



後継者問題は最大の経営課題

宮城県中小企業団体中央会 会長 今野 敦之

私たち人間の社会には組織が存在しています。古今東西どんな型であっても、組織のない社会は存在しないのです。そしてその組織には必ず“長”がいます。それは古くは酋長であったり、皇帝・王様・将軍・大将そして知事・市長・議長であったり、ビジネスの社会では会長・理事長・社長であったりします。“長”の能力やリーダーシップによって、その組織は大いに成長もするし、反面、衰退することもあります。成長するか衰退するかの一つ一つの要素に「後継者」の問題があります。

企業後継者にしぼって言えば、優れた経営能力とリーダーシップを持った後継者に恵まれた企業は隆盛していきませんが、逆の場合は衰退の一途をたどります。また、経営者が後継者を何らかの理由で指名できなかつたり、あるいは育成しなかつたら、企業としては大きなリスクを背負うこととなります。特に中小企業のオーナー企業における経営者の後継者育成は大きな課題です。別な言い方をすれば、経営者の最大の仕事の一つは後継者の育成と継承であるといっても過言ではないと思います。

上場企業においては、後継リーダーの選び方では、一定のルールがあつたり、組織が成熟しており人材も豊富で、後継者育成・継承でリスクを負うことはあまりないと思います。

今、まわりの中小企業を見ても、子供ということだけで自分の息子を無理に後継者にして社員からも見放されてしまった企業、後継者候補すら探し損ねて廃業せざるをえない企業、自分の子供にすら親の会社に魅力がないと言われ、後継者不在の企業、経営者が後継者指名を計画的に行わず、同族を複数名入社させお家騒動に発展してしまった企業、自社株式の相続を長期的計画的に行わなかった為に、後継者が大きなリスクを背負ってしまった企業、等々様々であります。

もちろん例示した逆のケースで、後継者の育成と継承をうまく行って成長している企業もたくさんあります。

私たち中小企業にとっては、後継者育成・継承は長く時間がかかり、多くの精力を使います。容易に解決する問題でもないようです。

「後継者問題はだいじょうぶですか！」組織にとって大きな課題だと思いますが、いかがでしょう？

(当財団 評議員)

七十七ビジネス大賞受賞

第16回(平成25年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社サイコー

代表取締役 齋藤 孝志 氏



「ゴミの減量化」「資源の有効活用」を合言葉にリサイクル事業を推進、資源循環型社会の形成に向け大きく貢献

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社サイコーを訪ねました。当社は、昭和48年に創業し、古紙回収業を主業務としてリサイクル事業を推進してきました。資源再利用の機運の高まりに呼応し、産業廃棄物および一般廃棄物の収集・運搬・処分など取扱事業を拡大するほか、機密文書処理サービスの開始、廃棄物管理全般にわたる総合的なコンサルティング業務も開始するなど、宮城県内リサイクル業のリーダー的企業です。当社の齋藤社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容などについてお伺いしました。

——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。

今回で2度目の応募でしたが、これまで受賞された企業様を見ても名立たる企業様ばかりで、正直当社が受賞できるとは思っていませんでした。

創業40周年を迎える節目の年に、このような名誉ある賞を受賞することができ、非常に嬉しく感じています。また、受賞後は多くの方々からお祝いコメントもいただき、改めて受賞した喜びを感じています。

いただいた奨励金は社員と地域のために使いたいと考えています。

資源循環型社会の形成に向けて

——経営理念についてお聞かせください。

私たちの暮らしは、豊かになった反面、大量生産・大量消費・大量廃棄というライフスタイルになり、処理しきれないほどの廃棄物を生み出すことになりました。このような社会構造を根本的に変え、自然から採取する資源をできるだけ少なくし、廃棄される資源を最小限に抑え、リサイクルにより有効に使っていく「資源循環型社会」を構築する必要があると思います。

会社概要

住所：仙台市宮城野区岩切分台1丁目8-4

設立：昭和56年（創業：昭和48年）

出資金：30百万円

事業内容：再生資源卸売業、産業廃棄物収集
運搬業・処分業

電話：022(255)3150

URL：http://kk-saikoh.co.jp/

当社では、廃棄物に関わる事業を行っている会社として重要な役割を担っていると感じており、「リサイクル事業を通じ住みよい環境づくりを目指し資源循環型社会の持続的発展に貢献します」という経営理念を定めています。

また、経営理念を実現するためにどのように活動するかを明確にし、社員全員と想いを共有するために、「人との出会いを大切にし社会に信頼される企業であること、社員が能力と個性を発揮しお客様に感動していただける企業であること、社員とともに成長し『しあわせ、ゆとり、豊かさ』を味わえる企業であること」という経営方針を定めています。



本社外観

である「プライバシーマーク」も取得し、情報セキュリティの強化にも努めています。

平成20年には、廃棄物に関する総合的なコンサルティング業務を開始し、取扱事業を拡大しました。

平成22年からは、みやぎ生活協同組合（以下：生協）と連携し、新聞や雑誌などの資源物を持参した来店客にポイントを付与する「古紙リサイクルポイントシステム」を開始し、来店客のエコ活動への参加意識の向上を図るとともに、資源物の安定確保にも繋がりました。

また、平成25年4月からは、仙台市の家庭ごみの回収業務にも取り組み始めました。仙台市の環境行政の一翼を担い、これまで以上に地域の環境保全に努めていきたいと考えています。



バッカー車（仙台市家庭ごみ回収車）

40年の歩み

——創業から今日に至るまでの経緯について教えてください。

当社は昭和48年に創業し、昨年（平成25年）で創業40周年を迎えました。創業以来、古紙回収業を主業務とし、「ゴミの減量化」「資源の有効活用」を合言葉にリサイクル事業を推進してきました。

創業当時は古紙回収業だけでしたが、お客様からの「廃棄物全般について回収・リサイクルに対応してほしい」というニーズに応えるため、産業廃棄物および一般廃棄物の収集運搬・処理も行えるよう事業を拡大してきました。

また、平成12年には業界内では東北初となるISO14001（環境マネジメントシステムに関する国際規格）を取得し、資源循環型社会の持続的発展という社会の要請にも対応してきました。

その後、平成17年に個人情報保護に関する法律が全面施行されたことにともない、機密文書処理サービスを開始しました。個人情報保護の認証制度

——事業内容について教えてください。

当社は、大きく分けて6つの事業を行っています。まず1つ目は、古紙の回収および圧縮・梱包などの中間処理です。事業者や家庭から出た新聞や雑誌、ダンボールなどの古紙を回収し、当社の資源化センターで圧縮・梱包し、実際に再資源加工を行う業者へ販売しています。その後、古紙は再び新聞やダンボール、ティッシュペーパーなどにリサイクルされます。年間で約8万tの古紙を取り扱っており、売上の約60%を占めています。

2つ目は、産業廃棄物の収集運搬および中間処理です。産業廃棄物とは、事業活動にともなって発生した廃棄物で、廃油や蛍光灯、発泡スチロールなどです。回収した産業廃棄物は、プラスチック原料や燃料・原料にリサイクルされます。当社では、東北6県以外にも関東圏を回収範囲とし、多くの産業廃棄物を取り扱っています。

また、お客様が廃棄するものの中には、廃棄物ではなく処分費用を必要としない「有価物」が含まれ

ている場合があります。当社では、それらを適切に取り扱い、お客様のコスト削減にも努めています。

3つ目は、主にスーパーや病院・飲食店と家庭から出る一般廃棄物の収集運搬です。割合としては先ほどの産業廃棄物と一般廃棄物で売上の35%を占めています。

4つ目は、機密文書の回収・処理です。機密文書の処理というと、以前は焼却処理が一般的でした。しかし、個人情報の保護に関する法律の施行により機密文書の取り扱いが厳しくなったことや、仙台市の焼却工場へ機密書類を含む再生可能な紙類を持ち込めなくなったことを契機に、それらの紙資源の受け皿になろうと、この事業を開始しました。現在では、官公庁や銀行を始め一般企業など約1,000社と契約を結び、年間約3,000tの機密書類を処理しています。



機密書類用破砕機

5つ目は、集団資源回収です。ゴミの減量化とリサイクル推進のため、子供会や町内会などの集団資源回収を行っています。回収品目は、新聞、雑誌、ダンボール、古布、牛乳パック、アルミ缶、ビン類



子供会による集団資源回収の様子

です。集積場所に資源物を集めていただければ、積み込みの手伝いや時間まで集積場所にいていただく必要はなく、当社で責任を持って回収いたします。

6つ目は、廃棄物管理コンサルティング業務です。事業者の皆さんが、環境保全とコスト削減の両方を実現できるように、廃棄物処理の工程の見直しや行政からの監督指導に対する対応策の提案、報告書面の作成など、廃棄物管理全般のサポートを行っています。

——機密文書処理サービスについて詳しく教えてください。

当社では、『シークレットキング』という機密書類リサイクルシステムを導入しています。この『シークレットキング』は、セキュリティカードや指紋認証による入退室管理、GPSを利用した追尾システムなどを活用し、機密書類の情報を取引から最終処理までパーフェクトに守ります。

また、処理開始から終了までのすべての工程を監視カメラで撮影しており、映像データはインターネットでお客様にお届けすることもでき、安心・安全な処理が行えると、お客様から高い信頼をいただいています。

——廃棄物管理コンサルティング業務について詳しく教えてください。

これまでは廃棄物を触らないと事業として成り立たないと思っておりましたが、廃棄物を触らなくても、これまで培ってきたノウハウやサービス、廃棄物処理に関する情報をお客様に提供することが事業になると気付いたとき、事業の幅が広がりました。

例えば、チェーン店のように店舗数が多く、それぞれの店舗での廃棄物管理を統一できていないお客様に対しては、当社が廃棄物管理を代行し、管理の一元化に取り組みます。新しく出店を考えているお客様に対しては、廃棄物の排出量を測定して、処理業者を選定し契約書の作成などを行います。

