

琥珀い風

きらめきの地域デザイン

あおいかぜ



共創によるイノベーション創出

100

2020 November

青い海と緑の山々に恵まれた中国地域に、地域づくりの風が吹き始めています。自分たちの大好きなこの街を少しでも良くし、子どもたちにしっかりと手渡したい。こんな気持ちで頑張っている人たちがいっぱいいます。「碧い風」は、そんなまちづくり人を結びながら、自分たちのまわりにある魅力を高め、きらめくような中国地域にしていく媒体にしていきたいと思っています。強くはないが、楽しい風。そんな風を、みなさんと一緒に巻き起こしたいと考えています。

碧い風

あおいかぜ

100
2020 November

contents

- 3 **視点** 共創の場で知を創造し、社会と経済の新しい関係を築く 多摩大学大学院教授 紺野登
- 6 社内外で共創できる場をつくり新事業の立ち上げを支援 広島県商工労働局イノベーション推進チーム（広島県）
- 8 多様な立場の人が参画するリビングラボで新しい事業アイデアを共創 岡山リビングラボ（岡山市）
- 10 地域情報インフラを共創し、互助が循環する社会をつくる ためま株式会社（広島市）
- 12 「地域に生きる企業家群像」⑩ 株式会社やまだ屋 代表取締役社長 中村靖富満（広島県廿日市市）
- 16 「キラリ、輝く元気企業」⑦③ 廃ガラスの無害化リサイクル技術で、乾燥地農業の可能性を広げる 株式会社鳥取再資源化研究所（鳥取県北栄町）
- 18 「夢紡人／ゆめつむぎびと」⑨⑥ 介護レベルを問わず、あらゆる高齢者が安心して入浴できるデイサービスを運営する永末加奈絵さん（岡山市）
- 21 「この名酒にこの一品」②③ 白鴻 辛口純米酒 65 黒ラベル 牡蠣のカニ味噌焼き（広島県呉市）
- 22 「伝統芸能を継ぐ人びと」② 住吉神社 御船謡（山口県萩市）
- 24 「船上から見る景色」⑤ ぐるっと松江堀川めぐり（鳥取県松江市）
- 26 「100号記念」おかげさまで「碧い風」は100号を迎えました
- 28 「山をあるく」⑪ 氷ノ山（鳥取県・兵庫県）



●表紙写真：株式会社フレーム
●目次写真提供：広島県、ためま株式会社、株式会社やまだ屋、株式会社鳥取再資源化研究所、木下 省吾、萩市、公益財団法人松江市観光振興公社
●デザイン：有限会社シフト
*本誌は再生紙を使用しています

共創によるイノベーション創出

視点 共創の場で知を創造し、 社会と経済の 新しい関係を築く

多摩大学大学院教授
紺野登



プラットフォームやエコシステムの構築には共創が不可欠

近年、異なる立場の者同士で共に創り上げる「共創」という言葉がよく聞かれるようになった。背景には、単一の商品を売って自社だけでビジネスを展開する時代から、オープンイノベーション^{※1}のように他社と共創してビジネスを展開する時代への変化がある。従来は、自動車産業、家電産業というよ

うにモノによって業界が分かれ、その市場で製品を売ることで利益を得ていた。しかし、一九九〇年代以降、デジタル化の進展に伴い、モノとコトの融合、ソフトとハードの融合が進み、単純に一つの業界で区切ることは難しくなっている。

例えば、アップル社の iPhone は、モノであるのと同時に、さまざまな経験や知識を提供するサービスでもある。生活者のライフスタイル全体や顧客の経験に焦点を当てて価値を提供しようとする、企業にはデジタル化され、IoTを用いるような機能を持ったプラットフォーム^{※2}が必要となる。

いま世界では、GAFAM^{※3}に代表されるように、このプラットフォームの

上で、さまざまな価値が提供・共有されるビジネスに経済の軸足が移りつつある。さらに、そのプラットフォームにユーザーや他社が参画して、互いに価値を享受し合い、市場や産業が発達する関係性としてのエコシステム^{※4}が重要になってきている。

このプラットフォームは、一社だけではつくりきれないため、共創が必要となる。共創が注目される背景には、エコシステムとして市場を捉え直す時代になったことも挙げられる。

オープンイノベーションが生まれた背景

共創は、これまでの日本企業のビジネスモデルとは異なると思われるが、実はこの言葉を最初に掲げたのは日本の経営者だった。バブル経済真っ只中の一九九二（平成四）年、当時富士ゼロックス株式会社の会長だった故・小林陽太郎氏は、社団法人経済同友会（当時）の企業白書の中で、「共創の理念に支えられた『人』創造の経営こそ、われわれは明日の日本企業の明るさと希望の源であると考える」と述べた。

こうしたコンセプトが存在していたにもかかわらず、バブル経済崩壊後、日本企業は業務提携に消極的になり、自社内で閉じていく傾向を強めた。

※1 オープンイノベーション…企業が自社だけでなく、他社、大学、地方自治体といった異業種・異分野の組織と技術やアイデア、ノウハウ、知見を組み合わせて革新的な価値を生み出すこと

※2 プラットフォーム…不特定多数の顧客向けに、複数の商品やサービス、情報を集めた場。代表例として、インターネットショッピングサイトの楽天市場やソーシャル・ネットワーキング・サービスのFacebookなどが挙げられる

※3 GAFAM…巨大IT企業のグーグル(Google)、アップル(Apple)、フェイスブック(Facebook)、アマゾン(Amazon)、マイクロソフト(Microsoft)の総称

※4 エコシステム…生態系になぞらえた言葉で、複数の企業や組織が、それぞれの技術や強みを生かしながら垣根を越えて連携し共存共栄する仕組み

た。また、自由を重視する米国人の性格に向かないとの判断もあった。その代わりに目指したのが、開かれたネットワークだった。そこでオープンイノベーションの概念が生まれ、さらにインターネットの発達がその実現を可能にした。

イノベーションには目的が必要

現在、日本でもオープンイノベーションに関するさまざまな組織・団体が生まれているが、うまくいっていないという声を聞く。その大きな理由として、目的の不在が挙げられる。何のためにオープンイノベーションに取り組んでいるのかを尋ねると、「売り上げを回復したい」「新しいビジネスを始めたい」「開発効率を高めたい」といった自社の動機を挙げる企業が圧倒的に多い。しかし、オープンイノベーションは本来「利他主義」であるべきで、自社にも他社にも社会にもよい共通の目的が必要なのである。自社だけの動機であるならば、他の会社は協力しようとは思わないはずだ。

こうした中で、近年はオープンイノベーション2.0の考え方が注目されている(表1)。従来のオープンイノベーション(これを1.0とする)は、研究

挑戦しない傾向が強かった。しかし、コロナ禍でその本業自体が先細りし、元に戻る見込みのない企業も出てきた。こうして新しいビジネスの必要性が出てきたとき、目的が必ず問われる。

機動的な企業とともにエコシステムをつくる

エコシステムは、スタートアップ企業が育つて資金や人を呼び込み、さらに持続的に発展する、シリコンバレーのよくなるのだとよく思われている。しかし、スタートアップ企業を支えるベンチャーキャピタルの規模が米国の百分の一以下である日本では、スタートアップ企業が日本の経済をつくるまでにはまだ相当な時間がかかると思われる。

欧州では、EUの政策執行機関である欧州委員会などが中小企業を継続的にサポートし、地域を重視したエコシ



ENoIIが毎年主催する国際イベントの「OpenLivingLab Days」。世界中からリビングラボの研究者や実践者が数百人集まり、2019年はギリシャのテサロニキでお互いの組織のテーマや課題、将来像について議論した
Photos by Photopress©Yannis Tsoflidis

開発の効率向上を目的とし、企業対企業の連携が多かった。それに對し、オープンイノベーション2.0は、社会的な共通課題の解決を目的とし、企業だけでなく、大学、機関、自治体、地域住民など多様な当事者が連携するのが特徴である。オープンイノベーション2.0の時代になれば、なおさら社会的な視点から共創を考えることが重要となる。いま日本では、国連のSDGs(持続可能な開発目標)に関心を持つ企業が増えてきているが、「どの目標に對応しているか」を示すだけではなく、社会的な目的のために他者と共創する上で、どの目標が大切になるかを捉えることが大切なのである。

目的をどう設定するか

成功するプロジェクトの目的は、大きく三つの階層に分けられ、この目的の体系化と実践の方法論を私は「目的工学」と呼んでいる(表2)。

一番上の「大目的」は、顧客や社会のため、究極的には共通善につながる理念である。例として社会問題や環境問題の解決が挙げられる。

一番下の「小目的」は、大目的のために各々の組織や部門などが掲げる個々の目的である。「大目的のために、私たちはこういうことを実現したい」

システムやスタートアップ企業をつくる政策を実施してきた。

日本の場合には、大企業や中堅企業がこれまで産業を牽引してきたため、スタートアップ企業から次の産業が生まれるという構図は見えにくい。新しい産業をつくるには、機動的に動ける大企業や中堅企業、スタートアップ企業、自治体、金融機関、大学などさまざまなプレーヤーが連携し、一つのエコシステムをつくり上げる試行が必要ではないだろうか。この動きは欧州で行って始まっており、そのコラボレーションの場として広がってきているのが「リビングラボ」である。

社会実験の場であるリビングラボ

リビングラボとは、顧客や市民、ユーザーを中心にして、同じ目的を持つ企業、大学、自治体、スタートアップ企業などが共創のプロセスを実践する都市や地域のある。あくまで、新しい産業や事業をつくっていくための社会実験の場であり、技術の検証を行う実証実験の場ではない。

欧州ではすでに何百ものリビングラボが生まれ、経済を支えていく一つの方法として認識され始めている。ENoII(European Network of

という目的である。

肝心なのが、大目的と小目的をつなぐ真ん中の「中目的」で、「いつどこで何を」という達成すべき行為と成果を示すものである。この中目的がプロジェクト全体を駆動する。

米国のテスラ社は、この目的が明確だ。電気自動車やバッテリーを開発・製造する同社の大目的は、「太陽エネルギー経済をめざす」とことと位置づけられている。一方、そのための小目的として「家庭で使える充電システムを開発する」などが掲げられ、そして、その間の中目的には「電気自動車をいち早く市場化すること」が挙げられる。そのためには、一回の充電で走行可能な距離である航続距離を伸ばすことが不可欠であるため、「20××年までに○○マイル走る電気自動車を開発しよう」という具体的な目標が出てくる。

このように共通善から三つの目的を考える方法以外に、顧客や社会の困りごとと、自分たちができることから三つの目的を考える方法もある。例えば、デンマークのレゴ社は、「子どもたちにひらめきを与え、未来のビルダーを育もう」を大目的にしている。子どもの創造力を育みたいという親の思いに對し、レゴブロックに何ができるかを考え、目的が設定されている。

Living Labs)というリビングラボのネットワーク組織も二〇〇六(平成十八)年に設立され、常に意見交換が行われてきた。リビングラボをつくる上で大切なのは、リビングラボを単体で捉えるのではなく、この場を出発点としてどのようにエコシステムを構築していくかという視点である。パートナーとの関係を含め、これからどのような広がりをつくるかをみんなで構想する必要がある。

日本の底力は地域や生活の現場にある

リーマンショック以降、イノベーション経営を志向する企業が増えたのを受け、国際標準化機構(ISO)は、二〇一九(令和元)年七月にイノベーション・マネジメントシステムの新規格「ISO56002」を発行した。イノベーションにはさまざまな試行錯誤が必要であり、よい試行錯誤をするためのサポートや環境、行動がガイドラインとして示されている。どのような共創の場が必要かを考える上で、このマネジメントシステムはパートナー間の共通言語になるはずである。

