

日本公庫つなぐ

Vol. 23



特集

農業が切り拓く、
地域活性化への新たな道筋

日本公庫つなぐ

Vol. 23

表紙のはなし

古来、日本人の心のよりどころとして伝承されてきた祭り。その中心となる神輿は神様の乗り物という意味で、神輿を担ぎ地域を練り歩くことで厄災やけがれを清めます。片や山車は神様を招くための目印といわれ、装飾が施された台車に人が乗り、人力で引くものだそうです。次のお祭り見物では、神輿や山車の違いに注目してみるのもいいですね。



イラスト／新目 恵
題字／園元 伸子
(日本公庫 中小企業事業本部 保険審査部)

3

巻頭特別寄稿

日本公庫への期待

—コロナ禍における政策金融機関の使命— 財務大臣— 麻生 太郎

4 Special Report

農業が切り拓く、地域活性化への新たな道筋

6

寄稿 東京大学大学院農学生命科学研究科教授—中嶋 康博
魅力増す！地域の食と農 — 構造と価値の変遷

8

Case1 群馬県利根郡昭和村 グリンリーフ株式会社
独立支援で育てる全国のパートナー おいしさと喜びを広げる感動農業

12

Case2 宮崎県串間市 株式会社くしまアオイファーム
通例に流されぬ「強い農業」を実現し世界へダイレクトアプローチ

16

Case3 広島県三次市 有限会社平田観光農園
農業の枠を大きく広げ再生産可能な利益創出を目指す

20

Interview1 北海道銀行 代表取締役頭取—兼間 祐二
日本の食料供給基地北海道の農業支援に地域金融機関として挑む

22

Interview2 鹿児島銀行 代表取締役頭取—松山 澄寛
日本一の畜産を軸に基幹産業である農業の支援に注力

24

コロナ禍を生き抜く

Case1 茨城県ひたちなか市 株式会社小野写真館
一生ものの思い出を鮮やかに残す「X写真」のシナジーで新規事業を構築

Case2 滋賀県大津市 ヤマダアールカンパニー株式会社
ビジネスを一点集約 多彩なびわ湖リゾート文化発信の場に

28

ここに人のあり

株式会社プロアシスト 代表取締役社長／関西経済同友会 代表幹事—生駒 京子
大企業の研究開発を支えるために創業 今や関西経済界のリーダーの一人に

日本公庫への期待

―コロナ禍における政策金融機関の使命―

財務大臣 麻生 太郎



昨年より日本社会は、新型コロナウイルスにより大きな影響を受けています。今回の感染症でお亡くなりになられたすべての皆様に、心から哀悼の誠を捧げます。そして、ウイルスとの闘いが続く中、

全国の日本公庫支店の最前線で、事業者の資金繰り支援を献身的に支えていただいている職員の皆様に、深い敬意とともに、心からの感謝の意を表します。

過去、危機的な状況に直面する度に、日本公庫は政策金融による支援として、資金繰りに不安を抱えた事業者への力強いサポートを行ってきました。例えば、リーマン・ショック時においては、民間金融機関が行う金融への補完機能をいかに発揮しました。また、東日本大震災からの復興においても、被害を受けた事業者からの相談に対し、震災当日に特別相談窓口を設置す

るとともに、出張相談会を実施するなど、全力で事業者支援に取り組んできました。

こうした知見と経験を最大限活用し、日本公庫は今般の新型コロナ対策においても民間金融機関とも連携しつつ、急増する事業者からの融資申込みや問合せに迅速に対応してきました。例えば、相談体制の強化や休日対応、提出書類の簡素化を含めた審査手続きの簡略化などの踏み込んだ措置を行いました。その結果、新型コロナ関連での貸付けは、令和3年5月末時点で約85万件、金額にして約15兆円を決定しています。これは、リーマン・ショック時の平成21年度約50万件的融資申込件数を大きく上回る水準となっており、この国難ともいえる危機を乗り越えるために、日本公庫が果たしている大きな役割を実感しています。

一方で、依然として新型コロナの感染状況や事業者の資金繰りの状況は予断を許さない状況です。足元においても、日本公庫の実質無利子・無担保融資は、新型コロナの影響を受けている中小企業の資金繰りを支える上で

重要な役割を果たしており、感染状況や資金繰りの状況を踏まえて、今年前半までとっていた申込期限を、当面前半まで延長することとしました。また、私からも累次にわたり、新規融資・資本性劣後ローンの積極的な実施・活用や事業者の債務の返済猶予等への柔軟な対応について、日本公庫等に要請しています。

未来に目を向けることも大切です。中長期的な課題への対応として、ポストコロナに向けた本業支援や、経営改善や事業再生、事業転換、事業承継等の支援がますます重要となります。今

後、グリーン化やデジタル化などの事業者の取組みに対する支援を着実に実行していきます。田中総裁をはじめ、日本公庫の職員の皆様は、事業者の挑戦をより後押しするとともに、悩みに丁寧寄り添う存在であってほしい。心から期待します。



農業が切り拓く、 地域活性化への 新たな道筋

日本において、基幹産業が農業である地域は多く、農業の発展がこれからの地域活性化の「鍵」となる。地域との連携、新たな技術の活用、雇用の創出など、その可能性は無限の広がりを見せている。

本特集では、農業の多様化が地域経済の持続的な発展につながるという観点からの寄稿と、地域に活力を与えている事業者の事例、そして農業分野ビジネスを支える地域金融機関の取組みを通して、農業が導く新しい地域活性化への道を探る。



Case 3

有限会社平田観光農園 P.16 ~
広島県三次市

農業の枠を大きく広げ
再生産可能な利益創出を目指す

Interview 1

北海道銀行 P.20 ~
日本の食料供給基地
北海道の農業支援に
地域金融機関として挑む

Interview 2

鹿児島銀行 P.22 ~
日本一の畜産を軸に
基幹産業である
農業の支援に注力



Case 1

グリーンリーフ株式会社 P.8 ~
群馬県利根郡昭和村

独立支援で育てる全国のパートナー
おいしさと喜びを広げる感動農業



Case 2

株式会社くしまアオイファーム P.12 ~
宮崎県串間市

通例に流されぬ「強い農業」を実現し
世界へダイレクトアプローチ

魅力増す！地域の食と農 構造と価値の変遷

地域における農業の重要性

地域経済・社会における農業の重要性は、地元の関係者の間でつとに指摘されることだが、なぜそうだと考えるのだろうか。

まず指摘しておきたいことは、

地域の資源と環境を守る産業としての役割である。農業活動は農地や水資源の良好な維持管理のもとで持続することができる。そのため林業と連携しながら農村の資源管理に努めることが、災害防止と景観の保持に貢献し、その機能は地域全体に及ぶ。このような非市場的価値が社会的に意義あるものとなるに

は、農業活動に裏打ちされた健全な土地利用が地理的な広がりをもって維持されなければならぬ。20年前にさかのぼるが、この価値が農業の多面的機能として金銭的評価が試みられて、それは約5.8兆円と推計された（日本学術会議）。

それでは市場活動に基づく経済的価値はどうだろうか。実は2019年における農業のGDP（国内総生産）は全経済活動の0.8%にすぎない（農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」）。また、2020年における全就業者のうち農業で働く人の割合は2.9%だ（総務省「労働力調査」）。これだけ見るとマ

イナリーな産業だと言わざるを得ない。もちろんこの全国値には都市農業も含むために低くなりがちだが、しかし市町村ごとに詳しく見ても、多くの地域では百分比で1桁台の数値なのが実態である。

地域経済では、農業に関連した産業活動に注目すべきだ。農業が成立するには、食品製造業や運送業、資材産業などの一団の産業との連携が欠かせない。言うまでもないことだが、生産・収穫された農産物はそのまま消費者の手に届けられるわけではない。直接食べることでできる野菜や果物でも、集荷された後に選別や調製をしなければなら

ない。米は精穀業、甘味資源は製糖業、生乳は乳業、肉用牛は食肉加工業などで、加工が必要である。農業生産の後にこれらの調製・加工など、ポストハーベスト工程が伴ってこそ、農産物は食品になる。これら一次加工は農業現場の近くで行われて、それは地域の重要な産業である。

地域の食品産業の役割

加工工程は、それだけにとどまらない。さらに高度な加工が施されて、加工食品や調理食品として提供され、またそれらと連携した外食産業が展開している。2015年の（輸入品を含めて）国

内で供給される農林水産物の金額は11.3兆円だが、最終的に消費者の食料消費総額は8.3兆円であり、生産されてから加工や流通を経て消費されるまでの間に、価値が7.4倍になっている（農林水産省「農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」）。

食品製造業は多くの中小企業から構成されて地域の産業の中心的役割を果たし、漬物、しょうゆ、みそ、酒など地域の人々の食を支えてきた。その後、人々の豊かな食を創造した新興の食品企業は、国内に広く展開していった。地方に立地したのは、かつては都市に比べて安い賃金で働き手を確保できたことが大きな理



東京大学大学院農学生命科学研究科 教授

中嶋 康博(なかしま やすひろ)

1959年埼玉県生まれ。83年東京大学農学部卒。89年同大学大学院農学系研究科博士課程修了(農学博士)。東京大学農学部助手、農学生命科学研究科助教授、准教授を経て、2012年から現職。専門分野は農業経済学、フードシステム論。

由だが、もう一つの理由は地元での原料調達であろう。しかしその後の経済環境の変化により、地元の農産物だけでは足らず輸入原料に頼る例も増えた。そして、地域の労働力が必ずしも低賃金ではなくなると、海外展開する事業者も現れるようになった。

このように情勢が変化する中でも、地域の食品産業は生き残り、将来の新たな展開に期待が持たれている。そこには昭和の終わりから平成期にかけて、人々が食に求めているものが大きく変化したことが影響している。キーワードは多様性である。

食料消費と生産のシステム変容

戦後昭和期は、ベビーブームによる人口増加、高度経済成長、そして都市経済の拡大が特徴だ。大都市に人々が集まり、生活するために、様々な社会システムが整備されたが、食料の安定供給は最重要課題の一つだった。都市部の農地は転用され、そうでなくても人口が急増する中で、周辺の農業だけでは食料は足りなくなる。輸入も増やしたが、国内では北海道や東北、九州などの農業を振興した。

遠隔地での産地育成は成功し、野菜や畜産物などの大生産地が形成された。野菜は卸売市場を経由して都市へ供給された。畜産物は、産地に食肉加工センターや乳業メーカーが次々に設立された。毎日大量に生産し、大量に流通するため、地方と都市を結ぶ仕組みができ、それを支える標準化、規格統一が進められた。その結果、消費者は生産現場を意識しなくなった。逆に生産現場で何が行われているか見えなくなり「農と食の距離」が広がると称される現象が起きていく。食品安全への不安感を生み出す要因の一つだったと言える。

わが国の食料消費は戦後一貫して伸び続けた。しかし昭和が終わった後に伸びが鈍化して、1995年に食料消費総額は82.5兆円で頭打ちになり、5年おきに産業連関表で推計される金額はその後連続して低下し続けた。その原因はバブル崩壊後の景気低迷だ。賃金がアップしなくなり、雇用不安も重なって無駄遣いせず、人々は賢い消費をするようになった。

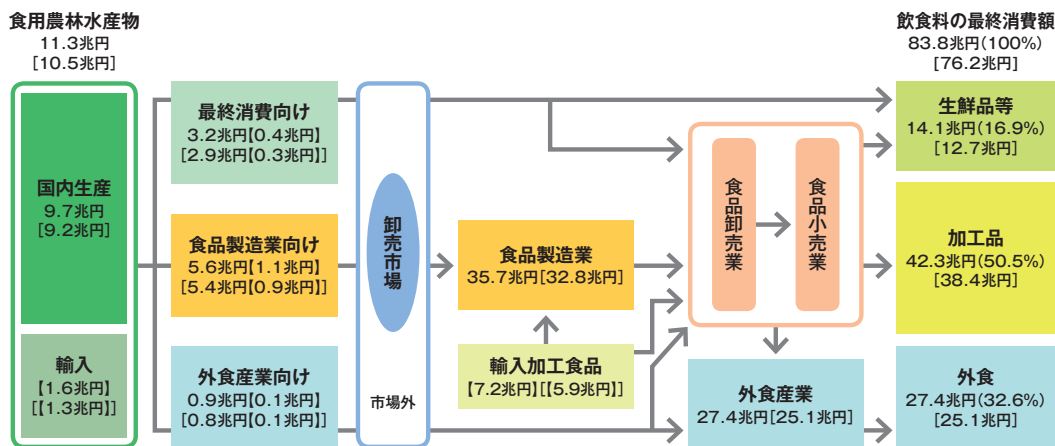
ただ、その後の人々の食行動は必ずしも節約するだけではない。食情報はあふれ、新しい飲食店や食事スタイルが次々と登場していく。昭和期に築かれた効率化一辺倒の大量生産・大量流通に満足できず、より豊かな食を求めていった。昭和と平成の時代の変わり目に起こった食料消費の低下というショックが、本格的なシステム変容の引き金となったのだと言える。

