Future SIGHT

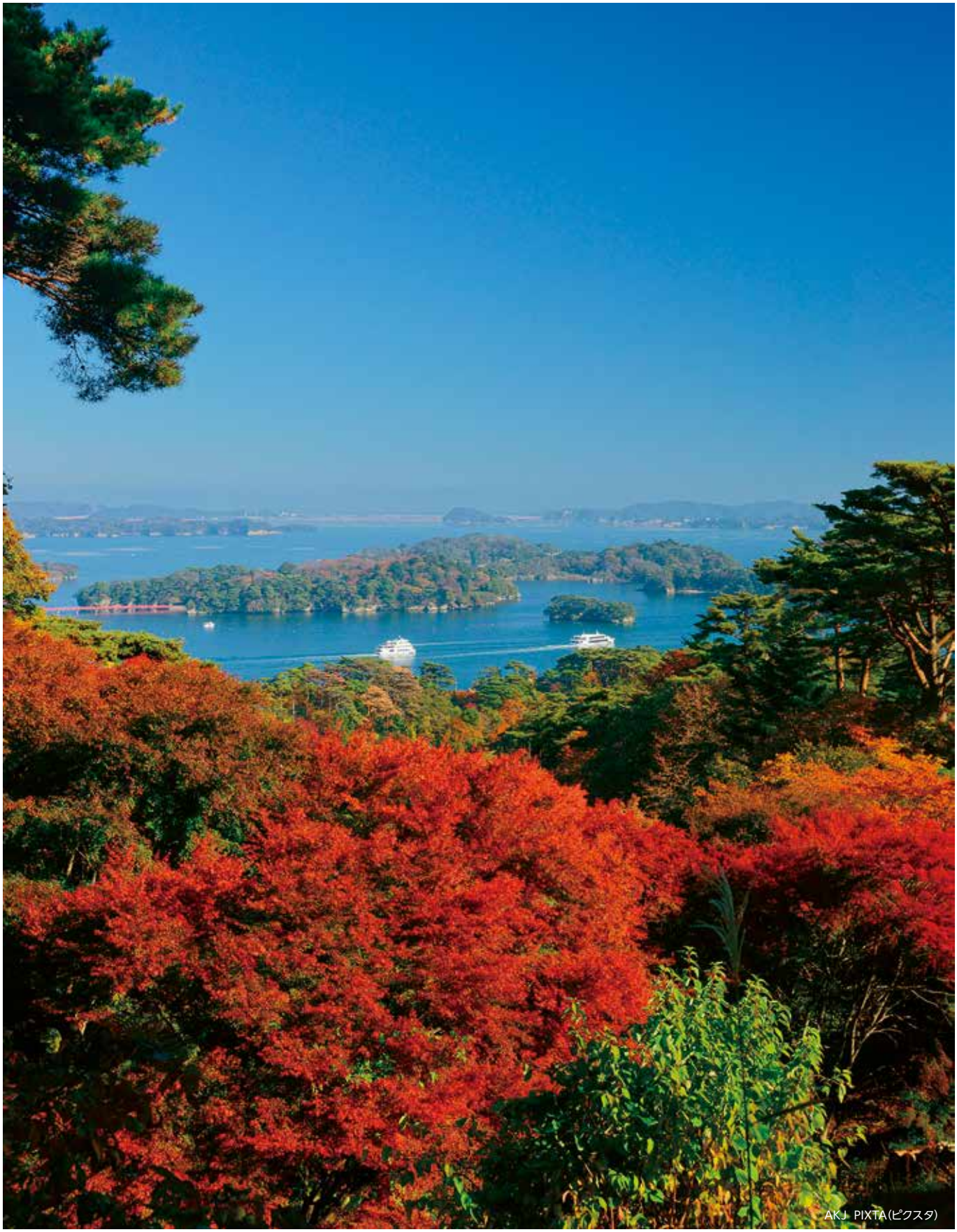
2020 Autumn No.90

特　集

ウィズコロナ時代のまちづくりの方向性は？

～三つの視点から展望するまちづくりの今後～

フィデア情報総研



宮城県：松島

日本三景で知られる松島は、松島湾内外に260あまり浮かぶ島々の総称で、仁王島、双子島、かえる島など、その大小全てに名前がついています。美しい景観を眺望できるスポットも数多くあり年間を通して楽しめますが、とりわけ秋は赤く色づく紅葉と相まり圧巻です。

Future SIGHT
2020 Autumn No.90

SIGHTには、光景、照準、観察、見解などの意味がある。過去、現在を踏まえながら、どうすれば美しく、豊かで、幸せに満ちた光景を未来（Future）の東北に描くことができるかに照準を合わせ、諸々の現象の本質や価値を正確に見極め、必要な考え方や手だてを大胆に示していく機関誌にしようという狙いを込めている。

CONTENTS

特　集 …… 02
ウィズコロナ時代のまちづくりの方向性は？
～三つの視点から展望するまちづくりの今後～
株式会社フィデア情報総研　地域政策コンサルティング部　主任研究員　大森　綾信

VALUE SIGHT
山形 緑と人と東北　里山からのSDGs …… 08
里山ソムリエ　黒田　三佳
秋田 秋田発の純国産ドローン“東光レスキュードローン”の開発
～「高度な技術と想像力で社会の繁栄に貢献する」を掲げて～ …… 10
東光鉄工株式会社　UAV事業部　シニアマネージャー　鳥潟　興明
宮城 蜂蜜づくりがつなぐ地域の輪
自然と人が共生するまちづくり …… 12
特定非営利活動法人　SCR　理事長　村上　幸枝

調　査
（山形・秋田）県内企業の景気動向調査　フィデア情報総研 …… 14
（山形・秋田）県内家計の消費動向調査　フィデア情報総研 …… 16

経　営
人材育成　わが社の秘策Ⅱ　第32回 …… 18
株式会社男鹿水族館
代表取締役　芝田　昭博

DBJレポート …… 20
インバウンド・宿泊業界の課題と展望
～観光産業の変化をとらえた発展を目指して～（後編）
株式会社日本政策投資銀行　産業調査部　調査役　新川　貴士
株式会社日本政策投資銀行　産業調査部　係員　菅原　帆奈

風　土
歴史を語る建物たち　シーズンⅡ　第1回 …… 26
旧長井小学校第一校舎（長井市）
熊本学園大学経済学部准教授　山口　泰史

コラム …… 28
やまがた・あきた酒談義
COVID-19禍中、清酒製造業の行方
秋田県酒造組合　相談役　小玉　真一郎

表紙：「季（とき）の空間」
作者：東北芸術工科大学
芸術学部 美術科 日本画コース4年
岡迫　実里
画材：和紙、墨、水干絵具、岩絵具

作者コメント
宮城県松島にある円通院の庭園を描きました。
生き生きとした自然の紅葉と人々の美意識から生まれる庭園風景に感銘を受け、写生し制作しています。木々が彩り構成する風情ある空間を表現し、秋を慈しむ季節感を大切にした日本らしいひとときを絵の中に刻みました。

特　集

ウィズコロナ時代のまちづくりの方向性は？
～三つの視点から展望するまちづくりの今後～

株式会社フィデア情報総研　地域政策コンサルティング部　主任研究員　大森　綾信

1．はじめに

今般、「まちづくり」というと、その対象は都市、交通、観光、リノベーション、福祉、文化、歴史、景観などハードとソフトの両面で多岐にわたっており、全国で官民問わずさまざまな○○まちづくりが計画され、展開されている。関わる人も住民、行政、NPO、企業、学生など広範である。

筆者の所属する地域政策コンサルティング部でもまちづくり分野の受託は多く、人やモノの交流による地域の活性化に資する業務を中心として主にソフト面でのまちづくり支援に携わってきた。自治体の総合計画や総合戦略策定支援をはじめ、６次産業による地域おこし、地域のプロスポーツを軸にした地域振興、中心市街地の活性化、地域の観光振興やインバウンド受入環境整備などである。いずれも調査をベースにしながら研究・提言を行うのがスタンダードとなっている。

本稿では、これまでの知見を踏まえながら「中心市街地」、「地域公共交通」、「観光」の三つの視点でそれぞれのまちづくりについてみることとする。

2．まちづくりの概念

まずは「まちづくり」の定義について改めて整理しておきたい。「まちづくり」をインターネットで検索すると実にさまざまなまちづくりが出てくる。このことからもまちづくりの広範さをうかがい知ることができよう。その中で兵庫県堺市のホームページに分かりやすく掲載されていたので参考にしたい。

堺市ではまちづくりの言葉の起源として、「「まち」都市空間としての「街」＋地域社会としての「町」、「つくる」手づくり（一人ひとりの主体的な働きかけ）」としたうえで、「まちづくりとは、地域における住民による自律的（自立的でもある）で継続的な環境改善（物的な環境だけでなく社会的環境も含む）に関する運動」としている。

言い換えると、自分達で地域をより良くしていこうとする取り組み、地域のための活動と捉えることができる。また、主体が住民であるというところが肝要と考える。このことは、まちづくりの計画には住民の参画が欠かせないほか、“地元のキーマン”や“担い手”が重視され、“まちづくりはひとづくり”といわれるゆえんであろう。

3．地域活性化とは

多様化するまちづくりであるが、その目的として頻繁に使われる「活性化」とはどのような状態を表すのか、このことについても整理しておく。

筆者はこれまでの経験から「投資あるいは参加できる環境にもっていくこと」と学んだ。すなわち、インフラ整備や土地利用の増進、制度面や運用面の仕掛け・仕組みによって商業機能の集積や生活空間の向上などを図り、人やモノ、情報が集まることで地域が潤うといった経済的な側面のほか、経済的な指標に捉われない豊かさ―例えば祭りや地域文化の継承、それらを通した住民のつながり構築、地域への愛着・誇りの形成といった社会的な側面があると考える。

したがって、活性化には二つの捉え方があることを踏まえたうえで、計画の目的や背景に合わせて使い分ける必要がある。

4．○○×まちづくり

いささか前置きが長くなったが、以下に三つの視点でのまちづくりについて、そのトレンドを記載したい。

（1）中心市街地×まちづくり

地方都市の中心市街地は、商業・業務機能に加え、居住、文化機能、公共サービスなど多様な都市機能が集積するとともに、ある程度交通インフラも整っている。さらには長い歴史の中でその地域の文化と伝統を育んできており、経済的、社会的活動の中心的な役割を担っている重要な地域である。

■まちの価値を高める計画

中心市街地のまちづくりに関する計画としては、まちづくり三法のひとつである「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、都市機能の増進および経済活力の向上を目指して市町村が策定する「中心市街地活性化基本計画」がある。この計画の目指すところは中心市街地の価値の向上である。計画では、にぎわいの創出、街なか居住の推進、経済活力の向上などの目標ごとに定量的な目標指標を設定している。

ところが、2006（平成18）年の施行から10年以上が経過し、この間に人口減少、高齢化、居住地の郊外化や商業施設の郊外立地、それらに伴うコミュニティー衰退と空き地・空き家・空き店舗など遊休不動産の拡大が進んだ一方、訪日外国人旅行者の増加、情報通信の高度化など社会・経済情勢は激しく変化した。

内閣府地方創生推進事務局では、中心市街地活性化基本計画の取り組みの進捗状況と目標達成状況について、フォローアップの対象となった450指標（119市150計画）の集計結果を公表している。これによれば、事業が予定どおりに完了しなかったのは全体の24％、計画当初より悪化したのは同45％となっている。おおむね5年とされる計画期間の中で、厳しさを増す社会情勢を見極めて事業の見通しを立てること、無事に着地させることがいかに難しいかが垣間見える。

このようななか、社会情勢の変化に応じて中心市街地のあり方や地域の役割を見直すべく、2020年3月に「中心市街地活性化促進プログラム」が示された。このプログラムは「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」に基づき策定されたもので、「第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」」においても位置付けされており、国による支援と、現行制度の効果的な活用を促進することで、中心市街地のさらなる活性化を図る狙いがある。プログラムでは、「まちのストックを活かす」、「民との連携や人材の確保・育成を強化する」、「より活用される仕組みにする」など5つの重点的な取り組みを掲げており、中心市街地活性化基本計画の目標指標の改善率を70％まで引き上げることとしている。