また、一般的に廃棄物処理業者というと地域性が強く、全国展開しているような会社は多くありません。そこで、東北を中心に同業者のネットワークを作りたいと考え、サイコーの中で行っていた廃棄物管理コンサルティング業務を独立させる形で、株式会社SKトレーディングという関連会社を立ち上げ、常に最適化を目指した廃棄物処理の仕組みを提案するとともに、同業者とのネットワーク構築に努めています。

win-winの関係

——古紙リサイクルポイントシステムについて教えてください。

新聞や雑誌などの資源物をリサイクルに出そうとしたとき、例えば仙台市であれば、市が行っている月2回の行政回収と、子供会や町内会が行う集団資源回収の2つが主に利用されています。しかし、行政回収は資源物を出せる時間が収集日当日の早朝から8時30分までと決められています。集積所をきれいに保つためにも必要なルールですが、どうしても生活リズムによってはこの時間帯に出せない人も少なくないと思います。また、1人暮らしの学生などは子供会や町内会の集団資源回収を知らない人も多くいます。そういった方でも気軽に利用できるのが「古紙リサイクルポイントシステム」です。

このシステムは、新聞や雑誌などの資源物を持参すると、その重量に応じてポイントが貯まり、300ポイントが貯まると生協で300円分の買い物ができる値引券と交換できるというものです。

お客様にとっては、資源物が値引券になることや買い物のついでにいつでも利用できるといったメリットがあります。生協としては、来店動機が増えることにより集客力が上がることや企業イメージの向上に繋がります。当社としても、資源物を安定確保することができ、3者にとってwin-winの関係を築くことができます。

実際に利用されたお客様からは、「買い物のついでに出すことができ便利」、「ポイントが付くことで楽しくリサイクル意識が高まる」といった声が寄せられています。中には「全店舗にシステムの設置を希望します」という嬉しいお言葉もいただいています。



「古紙リサイクルポイントシステム」

——事業拡大にあたり苦勞されたことなどがあればお聞かせください。

新しく事業を始めるときは、様々な角度からプランニングを行いますが、思い通りにいかないことも多々あります。しかし、どんな事業でも原点は経営理念にあります。そのことを社員がきちんと理解して事業に取り組んでいますので、多少プランがずれたとしても、事業そのものはスムーズに進みます。

また、当社の場合新しく事業を起こす場合、社長が指示するのではなく、社員が話し合っけてプランニングを行いますので、社員全員の進むべき方向性が明確で、組織としてのまとまりがあります。成功の秘訣とまではいきませんが、これが悪い結果を生まない理由だと考えています。

「社員」こそが「商品」

——“人財”育成への取り組みについてお聞かせください。

古紙や廃棄物の収集運搬を主業務として行っていますので、形ある「商品」というものがありません。そこで、当社の「商品」は何かと考えたとき、作業を行う「社員」こそが、当社の「商品」なのだと思います。そのため、“人財”育成には特に力を入れて取り組んでいます。

これは私の考えですが、「売上を上げる教育」を行うことよりも、「人間性を高める教育」が大切だと考えており、様々な取り組みを行っています。

まず、自らが持っている可能性を「自分力」と名付け、その自分力を向上させるために『ジリキ（自分力向上）プロジェクト』を行っています。主な内容としては、新入社員を対象とした「入社前研修テキスト」や「目標チェックシート」の運用、役職者対象の座学研修などです。「自分力」を高めること



研修会の様子

によって、お客様の期待に応えられるようになるかもしれない。自分が働く意味を考えることによって、仕事へ取り組む姿勢が変わるかもしれない。それらがやがて、売上という数字に繋がっていく。仕事とは、そういうものだと考えています。

CSを超えるCDを目指して

——「CD委員会」について教えてください。

経営方針の中に「お客様に感動していただける企業であること」という方針があります。そこで、部課長を除く社員からメンバーを募集し、『CD（顧客感動：Customer Delight）委員会』というプロジェクトチームを組織し、「顧客満足（CS）」を超える「顧客感動（CD）」を目指しています。

そして、お客様に感動していただく仕事とはなにかを考えるに先立ち、サイコーの社員はこうあるべきだという基準を考え、『CDマニュアル』を作成しました。

『CDマニュアル』は、経営理念や社長の想い、会社の歴史などをまとめた「経営理念編」、挨拶や電話対応、身だしなみなど、サイコーの社員としての行動規範を明確にした「行動規範編」、各業務の流れや注意点などを明確にした「業務マニュアル」の3部構成になっています。

「経営理念編」は、新入社員や中途社員に配布することで、会社の方向性を理解してもらう際に役立っています。「行動規範編」は、社内教育に使用するほか、外部委託先の教育にも活用しています。「業務マニュアル」はフロー図や写真を多用し、作業手順や点検手順、注意事項を分かり易くまとめており、社員の作業効率が向上するとともに、安全管理にも役立っています。

また、『CD委員会』の取り組み内容の1つに『サイコーグッドニュース』というものがあります。これは、頑張っている社員をほかの社員が誉めるという取り組みです。どの会社でも、クレームやトラブルが発生した際は早急に情報が共有され、再発防止に努めていると思います。しかし、よい出来事が起きた場合はどうでしょう。よい出来事の情報共有をしている会社はそれほど多くないと思います。そこで当社では、褒める仕組みを作ろうと考えました。月単位で最もグッと来た行動をとった社員を「グッと来たで賞」と表彰もしています。

『CDマニュアル』を実践すれば、お客様に満足

していただく仕事が行えると思います。しかし、そこからさらに進んで、お客様に感動していただく仕事を行うためには、社員それぞれが状況に応じてプラスアルファの働きをする必要があります。その際、『サイコーグッドニュース』を通して、よい出来事の情報共有し、各個人が蓄積しているということが、お客様に感動していただく仕事ができるかどうかの重要なポイントになっていると思います。

この取り組みを始めてから、社内の風通しが非常によく感じたと思っています。また、人から褒められることや誰かが見てくれているという意識を持つことは、社員のやり甲斐にも繋がっています。

社員・同業者・お客様との絆

——東日本大震災発生時の取り組みについてお聞かせください。

本社と中央資源化センターは甚大な被害を逃れたものの、蒲生にある仙台港資源化センター（以下：センター）は5メートル以上の津波被害に遭い、トラックや設備が流出し、施設全体が壊滅状態になりました。

実は、震災発生の数ヶ月前にも大きな地震があり、津波警報が発令されたことがありました。そのとき、センターの社員は全員仕事を中断して本社に避難した経験がありましたので、今回も避難してくると思っておりましたが、社員全員の安否確認ができるまでは非常に心配でした。

驚いたことは、震災の翌日にほとんどの社員が出勤してくれたことです。遠方から自転車できてくれた社員がいれば、自宅からおにぎりなどの差し入れを持ってきてくれる社員もいて、非常に嬉しかったことを今でも覚えています。

震災翌日から、災害対策本部を設置して、「元氣・勇気・挑戦！がんばろうサイコー！」という復興スローガンを掲げ、瓦礫撤去や泥かき、自家発電を利用した機械設備の洗浄作業を始めました。

同時に、当時私が理事長を務めていた仙台青年会議所からの要請で、気仙沼、南三陸、石巻地域に向けた救援物資の輸送なども開始しました。約1ヶ月、全国から届いた救援物資をトラックに積んで輸送しました。また、地域の子供会や町内会にはトイレトペーパーやオムツなどの日用品をお届けしました。ドライバーの中には自宅が津波の被害を受けた社員もいましたが、自分たちが今できることをやってい

こうと、一生懸命働いてくれました。日頃から地域に貢献したいという想いがあったからこそ、緊急時でも迅速に行動できたのだと思います。

そして、トラックを提供していただいたり、瓦礫の撤去を手伝ってくださったりと、全国の同業者やお客様など多くの方々からご支援・ご協力をいただきました。そのおかげで、震災から5ヶ月という早さで完全復旧を果たすことができました。

震災を経験したからこそ、社員との絆が深まり、同業者やお客様との絆を再認識することができたのだと思います。今後も、東北の復興を願って事業に取り組んでいきたいと思っています。



復興を誓う社員一同

感謝の思いを込めて

——地域貢献への取り組みについてお聞かせください。

当社は創業当初から地域の皆様に支えられ、育てていただいた会社です。その感謝の思いを込めて、清掃活動や環境イベントへの出展を行っています。

平成20年からは、地元である岩切の八坂神社の裸参りを始めました。以前は大崎八幡神社の裸参りに参加していましたが、地元岩切への感謝の気持ちと、地域を盛り上げたいという思いから、当社で事務局運営も務め、岩切での裸参りを始めました。1年目は当社だけの参加でしたが、去年は、参加企業が7、8社に増え、個人で参加した方も含めると約80名の方々に参加していただきました。寒い中沿道に出て、参拝の列が通るのを待っていてくださる地域の方々も増えました。新しいことを始めるのは勇気のいることですが、地域に根付いた企業が増え、地域に活力を与えるきっかけになればいいと考えています。

また、小中学校の職場体験活動の受け入れ事業者に登録し、積極的に受け入れを行っています。昨年

は3校の中学校の職場体験を、5名の大学生のインターンシップを受け入れました。

今後も環境イベントへの出展や職場体験活動の受け入れなど、環境教育も含めたりサイクルの啓発活動を行い、経営理念に掲げる資源循環型社会の持続的発展に繋がる地域貢献活動を行っていききたいと思います。

地域のために

——最後に経営者の方へアドバイスをお願いします。

私は平成24年2月に社長に就任したばかりです。まだ2年も経っていません。経営者の方へアドバイスを言えるような立場ではありませんが、これからは大企業が地域経済を主導するのではなく、我々のような地域に根付いた小さな会社が「地域のために」という想いを持って取り組んでいくことが、地域に活力を与えることに繋がるのだと考えています。

そのためには、社員全員が想いを共有し、同じ目標に向かって共に歩まなければなりません。そのため、私は常々「地域あってこそこの会社である」ということを社員に伝えています。

経営者がどう考えるか、どう社員の背中を押すかによって会社は変わっていきますので、私と同じような想いを持った経営者がこの地域に多く現れ、地域に根付いた会社が増え、地域の活性化に繋がれることを期待しています。



齋藤社長

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。

(26. 1. 20取材)

七十七ニュービジネス助成金受賞

第16回(平成25年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社 アップルファーム

代表取締役 **渡部 哲也 氏**



会社概要

住 所：仙台市若林区六丁目字南97-3
e-環境仙台ビル1F
設 立：平成22年(創業：平成21年)
出 資 金：8百万円
事業内容：障害福祉事業(飲食店経営)
電 話：022(390)1101
U R L：—

