

MIKAWA

東三河懇話会 会報誌

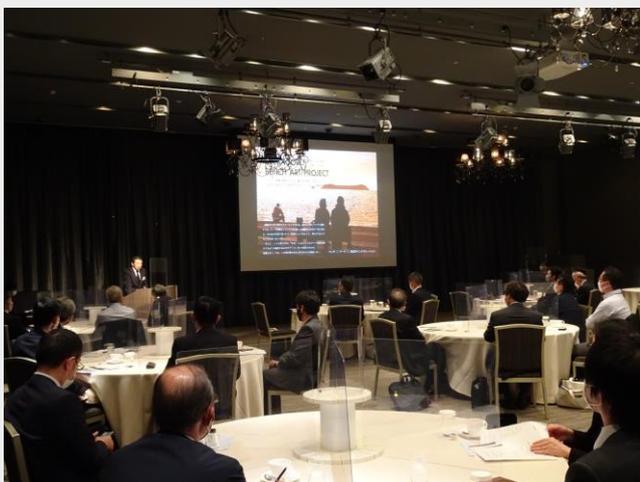
2022年 1月 vol. 93

NAVI

- ◆NAVIGATION . . . 令和4年 東三河8市町村長を囲む新春懇談会 開催
- ◆NEWS CENTER . . . 東三河懇話会のニュース・地域のニュース
- ◆SALOON REPORT . . . 東三河懇話会講演録
- ◆会員関係者の動静、伝言板



令和4年 東三河8市町村長を囲む新春懇談会



第218回東三河午さん交流会



第446回東三河産学官交流サロン



CONTENTS

NAVIGATION	1
令和4年 東三河8市町村長を囲む新春懇談会	
NEWS CENTER	2
東三河懇話会のニュース・地域のニュース	
SALOON REPORT	3
東三河懇話会講演録	
第443回 東三河産学官交流サロンー令和3年9月21日開催ー	
大西 正敏氏 「AUT教育におけるIoTとDX化の取組み」	
笹野 尚氏 「豊橋地域の地域発展戦略の選択肢について ～SWOT分析の手法を用いた試論～」	
第444回 東三河産学官交流サロンー令和3年10月19日開催ー	
杉木 直氏 「静岡県湖西市における企業シャトルBaaS事業実証実験について」	
山口 進氏 「創立100周年を迎えた豊橋信用金庫の取組み」	
第445回 東三河産学官交流サロンー令和3年11月15日開催ー	
加藤 潤氏 「現代社会の激変と地方中小企業における『学び直し』の役割」	
赤間 真吾氏 「変化する“まちなか”とemCAMPUS」	
第215回 東三河午さん交流会ー令和3年9月3日開催ー	
永田 雅信氏 「椿油から考える小さな自給と大きな安心」	
第216回 東三河午さん交流会ー令和3年10月1日開催ー	
阿部 晃氏 「奥三河蒸留所は、新しい産業で稼げるか？成功の光と影」	
第217回 東三河午さん交流会ー令和3年11月5日開催ー	
谷口 慶一氏 「『ヨルモウデ』豊川稲荷580年の歴史初の試みで地方活性化」	
第218回 東三河午さん交流会ー令和3年12月3日開催ー	
小池 高弘氏 「～海が語る、まちが語りかける～ 蒲郡ベンチアートプロジェクト」	
第4回 東三河グローバルアップミーティングー令和3年10月14日開催ー	
種田 滯氏 「地方移住とこれからの働き方」	
会員関係者の動静、伝言板	26

NAVIGATION

令和4年 東三河8市町村長を囲む新春懇談会 開催

■東三河懇話会

令和4年1月7日(金)午後2時30分より、第52回目となる新年恒例の「東三河8市町村長を囲む新春懇談会」が、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて開催された。

今年は、新型コロナウイルス感染防止のため定員を160名に縮小し、ケーブルテレビ「ティーズ」の生放送と「YouTube」によるライブ配信を行った。

開会にあたり、当会の神野吾郎会長が以下の通り挨拶した。

『2022年、令和4年の新しい年が始まりました。コロナ禍のなか、今回で第52回を数えます「令和4年度東三河8市町村長を囲む新春懇談会」を挙行いたしましたところ、東三河各自治体の首長の皆さまをはじめ、経済界、大学、行政の皆さまに多数ご出席をいただき、誠にありがとうございます。

昨年は、新型コロナウイルス感染症に対する度重なる緊急事態宣言の発令、世界的な半導体不足や東南アジアからの部品調達の停滞を背景とした自動車工業の減産の影響などで日本経済はマイナス成長となりましたが、ワクチン接種の加速化もあり、秋以降は新型コロナウイルスの感染者数の減少を受け、小売り・飲食店・宿泊施設等の利用者が増加するなど景気は回復に転じてまいりました。しかし、11月後半からの新たな変異株の台頭により国内に感染拡大の警戒感が広がるなど、地域経済の本格的な回復にはまだまだ時間がかかりそうな状況となっております。

人口減少や少子高齢化、グローバル化の進展に加え、コロナ禍によって「DX」が加速して人々の暮らし方や働き方が大きく変わるなか、再生可能エネルギーへの移行をはじめとした先進的な取組みを通じ、経済活動を止めずに脱炭素化社会を実現する「GX」というIT革命に次ぐ世界的な社会変革が起きています。これからの地域づくりは、「DX」と「GX」を推進することにより、時間や空間の制約を克服しながら、地域課題の解決や新たな価値の創造を促し、住民本位の行政や持続的発展が可能な地域社会の実現を目指す取組みが必要となってきています。また、企業の事業継続や持続的成長には、ネット販売やリモートワーク、高度なデジタル技術を取り入れた各種サービスなど、遠隔、非接触、デジタル化などに関連する需要を取り込むための新製品や新サービスの開発に加え、新規事業の立ち上げ、スタートアップ企業との連携



などが求められています。

このような状況を踏まえ、今年のパネルディスカッションのテーマは、当地域ではまだ主要な議論となっていませんが、あえて世界的なテーマである「社会変革(DXとGX等)に対応した地域の普遍的な価値づくり」とさせていただきます。世界のゲームチェンジは、確実に我が国経済そして社会に大きな影響をもたらします。その時に慌てても遅いです。いや、世界各国との比較では、日本社会は変革の歩みにおいて大幅な遅れをとっている状態にあると認識しています。目指すべきデジタル社会は、デジタルの活用により、一人ひとりがニーズに合ったサービスを選ぶことができ、多様な幸せが実現できる社会です。DXとGX等の社会変革に対応し、誰もがwell-being(満足した状態)を感じられる地域づくりを進めるためには、①行政・公共サービス、②地域産業、③繋がりなどの視点において、広く地域住民に受け入れられる「価値づくり」が必要になります。

本日は、豊橋技術科学大学の元学長であり、東京大学名誉教授でいらっしゃる大西先生のコーディネートのもと、8名の首長さんにご登壇いただいております。地域の普遍的な価値づくりについて東三河の将来展望を大いに語っていただき、新年に相応しい東三河のあるべき姿を皆さまとともに共有したいと思います。

昨年11月、豊橋駅前に地域の皆さまの交流、スタートアップやイノベーションの拠点となる「emCAMPUS」がオープンしました。5階のSTUDIOは、「共創」をコンセプトに、東三河の企業や大学、東三河で暮らす人々が様々な「まなび」を通し、東三河の新しい「価値」や「ワクワク」を創出するプログラムを展開してまいりますので、是非ご活用いただければと思います。

東三河懇話会は、1971年(昭和46年)に始まった「4市長を囲む新春午さん会」から51年にわたり東三河の広域自治連携の重要性を唱えています。これからも「東三河はひとつ」を合い言葉に、界を越えた未来に向けた地域づくりを目指し、産学官民の繋がり、地域の繋がりを進めるネットワークセンターの役割を引き続き担ってまいりたいと思います。年頭にあたり、それぞれの地域の確かな歩みと、本日も集まりの皆さまのご健勝、ご多幸を祈念し、開会にあたりまして私からの挨拶とさせていただきます。どうもありがとうございました。』

続いてご来賓を代表して衆議院議員の根本幸典氏、今枝宗一郎氏、山本左近氏にご挨拶いただいた後、東京大学名誉教授で豊橋技術科学大学元学長の大西隆氏がコーディネータを務め、「社会変革(DX、GX等)に対応した地域の普遍的な価値づくり」をテーマに、東三河8市町村長によるパネルディスカッションを行った。

※詳細は、MIKAWA NAVI 特別号(令和4年2月末発行予定)に掲載

NEWS CENTER

2021年度 総会記念講演会開催

■(公社)東三河地域研究センター

公益社団法人東三河地域研究センターの総会が、11月24日(水)午後3時より、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて行われた。2020年度(2020年10月1日から2021年9月30日まで)の事業報告・収支決算報告ならびに収支予算案が審議され、承認、可決された。

総会後は、(株)日建建設総合研究所主席研究員の安藤章氏をお招きし、「モビリティ革命、地方創生への期待」をテーマに記念講演会が開催された。



第61回 研究交流会開催

■三河港未来戦略会議

三河港未来戦略会議の第61回研究交流会が、11月29日(月)午後2時より、豊橋商工会議所4階401会議室にて開催され、36名が参加した。講師に日本通運(株)豊橋支店支店長の守田英司氏、日本通運(株)金沢支店高柳物流事業所主任の柳瀬友治氏をお迎えし、「物流における脱酸素への取り組み」をテーマにご講演いただいた。



第444回・第445回・第446回 東三河産学官交流サロン開催

■東三河懇話会/(公社)東三河地域研究センター

東三河産学官交流サロンの第444回が、10月19日(火)午後6時より、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて開催された。参加者は86名(オンライン参加10名含む)。豊橋技術科学大学建築・都市システム学系准教授の杉木直氏が「静岡県湖西市における企業シャトルBaaS事業実証実験について」、豊橋信用金庫理事長の山口進氏が「創立100周年を迎えた豊橋信用金庫の取り組み」をテーマに講演された。

第445回は、11月15日(月)午後6時より、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて開催された。参加者は94名(オンライン参加15名含む)。愛知大学文学部人文社会学科教授の加藤潤氏が「現代社会の激変と地方中小企業における『学び直し』の役割」、中部ガス不動産(株)専務取締役の赤間真吾氏が「変化する“まちなか”とemCAMPUS」をテーマに講演された。(以上の講演内容は本号に掲載)

第446回は、12月22日(水)午後6時より、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて開催された。参加者は80名(オンライン参加6名含む)。豊橋技術科学大学大学院機械工学系教授の内山直樹氏が「システム工学の産業応用」、ブルーイノベーション(株)ソリューション営業部の山口雄大氏が「社会インフラを支えるドローンの活躍と未来への可能性」をテーマに講演された。懇親、懇談の後は、12月サロン恒例のお楽しみ抽選会を行った。(講演内容は次号掲載予定)

第217回・第218回 東三河午さん交流会開催

■東三河懇話会/(公社)東三河地域研究センター

東三河午さん交流会の第217回が、11月5日(金)午前11時30分より、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて開催され、33名が参加した。(一社)豊川青年会議所副理事長の谷口慶一氏が、「『ヨルモウデ』豊川稲荷580年の歴史初の試みで地方活性化」をテーマに講演された。

第218回は、12月3日(金)午前11時30分より、ホテルアークリッシュ豊橋5階ザ・グレイスにて開催され、50名が参加した。蒲郡商工会議所会頭の池高弘氏が、「～海が語る、まちが語り掛ける～蒲郡ベンチアートプロジェクト」をテーマに講演された。(以上の講演内容は本号に掲載)

「AUT 教育における IoT と DX 化の取組み」

愛知工科大学 学長 大西 正敏氏



●愛知工科大学の特色

愛知工科大学 (AUT: AICHI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY) は、自然に恵まれた学びの環境である。三河湾に近く、周辺にはラグーナテンボスやヨットハーバーなどがある。2019年にはヨット部を作り、第1期生がインカレで上位入賞を果たした。このように学生たちは自然の中で伸び伸びと育っている。

三河は、昔から産業の中心地であった。各都道府県の製造品出荷額を見ると愛知県は突出していて、日本の製造業の中心地だということが分かる。その中でも三河地区は愛知県の6割を占めており、三河地区だけ見ても他の都道府県より多い。

工学系大学である本学では、モノづくり人材の育成を重要視し、他の大学にはない特色のある教育を行っている。特に三河地区は産業の中心地であるため、企業と連携した実践的教育 (AUT 教育) が主となっており、企業との連携研究・共同研究、企業トップ人による特別講義、1年次からのインターンシップの実施、そして日本で一番早く IoT モノづくりコース (専攻コース) を作った。今は他の大学でも似たような専攻コースがあるが、企業・社会で活躍するモノづくり人材・エンジニアを育成するのが本学の特色である。

本学の AUT 教育は、確かな土台 (総合力・実践力) と優れた機能 (設計力・製作力) を併せ持ったモノづくり人材を育てる教育の体系である。一般的な大学でも総合力はもちろん勉強するが、本学の総合力は勉学の能力だけではなく、授業に取り組む意欲や人間性も評価する。いくら点数が高くても、授業中に寝ている学生はダメだ。また、コミュニケーション能力や自分の考えを言える学生を評価し、成績として付けている。そして実社会で役に立つように、実践力は座学と学習がしっかり連携して動いている。

総合力と実践力の土台の上に、新しいモノを創造しデザインする設計力、そしてデザインしたモノを実際に自分の手で作ることができる製作力がある。職能的な面からも設計力や製作力を備えることは、実社会で実践的なモノづくりに貢献できる学生を育てられる仕組みである。1年次から4年次まで、徐々にステップを踏み、その中で学生が大きく変わっていく。

●IoT モノづくりコース開設

本学工学部は、モノをつくる「機械システム工学科」、コントロールする「電子ロボット工学科」、ネットワーク化する「情報メディア学科」の3学科からなる。小さくコンパクトな大学だが、工学系でこの3学科は非常に重要になっている。また、学科横断型の特別選抜コース「IoT モノづくりコース」を開設し、IoT 時代のモノづくりを担うエンジニアを育成するチャレンジ教育を行っている。

IoT とは、あらゆるモノがインターネットにつながることで一般的に言われている。今、皆さんがスマートフォンを持っているように、いつでもどこでも情報が見られるようになった。少し前に NTT の未来像として宣伝していた「いつでもどこでも何にでも」というユビキタスのサービスが、現実化していると言えるだろう。

例えば工場を見ると、いろいろな装置やラインにセンサーが組み込まれていて、クラウドのネットワーク上にそれぞれの情報が全て集約される。そしてネットワークを通じ、離れた事務所から工場の状況の「見える化」を実現した。今ではそれが当たり前となり、全世界で動き出している。例えば、アメリカの小さな工場の業務を全て見ることも可能となる。データ量は膨大になり、人間では処理しきれず AI、人工知能が使われるため、そういったことも学生の教育に取り入れている。

IoT モノづくりコースは、ある程度の基礎力が必要となるため、AUT 教育の基本を持っている学生が2年次から入っている。もちろん通常の授業もあるため、それぞれの学科の授業にプラスして IoT に特化した授業を受けている。実習では、実際の工場のラインを模した仮想工場ラインを自分たちで作る、それを IoT 化する。最終的には、それらを使いながら本来の会社の業務をどのように効率化するかを考えさせる。これには答えはなく、いろいろチャレンジしていく中で、解決策や今まで思いつかなかったような効率化の方法が実習を通して見えてくる。

●DX 化とは

もう一つ、本学が目指しているのは DX 化である。DX (Digital Transformation) は 2004 年にスウェーデン・ウメオ大学の教授が提唱した概念で、trans (行き交う) を X で表して DX となった。IT 化が騒がれていたが、それは