日本の底力は、地域や生活の現場にあり、地域や社会が持つ社会的共通資本こそ次の時代の資産になるだろう。

「イノベーションとは目的のある」と言われるくらい、いい目的はイノベーションの成功を方向付けるのである。

これまで日本企業は、本業中心主義で、本業を大事にして、新しいことに

表1 オープンイノベーション1.0と2.0の比較

	オープンイノベーション1.0	オープンイノベーション2.0
目的	●研究開発効率の向上 ●新規事業の創出	●社会的な共通課題の解決
連携	●1対1の関係性 企業対大学・研究機関、大企業対ベンチャー企業等間の連携	●エコシステム 企業、大学・研究機関、政府・自治体、市民・ユーザーなど多様な関係者が多層的に連携・共創し合う循環体制
主導	●企業	●市民・ユーザー
特徴	●市民・ユーザーはプロセス外 市民・ユーザーは顧客としてイノベーションの成果物の最終提供先という位置づけでプロセス自体には参画しない ●Win-Win関係の構築 企業活動に主軸を置いたイノベーション創出であるため、連携関係先間のWin-Win関係構築が鍵	●市民参画型、共創性 市民・ユーザーもプロセスの中に巻き込み、意見・アイデアを適宜プロトタイプに反映することでともにイノベーションを創り出す ●オーケストレーション 共通の課題認識を持つ利害関係の異なる複数のプレーヤーを同じ目標・方向に向かつて協働させるオーケストレーション力が鍵

出典：オープンイノベーション協議会「オープンイノベーション白書」(初版)2016年

表2 目的群の概要と例示

目的群	概要	事例(テスラ)
大目的	最上位に位置づけられる本質的な目的。企業の場合であれば、経営哲学や創業精神であることが多く、同時に経営上の目的(Purpose)とも整合している。しばしば政治的な意図や大義も含まれる。最終的には、共通善を追求することにつながる	太陽エネルギー経済をめざす
中目的(駆動目標)	大目的と小目的をつなぐプロジェクトなどを達成するための具体的な概念やスローガン。その多くが、理解しやすく、とはいえ難易度の高い、挑戦的な目標値などを含む	電気自動車をいち早く市場化する
小目的	プロジェクトの当事者たち、あるいは各部門からの参加者の思いに結びつけられる技術上の目的、個人的な知的目標や構想など	家庭で使える充電システムを開発する

出典：紺野登著「イノベーション全書」(東洋経済新報社、2020年)

その時代を迎えるには、各地域で社会と経済の新しい関係を築き、社会的共通資本をベースにエコシステムをつくっていく必要がある。長期的な視点を持つて構想するには、リビングラボのような実験の場が重要となる。これまでのようにオフィスの中において何か生まれるのを待つのではなく、共創の場で新しい知を創造することがいまま求められている。

- ※5 オープンイノベーション2.0...
近年欧米ではオープンイノベーションを、企業や大学・研究機関だけでなく、市民・顧客・ユーザーをプロセスに巻き込んだものとして捉える動きがみられており、欧州委員会ではこの新たな動向をオープンイノベーション2.0と称して欧州全体で推進する目標を掲げている
- ※6 スタートアップ企業...
革新的な新しいビジネスモデルを持ち、短期間に急成長するベンチャー企業
- ※7 ベンチャーキャピタル...
創業間もない有望なベンチャー企業に対し、株式の取得などを通じて出資する企業や機関。そのベンチャー企業の事業が成功し、株式公開した際に得られる利益(キャピタルゲイン)を収入とする
- ※8 社会的共通資本...
経済学者・宇沢弘文氏が提唱した概念で、「豊かな経済生活を営み、優れた文化を展開し、人間的に魅力ある社会を安定的に維持することを可能にする社会的装置」と定義される。具体的には、森林・大気などの「自然環境」、水道・道路などの「社会的インフラ」、教育・医療・病院などの「制度資本」に分類される。産業や生活にとって必要不可欠な社会的資本を指す

profile

紺野 登(こんののぼる)

1954年東京都生まれ。1978年早稲田大学理工学部建築学科卒業。株式会社博報堂勤務などを経て現職。博士(経営情報学)。慶應義塾大学大学院SDM研究科特別招聘教授、エコシラボ株式会社代表、一般社団法人Future Center Alliance Japan代表理事、一般社団法人Japan Innovation NetworkのChairperson理事、株式会社日建設計顧問などを兼務。約30年前からデザインと経営の融合を研究、知識生態学の視点からリーダー教育、組織変革、研究所の場のデザインなどの実務に関わる。

社内外で共創できる場をつくり 新事業の立ち上げを支援

広島県商工労働局イノベーション推進チーム〈広島県〉

「イノベーション立県」の実現を掲げる広島県では、事業創造プログラムの実施や拠点整備など、イノベーションが持続的に起こるような環境づくりに力を入れてきた。内閣府のスタートアップ・エコシステム拠点都市^{※1}（推進拠点都市）に選定され、イノベーション創出に向けさらなる好循環を生み出すことが期待されている。

オープンイノベーションの 難しさを実感

製造品出荷額が中国・四国・九州地方で十四年間連続一位となっている広島県。重厚長大産業をベースに、さまざまな業種がバランスよく存在し、ものづ

くりの地として広く認知されてきた。「いま世界ではモノからコトへとビジネスの視点が移り始めています。従来型のものづくりだけではなく、イノベーションにより新事業を起こし、新たな雇用を生むというサイクルをつくるのが大事だと考え、イノベーション



「イノベーターズ100広島」の最終日には経営者らにプレゼン 写真提供：広島県

ン政策に力を入れてきました」と広島県商工労働局イノベーション推進チームの松田敦子さんは話す。

事業創造プログラムを開始した当初は、異業種同士で事業を共創するオープンイノベーションを強く意識していたが、実際に進めていくと、どの企業が特許を取るか、どの段階で設備投資をするかなど、次々と課題が現れ、商品やサービスを世に送り出す段階にまで到達させることの難しさを改めて実感した。「その試行錯誤を経て、現在の事業創造プログラムでは、まずは、アイデアを素早くローコストでカタチにして、ユーザーの声を聞くところまで超特急で取り組んでみることを重視して進めています」

「新事業立ち上げを支援する ひろしまビジネス実験部」

県内の中小企業が集まり、新規事業を開発するイノベーションプログラム

た株式会社第一ビルサービス（広島市）の山根浩さんは自社内で事業部を発足し、その後株式会社トレハンとして分社化し、代表に就任した。「『自社にこういう技術があるからこういうものを作りたい』という発想ではなく、『こういう課題を解決するために、商品・サービスを作りたい』という発想を重視しています」と松田さん。これまでのプログラムで生まれた人的ネットワークを広げるとともに、新たなビジネスや地域づくりに挑戦する多様な人を呼び込む拠点として、二〇一七（平成二十九）年にはイノベーション創出拠点として、「イノベーション・ハブ・ひろしまCamps」を設置した。

インドのインキュベーション施設と パートナーシップを締結

こうした取り組みが評価され、広島県を含む「広島地域イノベーション戦略推進会議^{※2}」は、二〇二〇（令和二）年に内閣府のスタートアップ・エコシステム拠点都市（推進拠点都市）に選定された。

この選定を受け、今後は、これまで手薄だったグローバルの共創や、ソーシャルイノベーション（事業を通して社会問題を解決すること）など、新しい視点からイノベーション創出に取り組んでいく。同年七月には、インド最大級のスター



「イノベーターズ100広島」を機に商品化された「KAKOMU ごはんシリーズ トンカツの素」 写真提供：オタフクソース株式会社

の一つが、二〇一八（平成三十）年に始まった「ひろしまビジネス実験部」である。参加対象は、自社で新規事業を立ち上げたい企業、未来に向けた思いやアイデアをもとに事業化していきたい企業や個人で、期間は半年間となっている。自社資産価値の抽出、顧客・課題設定から、マーケット抽出、プロダクト開発、市場フィードバック、ビジネスモデル構築検証、マーケティングテスト販売など一連のプロセスを経験し、最終日のデモデイに、製品の展示会とプレゼンテーションを行う。

共にプログラムに参加している企業同士でアドバイスをしたり、マーケティング戦略を立案するマーケティングやPR担当者がいけない場合は県が副業人材とマッチングしたりと、自社に足りない資源を補えるのも特徴となっている。「中小企業の中には、下請けが中心で自社商品を開発したことがない企業も多いので、市場をどう設定するかなど各プロセスを教えつつ、指南役が寄り添いながら事業を作っていくプログラムになっています」

トアップ・インキュベーション施設^{※3}の「T-Hub」と、日本の自治体としては初のパートナーシップを締結。デジタル人材が不足する中、インドの優秀なスタートアップ企業や学生と共に、新領域の事業創出を構想するワークショップを開催する予定だ。さらに、一橋大学名誉教授の米倉誠一郎氏が代表を務める一般社団法人Creative Responseと連携し、ソーシャル・イノベーション・スクールを十月から広島で開校する。

「人口減少が進んで市場自体が縮小する中、経済や生活を維持していくには、付加価値を高めることが大切。イノベーションの視点を教育カリキュラムなどに盛り込みながら、企業だけでなく県民も自然とイノベーションの意識を持てるような環境を作っていくから」とイノベーション推進チーム担当課長の長谷川達也さんは抱負を語る。



「ひろしまビジネス実験部」などのプログラムの拠点となる「イノベーション・ハブ・ひろしまCamps」 写真提供：広島県



「ひろしまビジネス実験部」でアドバイスを受けながら事業プランを最適化 写真提供：広島県



株式会社広島精機は「ひろしまビジネス実験部」で検討した「油送用の移動式ギアポンプ」を商品化 写真提供：株式会社広島精機

プログラムへの参加を機に生まれた商品・サービスも増えている。精密歯車、減速速機のメーカーである株式会社広島精機（広島県廿日市市）は、ひろしまビジネス実験部に参加し、油送用の移動式ギアポンプを商品化した。豪雨時に工場が浸水した際に油槽内の油を素早く送る装置で、実験部のプログラムでは事業継続計画（BCP）対策用としての製造・販売を検討した。

若手社員が経営層に 直接プレゼン

自社でアイデアを発表する機会がない若手社員を対象に、企業内イノベーションを創出する取り組みも行った。

二〇一五（平成二十七）年から五年にわたって開催した「イノベーターズ100広島」は、入社三〜十年目の若

手社員が参加し、自社のリソースを把握した上で新事業を考え、提案するプログラムである。参加者は、事業についての知識を深めるレクチャーを受け、フィールドワークを行った後、その洞察をもとにワークショップで事業アイデアの考案や検証、改善などを行う。最終日には、自社の社長や経営層を招き、事業案を直接プレゼンテーションする。このプログラムがきっかけになって生まれた商品の一つが、オタフクソース株式会社（広島市）のアレルギー対応食「KAKOMUごはんシリーズ」だ。同社の田中亜紗美さんは、プログラムに参加してアレルギー問題に関心を持ち、アレルギーを持つ人がいても家族みんなで同じ食卓を囲んでほしいとの思いから、卵・乳・小麦を使わないパッケージ商品を考え、最終日に社長に提案した。翌日の朝礼で早速着手の声がかかり、三年後、同シリーズを発売した。また、シニア層向けの職業紹介事業を提案し

※1 スタートアップ・エコシステム拠点都市…内閣府、文部科学省、経済産業省は令和元年6月に「Beyond Limits. Unlock Our Potential.世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成戦略」を発表。「スタートアップ・エコシステム拠点都市形成プラン」を公表し、8つの拠点都市のコンソーシアム・協議体を選定された。スタートアップ・エコシステムとは、起業家、起業支援者、企業、大学、金融機関、公的機関等が結びついて優れたスタートアップ企業を次々と生み出し、さらに人材・技術・資金を呼び込んで発展を続ける状態を指す
※2 広島地域イノベーション戦略推進会議…広島県や広島大学、県内のスタートアップ企業などで構成
※3 インキュベーション施設…創業間もない起業家や起業に向けて活動する人たちが入居し、さまざまな経営支援を受けられる施設

共創によるイノベーション創出

多様な立場の人が参画するリビングラボで 新しい事業アイデアを共創

岡山リビングラボ 《岡山市》

リビングラボとは、住民、企業、自治体、大学などが協働し、ユーザーのニーズを拾い上げ、新たな商品やサービスを共創する手法で、二〇〇〇年代から欧米で盛んになり、現在日本でも取り組みが増えている。中国地域初のリビングラボを主宰する岡山大学では、ヘルスケア分野の大企業とワークショップを共催しながら、人材育成から事業アイデア創出、事業化支援までを一貫して行うオープンイノベーションの仕組みづくりを進めている。