中心市街地は、自治体の税収面で果たす役割も大きいといわれる。また、過去に重点的に投資が行われているケースも多い。蓄積されてきたストックを活用しつつ、必要な再投資をすることで、時代に合った中心市街地の役割を果たすことが期待される。また、地域における住民や、民間企業、NPOなどが、さまざまな地域の課題を「自分ごと化」することで「内発的な発展」が期待できる。ひいては、まちの価値も向上するはずである。

■ウォーカブルなまちづくり

まちの価値を高める施策の一つとして、国土交通省が打ち出した「ウォーカブルなまちづくり」という方針がある。これは、まちなかにある街路や公園、広場、民間空地など官民のパブリック空間をウォーカブルな人中心の空間へ転換し、「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の形成を目指すもので、まちなかに多様な人材・関係人口が集う、交流する、滞在することにより、イノベーションの創出や人間中心の豊かな生活の実現を図り、新たな価値創造、地域課題の解決につなげていくものである（図表1）。

民地を部分的に開放して公共空間化したり、歩行者目線の1階部分をガラス張りの店舗にリノベーションしたり。街路空間も人々が滞在・交流できる場に転換して、歩きたくなる空間や滞在環境を整備するイメージである。どちらかといえば「つくる」から「使う」ことにシフトしてきているといえる。

また、3密を回避する観点からもテラス席の設置は有効となる。国土交通省は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大予防とコロナ禍で影響を受ける飲食店等を支援するための緊急措置として、沿道飲食店等の路上利用の占用許可基準を緩和（2020年6月5日から11月30日まで）した。この緩和により路上へのテラス席の拡充やテイクアウト営業がしやすくなった。

感染防止対策が大前提となるものの、このような空間の創出によって、中心市街地に人が集まるきっかけとなり、人と人の出会いや交流が生まれれば、まちの魅力も上がり、まちの価値をより高めることにつながるのではないだろうか。

（2）地域公共交通×まちづくり

地域公共交通は、地域の暮らしや産業を支える社会基盤の一つである。地域公共交通が充実することは、通勤・通学、買物・通院等の移動手段となり、利便性が高く暮らしやすいまちづくりに貢献するし、中心市

図表１　ウォーカブルなまちづくりのイメージ

出典：国土交通省資料

街地を経由すれば、人が集まりやすいまちを形成し、にぎわいあるまちづくりに貢献する。また、高齢者・障がい者の買物や通院等の移動手段となり、高齢者や障がい者が外出しやすいまちづくりにつながる。あるいは環境負荷を軽減し、環境にやさしいまちづくりに貢献する。このように、使い方によってまちづくりに大きく貢献できるツールといえる。

地域公共交通に関する施策としては、「地域が自らの公共交通体系について主体的に検討する」という考えの下、2007（平成19）年に「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律」が制定され、2014（平成26）年の同法の改正を経て、地方公共団体をはじめとする地域が主体となり、関係者と適切に役割分担しながら、まちづくりや観光振興等の地域戦略と連携し、地域公共交通の確保・維持等の取り組みが進められてきた。

このようななか、公共交通をめぐる環境は、先述した人口減少等の諸問題を背景に利用者の減少や公共交通事業者の赤字運営、維持・確保のための公的負担の増加、高齢者運転の問題の顕在化、運転者不足などますます厳しくなっており、「公共交通ネットワークの形成の促進」から「持続可能な地域旅客運送サービスの提供の確保」というステージにシフトさせることが求められている。

このため、2020年5月に「持続可能な運送サービスの提供の確保に資する取り組みを推進するための地域公共交通の活性化及び再生に関する法律等の一部を改正する法律」が成立した（図表2）。これにより、すべての地域において、持続可能な運送サービスの提供を確保するため、地方公共団体が、公共交通事業者等と連携して、最新技術等も活用しつつ、既存の公共交通サービスの改善・充実を徹底するとともに、地域の輸送資源を総動員する取り組みを推進することとなっている。

今回の大きなポイントは下記のとおりである。

・地方公共団体による「地域公共交通計画」（マスタープラン）の作成
・地域における協議の促進
・維持が困難となったバス路線等について、多様な選択肢を検討・協議し、地域に最適な旅客運送サービスを継続
・過疎地等で市町村等が行う自家用有償旅客運送の実施の円滑化
・鉄道・乗合バス等における貨客混載に係る手続の円滑化
・利用者目線による路線・ダイヤの改善、運賃の設定等を促進
・手続きのワンストップ化等MaaSの円滑な普及に向けた措置

このうち、自家用有償旅客運送の実施の円滑化とMaaSに着目したい。

■自家用有償旅客運送の実施円滑化

自家用有償旅客運送は、過疎地域での輸送や福祉輸送といった地域住民の生活維持に必要な輸送について、バス、タクシー等が運行されていない場合に、住民の日常生活における移動手段を確保するため、国土交通大臣または地方公共団体の長の登録を受けた市町村、NPO等が自家用自動車を使用して有償で運送できる制度である。交通政策白書によれば、自家用有償旅客運送は全市町村の約3割で実施されているという。

自家用有償旅客運送の導入により、ラストワンマイルの移動手段を確保するばかりではなく、地域によってはコミュニティー形成にも寄与しているケースが少なくない。一方で、収支面や担い手の確保の点からみれば事業の継続性に対する懸念がある。

改正により、公共交通機関を補完して、地域における旅客運送サービスを担う手段として明確に位置付けられたことから、バス・タクシー事業者がノウハウを活用して協力する制度を創設し、実施の円滑化を図るほか、住民のみならず来訪者も運送の対象に加え、観光ニーズへの対応が可能となっている。地域住民においては安全、安心な交通サービスの享受、事業者においては人手不足への対応や委託費の確保、観光客の移動ニーズの取り込みによる地域交通の持続性向上などといった効果が期待される。

図表２　改正された法律の概要

出典：国土交通省資料

■MaaSの普及

新たなモビリティサービスであるMaaS（マース：Mobility as a Service）は、スマートフォンの専用アプリ等により、地域住民や旅行者の移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で提供するほか、新たな移動手段（AIオンデマンド交通、シェアサイクル等）や関連サービス（小売り、医療）も組み合わせることが可能なサービスである（図表3）。

MaaSは、移動に関する地域の課題を解決するための多様な関係者の連携を促進する手段と捉えられ、地域における移動利便性の向上はもちろんのこと、公共交通機関の維持・活性化、高齢者の外出機会の創出などに有効な手段であるとともに、地域のデータプラットフォームとして、まちづくりや都市のさまざまな課題解決、地域経済の活性化等における活用の可能性が指摘されている。

国による支援事業も加速しており、国土交通省・経済産業省では、新しいモビリティサービスの社会実装を通じた移動課題の解決および地域活性化に挑戦する地域や企業を応援するプロジェクトとして、「スマートモビリティチャレンジ」を開始した。2019年度の28の地域･事業に対して2020年度は52地域が選定（国土交通省による実証実験：19→38、経済産業省の先進パイロット地域：13→16、両事業での支援：4→2）されるなど、その取り組みが加速している。

また、MaaSを提供するためには、交通事業者等の関係者がそれぞれのデータを円滑に連携することが重要となるため、国土交通省では2019年9月より有識者等から構成される検討会を開催し､2020年3月に｢MaaS関連データの連携に関するガイドライン」を策定している。

MaaSには、3密を避けた特定少人数での通勤、ドアtoドアの移動サービスなど新型コロナウイルスの感染リスクの軽減につながる新たな展開が考えられるほか、単なる移動サービスの向上にとどまらず、異業種との連携による収益活用や付加価値の創出が期待されている。

図表３　MaaSとは

出典：国土交通省「交通政策白書」

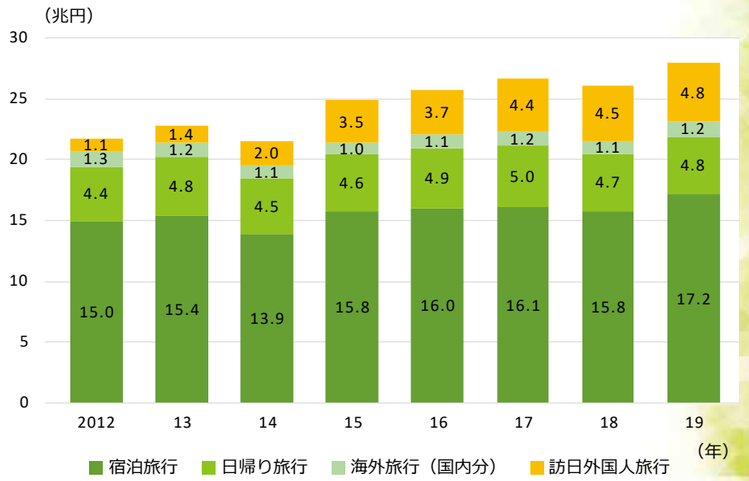
（3）観光×まちづくり

「地域が主体となり、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域の観光資源を利活用し、地域外からの交流人口を拡大する観光諸活動を通し、地域を活性化させ持続可能な魅力ある地域を実現させるための活動」を「観光まちづくり」という。すなわち、地域の資源を利活用して地域外から旅行者を集客するための活動である「観光地づくり」と、自分達で地域をより良くしていこうとする「まちづくり」の考え方を一体的に進めていこうという考え方であり、観光を通じて地域に対する愛着が育まれ、地域の活性化が図られて“まちおこし”につながるものである。

近年は、訪日外国人旅行者数の増加を背景に各地で日本版DMOが立ち上がり、訪日外国人旅行者をターゲットとした観光まちづくりがトレンドであった。地方を訪れる外国人旅行者数も増加し、各地で地方創生の柱として位置付けられたほか、訪日外国人による観光消費額は急速に拡大するなど、その存在感は地方においても高まっていた。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大を受けた外国人の入国制限措置に加え、緊急事態宣言による外出自粛要請などもあって観光需要は大きく減少し、地域の多様な産業に対し甚大な被害を与えている。

図表４　日本国内の旅行消費額の推移



出典：国土交通省観光庁「令和２年版観光白書」

■観光需要の喚起

今後のリカバリープランが気がかりになるところであるが、まず日本国内の需要喚起を促すべく、人の流れと街のにぎわいを創り出す官民一体型の消費喚起キャンペーン「Go To トラベル事業」が国主導で展開されている。また、新型コロナウイルス感染症の流行収束後、直ちに反転攻勢に出るため、誘客多角化等に向けた魅力的な滞在コンテンツの造成や、観光施設における感染症対策の推進を含めた観光地における一体的・面的な訪日外国人旅行者の受入環境の整備と対応力の強化を進める考えだ。併せて、潜在的な訪日ニーズに対し、意識や関心をつなぎとめるためのプロモーションを実施、誘客が可能となった国から回復を進めていくという。

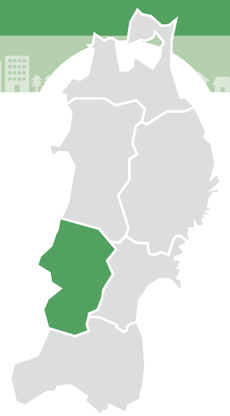
一方、インバウンド偏重も再考が迫られている。ウィズコロナ期の旅行のあり方として、3密を避けて、少人数、短期間で近隣あるいは地元・地域を楽しむ「マイクロツーリズム」やオンラインを活用した観光コンテンツが注目されている。

インバウンドはここ数年急伸しており、そこに目を奪われがちであるが、国内における旅行消費額28兆円のうち、実に78.6％にあたる22兆円が日本人国内旅行である（図表4）。当面はインバウンドの回復が見込めないため、観光まちづくりも地元回帰にならざるを得ないだろう。

5．おわりに

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、まちづくりのあり方も見直しが求められている。人の交流や賑わいの場には常に感染リスクがつきまとい、テレワーク導入を前提とした地方への移住やワーケーションなど、住まい方や働き方が変わり、人々の価値観はより多様化してくるだろう。

