくことが重要であろう。

### (2) 滞在客

富山～東京間を最短2時間8分で走り、当地に多くの人を呼び込める北陸新幹線と路面電車との接続が便利になり、百貨店のある中心市街地や港町の観光拠点等、市内各地の様々な地域資源と結びつくことで、市内を訪れる滞在客と滞在時間が増加し、地域への経済波及効果もたらされよう。

経済波及効果の最大化のためには、富山駅南北の両側において、市内を回遊し、リピー

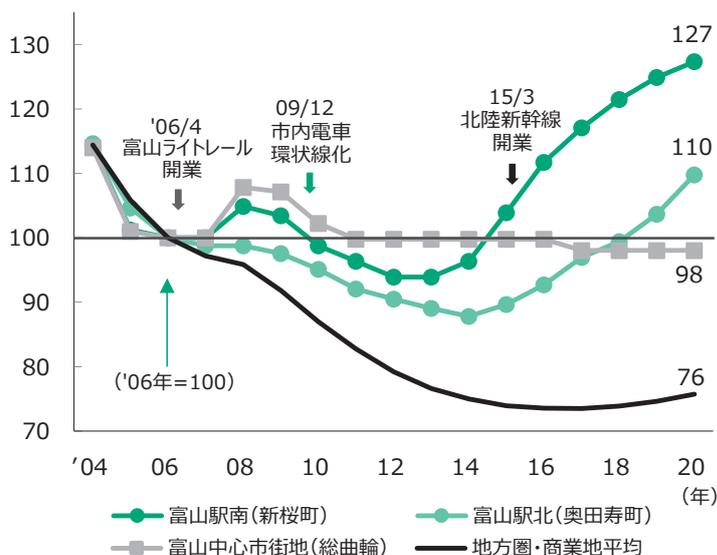
トしたくなる“体験”価値の提供を意識した観光コンテンツの充実を図り、消費単価向上と顧客満足の両立を目指す取り組みが求められる。

### (3) 民間企業

富山駅の交通結節機能がこれまで以上に強化されることで、駅周辺はまちの拠点を形成し、良好な景観を有するランドマークとして価値が高まるとみられる。南北接続を始め、まちなかへの集中投資は民間投資の呼び水となり、様々な都市機能の立地可能性が高まることが期待されよう。

現下、駅周辺では新規のホテルや商業施設、中規模ホール、新武道館等の建設計画が目白押しであり、地価も上昇している(図表3)。その一方で、まちなかの重心が従来の南から北にシフトすることが予想され、南部の中心市街地の活性化や城址公園の一層の活用等が引き続きの課題といえよう。

(図表3) 富山駅周辺及び中心市街地の地価推移



(出所) 国土交通省「地価公示」より当行作成

#### 4. 終わりに

本稿を執筆しているのは、新型コロナウイルスの急速な蔓延に伴う緊急事態宣言が全国に発令され、外出自粛や休校、テレワーク等の影響により、人々の移動需要が大きく減退している最中である。

不幸にも、南北接続は出だしでつまづく格好となり、前述した開業効果については、多くが当初の目論見から下方修正を余儀なくされよう。

然るに、そもそも富山市のコンパクトシティ政策は、公共交通の活性化を通じて、市民の

行動変容を促し、まちなかに民間投資を呼び込む誘導的手法であり、長期に亘り地道に進めるべき都市の体質改善である。

従って、今後顕在化するであろう With/After コロナの社会変化を織り込みつつも、超高齢化・人口減少社会は確実に到来することから、ふれずに政策を前に進めることが肝要ではないか。

南北接続によって実現した富山市の LRT ネットワークは、コンパクトなまちの根幹をなす、将来に残すべき良質な地域資源である。次の100年を見据えた新たなステージに向けて、更なる活用が図られることを期待したい。

# 炭鉱・鉱山と地域

## 第5回 千年の持続と東北鉱山

中央大学法学部

教授 中澤秀雄

連載初回で、東北地方にある主要炭田は常磐のみ、と述べた。しかし話が金属鉱山ということになれば、東北は日本鉱業史上、最重要地域である。8世紀、聖武天皇は奈良東大寺の盧舎那仏の造立を決断したものの、仏像を覆う鍍金が不足し、唐からの輸入に頼るしかない状況だった。しかし749年、陸奥国の国司「百済王敬福」が小田郡より砂金900両を献上、天皇は欣喜雀躍して年号を「天平感宝」と改元した（『続日本紀』）。発掘調査により、この産金地は宮城県涌谷町の黄金山神社周辺と特定されている。「天平ふるさと館」でこの歴史を顕彰する涌谷町は日本遺産『みちのくGold浪漫』（令和元年認定）の代表自治体となっている。12世紀には周知のように奥州藤原氏が中尊寺金色堂を建立し、ジパング伝説の由来になったとも言われるが、この「黄金の百年」を支えた金は「主として岩手県南部の東磐井郡域で採掘されたと考えられる」（池・遠藤 2012：7）。現在の一関市とその周辺である。戦国時代には葛西氏領だった東磐井郡は、天正19（1591）年に伊達氏領となる。文禄2（1593）年に豊臣氏の直轄支配下に入ったものの、金掘りに従事した三千人余が金山一揆を起こしたと伝えられ、翌年再び伊達氏の支配下に入ったという。仙台伊達藩は近世を通じてこの産金地域を支配し、これが伊達藩の繁栄を支える一要素となった。なお、伊達藩の四大金山として玉山・雪沢（以上、陸前高田市）・坂本沢（清水沢）・今出山（以上、大船渡市）が挙げられる（高橋・南部 2003：21）。幕府直轄としては佐渡金銀山（新潟県）や石見銀山（島根県）が有名である。日本銀は17世紀において、世界の銀産出量の1/3に

及んだとされ、南・東シナ海の貿易において「価格革命」を引き起こしたと高校世界史の教科書に記述されている。日本列島が千年以上豊かさを持続してきた背景に、東北地方を筆頭とする地下資源があると強調する意味で、本稿タイトルを「千年の持続と東北鉱山」とした。

本稿では（北関東・）東北のいくつかの金属鉱山—小坂銀山（秋田）・細倉銅山（宮城）・草倉銅山（新潟）・鹿折金山（宮城）など—に焦点をあて、その歴史・現状と地域社会にとっての意味を考えてみたい。これら鉱山の所在を示す地図は、連載初回に掲載している。本稿で取り上げた諸鉱山のうち詳細が判明しているものの採掘開始時期と終掘年次を表1に示した。

