特別講演会 in 青森

中小企業が支える地域の未来

モノづくり日本会議と日刊工業新聞社は11月15日、青森市のホテル青森で特別講演会「中小企業が支える地域の未来」（一日中小企業庁ｉｎあおもりと併催）を開いた。石田秀輝東北大学大学院環境科学研究科教授が基調講演したほか、「地域活性化へ卸問屋が果たす役割」をテーマにしたトークセッションに小松俊昭金沢工業大学産学連携室コーディネーター、藤本和夫青森総合卸センター専務理事、本田勝之助会津食のルネッサンス代表取締役が登壇した。140人が来場した。

モノづくり日本会議
—モノづくり推進会議 NextStage—

基調講演

東日本大震災からの復興、あたらしいものつくりと暮らしのパラダイムシフトに向けて

東北大学
大学院環境科学研究科教授
石田　秀輝氏

「バックキャスト」で暮らしを考える

東日本大震災は大変なインパクトがある事件だった。エネルギーの供給が完全に止まり、社会インフラとして大事な通信、公共交通機関、交通網、上下水道が寸断された。そして食料の生産現場が壊滅状態になった。食料自給率100％を超える道県は五つあり、そのうち4県がある東北は食の宝庫だった。これは非常に大きな問題だ。私は2030年に向き合わなければならない地球環境問題が20年早くやって来たと感じている。この震災を乗り越えるということは、間違いなく日本が世界の先進として最初に乗り越えなければならない、そして避けることができない地球環境問題を乗り越えることとまったく同じだ。

日本にはこれまでにも優れた省エネ製品が広く普及し、それを使う人たちの環境意識も高かった。それなのに家庭のエネルギー消費は増えている。原因はエコ商材が消費の免罪符になっていること、そしてエコテクノロジーの使い方がうまく伝わっていないことだ。人間らしく生きるには豊かさが必要だ。その豊かさを担保するためにテクノロジーがある。しかし今はテクノロジーが主役になって、その後を人間が追っている。

人間らしく生きるためには、豊かでなければいけない。その心豊かに暮らすということを担保しながら、人間活動の肥大化をいかに停止・縮小するかという答えを出すことがこれからの企業の役割だと私は固く信じている。

我々は思考回路を変えなければいけない。既に環境制約があり、地球が有限であることも分かっている。その上で豊かな暮らしを考えたら何が見えるだろうか。これがバックキャストの思考だ。バックキャストで考えると、そもそも制約が原点にあるのでネガティブな思考にならない。これからはまずライフスタイルを考える。そして、そのライフスタイルに必要なテクノロジーをその後で考えなければならない。

豊かさとは人間の欲を満足させることだ。ただ生活価値には不可逆性がある。江戸時代に戻れるのだったら、縄文時代にだって戻れる。しかしこの戻れないということがいかに重要かと考えてほしい。バックキャストで考えればまず厳しい環境制約がある。人間の欲もある。ではこの両方を満足させたら、どんな暮らし方の形が見えるか。それを考えればいい。自然を取り込んだ新しいテクノロジーなど、バックキャストで考えると今よりもっとすてきなライフスタイルが見えてくる。ここに舵（かじ）を切らなければならない。そして舵を一番切りやすいのが中小企業だ。2030年を正面からとらえ、世界に輸出できる新しい暮らし方とテクノロジーをつくりだすことが復興につながる。

