

地域

地域振興 第3号

The Journal of Local Developing Vol.3

2018

振興

東日本国際大学地域振興学会

Higashi Nippon International University Society of Local Developing

地域振興 第3号 2018年

The Journal of Local Developing Vol.3, 2018

目次

〈巻頭言〉	緑川浩司	3
〈調査報告〉		
文化がいわきと周辺の地域振興策としてどのような形で関わるかができるかの研究 —古代エジプトWEB博物館の創設—	山下弘訓	5
いわき物産の風評被害克服のための販売ルート開拓についての調査 —熊本県水俣市の事例を参考に—	山田紀浩・坂本旬	10
地域振興実践モデルの研究	齋藤次男・朝田健治	18
いわき地域における中小・小規模企業の起業と第二創業 —震災地における「利他的」動機の側面—	田部康喜	40
いわき市の高校卒業世代の人口流失の原因を調査研究する。若者世代を惹きつける誘因は何か？ 第三回 調査研究を基に	三重野徹	58
〈編集後記〉	吉村作治	75

巻頭言

今年第3回目となる地域振興戦略研究所の調査研究であり、7月24日にその報告会をしました。地元の皆様や日本各地からお集まりの方、福島県の行政の方、本学の教職員、学生合わせて80名ほどが聴講しました。今回は6件の調査応募があり、4月末日に5件の報告が集まりました。1件は継続調査ということでした。

応募研究者は本学から3件（4名）、学外研究員2件（3名）でテーマ的には理論研究、実態調査、アンケート、インタビューなど多岐にわたっていました。調査発表会では例年活発な討論がなされるのですが、本年はありませんでした。

地方消滅とか地方衰退とか言われている中でそうではない自治体も少なからずあります。本学の存在するいわき市は地方活性化のためのいろいろなイベントや活動を行っていますが、すべての市民が自ら積極的にやる風土ではないところでの本学のこういった取り組みはいい刺激になったと確信しています。今後ともよろしく申し上げます。

緑川 浩司
地域振興学会 会長

文化がいわきと周辺の地域振興策としてどのような形で関わるることができるかの研究 —古代エジプト WEB 博物館の創設—

山下 弘訓*

1. はじめに

今回私が提案するのは、吉村作治教授が学長に就任して以来、飛躍的にいわき市内及び福島県内で上がった東日本国際大学といわき市の知名度を、福島県外ひいては日本全国に向けて発信し、高めるため、本学エジプト考古学研究所が所蔵する資料をインターネット上に WEB 博物館を作り、一般に公開するというものである。

つまり、いわきの魅力について改めて調査し、再発見するのではなく、逆の発想として、新たな新名所を作ってしまうことで知名度を今以上に高め、地域振興につなげようというものである。これは地域振興と共に、本学の、「東日本国際大学＝エジプト調査の日本の中心」というブランディングにも大きく貢献することが期待される。

方法としては、エジプト考古学研究所が所蔵している古代エジプトに関連する遺物百数十点を、3次元写真測量の手法を用いて3Dモデルを作成し、詳細な情報とともに本研究所のホームページにバーチャルな博物館を開館するというものである。利用者は、普通の博物館の展示では見ることのできない角度から遺物を観察することができ、高解像度のデータを用意することで、まるで手にとって見ているような感覚で遺物に接することができる。これが発端となって、将来的にはWEBだけではなく、学内あるいはいわき市内に常設の展示施設を設けるための第一歩となることにもつながるような一大プロジェクトになることが十分に期待される。

2. 概要

今回対象とした遺物は、本学エジプト考古学研究所が所蔵するものと、ダハシュール北遺跡において発見され、現在はエジプト・アラブ共和国内のサッカラにある、セリム・ハッサン・ストレージ・ミュージアムに所蔵されているものである。

本学のエジプト考古学研究所に所蔵されている遺物は大小合わせて133点にのぼるが、全長3cmにも満たない石器やシャブティについては保存状態が良好な大きめのものをひとつ選択し、合計36点を公開する。

また、エジプト国内にある遺物に関しては、木棺を中心に代表的なものを3点公開する。いずれも、今後点数を増やしていく予定である。

使用したソフトは、Agisoft (<http://www.agisoft.com/>) が開発したフォトスキャン (Photoscan) というソフトで、こちらは現在考古学の分野でも高い注目を集めている。日本においては、遺物のもとより、古墳の内部をこのソフトを使って3Dデータを作成し、公開している機関も出始めている。昨

年刊行された『季刊考古学』140号では、「3D技術と考古学」と題して、考古学における3D技術の導入について特集が組まれているほど¹⁾、さらなる活用が見込まれている。また、このソフトは3DデータをPDFとして書き出すことができるため、今後、考古学関連の報告書などで活用されることが予想される。

しかし、ソフトの特性から、5cmに満たない大きさの遺物や、表面に特徴点が少ない遺物などについてはうまく3Dデータを作ることができず、写真1にあげた泥岩製のパレットや、写真2にあげた鏃（やじり）については何度も試みているもののきちんとデータ化することができなかった。

写真3はフォトスキャンを使って実際に3Dモデルを作成した際の画面であるが、円の帯のように見える部分が写真撮影した位置で、今回遺物を撮影するにあたってはターンテーブルを購入し、その上に遺物を載せて一周しながら撮影を行った。



写真1 泥岩製のパレット



写真2 ブロンズ製の鏃（やじり）

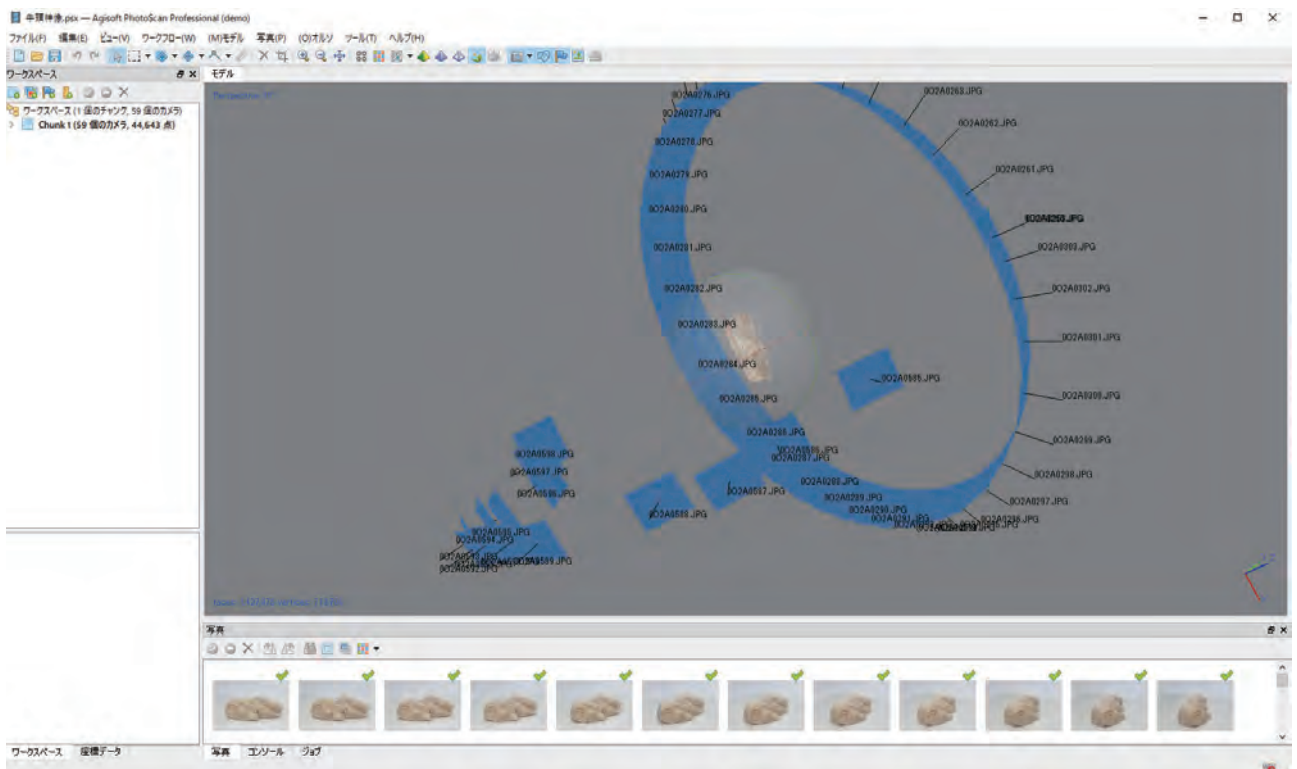


写真3 フォトスキャンでの作業の様子

そうして作成した3Dデータを、無料で使用できる公開用WEBサイト「スケッチファブ (Sketchfab)」にアップし、本研究所のWEBサイトに新たに作成したWeb Museum (<https://egypt-archaeology.jp/web-museum/>) のページに個別に埋め込んで公開する (写真4)。

3. WEB サイトについて

本研究所のWEBサイトでは、3Dモデルを掲載するとともに、エジプトに関する用語についてまとめたページも作成する (写真5)。より多くの方に関心をもっていただけるよう、基本的な用語から専門的な用語まで網羅し、各遺物の説明文からリンクできるように整備した。

また、例えばアフロディテ像などのように、発見された場所が明らかになっているものについては、

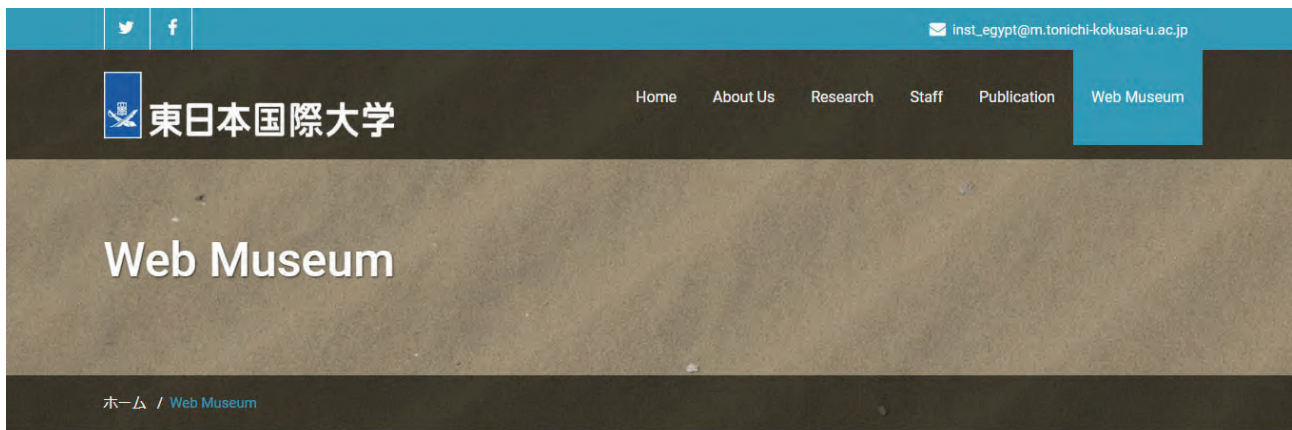


写真4 Web Museum の外観

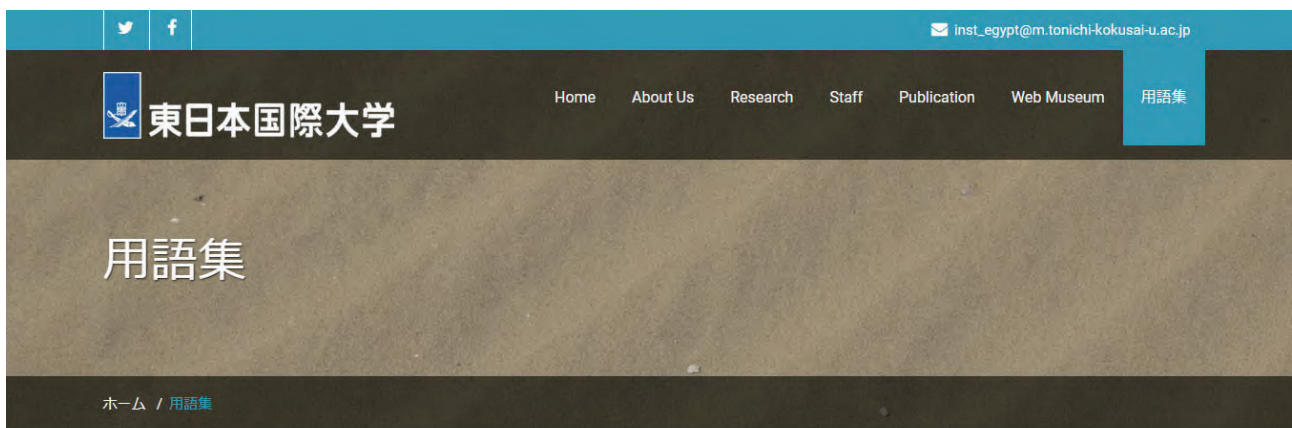


写真5 用語集のページ

Google Map を活用して、エジプト全土からズームインして、発見された地点周辺の様子が分かるような仕組みを作成した(写真6)。遺物が出土した時の状況写真(写真7)や図(図1)、遺物の実測図(図2)なども併せて公開していきたいと考えている。



写真6 遺物の出土状況を Google マップに表示

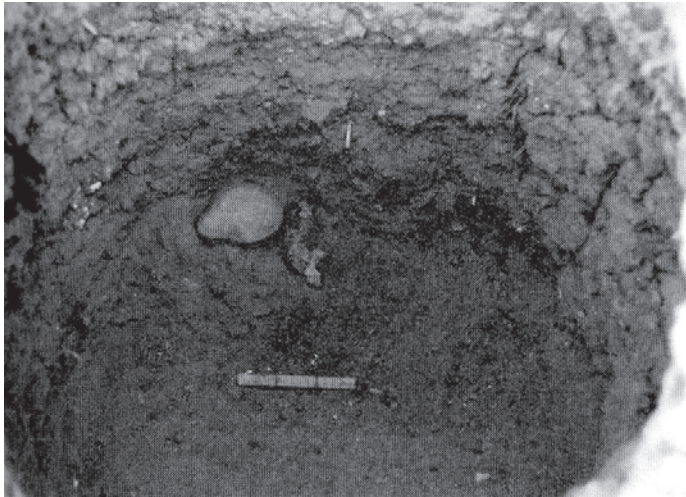


写真7 遺物の出土状況写真

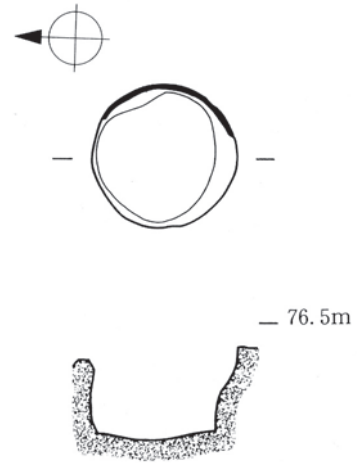


図1 遺構の図面



図2 女神像の実測図



写真8 3Dスキャナ

4. 今後の展望

今後の展望としては、まずは前述したように、特徴となる部分が少ない遺物またはサイズが小さい遺物について、どのようにして3Dデータを作成していくかという問題をクリアする必要がある。この点については、写真8にあげたポータブルスキャナを活用することで解決されることが期待できる。

また、3Dデータを作成したことで、3Dプリンタを用いて3D模型が容易に作成できる(写真9)が、現時点で本研究所が所有する3Dプリンタ、XYZプリンティング社製のダヴィンチ1.0Proは、フィラメントと呼ばれるひも状の樹脂を層状に積み重ねて生成するため、どうしても写真9にみられるような「積層痕」が残ってしまうという問題がある。

これを解消する手段としては、①専用の研磨シートを用いて手作業で研磨、②特殊な溶剤を全体に塗布する機械を使用し、表面を溶かして滑らかにする、③フィラメントではなく樹脂で造形を行う、と大きく分けて3つの手段が考えられるが、①では手作業

なので時間がかかりすぎ、②では全体を溶かすためにどうしてもサイズが実物と異なり、③では別の3Dプリンタを購入しなければならず大きな費用がかかってしまうと、どれも一長一短である。

表面の整形の問題がクリアできれば、あとは内部を中空にしておもりを入れ、重量を調整し、さらに塗装に工夫をすれば、バーチャルな空間だけではなく、実際に遺物の精巧なレプリカを手にとって見ることができるという一歩進んだ展示が可能になり、いわきの新名所として大きな可能性を持つことが期待される。



写真9 3D模型

脚注

1) 『季刊考古学』では特設ページ (http://www.yuzankaku.co.jp/user_data/special_3d.php) を開設していくつかの事例を紹介している。

いわき物産の風評被害克服のための 販売ルート開拓についての調査 —熊本県水俣市の事例を参考に—

山田 紀浩*・坂本 旬**

1. 調査の目的

2011年3月11日の東日本大震災によって、特に福島県、宮城県、岩手県の3県は大きな被害を受けたが、そのなかでも福島県は他の地域とは異なり、原発事故の実害および風評被害が、その後の復興の大きな障害となっている。

地震災害は、気象条件や自然エネルギーによる被害であるため、台風の通過地域であり、かつ火山国でもある日本では、古来より自然災害とその復興を繰り返してきた歴史をもち、多くの経験則から復興のノウハウがある。近年では、1995年1月17日に発生した震度7の阪神淡路大震災において、死者6,435人、負傷者43,792人という、当時としては戦後日本最大規模の自然災害があった。さらに、この地震災害では、震源地が神戸の市街地であったことから、街が壊滅的な打撃を受けた。それにもかかわらず、震災後7年の2002年（平成14年）に、神戸市の生活文化観光局が東京・仙台・福岡で行ったイメージ調査によると、国内旅行の行ってみたい観光地（自由回答）では、神戸が北海道、沖縄、京都に次いで4番目に人気の観光地となっていた。また、神戸のイメージも、港や異国情緒、ファッション、グルメなどが挙げられ、被災地というイメージが既に薄らいでいるという結果が出た¹⁾。被災後23年を経た現在の神戸は、都市の再興を果たして更なる発展と共に、大都市神戸の威容を示している。

ところで、2011年に起きた東日本大震災は、震災後7年が経過した現在でも復興の只中にある。災害規模が、阪神淡路大震災を超える戦後最大の自然災害であり、被災地域も広大なことから、復興までかなりの時間を要している。さらに、福島県に限っては、自然災害に加えて原発事故の影響もあり、人類がこれまで経験したことのない実害および風評被害からの克服という課題が課せられることとなった。つまり、これまでの積み上げられてきた自然災害に対する経験則を用いた復興だけでなく、これまで全く経験したことのない原発事故による被害からの克服まで担わなければならなくなった。

そこで本調査では、2017年度本学の地域ゼミで実施した、いわき物産の風評被害克服のための取り組みとして製造した物品などの販売ルート開拓に向けて、震災復興ではなく、チッソ工場からの排水によって被害を被った熊本県水俣市の人工災害からの克服を参考にすることとした。そして、水俣市の事例を、現在の福島県浜通り地域が置かれている人工災害克服の先行事例として検討し、これからのいわき物産の風評被害克服のためのアイデアを創出するため、調査を実施した。

2. 2017年度の本学地域ゼミにおける風評被害克服のための取り組み事例

2017年度、いわき市田人町貝泊地域において、本学地域ゼミが風評被害克服に向けた実証実験を行い、その一環として「貝泊高原野菜キムチ」を製造した。貝泊地域の面積は約39.35km²で、品川区の

* 東日本国際大学経済経営学部教授

** 東日本国際大学経済経営学部特任講師

約2倍の面積を持つが、2017年10月時点の世帯数は55世帯、人口は99名であり、さらに高齢化率（65歳以上）が65%を超えるため、以前より地域活性化が急務となっていた地区であった。さらに、震災後には原発事故による実害および風評被害の克服という問題にも取り組まなければならなくなった。同地区は、2011年の東日本大震災での原発事故に伴い、地域の特産品であった干ししいたけ等で実害被害を受けた場所である。そのため、本学地域ゼミでは、その克服のために実証実験研究を実施した。そこでは、干ししいたけに代わる新たな農産品として、地域の特性を利用した高原野菜を栽培し、その販売と観光を結びつける事業を検討し、貝泊地区で六次産業化を図るための地域ブランドづくりに取り組んだ。具体的には、貝泊地区の特性である高原地域を利用し栽培した白菜や大根を、キムチに加工して販売し、原発事故によって実害を被ったしいたけに代わる、新たな地域ブランドの開発を試みた研究である。

貝泊地区は、広大な面積を誇る高原農地があり、畑は連作せずに十分に休めてから作物の栽培にあたるため、収穫された野菜には付加価値があり、希少性の高い農作物が栽培されている。つまり貝泊には、地域ブランドづくりに欠かせない要素である希少性のある財と、それらを大切に地域に愛着をもった住民とが共存しているため、地域ブランドの作成に取り組む土壌は十分に存在している。そのため、2017年度の活動では、六次産業を進めると共に、貝泊の世界観を表現するブランドのロゴを作成した（図1）。



図1 貝泊ブランドのロゴマーク

この貝泊ブランドのロゴに描かれた星は、地域ゼミで行われた合宿で体験した、夜空の美しい貝泊の広大な高原を表しており、またイノシシについては、苦勞して育てた高原野菜を食べてしまう迷惑な存在でありながら、この地域ではそれを食するという自然の豊かさ、そしてそうした自然と共存しているという意味が込められている。さらにブランコは、地域ゼミの学生が家庭訪問のヒアリングで触れた、貝泊地区の方々の暖かい人情と繋がりを表現しており、これらを総称したデザインを、貝泊ブランドのロゴとして表した。貝泊には、ブランド化のヒト・モノ・バショがあり、さらに希少性の高い商品も存在している。このロゴは、学生たちとの地域活動を通して得た、貝泊の背後にある世界観をデザインしたものである。

このロゴを、専門家の指導の下で作ったキムチに付け、地域ブランド商品である「貝泊高原キムチ」として製造し、2017年11月に行われた「田人ほっこり祭」において初めて販売したが、2日間で製造した400個の商品は完売となるほど好評であった。

こうして、原発事故という人工災害による風評被害克服のために創出した「貝泊高原キムチ」の販売ルート開拓のため、人工災害の先行事例である水俣病からの克服過程を検討するため、現地での調査研究を実施した。

3. 水俣市での調査

本調査は、2018年3月7日から10日（移動日を含む）の3泊4日を実施した。3月7日（水）に水俣市立水俣病資料館、3月8日（木）はJAあしきたサラたまちゃん選果場、3月9日（金）は熊本県観光物産課および被災した熊本城を視察・訪問し、インタビューを行った。特に、水俣市立水俣病資料館と、JAあしきたサラたまちゃん選果場での調査が有用であり、そこで復興のキーワードとして挙げられた「もやい直し」が、本研究課題の趣旨に合うものであるため、以下で論じる。

2)なども併せて公開していきたいと考えている。

1) 水俣市立水俣病資料館

水俣市立水俣病資料館は、水俣病の歴史と現状を正しく認識し、悲惨な公害を再び繰り返してはならないという願いと共に、資料が散逸しないよう収集保存し、後世へ継承することを目的として1993年（平成5年）に開館した。以下では、水俣市立水俣病資料館での調査報告として、現地での聞き取り及び、資料館発行の資料『水俣病：その歴史と教訓 2015』をもとに、水俣病事件の経緯と解決、再生に向けた取り組みを中心に論じる。

① 水俣市の概要

水俣市は、熊本県の南端、鹿児島県の県境に位置し、北から北東にかけて葦北郡津奈木町、芦北町、球磨郡球磨村、南から南東にかけては鹿児島県出水市、伊佐市に接しており、西は八代海（不知火海）に面している。面積は163.29km²で、東西に約22km、南北に約14kmで、人口は25,411人（2015）である。

1889年（明治22年）、市町村制の実施により誕生した水俣村は、干潟での製塩業などが行われていたが、小規模な農漁村に過ぎなかった。しかし、1908年（明治41年）にチッソ株式会社の前身である日本窒素肥料株式会社が設立されると、企業の発展と共に、水俣も工業都市として成長を遂げた。

② 水俣病の発生

水俣病は、熊本県水俣湾周辺で、1956年（昭和31年）に初めてその発生が確認された。熊本県八代海の水俣湾一帯は、天然の魚礁に恵まれた豊かな漁場であった。しかし、その一帯で1950年（昭和20年）代後半から、貝類が死んだり、魚が浮き上がったりする現象がみられはじめ、沿岸では、猫が異常死するなどの異変が頻繁に見られるようになった。チッソの工場では、1932年（昭和7年）から、ビニールなどの原料となるアセトアルデヒドの生産が始まっていた。アセトアルデヒドを生産する過程で、強い毒性を持つメチル水銀が発生し、工場排水に混入することで海に流れ、魚や貝を汚染したことが原因であった。

1956年（昭和31年）4月21日、熊本県水俣市の幼児が、言語障害、歩行障害、摂食障害などの症状を訴え、新日本窒素肥料株式会社水俣工場付属病院に受診、入院をした。その後、同年5月1日、同様の症状を訴える患者3名が入院することで、同病院の院長は水俣保健所に報告を行った。この日が、水俣病の公式確認日となっている。

水俣病とは、工場などから排出されたメチル水銀化合物が魚などに蓄積され、この汚染された魚などを食べることで起きる中毒性の神経系の病気である。また、妊娠中の母親が汚染された魚などを食べることによって、胎盤を経由して胎児がメチル水銀中毒になり、脳性小児麻痺に似た障害をもって生まれる胎児性水俣病がある。水俣病は、空気や食物を通じてうつる伝染病ではなく、また遺伝することもないが、患者やその家族、さらには水俣出身というだけで厳しい差別を受ける状況となっていた。

③ 水俣病の原因究明

こうした水俣病について調査が行われる中、1965年（昭和40年）には新潟で、原因不明の水銀中毒患者が阿賀野川下流海岸地域に散発しているという報告があり、新潟水俣病の発生が公式に確認された。その後、新潟水俣病の汚染源とされる昭和電工を相手どり、患者らが慰謝料請求を新潟地裁に提訴し、日本初の本格的公害裁判が始まった。

こうした状況下で、政府は1968年（昭和43年）9月26日、「水俣病は、メチル水銀化合物による中毒性の中枢神経系疾患であり、チッソ水俣工場のアセトアルデヒド製造工程で副生されたメチル水銀化合物が工場排水と共に排出され、環境を汚染し、魚介類にメチル水銀化合物が濃縮蓄積され、これらの魚介類を地域住民が多食することにより生じたものである」と、水俣病に関する公式見解を発表し、水俣病は公害病と公式に認定された。水俣病が確認されてから、実に12年目のことであり、原因究明

に長時間を要したことから、水俣病の発生拡大は続いていた。

④ 水俣病に対する補償

政府による公式見解を受けて、患者やその家族はチッソに対して補償を求めたが、交渉は遅々として進まなかった。さらに、地域として経済的にも大きな影響を受けていた水俣では、患者に対する感情も難しく、同じ市民でありながら、患者とそうでない市民との対話は途絶え、地域社会のつながりも崩壊するような状況であった。

補償を求めた交渉が思うように進まなかったため、1969年（昭和44年）には患者とその家族はチッソを相手どり、総額6億4000万円余りの慰謝料請求民事訴訟を熊本地裁に提訴した。この水俣病第一次訴訟は、1973年（昭和48年）に原告勝訴となった。こうした事例の一方で、申請しても水俣病と認められない人々が、認定や補償を求めて国や県、チッソと直接交渉し、国や県の責任を追及する裁判が起こるなど、長期にわたって争いが続いた。

⑤ 解決への取り組み

このように、水俣病問題は、公害健康被害の補償などに関する法律や水俣病総合対策医療事業による患者・被害者の救済が行われていたが、法律に基づく認定申請を棄却された人々による訴訟の提起、自主交渉による救済を求める人々の運動など、紛争状態が長く続いていた。そこで、1990年（平成2年）に、「水俣病問題の早期解決のためには、話し合いによるほかはない」として、東京地裁が水俣病事件史上初めて和解を勧告したことを契機に、その後各裁判所から相次いで和解勧告が出されたが、和解や自主交渉で解決するには多くの課題があり、水俣病問題の解決は見通しも立っていない状況であった。