### 1. 金属鉱山と日本史

過去4回の連載では石炭鉱山（炭鉱）を扱ってきたが、今回初めて金属鉱山（金・銀・銅・レアメタル等）を主題にした（なお、非金属鉱山としては硫黄・黒鉛・石灰石等があるが、本連載では扱わない）。日本史の大部分において、鉱山といえば金属鉱山、とりわけ富の源泉である金銀山のことであった。近世までの金銀山の実情や地域社会との関係は史料や発掘調査によって推測するしかないが、連載第一回で紹介した川崎茂の研究にあるように、鉱脈を掘り尽くせば山中に人工的に作られた鉱山集落は消滅し、場所の同定すらできないケースもある。「16世紀後半から17世紀前半にかけての貴金属鉱山最盛期において、マッシュルーム的に全国各地に鉱山集落の発達が見られ

表1 本稿で言及した主な鉱山の概略

鉱山名	所在県	産出鉱物	採掘開始	終掘年
今出山	岩手	金・銀・銅・亜鉛	平安時代	1955
清水沢（坂本沢）	岩手	金・タングステン等	平安時代	1955
石見	島根	銀	1526	1923
細倉	宮城	銀・鉛・亜鉛・硫化鉄	16世紀	1987
佐渡	新潟	金・銀	1601	1989
足尾	栃木	銅	1610	1973
草倉	新潟	銅	1739	1920
鹿折	宮城	金	1888	1971

ピークを形成したが、17世紀後半以降は全般的に衰退の過程をたどり、小規模鉱山集落のなかには衰滅し、あるいは農山村への変質の過程を展開するものが少なくなかった」（川崎 1973：461）。この傾向は明治期以降も同じことである。ただし川崎のいう「歴史的集落域」、すなわち「封建社会における長期に及ぶ存続の過程において共同体的構成を生み出し」（同）たものは、小規模ながら存続する。例えば世界遺産・石見銀山の例で言えば、幕政期には山中の「柵之内」と言われる管理区域が（仲野 2009：147）、銀山町（銀山六谷）であった。しかし山裾に下り代官所が置かれていた大森集落のほうが、戦後まで出稼ぎや日雇で生計を維持しつつ数十戸が存続し、風情ある歴史的街並みを構成してきた（図1参照）。この「自然環境と共存した産業遺跡」という特徴が、世界遺産認定の過程でユニークと認められた。

なお江戸期には熟練鉱夫の世界に「友子」と呼ばれる同職組合のようなものが生まれた。徒弟制度を基礎に技能養成を行い、親分子分の杯を交わして相互扶助の機能も果たした。また「就職の機会をもとめて鉱山を移動する鉱夫に、友子は、一宿一飯の便宜をあたえ、その鉱山に就職の機会がないときは、餞別などをあたえ、鉱夫の移動を保障した」（村串 1988：13）。近世における産出量増加の背

景に、この熟練鉱夫集団の存在があると言える。

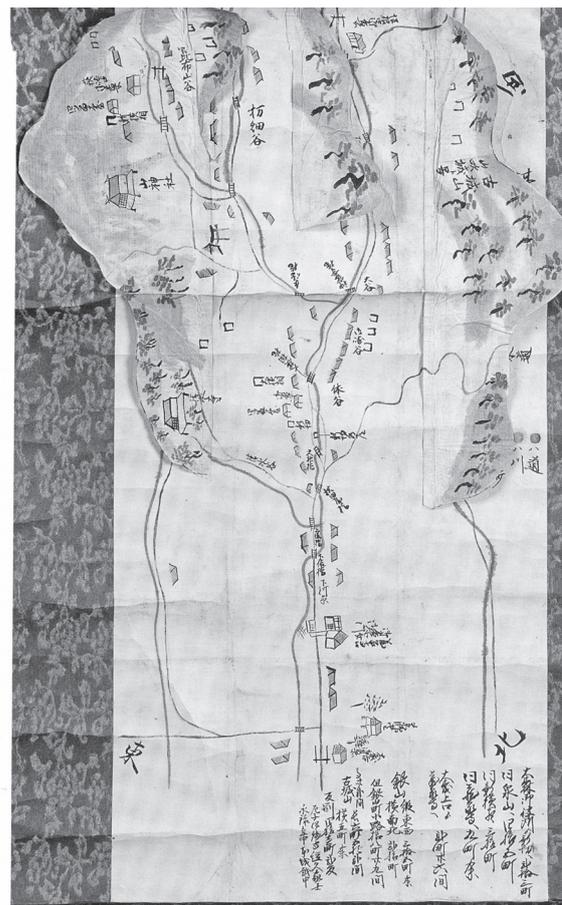


図1 江戸時代後期の石見銀山古地図

（出典：島根県立古代出雲歴史博物館・石見銀山資料館「輝きふたたび石見銀山展図録」2007）  
※山中（柵之内）の銀山六谷と、麓の大森集落（最下方）を確認できる

それでは以下、比較的最近まで掘り続けた小坂・細倉・草倉・足尾などを念頭に、近代の東北鉱山の特徴を考えてみよう。その産出量や設備について、しばしば「東洋一」という形容が付されるのは興味深い。「西洋のことは分からないが、東アジアを見渡せば最先端のはず」という鉱業所の自負が伝わってくる。1874年に大阪の豪商・藤田組（現DOWAホールディングス）に払い下げられた小坂鉱山は、明治30年代後半に銅山として飛躍的に成功し、こんにち観光資源となっている鉱山事務所や康楽館（芝居小屋）が20世紀初頭に建設され、一大企業城下町を形成した（写真1）。終掘後には鉱山の歴史と知見を活かしたりサイクル産業に活路を見だし、今日でも小坂製錬株式会社を中心に携帯電話など廃家電から有価金属を取り出す拠点となっているのは、蓄積された技術・文化を転用できた好例であろう。



写真1 秋田県小坂の繁栄を伝える歴史的建築物・康楽館（筆者撮影）

金属鉱山は、しばしば富国強兵から高度成長に至る栄光と衰退、そして成長の裏面としての社会問題の舞台でもあった。日本の鉱山王・古河市兵衛の歩みは、明治7（1875）年

に草倉銅山を買い受けたところから始まる。草倉からの収益を足場に、市兵衛は足尾銅山も買い受け、こんにちの古河財閥の足がかりを築いた。しかし周知のように足尾銅山は田中正造を突き動かした足尾鉱毒事件を生み出し、その解決策として利根川流域の農民が強制的に立ち退きを迫られて、今日の渡良瀬遊水池となっている。鉱山経営史・労働史の観点からも重要で、近代日本最大規模の鉱夫暴動（足尾暴動1907年）の舞台となっている。また、大正期に創業を中止した草倉銅山の城下町であった鹿瀬地区は、そのまま、新潟水俣病原因工場である昭和電工鹿瀬工場の社会基盤となったことも銘記すべきである。こんにち、（一社）あがのがわ環境学舎が、中高生などに新潟水俣病の環境学習プログラムを提供するとき、公害の原点としての草倉銅山にも必ず言及されている。

