

夏 号
SUMMER
2021.8

同友

栃木県経済同友会

とちぎ

特集
令和3年度 総会・講演会

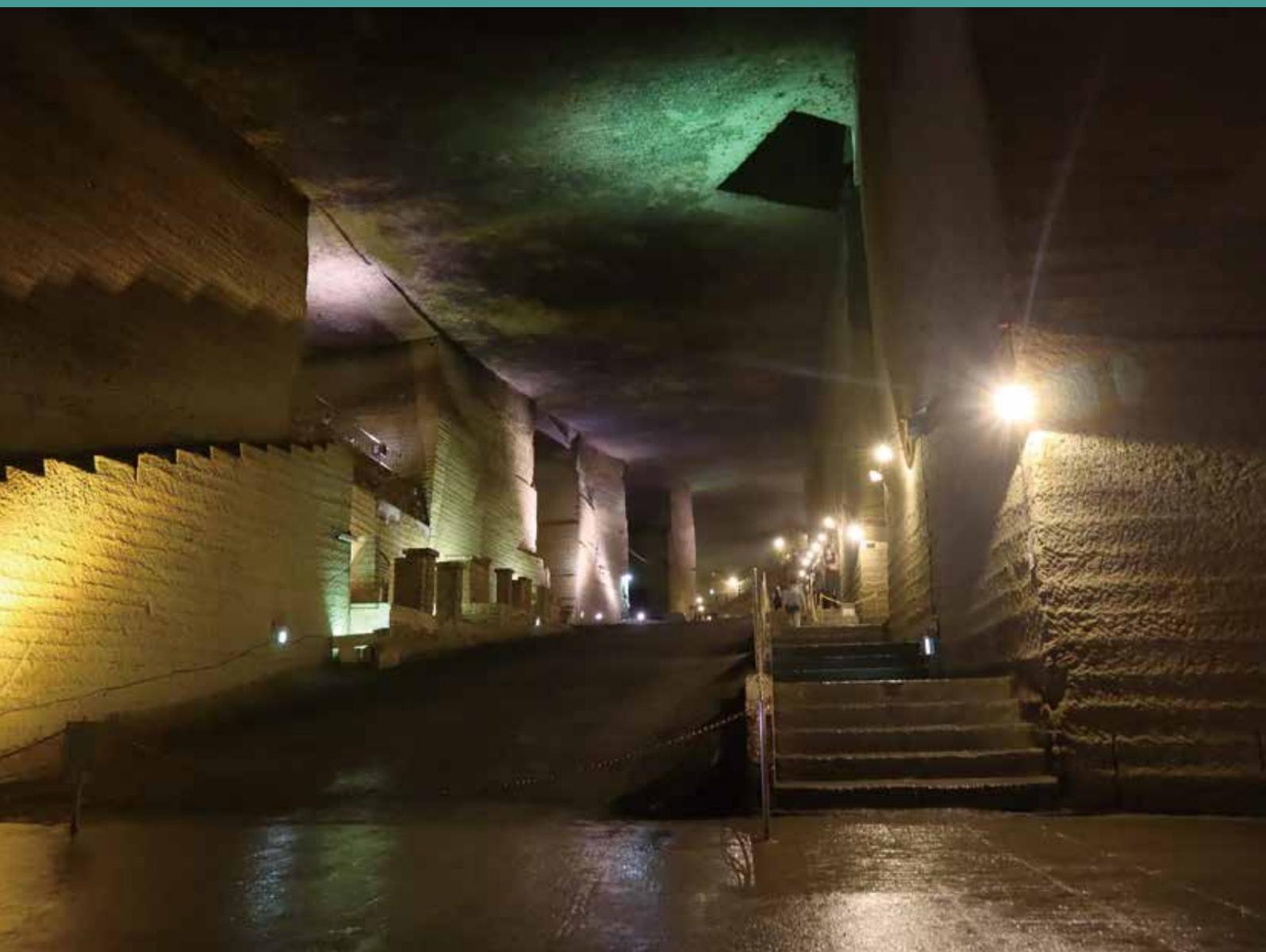


Photo : 大谷資料館 (宇都宮市)

目 次

特 集

令和3年度 総会	1
令和3年度第1回講演会 テーマ「変革期における日本経済の現状と今後の展望」	4

活動報告

経営問題委員会 第1回委員会「講演会」	12
未来経営研究会 令和3年度第1回例会	16
社会問題委員会 第1回委員会「講演会」	20
社会貢献活動推進委員会 第1回委員会	25
国際化推進委員会 第1回委員会	27

会務報告	32
------------	----

新入会員／会員の交代他	34
-------------------	----

行事予定	35
------------	----

表紙写真

【大谷資料館】(宇都宮市)

令和3年度 総会

日 時：令和3年6月23日(水)15:00~16:00
会 場：ホテル東日本宇都宮



当日は、15:00から令和3年度総会を開催。その後、令和2年度表彰、令和3年度第1回講演会を開催した。

1. 令和3年度総会(出席者数196名:含書面) 【中津筆頭代表理事挨拶要旨】

政府が発表した5月の月例経済報告では、我が国の景気は「新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるなか、持ち直しの動きが続いているものの、一部で弱さが増している。」としており、先行きについては「持ち直しの動きが続くことが期待されているが、内外の感染拡大による下振れリスクの高まりに十分注意する必要がある。」と判断されている。「一部で弱さが増している」の一部とは、旅行や飲食を中心としたサービス業であり、観光業が盛んな栃木県も依然として大きなダメージを受けている。

一方で、先日国会内にて開催された党首討論では、「新型コロナウイルスのワクチン接種に関し、10月から11月に希望するすべての人への接種を完了する」旨の表明があった。迅速なワクチン接種により、個人消費が活発となり、県内サービス業の回復につながることを期待している。

そのような中、会員の皆様においては、引

き続き、感染防止策に万全を期すとともに、アフターコロナに備えた取組も視野に入れ、経済の回復に当たっていただきたい。

また、ウィズコロナを契機として、様々な分野でのデジタル化が進んでいる。本県においても、つい先日、私も開所式に参加してきたが、「とちぎビジネスAIセンター」がオープンする等の動きが出てきており、国が掲げるSociety5.0社会の実現に向けては、AIやIoTなどのデジタル技術を積極的に導入することは、今後必要不可欠になると思うところである。

当同友会の活動については、柱である委員会・研究会の活動期間が3年目の最終年度を迎え、まとめの時期となる。当会の設立趣旨に掲げる、“豊かな栃木県をさらに発展させていく”との思いを胸に、皆様と共に活動させていただき、実り多い成果を生み出せるよう努めて参りたいと考えている。一層のご理解とご協力をお願いしたい。

本日の総会におきましては、「令和2年度の事業報告・決算」等をご審議いただくが、当会の更なる発展に向け、忌憚のないご意見をお聞かせくださるようお願いしたい。





【審議等】

議長には、中津筆頭代表理事が選出された。次に、事務局より出席者数の報告があり、今回の総会が成立した旨の報告がなされた。

議事の審議に入り、第1号議案「令和2年度事業報告・決算について」、第2号議案「役員を選任について」は原案通り可決され、新たに菊池英司氏、中尾彰一氏、林明夫氏が理事に選任された。その後、報告事項として(1)「令和3年度事業計画・収支予算について」及び(2)「幹事の選任について」が報告された。

また、総会を一時中断し開催された第2回理事会において、松下筆頭代表理事、喜谷代表理事、平出専務理事が選任された他、中津前筆頭代表理事を名誉理事に委嘱し、特別功労者として顕彰することとした。再開した総会において、理事会での決議結果が報告され、閉会した。



2. 令和2年度表彰

松下表彰選考委員長から受賞者及び受賞理由の発表があり、中津名誉理事から表彰状、副賞が授与された。

受賞者及び受賞理由は以下の通り。

【優秀経営者賞】

株式会社 北研

取締役会長 川嶋 健市 氏

昭和63年、日本で初めて「北研600号」を種苗登録した。同社の主力商品であるしいたけの種菌は、歯ごたえのある優れた肉質と圧倒的なボリューム感が評価されており、生シイタケにおける日本国内のシェア50%を超えている。昭和62年には、生産者組織である全国サンマッシュ生産協議会を立ち上げ、栽培者側に寄り添った事業展開を行い、年間250～300人の栽培者が工場視察に訪れるなど、現在1,800名もの大組織として発展している。また、平成22年の代表取締役就任時には、社内プロジェクトチーム「シイタケの食育委員会」を立ち上げ、周辺小学校で栽培から収穫までを体験する食育の授業を行い、業界団体や協議会にも呼びかけ、シイタケの食育活動を全国に広め、栃木県フロンティア企業として認証されるなど、業界の発展に大きく貢献した点が評価された。

【優秀起業家賞】

株式会社 坪野谷紙業

代表取締役会長 坪野谷 光男 氏

国内大手製紙メーカーすべての直納古紙問屋であり、製紙メーカーとの強い繋がりや、古紙部門で日本国内全域に協力会社のネットワークを構築している。栃木県に本社を置く唯一のティッシュ製造会社でもあり、紙の総合企業として、主力の古紙卸部門と家庭用紙製造部門を併せ持ち、当社だけでティッシュの原料調達から製造・販売全てが可能であり、起業後、大きく業績を伸ばしている。

また、「会社として何ができるか？」を検

討するため、SDGs準備室を立ち上げ、募金活動や社内古紙回収ボックスの設置、FSC認証紙の販売促進や足尾銅山の植林活動など、CSR活動にも力を入れて取り組んでいる点が評価された。

【社会貢献活動賞】

特定非営利法人 キーデザイン

本団体は、「ひとりにならない社会をつくる」という社会的使命を中心に活動している。不登校の小中学生を対象として、協調性やコミュニケーション能力を育むフリースクールの運営、自宅に訪問して勉強を教える個別家庭教師事業を展開し、子どもたちに対しては、集団生活への適応やコミュニケーション力を高めることに重点を置いた活動を行っている。子どもを支える活動から見えた保護者の苦しさから、いち早くLINEでの相談体制を整え対応し、県外を含め多くの悩み相談の窓口となっている。このコロナ禍において、不登校等いきづらさを抱える子どもの保護者のケアに対して動き、保護者向けアンケートを取り、その結果を市の教育長等とも共有するなど、行政を巻き込みながら、必要とする居場所や人につなぐことで不登校問題の解決に尽力している点が評価された。