障害者を職人集団に育て、福祉的支援と民間的収益性のバランスを兼ね備えた新しいビジネスモデルとして障害者雇用施設(飲食店)を運営

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、株式会社アップルファームを訪ねました。当社は、障害福祉事業として障害者雇用施設(飲食店、農園、コンサルティングなど)を運営し、事業の中心であるビュッフェレストラン『六丁目農園』では、従業員の半分以上を占める障害者を雇用しています。「障害者を納税者にする」「やり甲斐と生き甲斐の創造」という理念のもと、一般的に戦力とされていない障害者を職人集団に育て、質の高い料理・サービスを提供し、障害者の自立支援と企業としての収益性の両方を実現しつつあります。当社の渡部社長に、会社設立の経緯や事業内容などについてお伺いしました。

——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。

知人から、新規事業を支援する団体があるので申し込んでみてはどうかと紹介していただき、何事にも挑戦してみようと思い、七十七ニュービジネス助成金に申し込みました。まさか、当社のような設立間もない会社が受賞できるとは思っていませんでしたので、大変嬉しく、感動しています。

いただいた助成金は、今後の事業展開の資金に活用したいと考えています。

障害者を戦力に

——会社設立の経緯について教えてください。

私には、事故により重度障害を持つ義弟がいます。義弟は感情のコントロールがうまくできず、介護を行う義理の両親はとても苦勞していました。その様子を見て、義弟のため、義理の両親のために、私にできることはないかと考えていました。

それまで様々な飲食店を経営してきた経験がありましたので、飲食店というフィールドで障害者の働く場を作ろうと考えました。初めは、障害を持った方に仕事の間を提供し、社会適応のための訓練を行う「精神障害者社会適応訓練（職親制度）」を利用し、鯛焼き屋『べんてん』を始めました。そこで、仕事を通して成長していく障害者の方を見て、「やり甲斐を感じる仕事であれば、障害を持った方でも戦力として働くことができる」と感じました。

その後、いくつかの飲食店で障害者の雇用促進に取り組み、平成22年11月にビュッフェレストラン『六丁目農園』をオープンしました。



本社兼店舗

——なぜビュッフェレストランという形態を選んだのですか。

飲食店といっても、洋食、和食、ラーメン屋、それぞれお客様が求めるものが違います。障害を持った方の多くは、接客が得意ではありません。しかし、全くできないわけではなく、少しずつ着実に成長しようという気持ちはあります。また、1つのことに集中して極めようとする性格の方が多いようにも感じます。そのような彼らの特性と飲食業を照らし合わせたとき、ビュッフェレストランという形態が1番だと思いました。

ビュッフェレストランは、お客様が好きなものを好きなだけ自分で取り分けて召し上がりますので、必要最低限の接客で対応することができます。また、料金が決まっていますので、注文を受けるときも会計のときも、それほど難しい操作が必要ありません。

例え調理を失敗してしまっても、必ずその料理を出さなければならないわけではありませんので、慌てることなく、次の料理を作ればいいのです。

また、野菜を中心としたビュッフェレストランにすることで、お店で提供する野菜作りを福祉事業の訓練の一環として行えるということにも魅力を感じました。



店内風景

スタッフの理解

——事業を行うにあたり苦労されたことなどがあればお聞かせください。

障害を持った方と一緒に働いた経験のある人はそれほど多くおりませんので、事業を始めた頃は、「障害を持った方でも、働く環境が整っていれば戦力となり、やり甲斐を持って働ける」ということを、一緒に働くスタッフに理解してもらうことが難しかったです。しかし、実際に一緒に働いて、障害を持った方が成長していく様子を間近で見て、「障害者も戦力になる」ということを理解してくれました。

しかし、障害を持った方はすぐに仕事ができるようになるわけではありません。研修期間を長く設け、ゆっくりと時間をかけて教えます。『六丁目農園』をオープンした当初は、一度にたくさんのお客様がいらっしやって混乱してしまったり、なかなか料理が出なかったり、段取りがうまくいかず入店をお断りしたり、お客様には大変ご迷惑をおかけしました。それでも、1ヶ月、2ヶ月、3ヶ月と時間が経つと、仕事にも慣れ、お店をうまく回せるようになりました。

これまでに様々な困難がありましたが、本当にお客様やスタッフに支えられ、育てられて、ここまで成長してこられたのだと感じています。

——社名の由来について教えてください。

「アップル＝りんご」は国民的な果物で、多くの方が召し上がっていると思います。そのりんごが熟して赤く色づいていく様子を障害者の成長に例えています。障害者が成長することにより、真っ赤なりんごが木に実っていく。そして、たくさんの実をつけたりんごの木が何本も増えて「ファーム＝農園」になるようにという思いを込めて「アップルファーム」と名付けました。

今後も障害者の雇用を促進し、成長の手助けを行い、「アップルファーム」を広げていきたいと思えます。

——経営理念についてお聞かせください。

経営理念とは、企業の根幹だと考えています。なんのためにこの会社は存在しているのか。なんのためにこの会社で働いているのか。それを経営理念として明確にし、理解していただいた方とともに働くことにより、会社としての一体感が生まれるのだと思えます。

当社の場合は、「障害者を納税者にする」、「障害者の経済的自立をサポートする」、「やり甲斐と生き甲斐の創造」という3つの理念を掲げ、この理念を実現するために存在しています。スタッフもそのことを理解し、仕事に取り組んでいます。実際に行ってみると難しいことなのですが、当社のスタッフは困難を喜びに変え、やり甲斐に繋げていける方々ばかりで、経営者として非常に助けられています。

——事業内容について教えてください。

障害福祉事業として障害者雇用施設の運営を行っています。『六丁目農園』というビュッフェレストランや牡蠣小屋、牛たん店などの飲食店の経営、畑での野菜作り、農業生産法人からの受託事業などを行っています。

従業員は全体で約130名ですが、そのうち約60名は障害を持った方々です。障害の有無に関わらず、

全員が同じ船に乗った仲間だという意識を持ってもらうために、障害を持った方を「クルー」、障害のない方を「メイト」と呼んでいます。私はその船の「キャプテン」という立ち位置です。

質の高い料理・サービスの提供

——『六丁目農園』について詳しく教えてください。

『六丁目農園』は、障害者の方が楽しく働くことができる職場を作りたい、小さなお子様でも安心して食べることができる料理を提供したい、そんな思いからできたビュッフェレストランです。

ビュッフェレストランとして営業していますが、障害者雇用施設であるということが前提です。訓練の一環として調理を行っていますので、野菜を切る時はスライサーなどの機械を使わず、手切りします。大きさや厚さは不揃いになってしまっていますが、手間暇かけて作っているということがお客様に伝わります。来店されたお客様からは、「手間暇かけて手作りしているので、おいしくて優しい味がする」と好印象です。

メニューは約50～60種類あり、料理長やスタッフが考えています。ほとんどが家庭料理ですので、「〇〇さん家のごぼう炒め」など、ユニークなネーミングのメニューもあります。人気のあるものは継続し、あまり人気のないものは新メニューへ入れ替えを行うなど、質の高い料理を提供できるように努めています。

通常のビュッフェレストランでは料理が大きなお皿に山盛りにされていることが多いのですが、それでは料理が冷めてしまい、最後までおいしく食べて



人気メニューの「まるごと玉ねぎロースト」

もらうことができません。やはり料理は出来立てが1番おいしいので、当店では温かいものは温かいうちに、冷たいものは冷たいうちに食べていただける量で提供しています。作り置きなども極力せずに、料理がなくなったら新しい料理を作り、出来立てを提供しています。

また、お客様は女性の方、特に主婦の方が多くいらっしゃるの、見た目でも満足していただけるよう、盛り付けにも気を配っています。

豊富なメニュー数、手作りの料理、手の込んだ盛り付け、どれも手間のかかることですが、我々はあえて手間のかかることを行っています。手間暇かけて作っているからこそ、お客様に支持していただいているのだと思います。



豊富なメニュー

3つの特徴

——御社のビジネスモデルについて教えてください。

当社のビジネスモデルの特徴は、①障害者の戦力化、②規格外野菜の活用、③居抜き物件の活用、という3つです。

まず、障害者の戦力化ですが、一般的に戦力とみなされていない障害者を職人集団に育て上げ、一般のレストランと比較しても劣ることのない、おいしい料理と接客を提供しています。おいしい料理の提供が口コミによって広がることで集客に繋がり、広告を出す必要がありません。そのため、通常の会社が広告宣伝費に割り振る費用を食材原価に割り振ることができ、さらに商品力を高めるという好循環を

形成しています。

次に、規格外野菜の活用です。形が悪いというだけで商品として販売できずに捨てられてしまう野菜を使うことにより、食材原価を抑えることができます。

最後に、居抜き物件の活用です。『六丁目農園』があるのは、決して商業に向けた一等地ではありません。では、なぜこの物件にしたのかというと、なるべく多くの雇用を実現したかったので、広いスペースが必要だったからです。また、居抜き物件ということで、以前営業していた飲食店の設備を引き継ぎ、イニシャルコストを大幅に抑えることができました。

しかし、この場所に出店すると決めたとき、「こんな場所で営業しても繁盛するわけがない。絶対に無理だ。やめたほうがいい。」と周囲からは反対されました。反対を押し切って営業を開始しましたが、結果的には、このような辺鄙な場所で繁盛しているからこそ、より注目を集めることとなり、口コミでの集客に繋がったのだと思います。



本格石釜ピッツァを焼くスタッフ

福祉的支援と民間的収益性のバランス

——ほかの障害者雇用施設との違いを教えてください。

大きな違いは、福祉的支援と民間的収益性のバランスを兼ね備えていることだと思います。従来の障害者雇用施設は、「障害者は仕事ができない」という考えを前提に仕事が組まれていました。そのため、本来の能力よりも低いレベルの仕事をしている障害者の方が多く、やり甲斐を感じ難い職場がほとんど

でした。

また、障害者雇用施設は認可を得ることにより国や県などから補助金を得ることができます。そのため、事業として収益を上げようという意識が薄く、収益性を求める施設はそれほど多くありません。その場合、行政からの補助金が障害者の賃金に充てられることが多く、障害者への賃金の業界平均支給額は1~2万円と低水準でした。