9世紀に発見され1987年に閉山するまで千年にわたり存続した細倉鉄山は終掘後、栗原田園鉄道の廃止等を経て、高齢世代によるコミュニティ再生のモデルを提供しようとしている。鉱山最盛期の写真・書類などを収集し、それを元に地域社会のジオラマを制作・展示している藤嶋信氏は、次のように書く。「細倉を離れた多くの人の中に『最近では子どもの頃細倉で暮らした夢を見る事が多くなった』と言っているのを聞くことがあります。こういう方は結構いると思います。それならば、そのような思いを結集した仲間との交流の場が必要だと感じております」「つまり、我々世代が元気で生きていく為には、まず心を元気にしなければならないと思っております<sup>1</sup>」。細倉鉱山の地元（鶯沢地区）も将来、「歴史的集落域」と呼ばれるだろうか。

<sup>1</sup> 藤嶋信「新しい細倉コミュニティの創造に向かって」、細倉マインパーク内「細倉鉱山資料展示室」で配布されている資料。

## 2 文化資源としての鉱山

宮城県涌谷町の「天平ふるさと館」から北上して宮城県栗原市には、細倉鉱山資料展示室が併設され坑内にも入れる「細倉マインパーク」がある。そこから北上し岩手県平泉町に至ると、中尊寺や平泉文化遺産センターで黄金文化の歴史を学べる。大船渡線で東に向かい陸中松川駅前にある「石と賢治のミュージアム」は、亡くなる直前に宮沢賢治が勤務していた東北採石工場跡地に作られたもので、北上山地の豊かな鉱物資源が「石っこ賢さん」を育んだバックグラウンドを理解できる。一関市千厩の「まちかど博物館」に立ち寄ると岩手県両磐地域（一関市エリア）の鉱山関係資料を地道に発掘してきた千葉房夫氏ら郷土史家たちの取り組みに触れることができる。再度県境を越えると2012年に開設された気仙沼市の鹿折金山資料館がある。明治36（1904）年、鹿折からセントルイス万国博覧会に出品された金含有率83%の「モンスターゴールド」は参加者を驚かせ、「青銅メダル」が授与された。高橋是清はこのゴールドを説得材料にして日露戦争戦費調達のための外債募集を進めたという。なお今日、金塊の一部だけは所在を確認されている（つくば市の産業総合研究所と東京大学総合研究博物館にある）。鹿折金山資料館長の中村敬二氏はモンスターゴール

ドの「里帰り展」を開催することを心待ちにし、また「技師だった父が残した図面に従って、二番坑内にいつか入って掘るのが夢だ」とおっしゃっていた<sup>2</sup>。気仙沼市内には他に、大谷鉱山歴史資料館も存在する。ここでは三陸ジオパークが日本ジオパークに認定（2013年）されたことを機に、地元の小学生に元鉱夫が鉱山町の繁栄を語り、砂金採り揺り板を実演する「ジオ体験」イベントも実施されている（『三陸新報』2018年8月21日）。

上記は一例であるが、東北各地の鉱山の歴史を文化として再評価し、まちづくりに活かしていく動きが地道に始まっている。地下の採掘が終わっても、地上でポスト工業世代に伝えるべき文化経済資源として、また地域再生への多様な試行・実践を見せるショーケースとして、鉱山は日本社会に痕跡を刻み続ける。

### 文 献

- 池亨・遠藤ゆり子編 2012『産金村落と奥州の地域社会』岩田書院  
川崎茂 1973『日本の鉱山集落』大明堂  
仲野義文 2009『銀山社会の解明』清文堂出版  
村串仁三郎 1998『日本の鉱夫：友子制度の歴史』世界書院  
高橋維一郎・南部松夫 2003『新岩手県鉱山誌』東北大学出版会

<sup>2</sup> なお、中村敬二 2009「鹿折金山資料館と私」『日本鉱業史研究』57：37-38；藤村利雄 2009「生き残りの金山坑夫として」『日本鉱業史研究』58：83-88。などで鹿折金山に関する概要を知ることができる。



# 日本の歴史と旅

## 第1回 日本の歴史と旅

宮城学院女子大学 学芸学部

准教授 高橋 陽一

旅ハ若輩<sup>よき なり</sup>の能修行成といひ、  
又諺にも愛すべき子<sup>ことわざ</sup>にハ旅をさすべしとかや

これは、江戸時代後期の文化7年（1810）に刊行された『旅行用心集』の序文の一節である。本書の著者八隅蘆菴の詳細は不明だが、自身で全国を行脚し、経験から得られた旅の知恵を一書にまとめたのだという。『旅行用心集』は、移動の際の注意事項や主要街道の里程を細かく紹介しており、旅行案内書のバイブルとして愛読された（写真1）。

「可愛い子には旅をさせよ」といわれ始めたのがいつ頃なのか、定かではないが、江戸時代には諺として広く認知されていた。その心は、将来のためにあえて子供に厳しい経験を積ませるべきだ、ということであり、裏を返せば、旅は辛い体験だという社会通念が前提にあったことになる。旅は現代のように楽しいものではなく、まさに若者にとっての「修行」だった。ただし、『旅行用心集』では、旅

をしない人はそれをただ単に楽しみのためにするものと勘違いしているとも記されている。この時代には、旅は辛いもの、そして楽しいものという相反する認識・イメージが共存していた。江戸時代は旅の性格が変化する過渡期だったといえるだろう。

修学旅行、卒業旅行、新婚旅行など、旅は折に触れて私たちの人生を彩ってくれる。またそれは、観光立国、インバウンド推進、世界遺産登録ともかかわり、今日の国政を左右するキーワードにもなっている。旅はどのようにして私たちに身近な営みになったのだろうか。そもそも旅をすることに何の意味があるのだろうか。

旅について考えることは、人間の本質を探究することにつながっていく。今回は、その手始めとして、旅が苦難に満ちていた古代から、現代的な旅が萌芽する江戸時代までを駆け足で紹介しよう。

### 1 古代の旅

農耕社会が成立する以前の狩猟採集社会においては、人は時に旅をしながら生活を送っていた。これは生存を維持する必要から生じた非自発的な旅であるが、旅の歴史そのものは人類誕生と共に始まったといえよう。