ウィズコロナ、そしてアフターコロナへ。コロナの早期収束を願うとともに、時代の変化を踏まえた新しいまちづくりがどこへ向かうのか、これからも注視していきたい。



地域の住民が定期的に山や森に入り、枝を切り、草を刈り、道をつくる。かつては日本のあちこちでごく当たり前に見られた光景である。この里山文化が、SDGs（Sustainable Development Goals ／持続可能な開発目標）に対する関心の高まりとともに、自然の生態系と人間の営みが共存する環境として注目を集めている。

山形県米沢市に移住後、里山暮らしの魅力を発信する「里山ソムリエ」として活躍する黒田三佳氏は、自らが整備する森や畑を生かし、自然に触れる楽しさを体感できる場を人々に提供している。ライフスタイルに合わせて森をデザインし、新しい価値を創り出す取り組みは、「人と自然の共生」の実現に向けて広がりを見せている。

緑と人と東北　里山からのSDGs

一度の旅で憧れた山形への移住、森と畑と温かい隣人がいる里山の暮らしは、80坪ほどの土地に小さなログハウスを建て始まった。隣人たちに助けられ、ヤギを飼い、畑を耕し、小さな英語教室を開くと、子どもたちがやって来た。やがて、隣の空き家、畑、そこに続く広大な森を譲り受け、さまざまな「ことづくり」を始めた。同時に私は、里山に暮らす人々の精神性も受け継がせてもらったのかもしれない。かつて暮らしたデンマークの、森のある暮らし、魅力を感じたエコビレッジ、持続可能なライフスタイルは、実は日本の里山に存在する。

かつて下級武士が暮らした里山

私が暮らす里山は、上杉景勝公から上杉鷹山公の時代を通じ、幕末まで上杉家に仕えた下級武士が半士半農で暮らした集落である。何も知らずに暮らし始めた里山のコミュニティは、子どもだけではなく、大人になった私をも育ててくれた。「隣組」、「年中行事」、「役割と責任」、「おすそ分け」など、目に見えない文化的価値や日本人の精神性を里山は包括している。縁もない私たち家族を受け入れ、野菜のおすそ分けや雪片付けを心配してくれた隣人、血縁でない里山の紐帯（ちゅうたい）の強さに驚きと感動を覚えた。美しい山を守り、耕作地を次世代へつなぎ、森の萌芽（ほうが）更新をし、途絶えることない時間軸をつないできた人たちとの関わりは、私に大きな気付きを与えてくれた。

古い家を隣人と改装し研修やおもてなしに活用

里山の価値と危機

里山とは、人が関わることで作り上げてきた自然。耕作地、燃料源の裏山、広葉樹林、針葉樹林、水や空気を純化させる生物や植物の働き、分解者の菌類などすべての生態系を含む。持続可能な社会のモデルのような里山は、人とコミュニティが作り出す暮らしと文化であり、そこには外国人が感じる日本人の魅力を多く見いだすことができる。一方、ライフスタイルの近代化による化石燃料へのエネルギーシフトや少子高齢化で、継承できない危機を里山で暮らし実感している。

北欧デンマークのひらめきで東北の里山暮らしを楽しむ

ところで、里山に移住する前に暮らした北欧デンマークでは、人々は、森が身近にあるライフスタイルを楽しんでいた。デンマークの森は政府が管理し、そこで出会う白鳥や、「森のようちえん」で子どもたちが口にするベリーも偶然ではなくすべてがデザインされている。一方、里山の森は個人の所有物であり、その管理は個人に依存している。どちらがいいというのではなく、里山の森は、個人の倫理観やセンスで、もっと自由に価値を創造することができる。私が家の裏の1,100坪の森を譲り受けたとき、裏山の森は数十年人の手の入っていない荒れた状態であった。自分の森を整備し、かつてあった里山の暮らしを再発掘、再評価、そして今のライフスタイルに合わせ再導入することに夢をもち、里山ソムリエと名乗り、自ら草刈機を背負い、暗い森の中に道をつくり、子どもたちが入れる森づくりを始めた。自分の森を自分でデザインできる喜び、そしてそのことが、持続可能な未来につながる幸せを感じている。森でのピクニック、とれたて野菜や保存食の持ち寄りランチ、手作りの並ぶマーケット、感性を育てる「森のようちえん」、北欧デンマークにヒントを得た里山でのことづくりをすると地元のさまざまな世代、遠くは東京、そしてデンマークからも人が訪れるようになった。

PROFILE
里山ソムリエ™
黒田　三佳
人材育成アカデミーローズレーン
山形県米沢市南原新町2859
TEL 080-6008-2859
URL https://satoyama.roselane.jp
E-mail:mk@roselane.jp

くろだ・みか
東京都出身。
人材育成アカデミーローズレーン代表。
北欧に暮らし東北にときめき、里山から持続可能なライフスタイルをラジオ番組やSNSで発信。人材育成、子育てなどをテーマに全国で講演。
山形大学学術研究院非常勤講師、米沢市国際交流協会会長。元国際線客室乗務員。

里山の価値に気付かせてくれる人たち

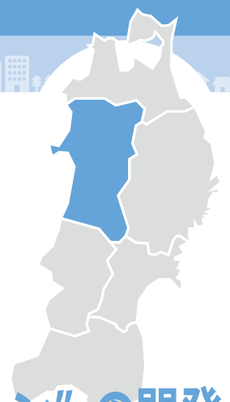
やがて森には、森づくりの専門家、植物学者、歴史愛好家、地元の先生などが、一市民として訪れ、それぞれの分野で里山の価値を伝えてくれた。2010（平成22）年には、人材育成の面での里山の価値を論文にし、山形大学より修士号を授与された。震災後に里山の自宅を解放して行ってきたマーケットは、森の中に会場を広げ、1,000人近い人がやってくる大きなものに成長した。他にも「森のようちえん」や、「森の教室」など、里山の資源を活用したことづくりは有志の誰かとの関わりで始まった。燃料源ではない自然と共生する森の新しい価値は人が創ることができる。今年度は、「里山森のようちえん研究会」を立ち上げた。コロナ禍において、森のイベントの需要は高まり、募集をするとたちまちいっぱいになっている。

里山からのSDGs　一人一人の喜びと行動が世界の幸せにつながる

この原稿を書いている土曜日、小・中学生が里山ビジョンハウスに英語を習いにやってきた。森では、クルミの実を拾い集めているお母さん、キャンプの焚（た）き付け用の杉の枯れ枝を拾い集めているお父さんもいる。木こりのおじいさんは、丸太を小さな椅子にして、オープンエアの教室を作ってくれた。コロナ禍でキャンセルになった新人研修は、今、里山のビジョンハウスと森で新しいスタイルの人材育成研修として始まっている。里山での自分の暮らしと仕事をオープンにすることは、誰かの里山でのときめきやひらめき、そして里山の新しい価値づくりにつながることを感じている。ワインソムリエがワインを楽しみ紹介するように、自分自身が里山に暮らすことを楽しみデザインし、誰かの幸せにつながる里山ソムリエ。今こそ里山と人をマッチングし、持続可能にする最後のチャンスと感じる。今東北にある里山で、ときめき、ひらめき、国際社会共通の目標であるSDGs[1]を机上でもゲームでもなくリアルに達成しよう。

森のある暮らし～グリーンマーケット

1　国連で採択された2030年までに国際社会で達成するための持続可能な17の開発目標。森林の持続可能な管理や持続可能な消費と生産パターンの確保なども含む。



東光鉄工株式会社（秋田県大館市）では、スマート農業の実現を支える農業用ドローンや、災害現場で活用できるレスキュードローンなど、特色あるドローンを自社開発しており、秋田県発の国産ドローンメーカーとしての挑戦を続けている。

ドローン開発を担うUAV事業部でシニアマネージャーを務める鳥潟與明氏に、これまでの同社のドローン開発の歩みと、今後の展望についてうかがった。

秋田発の純国産ドローン“東光レスキュードローン”の開発

～「高度な技術と想像力で社会の繁栄に貢献する」を掲げて～

ドローンとの出会いと事業化へ

2013（平成25）年、当時 秋田職業能力開発短期大学校（以下､「秋田職能短大」）で企業支援統括マネージャーを務めていた私は、当社会長の虻川と数年ぶりに再会した。虻川会長から点検業務を効率化したいとの相談を受け、前任地で研究対象としていた無人航空機を紹介したところ、是非取り組んでみたいとの要望があり、当社と秋田職能短大とで共同研究を行うこととなった。

実際に取り組んでみると、当時の技術では点検のために橋の梁（はり）やドームの内部を飛行する際、風の影響やGPS電波を受信できないことから安定した飛行が難しいという結論に達した。しかし、同時に新たな活用分野として農業分野が有望であり、中でも農薬散布に適しているのではないかとの判断に至り、農薬散布用ドローンの開発にフォーカスすることとなった。

2015（平成27）年3月にはUAV事業部準備室、同年9月にはUAV事業部を立ち上げ、同年中にAC940Tという農薬散布用ドローンの製品化に成功した。

このドローンは、当時農業用ドローンの製品化を手掛けていた株式会社エンルートより主要部品の供給を受け東光独自の粒剤散布装置を新たに取り付けられるよう改造した製品だった。農家からは高い注目を集め、販売にも手ごたえを感じた。

農薬散布用ドローンの規制強化

しかし、ここで大きな障壁が発生した。記憶に新しい「ドローンが首相官邸の屋上に着陸」した事件である。この事件を受け、無人航空機の危険性を指摘する声が大きくなった。とりわけ農業用ドローンは大型で薬剤を散布できる機能があることから、化学兵器散布テロなどに利用される危険性が叫ばれ、規制が厳しくなった。具体的には、農薬散布の目的で飛行させるためには、（社）農林水産航空協会による性能確認を受けた機体を使用することを前提に国土交通省が飛行許可を与える、という内容であった。これを受け、当社では、すでに開発済みのAC940Tとともに2016（平成28）年に東光オリジナル製品として開発したTSV-AQ1が認定を受け、続けて、AC940Tの後継機種として独自ブランドのTSV-AH1を製品化した。

製品は、秋田県を始め主に東北各県に販売され、代理店も増えていった。2018（平成30）年には、自律航行への拡張が可能な10リッター散布用ドローンTSV-AH2を製品化した。

中国部品の供給ストップ

国内で生産されているドローンには多くの中国製部品が使用されている。価格競争に打ち勝つためには、低コストでの製造が必須だからだ。弊社も例外ではなかった。特に自律航行に必要な部品の供給は当時、中国メーカーしかなかったため、中国に依存せざるを得なかった。

ところが突然、中国メーカーより部品供給の打ち切りが通知され、当社のドローンの拡張が不可能となった。また、外国製部品は突然仕様変更になったり、飛行性能が変わってしまったりすることがあり、品質面でのリスクもあった。

こうしたことから、当社にとって、外国製部品の使用を極力少なくする(無くする)ことが重要な取り組みとなった。

再びの規制緩和

一旦､規制強化されたドローン市場だったが､2018（平成30）年頃からドローンの活用事例が増え、報道、運送、点検、測量、農業など多くの分野にドローンが浸透していくに従い、もっとドローンを自由に活用したいという声が強まってきた。これを受け、当時の内閣府が中心となり、規制改革推進会議の中で、農業分野等におけるドローン活用に関する規制緩和の提言がなされた。

これを受け関係省庁によるドローン活用に関する規制緩和施策が進み、農業分野においては、前述の（社）農林水産航空協会による性能確認を受けなくても製品を販売できることとなり、最終的な飛行許可は国土交通省による判断のみとなった。

これには賛否両論あるが、結果として、国内に多くの農薬散布用ドローン取り扱い企業が増えることとなった。

PROFILE
東光鉄工株式会社　UAV事業部
シニアマネージャー　鳥潟　與明

東光鉄工株式会社　UAV事業部
秋田県大館市雪沢字蕨ケ岱256-1
TEL 0186-57-8755　FAX 0186-57-8681
URL https://www.toko-tekko.co.jp