こうした中、水俣病被害者の高齢化が進んだことを背景に、1994年（平成6年）頃から水俣病問題の早期解決を図ろうとする政治的な動きが活発化した。こうした動きを受けて、翌年には関係者の意見を踏まえて与党3党によって水俣病問題についての最終解決案が示され、関係当事者間で合意が成立した。この合意の基本的な考え方は、以下の通りである。

（1）水俣病に関する様々な紛争については、次の枠組みより、早期に最終的かつ全面的な解決を図る。

①原因企業は、救済対象者に一時金を支払う。

②国及び熊本県は、水俣病問題の最終的かつ全面的な解決に切り、遺憾の意など何らかの責任ある態度を表明する。

③救済を受ける者は、訴訟、自主交渉、認定申請、行政不服審査請求及び行政訴訟の取り下げなどを行うことにより紛争を終結させる。

（2）国及び熊本県は、紛争の終結に際し、総合対策医療事業の継続及び申請受付再開、チッソ支援、地域再生・振興のための施策を行う。

⑥ 再生への取り組み

水俣市は、1990年（平成2年）に熊本県と共に、水俣湾埋め立て地の活用、整備を図りながら、地域住民の連携を基本とした地域づくりを推進する「環境創造みなまた推進事業」を開始した。この事業は、多くの環境問題に関する国際会議や水俣病問題を正面に見据えた市民の集い等を通じて、水俣病についての正しい理解と市民相互の理解、対外的なイメージの転換を図るなど、水俣再生に向けた取り組みであった。その結果、水俣地域ではこれまで避けて正面から向き合って話すことがなかった水俣病問題について、人前でも話せるようになり、様々な取り組みに患者・市民・行政が協働した「もやい直し」が進んだ。1998年（平成10年）に事業としては終結したが、これらの活動は、様々な水俣再生の取り組みの足がかりとなった。

以上が、水俣市立水俣病資料館での調査で得られた知見である。その中でも、長期にわたって行われた解決および再生への取り組み、特に、患者と市民、行政、加害者という、同じ地域にいながらも対立し合っていた者同士がお互いに話し合い、様々な取り組みを共に行う「もやい直し」という考え方が、本研究課題にとって大いに参考になると考えられる。

2) JA あしきたサラたまちゃん選果場

水俣市の地形は、山岳から海が開けるという特徴を持ち、眼前に豊富な海と、そこで採れる海の幸に恵まれた不知火海沿岸があるため、第一次産業では農業よりも漁業が盛んな地域である(図2)。しかし、農産品が他地域に出荷されることはほとんどなく、その大部分が地域内で消費されていた。本調査を行ったタマネギも例外ではなく、本格的な栽培の始まりは1961年(昭和36年)からであった。

水俣でのタマネギ栽培は、丸山・塩浜団地の畑で小規模に行われていたが、地域としての栽培は、1961年(昭和36年)に水俣中央青果の3名が、市内の水田で共同育苗したことから始まった。そして翌年には、水俣市農政課の指導で、水田の裏作として本格的に行われるようになり、1963年(昭和38年)には、キャベツと共に2トントラックで北九州に出荷した。その後、1968年(昭和43年)に水俣農協にタマネギ部会が発足し、1982年(昭和57年)には熊本県の指定産地となった。そして、1988年(昭和63年)に水俣市特産「サラダ用タマネギ」として初めて、試食宣伝を宮崎市内で開催した。



図2 水俣市の地図

出所：みなまた観光情報・でかくっか水俣 (<http://go-minamata.jp/map.html>, 2018年5月28日アクセス)。

JA あしきたサラたまちゃん選果場でのインタビューによると、1988年(昭和63年)に行われた試食宣伝までは、タマネギをはじめとした水俣の農産品が他地域に出荷されることは少なく、この時になって初めて、農産品に対する水俣病の風評被害を実感したということである。1956年(昭和31年)に水俣病が公式確認されてから、30年以上も経ってからということになる。

このタマネギは、平成に入ってからブランド化に向けた本格的な取り組みが始まるが、1992年（平成4年）には、化学肥料および化学合成農薬を、これまでの栽培よりも50%以上減らし、熊本型特別栽培「有作くん」の認証を受けた。1996年（平成8年）になると、国の指定産地を受け、さらにタマネギ加工施設が稼働し、価格安定に向けた取り組みが行えるようになり、販売促進のために「第1回サラたまちゃん祭り」を開催した。

1998年（平成10年）には、環境にやさしい農業の推進によるタマネギの産地拡大が、地域活性化に寄与していると高く評価され、第3回全国環境保全型農業コンクールで農林水産大臣賞を受賞した。

また、東京都の流通協定を結ぶことで、関東地方への本格的な出荷も始まり、「サラたまちゃん」が商標登録されたことも相まって知名度が大きく向上した。こうしたことに加えて、同年には地元肥料メーカーであるチッソ旭と共に「サラたまちゃん専用肥料」も開発した。このことは、チッソで長年苦しんできた街が、伝統的な「もやい直し」によって分断から回復し、持続可能な地域発展を探求したことが実を結んだ形であると考えられる。そして1999年（平成11年）から、このタマネギを「サラたまちゃんブランド」として販売を開始した（図3）。



図3 サラたまちゃんのロゴマーク

こうした活動が認められ、2001年（平成13年）には、環境にやさしい持続性の高い農業方式として農林水産省の「全生産者エコファーマー認定」を受け、環境保全型農業支払交付金や、農業改良資金の特別措置が受けられるようになった。これにより、移植機などの生産機器の導入を進めることが可能となり、出荷量の拡大につながった。また、2013年（平成25年）にも、「サラたまちゃん専用肥料」の改良を行い、有機肥料に近い肥料へ改良することで、環境保全の継続に努めている。

以上が、JAあしきたサラたまちゃん選果場での調査報告である。JAあしきたによる風評被害克服のための徹底したブランド化の道のりは、本研究課題でも参考になるものであり、さらにここでも、「もやい直し」が重要なキーワードとなっていた。風評被害克服や復興にとって、「もやい直し」は大きな意味を持つと考えられる。そこで以下では、この「もやい直し」に注目し、復興や風評被害克服について考える足がかりとしたい。

3) もやい直し

「もやい直し」の「もやい」とは、船と船、あるいは船と岸壁とをつなぎ止める艀綱（ともづな）を指すものであり、「舳」と書く。また、他の人と共同で事をしたり、資金を出し合って物を所有したりすることも意味し、その場合には「催合い」または「最合い」と記される。「もやい直し」という表現が初めて公式に用いられたのは、1994年（平成6年）の第三回水俣病犠牲者慰霊式のことであった。当時の市長であった吉井正澄氏は式辞において、「もやい直し」という言葉に、対立やわだかまりを乗り越え、市民が団結して水俣病問題を克服していくという強い思いを込めた。特に、水俣病を契機に分断された市民の心をひとつにつなぎとめ、市民が共同で助け合いながら地域社会を支え、一体となってまちづくりを進めようという意味で、この言葉が象徴的に用いられた²⁾。

先にも述べたように、水俣病が発生した当時、患者は伝染病や奇病と疑われ、近所づきあいを断られる等の差別が発生していた。その後、水俣病の原因がチッソから排出されるメチル水銀化合物であることが明らかとなっても、それまで経済的にチッソに依存して生活していた市民が多く、患者は裁判や補償でチッソを脅かす存在として疎まれることもあった。さらに、認定申請をした患者の中に、「偽

患者」がいるという噂まで流れるなど、補償金にまつわる差別や嫌がらせも生じた。こうした事態に加えて、チッソの大規模な労働争議も重なったため、住民間の激しい対立が生じ、立場が違う者同士の対話が途絶えた状態が長く続いていた。

しかしながら近年では、こうした過ちを乗り越え、「対立からは何も生まれない」と気がつき始めた行政・市民・被害者・加害者が共に、「もやい直し」として対話や催しを積み重ねながら水俣再生に向けて行動を始めることとなった。1990年に始まった「環境創造みなまた推進事業」は、熊本県の予算と人員の削減もあり、地元主導の事業へと変化したが、それによって水俣病患者団体や支援団体の関係者が事業への関与を強めていった。そのなかでも、行政、市民、患者団体、支援団体の歩み寄りが進んだきっかけは、1993年に発足した「水俣研究会」であった。この「水俣研究会」は、若手の市民有志に呼びかけて始まった任意の研究会であり、ここでの議論を皮切りに、1994年の「水俣病と水俣の明日を語り合う青年の夕べ」や、「水俣の再生を考える市民の集い：そろそろもやい直し始めんば」などの各種行事へとつながっていった。そこでは、患者や家族、支援者らが登壇して自らの体験を語り、意見を述べた。これらの取り組みは、水俣病を開かれた場所で正面から扱うことで、従来の状況に一石を投じたと言われている³⁾。

ここまで見てきたように、水俣では「もやい直し」をキーワードとして、様々な取り組みがなされてきた。先の活動の他にも、「もやい直し」関連としては、「水俣の福祉を考える市民の集い」や、慰霊祭である「火のまつり」、「水俣の海に唄う」などのイベントを展開し、市民一人一人が水俣病の問題に向き合えるような環境づくりが進められた⁴⁾。こうして「もやい直し」は、患者・市民・行政が協働し、人と人との絆を結び直す活動を象徴する言葉として浸透し、加えて1996年(平成8年)から1998年(平成10年)にかけて、「水俣市総合もやい直しセンター『もやい館』」や、「水俣市南部もやい直しセンター『おれんじ館』」が、国の補助を受けて建設された。これら施設は、地域のきずなの修復を図る交流の場や福祉サービスの拠点として活用されている。

4. おわりに

本調査では、2017年に本学地域ゼミで実施した、いわき物産の風評被害克服のための取り組みとして製造した物品などの販売ルート開拓に向けて、熊本県水俣市で起きた「公害の原点」といわれる水俣病からの克服を参考事例とするため、現地での調査を実施した。

東日本大震災で福島県浜通地方は、自然災害による被害ばかりでなく、これまでの人類史上で経験のない原発事故による放射能漏れと、それによる風評被害という人工災害を被り、そこからの復興という大きな課題が突きつけられている。また、熊本県水俣市で起きた水俣病は、チッソ工場から排出される工業排水が原因となり、これに含まれていたメチル水銀が魚介類の食物連鎖により生物凝縮し、それを知らずに地域住民の一部がその魚介類を摂取した事で見られたメチル水銀化合物による中毒症であり、環境汚染の食物連鎖で起きた人類史上初の病気である。こうした人工災害からの復興という点で、水俣病の事例は、いわき物産の風評被害克服のために大いに参考になる。本稿では、特に水俣市水俣病資料館と、JAあしきたサラたまちゃん選果場での調査を中心に検討したが、この2つの事例におけるキーワードであり、かつ、いわき物産の風評被害克服のためにも有用となるのは「もやい直し」である。

「もやい直し」は、複数の人間が労力を出し合い、ひとつの独立した作業や事業を行うことであり、交換して行う共同労働ではない。さらに、成果を平等に分配するという意味も込められており、近年までは漁業で盛んに用いられていた用語である。こうしたことから、水俣での「もやい直し」とは、人と人との関係や自然と人との関係が一度壊れてしまった水俣において、水俣病と正面から向き合い、対話し協働する取り組みを指す言葉となった。つまり、深刻なまでに分断してしまった水俣の人々の心の絆を、もう一度つなぎ合わせることを象徴した言葉である。

水俣では、1908年（明治41年）に日本窒素肥料株式会社が発足し、本格的に工場が稼働した。この工場が後に水俣病の原因となるのだが、その一方で、同工場は水俣の住民が地域発展を求めて誘致し、半世紀にわたって地域の中心産業として発展・活性化に寄与した。その間に、この地域の人口も12,040人（1889年）から50,461人（1956年）に増加している。しかし、結局はこの工場からの排水が、地域を破壊してしまうこととなった。自然と人間との関係はもちろん、地域内の人間同士の関係も壊れてしまった。同じ地域内に加害者と被害者という対立構造が生まれ、被害者の中でも補助金を受け取った者と受け取ることができなかった者の間で軋轢が生じた。水俣病とは、中毒性の神経系公害病であると同時に、自然と人間の関係、そして人間と人間の間での関係をも破壊させた人工災害であった。

ここまで見てきた人工災害の構造は、東日本大震災で原発事故による風評被害をうけたいわき市の実情と重なる部分も多い。福島原発は元々、福島県知事が相双地区の発展のために誘致したものであり、半世紀近く同地区の発展と活性化に寄与してきた。しかし、先の原発事故によって、水俣と同様に自然と人間との関係、そして人間同士の関係も崩壊してしまった。さらにいわき市においても、被害者間で補助金の額などで軋轢が生じている。

こうした人工災害からの克服において、水俣では、地域の伝統的な考えである「もやい直し」に着目した。自然と人間、そして人間と人間の間で分断されてしまった絆を、再びつなぎ合わせようとする取り組みである。1992年（平成4年）、水俣市は日本で初めて「環境モデル都市づくり宣言」を行い、「みなまたエコタウン」を造成した。そして、地域内で水俣病の被害者側と加害者側が手を取り合って環境問題に取り組み、自然との共生を目指した環境保全都市づくりに臨み、豊かな自然を守るための再生可能エネルギーの積極的な活用を努めている。また、地域ブランドの一環として開発した「サラたまちゃん」の専用肥料には、かつて水俣を苦しめた地元のチッソ工場との共同開発で製造されたものを使用している。こうして水俣は、伝統的な「もやい直し」の考えのもとで、崩壊してしまった自然と人間との関係、そして人間同士の関係の修復に努め、地域活性化のために新たにつくりあげた地域ブランドの製造・販売を展開している。

水俣病は、環境汚染の食物連鎖で起きた人類史上初の病気であり、水俣市はそこからの災害復興を推し進めてきた。福島県浜通り地方は、原発事故による放射能災害を原因とした人類史上初の風評被害からの復興を進めようとしている。どちらも人工災害であり、類似した構造をもつことから、いわきにおける復興でも、水俣の復興過程は参考になる点が多い。その中でも特に、「もやい直し」が重要なキーワードになると考えられる。

註

- 1) 神戸市生活文化観光局交流課「神戸市のイメージ調査結果について」2003年。
- 2) 遠州尋美（2013）『『もやい直し』と『あるもの探し』：災害復興を支える共同性』『LINK』（Vol. 5）14頁；除本理史（2015）「公害被害地域の再生に関する一試論：水俣『もやい直し』再考』『経営研究』（66巻3号）31頁。
- 3) 除本（2015）40頁。
- 4) 小松原織香（2016）「水俣の祈りと赦し：1990年代の『もやい直し』事業を再検討する』『現代生命哲学研究』（5）51-60頁。

参考文献

- 遠州尋美（2013）『『もやい直し』と『あるもの探し』：災害復興を支える共同性』『LINK』（Vol. 5）。
- 小松原織香（2016）「水俣の祈りと赦し：1990年代の『もやい直し』事業を再検討する』『現代生命哲学研究』（5）。
- 重本直利（2010）「もやい直しの経営学序説：社会的合理性からの公共経営論』『社会科学研究年報』（40）。
- 除本理史（2015）「公害被害地域の再生に関する一試論：水俣『もやい直し』再考』『経営研究』（66巻3号）。
- 丸山定巳（2000）「水俣病に対する責任：発生・拡大・救済責任の問題をめぐる』『環境社会学研究』（6）。
- 水俣市立水俣病資料館（2015）『水俣病：その歴史と教訓 2015』。
- 山田紀浩（2018）「風評に負けない地域ブランドづくり：いわき市田人町貝泊地区の事例を中心に」『東日本国際大学研究紀要』（23巻1号）。

地域振興実践モデルの研究

齋藤次男*・朝田健治**

はじめに

本研究は、この「立体モデル」を、いわき市の周辺市町村の「地域振興の戦略手法」として、利用されることを願って提出するものであります。

(調査項目・2)

これまでの、「まちづくりの経験」からいえることは、「地域振興戦略の第一歩」は、その地域の人々が、まず、自分の住む場所に「興味」と「関心」を持ち、その「特徴」をしっかりと把握してかかることであると確信しております。

なぜなら、これがなければ、まちづくりも、地域振興も旨くゆかないという事を数多く経験してきたからであります。たとえば、土台がしっかりしていなければ、丈夫な家が建てられないと同じように、住民が自分の町に「興味」と「関心」をもち、自分の町の「特徴と、可能性」をよく知ってかかることが、まちづくりや、地域の振興計画を進めるための、土台であると考えます。

こうしたことを、実践するために、われわれは、これまで「映像制作を、まちづくりの中へ持ち込む」…すなわち、「映像からのまちづくり」という活動を全国的に展開してきました。本研究は、これまで積み重ねて来た各市町村の実践結果を集約し、さらに新たな段階に発展させようとする研究であります。そして、色々な試行錯誤の結果つくりあげた街づくりの道具、即ち「どこでも、誰でも使える、まちづくりの道具」が、これからご紹介する「地域振興立体モデル」であります。

しかし、いきなり「立体モデル」といっても、それがどのようにして生まれ来たのかを説明しないと、理解して頂けないので、以下、その内容について、順次、説明いたしたいと思います。

第一ステップ＜本研究の出発点＞

本研究の内容を説明する前に、「立体モデル」を作り出した「きっかけ」について述べて置きたいと思えます。

A) 出発点・・・(調査研究+映像)

個人的な話になりますが、私の前歴は、「映画のプロデューサー」であり、約15年間、松竹映画撮影所で映画製作に携わってきました。(「切腹」、「男はつらいよ」などの作品があります)・・・40歳の時、松竹を退社しまして、全くジャンルの違う都市計画の研究所、即ち、「株式会社社会計画研究所」というところで都市計画、地域問題・まちづくり、などの調査研究を行ってきました。



立体モデル

* , ** 東日本国際大学地域振興戦略研究所研究員

私の専門とする仕事内容は「映像によるまちづくりと、市民の合意形成」ということでありました。具体的には、映像制作という作業を、まちづくりの中へ持ち込んで、住民と共にその街の課題を発見し、解決するという、当時としては、かなり変わった手法でありました。

そのためには、住民と共に、その街の現状を調べ、その成果を、まず「シナリオ」として作りあげます。それからシナリオに従って撮影し、音楽とか、ナレーションをつけます。できあがった作品をその地域に、上映して、広く人々の「関心と興味」をかきたて「街づくりの合意を形成」を図ってゆくという作業であります。簡単に言えば、「まちづくりの調査研究+映像制作=住民の合意形成」ということであります。（*ちなみに、30年間、全国約百か所でこれを行ってきました）

出発点となった青森県・八戸・「海の樹」の場合

しかし、「映像からの街づくり」といっても、分りやすく映像で表現するには、色々な工夫が必要となります。なぜなら、映像作品に人の心を掴むインパクトがなければ、人々の「興味」を呼び起こすことができません。さらに、そこに表現されるものが、従来の「基本計画」や「総合計画」のような、公式的な固いものではなく、あくまでも、「住民の参加による共同作業によって生み出された、独自の内容を持つもの」でなければ、住民の納得は得られません。



海の樹

そうした切羽詰まった状況の許で、最初に生まれたのが、数十年前、青森県八戸市で作った「海の樹」いうものであります。

これは一見しただけでは、意味がよく解らないと思いますが、八戸という未知の舞台に立たされたとき、どういう経緯でこれが生まれて来たかを、説明致します。

「四つの分析視点・（4×4の方式）」・立体模型・その一を示す

A) ある街を分析してゆくためには、どこの街にも共通して存在する「四つの基本条件」があります。

即ち、その街の1「地理的条件」2「歴史的条件」3「経済的条件」4「文化的条件」であります。これは、どこの街にも共通して存在します。

B) そして、全国の市町村の特徴を把握してみると、概ね、次の「四つのジャンル」に分けて捉えることが出来るようになります。即ち、1「海の町」2「平野の町」3「山の町」4「川の町」です。まことに大ざっぱな分け方ですが、実際やってみるとこれで十分でした。当てはまらないところは、それぞれを適切に組み合わせれば解決できます。

（*ちなみに、いわき市は、1, 2, 3, 4, のミックスした典型的事例であります。）

C) 「4×4方式」・常に、A（4条件）、B（4ジャンル）を重ねて使うので、これを、仮に「4×4の方式」と呼ぶことにしています。

ご存じでしょうが、「青森県八戸市」という街は、東北地方でも有数な「海の町」であり、何度も「魚の水揚げ日本一」となった漁業の町で、小名浜と同じように港町として全国的に知られてきたところでありす。

先に述べた市町村の「四つのジャンル」の分類に従えば、言うまでもなく、この町は、典型的な「海の町」、「港の町」に属します。

まず、この町の四つの基本条件（地理、歴史、経済、文化）について、街づくりに興味をもつ参加者全体に、担当分野をきめ、それぞれ自由に意見を述べてもらい、その要点を「K・J法」で集約しました。

その内容はショッキングなものでした。そこには、「人が人を食う」というような、度重なる飢饉によって苦しめられた東北の典型的な歴史が浮かび上がってきました。しかし、それは一応横に置きまして、四つの軸に対する人々の集約した意見をもとにして、直感したことは、「この町はどこへ行っても「海の音が響いている」ということでした。それを頼りに、その全体像を掴むため、町を空から俯瞰してみますと、そこにこの町の大きな特徴を発見することができたのです。

図でもお分かりになりますように、この町の都市形成の骨格が、主要道路を地図の上でなぞることによって、はっきりと掴むことが出来たのです。つまり、道路の形がまるで、海に根を張った大きな樹のような形になっていることが分ります。

それをもとにして、この町を、一つの象徴的な形に表現したものが、この「海の樹」というシンボルであります。(図示)

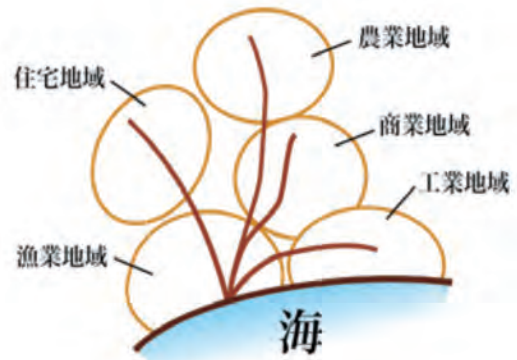
この「海の樹」の持つ意味は、八戸市は、海をバネとして発展してきた街であるということが、ひと目でわかることになります。

港をバネにして、工業、商業、農業、住宅、観光などが次第にこの町を発展させてきた原動力であり、それが、都市形成の時系列的な形となって海の樹に結晶しています。同時に、これは、八戸という街の核心となる、いわば八戸の精神母体となっていることが分ります。

「海が開ければ、やがて、街も開けてくる」と言ったのが、明治時代の八戸市長・神田重雄、という人でありました。この人は、いみじくも、戊辰戦争の結果、青森に移住させられた会津藩士の一人でした。その後、八戸市は、この神田市長の考えた通りに発展してきました。その成長の姿を端的にあらわしているのが、この「海の樹」であると思っております。

(余談ですが、八戸で行った、この「映像からのまちづくり活動」は、その後、J Cのまちづくり活動などを通して、広く全国に広がってゆきました。おかげさまで、私もこの仕事で、その後の仕事を続けさせてもらうことが出来ました。私にとっても「海の樹大明神」というわけであります。)

(*この「海の樹」は、現在も八戸の中心商店街にモニュメントとして置かれている筈です。変な形に具象化されてはいますが、その時の名残です。)



八戸・海の樹



第二ステップ 〈全国市町村への適用〉

A) 港町「横浜市」への適用（二つの翼で羽ばたく街）

この方式は、その後、全国の「海の町」に適用してきましたが、それぞれに有効でありました。（勝田、那珂湊・焼津市など・・・）

それならば、この考えを、自分が住んでいる「横浜市」に適用したらどうなるだろうか？・・・と考えてみました。別に、横浜市から頼まれたわけではありませんが、八戸の場合に比べて、どんな答えが生まれて来るのかという興味がわいてきたからです。ですから自由勝手にやってみることにしました。

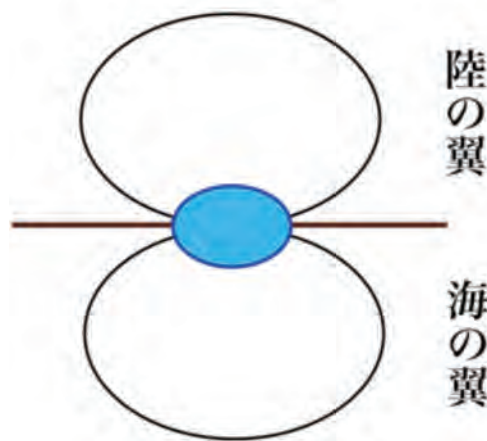
「海の町」は、とりもなおさず「港の町」であります。いわき市の小名浜も同じことです。だが「海の町」と一口に言っても、皆、内容が違ってきます。人の顔が違うように、日本の港町は、その骨格も内容も全部違ってきます。そして、横浜には、横浜の独自の港の姿があります。それを何とか新しい視点からとらえなおせないだろうか、と思ったわけであります。

しかし、横浜という大都市の「核心」を、一枚の映像で象徴的に表現しているものは、これまであまり見たことがありません。それを、一映像制作者が、やろうとすれば、どうしても、従来の都市計画の専門家たちの視点ではなく、横浜市民としての自分が納得できるような、わかりやすいものに表現しなければなりません。

ご存じのように「みなとみらい」という都市計画によって、全国でも最先端を走ってきた横浜市都市計画局には、現在も、色々なまちづくり計画が次々に展開されています。それは、それで結構なことですが、それならば原点に戻って、横浜という街の最大特徴（核心）はどこにあるかと言えば、簡単にこれを説明することは、困難であります。

しかし、私は、これまでの経験から、都市計画には様々な視点があってもかまわないと思っています。横浜市といえども、必ずしも、都市計画の専門家の独占舞台ではないはずですよ。

もし、一横浜市民として、横浜の基本構造は何かということ、ビジュアルに把握することが出来れば、横浜市というものに対する一般市民の関心と興味もわいてくるでありましょう。そうした街づくりの「関心」を引き出すことが、「映像からのまちづくり」の第一の目的であります。いろいろな試行錯誤の上で、これを図示したのが次の図であります。



ふたつの翼の接点としての横浜市

#その1、「海の翼」

この図は、横浜という街を歴史的に眺めてきますと、当然のことですが横浜港は、「港」の機能を通じて、その流通網は、全世界に広がっています。これが、横浜成立の第一条件であります。これを、仮に「海の翼」と呼ぶことにします。

#その2、「陸の翼」

また、港の機能として、横浜は、開港以来、日本中のいろいろな産物を、この港に集め、ここから世界へ広がる「海の翼」へ、バトンタッチすることになります。

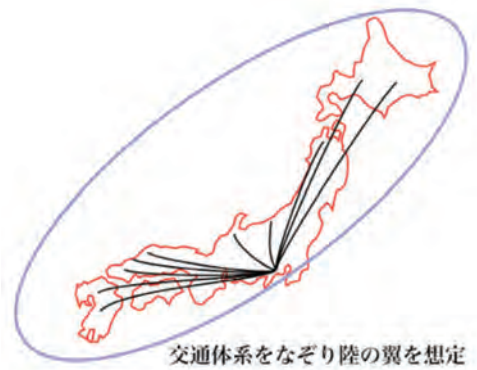
つまりこの二つの翼が交わる場所が横浜という街が持つ最大の都市的機能であるということが出来ましょう。規模の大きい港は横浜に限らず、どこの港も、この陸と海の翼の相互作用によって成立しているといえます。



浮かび上がる巨大な海の翼

以上の事から導き出されたのがこの蝶々の図であります。
 小学一年生にもわかる単純なシンボルではありますが、一般住民として、横浜をビジュアルに捉えるには、これがいちばん分りやすい形だと思えます。

横浜港の姿は、時代に応じて、漁港・外交港・工業港・流通湊・商業港・観光港・情報港、などと言う風に、その羽の色は絶えず変化し続けてきました。しかし、大きく見ますと、横浜という街の、「核心」となる機能は、やはり「陸の翼」と、「海の翼」の相互作用を活かす接点であることは変わっていないと思えます。