人々が定住生活を送るようになり、国家が誕生すると、旅は国家が定めた制度的枠組みの中で展開するようになる。8世紀に律令制度が成立し、税制が確立するのに伴い、国家の財源となる庸調（地方特産品など）の都への輸送は公民が担うようになり、九州の守備兵である防人は主に東国から徴発され、人々

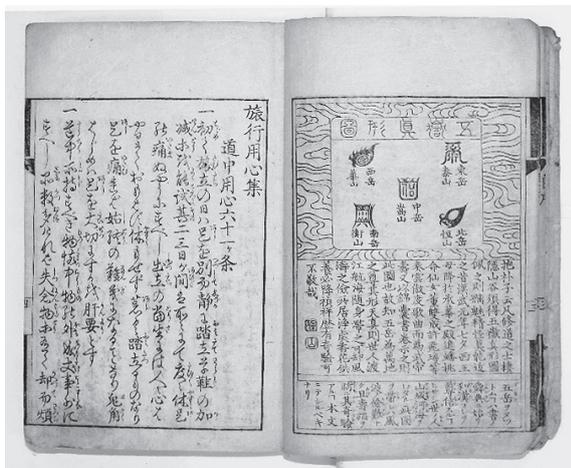


写真1 『旅行用心集』  
（文化7年〈1810〉、郵政博物館蔵）



の長距離移動が必要となった。また、国司（地方長官）の任にあたるため、都から各地へ赴任する役人も現地までの旅を余儀なくされた。律令制が弱体化し、荘園制が拡大した後も、荘園（私有地）管理の業務として現地と畿内間を荘官が往還し、庶民には年貢輸送などの夫役が課された。

一方、7世紀から9世紀にかけて、日本は先進的な文化や制度を学ぶため遣隋使・遣唐使（外交使節団）を中国に派遣した。使節団は船で中国を目指したが、途中で遭難する船が続出した。遭難することをあらかじめ想定し、最低でも使節団の一部が帰国できるように、一行は4つの船に分乗していた。

以上はいずれも国家や領主により制度化・強制された旅である。移動の道中、日本国内では、公用の役人は駅家という宿泊施設を利用できたが、一般庶民は利用できず、宿泊の際には道沿いの民家や寺を利用するか、野宿しなければならなかった。食料も自己負担であった。加えて、当時の国内は治安が悪く、移動の途中で海賊や山賊に出くわすことも珍しくなかった。日本最初の日記文学である紀貫之『土佐日記』（10世紀）は、土佐国（現在の高知県）から都の京都に向かう役人の旅を題材にしているが、その中には海賊におびえる人々の様子が描かれている。

宿泊施設の未整備、治安の悪さ、さらには統一貨幣の未流通といった社会環境下において、民衆が自発的に旅を行うことは甚だ困難であったと考えられる。『万葉集』（8世紀）に詠まれた防人の歌「わが家ろに行かも人もが草枕 旅は苦しと告げ遣らまくも」（私の故郷の家に行く者がいたなら、旅は草を枕にするような苦しいものだと告げてもらうのに）は、この時代の旅の実態を端的に表している。古代の旅は非自発的な「強制された旅」であり、一般庶民にとっては辛く苦しい体験であった。

## 2 中世の旅

皇族や貴族に代わって武士が政権を握った鎌倉時代（1185年～1333年）には、政治の中心が鎌倉に移ったことにより、それまでの都であった京都と鎌倉の間で人の往来が活発になった。裁判のために鎌倉へ向かった女性の旅日記『十六夜日記』に『海道記』『東関紀行』（いずれも13世紀）を加えた中世三大紀行文は、いずれも京都から鎌倉までの旅の記録である。双方を結ぶ沿道では、一般庶民が宿泊や人馬の継ぎ立てが行なえる宿場が整備されはじめた。この道が、のちに日本の街道の中心となる東海道の原形である。

中世には、中国から輸入された宋銭や明銭といった貨幣が日本国内に流通するようになった。その結果、商取引が活発に行われるようになり、商人や物資を輸送する船が全国を往来するようになった。市場が開かれた海や川沿いの港町は、交通の要衝として発展していくことになる。

こうした人の往来や商人の活動は、役務や生活の維持を目的とする非自発的な意味合いが強い旅だが、他方で自発的な旅もしだいにみられるようになっていく。自発性の源は信仰心であった。

古代から中世にかけて、死後に極楽を得ようとする仏教の浄土思想が広く社会に浸透していき、皇族や貴族が盛んに寺社へ参詣するようになった。特に有名なのが、11～13世紀に皇族によって行われた熊野詣である。現在の和歌山県南部にある信仰の聖地・熊野三山（熊野本宮大社・熊野速玉大社・熊野那智大社）へ、皇族たちは都の京都から何度も足を運んだ。その道は「熊野古道」と呼ばれる山岳地帯の険阻な道で、2004年にユネスコの世界文化遺産に登録されている（写真2）。また、この時代には僧侶による廻国の旅がみられた。中でも能因や西行は歌人としても有名で、のちに彼らの遍歴の旅に憧れ、その足跡を辿ろうとする者が多数現れる。当時、僧侶



写真2 熊野古道（筆者撮影）

は沿道の住民から聖人とみなされ、さまざまな施しを受けながら旅を続けることができた。一方、寺社参詣の習慣は武士、さらには畿内周辺の庶民へと波及し、室町時代（1336年～1573年）には伊勢神宮や高野山への参詣、さらには西国三十三ヶ所札所巡礼も行われるようになった。

以上のように、中世には古代よりも活発な人の往来がみられるようになった。特に、信仰心にもとづく自発的な旅がみられるようになった点が特徴だろう。しかし、全国的な統一政権が存在しない中世は戦乱が多く、頻発する飢饉等の災害と相俟って社会が不安定であった。宿場の整備も東海道や山陽道といった幹線道路のみであり、通行料金徴収を目的に領主が交通の要衝に設けた関所も円滑な交通の妨げとなった。この時代には、庶民の参詣旅行もみられるようになったが、こうした環境が背景にあった以上、旅の絶対数や人々の行動圏は近世に比べて圧倒的に少なく、狭かったことは疑い得ない。日本において、一般庶民が自由に全国を旅することができるようになるには、次の時代を待たなければならなかった。

### 3 近世～旅の時代の幕開け～

1600年、関ヶ原合戦で勝利をおさめた徳川家康は、直ちに街道の整備に着手した。徳川氏が直接管理した東海道・中山道・甲州道中・日光道中・奥州道中の五街道のほか、大名が管理する主要な街道には一定の距離ごとに宿場が作られ、一般庶民が利用できる宿泊施設や輸送用の人馬が置かれた。また、徳川氏は国産貨幣である寛永通宝を生産して全国に流通させ、物資の現地調達をより容易にさせた。