業務改善を目的として IT を使うという狙いがあった。DX は、同じような作業改善に使うのだが、それを実際に使う手段として持っていく。つまり IT を使う事は単に目的で、DX は手段として使うものである。

DX はいろいろな分野にあり、それぞれ解釈が異なるが、2018 年に経済産業省が公表した定義は、「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」である。簡単に言うと、目的として IT 化するだけでなく、DX はデジタル化して統合する手段である。こういったものを大学の中に取り入れていこうと取り組んでいる。

●教育の場での DX の推進

企業から見ると、またイメージが違うかもしれない。身近な DX 化の例として、Amazon や ZOZO などがある。ZOZO では、一般のカatalogとは違い、身長、体重等を入れると自分にピッタリ合うものを選んでくれる。なおかつ返品も可能なので、お店に行かなくても安心して購入できるということで爆発的に伸びた。Amazon も同様で、買い物に行くという「行動」を IoT を使ってデジタルに置き換えた。そういった流れで大きな会社に成長したが、これらは DX を上手く使った事例である。

では、大学の教育現場ではどうだろうか。本日の講演もリモートで行っているが、大学では DX によるリモート授業を行っている。本学は非常にコンパクトな大学のため、それほど大きな設備がなくても Google のサービスで十分こなせている。Google Classroom では、ドキュメントやスライド等が電子パネル上で自由に利用できる。現在、多くの大学がリモート授業になっているが、教員からデジタルファイルで学生に配信されるという驚くべき世界である。日本だけでなく、世界中がこのような動きをしている。まさしくこれも DX の一つである。

以前から、本学では DX に近いものを既に取り入れていた。学生自身のポータルで、自分の時間割、出席率、提出日等、全てスマートフォン等から見る事ができる。もちろん保護者も閲覧することができ、大学の掲示板がなくなりつつある。もう掲示板を写真に撮る時代ではなくなったということである。

DX による授業配信の例では、スマートフォンやコンピュータから受講したい講座をクリックすると、リアルタイムで教員と接することができ、豊富な授業のビデオで自由な時間に予習・復習をすることもできる。この効果は非常に高い。やらない子は全く見ないが、聞き逃したところをもう一度聞き、何回も復習する子はすごく伸びている。

もう一つ、コロナの影響でオープンキャンパスはほと

んどストップしているため、DX によるオープンキャンパスを開催し、ホームページ上から学生が見たい学科をクリックすると、その学科のビデオが自由に見られるようにした。最初はビデオを見てもらってもインパクトがないのではと思ったが、何回でも見る事ができるため、意外と詳しいところまで見ているようだ。「ここをもう少し知りたい」という質問や、「研究室に行ってみよう」といった声もあり、これは対面ではなかったことである。

●大学授業演習の DX 化事例

蒲郡は高齢化社会の波を受けて、なかなか産業界が活性化できていない。実は、蒲郡の若者は本学の学生が主である。そこで授業の一環として、蒲郡を若い町にしようということで、学生自らスマートフォンを持って会社回りをし、プロモーションビデオを作って寄贈した。プロトまでは言わないが、町の紹介などそれなりにインパクトのある映像を学生が作り上げた。こういう町が欲しい、こういった町にしたいという学生たちの気持ちが映っていて、若い方が見るとインパクトがあるのではないだろうか。これも一つの DX の取組みである。

現若者の Z 世代は生まれた時からスマートフォンを手にし、動画の世界に生きている。教科書より、動いているものを見た方が理解度は高い。我々の時代にもこういうものがあればもっと勉強が捗ると思うが、今はそれが当たり前になっている。企業紹介やイベント等でも、動画で体験できるコンテンツは今後ますます増えていこう。紙媒体からビデオ媒体へと変わり、大学の Web オープンキャンパスは全世界的に当たり前となった。4G から 5G になり、6G の時代も間近に来ている。その中で育つ若い人はそういった世界に馴染んでいるため、IoT を利用した産業界の改善を進めていただければと思う。

●最後に

経済産業省は、2025 年の崖と称して、現存しているコンピュータは 5G、6G に対応できないため、2025 年までにシステム刷新を集中的に推進する必要があるとしている。新しいデジタル機器を、教育の場や企業でも準備しておかなければ間に合わない。これは日本だけではなく、全世界がそういう動きをしていることを心得ていただきたいと思います。

今、DX の時代がもう来ている。新しく新入社員を迎える企業も、そういう目で見なければ、その企業は時代遅れになってしまうという危機感がある。これは大学で教育している我々も、ひしひしと感じている。我々は、今までのような教科書ベースの教育から、大きく変わろうとしているところである。

「豊橋地域の地域発展戦略の選択肢について ～SWOT分析の手法を用いた試論～」

(一社) 中部経済連合会
審議役・調査部長 笹野 尚氏



●豊橋市の産業別特化係数

本日は、「豊橋地域の地域発展戦略の選択肢について～SWOT分析の手法を用いた試論～」と題し、個人的に参加している勉強会の成果も活用しながら、私の考えをご紹介します。

初めに、豊橋市の産業別特化係数について説明させていただきます。産業別特化係数とは、地域内の特定の産業が全国平均に対してどれほど特化しているかを示す係数である。豊橋市は、プラスチック製品製造業が全国平均に対して3.21倍と高い係数となっている。また、輸送用機械器具製造業のうち自動車部品産業が2.96倍と高く、東三河で見ると約6倍とさらに高い。この自動車関連の集積に基づいて、電気機械器具、ゴム製品、生産用機械器具製造業や自動車整備業等も高い係数を示している。食品製造業や農業の係数自体はそれほど高くはないが、従事者数を見ると、やはり一大産業と見ることができる。

●豊橋地域の特徴

豊橋市は、2020年に市民満足度調査で1位を獲得した。豊橋市の特徴として、歴史と伝統を重んじ、地域愛・地域のまとまりがよく、地域集合的な努力を積み重ねる地域と言える。歴史的な遺産や豊かな自然に恵まれ、食文化に自信と愛着を持つ地域でもあるだろう。

歴史の面から振り返ると、豊橋は江戸幕府にとっても東海道の重要な防衛拠点であった。火薬の扱いが認められた地域で、手筒花火の発祥の地でもある。藩校の時習館、日本の図書館の発祥といわれる羽田八幡文庫の設立も特筆すべき点である。また、蚕都、軍都としての歴史もある。現在のステーションビルは、元々は1950年に地元の7割出資によってできた全国初の民衆駅である。このように地元でお金を出し合う文化もあるのだろう。

戦災被害は甚大であったが、復興事業も盛んに行われた。その後のさまざまな誘致活動の結果もあり、愛知大学(1946年)、東三河産業経済研究所(商工会議所内、1956年)、東三河産業開発連合(現・東三河懇話会、1960年)、豊橋技術科学大学(1976年)等が設立され、豊川用水、三河港といったインフラも着々と整備されてきた。1967年から2004年までは農業生産も日本一であった。豊橋は地域集合的な活動が極めて盛んな地域であり、ものづくり企業を中心に多数の有力企業も拠点を構えている。

文化・観光資源の面から見ると、二川宿本陣資料館をはじめ、各展示施設は勉強熱心で優れた活動をしている印象を受ける。天然記念物に指定される葦毛湿原は、530運動の発祥地でもある。その他、のんほいパーク、竹島水族館、伊古部海岸、豊橋市公会堂、中央構造線にあるさまざまなパワースポットや温泉、名物のかけうどん等、自然、歴史、食文化の面から見ても魅力ある資源が多い地域である。

●SWOT分析による地域発展戦略の選択肢の候補

続いて、SWOT分析から地域戦略を探ってみよう。組織でも人でも、何事にもStrength(強み)とWeakness(弱み)の両面が存在し、外部環境としてOpportunity(機会)とThreat(脅威)がある。分析のフレームワークとしては、積極戦略(S×O)、改善戦略(W×O)、差別化戦略(S×T)、致命傷回避戦略(W×T)がある。

豊橋の強みとして、農業、水産養殖など食材生産に強く、自動車産業から派生するさまざまな産業があり、総じてものづくりが盛んである。歴史的な強みを持ち、勉強熱心な気風や地域で協力する気風も醸成されている。協同組織金融業の特化係数も非常に高く、地域満足度も高い。また、健康寿命が長く、愛知県女性は全国1位(76.3歳)、男性は3位(73.1歳)で、これは幸福度の源泉にもなるだろう。歴史的には、戦前は軍、戦後は優れた教育機関や企業等の誘致に成功している。

創業・イノベーション促進の場の増加も強みである。30年の歴史のあるサイエンス・クリエイトや豊橋技術科学大学のサテライトオフィスがあり、最近ではCLUE、emCAMPUS、東三河スタートアップサテライト、Urban Innovation TOYOHASHIといったプロジェクトが続々と動き始めている。

東三河全体で見ると、山・海・川などの自然資源、歴史文化遺産、レジャー施設や温泉、港や水などの産業インフラ、産業の多様性など高いレベルで地域資源が存在し、国内人材や企業誘致に有利である。

では、弱みはどうだろうか。ソフトウェア業、インターネット付随サービス業においては、集積が豊かだとは言えない。勉強熱心で新しいものへの関心も高いが、保守的とも言われる。また、宣伝下手を自任しているといった指摘は興味深い。

産学官連携や企業支援に対する取組みの歴史は長い、

スタートアップ振興は始まったばかりで、インバウンド観光向けのキラークンテンツも現在のところ欠けている。また、海外人材・企業の誘致に重要な教育等のインフラが不足しており、インターナショナルスクールも存在していない。

次に、機会について考えてみる。カーボンニュートラルと経済成長の両立を目指す長い時代の始まりである。コロナ禍は東京圏に住む若者の意識を変え、アフターコロナも、テレワークをはじめとしたDXの活用による就業形態は一定程度残ると見ている。愛知県によるステーションAiの整備と、東三河スタートアップサテライト拠点の設置も大きな機会といえる。自動車産業におけるCASEやMaaSの流れにも注目したい。

自動車産業における大変革期の到来や、カーボンニュートラル政策の急速な展開は、脅威にもなりつつある。プラスチック製品製造業においても、単にエネルギー消費をカーボンニュートラル化するだけではなく、素材面でも変えていく必要がある。南海トラフ巨大地震の発生確率の高まりや、サプライチェーンの長期寸断の恐れも懸念材料である。その他にも、サイバーセキュリティリスクの高まり等も脅威と言えるだろう。

・S×O 積極戦略

SWOT分析の内部要因と外部環境の組み合わせから戦略を探っていきたい。積極戦略として、何が考えられるだろうか。農業、食品製造業が強い豊橋では、アグリ・フード分野でのイノベーションが挙げられる。農業分野では、IoT、AI、ドローン等の先進技術の活用も戦略の一つである。健康寿命が長く幸福度が高いという良好なイメージがある中で、健康長寿産業を振興しつつ、ますます地域のイメージアップを図る戦略もあるだろう。バランスのいい産業構造と産業インフラが整った環境で、地域満足度が高く、魅力的な観光資源も多い豊橋は、テレワーク時代の到来等を活用し、人材・企業誘致やスタートアップの誘致・振興を図るには魅力のある地域だと言える。

スマートシティ地域づくりの推進も大きな戦略である。カーボンニュートラルを目指したエネルギー分野が、一つの中心になってくるだろう。エネルギー分野にモビリティや防災・減災の面から取り組むことも有効である。廃棄物の管理を含めたりサイクルも重要な要素で、今後は食品分野での取り組みも期待される。それらと併せて、観光振興と創業・イノベーションはスマートシティづくりにおいても重要であり、イノベーションでは食の分野に加えてグリーン分野をテーマとして掲げる手もあるのではないだろうか。スマートシティ化は、さまざまな課題に対して地域の技術や既存企業の力を寄せ合うことや、新たな企業の創出等によって実現するため、戦略としては重要な位置付けとなるだろう。

また、観光にMaaSを活かすアイデアとして、市電や渥美線、飯田線を活用した総合的に環境負荷の低いモビリティシステムづくりや、三輪バイクのトライクを活用した渥美半島の観光MaaSに取り組んではどうだろうか。

・W×O 改善戦略

IT産業の集積度が弱い豊橋だが、テレワーク時代の到来により、IT人材に焦点を当てて誘致するチャンスも生まれている。観光分野では、デジタルDMOの活動等で、国内向け、インバウンド向け共にきめ細かいデジタルマーケティングを行うことで、観光振興が図れるだろう。外国人向けの環境整備では、リモート的手段を活用したインターナショナルスクールの誘致も一つの課題である。

豊橋が本当に宣伝下手なのであれば、例えば5年、10年の期間あえて外部の人材を登用し、地域の魅力の発掘やアピール、人材・企業誘致のための仕組みをつくる戦略も考えられるだろう。

会津のデジタルDMO事業『VISIT AIZU』は良い事例である。ウェブサイトを見るユーザーの国籍を分析し、その国の人に人気があるスポット等を紹介する仕組みを持っている。豊橋だけではなく東三河全体にあるさまざまな地域資源を活用すべきだと思う。観光客のみならず、リモートワーク、2拠点居住等で東三河を目指す人たちへのアピールにも活用できるだろう。

・S×T 差別化戦略

脅威に対しては、強みを掛け合わせることでニッチに絞って進める差別化戦略が挙げられる。豊橋技術科学大学や愛知工科大学等の地元大学と連携し、彼らが強みとして持つ『ものづくり×IoT』の観点で、新規事業開発やスタートアップ振興等をさらにシステムチックに推進してはどうだろうか。人材分野では、IT分野のリスキリングの抜本的強化やサイバーセキュリティの強化の重要性が日々高まりつつある。特に新規事業開発をする上ではIT関連の技術や能力を相当なレベルまで上げなければ立ち上げ自体が難しい。また、愛知大学大学院にも地域政策学科を創設し、日本の地域戦略研究のメッカとするのはいかがだろうか。

・W×T 致命傷回避戦略

致命傷回避戦略の選択肢候補は少ないが、地域を挙げて、南海トラフ巨大地震対策を進めることが第一であろう。住宅地では、エネルギー自給3日分を達成するという目標は、スマートシティ戦略と絡めて十分に目指せるものではないだろうか。

●まとめ（感想）

私が挙げた選択肢候補の中には既に取り組みされている施策が多いが、機会や脅威は常に変化するため、新たな取り組みの方向性を逐次加えてもよいのではないだろうか。現在、豊橋市ではスマートシティ的な施策を進めているが、一段レベルアップして、実際にスマートシティと名乗って推進するのも一つの手だろう。新たな強みの出現や、カーボンニュートラルを筆頭に機会や脅威においては大きな変化が来ているため、グリーン分野での創業やイノベーション、新産業創造など、新しい取り組みの選択肢を増やしてもいいだろう。

「静岡県湖西市における企業シャトル BaaS 事業実証実験について」

豊橋技術科学大学

建築・都市システム学系 准教授 杉木 直氏



●地方都市における交通課題

地方都市には、さまざまな交通課題が存在する。特に公共交通が整備されていないエリアでは、通院や買い物等の日常生活を続けるために、免許を返納したくてもできない高齢者の割合が増加。全国の交通事故件数は車の性能向上や飲酒の規制強化等により減少傾向にあるが、高齢者の事故の占める割合は上昇し続けている。

大きな要因として、公共交通の地位の低下が挙げられる。モータリゼーションの進展は、日常生活における自家用車の依存を高め、例えば、渋滞を解消するための道路整備等がますます進んでいく。そのバイパス沿いに郊外型の商業施設ができ、さらにその依存を高めていくといったモータリゼーション・スパイラルの状況に陥っている。少子高齢社会では、公共交通の利用者が少なくなり、高齢者や子どもたちの足がなくなるような事態が進んでしまう。バスの参入に関する規制強化もあり、運転手不足、運転手の高齢化、不採算路線からの撤退も進み、地域の公共交通が保たれないと危惧されている。