人々は食に対して段々とより高品質で多様なものを志向するようになり、生産者も単純に大量生産するのではなく、より良質で特徴ある生産を目指すようになっていった。平成期にはそのような取組みが本物だと保証する地理的表示制度などの仕組みが整備されて、消費者も安心して購入できるようになった。景気の回復もあり2015年には人々の食料への支払い意思が高まった結果、食料消費総額の続落は20年ぶりに止まり前回の2011年の数値を上回った。

高品質で多様な生産におけるきめの細かい対応は、最新科学に裏打ちされた農業技術の進化と流通管理の精緻化によって今後さらに高度に発展していくであろう。それらは輸出や6次産業化にも適用しうる。

我が国の農林水産物の生産・流通・加工・消費の流れ(2015)

資料：農林水産省「平成27年(2015年)農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表(飲食費のフローを含む。)」等を基に作成



注：1) 総務省等10府省庁「産業連関表」を基に農林水産省作成。
 2) 旅館・ホテル、病院、学校給食等での食事は「外食」に計上するのではなく、使用された食材費を最終消費額として、それぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上している。
 3) 加工食品のうち、精穀(精米・精麦等)、食肉(各種肉類)及び冷凍魚介類は加工度が低いため、最終消費においては「生鮮品等」として取り扱っている。
 4) 【 】内は、輸入分の数値。[]内は、最新の「平成27年産業連関表」の概念等に合わせて再推計した平成23年(2011年)の数値。
 5) 市場外とは卸売市場を経由しない流通を指し、産地直送や契約栽培等の生産者と消費者・実需者との直接取引をいう。

出典：「食料・農業・農村白書」(令和元年版)

昭和期に「農と食の距離」が拡大したが、それは過去のことかもしれない。情報科学の発展は農業と農村を見える化して、生産者の取組みへの理解を深め、より魅力あふれるものにするだろう。今後、それらが観光業を含む食品産業と連携することで、さらなる価値が見出されることを期待したい。

グリーンリーフ株式会社 群馬県利根郡昭和村

独立支援で育てる全国のパートナー おいしさと喜びを広げる感動農業

群馬県北部にある昭和村は、日本屈指の高原野菜の産地。中でもこんにやく芋の生産量は日本一の規模を誇る。農家の長男としてこの村に生まれた澤浦彰治社長は、生産するだけの昔ながらの農業からの脱却を図り、就農人口の拡大や農業経営者の育成、雇用拡大にも力を入れている。



グリーンリーフ株式会社／株式会社野菜くらぶ
代表取締役社長
澤浦 彰治 氏

青々とした芝生の庭に置かれたカラフルな遊具。木のぬくもりを感じる八角屋根の建物から、楽しげな子供たちの声が聞こえてくる。

このかわいらしい託児所があるのは、会社の敷地内。すぐ隣には、こんにやくの加工場や広大な畑、大規模な野菜出荷場などがあり、子供たちの親は皆、従業員としてここで働いている。

「働きたいが子供を預けられない。そもそも育児中だと雇ってもらえない。そういう声があるのだから預ける場所を作ろうと開いた施設が、最近は、子育て支援や女性活躍」という切り口で注目されています。

でも、背景にあるのは農業というビジネスのもっと根深い問題なんです」

そう語るのは、群馬県・昭和村にあるグリーンリーフ株式会社と株式会社野菜くらぶ、株式会社四季菜、株式会社モスファーム・サングレイス、バイオエナジー株式会社の5社の代表取締役社長を務める澤浦彰治氏。

農家の長男として生まれ、父の姿を通して昭和期の農業の隆盛と衰退を見つめてきた。

簿記が得意な青年が直面した昔ながらの農業

「家業を継ぐのが当然と思っ

て育ち、地元の農業高校に進みました。学生時代はもっぱら部の活のウエイトリフティングに熱中していましたが、授業では農業簿記が好きでしたね。

しかし、いざ卒業して研修を終え、父と共に働きだしてみたら、驚きました。当時の我が家は野菜生産と畜産をやっている、私は養豚の方を任されていたのですが、飼料の仕入れから出荷まで、何もかもがどんびり勘定で……」

野菜も豚も昔ながらのやり方で育て、JAや業者に卸すだけ。天候や相場しだいで、生産量も価格も変わってしまう。

数字に強い澤浦氏としては信じ難い状況だったが、親の世代

までは、それが農業」という感覚だったのだろうと、澤浦氏は苦笑する。

せめて養豚の方だけでもと、徐々に効率化やコスト管理を進めていくのだが、戦後の高度経済成長期や食糧増産政策を知っている父親の、根本的な考え方は変わらなかった。

「そんなある日、税務署の調査が入りまして。うちだけでなく、近隣農家のほとんどは、帳簿も付けていなかったと思えますよ。どうせ赤字なんだから取られるものなんかない、という感覚です。

でも税務署から見ればそうじゃありません。結局、このままでは代々の土地を失ってしまう



「生芋こんにやく」から始まった食品加工。近年では輸出用やレトルト食品も人気



「出産休暇を経て、すぐ復職できました。こんなに働きやすい職場はありません」と、女性従業員にも好評の託児所

と青くなった父の代わりに、私が過去にさかのぼって修正申告書を作成しました」

この件がきっかけとなり、父親は経営管理を息子に託す。

その一方で澤浦氏は、生産しても卸価格さえ自分たちでは決められない、従来の農業の限界をひしひしと感じていた。

自分で値を付けられる商品づくりへの進出

「高校を出て8年後、私は養豚をやめようと決意しました。自分なりに業務改善し、業績も上向きだったのですが、ウルグアイ・ラウンドによる輸入緩和でうちの規模では養豚の将来が見えなかったのです。」

生産したものに自分で価格を付けられない弱い立場では駄目だ。良いものを作って、適正な価格で販売できるようにしたいと切実に思いました」

では、何を作るか。澤浦氏が選択したのは、群馬の名物である「こんにやく」だった。

「この辺りの人は昔から、芋から作った自家製こんにやくを食べ、そのおいしさを知っています。でも、当時スーパーで売って

いるのは芋を乾燥させたこんにやく粉から作った大量生産品ばかりだったんです」

当時は珍しかった、生芋から手作りしたこんにやく。

実際には、資金不足で家庭用のミキサーしか買えなかったため、おのずと手作りになったのだと笑いながら見つめる事務所の壁には、創業当時の写真が掲げられている。

固まる前のこんにやくを手で丸め、釜でゆでて固める作業をしている女性たち。一人は澤浦氏の母であるつぎ子さん、もう一人は、現在では同社の取締役であり、開発部長を務めている原ミツ江さんだ。(下写真)

人手不足の中、地元女性の力を積極的に

「小規模とはいえ、植え付けや収穫の時期、こんにやく作りをする繁忙期には、やはり人手が必要だ。そこでアルバイトやパートを募集するのですが、全く応募がない。知り合いに声をかけても、すぐに辞めてしまいました。」

作業がきつくて無理というなら分かりますが、ある時など「若い娘が農家なんかで働いていた



「嫁の貰い手がなくなる」と言われたこともありましたね」

知らない人から見たら、農業とはそんなものか…というシヨックは、澤浦氏のその後のビジネス展開にも少なからぬ影響を与える。

しかし、まずは当座の人材の確保をしなくては、と村を見回して、澤浦氏は気づいた。

フルタイムではなく短時間で、かつ自宅の近くで働きたいと願っている人はたくさんいるではないか。しかも食品の加工製造にも向いている…そう、子育て中の女性たちだ。

「当社の最初の従業員となってくれた原さんも、子育て中に知人の紹介でパートに入った方です。頑張り屋で負けず嫌いな彼女とは、ずいぶん衝突もしましたが、おかげで、どんなサポートをすれば育児中の人に働いてもらえるのかを早いうちに理

解できました」と振り返る。

保育士が常駐する現在の託児所ができたのは2016年だが、それ以前から事務所の2階を子供たちの遊び場として開放していた。

職場内で子供を預けられるという評判は、すぐに地元へ広まり、人手はぐっと集めやすくなった。現在でも同社従業員の約60%は女性。しかも離職率は低く、復職率は高い。

ここから澤浦氏は学ぶ。「働きやすさへの配慮なくして、人材確保も人材育成もない。特に農業では」

「農家なんか」を脱却し地域を担う企業へ

生芋こんにやくの味の良さが評判となり、取引先が順調に増えていく中、より安心安全にこだわった澤浦氏は、前例のないこんにやく芋の有機栽培を始める。その姿に感化され、昭和村には同様に有機栽培に取り組み農家が現れた。

「1992年にその仲間たちと『昭和野菜くらぶ』という有機野菜生産グループを立ち上げました。高原レタスとこんにやく芋、

グリーンリーフ株式会社



有機農業をしながら、農場内の工場で、生産から加工・販売まで一貫して手がける
生産 (こんにゃく芋、その他有機野菜栽培) **加工** (こんにゃく、漬け物、冷凍野菜の加工)
流通 (WEBからの直接販売)

株式会社野菜くらぶ



グリーンリーフ株式会社の生産者団体。昭和村をはじめとする全国の契約農場の出荷や流通のとりまとめを担当
包装 (野菜の袋詰め等の商品化) **流通** (契約販売先への出荷)
独立支援プログラム (事業の一環として、農業技術の開発や交流、新規就農者へのバックアップに取り組む)

直接届けられるようになった。食の安心安全が問われる時代の波にも乗り、着実に成長する事業の陰で、やはり課題となったのは人材確保の難しさだった。

畑から消費者までの一貫体制で事業を拡大

有機野菜の栽培と加工を主とするグリーンリーフと、生協や小売業者、外食業者などとの直接契約で栽培・流通を担う野菜くらぶ。2つの会社を両輪として、同社は生産するだけの農業を脱却し、商品化して消費者の元まで

連作障害の対策で育てていたニラや大根からのスタートでした。こんにゃくの加工販売が軌道に乗って、『グリーンリーフ有限会社』として法人化したのが、1994年、30歳の時。その2年後に、生産だけではなく販売・流通までを一貫で行う、『有限会社野菜くらぶ』を設立したんです。よりおいしく安全な野菜を追求する有機栽培。消費者に求められる商品開発。そして雇用の創出と地域の活性化。

「日本人が農業を敬遠する中、貴重な人材として20年ほど前から外国人技能実習生の受け入れを始めました。海の向こうからはるばるやってきてくれた仲間をしっかりとサポートするため、まず取りかかったのは寮の整備。快適な環境で、不安なく充実して働いてもらうこと。彼らの活躍を公正に評価し、待遇に反映することが、受け入れ先の義務だと思っています」

澤浦氏が目指す農業のビジョンは、この頃にはほぼ固まった。事業に貢献すると同時に、生活をすることで地域経済も回してくれる彼らを、澤浦氏はとても大切に思っている。そして実習生たちが澤浦氏を慕っている様子は、農場や工場ですれ違うたびに交わされる朗らかな挨拶からもうかがえた。

「コロナ禍によって中断しているものの、同社では継続的にタイやベトナムから実習生を迎えている。熱心で器用な実習生たちは、畑でも加工場でもまぎれもない主戦力だ。事業に貢献すると同時に、生活をすることで地域経済も回してくれる彼らを、澤浦氏はとても大切に思っている。」

「日本人が農業を敬遠する中、貴重な人材として20年ほど前から外国人技能実習生の受け入れを始めました。海の向こうからはるばるやってきてくれた仲間をしっかりとサポートするため、まず取りかかったのは寮の整備。快適な環境で、不安なく充実して働いてもらうこと。彼らの活躍を公正に評価し、待遇に反映することが、受け入れ先の義務だと思っています」

農業を志す若者を支援パートナーを全国に

「当社は幸い優秀な人材が育っている方だとは思いますが、やはり事業の将来を考えると、後継となる農業経営者の育成は急務です。今は、少ないけれども農業を志す若者はいらっしゃいます。彼らを支え、育て上げる責任が、農業に関わる者にはあると思います」

「自然相手の農業は難しい。やみくもに飛び込んで、挫折してしまう者も多い。けれど、しっかり学んで真摯に取り組めば、きちんと稼げる魅力あるビジネスだと、若い世代に思ってもらいたい」

「もちろんこの取組みは、新規就農者支援だけでなく、当社の課題を解決するためでもあります。2000年頃の当社は、天候不順や災害などの影響で契約先に求められた野菜を安定供給できないのが悩みでした。当時、自社農場があったのは群馬だけで、何か起きたときのリスク分散が難しかったのです」

「支援プログラムを受けた若者は、成功できる確率が高い場所であれば、どこにでも乗り込んでいく意欲があります。そこで、いざ独立というときには、当社が契約している野菜の適地に、農地を取得できるようあっせんしています」

「当社には幸い優秀な人材が育っている方だとは思いますが、やはり事業の将来を考えると、後継となる農業経営者の育成は急務です。今は、少ないけれども農業を志す若者はいらっしゃいます。彼らを支え、育て上げる責任が、農業に関わる者にはあると思います」