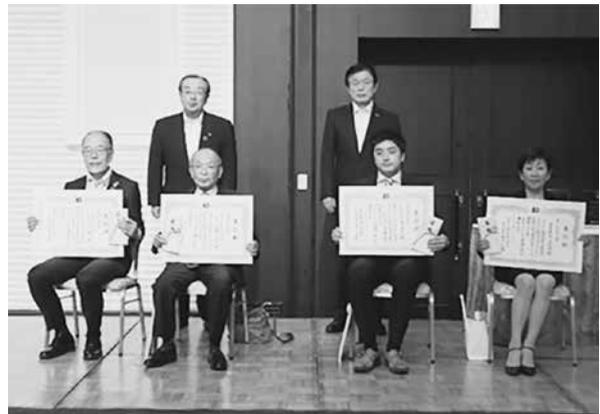
【美しいまちづくり賞】

やみぞあづまっぺ協議会

地域資源の見直しや現状の課題整理等を行い、地元農産物を活用した地域活性化構想を策定した。そして、後継者不足により荒廃した茶畑を再生し、過去に当地の特産品であったくろばね茶（緑茶）を用い、発酵工程を工夫して紅茶の商品化に成功した。紅茶には、地元の名刹・雲巖寺住職から「雲巖の静謐（せいひつ）」と命名され、同寺が管理する古民家で観光シーズンに縁側カフェを開いている。農業農村体験は、旅行会社と連携しながら、茶摘み体験や門松作り、竹箒作り、木の実クラフト、蒟蒻あわせ、そば打ち体験、雲巖寺周辺散策ツアーなどを実施し、多くの観

光客におもてなしとして紅茶を提供している。また、当地区内のみどころや季節の魅力ある花々などを写真と地図で紹介するパンフレット「やみぞの郷 須賀川花暦」を制作し、みちの駅や観光協会に配布し、地域の魅力をPRしている。

荒廃した茶畑を復活させ、美しい景観を取り戻しただけではなく、新たな特産品として紅茶を開発し、地域資源を積極的に活用した誘客に取り組み、地域振興にも大きく貢献している点が評価された。



3. 令和3年度第1回講演会

令和3年度第1回講演会が開催された。

講師、演題は以下の通り。

講師：中村 直文 氏

(日本経済新聞社 編集委員兼論説委員)

演題：「変革期における日本経済の現状と今後の展望」

(講演詳細は別項にて)



令和3年度第1回講演会 テーマ「変革期における日本経済の現状と今後の展望」

講師：中村 直文 氏



日本経済新聞社 編集委員兼論説委員

【専門分野】

流通経済、マーケティング、個人消費

【経歴】

- ・1989年 日本経済新聞社入社
- ・1995年～ 流通産業の取材を柱に、小売り企業の経営戦略、倒産、消費トレンドなどについての記事を執筆。
- ・2016年～ 日経MJ編集長（2年間）
- ・2019年 日経フォーラム「世界経営者会議」モデレーター
- ・2020年 テレビ東京「ガイアの夜明け」出演。
- ・ “ 12月～ 日経電子版「日経Think!」エキスパート担当
- ・ “ 12月 B S - T B S「サンデーニュースBizスクエア」出演

日 時：令和3年6月23日(水)17:00～18:30

会 場：ホテル東日本宇都宮

参加者：116名

【講演要旨】

【I 日本経済のシナリオ】

コロナ禍で皆さんも厳しい生活を送っているかと思いますが、とにかく変化をどう考えていくかということだと思います。消費をテーマに取材をしながらよく考えていることがあります。例えば、40年前に出たスポーツ飲料のポカリスエットは、こんな薄味の飲料は初めてだということではなかなか消費者に定着しませんでした。なんで薄味といわれたかということ、40年前当時の飲料業界は、例えばネクターとか炭酸飲料が強くて、非常に濃い味がたくさんあり、ポカリスエットが出た瞬間に味が薄いつつ言われたわけです。ところが40年経った今は濃いと言われている。それはなぜか。作り方も40年前とほとんど変わっていないし味も変わっていません。なぜ変わったかということ、単純にネクターを飲む機会が減りましたし、100%果汁オレンジを飲むことも減ってしまったと。むしろ今、お茶とか無糖系の飲料が中心になっているわけで

す。そんな中で相対的にポカリスエットが濃い味になってしまったということです。つまり、同じものであっても、時代とともに常に価値は変化していくと。そういうことを僕は取材をしながら、経済記者の観点からですけど、ニュースを追いかけていて、物事の変化を追いつつ、時代の流れをつかみながら、取材を進めています。

日本経済がコロナで非常にダメージを受けて、どのような方向に進んでいくかという話をいろんな観点から考えていきたいと思えます。皆さんご存じのとおり、とにかくお金を使わなくなってしまったものですから、非常に余剰資金がたまっただけです。タンス預金は初の100兆円超えと言われ、そして家庭の金融資産も2000兆円と言われています。お金は家計を中心に、がばっと貯まっている。企業もそうです。恐らく、コロナ後は一時的に回復するのは言うまでもなく、マグマのように溜まった消費欲が、レジャー、観光、外食の形で、10月以降、吹き出るのではないかという見通しはあるわけです。これについて異論はないと思えます。ただ、その先が、これから問題になってくるということです。

私は今の経済を3D経済という言い方をしますけれども、3DのDとはデジタル、そしてデリバリー、もう一個が問題なんです。もう一個はデフレ、あるいはディスカウントです。この流れが解消するのはなかなか難しいのではないかというのが今の見方です。

ちょうど昨日から日本経済新聞の1面で、『安いニッポン』という連載が始まって、安さからの脱却が非常に難しいことを指摘しています。実際に成功している会社は、ディスカウント系の会社であると。ニトリやファーストリテイリングとかです。そういう会社が不況ほどどんどん強くなっていく中で、なかなか消費のデフレ化から抜け出せません。果たして付加価値型消費への移行は可能なのでしょうか。

そしてやはりインバウンドです。一時5兆円近くまで消費をつくったインバウンドが、その後、来年以降戻ってくるのかという問題。そして、新しい産業の流れ、経済の流れを、日本経済がビルトインして再生して、いろんなさまざまな需給ギャップを解消し得るかということだと思います。これからの日本経済、新たなゲームチェンジが始まっていますし、そして新たな国富をつくれるのかどうか、ということがテーマになります。アダム・スミスの『国富論』も、国富は金銭換算ではなくて、実は社会的分業って言い方をしています。色々な新しい仕事生まれることが国富である。いかに新しいビジネスが生まれてくるか。新しい雇用の場が生まれてくるか。そういう国富が今後、形成し得るかっていうことがテーマになると思います。

『パクスなき世界』という連載の中で、有名な歴史学者の磯田道史さんは、日本は危機になると変わっていくと言っています。今回のワクチン接種もそうです。なかなか進まなかったワクチンもいったん始まると五輪の影響も含めて相当、早まりました。多分、1日100万回も夢ではないでしょう。そういった

意味で言うと、確かに日本という国は、危機から変わるのが早い国だと思います。問題は、そういう目的の定まったような方向をつくれるかどうか。先進的な思考を日本が受け入れてくれるかどうかは壁であると思います。日本は、色々な会社が乱立していて、良い意味で自立性が高く、地域性も強い。そのニーズに沿って存在しているが、その結果、企業規模が小さい上になかなかIT投資が進まない問題等が出てきます。日本の病院も医師はたくさんいるけれど今回ワクチン接種の問題が起きたのも、独立開業医の方が多く、その力を結集することができていないという問題からでした。

日本の自立性、地域性の問題と、絶対的な新しい力を結集していくことの難しさというのが、今の日本経済や社会の中で一つ問われているという感じがしています。柔軟なアイデアが必要で、デジタル化が急務の社会にしては、まだまだ縦型社会である。合意形成型社会であると。非常に同調圧力が強い。実は、社会的に善なのに、それが機能不全の一因になっていることが、今の日本経済問題ではないかと思います。

じゃあ、どのように対処していくのかっていうことで、これからの時代で日本の武器は何かというと、実はマニアックさじゃないかと。そして、もう規模で戦う時代は終わったので、新しい幸福度を考えた社会、経済を構想していかないと次に進めないのではないかなという議論が起きているわけです。最近ではウェルビーイングっていう発想でしょうか。

コロナ禍でどういうことが起きているのかというと、とにかく個人消費、法人消費ともに非常に逆風で大変な目にあつたということです。コロナ禍で経費が7兆円も減つたと。なぜ、この7兆円っていう問題が大きいのかといいますと、日本経済まだまだやはり、社用族といいますか、法人型資本主義の姿が色濃

いということが言えると思います。例えば実際費。バブル期に実は6兆円ぐらいを超えたわけですが、実は今もまだ4兆円規模で実際費はあります。実はそういうことも支えている。その社用族消費が、このコロナで一変してしまったということです。

そして変化したことのもう一つはデジタル化と、コロナの中で消費の一等地が変わってしまったということだと思います。大体、消費の一等地といいますと、1970年代は当然、商店街を中心とした商業だったわけです。それが80年代に大型スーパーができたことによって、駅前型にシフトしていきます。その後、イオングループなどを中心に郊外型消費に移行します。大型スーパー、ショッピングセンター等の型ができていって。実は日本は人口減とともに、それが変わってきて、2000年代からは再び駅に戻り始めています。最近も宇都宮駅の近くでは、新たな商業施設の開発が進んでいると聞いておりますけど、再び戻りつつあります。そして、駅ナカ、駅チカへ戻ってきて。このコロナで一番変わったことは、まさに住居地です。

もう一つは、スマートフォンやパソコン等の手元で商品を買うこと。新しい一等地っていうのは、手元になってきたっていうことです。どんどん外に広がっていた消費が、内に戻ってきて、それがコロナによってより加速したと言えるわけです。ですから、言うまでもなくテレワークが増加して、繁華街が低迷して、住宅地周辺の復活が起きたと。

そして変化のもう一つは、デジタル時間です。動画のTikTok、ご存じですね。これが大体74%も利用時間が増えてしまった。Netflixはドラマなどをやっていますが、12%増えました。そして、マンガアプリになると30%増えました。いかにデジタル時間が増えたか。そしてPlayStationの利用時間が3割増ですね。その結果、世界のアプリ支出は、3割増の11兆円まで発達したということ

です。異常なまでにアプリ経済が今、加速しているわけです。Appleの数字を見てもそうですね。Appleのアプリ経済圏は24%増の70兆円。経済の軸足が手元の中で大きく変容したことが言えると思います。

そしてアメリカの調査会社によると、世界のフィンテック市場、これは年率2割超で成長し、2023年までに3,050億ドル、約33兆円規模に達する見通しであると。コロナでデジタル産業革命の進行が加速したと言えると思います。その典型は、マンガがデジタルで回復したっていうことです。2020年のコミック市場、家でマンガばかり読んでいる人が増えたせいもあります。大体23%増えて、マンガの消費額が過去最高になりました。全体で6126億円。このうち半分が電子コミックになったという画期的な変化が起きたということです。

米アマゾンのジェフ・ベゾスさんの名言ですね。「本は、未来永劫死んだ木に印刷しなければならぬとはどこにも書いていない」。言い方が面白いですね。印刷しなければならぬと、どこにも書いていないよと。彼はKindleをつくったときにこれを言ったわけです。まさに、出版物、われわれ新聞もそうですね。一気にデジタルの変化が加速的に進んだということが言えると思います。

