

あらためてデフレ脱却と新しい 付加価値創造の取り組みへ期待



公益財団法人七十七ビジネス振興財団

代表理事 鎌田 宏

新年あけましておめでとうございます。

皆様には新年をお健やかに迎えのことと思います。平成25年が明るく幸多い年でありますよう心よりご祈念申し上げます。

私ども財団は今年16年目を迎えますが、一昨年未曾有の3.11東日本大震災を被災後も支援活動を滞ることなく実施し、これまで以上に県内の産業の復旧・復興、経済発展の一助となるよう事業を進めてまいりました。おかげさまで、表彰事業では企業経営や復興活動の励みにしたいと昨年も多くの応募をいただき、また情報誌も要望により発行部数を増やしております。また、このように弊財団が活動を継続できますのも、産・学・官各方面からの厚いご支援・ご協力の賜物とあらためて感謝申し上げる次第です。

さて、現在わが国の置かれている状況ですが、課題が山積しておりどこから着手して良いのかが見えず、まるで霧の中をさまよっている様です。昨年末行われた総選挙でも、「経済再生」「原発・エネルギー問題」「税と社会保障」「TPP」「一票の格差」などと数多くの争点があげられておりましたが、いずれも早急な対応が必要であり、新内閣には一日も早い施策の実施を期待するところです。特に重要な施策は、経済成長のための「デフレ脱却」です。平成3年バブル崩壊後の失われた時代を経て、問題の一つはデフレ経済の継続であったといえます。インフレを望むものではありませんが、少なくともプラスの物価上昇は心理的にも世の中のお金の廻りが実感でき、冷えた消費に活力を与え、経済成長に効果があると思われれます。あらためて新内閣の強い実行力に期待します。

ところで宮城県内では、昨年11月に産・学・官・金の連携の基、「みやぎ知と医療機器創生拠点」プロジェクトが発足しました。医工学研究科をはじめ東北大学の豊富な医療シーズを活用し、医療と社会のニーズを踏まえた事業化を図り、地域内外・世界の企業とマッチングを模索、地域から様々な医療機器を創り出すものです。今後5年間で、世界で戦える高度な新技術により多くの医療機器を生み出し、海外市場も視野にいたビジネス展開を目指します。ビジネスの工程まで組み込んだ新しいプロジェクトに、地域の産業・ものづくりの新たな発展が期待され、この被災地発の新しい付加価値創造への取り組みは、技術立国日本の再生を予感させます。産・学・官・金の強い連携で是非とも成功に導かなければならないと思います。

弊財団は、宮城県内の産業振興とものづくり支援に加え、震災復興につきましても地域との連携を深め引き続き尽力して参ります。今年も皆様の一層のご支援・ご協力を賜りますようお願い申し上げます。新年のご挨拶といたします。

第15回 贈呈式

平成24年11月16日(金)開催

七十七ビジネス大賞・七十七ニュービジネス助成金



代表理事あいさつ

本日は、ご多用にもかかわらず、みなさまのご臨席を頂きまして、ここに第15回「七十七ビジネス大賞および七十七ニュービジネス助成金」贈呈式を開催できますことは誠に有り難く、皆さまのご支援、ご協力に対しまして厚く御礼を申し上げます。

とくにお忙しいなか、ご臨席を賜りましたご来賓の、東北財務局長 北村信様、東北経済産業局地域経済部長 滝本浩司様、宮城県副知事 若生正博様、仙台市経済局長 高橋裕様には深く御礼申し上げる次第でございます。

また、この度「ビジネス大賞」および「ニュービジネス助成金」受賞の栄に浴されました企業の皆さまに対し、心からお慶びを申し上げます。

当財団は七十七銀行の創業120周年を機に平成10年4月に設立され、今年で15年目になります。この間、産・学・官各方面からの厚いご支援・ご協力のもと、表彰事業のほか、講演会やセミナーの開催、情報誌の発行など、幅広い事業活動を続けております。

さて、最近の経済情勢でございますが、国内景気につきましては、昨年発生した東日本大震災以降、復興需要を背景に緩やかに持ち直しておりましたが、最近では足元の景況感が相次いで下方修正されております。中国、ヨーロッパをはじめ

とした世界経済減速の影響による輸出の停滞、尖閣諸島に端を発した日中関係の悪化、円高・デフレの長期化、アメリカの財政の崖の問題など、国内景気は下振れリスクを多く抱えており、予断を許さない状況にあるものと思われまます。

県内景気につきましては、一部に弱めの動きがみられるなど、回復のテンポは鈍化してきておりますが、震災復興事業の増勢などに伴い、経済活動は総じて高水準で推移しております。また、トヨタ自動車東日本や東京エレクトロンをはじめ、進出企業の生産活動が本格的に展開されていることから、今後の地域経済の底上げにつながることを期待されます。

当財団といたしても、県内産業の振興と地域経済の活性化、震災からの復旧・復興に向け、少しでもお役に立てるよう、今後ともこれまでの実績を踏まえ表彰事業等を中心にさまざまな形で、ニュービジネスや起業家を積極的に支援して参りたいと考えております。

本日贈呈いたします「ビジネス大賞」は、永年にわたり県内の産業・経済の発展に寄与し、あるいは活性化に貢献している企業等に対し表彰状と奨励金を贈呈するものであります。

また、「ニュービジネス助成金」は、新規性・独創性のある技術・ノウハウ等により積極的な事業展開を行っている企業や、新規事業を志している起業家に表彰状と助成金を贈呈するものであります。

なお、昨年に引き続き、「ビジネス大賞」および「ニュービジネス助成金」とともに、東日本大震災で被災した県内産業の復旧・復興活動における貢献者を評価の対象に加えております。

審査結果につきましては、後ほど審査委員長である大滝先生からご報告がございしますが、今年度は昨



第15回「七十七ビジネス大賞」「七十七ニュービジネス助成金」贈呈式

公益財団法人 七十七ビジネス振興財団



「七十七ビジネス大賞」(五十音順)

小泉商事株式会社
株式会社高政
株式会社橋本店
みやぎ生活協同組合

代表取締役社長	鈴木 郁夫 氏
代表取締役	高橋 正典 氏
代表取締役社長	佐々木宏明 氏
代表理事 理事長	齋藤 昭子 氏

「七十七ニュービジネス助成金」(五十音順)

クリノ株式会社
財団法人蔵王酪農センター
株式会社さんいちファーム

代表取締役社長	佐竹 典明 氏
理事長	小原 實 氏
代表取締役	瀬戸 誠一 氏

年発生した東日本大震災の影響により応募件数は減少するのではとの懸念もございましたが、結果的には昨年同様に多種・多様な分野からの応募がありました。内容的にも優れたビジネスモデルを構築されたものが多かったとお聞きしております。

そのような応募のなかから選ばれ、今回受賞されます企業の皆様方は、地域や業界をリードして行く企業であり、また将来性のある新技術・新商品を意欲的に研究・開発されている企業であります。いずれも他の地元企業にとりまして模範となり、共に成長していくことを期待したいと思います。

是非、今回の受賞を契機に今後ますますご発展されることを心よりお祈り申し上げるとともに、地元経済・社会に一層貢献されることを切に願う次第でございます。

最後になりますが、審査にあたられました大滝審査委員長をはじめ、審査委員の皆様方には、ご多忙の中ご尽力いただきましたことに対し、改めて厚く御礼申し上げ、私の挨拶といたします。



審査結果の講評



今回の審査をふりかえって

公益財団法人七十七ビジネス振興財団

審査委員長 大 滝 精 一

(東北大学大学院経済学研究科長)

ビジネス大賞につきましては、評価の高い商品やサービス、優れた経営手法等により、業界のリーダーとして県内の産業・経済の発展に貢献してきた実績などを総合的に評価いたしました。

ニュービジネス助成金につきましては、製品や技術力の「新規性・独創性」と、将来の見通しを含めての「事業性」の両面から検討し、総合的に評価いたしました。

なお、両賞とも、東日本大震災で被災した県内産業の復旧・復興への貢献等も評価の対象に加えております。

審査経過 につきましては、8月末に締め切りしました応募資料にもとづき、各審査委員がそれぞれ書

審査委員長を務めました大滝でございます。2つの賞の趣旨につきましては、ただいま鎌田代表理事からお話ございましたので、さっそく今回の審査結果についてご報告させていただきます。

まず、応募状況につきましては、今年度は「ビジネス大賞」に12件、「ニュービジネス助成金」に31件、併せて43件の応募がありました。昨年発生した東日本大震災の影響により、今年度の応募件数は減少するかと危惧しておりましたが、例年と同様、多数の応募をいただきました。宮城県内の企業の強さを改めて感じるとともに、この表彰制度が、県内の企業や起業家の方々に広く認知され、評価していただいていると考えております。

