



宮城県副知事
若生 正博

早期の産業復興と富県戦略

震災から1年余りが経過した現在、県内の経済情勢は、被災企業や関係機関の復旧・復興に向けた懸命な取り組みにより、回復の動きが見られている。

しかし、産業の復興状況は、地域により大きな格差が生じている。内陸部では、着実に復旧を果たす一方、津波により壊滅的な被害を受けた沿岸部では、大規模な地盤沈下による土地の嵩上げなどの課題が大きく、活動再開の見通しが立たない企業が残されている。

また、雇用についても、沿岸部を中心に多くの企業が廃業や事業活動の休止・縮小に追い込まれたことから、多くの方々が離職を余儀なくされた。被災された方々が、将来に希望を見出し、安心して暮らしていただくためには、深刻化する被災地の雇用問題の抜本的な改善が必要である。

昨年10月に公表した宮城県震災復興計画では、経済・商工・観光・雇用の分野について、「ものづくり産業の復興、商業・観光の再生及び雇用の維持・確保を柱に、復旧期に施策を重点的に展開し、早期の復興を図る。」こととしており、県では震災発生からこれまで、地域産業の中心となってきた企業が事業再開を果たし、再雇用や休業の解消につながるよう、沿岸部の中小企業等の早期復興に向けた支援を行いながら、雇用の回復に努めてきた。

これからも、引き続き被災企業等の復旧支援に全力で当たるとともに、深刻化する被災地での雇用問題の抜本的な改善に向け、一刻も早く我が県の産業を再生し、より安定した雇用の創出を図っていく。

さらに、復旧・復興の取り組みを進める一方で、本県が将来にわたって持続的に発展していくためには、富県戦略を推進し、更なる産業の集積を図っていかなければならない。一言で「産業の集積」と言っても、これは企業誘致だけのことではない。企業誘致と地元企業の発展がセットとなって、初めて集積が図られるものである。

このため、県としては自動車関連産業や高度電子機械産業などの企業誘致に引き続き取り組むほか、クリーンエネルギー等の次代を担う新たな産業の振興を促進しながら、地元企業の技術高度化支援や取引拡大を進め、地域経済の活性化につなげていきたい。

今年度は、「復興元年」と位置付けているとおり、本県の産業復興に向けたまさに正念場である。そのためにも、産学官金融部門の連携・協力の一層の強化をお願いしたい。

(当財団 評議員)

七十七ビジネス大賞受賞

第14回(平成23年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社にしき食品

代表取締役 菊池 洋氏



会社概要

住 所：岩沼市下野郷字新関迎 265 番地の 1

設 立：昭和 27 年（創業：昭和 14 年）

資 本 金：30 百万円

事業内容：レトルト食品製造業

電 話：0223 (29) 2091

U R L：http://www.nishiki-shokuhin.jp/

レトルト食品の相手先プライベートブランド(PB)商品を製造する他、優れた商品開発力を活かし自社ブランド「にしきや」を開発、食産業分野の発展に大きく貢献するレトルト食品製造業

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社にしき食品を訪ねました。当社は、常に安心・安全な食の提供を第一に考え事業展開するレトルト食品製造業です。化学調味料等の添加物は極力使用せず、主原料の品質にこだわった商品は消費者から高い評価を得ています。当社の菊池社長に、今日に至るまでの経緯や事業の特徴などについてお伺いしました。

（平成 24 年 3 月、社名を株式会社西木食品から株式会社にしき食品に変更いたしました。）

佃煮からレトルトへ

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

七十七ビジネス大賞という名誉ある賞を頂き、驚きとともに大変嬉しく思っています。多くの方々からお祝いの連絡を頂き、改めて素晴らしい賞を頂いたのだと実感いたしました。

——会社設立の経緯について教えてください。

当社は、昭和 14 年に佃煮製造業として仙台市五橋で創業、昭和 27 年に株式会社に法人化して現在に至っています。創業当時は佃煮製造一本で事業展開していましたが、次第に佃煮製造だけでは経営が厳しくなり、新しい道を模索していました。先代の社長が日持ちするレトルト食品に興味を持ち、昭和 50 年にレトルト殺菌装置を購入したことがレトルト業への転換のきっかけとなりました。実は、この

殺菌装置を当社に販売したのが私です。当時、大手印刷会社に勤めており、レトルト食品の包材とともにレトルト殺菌装置の販売を担当していました。

当社は、レトルト殺菌装置を導入したものの商品開発ができず大変苦勞していました。そこで、相談に乗り商品開発のお手伝いをしているうちに、先代の社長から熱心に「当社にきてくれないか」というお誘いを受け、昭和56年に入社することになりました。その後、佃煮業からレトルト業への転換を一気に進めていくことになりました。そして、現在3代目の社長を務めています。



本社社屋

小売用商品への転換

——現在の事業スタイルに至った経緯についてお聞かせ下さい。

当時、一般消費者向けの「小売用」レトルト食品（以下：小売用）は大手食品メーカーが強く、スーパーマーケットには大手の商品しか並んでいませんでした。当社で開発した商品を売り込みに行っても、「CMでやってるの？」と聞かれ、一切扱ってくれませんでした。そこで、当時、大手ファミリーレストラン等が次々と出店していたことから、外食産業向けの「業務用」レトルト食品（以下：業務用）に着目し、商品開発を行っていくことにしました。最初に、ファミリーレストランのビーフカレーの「業務用」を、顧客の要望の味に仕上げたプライベートブランド（以下：PB）として作りました。その後、コンビニエンスストアや持ち帰り弁当チェーンなど

に、カレーやパスタソースなどの「業務用」をPBで次々と生産・販売していきました。

当時、大手企業では製造設備が大きく、個々の外食産業の要望の味をPBで製造するためにはトン単位の量でなければ注文を受けられませんでした。それに対し、当社は製造設備が小さかったため、1ロット300kg程度の少ない単位で受けられるという強みがありました。この強みを活かし、東北をはじめ関東や関西へと販路を拡大し、順調に売上を伸ばしていくことができました。

しかし、外食産業の市場が拡大してくると、次第に大手企業が参入してくるようになり、価格競争が大変激しくなっていました。このまま取引を続けても将来利益を確保することができなくなると判断し、「業務用」から撤退して、比較的単価が高い「小売用」のPB商品への転換を決断しました。

当時、「業務用」が売上の約8割を占めていたもので「業務用」から高単価の「小売用」へと、営業戦略を根本から大きく変える決断は大変勇気がありました。しかし、今では会社理念に基づいた商品作りができており、あの時決断して本当に良かったと思っています。現在、「業務用」の取引先はほとんどなく「小売用」を中心に営業展開を行っています。

例えば、「無印良品」で取り扱っているカレーやパスタソースなどは、すべて当社で作らせて頂いています。素材にこだわって作っていますので、スーパーなどで販売しているものに比べると値段が高めですが、お客様からは「美味しい」と高い評価を頂いています。

また、「業務用」を製造していた頃はカレーが中心でしたが、「小売用」の製造に営業戦略を変えてからはパスタソースや炊き込みご飯の素、スープなど幅広い商品を取り扱っています。



各種商品

——御社の強みを教えてください。

当社の強みは、ストックレシピ（レシピの在庫数）が多いため、注文を受けてから製造までの対応が速いことです。長年、多くのお客様と取引をさせていただき、様々なPB商品を作らせて頂きました。商品1つ1つにレシピがありますが、その商品を作る過程で何度も何度も試作を重ねており、その試作品もレシピとして保存しています。現在は、少なくとも3,000種類以上のレシピがあります。

お客様からPB商品の開発を依頼された際は、これまで保存してきたレシピの中からお客様の希望に一番近いレシピを選び、そのレシピを加工して商品開発を行っていきます。他社のようにゼロから商品開発を行うわけではないので、迅速に対応することができます。これまで保存してきたレシピを味や具材などのタイプ別にカテゴリー化し、パソコンでデータ管理を行うことにより、お客様の依頼により迅速にお答えすることができています。



作業風景

にしき食品の使命

——経営理念についてお聞かせ下さい。

当社では、基本理念として「生命体が本能として求める健康を増進する為の食を開拓し、供給する事である。」と定めています。7年程前に私自身が考えたものです。人間は、本能的に健康を求めています。そこで、本能として求める健康を与えたい、そういう商品を開発したいという思いから、この基本理念を考えました。

レトルト食品というと、どうしても添加物や化学調味料が入っているイメージが強いと思います。しかし、当社ではこの理念に基づき、常に体に良い商品作りを心掛けていますので、当社のレトルト食品は保存料はもちろん化学調味料や着色料などの添加物をできるだけ使用しない商品となっています。



作業風景

主原料へのこだわり

——主原料にこだわりを持っているそうですね。

当社は「無添加ありき」でレトルト食品を製造しているわけではありません。あくまでも、体に良いもの、美味しいものを本気で作ろうとすると、自然と無添加になっていくのです。化学調味料を使うよりも、きちんと素材から出汁をとった方が美味しい出汁がでますし、香料を使わなくても素材の香りを引き出すことはできます。もちろん製

造過程でどうしても必要となる添加物もありますが、ほとんどの添加物は「美味しくないと素材を美味しいものに見せかけるために使われている」と思います。当社では、素材にこだわり、その素材を最大限に活かした製造を行うことで、本当に美味しいものができると考えているので、結果としてほとんど無添加となるのです。

そのため、主原料の1つである「水」や、調味料の「塩」「砂糖」の品質には十分こだわっています。塩は沖縄産の自然塩、砂糖も沖縄産のきび砂糖を使用しています。水については、水道水を独自の浄水器で浄化して使用しています。水道水に含まれている塩素は、野菜が持っているビタミン類を破壊し、なくしてしまいます。そのため、独自の浄水器を取り付け、活性炭のフィルターを通して塩素を取り除いています。さらに3種類のセラミックを通すことにより、水道水が名水のような水に変化するのです。なぜ、セラミックを通すのかというと、名水は地下の岩盤を通して湧き出てくるのですが、この岩盤がセラミックなのです。当社では、この名水が湧き出る仕組みを再現しています。

このように「水」や調味料にこだわることで、お客様からは「レトルト臭がしない」「添加物が少なく自然な味がする」と高い評価を頂いています。

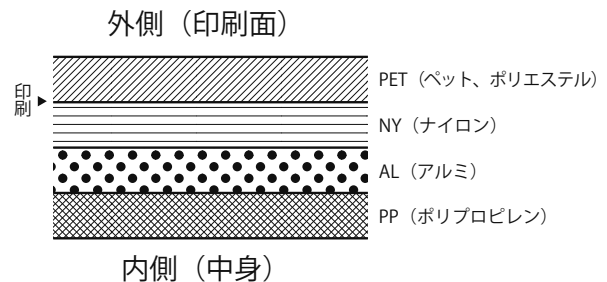


レトルト殺菌装置

——レトルト食品はなぜ長期間保存ができるのですか。

缶詰と同じ原理です。商品をレトルトパウチ袋に密封したら、レトルト釜に入れます。この釜の中で圧力をかけ高温で加熱処理を行います。商品によって殺菌温度と時間は違いますが、一例として1人前用のカレーは、120℃で40分間殺菌をします。こうすることにより、袋の中の微生物が死滅し、長期保存が可能になります。

また、レトルトパウチ袋は一見1枚の袋のように見えますが、多層のプラスチックフィルムを貼り合わせて作られています。プラスチックフィルムの中に挟んであるアルミ箔が空気や光を遮断することで、商品の美味しさを長期間保つことを可能にしているのです。