地域住民や学生らが参画し 新しい事業アイデアを考える

岡山大学では、社会実装可能な科学技術を実現する人材の育成を目的に、二〇一八（平成三十）年に大学院ヘルスシステム統合科学研究科を発足させ、医工連携および文理融合の教育に力を入れている。

「異分野融合によるイノベーションや社会課題の解決など、さまざまな可能性

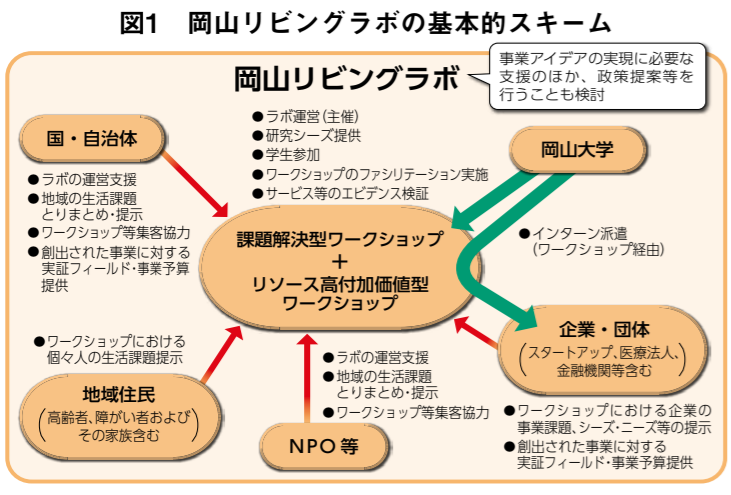
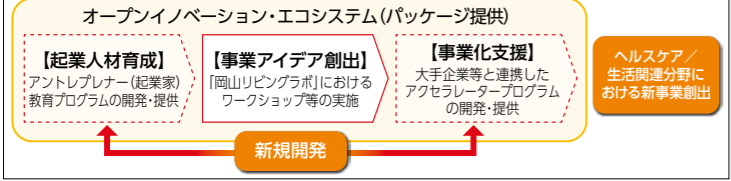


図1 岡山リビングラボの基本的スキーム



各チームが事業アイデアを発表

「コーポレート・ベンチャー・キャピタル」や「アクセラレータープログラム」が最近では盛んになっていきます。しかし、これらは多額の投資を必要とし、なおかつイノベ

域の自治体関係者が10%となっている。共催者として参加した企業の中には、その場で社会実装が可能な事業アイデアが生まれたらすぐに連携し事業化できるよう、事業化資金を用意していた企業もあったという。大手企業が岡山リビングラボに積極的に参加する狙いはどんな点にあるのだろうか。

「大手企業ではイノベーションが起きにくいと長年言われており(イノベーションのジレンマと呼ばれる)、その問題解決のために大手企業ではオープンイノベーションに取り組むところが増えています。具体的な手法としては、

「底上げには
起業人材の育成が必要」

開始から約一年が経過し、課題も見えてきた。大きな課題の一つは、ワークショップなどで生まれる事業アイデアのレベルの底上げだ。

「起業人材が豊富な大都市でアイデアソンを開くと、企業が『すぐにでも事業化したい』と思うようなアイデアが出

これまで実施してきたプログラムを通じて、事業アイデアを具体化し、外部資金の調達を行っているケースや大手企業との提携に結び付いたケースも生まれてきている。なお、プログラムを通じて創出された事業アイデアの知的財産権はプログラム参加者全員に帰属するが、事業化の際には関係者間で必要な契約等を締結することになっている。

プログラムの参加者は毎回公募し、これまでの内訳は、岡山大学の学生、大学院生、研究者らが五十%、地元の中小企業と地域住民が各々二十%、中国地

域の自治体関係者が10%となっている。共催者として参加した企業の中には、その場で社会実装が可能な事業アイデアが生まれたらすぐに連携し事業化できるよう、事業化資金を用意していた企業もあったという。大手企業が岡山リビングラボに積極的に参加する狙いはどんな点にあるのだろうか。

「大手企業ではイノベーションが起きにくいと長年言われており(イノベーションのジレンマと呼ばれる)、その問題解決のために大手企業ではオープンイノベーションに取り組むところが増えています。具体的な手法としては、

生活関連分野の課題解決につながる事業開発の場として立ち上がった(図1)。

企業には、大手企業のほか、スタートアップ企業、医療法人、金融機関などが含まれている。ヘルスケア分野に焦点を当てたのは、事業者側において事業アイデア自体が出にくく、アイデアがあっても事業化につながりにくいという課題が存在しているためだ。

「ヘルスケア分野は人の命に関わるため、厳しい法規制があるほか、全額自己負担となる公的医療・介護保険外のヘルスケアサービスの利用につながりにくいといった問題、さらには健康的な生活習慣の確立に向けた利用者の行動変容が起きづらいといった問題などがあります。こうしたさまざまな課題や制約の存在を認識しているヘルスケア関連企業では型破りなアイデアが出にくく、どこも似通った事業となる傾向がある。課題や制約の存在をあまり知らない学生や住民たちの方が、意外

と新しいアイデアを出せるのではないかと期待もありました」

「優れたアイデアを事業化」

二〇一九(令和元)年十月以降、帝人株式会社、大塚製薬株式会社、ロート製薬株式会社、株式会社イトーキ、シャープ株式会社などの大手企業と連携し、企業が提示するテーマについて新しい事業アイデアをワークショップ参加者全員で考える「岡山リビングラボオープンイノベーションプログラム(OLP)」を毎月一回程度、岡山市内のスタートアップ支援拠点(ももたろう・スタートアップカフェ、略称「ももスタ」)で実施してきた(新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、現在はオンラインで開催中)。

当日のプログラムの流れは、冒頭で志水さんがオリエンテーションを行った後に、テーマを提示した企業からテーマについての自社の取り組みや求めるアイデアの方向性等について説明を行う。その後のワークショップでは、参加者全員(三十〜七十名)が数人のチームに分かれ、テーマに基づく事業アイデアについてディスカッションを行う。最後に、各チームが検討した事業アイデアを全員の前で発表し、テーマを提示した企業と志水さんが事業化に向けた

域の自治体関係者が10%となっている。共催者として参加した企業の中には、その場で社会実装が可能な事業アイデアが生まれたらすぐに連携し事業化できるよう、事業化資金を用意していた企業もあったという。大手企業が岡山リビングラボに積極的に参加する狙いはどんな点にあるのだろうか。

「大手企業ではイノベーションが起きにくいと長年言われており(イノベーションのジレンマと呼ばれる)、その問題解決のために大手企業ではオープンイノベーションに取り組むところが増えています。具体的な手法としては、

生活関連分野の課題解決につながる事業開発の場として立ち上がった(図1)。

企業には、大手企業のほか、スタートアップ企業、医療法人、金融機関などが含まれている。ヘルスケア分野に焦点を当てたのは、事業者側において事業アイデア自体が出にくく、アイデアがあっても事業化につながりにくいという課題が存在しているためだ。

「ヘルスケア分野は人の命に関わるため、厳しい法規制があるほか、全額自己負担となる公的医療・介護保険外のヘルスケアサービスの利用につながりにくいといった問題、さらには健康的な生活習慣の確立に向けた利用者の行動変容が起きづらいといった問題などがあります。こうしたさまざまな課題や制約の存在を認識しているヘルスケア関連企業では型破りなアイデアが出にくく、どこも似通った事業となる傾向がある。課題や制約の存在をあまり知らない学生や住民たちの方が、意外

と新しいアイデアを出せるのではないかと期待もありました」

「優れたアイデアを事業化」

二〇一九(令和元)年十月以降、帝人株式会社、大塚製薬株式会社、ロート製薬株式会社、株式会社イトーキ、シャープ株式会社などの大手企業と連携し、企業が提示するテーマについて新しい事業アイデアをワークショップ参加者全員で考える「岡山リビングラボオープンイノベーションプログラム(OLP)」を毎月一回程度、岡山市内のスタートアップ支援拠点(ももたろう・スタートアップカフェ、略称「ももスタ」)で実施してきた(新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、現在はオンラインで開催中)。

当日のプログラムの流れは、冒頭で志水さんがオリエンテーションを行った後に、テーマを提示した企業からテーマについての自社の取り組みや求めるアイデアの方向性等について説明を行う。その後のワークショップでは、参加者全員(三十〜七十名)が数人のチームに分かれ、テーマに基づく事業アイデアについてディスカッションを行う。最後に、各チームが検討した事業アイデアを全員の前で発表し、テーマを提示した企業と志水さんが事業化に向けた

てくることが多いのですが、起業人材の蓄積が乏しい地方都市では実現可能性の高い事業アイデアを創出することはなかなか難しい。このため、事業アイデアレベルの底上げのためには、地域における起業人材の育成が必要であり、そうした人材育成における大学の積極的関与が必要だと実感しました」

そのため今後は、これまでの岡山リビングラボの活動の中心であるオープンイノベーションプログラムを通じた「事業アイデア創出」に加えて、「起業人材育成」および「事業化支援」の三つを岡山リビングラボで包括的に提供し、それらを一貫して行うオープンイノベーション・エコシステムを構築していく(図2)。

岡山リビングラボとは別に、二〇一九年度に大学で実施した起業家精神養成プログラム(SIRED)は立ち見の参加者が出るほどの人気となり、「学生の起業への関心は非常に高い」と志水さんは話す。

岡山リビングラボにおける三つの取り組みは、大学内部だけに閉じているのではなく、大都市圏の大手企業、国(地方経済産業局)、岡山市をはじめとする広域の自治体、経済団体、事業化支援機関等とも連携したエコシステムの中で進められている。

と新しいアイデアを出せるのではないかと期待もありました」

「優れたアイデアを事業化」

二〇一九(令和元)年十月以降、帝人株式会社、大塚製薬株式会社、ロート製薬株式会社、株式会社イトーキ、シャープ株式会社などの大手企業と連携し、企業が提示するテーマについて新しい事業アイデアをワークショップ参加者全員で考える「岡山リビングラボオープンイノベーションプログラム(OLP)」を毎月一回程度、岡山市内のスタートアップ支援拠点(ももたろう・スタートアップカフェ、略称「ももスタ」)で実施してきた(新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、現在はオンラインで開催中)。

当日のプログラムの流れは、冒頭で志水さんがオリエンテーションを行った後に、テーマを提示した企業からテーマについての自社の取り組みや求めるアイデアの方向性等について説明を行う。その後のワークショップでは、参加者全員(三十〜七十名)が数人のチームに分かれ、テーマに基づく事業アイデアについてディスカッションを行う。最後に、各チームが検討した事業アイデアを全員の前で発表し、テーマを提示した企業と志水さんが事業化に向けた

てくることが多いのですが、起業人材の蓄積が乏しい地方都市では実現可能性の高い事業アイデアを創出することはなかなか難しい。このため、事業アイデアレベルの底上げのためには、地域における起業人材の育成が必要であり、そうした人材育成における大学の積極的関与が必要だと実感しました」

そのため今後は、これまでの岡山リビングラボの活動の中心であるオープンイノベーションプログラムを通じた「事業アイデア創出」に加えて、「起業人材育成」および「事業化支援」の三つを岡山リビングラボで包括的に提供し、それらを一貫して行うオープンイノベーション・エコシステムを構築していく(図2)。

岡山リビングラボとは別に、二〇一九年度に大学で実施した起業家精神養成プログラム(SIRED)は立ち見の参加者が出るほどの人気となり、「学生の起業への関心は非常に高い」と志水さんは話す。

岡山リビングラボにおける三つの取り組みは、大学内部だけに閉じているのではなく、大都市圏の大手企業、国(地方経済産業局)、岡山市をはじめとする広域の自治体、経済団体、事業化支援機関等とも連携したエコシステムの中で進められている。

てくることが多いのですが、起業人材の蓄積が乏しい地方都市では実現可能性の高い事業アイデアを創出することはなかなか難しい。このため、事業アイデアレベルの底上げのためには、地域における起業人材の育成が必要であり、そうした人材育成における大学の積極的関与が必要だと実感しました」