応募の内容をみますと、今年度のビジネス大賞は、昨年度は応募のなかった機械・メカトロ分野、IT分野、環境・エコ分野からも応募があり、様々な分野から幅広く応募いただきました。また地域的には、仙台圏からの応募が7割近くを占めているのが特徴です。

今年度のニュービジネス助成金につきましては、例年応募の多いIT分野をはじめ機械・メカトロ分野など、様々な分野から幅広く応募がございました。また地域的には、こちらも仙台圏からの応募が8割近くを占めているのが特徴です。

「ビジネス大賞」と「ニュービジネス助成金」は、その趣旨が異なりますので、それぞれ別々に選考しております。



類審査を実施しました。「ビジネス大賞」につきましては、審査委員会で総合的に検討した結果、今回は4社を選定いたしました。また、「ニュービジネス助成金」については、二次審査として上位企業6社によるプレゼンテーションと質疑応答を行い、最終的に3社を選定いたしました。

(「七十七ビジネス大賞」「七十七ニュービジネス助成金」贈呈先の企業概要・受賞理由等は6ページ以降をご覧ください)

今回の受賞企業各社についてあらためて振り返ってみますと、「ビジネス大賞」の4社は、明治創業の2社をはじめ、いずれも業歴のある企業で、永年にわたり築き上げてきた技術力・商品・サービス等を最大限に活かして事業を展開し、業界や地域経済の発展、雇用の創出などに大きく貢献している点、東日本大震災における復旧・復興活動へ積極的に取り組む姿勢などを、高く評価いたしました。業種の違いこそございますが、皆様方は、これまでも地元経済の発展に大きく貢献されておられましたが、今後なお一層事業をご発展され、震災後の地元経済を力強く牽引していただきたいと思っております。

一方、「ニュービジネス助成金」を受賞された3社のうち1社目は、ベンチャー企業として新規性・独創性のある優れた技術を開発した点、2社目は資源循環型事業と地域活性化を結び付けたビジネスモデルを計画している点、3社目は震災後、企業と連携して復興ビジネスモデルを展開している点がポイントです。これからも社会の多様なニーズ、技術革新に対応し、新規事業を成功させ大きく成長していただきたいと思っております。



また皆様には、これから新たに創業を計画している起業家や、既にニュービジネスに取り組んでいる方々への理解者としても幅広くご活躍いただきたいと思っております。協力・連携しながら相乗効果を発揮することで、地域経済全体の活性化が図られていくものと考えております。

最後になりましたが、大変お忙しいなか、ご審査いただきました審査委員の皆さまに、この場を借りまして御礼を申し上げ、講評とさせていただきます。



小泉商事株式会社



代表取締役社長
鈴木 郁夫氏

●企業の概要

企業名：小泉商事株式会社

代表者：代表取締役社長 鈴木 郁夫

住所：大崎市古川飯川字十文字33番地

設立年：昭和43年（創業：明治25年）

業種：農薬および農業関連資材卸売業

資本金：70百万円

従業員数：130名

●事業の概要

明治25年に小泉薬局として創業。昭和3年に農薬の取り扱いをはじめて以来、地域に密着した営業を展開し、東北地方の農業生産技術の向上に取り組む。現在は農薬・肥料・農業関連資材の販売等を行う「アグリ事業部門」と産業用無人ヘリコプターの販売や無人ヘリコプターを使用した農薬散布サービスの提供等を行う「グリーンスカイ事業部門」の2つの事業部門を持ち、宮城県・岩手県・秋田県・山形県・福島県の5県に13営業所を置き、事業を展開。



本社



産業用無人ヘリコプター

産業用無人ヘリコプターを活用した「農薬散布」「モミの直播」により農業の生産性を飛躍的に向上させるイノベーションを実現、農業や地域経済の活性化に大きく貢献



当社取り扱い商品



農薬散布



ガレキ消毒作業



モミの鉄コーティング

●受賞の理由

農業を取り巻く環境は益々厳しさを増しており、その中で農業の活性化のためには、農家の高齢化や後継者不足は深刻な問題であり、作業の省力化およびコスト削減が不可欠である。当社は、農薬および農業関連資材の卸売業として事業展開し、農業の活性化に尽力。さらに近年では、東北地方の中心作物である米作りにおいて、作業の省力化およびコスト削減により生産性を飛躍的に向上させるイノベーションを起こし、高い評価を受けている。

病害虫から作物を守るために使用される農薬散布は、米の安定生産のためには欠かすことのできない作業であるが、従来、手作業で行われているため、非常に大きな労力が必要とされてきた。当社はこの課題を解決するために、東北の大規模農業に適した産業用「無人」ヘリコプターを活用した農薬の散布の実用化を他社に先駆けて取り組んだ結果、作業の省力化およびコスト削減を実現した。また、育苗および田植えも大きな比重を占めており、その作業を省略するため、モミを鉄コーティングする技術を使用し、産業用「無人」ヘリコプターを活用したモミの直播じかまきに取り組んだ結果、省力化およびコスト削減を実現した。

これらのイノベーションは、米作りの生産性を飛躍的に向上させたことに加え、価格の安い輸入米と競争できるほどのコストダウンを実現させ、農業分野の活性化に大きく貢献している。

また、東日本大震災後には産業用無人ヘリコプターの技術を活用し、瓦礫により対応が困難な被災農地において、農地の再生へ向けて除草剤の散布や空中放射線量の計測を行う等、復旧・復興活動にも大きく貢献している。

当社は、昭和初期より東北の中心産業である農業を支え、生産性の向上に向けた取り組みを行うことで、農業分野の活性化、地域経済の活性化に大きく貢献しており、高く評価できる。東北の農業を牽引し、今後一層の飛躍が期待できる企業である。

株式会社高政



代表取締役
高橋 正典 氏

●企業の概要

企業名：株式会社高政

代表者：代表取締役 高橋 正典

住所：牡鹿郡女川町浦宿浜字浦宿81-36

設立年：昭和48年（創業：昭和12年）

業種：水産加工業
（魚肉すり身、魚肉練製品等）

資本金：50百万円

従業員数：175名

●事業の概要

昭和12年創業。地元女川港水揚げの新鮮で高品質の魚に加え、品質がよく安定的な調達可能なミャンマーに独自の輸入ルートを確認することで、原料を安定的に仕入れ、魚の特性を活かした独自の製法により、風味の良い製品（魚肉すり身・魚肉練製品等）を製造。特に、「笹かまぼこ」等は、「高政ブランド」として高い評価を受け、直営店25店舗や百貨店向けギフト商材、通販等で販売。

また当社は、東日本大震災において甚大な被害を被った女川町の復旧・復興活動に積極的に取り組み、復興の牽引役として高い評価を受けている。



女川本店「万石の里」



「万石の里」店内

宮城県の代表的な名産品「笹かまぼこ」等を、魚の特性を活かした独自の製法で永年にわたり製造、東日本大震災で甚大な被害を被った女川町の復興の牽引役として尽力



製造風景



製造風景



当社製品



東日本大震災の復旧・復興活動

●受賞の理由

当社は、宮城県の代表的な名産品である「笹かまぼこ」「あげかま」等を製造する水産加工業で、永年にわたり付加価値の高い製品を製造。おいしい製品を製造するために、合成保存料等を使用せず、魚本来の味を引き出すことにこだわって製造。魚（吉次・石持^{きちじ いしもち}）の種類によって焼き加減や塩加減をかえて製造された「笹かまぼこ」等独自の製法で出来上がった製品は、「高政ブランド」として常に高い評価を受けている。平成18年には「ぷちあげ」が水産庁長官賞、平成19年には「おさしみ蒲鉾」が宮城県知事賞、平成21年には「姫御膳かに」が水産庁長官賞を受賞しており、当社の製品開発力・技術力は非常に優れている。

原料仕入れにも注力し、新鮮でおいしい原料を安定的に仕入れるため、地元女川港をはじめ、ミヤンマーからの仕入れルートを確認。おいしい製品を安定的に供給する仕組みを構築したビジネスモデルは非常に優れており、地元経済の活性化に大きく貢献している。

東日本大震災発生時には、発生当日から女川町の避難所へかまぼこ3トンを無料配布し、非常用電源の確保後は揚げたてのかまぼこを製造し、提供した。また、かまぼこの生産能力を4倍に増強した新工場を稼働させるとともに、旧工場を地元水産加工業者へ無償で貸与することで、女川町の水産業復興を強力に支援した他、新工場稼働に伴い地元住民を70名以上雇用する等、東日本大震災の復旧・復興活動への貢献は高く評価できる。

宮城県を代表する水産加工品を永年にわたり製造・販売し、地域の活性化に大きく貢献した他、女川町の復旧・復興へ取り組む姿勢は高く評価される。地域の復興・地元水産業の復興に今後も重要な役割を担う企業である。