レトルトパウチ構造図

よりよいPB商品を開発するために ——自社ブランド「にしきや」について教えてください。

販売する商品を「業務用」から「小売用」に切り替えた時に、より品質・味の優れた商品を開発するためには、自社でもっと多くの商品を開発しなければいけないと思いました。業務用・小売用問わず、PB商品の場合はお客様から依頼があって初めて商品を作るため、注文がない限り、商品のレシピは増えません。当社の強みであるストックレシピの多さを発揮するためには、自社で独自に企画した商品を開発する必要があると考え、自社ブランド「にしきや」が誕生しました。現在カレーやスープ、お粥などのレトルト食品を製造・販売しています。

自社ブランドを開発したことで、お客様には「当

社では〇〇のような商品を作る技術がありますので、PBで〇〇のような商品を作ってみませんか？」など、商品提案が可能になりました。最近では、「にしきや本格インドカレーシリーズ」の問い合わせが特に多く、テレビや雑誌など各種メディアの取材を多数受けています。また、大手2社からもPB商品でインドカレーを作りたいというお話も頂いています。

自社ブランド「にしきや」の商品は、インターネットまたは工場に併設している「にしきや本店」で購入することができます。



にしきや本店

——「にしきや本格インドカレー」についてお聞かせ下さい。

当社では、生産量の60%をカレーが占めていて、様々な種類のカレーを作っています。これだけカレーを作っているのだから、「いつかはレトルトで本物のインドカレー作りに挑戦してみたい」という想いを常に持っていました。本格的に取り組み始めたのは5年位前からです。東京・千葉の有名インド料理店を食べ歩き、月に1回インドカレーの先生を会社に招き、勉強会も行いました。また、実際に社員が何度もインドに研修に行き、一流ホテルの料理から家庭料理まで徹底的に学びました。この研修を通して、スタッフが皆「インドのカレーを食べると体調が良い」と体感したそうです。なぜなら、インドのカレーは野菜と塩、そして香辛料からできていて、添加物など余計なものが一切入っていないからで

す。美味しいだけではなく、食べることで健康になるインドカレーは、まさに当社の理念そのものです。今年の2月に東京ビッグサイトで開催された「スーパーマーケット・トレードショー」でインドカレー6種類を発表し、大きな反響を得ることができました。お客様からの反響もよく、30種類を目標に、毎年6種類ずつ新商品を開発していく予定です。



本格インドカレーシリーズ

安全第一、品質第一

——食品の安全を確保するための取り組み、衛生面での取り組みについてお聞かせ下さい。

効率の前に「安全」・「品質」を、という基本的な考え方で製造を行っています。どうやったら安全第一、品質第一で行動できるのかを考える中で、まずはHACCPの認定を受けようと考えました。HACCPの認定を受ける際は、管理職や監督職が全員参加しますので、そこで学んだことをそれぞれの持ち場に戻って社員に教育することができます。また、認定を受けた後も年1回の更新と数回の講習会がありますので、常に「安全」・「品質」への意識を保つことができます。また、衛生管理においては、工場へ入る際に衛生チェックを厳密に行っています。髪の毛や爪、服装などの衛生面でのチェック表を用いて行くとともに、入口に検査官を配置することで、チェック表と人の目による二重のチェックを行っています。HACCPの認定を受けたおかげで社内の品質管理・衛生管理が一層強化されたと思います。

それ以外でも、当社ではより安全で衛生的な職場作りに取り組むために安全衛生委員会という組織を作り、外部講師をお招きし、安全管理や衛生管理についての指導を受けています。

にしきの奇跡を

——東日本大震災についてお考えになられたことなどお聞かせ下さい。

当社は、津波により床上浸水の被害を受けました。周辺地域も大きな被害を受け、電気の復旧に1ヶ月以上かかりました。しかし、社員を1人も解雇することなく、工場が全面休止している中でも給与を全額支給し、雇用を維持しました。また、社員全員が協力してがれきの撤去、清掃活動を行い、震災から45日という短期間で生産を再開することができました。当時の被害の状況から考えると、本当に奇跡的な早さでした。また、この復旧活動の中で、岩沼市等の被災者に対して緊急物資としてレトルト食品の提供、避難所でカレーの炊き出しを行う等、支援活動も行いました。

その後、震災により停止していた新工場の建設も昨年7月に再着工し、今年2月に完成しました。

ご支援を頂いた皆様、製造再開を待っていて下さった取引先の皆様には本当に感謝しております。皆様のご期待に応えられるよう、これからも新たな商品開発に励みたいと思います。



震災時の本社社屋

「想い」を持って

——最後にこれから起業する方へメッセージをお願いします。

私が会社経営で大切だと思うことは社会に貢献したいという「想い」です。ただ商売をしてお金を稼ぎたいというだけでは会社経営は長続きしないと思います。

私の「想い」は、会社の基本理念にある通り、食の面から社会に貢献することです。添加物を加えて、それなりの素材を美味しく見せかけることは、いくらでもできます。しかし、そのような商品は決して体に良いとは言えません。当社では、これからも素材にこだわり、体に良い商品を開発し、社会に貢献していきたいと思います。

皆さんにも、社会に貢献するための「想い」を持って起業してもらいたいと思います。



菊池社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますのご発展をお祈り申し上げます。

(24. 5. 23取材)

七十七ニュービジネス助成金受賞

第14回(平成23年度)

企業
インタビュー

Interview

トライポッドワークス 株式会社

代表取締役社長 佐々木賢一氏



会社概要

住 所：仙台市青葉区一番町1-1-41
カメイ仙台中央ビル7F
設 立：平成17年
資 本 金：71百万円
事業内容：ITシステム開発・販売
電 話：022(227)5680
U R L：http://www.tripodworks.co.jp/

東北大 IIS 研究センターのアドバイスを受け、地域医療連携向けの高速度画像処理共有システム「Med.i.Compressor」を開発、診断画像の高速度送信と安価で簡単なシステムの構築に成功

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中からトライポッドワークス株式会社を訪ねました。当社は、セキュリティソリューション事業、先端技術開発事業、ITサービス事業を柱とするシステム開発会社です。当社の佐々木社長に、新システム開発など今日に至るまでの経緯や今後の事業展開などについてお伺いしました。

ローカルの強みを活かす

——七十七ニュービジネス助成金を受賞されたご感想をお願いします。

今回で3度目の応募だったのですが、ようやく受賞できたことを大変嬉しく思っています。過去に国や業界団体から表彰を受けたこともあります。ITという業務分野の中での受賞でした。今回はIT限定ではなく、様々な業界の企業がエントリーしている中で受賞できたということに意味があると思っています。

頂いた助成金は、今後の研究開発の費用として有効に使わせて頂きました。

——会社の設立経緯を教えてください。

以前勤めていた外資系のIT企業で東北支社の立ち上げを任せられ、中小企業のお客様を担当した際に、大手企業よりも中小企業の方がITで困っているなど感じました。なぜなら、人員不足や資金不足などでITを導入できない、導入したものの活用できていないという中小企業が多くあったからです。しかし、中小企業にもITへのニーズはありますので、中小企業のニーズに応えられるようなサービスを提供できる会社を起業しようと思いました。中小企業

向けITサービス分野は、大手IT企業が参入していないマーケットだったのでビジネスチャンスがあると思いました。

そして「仙台で起業する」という点に優位性があると思いました。例えば、IT関連の職に就きたいと考えた時、地元を離れて東京に出ていく人が多くいます。なぜなら、地方のIT企業の仕事は大手の下請けや孫請けの仕事が多く、東京のIT企業のような最先端の技術を使ったクリエイティブな仕事が行えないからです。しかし、IT関連の企業に就職を希望する人の中には、地元に残って仕事をしたいと考える人や、Uターン・Iターンを志向する人も意外と多くいるのです。そこで、地方にいながらにして東京のようなクリエイティブな仕事が行える環境があれば、優秀な人材を確保することができると思いました。

また、仙台は東北大学をはじめ、大学や高等専門学校などITに特化した優秀な技術者を輩出する研究機関が多くあります。その研究機関に眠っている研究シーズをビジネスニーズとマッチングさせられるのではないかと思います。東京で当社のようなベンチャー企業が研究機関と連携しようとするのは雲を掴むような話ですが、仙台であれば可能だと思いました。

経営基盤の強化という面から見ても、仙台は金融機関をはじめ行政やメディアといったファンクションが揃っています。それらが見通せる距離感にコンパクトにまとまっているので、何か事業を起こそうとした時に、応援してくれる企業や団体と結び付きやすいと思いました。

このような点をトータルして「ローカルの強みを活かしたグローバルな事業展開」をコンセプトに起業しました。

——設立時の苦労話などあればお聞かせ下さい。

まずは、会社のコンセプトを理解してくれる社員を集めることに苦労しました。設立当初は知名度も実績もありませんので、どうやってこのコンセプトを理解してもらうかということが難しかったです。今でこそ、このような取材をしていただいたり、事

業をアピールする機会を頂けていますが、当時はそのような機会はありませんでした。

あとは、やはり資金繰りです。通常のIT企業の場合、多くはシステムエンジニアの時間を売って収益を得るモデルになっています。「一人当たり〇万円の人が〇日働いたので今月はいくらになります。」という方法で、毎月一定の収入があるので資金繰りはそれほど難しくありません。

しかし、当社の場合は製品・ソフトを開発・販売し収益を得るモデルです。製品・ソフトがすぐ売れるという保証はありませんので、どうしても先行投資になってしまいます。より良い製品開発には経験豊富な技術者が必要になりますし、1人では作れないので、ある程度の人数を確保しなければなりません。しかし、製品をまだ売っていないので人を雇うお金がない。創業から4年くらいは本当に資金繰りとの戦いでした。



職場風景

パートナー企業の存在

——社名の由来について教えてください。

トライは「3」、ポッドは「足」という意味で、トライポッドとは「三脚」という意味になります。私は、お客様と1対1の取引を行うよりも、パートナーとなる企業と連携して役割分担をしながら事業を行う方が、効率よく、互いの強みを活かし、大きな成果を上げることができると考えています。そこで、少なくとも3社で役割分担をして事業を行っていこ

うということをお脚に例えました。ワークスは「工場」という意味なので、当社は様々な三脚を作る工場になろうと思っています。

また、三脚は四脚よりも安定していて、デコボコしている地面でも必ず3つの脚が地面に着くようにできています。IT業界は波がありますが、その中でもしっかりと安定できるようにという気持ちも込めて「トライポッドワークス=三脚の工場」という社名にしました。

——経営理念についてお聞かせ下さい。

経営理念ですが「人材が1番」ということですね。人材は、当社にとってそれ以外考えられないというくらい大切な経営資源です。

私は、仕事を行う上で、人がもともと持っている才能や培ってきた技術よりも、やる気があるか、将来的な夢や目標があるかということの方が大切だと思っています。したがって、当社では、仕事が楽しいという感覚と、夢を実現できる場所を提供したいと考えています。地方にいながらにして、①グローバルな事業展開、②最先端技術を使ったモノづくり、③世の中にないものの創出、が可能であるという考えを社員全員で共有しモチベーションを高めることによって、夢や目標が実現すると思っています。



本社メンバー

もっと簡単に、もっと安全に

——事業内容について教えてください。

当社は大きく2つの事業を行っています。1つはセキュリティソリューション事業です。これは企業に必須のインターネットを、簡単に安全に運用するための仕組みを提供しています。私たちの生活はITであふれていますが、その中で私がすごいと思うのは昔からあるいわゆる電話機です。地球を覆い尽くすような巨大な通信網に、ダイヤルを回すだけという簡単な操作でアクセスし、世界中の人とリアルタイムで話すことができるからです。特に、子供から年配の方まで誰もが使えるということは本当にすごいですね。それに対して今のITはどうでしょうか。難しいことをするためには難しい操作をしなければならないことが多いように思われます。しかし、難しいことを簡単にするのが本当のITです。そこで、当社のこの事業では、インターネットを簡単に使うという側面と、安全に使うという側面を両立するようなシステム、つまりビジネスクommunicationsを円滑にするようなシステムを開発・販売しており、これまで6,000社以上の企業にお客様となって頂いています。