総括すると、人の嗜好が変わってしまったっていうことです。通勤スタイルも変わりました。例えばその結果、今まで従来型のスーツが売れなくなって、例えば最近、水道会社がやっているワークウェアスタイルという会社がありますけれども、そのスーツがやたら売れているのです。一般のスーツとして売られるようになって非常にカジュアルなスーツとして伸びたわけです。一方で、百貨店とか、AOKI、青山のような従来型の紳士服の会社が業績不振になっています。一気に構造転換が進んでしまったということが言えると思います。

特に震災後、10年というのは消費の激動期だったわけです。今までなかったソーシャルネットワークサービスを使う消費とか、こだわりの商品と低価格商品が併存する消費構造はコロナでより加速しました。

ところで、例えば、ダイソンとアイリスオーヤマが台頭するという、非常に極端な消費行動が確立してしまったことが、このコロナで起きました。

【Ⅱ 安いニッポンの課題】

あらためて、どのように日本経済の再建をしていかなきゃいけないのかということは、「安いニッポン」の課題ということになります。実は去年から日経で始めた企画ですが、この企画がなぜ始まったかといいますと、入社10年以内のある女性記者が海外旅行に行って、何で日本のものは安いのだろうと、はっと気づいたそうです。そんな疑問をぶつけてみたところ、じゃあ、そんな企画やってみようかということでこの企画が始まりました。日本の色々なものが、世界的に安くなっていることが分かったということです。

まさに価格が示す日本の停滞です。例えば、ディズニーランド。皆さん、当然、行かれたことあると思いますけども、ディズニーランドの入場券は、実は日本が一番安く7500円です。カリフォルニアだと1万4000円ぐらい。上海でも8000円強、9000円近くです。香港でも9000円近くです。フランスは、あまり人気はありませんけども、1万1000円を超えています。実は日本のディズニーランドが世界で一番安いということになります。一般的に高いなと思うのですが、世界的には割安なディズニーランドで、実は変な人気があるってことです。

回転ずしや100円均一などでも、とても安い。例えば、ダイソーでも100円で売っているのは実は日本だけで米国では大体162円、中国では153円ですね。タイでは200円を超えていると。良いものなのに、なんでこんなに

安くしなきゃいけないのかということだと思うのですが、多分競争で勝てないということになっているわけです。海外の経験者はよく言いますが、500円でこんなにおいしいランチを食べられる国は日本以外ないと。じゃあ、十分に豊かかどうか。豊かさは豊かです。それは良いと思うのですが、ただこの豊かさが、色々な形で足を引っ張ってしまっているということなのです。

よく価格の研究者が言いますが、例えばアメリカでは素材が安いと。しかし人の手が加わった付加価値の高いものに関しては、どうしても値段が上がります、その差が大きい。つまり労働力に対する費用、の考え方を変えていかなきゃいけないということになります。これは企業が変わるのか、政治が変わるのかという面もありますが、そこがどうなるのかということです。

かつて、私が日経に入った時に、「日本の物価」という企画をやっていました。ちょうど30年前です。その時は、いかに日本の物価が高いか。この内外価格差をいかに下げるかっていうのを大きなテーマとして企画をやりました。それが30年で「安いニッポン」になっている。この30年を見ると、いかに極端に変わったかということが言えると思います。

その原因は言うまでもなく、賃金の安さにあると思います。私は、1989年入社ですが、当時、人手不足で、大体、初任給が20万円を超えた頃でした。大手は20万円を超えて、個人的に言うと、貧乏くさい学生生活をしていましたので、20万円を超えた瞬間に非常に興奮した覚えがあります。しかし、実は今ほとんど変わっていない。

例えば、初任給で見ますと、今年も大体、日本の年収、新入社員が262万円で、スイスははるかに高いらしいです。日本は3分の1ですね。大体、米国とドイツの半分ぐらい。あんなに高いとっていたわれわれでしたけ

ど、今の新入社員さんは海外に比べると、それぐらい低い賃金になっていると。日本の物価が安いわけですから、さほど不満はないのでしょうけども、世界的には安いと。その結果、実質賃金は91年からずっと下降線をたどって、上は米国とその上は英国ですね。この差は、はっきりしています。決して英国の経済が良いわけではないと思いますが、差が生まれてしまっている。これはやはり、賃金に対する考え方が明らかに違うということなのです。

問題はもう一個あります。日本はまだまだ、終身雇用が大きいということです。最近、IT技術者が必要になってくる中で言うと、圧倒的な待遇差があるわけです。日本は採用負けです。最近、買い負けって言い方がありますが、採用負けという言葉もよくいわれるようになったわけです。ですから、なぜインバウンドかとなると、やはり新たな需要が増えないと、日本は伸びないということなのです。

2003年ぐらいに札幌に勤務していました。同僚の記者たちとスキーに行ったら、やたらニセコにオーストラリア人がいっぱいいたわけですね。何だろう、日本の雪がきっと珍しいのだろう、と思ったわけですが、星野リゾートの星野佳路さんが、そのときにこんなことを言っていて、「雪というのは観光資源として重要で、石油なんかよりも価値があるんだよ」と。そんなことを言っていたことが記憶にあります。私もそのようなことなのかと思っていたら、さっき言ったように、実は安いから来ていたということなのです。おもてなしがいいから日本に来てくれるわけではなく、単に安いからというのが最大の動機だったことが最近、分かったということです。

例えば、それを端的に示すものとして、マクドナルドのビックマック価格という指数があります。2000年の日本のビックマック価格は、実はそんなに違ってないのです。大

体、日本は294円で、アメリカでは2ドル50セント。あんまり変わらないという気がします。2021年、最新の数値を見ると、日本は390円でアメリカは、5ドル70セントという差が出ている。円の過小評価が非常に進んでいるという。過小評価っていうことで、実際は1ドル110円ぐらいでしょうけども、大体70円ぐらいしかないという価値の中で、買い負け問題が起きているということです。それが賃金の安さもあるのでしょうけど社会全体が硬直化していて、アイデアが大事なのに、アイデアが生まれず、生かされない。この結果、すぐ価格競争に走ってしまうということなのです。

日本企業が雇用も含めて丸々面倒を見ることが一因かもしれません。雇用調整助成金もそうでしょうし、今回のワクチン接種も職域接種があるように、企業で失業者を出さないということもあって、皆さんのようなトップの方々の苦しみだと思います。その結果、良いとか悪いとかいう話ではなくて、今の状況と、デフレ問題とか革新性が発揮できない問題とかが起きていることとは、表裏一体の問題だと思います。そういう厳しい状況の中で、日本経済をどのように考えていけばいいのでしょうか。



【Ⅲ 日本経済はどこへ？】

どれぐらい高齢化が進み、生産人口は少なくなるか。あらためて日本経済の問題を考える上では、人口問題は無視できないと思います。2030年までの生産年齢人口です。生産年

齡人口は、15歳から64歳までの人口を示しています。この生産年齢人口は2030年まで増えないのは確定しています。これから大体、東京以外は半分、2桁マイナスが起きるということだと思います。栃木県だと10%ぐらい減ります。東北地方だと、20%あるいは25%、生産年齢人口が減っていき、ますます所得と消費の担い手が縮んでいくわけです。一段と物を買わなくなる時代を迎えているということです。

消費ができなくなる一方で、少子化がいろんなスポーツや、サービスを変えていく。経済もそうですけれど、サービスもシフトしていけるかどうか、一つ話題になるわけです。パラダイムシフトが起きつつある中で、対応できるかが課題になってくるわけです。

資本って何かって言うと、増殖する価値です。言い方は悪いが、ちょっとウイルスっぽいところがあります。なんか新しい宿主を見つけていかに広げていけるかっていうのが資本主義の性格なわけです。日本のやり方では、なかなか資本は増殖しづらくなってきているって問題があります。新しいネタが必要になってくるわけで、それが今よくいわれているように、例えば脱炭素経済ということです。脱炭素を新しいネタとして、経営モデルを変えていこうじゃないかとかです。サステナビリティもそうです。そういうことを考えられるかどうかということが、問われてくると言えます。次の新しいモダンに移っていけるかどうかということなわけですが、パラダイムシフトであり、それに合わせた市場や産業再編が可能かどうかは話題になるということだと思います。

今回、リモート化に進んでいった結果、在宅勤務市場というのが今後5年で会社に戻るのか、戻らないのかという問題はあると思いますが、戻りづらいだろうという意見が多いということです。ですから、在宅勤務市場は今後さらに増える。

オフィス家具とか出しているオカムラですけども、去年、一気にリモートワークになって、色々なお客さまの会社が、会社に誰も社員が行かなくなってしまったと。オカムラの社長が今年は赤字だろうかと嘆いていましたが、実は去年の秋ぐらいから新しい働き場所があるってということで、ボックスみたいなものやフリーアドレスの机とか、そういうものの需要が急に増えて最高益が出てしまったという。これは別にオフィスのためじゃなくて、オフィスに来る人は減っていくのですが、オフィスに来る人が減る前提として新しい需要が生まれたのです。

リモートワークも増えますし、IT技術者も含めたフリーランスの労働です。こういう方も今後増えていくのでしょう。そして当然、女性の働く場所も増えていきますから。やはりリモートワークが増えていく。分散化という形がどんどん増えていく。新しい経営をしていかないとこれから厳しくなるのだろうということです。

東京都区部から外へ移転する企業が増加しているということで、どこが増えているのかといいますと、実は、宇都宮市が増えているのです。よかったです。よかった、ということ変ですけども。これから実は有望な都市だというふうにいわれております。東京でも面白いことが起きていて、新都心という言い方はよくします。副都心は新宿のことを言っていましたけども、最近、臨都心という言い方をするそうです。臨都心とはどこかといいますと、実は新宿の横の中野区とか、その辺のことを臨都心といいます。特に中野というのは非常にオフィスの進出が増えていて、実はキンビールの本社があるのが中野なのです。キンビールが6年前か7年前に中野に移ったとき、キンビールの社長が、「いや、われわれは都落ちです。」という言い方をしていたわけです。都落ちということをやったので、私がそのまま「キンビール、都落ち」とい

う記事を書いたら、中野区の方からひんしゅく買いましたが。もはや臨都心ですから都落ちでもなくなってしまったという。そんなようなことが起きているわけです。

分散化によってよいことばかりなのかというとそんなこともなくて。多分ホワイトカラーはデジタル化によっていらなくなっていくということですが、日本企業は、雇用を守っていますから、なかなか解雇できない。恐らく時間をかけて、このホワイトカラー層を圧縮していきながら、多分デジタルトランスフォーメーション化していくという見通しになっていくと思います。そんな形でどんどんホワイトカラーは淘汰されていきそうです。

経済の質も変わっていきます。例えば新品から中古にシフトしていく。これまで、やはり近代経済というのは新品をたくさん作って陳腐化して新商品を出していくモデルで経済をつくってきたわけです。それがやはり新品の販売に伴うやり方が、かなり行き詰まってきたと。ですから、メルカリがこれだけ大成功したのです。消費者志向も変わっていきます。いまだに新品が良いと思う人と、中古が良いという人と。多分その差が結構ありまして、世代とともに変わっていく。だから、日本は急になかなか変わらないなと思いつながら、じわじわ縮小と移行を重ねながら、これから変化が進んでいくのだろうという予感がいたします。