このような状況に対して関係省庁では、交通課題の解決に向けて議論が続けられている。代表的な政策の1つは、「総力戦による公共交通の確保」である。単体ではなく地域全体として公共交通網を維持する取り組みを行い、行政、民間企業、市民を含めたコラボレーションによる対策を行っていかねばならない。もう1つは、「新たな情報通信技術の活用による次世代交通システムの実現」が挙げられる。MaaS (Mobility as a Service) はシステム面が注目されがちだが、MaaS がもたらす新たな公共交通の在り方が、サービスや地域に与える影響をこの先しっかりと考えていく必要があるだろう。

総力戦による公共交通の確保、新たな情報通信技術の活用を踏まえた新たな取り組みが、本日より紹介する「湖西市企業シャトル BaaS 実証実験」である。

●「企業シャトル BaaS 実証実験」の紹介

湖西市は人口約 58,800 人、自動車関連産業が盛んで、多くの企業が拠点を置くエリアである。湖西市内の企業の工場等では、従業員の通勤や、複数ある生産拠点間を移動するためのシャトルバスが多数運行されている。このシャトルバスと市が運行するコミュニティバスとの連携により、両者の効率性、利便性を向上させ、地域住民の

移動手段を確保し、市内の経済の活性化に資することができないかといった問いから、この取り組みが始まった。

「企業シャトル BaaS」は、Bus と MaaS を組み合わせて新しく定義された言葉である。この取り組みの基となっているのは市町村有償旅客運送制度だが、BaaS は企業のシャトルバスで地域住民を運送するという全国的に見ても先進的な取り組みだと言えるだろう。

2020 年より実証実験を開始し、利用モニターによる予約配車システムを活用し、デマンド方式で運行している。運行時における事故等のリスクに対する備えとして、新たな保険商品等の開発も行われている。また、移動サービスとしての地域の受容性や公共交通分担率の変化などに関する調査・分析を実施している。

2020 年の実証実験では、湖西市の地域公共交通会議が代表団体として実施主体となり、予約配車システムは MONET Technologies ㈱、保険商品の開発等はあいおいニッセイ同和損害保険 ㈱、各種調査における効果や課題の把握を豊橋技術科学大学で担った。湖西市企業シャトル BaaS 研究会には地域企業 10 社が参加しており、第 1 期はこのうち 2 社が運行協力を行った。実験は 2020 年 11 月 30 日から 12 月 25 日まで行い、㈱デンソー湖西製作所、浜名湖電装 ㈱が実際にバスを運行した。当初、1 月 12 日より第 2 期の運行を予定していたが、コロナウイルス感染拡大状況を踏まえ、残念ながら中止となった。

実証実験の利用車両は、デンソー湖西、浜名湖電装ともにトヨタの「コースター(20 人乗り)」である。利用者は延べ 249 人で、モニター登録は 132 人であった。

●BaaS 実証実験の検証命題と調査手法

この実験と併せて、さまざまな調査を実施した。検証命題は主に 3 点で、「企業シャトル BaaS」サービスモデルが成立可能かどうかという点の検証、高齢者の移動に与える影響の分析、地域経済への波及効果に関する可能性の把握である。

調査手法として、①地域住民アンケート調査、②モニター利用者アンケート調査、③企業シャトルバス利用者アンケート調査、④企業シャトルバス運行企業ヒアリング調査を実施した。地域住民へのアンケートでは、実験に参加していない方も含め、地域全体に大規模な調査を実施。郵送配布・回収形式であったが約 50%の回収が得

られ、地域住民の関心の高さが伺える。

各アンケート調査の回答者の属性を見ると、地域住民アンケート、モニター利用者アンケートの男女比率はほぼ半々で、企業シャトルバス利用者アンケートでは男性が約85%と多い。地域住民とモニター利用者では高齢者が多く、企業シャトルバス利用者では比較的若い世代が多かった。

● BaaS サービスモデルの検証

BaaS の利用動向調査では、「利用したい」「どちらかという利用したい」と考える人の割合は、モニター利用者の方が地域住民より約2割多いという結果であった。モニター体験を通して、BaaS システムの理解につながったと考えられる。BaaS への期待に関して、実験開始前は利用者の要望に対し「応えてくれる」とする期待度が低い傾向にあったが、実際の乗車を体験し「役に立つ」との回答が多くなり、期待度が高くなっている。

混乗への抵抗感については、モニター利用者、企業シャトルバス利用者それぞれの視点で見ると、いずれも混乗することへの受容性は比較的高いと言える。ただ、比較すると企業従業員の方が多少抵抗はあると感じる人の割合が多い結果になっている。企業従業員の BaaS プロジェクトへの受容性の調査では、反対する人は少数であった。若い世代にやや抵抗感があり、高齢者の乗車が想定されていることが要因の可能性のあるだろう。

● 高齢者の移動に与える影響

BaaS システムを利用して外出機会が増える可能性があるかとの質問では、モニター利用者は BaaS 導入後の外出機会の拡大を想定できており、全体に占める割合が多くなっている。免許返納の可能性については、モニター利用者には比べ地域住民はネガティブな傾向があるが、モニター乗車体験によって免許返納ができることを確認できた利用者が多い可能性が調査結果から分かっている。

● 地域経済への波及効果の可能性

地域経済への波及効果については、定量的な分析までは至っていないが、ヒアリングやアンケートの中で得られた声などを総合的に見ると、今回の運行で住民の行動ニーズに合致したルート設定が一部行われたことで、高い評価が得られたと捉えている。デンソー湖西製作所便は、通常は湖西製作所から新所原駅、豊橋東製作所まで直通で運行するが、今回の実験では、スーパーやドラッグストアなどの商業施設を回るルートを設定。商業施設前で降りると、復路便まで30~40分時間があるため、買い物を済ませて復路便へ乗車することが可能となる。このようなニーズに合わせた運行が、地域住民のニーズに合った高い効果を生むことが調査結果から分かった。

● 企業ヒアリング結果

企業へのヒアリングでは、さまざまな意見が寄せられた。企業側のメリットについては、社会貢献、環境問題への対応、カーボンニュートラルに資する取り組み、社員の交通安全対策といった点が挙げられており、少し幅広

に企業理念から見た上での効果が得られていると言えるだろう。クーポン等を組み合わせることで、社員の福利厚生につながるといった意見もあった。これらの企業バスを一体的に共同運行する可能性についても把握したが、コスト削減の可能性や効率的な運行等につながる可能性があると分析している。

● 実証実験からの考察

実用化に向けた運行体制や事業採算性については、定時定路線をベースにデマンド的な需要に応える定時迂回型が適切だろう。コミュニティバスと企業シャトルバスの相互混乗には、相互の機能補完としてのメリットがある形を構築する必要がある。地域経済波及効果をより高める工夫として、SNS 等の活用を検討していかなければならない。BaaS の他地域への展開については、湖西市と同様にシャトルバスを運行している企業が拠点を置く自治体は数多くあるため、相互の受容性を考慮した上での活用可能性を広げていくべきであろう。

一方、今後の課題についても見てみたい。まず、予約配車システム自体にユーザーインターフェースや操作性の点で高齢者の利用に少し難があったため、改良が必要である。運行面では、BaaS と既存のコミュニティバスの併存と効率的かつサービスを高める仕組みが必要だと分かっている。地域経済波及効果は把握しきれていないが、SNS での情報発信や商業施設との連携を通して将来の経済波及効果の発現につなげる必要があるだろう。

● 令和3年度実証実験の方向性

次に、本年度の取組みについてご紹介したい。まず、湖西市の公式 LINE と連携した予約システムの構築を検討している。利用者視点の予約システムの構築や、利用状況に関するデータの蓄積を行っていく。高齢者でも LINE の利用者は多いため、効果的な取組みになると見ている。予約システムを整備するだけでなく、商業施設との連携によるクーポン配信等も行う。クーポンを配信することで、BaaS 利用のインセンティブを付与し、外出機会の増加や公共交通利用への行動変容を促す仕組みをつくっていききたい。

最後に、新たな仕掛けとして、ドラッグストアと連携したヘルスケアサービスの提供を検討している。地域住民の QOL を向上させ、新たなビジネスモデルを構築することは、単なる移動手段としての公共交通ではない取組みを行っていく上で重要ではないかと考えている。

これまで、公共交通は地域の足を守るため、交通事業者や自治体が移動手段を提供していたが、今後は、地域によるサービスとしての移動を提供する MaaS の考え方に基づいた新たな仕組みの構築が必要ではないだろうか。そこに安全で安心な地域社会の実現、新たなビジネス機会の創出が生まれるのではないかと捉え、さらなる取組みを進めていきたいと考えている。

「創立 100 周年を迎えた 豊橋信用金庫の取組み」

豊橋信用金庫 理事長 山口 進氏



●はじめに

豊橋信用金庫は、2021年11月をもって創立100周年を迎えた。ひとえに地域の皆さまからのご支援、ご愛顧の賜物である。この場を借りてあらためて深く感謝を申し上げる。これからも地域に密着した営業活動と堅実で健全な経営に徹し、信用され、頼られ、愛される金融機関として新たなスタートを踏み出していきたい。

●豊橋信用金庫の歴史

・100年の歩み

豊橋信用金庫の前身である有限責任豊橋信用組合は、1921年(大正10年)11月5日に豊橋市上伝馬で営業を開始した。創業者は第2代豊橋市長の高橋小十郎で、市長退任後に豊橋商業会議所(現・豊橋商工会議所)の会頭職を務め、その時期に有限責任豊橋信用組合を設立した。

愛知県にある15の信用金庫のうち、最も古いのは1913年(大正2年)創業の西尾信用組合(現・西尾信用金庫)で、全国254の信用金庫の中で最も古いのは掛川信用金庫(現・島田掛川信用金庫)である。掛川信用金庫は二宮尊徳の報徳思想に基づき1879年(明治12年)に創業され、今年で142年を迎える信用金庫である。このような歴史ある信用金庫がある中で、われわれも100年の仲間入りできたことは感慨深い。

戦後復興の中、1951年(昭和26年)に信用金庫法が施行され、その翌年に豊橋信用金庫に改組した。1952年(昭和27年)の豊橋信用金庫の預金額は、7,632万8千円であった。昭和20年代から30年代の高度成長過程下で、金庫の業容拡大と顧客開拓を図るために、昭和28年に駅前支店、昭和30年に二川支店を開設した。現在、駅前支店は統廃合し、中央支店の名に変わっている。昭和34年に大手町に移設した新本店は、平成8年に小畷町へ本店が移る際に廃止している。

その後もさまざまな店舗展開をしており、昭和45年には渥美信用組合と合併し、渥美半島に拠点設けることができた。昭和46年に豊川支店を開設して以来、昭和63年までに10店舗、平成に入ってから10店舗を開設している。現在、店舗網としては33店舗、インターネット支店を含めた34店舗で営業している。

豊橋信用金庫は豊橋、豊川、田原、新城、湖西の5市

にしか本支店を持っておらず、愛知県の信用金庫の中でも非常に狭域で営業しているのが特徴である。方針として、狭域高密度を目指している。

創立75周年を機に、大手町の本部と神明町の本店を移転し、悲願であった新本店を豊橋市小畷町に建設した。斬新さの中にも重厚感のある建物で、堅実・健全経営の金庫のイメージにふさわしい外観になったと考えている。

2011年には創立90周年を迎え、さまざまな周年記念事業を実施した。地域の将来を担う子どもたちを大切に育てていくための活動として、のんほいパークに園内移動電気バスを寄贈。その後も、施設の拡充等を目的に、10回にわたってさまざまな支援を行っている。また、地域の小中学校等を対象に、2008年から金融教育に関する出前授業を実施し、これまでに5,700名の生徒が受講している。その他にも、地域とともに歩んでいく信用金庫として、環境への取組みや地域行事、団体活動への積極的な参加等、さまざまな地域貢献活動に取り組んできた。

・預金・貸出金の推移

預金は昭和55年11月に約1,000億円、平成14年12月に5,000億円、令和2年6月に9,000億円、令和3年9月末で9,470億円となり、1兆円に手が届くところまで着実に増加している。貸出金は9月末で4,250億円となり、預金・貸出金ともに、地域の皆さまのおかげで順調に増加させることができた。

豊橋市内の民間金融機関としてのシェアは、令和3年3月末時点で預金が約24%、貸出金が22%となっている。郵便局と農協を除いた数値となるが、現在の豊橋市内の民間金融機関としてはトップシェアの位置付けである。

●豊橋信用金庫の取組み

・信用金庫に求められる役割

信用金庫・信用組合等は、金融機関の中でも協同組織金融機関と呼ばれ、株式会社ではない非営利団体、非営利法人となる。基本的な理念は、相互扶助である。一方、メガバンクや地方銀行は株式会社組織で、通常の営利法人の位置付けである。そのような違いはあるが、基本的には協同組織金融機関も地方銀行も地域金融の円滑を図るという点では一致している。豊橋市に本店を置く地域金融機関としては、豊橋信用金庫と豊橋商工信用組合の2

つがあるが、まさに地域に密着した金融機関として、基本理念である相互扶助の下に地域社会の発展に貢献することが使命だと考えている。

豊橋信用金庫の基本方針は、「地域社会の中小企業ならびに一般大衆に信用され 頼られ 愛される金融機関となる」である。この基本方針を達成するために、日頃から一人一人が取引先、家族、地域の皆さまから信用され、頼られ、愛される職員になるようお願いしている。

経済環境や金融環境等の変化に伴い、古い言葉や分かりにくい内容であった経営方針を見直し、2012年に経営方針から経営理念へと変更した。経営理念は、①堅実で健全な経営に徹し、お客様の信頼を獲得します。②金融仲介機能を果たしてお客様のニーズに応え、地域経済の発展に寄与します。③法令やルールを守り、誠実で公正な業務を遂行します。④コンサルティング機能と情報仲介機能を発揮し、地域の活性化に貢献します。⑤創造力豊かな人材育成に努め、明るく、活力のある職場を目指します。以上の5つである。

また、日々の信用金庫活動は地域社会の課題解決につながるものであり、持続可能な社会の実現に向けて貢献していくべく、2020年4月1日に「豊橋信用金庫 SDGs宣言」を表明している。

・コンサルティング機能の発揮

2011年には、本部に事業支援部を創設した。取引先が抱える課題解決に向け、経営計画の策定や補助金・助成金の申請支援、産学官金の連携、事業承継、M&A支援、専門家の紹介等、コンサルティング機能を発揮するのがその目的である。57先の外部機関と連携し、創業、新事業支援、ビジネスマッチング、海外進出等の事業展開のサポートを行っている。

金融機関の役割として重要な資金繰り支援においては、新型コロナウイルスの影響を受ける事業者に対し、ゼロゼロ資金を含めこの1年半の間に2,000先、300億円以上の支援実績がある。その他、事業の成長・将来性を評価する事業性評価融資、SDGsに取り組む事業者を支援するSDGs応援ローン、2018年には蒲郡信用金庫、豊川信用金庫と当金庫で、東三河3信金地域応援ローンを創設した。また、信金中央金庫、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫と連携した資本金の供給にも取り組んでいる。

地域の成長・発展のための主な取り組みとして、支援メニューの充実のために57先の外部機関と緊密な関係を構築している。顧客との緊密なりレーションシップのもと、コンサルティング機能をしっかりと発揮していきたい。これらが他の金融機関と差別化を図る当金庫の強みであり、さらに強力なものにしていきたいと考えている。今まで蓄積してきた補助金採択実績やノウハウを生かし、今年から成功報酬型の補助金コンサルティングサービスも開始している。