「自然相手の農業は難しい。やみくもに飛び込んで、挫折してしまう者も多い。けれど、しっかり学んで真摯に取り組めば、きちんと稼げる魅力あるビジネスだと、若い世代に思ってもらいたい」

「自然相手の農業は難しい。やみくもに飛び込んで、挫折してしまう者も多い。けれど、しっかり学んで真摯に取り組めば、きちんと稼げる魅力あるビジネスだと、若い世代に思ってもらいたい」

「自然相手の農業は難しい。やみくもに飛び込んで、挫折してしまう者も多い。けれど、しっかり学んで真摯に取り組めば、きちんと稼げる魅力あるビジネスだと、若い世代に思ってもらいたい」



収穫物はコンテナのバーコードで管理。オンラインネットワークを活用したグループ連携で、業務の効率化に取り組む

広域農業ネットワークで情報・ノウハウを共有

こうした取組みのかいあって、同社の業績は順調に成長を続けている。独立支援者がパートナーとなり、新たに開いた農場を含め、生産農地は全国6エリアに900ヘクタール超。葉物野菜を中心に、約40品目を栽培し、契約する取引先に通年出荷を可能にしている。

昨年来のコロナ禍によって減った飲食店需要も、内食や通販需要の伸びによってほぼカバーできたそうだ。

「ステイホームで、料理をする人が増えました。そういった層は、ちよつと高くともより安全でおいしい食材を選ぶ傾向がある。この価値観の変化は、アフターコロナでも続くと思います」まさにグリーンリーフや野菜くらぶの商品が求められていることを感じた澤浦氏は、今後、ミールキットの開発などにも力を入れていくつもりだ。

また、コロナの渦中で急ぎ進んでいるのが、グループ内のデジタル化だ。

「全国にある農場で、今何が穫れ、いつどこに出荷されるのかといった情報を共有する。広域農業ネットワークの構築に、目下情熱を注いでいる。」

「まずは農場ごとに誰がどこで、なんの作業を、どのくらいしているかという労務管理のデジタル化を進めています。」

名札と、収穫用コンテナのバーコードを連携することで、自動的に作業量を記録し、人時生産性を見える化する。

品質の良い商品を出荷しているスタッフをしっかりと評価できるので、モチベーションを高められますし、他のスタッフもそのノウハウを取り入れられます」

優れたスキルを属人化せず、全体で共有して効率化を図るといのが、澤浦氏のスタンス。広域農業ネットワークについても同様で、全国のパートナー農場の状況をリアルタイムで観測できるようにしていく予定だ。

パートナーの経営者は、自分の農場だけでなくグループ全体の作業状況や収穫量、取引情報をチェックできるようにする。

経営者はデータに学び、スタッフは効率よく働く。これもまた独立支援プログラムからつながる、手厚いサポートの一つなのだ。システムの立ち上げは創業以

来の大きな投資となるが、地域の金融機関や公的支援を活用して、システムを他社へ紹介していきたくと情熱を燃やす。

「農業は資本ビジネスで、特に立ち上げ期は農地の取得や農機の購入資金がいるのに、実績がないと借入れができない。ぜひ金融機関には農家が利用しやすい金融商品を開発してほしいですね。法的な規制も必要だと思いますが、農業の未来に投資する会社も増えてほしいです」と、周囲の意識変化にも期待をかけている。

土を育て、人を育てる 感動農業の輪を広げて

同社の社屋やホームページには、誇らかに「感動農業」「人づくりに土づくり」というメッセージが掲げられている。

「感動とは、感じて動く」ということ。子供が安心できる託児所を作ったら、女性はいきいきと働いてくれるようになった。

丁寧な指導したら、聡明な若者たちは素晴らしいパートナーに育った。野菜だってそうでしょう。日々の成長を感じて世話をするからおいしくなり、食べた

人を感動させる」

すべては、感動でつながるのだと語る澤浦氏には、次なる大きな目標がある。

「当グループ全体の売上は現在約44億円。これを10年後には100億円にしたいですね。その規模になれば、毎年継続して新卒採用ができる。後輩が入ってくることで企業の人材は厚くなり、事業継続の原動力になるでしょう」

土地に根付き、人を育てることで事業を拡大してきた澤浦氏は、最後に嬉しそうに教えてくれた。同社では昨年、従業員の家族に7人の子供が誕生したのだという。

「ありがたいことに、我が社は少子化問題はありません。将来その中から、農業をやりたい子が現れたら最高ですね」と、澤浦氏は明るく未来を展望した。



株式会社くしまアオイファーム 宮崎県串間市

通例に流されぬ「強い農業」を実現し 世界へダイレクトアプローチ

古くからのルーティンを覆し、革新的な歩みをもってサツマイモの輸出を牽引する、株式会社くしまアオイファーム。「従業員、契約農家、地域も含めた全体をボトムアップして、正のスパイラルとなるように」と語る奈良迫洋介社長に、持続可能な農業の在り方と、未来像を聞いた。



株式会社くしまアオイファーム
代表取締役社長

奈良迫 洋介 氏

宮崎県の最南端に位置する串間市は、宮崎市内から車で約1時間半。日南海岸の水平線を眺めながらワシントンヤシが影を落とすドライブコースを進み、山

あいへの道を抜けると、広大な耕地が眼前に広がる。串間市の内陸に位置する大東地区は火山灰土壌の台地で形成され、古くから日本有数の甘藷^{かんしょ}サツマイモの産地として知られる地域である。

そんな里山の一角に、ひときわ目を引くモダンな外観。「くしまアオイファーム」は青果用サツマイモの生産から加工、流通、販売をワンストップで担う農業ベンチャーだ。2012年より開始したサツマイモの輸出事業

は、2020年現在で国内トップシェアの約25%を誇る。社員の平均年齢は30代、代表取締役の奈良迫氏を筆頭に農業未経験者も多い。

これだけ聞くと、新規参入で地域農家とも連携しない、ビジネスライクな事業者なのかと思われるかもしれない。卸売市場を通さず直接販売をすることから、実際にこの地で代々農業と向き合ってきた人々との確執が少なからずあったことも容易に推察できる。しかし同社の実態は、「サツマイモに関しては何でもやる」というスタンスで、地道かつ血の通った運営をする企業であることに驚かされる。

成功体験に縛られず 新たな価値を見出す

くしまアオイファームは2013年、同社の池田誠会長が家族4名で設立した農業法人だが、その歴史は1950年にさかのぼる。祖父の代からでんぶん用のサツマイモを、父の代で「宮崎紅」の栽培を開始。大東地区は、90年代半ばには、サツマイモ生産額が40億円を超え、「おいも御殿」と称されるほどに財を成す農家が多かったという。

そんな地域に生まれた池田氏が、父親から継いで就農したのは1992年、23歳の時。異業種の就業を経て見えてきたのは、

厳しい労働環境、品質維持の難しさ、価格や流通面などのさまざまな課題だった。「会長は当時、新品種の栽培や、農家から一般の方への直接販売など、革新的な提案を重ねたものの、実現できなかつた。この地域の過去の成功体験が足かせとなっていたのかもしれない」

10年近くもがき続けるも、農業の未来を憂うばかりだった池田氏は、改革に着手するべく直接販売を決意。まずは市場出荷を縮小し、全国への販売をスタートする。ブランディングの一環として、自社キャラクターである「あおいちゃん」が誕生したのもこの頃だ。



出荷作業棟では、「非破壊内部品位計」を導入し、細密な仕分けをスピーディーに行っている



カフェテリアやパティオを有するオフィス棟

そんな矢先に転機が訪れる。県内の商社がシンガポールへ輸出を開始するという新聞記事を見た池田氏は、すぐに「うちのサツマイモも輸出してほしい」と頼みに行った。そこからは、電話帳を片手に商社や貿易と名の付く企業に片っ端から電話をし、少しずつ取引先を増やしていくこととなる。

独立決意から約2年 輸出事業へ舵を切る

代々続く農業の地域性や慣例、しがらみ。その全てを知る人間が、同じ土地で抜本的改革を実践するのは、おそらく新規参入組のそれよりも相当ハードルが高い。まさに反旗を翻したといえるような同社の取組みに、たとえ地元農家や取引先が興味を持ったとしても、周囲の目を気にして遠巻きにならざるを得なかったことは想像に難くない。それに加え、宮崎・串間からの国内流通における物流コストの負担が大きいのしかかっていたことも輸出事業を後押しする。「大阪や東京などの大都市圏へ流通するには、10トン単位でない」と物流コストが相当かさみ

ます。そう考えると、東京よりも海外に出す方が安かった」

こうした経緯から輸出事業へと大きく舵を切り、2012年にシンガポールへ初出荷を果たし、2013年には法人化。台湾、香港への輸出も開始する。そこからは拡大の一途だ。コロナ禍により現在の輸出先は5つの国と地域（香港、シンガポール、台湾、タイ、マレーシア※）であるが、2020年の年間輸出量は約1200トン、輸出額は3億円を超えた。

数年でここまで躍進した背景には、2つの大きな投資がある。まずは、独自の鮮度保持袋の開発。輸出時の廃棄率が非常に高いという実情がきっかけだった。「従来の包装では長時間輸送時の鮮度保持が難しく、平均30%、多い時は60%以上も廃棄になっていたんです。少しでもロスを減らせないと、住友ベークライト社に相談し、パッケージを共同開発させていただきました。その結果、廃棄率は10%程度にまで抑えられるようになりましたが、一方で袋の原価は従来品の5〜6倍にも高くなっています。しかし会長はためらわず、投資しました」

段階的な投資が より大きな結果を導く

輸出拡大のもう一つのターニングポイントが、大規模な設備投資だ。2016年2月、収穫時についたキズを高湿多湿条件下で処理するキュアリング貯蔵庫を、2017年10月には、日本トップクラスといえる大規模な出荷作業棟と、大型不定温貯蔵庫を建設。この出荷作業棟ではサツマイモでは初となる、光センサーで糖度・空洞・腐れの測定をする「非破壊内部品位計」を導入した。

もちろんスマートになったのは等級や形状の判別だけではない。荷受から発送までの一連の工程は二次元コードで管理され、作業棟内やオフィス棟のモニターで随時進捗確認できる。個々のポジションごとに「いつまでに・どれだけやるか」という業務量が一目瞭然で、作業効率が格段にアップ。この貯蔵庫と作業棟の完成により、1日あたり20トン、かつ周年出荷が可能となった。輸出拡大にはどちらも不可欠な2つの施策だが、奈良迫氏は段階的に走らせたことが大きな結果を導いたと分析する。「取引先様の立場からすれば、ま



鮮度保持袋には、社名の由来になっている池田氏の娘さんが描いたキャラクター「あおいちゃん」がプリントされている

ず鮮度保持袋で安定的な出荷を確認し、実際に手に取るお客様の動向を見ながら出荷量を調整して、ある程度認知されてきたら、少しずつ発注量を増やしていただければ。当初は多くても1社あたり週1トン程度だったものが、海外マーケットが熟したことで、我々の処理能力も上がったことで、現在は週5トンにまで達しています」

こうして確立した同社の輸出事業だが、もう一つ印象的なエピソードがある。法人化前のこと、当時、国内で500グラム50円で販売していたサツマイモの小袋が、視察で訪れた香港の店頭では700円で販売されていることを知り、池田氏は衝撃を受ける。「会長が、さすがにおかしいと思って調べると、廃棄や物流コストもあるが、中間業者の存在も

※ドイツ、イギリス、カナダへは輸出停止中(2021年6月現在)。



紅はるか 宮崎紅 シルクスイート 安納芋 パープルスイートロード

複数見えてきたことから、『輸出を直接行えば農家さんの利益をもっと増やせるはず』という考えに至ったようです」

「生産者に適正な利益を」といった思いが根底にある輸出事業だからこそ、地元農家との溝が埋まるのに時間は必要なかった。自社農園では生産が追いつかない時に協力してくれる生産者も次第に増え、一年を通して安定的に出荷できる体制が整うこととなったのだ。

地元農家との連携を図り、サツマイモ輸出シェアの国内トップを担うまでになった同社は、現地視察として生産者を連れて香港へ出向いたこともある。

「商品陳列を見るだけでなく、販売応援として店頭に立つ経験もしてもらいました。どういう場所でも、どんな人に買ってもらっているのかを肌で感じることはとても大切です。求められている感覚を農家さん自身が理解できる。『俺のイモが海外で売られているのってちやねえ』と感慨深く話していたり、『誇りになる』という声を何度も聞きました。こういう経験が翌年以降のモチベーションにもつながるのではないかと思います」と奈良迫氏は振り返る。