しかし、それではやり甲斐や生き甲斐は生まれません。福祉に甘えることなく、労働環境を整備し、通常の労働者と同じように指導することにより、障害者を戦力に育てることが大切です。質の高い商品とサービスを提供することにより、お客様に喜んでいただくことができる。その喜びを提供しているのが自分だということ、誰かの役に立っているという実感を障害者の方に持たせることにより、働くことに対するモチベーションが上がり、精神的にも肉体的にも短期間で成長することができます。

『六丁目農園』は、障害者雇用施設として障害者を雇用し、訓練の一環として調理や接客を行っていますが、決してほかのレストランと比べて質が劣るわけではありません。料理・サービスの質がよいからこそ、多くのお客様に利用していただき、ランチのみの営業で月650~700万円の売上を計上しています。補助金に頼るだけではなく、事業としてきちんと収益を上げているからこそ、「クルー」への賃金も業界平均支給額を大きく上回る7万円以上を支給しています。



多くの「クルー」が働く厨房

福祉事業所として障害者の訓練を行うとともに、民間企業としての収益性を確保していることが、従来の障害者雇用施設にはない当社の特徴であり、これまでにない新たなビジネスモデルだと思います。

人の役に立つ喜び

——東日本大震災発生時の状況についてお聞かせください。

震災時は、当社が入居しているe環境仙台ビルの自家発電が稼働していたことから、多くの方が避難してきました。『六丁目農園』は通常営業こそできなかったものの、おにぎりや軽食を作り、被災した方々に提供しました。「クルー」の方々も余震が続き精神的にも不安定でしたが、「メイト」と一緒に被災した方々のために一生懸命働いてくれました。

また、障害者雇用のきっかけとなった鯛焼き屋『べんてん』でも、被災した方々への食料の提供を行いました。『べんてん』のある八幡町はライフラインの復旧が早く、震災の4日後から営業を再開することができました。3月の寒い時期でしたので、甘く温かい食べ物を求めて、行列ができました。障害を持った方も、被災者のために一生懸命鯛焼きを作りました。

「人の役に立つ」ということは、障害の有無に関係なく、人の喜びや自信に繋がります。震災は多くのものを失ったつらい経験ですが、同時に、「クルー」が人の役に立つ喜びを感じるとともに、誰かの役に立つことができるという自信を身に付けるきっかけになりました。

3つのコンセプト

——「ロクファームアタラタ」について教えてください。

当社は直接関係がないのですが、震災後「1次産業者の支援」、「雇用の創出」、「防災意識の啓発」という3つのコンセプトをもとに6人の経営者が集まって作った施設で、私もその1人として参加しています。

「1次産業者の支援」としては、生産（1次）、加工（2次）、販売（3次）を一体化させた6次産業化が重要だと考えています。アタラタでは、施設内の

飲食店で食材を最大限に活かしたおいしい料理を提供することにより1次産業への関心を高め、東北の基盤産業である1次産業者の地位や収入の向上を目指しています

「雇用の創出」としては、震災で職を失った被災者や障害者、高齢者など、多くの方々に雇用の場を提供し、働く生き甲斐と喜びを分かち合えるような職場を目指しています。

「防災意識の啓発」としては、「90年後の君へ」というキャッチコピーを付け、1000年に1度といわれている大震災を経験して得た防災意識を忘れず、3世代先の子孫にも伝えていこうと考えています。アタラタは震災時のシェルターの役割を担っていますが、日常ではキッチンスタジオやコミュニティスペースを活用して地域の方々の交流の場にしていただければと思います。



アタラタ

全障害者の1%の雇用を目指して

——今後の事業展開について教えてください。

今後は、私が経営者として店舗を増やすのではなく、私の想いに共感してくれる経営者の方や行政の方々にノウハウを教えて、その方々に事業を広めてもらえればと考えています。

すべて自分で行おうとすると、企業としてのリスクが増えていきますので、マネジメントという形でアップルファームの想いや雇用方式を広めていければと思います。目標としては、全障害者の1%に当たる約7~8万人をアップルファーム方式で雇用したいと考えています。

また、「うちの子は障害が重くてアップルファーム

ムでも働けない」という声をいただくことがあります。しかし、実習を行ってみると、時間はかかりますが全くできないわけではありません。そこで、『六丁目農園』よりも軽作業で、重度の障害を持つ方も働けるような店舗も作りたいと考えています。

「大義」を事業に

——最後に起業家へのメッセージをお願いします。

これからは、人のため、地域のため、国のため、という「大義」を事業に取り入れていかなければならないと思います。分かり易く言えば、「公益性」と「収益性」を兼ね備えたビジネスモデルの構築です。当社の場合は、「障害者の雇用＝公益性」、「レストランとしての売上＝収益性」です。

人口の減少や価値観の多様化などにより、今後ますます競争が激化していくことが考えられます。その中で生き残るためには、「大義（公益性）」を事業の中核に置くことです。なぜなら、同じような商品がある場合、消費者がどちらを選ぶかということ「より誰かの役に立っている方」だからです。

また、「大義」があるからこそ、応援してくれたり助けてくれたりする人が現れます。もちろん、助けてもらうことを期待してはおりませんが、結果的に助けられるようになっているのだと思います。



渡部社長

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。

(26. 1. 28取材)

「起業家セミナー」～立ち上がる挑戦者へ～

◆講演◆「起業に対する志～東北の復興に向けて～」

講師：一般社団法人MAKOTO 代表理事 竹井 智宏 氏

当財団は、平成26年2月7日(金)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「起業家セミナー」～立ち上がる挑戦者へ～を開催いたしました。

本特集では、講師にお招きした一般社団法人MAKOTO 代表理事 竹井智宏氏による講演内容の概略をご紹介します。

《一般社団法人MAKOTOの理念》

私たちは、困難に立ち向かう起業家・経営者の力となり、東日本大震災後の新しい東北・日本を作っていくことを目指す法人です。復興をリードし、新しい東北経済・日本経済を担うヒト・企業を育成するため、「志」を持った被災地の起業家・経営者を支援しています。具体的な支援としては、事業アイデア創出、事業計画策定、チームビルディング、資金調達、販路開拓などの経営支援全般を手掛けています。私たちはビジネスモデルや技術よりも、「志」を重視します。復興を目指す経営者には自分の身を挺してでも事業を成し遂げる、絶対に問題を解決する、という強い「志」が重要です。私たちがその「志」に共感し、東北・日本の未来を作るようなヒト・企業であると確信した場合、私たちMAKOTOは「同志」として、支援を行っております。



竹井 智宏 氏

《ビジネスへの道》

私はかつて東北大学に通い研究者を目指しており、ビジネスやお金儲けは嫌いというタイプでしたが、東北がもっと元気な地域になるためには、経済を活性化させる必要があるだろうという考えになってきました。それで、自分でベンチャービジネスを創ろうと考えて大学を休学し、東北大学の産学連携組織である未来科学技術共同研究センター(NICHE)というところで、産学連携のコーディネーターとして仕事させていただくことができました。非常にやりがいのある仕事だったのですが、私としては将来ビジネスを自分で起こしていきたいという気持ちがあり、大学だけではだめだ、やはり民間の現場を見るべきだという思いが強くなり、大学を飛び出してバイオベンチャー企業の営業をやらせていただきました。ビジネスはまずものを売った経験がないといけないと強く感じ、志願して営業部門に就きました。それからまた転職して仙台に戻ってくるという形で、東北イノベーションキャピタル株式会社という、東北地域に投資をするベンチャーキャピタルに入社しました。ここで、私は東北地方の雇用を創り経済活性化をしていくことを自分のミッションとしておりましたので、会社の行うことと整合性は取れていて、やり甲斐をもって仕事できていました。

MAKOTO

《震災》

独立のきっかけは震災でした。ベンチャーキャピタルのビジネスモデルで行くと震災の復興にどれだけ貢献できるのか。ベンチャーキャピタルは、企業を上場させて、それでリターンを得るというビジネスモデルであり、すると沿岸部など本当に被災が大変なところにどれだけそのような企業があるだろう。それではお金を投資することはできないという話になり、投資できないのであれば支援にならないということで限界を感じ違うやりかたを模索していかなければならないと、ベンチャーキャピタルを辞めて独立し、MAKOTOを立ち上げました。

震災後、東北の起業率は非常に上がっており、全国平均よりも1.5倍の起業率があるといわれております。そういう人たちを後押ししていこう、それを復興に繋げていこうとこのMAKOTOを立ち上げました。私たち自身が「志」を持つとともに、強い「志」を持った起業家の人たちをサポートしていこうと思っております。今、東北には「志」を持って起業していく方が増えてきており、ジャンルはIT、農業、6次産業化、あるいは伝統工芸品と多種多様ですが、共通して「志」、社会性を強く意識されている方が増えていと感じます。

被災地の「志」企業を支援

・支援先の起業家（関与先は50社以上）



イチゴ産業復活！ 復興美容室の展開！ 農業×ITで復活！ 飲食業、福島から世界へ！ 伝統工芸を復活！

・企業支援の様子



《同志》

事例を紹介しますと、1つは「株式会社ラポールヘア」の早瀬さんです。早瀬さんは東北に縁があった方ではなく、元々は岐阜出身で、大手ヘアサロンの「モッズヘアジャパン」の役員でした。震災が起き、東北の復興支援をしなければいけないとの想いで会社を辞めて、縁もゆかりもない石巻に来ました。彼は、今まで自分を育ててくれた美容業界に恩返しをしようという意味を込めて、被災した美容師の方を中心に職場を提供していこうと復興美容室を開業しました。被災した美容師の方はいろんな悩みがあります。今まで子供を遠くの幼稚園に預けて仕事をしてきた人は、また何かあった時に子供に会うまでに時間がかかるのがすごく怖い。震災の時、子供に再会するまで本当に生きた心地がしなかったということでした。そのため、彼は美容室の中に託児施設のようなキッズルームを作り、ここに子供を預けられるようにしました。また、様々なニーズにも対応できるようシフトを組み、働く人に働きやすい職場づくりを心がけました。それが美容師の方の口コミで広がり、採用の際、良い美容師が集まってくれました。始めは2店舗からスタートしたのですが、私たちと関わり始めて7店舗まで増え、70人の雇用を生んでおります。これが評価され、中小企業基盤整備機構よりジャパン・ベンチャー・アワードという全国規模の賞をいただくまでになりました。