もう1つが先端技術開発事業です。こちらでは数年先に大きくなるであろうと思われる分野のビジネスニーズを先読みし、研究機関の研究シーズをうまく活用させて頂きながら技術開発を行っています。今回助成金を受賞した「Medi.Compressor」もその1つです。



製品写真

遠隔救急医療

——「Med. i. Compressor」の開発経緯について教えてください。

東北大学に、「CTやMRIといった医療画像を小さくして転送速度を速くすることはできないか」という相談が鹿児島県の医師会からきました。なぜこのような相談がきたのかというと、鹿児島県の離島などの病院ではCTやMRIを撮影することはできても、その医療画像を読影し診断できる医師が不足しているため、撮影した医療画像を、読影できる医師が勤務する都内や鹿児島市の病院に送らなければならないからです。

しかし、医療画像はデータサイズが大きいため従来のADSL通信回線のような細い回線では送信に時間がかかってしまいます。例えば、約1.5ギガバイトの画像サイズ（CD-ROM約2枚分）を送るのに約3時間かかってしまいます。脳卒中の初期処置に必要な時間が30分以内ということを考えると、どれだけ遅いのが分かります。

さらに、このような遠隔医療を行うためにも大変高額な医療情報システムの構築が必要であるため十分に普及していない状況にあります。

東北大学には、画像を圧縮する知見はありますが、実際にそれを機器として開発する役割はありません。そこで当社の技術力を活かし、東北大学IIS研究センター（東北大学大学院工学研究科情報知能システム研究センター）のアドバイスを受けて開発したのが「Med.i.Compressor」です。



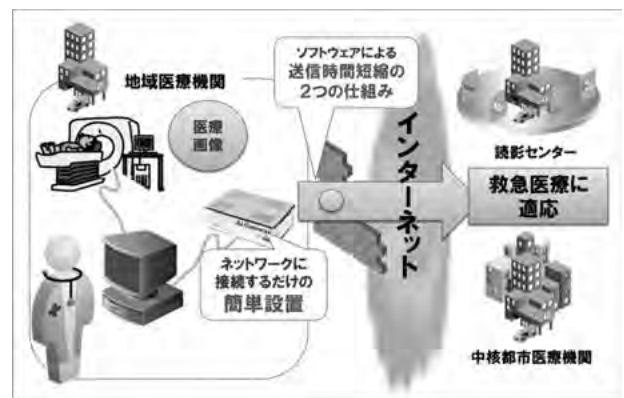
「Med.i.Compressor」

——「Med. i. Compressor」の具体的な内容について教えてください。

通常、画像を圧縮する際はCPU（Central Processing Unit）というプロセッサ（演算装置）を使用します。これは、コンピュータに与えられる様々な処理を汎用的に実行するための装置で、複雑な画像処理を高速に行うことには向いていません。一方で、GPU（Graphics Processing Unit）という画像処理に特化したプロセッサがあります。GPUは、従来ゲームに代表されるような3D処理に使用されているもので、画像処理に必要な計算を短時間で行うことができます。当社では、東北大のアドバイスを受けてこのGPUを画像圧縮処理に転用し、独自の画像圧縮技術を開発しました。

また、救急医療の現場では、迅速な初期診断が必要とされます。そこで、当社では「Med. i. Compressor」を使って二段階の対応が行えるようにしました。まずは撮影した医療画像のうち至急で必要な一部を圧縮し短時間で送信することによって、医師による迅速な初期診断を可能にしました。その後、非圧縮データを送信することにより全体の診断が行える仕組みになっています。このシステムにより、医療環境が十分整備されていない離島や過疎地等の地域においても迅速な初期診断や適切な医療を行うことが可能になります。

実際に、4月1日から鹿児島県で稼働しています。



「Med.i.Compressor」の仕組み

——他社製品との違いを教えてください。

大きく3つの違いがあります。1つ目は、ネットワークに接続するだけというシンプルさです。システム開発の仕事は、開発したシステムをパッケージソフトという形でソフトに価格を付けて提供することが多くあります。しかし、ソフトだけでは動きません。ソフトを動かすためのコンピューターを用意しソフトをダウンロードしなければなりませんし、さらに、ネットワークの環境を整備したり、実際に使えるようになるまでには手間と時間がかかります。当社では、そのような手間をなくすため、ハードとソフトを一体化させた完成品を提供しています。購入していただいた後は、ネットワークに繋いで電源を入れて頂くだけで使えます。

2つ目は、汎用部品を使用しているため、安価な価格で提供できるということです。他社の場合は、専用医療機器を使用するため数千万から数億という高価格になってしまいます。しかし、当社が開発した「Med.i.Compressor」はパソコンに使用される汎用部品のGPUを使用しているため安価な価格で提供することができます。

3つ目は、短時間で画像を転送できるということです。先ほどお話したように、GPUは画像処理に特化したプロセッサなので、短時間で画像を圧縮することができます。さらに、当社では独自の画像圧縮技術を開発いたしました。従来は、逐次処理で先頭から順番にデータ処理を行うため時間がかかっていました。当社の画像圧縮技術は、並列処理で複数のデータを同時に処理するため従来の10分の1以上の速さで処理を行うことができます。



「Med.i.Compressor」の機能

——「Med. i. Compressor」の販売先についてお聞かせ下さい。

「Med.i.Compressor」自体は、地方の病院が多くなると思います。しかし、開発にあたって得た技術は医療のみならず様々な分野に応用できると考えています。画像や動画を扱う業種は多くありますが、例えば写真スタジオでも活用できると思います。撮影方法がカメラからデジタルカメラに変わり、一度に撮影する枚数が増え、データの保存に困っているという話を聞いています。そこで、今回開発した画像圧縮技術を応用することができます。撮影したデータを圧縮して保存することにより、現在よりも多くの写真を保存できるようになります。今回は送るために圧縮しましたが、保存するために圧縮するという方法も有効だと思います。

——今後の事業展開についてお聞かせ下さい。

まず、医療分野において業務展開を考えています。例えば、医療器具等でデジタル表示なのにデジタルデータとして取り出せないものが多くあります。体温計や血圧計など、デジタル表示なのにデータをパソコンに取り出せないのです。しかし、そのデータを取り出してグラフ化したり、データベース化したいというニーズはあると思います。そこで現在、表示されたデータをスマートフォンのカメラで読み取ってデジタルデータ化できるようなシステムを開発中です。

次に検討しているのが農業分野です。今年の2月に、大学、IT関連企業、営農者等のメンバーを中心に「東北スマートアグリカルチャー研究会」が発足されました。この団体は、高齢化や後継者不足等の様々な課題を抱える農業分野において、ITを活用し新しい農業の形を生み出していこうという考えから発足したもので、当社もメンバーとして参画しています。

農業へのIT導入は、これまで主にコスト面の制約からなかなか進んでいませんでしたが、クラウドコンピューティングのサービスや安価なセンサーなどの登場により、実現への道筋が見え始めています。現在、この団体に参画するメンバーと協力して様々

な実験も行っています。ITを活用することによって、今よりもっと効率よく農業を展開し、農業が抱える問題をITで解決できればと考えています。

復興にITを

——東日本大震災についてお考えになられたことなどお聞かせ下さい。

仙台に本社を構えていることもあり、今回の東日本大震災においては、否が応でも大きく関わらざるを得ない立場にあると思っています。ボランティア精神だけではなく、企業人としてITで復興に関われないかと考え、昨年4月に「ITで日本を元気に！」というプロジェクトを立ち上げました。仙台及び東京のIT業界を巻き込んで、IT業界として、ITに携わっている企業の人間として、継続的に復興に関わっていくことができるのではないかと思います。被災者の生活支援や事業復興には、パソコンやネットワークが役立つと考え、現在までに約500台のパソコンを避難所や事業の再生を目指す企業に提供しました。

この震災復興は、支援を行うだけではなく、地域の方々と一緒に取り組まなければならないものだと思います。今後もIT企業として何ができるのかを継続して考え、地域の方々とうまく役割分担をして復興に関わっていきたいと思います。



避難所でのPC設置の様

——最後にこれから起業する方へメッセージをお願いします。

仙台は起業するのにとてもよい環境が揃っているため、ぜひチャレンジしてほしいと思います。ただ、なぜ今までチャレンジする人が少なかったかという点、身近な成功事例が少ないからだと思っています。ですから、私も仙台で起業したからには、仙台ならではの事業モデルを成長させ、地方企業のロールモデル（模範）の一つを作りたいと考えています。

当社は、今年の5月決算で売上が前年比50%増となり、この3年間で5.7倍に拡大しました。確実に業績が伸びていることや今回のような表彰を頂いたことが、次なるモチベーションとなり、責任にもなっていると思います。

ベンチャー企業の成長は、地方の活性化、更には日本の活性化に直結していると思いますので、少しでも貢献できれば嬉しく思います。また、当社の成長が刺激となって、新しい風を運んでくれるような企業が次々に生まれてくれば更に嬉しいと考えています。



佐々木社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後のますますの発展をお祈り申し上げます。

(24.5.14取材)



「巨艦」中国の次の一手

～中国巨大市場の行方と日本の震災復興～

多摩大学大学院客員教授 沈 才彬 氏



沈 才彬 氏

4月20日（金）、七十七銀行本店4階大会議室において、多摩大学大学院客員教授 沈才彬氏をお招きして、「『巨艦』中国の次の一手～中国巨大市場の行方と日本の震災復興～」と題してご講演いただきました。今回はその講演内容をダイジェストとしてご紹介いたします。

東日本大震災があった昨年3月11日、私は上海におりました。中国人は日本の人々が秩序を守り冷静であることに感動し、高く評価しておりました。さらに被災地の佐藤水産の佐藤専務が中国からの研修生20人の命を津波から救ったことについても広く知られ、日本へのイメージも変化しています。私も何かお手伝いできないかと考え、昨年5月11日に東京の日本工業倶楽部で義援講演会を開き、些少ながらその募金収入を日本赤十字社経由で被災地に寄付いたしました。本日は、日本が世界の成長センター・中国のエネルギーをどのように吸収して成長につなげていくべきか、東北地方の震災復興のあり方も絡めながらお話してまいります。

一般教書演説にみる米の焦燥感

世界の二大大国米中の軋轢が強まっているようにみえます。世界の超大国アメリカは世界第2位の経済大国となった中国をどのようにみているのでしょうか。1月24日にオバマ米大統領は議会に一般教書演説を行いました。そこで5回にわたり中国に言及しました。一つひとつあげてみます。①中国の生産コストは上昇し、米国の国内回帰に絶好のチャンスである。②中国製品のアンチダンピング措置が前ブッシュ政権時の2倍となり、効果をあげている。③中国製タイヤに対しアンチダンピングを発動し、米国の雇用が1000人増えた。④不公平な貿易を調査する政府部門を設置する。⑤風力や太陽光エネルギー産業について、中国やドイツに負けず新エネルギー政策をあきらめない。以上5点です。いずれも米中摩擦に関して言及しています。

沈 才彬(シン・サイヒン)氏 プロフィール

多摩大学大学院客員教授、中国ビジネス研究所代表

----- 略 歴 -----

- ・1944年 中国江蘇省海門市に生まれ
- ・1981年 中国社会科学院大学院修士課程(日本経済史)修了、同大学院講師
- ・1984年 東京大学客員研究員、早稲田大学客員研究員
- ・1987年 中国社会科学院大学院助教授
- ・1989～92年 御茶ノ水女子大学客員研究員、一橋大学客員研究員
- ・1993年 三井物産戦略研究所主任研究員
- ・2001～08年3月 三井物産戦略研究所中国経済センター長
- ・2008～12年3月 多摩大学教授、同大学院教授。2012年4月より現職