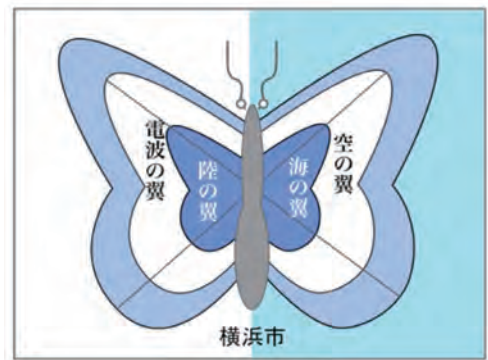


交通体系をなぞり陸の翼を想定

従ってこれを〈二つの翼で羽ばたく街〉としてとらえた訳であります。この蝶々のような姿が、たとえ、其の翼の内容が、様々に変わり、現在では、観光港から情報港へと変化しても、羽の色や中身が変わるだけで、根本は変わらないと考えます。このシンボルを土台として、どんな具体的計画を生み出すかは、都市計画局の独壇場になるでしょう。

「港町」については、ほかに色々な考え方がありますが、私にとってこれが一番わかりやすい横浜の姿であると思っています。

いわき市の「小名浜」も同じことだと思えます。小名浜の翼の変化も、大体横浜と同じようなプロセスを辿るだろうと考えられます



シンボル 横浜市の「旗印」

B) 山の町への適用

次に「山の町」について考えてみます。

言うまでもなく、日本列島の65%は山であります。山という生活環境は日本人にとって最も根源的な郷愁を与える、いわば「生まれの場所」であるということが出来ます。古代からの山の生活環境を最もよく現しているのが、所謂、「舌状台地（ぜつじょうだいち）」と呼ばれるものであります。

「舌状台地」は、その地形が人間の「舌」がせり出した形によく似ていることから呼ばれています。南面の日当たりよい場所で、背後に山があり、前に小さな川が流れ、家の前に畑があります。

すなわち、山の幸、川の幸、畑の幸、によって生活が支えられ、外敵から身を守る小天地になっていて、原始的生活環境としては、一つの完結した自然条件を備えています。

このように、山の町は、舌状台地の集合という独特の自然条件を備えており、こうした視点から山の本質を捉えてゆく必要があります

*岡山県新見市の場合

今、問題を分りやすくするために、「山の町の」典型である、中国地方の山間部の町、岡山県の「新見市（にいみ）」を例にとり、「山の町」のもつ、特徴をビジュアルに表現してみることになります。

まず、四つの基本軸から、この町の姿を捉えてみます。即ち、地理軸、歴史軸、経済軸、文化軸、か



舌状台地の構造

ら分析してみます。

そこから見えてくることは、この町は、山の資源を市場に集め、それを束ねて、平野の町へ流すという結節点の位置にあり、それによって 経済が成り立っていることが分ります。また、逆に平野の資源を山に運ぶという循環的な物流構造を持った街でもあります。

また、その相互の交流の中だちとなるのが、山から、平野へ流れる高梁川（たかはしがわ）という河川であります。この川の船運を利用して、山の資源を平野の町である大阪、岡山、広島方面へ流通させ、またその逆の場合もあります。

この相互作用を利用して、新見市は、その生活を維持してきたのであり、この相互循環運動こそが、新見に限らず、多くの山村地域が行ってきた基本的な生活構造であるといえましょう。

もちろん、この結果を導き出すには、「4 x 4方式」で、新見市の徹底的な学習が必要でありましたが、ここでは省略します。

こうした、基本的な流れを、形に表したものが、次に図示する山の町のビジュアルな基本構造であります。

砂時計型基本構造

つまり、砂時計のように、山と平野の交流を交互にひっくり返しなが、新見という山の町はその存在を維持してきたと考えることが出来ます。

これを、街づくりの基本に据えることによって、山間部流通拠点都市としての、基本的な構造を把握することが出来ます。

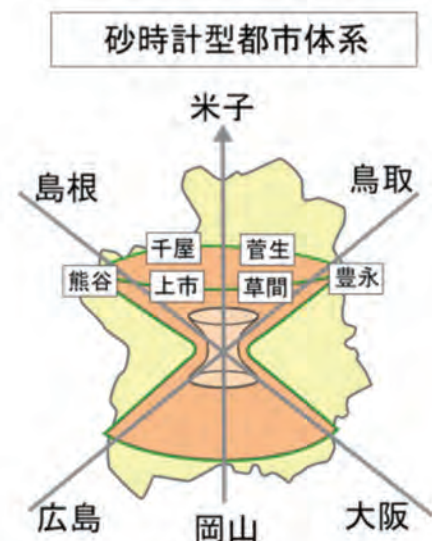
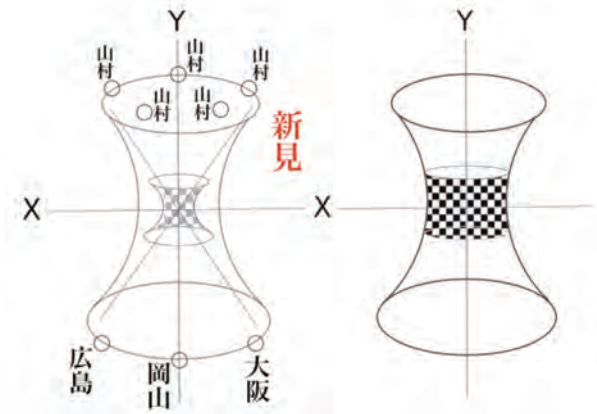
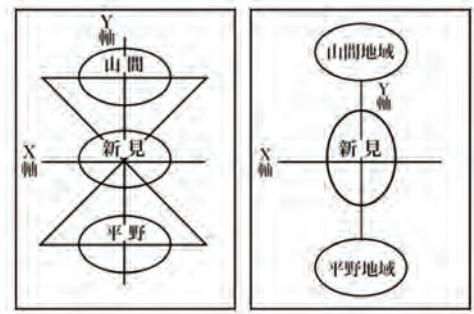
これを、図式化したのが、この「砂時計型の都市構造」ですが、その基本は、港町横浜の機能とよく似ているかもしれません。

ただ、山の町もまた、その背後に大きな山の資産をもっています。それは、木材をはじめとして、鉄、石灰、牧畜、高原野菜、漆、木炭などがあり、山には、木地師、金堀、猟師、吹師、など、が古来から伝統的な生活を繰り返して、来た豊かな潜在能力があります。昔から、これを新見市で物々交換し、新見市はこれを平野に流してその経済を支えてきました。

それを一つの形に表したのが、この「砂時計型の山の町のシンボル」であります。

山林研究家の「山尾行一氏」は、山の資源を交互に結び付ける、いわゆる「グリーンコンビナート、システム」を提唱し、実行されています。

しかしこのやり方は、いわき市においても、「遠野興産」の、「木材のカスケード利用」として行われております。木材を最後の最後まで、一貫した流れの中で捉えて、使い尽すという、「山の産業の典型」であり、村尾行一氏の「グリーンコ



ンビナート」構想と同じ考え方に立っているということが出来るでしょう。

いずれにせよ、山の町の地域振興策も、この砂時計型の基本構造に新しい山の産業の開発計画が立てられて行くのが望ましいと考えられます。

C) 平野の町への適用

四つの基本的構造軸（空間軸、時間軸、経済軸、文化軸）から、日本列島の「平野の町」について考えてみましょう。

歴史的に見れば当然の事ですが、平野の地域には、「城下町」の存在が大きく浮かび上がってきます。日本の主な城下町は、円心状の平野の中心に作られてきたものが多いようです。

古代、中世の「山城の時代」を過ぎますと江戸城も、大阪城も、名古屋城も、仙台城も、それぞれ周辺に広大な農業平野を抱えて成立しています。さらにそれは平地流通城の形へ変化してゆきます。

城下町の成立には様々な形がありますが、最も特徴的な形は、新田開発によって、周辺平野を豊かな農地や水田に変えていき、その中心に城下町を作るといった例が多いと言えます。従って城を中心に同心円状に広がる形の城下町ができあがるわけです。

また、近世の城下町は、武士、農民、商人、手工業者などを別々に区切った形で住まわせました。つまり、日本の城下町は、すべて、城主の住む「城」を守るように設計されています。その外側に、防御の砦として、寺社仏閣、農民、商工民、の住居が配置されています。この構造から、城下町という平野に囲まれた町は、現代においても、まだ、かすかにその武士中心の「特権性」を維持し、「封建的気質」が抜け切れていないという特徴をもつところが多いようです。



城下町の構造

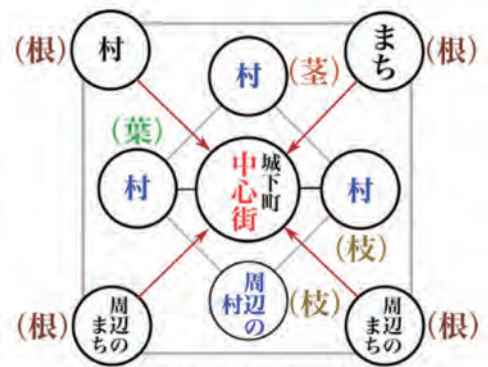
*新潟県新発田市の場合・「平野の町」円心型都市構造

「平野の町」の「核心」を掴むには、その商業活動に焦点をあててゆくのが近道であるようです。

その典型として、「新潟県新発田市」を例にとって考えてみよう。江戸時代、この町は商業が盛んであり、「六歳市」という月に六回も市が開かれ、越後の国の商業番付では、横綱の位置にありました。その原動力となったのは、新しい田を開く・・・「新発田」という名が示すように、大規模な新田開発による農業生産耕地の飛躍的増大でした。

こうした地理的分析から生まれてくるのが、いわゆる「農商一体構造」という、平野城下町の基本的都市の骨格であります。

これを一般市民に納得して貰えるような、ビジュアルな形で表現すれば、それは、例えば「一本の花の構造」に例えることができるかもしれません。



新発田市と周辺町村をマンダラシステムに置き替える

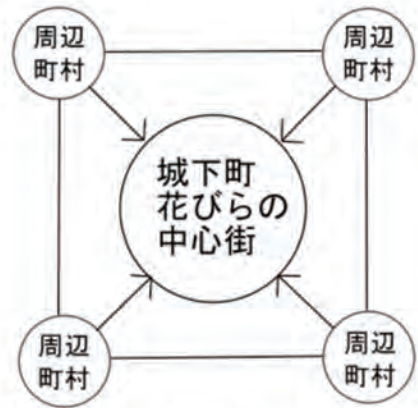
この町の中心商店街を、「花びら」に例えれば、その花の「根」は周辺の農村地域に放射状に広がっているということが出来ます。そして、花の「茎」は、周辺と中心を結ぶ交通、道路体系であると言えます。

このおおまかな花の構造で「農商一体構造の町」の核心を掴むことが出来れば、具体的な街づくりの

方向は自ずから決まってきます。

つまり、中心商店街という、花びらを勢いよく咲かせる〈活性化〉させるには、根と茎がしっかりしていなければなりません。花びらという中心商店街を活性化するには、周辺の農業地域との交流を盛んにしなければならず、花と茎と根の放射状の道路整備により、その連帯関係が、スムーズに行けば、そこから、「農商一体の経済活動」が生まれ、周辺地域との様々な交流も盛んになります。それを都市計画に具体化してゆけばよいと思います。このとき、城は新たな集まりの場所となる必要があります。

この農商一体の基本を忘れた時・・・周辺の市町村は、新潟など、外のところへ買い物に行くことになり、花びらとしての中心商店街の衰退につながってゆきます。これは、新発田市に限らず、あらゆる平野の城下町に共通する特性のように思われます。



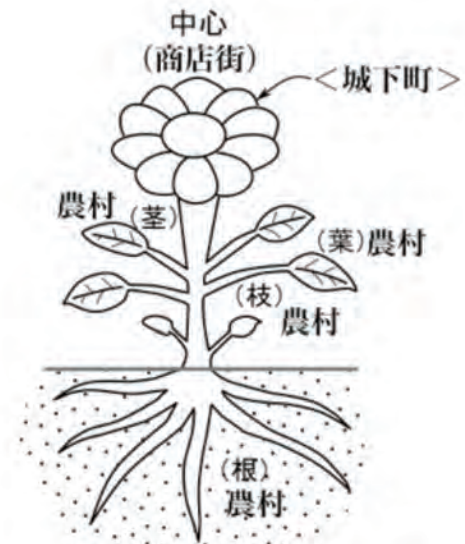
城下町と周辺市町村の関係

一本の花の構造と農商一体構造構造

これを、具体的に実行し、六斎市をひらいて、農商一体の経済交流を図った、新発田城主溝口秀勝は、戦国時代の「兵站の専門家」として知られており、そこから新田開発と平地流通城型の建設による農商一体の経済活動都市を作り出したと考えられます。

これは、全国の平野城下町に共通する街づくりの基本的な考え方ですが、この考え方を現代に生かして、中心機能をコンパクトにして、再生した町の例もいくつかあるように思います。

ちなみに、・・・いわき市においても、駅周辺の城下町の中心商店街も同じ構造をもっているようです。したがって、中心の花びらと、周辺地区との一体化を図ることは同じであると考えられます。そのために何をすればよいのかは、新発田の例から推察することができる筈です。



城下町のシンボル

農商一体構造のシンボル

D) 川の町への適用

「川の町」という表現は、大雑把な表現ですが、この場合は、「大きな河川に面している街」、例えば大阪の淀川水系に面した、「高槻市」、「茨木市」、「枚方市」などを思い浮かべて頂ければと思います。これまで述べて来た「四つの基本軸」からみても、こうした大きな河川に面している街は、必然的に、その道路構造も河川に沿った、細長い平行の形をしたものになっています。対岸の枚方市などにも見られるように、河川交通によって栄えた所は、大体同じような構造を持っており、経済も文化も生活も、「川の町」独特な特徴を備えて居るところが多いようです。

日本列島には、大小様々な「河川」が流れており、その流域の市町村も大体、こうした帯状の都市構造を持っているところが多いようです。従って、これらは「河川流域型市町村」と呼ぶことが出来るでありましょう。しかし、ここでは、分りやすくするために、「川の町」と呼んでおきます。

*大阪府・茨木市の場合

この「川の町」典型的な一例として、淀川水系に位置する、大阪府・茨木市を事例に考えてみます。もちろん、「川の町」ということに焦点を当てるまでには、茨木市の、地理的、歴史的、経済的、文化的という四本の基本軸で、中心とすべきものは何かを十分調べ上げました。←(4 x 4方式)その上で、この町の大きな特徴が、「直線型道路体系」であり、それがこの町の重要な街づくりの核心であると判断し、その一点から「川の町」の問題点を、ビジュアルな形で表現してみようとしたわけであります。

河川流域都市の「道路・交通体系の特徴」

茨木市は、大阪と京都の丁度真ん中あたりにある都市です。南北に長く長方形をして、北半分は丹波高原の一部である「老いの坂山地」の麓であります。人口は当時、約25万で、大阪市のベッドタウンの役割を持った街です。明るく、エネルギーギッシュな中堅都市であると言えます。歴史的には、「酒呑童子」と仲間であったあの（茨木童子）の生まれ故郷でもあります。

茨木市は全体的に見ると瓢箪型の都市なのですが、中心部は、淀川に面した平野部に、ほとんどの中枢機能が集まっている街です。

その理由は、阪急京都線、名神高速道路、を始めとして主要な交通体系が、この南部の淀川に沿った平坦地に集中しているということです。それらは、まさに、河川流域都市として、むかしからの河川交通の歴史と共に、川に沿って作られている街だからであります

この図から言えることは、南半分に都市機能のほとんどが集中しており、北半分の山地は見捨てられている構造になっています。

南半分の地域には、パナソニックや大手流通業者など日本有数の企業群が存在し活気にみちていますが、一方、茨木童子が逃げ込んだ北半分の山の地帯は、「寒天の産地」として知られているぐらいで、開発が進んでいませんでした。

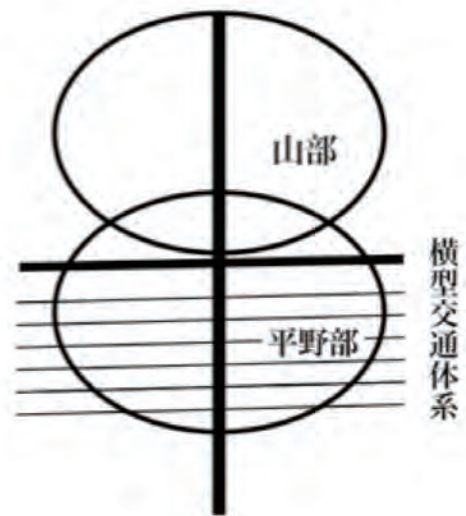
しかし、これでは、茨木市の将来の発展は見込まれないので、左図に見られるように、あばら骨のような横軸体系の町に、思い切った「縦軸」を設定してみると、そこに新しいまちづくりの方向がみえてきます。

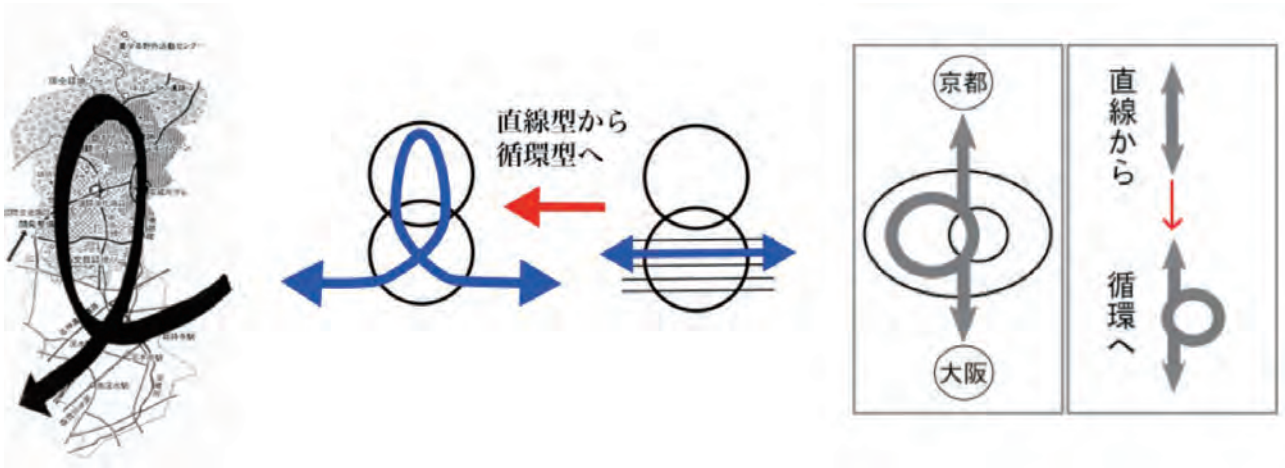
そのためには、従来の都市計画の公式にこだわらず・ぐるりとこの縦軸を回転させ、両者が一体となって補完し合う、平野と山地の融合した、新しい茨木市のまちづくりの方向が見えて来るのではないのでしょうか・・・。

それをシンボル化したのが、下図のL字型都市計画の考え方

であります。横のあばら骨のような、南部の交通体系と、縦の北部の交通体系を融合することで、これまで都市が失ってきた自然環境を生かした新しい都市の構造体系が生まれる筈です。

しかし、こうした数十年前の提案は、あまりにも、大胆過ぎたのか、茨木市の行政では、いまだに取





り上げられていないところを見れば、やはり、昔、里には住めなかった「茨木童子の都市計画」として、無視されているのでありましょう。

それはそれで構わないことですが、この「L字型の基本原則」だけは今も、間違っているとは、思っていない。

第三ステップ

地域振興戦略のための、「内発的要因」と「外発的要因」

「4 x 4 x 2の方式」 立体モデルその2を示す。

これまで述べてきましたように、四つの尺度を、四つ町のジャンル別に適用し（4 x 4方式）、中心となるその街の「核心」を、ビジュアルな形で表現し、それを土台に、街を、どのように発展させ、地域の振興戦略に役立てるかについての、方向性を探ってきました。

しかし、それだけでは、街づくりのシナリオを書けるものではありません。

地域振興の戦略手法を提示するためには、さらに、二つの要素をこれに加えて行く必要があります。即ち、「外発的要因」、と「内発的要因」であります。・つまり「4 x 4 x 2」ということになります。

何処の町でも、例外なくその街に影響を及ぼしてくる外部からの様々な影響（インパクト）があります。高速道路が出来たとか、大型流通店が進出して来たとか、総ての町はこうした外部からの影響力を受けつづけなければなりません。これを「外発的要因」とよぶことが出来ます。

一方、その街の内部においても、こうした外部からの影響力（インパクト）を受けることによって様々な変化への「自己対応力」を要求されてきます。これを「内発的要因」と考えます。

* 「外発的振興要因」とは何か

- A、高速道路が出来たことによる地域の変化
- B、新幹線ができたことによる地域の変化
- C、新産業都市の指定などによる地域の変化
- D、大規模商店街の進出による地域商業形態の変化

・・・など、外部からの様々なインパクトによってその地域の社会構造が大きく変わることを「外発的な振興要因」と呼んでおきます。・・・いわき市の場合、昭和41年の新産都市指定によって起こった様々な変化が、その代表的事例であります。

こうした「外発的インパクト」は、大小関わりなく、どこの市町村においても、時代の変遷と共に

こってくるものであります。最近では「高度情報社会のインパクト」がこれに当たると言えましょう。外発的要因のもたらすインパクトには、地域としても常に対応しなければならず、これに対する対処の方向が適切か、どうかで、その地域の将来像は大きく変化します。

*** 「内発的振興要因」とは何か**

これは、簡単に言えば、その街の持つ「内部的エネルギー」であり、具体的には、その街の色々な産業の持つ力であります。それは、簡単に言えば、その街の、商業、工業、農業、漁業などのもつ生産力であるといえましょう。

「内発的なエネルギー」は、絶え間なく押し寄せる「外発的エネルギー」によって、常に触発され変化する「新しい産業構造の変化」であるということが出来ましょう。

いわき市においては、「新産業都市の」指定による変化がそうであります。

最近の新しい傾向の例では、いわき市を取り巻く外発的な要因によって、産業構造の変化を迫られた、農業分野において、・・農業の6次化産業（生産、加工、販売、流通の一体化）に踏み切った、「トマトランド」にその典型を見ることが出来ましょう。

*** 「内発要因」と「外発要因」の相乗効果による振興戦略**

以上の事から言えるのは、その街の直面する「外発的インパクト」によって、内発的産業構造が、いかにそれに対応し、適応できるか・・ということになってきます。

例えば、いわき市全体の振興戦略にとって、非常に有利な点は、合併した14地区のそれぞれの勝れた特殊性を持った「内発的活性化要因を、どのように、外部的変化に対応できるようにするかを、全体地区が関連しながらこれを受け止めることができるか・・という点にあります。

例えば、各地区に散在する観光資源の広域連環政策をどう組み立てるかによって、新しいいわき市の振興プランを作り出す事が出来るように、「外発的要因と「内発的要因」の相乗効果を、広域的に、どのように作りあげて行くかが、いわき市にとって、今後の重要なテーマであると考えられます。

そしてそれを可能にする条件が、海、山、平野、川、という四つの地理的条件を備えるいわき市の特性にあると考えられます。

これを、「4 x 4 x 2の方式」であるということが出来ます。

第四ステップ <計画をどうやって実現するか>

「実践軸の設定」

ここまで述べてきたことに対して、多くの方は、それは「机上の理論」であるとか、「学術的な理論として、適切なものではない」・・とう批判が起こることは、これまでの長い経験から十分に承知しております。しかし、都市計画の授業を一度も受けたことのない、一映画製作者のこのやり方を、たった一人、褒めてくれた人が居りました。

それは、早稲田大学の都市計画の教授、「吉阪隆正」という人でした。この人が、最初に紹介しました、八戸の「海の樹」のシンボルを見て、「これは誰が作ったのですか？」・・と聞きますので、・・「私が独断と偏見で作りました」と言うと、なぜかしきりに感心して、「独創的なものだ」というのです。

こちらは、ベトナムのホーチミンみたいな、顎鬚を生やした人が、早稲田大学の教授だとは知らないで・・「有難うございます」・・と頭を下げましたが、後で聞くと、日本でも有名な都市計画の専門家だということでした。

たまたま褒めてくれたのですが、・・・お世辞にもそういう専門家が褒めてくれたのだから、このやり方でよいのかもしれないと思い、同じ方法で、その後の仕事を続けてきました。

次の課題・・・「実践軸」の設定・・・モデル3を示す

しかし、それはそれとしまして、これまで述べて来たような「映像からのまちづくり」、という仕事を実際に、続けて行きますと、必ず起こってくる質問があります。

それは、「お前の言っていることは大体わかった。・・・それならば、それを「実行してゆくにはどうすればよいのか?」・・・という事に答えることができなければなりません。

ここで、又、新たな壁にぶつかってしまいました。そして、四苦八苦しなから考え出したのが、「実践軸の設定」ということであります。・・・「実践軸の設定」などと名付けましたが、これはたまたま、ある雑誌で、渡辺茂という東大の先生が、システム工学を説明されるのに、「マンダラ」という空海の手法になぞらえて説明されている論文を読んだのがきっかけでした。

これを見てハッと気が付いたのは、これまでの四つの軸や、内発、外発の組み合わせでゆく方法は、基本的には、このマンダラシステムのやり方と大体、同じだったということです。

もちろん、「マンダラの壮大な思想体系」と比較すべきものではないものですが、よく考えますと、空海という日本最大の思想家の表現の仕方、・・・すなわち「マンダラシステム」は、そんなに難しく考えるべきものではなく、目指すところは、ただひとつ、「大日如来」という中心目標を、四方の仏たちが力を合わせて浮かび上がらせるための、視覚的表現手法であると言えます。

ここで、このモデルの平面部分をみて頂きたいと思います。(モデル1) これは、明らかにマンダラのやり方とよく似ているということが、お分かりいただけだと思います。全体を取り囲む四つの主要な仏の位置が、これまで述べてきた、四つの軸・・・即ち、空間軸、時間軸、経済軸、文化軸に当たります。その内側にあるのが、「内発的インパクト」であります。四つの軸の間にあるのが、「外発的インパクト」です。



大谷翔平が花巻東高校1年時に立てた目標達成表

体のケア	サブアット 80g	F5Q 90kg	インステップ 速歩	体幹強化	膝をぶらさない	角度をつける	上からボールをたたき	リストの強化
柔軟性	伸び作り	R5Q 130kg	リリースポイントの安定	コントロール	不安をなくす	力まない	キレ	下半身の速
スタミナ	可動域	食事 夜7時前 朝3時	下腿の強化	膝を固めない	インパクトコントロール する	ボールを握ってリリース	回転数 アップ	可動域
肩の可動域	一言一葉 耳を動かす	肩は沖舟に 心は静く	伸び作り	コントロール	キレ	肘で支える	下腿の強化	体幹増加
ピンチに強い	メンタル	素直に 決まれない	メンタル	ドラム 8球目	スピード 140km/h	体幹強化	スピード 140km/h	足踏りの強化
速をつくらない	勝利への執念	仲間を 思いやる心	人間性	謙	変化球	可動域	ライナー キャッチ ボール	ピンチング を増やす
感情	愛される人間	計算性	あいさつ	ごまかさない	部屋そうじ	カウント ボールを増やす	フォーク 完成	スライダのキレ
思いやり	人間性	感謝	道具を大切に使う	謙	善行さんへの敬意	近く高差のあるカーブ	変化球	右打者への決め球
礼儀	信頼される人間	継続力	プラス思考	必死される人間になる	本を読む	スリーパー 打にフォーム 変化	スライダ、スリーパーに 変化	進行きをイメージ

最近、アメリカの「エンジェルス」に入りました大谷翔平選手が使ったという、目的達成のために「81 桁のマンダラート」が有名になりましたが、あれも、空海のマンダラによく似ています。

実践軸の設定

しかしこの平面マンダラ図で終わったのでは、普通の「マンダラート」になってしまいます。だが、ここからが空海の並々ならぬ現実的才能を示す証拠となるわけであります。つまり平面的に並べられた、宗教理論だけでは、とても、我が身を大日如来に合一させる（即身成仏）ことはできない。その