株式会社橋本店



代表取締役社長
佐々木 宏明氏

●企業の概要

企業名：株式会社橋本店
代表者：代表取締役社長 佐々木 宏明
住所：仙台市青葉区立町27番21号
設立年：明治43年（創業：明治11年）
業種：総合建設業
資本金：300百万円
従業員数：158名

●事業の概要

明治11年創業。業歴134年を誇る宮城県を代表する総合建設業であり、宮城県建設業界のリーダ的企業。宮城県内における数多くの建築・土木の施工実績があり、宮城県の都市開発および経済の発展に大きく貢献。

東日本大震災においては、行政・民間等からの復旧工事の要請に対し、宮城県のインフラ整備に素早く対応し、大きく貢献。



橋本ビルディング



太陽光発電所（完成予想図）

宮城県内で多数の建築・土木の施工実績を重ね、インフラ整備・経済発展に大きく貢献、東日本大震災の復旧・復興活動において県を代表する総合建設業としての実力を発揮



夢メッセ（震災復旧後）



鶴ヶ谷市営住宅



東日本大震災復旧工事



仙台港沖防波堤工事

●受賞の理由

当社は、県内公共施設の建設に携わった明治11年を創業年とし、その後、東北・北海道・関東の鉄道工事を多数請負うことで、東北地方および日本の経済発展に大きく貢献してきた、歴史のある企業である。

企業理念の中にある「信頼される堅実なものづくり」「地域社会に貢献する会社づくり」を忠実に実践し、「宮城スタジアム」「仙台空港」「夢メッセ」「宮城県美術館」「仙台空港アクセス鉄道」等の多数の建築・土木の施工実績を重ねた施工技術は大変優れており、宮城県のインフラ整備の役割を担っている当社の社会貢献度は高く評価される。

環境・エネルギー問題に対しても積極的に取り組み、平成13年にISO14001（環境マネジメントシステム）を取得した。また、昨今のエネルギー政策の転換に対応して省エネルギーとCO₂削減を図るため、平成25年1月の稼働を目指して仙台市青葉区の自社所有地に、再生可能エネルギー施設の太陽光発電所を建設中である。10,000枚のパネルを有する当社の太陽光発電所は仙台市で最大規模となる予定であり、環境・エネルギー問題の解決に貢献する施設として大きく期待される。

東日本大震災発生時には、災害対策本部を直ちに設置し、地元建設会社としての実力をいかに発揮。ライフラインが途絶えた厳しい状況の中、国・県・市・民間からの要請に対して素早く対応し、被災地の瓦礫処理等の復旧工事を行なう等、復興優先を掲げて取り組んだ姿勢は、国土交通大臣により感謝状を授与される等、高く評価される。

当社は、創業以来、建築・土木を通じて宮城県経済の発展に大きく貢献したほか、東日本大震災発生時におけるインフラ復旧への貢献は高い。歴史を守りながら新たな取り組みにチャレンジする姿勢は、まさしく宮城県を代表する建設業であり、宮城県の復興を担う企業として更なる発展が期待できる。

みやぎ生活協同組合



代表理事 理事長
齋藤 昭子 氏

●企業の概要

企業名：みやぎ生活協同組合

代表者：代表理事 理事長 齋藤 昭子

住所：仙台市泉区八乙女四丁目2番地の2

設立年：昭和57年

業種：食料品等小売業

出資金：22,196百万円

従業員数：6,841名

●事業の概要

昭和57年に、宮城県学校生協（昭和27年設立）と宮城県民生協（昭和45年設立）の2つの協同組合が合併し設立された協同組合。現在、宮城県内に46店舗を有し、生鮮食品・食品・日用雑貨・衣料品等の店舗販売や宅配サービス、暮らしに便利な各種サービスを提供。宮城県民の生活インフラを支える重要な役割を担う。

東日本大震災において、被災直後から物資の提供や被災者支援を行い、貢献大。



新本部棟



「みやぎ生協」店舗

永年にわたり安全・安心な食品を提供し、全国生協の中で組合員加入率1位を誇る協同組合、崇高な理念をもつ協同組合として宮城県的生活インフラを支え、地域経済の活性化に大きく貢献



めぐみ野旬菜市場



食のみやぎ復興ネットワークのプロジェクトで開発された「希望のなの花はちみつ飴」



リサイクルセンター



震災直後の商品販売の様子

●受賞の理由

「わたしたちは、協同の力で、人間らしい暮らしを創造し、平和で持続可能な社会を実現します」の理念のもと、宮城県内で事業を展開。組合員数は約64万人（宮城県世帯の組合員加入率7割）を数え、全国の生協の中で加入率一位。宮城県民の豊かな生活の実現のために欠かすことのできない存在で、流通を通して生活インフラを支えてきた功績は、非常に高く評価される。

当生協は、常に安全・安心な食品を消費者である組合員に提供するため、安全管理の自主基準を設定して遵守するほか、食中毒の原因になる微生物検査・残留農薬検査・放射線物質検査等の各種検査や食品加工施設や売場等の衛生管理を継続的に実施。また、県内1次産業の活性化と、安全・安心な食品を組合員に提供することを目的に、「地産地消」に取り組み、生産者・生産地・生産方法が明確な野菜・肉・卵等の商品を、当生協ブランド「めぐみ野」として販売。「顔と暮らしの見える産直」として組合員から高い評価を受けている。

環境問題に対しても積極的に取り組み、平成11年にISO14001（環境マネジメントシステム）を全事業所で取得した他、平成18年にリサイクルセンターを稼働。また、牛乳パックやアルミ缶の回収等をいち早く取り入れ、環境負荷を低減し自然との共生を常に図っている。

東日本大震災においては、当生協の施設が甚大な被害を受けた中、地震発生直後から営業可能な27店舗が直ちに営業を開始して被災者に商品供給を開始。また震災当日に亘理町からの要請に基づきパンと水を届けたことを皮切りに、数週間にわたり定期的に仙台市・石巻市に食料を送り続けた。更にその他市町村に対してもいち早く支援物資を提供する等、県内の生活インフラを早急に復旧するための多くの支援活動は極めて高く評価できる。

永年にわたり宮城県民の生活インフラを支え、加えて地域の雇用を創出する等、地域経済の活性化に大きく貢献した他、震災後の支援活動への取り組みは高く評価される。崇高な理念をもつ協同組合として、宮城県の復興・地域経済の発展とともに更なる飛躍が期待できる。

クリノ株式会社



代表取締役社長
佐竹 典明 氏

◆企業の概要

企業名：クリノ株式会社

代表者：代表取締役社長 佐竹 典明

住所：仙台市青葉区荒巻字青葉6-6-40
東北大学ビジネス連携
インキュベーター103号室

設立年：平成19年

業種：医療機器開発

資本金：51百万円

従業員数：2名

◆事業の概要

当社は、東北大学先進医工学研究機構における4つの優れた医工学の研究成果を事業化し、患者への臨床応用の実現を目指して設立された東北大学発のベンチャー企業。

血管の狭窄等の原因により起こる狭心症や脳梗塞等の治療時に、血管内に挿入して血流を改善する金属製の医療器具「ステント」において、高強度化・薄型化を実現させる加工方法を開発。「ステント」事業において、医療機器メーカーからの受託加工による事業化を目指す。



本社入居（略称「T-Biz」）ビル

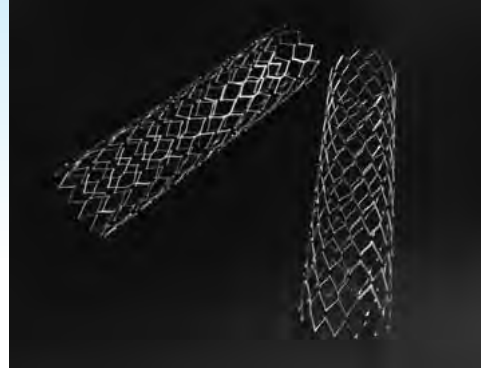


本社

「水レーザー技術」を世界で初めてステント加工に適用する方法を開発し、ステントの高強度化・薄型化を実現、医療分野における血管内治療を進歩させる画期的な技術として大きく期待



レーザー加工機



ステント



作業風景



医用チューブ

◆受賞の理由

「ステント」製造は、長尺チューブ状の金属材料をレーザー加工により、複雑な円筒形状に切断する方法が主流である。しかし、レーザー加工に対応できる長尺チューブを作製するためには、金属の強度等の特性を低下させて作製する必要があるため、「ステント」の強度不足が実用化の障害となる場合もあり、「ステント」の高強度化が課題であった。