地域連携と企業努力で離農問題に切り込む

輸出事業だけでなく、国内販

売や加工品の開発も並行するくしまアオイファームが、現在自社生産している品種は、紅はるか／宮崎紅／シルクスweetロード／安納芋／パープルスweetロードの5種類。取引先からの需要があれば、規格変更やオリジナルパッケージなどのOEM、他の品種を希望される場合には、契約農家からスポットで仕入れて同梱することもいとわれない。そこには単に、国内・海外流通を担う企業というだけでなく、「サツマイモのことなら何でも相談してほしい」という思いがある。

例えば、掘り起こしだけ手伝ってほしい、といった栽培工程のごく一部の技術協力でも喜んで請け負う。契約農家には小まめに顔を出し、生産者と対話する。困った時には体力のある元気な世代が近くでサポートしてくれるという安心感は、年齢を重ねた生産者にとっては非常に心強いだろう。

農業従事者の高齢化を含め、離農問題はこの地でも深刻化している。特に40・60代という後

継世代が別の仕事を選んでいるケースが多いという。「農業は儲からない・キツイという印象を持たれるので、まずは収入を上げ、休日を増やすという、一般企業と同じことを追求すべきだと考えています」

同社の場合、給与は地元公務員と同レベルを意識して設定し、残業手当は1分単位で支給。また年間休日には、農業生産法人の場合75日という設定が多いが、同社は107日を維持している。地域の若い世代が就職を考えると、「役所か、農業か」という並列の選択肢になるためのベースは、すでに整いつつあるのだ。

「スタッフに適正な給与を払うために、売上と利益をどう増やしていくか。利益率の高い取引を増やすこと、利益率の高い加工品を開発すること。そのための企業努力を惜しむことはない」と、奈良迫氏は力強く語る。

宮崎大学と連携し新品種の開発を推進

加工品の開発に関しては、同社としても長きにわたり課題だという。古くから親しまれている芋けんぴなどに用いられるの

は、焼酎の原料としても知られる「黄金千貫」という品種。青果用とは異なり、加工品の場合は色やキズなどもそこまで注意を払う必要はない。

しかし、少しでも皮が剥けてしまったら価値が下がる青果用は非常に気を遣うため、原価が高くなる。同社でオリジナルの加工品を開発できたとしても、販売価格が大きく膨れ上がり、取引先各社への提案はなかなか難しい。

「利益率のことを考えてもオリジナル商品は悲願でしたが、そこまでのストーリー性を持った商品を開発できていないのが現状です。であれば、急がば回れではないのですが、オリジナルの品種開発に挑戦しよう」と

たとえ時間がかかっても、「くしまアオイファームらしい取り組みを」と、考えた同社は、宮崎大学と連携した共同研究拠



宮崎大学との共同研究拠点を設立。オリジナル品種の開発が進行中だ



広大なサツマイモ畑。より安心で自然なおいしさを追求するべく、徹底して減農薬に取り組んでいる

点』MIYADAITAIYO AoiFarmLab』を設立。新しい品種の開発をはじめ、サツマイモに関するイノベーター的な試みを重ねている。

「品種開発に関しては、まず品種を掛け合わせたものから種を取り、培養させた苗を植える。この後にできたものを種イモとしてまた苗を取り、植え付けて……という工程を繰り返していきます。」

約2000通りの組み合わせから、一次選抜、二次選抜を経て、絞り込むまでに約2年。そして品種登録をする前には、品質の安定性試験が必要になるので、これに約3年。合計5年くらいはかかります」

サツマイモには他にも、花を染しむ「花らんまん」などの栽培品種があるが、あくまで観賞用のためイモの味は落ちる。しかし同社では、花も楽しめる新品種の開発にも取り組む予定だ。

これだけ革新的に事業を推進する奈良迫氏だが、入社するまで農業は未経験。以前は外資系の専門商社に勤務していたが、自身のサツマイモ愛だけを胸に、くしまアオイファームに電話で入社交渉をしたという。

「自分の能力がどれくらいあるかなんて今もわかりません。とにかく毎日食べるほど好きで、サツマイモに合う牛乳探しまでするほど、サツマイモ愛だけは誰にも負けないという自信があります」

その愛こそが情熱となる。おいしいイモを世界中の人に食べてほしい、という強い思いが、同社の事業発展と地域活性化に向けた取組みの根源なのである。

申問発「強い農業」で世界に笑顔が溢れる

生産から加工、販売、国内外への流通、育種などの研究開発、さらに就農環境の整備までを、わずか数年で成し遂げた。しっかりととした軌跡ができたことで、後に続きやすくなる。そして今後もさらなる可能性に溢れた道が作られ、先人たちを乗り越えていく。まさに、同社が掲げる「強い農業はこえていく」というビジョンが体現されている。

次世代の農業者育成という観点においては、奈良迫氏は国際農業者奨学金制度を運営する『ナフィールドジャパン』の理事としても活動している。

「ナフィールドは英国発祥の70年以上の歴史を持つ組織です。世界中の農業者を訪問して得た知見を、自分の地元はもちろん、自国にも還元し、これからの農業を支えるリーダー育成に寄与していきたいと考えています」

創業当初より「サツマイモ王になりたい」と明言していたという池田氏の思いを受け、農業界全体にも伝播する取組みを重ねてきた奈良迫氏。「ゆくゆくは各地に社員が独立運営する小さなアオイファームが作れたらと考えています。家族経営でいいと判断する者も、打倒くしまアオイファーム！という者も出てくるでしょうね」と自社の未来像を見据える。

次世代が経営者になる上で、財務経験のない人物が経営判断を迫られるケースも多くなるだろう。そんな場面こそ金融機関とのタッグが重要になりそうだ。

「金融の勉強は大変です。私自身もそうでしたが、こういうことがやりたい、という思いは明確ですが、それを実現するためにどうすべきか、という手立てに対する知識

がありません。資金需要に对应していたく金融機関には、会社側のビジョンも共有の上でアドバイスをいただけると心強いですね」

そして、世界一のサツマイモ企業になるための、次なる一手については、「世界中をサツマイモで笑顔にするために、くしまアオイファームのビジネスモデルごと海外に持っていきたい。そしてどうしても出てしまう廃棄分を、バイオマスエネルギーや炭などに転換することも模索しています。単純な商品輸出や育種だけにとどまらず、フルパッケージで海外に打って出る。そしていつか、サツマイモをアオイという呼称に変えたい」と熱く語る。

農業の可能性は果てしなく大きく、大きい。奈良迫氏が示唆する未来はそう遠くはないだろう。



革新的な歩みを続ける池田誠会長(左)と奈良迫洋介社長(右)

有限会社平田観光農園 広島県三次市

農業の枠を大きく広げ 再生産可能な利益創出を目指す

「6次産業化」という言葉のない時代から、観光農園を主軸とした多角的経営を推進してきた平田観光農園創業者の平田克明会長。「日本の農業を変えていく、自分がやるしかない」——その思いを共有し、現代的なビジネス感覚を付加させてまい進する平田真一社長と共に、これからの農業ビジネスのヒントを探る。



有限会社平田観光農園
代表取締役会長
平田 克明 氏

代表取締役社長
平田 真一 氏

山陰と山陽を分かつ中国山地が脊梁をなし、山あいから流れ出るいくつもの滝や、清らかな水をたたえる河川とともに広がる里山のパノラマ。広島県北部に位置する三次市は豊かな自然に抱かれている。その森の中へ吸い込まれるように山道を進むと、日本のどこにも類を見ないテーマパークにたどり着いた。

標高500メートルの頂で一年中果物狩りが楽しめるという平田観光農園である。

15ヘクタールという広大な敷地には、14種類150品目の果実が栽培されている。12月中旬から初夏にかけてはイチゴ、6月はサクランボ、7月に入る

とプラムや桃、8〜9月には梨、ブドウ、そして秋にかけてはリンゴが、園内のあちこちで彩り豊かに実る。

平田観光農園は1985年、23年にわたり農業試験場で果樹研究を重ねてきた現会長の平田克明氏が、父の経営するリンゴ園を承継し、来園者が果物狩りを楽しめる農園を設立。研究者としての実績を重ね、まだまだ今後を嘱望される43歳での英断だったが、そこには大きな使命感があった。

「日本の農業は食料自給率38%といわれ、田舎はほとんど疲弊していきます。耕作放棄地が増え、若い人が就農しない……このままでは農業が危ない。日本の農

業を変えようなどと大それた考えではありませんが、魅力ある農業が実践できないものかと思つて。若者の担い手も育成してみたかったですしね」（会長）

「苦難は幸福の門」 台風被害が多角化の契機に

研究者から一転、いわゆる「脱サラ」経営者へ。多くの人から反対されながらも、これが自身の責務であると感じた平田会長。

リンゴ園を承継した後、早々に大きな試練に見舞われる。1991年9月、日本全土に甚大な被害をもたらした台風19号により、農園が壊滅的な被害を

受けた。

「建物は吹っ飛び、リンゴの木も全て倒れ、20万個のリンゴが駄目になってしまった……。呆然としましたよ、お先真っ暗でした。しかし後になって思えば、これが本当に良かった。私はよく、苦難は幸福の門」と言っています。この試練が自分たちの行くべき道を教えてくれました」（会長）

当時の農園で作っていたのは、リンゴとブドウだけ。台風は年に何度もやってくるのに、秋に実る果物しかなかったらあつという間に立ち行かなくなる。そこで平田会長は、一年を通して果物が収穫できるようにする、



バーベキュー広場は手ぶらでもOKなセットメニューも用意



多品種の果物を収穫できるチケット交換制の「ちよつど狩り」

かし生産者が手にしているのはこのうち10兆円程度。残りのほとんどがスーパーマーケットや加工業者にわたっています。農家はいくら働いても高所得になりません。若い人が就農しない理由はここにもあるのでしょうか。それであれば全部自分でやればいい。これ以外の道はないんじゃないかと考えたんです」（会長）

自分で生産したものは自分で売り、レストランを作れば飲食

も提供できる。お客様が自分の車で高速料金を払って来園してくれるから輸送費はかからず、果物を収穫するために入園料を払ってくれる。もちろん生産コストはかかるが、100%自社の収益となる。まさに昨今の6次産業化の提唱そのものだ。

また生産者の所得増加に関し、行政でもっとフォローできる部分があったのではないかと振り返る。

日本が誇る一大産業 農家に再生産可能な利益を

「6次産業化」という言葉すら耳にしたことのない90年代初めの、大胆な事業改革。その決断に至った背景は台風被害だけでなく、研究者時代から疑問視してきた農業の現状があった。

「日本の農業は国家予算に匹敵する90兆円という、世界的に見ても最大規模の産業です。しかし生産者が手にしているのはこのうち10兆円程度。残りのほとんどがスーパーマーケットや加工業者にわたっています。農家はいくら働いても高所得になりません。若い人が就農しない理由はここにもあるのでしょうか。それであれば全部自分でやればいい。これ以外の道はないんじゃないかと考えたんです」（会長）

「研究職の時に全国の農園を巡りながら、このままではいけないとずっと思っていました。生産量の増減を指示することはあっても、農家が作物を作るための設備や資材、機械、肥料などの費用、そして人件費までを賄うことができないような、いわゆる再生産可能な利益を上げるための策ができておらず、そして次世代の担い手を育成することもできていなかった。これらを根本的に変えていかなくてはならないと……」（会長）

こうして本格始動することになった平田観光農園。先に「テーパーパーク」と称したのは、単に一年中果物狩りができるだけではないからだ。採った果実を使ってパフェやアイスクリームを作

れたり、バーベキューやグッチオーブンの料理体験、園内で飼育している牛や馬、ヒツジなどの動物と触れ合うこともできる。野鳥の声に耳を傾けながら散歩したり、森の中の古民家カフェでくつろぐことも。一日では足りないほど充実した時間が過ぎせるエンターテインメントスポットなのだ。

進むべき道は見えている。自らの手で日本の農業を変える。壮大な目標を掲げながらも、「楽しくて、ワクワクしながら始めたんですから」と平田会長は常に柔和だ。

交流人口を増やすことで 地域活性化と定住を促す

農作物をキーにした多彩なコンテンツを提供している平田観光農園だが、平田会長の思いはこの敷地内だけでは留まらなかった。まずは1994年、研究者時代の技術を生かし、「三次ワイナリー」を設立。平田観光農園ができる以前、三次市の観光スポットといえば歴史民俗資料館のみ。もっと観光拠

点が増えないと、せっかく加工品を作っても売り先がないと考えたことがきっかけだった。

平田会長は三次市の特産ブドウの育種にも大きく携わっている。「三次市で100ヘクタールのブドウ畑を作るという計画があった際、当時は山梨でしか成功例がなかった。ピオーネを提案したものの、栽培が難しい品種のため関係者全員に反対されました。しかし特色のあるものにすべきと考え、あえて挑戦し、栽培に成功。さらには、種無しピオーネ開発も実現しました」（会長）

平田会長が長野県塩尻市の試験場で「ジベレリン（種無しブドウの栽培に寄与する植物ホルモン）」の技術開発をしていた成果が、現在の三次ピオーネとなって結実。もちろん同ワイナリーでは三次ピオーネを贅沢に使用したワインも作られている。