----- 主な兼職 -----

- ・2006年～ 天城会議(日本有識者会議)メンバー
- ・2007年～09年 中国山東東亜研究所顧問
- ・2008年～09年 国土交通省観光立国推進戦略会議 WG委員
- ・2011年～ 中国ビジネスフォーラム代表
- ・2012年～ フジテレビ「コンパス」オピニオンリーダー

----- 主な著書 -----

- ・『中国スーパー企業の研究』(アートディズ、2011年)
- ・『中国ブラックホールが世界をのみ込む』(時事通信社、2010年)
- ・『中国経済の真実』(アートディズ、2009年)
- ・『中国沈没』(三笠書房、2008年、2刷)
- ・『「いまの中国」がわかる本』(三笠書房、2007年、10刷)
- ・『検証中国爆食経済』(時事通信社、2006年)
- ・『チャイナショック』(日本能率協会、2002年)
- ・『動き出した中国巨大IT市場』(編著、日本能率協会2001年)
- ・『中国経済読本』(亜紀書房、1999年)
- ・『喜憂並存の中国』(亜紀書房、1996年)
- ・『天皇と中国の皇帝』(六興出版、1990年)

昨年の一般教書演説では中国に4回言及しましたが、いずれも評価するものでした。オバマ大統領の姿勢は大きく変化しました。この姿勢の変化の背景には、表層的には3つの「9」という数字があると考えられます。1つ目は2011年の中国の成長率が9.2%の高成長を遂げたこと、2つ目に米国の対中貿易赤字が前年比9%近く増加したこと、3つ目に米国の失業率が9%前後にあることです。この3つは互いに相関関係にあります。それは中国の輸出の増大ということです。中国は為替レートを低く抑え、国内の企業に補助金をつけて輸出を奨励しているというものです。そして今年には米国の大統領選挙の年です。9%の失業率に対するオバマ大統領の危機感の現れです。

しかし、深層底流に流れるものは、中国の急速な台頭に対する米国の危機感であり、焦燥感でしょう。今から約20年前の1990年の中国の経済規模は、およそ米国の15分の1でしたが、2010年には8分の1、11年には2分の1とその差は縮小しています。中国のGDP（国内総生産）をドルで換算すると、2010年は5兆9300億ドル、11年は7兆4261億ドルとなり、1年に1兆4961億ドル拡大していますが、このような拡大は世界初のことです。自動車に関していえば、中国の新車販売台数は、1990年は55万台でしたが、2000年に200万台となり、10年には1806万台と世界市場初めて1800万台を達成しました。このように台頭する中国とどのように向き合えばよいのか、これはアメリカの重要な課題です。

次期主席にほぼ決定した習近平氏

2012年にはフランス、アメリカ、中国など主要な国が選挙の年を迎えました。最も注目すべきは中国とアメリカでしょう。米国では、大統領選の年には対中強硬論が主流となり、チャイナ・バッシングが強まります。また、中国は今秋、5年に1度の共産党代表者大会を開き、新しい中央執行部を選出します。中国の次の国家主席に習近平氏になることはほぼ決定的です。

習氏が国家主席になることで、これまでと違うことは、現在の最高指導者が選ぶのではなく、選挙の結果に基づいているということです。2007年6月、党内の秘密選挙が行われました。投票資格者は約400人。200名の候補者リストが作成されました。条件は2つ。60歳以下であること、官庁副大臣以上の幹部であること。その結果、本命の李克強を抑えてダントツの1位だったのが、現在の習近平国家

副主席です。これは民主主義といえば民主主義なのですが、党内の一部の民意の反映というものでしょう。

習近平氏は共産党の高級幹部の子弟を指す太子党の一人ですが、他の太子党とは異なる面があります。それは國務院副総理などを務めた父親の習仲勳が文化大革命で失脚して16年間もの間、軟禁状態にあり、親の恩恵はなかったことです。むしろ反動学生として7年の間、農村に下放されました。ここで生産大隊党支部書記を務め、精華大学に入り、その後、福建省長、浙江省党委書記、上海市党委書記など、地方行政を3つ経験し、評価を高めていきました。そして、先ほどの選挙で一躍次期リーダーに内定したのです。9名の常務委員のうち、2名は決定しましたから、残り7名の枠を求めて、現在、激しい権力闘争が繰り広げられています。

本年秋の代表者大会で、習主席が誕生して中国がどのように変わっていくのかが、注目されます。ただ、習近平氏は現政権の胡錦濤路線を踏襲するでしょう。独自色を出していくのは2期目以降となります。したがって大きな政策の変化はないとみてよいのではないかと思います。政治的には「安定確保」、経済的には「成長確保」が、最重要課題なのです。この2つが2012年の中国政治と経済を読むキーワードとってよいでしょう。

薄・重慶書記事件の背景にあるもの

この習氏が2月にアメリカ訪問する1週間前のこと、重慶市の王立軍・公安局長が成都のアメリカ総領事館に逃げ込み、亡命を求める事件がありました。イギリス人実業家の死亡事件の捜査で、薄熙来・重慶市書記から圧力がかかり、この公安局長は身の危険を感じて駆け込んだのです。この公安局長は結局、北京当局に引き渡されました。この事件の責任を問われて、薄氏は市書記職や中央政治局員を解任、職務停止されています。不正蓄財も背景にあるとされています。

ところで、薄氏は先ほどの7名の指導部の中に入ろうとしていました。薄氏は「重慶モデル」という新しい成長モデルを試行していたところでした。重慶モデルとは、輸出より内需を重視し、成長より分配を重視する発展モデルです。党中央政治局委員の薄氏が2007年に重慶市書記に就任してから打ち出された発展戦略です。

中国は改革開放路線採用以降、経済成長最優先路線を歩み、輸出牽引型成長をたどってきました。し

かし、すでに改革開放路線は30年以上経過しました。この発展モデルも限界に来ているのです。貧富の差、都市部と農村部の所得格差、沿海部と内陸部の地域格差など格差問題が顕在化してきました。国民の不平不満はたまる一方です。近年、多発している農民暴動や反政府デモの殆どは、その背景にこの深刻な格差問題があるのです。

これに対して、重慶市はこうした問題に対して新しい成長モデルを提示したということになります。その一つが戸籍制度の改革です。中国では農村戸籍と都市戸籍は分けられています。農村戸籍の人たちは都市部に移住しても、医療保険や雇用保険、年金などの社会保障を受けることができず、都市部で義務教育を受ける権利もありません。都市部と農村部の住民の所得格差は3.3倍といわれますが、こうした点を考慮すると実質で6倍ほどの格差となっています。重慶市はこれに対して、2010年8月から戸籍制度の改革に着手し、農村部の出稼ぎ労働者である農民工に都市戸籍を取得させるなどの改革を行っているのです。また、低所得者のための住宅改革などを行っており、良い面もあります。

問題点もあります。強制的に革命歌を歌わせるなど毛沢東路線が感じられます。1966年から76年の文化大革命は中国の悲劇です。革命歌は日中戦争時の反日の歌です。革命歌は中国のナショナリズムをあり、日中関係が悪化することが懸念されます。革命歌を歌い、暴力団という黒社会を撲滅するという「唱紅打黒」は文化大革命の手法であり、毛沢東回帰が懸念されるのです。

このように重慶市書記解任事件は2つの側面を持っています。一つは権力闘争の面で、これは薄熙来氏と胡錦濤・温家宝執行部との対立の側面です。もう一つは路線闘争の側面で、毛沢東路線回帰か鄧小

平路線の継続かという対立です。今回の事件にはこうした背景があるのです。

景気減速でも財政出動の余地大きい

次に本年の中国経済の展開について考えてみましょう。2011年の中国のGDP（国内総生産）は前年比9.2%の成長を遂げました。今年がどうなるかということです。

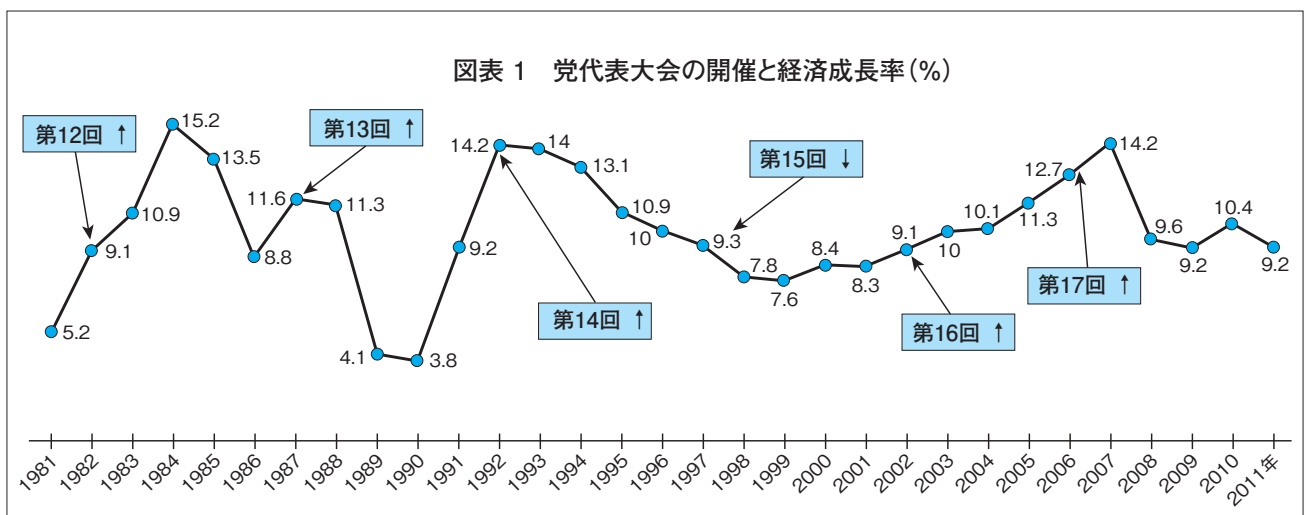
中国経済にはある経験則があります。それは5年に1度の党代表大会の年には景気は上昇するということです。1980年代から6回の大会があったのですが、このうち5回は上昇しています。開催年は1982年、87年、92年、97年、2002年、07年です。このうち例外は1997年で、アジア通貨危機があった年です。それでも9.3%という世界トップクラスの成長を確保しました（図表1）。2012年の中国経済について考えられるシナリオは次の3つです。

1. ユーロ危機が落ち着き、国内住宅バブル崩壊の懸念が後退
2. ユーロ危機が継続し、国内住宅価格が下落
3. ユーロ危機が拡大し、イラン戦争が勃発し国内住宅価格が暴落

結論をいえば、私は最悪の3番目のシナリオでも7%台の成長を確保すると考えています。2番目の中間シナリオでは8%台の成長を達成します。最も楽観的な1番目のシナリオでは9%前後の成長が期待できます。つまり最悪でも7%はキープします。

それでは失速の危険はないのでしょうか。中国の経済が失速といった場合は6%ということですが、中国は基本的条件がまだ健全なため、失速はないと考えます。中国は内需拡大のための景気刺激策の手段を数多く持っているからです。

図表1 党代表大会の開催と経済成長率(%)



図表 2

2012年中国政府の数字目標

- ・ GDP成長率 7.5%
- ・ 貿易伸び率 10%、消費 14%、投資 16%
- ・ 新規雇用者数 900万人以上
- ・ 都市部失業率 4.6%以内
- ・ 物価上昇率 4%前後
- ・ 歳出伸び率 14.1% 歳入伸び率 9.5%
- ・ 財政赤字 8000億元 対GDP比 1.5%

2011年の中国の税収は日本円換算で108兆円でした。日本の倍以上あります。中国の財政は潤っています。そのため財政出動ができるのです。中国の経済は第2四半期に8%を割るおそれがあります。しかし第3四半期から好転していくでしょう。後ほど述べますように、次の一手がまだあるからです。2020年までは年平均6%前後の成長が維持されるものと、私はみています。(図表2)