その結果、トレンドがなくなるということなのです。最近、よく街中で白いTシャツに黒いパンツの若い方の格好を見ませんか。あまりファッションを気にせず、この格好だけしていれば何となく安心だという格好なのです。若い世代は、所得も伸びてこない。そして情報過剰なのです。大体、毎分500時間の動画が日々、投稿される時代です。そうすると若い世代にとって、新商品かどうかはあまり分からないらしいです。若い世代は当然、テレビとか、新聞をそんなに見ないです。そ

うするとやはりSNSの情報とか、それを頼っているいろんなことを発見するわけです。そうすると彼らにとって、新しいか古いかの差がなくなってきて、発見すれば新しいということが起きるわけです。

昔みたいに、例えば、ファッションであればパリコレクションがあって、そこからファッション誌が新しいモデルを作って、そこから新しい商品を作るというモデルが減ります。「ああ、昭和のあの服がかっこいい」とか、中古の服がやたら人気あるとかです。ですから、先ほど言った早送りと巻き戻しがどんどん起きていくってことなのです。最近ニューレトロという言い方もします。レトロが当たり前になったってことです。もうレトロブームじゃなくなって、レトロが当たり前になってくると。そうすると、今まで海外の情報を仕入れてきたやり方が、全く通用しなくなってきて、どこから流行が生まれるのかということ、まさにSNSやストリート、街中から生まれてくるとかなのです。そんなようなことが起きてくるといって変化が始まっているわけです。

今年の上半期の商品から言おうと思いましたが、いろんなものが変化してきて、例えば今回、ヒット商品番付の中で出てきたのは、ジェンダーレスファッションです。もう男女の差を設けないファッションということなのです。無印良品が始めるビジネスですけども、半分が男女兼用ということなのです。もう男であるとか女であるとかそういう古いカテゴリーがどんどん消え去っていくということなのです。実際、オンワード樫山もジェンダーフリーの商品を出したりしています。社会的に多少、反動もあるのでしょうけどもLGBTという言葉が一般化してきたように、今や大体、人口の約9%がLGBTだといわれております。それが関連市場となると、なんと5兆4000億円あるわけです。それがさっき言ったようにいろんな日本型の、これも過去のパ

ターンが崩れていく中で、いろんな消費の変化が起きてくる。それにどういう形で対応し得るかってことが課題だということです。

人口ピラミッドを見ても分かる通り、30年前の平成元年は、非常にバランスのいい人口形態だったわけですが、今や若い世代が薄くなっている。若い世代や家族を相手にしたビジネスはできなくなっていると。そうすると世代とか、性別を超えた新しい商品づくりをしていかないと、マーケットが取りづらくなってきたということが言えるわけです。家族型じゃなくなりまして、ソロ型に向かっていくということです。

最後になりますが、カーボンゼロはどこに向かっていくか実は私もまだよく分かりません。ただ、色々な話をしましたように、パラダイムシフトが明確に起きているということが、ご理解いただけたと思います。そこで例えば最近、これも言葉上どこまでのことか分かりにくいですが、よくフードテックという言葉があります。いわゆる植物肉、動物性原料を使わずに、植物をベースとした新しいお肉とか卵とか。最近もキューピーさんが、卵を使わない卵を出したのが話題になったわけですが、例えば、最近取材したのですが、TWOという会社があります。その会社は最近、まさに動物性原料を一切使わない専門の外食店を始めました。東京でも4店ありますが、実は1年半前から準備を始めて、出店してまだ2、3店のときに、カゴメに話を持ち込みました。カゴメに持ち込んでいたらカゴメの社長以下が、そのTWOという会社の卵を使わないサンドイッチとかを食べて、感激し、即座に提携したのです。カゴメとそのTWOという会社が4月に提携したのです。たった1年半しか活動していない会社が、大手のカゴメとコラボレーションするようになってきたことを考えると、これは我々の想像を超えた形で、色々な市場再編、経済再編、パラダイムシフトが起きてくるな、

という感じがしています。テックという言葉は多少、流行のような感じもしますが、これをそう思わずに、実は新しい潮流の変化だというふうに捉えると、これからそこを意識した経営をしていく方が、何となく時代を見る意味では効果的ではないかというふうに思っております。

取材をしている目で見ますと、とにかく思った以上にいろんなことが早く変化している。足を止めてはいけません。そして、いろんな価値観が、あっという間に変わっていく時代の中で、日本経済の未来があるとしたら、そこを意識した経営をどこまで進めていけるかということが、あらためて課題として突きつけられたのではないかなと思っております。



経営問題委員会 第1回委員会「講演会」

経営問題委員会委員長 平野 一昭 (西部生コン(株) 代表取締役)



講師：嶋津 紀子 氏

株式会社 Japan Search Fund Accelerator
代表取締役社長

【経 歴】

東京大学経済学部卒、スタンフォード大学経営学修士課程修了。ボストンコンサルティンググループにて大企業の経営戦略立案に従事。その後、トヨタの経営企画やソフトバンクのVCを経験。2018年に(株) Japan Search Fund Accelerator (JaSFA) を設立、代表取締役社長に就任。

山口フィナンシャルグループと共同で、日本初のサーチファンドへの専門投資ファンド (YMFG Search ファンド投資事業有限責任組合) を設立、運用中。

日 時：令和3年4月21日(水)14:00~16:00
会 場：栃木県総合文化センター
参加者：43名

後継者不在による廃業を救済する手段の一つとして近年注目されている「サーチファンド」の知見を深めるために、日本で初めてサーチファンド・アクセラレーターの事業会社を設立した嶋津紀子氏をお招きし、講演いただいた。

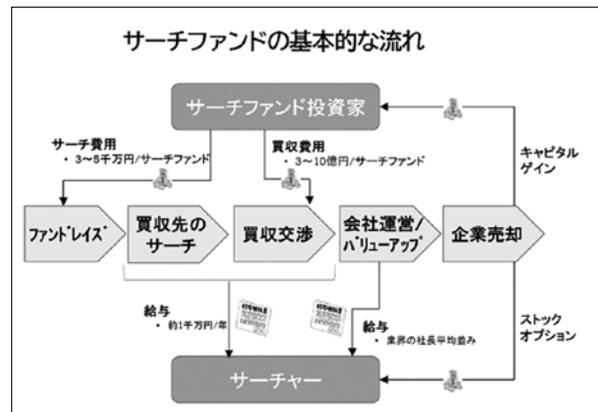
【講演要旨】

サーチファンドを通して、経営者を目指す若者に投資し、社長のキャリアを提供します。加えて日本のGDPの半分を生み出す中小企業を、承継を通して改善することにより、地方に核となる成功企業を作り、憧れ、更なる投資意欲の拡大といった自然循環により、日本経済の底上げを目指しています。

【1. サーチファンドとは？】

一般的な事業投資、Private Equity やM&Aは、会社を軸に投資を行うので、買収後に社長を雇う流れとなるため、トラックレコードが重視され、社長経験が求められます。一方、サーチファンドでは、社長になりたい若者「サーチャー」のポテンシャルに投資を行うので、人への投資が先となり、若者自身が自分で社長

になりたい会社を探すため、社長経験は求められません。一言でいうと、「『人』を軸に投資する事業承継手段」の一形態となります。では、サーチファンドがなぜ「人」に着目するのかというと、投資家側としては、買収価格と売却価格に差分を出すために、収益力を上げ、企業価値を上げてくれる人が必要となるからです。



サーチャー側としては、自身のキャリアをかけて、価値向上に取り組む中小企業を探せるということになります。

基本的な流れとしては、投資家が投資をするタイミングとして、サーチャーが買収先を探すためのサーチ期間のサーチ費用（給与、交通費、諸経費）と、買収したい会社をオーナーが譲る決意をした段階で、買収費用を出資する、2段階となります。その後は、サーチャー

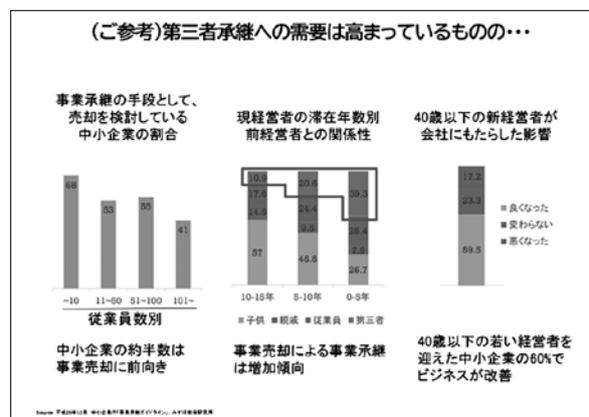
が承継企業の経営に専念し、企業価値向上に取り組み、最後のEXITは、別ファンドへ売却、MBO、株式上場等様々ですが、サーチャーの多くは会社に残ることを想定しています。

サーチファンドは、「アントレプレナーシップ(以下、アントレ)」の一形態と言われています。アントレの世界は、「起業によってアントレを発揮するスタートアップの世界」と「買収によってアントレを発揮するサーチファンドの世界」があります。このサーチファンドを別の言い方にすると、「買収を通じたアントレプレナーシップの発揮(Entrepreneurship through Acquisition)」となります。これに對を成す概念が、大企業のエースや官僚、プロフェッショナルファーム等の「エリートの世界」です。

サーチファンドの概念は、1984年にスタンフォードGSBのグロスベック教授により提唱されました。海外では、スタンフォードGSBを中心に研究が進んでいて、情報、コミュニティ、ネットワークが豊富な上、サーチファンドへの投資を専門とするファンドも数多くあります。また、トップビジネススクールでは、必ずサーチファンドに関する授業があります。スタンフォードGSBの約400人の卒業生のうち、一定数の人がGoogle等のIT企業や金融・コンサルに勤めるのと同じ感覚で、10人位はサーチファンドに携わっています。このように、海外では歴史が古く、盛り上がっていますが、日本では、まだ始まったばかりの取組です。私が留学中に活動を始めた2016年の時点では、日本で殆ど知られていない概念でしたが、2年間かけて準備を進め、2018年に日本初となるサーチファンド・アクセラレーターの事業会社の「JaSFA」を設立。同年、日本でカンファレンスを開催したのを皮切りに、2019年には山口FGと共同で、日本初のサーチファンドへの投資ファンドを設立しました。それに伴い新聞、テレビ、中小企業白書で取り上げられ、知名度も徐々に上がっている状況です。

【2.サーチファンドがなぜ注目されるのか】

データを見ると、中規模事業者50万者の内、社長の年齢60歳越えが30万者、その中の後継者不在事業者は13万者とされています。更に、その後継者不在の25%が「今はまだ承継について考えていない」と答え、「M&Aに共感できない」という先も6割に上っていて、黒字にもかかわらず取引銀行等に相談しないまま突然廃業を決めてしまうケースも増えています。承継手段として売却を検討している中小企業の割合は、従業員数10人以下規模の先で約7割、11～100人規模が約5割、100人以上の規模が約4割となっています。また、現経営者の滞在年数別の前経営者との関係性を見ると、直近になるほど第三者への売却による事業承継が増加しています。更に、40歳以下の若い経営者を迎えた約6割の中小企業が、ビジネスが改善したと答えています。