最後の大問題をどう解決するか？・・・

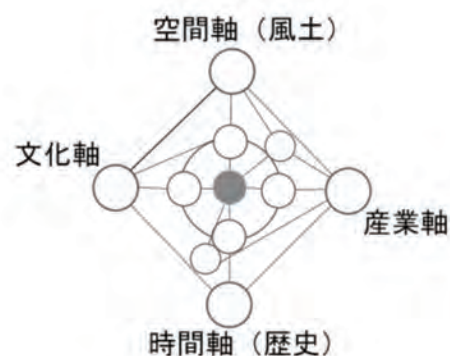
そこで、空海が展開した「密教修行」のやりかたこそが、あらゆる理論宗教を超える、強力な「実践的手法」だということが出来ます。

つまり、「護摩壇」を作り、「火を焚いて、香木のにおいを漂わせ」、「真言のお経という音楽を奏でて」・・・

「直接その体に、大日如来を沁み渡させて変身する」・・・それが、空海の密教修行の真骨頂であり、最澄など、日本の他の宗教が、空海に教えを乞わなければならなかった最大の理由であると考えます。

しかし、空海や、マンダラの事は、これ以上言うと、ボロが出ますので、一旦横に置きますが、この立体モデルをみて頂きたい。この「縦軸」が、空海の「密教修行」、すなわち「実践軸」に当たると考えていただきたい。

具体的に言いますと、この縦軸が欠けているために、今日まで、日本のまちづくりや、地域創生が、うまくゆかなかつた理由の一つである、といえましょう。



それならば、この「立体モデル」・・・における「実践軸」は具体的に「何を意味するか」ということになりませんが・・・結論から言えば、・・・「まちづくりの実践上、生じて来るネックとは何か、を発見するための手段であり、それを解決するための手法である」・・・とすることが出来ます。つまり、街づくりを実際に進めて行くには、どのような現実的障害を克服しなければならないかを、この縦軸で具体的に表して行くということです。

A 「ネックの発見」と解決の方向

実践的行動において、この「実践軸の設定」はどのように用いられるのかを分りやすく証明するために、私が、この数年かけて実行してきた、新潟県の「村上市・塩谷海岸侵食の問題」を取り上げてみることにします。

かつて、高度成長時代の結果として、日本列島の海岸は大規模な港湾建設によって、これまでの海流の流れが変わってしまい、その結果、港湾に隣接する海岸線が大きく侵食されるという現象が発生しました。その被害が最も激しかったのが、私の故郷の「塩谷海岸」だったのです。いわき市の塩屋岬の名前と同じ地名です。

この侵食問題を解決するために、私は住民に呼びかけ、海岸侵食の現状と、そのメカニズムを研究しました。専門家の意見も聞きました。そして、シナリオを作り、これを「取り戻そう・・・あの砂浜を」という映像作品を作りました。

できあがった作品を、集落全体に、繰り返し巡回上映することにより、住民の合意形成を図るに成功し、陳情書には多くの署名をもらうことができました。その結果、地元の県会議員も動かざるをえなくなり、5年の歳月をかけました結果、一本一億円近くもするという、三本の突堤が建設され、漸く、侵食の進行を食い止めることができました。・・・まだ工事は進行中ですが、最終段階に近づきつつあります。この経験を通して、「実践軸」は、現実的にどのような働きをしたかを、説明致します。

1、住民主体の計画立案をどうたてるか・

まず中核となる人間数人を組織しました。二三人で始めは十分です。

2、計画を広く分りやすく理解して貰うにはどうするか

問題の現状と解決法を、映像で作り、広く住民及び行政、議員、県に対してプレゼンテーションを行った。(各地区上映会)

- 3、議員、および、行政関係者の協力をどのように得ていくか
住民からの賛同の賛同が上がれば、それを署名活動につなげ、行政に陳情する。幸い映像を見た人間が数千人署名してくれました。
- 4、この動きをみて、県会議員、市会議員、行政関係者もこれを無視することができなくなり、積極的にサポートしてくれるようになった。
- 5、財政的措置をどうするか
問題の所在がはっきりしてくると今までの無駄な予算配分のあり方が是正され、財源確保の道が開けてきました県会議員と共に、. 県への港湾関係者に直接陳情したのも効果がありました。
- 6、持続的に計画を推進する中核集団の形成とその継続を図る
「侵食防止委員会」を作り、工事の進捗状況をチェックしながら辛抱強く進めています。
- 7、計画実行の工程表を作る
今後、何年間で侵食が完全に防止できるかの予定表を振興局に確かめ、住民と共有することにしました。

B、実践の工程表を作る。

実施の工程表は、以上述べたようなプロセスを経て、行政の決断を得ることが出来れば、海岸問題の担当者が実際の工程表を作成することになります。

だが、一般的には、福島原発の廃棄工程表のような、複雑高度なものは不必要であり。あくまでも住民が主体的に要望することを具体的にまとめればよいだけです。

横軸

- 短期・・・いますぐやること・・・砂防突堤の建設
- 中期・・・5年目的でやること・・・離岸堤の嵩上げ
- 長期・・・10年以上かかること、サンドバイパスによる砂浜の再生
海岸親水公園として完成させる。

縦軸

- 地区でやること・・・住民の合意形成活動
- 自治体でやること・・・陳情書の検討と関係機関への提出
- 県、国でやること・・・段階的な工事
- 防砂突堤数本の設置、緩傾斜海岸の建設、離岸堤の嵩上げ
サンドバイパスの継続、

以上のことを、縦横のマトリックスに作り、住民と行政の間で共通の約束ができれば、お互いの疑問も無くなり、何か問題が起これば、話し合いながらすすめて行くことが出来るようになりました。

第五ステップ〈立体モデルの使い方〉

いわき市映像制作への立体モデルの適用

それならば、これまでのプロセスをどうしたら、一般住民がゲーム感覚のように、興味と関心を持って取り組んでもらえるか・・・ということを考えてみました。その結果、この分子構造モデルのような、「まちづくりの実践的立体モデル」が生まれたという訳であります。

それならば、こんな子供の玩具のようなものが、実際に使えるのかという疑問を持たれると思いますので、このモデルをどのように使うのか・・・と言うことを、今回作りました「いわきからの発信」と言う作品に適用し



て説明したいと思います。

1、映像制作の目的・・・

「いわき市とは何か？いわき市の「核心」を発見する」

(＊この中心の団子が、それであります)

中心の団子、を取り囲む「四つの軸」からいわき市の特徴を探るために、まず、「地理的条件」から始めることにします。

(＊この四角なものがそれであります)・・・4 x 4方式

A、空間軸からの接近・(いわき市は、全体的に見れば、4つ地理的条件のジャンルの共存型地理的条件をもっている)

- 1、海の町いわき市・・・太平洋に面した長い海岸線のベルト地帯の町
- 2、山の町いわき市・・・阿武隈高地が緩やかな斜面にある山間の町
- 3、平野の町・いわき市・・・高地が緩やかな斜面となって平坦地の町
- 4、川の町いわき市・・・夏井川や鮫川の河川が市域を貫通する町

全体としては広い面積の土地と温暖な気候が特徴的な所であり、海・山・平野・川・の四つの空間的、地理的条件のミックス・併存する都市であると言えよう。そこから、四つのジャンルの14の合併地区の相互生活の循環構造がみられ、これを映像では、「ユナイテッドステーツ・いわき」という形で捉えています。

B、時間軸・(日本列島東西軸の接点の歴史的条件)

- 1、温暖な気候のため、いわき地区では、太古の時代から狩猟や漁業の採集生活が行われてきました。それは、各地域から出土する遺跡群によって証明されています。
- 2、ここは、古代中央政権にとって、東北地方を治める重要な拠点だった。そのために、勿来、白河、鼠ヶ関という列島を横断する、防御、攻撃ラインが存在していたことでわかる。
- 3、その後、岩城氏がこの地方を統治し、現在のいわき市の基礎を作った。
- 4、江戸時代になると、平藩、湯長谷藩、泉藩、が幕領地となり、明治維新まで続いた。同時に、江戸幕藩体制にとって、いわき地域を中央政権の前線基地として捉え、一つの強大な勢力を置くよりも、いくつかに分断した幕僚地にしておく必要があったと考えられる
- 5、明治、大正、昭和と、時代の変遷とともにいくつかの市町村が生まれ、併合合併をくりかえしてきた。戦時中は石炭の産地として、殷賑を極めた。
- 6、昭和41年、10月1日に、5市3町5村の合併によりいわき市誕生・・・同時に新産業都市の指定を受け、大規模工業団地が作られ、東北を代表する産業都市になった。
長い歴史から見れば、勿来の関に見られるように、いわき市のポジションは、あらゆる意味において、東西日本の歴史的接点の役割をもち、現在もその骨格は変わらないと思います。

C、経済軸・(4ジャンルにおける個別特徴的生産活動)

- 1、海の生産活動・・・小名浜港を中心とする。漁業活動、水産加工業はもちろんであるが、漁労工業の代表として、株式会社「興洋」のローラー式網巻き上げ機は、漁業の伝統と技術開発の典型として注目される。港を中心として、水産加工業、市場の販売業、観光設備など海の産業コンビナートが形成されてきました。
- 2、山の生産活動・・・山間地では、「遠野の和紙の生産」、「田人地区のコンニャクの生産」などが知られているが、むしろ、日本中に広く知られているのは、常磐炭鉱の石炭の産出であります。しかし、炭鉱から石油へのエネルギーの転換により、「リゾートハワイアンズ」などの新しい産業を生み出した。

同時に前述した岡山県新見市のように、山の資産を再編成する「グリーンコンビナート」の導入が考えられます。

現在、いわき市・遠野地区にある、「遠野興産株式会社」は、山の町の代表産業の一つである。山の廃材などの徹底的な利用によって、「木くずのカスケード利用」という・・・一連の木材の連鎖的利用の流れの中で、未利用材を小さく粉砕して、最後まで使い切り、「ペレット」などの燃料を作りだしている。ここにも独特ないわき市の「山のコンビナート技術」の典型をみることができます。

3、平野の生産活動・・・いわき市は東北最大の工業基地である。これまで、地場産業としての水産加工業などが全国的に知られてきたが、そうした、地場産業の一つの事例として、急速に発展して来た企業の一つが「東洋システム」という企業であります。

この会社は、電池の性能や安全システムにおいて数々の特許をもつ、世界的な企業であります。そこには、炭鉱時代から受け継がれた、いわきの伝統的技術開発の精神が脈々と流れているように思われます。

4、川の生産活動・・・いわき市の川は、「鮫川」と「夏井川」が、主要なものですが、琵琶湖・淀川水系のような大きな河川に面した町という訳ではなく、したがって、川沿いの直線型の町を形成することはないようです。。

「鮫川」はむしろ、洪水や氾濫によって、「十三枚橋」の架け替えなどが度々行われそうした治水の歴史が目立っています。

また、「夏井川」も、「川前地区」から「小川郷」に至る15キロの間は、「夏井川溪谷」として県立自然公園に指定されています。

いわきにおける、川は、観光的要素や、原風景的文化的要素が強いようであります。

全体としては、海、山、川、平野、に展開されてきた、いわき独特の生活技術が、今日のいわば、「技術都市いわき」の基礎をつくっていると考えられます。

D、文化軸からの接近

また、いわき市を文化的側面からとらえると、様々な祭りや行事などの中から、その特徴をさぐりだすことができます。たとえば、日本の三大金毘羅といわれる、「金毘羅大神宮」は、地元の人から「こんぴらさま」として親しまれてきたが、その所在する位置は、海を見渡せる山の上であり、海上の安全を守る神である。

また、無形文化財である大国魂神社の「大黒舞」も、古代にはこのあたりまで、海が入り込んでいたこともあり、古い、「えびす、大黒の信仰」つながると考えられる。これも多分出雲政権の流れを汲む「海の神」であると言えます。

また、沼の内の「水かけ祭り」なども、このジャンルにはいるでしょう。

一方、田人の「念仏太鼓」、や、各地の「じゃんがら念仏踊り」などは、庶民の信仰心の深さを表わし、いわき市の多くの場所で、広くおこなわれています。

「御宝殿の稚児田楽」、や「三匹獅子祭り」などは、農業生産に関係する祭りとして、いわき市の各地区で広く行われています。

また、「湯本神社」も、古くから日本三函の温泉の神社として知られており、炭鉱と温泉は、深い相関関係を持ちながら、いわきの特性を象徴する神社であります。

全体としてみれば、14の市町村の集まって出来た、いわき市には、海・山・平野・川の4ジャンルにわたって展開する、多様な文化的側面が輻輳している。こうした多様な特徴を示す複合的文化性が、いわきの大きな特徴であるといえよう。

いわき市のイメージを作る。

そこで、いわき市の骨格をどう形で表現したらよいかということを考えてみました。

A、中心目標の設定

いわき市の振興の戦略目標

B、地形的特徴

- 1、山のベルト地帯・・・(山のC・Iの適用)
- 2、平野のベルト地帯・・・(平野のC・Iの適用)
- 3、海のベルト地帯・・・(海のC・Iの適用)
- 4、二本の川で挟まれた状態(川のC・Iの適用)

これが、三段重ねの餅のように重なっていて、その両側を二本の川が横で堰き止めている形です。それぞれのブロックを十文字で束ねた形がいわき市の基本構造です。

C、13の地区の内発的な力

まるで、マンダラの仏の配置のように、中心の目的に向かって、放射状に、13の地区の内発的活性化要因が働く。

D、相互連環的結合政策への道

この十文字の結合と、13地区の力が、両方相俟って連環的な新しい、いわき市の振興戦略が生まれて来る。

いわき市全体構造のイメージ

いわき市を全体的に捉えると、次のようなイメージが浮かび上がってきますが、これを手掛かりに考えれば、もっと正確な形で、いわき市の骨格を掴むことが出来るのではないのでしょうか・・・そしてここから新しい、いわき市の振興戦略を練るというのも一つの方法であると思います。いわき市の中核となる(C・I)は何であろうか？

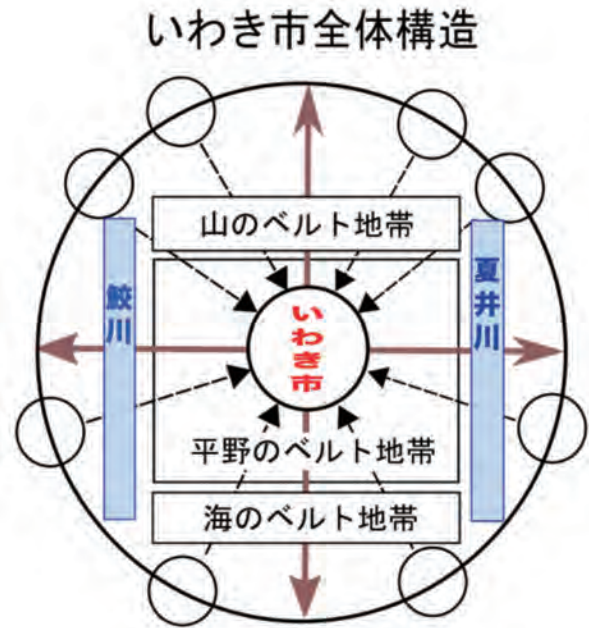
こうした、いくつかの側面から、いわき市を分析してくると、そこに大きく浮かび上がってくるものがあります。即ち、海、山、平野、川という、四つの地理的条件の基礎に流れる、大きな人々の「生きる工夫、生活技術の力強さ」というものが、地下水脈のように、この町の精神母体を形成しているのではないかと思います。

冒頭で述べた、青森県八戸市の「海の樹」のようなものが、「生活技術の創造」という地下水脈が、いわき市の風土の根底に流れているように思われます。つまり、これを、方言で言えば「まめ(熱心)で、はつめい(器用)で、工面(創造)する町」・・・ということになりましょう。大きく見ますと、それは、いわき市が、変動する歴史の流れの中に在って、自らを守り通してきた、生き抜くための「命綱」だったのかもしれない。

そこに焦点を当てれば、いわき市の持つ将来の指針・・・(シテイ・アイデンテティー・・・(C・I))が明らかになると考えました。

いわき市の(C・I)として、いわき市の「生活技術」に焦点を当てる
「ヒューマンテクノロジー都市への道」

いわき市は、歴史的にも、常に東西からの「外部的変化要因」を受け入れ対応しながら変化してきたまちであります。また、その「外部的変化要因」に対抗して、漁業において、工業において、商業において、農業において、内部的構造変化の対応を図らねばなりませんでした。



そうした、時系列的変化の中で浮かび上がってきたのが、時代の変化に対応するいわき市の、C・I、つまり「生活技術の創意工夫」だったといえるであります。

その典型が、新産業都市による合併や、炭鉱から観光産業への転換、小名浜港の流通、観光港への転換、あるいは、中心商店街の変化であります。(また、福島工業専門学校の存在も大きかったともいえます)

いわきの「核心」を見つける

ここにおいて、われわれは、いわき市の底流を流れる原動力は、多分野に渡る「独自の技術の創造力」にあるという考えに達しました。そして、独断的ではありますが、いわき市の中心目標(C・I)を「ヒューマン、テクノロジー都市」という形で捉えようとしたのであります。

しかし、「ヒューマンテクノロジー」ということを説明する、学術的規定は曖昧であります。それならば、これを説明する方法はないかということになりますが、その最もわかりやすい方法は、その反対の「アンチヒューマンテクノロジー」とは何か・・・?ということを考えればよいのではないのでしょうか。・・・その事例は、外でもない。身近に起こった「福島原発事故」がそれであると言えます。

「自然に帰せない技術」・・・あるいは、人間の技術の負の集積が生みだした「地球温暖化現象」・・・これも、自然の摂理を破壊し、元に戻せない「アンチヒューマンテクノロジー」の集積の結果起こって来た事であると言えます。

歴史的に見れば、現代は科学技術の無制限な発展によって、自らの生存環境を破壊しつつあり、それは、「シンギュラリティー」という、限界点に達しつつあるといわれます。

しかし、いわき市の今後の産業技術発展の方向は、「アンチテクノロジー」の方向ではなく、これまで培われて来た、日本的な伝統思想、すなわち、「自然と人間の共生原理」を生かした「ヒューマンテクノロジーの先端都市」としての道を歩むことであると考えられます。それがいわき市の歴史的技術的価値であるということが出来ましょう。

同時に、これは、いわき市だけの問題ではなく、世界中の今後の技術の進むべき基本方向となると考えられます。そして、いわき市は、「ヒューマンテクノロジー都市」としての、在り方を、世界に向かって、発信することが出来るであります。

それが、今後のいわき市の核心となる、所謂、C・I（シテアイデンテテ）であるということが出来ます。

実践軸への適用

以上のようなプロセスをたどりながら、立体モデルによって組み立てられたのが、「いわきからの発信」という映像作品であります

それならば、いわき市に、この立体モデルの「実践軸」を適用したらどうなるかについては、いわき市の現状を十分把握していない状態なので次の機会があれば考えてみたいと思います。しかし、前述した一般的な手法による接近方法は、いわき市においても、他の町とそのやり方は異なっていません。

終章・・・立体モデルの全国展開への道 「立体モデルコンパクト化」の意味

ここにあります「立体モデル」は、今後あらゆる場所に持ち込んで、関係者が、自分の町の「まちづくり」の道具として、使いこなして貰えるようにしたものであります。

これをさらに進化させれば、各項目の調査には、「客観的データ」を導入することによって、より

合理的、科学的なものにすることが可能であります。若い協力者を必要とする所以であります。

「地域創生」のナショナルプロジェクトとの接点

「地域創生」が叫ばれて久しかりますが、なぜその効果が、もうひとつ上がらないのかといえば、その、最大原因は、住民の参加できる手近な道具を持てるようなやり方をしなかったからだと考えます。一方、仕事に忙しい一般住民としては、「街づくり」や「都市計画」の基本的知識が、それほど多くなく、従って興味も持てないことにも原因があります。

しかし、かれらは「誰でも使え得る手近な道具」があれば、自分の住む町に関心と興味を持ち、積極的に参加してくることもまた事実です。

「市民参加のまちづくり」が、形式的な市民の不満のはげ口にしかなくなってきませんでした。それでは永久に地域創成を実践することが出来ません。

行政機関としても、国総計画、県総計画、市町村基本計画の骨格からはみ出すようなものは、現実として、予算措置が出来ないことになり、担当者も、その枠からはみだしたら自らの存在理由を失うという危機感に縛られています。こうした状況から抜け出すためにも、住民が自らの手で、自らのまちづくりに参加できる有効な道具が必要であります。これからは、行政も積極的に、それをすくい上げる態勢を強める必要があります。

この立体モデルは、国の進める「地域創生」の手段としても、新しい効果を生み出すことが出来ると、経験上確信しております。行政関係者も、頭から素人意見としてこれを拒否せず、住民の創造的な意見に耳を傾けてみる必要があると思います。

「立体モデル」の住民団体、学校教育への普及

最期に、この「立体モデル方式」を広めて行くために、次のような手段をとっています。立体モデルの使い方のわかりやすい説明書と、材料を一組のセットにして、住民団体や、学校教材などに配布して、討論のきっかけとし、できるところからはじめて行っております。

現在、小さな説明会を開き、この立体モデルが、どんな効果をもたらすかを、これまでに関係のある市町村の若い集団と相談しているところです。

現在、村上市の「塩谷ベース」という所を出発点にして取り組み始めていますが、私はこの研究発表を機会に、これを、いわき市にも適用してみたいと思っております。

先日、小さな集会をひらいて貰い、とりあえず「久ノ浜、湯本地区」から、少しずつ作業に着手しているところです。

久の浜、湯本地区の研究方針の一部を（別紙資料）として添付しておきますが、今後、いわきの13の地区にも広げてゆけるのではないかと考えています。

本大学でも興味のある学生が居れば、これについて話して見たいと思っております。

本日この機会に、皆様のご理解と具体的なお協力を戴ければ幸いです。

以上で、私の説明を終わらせていただきます。・・・・以上



「立体モデルのいわき地区への適用」について

注・「久の浜」、「湯本地区」については、本格的に取り組んだわけではなく、簡単な打ち合わせを行った段階であり、本格的な立体モデルの適用には至っていない。しかし、若干の資料から推察出ることだけ、自由に述べておきたい。もしこうした考えに対し、具体的な要請があれば、今後、詳しい相談をすることはできるであります。

1・久ノ浜地区の場合

A・漁港を中心とする地域振興政策の要点

久の浜漁協支所・青壮年部の「阿部智和氏」の報告書によれば、「久ノ浜漁業の地域振興イベントと担い手確保の取り組み」について、次のように述べている。

*・漁業の概要

*・研究グループの組織と運営

*・実践活動取り組み課題選定の動機
研究・実践活動の状況及び成果

*・イベント

海と山の交流会（石川町との交流）

久ノ浜漁港祭り（鮮魚販売、調理販売）

浜の夏祭り（花火大会）

*・担い手確保の取り組み

漁業研修（各種漁法、探索法、鮮度保持法）

常磐ものブランドの復活（高い評価を受けていたいわきの魚類）

以上のことについて、青壮年グループが、活動してきた記録がここに記されている。

感想・

久ノ浜漁港はいわき市の漁業にとって、重要な拠点であり、港を中心とした街づ



くりが、久ノ浜振興の将来を左右することは間違いないと思われる。特に「常磐ものブランド」を取り戻すための、突破口が久ノ浜漁業であり、そのためには、漁業と流通、加工、観光などを一体化させた、6次産業の構築をどう実現するかが緊急の課題であろう。この「常磐ブランド」を核とする、久の浜復活振興のための本格的取り組みとその研究体制の確立が望まれる。

久ノ浜・大久地区のまちなか再生計画について

一方・「久ノ浜地区・土地区画整理事業」は、「都市公園事業」と共に、平成24年から、約143億の4事業費で行われようとしており、すでに立派な計画書が出来上がっている。

しかし、この計画は、どういう新しい生産体系とドッキングして成立するのかの背景が明らかでないように思われる。例えば、「はまかぜ商店街」がどんなに立派に整備されても、そこにどんな賑わいのエネルギーを生み出すかの根拠が、明確でなければ持続不可能に陥る危険性がある。

「漁業振興」と「まちなか再生計画」の一体化について

それを、解決する道は、漁業と商業の密接な一体化が図られなければならない、その媒介となるのが、中央市場で評判の高かった魚類の「常磐ブランド」であろう。

この「常磐ブランド」を、まず率先して、久ノ浜から再発信するという、6次産業の新構築が、明確にならなければならない。

ここにおいて「漁業振興」と「まちなか再生計画」は、其の融和点を見つけ出し、そのコンビナート計画をたてることによって、両者の相乗的に、生産エネルギーを生み出すであろう、そのためにはまず、その具体的効果を、数量的に把握してかかることが再生への道であろう。

この「一体化」という大きな戦略が、分断されることなく、進められることが、久ノ浜・大久地区の将来の運命を左右するように思われる

2、常磐「湯本地区」の場合

「常磐湯本地区のまちづくり計画」によれば、すでに、その「基本理念」や「基本方向」・「計画書」が策定され、「湯本駅のリニューアル」「フラのまち宣言」「フラ女将」などの取り組みが行われている。いわき市としても、この地区を「賑わいと魅力に溢れた観光拠点の再生に向けて」ということを目指して、「地区まちづくり計画策定に関するパートナーシップ協定」などを締結し「じょうばん街工房211」と協働でとりくんでいるようである。

今後の展望

常磐湯本地区についても、本格的に調査研究を行ったわけではなく、単なる現状の報告を聞いた程度であるから、今後十分な観察が行われなければならないが、全国各地の現場に立ち会ってきた経験からして、湯本地区の将来展望について、直感を交えて、意見を述べておきたい。

「湯本 地区」を「いわき広域観光循環ネットワークの拠点」として整備すること・・・

遠慮なく言わせてもらえば、現状では、湯本地区単独での再生復活は不可能であると言わざるを得ない。

それならば、どうするか？・・・答えは一つしかない。つまり、いわき市全体の観光・文化、産業、などの幅広い資源との連携を図る拠点となる以外に道はないのではないだろうか。

幸いにも「いわき市は、13の地区の合併した多様な、観光文化の集合体である。他ではあまり例のない大きな財産である。それは、サンシャイン計画」



https://img.travel.rakuten.co.jp/kanko/normal/7001040_1069_1.jpg

で示された、祭り、行事、歴史、など、各地区の多様性を見ればすぐわかることである。

ここに、広域な町村合併によって生まれたいわゆる「ユナイテッド・ステーツいわき市」の面目躍如たるものがある。さらに、いわき市は、有数の「生産業工業都市」であり、また、小名浜港や、長い海岸線をもっている「海辺観光地」であり、さらには、阿武隈丘陵地帯の豊富な「山の資源」のあるところである。

例えば、これらを一体化する、「広域観光文化ネットワークバス」を、湯本から発着させることによって、湯本は新たな賑わいと活力を獲得することが出来ると考えられる。

まず、そのための十分な調査と計画立案を行うことが、湯本地区再生の第一歩でありましょう。

結論として言えることは、湯本地区は、いわき市の「観光広域計画の中心的発着拠点」として、この地区を捉えなおす必要があり、湯本地区単独の計画では、限界があるように思われます。

以上不完全ながら今後の課題として、付記しておきます。」

いわき地域における中小・小規模企業の起業と第二創業 —震災地における「利他的」動機の側面—

田部 康喜*

1. 日本の中小・小規模企業

1) 歴史的な発展の経緯

日本の中小・小規模企業は、企業数全体の99%を占めるとともに、雇用の7割を担っている。まさに日本経済を支える存在である。

中小企業と小規模企業の定義については、中小企業基本法第2条による。

すなわち、中小企業とは同上において、以下の定義がなされている。

①製造業においては、中小企業とは資本金3億円以下または常時雇用する従業員900人以下であること。

②サービス業においては、ソフトウェア業・情報処理サービス業：資本金3億円以下また常時雇用する従業員300人以下。旅館業においては、資本金5000万円以下または常時雇用する従業員200人以下をいう。