そのため今後は、これまでの岡山リビングラボの活動の中心であるオープンイノベーションプログラムを通じた「事業アイデア創出」に加えて、「起業人材育成」および「事業化支援」の三つを岡山リビングラボで包括的に提供し、それらを一貫して行うオープンイノベーション・エコシステムを構築していく(図2)。

岡山リビングラボとは別に、二〇一九年度に大学で実施した起業家精神養成プログラム(SIRED)は立ち見の参加者が出るほどの人気となり、「学生の起業への関心は非常に高い」と志水さんは話す。

岡山リビングラボにおける三つの取り組みは、大学内部だけに閉じているのではなく、大都市圏の大手企業、国(地方経済産業局)、岡山市をはじめとする広域の自治体、経済団体、事業化支援機関等とも連携したエコシステムの中で進められている。

てくることが多いのですが、起業人材の蓄積が乏しい地方都市では実現可能性の高い事業アイデアを創出することはなかなか難しい。このため、事業アイデアレベルの底上げのためには、地域における起業人材の育成が必要であり、そうした人材育成における大学の積極的関与が必要だと実感しました」

そのため今後は、これまでの岡山リビングラボの活動の中心であるオープンイノベーションプログラムを通じた「事業アイデア創出」に加えて、「起業人材育成」および「事業化支援」の三つを岡山リビングラボで包括的に提供し、それらを一貫して行うオープンイノベーション・エコシステムを構築していく(図2)。

岡山リビングラボとは別に、二〇一九年度に大学で実施した起業家精神養成プログラム(SIRED)は立ち見の参加者が出るほどの人気となり、「学生の起業への関心は非常に高い」と志水さんは話す。

岡山リビングラボにおける三つの取り組みは、大学内部だけに閉じているのではなく、大都市圏の大手企業、国(地方経済産業局)、岡山市をはじめとする広域の自治体、経済団体、事業化支援機関等とも連携したエコシステムの中で進められている。

共創によるイノベーション創出

地域情報インフラを共創し、 互助が循環する社会をつくる

ためま株式会社 《広島市》

子育てや介護福祉に役立つ情報やイベント情報、自治会の回覧板の内容など、地域情報を位置情報や写真とともに共有できる、地域情報アプリの「ためまっぷ」。アプリを開発するためには、情報を知りたい人と知ってほしい人をつなぐことで地域間互助を促し、自治体、支援団体、住民など立場の異なる人たちが共創するまちづくりの実現を目指している。

地域の情報を可視化する

ためま代表取締役社長の清水義弘さんは広島県出身で、ニューヨークや関東でシステムエンジニアとして忙しい働いてきたが、子どもの誕生や東日本大震災のボランティア経験を機に、地域のつながりの重要性を実感し、地域活動に興味を持つようになった。「残りの人生は次世代のために使いたい」と思い、退職して地元に戻ってきた。広島で暮らすと、公民館など自

分の居場所になりうる施設が近くにあることに気づきました」

その後、清水さんは北海道から沖縄まで全国の公民館を巡った。そこで目にしたのは、ラックに収まったイベントのチラシの数々。イベントの多くはウェブサイトで告知されることもなく、機会が損なわれていると感じた。このような地域情報が自然と入ってくるようなインフラを構築しようと、二〇一四（平成二十六）年に同社を創業し、「ためまっぷ」のプロジェクトを立ち上げた。



神戸市長田区の「ためまっぷながた」の使い方を、投稿者となる支援団体の人にレクチャー



宮城県で唯一人口が増え続けている富谷市では、「自分のアイデアで地域を元気にしたい」という市民同士が対話する「富谷塾」が長年開催されてきた。この富谷塾と富谷市、ためまが協働し、実証実験を行っている

社広報担当の和田菜水^{なみ}さんは説明する。このイベント情報管理の技術で同社は特許を取得した。「ためまっぷながた」の実証実験では、定期健診の通知と合わせてアプリを周知し、認知度を上げていった。利用者への聞き取りをこまめに行い「シェア機能がほしい」などの声をシステムに取り入れ、満足度の高まりに伴い利用者も増加。累計利用者は一年間で五千八百人に上った。



マップ上でイベントの開催場所と内容が、チラシ画像とともに示される

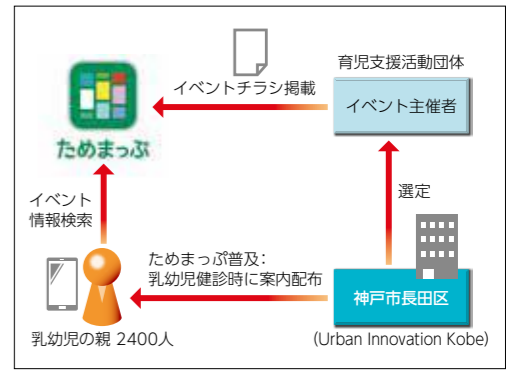


ためまっぷでは「地図表示」と「時系列表示」を切り替え可能



「ためまっぷ府中町」では、「ちょこっとお助け手帳」機能を追加。電球を替えてくれる電気店やデリバリー店など、暮らしに役立つ情報が示されている

「ためまっぷながた」情報受発信の仕組み



「ためまっぷ」のミッションは、「あらゆる人々が地域の中で、あたたかくつながる社会を創ること」。情報システムや医療・福祉・介護の専門家、地域コミュニティ支援団体などの協力を得ながら、知ってもらいたい活動情報を、ベースとなる地図と時間軸に紐づけながら、誰でも投稿できるアプリのシステムを構築していった。

チラシの画像を 地図と時系列で表示

二〇一八（平成三十）年、同社は神戸市の「Urban Innovation KOBE」プロジェクトに採択された。これは、市が抱える課題をスタートアップ企業と市職員の協働により解決する試みで、同社は長田区まちづくり課の「子育てイベント参加アプリの実証開発」の課

地域に合わせて機能を拡張

スマホ画像と位置情報の地図表示、時系列表示という基盤システム、「災害対応」「回覧板」「地域資源」などの機能を地域のニーズに合わせて加えられるのが、「ためまっぷ」の特徴でもある。

二〇一九（平成三十二）年四月には、広島県安芸郡の社会福祉法人府中町社会福祉協議会と「地域資源の見える化」における業務提携契約を締結。共に開発した「ためまっぷ府中町」では、イベント情報の投稿に加え、暮らしに役立つ情報を投稿する「ちょこっとお助け手帳」の機能を追加した。電球を交換してくれる電気店、野菜を配達してくれる店など、外出がままならない高齢者の暮らしを支える情報が盛り込まれている。以前から社会福祉協議会で

作っていたリストや地図をデジタル化したもので、この仕組みによりケアマネージャーや介護士が高齢者から尋ねられたときに、すぐに答えられるようになったという。

地域内互助が 循環する社会に

現在進めている宮城県富

題でためまっぷの導入を提案し、見事選ばれた。このときに改良してつくった「ためまっぷながた」が、現在の「ためまっぷ」のベースとなった。

長田区では、地域活動、とりわけ子育て世代向けのイベントがあまり知られていないという課題を抱えていた。アクティブシニアと呼ばれる六十〜七十代の人が中心になって、一カ月に六十回以上の子育て支援を行っていたが、ホームページで告知しチラシを作成しても、参加者が増えない現状があった。一方、子育て中の親からは「スマホで探しても、見つかるのは過去の情報や遠方の情報ばかり」「子どもと一緒に出かけたいがイベントが見つからない」という声があがっていた。

支援団体はイベントのチラシを毎回作っていたため、「ためまっぷながた」ではスマートフォンで撮ったチラシの画像が、地図上で開催場所に表示される仕組みを考案。さらに日時の情報も掲載することで、イベント一覧を時系列で表示させるようにした。

「利用者は、現在の位置を起点に、半径2キロ以内など指定した距離内のイベントを、地図上および時系列で探せるようになっていきます。『今日はどこに行こうか』と探したときに、欲しい情報がパッと得られる仕組みになっています」と同

谷市とのプロジェクトでは、市が一押ししている「富谷スイーツ」の参加店舗の情報に加えて、富谷スイーツにまつわる思い出エピソードを共有したり、富谷で活躍する人を「富谷人図鑑」として紹介したりする「ためまっぷ」を開発中だ。また、東京都品川区では、五百二十以上ある地域活動団体の情報を見える化するプロジェクトを進めるほか、愛知県豊橋市多文化共生・国際課とは行政とスタートアップ企業の協働課題解決プロジェクトの一環で、「外国人住民向けの情報発信と地域のつながりづくり」について取り組んでいる。その他にも、セブン銀行とオープンイノベーションによる新事業創出に取り組んだり、住民の接点となるガス会社と連携したりと、共創の幅が広がっている。「ためまっぷ」を作る上で、共創の相手がどんな人があった」と和田さんは話す。「ためまが目指すのは、子育て世代と子育て支援者、要支援者と専門職支援者、外国人住民と町内会役員など、困っている人と助けたい人のゆるやかなつながりをつくること。今は支援の受け手となっている人も、いつかは支援の成り手になるかもしれない。そうやってお互いを補完し合いながら、地域内互助が循環する社会をつくっていかれたらと思っています」



挑戦の積み重ねがオリジナルの技能を生む

株式会社やまだ屋 代表取締役社長

中村 靖富満

《広島県廿日市市》



定番のもみじ饅頭。丁寧に何度も水にさらしたこしあんは、昔ながらのあっさりとした美味しさ 写真提供：株式会社やまだ屋

観光の島、宮島に本店を構える

フェリーに乗り、爽やかな海風に当たっていると、切り立った稜線の島がどんどんと近づいてくる。島影が観音様の寝姿に例えられるこの島は、広島県屈指の観光地である宮島だ。栈橋に着き、厳島神社の方向へ歩を進めると、のぼりや提灯がひしめく宮島表参道商店街に辿り着く。厳島神社へと続く商店街には、食事処や土産物店が立ち並び、食べ歩きや買い物を楽しむ家族や学生たちで賑わう。その商店街入り口に本店を構えるのが、老舗のもみじ饅頭メーカー、株式会社やまだ屋である。

「宮島は、ほとんどの人が観光業に携わる観光の島。同時にコミュニティ活動が盛んな島です。地域のコミュニティを活性化することも大切だと教わってきました」と企業家は話す。やまだ屋代表取締役社長、そして一般社団法人宮島観光協会会長を務める中村靖富満氏である。

戦中・戦後の危機を乗り越えた先人たちが

広島を代表する銘菓もみじ饅頭は、一八八五（明治十八）年生まれの菓子職人、高津常助が旅館に依頼されて作ったもみじの葉をかたどった菓子が始まりとされる。このもみじ饅頭は後に他

の菓子屋でも自由に製造できるようになり、そうした流れの中で、一九三二（昭和七）年に中村社長の祖母にあたる山田ラク氏がやまだ屋を創業した。「祖母は職人を一人雇って今の本店の地でもみじ饅頭の製造販売を始めました。明治生まれの祖母は商売熱心で負けず嫌い。家内工業だったので、私が小さい頃は祖母がよく面倒をみてくれました」と中村社長は回想する。

第二次世界大戦が始まると、原材料が入手できなくなり、宮島の菓子屋はもみじ饅頭の製造中止に追い込まれた。この危機を乗り越えようと、やまだ屋を含む五つの菓子屋が共同で工場を構え、少量の小麦粉にサツマイモやよもぎを混ぜたパンの代用食を製造し学校に納めた。この代用食の製造は終戦後も細々と続いていたが、一九四九（昭和二十四）年ごろから業務用砂糖が少量ながらも配給されるようになり、もみじ饅頭製造が徐々に再開されていった。

二代目となる父の勲氏は、十七歳で終戦を迎えた。八月六日、原爆投下の目標点とされた相生橋を、その十五分前に市内電車で通過したという。「あと数分違っていたらと思うと……人間の運命は不思議です」戦後、勲氏は両親とともに、やまだ屋の事業を担っていく。昭和三十年代

に入ると、宮島の観光客は戦前に劣らず増え、もみじ饅頭の製造量も増えていく。また、従来は手練り式だった製造機械は回転式自動焼き機に置き換わり、あんの自動成型器も導入され、機械化が進んでいった。