このように、第三者承継の需要が高まる傾向があるにも関わらず、なぜ進まないのかというと、中小企業にとっては、「売却先探しの厳選」がボトルネックになっています。また社長が、後継者や会社の独立性、承継後の成長等に強いこだわりを持っている中小企業に、M&Aに共感できない傾向があります。しかし、サーチファンドの場合、サーチャーが、相手の売りたいという意思表示がなくても、会社を自分で探しに行く。事業承継を考える経営者は、目の前のサーチャーだけを見定めて譲れば、必ずその人が社長となり、コミットしてくれます。サーチャーの人柄や想い等を知ってもらってか

ら判断していただけるので、お互いの絆を深めてから譲ることができます。また、サーチャーのバックグラウンドと承継会社が持つ強みを合わせた時に、今まで見えなかった成長への道が見えてくることもあり、譲る前にそのような話ができるのもサーチファンドの魅力の一つになっています。既存の手法では解決できなかった問題の一部を解決できる可能性があり、今後マーケットは大きくなると考えています。

【3. サーチファンドへの想いと目指す社会】

高校時代、ミネソタ州に留学したとき、現地の方はバブル崩壊前のクールな日本を知っている程度で、日本に興味を持っていないことに衝撃を受け、日本をもう一度元気にしたいと考え、経済に関わる道を選びました。コンサルタントの仕事は非常に楽しかったのですが、顧客が大企業になるほど、優秀な社員の方が全労力を費やしても改善が進まず、コンサルタントに疑問を持ち始めました。ヒントを見つけようと留学し、そこでサーチファンドに出会い、自分がやりたいことはこれだと思ったのです。

なぜ、サーチファンドの普及に努めているかの理由を4つの視点で説明すると、一つ目は、コンサルタントとして問題解決したい情熱の先は、経営者にしか見えない。また、「経営者になりたい」と思った人は、大企業の中で昇り詰めるか、起業するかは二択以外に、サーチファンドという方法で経営者を目指せること気付いたのです。二つ目は、日本への想いです。最初、大企業が潤えば下請けが潤う、だから大企業を良くしなくてはいけないと思っていたのですが、日本のGDPの半分は中小企業によるものなので、高い改善率を出す可能性のある中小企業を改善することが経済効果に繋がり、日本を元気にする近道になると思ったからです。三つ目は、地域への視点です。カリフォルニアのようなところに住みたいと思った時、カリフォルニアと比較するなら東京ではなく地方だと感じました。カリフォルニアは、気候が温暖、自然が身近にある、食べ物が美味しい、

広い家に住める、更にFacebookやApple、Google等の大企業やトップクラスの大学もある。地理的魅力のある日本の地方でも、若者が働きたくなる企業ができれば、そこはカリフォルニアのように住みたい場所になる。そういう核となる企業を地方に作ることで、四つ目の理由の、社会問題の解決につながりますが、住みたい場所として地方への移住が進み、地方の過疎化問題、後継者不在問題の解決にも繋がると思うのです。

サーチファンドで一番素晴らしいのは、中小企業への人材流動化をきっかけに、自発的にコミュニティが広がっていく持続可能な枠組みという点です。良い人材(=サーチャー)を集めることで、その人材が成功例を生み、地域が活性化することで、サーチャーへの憧れとなり、投資が拡大するという、サイクルが回り始めます。だから、第三者承継で、地域の核となる企業を様々な地域に育てていくことが、投資を通じて目指す世界となります。

【4. JaSFAの具体的な取組と今後の展望】

山口FGとの取組は、リミテッドパートナーとして投資を受け、傘下の山口キャピタルと共同運営しています。既に6人のサーチャーに投資し、うち5人が会社を運営しています。

具体例として、日本初のサーチャーとなる、渡邊謙次氏を紹介させていただきます。現在、北九州市にある大型基礎杭打ち工事や海上改修工事を行う土木会社(株)塩見組を運営しています。地縁も業界経験もありませんでしたが、サーチ期間中に土木関連の資格や機械の運転免許を取得してしまうくらい会社に惚れ込み、2020年に承継しました。承継後、当社のCIOがサポートをさせていただきながら、「本社の移転で年間3千万円の賃料を削減」「在庫の整理と発注の無駄を削減」「不要機械を売却し、現金化」「杭抜き工事に注力するための新規機材の購入」「キー人材の採用」「利益率の高い海上工事の比率を高めるための営業の強化」等の改善を行いました。初歩的な内容ですが、

当たり前のことを着実にやるのが改善に繋がり、次の展開が見えてくると思っています。

欧米での成功例をご紹介しますと、ジム・エリス氏とケビン・タウィール氏が共同で行った事例が有名です。彼らが、1995年に6億円で買収した、従業員45人のロードサイド支援会社ロードレスキュー社は、現在、売上高1兆円、従業員数1.7万人の大企業になっています。



【5. 今後の取組】

山口FGとの取組は、山口県、広島県、福岡県で承継先を探すのが前提ですが、野村ホールディングス(株) (以下野村HD) と始める取組は、日本全国を対象としています。機関投資家から出資を募り、今年の秋頃に50億円規模のサーチファンドを設立して、野村HDの顧客で売却や事業承継を考えている先を紹介していただき、年内にはサーチャーを選定して人材投資を開始する予定です。

(株)サーチファンド・ジャパンとの違いですが、サーチファンド・ジャパンは原則、M&Aセンターからの情報提供案件を取り扱うので、売却意思がある程度固まっている先を対象に探します。サーチャーは本業を維持したままサーチを行うので、投資は買収対象がある程度固まった段階での出資となります。一方、我々のファンドは、承継意思が固まっていない段階のオーナーにアプローチするので、サーチャーはフルタイムでサーチ活動にコミットしてもらうことになります。

当社がどのような視点でサーチャーを選ぶのかというと、大きく四つのカテゴリーに基づき、応募者の中からサーチャーとしての素質

がある人を選定しています。一つ目は「地頭の良さ」です。相手の話の意図、状況把握ができる「理解力」。課題を見た時、打ち手が打てる単位に分解できる「ロジカルシンキング」のスキル。売上、利益、成長率、費用割合等を把握できる「数字感覚」。新しい業界に飛び込むということで、「学習能力の高さ」。これらが必要になります。二つ目は「人間力」です。約束守る、裏切らない等の「誠実さ」。経営者として様々な方と話をする必要がありますので、聞き手に応じて、伝えたいことを伝わるように伝える「コミュニケーション能力」。他人を巻き込む力、組織を一つにまとめる等の「リーダーシップ」と「チャーム(魅力)」を重視しています。三つ目は「起業家精神」です。新しいことを積極的に学び、試し、取り組む「好奇心」。サーチ期間中に断られ続けても、途中で投げ出さずに最後までやり切る「粘り強さ」。頭で考えるだけでなく、自分で会ってみる、やってみる、調べてみるができる「行動力」。これらを持っていることが大切です。四つ目は「モデルへのフィット」です。体験を通し、本当にやりたいことなのか、その地域に住んでいいのかという、「中小企業への理解」「地域への理解」が必要になります。また、経営に必要な多様な側面に関わったことがあるといった「ビジネス経験」は必須です。

【最後に】

野村HDとの新規ファンドには、設立前ながら、サーチャー候補からの応募が多数集まっており、候補者の中には大手企業の執行役員や家業は手放したがもう一度チャレンジしたい人など様々です。

若者にとって魅力的なキャリアを提供し、中小企業と地方を元気にできれば、日本経済も元気になると思うのです。それをできるのがサーチファンドです。

地域金融機関からの問合せ、紹介も増えています。是非、皆様にもご協力いただき、栃木県企業の承継事例が出ればと思っています。

未来経営研究会 令和3年度第1回例会

未来経営研究会代表世話人 古口 勇二 (株)古口工業 代表取締役

講師：宮本 誠 氏



株式会社みやもと 代表取締役

演題：「忘れられた栃木の名将『藤原秀郷』
をヒーローに！～栃木の歴史コン
テンツ創出による地域創生～」

【経 歴】

1968年 日光市生まれ

高校卒業後、都内のデザイン学校、美術学校、デザイン会社勤務を経て、株式会社みやもと入社。2000年 代表取締役に就任。

2020年3月に「栃木の武将『藤原秀郷』をヒーローにする会」を設立 専務理事に就任

日 時：令和3年5月27日(休)16：00～17：00

会 場：栃木県産業会館 8階 大会議室

参加者：27名

【藤原秀郷に興味を持った経緯】

私が二荒山神社の由緒書きを見て、「藤原秀郷」を知ったのは5年前になります。秀郷について、調べれば調べるほど「栃木にこんな凄い人がいたのか！」と、プライドのようなものが湧いてきて、子供たちや栃木県の皆さんにも伝えたくなったのです。

以前の自分は、「栃木には日光しかない」と自虐的で、栃木について学ばなかったことから「知らなかった」という事が多かった。栃木県の認知度が低いのは、栃木県民はシャイでアピール下手だからだと思っていたのですが、知らないから語れないだけだったので、だから、栃木の歴史・郷土を知れば、プライドが醸成され、認知活動が進み、ブラン

活動報告

栃木県の『ブランド力構築』について研究している当研究会では、平安時代に本県で活躍した藤原秀郷^{ふじわらひでさと}を広めることで、シビックプライドの醸成を目指す活動をしている、宮本誠氏に講演をいただいた。

宮本氏は、広告印刷を手掛ける「株式会社みやもと」を経営している。社員にデザイナーを抱えており、キャラクターデザイン作成を得意としている。秀郷というコンテンツ作成により、同社のブランディングの構築にもつながっている。

【講演要旨】

栃木県の地域課題の一つに、ブランドとプライドアップがあると思います。今日は、藤原秀郷の流れをくむ氏族をキャラとすることで、親近感を持って地域の歴史を学んでいただくことを目指す、「栃木の武将『藤原秀郷』をヒーローにする会」の活動等について話をさせていただきます。



ド力がアップすると思い活動を始めました。

【藤原氏のはじまり】

645年の乙巳の変から、1068年に後三条天皇の親政復権にて藤原氏の摂関政治が終わるまで、藤原栄華は400年以上続きます。

ざっくり復習すると、中大兄皇子と中臣鎌足が、当時の権力者蘇我入鹿を討ったのが645年の乙巳の変。646年に天皇を中心とした中央集権国家、大化の改新が始まります。669年、鎌足は天智天皇から『藤原』の姓を与えられ、藤原初代となります。藤原2代目、鎌足の子「藤原不比等」は、娘の「宮子」を文武天皇の婦人に送ります。その後も次々と娘を皇族の妻にすることで天皇の義父(外戚)となり、皇室との関係を深めていきます。724年に不比等の娘「光明子」が聖武天皇の皇后になったこと、また、730年頃に不比等の子「南家・武智麻呂」「北家・房前」「式家・宇合」「京家・麻呂」の四兄弟が太政官に就いたことで、相当の権力を持つようになります。この中で、秀郷等のご先祖様となるのが「北家・房前」です。