関連施設としてはもう一つ、



「三次ワイナリー」には国内外のワインコンクール受賞作も

関連施設としてはもう一つ、



星が近く、秋は霧の海の上。さまざまな自然体験ができる「ふるさと自然体験塾」

2003年に廃校となった旧上田小学校を活用したNPO法人「ほしはら山のがっこう」がある。

週末に「ふるさと自然体験塾」という農村体験を実施しているが、現在この塾長を平田観光農園の元スタッフが担当。「私も通っていた小学校ですが、なんとか活用したいと考えていました。現在では年間約4千人が体験塾を訪れてくれます。上田町には街灯がひとつもないのですが、夜は星が綺麗で、川には無数の蛍が飛んでいる。『子育てはここだね』と言ってくれる人も多く、少しずつ定住する若い方も増えてきました」(会長)

まずは交流人口を増やすこと。多くの人に来てもらうことで商いが成り立ち、地域が活性化する。そして定住人口の増加につながるという好循環が生まれる。平田会長の驚くべきバイタリティを物語るエピソードがもう一つ。住民の84%から出資を集めて開業させた、国道沿いの商業施設「川西郷の駅」だ。次々と商店が撤退し、10キロ離れた市街地まで行かないと買い物ができなくなってしまう町民のために旗振り役となり、コンビニエンスストアの出店交渉も自

ら行った。

「第三セクターで実現させたかったのですが、話はまとまりませんでした。だったら自分たちで作る以外ないと思い、1株5千円で会社を作ったら、多くの賛同を得られ、最終的には2200万円もの資金が集まりました。株主総会には400人以上集まるんですよ」(会長)

食堂や加工所などを含む施設では31名の雇用を生んでおり、2020年の利用者数はコロナ禍で若干落ち込んだものの21万人(レジカウンター実績)、開業3年目にして単年度黒字化を達成した。

メディアを味方につけ 枠を超えてなんでも挑戦

地域のために、困っている人のために。とにかくパワフルかつスピーディーに実現させてしまう平田会長。研究者として長野から広島へ帰ってきて約40年、休んだことがないという「研究も農業も、楽しいんです。私のモットーは『すぐやる・必ずやる・できるまでやる』。とにかく思いついたらすぐやらないと駄目な性格で、怖いもの知らず。



怖いのは唯一、奥さんだけです
ね(笑)(会長)

ビジネス的な発想と推進力を誇る経営者であるのに、とびきりオープンマインド。この圧倒的な人懐っこさ、平田会長が多くの人々に慕われ、成功を引き寄せる理由といえそう。

こうした三次エリアの地域活性化の中心にある平田観光農園は、現在二代目の平田真一社長が舵を取っている。観光バスのルートに組み込まれることも多いため、コロナ禍の影響を尋ねると予想外の返答があった。「実は前年比98%くらい。通年で果物狩りを実施していることと、オンラインで体験できる『巣ごもりイチゴ狩り』も反響が大きかった」(社長)

密になりにくい自然の中だからこそ、家族で楽しめるス

ポットとして親しまれたこと。

そして、巣ごもり期間に家にながらイチゴ狩り気分を楽しんでもらいたいという、新感覚の体験動画+通販企画がヒット。多くのメディアで紹介され、SNSでもシェアされたという。

知名度のなかった開園当初の集客に關しても、メディアに愛されたことが大きかったと振り返る。「三次は県北の拠点になっていて、TV局や新聞社の支局が複数あるのですが、彼らは日々情報を求めて声をかけてくれました。そこで我々も甘えて、加工所やレストランが完成した、果物の種類が増えた、四季折々の作業がありますよ、とアピールさせてもらいました」(会長)

たわなに実る果物や、食、動物、豊かな自然……メディアで常に注目度の高いテーマだが、これらは現代のSNSとも好相性だ。

「#ハッシュタグ」平田観光農園は1万件を超えたんですよ。発信しているYouTubeの再生回数は9千万回。オニフスベという巨大なキノコが生えた時には農業新聞が取材に来てくれて、その記事を見た全国版の新聞社が取材に、それを見た



デザイン部が制作した園内マップ



若いスタッフのアイデアで展開されるYouTubeも人気だ

裁量権と自主性が 次なる経営者を生む

TV局がまた取材に、それを見
たアイドルの方が……なんてこ
とも。みんなが応援してくださっ
て本当にありがたいです」(社長)

スタッフには大学生のアルバ
イトを含め年齢の若い層も多い
が、園内では皆、自主的に動い
ているのが印象的だ。栽培する果
物ごとに部門分けされて担当者
が決められており、その栽培方
法など、ほぼ全てに裁量権を与
えているという。「何をどれくら
い植える、いくらで売る、とい
うことも全て任せています。勤務
もフレックス制ですし、決めら
れた売上と利益を上げてくれれ
ば構いません。もちろん失敗す
ることもありますが、農園全体
で見れば、イチゴが駄目でも、ブ
ドウが良かったりと、リスクヘッ
ジできることも多い」(社長)

点があれば、専門農家から協力
を得る仕組みも存在するが、ス
タッフが自主的にメンターを探
してくることもあるという。平
田観光農園のビジネスとしての
「色」を保ちながら、一人ひとりが
自ら考えて行動し、責務を全う
する仕組みが、形づくられている。
この他にレストランや製造加
工など、生産だけにとどまらな
い職種があることで、若い人々
の就農ハードルはさらに低く
なる。平田観光農園にはデザ
イン部があり、園内マップやチ
ケットの他、YouTubeなど
の動画も高いクオリティで作
られている。デジタルがおしゃ
れだと、SNSで共有したくな
る。それが拡散されて新たな集
客につながっていくのだから、
デザイナーは重要なポジション
である。

年齢を問わず裁量を与え、個
性を生かす働き方を推進する
ことで、次世代は確実に育っ
ていく。

平田観光農園には現在、3人
のグループ会社社長が存在す
る。それぞれ農園で実力をつけ
たスタッフの独立事業だ。社長
自身は世襲にまったくこだわら
ない。「彼らがひとつのフラッグ
シップとなり、『僕らも頑張れ
ば社長になれるんだ』という意
識が伝播していきます」(社長)

会長も同意見だ。「ずっとこ
こで働くのではなく、いずれ独
立して会社を持ちたいと思っ
てもらいたい。人に使われてばか
りでは面白くないでしょう。そ
のためにも、ここで学んでいる
のです」(会長)

農業発展のために 業種問わず広い結びつきを

一見、農業と経営論は結びつ
きにくいかもしれない。しかし
事業として考えると当然のこと
だと会長は言う。「日本の農業
の一番の欠点は、利益を出す経
営をしていないこと。自分の労
賃が費用に反映されていないん
です。農家の人は働きづめで、
研修会や講習会にも行けない。
そんな状況では経営は成り立た
ないし、若い人は就農したいと
は思いません。現場で働くこと
だけが仕事じゃないんです」

そしてこれからの農業を考え
る際、他社や異業種とつながる
ことが鍵だとも添えた。そこ
には事業発展に欠かせない金融機
関への期待ものぞかせる。「もち
ろん利益を上げることも大事で
すが、一番はイノベーションを
どう起こしていくか。他社とのコ
ラボが最適解となるケースもあ
るでしょう。その際、資金面での
バックアップをいただく金融機
関にはこの会社が儲かるために
どうすべきかという視点で深く
入り込んでほしい」(会長)

社長は他社連携についての
フォローアップを期待する。「一
人でできることには限りがあり
ますから、できるだけ多くの仲
間を集めないと。我々単体でや
るのではなく、いろいろな農園
や企業と組んで大きなことを
やっていきたい。そのマッチン
グに金融機関の知見を貸してほ
しいですね」(社長)

農業はまだまだ面白くなる。
今後それを平田観光農園が証
明してくれるだろう。



F

北海道銀行

日本の食料供給基地
北海道の農業支援に
地域金融機関として挑む

北海道銀行 代表取締役頭取

兼間 祐二 氏

北海道は日本の食料供給基地の役割を担う。その産出額日本一の農業を北海道銀行は「地域共栄」の理念の下に支援する。同行自ら主導して地域商社を設けて販路開拓にも乗り出すなど多彩な支援策の全貌を、兼間祐二頭取に聞いた。

北海道は日本の食を支える、まさに食料供給基地として重要な存在です。現在、日本は食料の多くを輸入に頼っています。ところが世界各地で、気候変動に起因する干ばつや水害などで農業に大きな被害が度々出ています。また国際情勢の不安定化に伴い、政治的理由で輸出を制限する動きがいつどこで起きるか分かりません。

食料不足を招く危険は常にあるのです。従って食料の自給率を高めるために、農業にもっとヒト、モノ、カネを投資すべきです。その中で北海道の農業は大きな役割を担わなければなりません。本道は耕地面積で全国の約26%を占め、農業産出額のシェアは約14%に上り、いずれも全国1位です。

北海道の経済は当然、農業を抜きにしては語れません。当行には「地域共栄」という経営理念があります。北海道を営業基盤とする地域金融機関として、農業を支援するのは使命であると同時に、逆に当行も回り回って農業に支えられています。

特に金融面で我々がお手伝いしている農業分野としては、近年設備投資意欲が旺盛な「酪農」、飼養頭数が大規模な「肉牛」などの畜産部門を中心に、ジャガ

イモ、タマネギ、小麦など、産出額で全国1位の品目が多数ある大規模な「畑作」が多くなっています。

ネットワークを生かして
高付加価値化、承継など支援

一般に経営規模が小さく、少ない収量でいかに付加価値を高めるかが課題になる本州などと比べると、北海道の農業は1軒当たりの耕地面積が広く、大規模経営になっています。

規模の大きいジャガイモ、タマネギ、小麦などの生産者は、収量が多いので、それだけで収益を十分上げられます。このため、川中、川下の事業者と連携して、農産物に加工などの付加価値を付けて販売していく取組みがまだまだ不足しています。

今後、農業において付加価値を付けて販売していくことは重要です。川中の食品加工業や川下の流通事業との連携を希望する農業者には、当行がお取引している企業をご紹介します。そこから発展して設備投資が必要になれば、日本政策金融公庫とも協調して金融面で支援します。

また経営が成り立っている農業者で

も、後継者不足により事業承継の問題がときに生じます。しかし農業をやりたいという人は増えています。農業者が法人をつくって、それを第三者を含めた後継者に承継したいということであれば、私たちは資金面も含めてさまざまなサポートができます。

例えば、下川町の株式会社化している養鶏場が後継者を見つけれず、一時は廃業を検討する事態に直面しました。他方、飲食チェーンで、差別化を図るため食材の自社生産に乗り出そうと考えている企業がありました。

そこで当行は、両者のニーズが一致するとみて、養鶏場に飲食チェーンによる事業承継を提案したのです。合意が得られたためM&Aを仲介し、養鶏場の事業の存続と飲食チェーンの農業への参入を可能にしました。

これからの農業の担い手や後継者の方々を対象に、当行では「農業経営塾」を10年前から定期的に開催しています。講師は先進的な農業経営者や各種専門家で、経営戦略から財務まで農業経営を体系的に学んでいただいております。100名を超える卒業生が全道で活躍しています。

さらに当行は事業者が販売先を広げるのをお手伝いする商流面の支援に力を入れています。銀行ですから、各産業方面に幅広いネットワークがあります。当行と同じほくほくフィナンシャルグ

ループである北陸銀行も、大きな商圏を持っています。グループ内の連携も、商流の開拓に生かれます。

地域商社設け市場開拓 極東ロシアに輸出実現

また当行自ら市場を拡大するため、2015年に地域商社の北海道総合商事(札幌市)の設立に参画しました。当行は同社と提携して、北海道産農産物の輸出を支援しています。2020年には北海道農業企業化研究所(HAL財団)などとともに地域商社のHAL GREEN(恵庭市)を設立しました。同社も道外に販路を広げるのが狙いで、海外市場も視野に入れています。

銀行として農業に本気で関わっているためには、融資だけでは農業者の信用を得られません。多角的な取組みが不可欠で、その一環として商社機能は重要です。しかし2つの商社は設立してまだ日が浅く、いろんな苦労もあり成功ばかりではありませんが、少しずつ実績を積んでいます。

例えば、北海道総合商事は北見産のタマネギの極東ロシア向け輸出を実現しました。当行が支援して、地元農協と手を組むことで成功させることができました。農協とは競合する関係ではなく、農業全体の枠組みの中で、当行はさまざまな関係者との幅広い協力の下

に、農業者を応援します。

こうした市場開拓の努力によって、北海道の農産物の特長が広く知られて、逆に販売先からいろいろな問い合わせが寄せられるようになりました。京都市のあるお店からは、こんな産物が欲しいのだがルートを作れないかという相談が来ています。この流れは大きなビジネスチャンスにつながる可能性があります。当行が農業分野に本腰を入れて取り組み始めて10年以上たちました。しかし、これからは職員のレベルアップのためにはしっかり投資していかなければならないと考えています。