もみじ饅頭ブームで製造量が急増

高度経済成長期を迎える昭和四十年代になると、観光バスを利用した団体旅行が盛んになり、宮島は観光でいっそう賑やかになる。やまだ屋も他社同様、対岸の宮島口や広島市内に店舗を出すようになり、百貨店などへの納品も始めた。

一九五九（昭和三十四）年に宮島で生まれた中村社長は、小さい頃から繁忙期には箱詰めを手伝ったり、饅頭を焼いたり、店を身近に感じながら暮らしてきた。兄が大学を卒業するときに会社を継がないと宣言すると、事業承継は次男の中村社長に委ねられた。将来役に立つかもしれないと父に勧められ、高校卒業後は、広島大学水畜産学部（現・生物生産学部）食品工業化学科に進学した。

一九八〇（昭和五十五）年、漫才コンビB&Bの島田洋七が、もみじ饅頭のギャグを披露すると、もみじ饅頭は全国に知られるようになる。

profile

中村 靖富満（なかむら・やすふみ）

1959年広島県廿日市市生まれ。85年広島大学卒業後、福岡県の外食レストランチェーンに入社。86年やまだ屋に入社し、2000年に社長就任。2002年に一般社団法人宮島観光協会会長に就任。株式会社やまだ屋は、従業員数187名、売上高23億5000万円。

文：城市 奈那 写真撮影：中野 章子（広島市在住）



工場見学やもみじ饅頭の手焼き体験ができる「おおのファクトリー」
写真提供：株式会社やまだ屋



1時間に約2,300個を製造する回転式自動焼き機 写真提供：株式会社やまだ屋



もみじ饅頭の製造工程がガラス越しに見学できる「おおのファクトリー」 ©Google



餅粉を使用した生地と、こしあんかつぶあんを混ぜたあんが独特の食感を生む「桐葉菓」
写真提供：株式会社やまだ屋



第24回全国菓子大博覧会で最高賞の名誉総裁賞を受賞した「桐葉菓」
写真提供：株式会社やまだ屋



1986年に発売した「チョコもみじコーティング」。冷ましたカステラを風味あるチョコレートでコーティング
写真提供：株式会社やまだ屋

「売り上げは一気に二・五倍になり、早朝から深夜まで機械を動かして、製造をやりくりしていたそうです。当時私は大学生で、休みに入ると職人さんと一緒に材料と機械を持って、デパートの催し物会場で実演販売を行っていました。プームの影響で売れ行きは好調でした」
大学卒業後は、福岡県の外食レストランチェーンに就職。日々、在庫管理やコスト管理に目を配り、サービスが細かくマニュアル化された会社の中で、家業とは違う学びを得た。

もみじ饅頭以外に多様な商品を開発

中村社長は一九八六（昭和六十一）年に宮島に戻り、やまだ屋に入社する。自分の代で事業を拡大させたいとやる気を持って帰ってきたが、当時父は五十代後半で、社長として脂が乗り切っていた時期だった。
「変えるべきことを訴えても、自分の思うことをやらせてもらえないわけではなかったのですが、ぶつかるとは多々ありました。そうは言っても、父は前向きで先進的な人。信念を持って仕事に打ち込む姿を見て、自営業はオーナーが強い思いを持つことが大切なんだと学びました」
父の熱心の先進性は、同社の商品ラインナップに見て取れる。一九八四（昭

和五十九）年に株式会社ミヤトヨ本店が「チーズもみじ」を発売すると、爆発的な人気を博す。あん以外の変わり種のもみじ饅頭に対し、最初は冷ややかな視線を送っていた同業者も、その人気が続くのを見て商品を開発し始めた。

新ブランドやコラボ商品にも挑戦

中村社長は二〇〇〇（平成十二）年に社長に就任後、品質管理に努めるとともに、コラボレーション商品の開発や新ブランドの立ち上げも積極的に行ってきた。
二〇〇五（平成十七）年には、J A 広島果実連と一年以上試行を重ね、広島特産のレモンとみかんを取り込んだ「みかんもみじ」「レモンもみじ」を開発した。同年、同社で培った技術を生かし、洋菓子の新ブランド「RAKU山田屋」を立ち上げた。さらに『週刊少年マガジン』に連載していた広島県出身の瀬尾公治氏によるマンガ『君のいる町』とコラボレーションした商品も販売し、話題となった。

「もみじ饅頭以外は作らないというメーカーも多い中で、なぜ当社は作っているのか。自分たちの領域から飛び出して挑戦をすることで、発見があったり、技術や工夫が生まれたりするからです。挑戦から新しいものが生まれると、現場にも喜びが生まれます。競争の激しい製造業だからこそ、『やまだ屋オリジナルの技能』を蓄積していきたいという思いがあります」
二〇一〇（平成二十二）年には二つの工場を集約し、廿日市市に新工場「おおのファクトリー」を新設した。自身の夢でもあったテーマパークのような工場で、ガラス越しにもみじ饅頭の製造工程の見学が可能で、手焼きの体験もできる。しかし、見られることを意識して制服をリースにし清掃を外注すると、経費が経営に重くのしかかった。「五十歳の時、借金をするなら今だと思いい、少し背伸びして工場を新設しました。イニシャルコストがかかって最初の二年はかなりの赤字になり頭を悩ませましたが、生産工程の見直しやコスト削減などを行うことにより、みんなで乗り切りました」
自分らしさを出そうとして、失敗したことは何度もあった。それでも誰もやらないことに取り組むことで、チャンスが生まれてくると中村社長は話す。「競合他社と同じことをしていたら、位置関係は変わりません。父は他社がやらないようなことに挑戦して、その積み重ねが今のやまだ屋の強みになっている。『やまだ屋ならやってくれんんじゃないか』と思っていただけだと思います」

「職人肌といいますが、おいしいものを作りたい、本来のチョコレートの風味をお客さまに味わっていただきたいという思いで、他の人がやりたがらないことにも挑戦していました」
そして、現在同社の新たな顔として定着している「桐葉菓」は、勲氏と中村社長によって生まれた銘菓だ。桐葉菓はこしあん粒あんを混ぜ合わせた

もう一つの顔となった桐葉菓

「競合他社と同じことをしていたら、位置関係は変わりません。父は他社がやらないようなことに挑戦して、その積み重ねが今のやまだ屋の強みになっている。『やまだ屋ならやってくれんんじゃないか』と思っていただけだと思います」

「競合他社と同じことをしていたら、位置関係は変わりません。父は他社がやらないようなことに挑戦して、その積み重ねが今のやまだ屋の強みになっている。『やまだ屋ならやってくれんんじゃないか』と思っていただけだと思います」

あんを、餅粉の生地で包んだ四角い焼き菓子で、もちもちとした生地としつとりとしたあんが、独特の食感を生み出している。

桐葉菓は、もともと京都の企業が宮島に出店した際、そこで販売するオリジナル商品として開発を依頼された菓子を原型としている。評判は良かったものの、企業が宮島から撤退した後は廃版となっていた。

中村社長は広島青年会議所の茶道同好会で毎月茶道を学んでいたが、ある日上田宗簡流の家元より、「東京へお稽古に行く際に、お土産として渡せる焼き菓子は作れないか」と依頼を受けた。勲氏に相談し、好評だった餅粉入りの丸形の菓子を、座布団のような角形にしてさらに味も改良した。家元から「桐葉菓」の名を授かり、中央には上田宗簡流の家紋の一つ、「陰上田桐」をあしらった。

当初、桐葉菓は直売店のみで販売していたが、評判を呼び、売り上げは毎年三〜五割伸びていた。二〇〇二（平成十四）年には、第二十四回全国菓子大博覧会で、最高賞となる名誉総裁賞を受賞した。今では同社の売上高の三分の一を占める。

「小麦粉と違ってふんわりと焼き上がりやすい餅粉を使って、おいしい生地をど

観光の島をどう復活させるか

中村社長は、二〇〇二年に宮島観光協会の会長に就任した。宮島の来島者数は、厳島神社の世界文化遺産登録やNHK大河ドラマの放映などにより伸び続け、二〇一九（令和元）年度には、過去最高の四百六十五万人強を記録した。そこで起きたのが新型コロナウイルス感染症の蔓延。宮島の商店街は四〜五月は閉店し、六月は前年比三割、七月は前年比四割の売上高にとどまっている。

「西日本豪雨でも数カ月売り上げは停滞したが、今度はもっと厳しい。観光事業は大打撃を受けている」と中村社長は話す。近隣から観光客を呼び込む「マイクローリズム」が注目される中、宮島でも地元の人に繰り返し来てもらえるような魅力の発信を行っていきたくと考えている。朝フェリーで着いたときの凜とした空気に、大鳥居の向こうから見える夕日、自然崇拜のもとで神道と仏教が共存してきた歴史。これまでとは違う切り口で宮島を楽しんでもらえるよう工夫を図っていく。

「新型コロナウイルス感染症は、戦中戦後の製造中止以来の困難な状況をもたらしています。先人たちの努力や我慢に学びながら、知恵を絞っていきたくと思います」

廃ガラスの無害化リサイクル技術で、乾燥地農業の可能性を広げる

株式会社鳥取再資源化研究所 《鳥取県北栄町》

乾燥地の農業で保水材として使える発泡材「ポーラスα」を開発し、アフリカなど発展途上国で実証実験を重ねてきた。その成果が認められ、導入先や活用分野が広がっている。

鳥取からアフリカの乾燥地農業のために

鳥取市から山陰道を西へ。鳥取県のちよほど真ん中にまっすぐな道路が十キロほど続く。その南には雄大な緑の農地が広がる。

今では想像しにくいのが、かつてこの地は「荒浜」と呼ばれた不毛の地だった。江戸時代の終わり、ある村人が私財を投じて行った灌漑事業が成果を上げ、のちの北条砂丘開拓につながった。

鳥取再資源化研究所のある北栄町東園は、この事業の中心人物・榊田新蔵の生まれた村である。

国土の四分の三が砂漠の国・モーリタニアをはじめアフリカの国々と自社製品を灌漑事業でつなごうと尽力する同社の竹内義章社長と、砂丘開拓の礎

モロッコに現地法人を設立

二〇〇九（平成二十一）年、乾燥地農業の研究のためセンターに国費留学していたモーリタニア人学生が橋渡し役となり、同国で初めて実証実験を行うことになった。その成果報告を見たケニアから招かれ、その後続いたセネガルやモロッコでの実証実験でも成果を上げた。栽培品種もハウレンソウからトマト、インゲン、トウガラシ、スイカ、メロン、長ネギと幅広い。水と肥料を半分に減らしても収量は二〜三割増加するなど目を見張る結果が得られた。こうした成果もあり、二〇一七（平成二十九）年、モロッコに現地法人を立ち上げた。

と言葉にすると、順調に成功を重ねてきたように聞こえるが、決して簡単な道ではなかった。

海外で、しかもこれまで誰もやったことのない実験に挑戦するのだ。さまざまな障害が立ちはだかった。言語や国民性の違いはもちろんのこと、何しろ物理的に遠い。実験用の大量の礫材を持ち込めば関税もかかる。モロッコでは関税率二十五%が課せられたが、数カ月粘り続けて二・五%にまで引き下げた。これには、交渉に力を貸した日本貿易振興機構（JETRO）の

を築いた榊田新蔵が重なって見える。「モーリタニアでの初めての実証実験で、同じ水の量で三倍近い収量があり、手応えを感じた」と竹内社長は振り返る。鳥取市にある鳥取大学乾燥地研究センターと同社が製造する廃ガラスを使った礫材が、保水材として使えるはずだという仮説を立て、ある程度の勝算はあったが、見事にこれが当たった。

主力商品「ポーラスα」の開発に成功

同社は、二〇〇一（平成十三）年創業の比較的若い会社だ。ガラス瓶などの廃ガラスをカルシウムと混ぜ合わせて焼き、庭に敷く石や外構工事の埋め戻し材に変える、いわゆるリサイクル事業の会社で、竹内社長は三代目社長である。前職は銀行員だった。