当社は、「ステント」の管^{くだ}にむかって柱状に吹き付けた水の中に、レーザー光を通して加工する「水レーザー技術」を、世界で初めて「ステント」加工に適用する方法を開発した。この加工方法の開発により、強度等を低下させる必要がない短いチューブでも「ステント」製造が可能となった結果、高強度の金属チューブを「ステント」製造に応用することが可能となり、従来の「ステント」より強度が2.5倍以上に高まった。これにより、末梢血管系「ステント」の高強度化および薄型化が可能で、現在、開発試作は完了し販売に向けた開発段階まで進み、今後の事業展開が大変期待できる。

また、強度不足が実用化の障害となっていた生体吸収型マグネシウム「ステント」においても高強度化が可能となり、現在、薬事申請に向けた種々の試作・試験等を実施し、実用化を目指している。「水レーザー技術」による「ステント」加工方法は、医療分野における血管内治療を進歩させる画期的な技術であり、高く評価できる。

当社は、「ステント」事業の他、アルツハイマー発症前診断・不妊治療機器・糖尿病根治治療の各医療分野においても研究開発を進めており、その技術力は非常に優れ、最先端医療の進歩に向けての貢献度は高く評価される。医療分野において、今後更なる飛躍が期待できる企業である。

財団法人蔵王酪農センター



理事長

小原 實 氏

◆企業の概要

企業名：財団法人蔵王酪農センター

代表者：理事長 小原 實

住所：刈田郡蔵王町遠刈田温泉字七日原
251-4

設立年：昭和35年

業種：酪農、乳製品製造業

資本金：-

従業員数：55名

◆事業の概要

昭和35年、神奈川県厚木市に酪農の電化・機械化による合理化を目的として設立。昭和39年に本格的実験農場を目指して蔵王町へセンターを移転後、ナチュラルチーズの実験製造工場建設や販売店舗建設により、酪農における生産から製品販売までの一貫体制を確立。宮城県を代表する「蔵王チーズ」ブランドで酪農、乳製品製造・販売の6次産業化に積極的に取り組み、新規事業として産業廃棄物の飼料化を目指す。



事務所・売店・工場棟



直売店内

「茶殻」と「乳清」を混合した家畜混合飼料の生産・供給を事業化、家畜混合飼料を与えて肥育した牛を「蔵王爽清牛」と命名し新たなブランド化を計画、地域活性化に結び付く事業として大きく期待



混合飼料生産設備



乳製品



放牧風景

◆受賞の理由

蔵王町では、大手飲料メーカーがペットボトルのお茶を製造した時に発生する「茶殻」が年間約650トン、当財団のチーズ製造過程で発生する「乳清（チーズホエイ）」が年間約1,400トン排出されており、その殆どが産業廃棄物として処分されている。これら産業廃棄物の飼料化（エコフィード）を目指し、平成20年より実用化試験を実施。はとむぎ・大麦・玄米等の穀類が含まれた「茶殻」と高蛋白・低脂肪で栄養価が高い「乳清」及び他の基礎飼料を混合し、乳酸発酵させた混合飼料の実用化試験を重ねた結果、安全で、牛の嗜好性、発育、血液成分等に全く問題がないことが証明された。

この結果を受け、「茶殻」と「乳清」を混合した家畜混合飼料の生産・供給を事業化。産業廃棄物として処理されていた大量の「茶殻」「乳清」の再資源化により、年間約3,000トンの混合飼料の生産を見込んでおり、資源循環型事業として大きく期待されている。

また当財団では、和牛と乳牛の交雑種にこの家畜混合飼料を与えて肥育した牛を「蔵王爽清牛」と命名し、蔵王町産牛肉の新たなブランド化を計画している。この「蔵王爽清牛」は和牛に比べ脂身が少なく、赤みが多いといった特徴をもつ牛肉で、今後地元の畜産農家等の協力を得ながら、蔵王ブランド牛として販売していく計画であり、地元の畜産業や飲食業・宿泊業等の観光事業の活性化に大きく貢献することが期待されている。

当財団の計画する家畜混合飼料の生産・供給の事業化は、資源循環型事業として期待されるだけではなく、蔵王町のあらゆる産業に様々な波及効果をもたらす事業として期待され、地域の活性化に結び付く事業展開を計画する当財団は高く評価される。酪農業を通じた地元観光事業の推進および地域の活性化に、今後も重要な役割を担う財団法人である。

株式会社さんいちファーム



代表取締役
瀬戸 誠一 氏

◆企業の概要

企業名：株式会社さんいちファーム

代表者：代表取締役 瀬戸 誠一

住所：名取市植松字豊田209

設立年：平成23年

業種：農業（葉物野菜生産・販売）

資本金：13百万円

従業員数：18名

◆事業の概要

東日本大震災の津波により被災した仙台市宮城野区の3名の農家が、東京の環境コンサルティング会社の協力のもと、共同で設立した農業法人。名取市の津波被害を受けた6,000㎡の土地に、レタス、ベビーリーフ、ルッコラ等の葉物野菜を通年栽培できる水耕栽培施設3棟を建設。平成24年5月30日に竣工し、同年6月より生産を開始。



水耕栽培施設

東日本大震災の津波による塩害被害を受けた土地で水耕栽培施設による植物工場を運営、安全・安心でおいしい葉物野菜を通年で栽培、復興ビジネスモデルを展開する農業法人として大きく期待



3名の発起人



スーパー販売



水耕栽培で発芽した苗



レタス

◆受賞の理由

当社を設立した3名の農家は、東日本大震災の津波により被災。塩害被害を受けた土地での農業再開や新たな資金調達、今後の事業計画等、多くの課題を抱え、個人での農業再開は困難な状況にあった。しかし、農業法人を設立し、塩害被害を受けた土地でも栽培可能な水耕栽培施設による植物工場の運営を企業と連携して行うことで、資金面、事業計画面、販路面等の様々な課題を克服。当社は、被災した農家が新たに農業を再開する復興モデルとして、各種メディアから高い評価を受け、注目を浴びている。

当社の水耕栽培施設は、採算性を高めるため、①ハウス全体を温度管理するのではなく、植物の根のみを温度管理する②雨水を有効利用し、循環・ろ過して継続的に使用する③水耕栽培施設の架台等を全て再生プラスチックで活用する、等を行うことで、イニシャル・ランニングの両面でコストを抑えた省エネ型システムである。

野菜は全て無農薬栽培であり、廃棄部分の少ない、葉圧のある歯ごたえがしっかりとした、おいしい野菜が栽培されている。栽培された野菜は、画一的な集荷業者向けの大量出荷といった従来の方法ではなく、収益性を高めていくために外食チェーン店やスーパー、一般消費者等に直接販売している。安全・安心でおいしい野菜を、季節や天候等の変動に関係なく通年で栽培すること、また、連携した企業の支援等による継続的な販路開拓により、不安定であった農業収入が安定的に確保され、さらに従来の販路に頼ることなく収益性のある販路を拡大していく姿勢は、農業の新しいビジネスモデルとして高く評価される。

当社は、被災した農家に希望を与えるとともに、被災地での雇用創出においても大きく貢献が期待される。高齢化や後継者不足が深刻な問題となっている農業分野で、新しいビジネスモデルを展開し、更なる飛躍が期待される企業である。

第15回（平成24年度）「七十七ビジネス大賞」

1. 応募件数

(単位：件)

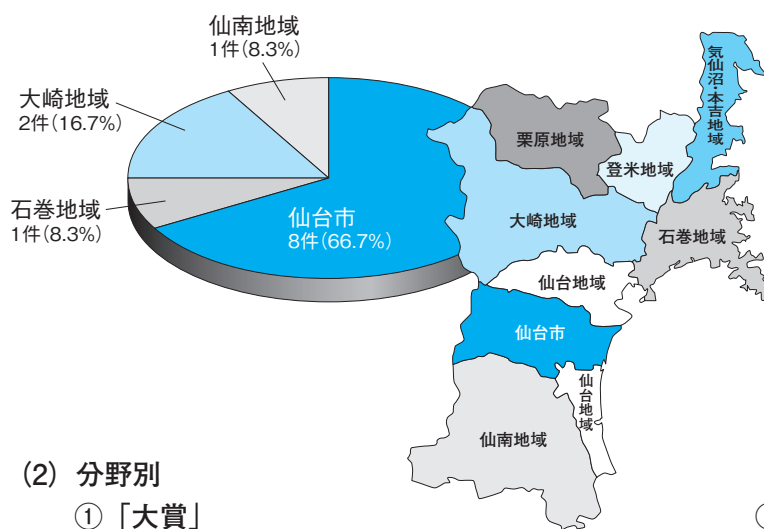
	第9回 (H18)	第10回 (H19)	第11回 (H20)	第12回 (H21)	第13回 (H22)	第14回 (H23)	第15回 (H24)
七十七ビジネス大賞	20	18	18	20	11	9	12
受賞企業	3	3	3	3	3	4	4
七十七ニュービジネス助成金	43	31	29	34	30	38	31
受賞企業	3	3	3	3	3	3	3
合計	63	49	47	54	41	47	43