農業関連の仕事をやろうとした時、北海道庁の農政部長だった西山泰正さんに退職後、当行に入って執行役員をしていただきました。やはり最初は銀行の人材だけでは難しかったのです。

地方に行くと、農業の周辺の農業機械を扱う会社などで、当行がメインの取引先がたくさんあります。牛舎などを建設する建設会社も当行の取引先が多いんです。農業者が設備投資をするとき、取引先が携わるケースが珍しくありません。もし農業をよく知らないとお客様から「あなた、勉強不足だね」と言われて仕事になりません。職員の農業に関する知識の習得や農業そのものに対する理解を深めていけるよう今後も努めていきます。

農業全般に詳しい日本政策金融公庫

との連携も重視しています。最近情報は交換を密にしており、公庫から協調融資の案件を提案されることもあって連携を深めています。ともに農業を発展させて日本経済の成長を図るのが目的ですから、協力できることが多いと思います。

農業向けの当行の融資額は、全体の融資額約4兆円の中ではまだ小さいのですが、先ほど触れた農業関連企業など周辺業種も含めれば、かなり大きな取引金額になっています。現在は新型コロナウイルスが拡大していますが、未来永劫続くわけではありません。ポストコロナを見据えて、北海道が食料供給で中心的役割を果たしていけるように支援していきます。コロナ禍でも素晴らしい乳製品を造る農場がネット販売で業績を急拡大しているケースがあります。コロナ禍に萎縮せず、前進あるのみです。



鹿兒島銀行

日本一の畜産を軸に
基幹産業である農業の
支援に注力

鹿兒島銀行 代表取締役頭取
松山 澄寛 氏

農業を基点とした地域活性化を目指す「アグリクラスター構想」を2003年に掲げ、いち早く農業金融に取り組んできた鹿兒島銀行。農業に対する想い、金融機関の担うべき役割について松山澄寛頭取に聞いた。

農業は鹿兒島県の大事な基幹産業です。本県の令和元年の農業産出額は約5000億円で、北海道に次いで全国2位になります。特に畜産業が盛んで、肉用牛、豚、鶏（ブロイラー）の産出額は全国1位です。

農業産出額の約5000億円は、日本全体から見れば小さいかもしれませんが、鹿兒島県にとっては大きいのです。農業は裾野が広い産業ですから、本県経済への影響は直接の産出額だけでは測れません。従業者数も2015年の国勢調査では、農業、林業の区分で全国平均の35%に対して本県は8.6%を占めます。

このように重要な農業に対して、鹿兒島銀行として融資をはじめさまざまな形で貢献することは責務だと考えています。従って農業金融に本格的に取り組んだのは銀行としては早く、20年以上も前からです。

特に農業産出額の6割以上を占める畜産業への支援に注力してきました。例えば、肉用牛を担保にしたABL（動産担保融資）による金融です。飼育頭数が全国1位の黒毛和牛は、肥育には約20カ月を要します。

従って畜産事業者は、長期にわたる多額の運転資金が要するため、担保不足に

よる資金調達難が規模拡大のネックになりかねません。そこで事業用資産である肉用牛を担保にしたABLを始めたわけです。2005年から積極的に進めて、2021年3月末で貸出残高は315億円に達します。

データを活用して 畜産事業者の経営を強化

2010年にはAgriProという肥育・繁殖牛のABL管理システムを開発しました。担保の牛の状態をいわず見える化するものです。融資先の畜産事業者の経営管理に活用してもらうと同時に、融資の保全に活用しています。

事業者は、子牛を何月何日に買入られて、今何キログラムまで育ったのか、飼料代にいくらかけたのかなどのデータをこのシステムに入力します。すると仮に80万円で仕入れたとすれば、今原価は飼料代などが加わり120万円という具合に容易に分かります。当行は担保の牛の状態をいつでも見られます。

最近では、AgriProのデータを活用して畜産事業者向けのコンサルティング業務にも力を入れています。2021年4月からは「事業デューデリジェンス」

による経営の現状分析と、「事業計画策定支援」による設備投資などの事業計画立案業務を始めました。畜産事業者の着実な成長を支援するのが狙いです。

当行は、農水産業を核に地域を活性化するため、「アグリクラスター構想」を2003年に打ち出しました。川上になる農業や水産業を基点に、川中の農業資材、食品加工、川下の流通、飲食、観光などまで関連する産業を一体として振興するという構想です。

1次産業である農林水産業の付加価値を高めるために、加工や流通・サービスまで手掛けて、2次、3次産業と融合するいわゆる6次産業化も応援しています。実際に、畜産事業者の中には、肉を直売したり焼き肉店を経営したりするところもあります。

農業分野に取り組むに当たっては、人材育成から腰を据えてやってきました。畜産事業者や青果市場の卸業者に行員を派遣して実際に仕事を体験してもらいました。ほとんどが牛の世話を初めて体験するので、選ばれた行員は大変です。しかし行員も農業の重要性を分かっていますから、「きついが勉強になった」といった感想を聞いています。

農業は外から見るだけでは駄目で、中に入って作る方も売る方もやってみなければ分かりません。実態に即した農業支援を続けるために、今後も事業者にお願として行員を派遣したいと思っています。

こうして経験した人材は、5年前に当行が中心になってつくった農業法人の「春一番」でも働いています。自ら田畑で作物を作る耕種農業に挑戦したのですが、なかなか難しい。耕種農業は、東京、大阪などの大消費地が遠いのも制約になっています。

普通の作物では距離の壁は越えにくいので、ブランド化が必要です。鹿児島島の黒豚のように、耕種農業でもブランド化できる付加価値の高い作物を作ろうという構想はあります。

また鹿児島県は沖縄県に近い離島も含めると、北から南まで600キロメートルもありです。緯度の差によってかなりの寒暖差があつて、例えばジャガイモは南の離島とこちらとでは収穫期が2カ月くらい違うようです。早くできるのも一種の付加価値になり得るのではないかと考えています。

農業分野は生き物の疾病や天候の影響など、特有のリスクがあり、困難な条件がいろいろあります。単独では対処しきれない問題もあるので、農業分野に専門的な知識や経験のある日本政策金融公庫との連携を重視しています。

2004年に当行は民間金融機関では初めて旧農林漁業金融公庫(現日本政策金融公庫)と業務協力協定を結びました。現在も代理貸付業務を中心に、事業者と一緒に訪問して案件に対応するなど、協力してもらっています。

農業は担い手の不足や高齢化などの課題を抱えています。生産効率を高めるためにも、法人化して規模拡大を進めていく必要があります。我々が対応できるのは能力的に、比較的規模の大きな法人組織の事業者にならざるを得ません。

輸出で海外に商圏拡大 台湾に拠点設け支援態勢

そうした事業者が生産基盤を強化するために、当行としては金融だけでなく、省力化に役立つDX(デジタルトランスフォーメーション)化などの支援にも努めたいと考えています。当行に無い専門的な技術やノウハウが求められる場合には、それを有する企業との提携もいりません。

さらに国内の人口減少が避けられない状況なので、商圏を海外に広げることが重要です。私は鹿児島県の農水産物の輸出は可能性が大いにあると思います。

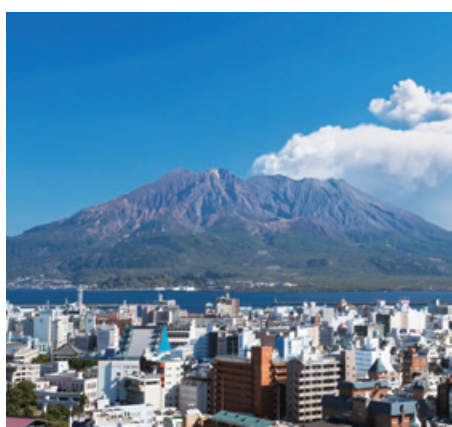
県の発表では、2020年度の県内農水産物の輸出額は213億5100万円の前年度比5%減でした。しかしこれは新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、米国の飲食店向け水産物の輸出が大幅に減ったため、牛肉が大半の畜産物の輸出は、アジアと米国で焼肉等の家庭内需要が高まり、105億9700万円と2011年度の統計発表以来最高

でした。農産物、林産物も過去最高を更新しています。

当行は台湾の台北に事務所を設けて、シンガポールや上海もにらんで輸出を支援する態勢を整えています。水産物は米国向けが大幅に減りましたが、ポストコロナに期待しています。

県内では新型コロナウイルスの農産物への影響はそれほどありません。牛肉は少し落ちましたが、持ち直してきました。豚、鶏は巣ごもり需要でいいし、生産量が国内首位のウナギも需要が好調です。

今はコロナ禍で厳しいですが、観光業も鹿児島県の重要産業です。強みは食文化にあり、それを支えているのは農水産物です。観光客の皆さんは、肉がおいしい。焼酎が「うまい」とおっしゃる。大自然と食文化、飲む文化は鹿児島ならではの魅力です。その意味でも地域活性化の鍵を握る農業の支援に全力をあげる方針です。



コロナ禍を生き抜く

Case 1

茨城県ひたちなか市 株式会社小野写真館

一生ものの思い出を鮮やかに残す

「^{かける}×写真」のシナジーで新規事業を構築

地方の小さな写真館を承継するとともに、下請け脱却を目指しブライダル事業に参入した二代目。順調に拡大してきた事業がコロナ禍に見舞われる中、運命的に出会った絶景の宿を引き継ぐ。感動体験をクリエイトする小野写真館グループ代表の想いを聞いた。

春のネモフィラ、秋のコキアで有名な花名所・ひたち海浜公園を擁する、茨城県ひたちなか市。この地で1976年に創業した小野写真館は、かつて学校行事や結婚式場からの撮影依頼が主な業務だった。そのビジネスが大きく転換したのは16年前、2005年のこと。外資系の金融機関に勤めていた小野哲人代表が帰郷し、両親から事業を引き継いだ時からだ。

「地元ではおなじみの写真屋さん。でも、デジカメや携帯が普及

する中で、写真館のニーズは減る一方でした。そんな中でもプロの腕が求められるのが、結婚式や成人式などの特別な日。そこに下請けとしてしか関われない状況をまず脱却しなくてはと

写真に残したい一日を丸ごとプロデュース

代表取締役になった小野氏は、2006年に早速、「ブライダル専門のフォトスタジオ」「アンシャンテ」を立ち上げる。最

高のウェディングフォトを切り口に、ドレスレンタル、式の演出から小規模な式場の運営まで、祝宴を丸ごとプロデュースすることにしたのだ。

この狙いは見事に当たり、小野写真館の業績は劇的に回復。さらに成人式専門の「A.Z」、キッズ&ファミリー向けの「Cocoa」を展開し、県内に加えて千葉、東京、神奈川にもスタジオを開くなど、着実に成長してきた。

「地元は愛していますが、今後人口が減ることは分かっている。だから県外進出は早い時期から考えていました。ひたちなか市は人口15万人ですが、横浜市ならば約380万人。区一つでも、地方都市より大きな市場なんです」。冷静な分析は、さすが元金

融マンという感じだ。

優れた分析力と明確なビジョンの下、実績を上げてきた小野写真館。しかし、そのメインターゲットである結婚式・成人式は、今回のコロナ禍によって直撃を受けることになる。

試練の時は勝負の時 直感を信じてM&A

「ご存じのように2020年4月以降、成人式や結婚式は相次いで中止となり、当社の売上は約8割減少しました。さすがにこたえました。経営者としてこの試練を乗り越える責任がある。だから毎日のように、コロナ禍でも勝負できるヒントを探して情報収集していました。状



株式会社小野写真館
代表取締役社長
小野 哲人 氏



極上の宿の価値を、写真がさらに高める



祝いの宿初の結婚式を河津桜が彩る



チャペルやドレスショップを併設する複合スタジオ「アンシャンテ」

「本当に素晴らしい宿なんです。河津桜で有名な静岡県河津市の高台の、広大な敷地にわず

元オーナーの想いも継ぎ 祝いの宿へ進化

から、驚くべきスピード感だ。

これまで伊豆には縁もなく、宿泊業の経験もない。だがきつとよいシナジーが生まれる。そう直感した小野氏は、早速マッチングを申し込む。情報発見が2020年6月。その後、仲介会社とリモート面談を行い、現地へ飛んでオーナーと対面したのが7月上旬。そして正式に旅館を買収したのは10月という

況は厳しいけれど、既存事業も含め、ビジネス再構築のチャンスと捉えることにしたんです。そんな時、複数登録してあったM&Aのコーディネーターサイトの一つで『伊豆の海を一望する、4部屋しかない高級旅館の事業承継』という案件を見つけました。

もともと、何か気になることがあれば、それと自分たちの武器である写真をかけ合わせられないかと考えるのが趣味のよ

うな人間で……と笑う小野氏。

か4室。どの部屋にも海が見える露天風呂があり、地元の食材を使ったお料理も絶品。

宿までの坂を上って、眼下に広がるその絶景をみた瞬間、ここで祝宴を開き、一生ものの思い出を写真に残せたら……というビジョンが浮かびました」と振り返る姿に、現地を訪ねた日の感動がうかがえる。