タッフさえ「大企業ならともかく、ほとんどの中小企業は諦めてしまう」と舌を巻いた。これが現地法人の設立ともなると、さらに難しいことは想像できる。どうやら同社の強さの秘密はここにありそうだ。「諦めの悪い人間でなければ無理。私は諦めが悪いんです。けれども、銀行時代の自分なら真っ先にやめたでしょう」と笑う。一体、竹内社長の何がそうさせたのか？

「モーリタニアを初めて訪ねたとき出会った現地の子どもたちのすがらうな目を、今でも思い出します」食べ物も十分でなく、飲み水さえ不足する厳しい環境に暮らしながら、希望をもたずかもしれない日本人の訪問を歓迎し、わずかなパンとコーヒードもてなしてくれた。「現地の子どもたちのあの目には、私をつき動かすエネルギーがあった」そう懐かしむ。

アフリカで目にした「ジャパングオリティ」

アフリカ各地を訪ねた竹内社長は、至る所で活躍する日本製品を目にした。特にバイクと自動車。中古タイヤさえ日本製は有り難がられた。「彼らは日本製品を『ジャパングオリティ』と呼んで大切にしているんです。役に立つ製品を作れば、ずっと使い続けてくれる。それはわれわれの先輩がやってくれたこと。だから私どもの『ジャパングオリティ』をポーラスαでやろうとしているんです」

「私が就任した当時に作っていたのは、砂や石の代わりに使う『代用品』で価格競争が厳しい分野だった」そこで、販路開拓や製品開発のヒントを見つけるべく走り回り、鳥取県商工労働部を通じて鳥取大学との共同研究が始まる。「週に四日は通った」というほど通い詰め、主力商品「ポーラスα」



南アフリカ共和国のブドウ農園でポーラスαを導入 写真提供：株式会社鳥取再資源化研究所



前職は銀行員だった竹内義章社長 鳥取再資源化研究所社屋

現在の本社工場でポーラスαを製造しているが、ヨーロッパに生産拠点を構える計画も持ち上がっている。さらに、今後は製品の製造・販売だけでなく、製造プラントへのノウハウの提供も進めていく。その第一弾として先頃、京都府のリサイクル会社で製造プラントを導入し、稼働に向けて準備中だ。

また、ポーラスαの可能性は灌漑以外の分野にも広がっている。塩類集積土壌の修復、つまり、塩害により農地として使えなくなった土地から塩を取り除く環境活動にポーラスαが使われるのだという。丸紅株式会社がスポンサーとなり、カタールを舞台に、同社と鳥取大学、カタール大学との連携で

の開発に成功した。ポーラス(porous)とは「多孔質」を意味し、その名の通り多くの気泡を持つ。さらに、鳥取大学乾燥地研究センターとの連携に至り、乾燥地農業に役立つ保水材としての実現性に光が見えた。農業分野での利用においては、大半のガラス製品に含まれる鉛やヒ素、カドミウム、太陽光発電パネルに含まれるアンチモンなど有害物質を無害化することが必要だったが、この点もクリアできた。同社はこの無害化の技術で特許を取得した。



収集した廃ガラス



二酸化ケイ素、酸化カルシウム、酸化ナトリウムなどから構成されるポーラスα

介護レベルを問わず、あらゆる高齢者が安心して入浴 できるデイサービスを運営する永末加奈絵さん

医療的ケアが必要であったり、要介護度の高い高齢者は、デイサービス（通所介護）やショートステイの施設から利用を断られるケースも少なくない。そんな中、どんな介護レベルの人でも安心して利用できる入浴特化型デイサービスを創業した永末加奈絵さん。看護師経験を生かし、介護の世界に新たな風を吹き込む。



profile

永末 加奈絵（ながすえ・かなえ）

株式会社Nライフケア代表取締役兼看護師

岡山県出身。2009年に看護師免許を取得し、中国労災病院、岡山ろうさい病院にて、約10年にわたり、医療の最前線で看護師としての実務経験を積む。2019年、理想とする福祉の場を自らつくるため、起業。「入浴特化型デイサービスゆらら」を立ち上げる。

文：黒部 麻子（岡山県倉敷市在住） 写真撮影：松本 紀子（岡山県瀬戸内市在住）

「いらっしやいませ！」

「ようこそ、ゆららへ」

岡山市北区の住宅街にある「入浴特化型デイサービスゆらら」を訪ねると、利用者の方々が、そう言って笑顔で出てきてくれた。

「ゆらら」は、介護レベルを問わず、どんな人でも安心してお風呂に入り、一日を楽しく、気持ちよく過ごせる場所だ。そんな「断らない」デイサービスを掲げて「ゆらら」を創業したのは、看護師の永末加奈絵さん。

永末さんは、看護師として約十年間にわたり病院勤務をした後、一念発起し「ゆらら」を立ち上げた。

医療から介護へ。そこにはどんな思いがあったのだろうか。

看護師としてのやりがいと 退院後の患者への思い

永末さんが看護の道を志したのは、中学生の頃。入院中の母親を見舞うため、病院に足しげく通った。そこで出会った看護師たちに憧れたという。高校に上がる頃には看護師になることに決意し、二〇〇九（平成二十一）年に看護師免許を取得した。総合病院の脳神経外科や整形外科に勤務し、急性期の現場で、看護師としての経験を積んできた。

多忙な日々の中でやりがいを感じながらも、永末さんはどうしても、患者たちの「退院後の生活」が気になった。

「高齢の患者さんが多く、手術しても、後遺症が残ったり、完全には回復しない方も多かった。そうした患者さんが退院していく姿を見て、家での生活は大丈夫だろうか、ご家族は介護疲れになったりしないだろうか、そんなことが気になったんです。医療現場にいて、退院後の患者さんの様子を知る機会はほとんどありません。外来に來られた時にお顔を見かけるくらいです。その先を知りたい、関わっていきたいという思いが募っていきました」

看護師として十年目を迎えた時、永末さんはこれまでの仕事を振り返り、生涯をかけてやりたい仕事は何かと考へた。そして介護事業への道を目指し始めたという。

起業を決意 後悔しない人生を

しかし介護については、看護学校の実習で介護現場に行ったのみで、知識はほとんどなかった。そのため永末さんは、二〇一八（平成三十）年の春に病院を退職したのち、いくつかのデイサービスで、半年ほど働いた。働きながら、ケアマネージャー（介護支援専

門員）の資格試験に挑戦。そこで知識を補った。

永末さんは病院を退職する前年の暮れに、離婚を経験していた。当時子どもは二歳。それでも、開業する決意は固かったという。

「私生活の変化によって、どうしても『負のエネルギー』が自分の中にたまっていくのを感じました。それをそのままにしたいくない。『正のエネルギー』に転換して、前向きに、自分や子どものために使いたい。後悔しないように、やりたいことをやろう。そんな思いで、必死に走り続けました」

永末さんは、昨年（二〇一九年）、「第三回中国地域女性ビジネスプランコンテストSOREU」で優秀賞（中国経済連合会会長賞）を受賞した。また、その推薦で、中小企業庁が主催する「Japan Challenge Gate 2020（全国ビジネスプランコンテスト）」にもエントリーし、ファイナリスト八名に選出された。

開業資金の相談に行った銀行で、こうしたコンテストがあるのを知ったという。「賞は信用になるから」との助言を受けて、ビジネスプランについての勉強にも励んだ。

「うちは両親も起業家や自営業ではないので、ビジネスの知識もありませんでした。やり始めたら怖い気持ちも出

てきましたが、ありがたいことに賞をいただき、融資も受けられ、店舗が建ち、従業員も集まった。もう後には引けないという気持ちになりました」

高齢者にとっての入浴の 重要性和高いハードル

「ゆらら」は入浴に特化したデイサービスだ。特殊介護浴槽を導入し、専門スタッフが介助する。

永末さんは、どうしてもお風呂にこだわったかたという。その理由は、高齢者が在宅生活を送る中で、大きなネックになっているのが入浴だからだ。家の中で事故が多いのも、お風呂だ。

また、毎日入浴する高齢者は週二回以下の人と比べ、要介護認定のリスクが三割近くも減少するという論文も出ている*。



朝8時半から16時過ぎまで、入浴を中心として一日をゆったりと過ごせる「ゆらら」 写真提供：株式会社Nライフケア



この名酒にこの一品 23

白鴻 辛口純米酒65 黒ラベル 牡蠣のカニ味噌焼き



盛川酒造株式会社

創業 1887(明治20)年
 広島県呉市安浦町原畑44
 TEL 0823-84-2002
<https://morikawa-shuzo.com/>
 Instagram @morikawa_shuzo
 年間生産量 200石(36kl/2万升)



西日本豪雨では蔵が浸水被害に遭ったが、ボランティアの力を借り復旧

瀬戸内海国立公園・野呂山の東麓を流れる野呂川ほとりの里山で酒造りを営む盛川酒造。「汲むほどに味も香りも深き酒」の言葉を掲げ、創業から食中酒にこだわってきた。一九四五(昭和二十)年の枕崎台風で創業蔵など建屋の大半を失い、二〇一八(平成三十)年の西日本豪雨では蔵の浸水被害を受けるなど、幾度も苦難を経験したが、酒造りの灯を絶やしたくないとの思いで乗り越えてきた。

盛川酒造の酒造りの最大の特徴は、野呂山系から湧き出る良質な仕込み水だ。以前井戸水を水質調査した際、軟水地帯の広島県においても「二を争う極軟水だと評価されたという。柔らかさと変化しない強さを併せ持つ軟水は米のうま味を引き出す、ミネラル分が少なく発酵が進みにくいいため、酒造りに高度な技術が必要になる。

同社では米の内部にまで麴を浸透させる麴づくり、もろみを低温状態で長期発酵させる広島杜氏の軟水醸造法を受け継ぎ、軟水ならではの芳醇で柔らかな味味の日本酒を醸してきた。

今回紹介する名酒は「白鴻 辛口純

米酒65 黒ラベル」。代表銘柄の「白鴻」は優しい口当たりで、晩酌に適した日常酒だ。中でもこの酒はキレのある辛口で、口にしたときに滑らかな丸みがあり、飲み飽きしない。

「どの温度でもおいしく飲めるので、新しい味を発見してほしい」と話すのは七代目の盛川知則社長。杜氏を務める実弟の元晴氏と二人三脚で酒蔵を営む。

この名酒と一緒に味わいたいのが、広島の特産・牡蠣を使いグラタン風に仕上げた「牡蠣のカニ味噌焼き」である。濃厚な味と酒のうま味が引き立て合い、キレの良い喉越しに箸と盃が進む。

盛川酒造では、酒を通じて日本文化を伝えようと海外進出を積極的に展開し、現在はフランス、カナダ、香港などに輸出している。また、アーモンドを純米吟醸酒粕で包んだ酒粕アーモンドや洋菓子店とコラボしたチーズケーキなど、酒粕を使ったスイーツを次々と開発。料理の隠し味として使える酒粕ペーストは、フランスのレストランでも使用されているという。飲と食の両面から、日本酒の新たな可能性を広げている。



自身での入浴が難しい方、寝たきりの方にも対応した特殊介護浴槽
 写真提供:株式会社Nライフケア



常に笑顔忘れず利用者に接する永末さん



「ゆらら」の利用者が永末さんたちのために送ってくれた社訓や詩

「高齢になると、得てしてお風呂を省きがちです。また、高齢者にとって、浴槽をまたぐという動作はとてもハードルが高く、入るとしてもシャワーだけにかなりやすい。でも、どんなに要介護度が高くても、何とか自然な形で、今まで入っていたのと同じようにお風呂に入ってほしい。そのために初期費用は高くなりましたが、そこは妥協しなくなかった。『久々に湯船に浸かったわ』『気持ちよかった』などと言っていたら、本当にうれいいます」

「ゆらら」では、朝八時半のお迎えから十六時過ぎまで、入浴を中心として、ラジオ体操やりハビリ、昼食、レクリ

エーションなど、一日をゆつくり充実して過ごせるスケジュールとなっている。ここへ出かけることで、利用者にとっては社会的な交流にもなり、家族にとってはレスパイトケア(一時的な休息)にもなっている。