しかし、中国経済は転換点に来ています。二桁成長の時代は終わり、安定成長の時代に入っていくでしょう。それから輸出依存型経済が限界に来ています。日米欧いずれにおいても景気は低迷しています。今までのような輸出の拡大は期待できません。

そして成長最優先政策が限界に来ています。先ほどの重慶モデルで申し上げたように、国民の格差が大きくなり、不満が鬱積しています。沿海部と内陸部の格差、都市部と農村部の格差、富裕層と貧困層の格差などです。上海と貴州省では10倍の格差があります。そして収賄の蔓延です。収賄の規模は日本の比ではありません。腐敗に手を染めやすい年齢は40代です。40歳といえば不惑の年齢です。中国では惑わずに腐敗していくのです。

課題解決のための次の一手

したがって今秋に誕生することがほぼ決定している習近平体制が直面する課題は、次の4つにまとめることができます。

1. 政経乖離。(経済改革が先行し、政治改革が遅れること)
2. 国進民退。(国有企業が躍進し、民間企業が後退すること)
3. 外強内弱。(外需に強く依存し、内需が比較的弱いこと)
4. 官腐民怨。(役人が腐敗し、格差で国民の不満

が募ること)

それに対し巨艦・中国の内需拡大のための経済政策には、次のようなものがあります。

1. まず、新たな成長センターの育成があります。潤沢な財政力を活用し、中西部にインフラ整備を中心として傾斜投資を行うことです。
2. 2011年から15年までに国民所得倍増計画を達成し1万ドルとする。これはマーケットも2倍になることを意味します。日本企業にとってビジネスチャンスですが、また人件費の上昇というデメリットもあります。
3. 成長より分配が重視され、所得格差が是正されていきます。都市部では最低賃金制度が導入され、農村部では貧困層支援策が実施されます。これまで農村部の貧困の定義は、1人当たり年間純収入が1196元以下とされていましたが、2011年に2300元に引き上げられました。これにより約1億人の農民たちが恩恵を受けています。
4. 減税が行われます。2011年には個人所得税減税が行われ、徴収基準が2000元から3500元となりました。6500万人が恩恵を受けています。今年是企业法人税減税の軽減が検討されています。
5. 景気過熱対策として金融政策が引き締められていましたが、緩和へと転換されます。金利の引き下げ、商業銀行の中央銀行への預金準備率の引き下げ、銀行の貸し出し総量規制を撤廃します。
6. そして一人っ子政策の見直しです。一人っ子同士の結婚であれば、2人の出産が認められるようになります。2020年までに根本的な見直しが行われると思われます。0～14歳の年齢層の全体に占める割合は、82年には33.6%でしたが、2000年22.9%、10年16.6%となっています。少子高齢化に歯止めをかけるものです。

以上のように、中国にはまだ次の一手を打てる財政的余裕があるわけです。

代表大会の年、3年連続の株価下落はない

先ほど、党代表大会の年には経済は前年を上回る成長を遂げるという経験則を申し上げました。ここで株式相場についても述べておきたいと思います。株式に関する経験則は、党代表大会がある年の株価

は上昇する、ということです。

上海株式市場が誕生したのは1990年です。それ以降、4回の党代表大会が開かれました。開催年は、1992年、97年、2002年それに07年です。このうち2002年を除いては3回とも株価は上昇しています。02年は例外的に下落しました。その背景として、この年に中国政府は無秩序だった株式市場の規制を強化したことがあげられます。しかし、それ以外の92年、97年、2007年の3回の大会の年には上昇しています。党代表大会という中国最大のイベントに向け、株式市況は動きだし上昇相場となるのです。

中国の株式市場にはもう一つの経験則があります。株価は3年連続で下落しないということです。1990年の株式市場発足以来、これまで3年連続で下落したことはありません。株価はある程度下落すると、反発の機運が高まるのです。中国の株価は2010年、11年と連続して下げました。12年に引き続き下落する余地は小さく、逆に上昇する確率は極めて高いとみてよいと思います。こうした経験則に照らせば12年の株価が上昇することは9割以上の確率で言えるのではないかと、思います。

以上を総合しますと、2012年の中国経済は、国外要因としてユーロ危機、国内的には住宅バブルの落ち着きなどによって、若干減速するでしょう。だが、株価は逆に上昇します。経済成長と株価が連動しないという動きは、過去20年の間にも何回もみられるところでは。

米中関係は「対立」と「連携」

日本は、中国の巨大市場のエネルギーをどのように吸収していけばよいでしょうか。その前に米中関係を押さえておく必要があります。2012年がアメリカ大統領選の年であることもあり、アメリカによるチャイナ・バッシングが始まっています。そしてアメリカは世界戦略を転換し、アジア地域を最重要課題と位置付け、アジア回帰路線を鮮明にしています。その背景には中国の急速な台頭に対する危機感があり、アメリカによる一極支配の弱体化に対する危機感があります。オバマ大統領には州知事の経験がなく、失業率が9%台にある時の現大統領の再選の前例がない、ということの焦りもあるでしょう。

中国のスタンスとしては、このアメリカの挑発にのらず、良好な米中関係を維持し国内安定と成長に専念するということだと思われます。1990年代初頭の鄧小平の対米「16字方針」は継続されるでしょう。「信頼増加、麻痺減少、交流強化、対決回避」

の16文字で表される方針です。麻痺とはトラブルのことです。

米中関係を読むためのキーワードは「対立」と「連携」でしょう。貿易摩擦が多発しても貿易戦争という局面には至りません。要するに中国とアメリカの関係は大人の関係にあるということです。水面下では緊密に連携しています。結論から言えば、米中関係は緊張関係にあるが、決裂には至らないということです。

経済に目を転じると、2015年には中国の市場規模は5兆ドルになるとみられています。それだけ世界の企業にとっても、ビジネスチャンスが生まれます。日本の最大の輸出国はアメリカではありません。中国です。日本の輸出の24.9%、ほぼ4分の1が中国向けです。アメリカは15%程度なのです。中国の市場抜きには経済動向、産業の発展について語ることはできません。

巨大市場のエネルギーを活用する

こうしたことを念頭に置いて、それでは巨艦と化した中国という巨大市場のエネルギーを、日本はどのように吸収していくべきでしょうか。その方策について考えてみたいと思います。これは東北地方の復興とも関連しています。

2011年の日本の推計人口は前年に比べ25万9000人減少しました。東北6県では9万人の減少です。日本の市場は縮小しているのです。中国市場との関連では5つのことが言えると思います。

1. 太平洋物流と日本海物流をセットにし、地域全体の物流システムを構築すること。太平洋物流は年々減少しています。日本海物流とセットで考えるべきだと思います。
2. 東北地方で生産し、中国に輸出する製品を増やす。日本の製品はブランド力があり品質がよいことは、中国でよく知られており、高い評価を得ています。東北地方の電子部品の集積地が震災の被害を受け世界中がその影響を受けました。復興すれば輸出ができます。日本の特徴ある製品の輸出を増やすことが、東北地方の課題です。
3. 中国現地での生産・販売・サービスの提供を行う。製造業だけでなく流通もサービスも現地での提供を増やすべきです。一例をあげると、湖南省で3店舗出店し成功している日本のスーパーは平和堂です。同社は常識はずれの発想で、店頭でロレックスの時計やシャネルの香水を置

きました。これが中国でうけました。日本国内の発想では必ずしも成功しないということです。

4. より多くの中国人観光客を誘致し、東北地方で消費してもらう。中国人の出国者数は毎年大幅に増え、2011年は7025万人でした。前年よりもおよそ1300万人増えています。日本への外国人訪問者数をみると、2010年は861万人でした。豊かになった中国人が東北地方を訪問することは、震災復興にもなります。昨年の7000万人強の中国人の外国訪問者数の1割でも700万人になります。ビザの規制緩和など工夫が必要であると思います（図表3）。

5. 中国資本を誘致する。そして優秀な中国人人材を活用する。

もう一つ付け加えると、高齢者の多い東北地方は高齢者向けの医療サービスなどが充実しています。中国も高齢化が進みます。養護サービスあるいは紙おむつなどの老人向け商品・サービスが拡大しています。ここにビジネスチャンスがあります。

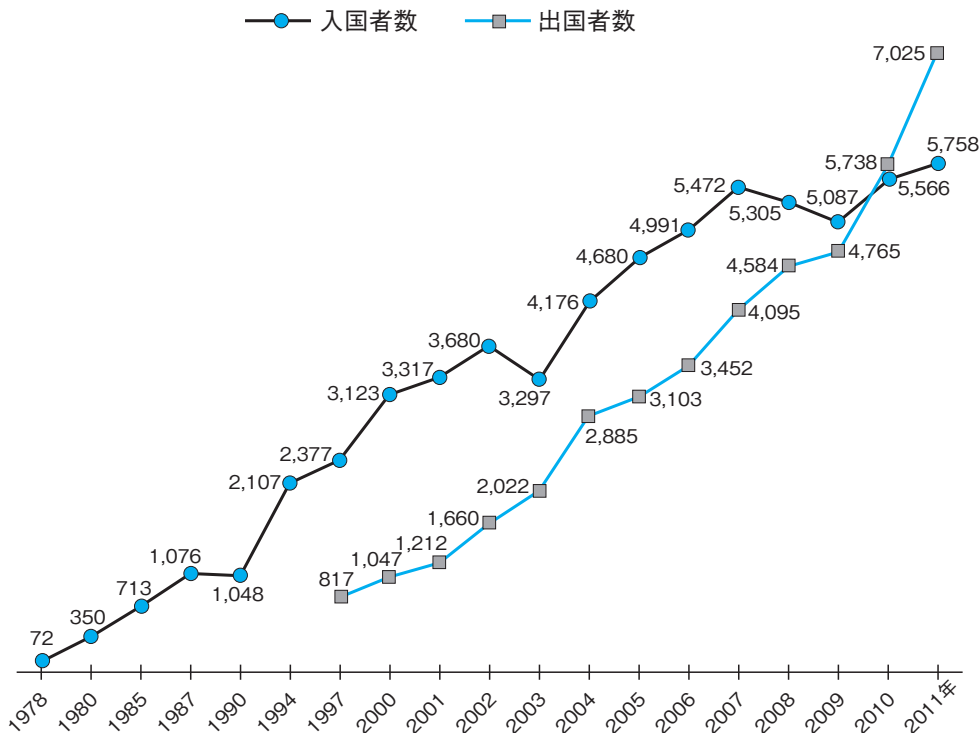
このように中国市場を最大限に活用しエネルギーを吸収することは、日本企業のビジネスチャンスに直結するのです。

最後に日本がとるべき戦略について申し上げます。先進国の停滞と新興国の台頭は世界の潮流です。その潮流の中で、日本は安全保障をアメリカに依存し、経済的には中国に依存しているという現実を直視しなければなりません。米中という2超大国に挟まれる日本がとるべき戦略は、米中とも良好な関係を維持していくことです。日本のとるべき外交戦略は「親米陸中^{ぼくちゅう}」です。すなわち、アメリカとは親しく、中国とは仲良くしていくのです。それが日本の安全保障ともなるのです。



講演会の模様

図表3 中国の出入国者人数の推移(万人)



蔵王町は、国定公園「蔵王」のお釜や蔵王エコーライン沿線の溪谷、樹氷、果樹園風景などに代表される豊かな自然資源、遠刈田伝統こけし等の歴史資源、スキー場・ゴルフ場等のレジャー施設、高原野菜や果樹、蔵王チーズ等の豊富な食材、開湯400余年の歴史をもつ遠刈田温泉等、多くの優れた観光資源を保有する、宮城県を代表する観光地域です。蔵王町では地域の活性化を図るため、その魅力を全国に発信するとともに、豊富な観光資源を活かした様々な施策に取り組んでいます。今回は、蔵王町を訪問し、観光地域としての取り組みについて取材しました。