とりがた・ともあき

1952年　秋田県大館市出身
1975年　東海大学工学部航空宇宙学科卒業

北海道職業能力開発大学校　副校長、秋田職業能力開発短期大学校企業支援統括マネージャー等を経て、2015年に株式会社東光ホールディングスに入社。UAV事業部においてドローン機体の開発やソフトウェア開発に携わっている。

東光独自のアプローチ、果樹授粉用ドローン

2017（平成29）年、青森県名久井農業高校より「果樹授粉作業にドローンを活用できないか」という相談を受け、同校との共同研究を行うこととなった。当時は、世界的に見てもドローンで果樹授粉作業を行う事例は1件もなかった。

試行錯誤の結果、同年の実験では結実率（授粉により果実となる率）が40%と、目標の50%に迫り、大きな成果を上げた。また、翌年には目標の50%を達成した。

さらに、3年目にはホウ酸を混入した受粉液を考案し、果実の成長を促進させる効果があることを実証実験により確認した。これらの取り組みは名久井農業高校が全国コンテストや学会等において発表し、農林水産省ホームページに掲載されるなど、大きなインパクトを与えた。

受粉液散布実験

そして防災ドローン（東光レスキュードローン）の開発へ

2017（平成29）年、秋田県が公募する「秋田県ものづくり中核企業成長戦略推進事業（平成29~令和元年度）」へ、まったく新たな市場を見据え、かつ、これまでにない機能を追求した多目的防水ドローンの開発を提案し、採択を受けた。

開発目標は、産業用ドローンとしてオールウェザー（悪天候でも飛行できる性能）を目指しつつ、さまざまな用途に適用できるよう汎用アタッチメントを装備した、まったく新しいタイプのドローン開発であった。

折しも日本列島には毎年台風が襲来しさまざまな災害を引き起こすとともに、年を追うごとに強大化、狂暴化し、また、地震や集中豪雨など、これまでの規模を凌駕（りょうが）する災害が社会問題化するなか、開発には大きな期待が向けられていた。

3年間の開発期間を経て2020年、待望の製品化に成功した。製品発表やデモンストレーションフライトにより多くの報道機関に注目され、紹介された。その結果、防災関係者などからの多くの問い合わせを頂いた。

今後、農業分野とともに、防災分野など天候や時間の制約を受けない業務遂行が必要な分野での活用が期待できる。

今後の挑戦

ドローン事業は、機体などハードウェアを提供する分野、ドローンを活用したサービスを提供する分野、サービスの運用に必要な付帯業務を提供する分野の三つの分野に分けられている。その中で最も成長が期待されているのが活用サービス分野といわれている。今後の弊社が目指すのは、機体メーカーとして事業を継続、拡大することであるが、サービス分野の拡大を見据え、新たなニーズに対応できるハードウェアの提供を行っていくことも必要だと考えている。

さらに、アフターコロナ、ウィズコロナ等の社会変化に対応した新たなニーズの掘り起こしや、ユーザー目線に立った使い勝手の良いハードウェア開発、必要な機能が選択でき必要とされる業務に特化したカスタマイズ可能な製品の開発が求められている。まさに、MaaS（Mobility as a Service）の考え方がドローンビジネスにも適用される。こうした変化をビジネスチャンスとして、今後の当社のドローン開発業務を推進する予定である。

東光レスキュードローン

NPO法人SCRは地域の女性を中心に構成された非営利団体。「Smile（笑顔）」、「Challenge（挑戦）」、「Relation（つながり）」をスローガンに、自然環境保全に対する意思の向上と世代間をつなぐ持続可能なまちづくりを行い、すべての人々が生きがいを持って生活できる地域社会づくりに寄与することを目的にしている。自然再生活動や木育、食育、健康教室など、女性ならではの視点と企画力で活動をしている。

蜂蜜づくりがつなぐ地域の輪 自然と人が共生するまちづくり

PROFILE
特定非営利活動法人　SCR
理事長　村上　幸枝

特定非営利活動法人SCR
宮城県富谷市成田7丁目23番地21
TEL・FAX 022-351-5405
URL http://scrscr2012.wix.com/scr2012

むらかみ・さちえ
宮城県登米市出身。結婚後、1997年に富谷市（旧黒川郡富谷町）に移り住む。人が好きで、近所の主婦などの集まりから女性が個性を生かし、自立・活躍できる場所をつくろうと考え、2012年特定非営利活動法人（NPO法人）SCRを立ち上げ、理事長に就任。

NPO法人立ち上げ

この団体は自宅によく来ていたお茶のみ仲間の20代から50代までのさまざまな業種の女性の集まりから始まった。気付けばそこには年齢も、特技も、個性も違うさまざまな人たちが交流していた。しかし、それと同時に皆の個性がなかなか社会で生かせない現状もあった。木工ができる人、お花ができる人、さまざまな人たちが関わりを持ちながら、イベントなどを通してできることを増やしていったが、個人での活動に限界を感じ、1年がかりで準備を行い、社会で活躍・自立できる場をつくろうと、2012（平成24）年5月に特定非営利活動法人SCR（以下、SCR）を設立した。

SCRを立ち上げ、まずは地域のことを学ぶことから始めた。富谷市の歴史を学ぼうと、地域史に詳しい方を見つけ、地域探索を行った。また、地域の自然について学ぼうと、森林組合に話を聞き、実際に山に入り作業を行った。「まずはやってみっぺし！」を合言葉に何でもまずは自分たちでやってみることから始めた。

森林での伐採体験の様子

森林組合とのつながりにより活動の幅は広がった。森林の植栽や伐採、下草刈り等、森林の知識だけでなく、森に関わるさまざまな人とのつながりを通して地域環境についての意識が高まるきっかけとなった。その後、富谷市の大亀山森林公園の整備ボランティアも行うようになった。参加者も大人だけでなく、子どもたちも加わるようになり、森林公園でのイベントや、間伐材を使った積み木づくりなど、山や森を通じて地域づくりを行っている。

蜂蜜づくりへの挑戦

SCRは現在富谷市役所の屋上でミツバチを育てる「とみやはちみつプロジェクト」を行っている。これは5年目を迎えている。

この事業を行うきっかけも人とのつながりからによるものだ。森林の活動を通じて知り合った方から木工作業を行っていた経験を見込まれ、間伐材でミツバチの巣箱づくりを頼まれた。巣箱は図面をもとに、制作することはできたものの、うまくハチが巣を作らなかったと聞いた。それがミツバチに対して興味を持つきっかけとなった。調べてみるとミツバチはその特性から環境指標生物ともいわれている。ミツバチは農薬に弱く、蜜源といわれる花や果樹が無ければ生存ができない。また、ミツバチが花粉を媒介することにより果実を実らせる働きをしてくれている。つまり、ミツバチが活動できる環境は生物多様性を育んでいるといえる。ミツバチが生息している地域とSCRの活動が目指す地域づくりが一致していることが分かった。

また、富谷市からの提案もさらにミツバチについて深く学ぶきっかけとなった。

富谷市は「スイーツのまち」として力を入れており、その一つとして、2016（平成28）年、富谷市役所庁舎屋上での養蜂・採蜜の実証実験を手伝ってほしいと連絡があった。今まで勉強していたのはニホンミツバチであり、一般的に蜂蜜を取るのはセイヨウミツバチである。種類も生態も違い、養蜂の経験もなかったが、「まずはやってみっぺし！」の合言葉のもと挑戦することにした。実証実験では市役所の屋上で盛岡市の養蜂家と2か月間ミツバチを育てた。

養蜂は、ただ蜂蜜を収獲すればいいわけでなく、定期的にハチの様子をチェックしなければならない。一つの箱に1匹いる女王バチの様子をチェックする。女王バチがいなくなってしまうと、働きバチもいなくなってしまうし、新しい女王バチが成長してしまうと、分蜂といって、新しい女王バチが働きバチを連れて出て行ってしまう。また、採蜜もやり過ぎてしまうと、ハチが越冬する食料がなくなってしまうし、蜜がいっぱいになってしまうと、ハチが蜜を集めることをやめてしまう。日々の世話がとても重要であることがわかった。

2年目からはSCR以外にも一般市民の方21名をメンバーに加え、「とみやはちみつプロジェクト推進協議会」を発足させた。

この活動は毎年徐々に規模を増やし、当初5箱で始めた養蜂も、現在は11箱。昨年は240kgを超える蜂蜜を収穫することができた。

収獲した蜂蜜は市内のスイーツ店で材料として使われ、4店舗で販売も始めた。

蜂蜜は取るだけでなく、子どもたちと蜜源を作るために花を植えたり、ハチを通じた環境について学ぶ場を提供し、次世代の育成にもつながっている。

人とのつながりから

SCRはもともと女性の活躍の場を作りたいと始めたが、さまざまな活動やイベントを通じて知り合った人たちからご縁をいただき、活動の幅を広げてきた。当初15人だったメンバーは今では女性を中心に40人以上に増え、この活動に協力している。

今後は市内外の人とのつながりを還元できるように新たな事業にも挑戦中である。その一つが2021年4月17日グランドオープン予定の「富谷宿観光交流ステーション（愛称：とみやど）」の中に開設する「はちみつ甘味 いい茶や」である。昔お茶の生産で栄え、現在お茶の復活プロジェクトに力を入れている富谷市の協力のもと、古民家を改装した建物で地元の食材を利用した地産地消の料理の提供や蜂蜜を使ったオリジナル商品の販売を行う予定である。ここはSCRの会員同士や市民、観光客と交流を行う場としての提供を考えている。

富谷市庁舎屋上でのミツバチの世話の様子

景気動向調査

「(山形・秋田)県内企業の景気動向調査」(概要)

❶ 調査の目的

山形・秋田県内に本社を置く法人企業を対象に、各社の業況の現状と今後の見通しについて調査を行い、景気の動向を把握することを目的とする。

❷ 調査の方法

すべての質問事項についてDI（Diffusion Index）値を求める。たとえば、各社の業況を示す「自社の業況DI値」の算出方法は「自社の業況DI値」＝（「良い」と回答した企業の割合）－（「悪い」と回答した企業の割合）

❸ 調査期間

令和2年8月3日(月)～17日(月)

❹ サンプル概要

アンケート対象企業	山形660社、秋田495社
有効回答数	山形413社、秋田362社
回答率	山形62.6%、秋田73.1%

特に好調	好　調	まあまあ	不　振	きわめて不振
DI≧30	30>DI≧10	10>DI≧▲10	▲10>DI≧▲30	▲30>DI

景気の天気図

第64回　山形県内企業の景気動向調査

今期の業況

	山形県	村山南部	村山北部	最　上	置　賜	庄内田川	庄内飽海
全業種	☂	☂	☂	☂	☂	☂	☂
建設業	☁/☂	☁/☂	☁	☁/☂	☂	☁/☂	☁/☂
製造業	☂	☂	☂	☂	☂	☂	☂
卸・小売業	☂	☂	☂	☂	☂	☂	☂
サービス業	☂	☂	☂	☂	☂	☂	☂

第37回　秋田県内企業の景気動向調査

今期の業況

	秋田県	県　北	中　央	県　南
全業種	☂	☂	☂	☂
建設業	☂	☁/☂	☁/☂	☂
製造業	☂	☂	☂	☂
卸・小売業	☂	☂	☂	☂
サービス業	☂	☂	☂	☂

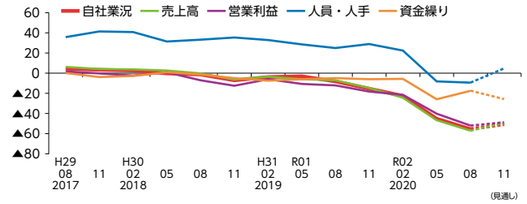
詳細は当社ホームページ(https://www.fir.co.jp/)「調査レポート」をご覧ください。