永末さんは、「今までのように自然に入浴できる」だけでなく、「どんな人でも入浴できる」デイサービスでありたいという。

二十四時間の点滴が必要だったり、気管切開によって痰が多いなど、医療的ケアを必要とするため、他のデイサービスを断られて「ゆらら」にやってくる人も多いという。永末さんは「車いすに乗って、ここまで送迎の車で来て

看護師経験を生かし 誰でも入浴できる施設を

永末さんは、「今までのように自然に入浴できる」だけでなく、「どんな人でも入浴できる」デイサービスでありたいという。

二十四時間の点滴が必要だったり、気管切開によって痰が多いなど、医療的ケアを必要とするため、他のデイサービスを断られて「ゆらら」にやってくる人も多いという。永末さんは「車いすに乗って、ここまで送迎の車で来て

らえさえすれば、どんな人でもお風呂に入っていただけです」と胸を張る。

永末さんは看護師時代に培った経験をフルに生かし、現場のケアに当たっている。

「幸い、私は看護師としていろいろなケースを経験してきました。だから事故防止のために、これは危ないとか、ここまではできるとか、そういうことが皮膚感覚でわかる。従業員とも、勉強会で知識や思いを共有しています」

理学療法士の弟さんもスタッフに加わり、入浴後のリハビリも充実させている。

「小規模施設の良いところは柔軟性。『今日は孫が来るから早く帰りたい』といった細かいニーズにも、なるべく対応するようにしています。業界関係者からは、『普通、デイではそんなに細かいことまで対応しない』などと言

われることもありませんが、私は福祉の経験が少ない分、染まってないからこそこでもあると思っています」

そんな永末さんの奮闘ぶりは、利用者にも伝わっているようだ。見学者に「ゆらら」の良さを伝えてくれたり、永末さんに詩を作ってくれたり、社訓を考えてきてくれる人もいるという。入院する際に「ゆらら」のパンフレットを病院に持って行って、宣伝してくる利用度も。「みなさんに支えてもらっています」と永末さんは笑う。

永末さんは、秋からはケアマネージャーとして、活躍のシーンを広げる。ケアマネージャーは、利用者にアセスメントしてニーズを把握し、ケアプラン(サービス計画書)の作成や、事業者との調整を行う仕事だ。今後、より包括的な支援ができるようになると意気込みを語る永末さん。既成のイメージを払拭して、銭湯のように、より気軽に楽しく集える「ゆらら」を目指している。

黒部 麻子(くろべあさこ)

1981年東京都生まれ。フリーライター・エディター。大学卒業後、出版社勤務を経て、岡山県へ移住。フリーランスに。

住吉神社 御船謡

(山口県萩市)

萩藩の御座船を模した御船山車の上で格調高く演唱される「御船謡」。江戸時代から伝わる御船謡は神社祭事と結びつき、地域の人々に支えられながら、保存継承されている。

港町・浜崎で受け継がれる 住吉神社 御船謡

関ヶ原の戦いに敗れ、周防・長門二カ国に移された毛利輝元は、新たな居城として一六〇四（慶長九）年に萩城を築いた。その城下町の形成に伴い港町として開かれたのが、現在、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている「浜崎」である。ここに藩主の御座船を格納する御船倉が建造され、その周辺には船の管理や護衛を担う御船手が居住していた。

江戸時代、幕府や藩の新造船の進水式や領主の船出など儀礼の場面で歌わ

れる船歌として「御船歌」が披露された。萩藩でも同様に、参勤交代で藩主が乗船する際や年頭に代官が乗り初めの行事を催す際に、「御船謡」が歌われていた。

一六五九（万治二）年、堺の住吉神社より勧請され、浜崎に住吉神社が創建されると、住吉神社の祭礼でも、藩主が寄進した御座船を模した御船山車で御船謡が演唱されるようになった。

記録によると、当時の住吉神社の祭礼では、御神霊を神輿に遷して市中を巡る御神幸に、御船山車をはじめとした多くの華やかな山車や行列が従っていた。行列は、住吉神社を発着地と



三味線には表と裏の小拍子があり94歳の松屋繁（まつや・しげの）さんは難易度の高い裏を担当 ©N.Arata



衣装は白麻紋付（しろあさもんつき）、白足袋、白の肩衣（かたぎぬ）、袴と博多帯を着用し、白扇を持つ。肩衣の紋には、浜崎を象徴する交差した櫛（かいは）があらわされている 写真提供：下瀬 信雄



杉材でつくられた御船山車の側面には波と竜の絵が描かれ、屋根には一文字三星（いちもんじにみつぼし）の毛利家の紋を施した紫ちりめんの幕を張り、高張提灯（たかはりちょうちん）が飾られている ©N.Arata



萩高校の生徒約30名が御船山車の曳き綱を曳く ©N.Arata



出前授業では子どもたちに御船謡を披露し、楽器の使い方を教えた 写真提供：萩市立明倫小学校



先頭付近には新乗りや乗船歴の浅い演者が配置され、最後尾付近には船全体を取り仕切る謡長が座る 写真提供：ダイドグループ日本の祭り



御船山車が住吉神社に戻ってくるお上りのときには大勢の見物客でにぎわう 写真提供：ダイドグループ日本の祭り

して北の惣門から城郭を経て藩の御用達を務めた豪商菊屋家へと巡ったとき、その経路は現在もほとんど変わっていない。藩主と謁見する城郭、風呂や食事などのもてなしを受けた菊屋家、寄付をした商家などの前で御船謡を演唱し、その場所が後に「お引き受け所」と呼ばれるようになった。

誇りを持ち技能向上に邁進する地謡組

御船謡は、元々世襲的な藩士の階級である浜崎歌舸子が担い、明治以降は浜崎の魚問屋の若主人らで組織した地謡組が引き継いだ。昭和に入ると、浜崎町内の一般男性が担い、一九五五（昭和三十）年には十八名で住吉神社「御船謡」保存会が結成された。当時、演唱者になれたのは、町内からの推薦を受けて試験を通過し、神社の承認を得た家の長男だけだった。御船に乗れるのは名誉なことと地域の人々から一目置かれた彼らは、誇りを持って技能向上に邁進し、一九七六（昭和五十一）年には「住吉神社 御船謡」が山口県

神幸神事として八月三日に行われている。当日は、出発式が行われた後、演唱者が御船山車に乗り、家族や地域の人々に見守られながら、午前十一時過ぎに浜崎町の最初のお引き受け所を出発する。

全長約八メートル、幅約二メートルの御船山車は、かじ取りの表師（協敬組）に導かれ、世話人会と曳き手の萩高校の生徒ら五十名によって市内を巡行。市内五十カ所以上のお引き受け所で御船謡を演唱し、午後十一時ごろに住吉神社へ到着する。これをお上りといひ、深夜にもかかわらず大勢の見物客でにぎわう。

御船謡は、謡と法螺貝、太鼓、三味線で演唱される。謡の歌詞は、一番から四番、最後を締めくくるトリまであり、三番以降は

より豊かな表現力と熟練の技術を要するため、経験がない新乗りは、数年間一番しか担当できない。

演奏は法螺貝の一吹きで始まり、太鼓を二回打ち、三味線の

指定無形民俗文化財に指定された。また、御船山車の巡行は藩の御船倉に所属する藩士による「協敬組」が担っていたが、協敬組は明治以降、藩との関係を離れ、神社祭礼に奉仕する伝統組織に変わった。昭和の中頃まで御船山車の先導や曳き手を担ってきたが、平成からは、住吉神社関係者や地謡組勇退者による世話人会とともにその役割を果たしている。

地域の人々に支えられた 御船山車

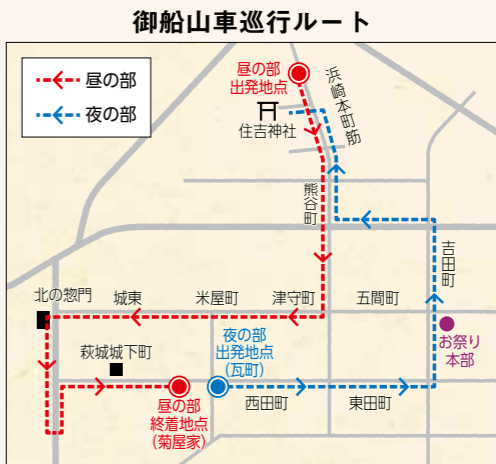
現在の御船謡巡行は、住吉祭りの御前弾きが終わると一人が歌い出す。一区切りを終えると、太鼓や三味線の伴奏とともに全員で唱和する。この形式がトリまで繰り返されると、法螺貝が吹かれ、これに合わせた太鼓の乱打で終演となる。

現在、地謡組は十八名からなり、一番の一月前から毎夜練習を行う。謡長を務める大嶋栄さんは、「人の魂に響く謡を目指しなさい」の言葉とともに、謡の抑揚、節回しなどを指導している。謡には譜面がなく、代々口伝で継承されてきた。毎夜響く練習の謡声や三味線の音は、地域の人々にとって夏の風物詩になっているようだ。

次世代継承のために 新たな道を拓く

文化や歴史の継承だけでなく、保存会では保育園での和太鼓指導や小学校の出前授業など、地域の未来を支える活動にも力を入れている。新型コロナウイルス感染症予防のため二〇二〇（令和二年）の御船謡巡行は中止されたが、先人から受け継いできた地域の誇りを次につなげるため、保存会では市と連携して御船謡を詳細に紹介するパンフレット制作に初めて取り組んだ。

地域に活力を与え、人々を魅了する力強い謡声や町中に響く日が待ち遠しい。



江戸時代から城下町として栄え、街の中を川や水路が巡る水の都松江。国宝松江城を囲う堀を小船でめぐる堀川遊覧船は、四季の風景や情緒ある城下の町並みを、船上から旅情たっぷりに観賞できる。

松江観光の目玉となった堀川遊覧

島根県松江市の亀田山に立ち、山陰唯一の現存天守である国宝松江城は、一六一一（慶長十六）年に戦国武将の堀尾吉晴により築城された。城を囲うように造られた堀には宍道湖の水を引き、以後四百年にわたり松江の歴史を映し続けている。この堀川をめぐる観

光船が就航したのは一九九七（平成九）年七月のこと。造成時からほぼ変わらない形で残存している堀を船で回り、趣ある松江の町並みを船上から楽しめるとあって、瞬く間に松江観光の目玉として定着した。

メインの乗船場は黒田町にある「ふれあい広場」で、内堀と一部外堀の約三・七キロのコースを五十分かけて周遊する。発着場はここを含めて三カ所

あり、乗船券で一日何度でも乗降できるため、名所をめぐる観光の足として利用する人も多い。

ふれあい広場を出発すると、船は稲荷橋をくぐり、城側に樹木の生い茂る城山西堀川を進んでいく。築城の際、城の西内堀には石垣を築かず自然林で城を守っていたため、このあたりは四百年前から森がそのまま残る。落葉樹では枯れ木の時季に城が見えてしまうため、植えられているのは椿を中心とした常緑樹である。この辺りを椿谷と呼ぶのもこれに由来しており、当時は椿油を武器のサビ止めや食用油に使ったという。川の両側から茂る緑のトンネルには爽やかな川風が渡り、水面を優雅に泳ぐ水鳥や甲羅干しをする亀の姿を眺めながら、自然の中をゆったりと航行していく。