藤原氏系図を見ると、房前の子、「真楯」から中央の摂関家、「魚名」からは地方の官職等を歴任する流れになっていきました。

奈良時代

- 710年 平城京遷都 現在の奈良県奈良市に唐の都長安城を模倣して建造された都城。
- 724年 不比等の娘「光明子」が聖武天皇 皇后になる。
- 730年頃 不比等の子「藤原四兄弟」が太政官の四役に就く。兄弟間で政権争いが起こり藤原北家房前が実権を握る！しかし当時日本の30%が死にたとされる天然痘の流行で兄弟全てが命を落とす...
- 770年頃 「北家房前」の子が、中央や地方で躍進。貴族から中央貴族後の摂関、関白、米軍を率いた「道長」など。流刑に、魚名からは「藤原氏」の名の下、庶流として地方の官職等から「秀郷」などの武門が栄えた。

【藤原氏系図】

藤原不比等の子：藤原鎌足、藤原原房前、藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原房前の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原武智麻呂の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原宇合の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原麻呂の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原氏は、天皇の外戚として摂政や関白となり政治実権を代々 200年以上握ります。しかし、中央の政治が行き届かない坂東等では、年貢の横領が横行する等、治安が悪くなっていて、国司と地方有力者との間で争いも起きていました。939年に起きた平将門の乱は、平氏の相続争いから端を発し、中央政権に不満を持つ将門と同志達が、独立地方政治を起

こすために謀反を起こしたものです。平将門は、頼まれると断れない性格で、親分肌の人とされています。

将門討伐は、領地争いで将門に父を殺された平貞盛(将門の従兄弟)が、母方の叔父である秀郷に掛け合い討伐軍を結成しました。940年2月の決戦で、貞盛の放った矢が将門の額に命中し、落馬したところに駆け寄った秀郷が、二荒山神社で授かった霊剣で首を落としたとされています。

平安時代

- 794年 平安京遷都 (現在の京都府京都市)
- 842年頃 荘園の増加 公地公民が崩れ、天皇への納税よりも荘園を持つ藤原氏などに財が集まる。
- 【藤原氏による摂関政治の始まり】 858年に良房が摂政に、887年に基経が関白となった
- 890年頃 武士・武芸の開祖「藤原秀郷」栃木で誕生。
- 939年 平将門の新皇宣書！ 平将門の乱 平氏の相続争いから端を発し、中央政権に不満持つ平将門らが、独立地方政治を起こすために朝廷に謀反を起こし恐れられた！

【反乱軍】 平貞盛 vs 平貞盛、藤原秀郷

【官軍】 藤原秀郷、藤原秀郷

【藤原氏系図】

藤原不比等の子：藤原鎌足、藤原原房前、藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原房前の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原武智麻呂の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原宇合の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

藤原原麻呂の子：藤原原武智麻呂、藤原原宇合、藤原原麻呂

二荒山神社は838年創建の由緒ある神社で、最初に必勝祈願をしたとされる秀郷以降も、坂東太郎義家、源頼朝、徳川家康等が祈願したとされています。その後、秀郷は将門討伐の功績により、3月に最高殊勲者として従四位下と下野・武蔵守に、11月には武門の頂点である鎮守府将軍に任命されています。

【栃木の武将『藤原秀郷』】

秀郷についてもう少しだけお話ししますと、秀郷は、藤原鎌足直系の7世で、曾祖父の伊勢守「藤原藤成」が下野国司になったことで下向し、「藤原村雄」の子として890年頃に誕生しました。没年が958年や991年となっていて、正確には不詳とされています。お墓は、佐野市の新吉水町にあります。群馬県伊勢崎市の赤堀にもあるとされており、この辺もあやふやになっています。贈位により、最終的な位階は贈正二位となっています。由縁の場所として、栃木県は、唐澤山神社(城址)や磯山弁財天、長岡百穴や百日鬼通り等があり、東京都は烏森神社等、滋賀県には近江瀬田唐橋等、それ以外にも全国に創建、寄贈、祀られている神社等がたくさんあります。

【忘れ去られた秀郷流藤原氏を伝承し、県民の誇りに】

栃木県立博物館の前副館長で、現在、宇都宮短期大学教授の江田郁夫先生が、著書『戦乱でみるとちぎの歴史』の中で、『結局、秀郷流藤原氏は、忘れられたブランドだということです。(中略)秀郷流のブランド力というのは強調しても、強調し足りないくらい重要だと思います』と書いています。栃木の歴史を知り尽くした先生からもそのように言われるのが「藤原秀郷のブランド」なのです。

6月21日には、県民の日協賛行事として、第4回藤原秀郷フォーラムを開催し、先ほどの小和田哲男先生に、武士の始まりと言われた、忘れられた栃木の武将藤原秀郷の歴史的価値をお話しいただくこととなっています。



私は、宇都宮ブレックスがBリーグ初代チャンピオンとなった時、県民としてすごく誇らしく思えて、この時感じた感動のようなものを歴史でも感じていただけたらいいなと思っています。特に子供達には、「栃木には、藤原秀郷という武士の始まりの人がいたんだよ」ということを伝えて、プライドみたいなもの、誇りに思えるような何かが、一つでも加わればいいなと思って活動しています。藤原秀郷は間違いなく歴史の中で重要な人物ですので、是非オール栃木で応援をお願いいたします。

秀郷にご興味をお持ちいただいたら、是日、藤原秀郷をヒーローにする会のポータルサイトをご覧くださいければ幸いです。

ぼんどう ぶし ぶかん
➡ 坂東武士図鑑 ➡
武士の始まり坂東武士を史実から伝説まで伝えるコミュニティーサイト
<https://bando-bushi.com/>

社会問題委員会 第1回委員会「講演会」

社会問題委員会委員長 吉田 元（関東自動車㈱ 代表取締役社長）



講師：稲葉可奈子 氏

産婦人科専門医・医学博士
みんなパピ！みんなで知ろうHPVプロジェクト 代表
コロワクんサポーターズ
メディカルフェムテックコンソーシアム 副代表
予防医療普及協会 顧問

演題：「HPVワクチンの 最新の動向について」

【経歴】

京都大学医学部卒業後、東京大学大学院で博士号を取得。
現在は、関東中央病院産婦人科に勤務。4児の母。
子宮頸がんの予防や性教育など、正しい知識の効果的な発信を模索中。

日 時：令和3年6月4日(金)13:00~14:00 【ワクチンの有効性】

開催方法：Zoomウェビナー

参加者：84名（Web参加）

【講演主旨】

今回は、子宮頸がんの有効とされるHPVワクチンの最新の動向をテーマとして、ワクチンの正しい情報、最新の動向について知見を深めるために、「みんなパピ！」にて当該ワクチンの情報発信等がされている稲葉可奈子氏を招き、ご講演いただいた。

【エビデンスヒエラルキーについて】

まずエビデンスについてお話をする前に、皆様に知っておいていただきたいのが「エビデンスヒエラルキー」というものです。科学的なエビデンスと一言で言っても、「どのくらい信頼性がある情報であるのか。」ということが非常に重要です。「ただ専門家がそう思うと言っただけの情報」なのか、それとも「多くの研究を検証した結果を言っている情報」なのか、どの程度信頼性が高い情報なのかということが非常に重要になります。もちろん、今回はこの非常に信頼性の高い情報をもとにお話しさせていただきます。

子宮頸がんは、正常な細胞にHPV（ヒトパピローマウイルス）が感染することで発症します。これを踏まえた上で、まず感染そのものをどれくらいワクチンが予防してくれるかと言いますと、HPV（ヒトパピローマウイルス）に感染したことがない人たちにワクチンを接種すると、93%とかなり高い確率で感染を防ぐことができます。次に「異形成」（がんになる前段階）ですが、99%も防ぐことができます。そして、「高度異形成」はガンの一步手前になりますので、もし検診で「高度異形成」が見つかったら、治療をお勧めする段階ですが、こちらについても99%の高い確率で予防することができます。

子宮頸がんは、感染してからガンになるまで10年前後とかなり長い年月をかけて進行していくことが特徴なので、このワクチンがガンを予防する効果が出るということを証明まで時間がかかりました（具体的なエビデンスが無かった）。

そのため、HPVワクチンに対してガンを予防する効果はないという懐疑的なことを言う人たちもいました。

去年ようやく「ニューイングランドジャー

ナルオブメディシン」という医学雑誌（「サイエンス」や「ネイチャー」と並ぶ世界三大医学雑誌の一つ）に、スウェーデンの大規模な研究において「17歳までにHPVワクチンを接種すると、子宮頸がんの発症率は88%予防することができる」ということが掲載されました。これが、もう少し上の年齢での接種になると63%まで効果が落ちます。これにより、実際がんとを予防する効果があるということと、もう一つ、なるべく若いうちに接種することがより有効であるということがわかりました。これは、産婦人科会においては非常にセンセーショナルな研究結果でした。

【ワクチンの安全性】

続きまして、皆さんがおそらく一番気にしていると思われる「安全性」についてです。ワクチンの「副反応」と「有害事象」は必ず分けて考えないといけません。「有害事象」とはワクチン接種後または、薬を飲んだ際に起こったあらゆる全ての良くない出来事のことを言います。因果関係のあるなしは関係ありません。それなので、ワクチンを接種した帰りに交通事故に遭遇したということも「有害事象」に入ります。交通事故はもちろん因果関係はありません。「有害事象」の中でも、因果関係が示されるものを「副反応」と言います。つまり、ワクチンの影響で起きたと考えられるもののことです。

信頼度の高い研究結果として、HPVワクチンを接種した後に起きた「有害事象」について、因果関係のあるなしにかかわらず何か起きたかということ調べたところ、HPVワクチンを接種した人達と接種していない人達との出た症状に差がありませんでした。つまり、明らかにHPVワクチンを接種したことにより増える症状はないということがこの研究からは結論付けられます。

もう一つ、「VAERS（ベアーズ）」というシステムがアメリカにありまして、これは「有害事象」について様々な人からの申告を

一元化して集計しているシステムです。そちらのデータから、HPVワクチンが2,300万回接種された時点の「有害事象」（因果関係の有無は検証していない数字）を検証した結果、問題になった（明らかに多く認知された）「有害事象」は「血栓症」だけでした。ただし、31例中28例が経口避妊薬（ピル）を内服されていたということで経口避妊薬（ピル）の副作用の中に「血栓症」がありますので、「おそらくそちらが原因であり、因果関係はないだろう」と結論付けられております。

次に、大規模な観察研究をいくつか紹介いたします。まず「名古屋スタディー」という日本で行われた最も大規模な研究です。名古屋市で行った研究ですが、一度ワクチンを接種した子達と接種していない子達を比較し、あらゆる症状についての「差」を調べたところ、発症頻度には「差」はないということが確認されております。症状によってはワクチンを接種していない人の方が多岐な症状もありました。