トークセッション

パネリスト

金沢工業大学産学連携室コーディネーター　小松俊昭氏
青森総合卸センター専務理事　藤本和夫氏
会津食のルネッサンス代表取締役　本田勝之助氏

小松　東日本大震災はさまざまな分野で大きな気づきのきっかけになったと感じている。震災によって生じたそれぞれの思いを聞きたい。まずは簡単な自己紹介を。

藤本　青森総合卸センターは1967年に組合員42社、計画面積4万7000坪でスタートし、現在は卸団地総面積15万8000坪、組合員数は140社、従業員総数は約3000人、140社の団地内の年間総販売額は約1400億円となっている。問屋町は青森中央インターチェンジや青森空港アクセス道路など地の利を生かして、業務地域としての役割を果たしながら、新たに人、モノ、情報が集まる、にぎわいのあるまちづくりを目指している。また企業が存続、成長するには人材教育が不可欠と考え、現下の不況下でも組合員、青森県内の企業を広範で平等に支援できるソフト事業として10月に問屋町ビジネススクールも立ち上げたところだ。

本田　私は大正時代から続く福島県会津若松の青果問屋で生まれた。会津にはコンピューター専門の会津大学があり、地域から非常に高い期待を受けている。そこで会津大学と地域の架け橋になろうとITのベンチャー企業も立ち上げた。ITはあくまでも使う技術であり、それを活用して地域にとっての一番の商材を展開していこうと考えれば、やはり農業になる。そこで青果問屋を継ぐ形で、米のブランディングなどを行ってきた。また義理の両親は東京で和楽器の問屋をしている。ここでもインターネット直販などに関わっているほか、京都の呉服問屋のコンサルティングも行っている。特徴としては日本の文化的なモノで、産地が全国にあるモノ、それをITを含めたさまざまな現在の文明をうまく使いながらプロデュースを考えている。

地域活性化へ卸問屋が果たす役割

小松　青森県をはじめ地域や立地企業が直面している課題は。

藤本　青森県ではまず急速な人口減少がある。県の人口は83年の153万人をピークに減少に転じ、現在は143万人。30年後の人口推計では97万人、労働人口は74万人から46万人になると試算されている。この人口減少は卸業にとっても非常に深刻な問題だ。

本田　地域を経営していくという視点で、さまざまなモノに関わってきた。これから農業にしてもモノづくりにしても若い人がそれを継承して、継いでやっていきたいと思う産業になれるかどうかが非常に大事だ。海外には地方のカントリーサイドの格好の良さが結構あるが、日本はどうだろうか。今後、海外のマーケットが直接地方に開かれたときに、地方はそれにどう対応するのかという課題がある。例えばモノづくりのすばらしさが地域にあるのであれば、それを観光としてもみせていくなど、地域の総合力を発揮していく必要があるだろう。

卸団地、在庫確保で連携を　藤本氏
他分野と連携 新市場生む　本田氏
地域の中で物流機能確保　小松氏

藤本氏

本田氏

小松氏

小松　日本は戦後、米国の影響を多く受けた。米国には本来的な卸機能というものはなかったという。どちらかといえば商流先行で、商流を中心としたネットワークがサプライチェーンとなった。効率的な商業流通の世界が日本でも構築されていったが、今回の震災ではサプライチェーンが大きな問題となった。