また、地元の自治体や信金中央金庫等と連携し、PFI

事業のスムーズな立ち上げと安定的な事業遂行に協力し、地域活性化に貢献している。2004年の田原市新リサイクルセンター整備等事業から、2021年の豊橋市新学校給食共同調理場(仮称)整備等事業まで、10件のPFI事業に参画しており、これは全国の信用金庫の中でもトップクラスの実績である。

このような新たな融資手法の取り組み、事業者に対する支援を適切に実施するために、中堅、若手職員を中心に経営支援の重要性やお客様の経営課題をサポートするための知識習得、人材育成に努めている。当庫の職員には、中小企業診断士12名、社会保険労務士2名、FP1級12名・2級228名、宅地建物取引士19名がいる。このような資格取得に向けた人材育成も強化している。

地元3大学との連携では、2006年に豊橋技術科学大学と包括協定を、本年に入り愛知大学、豊橋創造大学と連携・協力に関する協定を締結した。職員の派遣や講義等により、地域、産業、文化、健康、教育等の分野で相互に協力し、地域社会の発展、教育、研究および優れた人材の育成に寄与する活動に取り組んでいる。

・創立100周年記念事業

非常に激しい金融環境の変化の中で、地域になくてはならない金融機関を目指して取り組んできた。創立100周年を迎え、地域の皆さまに感謝の気持ちを表すとともに、これからも皆さまと共に歩み続けていくための事業に取り組んでいる。

100周年を機にプロモーション映像を制作し、半年間で15回に及ぶ理事長と入庫15年目までの若手職員284名との懇談会も開催した。若い人たちの意見を聞きながら、私の思いを理解してもらいよい機会になったと捉えている。

創立100周年のキャッチフレーズは、「あなたとつくる笑顔の未来」である。ロゴマークの2つの笑顔は、「地域」と「職員」の笑顔を表現している。イメージキャラクターとして、豊橋が発祥の地である手筒花火を持ったご当地の「信ちゃん」と、「信ちゃん」の妹として役職員からネーミングを募集した「とよちゃん」をデザインした。また、新型コロナ対策や地域社会の繁栄に役立てていただくために、豊橋市、豊川市、田原市、新城市、湖西市の5市へ寄付・寄贈も行った。

最後に、創立100周年記念金庫歌「笑顔の未来」をご紹介したい。役職員から募集した当金庫のイメージワード1,100個を参考に、職員と制作会社でワークショップを行った上で作詞した。その取り組みによって、当金庫のイメージを表した上で将来も歌い続けられる歌になっている。金庫歌やPR映像は、「とよしん YouTube チャンネル」で是非ご覧いただければと思う。

100周年は新たなスタートラインだと捉えている。これからも皆さまのご支援をいただき、地域になくてはならない金融機関として、地域経済に少しでも力となれるよう頑張っていきたい。

「現代社会の激変と 地方中小企業における『学び直し』の役割」

愛知大学 文学部人文社会学科 教授 加藤 潤氏



●はじめに

日本人は、大学を卒業すると一度も学び直さないと言われる。これは国際比較調査も行われており、我々の2019年イギリスの調査では、イギリス人は大学卒業後、幾度も学び直しをしながらジョブチェンジ(転職)するライフスタイルを持っていることが分かった。なぜ、日本人は学び直さないのか、それが本研究の起点にある。

●本調査の動機と見えてきたもの

なぜ、あなたは卒業後学び直さないのか？調査でそう訊ねると、皆「忙しい」と、多忙を理由にするが、それは本当だろうか？また、学び直しは、転職への投資になり、企業にとって損失なのか？また、現在の政府の学び直し政策は、果たして地方を幸せにするのか？大都市、大企業、高学歴者対象の偏った施策になっていないだろうか。これらを解明するのが、本調査の目的である。

調査の結論を先にお話すると、いくつかの新しい知見が得られた。1)企業人たちの学び意欲は予想以上に高い。2)メディア(スマホ、TV)には膨大な時間を費やしている。3)大学より、企業内で学び直したいというニーズが高い。

そこから、学び直し環境整備に企業が果たす責任の重さが見えてくる。それは、従業員の訓練可能性(trainability)と弾力性(resilience)を高め、同時に、個人の生きがいの創出につながる。ここに至るまでのプロセスを詳しく見ていこう。

●本調査分析から得た仮説的結論

日本の全事業所数の99.7%、従業員数の69%が中小企業ということから、日本社会の幸福度を高めることは、地方中小企業にしかできないのではないだろうか。日本人の満足度はOECD諸国の中でも低い、政府の大都市中心のリカレント政策ではそれは是正できない。やはり地方から始めなければ無理だという結論に達した。そこで東三河を始めとする1,000人以下の中小企業2,000数百家を対象に、「学び直し」に関するアンケート調査を実施した。

・忙しいというのは挨拶かもしれない

「余暇」についての問いでは、旅行からボランティアまで想像以上に多様な回答があり、プライベートの時間を

楽しんでいることが分かった。「よくする」「たまにする」を合わせると非常に多くの人が多様な余暇を楽しんでいて、学歴別、年齢別、雇用形態別で見てもほとんど変わらない。

そうであれば、幸せになるために「学び直し」はいらないのではないかと思われるかもしれない。しかし企業の従業員には、人生の豊かさを求めたいという高い意識が見られる。それはどうも単なる余暇とは違うようである。

・メディア利用時間は充実か、それとも空白か？

次に、多忙を理由に学び直しができないという前提は、ほんとうだろうか？「メディア利用時間」を見てみると、最も利用時間の多い20代女性では1日5時間以上、最も少ない60代男性でも2時間半をメディアに使っている。テレビ視聴と併せると膨大な時間となり、あらゆる年代で3~5時間をスマホとテレビに使っている。この時間は充実か、それとも空白か。この時間を少し割いて、学び直しに使うことは可能性かもしれない。

・日本人は学び好きな国民かもしれない

実際、従業員は学びたいと思っている。「学びの意欲」はどの年代も総じて高く、30代女性は「そう思う」と答えた人だけで58.5%を占め、女性は30代、男性は40代がピークとなっている。日本人は学び好きな国民かもしれない。学ぶことに対して抵抗がない、学びは良いことだという価値を置いていることが分かってきた。その中身は何だろう。

・人は誰でも、自分の人生に向き合っている

「何のために」学ぶか、については、具体的に、外国語習得、転職、給与を高める資格という回答もあったが、「人生を豊かにするために何かを学びたい」との回答が一番多い。余暇を楽しんでいる傍らで、これだけ多くの人自らの人生を豊かにしたいと思っている点には注目したい。つまり、資格やスキルだけが学び直しの動機ではないということだ。

われわれは2つの学びを、「道具的学び」(資格、スキル)と「表出的学び」(教養)に分類した。政府の学び直し政策は道具的学びで、高度専門職やAI開発等、いわゆるsociety5.0に貢献する人材育成だが、人生を豊かにするための学びは道具的学びだけではなく、自身を高めるための表出的学びであり、そのニーズが高いことが分かった。

・会社への学びの期待は大きい

では、「どこで」学びたいと考えているのか。大学という答えを期待していたが、残念ながら大学は下位であった。一番多いのは「ラジオ・テレビ・本・インターネット等」で、次いで「会社が主催する正規の研修会等」であった。遠方の大学に通うという物理的なハードルもあるだろう。大学よりも企業で学び直したいと考えている人は、男性の30～40代で6割、女性の30～40代で5割を占めている。我々の分析では、学びの意欲は、年代別だけでなく、学歴の規定が最も高いことが分かっている。しかしながら、年代、学歴、雇用形態、性別、どのカテゴリーでも、半数以上の人々が学び直したいと思っていることが分かる。これらのデータから、大学より、自分が働く会社で学び直したいというニーズが高いことがはっきり分かる。この事実が示唆するのは、学び直し意欲を実現するかどうかは、企業にかかっているということだ。ひいては、国民全体の幸福度に資するという楽観的仮説も空論ではない。

・多忙、経済的理由は口実かもしれない

一方、「学びを止めるもの」はあるだろうか。「学びたい気持ちはあるが、金銭的余裕がない」、「仕事が忙しくて時間的余裕がない」といった回答が多くあり、これは先行調査でも同じ結果が出た。女性では金銭的理由、男性では仕事の忙しさを挙げるが、メディアに費やしている時間が平均5時間もある。先にも述べたが、その時間を学び直しに使うことは可能である。ただ、女性では多忙感が高い。家事負担が大きいのである。今後、女性の学び直し促進のためには、男女の家事負担が必要になってくるだろう。

●学び直しニーズの実現に向けて

時間もあり、学びたいという意欲も高いのに、どうして行動に出ないのだろうか。そのカギは、企業内での学び直し意欲の高さになる。つまり、大学に通うといった高いハードルではなく、自分の職場で、自分の人生を豊かにするために、何かを学んでみたいという希望が高いということである。ならば、もし、企業が学びの場を提供すれば、物理的、経済的負担も少なくなり、ハードルは一気に下がるだろう。あとは何か必要かと言えば、魅力的で、多様な学習講座プログラムだと考えられる。

働く人々が学び直すことの効用は何か？学び環境を整備することは、企業にとっては訓練可能性(trainability)が高まる。教育社会学研究では、高い学歴の効能の一つは、訓練可能性だという説が立証されている。つまり、何かのスキルがあるのではなく、応用力や変化に対してすぐに適用できる能力、ジェネラルな能力、コミュニケーション能力である。新しいことをトレーニングするとすぐにマスターすることができる潜在的な能力である。学歴によって取得するのは、こうした抽象的資質なのだ。

また、弾力性・耐性(resilience)がなければ、企業も従

業員もストレスで折れてしまう。負荷を弾力的に受け、復元する力、柔軟性、しぶとさ、これらが現代社会では、スキルや資格と同時に必要とされている。豊かな学びの経験がそれらを従業員に付けていくのである。従業員にとっては、まさに人生の豊さとなり、企業にとっては「しぶとさ」を培うことになるのである。いわば、一石二鳥だろう。

●企業と大学のミッション

企業価値とは、「収益率追求」と「生きがいの創出」だと考える。収益を確保すること同時に、従業員の幸福感を高めることも、企業ミッションではないだろうか。従来、GDP(国民総生産)で測られてきた各国の国際的地位は、すでに、福祉や幸福度を尺度に入れた、GNH(国民総幸福度)で比較されている。日本が経済に比して低いとされるのは、ここである。企業がひとりひとりの生きがいの創出に貢献し、その積算が高まれば、OECD諸国の中でも低いとされる日本人の幸福度向上につながるかもしれない。本発表では、人々の生きがい創出のために、企業内に多様な学び場を提供する提案を、ぜひしたい。

では、何をどのようにするのか。現段階で言えることは、道具的学び(スキル)と表出的学び(教養)の多様な学習機会を、大学のアウトリーチ型プログラム、つまり、待ちの姿勢ではなく、企業への出張講座によって提供するのである。大学は「知の集積地」である。歴史地理から文学、語学、すべての知が、一か所に集まっている。社会人に聞き取ってみると、大学でもう一度、源氏物語を読みたい、日本史を学んでみたいというニーズ、すなわち、表出的学習ニーズは高い。それを、大学と企業がコラボで提供すればよい。

先に述べたように、激変する現代社会の企業では、従業員の訓練可能性と柔軟性を高めることは大きなメリットである。なぜなら、異業種クロスする現代経済では、こうした多様性をもった能力が企業の腰を強くし、不測の事態、激変に対応する力を高めるからである。しかも、実は、働く人々は企業から出るために学び直しを求めているわけではないのだ。本調査の結果では、転職のために学びを求める意識は高いとは言えず、自分が働いている企業で人生を豊かにしたいというのが本音である。今いる場所でワーク・ライフ・バランスを取ることが従業員の望みなのである。

一方、大学は、キャンパスで講座を開いて胡坐をかいてはいけな。新しい大学のミッションとは、「知の集積」を社会に還元することである。本意識調査からも、さまざまな知の蓄積を企業の学び直しプログラムに提供していく必要性が明らかになった。これを実現することが、大学の社会貢献を実質化することであり、言い換えれば、それが、学問を社会に還元することではないだろうか。

「変化する“まちなか”とemCAMPUS」

中部ガス不動産(株) 専務取締役 赤間 真吾氏



●豊橋駅前/emCAMPUS 周辺の環境

まちなか居住は、どのように進んできたのだろうか。2015年の資料では、まちなか人口は5,322人で、年齢構成は60~70代の方が多かった。「emCAMPUS」にマンション「THE HOUSE TOYOHASHI」が完成したことにより、新たに入居した129世帯・約300人の年齢構成は、40代、50代とそこご家族と思われる10代や10代未満の方が多く、子育て世代や現役世代が増えている。また、2024年頃までに約735戸のマンションが供給される予定で、豊橋市の1世帯平均人数2.3を乗じると約1,700人が増加し、7,300人程度まで増えることが予想される。まちなか居住は確実に広がっていくだろう。

●豊橋駅前の歴史

1960~1970年代は、豊橋駅前に名豊ビルやバスターミナルなどのいろいろな施設ができ、ある意味で最も栄えた時代であった。1990年代後半から2000年代前半には、さまざまな施設が移転していったり、廃止されていったりした。その後、2000年代中頃から2010年代にかけて、ここに、ココラフロント、ココラアベニュー、PLATなどの施設が相次いで完成し、2008年頃からまちなかに多くの人々が住み始めた。コンチェルトタワー豊橋、キャンファーローレルタワー豊橋、駅前大通のココラハウス駅前大通三丁目などの分譲マンションが供給されるようになり、居住と施設が新たに出来るというタイミングとなった。こうした歴史のまちに、居住と施設が複合した「emCAMPUS」が2021年にオープンした。

サーラグループは「豊橋・東三河元気化プロジェクト」として、2003年の豊橋西武百貨店閉店後のココラフロント・ココラアベニューのオープンから現在に至るまで、20年近いスパンで豊橋のまちなかの活性化について考えてきた。現在は、その第二ステージをプレイしているところである。手前みそだが、このように長いスパンで物事を考えていくことは良いことだと思っている。

●emCAMPUSのコンセプト

豊橋駅前大通二丁目再開発のコンセプトは「みんなが主役となり、繋がりを生み出すまちの拠点をつくる」で、最大のポイントはつながりをどう生み出していくかとい

うことである。「食」「学び」「健康」を大きなテーマとして、再開発プロジェクトに取り組んでいる。

“東三河の駅前の「笑む」に満ちたキャンパス”が現在のコンセプトである。「em」は、East Mikawa, Eat Mikawa, Educathon Mikawa, Egao Mikawaなどいくつもあると思うが、私自身は「CAMPUS」に注目している。皆さんなら「em」の後にどのような名前を付けるだろうか。ヒルズやスクエア、カーサなどいろいろ考えられるだろう。「CAPUS」とは主に大学の敷地を指すが、大学生生活そのものを指すこともある。大学とは、自ら能動的に学ぶ場所である。自由で能動的な場所、生きがいと共に日々を過ごすことのできる一生青春キャンパスを目指したいという想いをこの名前に託している。

●emCAMPUS/施設紹介

「emCAMPUS」の施設としては、豊橋市のまちなか広場があり、1~5階までの低層棟とその屋上に屋上農園、6~24階が分譲マンション「THE HOUSE TOYOHASHI」といった構成になっている。