※第13回(H22年度)より大賞・助成金の重複申込みを不可としている。

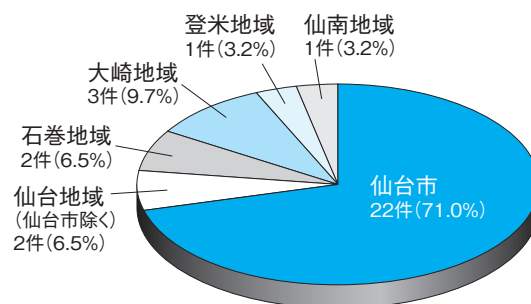
2. 応募企業の状況

(1) 本社(拠点)所在地別

① 「大賞」

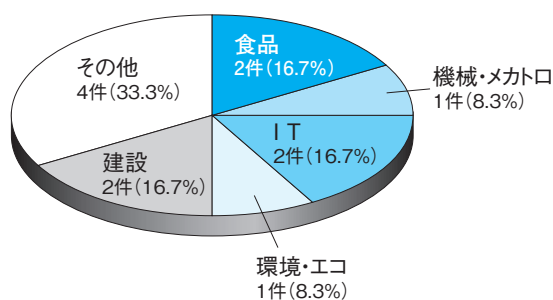


② 「助成金」

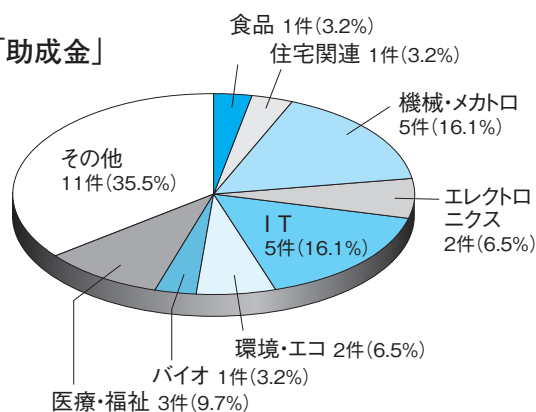


(2) 分野別

① 「大賞」

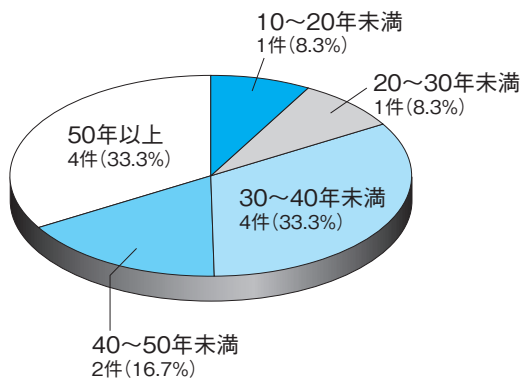


② 「助成金」

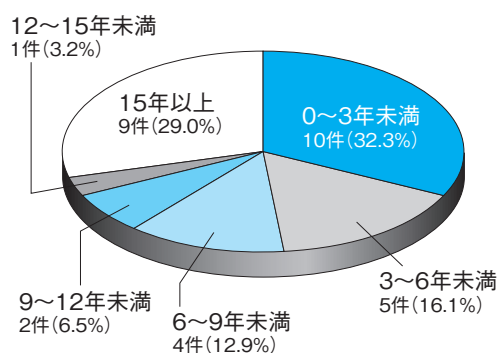


(3) 創業(設立)経過年数

① 「大賞」



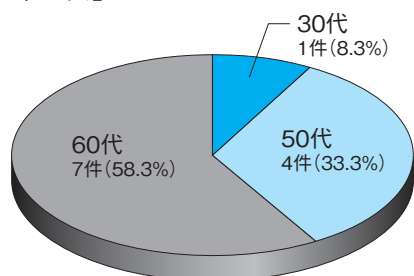
② 「助成金」



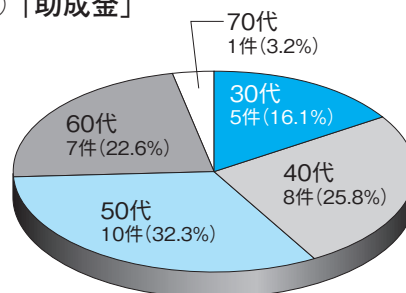
「七十七ニュービジネス助成金」の応募状況について

(4) 代取・代表者の年齢

① 「大賞」

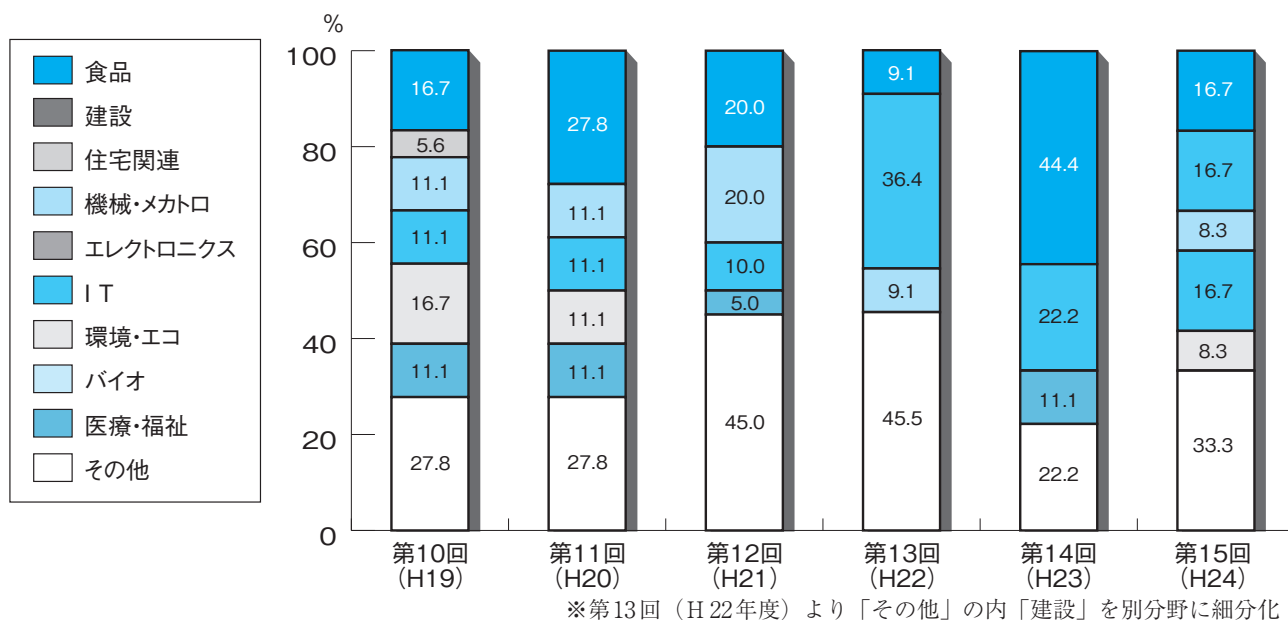


② 「助成金」

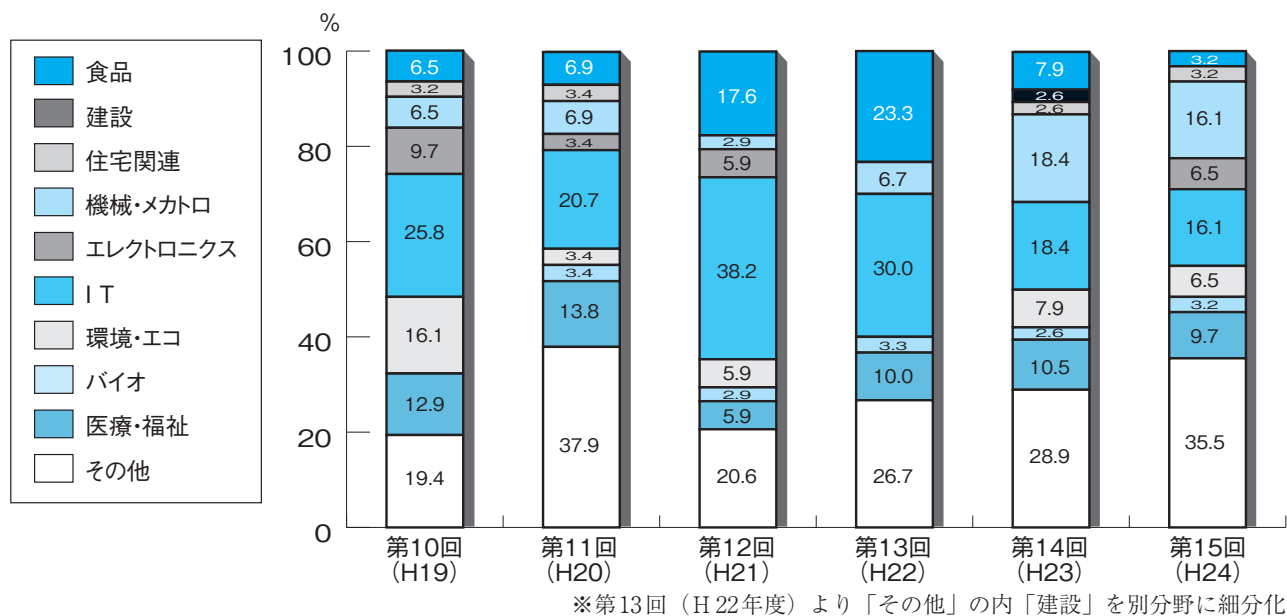


3. 応募企業の過去5年分野別推移

(1) 「七十七ビジネス大賞」



(2) 「七十七ニュービジネス助成金」



「観光セミナー」 ～観光ビジネスの推進と地域活性化～

講師：東北運輸局 企画観光部 観光地域振興課長 藤澤 義人氏
株式会社ジェイティービー 旅行事業本部
観光戦略担当部長 池田 伸之氏

当財団は、平成24年10月10日(水)七十七銀行本店5階会議室において特定テーマセミナー「観光セミナー」～観光ビジネスの推進と地域活性化～を開催いたしました。

本特集では、講師にお招きした東北運輸局 企画観光部 観光地域振興課長 藤澤 義人氏、株式会社ジェイティービー 旅行事業本部 観光戦略担当部長 池田 伸之氏による講演内容の概略をご紹介します。

◆講演◆ 「東北の観光の現状と復興への取り組み」

講師：東北運輸局 企画観光部 観光地域振興課長 藤澤 義人氏



藤澤 義人氏

1. 観光立国の意義

国が「観光、観光」と声高に言うようになったのは、小泉首相時代に観光立国を謳ったときからだと思います。平成20年10月に観光庁が設立され、東北運輸局の中にも企画観光部という部が設立されました。観光立国の意義として、以下の4つが挙げられます。

(1) 国際観光の推進はわが国のソフトパワーを強化するもの

国際観光を通じた交流は、国家間の外交を補完・強化し、安全保障にも大きく貢献しています。

(2) 観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札

少子高齢化で成熟した社会には、観光振興、いわゆる交流人口の拡大、需要の創出による経済の活性化が有効です。

(3) 交流人口の拡大による地域の活性化

集客力のある個性豊かな地域づくりは、各地域の自主・自立の精神を促し、地域活性化につながります。また、観光振興を通じて、地域の価値の再発見、地域の一体感、郷土愛などを作り出していくことも大切です。

(4) 観光立国により国民の生活の質を向上

退職期を迎える団塊の世代は、新たな生きがいを模索しています。その生きがいの構築という意味も含め、観光交流の拡大は精神活動を含めて生活の質の充実にもつながります。

以上のことから、観光立国の推進は日本の歴史的・文化的価値を再認識するプロセスであり、日本の魅力の再活性化にもつながります

2. 東北の観光の現状

(1) 国内における旅行の消費額

平成22年の国内における旅行消費額は、図1のとおり23.8兆円という莫大な金額でした。その中で、訪日外国人旅行の消費額は、1.3兆円(全体の5.7%)とまだまだ小さい数字です。しかし、外国人旅行客の1人当たりの消費額は大きいことから、訪日外国人旅行をもっと増やしていこうという動きとなり、政府ではビジット・ジャパン事業を展開しています。また、経済効果について、生産波及効果49.4兆円、付加価値誘発効果25.2兆円、雇用誘発効果424万人、税収効果4.0兆円という規模であることから、経済への観光産業の貢献度は非常に高いということが分かります。

図1



(平成24年10月10日開催セミナー資料)

(2) 東日本大震災の観光分野における影響