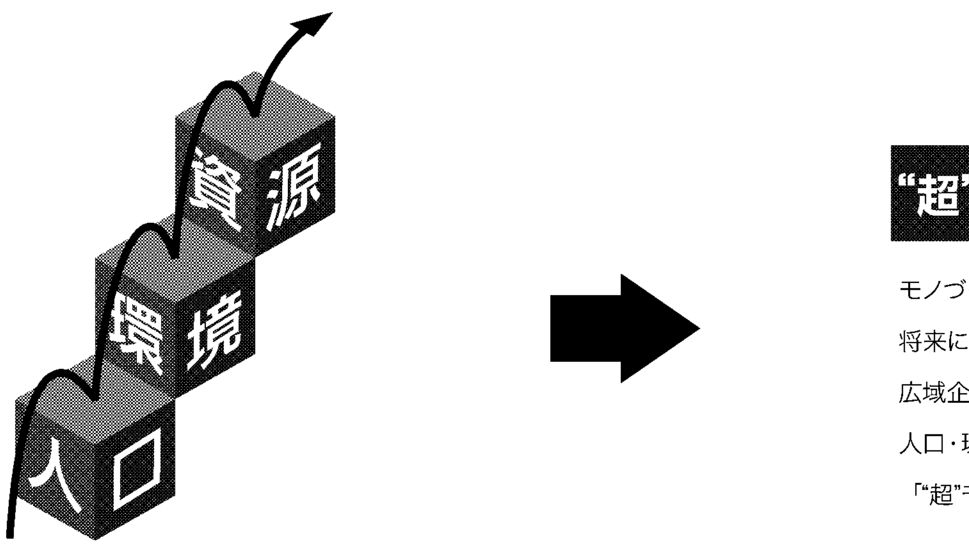
藤本　青森市自体は直接的な津波被害はなかったが、地震と停電、そして物流がストップした。価格だけが重視される経済のもろさ、そして改めて地場の卸企業の重要性、適正在庫水準の見直しという問題に気づいた。地域の卸機能は地域のライフラインそのものだった。これまで東北地方、特に北3県の卸業の物流は、大都市圏から仙台圏に、そして青森圏へという仕組みで、自動車輸送を前提に最も合理的な物流がほぼ完成されていた。しかし震災で遠隔地の青森は生活必需物資の確保に窮した。県内で物流保管機能が充実していれば、地場の卸機能が機能し、他県への支援もできたはずだ。

本田　震災で高速道路が止まり、ほとんど東北にモノが届けられなかった。会津は物理的な被害はほとんどなかった。震災2日後に新潟と会津の道路がようやく開通した。新潟と会津は隣接しており、新潟であれば個別の物資も受けとれる。このルートでさまざまなモノを運んだ。今後は横のつながりを考えた物流、また備蓄倉庫や流通拠点なども重視されるはずだ。

小松　日本は歴史的に非常に災害の多い国だ。自然災害と戦い、ある意味で調和しながら今日まできた。備えを持ちながら、有事を意識しながら平時を営む。常に有事がライフスタイルの背景にあった国だと私は理解している。それならば効率一本やり、価格の安さ一本やりではなく、一定の保険をかけ保険料を上乗せしたような価格体系も考えられるはずだ。その保険料に相当する部分が地域の中での物流機能の確保や在庫であり、それを地域で分かち合う仕組みも考えられる。

藤本　青森市との災害時の供給応援協定が機能しなかったという重い現実がある。卸企業でも在庫を持たざる経営が進んでいた。余剰在庫を放出することを前提にして考えていたスキームだったが、在庫を持たない状況で緊急時の要請に事実上応えられなかった。しかし大変な競争をしている民間の卸業に在庫負担を強いるのは企業経営上非常に難しい。国や自治体が民間企業に緊急支援物資を要請するならば、民間企業の在庫水準を念頭に一定の負担をすることも必要だ。卸団地は全国に約120あり、青森県内にも5団地ある。立地も近く、ここが連携すれば一定量の在庫を持つような形でも協力できる。

本田　消費者のニーズに対し、商品知識や産地とのつながりを持っている問屋はその強みを生かし、小売りに直接訴求できるようなマーケットをつくっていくことも大事だと思う。それには他業界、他ジャンルのプロフェッショナルな人とのコラボレーションが必要にもなる。すき間は相当ある。産業で分断されていた地域が一緒になっていこうという歩みが今まさにあり、そこから新しいマーケットや商品が生まれている。早く連携した者勝ちだと考えている。



MONODZUKURI

“超”モノづくり

モノづくり企業の英知を結集し、
将来にわたり発展できる盤石な産業基盤を築き上げる。
広域企業ネットワークが触媒となり、
人口・環境・資源の制約を乗り越え、
「“超”モノづくり」を推進する。

モノづくり日本会議
—モノづくり推進会議 NextStage—
事務局　〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14-1（日刊工業新聞社内）　TEL 03-5644-7608　FAX 03-5644-7209　www.cho-monodzukuri.jp