もう1つは、「株式会社GRA」の岩佐さんです。彼は山元町出身で東京の大学を出て、東京でITの会社を創業、現在も順調に経営されています。苺で有名な山元町ですが、震災が起これ、そのビニールハウスの9割くらいが津波で壊れてしまったという状況で、彼の中に自分の故郷をどうにかせねばという想いが生じました。この復旧をいち早く自分が手掛け、他の農家の励みになるように行動しました。自分自身、農業経験は無いなかで地元のベテラン農家さんと手を組み、技術などを教えてもらいながら苺の栽培をスタートしました。始めは手作りのビニールハウスでしたが、農林水産省から補助を得て、東北でも最先端といわれるIT制御された設備を整え、品質の良い苺を効率良く生産していくことができつつあります。独自に作った一粒1,000円という高級苺「みがきいちご」というブランドを作りました。宝石のようなラッピングやデザインを施して、東京の百貨店でも販売し評判を呼んでいるなど、販路も独自に色々開発しております。ほかにも、苺のスパークリングワインを造り、デザインに凝った魅力ある商品に仕上がりました。先日発売開始をして初期ロットは全部一気に売れたということです。デザインの力は非常に大きいものです。彼はアグレッシブにどんどん市場開拓しており、宮城県や被災地に留まらない動きをして、インドにも進出し、プネというところでビニールハウスを造り、インドの女性を雇用して苺作りをしています。インドではおいしい苺がないので、日本式のおいしい苺を作れば絶対マーケットを取れるに違いないと考えて実践し、その成果は大きな評判を呼んでいます。東北からもだんだんそういった柔軟性、アグレッシブさを持ち合わせ、バイタリティのある人が出て来ています。

《起業家支援の柱》

起業家の支援は、2つの事業を柱として、起業家それぞれのステージに応じて必要な施策を作り、その施策を通じて上のランクへ引上げていこうと進めております。1つは、「コワーキングスペース」を作っています。いわゆるシェアオフィスです。入居者同士がコラボレーションし易いような形に設計されており、コミュニティが併設されています。海外発祥のもので、まだ東北には少なく、東北最大と謳っており、現在60人くらいのメンバーがおります。年齢層は学生から50代の方まで幅広く、ジャンルもIT、デザインから農業、復興関連のNPO、雑誌制作、映画制作という人もいますし、医療機器を取り扱う人もいます。最近は国籍も増えてきて、アメリカ人の方やアフリカ人の方もいて、ガーナ人プログラマーもおります。非常に多様性のある、仙台で面白い場所になってきたのではないかと感じています。

もう1つは、「クラウドファンディング」のサイトサービスです。クラウドファンディングというのはあまり耳馴染みないと思いますが、いわゆる寄付金サイトです。「チャレンジスター」という名でサイトを開設し、薄く広く全国の方から応援金を集め、起業家の方に立候補してもらいプロジェクトをサイトに掲載します。支援者がそれらのプロジェクトをみて「これいいね、応援したいな。」というものに対して、一口1万円や、一口3千円という形でお金を出す、それには見返りもある訳です。リターンといいますが、先ほどの株式会社GRAさんの例でいうと苺のスパークリングワインが貰えますとか、例えば「ありがとう」のメッセージが直筆で来るとか、収穫祭のイベントにご招待しますなど様々なケースがあります。サイトを通じてだけでは、なかなか起業家の方の想いや現状などを理解していただき難いところがあるので、連携したイベントも実施して支援者に活動を理解してもらいます。

起業家のレベルが初級中級上級とあり、これに起業家に必要な支援として、資金調達、ネットワーク、わたしが一番重要だと思う起業家同士の切磋琢磨するコミュニティ、それから、経営のスキル、いわゆる座学を備えます。起業家支援といった時、座学にのみ傾倒したり、ただお金を付ければ良いと資金調達だけになりがちなので、これらのメニューをきちんと揃えることが重要だと思います。初級中級上級でそれぞれフェーズが違うので、コミュニティでいえば初級者が多数集まる場に上級者があまり行きたくないこともあるため、こういう支援策を分けて準備・開催するというのが私たちの事業になります。

《志》

「志」を重視しながら起業家の支援をしていますが、この「志」を深掘りしたいと思います。私なりに定義をしっかりと決めておまして、私利私欲ではなくて「世のため人のため」という形で体を張っていくというのが「志」と思っています。それはガンジーの精神性に近いといえます。金のためではない、名誉のためではない、単に世の中を良くしたい一念にて体を張る人たちという意味では近いものがあります。ガンジーはインド独立を成し遂げたのですが、なぜそれができたのだろうと考えていくと、彼は体を張り、しかもインド独立と自分の利益にならないことをしているのです。身を挺して行動すると、共感して一緒にやろうという人の輪が広がり、大きなパワーを生むのではないかと思います。これが、震災後の各地でも起こったのではないかと私は理解しています。各地で「これはもう大変な状況になった」と立ち上がる人がいて、その周りにいろんな力が集まっていきました。このようなことは、震災前の東北では起こり得たかどうか。やはり「志」の力というのは非常に大事なのだと痛感いたしました。

もう1つ、この「志」の力が大事だと思う事例があります。日本人は通常リスクを取らないという風にいわれがちですが、今般の震災という危機的な状況になると、リスクを取る人が出て来るのだということです。見てみると二つのパターンがあります。1つは、震災があり大変な目に遭っていると、こういう危機的な状況で自分も何かしなければいけないと思うわけです。ただ、何かしなければと思うのですが、自分が今やっている仕事とそれと全く直結しておらず、なかなか思うように動けない、こんなことをしている場合ではないと仕事を辞めて、地域や故郷のために動き出すという使命感を抱いたタイプの人たちがいます。もう1つは、震災があつて沢山の不幸があると、自分もいつか死ぬんだ、人間の人生は有限だ、それは明日かもしれないと思うと、自分の残された人生を有意義に過ごさなければいけない、本当にやりたかったことをやらねばならないと思い始めて、自分の今の仕事というのは惰性で続けているだけだと気づき、会社を辞めて飛び出してチャレンジする人たちと、この2パターンだと思います。これは東北だけではなく、東京からもこういう形で辞めて被災地に駆けつけたり、起業するという人が増えています。そういう危機的な状況になると、日本人の中でもリスク選好型の人たちが出て来るので危機を乗り越えられてきたという面があるのではないかと。このリスクを取る人たちがキーパーソンであり、この人たちの集中的に支援していけば良いと考え、それで「志」第一主義というのを掲げて、そのキーパーソンを中心に支援していこうと活動しています。

私なりの評価の指標を6つ作っています。1番目は「利他性」です。自分自身のためだけに行動するような人は、結局周りは手伝ってくれない。自分が身を挺して人のためとか地域のために行動していると、「そんな割の合わないことをよくやれるね、じゃあ手を差し伸べてあげよう。」という感じになる。

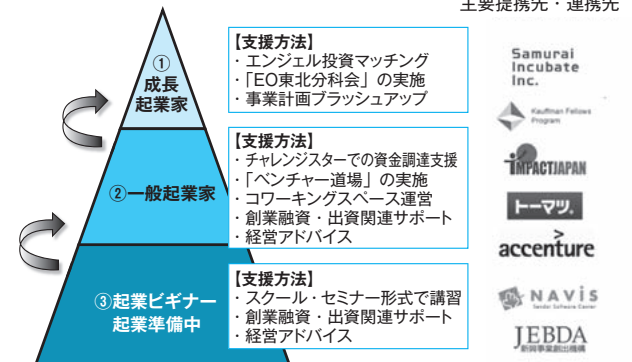
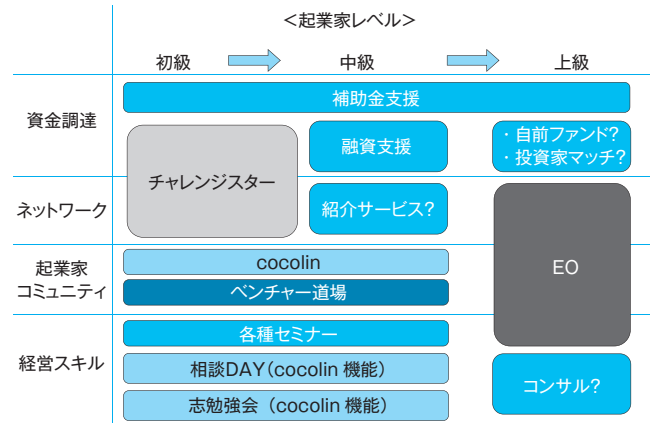
2番目は、「覚悟・使命感」です。人が付いて行き、集まってくるという意味では、コアになるトップの人が覚悟を持たないとはいけません。何か起きた時この人は逃げるなど感じたら、誰も付いて行かない。トップたる者は覚悟や使命感を強く持たなければいけないと思います。

3番目は、「熱意・行動力」です。この熱意は表に出ていくタイプと、熱意を内に秘めるタイプがありますが、人を巻き込んでいく時は熱意が表に出る方が得です。

4番目は、「慈愛・人間愛」です。ベンチャービジネスを進めていけば、必ず良い時もあれば悪い時もあります。場合によっては人を切らなければならない時があります。その時に、リーダーは人間のことが好きで、我々のことを考えてくれていると思えるからこそ付いて行けるわけです。リーダーは人を切るとき涙を流しながら切るのです。こうでないと、人は皆とでもでないがそんなリーダーには付いて行けません。

5番目は「大胆・ビジョン」です。大胆に大風呂敷を広げるタイプの人と、自分が手の届く範囲をきっちり詰めていきたいというタイプの人もあります。私としては、大胆に大風呂敷を広げるタイプの人とどんどん拡大していくとみています。

6番目、「熱烈な支援者を持つ」ということです。例え話で、中国の古典で三国志があります。その三国志で、劉備という人物がいます。劉備は人徳があるといわれるのですが、どこが凄いのかとよく分かりません。武力があるわけでもなく、知力が優れているわけでもなし、人徳というけどよく分からないという感じです。ただ1つ、関羽と張飛という傑出した人物が「死ぬときは同じだ」といって付いて行くところが凄い。起業家もそういうところがあり、初