・豊橋市まちなか広場

まちなか広場は、まちなかの新たなにぎわい創出拠点として整備され、「多目的空間」とウッドデッキと芝生の「みどりの空間」から成っている。非常に綺麗な広場で、夜間はライトアップもされている。10月9日にオープンし、三遠ネオフェニックスのパブリックビューイングの開催や、水上ビルとのコラボイベントで利用されるなど、新しい“にぎわい”や“つながり方”が始まっている。

・豊橋市まちなか図書館

2・3階には豊橋市「まちなか図書館」がオープンする。従来の図書館の概念とは全く異なり、本の閲覧・貸出といった基本的な機能だけでなく、訪れた人同士の交流が生まれ、そこから新しいコミュニケーションや活動が生まれるような施設を目指している。まさに先述した「CAMPUS」と同じく、自ら活動し、自らいろいろな人と交流することが出来る場所である。

ウェルカムゾーンには座ることの出来る大階段があり、大きなスクリーンに映像を映したり、トークショーを行ったりすることが出来る。その他にも、ワークショップや読書会を開催できるスペースがあり、飲み物も持ち込

み自由で、館内にはカフェも併設している。もちろん静かに読書をするスペースもあるが、従来の図書館ではなく、声を出したりいろいろなアクティビティができる新しい形の図書館である。

•emCAMPUS FOOD

1階は、東三河の食の発信拠点「emCAMPUS FOOD」となる。原点となる考え方として、「東三河フードバレー構想」を掲げており、将来的には「フードクリエイターの聖地」と呼ばれることを目指している。具体的には、①次世代のフードクリエイターの人財の発掘と育成を支援、②フードクリエイターの聖地としてのブランド構築、③持続可能な地域社会を実現する。この3点を農業と食を通して実現していきたいという背景があり、「emCAMPUS FOOD」はフードクリエイターたちが活躍し、東三河の食・食文化を発信する場と位置付けている。

フードクリエイターとは幅広い概念で、食に携わる人から、最終的には食を楽しむ消費者まで、非常に広い意味を包含している。明治から戦後しばらくまでは、食糧を大量に供給することが社会的なニーズであった。それに応えるべく、神野新田や牟呂用水、豊川用水ができ、この地域は食料の一大生産地となった。そのようなインフラ整備をした方々が第1世代と捉えている。

たくさん食べられるようになると、有機野菜が食べたい、無農薬で育てたものが食べたい、もっと甘いトマトが食べたいなど、ニーズが変化してくる。そのような多様化したニーズに応える方々が第2世代だとすると、第3世代にはどのような社会課題があるのだろうか。

フードロスをなくす。地産地消をさらに進める。あるいは新しいアグリテックやフードテックで新しい食の生産ができないか。また、お腹いっぱい食べることができない子どもたちなどの日本の貧困問題にどう向き合っていくのか。そのような社会課題解決型のフードクリエイターを3.0に位置付け、それを後押ししていきたいと考えている。

「emCAMPUS FOOD」には、マーケット(物販)、フードホール、イベントレストラン、ピロティがある。イベントレストランでは、さまざまなチャレンジキッチンや、食を展開したいという地域の人を呼び込んでいる。ピロティ(屋根付きの屋外スペース)は日本家屋という縁側のようなものと考えていて、室内ではないが完全な外ではないという曖昧な場所を造ることで、目の前のきれいな広場とのつながりができるようになっている。

「FOOD FOREST 食の森」をコンセプトとし、ふんだんに緑を配置し、農業で使うガラスハウスを入れて広い空間にアクセントを付けている。可能な限り東三河産の食材を使用し、東海漬物やイチビキなどの地域企業とのコラボレーションや、ビオックのこうじ菌を練り込んだピザ、浜松のトリイソース特性の専用ソースで作った焼きそばなどのメニューも考えている。

•屋上農園

低層棟の屋上農園では、東三河の30の生産者の方にご協力いただき、土を敷き詰めているのではなく、木のプランターで作物を育てている。屋上は吹きさらしで夏は暑く、「農業をやるのは無理だ」と言われる非常に難しい場所ではあるが、さまざまな種類の作物の育成に取り組んでいるところである。屋上農園を地域の皆さんに見学していただいたり、ここで育てた作物を1階で調理したりといったことを考えている。

•emCAMPUS STUDIO

5階は「学びとチャレンジ支援の場」として、大きなセミナールームから大・中・小の会議室、コ・ワーキングスペースなどがある。「学び」の部分では、地域の企業や大学と連携したプログラムや、リカレント教育の講座などを準備しており、サーラグループの研修を地域の企業に開放することも考えている。

また、愛知県の「ステーションAi」とも連動し、スタートアップの支援を行っていく場所にしたいと考えている。キーテナントの一つとして、豊橋技術科学大学サテライトオフィスが11月16日にオープンする。サテライトオフィスではさまざまな相談ができ、学びのプログラムを作る拠点にもなっている。

•暮らしを支える施設

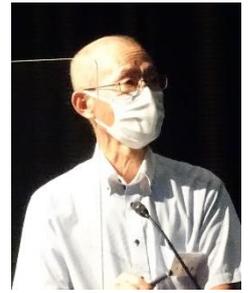
4階は、ほとんどがオフィススペースとなるが、その中にもさまざまなサービスが入っている。まちなかの居住人口が増え、この「emCAMPUS」にも多くの方がお住まいになる。まちなかで安心して暮らせるサービスを提供するために、さわらび会・長屋病院による健康相談サービス窓口を設けている。また、豊橋市の市民サービスセンターなどの日常の暮らしを支える施設が入ったフロアとなっている。

●さらなる「未来」へ

「emCAMPUS」のコンセプトから設備、実際の中身などについてお話をいただいた。「emCAMPUS」単体でクローズドに、この建物の中で1日お過ごしくださいというコンセプトは全くなく、つながりを作っていく拠点である。豊橋駅、ペDESTリアンデッキ、PLAT、水上ビル、駅前大通、広小路へと広がっていくようなイメージでつながっていけば良いと考えている。例えば、水上ビルのお店とのコラボレーションや連携、先週から始まったイルミネーションも、ペDESTリアンデッキからココラフロント、ココラアベニュー、そして駅前大通のイルミネーションへつながっていく。まちなか広場でも大々的なイルミネーションがスタートし、イルミネーションだけ見ても非常に長くつながっていく。物理的にも、人の活動という意味においても、このような循環、つながりが生まれてくる拠点になればと思っている。

「椿油から考える小さな自給と大きな安心」

SATOYAMA 搾油所 永田 雅信氏



● 椿油の原料・国産 100%

椿油の原料である椿の実には、国産で 100% 賄うことが可能である。食用油は年間約 200 万 t 生産されているが、椿油の生産量は年間約 5 万 t と非常に少ない。厚生労働省の食品規格には椿油の項目がなく正確な生産量は集計できないため、全国の事業所、組合、その他の集計をまとめた数字である。

産地も少なく、長崎県五島列島、東京都伊豆諸島、鹿児島県、東北の一部などとなっている。五島列島には 900 万本もの椿が自生していると見られるが、椿の実を有効活用できているのは 1% 程度だと推計されている。伊豆大島の椿油は非常に有名で、お土産に買って帰る方も多だろう。人口 300 人足らずの利島には、30 万本以上の椿の木があるそうだ。いずれにしても大規模な生産地が少なく、市場への流通は少ない。

植物油にはオリーブオイルやパーム油など様々な種類があるが、原料の大半は輸入されている。国産の菜種は微々たるもので、私たちの生活の中で身近な胡麻も大半はアフリカ産である。

● 環境から考える椿

田原市は農業出荷額全国トップクラスだが、500 町歩余りの遊休農地があるとされている。農業従事者の高齢化はますます進み、耕作放棄地は増え続け、耕作放棄施設も増えている。一方、椿の栽培は施設不要、無肥料・無農薬、トラクターで耕す必要もない。幼木時期の草刈りは必要だが、手間がかからず収穫できる非常に有利な産業ではないだろうか。

5 年前まで電照菊を栽培していたハウスが、放置されてボロボロになっている。さらに 20 年以上放置され、コンクリートの箱がそのまま置き去りにされている施設もあり、これらは環境的にもマイナスのイメージである。最近では、ハイテク技術を駆使し、温度の管理や水やりなど全てコンピュータで管理されていて、非常にお金もかかる。うちの裏山から見ると、まるで工業的農業と施設工場といった光景である。農業とは本来、自然と密着して無駄なものを出さないイメージであったが、施設園芸は大量の資材、燃料、電力を消費しながら付加価値の高いものを作って経営されている。確かに種類は多いようだが、負の部分もあるだろう。

椿の根は非常に直根が発達している。昨年、地面に落ちた種から生えた椿の幼木は、地上部は糸ほどの細さだが、下の方は非常に太く立派な根が出ていて、これはそのまま成長する。椿は常緑樹で葉が厚く、潮風に強い。台風がくると渥美半島の山は潮風に晒され、もまれて茶色くなり葉が落ちてしまうこともあるが、椿の葉はなんともない。嵐が去った後に椿の葉を舐めてみると塩辛い、枯れることはない。海岸付近に防風林として整備すれば、景観が良くなり、椿の実を採取することもできる。また、屋敷の周囲に防風林として植えることで、家を守ることも可能だろう。

樹齢 10 年以上の椿は、1 本の木から約 5kg の実を収穫できる。1kg から 300cc の油が採れるため、SATOYAMA 搾油所の取扱い価格で換算すると、1 本で約 15,000 円になる。私は放棄施設畑を購入し、建物を解体して整地した後に椿の木を植えた。1.5 反に 100 本植えて、今、3 年が経過したところである。今年はまだ実が少なく公表できる数値はないが、来年、再来年頃には一定数の椿の実を収穫できるようになるだろう。

● SATOYAMA 生搾り椿油

椿の実には重量の約 35% が油だが、加圧だけで搾ると 30% 程しか採れないため、溶剤を使ったり加熱したりして搾油効率を上げるのが一般的である。SATOYAMA 搾油所では、溶剤の使用や加熱は一切せず、椿の実を圧力でつぶして搾る「生搾り」で椿油を作っている。生搾り椿油の用途は、化粧用、料理、革製品、白木塗布、潤滑油などである。ただ、SATOYAMA 搾油所は保健所の食用油の製造許可を受けていないため、食用や化粧用と銘打って販売することはできず、今は一般雑貨として取り扱っている。

生搾り椿油の作り方は、まず、椿の実を採取後、ゴミ、虫食い、異物を除去し、20 日間程度天日乾燥させる。これは大変重要で、通気性がない袋では乾燥が進まないため、保存はビニール袋を使わず必ず網袋に入れる。私どもでは 3kg を搾油用の袋に入れ、搾油装置にセットし、100 t の油圧で油を搾り出す。生の実が多い場合は椿の油は搾れないため、十分気を付ける。そして 2 週間程度静置し、上澄みを利用する。上澄みを活性炭でろ過すると非常に透明度がアップする。

搾油を始めた頃の装置は、1 回に 300g の実しか搾るこ

とができなかった。搾油装置を入れたことを宣伝すると、搾って欲しいと椿の実が持ち込まれるようになったが、持ち込まれる量が5 kg、10 kg、20 kgと増えてくると搾るだけでも大変で、ついに機械が熱くなってストップしてしまった。そこで受入れを止めるか大きな機械にするか悩んだ末、2016年に大きい装置に更新した。1回の搾実量はこれまでの10倍に増え、たくさんの実が持ち込まれても瞬く間に搾油が完了するようになった。

搾った油を静置して活性炭を通すと、きれいな油になる。精製した椿油を日本食品分析センターで分析していただいたところ、抗酸化機能が高いオレイン酸が85.4%であった。健康に良いとされるオリーブ油のオレイン酸含有量は70数%で、椿油は10%も多くオレイン酸を含んでいることが分かった。

●希望&展望

私の雑木林は木が生い茂り、犬や猫も入らないような状態であったが、椿の木を残して、チェーンソー1本で木を切り倒してきれいにした。重機を入れない限り難しいのではないかなと思うような所でも、地道に作業を重ねていくことで、森に光が入り、風が通るようになる。私の屋敷の近くには、本当に爽やかな風が吹いている。

雑木林を整理することで出る大量の木を有効活用するために、2014年にウッドボイラーを導入。暖房と給湯は100%に近いレベルまで賄っている。このボイラーの特徴は、薪割りは不要で大きな木を放り込むだけで燃焼できることである。

6月18日の中日新聞で SATOYAMA の活動を紹介していただいたところ、問い合わせが増え、次第に広まりつつある。田原市の広報『みんなのひろば』にも、現在の私たちの活動の様子を投稿した。SATOYAMA では、耕作が難しい所を網で囲いウサギを飼うことで、除草剤や農薬を使わずにきれいにしている。自然と生き物に優しい農法である。優しい関係で環境を維持し、人間の生活にも役立つ環境をつくっていききたい。

渥美半島は生産活動が盛んで、明るい未来、希望がある。見た目に悪い耕作放棄施設、耕作放棄地は解体・整地して、例えば、椿や菜の花を植えて景観を良くすれば観光資源にもなる。法制的に乗り越える課題は様々あるかと思うが、耕作できないほどの土地があるならば、宅地に変更し、田園・菜園付き住宅地として適正価格で販売することも可能ではないか。また、都市生活者が週末住宅として1週間か2週間に1回来ることで、菜園を維持・整備して生活に役立てることも期待できる。その他にも、長期賃貸やキャンプ場、クライナガルテン式なども良いだろう。農地法はじめ様々な法律を真剣に考え、より良い方向に進めていってほしいと思う。

この20余年、雑木林から環境改善に取り組んできたが、「これは難しい」「課題が多い」と負の面だけを見るのではなく、見方を変えて出来ることを考え、新しい方向に

持っていけたらと思う。

農村は食糧生産の場であるのと同時に、農村の景観は公共の財産として重要である。多くの方が観光に訪れるヨーロッパには、非常にきれいな所がたくさんある。そこには都市と農村の景観に対する一つの考え方があって、きれいな景観が維持されている。

また、田んぼは大雨が降った際にダムの役割を果たし、大水・洪水を防ぐと古くから言われている。放棄された田んぼを整備して、ダム機能を活かしていくことも大事だと思う。昨今の異常な大雨で、九州の球磨川流域では洪水が起きて多くの方が亡くなられた。上流では山が荒れ放題で、十分な保水能力がないために洪水が起きてしまったとも言われている。やはり山はきちんと手入れして、維持していくことが大事である。

都市住民の週末農業は、健康、教育、災害への備えなどにつながる。飢饉や天候不順で農産物が手に入らなくなったとしても、私のところはこれだけの農作物を確保できるとなれば、本当に夢があり、余裕が出てくるといったことも期待できるだろう。

●自分が主人公、小さな自給大きな安心

米、麦、サツマイモ、砂糖きびシロップ、椿油は、わが家で完全に自給できる。米についてはかなり余裕ができた。興味がある方は、ご自分でも始めてみてはどうだろうか。見学したい方がいらっしゃれば、ご連絡いただければと思う。私も後期高齢者になり、体力に頼ることが多く心配なこともあるが、こつこつと続けて、少しでも改善して良い方向に持っていきたいと思っている。

私が椿油に特に強い興味を持ったきっかけは、佐光紀子さんの著書『椿油のすごい力』である。椿油について系統的に書かれた本は非常に少ない。そういう意味ではこの本は非常に参考になり、椿油はそんなに使えるのかということを改めて実感できる。興味のある方は、是非お買い求めいただければと思う。

渥美半島の今後について、長崎県五島市では市が主体となり、産業振興部農林課 椿・森林班を設置して、積極的に遊休農地を椿畑に変える手助けをしているのが一つの参考になる。田原市も広大な遊休農地があるようだが、市が全て行うのではなく、住民の力を引き出して栽培していけるような助言ができないだろうか。五島列島や伊豆諸島に負けない、観光と椿油で裕福になる田原市の未来は明るいのではないかなと思う。