二つ目に、デンマークの研究結果ですが、「自律神経機能障害」についてワクチンを接種した前後で、どの程度症状があるかということ同一人物で検証したものです。ワクチンを接種する前、接種した直後、接種してから数年後、と段階的に調査したところ、HPVワクチンを接種した直後に増えたというわけではないことがわかりました。つまり、もともとそのような症状があり、だいぶ時間が経過してからもそういう症状が継続してあったということは「ワクチン接種との因果関係は否定的である」ということがこちらの研究結果からも結論付けられています。

三つ目に、韓国で行われた研究ですが、HPVワクチンを接種した人と接種していない人の二つのグループを比較した研究においても、「有害事象」の差はありませんでした。そして、先ほどのような同一人物において、ワクチンを接種した前後での発症頻度を見ても、唯一「偏頭痛」が接種した後に若干多かっ

たという結果だけで、こちらも重篤なものではありませんでした。本件についても重篤な「有害事象」については因果関係があるものは特に認められておりません。

最後に、オーストラリアの研究結果です。オーストラリアは子宮頸がんの検診の受診率も高いですし、HPVワクチンの接種率も非常に高い国です。それと、男の子にも接種が推奨されております。そういった国においては、もうまもなく（2028年には）子宮頸がんが撲滅されるだろうと言われております。撲滅といっても、ゼロではなくて十万人当たり4人未満（希少な病気という定義に入る）となり、それぐらい子宮頸がんが珍しい病気になるだろうという事も視野に入ってきております。このように、HPVワクチンの有効性と安全性は世界中の多くの研究で確認がされています。

日本における接種率が上がることが、若い女性の命を（若い女性に限らず女性の命）を救う。救える命を救うということにおいて非常に必要であるということが言えます。

【定期予防接種について】

日本でのHPVワクチンの接種率は低調ではありますが、ずっと前から無償の定期予防接種があります。つまり、小学校6年生から高校1年生の女の子達は無料で摂取することができます。HPVワクチンの定期予防接種は、全3回接種であり、接種完了までに半年程度かかり、高校1年生までの間に接種した分までしか原則助成されません。全3回を無償で接種するには、高校1年生の9月までには1回目を接種する必要があり、それ以降になってしまうと2回目から3回目の分は自費となりますので注意が必要です。HPVワクチンは1回あたり15,000～16,000円と高いワクチンですので、是非無償期間内での接種を視野に入れていただければと思います。対象であれば無償で接種できる定期予防接種があるにも関わらず、10代～50代の女性を対象とした今年の2月に行われたアンケート調

査では、何と約半数の方々が子宮頸がんを予防するワクチンがあると言う事を知らないということがわかりました。つまり、まだまだ情報格差があるというのが日本の現状です。

【日本におけるHPVワクチンの流れ】

2010年に日本に入ってきて、2013年4月に定期予防接種となり、日本全国小学6年生から高校1年の女の子は無償で接種できるようになりました。ところが、その直後に副反応の問題があり、それを大々的に報じる報道、声が毎日のように上がっていました。多くの皆さまの記憶にも残っているかと思います。それらを受けて、2ヶ月後の2013年6月（8年前の6月14日）に、厚生労働省が定期予防接種の積極的勧奨を一時差し控えるという方針に変えました。その後、これまでご紹介してきたような安全性や有効性を確認できるデータが世界中から毎年のように出てきており、それを受けて学会も度々声明（要望）を厚生労働省に出していましたが、積極的勧奨差し控えているという方針は変わらない状況が続いておりました。

しかし、去年はかなり動きがありました。「9価のHPVワクチンが承認」となったことや、10月には各自治体が接種対象者に個別通知（リーフレット等の情報）を発信する通知が出されました。その他、男性にもHPVワクチンの適用が拡大される等少しずつ動きが出てきております。特に、「自治体からの通知」は影響が大きく、去年の冬頃から少しずつHPVワクチンについての問い合わせが増加傾向にあります。

【みんパピ！について】

2013年に接種率の低下したことを受けて、私たち産婦人科医も正確な情報を伝えていきたいと思い啓発活動を行って参りましたが、産婦人科中心の啓発活動では限界がありました。理由として、接種対象年齢の子達が産婦人科を直接受診する年齢ではないことです。中学生ぐらいの子達は何かあれば診療に行く

のは小児科であり、「定期予防接種に関して誰の意見を信頼しますか」という調査を行った際にも「信頼するのはかかりつけの先生」という声が一番でした。加えて、人間は特に不安を感じている人に対して、エビデンスだけを真正面から伝えても不安は払拭されないものであり、エビデンスだけでは行動変容はされないというところが一つで悩みの種でした。そこには、行動科学の知見というのにも必要になってくるため、産婦人科だけではなく小児科や行動科学の専門家が集まり、去年に「みんなパピ！みんなで知ろうHPVプロジェクト」という団体を立ち上げました。

啓蒙活動の中で、直接接種対象者や保護者への働きかけが重要であると理解しておりますので、私たちの活動でも対象者自身に届くように、例えばかかりつけの医師からの声掛けや学校等教育現場への働きかけ、対象者が分かり易い情報発信を行っております。

一部活動内容の紹介なのですが、小児科の先生達に向けたフライヤーがあります。ワクチンに対しての不安を払拭するための説明は時間がかかるため、外来診療の中で、一人一人に時間を割くことは困難です。このフライヤーは、安全性に関して特化した説明した内容となっております。外来で来た患者へ参考情報として配布してもらっております。これらの資料はリクエストがあった病院に「みんなパピ！」から無償で送らせて頂いており、全国47都道府県に66,000枚以上配布し、利用していただいております。

その他、全国の中学校・高校の啓発に使用できるようなパンフレットとポスター等も学校向けに配布させて頂いております。こちらもリクエストがあれば各学校に無料で送るようしております。

コンテンツは全て「みんなパピ！」と検索していただくとホームページが表示されますので、パンフレットも含めて全て無料でダウンロードできるようになっております。

【最後に】

なぜ「子宮頸がんは予防できる」ということをお伝えするのかというと、子宮頸がんはこれまでもお伝えした通り、そもそもの原因がウイルス感染によるものなのでワクチン接種により、子宮頸がんにかかるほとんどの感染リスクを下げることができるからです。

万が一、ワクチンで予防できないウイルスに感染したとしても、異常が出始めたところでしたらと定期検診を受けていれば、「がん」になる手前で見つけることができます。つまり、一次予防の「予防接種」と二次予防の「がん検診」とではほぼ子宮頸がんは予防できます。

子宮頸がんになってしまうと20代～40代という若い世代で発症することが多いため、これから結婚・妊娠・出産を考える時に子宮頸がんと診断されてしまう方もいらっしゃいますし、出産したばかりのママが子宮頸がんで亡くなってしまうこともあります。海外ではマザーキラーと呼ばれている病気です。

子宮頸がんと診断される方は年間1万人近くおります。そして、毎日約8人の女性が子宮頸がんを命を落としております（救えるはずの命が年間約2,800人）。

それを予防することができるということは非常に大きなことだと思っております。命は助かっても、大きな後遺症が残る手術をすることもありますし、子宮を残すことができたとしても早産のリスクが上がることもあります。その他、「がん」になる手前で見つけることができたとしても数ヶ月毎に診察台で検査を受けなければいけないというのは、女性にとって非常に苦痛なことですし、数か月毎に「もし進行していたらどうしよう。」という不安との戦いもあります。前癌病変ですらも予防できるに越したことはないのです、ワクチンの重要性が分かるかと思えます。

そうは言ってもやはり不安だと思われる方もいらっしゃるかと思えます。子宮頸がんになるリスクというのが1万人あたり132人。

一方で重い有害事象が起こるかもしれないといった（一時的なもの、関係ないかもしれないものも含んだ）数字は1万人あたり5人でその9割は回復しています。「接種することによるリスク」と「接種しないことによるリスク」ということを真剣に考えていただければと思います。

繰り返しになりますけれども、子宮頸がんはHPVワクチンと検診で予防することができます。そして、HPVワクチンの安全性と有効性というのはしっかり確認されています。エビデンスも十分です。国の積極的勧奨を差し控えられているからこそ、伝えられるところから伝えていく必要性というのが今あるかと思っています。

誰もが恩恵を受けられるものであるにも関わらず、「情報格差」が「健康格差」に繋がってしまっている状況を、産婦人科医としても母としても見過ごすことができないという気持ちで日々こういう活動しております。

まずは、「知ってもらいたい」ということで、栃木の学校、メディアや職場で検診をすすめる、または、栃木の医師からワクチン接種についての声掛けを行う等、様々な形で少しずつでも支えていくことできると思います。

是非、栃木県から子宮頸がん撲滅というような取り組み（栃木モデル）を発信して頂けたら非常に嬉しく思います。

ご清聴ありがとうございました。

【質疑応答】

Q 1：HPVワクチン接種について男性にはどのような効果があるか。また、男性には無償定期予防接種は可能か。

A 1：男性にも大きく分けて二点に有効。

①男性自身の病気の予防ができる。具体的には、中咽頭がん、肛門がん、陰茎がん予防が可能。尖圭コンジローマ（性感染症）の予防に効果あり。

②HPV自体は男性も感染する。主に性交渉で感染するウイルスのため、男性が接

種し感染を予防することにより女性への影響を軽減する効果がある。日本全体の集団免疫にも繋がる。また、男性に定期予防接種はない。自費での接種になる。

Q 2：2価、4価、9価とワクチンに種類があるが何が違うのか。

A 2：HPVは約200種類ある。その中で子宮頸がんの主な原因になる16型と18型を予防できるのが2価ワクチン。2価ワクチンの効果に加え、尖圭コンジローマの原因となる6型、11型を予防できるのが4価ワクチンであり、日本ではこの4価が主流（無償の定期予防接種は4価ワクチン）。9価ワクチンは、4価ワクチンの効果に加え、子宮頸がんの原因となる5つの型が予防でき、HPVが原因となり発症する病気のほとんどをカバーすることが可能。しかし、先ほどの講演でもお話した通り、17歳までに4価ワクチンを接種すると88%予防できるというスウェーデンの研究結果より、定期予防接種（無償）ができるのであれば4価ワクチンで十分。（効果的には9価ワクチンの方が高いが、約10万円程度と値段も高く、効果の上乗せもそれほど大きくはないため）重要なのは初めての性交渉前に接種すること。

Q 3：ワクチン接種についてある程度年齢を重ねてからの接種は有効か。

A 3：26歳まではコスト等を勘案し有効性が勝るとは言われている。それ以上の接種は効果がないわけではないが、コスト等を勘案すると有効性は低くなる。既に結婚されているとか生活スタイルが固まっている方はそこまで必要はないと思われる。男性も考え方は一緒、若いうちの方が効果は高い。

Q 4：講演の中で全国の学校に啓発資料（パンフレット等）を配布したとおっしゃっていたが、栃木県内の学校は含まれていたか。

A 4：全国の学校に送られる「学校新聞」の中にポスターを入れさせてもらったので栃木県の中学校高校にも届くはずです。

社会貢献活動推進委員会 第1回委員会

委員長 田村 晃 (株アイディ代表取締役)