図1. 蔵王町主要観光地点別観光客入込数の推移

単位：千人

	平成20年		平成21年		平成22年		平成23年	
	観光客入込数	宿泊観光客数	観光客入込数	宿泊観光客数	観光客入込数	宿泊観光客数	観光客入込数	宿泊観光客数
遠刈田温泉	791	346	786	325	729	364	709	415
刈田山頂	538	—	621	—	585	—	378	—
えぼしスキー場	160	—	148	—	133	—	123	—
すみかわスノーパーク	25	—	16	—	14	—	10	—
合計	1,512	346	1,571	325	1,461	364	1,220	415

資料：蔵王町農林観光課

1. 観光客入込数および宿泊観光客数からみる蔵王町

(1) 東日本大震災発生前の観光客入込数の推移

美しい自然に囲まれた蔵王町は、春から初夏にかけては新緑、夏は避暑地、秋は紅葉、冬はスキー・スノーボードのレジャー等、年間を通じて様々な楽しみを与えてくれる観光地域です。しかし、レジャーの多様化、観光客ニーズの多様化等の影響により、蔵王町の観光客入込数は平成元年には2,305千人を記録した後、減少傾向にあり、図2の通り平成20年から平成22年にかけては1,500千人前後で推移しています。観光客入込数を期間別にみると、夏休み期間を含む7月～9月が年間の約35%前後、4月～6月および10月～12月にかけてはそれぞれ年間の約25%前後、1月～3月については年間の約15%前後となっています。新緑や紅葉などが楽しめるさわやかな季節に観光客が多く訪れ、気候が寒く厳しい冬季期間に観光客が減少する傾向がうかがえ、冬季期間の観光客を増やす対策が今後必要であると思われまます。

(2) 東日本大震災発生後の観光客入込数の推移

平成23年3月11日に発生した東日本大震災は、宮城県内に甚大な被害をもたらしました。蔵王町は、幸いに人的被害はありませんでしたが、平成24年5月20日現在において住家被害1,292棟・非住家被害696棟の建物の全壊・半壊・一部損壊があり、また公共施設については17億5千万円の被害額を計上しました。(蔵王町まちづくり推進課調べ) 図2の通り平成23年観光客入込数は1,220千人(前年比82.9%)となっていることから、観光業が受けた震災の影響の大きさがうかがえます。

(3) 宿泊観光客数の推移

図3の通り平成20年から平成22年にかけての宿泊観光客数は350千人前後で推移し、主に宮城県内、宮城県以外の東北地域、関東からの宿泊観光客が大半を占めていました。しかし、平成23年の宿泊観光客数をみると、宮城県外の東北地域および関東からの宿泊観光客が減少（前年比33.1%）していますが、宮城県内の宿泊客が大幅に増加（同192.1%）したことから、全体の宿泊観光客数は415千人（同114.0%）となっています。これは、震災発生直後に蔵王町が沿岸部の避難者を積極的に受入れたことで宮城県内の宿泊観光客数が増加し、逆に風評被害等により宮城県外の宿泊観光客数が減少したと予想されます。蔵王町の観光の復活のためには、減少した県外宿泊観光客数をいかに取り戻すかが大きな課題となっています。

図2. 蔵王町の観光客入込数と宿泊観光客入込数の推移

単位：千人

		平成20年	平成21年	平成22年	平成23年
観光客入込数		1,520	1,578	1,471	1,220
期間別内訳	1～3月	273	248	229	202
	4～6月	413	435	401	263
	7～9月	465	540	528	436
	10～12月	369	355	314	319
宿泊観光客入込数		346	325	364	415
期間別内訳	1～3月	83	73	81	74
	4～6月	83	76	86	104
	7～9月	97	97	106	121
	10～12月	84	79	91	115

資料：蔵王町農林観光課

図3. 蔵王町の居住地地域別宿泊観光客入込数

単位：千人

		平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	
宿泊観光客入込数		346	325	364	415	
居住地地域別宿泊観光客数内訳	宮城県内	181	152	178	342	
	宮城県外	北海道	2	2	0	1
		東北	58	58	77	16
		関東	74	84	80	36
		中部	7	11	8	5
		近畿	6	7	6	6
		その他	18	11	12	5
		不明	0	0	2	3

資料：蔵王町農林観光課

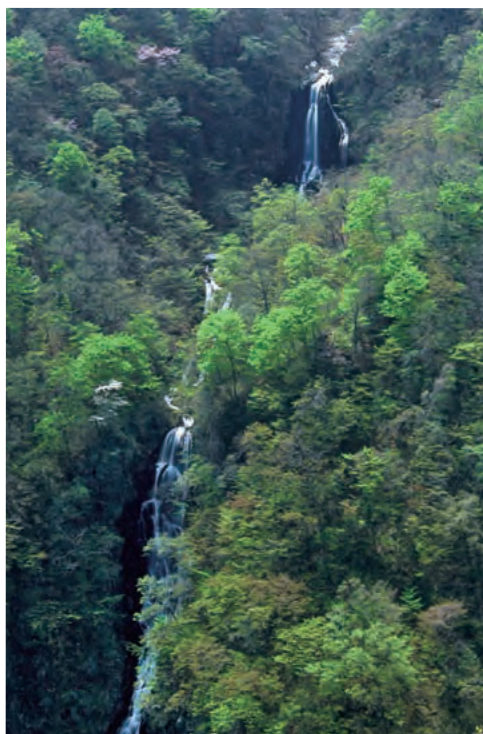


国定公園蔵王の「お釜」

蔵王刈田岳・熊野岳・五色岳の三峰に抱かれた円形の火口湖で蔵王町の代表的なシンボルです。周囲1km、直径325mの馬蹄型火口湖の湖面は美しいエメラルドグリーンの水をたたえ、太陽の当たり方で色が変わることから、五色沼とも呼ばれています。

「滝見台」

蔵王エコーライン沿道にある「滝見台」は、落差181mの高さを細く三段に流れ落ちる「三階滝」や落差53.5mの「不動滝」が眺望出来る人気スポットです。「三階滝」「不動滝」は水量が非常に多い滝で、日本の滝百選にも選定されています。双方とも深い山の中にあることから季節ごとに様々なコントラストで眺めることが可能で、特に紅葉の時期は絶好の景観ポイントとして人気があります。



2. 蔵王町の観光振興の取り組み

(1) 観光振興基本計画の策定

蔵王町は近年、団体旅行が減少する等、観光客ニーズが大幅に変化し、また他の観光地域との競争も激化していることから、観光客入込数は減少傾向にありました。そこで、蔵王町の豊富な観光資源を連携させ、新たな魅力のある観光を興して地域活性化を図ろうという趣旨で、平成20年3月に「蔵王町観光振興基本計画」(以下、基本計画)を策定しました。これは、10年間(平成20年度から平成29年度)の観光部門の振興を図るための計画で、蔵王町の観光産業の特徴と課題を分析したうえで、観光客入込数の具体的な目標数値を定め、さらに計画の実効性を高めるために検証・評価を繰り返し行うというものです。基本計画は、図4の通り観光振興のための推進分野として①魅力づくり分野②受入れ態勢整備分野③観光プロモーション分野④観光振興推進体制整備分野の4分野を定め、各分野で基本計画の柱を定めています。観光産業はあらゆる産業に様々な波及効果をもたらす産業であり、地域活性化のためには観光産業の振興が必要不可欠であるという姿勢を強く打ち出した計画となっています。

図 4. 蔵王町観光振興基本計画

推進分野	基本計画の柱
1. 魅力づくり分野	(1) 地域資源の再発見と新たな魅力づくり (2) 宿泊・滞在利用を促進する魅力づくり (3) 通年観光利用の促進 (4) 観光と農林漁業、地場産業との連携 (5) 景観形成と景観保全
2. 受入れ態勢整備分野	(1) 観光インフラの整備 (2) 二次交通の確立と域内回遊交通ネットワークの整備 (3) バリアフリー化の促進 (4) 観光情報収集・案内体制の整備 (5) ホスピタリティ意識の醸成
3. 観光プロモーション分野	(1) 積極的な観光PR、情報発信 (2) 外国人客の誘致促進 (3) 広域連携・広域観光の推進
4. 観光振興推進体制整備分野	(1) 観光振興推進組織の整備・強化 (2) 観光関連従事者の意識改革 (3) 観光事業者間の連携強化 (4) 観光ホスピタリティ人材の育成 (5) 観光関連統計の整備

資料：蔵王町農林観光課

(2) 観光振興基本計画の目標数値

蔵王町では現在、東日本大震災発生後に減少した観光客入込数（平成23年1,220千人、前年比82.9%）を震災前の水準にまでに早急に戻すことを目標に中期見直し計画を策定し、図5の通り平成26年までに観光客入込数1,600千人、宿泊観光客入込数362千人、観光ガイド養成人数45人の目標数値を掲げています。

図 5. 基本計画目標数値

目標指標	現況	目標（平成26年）
観光客入込数	（平成20年～平成22年平均） 1,523千人	1,600千人
宿泊観光客数	（平成20年～平成22年平均） 345千人	362千人
観光ガイド養成人数	（平成22年） 39人	45人

資料：蔵王町農林観光課

3. 観光資源を活かした取り組み

蔵王町は、豊富な食材を生産する「農業」と豊かな観光資源をもつ「観光」の町です。しかし、従来この「農業」と「観光」はそれぞれ独立した形態で事業を行っており、互いに連携することはあまり多くありませんでした。雄大な自然を鑑賞して、温泉に泊まるといった従来の観光旅行が減少してきた現在、蔵王町の新たな魅力を発信するためには、「農業」と「観光」を連携させた体験型・交流型観光の推進が必要となっています。そこで、基本計画に基づき、「農業」と「観光」を連携させた体験型・交流型観光の推進、温泉を活用した滞在型観光の推進、冬季期間にも観光してもらえる通年観光の推進、食材の蔵王ブランド化の推進等、様々な施策を実施し、新しい魅力発信に努めています。

(1) 体験型・交流型観光

蔵王町の観光資源である雄大な自然や農業を活用し、人・文化に直接触れることで蔵王町の魅力を直に味わうことが出来る体験型・交流型観光を推進しています。蔵王町では体験交流活動推進協議会（事務局：蔵王町農林観光課）を発足し、申込受付から体験メニュー等の企画・商品開発や体験プランの提案等を行い、学校関係や団体旅行者、旅行会社等に体験型・交流型観光を提供しています。近年は、宮城県内の小・中・高の学校や、宮城県外、特に関東圏の小・中・高の学校から田植えや稲刈り、果樹・野菜等の農業体験を目的とした自然学習の申込みが多くあり、都会に住む子供たちにとって雄大な自然を直接肌で感じる事が出来るこの体験メニューは、大変好評を得ています。

体験メニューは、果樹・野菜の栽培や収穫、田植えや稲刈り、乳搾り等が体験出来る「農業体験メニュー」、魚釣り、自然観察、星空観賞、樹氷めぐり等が体験出来る「自然体験メニュー」、トレッキング、スキー・スノーボード、キャンプファイヤー等が体験出来る「スポーツ・アウトドア体験メニュー」、陶芸、こけしの絵付け等が体験出来る「工芸体験メニュー」、奥州藤原氏や真田幸村の子孫にゆかりのある蔵王の地を巡る「歴史体験メニュー」等、豊富なメニューを取りそろえている他、顧客の希望にそったオーダーメイドの体験プログラムも作成しています。