近世（1603年の幕府成立以降は江戸時代）には、庶民の生活環境も大きく変化した。農具や肥料の改良によって農作物の生産効率が向上し、一般庶民に金銭的貯蓄が生まれるようになった。そして、村や町で「講」という信仰を母体にしたグループが数多く結成され、信仰する寺社に参詣するためにメンバーの間で金銭が積み立てられるようになっていく。商業出版も発達し、『東海道名所図会』や『伊勢参宮名所図会』といった名所の紹介本や、『旅行用心集』のような旅行案内書も刊行された（写真3）。

こうして、統一政権によって天下泰平が実現した江戸時代には、交通をはじめとする様々な環境が好転し、旅がしやすくなる条件が整備された。その結果、階層を問わず、全国各



写真3 『東海道名所図会』

（秋里籬寫、寛政9年〈1797〉、国立国会図書館蔵）より、草津追分（東海道と中山道の分岐点）の図



地のあらゆる人々が自発的に旅に出るようになった。旅の時代の幕開けである。

ドイツ人医師エンゲルベルト・ケンペルは、1691年に長崎と江戸の間を往復し、『江戸参府旅行日記』を書き残した。この中でケンペルは、日本について、「この国の街道には毎日信じられないほどの人間がおり、2、3の季節には住民の多いヨーロッパの都市の街路と同じくらいの人が街道に溢れている。…これは、1つにはこの国の人口が多いことと、また1つには他の諸国民と違って、彼らが非常によく旅行することが原因である」と語っている。当時のヨーロッパでは、上流階級以外の私的旅行が少なかったことを考えれば、ケンペルの驚嘆はあながち誇張ともいえまい。旅を好み、街道に溢れていたのは皇族でも武士でもなく、庶民にほかならない（写真4）。



写真4 『文政十三庚寅春御影参道の粧』

（玉柳亭重春、文政13年〈1830〉、豊橋市美術博物館蔵）より、おかげ参り（伊勢神宮への群参）の図

日本において、旅が現代のように大衆化したのは江戸時代のことであった。無論、飛行機・鉄道・自動車のない徒歩移動の時代であり、草鞋をはいて1日約40キロメートルもの道のりを何日も歩き続ける旅である（写真5）。行き倒れや治安の問題が完全に解消されたわけではない。誰もが遠隔地へ旅立てる社会環境が育まれても、移動そのものは自足であり、その苦労は依然として残った。「可愛い子に旅をさせる」、好条件が整ったのである。



写真5 『東海道五拾三次』

（歌川広重、天保6年〈1835〉頃、国立国会図書館蔵）より、白雨の東海道を行く人々

### 参考文献

- 高橋陽一『近世旅行史の研究—信仰・観光の旅と旅先地域・温泉—』（清文堂出版、2016年）  
 田村正紀『旅の根源史 映し出される人間欲望の変遷』（千倉書房、2013年）  
 八隅蘆菴『旅行用心集』（今井金吾解説・注、八坂書房、1972年）  
 ケンペル『江戸参府旅行日記』（斎藤信訳、平凡社、1977年）  
 『新日本古典文学大系 万葉集4』（佐竹昭広ほか校注、岩波書店、2003年）

### 【日本の歴史と旅 執筆予定】

- 第1回 日本の歴史と旅
- 第2回 名所から名所へ
- 第3回 伊勢まいり
- 第4回 女性の旅
- 第5回 紀行文にみる東北
- 第6回 さすらいの文人
- 第7回 温泉
- 第8回 災害と観光

うなさか  
「海坂藩」のふるさとで作品に触れる

鶴岡市立藤沢周平記念館

館長 鈴木 晃

鶴岡市立藤沢周平記念館は、日本を代表する時代小説家藤沢周平氏の作品世界に触れる拠点施設として、藤沢氏のふるさとである山形県鶴岡市に、平成22年4月29日に開館し、本年4月で開館10周年を迎えました。開館以来藤沢ファンはもとより、全国各地から33万人を超えるお客様に来館いただきました。現在開館10周年特別企画展を開催しています。特別企画展の内容も含め、藤沢周平記念館について紹介いたします。

### 設立の経緯

藤沢氏は、昭和2年、黄金村大字高坂（現鶴岡市高坂）の農家に生まれ、多感な青年期までを鶴岡で過ごしました。藤沢氏は鶴岡で触れた自然や文化などを小説の中にも書き残しています。

武家もの小説の舞台として登場する「海坂藩」は、江戸時代の鶴岡を含む庄内地方がモデルとされ、小説に描かれる藩の様子は、藤沢氏が創作した架空の藩にもかかわらず、読

者にあたかも実在する藩のような思いを抱かせます。

特に作品に描かれる細やかな情景と鶴岡を彷彿させる食や文化は、物語に彩どりと膨らみを持たせ、読者の懐郷の心を引き出してくれます。

また、小説が映画やドラマとして映像化され、度々登場するようになると、小説の原風景を求めて、当地を訪れる方が年々増えてきました。

このような状況を踏まえ、藤沢氏を育み作品の土壌ともなっている郷里の鶴岡・庄内の自然や文化に触れ、作品をより豊かに味わい深めるための拠点となる施設の整備が急務となりました。平成17年から開設準備委員会を立ち上げ、基本構想、基本計画をまとめ、「庄内一円が藤沢文学ミュージアム」をコンセプトとして平成20年4月に着工しました。

個人を顕彰する記念館は、本市では初めてでしたので、準備にあたっては、藤沢氏のご遺族をはじめ、小説の出版に携わった方や、藤沢氏にゆかりの深い方々などに関わっていただきました。



外 観

### 作品ゆかりの城址公園に建つ記念館

記念館が建つのは、徳川四天王の筆頭格、酒井忠次を藩祖とする庄内藩主酒井家の居城であった鶴ヶ岡城址で、市民の憩いの場ともなっている鶴岡公園内です。

酒井家は元和8年（1622）に庄内に入部し、14万石の領地を治め、以来国替えされることなく幕末を迎えました。戊辰戦争後も現在に至るまで鶴岡におられ、本市の歴史、文化の

継承・発展、地域産業の振興に努められています。天保の時代に国替えの幕命が下りましたが、藩主を慕う領民の訴訟運動もあり、幕命が取り消される事件がありました。藤沢氏はこの一件を『義民が駆ける』という作品に著わしています。