一方、小規模企業とは、サービス業・娯楽業を例示して、常時雇用する従業員が20人以下である。本稿においても、上記の定義に従って論考を進める。

日本の中小・小規模企業が戦後、どのような発展過程をたどっているかについては、関満博の「日本の中小企業」（中公新書、2017年）が述べているのが一般的である。ただ、関による分析の視点は「一国の基幹的な部分を占めるモノづくり系の機械金属呼応業は、この十数年、退出（廃業）ばかりが続き、起業は皆無に近い」とするモノづくりの中小・小規模企業を論ずる傾きが強い。「1980年代まで、中小企業政策の世界では『過小過多』という言葉がよく使われていた。『少』ではなく『小』の字があたり、日本の産業界に『小さすぎる企業が、多すぎる』ことを意味する。……だが、この『過小過多』は、いつの間にか死語となっている。それまで急増していた日本の事業所は、激減の方向に向かっていった。たとえば、統計をみると、日本の製造業事業所数は1986年の約87万4000をピークとして、2016年にはほぼ半減し、約48%の約45万4000に減少している。退出（廃業）する事業所ばかりで、新規参入はきわめて少ない」という分析につながっている。1990年前後を想定している。

すなわち「一つ前の時代は、経営者たちは若く、そして、まだいくらか貧しかった。目標とするのはアメリカで、彼らは必死に汗をかき、そこをめざそうとしていた。汗の量が、成功の基礎的な条件であった。身体に汗する量、つまりは働いた時間がパラメーターの『一元方程式』の時代とも言える。だが、1992年以降、置かれている条件は根本的に変わってきた。……全般的に豊かになり、人口減少と高齢化が進んでいる。いわば『高齢で、豊か』なことが、新たな条件になってきた。この国内外の基本的な変化に加え、さらに『IT』対応と、『環境』への配慮もしっかりしなければならないことも確実だ。この新しい時代には、『中国・アジア』『高齢で豊か』『IT』『環境』という少なくとも四つの要素からなる『多元連立方程式』が横たわっているのであろう」としている。

*東日本国際大学地域振興戦略研究所副所長・客員教授

映画「ALWAYS 三丁目の夕日」シリーズが描き出した高度経済成長時代を「一元方程式」とし、グローバル化とリーマンショック後の日本経済の変遷を背景とした「三次元方程式」という抽象化は、産業の変化つまり工業社会から知識社会へ大きく変容を遂げようとしている、産業構造の変化と、技術的特異点と日本語化されている「シンギュラリティ」のテクノロジーの大きな変化という潮流を見逃しているのではないか。中小・小規模企業が勃興した高度成長時代の経営者について「身体に汗する量、つまり働いた時間がパラメーター」との指摘もまた、戦後の昭和時代に対するノスタルジーに似て、起業家たる中小企業の経営者のありようとしては単純化に過ぎるのではないかと考える。

これに対して、日本の中小企業の歴史について、政府の政策の観点から史的変遷を論じるのが、大杉奉代である。大杉は「中小企業経営入門」（中央経済社、2014年）のなかで、1963年に制定された「中小企業基本法」が大幅な改正された1999年を日本の中小企業の歴史の画期だとしている。すなわち、中小企業基本法改正以前と、改正後の時代という2つの時代区分である。さらにそれぞれの時代をいくつかの段階に分けて、全体として行政による中小企業の支援とそれに伴う発展の歴史を描いている。

中小企業基本法改正以前の時代においては、「誕生期」として江戸時代の和紙や織物などの伝統工芸産業を置き、その後第二次世界大戦にかけての重工業政策などを取り上げている。それに続いて「経済安定成長期・バブル経済期」、円高による「経済停滞期」を置いている。次に、基本法改正後の時代として、改正法の意義を次のように述べている。「中小企業は経営の革新の促進、創業の促進、創造的な事業活動を行うことにより、経営活動そのものを新しい革新的な方向へ向けていくことが求められ、経済の担い手としてとらえられました」としている。さらに、この時代をバブル崩壊からの「自立期」と、米国のサブプライム問題に端を発した世界経済の変調から立ち直る、「変革期」に分けて考察している。こうした時代区分は、政府による中小企業政策の意義に注目しつつ、その効果を評価するものである。「変革期」において、政府が主導した中小企業が従来の領域を超えて連携する「新連携」や「コラボレーション」に対して、高い評価を与えていることから明らかである。

政府の政策は、現状を打開するものもあるが、現状を追随してかつ促進するものが多い。産業の萌芽はすでにある。それを政府が促進することを否定するものではない。しかし、どのような萌芽を見つけ出すのか、政府の統治機構にそれを見出す力はあるのか。大杉の政府の政策つまり法律の制定過程に注目した中小企業の歴史認識である。モノづくりの観点から、中小企業の衰亡に警鐘を鳴らす関の時代認識とともに、テクノロジーすなわちイノベーションに取り組んでいる中小企業の側面があまり考慮されているとはいえない。

つまり、日本の中小・小規模企業が1990年前後に直面した事態は、経済構造と経済をけん引するテクノロジーの変化に大きく負っている。「モノづくり」からの視点もまた、日本の中小・小規模企業が衰退しているという側面ばかりを強調するのではなく、テクノロジーの大転換期であるシンギュラリティの時代を迎えて、モノづくりの担い手である中小・小規模企業が担い手になり得る、という視点こそ必要である。

本稿では、こうした視点に立って、日本の中小・小規模企業の概要をながめるとともに、いわき地域の中小・小規模企業における起業と第二の創業について、質的研究として現地企業のフィールドワークと経営者に対するインタビューの成果を分析するものである。

この地域の中小企業の歴史のうえで、2011年の東日本大震災による巨大地震と津波、福島第1原子力発電所のメルトダウンが、大きな画期となっている。歴史は震災以前と以後にはっきりと分かれる。経営者の起業家精神にどのような影響を与えたのかは、本稿の中心的なテーマとなる。

ここでは、まず中小企業と小規模企業について、2017版の「中小企業白書」と「小規模企業白書」（いずれも中小企業庁編）に基づいて、日本の中小・小規模企業についてみていくこととしたい。前者の標題が「中小企業のライフサイクル一次世代への継承」、後者が「成長の芽を次世代に繋ぐ」として、いずれも事業継承の問題を主題としている。その成否には、起業と第二創業にかかっているのはいう

までもない。

中小企業の休廃業・解散件数と倒産件数の推移をみると、2000年代に入って、休廃業・解散数はリーマンショックの影響とみられる2008年の2万4705件からほぼ一貫して増加しており、2016年には2万9583件となった。倒産件数もやはり2008年に1万5646件を記録したが、2016年の8446件にかけて一貫した減少している。

中小企業白書は、休廃業・解散について、2016年と10年前の2007年とを比較した分析をしている。件数が多かったのは建設業であり、10年前から倍加している。製造業・卸売業については横ばい、小売業についてはやや増加している。増加が大きかったサービス業他についての分析では、一般診療所（335件増）、食堂・レストラン（271件増）、土木建設サービス業（210件増）、経営コンサルタント業（186件増）、歯科診療所（169件増）となっている。

中小企業において、製造業の休廃業・解散が他の業種に比べて相対的に増加傾向をたどっているわけではないことを、ここでは指摘するとどめる。「モノづくり」の急激な衰退という視点からはみえてこない点である。ただ、製造業の休廃業・解散については従来、詳細な分析がなされる公的な基礎データが不足していたという、研究上の難点がこれまでであったことは無視できない。2017年版中小企業のひとつの成果として特筆してよい。

小規模企業白書によると、小規模企業の休廃業・解散件数は、2003年から一貫して増加傾向をたどり、2006年に過去最高の2万9583で、2000年と比較すると2倍近い件数である。これについて、白書は2016年に「高収益」であったにもかかわらず、休廃業・解散を選んだ企業の業種について分析している。サービス業経営の上位5には、土木建設業（27件）、経営コンサルタント業・純粋持ち株会社（15件）、一般診療所（11件）などが、その他の業種の上位5位では、金融商品取引業（38件）、建物・土地売買業（37件）、不動産賃貸業（20件）、ソフトウェア業（18件）、不動産管理業（13件）などとなっている。ここでも、中小企業の休廃業・解散件数の業種分類でみたように、モノづくりの担い手である製造業がかならずしも、相対的に他の業種を上回っているという事実はないということである。中小・小規模企業が、全体としてその数を減らしているのは間違いないが、そのなかで起きている業種間の異同については、その分析に慎重になるべきである。

さて、中小・小規模企業の起業と第二創業について考えるうえで、マクロ的な観点から、全体に対する開業企業数の比率と休廃業・解散企業数の割合を示す「開廃比率」が重要である。2017年版中小企業白書と小規模企業白書は、「開業率が一貫して低調で、休廃業・解散比率が上回っている状態が続いている」という従来の常識に対して、反論するかのようなデータ分析を行っている。休廃業・解散の件数は前述のように依然として増加している一方で、開業つまり起業も増えているのである。2000年代以降の休廃業・解散が起業を上回っていた傾向が底を打って反転しようとしているのではないか。この意味では、2017年版の両白書の分析の意義について、メディアと研究者は見落としているのではないかと考える。

中小企業白書によると、2009年から2014年にかけての企業数の推移をみると、小規模企業については、開業が54万6000、廃業が102万7000と廃業が開業を大きく上回っている。これに対して、中規模企業では、開業が11万1000、廃業が9万9000と開業が廃業を上回っている。

開廃率をみると、開業率は1980年代には6～7%で推移し、89年度以降は低下が続いて1993年度から2014年度まで5%以下の水準だった。ところが、2015年度をみると、1993年度以来の5%を上回る水準を回復している。

廃業率もまた、1980年代後半から90年代前半は、3～4%の水準で推移し、2002年以降は廃業率が開業率を上回る年もあった。ところが、2015年度は3.8%と落ち着いた水準になっている。上述の通り、開業率は5.2%であるから、開業が廃業を上回っている事実が裏付けられた。

業種別の分析においては、開業率の水準で製造業が1.9%と最も低く、事業所数がかつとも多いため、全体の開業率を押し下げている。最も開業率が高いのは、宿泊業と飲食サービス業の9.

7%であり、建設業も高水準の2番目となって、これらの業種が開業率を押し上げている。

廃業率では、注目されるのは、製造業と建設業が突出して高い水準にあるわけではないことである。最も廃業率が高いのは、宿泊業、飲食サービス業の6.4%である。最も廃業率が低いのは、医療、福祉の2.4%である。製造業と建設業は両極の中間の水準の4%前後である。

2015年度の中小・小規模企業の開業率を都道府県別にみると、開業率の上位5は、沖縄(7.0%)、埼玉(6.8%)、千葉(6.5%)、神奈川(6.3%)、福岡(6.1%)である。ここでは、高度経済成長をけん引した地域である、東京(5.9%)と大阪(5.9%)が僅差ながら、上位に食い込めていない事実を指摘するにとどめる。

廃業率の上位は、滋賀(4.9%)、京都(4.6%)、福岡(4.4%)、北海道(4.3%)、千葉(4.3%)である。このうち、廃業率が開業率を上回っているのは、滋賀と北海道のみである。

東北6県の開業率を比較してみる。開業率において、福島県は、トヨタ自動車とその関連企業が進出している宮城県と並んで、5.3%と第1位である。この水準と同じかあるいは超えている都道府県は、先の上位5県と東京、大阪のほかでは、茨城(5.3%)、愛知(6.1%)、三重(5.3%)、熊本(5.3%)の4県だけである。福島県の開業率が全国的な水準からみて、高いことは注目に値する。しかも、廃業率においては、東北6県のなかで、最低の3.1%である。つまり、開業率が廃業率を上回って、創業と起業が行われていることをデータとして裏付けている。

ちなみに、開業率は、高水準から福島、宮城について、青森(3.6%)、岩手、山形(3.4%)、秋田(2.8%)である。廃業率は、低率からの順で福島に続いて、山形(3.2%)、宮城(3.3%)、岩手(3.4%)、秋田(3.5%)、青森(3.7%)である。

開業率が廃業率を上回っているポイントにおいて、福島と宮城は2.0ポイントである。なお、岩手も0ポイントつまり企業数が下落していない状態である。開業率が高く廃業率が低い埼玉の3.5ポイント、神奈川の2.2ポイントには及ばないものの、東日本大震災において甚大な被害を被った両県が、創業と起業が多いと推定される要因は何なのか。震災地全体の中小・小規模企業に対する研究の必要性を求めている。本稿がいわき地域に限定しているとはいえ、質的研究の意義があると考えられる。

2) 中小・小規模企業に対する政策

政府の中小企業政策のうち、中小企業・小規模企業向けの政策を正面から掲げるのは、中小企業基本法に基づいている経済産業省の中小企業庁であることは論を待たない。「中小企業・小規模事業関係予算・税制改正のポイント」(中小企業庁ホームページ、2018年5月1日閲覧)の概略をみると、現下の中小・小規模企業が求める解決策に対して、広範囲に網羅的に政策を打ち出していることがわかる。この「ポイント」は、平成30年度当初予算と29年度補正予算、さらに中小・小規模企業にかかわる平成30年度税制改革に述べている。

政策の柱として、「生産性の向上」、「事業の継承と再編・統合」、「人材不足の解消」、「商店街や中心市街地の活性化」、「起業・創業支援」、「経営改善支援」さらに、東日本大震災の被災地などにおける「復旧・復興支援」などである。

例えば、生産性の向上については、複数企業でデータ・情報を共有して連携して新たな事業に取り組んだり、効率をあげたりするプロジェクトに費用の3分の2、1000万円を上限とする補助金を支給する。地域経済をけん引する中核企業を育成する事業としては、地域中核企業とパートナー、大学の連携に対して、委託費として計21億5000万円の予算を計上している。

政府の中小・小規模企業に対する政策が、中小企業庁に集約されているわけではないことが、地域の中小・小規模企業にとって使い勝手の悪い制度になりがちである。つまり、他の府省庁の政策のなかにも、中小・小規模企業向けの補助金がある。日本の中央官庁と地方自治体との関係から、それぞれの官庁に対して、地方自治体の部や課と対応している。府省庁それぞれの補助金を使った総合的な

事業もあり得る。中小・小規模企業は、自らの事業について複数の補助金を使いたいと考えても、地元の地方自治体の対応は中央官庁の政策ごとの部や課ごとに対応に委ねることになる。それぞれの部や課は、担当している分野の府省庁の補助金の助成制度については詳しいが、それらを統合して地域の中小・小規模企業の振興を図ろうという方向には向かない。政府の中央集権的な縦割り行政が、地方自治体にも持ち込まれているのである。

東日本大震災の被災地に対する補助金は、その代表的な例といってもよいだろう。先の中小企業庁の「ポイント」に戻る。災害の復旧・復興支援事業として、東日本大震災の被災地の中小・小規模企業がグループで復興事業をしたり、共同店舗の新設、街区の再配置をしたりする事業などに対して、149億6000万円が予算計上されている。

これに対して、復興庁も被災者の支援、まちの復旧・復興、産業の振興・雇用の確保などの目的で、2014年度の決算ベースで1195億9100万円を投じている（内閣府ホームページ、2018年5月5日閲覧）。農林水産省もまた、平成30年度の東日本大震災の復興特別会計のなかで、総額1576億円の予算を計上している（農林水産省ホームページ、2018年5月8日閲覧）。漁港や農業施設の復旧や「産業・生業（なりわい）の再生」事業として、被災した農林漁業者の復旧・復興を支援する金融支援も含まれている。

中小・小規模企業の側からみれば、いずれの制度も事業の性格によって組み合わせて利用したいところである。

政府の中央官庁による縦割り行政が地方自治体に及ぶ、制度をいかにして、中小・小規模企業にとって、利用しやすいような工夫をこらすのか。地方自治体と中小・小規模企業それぞれに考えていかなければならない課題である。本稿は先行事例を学ぶとともに、再作提言を試みたいと考える。

①地域の先行事例に学ぶ

起業・創業に関する法的な手続きを「ワン・ストップ」、つまり1カ所でできる仕組みづくりは都道府県で進んでいる。しかし、起業・創業した経営者を支援する仕組みも「ワン・ストップ」でできないか。そうした問題意識に立って大阪市が取り組んでいるのが「大阪産業創造館」である。大阪市都市型産業振興センターが2001年に設立した。その活動について、同センター専務理事の井上裕之と、同センター・スタートアップ支援チームリーダーの下野麻佐子に対するインタビュー（ビジネスサミット・2017年8月号）からまとめる。

「大阪産業創造館」の設立の趣旨は、事業継承者が若手创业者のためのいわゆる「第二創業」を支援するというものだった。創造館の前史ともいえるべき存在が、いまも続いている「なにわあきんど塾」だった。中小企業の後継者のために、1986年から2017年にかけての31年間で約1000人の卒業生を出している。1年間をかけて、経営者としての資質を高めるために、経営者としての心構えや経営計画の策定のスキルなどを学んでいる。

創造館はこの「あきんど塾」の延長線上にあるともいえる。活動を支えているのは、創業希望者と、創業5年くらいまでのサポーターの中小企業の経営者たちである。実の際の講義ばかりではなく、ウェブでも受講可能な「スタートアップセミナー」では、事業計画書の書き方やSNSの活用の仕方などを学ぶ。さらに、月に1回か2回開講している「起業体験セミナー」では実際に起業した経営者の話が聞ける。また、「スペシャルセミナー」は著名な経営者を招いて、体験談を語ってもらっている。

本格的な起業の支援をする「立志庵」という6カ月間のプログラムもある。メンバーとなった起業を目指す人は、創造館の施設を年間毎日24時間の利用が可能になる。さらに、それぞれのメンバーに担当のコンサルタントがついて、起業プランのブラッシュアップ、営業のやりかたなどを学ぶ。

創造館の組織として「経営相談室」の存在が大きい。常駐する中小企業診断士をはじめとして、社会保険労務士や税理士ら21の分野で計130人のサポーターが登録されている。利用は予約制で、相

談は無料である。

起業の支援をするばかりではなく、その後の「生存率」を高めようという目的も創造館は持っている。関西のオーナー企業の経営者の会である「IAG」の会員を委員としている。「立志庵」の出身者のなかで、5年以内で廃業した比率は12%である。この水準は一般的な20%程度と比べると低い。

「川崎モデル」は、大企業が公開している特許と地元の中小企業を結びつけて、新たなビジネスをつくろうという川崎市のプロジェクトをいう。地方自治体の視察が絶えないが、全国的な広がりには欠けている。しかし、そこには大企業の工場群や事業所を抱えているという、川崎市の後背地の有利さを指摘するだけに終わらずに、中小・小規模企業の起業・創業について学ぶべき点が多い。また、なぜ他の地方自治体が「川崎モデル」を導入できないかという課題は、地方自治体が中小・小規模企業の振興策を策定するうえで必須の条件を提起している。

ここでは、「川崎モデル」を担っている、川崎市産業振興財団の新産業振興課の塩川克久と安島慎吾、川崎市経済労働局企画課の嶋村敏孝に対するインタビュー（ビジネスサミット・2017年12月号）をまとめる。「川崎モデル」とは、川崎市と川崎市産業振興財団が一体となって、2007年にモデル事業として始まり、翌年からは重点事業とされた。大企業が所有する特許などの知的財産を中小企業とマッチングして、新製品開発や新規事業に取り組むことを促進する。2017年までに29件が成約し、うち20件が製品化されている。

「川崎モデル」の大きな特徴のひとつが、「出張キャラバン隊」である。市と産業振興財団のメンバーがチームを組んで、年間500社以上の中小企業を訪問している。そうした企業の強みを探るためである。さらに、大企業に対しては、「スクリーニング」を通じて、中小企業が活用可能な解放されている特許を洗い出している。

こうした大企業と中小企業を結ぶために、重要な役割を果たしているのが「コーディネーター」である。中小企業の経営力を推し量りながら、大企業の特許という複雑な知財を実地に移すことになにが必要なのかも洗い出す。大企業と中小企業をマッチングするばかりではない。国や県市の補助金の活用も提案する。コーディネーターは3人。いずれも複数の中小企業を担当している。大企業とのマッチングまでには、数カ月から年を重ねる場合もある。「川崎モデル」の運用にもこの陣容では人手不足の状態である。

コーディネーターのひとりである、川崎市産業振興財団・知的財産コーディネーターの西谷亨は、かながわサイエンスパークにおいて技術移転の専門職だった。やはりメンバーの高橋光一は、富士通において知財活用業務の経験者、宇崎勝はエンジニア出身である。

「川崎モデル」が、地方自治体に大きな広がりをもせていないのは、こうした専門性の高いコーディネーターの採用に苦慮しているのがひとつの要因である。さらに、地方自治体の中小・小規模企業の振興担当者が人事異動によって3年ほどで入れ替わることが、壁になっている。

川崎市産業振興財団の新産業振興課の塩川は、こうした役割を地域金融機関のなかに専門部署を作ることによって、自治体と協力しながら大企業の知財と中小・小規模企業とのマッチングが可能ではないか、と述べている。

本稿の筆者は、いわき地域の6次産業の進展に関するフィールドワークにおいて（東日本大震災後のいわき地域（いわき市及広野町）における「6次産業」の新たな進展について 東日本国際大学地域振興戦略研究所紀要 第1号 2016）、地域金融機関である、いわき信用組が組成した中小・小規模企業の育成のためにファンドの役割を重視した。金融機能ばかりではなく、コーディネーターを1人置き、かつこの部門の専従者を決めている。このファンドは、全国各地の信用組に広がっており、信組業界で「いわきモデル」とされている。

「川崎モデル」から、いわき地域においても、中小・小規模企業の育成の「いわきモデル」を創造する基盤はある、と考える。

最後に中小・小規模企業の女性経営者に対する振興策の問題である。信用調査会社の帝国データバン

クによると、全国の社長に占める女性の比率は2015年に7.51%である。東北6県では、青森が10.19%と全国の首位に立っている。次いで、沖縄(9.87%)、徳島(9.81%)である。ちなみに、徳島は2010年と翌年連続して、全国第1位だった。

岩手(8.096%)は全国19位、宮城(7.36%)は29位、秋田(6.918%)は37位、福島(6.76%)はそれに次いで38位、山形(6.55%)は40位である。東北6県は、青森、岩手を除いて女性社長の占める比率は、全国平均以下である。

全国3位にある徳島県徳島市が主導する「阿波女あきんど塾」は1995年、市の経済支援課の女性職員の呼びかけによって集まった、市内で活躍する女性経営者10人で立ち上がった(理念と経営・2017年8月号)。月に一度、市役所に集まって、行政の政策などを学びながら、女性経営者としての要望を検討した。これを受ける形で、市は翌年に「徳島市女性起業家育成資金」制度を発足させた。500万円を限度として、利率を抑えて返済期限も7年と長めにした。2005年から2年間、市内の高校や大学に出張講座として「働くとはどういうことか」という活動をした。2010年からあらゆる分野の女性リーダーや起業家、ボランティアを表彰する「きらめく女性大賞」を始めた。

女性起業家に関する調査・研究としては、日本政策金融公庫の総合研究所・主任研究員の藤井辰と研究員の金岡諭史による「女性起業家の実像と意義—『2013年度新規開業実態調査(特別調査)』から・日本政策金融公庫調査月報・No.067 2014年」がある。同公庫が2012年4月から翌年3月までに融資した企業のうち、その時点で開業後5年以内(開業前も含む)の1万2813社を対象にしたアンケート結果の分析である。回答企業数は3011社で回答率は21.5%だった。

この調査は、男性起業家と女性起業家の間で、事業概要や起業の業種、廃業率などについて際立った違いがあることがわかった。起業・第二創業に関して、女性起業家に対する政府、地方自治体、地域金融機関が施策を講じる必要性が浮かび上がる。

まず、日本の女性が起業に取り組む比率が少ない。国際比較をするうえで用いられている「総合起業活動指数」は、18から65歳の人口に占める起業家とその準備中の人の比率を表す。日本の女性の総合起業活動指数は、2012年に2.1で、ブラジル(14.7)、中国(11.0)などの新興国よりも低い。また、米国(10.5)、英国(6.3)の先進国に比べても低い。日本の男性(5.9)並みとなれば、地域の経済の活性化に役立つのはいうまでもない。なお、男性の水準も、ブラジル(16.2)、中国(14.7)、米国(15.2)、英国(11.6)に比べると低い。

日本の女性起業家の事業概要は、「個人経営」の割合が61.8%で、男性(54.2%)よりも多い。これは起業あるいは起業準備中の業種の違いがもたらしたものと考えられる。女性の業種は、「個人向けサービス」(25.2%)がトップで、「医療・福祉」(19.2%)、「飲食店、宿泊業」(15.0%)と続く。「個人向けサービス」の半数は「美容業」である。これに対して、男性は「医療・福祉」(13.0%)が最も多く、次いで「建設業」(11.9%)、「事務所向けサービス業」(11.6%)、「小売業」(11.6%)である。

藤井と金岡が引用する国民生活金融公庫総合研究所(現・日本政策金融公庫総合研究所)の2007年の調査によると、女性起業家の廃業率が18.8%と男性の14.6%を上回る。

両者は、女性起業家が持つ意義について、以下の4点をあげている。①眠れる才能の発掘。育児や介護などの関係で仕事に就けなかった人々である②女性の視点が加わることによって、新たな商品やサービスが生れる③女性たちのキャリアアップにつながる④次なる女性起業家の苗床になる。

女性起業家に絞った、女性活躍社会の実現に向けた政府、地方自治体の政策の構築は、いまだにはっきりとした形で表れていない。日本全体の女性起業家の数が少ないばかりではなく、東北地方なканずく、福島県の女性社長の比率が低いことは前述した通りである。そのことは、いわき地域の自治体による女性起業家の支援政策が打ち出されれば、全国的にも先頭集団に立つ可能性を秘めているのである。

なお、福島県は2014年度から「女性・若者向け創業補助金」事業を開始している。200万円を

上限として補助対象の経費の5分の4を貸し付ける。こうした金融支援にとどまらない施策の拡充が、地方地自体に求められているのである。

3) 東日本大震災と中小・小規模企業

東日本大震災の被災3県（岩手、宮城、福島）のうち、福島と宮城が、起業・創業の開業率と廃業率の差が全国的にみても開業率が上回っている点については前述した。岩手も開業率と廃業率の差は0ポイントであることから、起業・創業による企業数の押し上げ効果があることが推定される。

ここでは、一般社団法人・福島県中小企業診断協会が2015年4月にまとめた「地域経済活性化に寄与する創業支援のあり方に関する調査研究報告書」に基づいて、被災3県の震災前後の起業・創業の状況をみていきたい。

東日本大震災は2011年に発生した。調査研究報告書は基本的に、震災前の2010年と震災後の2012年、2013年の政府の経済センサスのデータなどを比較している。まず、東北6県の事業所数は、2010年と2012年を比較すると、全国平均で△（マイナス）6.9%0であるのに対して、宮城（△11.8%）、福島（△11.7%）、岩手（△9.8%）と被災3県の減少幅が大きい。ちなみに、青森（△9.0%）、秋田（△8.3%）である。

福島県内の郡山、いわき、福島、会津若松、南相馬、相馬の各市を比較すると、同じ二つの時点の比較で、全体の企業数に対する新規事業数の比率が、南相馬（6.6%→7.0%）と相馬（6.8%→9.7%）と巨大津波と原子力発電所のメルトダウンの影響を大きく受けた地域で新規事業所の存在が高まっていることは注目される。福島県全体では、7.7%→5.9%と比率を落としており、郡山（9.4%→7.2%）、いわき（8.5%→6.9%）、福島（9.5%→6.9%）、会津若松（7.0%→5.0%）は、この傾向にある。

ところが、起業・創業について、各県にある法務局における新たな株式会社の本店登記件数は、震災翌年の2012年に前年対比の増加率で、福島（49.0%）、仙台（20.7%）、盛岡（24.0%）と被災3県で高い伸びを示している。青森（27.0%）、秋田（1.7%）、山形（0.7%）である。

福島法務局の新規登記件数の推移をみると、2010年（647件）、2011年（643件）、2012年（958件）、2013年（1065件）と震災後に震災前の水準を超えている。業種別の分析がないが、復旧・復興事業に対応した建設・土木業の増加だけでは説明がつかない、「起業・創業ブーム」といえる。

調査報告書は、阪神・淡路大震災前後（調査間隔・29.3カ月）の兵庫県と、東日本大震災前後（同・31カ月）の福島県の開業率と廃業率を比較している。兵庫では、開業率が4.5%と全国平均の2.7%を上回った。廃業率は6.5%で全国平均の3.8%を上回った。これに対して、福島は、開業率が全国平均の2.7%とほぼ同水準の2.0%、廃業率が全国平均の6.9%より低い6.4%だった。兵庫と福島ともに、震災後に開業率が上昇しているのである。