今、椿油は値段が高く、特に生搾りと銘打っている椿油は1ccで100円近くするものもある。これでは天ぷらはできない。市販の天ぷら油に近い価格のものを作り、まずは田原市民に、そして余力ができれば、椿油で作った天ぷらやサラダを特定の食堂などで多くの人に提供することによって、観光的にも大きなイメージアップになっていくのではないかと考えている。

「奥三河蒸留所は、 新しい産業で稼げるか？成功の光と影」

(株)ランド 代表取締役社長／奥三河蒸留所 阿部 晃氏



●(株)ランドについて

私は大学の土木課を卒業後、ゼネコンに3年間勤務。その後、エステティックFC本部で企画・開発室長を務め、ペガサスクラブの渥美俊一先生の元でチェーンストアについて勉強した。この二つの経験が今に役立っている。

1992年に(株)ランドを創業し、エッセンシャルオイルの輸入と種子油の輸入を始めた。全く何もない状態から会社を作ったが、3つの転換点があった。

1つ目は、店舗での小売り開始とチェーン化である。1997年に地元安城市のデンパーク開園に合わせ「VALORE」を開店し、2001年からはチェーン展開を開始した。私はこれまでの経験からチェーン化は得意で、これが一つの転換期となった。2008年には、アフリカで事業をしようという話がきた。エッセンシャルオイルはその場所にしかないが、アフリカに行けばさまざまなエッセンシャルオイルがある。そこで、現地で最終商品まで開発するSPA(製造小売り)を開始。ここで初めてマス・マーチャダイジングを根本に据えて改革を実施した。これが2つ目の転換点となった。3つ目は、日本国内で精油の製造を開始したことである。奥三河蒸留所を開設し、国内蒸留にて精油の製造、化粧品材料の製造蒸留器の開発を一貫して実施できる体制を構築、開始した。

2つ目の転換期で、良質な自然素材を求めて各国から調達を始めたが、良いエッセンシャルオイルは良い場所ではしか作れない。産地は古くから地元の産品として原種を守っていて、原種がないと良いオイルはできない。交配すると香りが変わってきて同じ香りにはならないため、原種が守られることが大切である。

また、蒸留方法は種類によって全て異なり、その方法で作っていくことが重要である。世界的に有名なフランスのラベンダーオイルは、蒸留技術が発達しており、見たこともないような蒸留のイノベーションを実現している。つまり、良い場所で、良い蒸留をして持ってくるのが基本である。

●新城市能登瀬に奥三河蒸留所開設

蒸留所を開設する際、安城市には山がないためどこにしようかと考えていた。そこで奥三河の山のスギの葉を蒸留してみると、他の山とは少し違っていた。採ってくるたびにデータが違う。南斜面と北斜面、水がある所と

ない所でも違う。これは自然環境や岩盤の問題など何かあるに違いないと考え、2019年、新城市能登瀬に奥三河蒸留所を開設し、世界標準の日本産エッセンシャルオイルの製造を開始した。

森から生まれたエッセンシャルオイルや香りは、山があるココでしか作ることができない。新城だから蒸留所ができる。子どもたちが自慢できる故郷であり、ずっと住みたい場所にするために、奥三河のブランド化を目指している。蒸留所を中心とした森林、農産品、観光が課題である。私は香りの世界に30年携わっているため、香りの産業をどうするかということが課題になる。

香り産業の条件は、①世界の先端的な天然香りの抽出(蒸留)技術力、②それを活かし最終製品を作成できるマーケティング力、③産地の環境から香り物質の植物を的確に導き出す、④マーチャダイジングによる深く、広めて面を作る、⑤スピード感を持ち地元と共に短期で実績をつくり持続可能な仕組みをつくることで、私はこの5つを大事にしている。

天然香料の輸入量は拡大しているが、国内の天然香料の生産は全く伸びていない。これはチャンスである。人間は不思議なもので、例えば、人工的な香りのシャンプーから天然のシャンプーに代えると、絶対に元には戻らない。つまり、一旦天然香料が伸びれば下がることはない。その証拠に、欧米では基本的に天然物しか使わない。日本も当然そうなるだろう。そうであれば、日本で生産し、世界市場で積極的に売っていく産業にすべきである。私が香り産業を奥三河で行いたい理由はこれである。

能登瀬で10年前にハッカを発見し、栽培していた方から持ち込まれたものを蒸留してみると、原種であった。日本にこのようなハッカの原種が残っていたのかと非常に驚いた。天然ハッカの世界一の産地はインドだが、科学的に作るメントールの最大の生産国は実は日本で、ハッカは全く作っていない状態であった。

能登瀬のハッカに入った全成分を抽出し、化粧品などさまざまなものに使っていきたいと考えている。ハッカのメントールだけ採るのは大きな違いがある。私どもでは朝採ったものをそのまま蒸留しているが、生だとあくが出てしまい非常に難しい。今年で2年目となり、現在はスプレーとオイルを作っている。

また、高齢化が進む豊根村では、約200本の柚子の大

木が10年以上放置されていた。そこで「柚子収穫隊」を参加費1,000円で募集し、柚子を収穫した。250人も参加していただき、約1.5tの柚子を蒸留することができた。

柚子に取り組む際に、最終製品を作ることを考えていた。柚子は保湿成分を持つため、種を圧搾して採った種子油からハンドクリームを、皮からはエッセンシャルオイルとフローラルウォーターを作った。中身は地元のつくしんぼの会でジャムとドレッシングを作り、柚子を丸ごと使った。最終製品を作れば売れていく。最終製品をどうするのか、最初から考えておく必要がある。

また、安城市役所と「新城から三河安城までの約5キロの道に植えてあるローズマリーを蒸留したい」と提案を行い、造園業者も入り莫大な量のローズマリーが持ち込まれた。全部で5t以上あり、24時間蒸留し続け非常に大変であったが、ローズマリーはハッカの5倍以上のオイルがとれる。何もないような所でも、探すといろいろなものがあるということだ。

香り産業構築は、奥三河しかできないことである。どこかですることではなく、奥三河でしかできないことに挑戦する。重要なポイントは、①世界一流標準のエッセンシャルオイルのみをつくる、②現素材(植物)の発掘、適している素材への試みと蒸留方法のイノベーション、③地域と共に、同時に植物・森林・観光でブランド化、その素材での地域の地位確立、である。この3つが奥三河蒸留所の大きなコンセプトである。

●奥三河における問題点

奥三河で3年事業を行ってきて、さまざまな問題点を考えた。一つは、人口減、高齢化による労働力不足である。蒸留体験にくる子どもたちに、高校や大学進学で一旦は外に出るかもしれないが、「新城に帰って来てくれるか」と聞くと、1人も手が挙がらない。理由を聞くと、「やりたい仕事はここにはない」と言う。これを解決するには、外から人を呼ばないといけない。

私は能登瀬で多くのことに取り組んでいる。例えば、蒸留の音や川の音など、素晴らしい音をカフェなどで流そうということで、市役所と一緒に音を作っている。また、外から呼ぶためには観光が重要である。能登瀬には、湯谷温泉がある。「ゆーゆーありーな」に行くと、地元の人ばかりである。なぜ毎日来るのかと思ったら、25,000円で温泉に入り放題のため、この2年ほど家の風呂は沸かしたことがないと言う。そのような所に観光で人を呼んではどうだろうか。

私が提案したいのは、有料の観光ガイドである。屋久島では4,000円のガイドがあり、現在は渥美半島でも行われている。能登瀬の人でも有料のガイドになるのはどうだろうか。これほど素晴らしい所は、間違いなく皆が見たいだろう。鳳来寺山を地元の人が案内しながら、観光ガイドをすることもできる。そういったことを始めれば、地元の人でも意欲が出てくるだろう。ブランド性を高め

ば、絶対に子どもたちは帰って来てくれる。外に出ていくのではなく、ここで自分の好きなことをすればいい。これは解決していかなければならない問題である。

地元ブランド構築のための自治体の意識、方法の弱さも問題点として挙げられる。やはり民間主導で、自治体がバックアップすることが大事である。地元の意識はこのままでいいと思う。地元と一緒に取り組むことで、意識も変わっていくだろう。

また、外へのPR不足とPR方法チャンネルの違いもある。まず、奥三河で採れて奥三河でしか売らないものを1つ作る。今度は、奥三河で採れて全国で売るものを作る。この2つの違いを明確にしながら取り組んで行くことが重要である。フランスの化粧品メーカーロクシタンは、世界中に店舗があるが、世界中の人がプロバンスの本社に集まり、大量の商品を買っていく。観光客と商品が逆流しているのだ。同様に奥三河から世界に売ること、奥三河にお客さんが逆流することも可能だろう。

その場限りのイベントが多すぎることも問題である。イベントで稼いで終わりではなく、新城らしいものを作り、それをPRする起爆剤のイベントに変更する必要がある。イベントの意味をしっかりと考えていきたい。

●これからの東三河での活動

次なる世代の子どもたちにPRするために、香りの勉強会「身近な植物で蒸留体験」を開催した。子どもたちには、本物の香りを知って欲しい。私の世代はラベンダーの香りと言えばトイレの香りだが、プロバンスのラベンダーの香りを嗅いだ時には驚いた。小さい頃から天然の良い香りを知ることは、持続可能な世界を知ることである。

現在、香りのミュージアムを豊橋のemCAMPUSに設置するため、さまざまな香りを作っている。例えば、のんほいパークの植物を蒸留して香りを作ったり、豊川のシソ、豊橋のクスノキやバラを蒸留したりしている。構想をしっかりと練って、一緒に豊橋の駅前に1つの観光地を作り、東三河の中心にしていきたいと思う。

●奥三河蒸留所とSDGs

奥三河蒸留所は、何を行っても全てがSDGsに関わっている。SDGsで大切なことは、手間を掛けることである。ひと手間かければ何かになり、そこから産業が生まれる。安城のローズマリーも、切って捨ててしまえば終わりだが、業者が当社に持ってくる。業者は、このような形で使ってもらえるのは楽しいと言う。それを感じるのが一つのSDGsである。SDGsは単なるマークではなく、SDGsを普通にできること、普通に子どもたちが感じる事、それが大切ではないかと思う。

奥三河は良い所で、さまざまなものがある。ただ、何か手を掛けなければならず、大きな手を打つ必要がある。どのようなアプローチをするのが重要で、今までと違った視点から、民間主導で頑張っていきたい。

『ヨルモウデ』豊川稲荷 580 年の 歴史初の試みで地方活性化」

(一社)豊川青年会議所 副理事長 谷口 慶一氏



●はじめに

私は鍼灸・美容サロン KIOUDOU GROUP を運営している。「観光と鍼灸」という切り口で、ウェスティン都ホテル京都にスパをオープンし、昨年はリッツカールトンリザーブニセコに常設サロンとして参入させていただいた。

「まちと健康」を結び付け、ストーリー立てたメニューを考え、通常の鍼灸院では受けられないようなプログラムを作成し、サービスを提供している。

今年度、豊川青年会議所の観光グループに携わり、自分の持っている知見をフルに活かしながら取り組んでいるところである。私は豊川青年会議所に所属しているが、実は豊川市民ではない。少し変わった位置付けで豊川青年会議所のメンバーとして関わっており、大石理事長の下でいろいろと活動させていただいている。

「共感」「共創」「共生」を念頭に、豊川稲荷で 100 年続く文化として定着を目指すといったスローガンを掲げ、取り組んでいる。豊川稲荷で今あるものを活かす事業と、将来的に観光スポットになるような道の駅を目指すといった 2 本立てで、豊川青年会議所観光グループとして活動してきた。その中の 1 つが、大変注目いただいている豊川稲荷の事業である。

●縁日参りプロジェクト

豊川稲荷は 1441 年 11 月 22 日に開山したことから、22 日が御縁日に当たる。そこで縁日の日の夜間を開放し、豊川稲荷に参拝できるような仕組みを興していきたいと考え、「縁日参りプロジェクト」と名付けた。

日帰り観光客 73 名＝定住人口 1 人といわれる。人口が増えていくことは難しいため、観光客による人口増加が必要である。観光客が食事や買い物などでお金を落とすことによる経済効果も意識しながらやっていくことになる。その中で、資本として観光に力を入れていくのか、またはビジネス展開されるような認知を目指すのかといったときに、われわれが豊川青年会議所として取り組むことができる観光に力添えをしていこうと考えた。

ところが、これから観光に力を入れていこうという時に、コロナ禍で大ダメージを受けた。現在、豊川稲荷とその周辺地域を生かし、定期的な観光客を呼ぶ継続性のある仕組みづくりを軸に動いている。

●580年の歴史が動く

夜間参拝の企画はハードルが高く、特に豊川稲荷は曹洞宗のたいへん格の高いお寺のため、この時間に開けることをなかなか承いただけなかった。半年ほど時間は掛かったが、私たちのまちづくりに対する思いに共感をいただくことができた。それに呼応するように、「お稲荷さんがそういう気持ちであるなら私たちも頑張ろう」と、まちの人たちもだんだんと引き込まれ、歴史が動き始めた。役寮の方に窓口になっていただき、商店街、豊川青年会議所などが力を合わせてプロジェクトをつくり上げ、協賛をいただきながら進めていった。

プロジェクトが動き始めた頃は、「コロナ禍で本当にやっていいのか?」といった意見もあり、あらゆる工夫をしながら進めなければならなかった。インバウンドに力を入れていた時期もあったが、コロナ禍ということもあり、ターゲットはマイクロツーリズム文脈として中部・東海地方、特に愛知県にお住まいの方々と若年層とした。Z 世代といわれる SNS 等に反応するような若い人たちが来たくなるような仕掛けづくりとして、一つの指標にしたのがインスタグラム等の SNS である。

●新しい参拝スタイルを発信

日本三大稲荷である豊川稲荷と京都伏見稲荷大社では、発表されている通年の来場者数は豊川稲荷の方が多い。ところが SNS のハッシュタグ数では、「#伏見稲荷大社」59.8 万件に対し、「#豊川稲荷」は 7.6 万件と少ない。これは撮影をしたくなるようなシーンが少ないのではないかと、いわゆる「映える」仕掛けが必要なのではないかと。「豊川稲荷といえばこれ!」という写真を SNS で拡散させることで認知していただき、豊川稲荷の夜を楽しむシーンを作ると同時に、写真に撮りたくなる仕掛けを作ることが必要であった。

もう一工夫として、安心・安全で新しい参拝スタイルをつくる必要があった。コロナ禍でもなければ、豊川稲荷での夜間参拝は認めてもらえなかったかもしれない。今回のことがきっかけとなり、今後に続くような楽しめる参拝を作っていくために、いろいろな団体と連携しながら取り組んできた。その中で、京都の二条城や東京駅のプロジェクションマッピングでも有名な株式会

社ネイキッドとパートナーシップを結び、光演出のアイデアやプランを一緒に練り、設備等の相談もさせていただいた。

●実行委員会発足・共催の形へ

プロジェクトを進める中で、反対意見やリスクもあった。コロナのデルタ株が流行し始めた時期でもあり、総額7,000万円規模の運営費を回収できなかつたらどうするのだといった意見もあった。また、青年会議所の単年度制のルールにより1年で役が変わっていくという事情があり、スピード感が求められる中で、スケジュール調整も難しかった。とはいえ、「来て、帰って終わり」といったただのイベントにはしたくなかった。豊川稲荷を起点としてまちを活性化しようと豊川青年会議所が旗振り役となり、リピートしたくなるような、あらゆる仕掛けを考えていった。