自社業況の動向

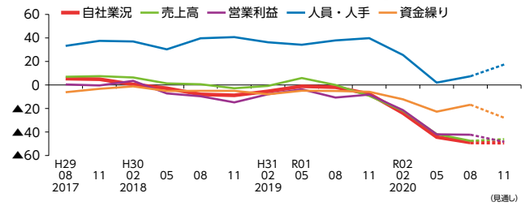
山形県の業況は、「自社の業況DI値（前年同期比）」が▲55.5（前回調査比10.2ポイント下落）と**5期連続の悪化**となった。これは、2004（平成16）年11月の調査開始以降の最低値である。「各種DI値（前年同期比）」をみると、「資金繰り」は改善したものの、「売上高」「営業利益」は大幅な悪化となり、「人員・人手」は3期連続でプラス幅が縮小した。

秋田県の業況は、「自社の業況DI値（前年同期比）」が▲48.9（前回調査比4.6ポイント下落）と**5期連続の悪化**となった。「各種DI値（前年同期比）」では、「資金繰り」が改善した一方、「売上高」と「営業利益」は悪化し、「人員人手」はプラス幅が拡大した。

図表1　山形「自社業況DI値(前年同期比)」の推移



図表2　秋田「自社業況DI値(前年同期比)」の推移

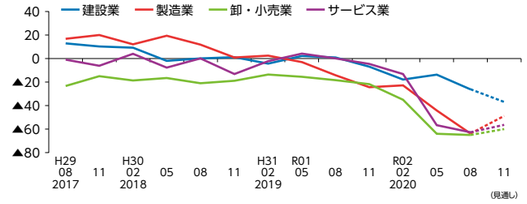


業種別の動向

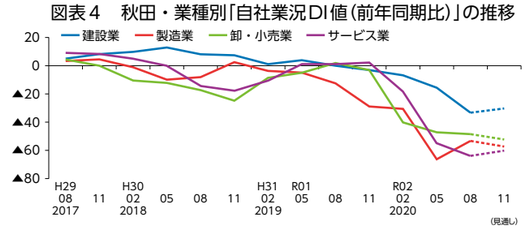
山形県の業況（前年同期比）を業種別にみると、製造業は2期連続、サービス業は5期連続で悪化した。建設業は2期ぶりの悪化、卸・小売業も小幅ながら悪化となり、**4業種すべてで悪化**となった。

秋田県の業況（前年同期比）を業種別にみると、建設業は5期連続の悪化、卸・小売業は4期連続の悪化、サービス業が3期連続の悪化と**3業種で悪化**となった一方、製造業は7期ぶりの改善となった。

図表3　山形・業種別「自社業況DI値(前年同期比)」の推移



図表4　秋田・業種別「自社業況DI値(前年同期比)」の推移

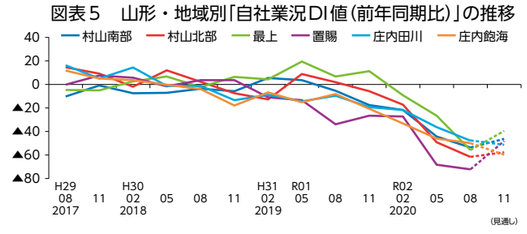


地域別の動向

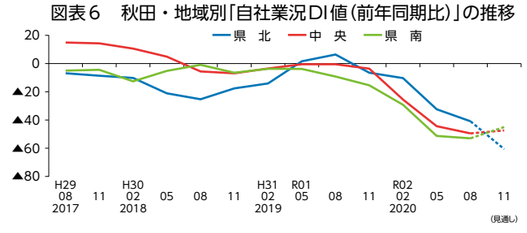
山形県の業況（前年同期比）を地域別にみると、**6地域すべてで悪化**となった。村山南部は6期連続、村山北部は5期連続、最上と置賜は3期連続、庄内田川と庄内飽海は4期連続の悪化となった。先行きは、庄内田川と庄内飽海で悪化、その他の地域で改善が見込まれている。

秋田県の業況（前年同期比）を地域別にみると、県北と中央が4期連続、県南が6期連続で悪化と、**3地域すべてで悪化**となった。先行きは、中央と県南で改善が見込まれる一方、県北ではさらなる悪化が見込まれ、厳しい見通しとなっている。

図表5　山形・地域別「自社業況DI値(前年同期比)」の推移



図表6　秋田・地域別「自社業況DI値(前年同期比)」の推移



消費動向調査

「(山形・秋田)県内家計の消費動向調査」(概要)

❶ **調査の目的** 山形・秋田の県民の暮らし向きについての現状と見通しを時系列的にとらえるとともに、具体的な商品やサービスに対する支出動向を把握することにより、景気判断等の基礎資料を得ることを目的とする。

❷ **調査の方法** 専属モニターを対象とした郵送およびインターネットによるアンケート調査

❸ **調査の対象者** 山形・秋田の県内に在住するサラリーマン(勤労者)世帯(世帯人数2名以上)

❹ **調 査 期 間** 令和2年9月1日(火)～14日(月)

山形 モニター世帯数：259世帯
有効回答数：239世帯
回 答 率：92.3%

秋田 モニター世帯数：238世帯
有効回答数：223世帯
回 答 率：93.7%

消 費 指 数

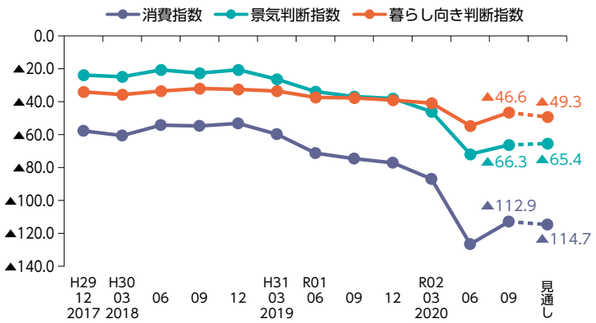
第57回 山形県内家計の消費動向調査

～消費マインドは7期ぶりの改善ながら、先行きは引き続き慎重な見通し～

消費指数は、▲112.9（前期比13.7ポイント上昇）と7期ぶりの改善となった。内訳は景気判断指数が▲66.3（前期比5.6ポイント上昇）、暮らし向き判断指数が▲46.6（前期比8.1ポイント上昇）といずれの指数も改善となった。

今後の見通しは、消費指数が▲114.7（今回調査比1.8ポイント下落）と若干悪化の見込みとなっている。内訳は景気判断指数が▲65.4（今回調査比0.9ポイント上昇）と改善の見込みながら、暮らし向き判断指数は▲49.3（今回調査比2.7ポイント下落）と悪化が見込まれている。

図表1 山形 消費指数の推移



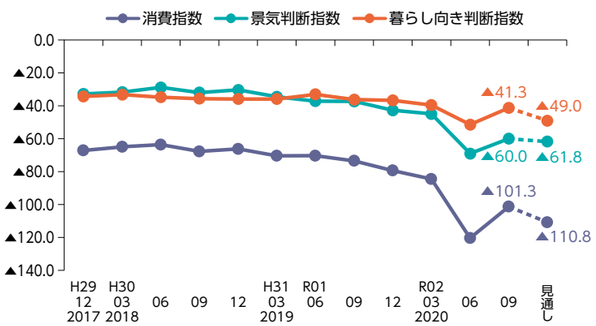
第37回 秋田県内家計の消費動向調査

～消費マインドは改善基調ながら、先行きは依然として慎重姿勢～

消費指数は、▲101.3（前期比19.1ポイント上昇）と前回から20.0ポイント近く上昇したものの、依然として大幅なマイナスとなった。内訳をみると、景気判断指数は▲60.0（前期比9.0ポイント上昇）と7期ぶりに改善し、暮らし向き判断指数は▲41.3（前期比10.1ポイント上昇）と5期ぶりの改善となった。

今後の見通しは、▲110.8（今回調査比9.5ポイント下落）と悪化の見通しとなっている。内訳は、景気判断指数が▲61.8（今回調査比1.8ポイント下落）、暮らし向き判断指数が▲49.0（今回調査比7.7ポイント下落）と、ともに悪化が見込まれている。

図表2 秋田 消費指数の推移



【指数の見方】
消費指数は景気判断指数（景気・雇用環境・物価の3項目で構成）と暮らし向き判断指数（世帯収入・保有資産・お金の使い方・暮らしのゆとりの4項目で構成）の合計からなり、値は200～▲200の範囲をとります。指数がプラスであれば家計の消費マインドは高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば、消費マインドは低迷していると判断します。

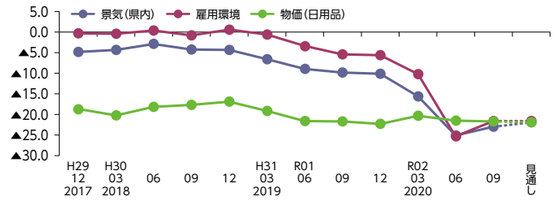
景気と暮らし向き

景気判断

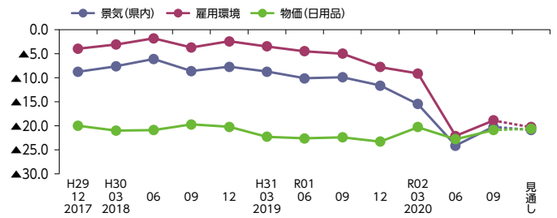
山形の景気判断指数は▲66.3（前期比5.6ポイント上昇）と7期ぶりの改善となった。景気判断指数を構成する3つの指数については、「景気（県内）」が9期ぶりの改善、「雇用環境」が7期ぶりの改善、「物価（日用品）」はほぼ横ばいとなった。

秋田の景気判断指数は▲60.0（前期比9.0ポイント上昇）と7期ぶりに改善した。指数を構成する個別指数でみると、3項目すべてが改善となった。「景気（県内）」は4期ぶり、「雇用環境」は7期ぶり、「物価（日用品）」は2期ぶりの改善となった。

図表3 山形 景気判断指数(内訳)の推移



図表4 秋田 景気判断指数(内訳)の推移

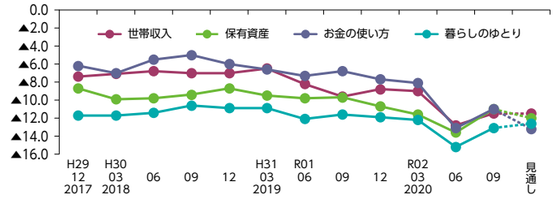


暮らし向き判断

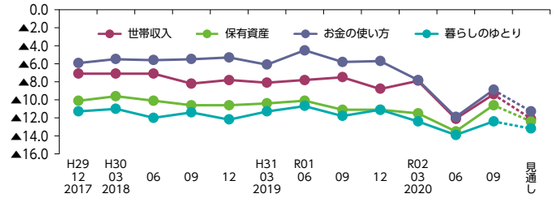
山形の暮らし向き判断指数は▲46.6（前期比8.1ポイント上昇）と8期ぶりの改善となった。暮らし向き判断指数を構成する4つの指数については、「世帯収入」「保有資産」「お金の使い方」「暮らしのゆとり」のすべての項目で小幅ながら改善となった。

秋田の暮らし向き判断指数は▲41.3（前期比10.1ポイント上昇）と5期ぶりに改善した。指数を構成する個別指数でみると、4項目すべてが改善となった。「世帯収入」は2期ぶり、「保有資産」は5期ぶり、「お金の使い方」「暮らしのゆとり」は3期ぶりの改善となった。

図表5 山形 暮らし向き判断指数(内訳)の推移



図表6 秋田 暮らし向き判断指数(内訳)の推移



家計収支

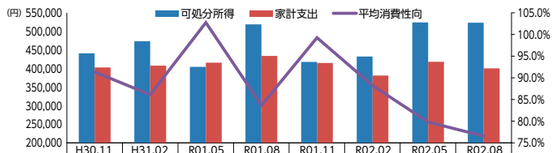
山形の収入面では可処分所得（収入の手取り額）が523千円と前年同期比で4千円の増加となり、支出面では支出合計が401千円と前年同期比で33千円の減少となった。