令和4年(2022)には酒井家入部400年という記念の年を迎えます。本市では、入部400年を契機として、次代を見据えた庄内及び鶴岡のさらなる発展を目指して、各界の関係者や庄内の各市町の皆様とともに『酒井家庄内入部400年記念事業実行委員会』を3月に設立しました。

記念館では、酒井家入部400年に合わせ、藤沢作品に描かれる庄内藩をテーマとした企画展を検討しています。

鶴岡公園には、かつての本丸、二ノ丸の濠と土塁の一部が遺され、往時の面影を今に伝えています。本丸御殿跡には、藩主を祀る庄内神社が建ち、その目の前に藤沢周平記念館が建っています。派手なことや目立つことが嫌いで、普通が一番をモットーとされていた、藤沢氏のお人柄に沿うように、緑豊かな鶴岡公園の中に記念館は静かに佇んでいます。

## 施設概要と展示方針

記念館は2階建てで、1階には展示室、展示準備室、読書サロンを、2階に収蔵庫、研究室を主要諸室として配しています。

展示室は約200㎡で、3部構成の常設展示コーナーと企画展コーナーで展示を構成し、多様な作品世界と藤沢氏の生涯について紹介しています。

展示の基本方針として「特定の評価評論はしない」ことを心掛けています。作品に込められた思いは、作家のみ知るものであり、読者一人一人が感じたままに読まれることを大事にしたいと考えています。

## 常設展示

第1部「藤沢作品と鶴岡・庄内」では、小説に描かれている、鶴岡・庄内の自然や食、あるいは「海坂藩」を彷彿させる庄内の風景や文化を写真と小説の一節とともに紹介しています。

第2部「藤沢文学のすべて」では、作品世界を「武家もの」「歴史小説」「市井もの」「伝記小説」に分け、自筆原稿や創作メモなどの貴重な資料を展示しています。

2部への導入として設置した「藤沢周平全作品」コーナーには、初版単行本74冊を発行年順に一堂に展示してあり、見ごたえのあるコーナーとなっています。

また、見どころの一つに、藤沢氏が創作の場として使われた書斎を移築・再現したコーナーがあります。東京都練馬区大泉学園町にあった自宅2階の6畳間の和室が書斎として



「藤沢周平全作品」コーナー



書斎(再現)

使われ、数々の名作が執筆されました。壁以外は当時の部材をそのまま用いましたが、展示室の都合上、4畳半までの再現としています。

一般家庭同様の6畳間に机と本棚を置いた質素な書斎で、調度品や愛用品からは、普通が一番を大切にされていた人柄と作家のたたくまいが感じられるものと思います。

第3部「藤沢周平の軌跡」では、ふるさと鶴岡での人生の師ともいべき人々との出会い、教師時代の生徒との交流や藤沢氏の趣味、そして何よりも大事な家族のことなど、藤沢氏自身のことについて紹介しています。

壁面にある藤沢氏の生涯を紹介する年譜には、来館者の多くの方々が目を見入っています。藤沢氏の人生に思いを寄せ、偲んでいるようです。

### 開館10周年特別企画展

多様な作品世界をより豊かに味わい深めていただくため、2部と3部の間に企画展コーナーを設置し、年2回を基本にテーマを決めて、企画展を開催しています。



企画展コーナー

現在、開館10周年特別企画展〈『橋ものがたり』の世界〉を開催中です。(9月29日までですが、延長を検討中)

『橋ものがたり』は、人々が行き交う橋を舞台に、江戸の市井に生きる男女や夫婦、家族

の出会いや別れ、希望、絆などを描いた10篇からなる作品です。多様な人々の人生の機微が細やかに描かれ、市井ものの代表作の一つとして多くの読者から愛されています。

藤沢氏はこの作品について、自身の市井もののスタイルを確立することになった作品であるとエッセイに綴っています。

特別企画展では、10篇の紹介とともに、作品の舞台である江戸、本所・深川の町の成り立ちや、掘割や橋の役割について、藤沢氏の文章も用いながら切絵図や浮世絵、古写真などの史料も使って紹介しています。

また、作品世界を体感していただけるように、展示室前のフロアには、切絵図をもとに物語の主要な場所を記した約3.6m四方の『橋ものがたり』ストーリーマップを作製し、設置しました。物語の舞台に身を置いて、ストーリーを追ってみてはいかがでしょうか。

### インタビュー映像が見られる読書サロン

読書サロンでは、藤沢氏の著作全集、文庫本をはじめ関連本や鶴岡に関わる郷土図書などを配架し、公園を眺めながら作品に親しむことができます。また、備付けのパソコンでは、生前藤沢氏が地元放送局のインタビュー番組に出演された映像を見ることができます。藤沢氏の人柄に触れることができる機会ですので、来館の折は是非視聴してみてください。



読書サロン

## 新オリジナルグッズ「一筆箋」

記念館では、開館10周年を記念し、新たなオリジナルグッズとして、『蟬しぐれ』と『橋ものがたり』を題材とした一筆箋2種類を製作し、販売しています。表紙画と挿画（各2種類）は、『橋ものがたり』をはじめ藤沢氏著作本の装画を多数手掛けられている、イラストレーターの蓬田やすひろ氏にお願いし、特別に描き下ろしていただきました。来館記念に相応しい一品です。



一筆箋

## 海坂藩のおもかげ

記念館のある鶴岡公園周辺には、庄内藩校旧致道館、藩主の隠居所御隠殿が残る致道博物館、上士屋敷の長屋門が残る城下一の商家屋敷、さらには小説に登場する五間川のモデルとなった内川など、「海坂藩」の情景を想起させる歴史的建造物や風景があります。記念館にお越しの際は併せて周遊していただくこ



市内を流れる内川から望む金峯山(右)と母狩山

とで、作品世界がより鮮やかに心の中に描き出されてくるものと思います。

新型コロナウイルス感染が心配される今般ですが、藤沢氏のふるさと、鶴岡・庄内で藤沢氏の心根に触れて、藤沢文学に親しんでいただきたく、皆様のご来館を心よりお待ちしております。

## アクセスマップ

### 鶴岡市立藤沢周平記念館

〒997-0035 山形県鶴岡市馬場町4-6

TEL:0235-29-1880 FAX:0235-29-2997



## 復興トピックス

### 水産加工業の復興に向けて

株式会社日本政策投資銀行 東北支店

東北復興・成長サポート室 菊地 慧

東日本大震災の津波被災地域において、水産加工業は地域の中核的産業であった。宮城県についてみると、事業所数は東北地域の中で最も多く、また水産加工品の製造品出荷額等も北海道、静岡に次いで全国3位であるなど、当地を代表する産業のひとつといえる<sup>1</sup>。