国内旅行に関しては、宿泊者数全体としては回復傾向にあるものの、復興事業関係の方々の宿泊が中心となっており、観光客中心の宿泊施設は未だ厳しい状況にあります。また、訪日外国人旅行に関しては、震災当初の7~5割減という状況から徐々に回復してきていますが、依然厳しい状況となっています。

ホテル・旅館の震災関連倒産についても、2012年3月時点で45件、現在はさらに増加していますので、非常に深刻な状況となっています。

(3) 東北夏祭り入込み状況

震災後、夏祭り開催時期の頃から観光復興という形で各地域の皆さんに頑張っていたいただいたおかげで、総じて夏祭りの入込みはもとに戻りつつあると考えられます。

3. 震災直後の取り組み

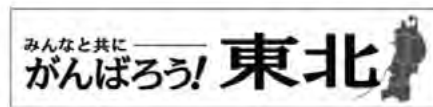
(1) 東北の観光復興に向けた取り組み

3月11日に震災が発生し、観光産業は非常に危機的状況にありました。スピード感を持って観光復興に取り組むため、東北観光推進機構や東北経済連合会、仙台商工会議所、関係団体等が集まり、3月29日に「ワーキンググループ」を設置しました。当初は週1回のペースで会合を開き、情報の共有や今後の施策などについて協議しました。

【主な取り組み】

①観光復興スローガン、ロゴの決定

復興に向けた連帯の象徴となるスローガンとロゴを決定し、缶バッジ・ステッカーを作成するとともに運輸局ホームページからダウンロードできるようにしました。



②観光復興ポータルサイトの開設

震災後、幸い被害の少なかった観光地域もありましたが、大きな被害を受けた地域ばかりが報道され、東北の観光に関わる正確な情報が伝わっていませんでした。そこで、正確な情報を発信するため、東北観光推進機構が中心となり復興関連情報に特化したポータルサイトを開設しました。

③JR 東日本とのタイアップによる情報発信

首都圏を中心としたポスター展開や山手線への中吊り広告、トランヴェール誌への広告掲載などを行いました。年内は、時節折々の広告を継続的に展開する予定となっています。

④首都圏キャラバン

東北各県の女将さんやキャンペンクルーの方々とともに、東北地方への誘客をアピールするため、首都圏キャラバンを実施しました。総理大臣や国土交通大臣、観光庁長官等を訪問しました。

⑤東北6県物産展（首都圏ジャック）

首都圏主要6駅において、東北6県の物産展を開催し、誘客と風評被害の払拭に向けたPRなどを展開しました。

(2) 観光需要創出に向けた支援事業

震災後、各県とも鎮魂行事を含めたイベントなどを開催したくても資金不足などの理由により開催できないという状況でした。東北運輸局では、イベント開催の支援や旅行商品の支援を行うことにより、東北に観光客を呼び寄せるための支援・協力を行いました。

【支援事業実施事例】

・宮城県：「みやぎひかりプロジェクト」

「みやぎひかりプロジェクト」と題し、光をテーマにした各種イベントにテーマ性を取り込み支援

・福島県：「日本の元気再生 PROJECT」

350本の会津の絵ろうそくを活用して、会津の伝統文化を紹介するとともに、震災で犠牲になった方々を鎮魂する取り組み

その他、青森県、岩手県、秋田県、山形県においても支援事業を実施しました。

(3) 海外メディアを通じた情報発信

平成23年8月のシンガポールメディアを皮切りに、中国や韓国、台湾などの海外のメディアを招請し、震災後の観光地域を取材しました。東北の安全性について理解を深めていただくとともに、海外において正確な情報を発信することにより、海外から東北への誘客に繋げることが目的です。

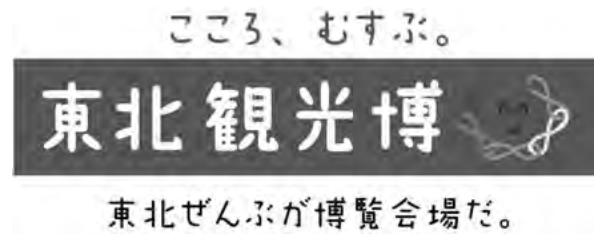
4. 東北観光博

平成24年3月18日のグランドオープンから平成25年3月末まで約1年間にわたり、官民一体となって「東北観光博（以下：観光博）」という一大キャンペーンを行っています。国土交通大臣、各県知事や経済団体の長をはじめとし

た官民の代表からなる東北観光博実行委員会を設置し、幅広い分野の方々からご意見・ご協力をいただきながら取り組んでいます。

東北には地域全体としての一体感がある一方で、歴史・風土に根ざした多様な伝統芸能や郷土料理、風習など各地域で特色ある個性豊かな暮らしが息づいています。そこで、東北全体を博覧会場に見立て、有名な観光地域を「ゾーン」と設定することで、各地域の個性を際立たせ、観光客に地域とのふれあいを通じて東北の様々な個性を感じてもらおうという取り組みです。当初は28ゾーンでしたが、8月にみやこ、9月に気仙沼の2地域がゾーンとなり、現在は30ゾーンとなっています。