この結果、平均消費性向（家計支出/可処分所得）は76.6%と、前年同期に比べて7.1ポイントの低下となった。

秋田の収入面では可処分所得（収入の手取り額）が470千円と前年同期比で9千円の増加となり、支出面では支出合計が403千円と前年同期比で1千円の減少となった。

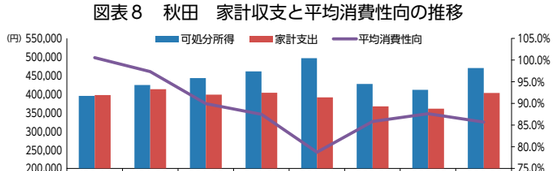
この結果、平均消費性向（家計支出/可処分所得）は85.7%と、前年同期に比べて1.8ポイントの低下となった。

図表7 山形 家計収支と平均消費性向の推移



	H30.11	H31.02	R01.05	R01.08	R01.11	R02.02	R02.05	R02.08
可処分所得	440,908	473,445	404,529	518,897	417,928	432,304	523,966	523,279
家計支出	402,725	407,706	415,616	434,081	414,823	381,293	418,067	400,627
平均消費性向	91.3%	86.1%	102.7%	83.7%	99.3%	88.2%	79.8%	76.6%

図表8 秋田 家計収支と平均消費性向の推移



	H30.11	H31.02	R01.05	R01.08	R01.11	R02.02	R02.05	R02.08
可処分所得	395,062	424,414	443,384	461,340	496,724	427,258	411,577	470,288
家計支出	397,235	413,038	398,796	403,598	391,110	366,837	360,618	402,909
平均消費性向	100.6%	97.3%	89.9%	87.5%	78.7%	85.9%	87.6%	85.7%

人材育成　わが社の秘策Ⅱ　第32回

失敗は成功を連れてくる ～全国各地とつながる秋田・男鹿～

株式会社男鹿水族館（秋田県男鹿市）

男鹿水族館GAOは、秋田県内唯一の水族館だ。魚や海獣とのふれあいの場を通して、自然保護や地球環境について学習する教育施設であり、男鹿の重要な観光拠点施設でもある。愛称の「GAO（ガオ）」は、Globe（地球）、Aqua（水）、Ocean（大海）の頭文字を並べ、男鹿の地名にちなみ、なまはげの力強さも感じられる名称となっている。展示する生き物は400種類1万点であり、特に人気が高いホッキョクグマは当館で仔（こ）グマの誕生・生育に成功した実績を持つなど、飼育環境の良さは定着している。生き物の飼育展示という特別な仕事において、人材育成のポイントは何か。代表取締役の芝田昭博氏にお話を伺った。

代表取締役　芝田 昭博　氏

■ コロナ禍での連携強化

取材時（2020年）は、新型コロナウイルス感染症対策のさなかにあり、従来とは異なる勤務体系を取っていた。従業員の感染防止のために2班編成体制とし、シフトを組んでいる。飼育員11名で、27基の水槽を巡回して生き物の健康状態や水質などをチェックし、病気などの異常がないか観察する。複数の仕事を兼務することになり社員の負担は増えているが、一方、社員同士の連携は強化されたという。

飼育員とゴマフアザラシ

従来はそれぞれの飼育員が受け持つ担当エリアが決まっていたが、1班6人の少人数で対応しなければならなくなったことで、担当エリアの壁を越えて協力する体制に変化し、班同士の引継ぎを円滑にするよう情報共有も密になった。「違う考え方をお互いにぶつけ合って、より良い方向性に進むよう協議する。話し合って合理的な方法でがんばろう、ということになれば、これは社員にとっては成長につながる、大きなプラスですね」と芝田社長は語る。

新型コロナウイルスへの対応のために急遽（きゅうきょ）組まれた体制だが、課題や今後の方向性などについてしっかりと意見交換をするようになり、協力し合う体制が生まれたことは、思いがけず良い副産物となっている。

■ 地元から愛される水族館を目指す

芝田社長は「地元から愛される水族館」をビジョンとして掲げている。他県からお客を多数呼び込むよりも、秋田県に一つしかない水族館として、まず地元の方に認識してもらい、興味を持ってもらいたいと考えている。このビジョンのもとでさまざまな取り組みを行っていることが功を奏し、他の水族館と比べても県内からの来館者の割合が高くなっているという。

地域の方とのコミュニケーションを図るため、県内の小学校に対して当館のイベントを案内し子どもたちの学習の場として利用してもらうほか、「おでかけ水族館」として県内のさまざまな地域へ出向いて、老人クラブや養護施設など水族館へ足を運ぶことが難しい方にも生き物とふれあう体験を提供している（2020年9月現在は新型コロナウイルス感染拡大防止のため休止中）。当館が立地する男鹿の漁師の方とも親しく交流しているため、黄金のナマズなど珍しい魚が捕れた時は連絡があり、引き取って水族館に展示することもある。

■ 全国各地とのつながり

地元を大切にする施設である一方、秋田県内に一つしかない水族館であることから、当館だけで社員を育成することは難しい。そのため、日本全国で行われる研究発表会に社員を派遣することが人材育成の重要なポイントとなっている。

飼育員は自分の研究を発表し、また全国各地の動物園や水族館の研究を学んで取り入れることで今後の取り組みの方向性のヒントとする。年に複数回開催される研究発表会は、飼育員が研究者として情報交換する場であり、同時に、社員の研修の場にもなっている。

飼育員とカリフォルニアアシカ

男鹿水族館には、全国各地から社員が集まっている。それぞれ個性があり目標を持って入社する飼育員が多い。芝田社長は、できれば秋田に残ってほしいとの思いを語るが、一方で、秋田でスキルを身につけてから全国に旅立つことについて、誇らしく感じているようにもうかがえた。飼育員は秋田で海洋の知識を身につけ、それを全国に広めていく。「秋田からいなくなって終わりじゃない、これからです」との言葉が力強い。

ホッキョクグマの豪太

■ 失敗は成功を連れてくる

館内でのイベントやプロモーション活動などの企画は、社員からの提案が多い。芝田社長は「失敗してもいいからやってみなさい、必ず成功への糸口となるから」と社員に対し常日頃から伝えている。

自分が企画した提案を実行して目標を達成すれば、社員のモチベーションが上がる。目標に届かなかったときは、プロモーションの仕方やターゲットの絞り方など課題や反省点を考え、今後の取り組みに向けて改善する。「失敗は成功を連れてくる」という言葉のとおり、改善した取り組みは成功につながるという。実際に、今まで全く行っていなかった小学校向けのプロモーション活動を実施し、結果として千人単位の集客につながるなど、社員からの提案を実行することが成果を上げている。

冒頭で、水族館は生き物の飼育展示という特別な仕事と述べたが、一方でこれらの人材に関する考え方や取り組みは汎用（はんよう）的で、幅広い業種や職種に通じるものであった。

（フィデア情報総研　菊池郁）

株式会社男鹿水族館
代表取締役　芝田　昭博
所 在 地：秋田県男鹿市戸賀塩浜字壺ヶ沢93番地先
設　　立：2004（平成16）年7月
業　　種：教育、学習支援業
従業員数：22名

インバウンド・宿泊業界の課題と展望
～観光産業の変化をとらえた発展を目指して～（後編）

株式会社日本政策投資銀行　産業調査部　調査役　新　川　貴　士
株式会社日本政策投資銀行　産業調査部　係員　菅　原　帆　奈

【要　約】

前編では、日本のインバウンド市場を一層発展させるための方策として、欧州マーケットの潜在性や観光コンテンツの整備、MaaSの実装について考察してきた。後編では、人手不足や地方への観光客の増加といった宿泊業界の動向を踏まえつつ、テクノロジーの活用や地方における宿泊施設の取り組みを整理する。また、持続可能な観光の実現という観点からオーバーツーリズムの問題を取り上げ、その対策や具体例についても言及する。

5. 宿泊業界のトレンド①　～現状認識～

次に、訪日外国人の消費額のおよそ3割を占める宿泊業界の動向をみていく。宿泊施設が充実していることは、旅行先として選ばれるための要素の一つであるため、さらなるインバウンドの誘客と収益獲得を目指すにあたり、宿泊施設の魅力向上に向けた取り組みは重要となる。

2019年の延べ宿泊者数は、5億4,324万人泊（速報値）で前年比1.0%増とわずかな増加にとどまった。日本人宿泊者数が前年比で微減した一方、外国人宿泊者数は、同7.6%（715万人泊）増の1億143万人泊と初めて1億人泊を超える結果となった。全体に占める外国人宿泊者数の割合は、10年間で6.7%から18.7%に拡大しており、近年の宿泊者数の増加には外国人の伸びが寄与している。今後も宿泊需要の拡大が見込まれることから、引き続き都市部を中心に、新規客室供給が計画されている。一方で、宿泊業の従事者数は、近年減少基調にあり、有効求人倍率も、全職業の平均を大きく上回る水準で推移している。このように、宿泊需要が拡大する中、労働供給は減少していることから、宿泊業界で課題とされている人手不足の現状を確認することができる（図表5-1、図表5-2）。

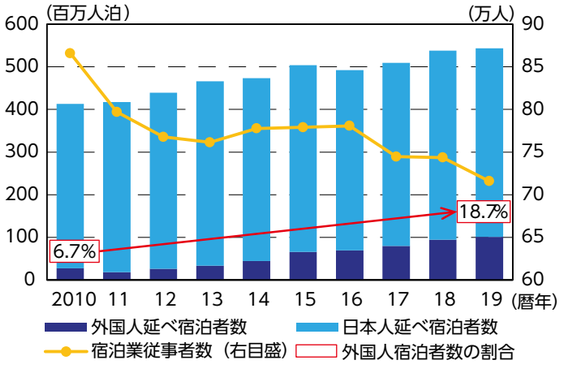
また、過去10年間の外国人宿泊者数の推移を地域別にみると、地方部が三大都市圏より大きく伸びており、2019年には、外国人宿泊者数に占める地方部の割合は、約4割にまで拡大している（図表5-3）。背景にあるのは、（1）地域色の強い観光地を求める傾向にある訪日リピーターが増加していること、（2）メディア・SNSの台頭により海外の情報収集が容易になったこと、（3）クルーズ船の寄港回数が増加したこと、（4）地方空港と海外の都市とを結ぶ直行便が増加したことなどが挙げられる（図表5-4）。

このような人手不足や地方への観光客の増加といった宿泊業界の動向を踏まえ、業界で取り組まれている対応について考察する。

6. 宿泊業界のトレンド②　～テクノロジーの活用～

宿泊業界では、2017年の旅館業法の改正による後押しもあり、昨今テクノロジーの導入を図る動きが見受けられる。テクノロジーは、人手不足解消の一助になるとともに、宿泊客の利便性向上に資するものや、付加価値を提供することで、他施設との差別化を図るために用いられるものもある。ここでは、宿泊施設におけるテクノロジーの活用方法について、目的別、シーン別に分類した（図表6-1）。

図表5-1　延べ宿泊者数と宿泊業従事者数の推移



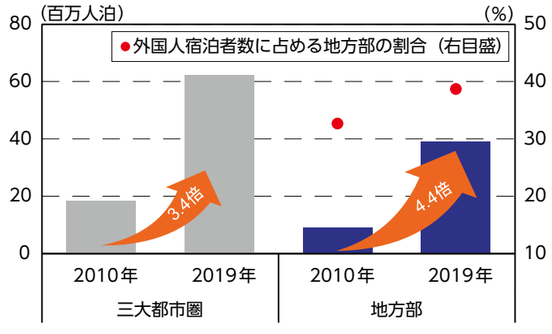
（備考）観光庁「宿泊旅行統計調査」および総務省「サービス産業動向調査」により作成

図表5-2　ホテルの新規客室供給計画表

開業時期	全国	東京	大阪	京都
2017年度末既存客室数	907,500	110,641	71,193	27,038
2019年	4,698	798	1,057	618
2020年	58,261	14,075	6,230	4,364
2021年	17,264	2,805	2,988	1,592
2022年	8,164	746	2,344	330
2023年以降	4,710	–	515	–
未定	13,036	540	1,173	879