震災により甚大な被害を受けた県内の水産加工業は、設備面での復旧は着実に進んでいるものの、依然として課題も多く、水産庁の調査によると約7割の県内企業の売上高が震災前の水準までの回復に至っていない（図1）。その最大の理由としては「販路の不足・喪失」が挙げられる（図2）。震災により一度出荷が途切れたことで直接取引していた顧客を失い、未だ販路の開拓に苦戦する状況がうかがわれる。売上回復のためには「販路の回復・開拓」

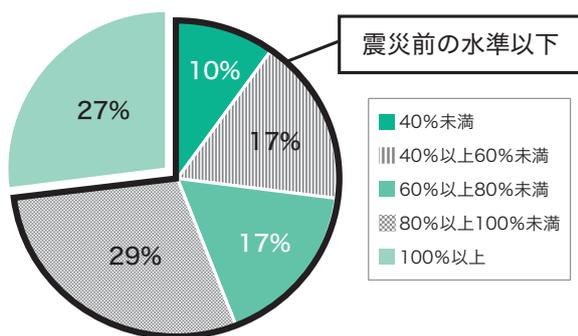
が重要であり、その具体的な手法としては「新商品の開発」との回答が最も多い<sup>2</sup>。

販路の不足・喪失、新商品開発に対しては、国や地方自治体、経済団体、業界団体らによって構成される「三陸地域水産加工業振興協議会」や「復興水産加工業販路回復促進センター」等が、商談会やセミナーの開催、プロモーション、水産加工・流通の各段階への個別指導等の支援事業を行っているほか、地域金融機関においてもブランド化やマッチング、商談会開催等の支援を実施している。

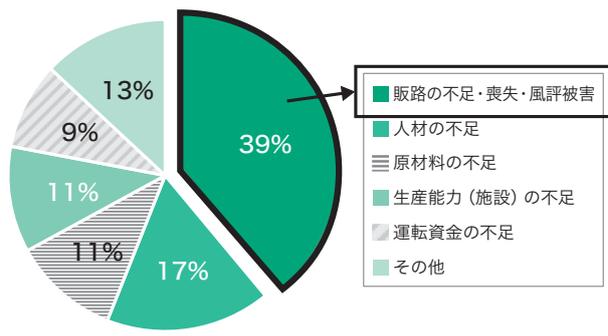
上記のような外部からの支援は復興の足掛かりとして重要ではあるが、安定した取引を獲得し、展開していくためには、事業者自らが工夫と努力を重ねていくことが必要である。

宮城県女川町の水産加工業者である株式会

（図1）水産加工業者の売上回復状況（宮城県）



（図2）売上が戻っていない理由（同）



（資料）水産庁「水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケートの結果（第7回）」（2020年4月公表）より  
（株）日本政策投資銀行作成

<sup>1</sup> 平成30年（2018）年工業統計表「地域別統計表」より。製造品出荷額等については水産缶詰・瓶詰製造業、海藻加工業、水産練製品製造業、塩干・塩蔵品製造業、冷凍水産物製造業、冷凍水産食品製造業、その他の水産食料品製造業の和を算出。

<sup>2</sup> 水産庁「水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケートの結果（第7回）」（2020年4月公表）より。

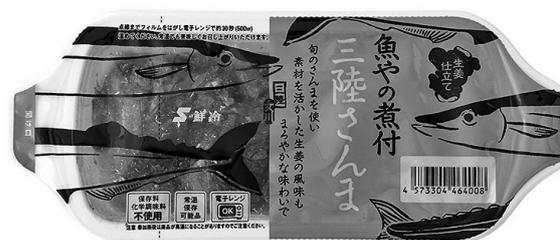
社鮮冷は、2013年3月、長年サンマを中心とした鮮魚の冷凍冷蔵事業に携わってきた株式会社石森商店と、ホタテを中心とした鮮魚販売を営んできた株式会社岡清が中心となり設立された。事業内容・繁忙期が重ならない2社が経営統合することで、売上高の変動を抑え、収入や雇用の安定化を企図している。

同社では、今後の漁獲高の減少や家庭・飲食店における加工品需要の増加を見越し、使用原材料を抑えた付加価値の高い加工品の新商品開発等による販路拡大に取り組んでいる。消費者ニーズを踏まえ、保存料・化学調味料不使用で180日間常温保存でき、電子レンジでそのまま温め食卓に出せる商品を開発し、スーパーやコンビニ等に展開しているほか（図3）、業務用としては調理の仕上げ直前まで加工した商品も展開している（図4）。

また、近年国内外の大手外食チェーンや卸・小売チェーンにおいて食品安全に関する国際認証「FSSC22000」<sup>3</sup>の取得を取引開始条件としていることを受け、販路拡大に向け、同認証を工場全体かつ生食部門において取得している。本社工場には細胞破壊を抑える先進の凍結技術であるCAS装置<sup>4</sup>とトンネル式急速凍結機の組み合わせを実現した（図5）。これにより素材の鮮度が高い状態を保つことができ、加工品の高品質化にも繋がっている。

更に同社では、将来的な漁獲量減少に備え、水産物専門商社等との連携による仕入れ先の拡充を図っているほか、地域の養殖業者との連携を通じて生産量の維持にも取り組んでいる。今年4月には、設備の共同利用、原材料の融通等による製造の効率化、販路の共有による販売力強化等を目的として、同じ女川町内の水産加工業者との業務提携も開始した。今後、同様の連携先を増やし、業界や地域の枠を超えたコンソーシアム化による地域の活

（図3）鮮冷総菜シリーズ



（図4）鮮冷 CAS FRESH



（図5）生産設備



（写真）株式会社鮮冷ホームページより

性化も視野に入れている。

被災地の水産加工業の課題である販路の回復・開拓や新商品開発等に対する同社の取組は、水産加工業復興に向けた取組として期待される。

<sup>3</sup> 食品安全マネジメントシステムに関する国際規格。GFSI【Global Food Safety Initiative】によりベンチマーク規格の一つとして承認されている。

<sup>4</sup> Cells Alive Systems のこと。



## ねぶたのない夏

東奥日報社 生活文化部

部長 相木麻季

北国の夏の夜を極彩色に染め上げる青森ねぶた祭は毎年8月2～7日、青森市の中心街で行われる。昨年は天候に恵まれたこともあり、県内外や海外から285万人の観客を集め、ハネトと呼ばれる踊り手は10万人以上に上った。勇壮な武者人形が見えを切り、囃子方は息を合わせて美しい笛の音を奏でる。ハネトは「ラッセラー、ラッセラー」のかけ声とともに乱舞する。息を弾ませ、肩を寄せ合い、手をつなぎ、大粒の汗がはじける。沿道は見物客であふれ、大型ねぶたが近づくたびに拍手と歓声上がる。街全体が、まるでライブのような熱気と高揚感に包まれる。