観光博の目的は大きく2つあり、1つは落ち込んでいる東北地域への旅行需要の喚起です。東北地域の入込客数について、震災前水準への回復を基本的な目標としつつ上積みを目指します。もう1つは、地域が主体となって持続的に推進できる仕組みを定着させることです。従来の観光スポットを巡る観光だけではなく、歴史や文化、暮らしなどを観光資源として活かし、地域の「日常生活」に観光客が回遊する滞在交流型の観光への転換を図っています。そして、観光博終了後も地域が主体となって持続的に観光推進を行える仕組みを作りたいと考えています。



5. 東北観光博を楽しむための5つのツール

(1) 旅のサロン

各ゾーンに1箇所「旅のサロン」を設置しています。旅のサロンでは、地域観光案内人がとっておきのオススメ情報をご案内しています。観光スポットの情報はもちろんのこと、そのゾーンならではの体験を楽しめるような、観光客から評価の高い滞在プログラムもご案内しています。

(2) 東北パスポート

「東北パスポート」は、旅のサロンで発行しています。各ゾーンのオリジナルスタンプを集めると素敵なプレゼントをもらえたり、加盟店で提示していただくと割引などお店ごとのサービスを受けたりすることができます。現在1,000件近いお店が加盟しています。

また、パスポートを利用していただくことにより観光客の動向を把握することができ、今後の観光推進に役立てていくことができると考えています。

(3) 旅の駅

「旅の駅」は、ゾーン内の商店や小さな観光案内所などに複数箇所設置します。旅のサロン同様に地域観光案内人がご案内しますが、より詳細な周辺地域のオススメ情報を、自分の趣味・趣向を入れながら、お客様と会話をするような少し踏み込んだご案内を行っています。

(4) ポータルサイト

地域観光案内人や地域の人々が、直接書き込むことができ、「今日桜が咲きました!」「明日イベントがあります!」というような旬な情報を発信することができます。各ゾーン内の観光スポットや滞在プログラム、イベント情報はもちろん、モデルコースや交通についても掲載します。より楽しく滞在していただくため、ウェブ上で観光客の満足度を投稿していただき、それを旅のサロンの案内に反映するシステムも作っています。フェイスブックやツイッターも活用しており、地域の人々と観光客の双方向のコミュニケーションに役立っています。また、4カ国語(日本語・英語・中国語・韓国語)に対応していて、海外への情報発信にも役立っています。

(5) 公式ガイドブック

各ゾーンの見どころ、イベントカレンダーや旅のサロンの場所など、詳しい情報を掲載しています。また、東北出身の著名人(青森:新山千春さん、岩手:小笠原満男さん、秋田:加藤夏希さん、宮城:MONKEY MAJIKさん、山形:佐藤唯さん、福島:中畑清さん)や東北各県知事からの熱いメッセージも掲載しています。



6. これまでの観光案内とこれからの観光案内

これまでの観光案内は、観光スポット型で供給側の発想からの観光案内でした。観光スポットや大規模観光施設の回遊にとどまり、地域や地域の人々とのふれあいが少なく、地域のファンになりリピーターとなるお客様が少ないことが課題でした。

これからの観光案内は、滞在交流型のお客様の視点に立った観光案内を行っていく必要があります。①観光スポットに加え、地域の個性、伝統文化に根ざした地域の日常空間を含めた回遊促進②お客様ニーズに対応した地域の「おもてなし」を実現するための幅広い情報収集と発信③お客様と地域の人々とのふれあいのシーンを作り出す、を目標とし、地域のファンになりリピーターとなるお客様の増大を目指します。



◆講演◆「観光立国の現状とJTB地域交流プロジェクトについて」

講師：株式会社ジェイティービー 旅行事業本部

観光戦略担当部長 池田 伸之氏



池田 伸之氏

1. 裾野の広いツーリズム（観光）産業

ツーリズム産業は、様々な業種・業態が関係する、非常に裾野が広い産業です。また、経済効果、経済波及効果、雇用創出効果が大きい産業であることから、世界においては重要な産業セクターとして認識されています。

世界において、ツーリズム産業の直接経済効果は約2兆ドルです。この数字は、自動車産業の直接経済効果の2倍以上となっています。経済波及効果は約6.3兆ドルです。世界全体のGDPの9.1%を占めており、通信サービス、教育産業に匹敵する非常に高いレベルとなっています。雇用創出効果は8.7%まで上昇しており、重要な雇用創出産業となっています。（係数は2011年）

2. ツーリズム産業を取り巻く環境

(1) 経済的要因

①存在感を増すアジア経済

世界経済の中でも、特にアジアの経済成長は著しく、その存在感は増しています。

②拡大する北東アジア・東南アジアの国際観光市場

グローバル化の進展により、世界における人流は拡大を続けています。特に北東アジア・東南アジア地域の国際観光到着客数は世界の中で最も高い伸びが予測されています。

③定住人口減を補う交流人口の増加

日本の定住人口は約1億2,800万人で、年々減少傾向となっています。定住人口の減少にともない、国内旅行の消費額は減少していくと考えられていますが、この減少分を外国人旅行者の国際交流人口や国内旅行者の国内交流人口の拡大で補うことが可能であると分析しています。

(2) 社会的要因

①日本における人口動態の推計

日本は、出生率の低迷により総人口が減少し、先進国の中で最も急速に少子高齢化社会が進行しています。そのため、国内需要のみでは日本経済は縮小していくことになることから、拡大する国際交流人口を取り込むことが鍵となっています。

②日本人の価値観の変化

東日本大震災以降、日本人の価値観に変化が表れています。キーワードとしては「安定した暮らしへの願い」「周囲への絆づくり」「社会貢献への意欲」の3つです。

③旅行ニーズの多様化

現在、旅行は目的から手段となっており、若者を中心にエコツアーやグリーンツーリズム、パワースポットなど新たな旅のニーズが高まっています。

(3) 技術的要因

①インターネットの普及

ipadやiphoneなどスマートフォンを活用した情報の普及率、普及の速さが年々早まっています。日本だけではなく、世界中でインターネットの普及は急速に拡大しています。

②携帯電話の普及

携帯電話の普及率も急速に拡大しています。近隣諸国を見てみると、インドネシアが70%、インドが50%など、アジア諸国においても非常に高い伸び率を示しています。中国においては82%と日本と同水準となっています。

③ソーシャルネットワークの拡大

世界各地においてソーシャルネットワークへの参加割合も高まっています。ツーリズム産業においても、今後はソーシャルメディアの利点を活かして消費者と深い関係を築き、自社のブランド構築に活かしていく方策が求められています。

(4) 政治・法律的要因

①観光庁の設置

21世紀の日本の経済社会の発展のためには、国全体として官民を挙げて観光立国の実現に取り組む体制が必要であるという考えから、平成20年10月に観光庁が設置されました。

②日本再生の基本戦略

平成23年12月に閣議決定された「日本再生の基本戦略」においては、被災地で先進的に取り組む主な施策として、再生可能エネルギーの導入支援・研究開発拠点の整備や東北応援ツアーの実施などが挙げられました。また、観光振興においては、訪日外国人旅行者の増大にむけた取り組みや受け入れ環境水準の向上などが挙げられました。

③新たな「観光立国推進基本計画」における目標

平成24年3月に閣議決定された、新たな「観光立国推進基本計画」において、2016年までに、国内における旅行消費額を30兆円に伸ばす、訪日外国人旅行者数を1,800万人に増やす、等の具体的な目標数値を掲げています。

3. JTBグループの戦略

(1) 旅行業のビジネスモデルの変遷

1960年代以前の旅行業のビジネスモデルは「チケットエージェント」と呼ばれ、交通や宿泊の手配等を行っていました。その後、1970年代～90年代には「トラベルエージェント」として旅行を販売していました。2000年代頃から「ライフスタイルパートナー」として、地域の方々と一緒にその地域を盛り上げ、旅行を販売するだけでなくライフスタイル全般をサポートしようという動きになっています。

(2) JTBグループの新たな挑戦

①マーケットへの正対

高度化・多様化するマーケットへ対応するために、地域にしっかりと根をはり、地域経済の活性化へ寄与することができるよう、当社では地域別の分社化を行っています。現在、北は北海道から南は沖縄まで、11の地域事業会社と、法人営業に特化した「JTB法人東京」、国際旅行・インバウンドを専門とした「JTBGMT」、インターネット販売を行う「I.jtb」によりJTBグループを形成しています。