豊川青年会議所は単年度制のため、通常であれば大石理事長も私も12月で終わることになるが、「自分たちが始めたのにやりっぱなしなのか」とお叱りを受けることもあった。イベントではなく文化として残していきたいという思いが強かったこともあり、実行委員会という形を取ることにした。豊川青年会議所内の有志メンバーが集まり、実行委員会を発足し、豊川青年会議所と実行委員会の共催で、縁日参りの夜間参拝「豊川稲荷×ネイキッド YORU MO-DE」の企画を実行した。多くの方に協賛をいただき、地元各局のメディアだけでなく全国放送でも取り上げていただくなど、メディア実績も残している。

●ヨルモウデ・紹介

「ヨルモウデ」は、ネイキッドのアートでコロナ禍でも安心安全に楽しめる、現代ならではのニュースタイル夜間参拝である。参拝客には、提灯の灯りを踏まなければ自然とソーシャルディスタンスが取れる“ディスタンス提灯”を持って参拝していただく。“ディスタンス提灯”の柄は、豊川名産のバラと、お稲荷さんのキツネである。

境内の光と連動し、何種類にも変わっていくシステムになっていて、若い層にも「ちょっと行ってみようかな」と思ってもらえるような光演出を取り入れている。うたげの「宴」、ご縁の「縁」、演出の「演」、サークルの「円」と、あらゆる「えん」をコンセプトに、提灯で参拝客自身も空間、作品の一部となり、その瞬間に居合わせた人たちと創り出す、一期一会な光の体験である。

運営費の7,000万円は、大口協賛・提灯の協賛、クラウドファンディング、チケット収入の3本柱で資金調達した。単なるイベントではないという大きなポイントは、奉納に重きをおいたところである。光の設備をそのまま豊川稲荷に常設奉納する形になっており、「ヨルモウデ」にお越しいただく参拝客が増えれば増えるほど演出が増えていくという建付けである。

鳥居の両脇にある“白い提灯”には、プロジェクトンマッピングが当たる仕掛けになっている。また、“花みくじ”は豊川名産のバラやスプレーマムをモチーフにした。読み終わった“花みくじ”は枝にかけていくため、こちらにも参拝客が増えれば増えるほどアートになるような仕掛けになっている。

そういった形で取り組み、台風などの影響もあったが、7月22日の点灯式から10月までに累計2.2万人の参拝客にご来場いただいた。また、「#ヨルモウデ」も増え、ツイッターのランキングで日本11位になったタイミングもあった。8月には、ヨルモウデのライブ中継にもチャレンジし、地域プログラムとしてダンス企画を実施した。今年は地域の子どもの見せ場がなかったこともあり、発表の場を提供させていただくなど、地域の方々の連携した取り組みも行っている。

●今後の展望

9月までは豊川青年会議所主催で進めてきたが、10月以降は実行委員会が主催となって進めていく。この企画が1DAYイベントで終わらないように、実行委員会という組織や仕組み、今まで培ってきたシステムや運営マニュアル等を引き継いでいく。また、光設備やディスタンス提灯の常設奉納も、仕組みとハードを引き継ぐことで残していきたいと思う。今後は、実行委員会のメンバーをもう少し増やし、商店街、豊川稲荷などの関係者と話し合いながら、年間を通じての企画や、予算の確保を目指していきたいと考えている。

11月は特別期間として、「着物詣(キモノモウデ)」を開催している。コンセプトは七堂伽藍(しちどうがらん)で、豊川稲荷ならではの体験ができるツアーを組み込んだ企画イベントである。オープニングアンバサダーに浅野ゆう子さんをお招きしたところ、浅野さんにもこのプロジェクトに賛同と共感をいただき、いろいろとご支援をいただいた。浅野ゆう子さんが出演された『大奥』で、実際に女優さんたちが使用された着物の柄をプロジェクトンマッピングにしたり、大河ドラマで着た衣装を実際に羽織れたりするようなイベントもある。

縁日参り「ヨルモウデ」が定着するまでの間、演出面での飽きられない工夫や、年間を通してやれることも考えていきたい。1シーズンに1回、季節ごとの特別企画も合わせながら、「ヨルモウデ」を軸とした連携企画などを盛り込んでいく。そういった企画で話題づくりをしながら、来場者数を増やしていくために、豊川稲荷はもとより近隣の経済波及効果も狙った企画を今後も進めていきたいと考えている。今、まさにチャレンジ中である。

「～海が語る、まちが語りかける～ 蒲郡ベンチアートプロジェクト」

蒲郡商工会議所 会頭 小池 高弘氏



●今までにないコンセプトの場所づくりを

2019年の秋、トヨタグループの研修所で東三河広域連合の会合を行った際に、豊田喜一郎さんが自動車産業に参入し非常に苦勞されていた頃、悩みがあると、蒲郡の海岸で釣り糸を垂らし、海を見ながら考え事をされていたというお話を伺った。そこで眺めの良いところにベンチを置き、豊田喜一郎氏の銅像を建ててはどうかといった発想が「蒲郡ベンチアートプロジェクト」をスタートするきっかけとなった。

蒲郡は海がとても綺麗な所である。三河湾は国定公園に指定され、鉄道唱歌にも「海の眺めは蒲郡」と謳われたほどである。もう一度、この海を蒲郡の生活の豊かさの象徴の一つにできないだろうか。コロナ禍で一番感じたことは、精神的な豊かさを求める人たちが多くなってきたことである。海は精神の自由を醸し出してくれる。蒲郡には東西に30～40kmの長い海岸があり、ラグーナテンボス、竹島など各施設が海辺で繋がっている。ここにベンチを置き、素敵な眺めの中で豊かさを感じていただきたいと考えている。コンセプトは、「素敵な眺めの中で、豊かさを感じて欲しい～生活の一部として、今までにないコンセプトの場所づくりを～」である。

今年度中には、6基のベンチを設置する予定である。観光と同じように、価値観を押し付けるのではなく、一人一人がそこで時を過ごしながらかつていく、そのような豊かさが大切である。出来れば10年程プロジェクトを継続し、例えば、さがらの森の展望台にあるベンチなど、既にあるベンチをアートでリニューアルしていくといったことも考えている。

蒲郡ベンチアートプロジェクトを応援してくれるサポーターの皆さんや、設置場所の募集も行っている。また、PR活動としてWEBサイトとSNS(Facebook、instagram)を活用しており、より簡単な応援として「いいね」を押していただくと情報が流れるため、そちらも是非ご覧いただきたいと思う。

ベンチアート第1基目は、蒲郡ライオンズクラブ60周年記念事業として寄贈された。itoto architectsの若い方のデザインで、タケシマの「タ」の文字が半分埋まりベンチとなっている。将来、このベンチが「タ」であることが忘れ去られた頃、ベンチが掘り起こされ「タ」の文字が

現れる。そんな時代が来るといいなと考えたそうだ。ベンチの内側には竹島の風景がタイルで貼られている。

竹島は亜熱帯植物の植生で、島全体が天然記念物に指定されている。神社もあり、お参りに来られる方も多い。もう一度、竹島を蒲郡の象徴にしたいと考えている。以前、竹島をライトアップする計画を立てたこともあるが、夜に光を当てることで野鳥が来なくなり植生が変わってしまう恐れがあるとして、文化庁からストップがかかり実現しなかった。また、管轄が違うことから、博物館、市民会館、生命の海科学館、水族館、竹島、海辺の文学記念館など海辺にある様々な施設の連携が取れていないことも課題である。ベンチアートによって、これらの連携を取っていきたいと考えている。

ベンチの除幕式を行い、第1基のベンチを市に寄贈した。竹島の風景の邪魔にならず、且つそこから竹島がよく見えるという場所を選んで設置している。ベンチには001「タ」と記したプレートがあり、QRコードからホームページにとべるようになっていく。共感のプラットフォームとして、海辺のインスタレーション空間づくりには、作家の意図、スポンサーの意図、座った人の想いがあり、いろいろな形で皆さんに分かるようにしながら、やっていけたらと思っている。答えはひとつではない。

●新たなまちづくりの方向性

観光という切り口でまちづくりを行おうということで、17年前に蒲郡市観光ビジョン推進委員会が発足し、「蒲郡市観光ビジョン」を策定した。その中で行ってきたプロジェクトの一つが、おもてなしコンシェルジュ検定である。検定の合格者は1,400名を超え、蒲郡に興味を持つ方たちで「おもてなしコンシェルジュクラブ」を作り、蒲郡の情報発信を行ったり、ボランティアに参加していただいている。

今年、観光ビジョンの改定を行った。蒲郡商工会議所や観光協会は、旅行で蒲郡を訪れる人を「消費者」と見ている。年間600万人の日帰り客、80万人の宿泊客は、生活を楽しもう、豊かにしようと思っている方たちである。蒲郡は8万人の住民と、蒲郡で豊かな時を過ごしたい600万人の住民がいる。まちづくりの観点から見ると、住んでいる人だけが住民ではないのだ。これからは観光交流

の時代だということで、蒲郡を訪れる人と住民が一緒になって行うようなイベントも開催してきた。このベンチのように、蒲郡の人が考え、そこに外の人もやってきて、そこで自分の思い描いたものを作っていく。これも立派な観光交流ではないだろうか。そのような発想で観光ビジョンを変えていきたい。

もちろん観光協会にもまちづくりに協力していただきたいが、彼らの目的はまちづくりではない。いずれ市民のボランティアがまちづくりカンパニーと称し、自分たちのまちをつかっていけるようになることが望ましい。まちづくりと観光業、それらの連携により観光地蒲郡のまちづくりに取り組んでいきたい。

人口 8 万人の蒲郡市では、まちづくりのボランティアに非常にたくさんの方が参加されており、蒲郡シティセールプロジェクトとして市民団体がいくつも発足している。そのような様々な団体や会がいずれ一緒になり、団結したまちづくりの会になれると良いと思っている。

●MIKAWA de 遊び 100

観光まちづくりビジョンのプログラムの一つとして、「MIKAWA de 遊び 100～あいち de 体験 2021～」を行っている。共通のプラットフォームに三河地域の各団体・企業が乗っかることで、共通のパンフレットで宣伝ができる。現在、東三河から南知多まで、三河地域だけでなく広い範囲の方にご参加いただいている。安城や岡崎など、プログラムを出していただいている所にパンフレットが配られるため、愛知県の非常に良い宣伝になっている。今はコロナの影響でプログラムが少ないが、以前は 90 以上のプログラムが立ち上がっていた。将来的に、QR コードで予約から課金までできるようになれば、いろいろな方が参加できるプログラムになるだろう。そのようなプラットフォームも蒲郡市観光まちづくりビジョンで検討しているところである。

蒲郡の観光産業は突出するほど大きくはないが、観光はまちづくりに関係する産業である。産業にはいろいろあるが、ものづくりのように内で作って外にマーケットを持つ産業と、外から人を呼んで消費してもらう産業の 2 つがあると思う。人を呼んでマーケットを作る産業、蒲郡には幸いにしてそのような経営指針があるため、これを活かしながら、第 1 次産業の出口にはできないだろうか。例えば、「海の駅」を作ったり、西浦の漁協をフィッシャーマンズワープのようにしたり、西浦、西尾、幸田で広域の連携ができないか、といったことを考えている。1 つの産業としての観光、まちづくりとしての観光、蒲郡を訪れた人に作ってもらう観光、それが蒲郡でできればと思っている。

蒲郡に住む人が、生活が豊かだという実感を得たいと思うように、蒲郡を訪れる人もそうだろう。彼らを 1 人の生活者・住民として受け入れていくことが、これから

の蒲郡にとって一番いい在り方だと思う。

蒲郡は東三河の一員で、海があり、観光でリーダーシップを取っていくことができ、西三河との懸け橋にもなり得るポジショニングにある。西三河の人が蒲郡に来たら東三河の情報があり、東三河の人が蒲郡に来たら西三河の情報がある、そのような情報インデックスを整えていくことが、これからの蒲郡の進むべき道ではないだろうか。

●健康経営の推進

最近、健康経営優良法人認定制度が始まり、企業の健康経営への取組みが増えている。蒲郡では 3 年毎にアクションプランを改定しており、当初は「ヘルスケア産業の創出」という大きな目標を掲げていた。最近は働き方改革など企業の在り方の中で、従業員の健康を経営課題の 1 つとして取り組むという動きが出て来た。イメージが良くなった、求職者が多くなった、保険料が安くなるなどのインセンティブがあったが、企業が永続していくために必要だと認識されるようになり、健康経営優良法人の認定を取ろうという動きがさらに増えている。

東三河広域経済連合会の中で、健康な地域社会創造プロジェクトとして、健康宣言をする企業と健康経営優良法人認定を取得する企業を増やそうと活動している。健康経営優良法人認定制度が始まった時、全国に 515 ある商工会議所の中で認定を受けたのは蒲郡と三島だけであった。翌年は 26、その翌年は 80、昨年は 194 の商工会議所が認定を受けることとなった。愛知県では 22 のうち 14 の商工会議所が認定を受けている。

国には 40 兆円に上る医療費を抑えるという大きな目標があり、この動きはまだまだ進んでいくだろう。東三河に健康経営に取り組む企業が増えていくと、健康に関する産業に目を向けてもらえるといったことも可能になるだろう。健康がビジネスの新しい展開として、また、観光と結びついていくことで医療ツーリズムや健康になる観光プログラムなど、いろいろな形が考えられる。健康にいろいろなものが結び付いていけると楽しいのではないだろうか。

●おわりに

人は誰しもが幸せになりたい。幸せは十人十色だが、そういうきっかけを作ってくれるまち、後で思い返して自分の中に宝物を作っていけるまち、そんなまちが海辺にあるといいのではないかと思う。田舎の良さはなかなか分かりにくいですが、コロナ禍で気付いたことも多い。大変な状況ではあるが、この 2 年間で 1 つの節にできればいいと思っている。

「地方移住とこれからの働き方」

豊橋市文化・スポーツ部

「まちなか図書館」館長 種田 滯氏



●はじめに

私は1991年東京生まれの30歳で、スポーツ、音楽、読書が好きな子どもであった。小中高大とテニスに没頭し、慶應義塾大学環境情報学部では人間工学を専攻。競技の動きの分析や、視線の動きを測定し、企業と共にマーケティングに活かす研究などを行っていた。

大学卒業後は、NHKに入社して番組の制作を担当。仙台に5年、東京で2年ほど勤務し、主にドキュメンタリー番組を制作していた。現在は2児の母で、昨年、家族で豊橋への移住を決めた。「まちなか図書館」館長の公募に挑戦し、今年4月から「まちなか図書館」に勤務している。

●なぜ豊橋に移住？

地方への移住は、以前から考えていた。忙しい仕事だったこともあり、特に子どもが生まれてからは独身の時と同じようには働けず、仕事にやりがいと求めると子どもと向き合う時間が取れない。そうしたジレンマの中で、“今しかない子どもとの時間を大事にしたい、もっと自然の多い土地で子育てをしたい”という思いがあった。

移住先に決め手がなく決断できずにいたが、2人目の出産時にコロナの影響でリモートワークになり、家族と過ごす時間の大切さを改めて実感。動くなら今だと思い、移住を決めた。私も夫も豊橋には縁もゆかりもなかったが、豊橋で起業した義兄から「一緒に働かないか？」と誘いがあったことが、豊橋に移住するきっかけとなった。

移住して半年ほど経ったが、仕事のやりがいや面白さを感じながら働いている実感がある。私生活では、子どもと過ごす時間が増えたことが大変嬉しく、そこが一番大きな変化である。築130年の古民家を借りて住んでおり、DIYや家庭菜園をしたりしている。子どもたちは広い家の中を走り回り、東京ではなかったご近所との付き合いも新鮮で、楽しく過ごしている。また、家から気軽に行ける距離に海や川があることは大きな魅力で、移住したことで新しい出会いもたくさんあった。