めに自分が何かしようという時に、10人友達がいてそのうちの2人が熱烈の支援者になってくれる人がいるとします。事業を始めると行動範囲が広がり、10人が100人とか1000人となります。そうするとそのうちの2割が定期的に支持者になってくれると20人、200人と増えてくるわけです。一方、10人友達がいても支持者が0人という人徳の無い人は、それがどんなに行動範囲を広げても支持者は0人です。この初期値の違いが大きな違いになるので、熱烈な支持者を持つのは大事なことなのです。

先に述べたクラウドファンディングでは、全国からお金を集められるのと同時に、いろんな物も集めたり支援も集めたりすることができます。例えば「医療器具が足りない」とニーズを公開していたら、「うちで余っているから良いよ」と出してくれる人がいたり、お金以外の支援もどんどんマッチングしていきました。

それから、雇用。何よりベンチャービジネスを創って、経済を活性化させていく時には、この雇用が重要だと思います。先ほどの早瀬さんのケースでは、2年前にたった1人で始めたことが、いまや70人の雇用を生み出したというパターンが出てきています。

私達も、同じように「志」をコアにして事業運営に努めており、コワーキングスペースは東北最大の規模ですし、クラウドファンディングは東北で唯一ということで、東北で最も熱い起業家ネットワーク、グループというのを創りあげたところに至りました。こうした動きを経済産業省にも認めていただき、経済産業省が取り組む目利き事業というものに、全国30箇所のベンチャー支援組織の中から東北から唯一選んでいただきました。地方から選ばれているのは、私達と京都の1社しかありません。

《器を磨く》

起業家を育てていく時に何が必要かと良く聞かれます。お金はあるけどそれを引き出せないところに問題があると思います。そのためには、起業家の器を磨いて大きくしていくことが重要だと考えます。起業家の器というのは「志」と「戦略」と「実行力」の3つで構成されていると考えています。「志」は利他的なところであり、人はお金では動かないのです。意義に人は動くのです。そのためには「志」を磨くということなのです。必ず苦境の時があります。苦境の時にも、事業を続けられる信念を持ってやれるというのがこの「志」のなせる業です。

「戦略」は、ベンチャーの基本戦略として3つあると考えています。「イノベーション」と「ニッチ」と「アービトラージ」ということ。「フォーカス」すること、つまり焦点を絞ること。どうしても手広くやりたいという気持ちが先走ります。それと、調査・分析が全く足りていない。起業家は思いつきとかやりたいという想いだけで動いてしまうということがあり、市場もライバルも調べていないので、それらを調べるだけでもだいぶ時間も短縮できると思います。

「実行力」はチームを動かす能力、これが重要です。始めは1人だから良いですけど、2、3人になった時からこのチームを動かす力が必要になり、これが無ければすぐ伸び止まってしまう。これが引き出せば、どんどん指数関数的に上がってくると思います。それは突破力とか執念ですね。これは同じ仕事をするにも執念を持って成し遂げることがないと、1つ1つがクリアできないということです。それから、Win-Winの構築というのは、お客さんだけでなく提携先ともこういう関係を構築できる能力によってどんどんステークホルダーを広げ、事業を広げていくことができる。問題解決能力はいうまでもありません。

あとベンチャーに必要なのは「セレンディピティ」、偶然性ですけど、これを呼び込む能力です。これは、ベンチャーを普通にやっていたら一気にブレイクするというのは難しいけど、偶然を引き込むからこそ、そういうのが成り立つ。例えば良い提携先と出会って、大きな話が決まったとか、そういった日々の努力が必要なのですが、例えば前向きな考え方であるとか嗅覚とかでセレンディピティを呼び込める。チームの中で自分は全く考えていなかったが、チームメンバーが発案してそれだけいうならやってみればというものが成功したとか、そういったものもセレンディピティの1つです。

《妹の死》

「TED」という有名なプレゼンイベントで、「優れたリーダーはどのようにして行動を促すか」という問いに、「答えはシンプルだ」とサイモン・シネック氏は話しています。通常の人には、WHYとHOWとWHATがあって、WHATから説明してしまい、優れた人はWHYから説明するのだということです。優れた人、変革者はみんなそうだ、このサイモン・シネック氏は話しています。

このWHYの部分が、いわゆる私のいう「志」の部分です。何がWHYなのかということですが、私は起業家の支援を行っております。ただ、この起業家の支援というのは、実は私の手段なのです。

本当のWHYは中核にあります。これは私自身のパーソナルな話ですが、3人兄弟でした。私が長男で妹がいて弟という構成でした。その妹が亡くなりました。その時に、非常に考えさせられることが多く、本当に身近な人から不幸なことが出ると、もう家族みんながどん底になるということも感じました。また、妹の死から色々教えてもらうことができました。妹は世の中に何か良いことを、ボランティア活動や職業を通じてしようとしていましたが、あまり器用な人ではなく、人付き合いも上手くなかったのであまりどれも上手くいきませんでした。そうして思い悩み、結局

鬱になり亡くなったのですが、自分自身はそれを見て、世の中というのはだんだん人間に生き難くなっているのではないかと思いました。テクノロジーも進化して経済も発展しているけれど、だんだん人間社会は生き辛い世の中になってきているのではと思いました。世の中には、3万人も自死する人がいるということで、彼らがいわゆる炭鉱のカナリアみたいな存在で、私たちに警鐘を鳴らしているのではないかと思いました。この世の中というのはだんだん悪くなるのであれば、いつかそれを良い方に変えていかなければならないと、どこかで反転させなくてはいけないと悶々と悩んでいました。その時に震災が起これ、震災を通じて大変な目に遭う人が沢山出て来て、復興した後にも大変な人が沢山いるだろう、中には本当に自殺する人も出て家族が不幸になるだろう、ということが容易に想像できました。なので、これは今動かなければいつ動くのだと思い、会社を辞め起業しました。

《人が幸せに生きられる社会》

私は、人が幸せに生きられる社会をつくりたいと思っております。ただ世の中には、問題や課題が一杯あります。それを全部1人で解決するわけにはいかない、ただそれぞれの問題にアプローチしている人が実は沢山いる。その人たちがより成功し易いように、その課題を解決してくれれば世の中というのは課題がいくつか消えて、相対的に良い方向にちょっとは動くのではないかなと思いました。そのための仕組みを作ろう、それをサポートする仕事をしようということをおもったのです。それが私にとっての手段です。私の目的は人が幸せに生きられる社会をつくりたいということです。なので、私としてはこの「志」を持っている起業家を全力で支援しようとし、「志」の部分を外せないのです。単なる起業家ではだめなのです。「志」を持つ起業家を支援することでこの社会を良くするというのです。私は東北から次のリーダーが出て来るのではないかと思います。こんなに大変な目に遭ったところで、しかも凄く考えさせられている人が沢山出ております。ここから次の東北を引っ張るリーダーが出て来るし、日本を引っ張るリーダーさえ出るのではないかとも思っています。これが過去の関東大震災もそう、阪神大震災からも楽天の三木谷さんが出て来たというように、必ずそういう人が出て来るだろうと思います。

《東北より世界へ》

それから、この東北を私は起業・再チャレンジの特別なエリアにしていきたい、パラダイスみたいなところにしていきたい、ここから起業家が出て来る、それからここに起業家が集まってくるという場所にしたいと思っております。「復興から創造へ」ということで、もう創造のことを考えるべきフェーズに入ってきていると感じています。そのためにはどうしたら良いかということですが、私のメッセージは「東北開国せよ!」というものです。これは、東北地域のGDPは約33兆円あり、これを他の国と並べてランキングにすると、東北地域だけでも一国と同じくらいのかなり良いランクで27位にランクされ、デンマークより上、アルゼンチンより上になります。南アフリカより上ですから、ワールドカップを開催できるレベルです。しかし輸出入の額も並べてみましたが、桁が1個とか2個違うというセンセーショナルなことが判明したのです。輸出額は80億ドル程度ということですが、これはもう他の国から見たら鎖国しているようなものです。要するに東北地方は東京とのやり取りばかりで海外と直接のやり取りは少ないということだと思っておりますが、まだグローバル化していないといえます。ただ東北というのは、否が応にもグローバルな都市間競争にさらされているといえ、東北から工場が中国、中国からベトナム等東南アジアに移転するというような都市間競争にさらされているということになります。だから、もっと国を開いて行かなければならないのではと考えています。もう1つ私が強く感じることは、東北は岐路にいたのでないかということです。それは何の岐路かといいますが、1つは震災前の東北に戻り、だんだん市場が縮小して、だんだん高齢化が進んで、だんだん産業が無くなり、まあ極端にいうと死に逝く東北というところ。もしくは震災を機に違う道、より活性、若い人も含めて活力があって、どんどん復興へ進んで、産業も興る新しい元気な東北という、この2つのどちらかへ行く岐路なのだと思います。

それを考えたときに、過去の例から振り返りますと、伊達政宗さんは本当に凄かったなあと思うのです。400年前に同じように大きな地震、慶長三陸地震があり多大な被害が出たということで、政宗さんはここで復興事業を考えるのです。それで、新田開発や、日本最長の運河貞山堀を造る、それから塩を作る製塩事業、それらは後から考えると雇用創出事業と見えるわけです。何より凄いなはこのサンファンパウティスタ号でスペイン、ローマに向かうという慶長遣欧使節団です。これがその2年後にあるということです。このスピード感は凄いなと、これに400年を足すとちょうど現在に重なるわけで、そうすると去年に出航しているのです。それに比べるとその400年後の私たちは何ができていけるのだろう、このようなスケール感でできているのかなと私自身すごく歯がゆい思いをしております。私の解釈ですが、この政宗さんのローマ・スペインに通商というミッションを持って行くことは、今まで藩の中でのものをつ