激甚な災害に見舞われた被災地が、起業の地となる。復旧・復興によって、災禍に遭遇した企業が再建を果たすばかりではなく、新規の企業が加わる。福嶋路は、米国のニューオーリンズ市を2005年に襲った巨大ハリケーン・カトリーナーによって、同市の8割が水没した後、復旧・復興の過程で、東日本大震災後の「起業・開業ブーム」が起きたと同じ現象が起きたことを指摘するとともに、「もともと大災害の後に、その地域で起業活動が活発化するという現象は、歴史的にも、多様な地域においても観察されてきた」（「起業家活動による災害復興の促進」・日本政策金融公庫調査月報 No.092）と指摘している。

福嶋は、ニューオーリンズのケースを4段階に分けて考察している。

①被災前 政治の腐敗と石油産業と観光産業の伝統産業に頼っていた。そのなかで、他の地域で起業したニューオーリンズ出身者が戻ってきていた。

②被災直後の2年間 人口構成がかつてないほど変化した。ハリケーンの被害を受けた主要産業が他の地域に移り、人口が流出した。その代わりに復興要員として派遣された経営学修士（MBA）過程の学生がカリキュラムとして被災地のコンサルティングサービス提供。さらに多額の補助金、寄付金、義援金が起業活動に流れ込んだ。

③起業家の活動が可視化されてくる2年～5年 流入してきた人々のなかから起業する人が出てきた。

④起業家の数や層が増えていく離陸期 ニューオリンズの人々も他の地域からきた人の起業に刺激を受けて起業するようになった。

さらに、東日本大震災後の起業の特徴として、福嶋は次の3点をあげている。

①他の地域から移動してきた起業家の存在が大きいこと。

②「利他性」に基づく起業が多いこと。震災後に起業家の起業動機と震災前の起業家のそれとを比べると、経済的動機よりも「人のために役に立ちたい」という動機で起業する例が多い。

③「融業化」によって既存の企業の復活がみられる。融業化とは、IT企業が農業に乗り出したり、水産業が観光に体験型のビジネスの提案したりする、ことをいう。

こうした特徴は、いわき地域の起業・第二の創業においても発見される場所である。経済合理性を超えた「利他性」と「融業化」については、経済学のパラダイムシフトの補助線を引くことによって、大震災後の起業・第二の創業の産業論的な新たな領域が拓けると考える。

2. 経済学のパラダイムシフト

1) 行動経済学

行動経済学の定義は定まったものはない。一般的には「人間を研究対象とするきわめて多くの学問、とりわけ認知心理学、社会心理学、進化心理学、倫理学、哲学から人類学、進化生物学、行動生態学、さらに生理学や脳神経科学に至るまでの広範囲の学問から多大な影響と示唆を受けているきわめて学際的な学問である」（友野典男・「行動経済学」）とされている。2002年にノーベル経済学賞を受賞したダニエル・カーネマンや、2017年の同賞の受賞者であるリチャード・セイラーらが開拓してきた分野である。

経済学のパラダイムシフトを起こしたといわれる由縁は、これまでの「経済人（ホモ・エコノミスタ）」という、合理的に行動して自らの利益を追求する人間を前提にしてきたことを根底から覆したことにある。「（行動経済学では）感情や直感も重要な役割を果たしていることが次第に明らかになってきた。抜け目のない人々の合理的な損得勘定から、感情の役割も重視する方向への変化である。いわば『勘定から感情』である」（同）。

人間の経済行動は「合理的かつ私益追及ばかりではなく、『合理的かつ利他的』『非合理的かつ私益追及』『非合理的かつ利他的』という組み合わせも可能だ」（同）なのである。

行動経済学は、人間が合理的かつ利益追求ばかりではない行動にでるプロセスについて、さまざまな角度から知見を積み重ねている。そのなかのひとつに「ヒューリスティクス」がある。不確実な状況のもとである決断をするときに、明確なてがかりがない場合に、人間はヒューリスティクスに頼る。簡便法、発見法、目の予算、近道などと日本語では呼ばれる。これに対する概念は「アルゴリズム」である。手順を踏んでいけば正解にたどり着く。

ヒューリスティクスは、ほぼ正解に近いところにたどり着くこともあるが、間違いを生み出すこともある。記憶なかでも長期の記憶に頼って、ヒューリスティクスは働くが、その記憶が改変されている可能性がある。利用可能な情報がインターネットのなかで短時間に多数の人に共有される時代には、その学習に短時間に影響が及ぼされる。

ノーベル経済学賞受賞者であるリチャード・セイラーは、「実践行動経済学」（遠藤真美訳、講談社）のなかで、「ナッジ（nudge）」という概念を提唱する。ナッジとは「注意や合図のために人の横腹を特にひじでやさしく押ししたり、軽く突いたり、こと」である。

ニューヨークタイムズ紙などでコラムニストとしても知られるセイラーは、行動経済学における人間の定義についてユーモラスな表現でこう述べる。「経済学の教科書を見ると、ホモ・エコノミクスはアインシュタインのように考えることができ、IBMのスーパーコンピューター『ブルージーン』と肩を並べる記憶装置を備え、マハトマ・ガンジー並みに強い意志を持っていることがわかる。本当にそうなのだ。しかし市井の人々はそうではない。現実の人間は電卓がなければ長い割り算に悪戦苦闘するし、配偶者の誕生日を忘れることもあるし、二日酔いで新年を迎えたりもする。こんな人はホモ・エコノミクスではない。ホモ・サピエンスである。ラテン語の使用を最小限にするため、これから先はこの想像上の種を『エコノ』、実在する種を『ヒューマン』と呼ぶことにする」。

そうした「ヒューマン」を前提として、セイラーは個人の貯蓄や投資、借金、政府の医療制度、環境問題、婚姻制度などについて、新たな「ナッジ」つまり政策を提言し続けている。震災地の「利他的」な「ヒューマン」である起業家たちに、どのような政策が適合しているのか、「ナッジ」のあり方の検討そのものであるといえる。その意味では、震災地は「行動経済学」の実験場である。

2) シンギュラリティ

シンギュラリティ（技術的特異点）とは何か。「テクノロジーが急速に変化し、それにより甚大な影響がもたらされ、人間の生活が後戻りできないほどに変容してしまうような、来るべき未来のことだ。それは理想郷でも地獄でもないが、ビジネスモデルや、死をも含めた人間のライフサイクルといった、人生の意味を考えるうえでよりどころしている概念が、このとき、すっかり変容してしまうのである」と、レイ・カーツワイルは、その意義を述べる（「シンギュラリティーは近い」、井上健監訳）。

カーツワイルは、人工知能の世界的な権威で、グーグルにおいて機械学習と自然言語処理の責任者をしている。「（シンギュラリティの概念の根本には）人間が生み出したテクノロジーの変化の速度は加速していて、その威力は、指数関数的な速度で拡大している、というものだ」（同）。「パラダイムシフト率（根本的な技術的アプローチが新しいものへと置き換わる率）と、ITの性能の指数関数的な成長はいずれ『曲線折れ曲がり』地点に達しようとしている。この地点にくると、指数関数的な動きが目立つようになり、この段階を過ぎるとすぐに、指数関数的な傾向は一気に爆発する」（同）

シンギュラリティの原則として、カーツワイルは50ほどをあげている。そのなかからいくつかを抜きだすと以下である。

- ・パラダイムシフト（技術革新）の起こる率が加速化している。今の時点では、10年ごとに二倍。
- ・ITの能力（コストパフォーマンス、速度、容量、帯域幅）はさらに速いペースで指数関数的に成長している。今の時点で毎年二倍。この原則はさまざまな計測単位にも当てはまる。人間の知識量もそのひとつ。
- ・人間の脳のスキャンも、指数関数的に向上しているテクノロジーのひとつ。脳スキャンの時間的解像度、空間的解像度、帯域幅は毎年二倍になっている。
- ・機械は、インターネットを通じて、人間と機械が合体した文明にあるすべての知識にアクセスし、そのすべてを習得することができる。
- ・非生物的な知能が、人間と機械の従来からの長所を併せもてば、文明の知能の中の非生物的な部分は、機械のコストパフォーマンス、速度、容量が、二重の指数関数的な成長をとげることにより、継続的に利益を得ることになる。
- ・神経系の内部で作られるVRの解像度や信頼度が、本当の現実に匹敵するようになると、人々は、ますますヴァーチャル環境での経験を重ねることになる。

・VRでは、人は、身体的にも感情面でも違う人間になることができる。それどころか、他の人（ロマンスの相手など）が、あなたが自分のために選ぶ身体とは違う身体を、あなたのために選ぶこともできる（その逆もあり）。

震災地の起業家たちは、明確にシンギュラリティーを意識しているか、あるいは暗黙知としてシンギュラリティーの存在があるようにみえる。インターネットによるプラットフォームの創造であったり、ドローンの活用であったり、ロボットの新しい用途の開発だったりする。

3. いわき地域における中小・小規模企業に対するフィールドワーク

1) 起業

① Haloworld（本社・いわき市好間町） 原発事故を契機にロボット分野進出

新潟県出身の代表取締役の司馬天風さん（インタビュー・2018年3月12日時点42歳）は、東北電力柏崎原子力発電所の資材を扱う商社を運営していた。東京電力福島原子力発電の資材も納入するために、東日本大震災の発生直前の2011年3月1日に、双葉郡富岡町にも事務所を構えた。その直後の大震災だった。「原発事故から逃げてはいけないと思った」と、司馬さんは当時を振り返る。5月1日には、福島原発に資材の搬入が便利な高速道路の好間インターチェンジ近くに事務所を移した。

東京電力福島第原子力発電所から緊急の要請があったのは、作業用のベストだった。他社と協力して900着を納めた。特殊な用途のロボットを調達できないか、という注文があった。東京電力はその用途は明らかにしなかったが、超小型でかつ瓦礫のなかを進み、配管のなかをはってバルブを閉めることができるものという仕様だった。従来のロボットにはない。メーカーと組んで3Dプリンターなどを応用して、このロボットを作り上げた。

これをきっかけとして、ロボット分野に本格的に乗り出すために、2016年2月に現在の会社を起業した。従業員は3人、技術顧問が2人。プログラミングは千葉大学と提携している。技術部門の最高責任者・CTOの豊田晃央さんは、重工業会社に20数年勤務のあと、独立して、遠隔操作ロボットの実用化に取り組んできた。大手ゼネコンと協力して災害対策のロボットとして、油圧式のショベルロボットを開発した経験もある。司馬さんがロボット関係の展示会を見に行った際に、原発事故後のロボットのあり方を議論して意気投合した。

司馬さんがいま構想しているロボットは、原発事故の現場で自走式によって、瓦礫を吸い込む大型のルンバのようなものである。災害の復旧などにも活かすことが可能である。

起業について、司馬さんは「ニーズがみつかったら、見切り発車でもいいから、高速で計画を進める。そして、早めに失敗をする。そこからプロジェクトの完成に向かう」と語っている。

震災地の起業の特徴である、「利他性」と地域外の人材による営為という典型的な例といえる。ロボット分野に進出するという意味では、第二創業の例でもある。

② エコエネルギーシステムズ（いわき市平） 農産物の産地と流通グループをつなぐプラットフォーム

代表取締役の根本和彦さん（インタビュー・2018年3月6日時点53歳）は、いわき出身。東京でシステム会社を運営していた。東日本大震災後、地元の農業支援が大事ではないか、と考えて故郷に戻りNPOを立ち上げた。この活動を続けるなかで、根本さんはふたつの事業の柱を見出した。第1は、畑の地温を管理して周年の作物の収穫回数を増やして、農家の収入を増やす特許を取得した。第2は、生産農家と大手流通業者をプラットフォームで結んで、収穫と販売のマッチングをすることである。周年の作物の収穫管理にもITを応用することによって、鮮度のよい収穫物をこのプラットフォームを

通じて販売することを計画している。一部産地と流通企業を結んで実験段階に進んでいる。

作物の周年栽培のシステムは、低コストである。塩ビ管を畑の地中に埋めて、夏は地下水を冬は溜めた水を流す。太陽光だけでも冬の水温は摂氏40度になる。実験は小松菜で始めている。

「農業の工業化ともいえる。異業種の参入が可能になる。地元は、除染作業もひと段落して人手が余り気味である。建設・土木会社が空いている土地に、この周年栽培の技術をいずれ導入してもらうことを考えている」と、根本さんは語る。

生産者と流通グループを結ぶプラットフォームの実験は、地元の農家数軒と山形県尾花沢市に本拠を持つ地場のスーパーとの間で行っている。周年栽培の野菜類はコンピューター管理によって、収穫時期がはっきりとわかる。通常の路地物野菜は、いったん収穫したあと、需要の状況を確認するために冷蔵倉庫に入れられる。生産農家から店頭まで日数が3日間ほどかかる。プラットフォームの活用が軌道に乗れば、1日で新鮮な野菜が店頭で並ぶことが可能になる。

ITを農業に応用した有望な事例といえるだろう。プラットフォーム化についても、大手商社や大手IT企業と提携すれば、全国展開あるいは日本に野菜を輸出しているアジアの諸国の生産農家と日本市場を結ぶことが可能になるかもしれない。

③いわきユナイト（同） 震災地の農業振興

いわき市内で独立して、国内外の食品と雑貨を取り扱うセレクトショップの「ブルーシュエット」を経営する、田子哲也さんが代表取締役CEOに就任して2017年7月1日に設立された。共同経営者の代表取締役COOの植松謙（インタビュー・2018年3月6日時点42歳）は、中小企業診断士として農水産物の6次化けるプランナーとして各地で地域振興策支援や特産物の開発にかかわってきた。

経営目的である「地域商社事業」とは、メーカーと共同開発して流通を担い、地元ばかりではなく、首都圏などの流通業者に地元産品の卸を目指している。また、首都圏のマーケティングによって、地域の特産物を掘り起こそうという目的も兼ねている。起業の目的を明確に「商社」のネーミングをつけてはっきりとさせている。

植松さんの過去の実績としては、埼玉県越生（おごせ）町の振興策として、名産の梅にゆずを使ったワインやジャムなどの製品の開発がある。成功のカギは「生産農家のやる気のある40歳代の人々だった」という。

6次化の産業化の難しい点として、植松さんは「地元の製造業者に本業をやりながら、新しい製品づくりに乗り出すスピード感が乏しい。また、首都圏などの市場のマーケティングも難しい」という。つまり、「地域商社事業」は、こうした困難な事態を解決しながら、地元の生産者とメーカーに新たなビジネスチャンスをつくる、ということである。

起業して以来取り組んできた商品化としては、地元産の甘酒を首都圏などでブームであることから、地元のメーカーに任せるばかりではなく、山形県内メーカーにOEM（委託者ブランド名生産）つまり、ブランドは地元メーカーで生産してもらう方式を確立したことである。「首都圏の市場を狙うには、ある程度の生産のボリュームが必要だからだ」と植松さんは、その狙いを語る。

「地域商社」の今後の方向性として、生産と販売から観光事業にもつながるのではないかと植松さんは展望している。

農水産物の6次化にあっては、生産者ばかりではなく、製品を市場につなぐ「商社」機能が必要である、という認識に基づいた新しい形の起業である。

④HealtheeOne（同） 医療制度の合理化のプラットフォーム

いわき出身の小柳正和さん（インタビュー・2018年3月16日時点41歳）が、2015年7月に設立した。小柳さんは、伊藤忠商事に12年間勤務後、ITや通信、金融業などで働いてきた。起業に至る経験のなかで、最も重要だったのは、商社時代に社内ベンチャーともいえる事業にかかわり、大きなビジネスに成長させることができたことである。ひとつは、米国の会社と組んだ携帯電話の販売に伴う修理保険だった。加入者ひとり当たり月額300円から500円を徴収する。この事業には故障率など確率論が必要であり、リスクコントロールと、こうして請け負った徴収金を再保険として損害保険会社に販売することも計算に入れなければならない。事故の発生モデルと予測である。

伊藤忠は最終的に、このサービスとドコモにOEM供与し、3000万ユーザーが利用することになった。リスク管理をすれば、損害保険会社などの金融機関もこうしたビジネスを支援する、と小柳さんは学んだのである。

起業家のなかで、大企業での成功体験をもった人材の重要性もまたいうまでもない。小柳さんは、こうしたシステムによって、地域医療の合理化を成し遂げられるのではないかと、という着想を得た。きっかけは、地元に残った父親の終末期医療だった。

患者のビッグデータの分析によって、どのような病気にどのようなリスクがあるのかわかる。医師は命を預かるというリスクがある。どのようなエラーがあるのかも、ビッグデータで読み解いていくことが可能になる。こうした分析結果を医師に提供することによって、医師をサポートするプラットフォームができるのではないかと、というのが起業の理由である。現在は実験的に複数のクリニックのレセプト（請求書）についてプラットフォームを通じて一括処理するサービスを開始している。レセプトはクリニックから各種の健康保険組合や国民健保などの政府、地自体が運営している健保に対する請求であり、厳密さが求められる。集中して一括処理すれば、個々のクリニックの負担は軽減される。

小柳さんの「利他性」は、起業にとどまらない。商社勤務中にパリ留学中に知った、街のごみ拾いをするボランティア活動もそうである。パリの日本人留学生2人が始めた活動が、広がった。日本では、原宿で「グリーンバード」と名付けられて活動をしている。小柳さんはこのボランティア活動をいわき市内でも主導している。また、パリで参加していた社会人サッカーチームの運営に学んで、「いわきFC」の運営も支援している。

起業に必要なものについて、小柳さんは「アイデアとパッション（情熱）、そして技術である」と語る。事業化は株式会社でもNPOでも、どちらでもいいという。IT技術の進展は、起業の地として、東京でも地方でもその差はまったくない、と指摘している。ただ、必要要素の「技術」について、システムエンジニアなどの技術者の数が、いわき地域で絶対的に不足している、という。工学系の大学がないために、事業のために会津大学と協力することもあるという。

起業の分野として、医療を選択したのは、父の終末期医療を目の当たりにしたばかりではない。日本の医療全体の今後の方向性についても、小柳さんは洞察した結果である。

「日本の国民医療費は約42兆円に及ぶ。これまでのように総額が増えるスピードをこのままにしてはおけないだろう。病院にはあまりこさせない、つまり在宅医療を普及させる必要がこれまで以上に出てくる。さらに、診療報酬は下げる方向で、医療費全体を抑制しなければならないだろう」とみている。

こうした事態のなかで、地域のクリニックは「社会基盤」として重要性を帯びる。生産性をあげなければならない。「日本の医療制度をアナログとデジタルで支援していきたい」と、小柳さんはこれからの方向性を語る。レセプトの一括処理はある種のアナログ支援である。デジタルの支援は、タブレットに電子カルテなどのデータを入力できるアプリを開発することである。日本ではまだ、電子カルテの標準化がなされていない。

さらに、医療費の支払い額を債務とみなせが、約70兆円がある。この債務を流動化つまり債権化して、金融市場にだしていくこともこれからの課題になる、と小柳さんは予測している。

起業にあっては、中長期の大きな見取り図あるいは青写真、方向性が必要である。小柳さんの起業はそうした意味では、教科書的な存在である。

2) 第二創業

①岩城高箸（いわき市川部町） 廃校を活用したインバウンドに挑戦

岩城高箸は、東日本大震災後、いわき産の材木による割りばしを生産し、そのデザイン性と機能性から2014年の「第1回復興庁ビジネスコンテスト大賞」を受賞したことで知られる、地域の振興に寄与している企業の代表格である。

代表取締役の高橋正行さん（インタビュー・2018年3月7日時点44歳）は、いわき出身ではない。川部町の地に割りばし製造を起業したのは、祖父がかつて周辺の造林会社の役員を務めていたのと、現在の社長が祖父の部下だった縁からである。もともとは神奈川県横須賀出身である。司法試験を目指していたが、断念して林業の復興に取り組もうと移り住んできた。まず、造林業の一部門として立ち上がった。株式会社として独立したのは、2010年9月のことである。

「外国産木材の低価格に負けて、日本産の未来は明るいものではない。造林会社をつぶす道もあったのだろうが、日本の50年後、100年後を考えれば林業の復興を考えていこうと思った。そして、震災が起きて、林業をもとに地域の復興を考えるようになった」と、高橋さんは語る。

日本の割りばし市場の97～98%は中国産が占める。高橋さんが考えたのは、いちぜん60円という割りばしとしては、高価で、袋も箸もデザイン性に優れた製品の開発だった。「使ってみたい。買わせてください」といってもらえるような割りばしを考えた、という。経済産業省のグッドデザイン賞など、受賞の数は多い。

岩城高箸が第二の創業と位置付けているのは、地域にある廃校になった小学校の分校をリニューアルして、インバウンドの外国人観光客にもきてもらえるような宿泊施設事業である。その小学校は、旧田人第二小学校の南大平分校である。林業の衰退とともに、旧田人第二小学校は、田人地区の他の小学区と2011年4月に統合し、南大平分校も廃校になった。木材で作られたその校舎を生かそうというのである。さらに、岩城高箸の本社と工場もこの分校に移転する。

分校は、宿泊施設のサービス拠点とし、宿泊施設は震災の仮設住宅を移築して民泊を目指そうとしている。教室を利用したカフェ、サテライトオフィスも考えている。高速道路のインターチェンジから近いという利点を活かそうというものである。割りばし工場では、外国人やこどもたちに見学してもらおうという。

第二創業は、成功した本業の延長線上に事業計画が立案されることが望ましい。他の領域に進出する多角化は、中小・小規模企業にはリスクがある。林業の再興という夢にかけてきた高橋さんが、割りばしの成功の先にさらに地域の復興に木造の分校のリニューアルに取り組んでいるのは理にかなったことである。

②岩城実業（いわき市小名浜町） 温泉施設から健康産業を目指す

岩城実業は、いわき市小名浜町に「いわき健康センター」と茨城県那珂市に「なか健康センター」それぞれ日帰り型温泉娯楽施設を運営している。とくに、前者は東日本大震災時に多数の避難者を受け入れた。代表取締役の宮野由美子さん（インタビュー・2018年3月4日当時52歳）は当時を振り返る。

「3月は年度末の歓送迎会などで繁忙期のために、米などの食糧の備蓄が大量にあった。地区の水道は震災の影響で止まったが、貯水タンクに満水の13トンの水もあった。従業員70人を総動員して、大きな鍋で肉と白菜を入れたスープを作り、おにぎりの炊き出しもやった。この作業を3日間続けた。災害は最初の3日間の救護が大事だというのが、身をもって実感した」と語る。震災地の企業が「利他性」

を意識する瞬間である。

インタビューに訪れた日、演芸をやる舞台に水戸の劇団を迎えて「水戸黄門漫遊記」を開催し、震災当時受け入れた地区の人たちを招いた会が催されていた。

代表取締役の宮野さんはそもそも、父が起業した事業を引き受けるつもりはなかった。長男が継ぐことになっていた。ところが、2010年3月に父が69歳の若さで急死し、会社の経理を担っていた宮野さんが、親族の説得もあって代表取締役に就任した。取引先の金融機関の担当者も、経理担当の宮野さんが跡を継ぐことを歓迎した。中小・小規模企業の重要な課題である、事業継承はあらかじめ想定しておいても難しいものである。取引先金融機関の納得性は大きな要因となる。

宮野さんは、第二創業の準備をしている。日帰り温泉サービス事業は近い将来に、少子高齢化を背景として需要が細る事態を想定している。これから需要が伸びる可能性を女性と若者に絞っている。2018年10月オープンを目標として、「いわき健康センター」のなかに、大手専門企業と提携してフィットネスを中心とした施設を開業しようとしている。

宮野さんは、2016年から始まった地元の「医師たちを応援するお姉さんの会」の代表を務めている。2カ月に一度、医師約40人とサポーター60人が集まって、持ち寄った料理をさかなにして、地域の医療問題について語りあう会合である。サポーターには、地元の中小企業の経営者やエフエムのパーソナリティーらが参加している。女性経営者が経営にもならず「利他性」のある活動に乗り出している好例である。

③大和田測量設計（双葉郡広野町） ドローンを活用した災害情報の収集と配信

大和田測量設計は、大和田幹雄さん（インタビュー・2018年3月5日当時68歳）が東京の建設会社の勤務などを経て地元に戻り、1986年9月に設立した。大手ゼネコンなどが公共事業をする際に土地の測量をしたり、道路、橋梁などの設計をしたりする会社である。

東日本大震災が起きると、大和田さんは被災した地元の土地を上空からヘリコプターによって撮影することを考えた。事業に活かそうという意図はまったくなく、とにかくふるさとの被害の状況を後世に残しておこうと考えたのだった。しかし、福島第1原子力発電所のメルトダウンのために、上空の飛行は禁止されて願いはかなわなかった。

それから年月がたち、最近になって測量のために導入したドローンを災害時の情報収集と、それを自治体の災害対策本部に流せないか、という実証実験の準備を始めている。従業員40人の中小・小規模企業としては、所有しているドローンの機数が5台は多いのではないかと。福島県の補助事業になっている。実証実験は、2019年度から開始する予定である。

例えば、ドローンに搭載したセンサーによって、放射線量を測定することは可能である。それを対策本部に送って、的確な避難計画などができるようになる。

広野町はかつて常磐興産の炭鉱でにぎわった町だった。広野火力発電所が立地する町でもあった。大和田さんは当時のふるさとについて「かつてはエネルギーの町としての賑わいがあった。駅前の飲食街や映画館など、懐かしい風景がある」という。ふるさとの振興策のために、ドローンを活用した災害情報システムを考えている。「人が働く場所を作らなければならない。働くところがあればにぎわいができる」という。

経営の問題の大きな課題が、国家資格をもった測量士の不足である。未経験者を採用して国家試験をとらせると、大手や最近では地方自治体に転職する従業員もでているのである。「利他性」の理想は、現実の人手不足の壁にぶち当たっている。

3) 事業継承

事業継承は、中小・小規模企業の重要な問題である。また、第二創業につながる可能性も秘めている。

前述のように、事業継承が新たな分野への挑戦につながる例もみてきた。ここでは、事業継承のケース・スタディを試みる。震災地の事業継承にも、東日本大震災を契機とする「利他性」がみられる。

①プリント電子研究所（双葉郡広野町）震災と契機に若返り

プリント電子研究所は、プリント基板製造企業として1962年3月に創業した。プリント基板とは、絶縁体の表面や内部に電気回路の配線をプリントして、その上に電子部品を取り付けた基盤。同社は、微細なものから長尺・大型のものまで幅広い基盤の製造で定評がある。具体的な製品としては、電車の車内放送用に機器やコピー機、カラオケなどのタッチパネルの部品を製造している。川崎市に製造ラインを持つ「川崎本社」と、本社機能を併せ持つ広野工場がふたつの拠点である。

代表取締役社長の矢浪興造さん（インタビュー・2018年3月8日当時34歳）が、父の裕志さん（現・取締役会長）から社長職を引き継いだのは、2012年7月のことである。大学卒業後、クレジットカード会社で3年ほど働いたあと入社。製造過程で5年ほど過ごし2010年9月から営業を担当していた。そして、東日本大震災に直面する。主力の広野工場が操業停止に追い込まれ、川崎本社だけでは取引先の注文をこなすことができなくなった。

得意としていた種類の基盤は、他社にすぐに頼むというわけにはいかなかった。共同開発する形で4カ月かかった。浜松や長野の同業者を頼ったのである。「取引先にスピード感をもってあたらなければならぬことを学んだ」と、社長の矢浪さんはいふ。震災という危機のなかで、企業の存続をかけた経験はかけがえのないものだったろうと推測できる。

さらに、震災によって、広野工場から辞めていった授業員の補充という難題にも対処しなければならなかった。「震災後の2年ほどは人手不足が経営上、大変でした。いまでは充足しています」と矢浪さんは振り返る。

震災地の起業が、危機のなかで「利他性」をもとにして立ち上がったように、既存の企業のなかでも、経営の人、ものつまり設備、カネつまり資金の問題が一気に噴出して、通常の時代では考えられない経営者の養成につながったともいえるのだろう。