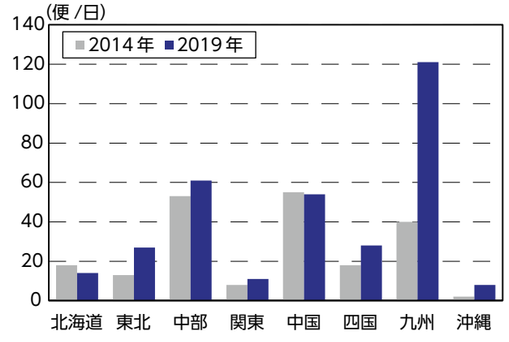
（備考）㈱オータパブリケイションズ「週刊HOTERES」（2019年12月6日号）および厚生労働省「衛生行政報告例」により作成

図表5-3　外国人延べ宿泊者数（三大都市圏・地方部別）



（備考）1. 観光庁「宿泊旅行統計調査」により作成
2. 三大都市圏とは「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県
3. 地方部とは、三大都市圏以外の道県

図表5-4　地方空港　直行便数



（備考）1. 国土交通省「国際線就航状況」により作成
2. 2014年冬ダイヤ、2019年夏ダイヤの国際定期便数
3. 100便/日以上就航している空港は除く

図表6-1　日本におけるテクノロジーの導入事例

シーン＼目的	省人化	利便性向上	付加価値・差別化
フロント・館内	・セルフチェックイン機 ・自動精算機 ・案内ロボット ・運搬ロボット	・案内ロボット ・デジタルサイネージ ・翻訳タブレット	・受付ロボット ・デジタルサイネージ
客室	・ロボット掃除機 ・IoT客室（空調、照明、テレビなどをIoTでつなぎ一元化させたもの）	・スマートキー ・音声承認ツール ・IoT客室 ・客室タブレット*	・IoTベッド ・ペットロボット
その他（HP・内部OP等）	・AIチャットボット ・AI・RPAによる業務効率化 ・従業員専用アプリ ・ウェアラブル端末	・AIチャットボット ・SNSでの広告配信	・ダイナミックプライシング ・SNSでの広告配信

（備考）1. 各種報道により作成
2. *浴場、レストラン、ランドリーなどの共有スペースの使用状況の確認

人手不足対応の代表的なものとしては、セルフチェックイン機や自動精算機の導入が挙げられる。また、各従業員がウエアラブル端末を着用することで、リアルタイムでの情報共有が可能となり、業務の円滑な運営につながっているほか、HPにAIチャットボットを導入することで、省人化効果だけではなく、利用客への即座の対応も可能となり、顧客満足度の向上にも寄与している。

宿泊客の利便性向上を目的として、客室にタブレット端末を設置し、館内の案内をはじめ、観光情報や新聞の提供、館内予約などさまざまな機能を集約化する取り組みも行われている。さらに、宿泊者の睡眠の質向上を目的としてIoTベッドを導入するなど、付加価値創出を図る施設も登場している。

海外事例として、最先端テクノロジーを活用し、宿泊にエンターテインメント性を持たせたアリババグループの「FlyZoo Hotel」がある。客室のドアやエレベーター、決済システムには顔認証が搭載されており、ホテルでは完全ハンズフリー、キャッシュレスでの滞在が可能である。また、客室にはAIスピーカーが導入され、カーテンの開閉や空調、電気の操作などを音声のみで行うことができる。さらには、ホテル館内の至る所で運搬ロボットがサービスを提供し、まさに近未来型ホテルとなっている（図表6-2）。

図表6-2　アリババグループ　FlyZoo Hotel

（備考）アリババグループHPにより作成

日本においては、ビジネスホテルや簡易宿所を中心にテクノロジーを活用した価格以外での差別化を図る動きがみられる。一方、ラグジュアリーホテルのような高価格帯の施設では、ホスピタリティの高い接客サービスを重視しているため、テクノロジーの導入は業務効率化や販売促進を目的とするものが多く見受けられる。多様化する宿泊者のニーズに対応するため、今後は、高価格帯の施設においても、より幅広い選択肢を提供できるよう、サービス面でのテクノロジーの導入も検討される可能性がある。

7. 宿泊業界のトレンド③ ～地方における取り組み～

次に、地方における宿泊施設の取り組みを考察する。先述の通り、近年訪日外国人による地方への観光が増加しており、地方の宿泊施設においてもインバウンドに対応する動きがある。その一例として、旅館における「泊食分離」の導入が挙げられる。外国人旅行客は訪日に際し、多様な食文化の体験を期待している割合が高い（図表7-1）が、地方の旅館は主に館内での食事付き宿泊プランを提供しており、ニーズとの乖離がみられる。観光客が地域の多様な食を堪能できるよう、旅館でもプランを柔軟化する動きがあり、観光庁も2017（平成29）年より泊食分離の推進を発表し、モデル事例を創出するなど、外国人ニーズへの対応が図られている。

さらなる付加価値向上に向けた取り組みとして、街全体を一つの宿とみなす「分散型ホテル」がある。空き家や歴史的な建造物をリノベーションし宿泊施設として再活用するとともに、点在する飲食店や商店を食事や買い物で利用するなど、ホテルの機能を街に分散して設けるものである。観光客は街の散策を通して地域独自の文化や歴史、日常の暮らしなど、ありのままの街の魅力を最大限に体験することができる。

分散型ホテルの概念は、イタリアのアルベルゴ・ディフーゾ（アルベルゴ＝宿、ディフーゾ＝分散した）がもととなっており、1980年代初頭に発生した大地震をきっかけに過疎化した村を復旧させるための取り組みとして考案された。この試みは高く評価され、イタリア国内だけではなく、近隣諸国へも広がり、現在150以上の施設がアルベルゴ・ディフーゾ協会の制定した要件（図表7-2）を満たし正式に認定されている。日本にお

図表7-1　訪日前に期待していたこと

項目	回答（%）
日本食を食べること	70.5
ショッピング	54.4
自然・景勝地観光	46.5
繁華街の街歩き	41.7
温泉入浴	28.1
日本の酒を飲むこと	24.7
日本の歴史・伝統文化体験	20.6
美術館・博物館	20.1

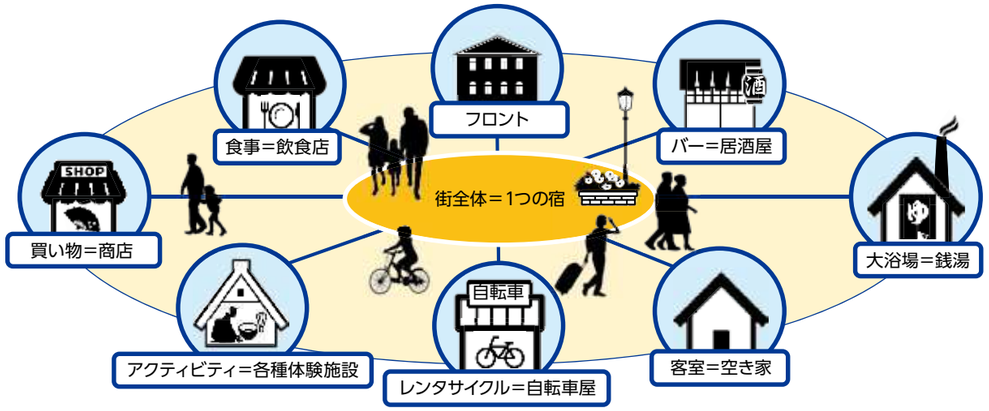
（備考）1. 観光庁「訪日外国人の消費動向2018年年次報告書」により作成
2. 全国籍・地域を対象、複数回答

図表7-2　アルベルゴ・ディフーゾの成立要件

環境面	・地域のコミュニティを中心に取り組んでいること ・活気あるコミュニティが存在していること ・地域の独自文化、環境を確保し、本物の環境が保持されていること ・地域のアイデンティティの存続が保証されていること
設備面	・施設が統一された経営を行っていること ・宿泊施設としてホテルと同等のサービスを提供していること ・既存施設を活用していること ・共有サービス（レストラン、バー、受付など）施設が整備されていること ・200m圏内に諸サービス施設、機能が配置されていること

（備考）Albergo Diffuso HPにより作成

図表7-3　分散型ホテルのイメージ



（備考）各種資料により作成

いても、2018（平成30）年に岡山県矢掛町の古民家をリノベーションした宿泊施設「矢掛屋」と周辺施設が国内初の認証を受け、その他の地域においても同様の取り組みが行われている。

地方の過疎・高齢化が課題となる中、分散型ホテルの仕組みは地域経済の活性化に向けた一つの手段として期待されている（図表7-3）。また、分散型ホテル内での回遊と消費を促すためには、多言語対応やキャッシュレスの導入など利用客の利便性を高める取り組みが肝要となり、先に述べたMaaSアプリの活用はこうした地方観光の課題にも応えるものである。

8. 持続可能な観光の実現に向けて

一層のインバウンド市場の拡大に向けて、欧州の潜在性や観光コンテンツの整備、MaaSの実装、宿泊業界におけるテクノロジーの活用、地方での取り組みをみてきたが、限度を超えた観光客の増加は、観光資源の破壊や地域住民への負荷、また観光客自身の満足度低下といったオーバーツーリズムの問題を生じさせる懸念がある。早くからオーバーツーリズムが指摘されていた海外では、バルセロナやベネチアで住民によるデモ活動が発生したり、フィリピンのボラカイ島では水質悪化により島の閉鎖を余儀なくされたりと、観光地の維持が困難になる事象が発生している。日本でも、京都や鎌倉といった人気観光地における交通渋滞や環境悪化、ニセコでのリゾート客集中の影響による地価の高騰など、様々な弊害が報じられるようになっている。

オーバーツーリズムへの対策は、(1) 分散、(2) 課金、(3) 規制・制限に大きく分類でき、オフシーズンでのイベントの開催、入場料の増額、観光地への立ち入り制限などが挙げられる（図表8-1）。増額を伴う課金については、観光客の反応に配慮し実施に踏み切れないことが想定されるが、一定の理解を得られているとも考えられる（図表8-2）。また、対策にあたっては、近年重要性が増している個人情報やプライバシーの保護に十分配慮したうえで、ICTをいかに導入するかも重要となろう。ロンドンやアムステルダム、京都などでは、観光客に位置情報付きアプリケーションを提供し、旅行者の嗜好（しこう）に沿った施設の案内やインセンティブを付与することで移動を促し、観光客の分散を図っている。また、AIが需給に応じて入場料などの最適な価格を設定するダイナミックプライシングの導入も、課金型の対策として有効なものと期待される。

オーバーツーリズムの問題に向き合いながら、さらなるインバウンドの獲得と収益向上を目指すためには、「地域」、「住民」、「観光客」が共に便益を享受できるエコシステムの形成が不可欠である。例えば、観光客の増加が住民に負荷を与えている場合、観光収入を街の美化や高度化に還元できれば、住民の満足度を高められる。街が魅力的になれば、さらに観光客が訪れて消費し、ますます高機能化が進むというサイクルが成り立つ（図表8-3）。観光に携わる主体それぞれが観光地をつくりあげる役割を担い、その価値を認識・共有することで、観光地を持続的に発展させていくことが今求められている。

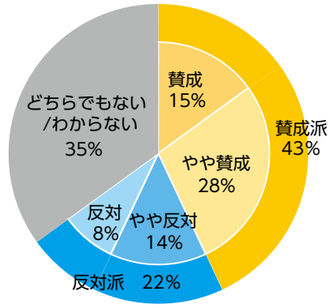
（このレポートは2020年3月に執筆したものです。）

図表8-1　オーバーツーリズムへの対策と具体例

	分類	事例	問題点
分散	季節	オフシーズンでのイベントの開催	季節性の行事には対応不可
	場所	主要観光以外の訴求、二次交通の提供（直通バスなど）、割引入場料	誘導先で対応できるかの懸念
	時間	早朝・夜間のイベント（ナイトツアーなど）、混雑予想の公表	住民生活への影響 夜間交通への対応
課金	入場料税金	入場料の増額、観光ビザ発給手数料の増額、宿泊税の導入	観光収入の減少リスク
規制制約	立ち入り入場	観光地への立ち入り制限、事前予約制による流入コントロール	住民生活への影響 観光収入の減少リスク
	交通	レンタサイクルの活用、観光バスの乗り入れ禁止、ロードプライシング	