野菜栽培・収穫体験

宮城蔵王では標高差のある地形や気候の違いを利用し、野菜の栽培が盛んです。種まきから収穫まで様々な体験をすることができます。



乳搾り体験

宮城蔵王は乳牛の飼育が盛んです。乳搾り体験では、直接乳牛の乳搾りを体験することができます。

(2) 滞在型観光

蔵王町には開湯400余年の歴史をもつ遠刈田温泉をはじめ、黄金川温泉、鎌倉温泉等の優れた泉質の温泉資源があり、また遠刈田温泉では旅館・ホテル・ペンション・民宿の宿泊施設が約50施設あります。この温泉資源と宿泊施設を活用し、温泉の湯めぐり、温泉療養や健康増進メニューを盛り込んだヘルスツーリズムの推進、温泉と体験型・交流型観光との連携、四季折々の旬の地場食材を使った料理の提供等を行い、滞在型観光を推進しています。また、蔵王町に滞在してもらうために、朝市や夜市とアマチュアバンド演奏との組み合わせによる演出を行う等、滞在型メニューの開発も積極的に進めています。



遠刈田温泉「神の湯」

(3) 通年型観光

冬季の期間に観光客が減少する傾向にあることから、冬季の魅力充実を図り、一年を通じて観光が出来る観光地づくりを進めています。蔵王町には、えぼしスキー場、すみかわスノーパークの二つのスキー場があり、宮城県内をはじめ宮城県外からもスキーやスノーボードを楽しみに観光客が訪れます。スキー場は雪質が良く、初心者から上級者まで幅広く楽しめる多くのコースをそろえ、観光客からは好評を得ています。

また、蔵王町の代表的な観光資源の一つである樹氷を鑑賞することが出来るのも魅力の一つです。樹氷は①アオモリトドマツが自生していること②アオモリトドマツが自生することの出来る適度な雪が降ること③冬型の気圧配置で強い西風が吹くこと④山の西斜面であること、の4つの条件がそろわないと生育せず、日本でも蔵王の他は八甲田山等の限られた地域でしか鑑賞出来ない貴重なものです。すみかわスノーパークでは、往復で約2時間弱の行程を7台ある雪上車「ワイルドモンスター号」に乗って深雪の樹氷地帯まで行き、樹氷めぐりをする「樹氷鑑賞ツアー」を毎年12月中旬から3月中旬にかけて開催しています。スキー・スノーボードをしない観光客でも冬季の蔵王町を十分堪能出来るイベントであり、冬季の観光客増加に貢献するイベントとして期待されています。



蔵王の樹氷



蔵王の樹氷鑑賞ツアー

(4) 食材の蔵王ブランド化

蔵王町は、梨・もも・ブルーベリー・りんご等の果物、大根・きゅうり・里芋等の野菜、鶏卵、地元蔵王産の豚を使用した手作りソーセージ、蔵王チーズ等、宮城県を代表する食材生産の町です。豊富な食材をブランド化することで、観光と農業の相乗効果が大きく期待出来ます。

現在、蔵王町産牛肉の新ブランド化を目指し、「蔵王爽清牛(ざおうそうせいぎゅう)」と命名して蔵王町の新ブランドにする計画が進められています。この「蔵王爽清牛」とは、大手メーカーが数種のお茶をブレンドした飲料水を製造した時に生じる茶殻とチーズ製造過程で生じる乳清(ホエイ)を混合飼料として与えて飼育した和牛と乳牛の交雑種で、和牛に比べ脂身が少なく赤みが多い特徴をもつ牛肉です。現在のところ生産量が少なく流通体制も整備されていませんが、今後生産を増加し、蔵王ブランドとして確立していく予定です。「蔵王爽清牛」が蔵王町の代表的なブランドとして成長し、ご当地限定グルメ等で観光活性化に大きく貢献することが今後期待されています。



蔵王爽清牛のステーキ



蔵王町の代表的食材「梨」

(5) イベントの開催

蔵王町では、一年を通じて様々なイベントを開催することで、元気な蔵王を全国にアピールし、観光客の誘致に努めています。特に周辺の山形市・上市市・白石市・七ヶ宿町・川崎町と「蔵王」という財産を共有し、一体となったイベントを開催することで観光客を全国から誘致しようとする広域連携の取り組みを行っています。

今年5月に開催された自転車ロードレース「第2回日本の蔵王ヒルクライム・エコ2012」も、その取り組みの一つです。この大会は、財団法人日本サイクリング協会が主催する4大大会の一つとして位置づけられている大きな大会で、蔵王エコライン入口大鳥居前からスタートし、刈田山頂レストハウス前をゴールとする、距離18.7km、標高差1,334mの過酷なレースです。レース開催にあたり、蔵王エコライン入口から山形に抜ける県道をすべて通行止めにする事から、蔵王町だけでは開催不可能であったこのイベントを、周辺の三市三町が連携することで開催を可能にしました。昨年は東日本大震災の影響でやむなく中止となりましたが、蔵王エコライン開通50周年を迎えた今年は、全国各地から1,221名の出走者がエントリーしました。このイベントは、蔵王を訪れたことのない出走者が全国各地から参加するため、蔵王町の風光明媚な自然環境を全国的にアピールできる絶好の機会となり、また参加者の宿泊やお土産の購入等が見込まれることから、観光の活性化に大きく貢献しています。



日本の蔵王ヒルクライム(自転車ロードレース)

なお、蔵王町で開催される主なイベントは以下の通りとなっており、四季折々のバラエティに富んだイベントを開催しています。

【参考：蔵王町の主なイベント、行事】

主なイベント・行事	季節	開催時期
<ul style="list-style-type: none"> ・蔵王連峰夏山開きと蔵王エコーライン開通式 ・みやぎ蔵王えぼしすいせん祭り ・日本の蔵王ヒルクライム（自転車ロードレース） ・シロヤシオツツジ散策鑑賞 ・大道芸フェスティバルinとおがった 	春～初夏	4月下旬 4月下旬～5月中旬 5月中旬 5月中旬～6月上旬 6月上旬
<ul style="list-style-type: none"> ・ブルーベリー狩り ・遠刈田温泉仮装盆踊り大会 	夏	7月上旬～8月上旬 8月中旬
<ul style="list-style-type: none"> ・梨狩り、りんご狩り ・たっぷり蔵王キャンペーン（グルメ） ・全国伝統こけしろくろまつり ・蔵王町産業まつり ・えぼしスキー場「芋煮会」 ・旧羽前街道道中まつり ・蔵王高原大根狩り&チーズフェア 	秋	9月～10月 9月下旬～11月下旬 10月初旬 10月中旬 10月中旬 10月中旬 11月上旬
<ul style="list-style-type: none"> ・スキー場開き ・みやぎ蔵王樹氷めぐり（雪上車） ・えぼし雪上花火大会 ・こけしびなまつり ・TBC杯みやぎ蔵王スキー大会 	冬	12月上旬 12月中旬～3月中旬 1月中旬 2月上旬～3月中旬 2月下旬

4. 最後に

「大自然を鑑賞する・おいしい食材を食べる・ゆっくりと温泉につかる」を一年中味わえる蔵王町は、まさに宮城県を代表する観光地域です。この豊富な観光資源に加え、蔵王町でしか体験することの出来ない体験メニューを数多く取りそろえることで、観光地域としての付加価値をさらに高めようとしています。蔵王町は、東日本大震災後の風評被害により関東圏および外国からの観光客が大幅に減少しましたが、現在、観光客を取り戻すために様々な施策に取り組み、観光客の誘致に努めています。この取り組みが一つでも多く成功し、蔵王町の魅力・蔵王町が元気であることが全国に発信され、全国から観光客が訪れることを心より期待いたします。

○蔵王町農林観光課

〒989-0892 宮城県刈田郡蔵王町大字円田字西浦北10

TEL.0224-33-2215

<http://www.town.zao.miyagi.jp/>

○蔵王町観光案内所（蔵王町観光協会）

〒989-0912 宮城県刈田郡蔵王町遠刈田温泉仲町33

TEL.0224-34-2725

<http://www.zao-machi.com>

（写真提供：蔵王町農林観光課）



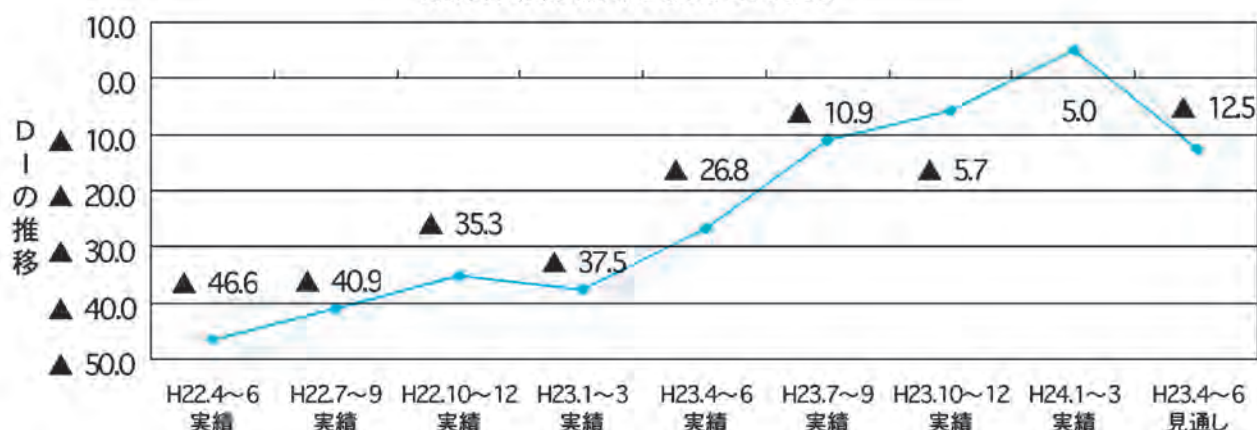
仙台市の平成24年度地域経済支援施策・震災復興施策について

仙台市経済局産業政策部経済企画課

東日本大震災から1年以上が経過し、わが国経済は、依然として厳しい状況にあるものの、復興需要等を背景として、緩やかに回復しつつあります。

一方、本市経済局で四半期ごとに実施している「仙台市地域経済動向調査」によれば、本市の経済状況は、復興需要による急速な回復が建設業を中心として各業種に波及しつつあるものの、復興需要の恩恵を享受できずに受注の減少に悩む企業や依然として風評被害の影響を受けている業種もあり、市内企業の経済状況は二極化が顕在化してきています。

業況判断(事業所の景気)DIの推移



※業況判断(事業所の景気)DI

= 「良い」と答えた事業所の割合 - 「悪い」と答えた事業所の割合

本市では、長引く景気の低迷と震災により大きく落ち込んだ本市経済を立て直すため、震災直後の段階から、被災企業の事業再生、資金繰りの改善等の緊急的な施策を集中的に行ってまいりました。

これらの施策の実施や復興需要、国内外からの様々な支援により、本市経済は総体的に回復基調にあります。現在の経済状況を一過性のものに終わらせるのではなく、復興需要を梃子としながら、息の長い安定的成長につなげていくことが重要であり、自立した地域経済の確立に向けた取り組みを着実に実施することが求められています。

このような認識のもと、平成24年度予算編成にあたり、復興と成長に向けた政策を集約し、4つの合言葉と12のプログラム、全118の事業から成る総事業費約100億円の「仙台経済ステップアッププラン2012」を取りまとめたところです(平成24年2月発表)。