②ビジネスモデルの変革

これまで「旅行」と言うと、旅行に行くこと自体が目的とされ、旅行会社はコーディネーターという立ち位置でした。しかし、今後は旅行を手段とし、旅行会社はビジネスパートナーとしてお客様の感動と喜びのために、JTBならではの商品・サービス・情報および仕組みを提供し、地球を舞台にあらゆる交流を創造していきたいと考えています。

あらゆる交流の創造に貢献し、発着連動の交流ビジネスへと進化するために、「総合旅行業」という立ち位置から「交流文化事業」へ変革したいと考えています。

(3) JTB地域交流プロジェクトについて

①JTB地域交流プロジェクト推進の意義

人口減少が続く地域経済の状況は、JTBの地域事業会社の経営に直結しています。企業として地域社会や環境への貢献が求められる時代でもあり、観光が地域経済への波及、雇用創出の切り札として期待されていると考えています。

その中で、国家戦略と連動し、「観光を基軸とした交流人口の増加」による地域と日本の活性化、インバウンド事業を通じた国際交流の振興を目指します。JTB100年の歴史で培った、「世界の観光・旅行の知見」「人を動かす送客・誘客力」「店頭・法人営業のホスピタリティ・斡旋力」を総動員して国家課題に対応し、地域活性化に貢献する新たなビジネスを展開していきたいと考えています。

具体的な戦略としては、DMC（デスティネーション・マネジメント・カンパニー）を目指しています。地域の方々と一緒に地域資源の魅力を再発見し、眠っている宝に磨きをかけ、日本全国、世界各国からの集客をうながすことで地域活性化を図る継続的な活動を進めていきたいと考えています。

②事業概要

発着連動により、着地サイドの観点から地域固有の魅力を発掘・育成し、発地への流通を促進することにより観光を基軸とした交流人口の増大を図ります。

発地では、地域マーケティング事業として広告宣伝や需要喚起、地域ブランド化促進を行います。着地では、魅力あるまちづくり事業や地域プロデューサー型人材育成、地域物産開発、着地型商品開発を地域の自治体や各種団体の方々と一緒に取り組んでいます。

③取り組み事例

【墨田区「怪談の夕べ」】

カップル・夫婦・女性グループをターゲットに、東京スカイツリーも間近な墨田区のお寺を会場とし、地元で古くから伝わる伝説や怪談をプロに話して頂きました。スポーツ新聞に掲載され、テレビや他のメディアの取材が殺到しました。また、ブログやツイッターなどで口コミが広がり、3週間ですべてのチケットが完売となりました。



【東大阪モノづくり観光】

地域のモノづくり産業と文化を感じてもらうことを目的に、企業や商店街などと連携してモノづくり観光体験プログラムや地域資源の開発・商品化を行い、教育旅行や一般旅行者の受入れを図りました。2011年には約5,000人を集客し、地域活性化に大きく寄与した企画となっています。



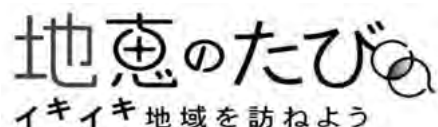
【比叡山ヒルクライム】

パワースポットとスポーツの融合による新たなスポーツイベントとして企画しました。競技後の延暦寺参拝が話題となり、スポーツと観光の相乗効果を生むことに成功しました。実業団も参加する公式イベントとなっています。



【東北版「知恵のたび」(震災復興支援・防災学習プログラム)】

今回の大震災の風化を防ぎ、後世にその教訓を伝えることを目的として、本趣旨に賛同頂いた地元自治体・企業・団体と連携して「学びのプログラム」を作成しました。本プログラムは、この東日本大震災から「学び」、「将来への備え」としたいと考えています。



4. 観光まちづくり推進への期待

(1) 新しい旅と地域づくり

これからの旅のキーワードは、品質や価格などの「スペック」ではなく、「五感に訴えるシナリオづくり」で旅を創造することだと考えています。そのために、地域の方々と一緒にその地域の魅力の開発・発掘を行う中で、出会いや感動、発見などを物語化していきたいと考えています。

(2) 地域参加型の観光まちづくり

①観光まちづくりによる意味的空間への進化

以前の旅行スタイルは通過型・団体型で、旅館・ホテルでのおもてなしがメインとなっており、地域の視点が欠けていました。

現在から将来にかけての旅行スタイルとしては、交流型・個人型で、自然や生活文化、ふれあいを求めるお客様が多くなっています。お客様のニーズに応えるためにも、地域という空間を「物理的空間」から「意味的空間」へと進化させ、まち歩きや体験を通して、地域全体でお客様をおもてなしすることが必要です。

②地域参加型の観光まちづくり

これからの地域観光においては、地域住民が参加して各産業と連携し、地域独自の魅力を磨き上げていくことが重要となります。漁業や農業、製造業、大学など様々な地域主体との連携による観光まちづくりの推進を行うことで、地域ブランドの創出・育成につながり、観光交流人口の増加による地域産業の活性化につながります。

【観光まちづくり事例】

・長崎のまちあるきプログラム「長崎さるく」

「日本ではじめてのまち歩き博覧会 長崎さるく博'06」を発展させ、平成19年4月1日から「長崎さるく」として年間を通して行われている着地型プログラムです。「さるく」とは、まちをぶらぶら歩くという意味の長崎弁です。長崎の観光客数が落ち込んだ



際に企画されたのですが、外部からの協力者は2名のみで、地域の方々が主体となり、知恵を出し合っていました。特製マップ片手に自由に歩く「長崎遊さるく」や長崎名物・さるくガイドの説明を聞きながら歩く「長崎通さるく」など団体向け、修学旅行向け、企業向けなど様々なプログラムを用意しています。

(3) スポーツツーリズム

日本の優れたスポーツ資源と旅行・観光ツーリズムを掛け合わせる「スポーツツーリズム」が新たな観光連携分野として注目されています。単にスポーツと言っても、「するスポーツ(参加)」「観るスポーツ(観戦)」「支えるスポーツ(スポンサー)」の3つの視点で考えると、1人の参加者に対して複数名が地域に訪れるという仕組みができます。

5. 最後に

当社は、ツーリズム産業に関わる民間企業として、地域の皆様と一緒に観光まちづくり、観光振興による地域活性化に取り組んでいきます。創立から100年の間に培ってきた実績や経験を惜しみなく提供させていただき、地域の皆様と一緒に観光戦略を考えていきたいと思っております。

人口減少下での趣味ビジネス



日本銀行 仙台支店長 後 昌司

好みである鉄道について蘊蓄を傾けるのはちょっと気恥かしい中、ビジネス誌への寄稿ということもあり、趣味ビジネスの成功例としての鉄道趣味についてお話ししたいと思います。

鉄道趣味ビジネスは典型的な内需型産業です。海外の鉄道を追っかける鉄道趣味の流派もありますがごく一部ですし、逆に外国の鉄道ファンで日本の鉄道に興味がある人も僅かです。その意味で我が国の人口が減少する中、鉄道趣味ビジネスは先細りかと思われそうですが、どっこい皆さんご存じの通り、今やすっかり市民権を得て、各種イベントは大賑わいです。鉄道雑誌等の関連媒体やグッズの売行きも好調で、ビジネスとしてますます隆盛を誇っています。

こうした成功の背景には、人口減少の中にあっても新たなファン層を着実に創出していることが挙げられます。

一つは中高年のファンです。鉄道ファンは元々は乗り物好きな少年が多かったのですが、そんな話は今は昔で、鉄道の有名撮影地（業界用語で「お立ち台」と言われます）に行くと目にするのは、（私も含め）おっさんばかりです。しかも（私は違いますが）彼らは自由になるお金が沢山あります。撮影地では、プロ顔負けの高価なカメラ、レンズ、録画機材が放列をなしています。プラモデルやラジコン、昆虫採集など少年が熱中した趣味の多くは、彼らが成人するにつれそこから卒業していくのに対し、鉄道趣味は年とともにリッチになっていく元少年たちをしっかりと捉まえているのです。



「お立ち台」からの1枚

もう一つのファン層は女性です。私が学生時代在籍していた当時の鉄道研究会の部員は全員男性でしたが、今や「鉄子」、「ママ鉄」という言葉にあるように鉄道趣味界における女性の参入には目を見張るものがあります。ただ考えてみれば、もともと旅行好きな女性は多かったわけですから、彼女たちに鉄道の魅力を教えることで、移動手段として使っていた鉄道にも目を向けさせることができたのです。潜在的顧客の現実顧客化の成功例といえましょう。また、女性がいるとそれに引き寄せられる男性も当然いるわけで、女性鉄道ファンにつられ鉄道に興味のなかった男性もこの世界に入ってくるという相乗効果もみられています。

人口減に直面する内需型ビジネスですが、工夫次第では新たな顧客層を開拓できるチャンスがまだまだあることを示唆してくれる一つの例ではないでしょうか。