世界のGDPランキング

順位	国名	GDP	輸出	輸入
21	スイス	4,926	1,414	1,321
22	スウェーデン	4,846	1,474	1,267
23	サウジアラビア	4,816	2,340	901
24	ノルウェー	4,562	1,648	879
25	オーストリア	4,153	1,559	1,553
25	台湾	3,926	2,557	2,408
26	ギリシャ	3,576	219	699
*	東北地域	3,519	80	173
27	イラン	3,448	755	492
28	デンマーク	3,429	1,035	996
29	アルゼンチン	3,265	559	448
30	ベネズエラ	3,194	691	454
31	南アフリカ共和国	2,772	638	699
32	フィンランド	2,740	770	689
33	アイルランド	2,733	1,111	728
34	タイ	2,733	1,512	1,392
35	アラブ首長国連邦	2,601	1,425	861

単位:億ドル(\$=95円換算、EUR=1.36\$)

くり食べていけば良い、せめて江戸とやり取りすれば良いというところから、海外といきなり太平洋航路を拓いて海外とやり取りしてしまおう、そのため米や塩を沢山作り、運河でそれらを集めて、石巻からそれらのものを出そうということではないかと想像しています。この通商による国造りをしようと思うパラダイムシフトのように、こうした大きな展望を、今の時代だからこそ考えなければならないと思います。それに近づけるかわかりませんが、私が力を入れているのは、世界に開かれたものを東北に造っていこうという「オープンイノベーション」です。これが「インパクト・ファウンデーション・ジャパン」という団体と組んでこれを進めており、カタール政府によるカタールフレンド基金がサポートしてくれる形になりました。卸町に世界的なイノベーションの拠点を造り、ここに世界から起業家やイノベーターを呼んできます。ここで地元の方々とコラボレーションしながら新しいプロジェクト、新しいものを創造することを推進していこうと計画しています。建物自体は、今年の年末頃には完成するという話で、只今準備で色々動いています。このような施設に、東北の中に世界に開かれた出島のようなところを造ったら面白いのではないかと、「ここはもう日本ではない」みたいな感じにしたいなと思いついています。このようなものが、変革の核を造り、変えていくということが必要だと思えます。

《日本を変える》

「日本を変えるには地方から」という話があります。これはどうしても東京は大き過ぎ、ステークホルダーとの距離も離れ過ぎているため変え辛いからです。仙台みたいな地方都市になると、産官学金が全て近い位置にあり互いの顔が見える関係だということで、話がまとまり決まれば早いわけです。歴史的にも、地方から変革が起こってきたという面もあるので、地方から変えていけば良いのではないかと話があります。その時、どこの地方から変えようと考えたら、やはり震災があったこの東北があげられます。東北は変えることが必要ですし、変えることが期待されている。変えるといえば、いろんな人がサポートしてくれる状況にあるので、やはり東北からがやり易いだろうと思います。その中でも、東北の中心であるこの仙台が真っ先に変えなければならない場所であり、私も含めて仙台の人たちが頑張らなければなりません。

《命燃やし尽くす》

「命燃やし尽くす」というのは、私がスタッフに伝えていることですが、せっかく生まれて来たからには全力で行動をしないと勿体ないと思います。人間は一瞬にして死んでしまうので、この世界の面白いことも辛いことも全部味わい尽くしてから死にたいなと思います。私は大学時代、地球の研究をしていたので、タイムスケールが46億年で、1万年前の日本海の話の研究していたのですが、1万年前というフレッシュだねという話なのです。人間というのはその中でも46億年の中でも100年しか生きられないということです。私にとっては川が流れてきて、その中に泡がポッと生まれてポッと消えていくというのが、これが人間だと思います。なので、この一瞬しか生きられないので、私としてはもうこの短い時間でやることやり尽くして満足してから死にたいなと。こういったことを考えたり感じたりしながら、このMAKOTOという事業を進めています。



◆「一般社団法人MAKOTO」概要◆

当社団は、2011年（平成23年）7月に設立した、東日本大震災被災地の起業家支援を行う団体。

復興を加速させる仕組み作りとして、コワーキングスペース「cocolin～志～link～」を運営。起業家や経営者の方々が入居し、それぞれがアイデアや得意技を持ち寄り、一人では決して生み出せない価値を創り出すことを目指している。

また、WEB&イベントでの支援マッチングサービスである「チャレンジスター」を運営。起業家のプロジェクトに対し、全国から資金と資金以外の支援を集めるサービスを展開する。

1. 所在地：仙台市宮城野区榴岡5丁目12番55 NAViSビル5階
2. HP：http://mkto.org

竹井 智宏氏

1974年生まれ。東北大学生命科学研究科博士課程卒。震災後、その被災状況を見て「自分に出来る事があるはずだ」と考え、発起人の一人として被災地復興ファンドおよびICT復興支援国際会議のプロジェクトを立ち上げ、復興支援に尽力。その後、会社と掛け持ちでの活動に限界を感じ2011年7月末に退職。一般社団法人MAKOTOを設立し、被災地の起業家・経営者の支援を開始。日本青年会議所より「人間力大賞2012復興創造特別賞」を受賞。また、復興には世界の力が必要であると考え、世界的にも起業家支援で名高い米国のカウフマン財団のカウフマン・フェローとして、被災地の復興を加速させるため活動中。



平成26年度宮城県経済商工観光行政の概要について

宮城県経済商工観光部富県宮城推進室

基本方針

平成23年3月11日に発生した東日本大震災から3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組により、緩やかに回復しております。今後、本県の産業経済が一日も早い再生を成し遂げるのみでなく、さらに安定的に成長、発展し「富県宮城」を実現していくためには、県内企業、市町村、国、経済団体などの関係機関と県が協力しながら、本格的な産業復興に向けた動きを一層スピードアップしていく必要があります。

こうしたことから、「宮城県震災復興計画」における「再生期」を迎える平成26年度の経済商工観光行政の基本的な方向性としては、市町村や企業をはじめ、様々な主体の取組による「創造的な復興」の実現に向けた道筋を明らかにしながら、「ものづくり産業の復興」、「商業・観光の再生」、「雇用の維持・確保」を柱とした取組を進めてまいります。

特に、県内経済を支える中小企業の再生に向けて、被災事業者の視点に立ちながら、引き続き補助や融資制度等による支援を行うとともに、販路開拓・取引拡大や技術力向上のための支援の強化、高度電子機械産業や食品製造業に加え、自動車関連産業等の企業誘致を積極的に推進していきます。

また、被災者等の生活安定に向けて、緊急雇用創出事業臨時特例基金の活用により、緊急・一時的な短期の雇用機会の確保と事業復興型雇用創出助成金の利用促進による安定的な雇用機会の創出を図るとともに、地域経済の活性化に向けて、経済波及効果が大きい観光の振興を図っていきます。

さらに、地盤の嵩上げの関係から遅れている沿岸部の産業再生に向けた取組について、関係市町との連携の下、重点的に推進していく必要があることから、国の立地補助制度を活用した企業誘致の強化や創業支援、新たなまちづくりに応じた商業機能の再生、さらに震災により人口が減少している沿岸部の交流人口の拡大に向けた観光振興、特に復興ツーリズムの推進や観光資源の再生・創出について、鋭意取組を進めてまいります。

■『富県宮城の実現』に向けた経済基盤の再構築(経済商工観光部の施策体系)

1 ものづくり産業の復興

被災した事業者等の経営の安定に向けて、補助や融資制度等によるきめ細かな支援を行うほか、事業再開を果たしたものの受注先の確保が困難となっている中小企業等の販路開拓と取引拡大のため、国内外での商談会の開催等によるマッチング支援や企業のニーズに応じた技術力の向上のための支援を行います。

また、ものづくり産業の集積を図るため、事業用地の確保に努めながら、県全域において企業立地奨励金や復興特区を活用した自動車関連産業や高度電子機械産業等の企業誘致に取り組むとともに、特に沿岸部の地域経済の再生に向けて、国の立地補助制度を活用した企業誘致の強化や創業支援に取り組めます。

2 商業・観光の再生

(1) 商業

被災した事業者等の経営の安定に向けて、補助や融資制度等によるきめ細かな支援を行うほか、宮城産業復興機構や東日本大震災事業者再生支援機構の債権買取による二重債務対策等、関係機関と連携して事業者が抱える様々な課題の解決を支援します。また、沿岸部の新たなまちづくりとコミュニティ機能の回復に資するため、復興まちづくりの進捗に合わせ、面的な商業機能の再生を図ります。

(2) 観光

震災後の風評による影響を払拭し、国内外からの観光客の回復を図るため、本県の多様な観光資源の情報発信やポストDCをはじめとしたプロモーション活動の強化、東北が一体となった広域観光の充実に取り組めます。

また、震災により人口が減少している沿岸部の交流人口の拡大に向けて、復興ツーリズムの推進や観光資源の再生・創出の取組を進めていきます。

3 雇用の維持・確保

被災者等の生活の安定のため、緊急雇用創出事業臨時特例基金の活用により、緊急・一時的な短期の雇用機会の確保と事業復興型雇用創出助成金の利用促進による安定的な雇用機会の創出を図るとともに、合同就職面接会の開催等により被災者、新規学卒者等の就職支援を行うほか、沿岸部の3地域の「サポートセンター」等により、がれき処理業務離職者などの再就職支援をきめ細かに行います。

また、ものづくり産業の集積に合わせ、ものづくり人材の需要の高まりに対応するため、自動車関連産業や高度電子機械産業をはじめ、立地企業や地元企業のニーズに対応した人材の育成と確保を図ります。

■ 創造的な復興の実現に向けた取組の重点的な推進

再生期の初年度を迎える平成26年度においては、地域経済を活性化し、復興をさらに加速させるため、以下の取組を重点的に推進していきます。

【取組1】放射光施設の誘致：放射光施設は、幅広い分野にわたって、企業のニーズが高い最先端の施設であり、県内への誘致は、企業誘致や新産業の創出、さらには県内経済に及ぼす効果が大きいことから、大学等と連携を密にしながらか、誘致に向けた取組を推進してまいります。

【取組2】空港民営化を契機とした地域活性化の推進：仙台空港民営化に向けた機運醸成等を行う官民連携会議の開催や「旅客数600万人・貨物量5万トン」の将来目標実現に向けた調査事業等に取り組めます。