以降、当プランの概要について、商工業施策を中心にご紹介いたします。

◎仙台経済ステップアッププラン2012

【合言葉Ⅰ 事業拡大】

企業の販売の拡大、競争力の強化、復興需要に対応する新たな起業を集中的にサポートします。

プログラム1 集中販路拡大プログラム

●「東北復興ビジネスマッチングセンター」の創設

ビジネスマッチングの専任スタッフが、ものづくり企業、IT企業など地域企業の優れた製品・サービスを、域外の企業に対し売込代行することにより、販路拡大を支援します。

●震災復興販路拡大支援

中小企業総合展などへの出展支援や復興支援企業フェアの開催により、商談機会の創出を図ります。また、

展示会等における地域企業の販売促進のスキルを向上させることにより、中小企業の販路拡大を支援していきます。

プログラム2 競争力強化・起業促進プログラム

●東北復興創業スクエア

復興過程で生まれる新たな需要に対応した商品・サービスの創出を担う起業家や新事業の立ち上げ等を、マーケティング、デザイン、人材育成の面で支援します。

●地域ビジネス創出支援

被災地のコミュニティや地域資源を活かした新たな地域ビジネスを始める取り組みを支援します。

【合言葉Ⅱ にぎわい創出】

東北の復興を牽引する、にぎわいの拠点を中心部に創出し、都市型ツーリズムを推進するとともに、国際コンベンション都市づくりを強力に進めます。

プログラム3 東北復興交流パークプログラム

●東北復興交流ツインステーション

東北の観光や産業の復興を支援する拠点「東北ろっけんパーク」をクリスロード商店街に整備し、集中的に事業を行うとともに、既存の「仙台なびっく」と連携し一体的な事業展開を行います。ろっけんパークとなびっくの2館体制（ツインステーション）とし、2館の間で回遊いただくことで相乗効果を上げ、中心部の魅力を発信しにぎわいの持続と更なる発展を図ります。

- ・通年での東北観光案内・物産展（「復興物産市～東北いいもんパーク」等）
- ・商店街、飲食店街等と連携した東北復興感謝イベントの支援
- ・地域企業の優れたプロダクトの展示販売
- ・チャレンジショップ運営
- ・商店街の魅力発信・インフォメーション



プログラム4 商店街にぎわい創出パークプログラム

●商店街震災復興対策

安全安心の向上のために行うアーケードの大規模改修等の施設整備やにぎわいの強化のための商店街のイベント事業を支援します。

- ・サンモール一番町アーケード架け替え、一番町一番街商店街アーケード改修、クリスロード商店街アーケード改修
- ・イベント事業補助率等引き上げの継続

●名掛丁エスカレーター整備

平成25年開催の次期「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」に向け、仙台駅西口のペDESTリアンデッキで最大の通行量となっている名掛丁階段にエスカレーターを設置し、安全性と利便性の向上を図ります。

プログラム5 ミュージアム観光魅力創出プログラム

●DC（仙台・宮城「伊達な旅」春キャンペーン）

平成25年開催の次期「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」を、復興に向けた大きな機会と位置づけ、平成24年春にプレキャンペーンにより気運を盛り上げるとともに、受入れ環境の整備充実、観光資源の魅力の発掘・磨き上げを図ります。

特に、近年需要が高まっている「街なか観光」の推進のため、街歩き観光ガイドツアー企画の準備やマップ、ボランティアの支援にも力を入れていきます。

●ミュージアム連携

仙台・宮城地域の多様なミュージアム施設の共同事業体である「仙台・宮城ミュージアムアライアンス（S MMA）」において、共同広報や複数のミュージアム施設が共通テーマ・スタイルで展示会を行う「クロス展示」などの連携事業を行い、観光資源のひとつとしてのミュージアムの魅力を発信します。

●秋保・作並誘客支援

プレキャンペーンの開催時期に合わせ、磊々峽をライトアップするなど、新たな観光資源としての魅力を高めます。

また、情報誌やネット等によりそれらの観光情報を国内外へ発信し、秋保・作並温泉の知名度向上と誘客拡大を推進します。

●海外プロモーション

海外に仙台・東北の魅力ある観光資源と楽しみ方を発信し、外国人観光客の増加を図ります。中国・香港を新たに重点発信地域として加え、さらなる誘客を図ります。



プログラム6 国際コンベンション都市強力推進プログラム

●国際コンベンション誘致強化

本市が復興需要に依存せず、息の長い経済成長を実現するには、関連産業のすそ野が広く、中長期的に経済活力の獲得を見込める国際コンベンションを積極的に誘致することが有効です。そのため、コンベンション開催助成、開催準備金貸付に加え、国際会議開催手続きのワンストップサービスの実現など、誘致体制を大幅に拡充整備します。また、2015年国連防災世界会議の仙台開催に向け、誘致の取り組みを強化します。

●仙台商業高等学校跡地利活用の推進

地下鉄東西線建設を契機とした新たなまちづくりや、交流人口の回復・拡大を図るため、民間事業者を活用するなどして仙商跡地の利活用を進めます。

●日本女性会議2012仙台の開催

男女共同参画をテーマとしたイベントの中では国内最大級の日本女性会議を平成24年10月に開催します。

【合言葉Ⅲ 未来開拓】

農業のイノベーションを進めるとともに、本市の持続的成長を牽引する新産業を創出します。

プログラム7 農と食のフロンティアプログラム

●農と食のフロンティア創造推進事業

新しい生産技術、経営形態や関連産業との融合など、農業の新たな地平を切り開く「農と食のフロンティア」を東部地域に実現するための方向性を取りまとめつつ、地域再生の担い手となる農業者を育成し六次産業化を推進します。

●農地利用集積事業

農地の借り手・貸し手を結び付け、営農再開者の規模の拡大を支援することにより、収益性の高い大規模ほ場化につなげていきます。

平成24年度作付け可能となる地区のうち稲作付けが困難な農地について、貸し手・借り手に1ha当たり上限10万円を補助し、農地利用の集積を促進します。



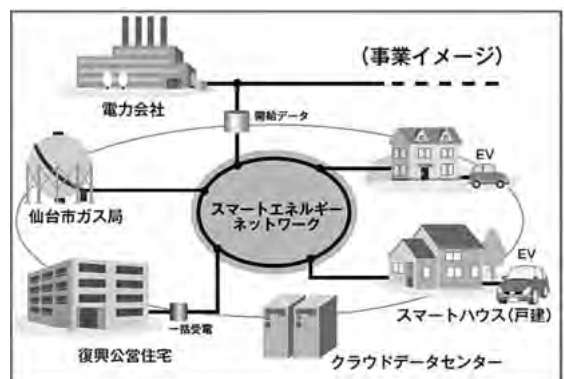
プログラム8 次世代エネルギー活用プログラム

●次世代エネルギー産業立地促進

東部の被災地などにおいて、環境負荷の少ない太陽光発電事業等の立地可能性を探り、多様なエネルギー源の確保や関連産業の振興を図ります。また、生活排水を吸収してオイルを生み出す藻類バイオマスの実証実験を行い、下水処理と連携して燃料生産を行う新しい循環型モデルの構築を目指しながら関連産業の集積を図ります。

●エコモデルタウン調査

新市街地形成が予定される地区において、民間資本との協働によりエコモデルタウン事業に取り組み、特定のエネルギーに過度に依存せず、エネルギー効率の高い地域モデルの形成を目指します。



プログラム9 知的産業育成プログラム

●情報産業支援

今後需要拡大が見込まれるスマートフォンのアプリケーション開発を支援し、地域企業の技術力向上と関連人材の本市への集積を図ることにより、雇用の場を確保し、地域におけるソフトウェア開発拠点を形成し、地域経済を活性化します。

【合言葉Ⅳ 足腰強化】

震災からの「完全復旧」に向け、企業と農業の再生をサポートし、また復興に向けた企業ニーズに合った人材を育成します。

プログラム10 企業・農業再生プログラム

●中小企業利子等補給

本市の震災関連融資制度において行っている3年間の利子・保証料補給を、平成24年度の新規借り入れ分についても継続して実施します。また、商工会議所等が指導・推薦する小規模事業者経営改善資金（震災対応特枠）についても同様に実施します。

●企業等支援情報配信

仙台圏の被災中小企業等が利用できる各種支援制度を、利用する側の視点から分かりやすく紹介する情報誌を制作し配布します。

プログラム11 「買い物弱者」支援プログラム

●買い物弱者支援モデル事業

身近な商店の撤退・閉店や交通手段の不足などにより、高齢者を中心として、日常の買物が困難になる状態が想定されるため、地域の状況に応じた宅配事業または移動販売車等による社会実験を行います。

プログラム12 雇用拡大・ミスマッチ解消プログラム

●雇用拡大

東日本大震災を受けて、緊急的な雇用の場の創出や都市型産業の誘致を積極的に進め、雇用の拡大を図ります。

- ・緊急雇用創出事業
- ・首都圏企業プロモーション事業
- ・企業立地等促進助成金

●ミスマッチ解消プログラム

求人と求職のミスマッチの解消により、安定的な就業を支援するとともに、復興需要を地元企業がしっかりと受け止めることができるよう、企業のニーズに合った人材を育成します。

- ・震災対応就職支援事業（震災離職者等早期就職支援）
- ・産業人材育成事業（専門的スキルや資格の取得支援）
- ・人材確保支援事業（人材確保困難企業と離職者とのマッチング）
- ・若年求職者就業体験研修事業

以上、平成24年度における主な商工業支援施策を掲載いたしました。

なお、本市経済関連情報を、次のホームページ等によりご紹介しております。併せてご利用いただければ幸いです。

■仙台市経済局

〒980-0803 仙台市青葉区国分町3-6-1

<http://www.city.sendai.jp/sumiyoi/keizai/index.html>

■（公財）仙台市産業振興事業団

〒980-6107 仙台市青葉区中央1-3-1 AER7階

<http://www.siip.city.sendai.jp/>

■メールマガジン「せんだいE企業だより」

各種支援機関等が実施するセミナーや助成金制度などの各種支援情報を無料で配信します。配信登録は下記まで。

<https://www.siip.city.sendai.jp/mailmaga/public/bin/mmreginput.rbz>

還暦自転車



石巻専修大学学長 坂田 隆

昨年5月に自転車のフレームをかえた。息子がチタン合金のフレームを還暦祝いに買ってくれたのだ。ほんとうは金属色にしたかったが、「還暦だから赤！」と息子にいわれて、赤になった。「還暦のお祝いは赤いフレームのロードレーサーがいいなあ。」と数年前から冗談で言っていたが、本当に買ってくれるとは思っていなかった。

昨年の3月はじめ、いつもお世話になっている「中村サイクルセンター」の中村精一郎さんから「息子さんから自転車の注文を受けているんですけど、寸法を採らせていただけですか」という電話があって、息子の企みがわかった。ところが震災の後「あの注文ですけど、キャンセルさせていただいていいですか。」という電話が中村さんからあった。石巻市門脇の中村さんのお店は津波と火災で跡形も無くなり、中村さんは石巻高校に避難していた。再開は難しいと思っていたらしい。しかし、中村さんのお店がなくなったら石巻の自転車こぎたちは困ってしまうから「再開第一号で納入してください」ということで押し切った。

それまで愛用していたアルミフレームのロードレーサーは物置の中で津波に没した。ハブやボトムなどのベアリングは錆び付いたので、チタンフレームへの部品の移植や分解整備を中村さんにおねがいをした。車輪は中村さんが組んでくれたもので、3000km以上走っても狂っていない。大変な名手だ。

震災直後の道路は段差が多かったのでマウンテンバイクで通勤していたが、昨年5月中旬からロードレーサーでの通勤にもどった。ロードレーサーの方が軽やかで、タイヤが路面にしつとりと食いつき、コントロールもしやすい。

ロードレーサーに乗ってはいるものの、レースに出たことは一度も無い。自宅と大学の間を少し遠回りして走る、往復17キロほどの通勤と、たまに出かける往復50キロから100キロほどの遠乗りだけだ。

自転車の楽しさを教えてくれたのは東北大学ボート部の後輩、堀内哲君だ。ボートも自転車も脚力で進む点が似ているせいか、自転車が好きなボート部員は多い。堀内君が自転車雑誌で中古の部品をさがしてくれて、大学の実験室の片隅で一緒に塗装をして組みあげたのが最初のスポーツ車だ。堀内君とはボート部の塩竈・平泉遠漕の下見のために塩竈から石巻をへて平泉まで一緒に自転車で走ったこともある。

自転車の軽やかさと、鳥の鳴き声や菜の花の香り、森の涼しさなどを楽しめるところが好きだ。