●まちなか図書館の紹介

11月27日(土)にemCAMPUS EASTの2・3階にオープンする「まちなか図書館」は、豊橋にある3つの図書館の新しい分館となる。コンセプトは、「世界を広げ、まちづくりに繋がる“知と交流の創造拠点”」である。本を読む・

借りるという従来の図書館の機能だけでなく、訪れた人同士が交流し、そこから新しい情報や活動が広がっていくことを目指す図書館になる。

2階には、60人程が座ることができる大階段があり、トークショーやパブリックビューイング、ちょっとした演奏ができるスペースがある。オープニングイベントでは、地元出身の作家さんのトークや、ミニコンサートを予定している。パフォーマンススペースには、映画、演劇、音楽、スポーツといったパフォーマンスの括りで本を置いている。円形の書架の中のスペースには小さなスクリーンがあり、講演や読書会などを開くことができる。駅前の「PLAT」と連携し、例えば「PLAT」での演目のプレトークなどを予定している。キッズスペースでは、子ども向けのお話し会や手遊び、朗読などをやっていきたい。読み手は図書館の司書だけでなく、国際交流協会や保育専攻の学生さんにも手伝っていただきながら進めていきたいと思っている。

3階には、実際に手を動かして実践し、学んで体験できるイベントを行うワークショップスペースがある。美術やプログラミングのワークショップ等、外部の方と一緒に予定である。アートスペースには、展示ケースやピクチャーレールがあり、大規模ではないが展示が可能である。ここでは展示に合わせた特集の本棚や、ギャラリートークなども企画している。「まちなか図書館」全体としては、交流促進の意味で声や音を出していい図書館としているため、逆に静かにゆったりと読書を楽しんでいただけるリラクゼーションゾーンも作っている。

図書館では0から始まる分類番号があり、その順番に本を並べていくのが一般的だが、「まちなか図書館」では、テーマ配架にチャレンジしている。テーマ配架は、書店の陳列に近いイメージで、司書の腕が試されるものになる。どういう分類にし、どういう見出しを付けていくのか、一から考えていく作業をしている。その辺りも皆さんに楽しんでいただければと思う。

テーマに合わせた特集本棚も組んでいく。新刊本の特集や、時事に合わせたテーマの書架、イベントや展示に合わせた特集を組むことで、いつ来ても新しい発見がある棚づくりを目指している。図書情報もただ所有しているだけではなく、どう編集して、どう出していくかという部分は、非常に重視している部分である。

●図書館の概念が変わる体験

私自身は、図書館は子どもの頃から割と利用していて、前職では仕事でも使っていた。また、子どもが生まれてからは、違う視点で図書館と関わることも多かった。これまで利用してきた中で、図書館の概念をくつがえされるような印象を受けた図書館を2つご紹介したい。

1つは、短期留学をした時によく利用したシアトルにある「Seattle Public Library」で、まず驚いたのはその建築である。圧巻のスケールの現代建築で、エントランス部分もゆったりと空間を取ってみんなが交流できるような場所になっていた。私がよく行っていたのは、壁も天井も床も真っ赤なミーティングルームで、そこではボランティアによる無料の英語教室が毎日行われていた。私のような留学生もいれば、夫の転勤について来られた方、移民などいろいろな人たちが来ていて、満員御礼といった感じであった。それが当たり前といった雰囲気があり、そういったカルチャーショックもあった。図書館には観光で来ている人たちもたくさんいて、図書館が町のシンボルであり、市民に役立つ場でもあるのだということに驚きを感じた。

もう1つは、「せんだいメディアテーク」である。シアトルの図書館を思い出させるようなガラス張りの建築物で、エントランスから入ると、イベントの開催や利用者が発表できるスペースがある。また、図書館だけではなく、ギャラリーやシアター、スタジオなどがある施設で、東北大学の学生や市民団体の方などがそこで活動されていた。震災後は、「3がつ11にちをわすれないためにセンター」でのアーカイブ活動が市民主体で行われるなど、使われている図書館という印象であった。民放各社とNHKでドキュメンタリーの勉強会を行ったこともあり、用がなくてもふらっと立ち寄ると、いろいろな行事のチラシなどがあるため、番組のネタ探しによく利用させてもらった図書館である。

●地域のハブとなる場所に

そういった経緯もあり、「まちなか図書館」はどんな図書館になるのか、わくわくしながら公募に応募した。目指したいのは、“地域のハブとなる場所”である。いろいろな地域の図書館を見て感じるの、やはりそれぞれの地域に根ざした図書館であるということだ。豊橋は豊橋らしい、地域に役立つ図書館にしていきたいと思っている。そのためには、地域のことを知らなければならない。私は外から来た人間でまだまだ勉強中だが、人とのつながりを大事に増やしているところである。

図書館は、人の交差点のような場所だと感じていて、そこが他の公共施設とは違う面白さだと思う。多様な背景を持つ人や年代、いろいろなことに興味を持った人がそれぞれの目的で訪れる。そこでの偶然の出会いが面白く、アプローチの可能性があるのではないだろうか。これまでの図書館は個人の利用で完結するような場所だっ

たが、図書館側がもう少し後押しすることで、人と人との交流が生まれ、そういう図書館がまちなかにあることで、まちも変わってくる。そんな場所になればいいと思っている。「まちなか図書館」のオープン時には、このような使い方もできるといった紹介も兼ねて、いろいろなイベントを行う予定である。是非、ホームページやインスタグラムもチェックしていただきたいと思う。

●なぜ番組ディレクターを選んだの？

私は図書館での勤務は初めてで、前職はNHKで番組ディレクターをしていた。全く違う分野の仕事で培ったものが生きてくる場面があると、この半年で感じている。

まず、なぜ番組ディレクターになったのかをお話したい。私は子どもの頃にNHKの合唱団に入っていて、オペラの子役などで収録現場に触れる機会があった。収録現場は大人の世界で、作品を良くするために本気でケンカをする大人を見て衝撃を受けた。仕事とはこういうものなのだと漠然と感じていて、制作の現場で働いてみたいと思ったのが最初のきっかけであった。

小さい頃はあまりテレビを見せてもらえない家庭だったこともあり、中高生の時にテレビにはまり、自分の知らないことがまだまだ世の中にはあるということを知り、ドラマには人の人生を一人称で追体験できる面白さを感じた。ドラマ部を志望して入局したが、最初に配属されたのはドラマ部がない仙台で、震災3年後だったため被災地の現場取材することが多くあり、そのままドキュメンタリーの道に進むこととなった。

●『ドキュメント 72 Hours』

印象深い仕事を2つご紹介したい。1つは、入局2年目に仙台で制作した『ドキュメント 72Hours』で、1つの場所に3日間張り付いてひたすらインタビューをしていく番組である。プロデューサーから「震災と向き合う番組を作れ」と言われて企画を考え、震災から5年目の3月11日をはさんだ3日間でロケをした。

当時は、震災から5年経ち、被災地とそれ以外の地での温度差が大きい時期であった。震災の番組は暗い、説教くさい、数字がとれないなどと言われる中で、どうしたら見てもらえる番組ができるかという課題があった。また、被災地に住んでいると、復興バブルが起きている一方で、復興詐欺が起きているといった都市伝説のようなことが聞こえてきた。裏取りは難しいが、そういったことを匂わせるような番組ができないかと考えた。

庶民の声を拾う場所はどこだろうと思った時に、選んだのが24時間営業の大衆食堂である。復興詐欺にあって困っているおじいさんや、復興工事で全国から来ている若い男性、復興バブルで忙しくて朝から何も食べていないというパチンコ店の店長が深夜にカレーライスを食べにくる。また、元気に働いている食堂のおばちゃんたちは、3.11の2時45分に黙とうしていた。よくよく聞いて

見ると、一緒に働いていた仲間の2人が、海の様子を見ていて亡くなっていた。そのようなインタビューなど予定調和でないものが、見ている人に響くのだということを感じた。誰に何を伝えたいのか、そのためにどんな切り口で情報を切り取っていくのか。その情報をどう編集して伝えたいのか。そういうことの大切さを非常に学んだ回であった。

●『のぞき見ドキュメント 100 カメ』

もう一つは、『のぞき見ドキュメント 100 カメ』で、これは東京で作った番組の1つである。「テレビはオワコン」と言われ、ちょうどユーチューバーが登場した頃で、公共放送のディレクターは何をやるべきなのかというところで始まった企画であった。

1つの場所に100台のカメラを設置し、その中の人間関係をのぞき見するという番組である。この制作の中で感じたことは、何ができると考えて、形に出していくことの大切さであった。また、予定調和じゃない面白さとして、ナレーションによる誘導や、カメラマンがズームインするといった撮影側の意図を排除してやれないかということで、固定カメラ100台という選択をした。

もちろんこんな番組の前例はなく、内部の反発は大きかった。カメラマンを無視した番組だと言われ、本当に面白いものが撮れるのかという意見もあった。編集とにかく手間が掛かる番組で、100台で3日間回しているため6,000時間もの素材がある。それを全部見て、その中からストーリーを紡いでいくという気の遠くなるような作業があり、無謀なチャレンジであった。

これはNHKでしかできないもので、スポンサーのいる民法の番組では、それほどの時間と手間を掛けて番組を作ることができる体制がない。また、新しい、面白いことをやろうと思っても、民放と同じことをしても誰も見てはくれない。その中で、公共放送としてやるべきことは何だろうとよく考えていた。万人受けを狙いに行くと、中途半端なものになってしまう。やはり作り手が本当に面白いと思えるものを、ニッチなところでも攻めていくことが大事だと、放送後の反響を見て強く感じた。番組の中では、外資系で新しい企業だけれど、意外と古典的なところを大事にしているといったことが見えてきた。そういった普遍的なテーマ、共感できる部分に落とし込む部分が必要だということも感じた。

●全ての仕事に通じるもの

この2つの番組制作の過程で、誰に何を届けたいのか。興味のない人に振り向いてもらうにはどうすればいいのか。共感できるかどうかという視点。作り手のエゴになっていないか。情報をどう編集するか。その時、みんなが求めているものは何かを感じとる。0から生み出す苦しさを楽しむ。万人受けは狙わない。自分自身が心から推せるものを。公共としての考え方。そのようなことを考え

続けていた。これらは今の仕事にも通じるもので、おそらくどんな仕事にも通じるものではないだろうか。

それは転職して気付けたことである。これまでの組織では当たり前に行っていたことが、外からどういう評価を受けているのか、自分の武器になるものなのか。また、自分に足りないことも客観的に知ることができた。公共放送とはいえ、市役所などとは違うため、本当の公共とはまた違うと感じている。そういった発見も転職して分かったことで、非常に良い経験をさせていただいている。

●働く場としての、豊橋の魅力

豊橋はコンパクトなまちなので、会いたい人にすぐ繋がることできることはメリットだと感じている。何かをやりたいとき、すぐに形にできるという意味で、とてもいいところだと思う。

また、若者にもチャレンジできる土壌がある。私は29歳で館長に採用していただいたが、そんな年齢でもそういう場所にチャレンジしていける、懐の深さがあるのは地方ならではだと思う。ミニマムなコミュニティや、その中でニッチな世界を探求できることが、今の時代は武器になると思っている。万人受けを狙わないという話ともリンクするが、そこを突き詰めたら、いくらでも面白いものが生まれるのではないだろうか。

また、自分のやりたいことにお金も時間も使うことができる。物価も安く、職場と家が近いこともあり、本当に自分がやりたいことに時間もお金も使えるということをして、住んでみて感じている。

●これからやりたいこと

「まちなか図書館」は、挑戦者がつながることができる場所になれたらと思っている。いきなり独立は無理でも、お試してチャレンジできる場所、こんなことがやりたいけれど1人では難しいから誰かと一緒にできないか等、そういうチャレンジできる場所になれたらいいなと思う。また、豊橋には文化に触れられる場所があり、いろいろな土壌があると思うが、図書館も若い世代が本物に触れられる場所の一つになれたらと思う。

仙台では、日常の記録、写真や映像が津波で全て流されてしまった。それらを地域として残しておくことの大切さを感じている。そういうことをやる場所は図書館だろうと思う。そういったこともこれからやっていきたい。そして、地域の中はもちろん、図書館の中だけでなく、どんどん外につながり、豊橋、東三河、その他の地域にも緩やかにつながる場所になって欲しい。

いろいろな価値観があるが、ここに住んでみて、豊橋には東京が逆立ちしてもかなわない魅力がたくさんあると感じている。微力ながら、豊橋や東三河を盛り上げていけるような存在になれればと思っている。

会員関係者の動静

(発行日現在届出分)

【法人会員】

(株)日本通運 豊橋支店

支店長 小島英史氏 (前: 守田英司氏)

(株)ラグナマリーナ

代表取締役社長 山本誠司氏 (前: 堀井 敦氏)

【特別会員】

新城市

市長 下江洋行氏 (前: 穂積亮次氏)

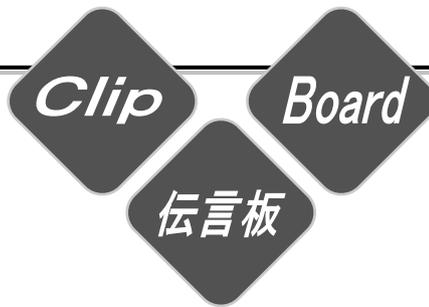
副市長 建部圭一氏 (前: 広瀬安信氏)

市議会議長 長田共永氏 (前: 鈴木達雄氏)

市議会副議長 滝川健司氏 (前: 長田共永氏)

設楽町

町長 土屋 浩氏 (前: 横山光明氏)



◇第219回 東三河午さん交流会

日時: 令和4年2月4日(金)11:30~12:30

場所: ホテルアークリッシュ豊橋4階「ザ・テラスルーム」

講師: 舞台映像作家 (株)青空 山田晋平氏

テーマ: 「どうしてわたしは豊橋に住んでいるのか?」

◇第448回 東三河産学官交流サロン

日時: 令和4年2月22日(火)18:00~20:30

場所: ホテルアークリッシュ豊橋5階「ザ・グレイス」

講師: 豊橋技術科学大学 熱田洋一氏

テーマ: 「バイオマス利活用事業をもっと身近に もっと確実に~(株)豊橋バイオマスソリューションズが考える脱炭素・地域資源循環型社会~」

講師: (株)ジュトク 上村哲司氏

テーマ: 「倒産事例から学ぶ景気後退期2年目の戦略」

◇第220回 東三河午さん交流会

日時: 令和4年3月4日(金)11:30~13:00

場所: ホテルアークリッシュ豊橋4階「ザ・テラスルーム」

講師: 視覚障がい者団体「さくらんぼ」柳田知可氏

テーマ: 「未定」

◇第449回 東三河産学官交流サロン

日時: 令和4年3月15日(火)18:00~20:30

場所: ホテルアークリッシュ豊橋5階「ザ・グレイス」

講師: 愛知大学 木村義和氏

テーマ: 「未定」

講師: 設楽ダム工事事務所長 真鍋将一氏

テーマ: 「未定」

※なお、状況により当会主催行事を中止・延期とさせていただきます。最新情報は、当会ホームページにて随時お知らせしますのでご覧ください。

発行日 2022年1月20日

発行所 東三河懇話会

〒440-0888

豊橋市駅前大通3丁目53番地

太陽生命豊橋ビル2階

TEL 0532-55-5141 FAX 0532-56-0981

info@konwakai.jp

https://www.konwakai.jp

編集発行人 東三河懇話会 福田裕之