プリント電子研究所における20歳代の社長交代は、そうした震災の背景がなければ実現しなかったかもしれない。

同社の事業継承が転機となって、新社長が2015年から太陽光発電事業に乗り出して、安定的な収入となったことを付け加えておきたい。

②希久多工業（いわき市遠野町）異業種からの転身

希久多工業は、コンクリート製の道路の側溝やU形水路、埋設管、ブロックなどを製造している。1967年10月の設立である。代表取締役の黒金泰行さんの後継者として、副社長を務める白石善則さん（インタビュー・2018年3月7日当時53歳）は、2013年に入社した。黒金さんの長女の娘婿である。カーディーラーからの転職という異色の後継者である。乗用車の販売から、モノづくりの経営者というわけである。製造工場から営業まで学んで入社から4年ほど経ってから取締役になった。

白石さんが、宮城大学と共同して研究し実用化を進めてきたのは、コンクリートの廃材のリサイクルである。コンクリートづくりに欠かせない砂利や砂は不足している。コンクリートの廃材を破碎して再利用しようという意図がある。東日本大震災によって出てきたコンクリート廃材は9割がリサイクルされないで、道路や防潮堤の復旧に使われたという。これから、碎石や発破をかける人材不足が懸念されていることもあって、白石さんはリサイクルのビジネスモデルにかけている。

まだ、アイデアレベルだが、自動運転技術の開発に向けて、道路の側溝にICチップを埋め込んで、

運転の安定性を高めることも可能ではないか、と白石さんはみている。さらに、電気自動車のために無接点充電を可能にするためにも、道路の側溝は役割を担うのではないかと考えている。

コンクリート材の製造工程は、人間では重労働なのでロボットの活用も検討している。

こうしたテクノロジーに関して、相談する大学などが近くにないのが課題となっている。

人手不足の問題も深刻だが、新卒採用は難しい。定年退職者のあとを埋めるのは、地元の人の採用を中心としている。地元の企業が雇用を作らなければならないという考えである。

4) いわき地域の起業・第二創業に関する政策提言

・「シンギュラリティ」は近いのであり、工学部系の大学あるいは学部の誘致が必要である。すでに、ITとくにシステムエンジニア不足は全国的な課題であるが、いわき地域でも深刻である。既存のコンピューター専門学校を公立などにして、人数枠を増やすなどの対策も必要である。いわき地域では高度経済成長後に、文科系の大学と薬学、看護学の大学・学部を地域として設立促進、誘致した歴史がある。新しい時代に必要の人材を地元で育成することは大きな課題である。こうした工学部系の大学あるいは学部の誘致に成功すれば、中小・小規模企業が抱えるテクノロジーの課題に役立てられることにもつながる。

・「起業」と「第二創業」に的を絞った施設の創設が必要である。新たな建物を建設するというものではない。「大阪産業創造館」のように、ワン・ストップで企業と第二創業について、学べる場が必要である。

・大企業や自治体と中小・小規模企業をマッチングする「コーディネーター」を拡充する必要がある。大企業を定年退職した人材ばかりではなく、定年前に最新の知財などの知識を持った人材を広く募集してはどうだろうか。自治体での採用は給与や待遇の面で現状いる職員との整合性が難しいのであれば、公益財団法人のもとで採用する方向性もあるだろう。

・「起業」と「第二創業」に職務を絞った、特命副市長あるいは特命部長・課長を創設してはどうだろうか。グーグルやアップルのプロジェクトの推進方式は、トヨタ自動車の方式を学んでいる。トヨタ方式といえば「看板方式」という生産現場の手法ばかりが喧伝されるが、欧米では乗用車の開発における「主査」システムをいうのが一般的である。ひとつの開発する車種について、「主査」のもとに法務、知財、広告、広報などのスペシャリストが部下となる。「主査」は社内のあらゆる部門の取締役に無条件で会うことができる。つまり、プロジェクトごとに、横断的な活動を展開するのである。政府の中小・小規模政策は、省庁の縦割りであり、地方自治体はその縦割りを自らの部や課に落としこんでいる。

中小・小規模企業は、新規事業についてこうした縦割りでプロジェクトを進行させているわけではないのは、いうまでもない。

「特命副市長」あるいは「特命部長・課長」は、「起業」と「第二創業」という任務のために、自治体のあらゆる知識と資産を使えるようにすべきである。このことが、中小・小規模企業にとっても、使い勝手のある自治体となる。

・女性経営者の起業と第二創業に特化した組織を作る必要がある。それは自治体の中小・小規模企業の担当者のひとりが声をあげて、いわき地域の女性経営者に呼びかけることから始まる。

参考文献

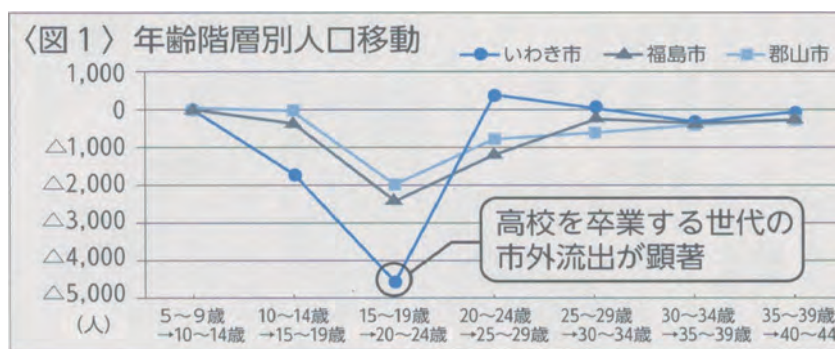
- 関満博 日本の中小企業 中公新書 2017年
- 井上善海・木村弘・瀬戸正則編著 中小企業経営入門 2014年
- 友野典男 行動経済学 光文社新書 2006年
- リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン・遠藤真美訳 実践行動経済学 日経BP社 2009年
- レイ・カーツワイル、井上健監訳 シンギュラリティは近い NHK出版 2016年
- ピーター・ティール、ブレイク・マスターズ・関美和訳 ZERO to ONE NHK出版 2014年
- アルビン・トフラー 第三の波 中公文庫 1982年
- 富山和彦 なぜローカル経済から日本は甦るのか PHP新書 2014年
- 田部康喜 東日本大震災後のいわき地域（いわき市及広野町）における「6次産業」の新たな進展について 東日本国際大学地域振興戦略研究所紀要 第1号 2016
- 丸谷浩明・宙屋敷哲也 東日本大震災の被災中小企業ヒヤリングで把握された事業継続の必要要素と復興制度の事業継続面の課題 地域安全学会論文集 No.28 2016年3月
- 徐本理史 福島原発事故による商工業等の営業損害の継続性と広範性―賠償「終期」に関する一考察―大阪市立大学経営学会 経営研究 Vol.67 No.1 May 2016
- 金子友裕 東日本大震災後の中小企業の現状と課題―税理士アンケートを通じて―年報 経営ディスクロージャー研究 第15号 2016年3月
- 福岡路 起業家活動における災害復興の促進 日本政策金融公庫 調査月報 第092 May 2016年
- 河上高廣 災害時における中小企業支援策について～阪神淡路大震災と東日本大震災時における支援策の比較と中心として～大阪経済大学論集 第67巻第4号 2016年11月
- 額賀泰尾 雇用を創出して息の長い復興支援を 日本政策投資金庫 調査月報 No.069 June 2016
- 一般社団法人・福島県中小企業診断協会 地域経済活性化に寄与する創業支援のあり方に関する調査研究報告書 2015年4月
- 井上弘之 大阪の中小企業を活性化する大阪産業創造館の挑戦 ビジネスサミット 2017年8月号
- 名取隆 中小企業イノベーション促進政策の効果―「大阪トップランナー育成事業」アンケート調査を中心として 関西ベンチャー学会誌 第9号
- 酒井崇男 トヨタの強さの秘密 講談社 2016年
- 落合康裕 事業継承と世代継承性 事業継承 一般社団法人・事業継承学会 Vol.6
- 安田武彦 経済の新陳代謝を阻むもの―「何故、日本で起業家社会は実現しないのか」商工中金 2005年7月号
- 新村和久 中小・大学発ベンチャーのHorizon（前編）―産学連携を活用した中小・ベンチャー企業のイノベーション―STI Horizon Vol.3 No.2 2017年6月
- 新村和久・白川展之 同（後編）同 No.2 2017年12月
- 高橋徳行 300万人でもまだ足りない起業家 中小企業支援研究 別冊 Vol.3
- 入山章栄 事業承継元年2018中小企業診断士は何をすべきか 企業診断 2018年1月号
- 鈴木龍司 事業承継に向けた新たな取り組み 法律のひろば 2018年3月号
- 鉢嶺実 「創業・第二創業」と信用金庫―その支援のあり方は多種多様― 信用中金月報 2017年9月号
- 森駿介 中小企業の事業承継問題と地域金融機関への期待 金融財政事情 2018年3月12日号
- 友廣裕一 すこやかに生きるための仕事づくり 一般社団法人・日本地域開発センター編 地域開発 2016年2月3日
- 木村元子 地域産業政策における地方地自体の役割に関する一考察 政経論叢 第84巻第5・6号 明治大学政治経済研究所
- 川澄文子 中小企業の女性経営者の実態 第1回 日本政策金融公庫 調査月報 No.067 April 2014
- 同 同 第2回 同 No.68 April 2014
- 同 女性起業家の実像と意義―「2013年度新規開業実態調査（特別調査）から― 同 No.067 April 2014
- 2017年度版中小企業白書 中小企業庁編 2019年
- 2017年度版小規模企業白書 中小企業庁編 2019年
- 平成28年版防災白書 内閣府編 2019年
- 平成28年度版文部科学白書 文部科学省編 2019年
- 平成28年度食料・農業・農村白書 農林水産白書 2019年
- 2017年福島県統計年鑑 福島県企画調整部統計課編 2019年
- 平成28年度版いわき市統計書 いわき市編

いわき市の高校卒業世代の人口流失の原因を調査研究する。 若者世代を惹きつける誘因は何か？ 第三回調査研究を基に

三重野 徹*

1. はじめに

日本の人口はやがて、一億二千万人から八千万人になってしまう。そして、超高齢化社会を迎えるのである。その時をにらんで地域創生はなされなければならないだろう。そのためのビジョンとそれに向けての地域経営の基盤確立に向けて、準備をしていくことが重要であると考え。そして、合わせて、地域に暮らす人々の意識の問題を調査する必要があるであろう。誰だって、自分の生まれ育った地域からは離れたくはないと思うのが自然である、愛着がある。しかしながら、経済的に成り立たないのだとしたらば、移住をしていくことになる。これまでの二回の調査研究でこれらが明らかになってきた。すなわち、地域創生にはイノベーションが必要である。しかしながら、地域資源は多様であり、規模が小さく、様々な取り組みが成されてはいるが、大きな需要喚起にはいたらない。であるがゆえに、国全体で見れば、効率が悪いことになる。そこで、国全体としての総合的な枠組みを考えて、そこでの地域創生を考え直してもいいのではないだろうか。そして、そこにおける行政の在り方、民間の在り方、地域で暮らす人々の在り方を見直すことを実施していくことが必要になるであろう。一方で、いわき市の広報に次のようなデータが示されている。



2017年広報いわき10月号より

いわき市における活性化の原動力である若者世代が市外流失している。この原因調査を実施し、その解消方法をいわき市に提言するものである。いかに魅力的ないわき市になり、若者世代をつなぎとめておけるのが鍵である。さらにそこに若者を惹きつける誘因が見いだせるならば、いわき市の振興策になるであろう。そして、それはよりいわき市を県内や他県からの若者世代を惹きつけることにつながっていくであろう。この地域振興策をまとめるための調査研究を実施した。

2. いわき市中心市街地活性化基本計画

福島県の中核都市である福島市、郡山市、いわき市はそれぞれに特徴がある。その特徴からいわき市の高校卒業世代の人口流出を探るアプローチはいわき市役所においてなされている。そして、「いわき市中心市街地活性化基本計画」が平成29年4月に作成されている。これは計57事業（行政主体：27事業、民間主体：30事業）を展開するものである。

計画期間は29年4月から34年3月の5か年計画

計画区域はいわき駅周辺の約116ha

中心市街地をめぐる状況

人口減少。高齢化の進展によるコミュニティの弱体化

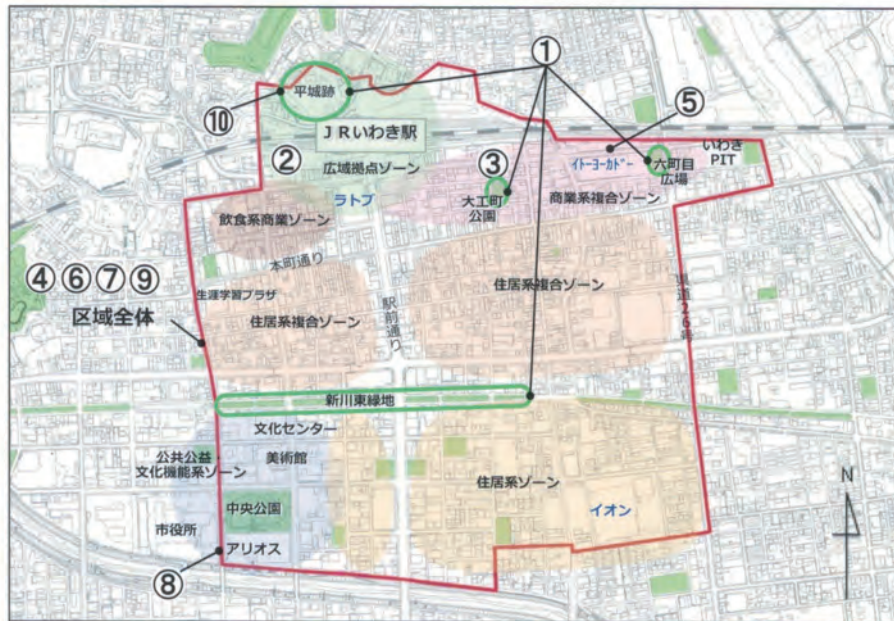
郊外への大型出店や、低未利用地の集積などによる商業・業務活力の低下

歴史的な文化史滅の存在に加え、都市福利施設などの整備を積極的に進めてきたが、歴史や文化の豊かさは余り時間されていない。

そこでテーマとして人、暮らし、文化を大切にす豊かさと活力を備えた中心街地を挙げている。

- ①都市公園整備事業
- ②（仮称）平並木通り地区市街地差開発事業
- ③いわき都心型住宅整備事業
- ④街中循環バス運行検討事業
- ⑤地域密着型商業施設整備事業
- ⑥まちなかを活用した起業化支援事業
- ⑦リノベーションまちづくり支援事業
- ⑧いわき芸術文化交流館アリオス自主企画事業
- ⑨伝えたい誇れるいわき醸造事業
- ⑩磐城平城本丸跡地に関する活用事業

◎主な事業の実施箇所



※上記事業を含む、計57事業(行政主体：27事業、民間主体：30事業)を展開し、中心市街地の活性化を図ります。

「いわき市中心市街地活性化基本計画」が平成29年4月 いわき市 より

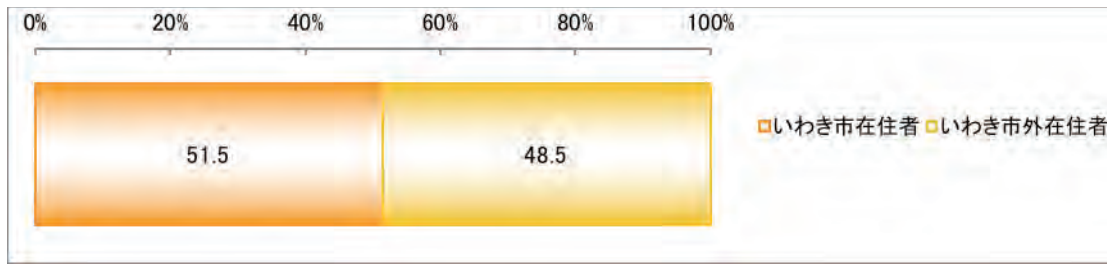
3. 調査方法について

いかに若者世代が魅力を感じる街にいわき市がなるか？その誘因を探ることが本調査の目的である。そこで、いわき市出身者に対して、いわき市内に留まっている人、いわき市を離れてしまった人に、いわき市の魅力とは何かと、いわき市を離れてしまった理由で魅力がなかったことに関するインターネット・リサーチを実施した。日本全国の一万人を対象としてアンケート配布を実施し、サンプル数200を得ることができた。ただ事前の修験率から10代のサンプルは余り得ることが出来なかった。これに関してはそもそもモニターに10代が少ないということからであり、この代わりに学内の学生への

ヒアリングを実施しすることとした。

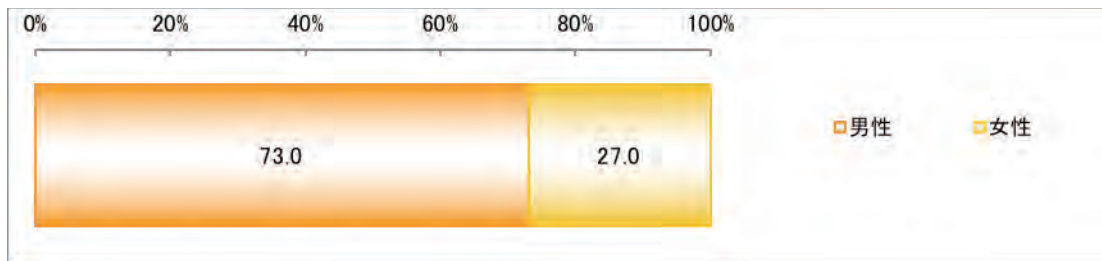
4. 調査結果

いわき市出身者で現在もいわき市在住 103人かいわき市以外 97人

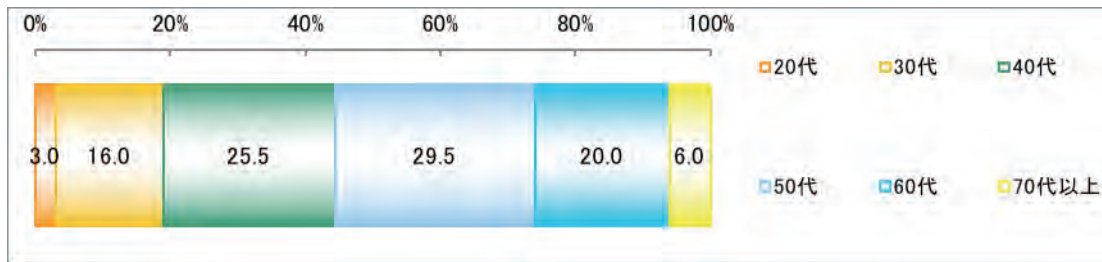


性別

男性 146人 女性 54人



年齢構成

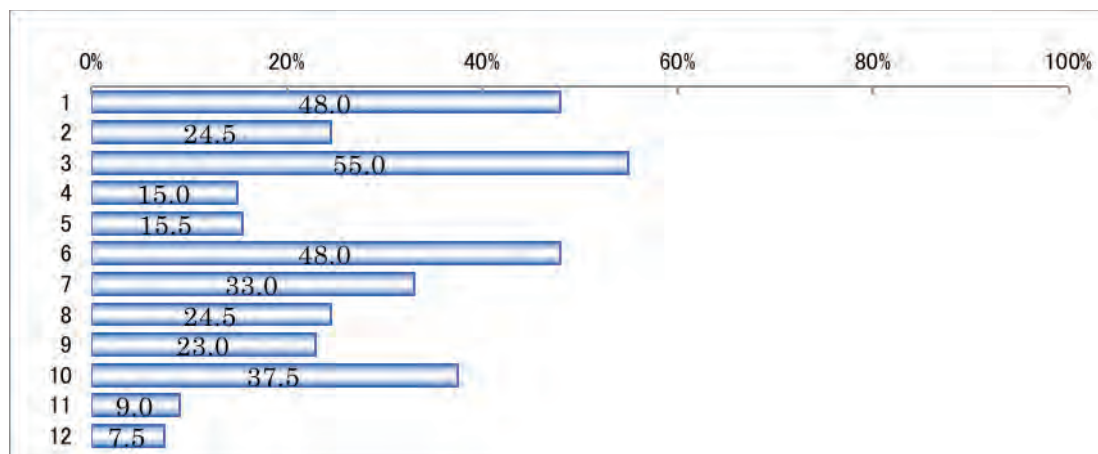


現在の居住エリアを教えてください。

いわき市 51.5% その他 48.5%

Q1. ご自身のお考えをご回答ください。若者世代が地元になりたいと思う理由は何だと思いませんか。(いくつかつでも)

理由	割合 (%)
全体	200
1 地元が好きだから	48.0
2 地元を出たことがないから	24.5
3 親・親戚がいるから	55.0
4 町が好きだから	15.0
5 自然があるから	15.5
6 友達や知り合いがいるから	48.0
7 経済的な理由から	33.0
8 気候がいい	24.5
9 風土が合っている	23.0
10 仕事の関係	37.5
11 進学の関係	9.0
12 その他	7.5



Q2. ご自身のお考えをご回答ください。若者世代にとって地元の町の魅力は何だと思いますか。具体的に記入してください。※前問でその他とご回答した方は、その他を選択した理由と併せて地元の町の魅力についてご回答ください。

「なし」が20人にもなっている。その他のコメントは次のものである。

友達がいること

慣れ

自然が豊か

昔からの友人・親戚がいる

魅力はない

親や友人が多くいるから

頼れる人がいること

発展

住み心地

繋がりがあったり、経済以外の価値、存在意義や、生きがいを感じられること

のんびりしたところ。自然が美しい。

自然

親や家族が住んでおり他人も優しい。

魅力ある住環境。

友人知人が多い

なんとなく落ちつく

気候、住みやすい

仲間がいる。井の中のカワズで他を知らない。生まれてから馴染んでいるので居心地がいい。

知人関係

仕事がある

活気

地元をさいせいさせたい

家賃がかからない

友人が多い。気候が良い。交通の便が良い等など

住み慣れている

なじみがあること

適度な田舎感

過ごしやすい気候。充実した商業。

同級生・友人が多いからという理由で何となく地元に残っている者が大多数では？ いわきには魅力的な店も施設もないと思う。

親にたよれるから

友達、親、親戚がいるところ

生まれたときからの知り合い、友人が住んでいる

過ごしやすい環境。今まで育ってきた所だからこそ、魅力的だと言えます。

気候が温暖

人的つながり、親からの経済的援助

気候

環境がいい

人縁

友達が多い。

近年では地元の産業などもないが、都心に出るのに都合が良い場所である。

安心

豊かな自然と田舎の人柄がいい。

気候が温暖で、過ごしやすいところだと思います。また、地元には遊ぶ場所はないけれど、少し車を走らせれば東京や仙台とすぐ行けるところかな。

自然

親がいる

海産物がおいしい

生まれ育った町が好きだから。友達も居るので。

知り合いがいる安心感と、住む場所があるという経済的なものもあると思う

自然が多い

自然、温暖さ

のんびり狭い世界で生きることによる安心感

生まれ育った街の気候・風土に慣れと誇りをもっている。また、友人・知人が多くコミュニティが形成されているため、楽しく、生きがいのもてる環境がある。

故郷

知り合いが多く気が楽

文化、産業

親戚、知人が多い

自然環境と人間関係

地元愛を誇れるような何かがあること、また都会と同じものが買えるお店、ショッピングモールやアウトレットがあれば良いと思う。

生まれ育った町で慣れ親しんでいるところ。

親しい友人がいること

足を延ばせば近くに自然環境に多いに触れることができる

地元を離れた事が無い人は、他の土地の良いところがわからない。大学進学等で地元を離れた人は、戻ってくる人は、少ない。地元は、良い就職先が少なくあまり魅力的ではない。

家がある

故郷 親がいる

身近に知り合いが多い、年間通して気候が良い、東京・仙台など中間距離にあり交通の便が良い、あとは経済的に地元のほうが楽だと思われます。

仕事をしていける経済環境を整えること。

気候が穏やか

友達

生活出来る事が第一。子育ての環境。

親元にいるおかげで生活費特に住居費がかからない

環境

若者が就業できる企業がある。また、起業できる環境が整っている。

小売店が充実している、物を買うとき、食べるときの選択肢が多い。

友人関係

先祖伝来の屋敷と墓を守る義務がある

すべてにおいて楽だから

友人がまわりにいる

友人との交流

自然が豊かなふるさとを愛してほしいと思う

食べ物が美味しい

自然と町の復興。

歴史

親戚とのしがらみ

地元から離れていく若者が多いので、魅力は無いように思います。

友人が多いこと

海が近い 田舎なのでのんびり出来る

気候が穏やか

自然が豊かで静か

知った土地のほうが何かと楽なことは多いです。ですが、まんねり感がぬぐえないところもあります。とにかく、環境を変えるって金銭的にも、精神的にも大変です。

学校の同級生や親戚などが、顔なじみが多く居り、気遣いなく暮らせる

お店がたくさんあること

気候 適度な人口

何だかんだでなじみがある

気候、風土

住みやすい

港を中心にいわきの自然を発祥できる。温暖な気候と働く場所が多い。

学校を卒業したら、勤められる企業があること。

気候が温暖で、災害が少ない

気候が良く、親元を離れたくない人達が多いのかも？

東京にも近く、それほどの不便を感じない。

暮らしやすさ

アイデンティティ

自然や気候は良いが、教育などはものすごく足りないと感じる

環境は良いですが、高齢になったら病院、買い物に不便ですね

生活環境の良さ（慣れている）

暮らしやすさ

海と山があり海の幸山の幸がある

のびのびできる環境

自然がたくさん

周りに知人がいるし、知人を通してまた違う人達と繋がりができるから

気候がよく食べ物が美味しく、治安がいい

楽

親の援助が得られる

居心地が良い

自然や気候の過ごしやすさなど親しみがあるからです。

活気があるか

将来的に魅力ある街作りの計画がされているか

周りからは些細な違いでも、地元には他にはない魅力を必ず持ち合わせていると感じているし、確実にある。それがあ
る事を知っているのが地方出身者の強みであり、地元を持たない都会育ちには通じないある種の優越感でもある。

経済的メリット

温暖な気候と、海の幸山の幸が豊富でおいしいこと。

生活しやすい気候

気候は良いと思う

気候が温暖だから

気候が良い

住みやすい事

美味しい食べ物ときれい空気

雪が降らない。気候的に暖かい。

環境 住み心地の良さ

生まれ育った環境

住みやすさ（永住に値するか）

特別魅力的では無い。店の選択肢が少ない、バスや電車の本数が少ないから。

友だちがいること

友人、家族

知り合いがたくさんいる。

気候が良く、住みやすい土地だと思う。

海の幸

地元の友達や親戚との関わり

娯楽が多いこと 子育てしやすいこと 職業選択の幅が広いこと

地元が好きだから。

愛着

慣れ親しんだ友達、親戚、親などそばにいる安心感、治安の良さなど

家族や昔からの友達が多いから。気候が良く、経済的にも住みやすい。

地域の繋がりや、昔からの行事。

肉親が近くにいること。

工業団地もあるし仕事も探しやすい気候風土、過ごしやすいと思う

子供の時から住んでいるから。

温暖な気候

地域の人との繋がり

友達

気候の良さ

刺激がない

相互補助の意識が高い

同級生がたくさんいて、住み慣れている。

住み慣れた環境と家族

子供の頃からの友人が多い。慣れ親しんでいる。自宅がある。

友人、親族がいるから。

幼いときの思い出が強く残っており、友人も多く、震災から必死に立ち上がろうとしている姿に感動と共感を強く感じるから出来ればこの町で頑張りたい。そうでないと、困難から簡単に逃避した印象が将来の傷になると思われるから・・・