水の都松江の市街地を船上から堪能

船は市街の方向へと進み、左手には三の丸御殿の跡地に立つ島根県庁が見えてくる。その先のうべや橋を通過すれば、外堀の京橋川へと出る。川や水路の多い

江戸城下の趣が色濃く残る歴史エリア

カラコロ広場を過ぎると、船は米子川へと進み北上していく。この辺りは川幅



堀川めぐりでは水辺を彩る草花や木々が四季を感じさせてくれる
写真提供：公益財団法人松江市観光振興公社



「ぐるっと松江堀川めぐり」遊覧コースのルート



稲新米子橋の橋桁に合わせて船の天井が下がる
写真提供：公益財団法人松江市観光振興公社



稲荷橋から亀田橋を経て見られる緑のトンネル
写真提供：公益財団法人松江市観光振興公社

が狭く、堀沿いに立ち並ぶ民家に水辺の暮らしが垣間見える。やがて右手に、堀尾氏が松江城鎮護の寺として開山した普門院が見えてくる。境内には三齋流茶室「観月庵」があり、茶の湯の世界に触れながら抹茶と季節の和菓子が楽しめる。ここは小泉八雲の『怪談』に登場する一篇の舞台としても知られ、船客を見つめる幽霊の浮彫細工も見どころの一つだ。橋桁の低い四つの橋の中で最も低い普門院橋を抜けると、目の前には城山と天守閣の絶景が広がる。木製の宇賀橋は堀川に架かる橋の中でも特に風情があり、江戸時代の城下町を彷彿とさせてくれる。ここから城山の内堀川に入り、三つ目の発着場である「大手前広場乗船場」に立ち寄る。松江城や、松江藩の歴史文化を紹介した「松江歴史館」など、松江城周辺の観光に便利な乗船場である。

まちを彩る桜や、雪化粧をした松江城など、四季を通して楽しめる堀川めぐり。冬季に運航することつ船は、今やすっかり冬の風物詩だ。個性豊かな船頭さんの名調子も名物の一つ。船上から眺める松江の町並みは、古き良き、懐かしい日本の面影を思い出させてくれる。

（文・木次亜紀子）



旧日本銀行松江支店を活用したカラコロ工房
写真提供：公益財団法人島根県観光連盟



普門院橋周辺では、毎年初夏から梅雨にかけて花菖蒲が見られる
写真提供：公益財団法人島根県観光連盟



宇賀橋付近で左上を見上げると国宝松江城を望むことができる
写真提供：公益財団法人松江市観光振興公社



約500mの塩見縄手は松江市伝統美観保存区域に指定されている
写真提供：公益財団法人島根県観光連盟

各号特集テーマの一覧

Vol.1 海	Vol.26 愛すべき隣人たち	Vol.51 新時代を切り開く農業法人	Vol.76 瀬戸内の道
Vol.2 祝祭	Vol.27 オンラインワン企業	Vol.52 若きエジソンたち	Vol.77 暮らしと民藝
Vol.3 技術楽園	Vol.28 グリーン・ツーリズム	Vol.53 バイオマスの可能性	Vol.78 銘菓がもたらす至福
Vol.4 花道遊	Vol.29 女性起業家	Vol.54 映画の新風	Vol.79 地域生産の未来形
Vol.5 遊び	Vol.30 ふるさと教育	Vol.55 食育のすすめ	Vol.80 企業力を高めるデザイン
Vol.6 音楽	Vol.31 福祉機器ビジネス	Vol.56 スポーツで熱くなれ!!	Vol.81 医療を支えるものづくり
Vol.7 駅	Vol.32 川と生きる	Vol.57 産業観光で地域が輝く	Vol.82 観光力を磨く
Vol.8 森	Vol.33 エルダー起業	Vol.58 NPO が地域社会を支える	Vol.83 人と地域をつなぐコミュニティづくり
Vol.9 アジアの微笑み	Vol.34 アジア・ビジネス	Vol.59 ブランド戦略で地域を活性化	Vol.84 江戸時代に学ぶ
Vol.10 光のファンタジー	Vol.35 インターネットと地域社会	Vol.60 街道を楽しむ	Vol.85 航空機産業に挑む
Vol.11 美酒礼讃	Vol.36 循環社会	Vol.61 ロボットと暮らす	Vol.86 地域の起業家育成
Vol.12 企業ネットワーク	Vol.37 ものづくりリネサンス	Vol.62 地域産品が世界にはばたく	Vol.87 クルマの近未来
Vol.13 橋	Vol.38 食農再生	Vol.63 ミュージアムの新しい魅力	Vol.88 地域力を育む教育
Vol.14 農業リネサンス	Vol.39 学生起業	Vol.64 ニューツーリズムへの誘い	Vol.89 ビッグデータ解析、AIが切り開く未来
Vol.15 公園	Vol.40 観光新時代	Vol.65 地域食材が輝く!	Vol.90 インバウンド新時代
Vol.16 バイオテクノロジー	Vol.41 産業クラスターの創造	Vol.66 がんばる商店街	Vol.91 農業の次の一手
Vol.17 百蔵王	Vol.42 コミュニティ・ビジネス	Vol.67 見直そう! 地域伝統芸能	Vol.92 社会を豊かにするロボット技術
Vol.18 美術館	Vol.43 生物産業	Vol.68 業種を越えて地域を活性化す!	Vol.93 明治維新一五〇年を考える
Vol.19 きずな	Vol.44 水の時代	Vol.69 感動の大地	Vol.94 ダイバーシティ経営の実現
Vol.20 港新時代	Vol.45 マイスターに学ぶ	Vol.70 里山の魅力	Vol.95 地域との新たな関わり方—関係人口
Vol.21 新天地創造	Vol.46 知的財産権戦略と中小企業	Vol.71 老舗企業の底力	Vol.96 アート×地域
Vol.22 街の彩り	Vol.47 ニッチ分野に挑む	Vol.72 プロスポーツで地域を活性化す!	Vol.97 未来につながるSDGs
Vol.23 温泉自慢	Vol.48 文化的景観	Vol.73 地域を支えるソーシャルビジネス	Vol.98 地域企業の人材マネジメント
Vol.24 商店街再生	Vol.49 海の技術	Vol.74 ハイ・サービスと変革	Vol.99 モビリティ革命で地域を変える
Vol.25 環境ビジネス	Vol.50 ナノテクノロジーの可能性	Vol.75 神話と伝説の旅	Vol.100 共創によるイノベーション創出

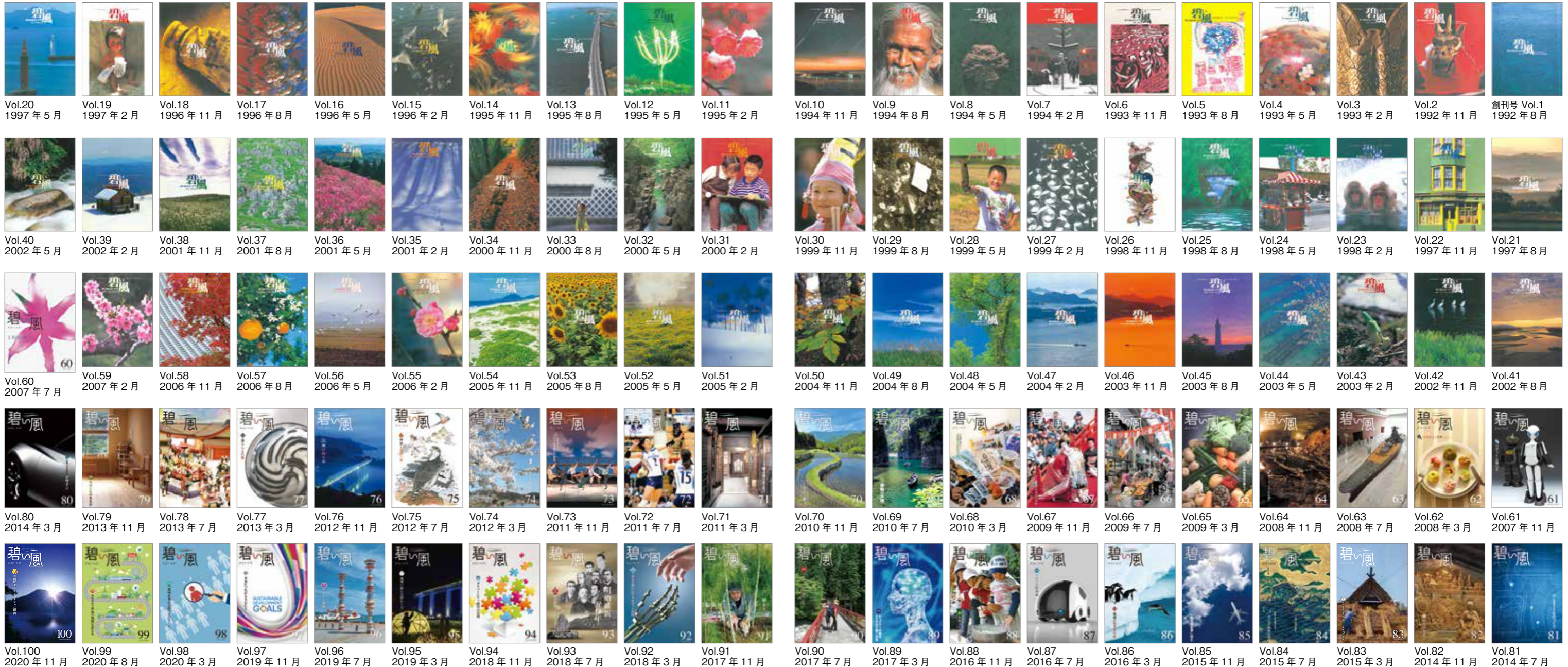
中国電力株式会社 地域共創本部
制作スタッフ 一同

「自分たちの大好きなこの街を少しでも良くし、子どもたちにしっかりと手渡したい」
このような気持ちで頑張っている方が中国地域にはたくさんおられます。本誌はこれからもそうした方々や地域の課題に寄り添いながら、みなさまと一緒に地域づくりの風を巻き起こしてまいりたいと考えています。
引き続き、ご愛読くださいますようお願いいたします。

「この間、人口減少・少子高齢化が急速に進展し、地域の活力や豊かな社会を維持するための取り組みがより一層重要になっています。」
この間、人口減少・少子高齢化が急速に進展し、地域の活力や豊かな社会を維持するための取り組みがより一層重要になっています。

地域情報誌「碧い風」は、今号の発行をもって、通算100号を迎えました。
これまでご愛読いただいたみなさま、発行に際してご協力いただいた方々に心からお礼を申し上げます。

「碧い風」は
100号を迎えました
おかげさまで



氷ノ山

〈鳥取県・兵庫県〉



日本二百名山に選定されている氷ノ山
地図制作：磯部 祥行



氷ノ越伊勢道石畳



山頂小屋



山頂から氷ノ越方面を望む



千年キャラボク

写真提供：氷ノ山自然ふれあい館 響の森

緩やかな尾根と険しい渓谷が織りなす変化に富んだコースが特徴の氷ノ山。登山道にはブナ林や高山植物が見られ、国の天然記念物のイヌワシなどが生息し、五月下旬から十一月の登山シーズンは多くの人でにぎわう。
氷ノ越登山口から緩やかな登山道を進むと、しめ縄が巻かれたさざれ石が現れ、つづら折りの道を経て石畳の道にたどり着く。「旧・伊勢道」と記された道標から、江戸時代にお伊勢参りの街道として人々に利用されていた名残が感じられる。その先には沢があり、冷たい水に触れて一息するのもお薦めだ。
そこから赤倉山の岩壁を眺めながらしばらく進むと、兵庫県側からのルートと合流する氷ノ越に出る。ブナの木

から伸びる太い根を踏みしめながら仙谷口（仙谷分岐）に向かい、岩場の道をやじ登れば見晴らしの良い氷ノ山山頂に着く。
山頂から三ノ丸に向かって下山する途中には、氷河時代からの植物が残る古生沼や秋には赤い実がなる千年キャラボクが見られる。
このルートのほか、三ノ丸登山口などからスキー場のゲレンデ沿いに山頂を目指すコースもあるが、急坂のため、上級者向きとなっている。
また、氷ノ山は湧水が豊富で、氷ノ越登山口の北側では、中腹から湧き出る銘水「氷山命水」が味わえるスポットも人気である。



©「碧い風」VOL.100 2020年11月1日発行

発行人：斎藤 英之 編集人：城市 奈那
●企画・発行：中国電力株式会社 地域共創本部
〒730-8701 広島市中区小町4-33 ☎082(544)2759
[ホームページ(碧い風)] <https://www.energia.co.jp/eneso/kankoubutsu/wind/index.html>

●協力：中国電力ネットワーク株式会社 ネットワークサービス部
●編集・制作：株式会社ジェイクリエイト
〒101-0052 千代田区神田小川町3-7-13 ヴァンサンクビル6F ☎03(6273)7135