重点項目

1 ものづくり産業の復興

(1) 被災事業者の復旧・事業再開への支援

地盤の嵩上げ等のインフラ整備が遅れている沿岸部を始め、被災した中小企業等の工場・設備等の復旧を支援するほか、まちづくりの進捗状況に応じた制度の柔軟な運用など、被災した中小企業等に対するきめ細かな支援を行います。

(2) 経営安定等に向けた融資制度の充実

信用保証料の引き下げによる事業資金の融資の促進や事業復旧・復興のための借入資金の利子補給のほか、二重債務問題への対応として、宮城産業復興機構や東日本大震災事業者再生支援機構の債権買取制度の活用促進を図ります。

(3) 企業の競争力向上に向けた技術開発、人材育成等への支援

県内企業等が直面している技術的課題に対応し、競争力を向上させるため、産業技術総合センター、学術研究機関、みやぎ産業振興機構等との連携により、県内ものづくり産業の技術力の向上を総合的に支援するとともに、産学官の連携によるものづくり人材の育成・確保等を図ります。

(4) 更なる販路開拓・取引拡大等に向けた支援

各産業の特性に応じた支援や展示商談会の開催を行うとともに、海外での販路開拓を図るため、東アジアでの商談会の開催や東南アジアへのミッション派遣、友好関係にある海外自治体等との交流基盤の構築・強化を図り、経済交流の機会を創出するほか、新たな起業・創業に対する支援に取り組めます。

(5) 更なる企業誘致の展開と新たな産業集積の促進

産業経済の安定的な成長を実現するため、企業誘致活動の強化やクリーンエネルギー等の次代を担う産業の育成・振興に取り組むとともに、沿岸部の地域経済の再生に向けて、国の立地補助制度を活用した企業誘致に取り組めます。

2 商業・観光の再生

(1) 沿岸部のまちづくりの状況に応じた商業機能の再生

被災地の新たなまちづくりとコミュニティの再生に資するため、沿岸部の復興まちづくりの進捗に合わせ、

面的な商業機能の再生に向けた支援を行うとともに、総合的な相談支援により被災した事業者の計画的な復興を支援します。

(2) 経営安定等に向けた融資制度の充実

信用保証料の引き下げによる事業資金の融資の促進や事業復旧・復興のための借入資金の利子補給のほか、二重債務問題への対応として、宮城産業復興機構や東日本大震災事業者再生支援機構の債権買取制度の活用促進を図ります。

(3) 商工会、商工会議所等の機能強化に向けた支援

商工業者の経営の安定や経済情勢等に的確に対応できる経営体の育成、さらには沿岸部の新たな商店街の形成に向けて、地域の事業者に対する商工会、商工会議所の相談・指導・販路開拓等の業務に対する支援を行います。

(4) 商業の活性化に向けた支援

地域の実情に応じ、地域コミュニティの核となる商店街が復興を果たせるよう、経営革新・創業等をテーマとしたセミナーの開催や中心市街地活性化基本計画の策定の支援等を行います。

(5) 沿岸被災地の観光回復

風評の払拭や復興まちづくりと連動した観光資源の再生・創出を図るとともに、沿岸部の食・自然・産業を生かした体験型観光や大災害の被災地であることを観光再生に活かした復興ツーリズム等を推進します。

(6) 外国人観光客の回復

原発事故による海外での風評を払拭するための正確な観光情報の提供や外国人が過ごしやすい環境整備の推進などにより、従来の東アジアの重点市場に加え、増加が期待できる東南アジア諸国もターゲットとした誘客を展開します。

(7) 東北が一体となった広域観光の充実

本県の東北のゲートウェイとしての機能を活かし、東北各県及び関係団体等と連携した東北全体の観光資源の魅力のPRなどにより、アクセスの良い本県を玄関口とした広域観光の充実を推進するとともに、仙台空港周辺の活性化を図ります。

(8) 国内外からの誘客強化と受入態勢の整備

多様な観光資源の情報発信やプロモーション活動の強化、中部以西からの誘客、教育旅行やインセンティブツアーの誘致などを推進するとともに、多様な観光メニューの提供や観光を担う人材の育成等により、観光資源の魅力の向上や観光客の受入態勢の整備を図ります。

3 雇用の維持・確保

(1) 緊急的な雇用と安定的な雇用の維持・確保

緊急雇用創出事業により、被災者等の緊急・一時的な短期の雇用機会と産業施策との連動による安定的な雇用機会の創出を図るとともに、求人企業とのマッチングなど就職支援の取組の強化や求職者の知識・技能の習得のための離職者等再就職訓練等に取り組みます。

(2) 新規学卒者等の就職支援

合同面接会等の充実を図るとともに、新規学卒者等の早期離職防止のための支援を行うほか、女性や高齢者の就業・雇用環境の整備や障害者雇用率制度など、事業主に対する多様な啓発活動に取り組みます。

(3) 被災事業者の事業再開と企業誘致等による雇用の確保

被災者の生活安定に向けて、被災事業者の復旧を支援することにより、被災者の失われた雇用機会の確保を図るとともに、新たな雇用の場を創出するため、企業誘致の推進や創業に対する支援、多様な雇用機会の創出につながる次代を担う産業の育成等を図ります。

(4) 復興に向けた産業人材育成

みやぎ産業人材育成プラットフォームを通じて、産学官連携による多様な人材育成に向けた取組を支援するとともに、特に産業集積が進む自動車関連及び高度電子機械産業を担う人材の確保に向けて、県内製造業の認知度向上や中小企業の採用力向上のためのセミナーの開催等を行うほか、地域のものづくり企業における若年技能者の育成を支援します。

平成 26 年度経済商工観光部関連の主要政策

1 『迅速な震災復興（再生期）』に向けた主要施策

(1) ものづくり産業の復興

(単位：千円)

事業名	事業内容	当初予算額	担当課名
中小企業等復旧・復興支援費	中小企業グループ等の復興事業計画に基づく生産施設や商店街施設等の復旧への助成	20,400,000	企業復興支援室 商工経営支援課
試作開発支援費	県内立地企業や大手川下企業との取引創出を目指す中小企業者の試作開発への助成	15,200	新産業振興課
地域起業・新事業創出活動拠点推進費	人脈形成・情報交流促進拠点の設置による起業志望者等への事業化支援	10,000	新産業振興課

(2) 商業・観光の再生

(単位：千円)

事業名	事業内容	当初予算額	担当課名
中小企業経営安定資金等貸付金【震災対応分】	被災中小企業の資金需要に対応し、安定的な資金調達を支援	78,800,000	商工経営支援課
被災中小企業者対策資金利子補給【震災復興基金】	被災した中小企業者の県制度融資に伴う利子補給	1,467,200	商工経営支援課
観光施設再生・立地支援費【震災復興基金】	宿泊事業者、観光集客施設事業者の観光施設の復旧・立地への助成	355,000	観光課

(3) 雇用の維持・確保

(単位：千円)

事業名	事業内容	当初予算額	担当課名
緊急雇用創出事業臨時特例基金事業費	被災求職者の一時的雇用や被災地での安定的雇用の創出等	40,049,745	雇用対策課

2 『産業経済の安定的な成長』に向けた主要施策

(単位：千円)

事業名	事業内容	当初予算額	担当課名
企業立地促進奨励金	県内に工場等を新設または増設した企業への奨励金等	2,610,000	産業立地推進課 ほか
観光集客施設無線LAN設置支援費	外国人観光客誘客のための情報通信環境整備を行う宿泊・観光集客施設等への助成	11,250	観光課
インセンティブツアー誘致促進費	海外企業の報奨・研修旅行の誘致に向けた現地誘客活動等	5,000	観光課
中小企業経営安定資金等貸付金	中小企業等の安定的な資金調達を支援	66,300,000	商工経営支援課

仙台フィル、メディアテーク、 エルキュール・ポアロ



財務省東北財務局長 岸 本 浩

昨年夏に仙台に赴任して来て以来、この町の暮らしがすっかり気に入っている。大都会の便利さを備えると同時に、自然にも恵まれている。休日の朝には、広瀬川沿いを散歩したり、東北大学の理工キャンパスまで山を登って町を眺めてみたりしている。

毎月楽しみにしているのは、仙台フィルハーモニー管弦楽団の演奏会だ。3月のフランス音楽傑作選には、合唱団の一員として出演する財務局の同僚の応援のつもりもあって出かけたが、趣向を凝らした素敵な演出だった。音楽の心得は全くなく、東京で音楽会に出かけることはなかったが、ワーグナーの楽劇、ドボルザークの宗教歌曲、グリーグほかの北欧プログラムなど、いずれの演奏会も楽しんだ。コンサートマスターの二人が、それぞれソロ奏者としてオーケストラと共演された回も良かった。演奏会終了後に楽員の皆さんがロビーに出て、



冬ごもりの友

観客を見送ってくれることが温かい雰囲気を作り出している。町に独自のオーケストラがあるのは、とても貴重なことだ。

10月の仙台クラシックフェスティバルも楽しい催しだ。地下鉄沿線の市内数か所のホールで1時間程度の演奏会が盛りだくさんに開催される。魅力的な演奏会が数多くあり、移動時間も考えながら、どれを聴こうかと迷う。

特に予定のない休日は、定禅寺通りのせんだいメディアテークに出かける。図書館や展示場を備える立派な複合施設だ。震災関係の本を探したり、産業や経済などの調べものをすることもあるが、ほとんどは楽しみのための読書が中心で、東北地方を舞台にした小説や歴史書などを借りたりしている。DVDの視聴ができるスペースもあって、フランスのものを好んで観る。コメディーフランセーズのモリエール喜劇が揃っていて、「人間嫌い」、「女房学校」、「タルチュフ」、「スカパン」、「ジョルジュ・ダンダン」等、片端から観た。フランスに行ったことはなく、本場の芝居を観るのはなかなか叶わないことであるが、いつかは体験してみたい。

さて、お題を「最近の休日の過ごし方」と勝手に翻訳して、ここまで書いてきたが、本来の設問は「私の趣味」ということなので、もう少し長い年月にわたる「休日の過ごし方」を思い返してみると、ジェフリー・アーチャー、アーサー・ヘイリー、ジョン・グリシャムなどのペーパーバックを結構読んでいる。最近のベストセラーは、興味を途切れさせず、文章も読みやすいが、言い回しが面白くて何度も読み返すのは、アガサ・クリステイーである。