しかし、実はその時点で元オーナーには、リモートワークの拠点に、という大企業や、全国に旅館を展開する同業者から数件のオファーが入っていた。より好条件の申し出が複数あった中で自分が選ばれた理由を、小野氏は嬉しそうに語ってくれた。

「元オーナーは15年前に早期リタイアして宿泊業を始められました。以来、手塩にかけて予約のとれない人気宿へと育て上げてきたのに、後継者がいなかった。

やむなくM&Aを選択されましたが、ご自身が愛した宿をそのまま引き継ぎ、さらに写真という強みで新たな価値を生み出したいという私の熱意に深く共感してくれました」

他の候補者は4室という規模

をネックと考え、譲渡後は広い敷地に部屋を建て増しする方針だったという。しかし小野氏は、わずか4室だからこそ本当にぜいたくな非日常感を味わえると考えていた。普段は温泉と料理が自慢の宿として、時に特別な日のための祝いの宿として。コロナ禍が明けても、この価値は変わらないという想いは、元オーナーの心を打った。

最高のリアル体験も オンラインサービスも

かくして2021年2月。旅館「桐のかほり咲楽さくら」で、初めての貸し切り結婚式が開かれた。参加者はご親族だけ。コロナ禍の中でも安全に、気心の知れた人々と喜びを分かち合った、2泊3日の祝宴は、素晴らしい眺めと料理、そして幾多のウェディングフォトで彩られ、生涯の思い出となった。

「新郎新婦がお帰りの際、一年後の記念日の予約を入れてくださったんです。もう、スタッフみんな大喜びでした。当社の企業理念は、世界に『笑顔』『幸せ』『感動』を連鎖させること。コロナ禍を機に新たな感動の場を

創造できた経験は、私の自信にもなりました」



スマホで撮った成長記録が豪華な一冊に

祝いの宿がオフラインなら、スマホアプリはオンラインでの感動創造。コロナ禍への対応はもちろん、アフターコロナの時代も見据え、小野氏の果敢な挑戦に終わりはしない。

魅力的なロケーションを持つパートナーがいれば、自社の武器である写真とのシナジーで勝負できる。そう確信した小野氏は、引き続き全国にアンテナを張り巡らせている。さらに今年6月には、スマホで撮った赤ちゃんやペットとの1年を丸ごとアルバム化するフォトダイアリーアプリ『BABY365』『UCHINOKODIARY』の事業も譲り受けた。

創造できた経験は、私の自信にもなりました」

魅力的なロケーションを持つパートナーがいれば、自社の武器である写真とのシナジーで勝負できる。そう確信した小野氏は、引き続き全国にアンテナを張り巡らせている。さらに今年6月には、スマホで撮った赤ちゃんやペットとの1年を丸ごとアルバム化するフォトダイアリーアプリ『BABY365』『UCHINOKODIARY』の事業も譲り受けた。

ビジネスを一点集約

多彩なびわ湖リゾート文化発信の場に

滋賀県、びわ湖西岸にある大津市北比良は、京阪エリアからのアクセスの良い閑静な別荘地であり、びわ湖屈指の湖水浴場でもある。惚れこんだこの地に極上の遊び場を創造し、びわ湖リゾート文化を醸成したい。ヤマダオールカンパニー株式会社はそんな想いで地域と向き合っている。

「大阪出身で大学は京都。卒業後は学生時代にはまったウエイクボードのプロになり、ワールドカップにも出場しました。30歳でウエイクボーダーを引退し、次に何をしたいかと考えたとき、僕にとって最も身近な水辺であるびわ湖、特に湖西の美しい景観や湖畔の遊びを楽しめる場を作りたい。そう思ったんです」

白い大屋根に真っ赤な板壁が鮮やかな湖畔のオープンカフェ。ハワイアンミュージックをBGMに語ってくれたのは、

ヤマダオールカンパニーの代表取締役である山田行信氏だ。

2004年、大津市北比良のびわ湖畔に「R cafe」を開業したのを皮切りに、2012年には大津市内に本格ハワイ料理店をオープン。リゾートシーズンには一日700人もの客が列を成す人気店に育て上げてきた。

幾多の困難をファンと共に乗り越えた17年

「こう言うと順風満帆なよう

ですが、実際には飲食事業で採算が取れるようになるまでには7年かかりました。軌道に乗ったと思ったら、今度はお客さんが増えず、リゾート気分が満喫して欲しいという理想からかけ離れてしまったり。

その後2015年には、せっかくお越しいただいたお客さんに、より良いサービスを提供しようと改装したばかりの本店が火災で全焼し、店舗での営業を余儀なくされました。さらに、やったところで再建したその店舗も、2018年に関西を襲った台風で被災し壊滅してしまいました」

その後、クラウドファンディングで移転資金とサポーターを募って建て直したのが、オートキャンプ場「ASOBIA

HIRABASE」を併設した現在の「R cafe」本店。さあ今度こそ！と再起を誓った矢先のコロナ禍である。

しかし、経営者となつての17年を振り返る山田氏の表情は、ときに苦笑しながらも、どこか晴朗だ。幾多の逆境を、多くの協力を得て乗り越えてきたことが自信になり、また負けじ魂にもなっているのだろう。

コロナ禍をきっかけに見つめ直した経営方針

コロナ禍以前、同社では3つの店舗を展開していた。しかし2020年4月の緊急事態宣言を受け、山田氏は速やかに2店舗の閉店を決断する。どちらも



ヤマダオールカンパニー株式会社
代表取締役
山田 行信 氏



びわ湖の中でも透明度が高い近江舞子南浜に面したR cafe & ASOBIWAJ



建物からインテリアまで、ほとんどが山田氏をはじめとするスタッフと、ファンによる手作り

県内外から多くの客が押し寄せ
る人気店だったにもかかわら
ずである。

「もともと、密々とは縁遠いエ
リアですから、しばらくすれば営
業可能になったと思います。」

でも、コロナ禍は改めて事業
を見直すきっかけになりました。

3店がフル稼働していた時は、
正直、忙しさと日々の売上に振
り回されて、自分が本来やりた
かったことができていなかった
のではないかと。自分を含めた
スタッフのエネルギーを本店に
集約し、湖西のロケーションを
生かした、本当に魅力ある場
づくりという理想を、今こそ叶
えるべきなのでは？ そう思いま
した」

かくして、分散していた経
営資源を一点に集約した、新生
「R cafe & ASOBIWAJ」で
は、コロナ禍でも楽しめるユニク
な企画を次々と立ち上げ始めた。
区画数を限定し、ゆったりと広
いスペースを確保したオートキャ
ンプに、手ぶらで楽しめるビーチ
サイドバーベキュー、おひとりさ
ま歓迎のたき火カフェ、専用ビ
ーチでの花火大会に、ドライブイン
シアター。どの企画も感染予防
に配慮した上で、開放感あふれ

る湖畔のひとつときを満喫できる
よう工夫されている。

こうしたアイデアは全て山田
氏が発案し、すぐさま実践方法
を調べ、官民各所を回って実現
してきた。過去や今あるものに
固執せず、常に前向きに今でき
ることをやる」という、経験に
裏打ちされた抜群のスピード感
と決断力が光る。

びわ湖リゾート文化の 発信拠点を目指して

「僕はウェイクボーダーとして
世界中の海を見てきました。ハ
ワイ、湘南といった有名なビーチ
には、海やマリンスポーツを愛す
る人が集い、彼らのための店がで



手作りの電飾看板がワクワク感を盛り上げるドライブインシアターは、チケットが即完売する人気イベントに

き、スポーツ、アート、音楽などが
複合したリゾート文化圏が形成
され、さらに多くの人を呼び込
んでいます。このびわ湖畔にも、
同じような文化が花開くポテン
シャルがあると僕は思うんです」

湖水浴場や別荘地として、夏
場は若いカップルやファミリー
でにぎわう湖西エリアだが、それ
以外のシーズンは閑散としてい
る。しかし、山田氏がコロナ禍の
中でチャレンジした企画には、時
期を問わず大きな反響があり、
おひとりさまやシニア層にもア
プローチできたという。

「自分自身がここに惚れこんで
移り住んだからこそ確信してい
ますが、びわ湖には一度来てくれ
たら伝わる魅力があります。『R
cafe & ASOBIWAJ』を、そ
のきっかけとなる場に育ててい
けたらいいですね」と、山田氏は
熱く語る。

県外からの集客だけでなく 地元の誇りとなる存在に

そんな山田氏が、今後いっそう
力を入れていこうと考えている
のが地域貢献だ。

「現在うちを訪れるのは県外客
が7割。地域の方々にとって、び



「R cafe」の看板メニューは、本場仕込みのハワイアン料理

わ湖はあって当然のものだし、夏
は混むから水遊びにも行かない
そうです。

でも、この素晴らしいロケーシ
ョンを、楽しまないなんてもった
いない。朝日を眺めながらモーニ
ングコーヒーを飲む。静かな湖畔で
散歩やヨガをする。地域の方々が
もっと気軽に湖畔暮らしを楽し
み、価値を再認識してこそ、びわ
湖は今以上に滋賀の誇りになる
んじゃないでしょうか」

コロナ禍で中止になったびわ
湖大花火大会のかわりに企画し
た花火大会では、採算を度外視
し、約700発の花火を打ち上げ
た。映画館の休業に奮起して開
催したドライブインシアターは今
年6回を数え、地域の人たちから
大いに喜ばれ、カフェと地域の距
離をグッと縮めてくれた。地域の
理解や連携の大切さを学びなが
ら、山田氏の挑戦は続く。

12

ここに
この人
あり

第7回

株式会社プロアシスト 代表取締役社長／関西経済同友会 代表幹事

生駒 京子氏

大企業の研究開発を支えるために創業 今や関西経済界のリーダーの一人に

ソフトウェア技術者としてばりばり仕事をこなし、いったんは専業主婦になるも、斬新なビジネスモデルの企業を独力で創業。プラス思考が持ち味で「女性には100人の味方がいる」が持論。今や関西経済同友会代表幹事としても活躍が期待される。



株式会社プロアシスト 代表取締役社長
関西経済同友会 代表幹事

生駒 京子 (いごま きょうこ)

大学卒業後、大手ソフトウェア会社勤務、専業主婦を経て1994年に有限会社プロアシストを設立。2001年、株式会社に改組。経済産業省「ダイバーシティ経営企業100選」、内閣府「女性のチャレンジ賞特別部門賞」などを受賞。現在、関西経済同友会代表幹事、大阪商工会議所一号議員、大阪産業局理事、日本WHO協会理事、生産技術振興協会理事、大阪大学招聘教授なども務めている。

腰の低い人というのが第一印象である。語り口は如才無いが、言葉の端々からユニークな一面がほとぼしる。

生駒京子氏(65)は、企業の研究開発(R&D)部門などからソフトウェア開発を受託する株式会社プロアシスト(本社大阪市)の創業社長である。2021年5月に関西経済同友会の代表幹事選ばれて、関西経済界のリーダー役を引き受けた。

代表幹事就任については、控えめに

語る。「私では分不相応なので、一度はお断りしたのです。前任の深野弘行さんからご指名を受けて、『2週間考えさせてください』とお願ひして、どう断ろうかとずっと思案していました」

プロアシストは創業してまだ27年余りで、高い技術力を持つとはいえ、社員217人の会社である。ちゅうちよするのもわからないではない。しかしこの小柄な女性のどこにそんなエネルギーが隠れているのかと思うが、独力で会

社を創り上げた起業家である。

「私でなければならぬ理由は何だろうと考えていたら、だんだんモチベーションが上がってきましたと言う。」

「関西経済同友会では女性の代表幹事は、19年前に初めてなった寺田千代乃さん(現アートコーポレーション名誉会長)以来いません。また新型コロナウイルスによって社会、経済のあり方が変わりゼロから出直さなければならぬ今、私だからこそ、やらなければならないと思う

ようになりました」

賃貸マンション住まいで 何から何まで独りで創業

「私にはフットワークの軽さがあり、関西経済を活性化するために産官学に金融を加えた連携の渦を起せるのではないか。実際、私は多くの方々のお世話になって会社をやってきました。根は自信家で、確かな裏付けがある。」

生駒氏は「専業主婦が起業」という異色の経歴の持ち主なので、アマチュアからいきなりプロの世界に挑戦したような印象を受けるが、実態は違う。結婚して2年ほど家に入っていたが、その前の7年間は、大阪電気通信大学工学部を卒業後ソフトウェア技術者としてばりばりと働いていた。

当時、賃貸マンションに住んでいた生駒氏は1994年、創業に際して国民金融公庫(現日本政策金融公庫)国民生活事業の阿倍野支店を訪ねた。「30分の面談で、専業主婦の私に300万円を、しかも無担保で貸してくれたので驚きました。20枚くらいの企画書を持って行き、一生懸命説明したら、質問も無く、『わかりました。話を上に通して、後ほどご返事します』で終わったのです」