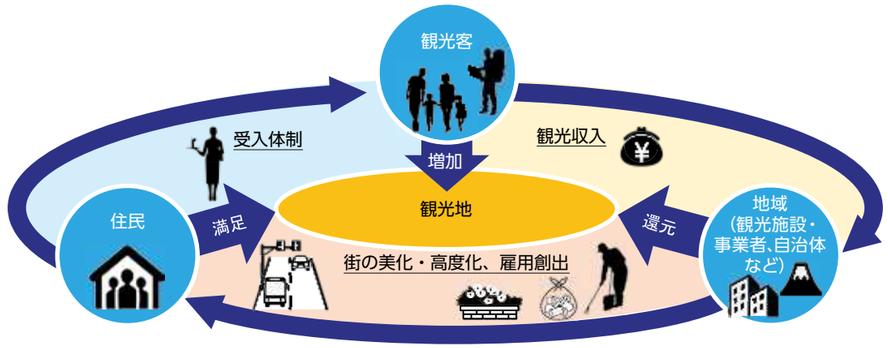
（備考）各種資料により作成

図表8-2　入場料の値上げや税の賦課に関する意見



（備考）1. DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」により作成
2. 回答者全員を対象

図表8-3　持続的な観光を実現するエコシステムのイメージ



（備考）日本政策投資銀行作成

風土

歴史を語る建物たち

シーズンⅡ（第１回）

熊本学園大学経済学部准教授
山口　泰史

2001年、東京大学大学院単位取得退学。博士（学術）。前フィデア総合研究所（現フィデア情報総研）主任研究員。2019年より現職。専門は人口地理学だが、歴史的建造物の保存活用にも関心を持つ。前職より本シリーズの連載を続けている。

好評をいただいておりました本シリーズは83号の最終回をもって一旦掲載を終了いたしましたが、このたび再掲載のご要望もあり、連載を再スタートすることとなりました。

今日、20世紀型の開発優先社会は終焉を迎え、文化、景観、観光などの側面から歴史的建造物が見直されるようになってきた。平成8年の登録有形文化財制度の発足などは、その象徴である。しかし、一方で、文化財指定を受けていないがその価値は十分にある古い建物が、道路の拡幅などで無造作に壊されていく現状もある。本シリーズでは、文化財指定を受けた有名建造物から、街中にひっそりとたたずむ建物まで幅広くスポットを当て、それらの歴史的経緯やエピソードなどを紹介する。

旧長井小学校第一校舎（長井市）

長井市の中心部、市役所の隣に、鮮やかな赤色が目立つ木造2階建ての建築物がある。旧長井小学校第一校舎で、平成27年まで現役の校舎として利用された後、免震等の改修工事を経て、平成31年4月に「まなび」と「交流」の施設として再出発した。平成21年には国の登録有形文化財に指定されている。

町の威信をかけて大規模校舎を建築

長井小学校の起源は、明治15年の「宮小出学校」の開校にさかのぼる。その後、鉄道の敷設や児童数の増加で2度移転し、昭和8年、現在地に第一校舎が新築された。翌昭和9年には、最初の移転地から旧校舎2棟（それぞれ第二校舎、第三校舎とした）と南北体操場が移築された。

第一校舎は、明治の終わりに定型化された校舎の典型的なものであるが（同様の校舎に、酒田市の旧中平田小学校などがある）、その規模は全長93メートルと大きなものであった。また、建材となる木材も一級品のものが使われた。

当然、建築費は長井町（当時）の財政を圧迫した。昭和7年度の長井町の歳入が約20万円だったのに対し、

絵はがきに写された第一校舎（建築当時）（画像提供：長井市）

建築費は約13万円を必要とした。そこで、起債や課税、銀行からの借り入れなどを行ったが、折しも昭和恐慌で経済が冷え込む中、第一校舎建築はまさしく、町の威信をかけた一大事業であった（『長井市史第三巻・近現代』）。それを裏付けるように、昭和11年5月25日に行われた落成式は、山形新聞が一面全部を使って報じている（当時の朝刊は、全体で四面だった）。

なぜ大規模な校舎を建てたのか。一つの要因として、長井市総務参事の竹田利弘さんは「長井町民の財力」を挙げる。「長井は江戸時代から舟運で栄え、大正時代に鉄道敷設で舟運が衰退した後は、郡是（現・グンゼ）の工場を誘致するなど製糸業で栄えました」と話す。

歴史的建造物解体の苦い記憶を繰り返さない

昭和25年に建築基準法が制定され、建物の耐火性や防火性が重視されるようになると、全国的に、新築、改築の学校校舎は鉄筋コンクリート造が主流となった。昭和44年から47年にかけて、第一校舎よりも古い第二校舎、第三校舎は、いずれも鉄筋コンクリート造に建て替えられた。

昭和50年代後半、第一校舎も建て替え（鉄筋コンクリート造）が検討されたが、校長をはじめ、学校が一丸となって、「第一校舎が第一校舎らしく存在する。そこにこそ長井小学校の教育もあり、歴史も伝統もある」との思いで保存運動を行った。

そうした動きについて、前出の竹田さんは、「旧郡会議事堂の解体の影響があったのでは」と推察する。明治44年に再建された郡会議事堂は、瀟洒（しょうしゃ）な洋風建築で、郡制廃止後も公民館や図書館として活用されたが、昭和43年に解体された。竹田さんは、「郡会議事堂の解体の苦い記憶を繰り返したくないという市民の強い思いが、第一校舎の保存運動につながったとも考えられます」と語る。

その後も、昭和62年には長井市教育委員会が、平成13年には山形県教育委員会が、それぞれ調査結果に基づいて、「第一校舎は貴重な建築遺産として保存すべき」との見解を示し、第一校舎は数少ない木造の現役校舎として歴史を紡いでいった。

校舎が宙に浮いた！

平成7年の阪神淡路大震災は、建物の耐震基準を見直す大きなきっかけとなった。平成25年度に第一校舎の耐震診断が行われたが、耐震基準に満たなかったため、児童の出入りが制限された。平成27年7月には、校舎としての使用を中止した。

ここでもまた、保存か解体かをめぐって議論が紛糾したが、保存の追い風となったのが、平成26年に第二次安倍改造内閣が提唱した地方創生である。最終的には、第一校舎を、「まなび」と「交流」をテーマにした市民向けの施設にリニューアルすることで、約9億円の事業費の多くを、地方創生関係の国の交付金でカバーすることが可能になった。

平成29年度に始まった改修工事のハイライトは、建物全体を持ち上げての基礎免震工事である。ジャッキアップといわれるこの作業は、全長93メートルの建物が壊れないように、1日数ミリ～10数センチのペースで10日間かけて行われた。建物が1.2メートルほど「宙に浮いた」状態で約4か月工事を行い、終了後は13日かけて建物を下ろし（ジャッキダウン）、新しく免震化された基礎に固定された。

こうして、元号が変わる直前の平成31年4月27日、第一校舎は地方創生の拠点として再出発した。

郷土愛の象徴として

第一校舎は現在、長井市から指定管理者の委託を受けたアクティオ株式会社が管理・運営を行っている。第一校舎の施設長を務める平みわさんは、「（第一校舎が）これまで積み重ねてきた歴史に新たな息吹を吹き込み、ふるさと長井のシンボルとして長く愛される施設を目指したい」と意気込みを語る。

運営で特徴的なのは、行政と指定管理者との関係性である。ともすれば、委託する側／される側で終わりがちなところ、第一校舎では、行政と指定管理者が協働で企画などに取り組んでいる。長井市総合政策課主任の平宗正さんは、「行政が“こんな感じ”とイメージしていることを、指定管理者（アクティオ）が具体化してくれる」と、信頼を寄せる。

館内には、レンタルスペースや展示室のほか、誰もが自由に使えるフリースペースがある。職員室を改修した広い部屋には、テーブルや椅子、ソファなどが配備され、中高生や大学生が勉強や読書をすることも、ビジネスパーソンが打ち合わせをすることもできる。なお、館内のいずれのスペースも午後9時30分まで利用できる。開館から令和2年6月末までの1年ちょっとで、当初想定の約1.5倍にあたる7万9,510人が訪れた。

卒業生も多く訪れ、三世代で卒業生という家族の来館も珍しくないという。平みわさんは、「いつまでも変わらない建物は、郷土愛の象徴です。いつか長井に戻ってきたいと思われるような存在であり続けたいと思います」と、大きな夢を抱く。

第一校舎は令和2年で87歳。老け込むにはまだまだ早い。

2階の「学び・交流ルーム4」（元は貴賓室）のドアに取り付けられた木製の蝶番（ちょうつがい）。建築当時のもので、現在では製作が極めて困難だという。（筆者撮影）

コラム

やまがた・あきた酒談義

COVID-19禍中、清酒製造業の行方

秋田県酒造組合　相談役　小　玉　真一郎

2020年は恐らく歴史に残る年になります。最近の出来事では2008（平成20）年のリーマンショック、2011（平成23）年の東日本大震災も記憶に残る出来事でしたが、2020年のCOVID-19禍は人類のそれまでの生活様式を無理やり変えさせるほどの大きなものになりました。それは当業界が受けた影響も例外ではなく、清酒の製造、販売に新たな対応を押し付けるものとなり、現状いつそれが収束するのかも見通せない状況です。

今年1月、私はブラジルに出張していました。その時点で既に中国武漢において新型肺炎のクラスターが発生し拡大していることが報道されていました。帰国後には日本国内での報道も加熱してきていましたが、WHOはまだ緊急事態宣言を発令していませんでした。しかし1月31日についにWHOが緊急事態宣言を出し、日本政府の対応も新たな局面を迎えました。

まだこの時点では、国内の清酒需要に対する影響は懸念されてはいたものの小さかったと思われます。1月の秋田県の課税移出数量をみても、昨年対比で92.3%でした。しかしその後コロナの影響が出始め、2月は91.1%、本格的に日本での患者数が増えだした3月は89.3%、日本政府が緊急事態宣言を出した4月は75.4%、5月は81.8%と、状況は悪化しました。5月25日に日本政府が緊急事態宣言を解除したことを受けて6月は100.6%となりましたが、6月の数字を押し上げたのはそれまで長期低迷していた普通酒でした。秋田県が推進してきた特定名称酒（吟醸、純米、本醸造）は昨年対比で依然マイナスでした。これは、飲食店の休業や利用客の減少が大きく影響した結果と思われます。

こうした中で8月にエポック・メーキングな出来事がありました。秋田県酒造組合では毎年10月1日の日本酒の日に一斉乾杯をするイベントを行ってきました。今年は新しい統一銘柄のお酒を組合員30社が540本ずつ造り販売し、このお酒で10月1日に乾杯しようという企画を立て、合計で16,200本用意したところ、8月3日のネット予約販売開始後わずか半日で設定した予約上限の14,000本に達したのです。COVID-19禍にあっても美味しい秋田の酒を飲みたいというお客さまが大勢いるのだということをつくづく感じた次第です。追加受注を受けた8月10日にもWEBサイトが開いたとたんに注文が殺到し、その人気のほどがうかがわれました。秋田の清酒のポテンシャルの高さが証明されたのです。

どんな状況下でもお客さまは存在し需要はあるという事実は、私たちに大きな希望を与えてくれましたが、それと同時にそのお客さまの求める品質を担保しなければならないということを改めて自覚しました。困難な時代を克服するとそこには新たな未来の秋田の酒の姿が見えてくるのではないかと考えます。それが清酒のニュースタンダードなのではないでしょうか。

秋田30蔵合同企画　秋田旬吟醸2020

小 玉 真一郎　（こだま・しんいちろう）

1955年秋田県秋田市生まれ。
1978年東京工業大学工学部卒業。1979年North Carolina State University 大学院留学。1981年東京工業大学大学院修士課程修了、同年国税庁醸造試験所研修員。1982年に小玉合名会社（現 小玉醸造株式会社）入社。1997年より代表取締役社長。2010年5月より2020年5月まで秋田県酒造組合会長、秋田県酒造協同組合理事長を務める。2017年藍綬褒章受章。