この原稿の依頼を受けたのは3月下旬。既に新型コロナウイルスの感染拡大に伴い訪日外国人観光客の宿泊キャンセルが相次ぐなどの影響が報じられてはいたが、まさかねぶたのない夏を迎えることになるとは想像できなかった。

中止は1958（昭和33）年に現在の運行形態になってから初めてという。同時期に行われる弘前ねぶた、五所川原立佞武多（たちねぶた）、八戸三社大祭など、県内各地の夏祭りは軒並み中止、あるいは大幅縮小などの決断が下された。東京オリンピックも高校野球の甲子園大会もなくなった夏。今年は夏そのものが消えたような印象だ。

未知のウイルスに抗する有効な治療やワクチンが行き渡らない中、多くの人々が密集する祭りは感染源となる可能性を捨てきれない。青森ねぶた祭の関係者は「祭りをやり切る根拠が見つけられない」と忸怩たる思いを吐露していた。

例年なら大型連休のころにはねぶた小屋にねぶたの骨組みを搬入し、制作作業が熱を帯びる。その小屋も祭り中止で解体された。ねぶた一本で生計を立てるねぶた師も多い。収入面に影響があるのはもとより、ねぶた師か

らは、ねぶたのない夏、ねぶたのない日常が「全く想像つかない」という悲痛な叫びが聞こえてくる。

もちろん嘆いてばかりもいられないと前を向く人たちもいる。集まって囃子の練習ができない中、ある囃子団体はYouTubeにチャンネルを開設し、囃子を別々の場所から演奏する「リモート合奏」を発信した。ベテランねぶた師・竹浪比呂央さんは、疫病や病魔を払う鬼神「鍾馗（しょうき）」を題材に、ねぶた絵を1日1枚100日間連続でインスタグラムにアップする挑戦を始めた。これには地元青森銀行がクラウドファンディングで資金を募る協力を買って出た。ねぶたのない夏に足跡を残そうと懸命だ。

感染防止へ人の往来を徹底的にストップさせるというある意味ショック療法は、医療崩壊危機には一定の歯止めをかけた。一方、青森県はこれまで、東日本大震災からの復興を念頭に、陸・海・空の交通アクセスの充実を図り、観光誘客に力を入れてきた。ねぶたや春の弘前さくらまつりなど国内外から多くの人を集める独自のコンテンツを生かしながら、訪日客らを積極的に呼び込んできた。そんな地域経済にとっての大きな書き入れ時が失われたかたちだ。

関連業種は宿泊、運輸、飲食、サービス、土産品の製造・販売など幅広く、売り上げの急減、雇用不安など、いずれも数カ月前には想像しえなかった窮地に陥っている。

経済対策が次々打ち出され止血に努めてはいるものの、感染は第2波、第3波も見込まれている。訪日需要の見通しなどあらゆる前提が崩れた今、観光産業をいかに建て直すのか。祭りはどのような形であれば、安心して次の世代へと継承できるのか。中長期的処方箋を早急に見いだしたい。

# HOKUTOU DIARY

2020年4月～6月

ほくとう総研の活動内容などについてご紹介します。

## 〈総務事項〉

- 2020年6月5日 第1回理事会  
2019年度事業報告・決算などを審議しました。
- 6月22日 定時評議員会  
2019年度事業報告と決算の承認、評議員・理事・監事の選任などを行いました。
- 6月22日 第2回理事会  
理事長・専務理事の選任などを行いました。

## 〈役員等異動〉（敬称略）

2020年6月22日の評議員会・理事会において、それぞれ選任されました。

### 【評議員】

石森 亮 佐藤 斉  
伊藤 邦宏 瀬川 隆盛  
伊藤 博明 濱本 英輔  
佐々木裕司 宮脇 淳

### 【理事】

石井 吉春 大滝 精一 早福 弘  
泉山 元 緒形 秀樹 蓮江 忠男  
(専務理事) 伊藤 賢治 小林 正明 柳 正憲  
(理事長) 伊藤 敬幹 小林 良輔

### 【監事】

栗澤 方智 坂上 隆

※評議員 海津尚夫、濱厚、監事 上遠野和則は退任致しました。

## 編集 後記

NETT

ふと手にしたその地域の伝統ものづくりの逸品に、目ばかりでなく心も奪われる経験は誰しもあるのではないのでしょうか。

そうした魅力あふれる品々は、地域や当該企業の歴史、地域文化、そして今日の展開につながる固有のストーリーを背景に持ち、それを手に取る消費者にとっての魅力につながるものとなっています。そしてさらには、当該地域のキラコンテンツ的な要素の一つとして、

企業等の取組やその成長を通じて地域活性化につながるものともなっていると思います。

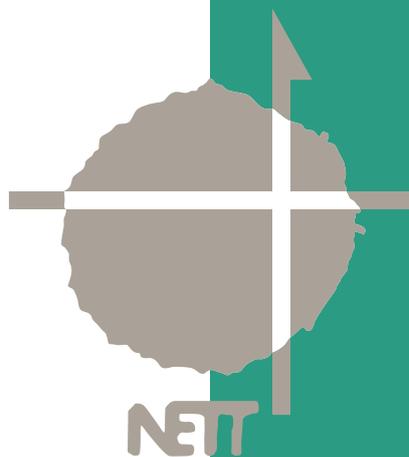
さまざまな経緯から発展して（させて）きた地域の「技」が息づく伝統ものづくり、それは歴史や伝統の継承のみならず、新たな製品や市場等の可能性を拓くアイデアや挑戦が込められた、過去から現在、そして将来につながるものともなっていると言えましょう。

今号では、「伝統ものづくりによる地域活性化」を特集テーマとして採り上げました。企業や大学などさまざまな実務者・有識者の方々から示唆に富んだご寄稿をいただき、この場を借りまして厚く御礼申し上げます。

ほくとう総研情報誌 **NETT**

No.109 2020 Summer

発行日 2020年7月1日（通巻109号）  
発行所 一般財団法人 北海道東北地域経済総合研究所  
〒100-0004 東京都千代田区大手町1丁目9番2号  
大手町フィナンシャルシティ グランキューブ15階  
電 話 03-3510-6821（代表）  
E-mail info-nett@nett.or.jp  
U R L http://www.nett.or.jp  
印刷所 株式会社 イーフォー



一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所