当時は朝、夫が出勤すると、扉の外に「有限会社プロアシスト」の看板を出していた。融資を申し込んで2日目の朝10時ごろ、公庫の担当者から電話がかかってきた。「昨日、事務所に行きましたが、看板が出ていたので、お忙しいかと思ってそのまま帰りました。300万円のご融資が決まりました」

公庫の融資がスムーズに決まったのは、生駒氏の事業計画が説得力のあるものだったためだろう。これからは大企業のR&D部門も開発をスピードアップするために何でも自前でやるの

ではなく、一部をアウトソーシングに切り替える動きが増えるに違いない。そこに焦点を絞り、ソフトウェア開発を委託する事業を始めようと考えた。

27年も前である。研究開発関係での外注化は珍しかった。「後で公庫の担当の方から『コロンブスの卵ですね』と褒められました」と言う。

生駒氏は1981年にソフトウェア会社に就職して、松下電工(現パナソニック)のR&D部門に転じた。そこに後に健康機器の「ジョーバ」に発展する馬の動きを再現する機械があったという。「ジョーバ」は、乗馬のような運動ができるとの触れ込みだった。

現場から起業のヒント 企業のニーズ必ずある

「製品化されたのは20年くらい後で、時間をかけすぎたため、すぐに海外メーカーなどにまねされました。このような例が、起業のヒントになりました。研究所の仕事を加速する必要がある。アウトソーシングの利用はそのための有効な手段になる。そうした企業のニーズに応える事業が必ず求められるだろう」とプロの仕事のアシストするという意味で「プロアシスト」という社名にした。普通の専業主婦でないのは、最初から企業理念を決めていたことからわかる。同社には「永久的不滅にて前進ある

のみ。そして信頼と安心と安らぎを社会に与え続ける」という「社是」がある。さらに会社の「存在要件」として「社員の精神的・物質的幸福」など3カ条と、「経営理念」として「個人の尊重」など5カ条をうたう。これらを創業前には決めていた。「主婦で時間があつたので、1カ月くらいで、いろんな本を読んで勉強もして考えました」と言う。

「永久的不滅に」という「社是」の意味するところを尋ねたら、「会社はゴーイング・コンサーンですから、つくった以上は継続させなければいけません。社会に幸せをとどけるのは企業として当然の責任でしょう」と答えた。

驚くのは生駒氏が語る起業の動機である。「おカネのためではないのです。日本を救わなければならない。このままでは日本は沈没する。日本を助きたい」との思いに駆り立てられたという。

1990年代に入ってバブル経済が崩壊して、日本は不良債権問題などで厳しい状況に陥った。主婦だった生駒氏は新聞を読む時間が増えて、日本経済の先行きに危機感を覚えたそうだ。

だからといって事業をやろうという発想にはなかなか結び付かないものだ。「普通はそんなこと思わないですよ。でも私はそう考えたんです。公庫に融資を申し込んだ時も『日本のために起業したい』と言ったはずですよ」

常識にとらわれていては、事業のリス

クは取れない。小銭稼ぎで満足するのなら、もっと楽な道がある。

会社を始めた当初、親戚から反対する声が上がったそうだ。事業に失敗して連帯保証などで家族を巻き込むケースがあるからだろう。しかし教師だった両親は賛成してくれた。生駒氏は、親が専業主婦に向いていないと思ったのでしよう」とみる。

小さいころ可愛がってくれた祖父から「商売するなら、大阪では高麗橋、東京では日本橋室町だ」という話をよく聞かされた。お茶問屋を営んでいたことがある祖父は、孫娘に自分の夢を託していたのではないか。「そうかもしれない」と生駒氏も語る。

起業家として特筆すべき資質は、人の心をつかむ術を備えていることである。結婚前にソフトウェア技術者だったときも、京都大学や大阪大学などの学者にいろいろ教えてもらっていた。



祖父の夢を叶え、大阪有数のビジネス街、高麗橋近くにオフィス構える



門前払いも苦にしない 会えればしめたもの

「先生方は個性が強いですが、敷居が高いとは思わなかったですね。先生も人間ですから、こちらが素直に『教えてください』と飛び込めば、『いいよいいよ』と受け入れてくれます」

4月に創業して6月には、母校の教授の紹介で大阪電気通信大学の大学院生を新卒第1号として採用した。教授からよほど信頼されていた証左だろう。

同じ6月末に取引先第1号として松下電工。続いて日本電信電話株式会社（NTT）と大企業を開拓した。もちろん「最初は門前払いです。帰りに、当時は

お酒が飲めないのので栄養ドリンクを一気飲みして、元気を奮い起こしていました」。相手が根負けして話を聞いてくれたら、しめたもの。技術のプロ同士だから、納得すれば使ってくれる。そしていつの間にか自分のファンにしている。夫の圭視氏は同じ会社に勤めるソフトウェア技術者だった。生駒氏が会社を始めることに賛成ではなかった。2週間余り説得を続けると、しつこさについて「勝手にしろ」と怒り出した。生駒氏はすかさず「有難うございます。勝手にさせていただきます。あなたが私の第1号のファンです」と笑顔でうまく収めた。

5年後、会社が軌道に乗って初めて事業内容を報告した。「おかげ様で、社員も増え、決算賞与も出せるようになりました。感謝します」。圭視氏は「何か手伝うことはある？」と言ってくれた。現在、圭視氏は専務取締役につき、技術者の仕事を続けている。

社員を家族と思う生駒氏は、今はコロナ禍でできないが、地方出身の社員の実家を家庭訪問する。「親御さんはプロアシストなんて知りませんから、私を見て安心していただくためです」「こんな社長です」と気さくに話しかければ歓迎される。和やかに時を過ごすうちに、家族は生駒ファンになる。

だが女性ゆえに理不尽な経験をしたことはないのか。「女性だから損したと

か不条理な思いをしたことは全くありません。「男は外に出れば7人の敵がいると言いますが、女性には100人の味方がいます」というのが持論である。転職したある会社では、昼休みに男性陣が食事に出ると、事務職の女性たちは会議室にこもって弁当を食べる。電話とりはしませんという意思表示でもある。生駒氏は技術職だがデスクに残り、かかってくる電話に次々と出た。「自然に誰さんにはこんな電話が来たとか、いろんな情報が入って面白いのに、なぜ彼女たちはやらないのだろうかと思議でした」と振り返る。

お茶くみも「最高の時間」 やらされていると思わず

新入社員時代、お茶くみをしたが、抵抗が無かったところか、「最高の時間だった」という。なぜなら「お茶を出す時、部長からも声をかけられて、話ができる機会があるでしょう」。やらされていると思わず、何事もいい面があると受け止める。頭の古い男性たちも味方になるはずである。

プロアシストは今、28期に入っている。「今、若い社員たちが『ビジョン2025』を作って、2025年には売上高25億円を達成したいと言っています。しっかりとやれば可能だと思います。我が社はデジタルトランスフォーメーション（DX）の



生駒氏の社員への思いが、一体感のある会社の雰囲気を生んでいる

センターポジションにありますからね」
こう語る生駒氏は、将来を考えている。「会社を担う次世代の人たちを育てています。安心してバトンを渡せるようにするためです。当社は生駒同族会社にはなりませんので、どういう会社にしていくか検討しています」
当面は「会社で働くみんながもっと幸せになるようにするとともに、関西経済同友会代表幹事として関西が元気で幸せになるように頑張ります」。普通の人ならしんどいと思うことを楽しむタイプである。「これまでに困ったことや苦労したこと？ありません」と言うのだから脱帽だ。



ご意見・ご感想

第22号の特集「コロナ禍を生き抜く」にて、地元北海道の株式会社北映 Northern Films様の取組みを拝読しました。自社の得意とする映像制作技術を活かして、苦境に直面する商店街・飲食業界を支援するため「#コロナに負けない応援企画」を創案、地域を勇気づける行動力はとても素晴らしいことと感じました。業態・世代を超えた地域連携のハブとして、今後の更なる活躍を期待しています。

北海道 北見商工会議所 オホーツク産学官融合センター長
竹中秀之 様

第22号の特集「コロナ禍を生き抜く」を読んで、各企業が苦境をチャンスに変え、未曾有の危機に懸命に向き合っていることを実感し、感銘を覚えました。自社や地域への愛情、誇りを持ちつつ、新たな着眼点でニーズを捉えて対応する姿勢が企業価値を高めることを改めて感じました。当地域の世嬉の一酒造株式会社が紹介されましたが、売上減少でも利益を生み出す仕組みや常にアイデアを出して機が訪れた時にチャレンジすることに共感いたしました。

岩手県 一関商工会議所 経営支援課 課長
佐々木正明 様

第22号の寄稿「コロナ禍に再考すべき中小企業と金融機関のリレーションシップ」を拝読し、潜在的課題につい

て考えています。企業とのリレーションシップ強化のためにも、職員の育成の必要性を再認識しました。個社支援に限らず、地域産業全体を支えるために自治体や公的支援機関との連携強化を図る必要性を改めて感じました。

金沢信用金庫 お客さま応援部
加世多 様

コロナ禍でEC市場が伸びていますが、青果物は、依然として店頭での購入を希望する消費者が多いようです。やさいパス株式会社が立ち上げた「ご近所八百屋」は、目利きをする人が存在し、消費者ニーズを生産者に伝える役割を担い、多様化した志向にマッチした画期的なシステムだと思います。物流とマーケットインの機能を有したこの仕組みは、今後とも国内外で支持され、進化していくものと期待しています。

静岡県経済産業部理事 国内販路開拓担当
出雲秀明 様

第22号のスペシャルレポート「コロナ禍を生き抜く」を拝読しました。各社様ともに、アフター・コロナを見据えた消費者ニーズを的確に捉え、しなやかに事業展開されている点に感心させられました。日頃の中小企業支援を通じて、1社でも多く、「ピンチをチャンスに変える」気付きが与えられるよ

う、日本公庫ともしっかりと連携し、取り組んでいきたいと思えます。

堺商工会議所 経営相談課長
首藤知也 様

第22号の特集「コロナ禍を生き抜く」の中で、地域の方々との連携で、感染症対策、買い物弱者対策、地産地消の推進といった社会課題を解決する、やさいパス様の「ご近所八百屋」の取組みに興味深く拝読しました。北九州市では、地元企業の皆様にSDGsを自社のビジネスに活かしていただけるよう取組みを強化しており、今回の事例が大変参考となるビジネスモデルであると感じました。

北九州市 企画調整局 SDGs推進室 次長
栗原健太郎 様

第22号の巻頭特別インタビューに掲載されている吉本興業ホールディングス株式会社代表取締役会長の大崎洋様には、本市で開催したリノベーションスクール報告会において「地元『愛』で、そこでしかできないことをすべき」とのお言葉を頂きました。記事を拝読し、お笑い芸人のようなユニークな感性で「出水でしかできないこと」を発掘・発信し、人と地域の好循環を生み出していくことが今後の地方創生におけるカギなのだと感じました。

鹿児島県 出水市長
椎木伸一 様

『日本公庫つなぐ』へのご意見募集

本誌へのご意見・ご感想をお待ちしております。お寄せいただいたご意見などは、『日本公庫つなぐ』に掲載します。誌面の都合上、編集させていただくことがあります。

宛先

日本政策金融公庫 広報部
『日本公庫つなぐ』編集担当

FAX
送付先

03-3270-1643

日本公庫ホームページでもご意見・ご感想を承っております。



写真提供／有限会社中台製作所

千葉県市川市行徳

ぎょうとく み こし
「行徳神輿」

東京湾に面し、漁業と製塩をなりわいとしてきた行徳の町。世界有数の大都市となった江戸に塩を運ぶ拠点として幕府から手厚く保護されたほか、成田山に参詣する人々の宿場としても賑わった。海の恵みで栄えてきた行徳の人々は信心深く、このため「行徳千軒寺百軒」と称されるほど、多くの神社仏閣が開かれることになる。近隣には腕のいい宮大工や仏師が住み着き、彼らの技能を生かす神輿づくりが伝統工芸として花開いた。一説には、三代将軍・家光の時代に始まったとされる行徳の神輿づくりだが、最盛期は昭和の高度成長期。全国の寺社や町内会から、行徳の職人に注文が殺到したという。「行徳神輿」は関東型と呼ばれる、細い堂に屋根が大きく張り出した形が特徴。原料となる木材選びから始まり、木彫、金工、漆芸まで、一基の神輿の製作には数多くの匠の技が惜しみなく注がれる。コロナ禍で祭りが相次いで中止となる今、再び華麗な神輿を担ぎ、町を練り歩ける日々を心待ちに、職人たちは技術を守り継いでいく。

JFC 日本政策金融公庫

『日本公庫つなぐ』は、日本公庫ホームページでもご覧になれます。
広報部では、本誌へのご意見・ご感想をお待ちしております。

<https://www.jfc.go.jp/>

日本公庫つなぐ

検索