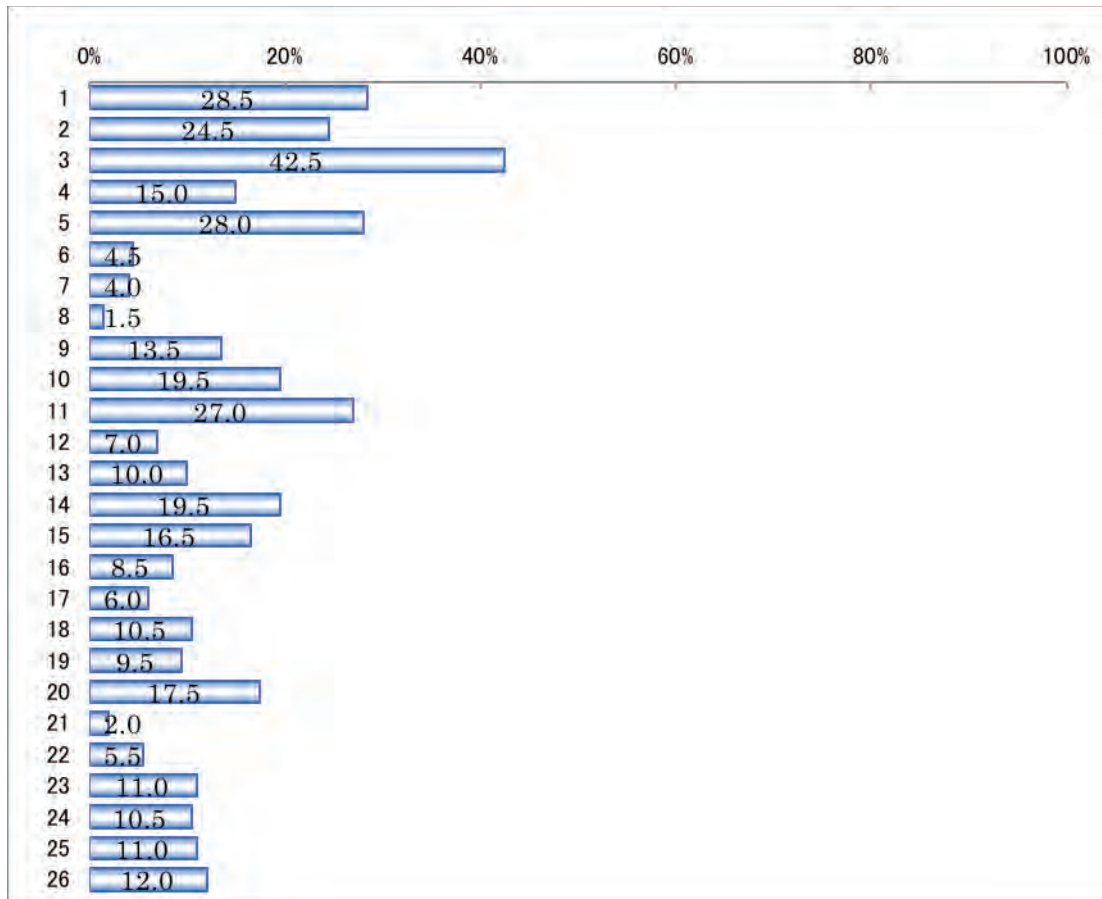
知りあいがたくさんいて落ち着く

周辺の町の中心であって、人が集まってくる場所だったから。

Q3. 地元よりはどこかに行きたいと思っている方に聞きます。その理由に近いものをご回答ください。(いくつでも) ※地元よりはどこかに行きたいと思っていない方は、上記の設問について想定してお答えください。

Q4. 地元の町に魅力がない理由は何だと思えますか。具体的に記入してください。※前問でその他とご回答した方は、その他を選択した理由と併せて地元の町に魅力がない理由についてのお考えをご回答

	全体	200
1	地元に行きたい進学先がない	28.5
2	地元に進学してもそこからの就職先に魅力がない	24.5
3	魅力ある就職先がない	42.5
4	町に魅力がない	15.0
5	公共交通機関が発展してなくて不便	28.0
6	人が少ない	4.5
7	入り浸れる場所がない	4.0
8	たむろする場所がない	1.5
9	興味あるコミュニティがない	13.5
10	刺激が少ない	19.5
11	東京など他の場所への憧れがある	27.0
12	一人で楽しめる場所がない	7.0
13	ほしいものがすぐに手に入らない	10.0
14	ショッピングの場所がない	19.5
15	なにかにつけて不便である	16.5
16	知り合いばかりに行き会るのが嫌だ	8.5
17	仲間で楽しめる場所がない	6.0
18	流行りの店がない	10.5
19	地元ばかりで固まっているのが嫌だ	9.5
20	一度は地元を離れてみたい	17.5
21	規模が小さいのが嫌だ	2.0
22	にぎやかな場所がない	5.5
23	おしゃれな場所がない	11.0
24	経済的な理由から	10.5
25	東日本大震災の影響	11.0
26	その他	12.0



ください。※「魅力がない理由」がない方は「なし」とお答えください。

交通機関が少ない

ショップがない

娯楽施設がない

閉鎖的

震災後別地域から流入した人たちとの経済格差

流行のお店がない

変化がない

田舎は・・・

就職先が無い、生きがいを感じられないなど

活気がない。

就職先がない

国の地方政策が全くだめ

希望する就職先が無い

公共交通機関が不足している

魅力無くはない

都会に比べて活気がない。が、そこが良いと思っている人もいる。

仕事がない

思いつかない

原発事故のため

多様性の欠如

発展しない

魅力はある

バスが通っていないなど、車があることが前提とされた生活をする必要があること。

将来を見据えた街作りを、行政も住民もしてこなかった。震災後人口は増えたが、有機的に宅地開発と道路建設を行わないから、交通だけが混雑している。

何につけ中途半端な町だから

娯楽、買い物、文化的な刺激がない

就職先がない

田舎のためすぐに人口に膾炙する。

就職先 進学先がない

公共の交通便がとても不便で、魅力がない。

職場の多寡

友達とのコミュニケーションがすぐにできる。

特別気になるような産業なども無い。

活気が無い

自分に合った職種がない。給料が安い。

働こうにも会社がない。遊ぶ場所がない。町に活気がない

原発の影響、産業がない

遊ぶ所がない

就職先が限られている

慣れ親しんだ場所なので憧れ感など刺激がないところ

文化的でない

仕事の選択肢が狭い

業務的に魅力ある就労先が少なく、収入面も安定していない。また、公共交通機関の利便性、費用が高くマイカー型の生活が強いられる。

寂しい

就職先の選択肢が少ない

震災前の漁業の活気が無いのは影響が大きい

自分に合った仕事がない

魅力的な働き場所がないことまた、若い人たちが好むお店がない

人生の幅が狭くなる。

街に文化的施設がない

震災の影響で人が増え、店も道路も混んでいる。服を選ぶにも店が少ない。

やりがいのある仕事がない

公共交通機関の少なさ

若者向けの娯楽が少ない

個性がない、見栄っ張りな気質、昔の栄光を引っ張りすぎなど。

生活していくのに不便で、仕事もあまりないから。

仕事

活気がない。

就職先がない

就職

地元就職したい企業が少ない。

若い人が少ない。

すべてにおいて、将来が不安。

炭鉱が閉山になり人口が減った子供もいない

交通が不便

しがらみが無ければ海外に移住したい。日本は物があり過ぎる。

活気がない

田舎だから

刺激的な場所がない。平穏ばかりでもダメなんだと思う

町に活気がない

出かける先がない。子供の教育の場所がない。

経済活動の停滞。

高齢化

経済的な自立

生活に必要な最小限のものも少なく、遠出しないと賄えない。

経済的に遅れている

見当たらないだけで、決して魅力がないことはないと思います。関心や興味は年や周りの環境で見え方が違ってくるものかと思います。

買い物や文化施設が遠くまで行かないと無い。自然は多いが若者が集まれる場所やイベントも無い。

交通が不便

福島はやはり、原発が廃炉されるまでは、どうにもならない。

蔓延渋滞

魅力が少ない

大企業がない。魅力あるだいがくがすくない。全体的にのんびりしていて刺激が少ない

大人があそんだり、興味をひく催し物がないこと

他県に比べて、地方自治体の公共施設のサービスが充実してない。

若者に魅力が有る商業施設が少ないのかも？

買い物する店がない

職業の選択幅が少ない

高校、大学でも全国に通用する学部、勉強できる機会があまりにも無い

日常生活に不便

安定した職場がない（大手企業がない）

自分の希望したものが思うように手に入らない不便さ

流行が田舎より早い

美味しいお店がない

自治体の怠慢

田舎すぎて、将来が見通せない

高齢化が進んでいる

向上心やチャレンジ精神がないところだと思います。

人が少ないため、知り合いによく会う所

活気が感じられない

首都圏と比較した場合、何かにつけて選択肢は少ない。

経済性

買い物、文化的な施設、がない。

遊ぶ場所が少ない

何事においても選択肢が少ない

働く場所が限られているから

働く場所がない。賃金が安い。

環境整備が不備

娯楽施設が少ない。

地価の高騰 税金が高い 税金が無駄遣いされている

都会に在るもの、経験できるものが無い

さっきと同じ。

全ての上で選択肢が限定される。

魅力的なお店が少ない

収入

仕事が少ない

周りに大きいお店がない

買い物をする店が少ない

企業が少ない。

結び付きが薄い

店舗の閉店時間が早く外でゆっくり遊べなかったり、女性だけでは夜遅くまで外にいるのが危ない

人が少ない。

都会と比べて不便なこと、楽しめる場所が少ない。

田舎だから

興味、関心を持つような施設が少ない。

交通の便が良くない

公共交通機関の利便性が悪い

人間

魅力的な大学がない

娯楽が少ない

開発系の職種が少ない

沢山の人が来るような娯楽施設がない。

知りだらけで固まっているコミュニティーが嫌い。またある程度進学校に行くと友人はみな日本全国に散らばるので、地元
に就職で帰ってくるのは公務員の人など。そういう友人はいないので地元に戻っても暇。

広すぎる

人口の割に街が発展していない。

交通の便が良くない、魅力的な施設が無い。

若者が減少しており、老人団地が大幅に急増しているから

就職先や進学先が少ない

選べる職業先が少ないし、キャバが小さかった。

何もないから

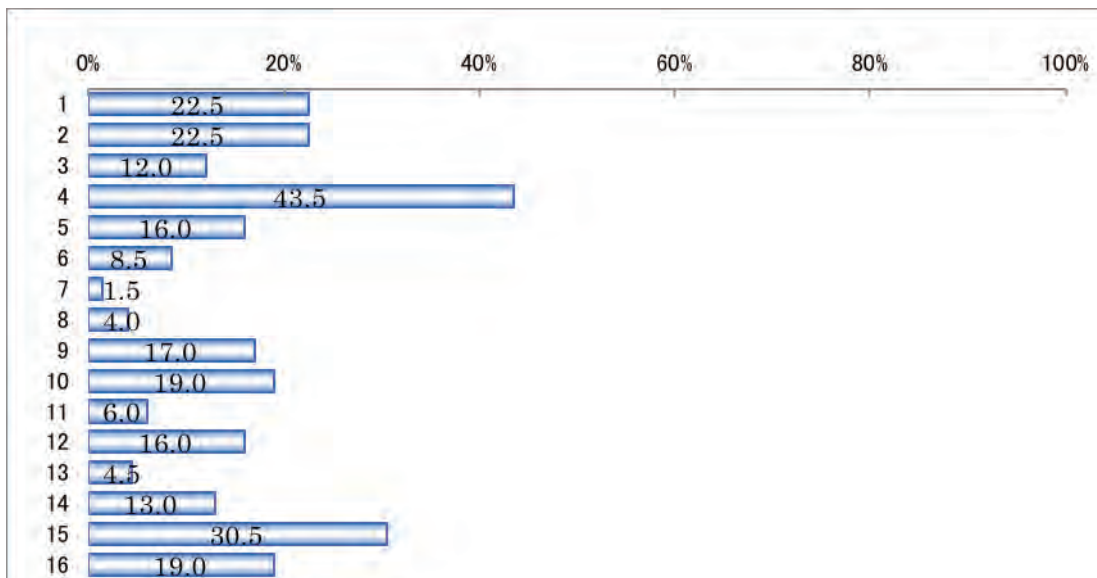
Q5. あなたは、町で過ごしたいと思った時にどこに行きますか。(いくつでも)

Q6. あなたは、町に魅力を感じる情報はどこから得ていますか。(いくつでも)

Q7. あなたご自身に子供がいるとした場合、その子供に期待することはなんですか。(いくつでも)

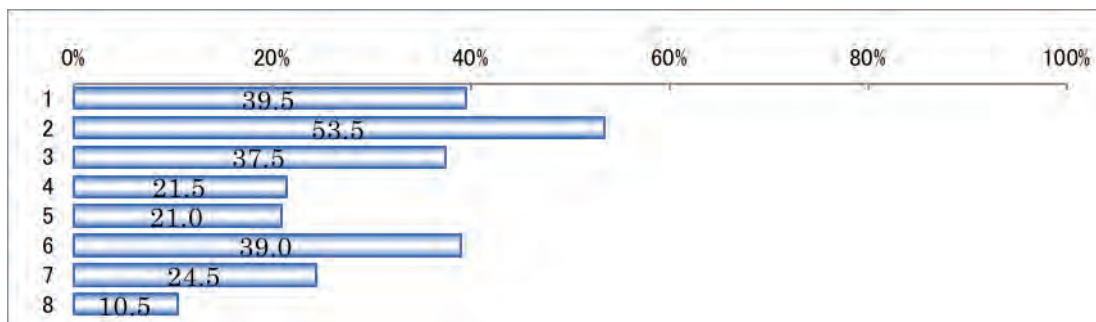
4. 結論

	全体	200
1	喫茶店	22.5
2	レストラン	22.5
3	ラーメン店	12.0
4	ショッピング	43.5
5	図書館	16.0
6	スポーツ施設	8.5
7	ゲーム施設	1.5
8	サークルやコミュニティの集まり(学校、公民館等)	4.0
9	公園	17.0
10	文化施設	19.0
11	カラオケ	6.0
12	居酒屋	16.0
13	和食	4.5
14	娯楽施設	13.0
15	温泉	30.5
16	その他	19.0



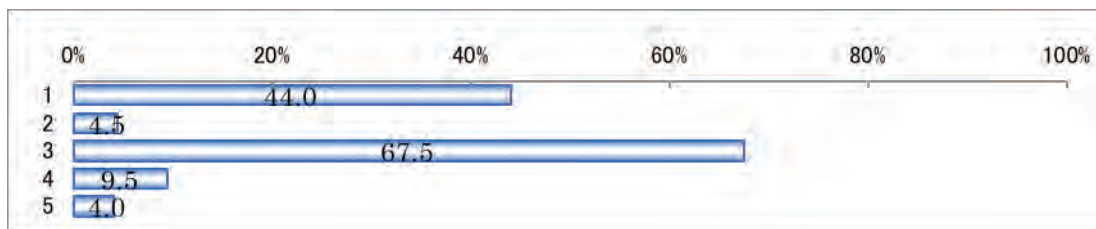
インターネット調査から次の事が明らかになった。地元が好きであり、これは親や親せきがいる、友人・

	全体	200
1	スマート・フォン	39.5
2	PC(インターネット)	53.5
3	テレビ	37.5
4	新聞	21.5
5	雑誌	21.0
6	友人・知人の話から	39.0
7	家族の話から	24.5
8	その他	10.5



知人がいるからであり、町に魅力を感じているわけではない。また魅力ある就職先もない。長年住んで

	全体	200	100.0
1	一度は地元から離れて、視野を広めてほしい	88	44.0
2	地元にとどまってほしい	9	4.5
3	自分自身の人生だから好きに生きてほしい	135	67.5
4	どこへ行ってもいいが、必ず地元に戻ってきてほしい	19	9.5
5	その他	8	4.0



いるので狭い中でのんびりと過ごしているのがいいと思っている。公共交通機関が発達していないのが不便であり、東京など他の場所への憧れを持っている。だから一度はいわき市を出て、外の風にあたってきてほしいと考えている。町ではショッピングで過ごしたいという理由が一番だが、店があまりない。若者が魅力を感じる商業施設がないのである。逆に温泉で過ごすなど地域固有の楽しみを味わっている。町の情報はPC(インターネット)、テレビ、友人・知人の話で得ており、いわき市内での店などの発信が重要な要素になっていると考えられる。施設を回るミニ・シャトル・バスの運行とコミュニケーション・ハブのスマホ・PCアプリで各施設でのイベント、コミュニティー情報をスマホ・PCに発信する。都会と同じものが買えるお店、ショッピングモールやアウトレット商業施設の出店が望まれているが、いわき市は人口が分散されており、出店規模に見合った利益がでにくいと判断するだろう。これがネックになる。気候は太平洋側の東北として同じようか、いい方である。しかし町に魅力がないのである。

遊ぶところがないのである。TUTAYAに行くのに、いわき駅前から50分も歩いていかないとならない。不便なのである。また専門学校の数も少ない。全体として学校の収容人員数が少ないし、魅力的な仕事もないので将来を考えると外に出たいのである。今は町のキャパシティを原発関連の人々で超えているところがある。若者にとって魅力のある街が望まれる。若者が入り浸る場所がないのである。魅力ある仕事がないし、広すぎて、移動に自家用車がないとできないのである。

学生へのヒアリングを実施した結果は次のようである。魅力がある街ではない理由はいわき市は広いが分散化されており不便である。運転免許と車がないと自由に行きたいところにいけないので、家にいるだけになってしまう。若者は店に品物がないと東京に買い物にいきたいと感じる。東京に出ての憧れがある。刺激が少ないから刺激を求めていく。若者向けの雑貨や服の店などがあまりない。豊富な種類のものから選べるのが重要になっている。渋谷・原宿などの若者の町の情報を得ているので、交通のハードルの低さから東京に買い物に行っている。若者では人が多いのは嫌いな人が残って住んでいる。東京では人多すぎるから仙台あたりがいいかなと思っている。テレビの情報番組でやる東京にあるものがトレンドだし、いわきにはない。魅力ある街とは言えない。駅前にサイゼリア、スタバ、ラウンド・ワンなど入り浸れるところがない。だから、外にいかない。いわき市には何にもないからである。いろいろなものが散在していて、移動に不便であり、おしゃれなところがあんまりない。スパリゾートの露天風呂は広いので友達と遊びに行くなどがあるが、他にあるわけでもないからだ。スパリゾートに行ってもせいぜい一日持つかどうかである。ウィンドショッピングを楽しんで豊富な品を見るのが楽しみなのである。そして、いい物があれば買いたいと思う。そして、お腹が空けばすぐに食べたいものが色々選べる店がいくつもあるのがいいのだ。遊ぶ場所としては店があり、物があり、服や雑貨などがあり、アーティストの店があるところ。目的がなくてもいろいろな店があるのは重要なことなのである。東京に三日間行くとして、東京に行けば、三日間はその場で予定を組める。しかし、いわきでは三日間をどう過ごせばいいのかわからない。遊ぶ場所がないからである。すぐに買い物に行ける、美味しい店がある。おしゃれで個性的な店がいろいろあるのがいい。いわきはチェーン店ばかりである。いわきだとハワイアンズくらいしかなく、それもすぐに飽きてしまう。若い女性がショッピングを楽しむところがあれば、デートで若い男性も一緒にいくようになる。子供たちが行くようになれば、親も行くようになる、そして、家族でショッピングを楽しむようになるのである。

中核都市として比較のため福島市、郡山市を散策・調査してみたが、福島市は中心部に集中、郡山市はドーナツ状に分散化している。福島市の駅ビルのS-PALにはファッション、雑貨、コスメ、カルチャーが入っており、レストラン、カフェもある。郡山市の駅ビルのS-PALにはファッション、雑貨、コスメ、カルチャーが入っており、レストラン、カフェもある。いわき市はラトブがやや高級感を持ちある。いわき市は平と小名浜に分散している。いわき市は自家用車分担率77%で郡山市は69%、福島市ほぼ60%台（推定）より高い。ラウンド・ワンは福島市、郡山市にはあるがいわき市にはない。ラウンド・ワンのようにたむろして遊べるところがいわき市にはないのである。

5. 提言

- A. いわき市に若者向けのミニ渋谷・原宿を作る ショッピングで楽しめる街
- B. ミニ・シャトル・バスで施設間の循環移動をさせて、不便さを感じさせないようにする。
- C. 人口が減少するのを外国人で補う
- D. コミュニケーション・ハブを作り、いわき市内の買い物情報やイベント情報をPC・スマホに流す。

統計上は既に人口減少に入っている。これへの対応は若者が入り浸れる場所をつくる。留学生がいわき市に心地よく住めて、卒業後も定住できる街にする。日本人の人口が減っているなら外国人で補うことだ。マルチカルチャライズした街が一つの魅力になるだろう。こういった意味からも国際都市いわきになればよい。これはいわき市の海外戦略が必要になるものと考え。いわき市在住者はマイカー

が全ての関係で前提としており、観光客等せっかくいわき市を訪れた人の利便性を考えていないのではないか。だから、その不便さもわからないのである。実態として魅力ある街は、不便さはマイナス要因である。便利な街にすることである。若者が定期的にイベントを開ける街、外国人が定期的にイベントを開ける街などになっていく。首都圏へのアクセスの良さは、逆に首都圏への流出を産んでいる。そのハードルの低さは、首都圏の大学や専門学校へいくことができるということでもある。スポーツでのイベントを基軸の一つにすることで国内集客をする。その時に不便さを感じさせてはいけない。人はアクセスのいいところに集まりやすい。遊びに行くところがいわきにはないので、それを作らないとならない。それは渋谷・原宿のような店がほしいのである。若者がショッピングできる街である。親は子供にいわき市に留まらないでもいいと考えており、特に一度は外に出てほしいと思っていることから若者がいわき市へ戻ることを期待しておらず、これが流失の原因でもある。にぎわい活気のある街にするのはあまりに分散化されてしまっているのが原因である。これをPC・スマホでの情報で行動をおこさせるようにすることが大事だと考える。今の若者はPC・スマホで情報を得てから行動する。なんか町に行けば面白いことあるだろうということでは出かけない。事前に仕入れた話から行動しようと動機づけられて動くのである。それだけにコミュニケーション・ハブの構築は重要である。いわきの活性化のための情報プラットフォームである。地域資源を頼りすることに執着することなく、若者を含めて、品数の豊富さなどで町に人を誘うのである。特に若い女性がショッピングを楽しむことができる町であれば、若い女性とのデートで若い男性もくるし、子供がショッピングするのであるならばと、親もくると広がっていくだろう。このように若者目線での街づくりが大切なことである。アメリカのポートランドのような市民中心型の街作りもいわき市にはあっていいのではないだろうかとも考える。そこに住む人が真剣に自分たちはこんな街に住みたいと議論して、形にしていく取組が必要でもあると言える。(畢、2017/3)

参考文献

「いわき市中心市街地活性化基本計画」平成29年4月 福島県いわき市

「From “A Growth Machine” to “A Livable City”」 畢 滔滔 著 2017年3月 白桃書房

参考文献

- 関満博 日本の中小企業 中公新書 2017年
- 井上善海・木村弘・瀬戸正則編著 中小企業経営入門 2014年
- 友野典男 行動経済学 光文社新書 2006年
- リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン・遠藤真美訳 実践行動経済学 日経BP社 2009年
- レイ・カーツワイル、井上健監訳 シンギュラリティは近い NHK出版 2016年
- ピーター・ティール、ブレイク・マスターズ・関美和訳 ZERO to ONE NHK出版 2014年
- アルビン・トフラー 第三の波 中公文庫 1982年
- 富山和彦 なぜローカル経済から日本は甦るのか PHP新書 2014年
- 田部康喜 東日本大震災後のいわき地域（いわき市及広野町）における「6次産業」の新たな進展について 東日本国際大学地域振興戦略研究所紀要 第1号 2016
- 丸谷浩明・宙屋敷哲也 東日本大震災の被災中小企業ヒヤリングで把握された事業継続の必要要素と復興制度の事業継続面の課題 地域安全学会論文集 No.28 2016年3月
- 徐本理史 福島原発事故による商工業等の営業損害の継続性と広範性——賠償「終期」に関する一考察——大阪市立大学経営学会 経営研究 Vol.67 No.1 May 2016
- 金子友裕 東日本大震災後の中小企業の現状と課題——税理士アンケートを通じて——年報 経営ディスクロージャー研究 第15号 2016年3月
- 福岡路 起業家活動における災害復興の促進 日本政策金融公庫 調査月報 第092 May 2016年
- 河上高廣 災害時における中小企業支援策について～阪神淡路大震災と東日本大震災時における支援策の比較と中心として～大阪経済大学論集 第67巻第4号 2016年11月
- 額賀泰尾 雇用を創出して息の長い復興支援を 日本政策投資金庫 調査月報 No.069 June 2016
- 一般社団法人・福島県中小企業診断協会 地域経済活性化に寄与する創業支援のあり方に関する調査研究報告書 2015年4月
- 井上弘之 大阪の中小企業を活性化する大阪産業創造館の挑戦 ビジネスサミット 2017年8月号
- 名取隆 中小企業イノベーション促進政策の効果—「大阪トップランナー育成事業」アンケート調査を中心として 関西ベンチャー学会誌 第9号
- 酒井崇男 トヨタの強さの秘密 講談社 2016年
- 落合康裕 事業継承と世代継承性 事業継承 一般社団法人・事業継承学会 Vol.6
- 安田武彦 経済の新陳代謝を阻むもの—「何故、日本で起業家社会は実現しないのか」商工中金 2005年7月号
- 新村和久 中小・大学発ベンチャーのHorizon（前編）—産学連携を活用した中小・ベンチャー企業のイノベーション— STI Horizon Vol.3 No.2 2017年6月
- 新村和久・白川展之 同（後編）同 No.2 2017年12月
- 高橋徳行 300万人でもまだ足りない起業家 中小企業支援研究 別冊 Vol.3
- 入山章栄 事業承継元年2018中小企業診断士は何をすべきか 企業診断 2018年1月号
- 鈴木龍司 事業承継に向けた新たな取り組み 法律のひろば 2018年3月号
- 鉢嶺実 「創業・第二創業」と信用金庫—その支援のあり方は多種多様— 信用中金月報 2017年9月号
- 森駿介 中小企業の事業承継問題と地域金融機関への期待 金融財政事情 2018年3月12日号
- 友廣裕一 すこやかに生きるための仕事づくり 一般社団法人・日本地域開発センター編 地域開発 2016年2月3日
- 木村元子 地域産業政策における地方地自体の役割に関する一考察 政経論叢 第84巻第5・6号 明治大学政治経済研究所
- 川澄文子 中小企業の女性経営者の実態 第1回 日本政策金融公庫 調査月報 No.067 April 2014
- 同 同 第2回 同 No.68 April 2014
- 同 女性起業家の実像と意義—「2013年度新規開業実態調査（特別調査）から— 同 No.067 April 2014
- 2017年度版中小企業白書 中小企業庁編 2019年
- 2017年度版小規模企業白書 中小企業庁編 2019年
- 平成28年版防災白書 内閣府編 2019年
- 平成28年度版文部科学白書 文部科学省編 2019年
- 平成28年度食料・農業・農村白書 農林水産白書 2019年
- 2017年福島県統計年鑑 福島県企画調整部統計課編 2019年
- 平成28年度版いわき市統計書 いわき市編

編集後記

今回の調査発表はテーマが理論的なもの、インタビューやアンケートを主としたもの、実際に活動を提言したものとうまく分かれていてとてもよかったと思います。

私は地域活性化に一番適しているのは「お祭り」と思っていますが、今のところ3年目でもそのテーマは出ていません。「お祭り」にはいろいろな要素が含まれていて、毎年1回やるのが精いっぱいというのがほとんどです。しかし日本の無形文化財で、演ずる人たちがボランティアでなおかつ自前のお金を出す行事は祭りだけです。それが地元をうるおすとともに経済の動きを活発化し、地元民による地域の活性化を行うことになっているので重要なんです。

しかし、少子化は祭り実行にも影響し、神輿の担ぎ手がいなかったり、直会に参加する人が少なかったりしますが、いくつかの祭りが合同してやるなどの工夫を行っています。宮崎県都城市には市内の150ほどの神社が一斉に祭りを行いお互いに助け合っています。何とかいわき市でもそのような動きが出るいいと考えています。

今回の目玉、「いわき市に古代エジプトのWEB博物館を作ろう」という提言（本学エジプト考古学研究所客員准教授山下弘訓）はすぐにでも実現しそうないい提言となっていました。

基本的に研究者の調査や提案は作り手の手順が中心で、それを実行したり買ったりする側のことが考えられていない場合が多いのですが、この発表はきちんとそれがありました。今回の調査でより現実味が出てきて、行政ともうまい具合で協働できればと考えています。

吉村 作治
地域振興戦略研究所所長