期 日：令和3年6月17日(木)15:30~17:00

場 所：栃木県産業会館8階 大会議室

参加者：13名

当委員会では、「持続可能な社会を創造する担い手の育成～産学官連携体制の構築に向けて～」をテーマに調査・研究を進めている。第1回委員会では、キャリア教育先進県である秋田県の取り組みと本県の施策についてを中心とした話し合いが行われた。



【本県の現状と課題】

- ① 担い手不足
- ② 地元愛
- ③ 学力

【秋田県での取り組み】

- ① 秋田県教育委員会
ふるさと教育の推進やキャリア教育の充実を実行している。地域に根ざしたキャリア教育を充実させるため、学校間・校種間における連携を推進している。
- ② 大館市教育委員会
『おおだて型学力』、ふるさとの未来を切り開く総合的人間力を育成するための取り組み『ふるさとキャリア教育』を行っている。
→百花繚乱作戦、子どもハローワーク
- ③ 大仙市教育委員会
2017年に『大仙教育メソッド』がスタート。

キャリア教育の推進としては、『大仙ふるさと博士育成事業』を行っている。

一昨年視察に行った福井県や、今年度視察を予定している秋田県は、義務教育の段階から地域に触れる機会が充実している。本県と教育先進県との大きな違いは、義務教育におけるキャリア教育の機会が圧倒的に少ないことである。

【出された意見等】

- 本県の義務教育におけるふるさと教育は、学校や地域によって差がある。
- 秋田県のようにしっかり前を向き、地域の子どもたちを育てる熱意があるといい。
- 秋田県や大館市は、人口の減少に対する危機感がとても強い。幼い時から町を愛し、いろんな仕事の大切さということを認識して地域を支えてもらいたいという一心である。大仙市や大館市が秋田県の代表となり、非常に活躍している。日本の最先端のことを自分たちで学んで実行している。栃木県も、秋田県の取り組みを参考にしながら近づけたら素晴らしい。
- 栃木県の小学校・中学校・高校は、どのような児童・生徒になってほしいと思って取り組んでいるのか。こういう風な人間になるということが、生きていく上で大切なんだよということが、大仙市や大館市でどのように徹底しているのかとても興味がある。
- 転出を防ぐことから考えると、やはり大学設置が欠かせないのではないかと。高知工科大学や福知山大学など、私立大学が公立大学になり、成功している。転出よりも転入の効果が出てきているので、真剣に考えていく、あるいは県や市に提言していくことが必要なのではと考えている。
- 地域をよく知っている方々と、都心にある



企業がコラボレーションしながらビジネスを作っていく社会になってくる。その土壌づくりに協力できたらと思う。そのような仕組みができると、優秀な人材が戻って来るといふ循環になればよい。

- 本当に素晴らしい歴史と伝統のある文化芸能があるのに子どもたちは知らない。もっと子どもたちにPRしながら、現状に合うようなキャリア教育を入れていくとよい。
- 学校の問題だけではなく全体で、企業内教育、県内企業のキャリア教育、実態とかも調べながら、学校とタイアップしていかないとならない。教育の問題を一度に解決するのは難しいから、課題を一つひとつ解決してランクを上げていくという取り組みを、栃木県教育委員会に同友会としてアピールしながらやっていかないとならない。
- 鹿沼市では、企業マップを作り、市内の中学校・高校全てに配布している。自由に企業を見て、体験してみたいという中学生が来て、製造の現場での実習をずっと行っている。また、地元企業で高卒の子どもたちを毎年採用しているが、学校の先生がその企業を知らないで紹介ができないので、我々企業も絶えず宣伝する必要があると思う。
- 大学においてもインターンシップ制度を設け、地元企業をはじめ様々なところに実習に行くことができれば、地元企業の良さを理解できる。特に普通科高校、大学生のインターンシップを産学官連携で行うことで、地元で就職を考える若者も増えるので

はないか。初めての試みなので大変だとは思いますが、きちんと自分の適性や地元企業の良さ・素晴らしさを考えると、進路の選択肢も増えてくる。

- 福井県では、若手教員と経済界の交流活動がある。栃木県でも交流を促進できたら、地域の情勢が教員に伝わり、教員から生徒たちに伝わっていくのではないかな。

【報告事項・その他】

1. 講師派遣事業について

- 同友会ホームページに、活動の様子が分かるように、実施校ごとに掲載をした。
- 少人数グループでの講義依頼が増えているので、派遣講師の人数は増えている。
- 生徒たちだけではなく、教員や保護者にもぜひ聞いてほしいので、再周知をする際には、そのことにも触れて行う。

2. とちぎ子どもの未来創造大学

- 昨年度のスタートアップ講座はコロナの影響で中止となり、本物体験講座のみの開講であった。

講師派遣事業、とちぎ子どもの未来創造大学については、順次案内をさせていただく。ぜひともご協力お願いしたい。

3. 教員採用選考試験面接委員推薦について

- 皆様のご協力をお願いしたい。



国際化推進委員会 第1回委員会

国際化推進委員会委員長 石川 尚子 (オリオンコンピュータ株式会社 代表取締役)

講師：松金 公正 氏



宇都宮大学 国際学部教授

演題：「持続可能な地域創生につながる外国人材の採用・定着・共生について」

【研究分野・専門分野】

史学／東洋史 (中国・台湾宗教社会史、植民地史)

【経歴】

2021年～現在 宇都宮大学 副学長
(グローバル戦略、学生支援、基盤教育改革担当)
2021年～現在 宇都宮大学 基盤教育センター長
2015年～2021年 宇都宮大学 学長特別補佐
2011年～現在 宇都宮大学国際学部 教授
2007年～2011年 宇都宮大学国際学部 准教授

日時：令和3年6月24日(休)15:00～17:30
会場：産業会館 大会議室
参加者：24名

当委員会では「グローバル人材に選ばれるとちぎづくり～県内企業の活力に繋がる外国人受入体制構築に向けて～」のテーマのもと、第1回委員会を開催した。

【石川委員長 開会挨拶要旨】

外国人材の受入れは、コロナウイルスの蔓延により低調ではあるものの増加し続けているため、外国人材受入れに伴う課題解決は必要不可欠である。本日は宇都宮大学国際学部の松金教授に『持続可能な地域創生につながる外国人材の採用・定着・共生について』と題してご講演いただき、栃木県の留学生の実態や、留学生の思いについて学ぶ貴重な機会としたい。

【第1部】講演会

講師：宇都宮大学国際学部

教授 松金 公正 氏

《SNS利用による留学生の変質》

最初に、近年のSNSの普及にともない、

留学生と留学先の日本人との関係が大きく変質していることを皆様にご理解いただきたいと思います。SNSが利用されるようになった当初、日本の大学や地方公共団体は、留学生がSNSを使用して様々な情報を入手し日本人コミュニティとコミュニケーションを上手とることができるようになるのではないかと考えていましたが、実はそうではないのです。特に中国人留学生は留学先の日本人コミュニティと積極的にコミュニケーションを取らないという研究報告があります。栃木県の企業が高等教育を受けた外国人を雇用のターゲットにする場合、現時点では中国人の数が多いため、ここでは中国を例にお話したいと思います。元々SNSのない時代、例えば本国の中国人の友人や家族と連絡を取り合うためには電話をするしかなく、お金がかかるため簡単に連絡が取れる状況ではありませんでした。そのため、頼りになるのは在日の中国の友人で、それよりも頼りになるのは日本人の友人でした。ところがSNSが普及したことにより、本国の中国人の友人や、在日の遠い場所にいる中国人の友人、そして何よりも家族と簡単に連絡が取れるようになりま

した。毎日頻繁に連絡を取ることで時間がかかるため、日本人の友人とコミュニケーションをとる必要性が減っているということが起きています。また、留学生はSNSを使い分けています。例えば中国人留学生は、来日後も微博等中国で使用していたSNSを日常的に継続して使う傾向にあり、FacebookやLINEは教員や研究室との連絡などを除いてほとんど使わず、フォーマルなSNSとの認識があるというアンケート結果があります。日本人にとって微博はなじみがなく、LINEは全くフォーマルでないと思いますが、留学生は教員と話す時に使用するSNSがLINEであるためフォーマルと感じています。このようにSNSを使い分けることにより、留学生が来日後生活している場所で多くの人と関わり合っていた状況から、元々自分の人間関係があった場所と関わっていくようになります。それぞれの国によって異なりますが、中国人留学生に関しては、あまり日本と密着したコミュニケーションをとらない方向に進んでいます。

《留学生はどこから、どこに、どのくらい？》

留学生の総数は、2019年には30万人を超えてニュースになりましたが、2020年には久しぶりに減り279,597人でした。留学生と一言で言っても様々な留学生がおり、所属している場所も目的も様々です。

出身国・地域別留学生数を2019年と2020年で比較すると、極端に減少した国はベトナムで11,156人減です。インドネシアやバングラディシュ、中国に関しては大きな減少は起きていません。2020年の出身国・地域別留学生の割合は、中国が一番大きく、続いてベトナム、そしてネパールで、この3つの国で全体の3/4を占めています。国立と私立での大まかな傾向としては、学部では私立、大学院では国立に所属しています。また留学生の専門分野としては、文系が多くなっています。

次に地域別留学生数を見ていきます。栃木

県は2,948人、東京は約10万人で圧倒的に東京が多いですが、関東と東京を合わせると全国の留学生の50%を超えるため、東京近辺に多くの留学生がいることになります。そのため栃木県は日本全体から考えると留学生が極めて少ない所ではなく、どちらかというところが多い所という認識を持っていただいて良いと思います。令和3年、雇用の候補者になる栃木県内の約1,000人の留学生のうち、約600人が中国の留学生です。留学先を生活圏とし日本人コミュニティとの連携を密にしようとする中国人留学生はもちろんいます。しかし中国人コミュニティだけで生活を送る学生は少なく、就職活動においては、東京の中国人コミュニティから情報を得て東京で就職してしまう現実があることを理解しておいた方が良いでしょう。そのため、中国人留学生に限ったことではないですが、最初にお話したSNSを使い栃木の魅力を留学生に発信し、我々が留学生に関心を持っている姿勢を出す必要があります。

宇都宮大学の卒業・修了生の進路は、学部生については16人中進学が5人、就職が4人（栃木に就職した留学生は2人）、活動継続（卒業した後就活をする）が1人、帰国が6人です。以前に卒業後帰国する留学生に理由を聞いたところ、一番の理由は家族から帰ってくるよう言われたことでした。活動継続は大学院生に多く、これは日本の就活の時期に関係します。日本の就活は春に始まり、4～6月頃から内定が出始めます。インターシップはもっと前から始まっており、早々に就活を始めようとする、勉強や研究に集中できないため、就活を辞めてしまう留学生も大勢います。論文を提出した後、再度就活を始めますが、当然なかなか就職できません。しかし就活をするために特定活動ビザを取得し、日本にいる期間を半年延ばすことができます。そのため留学生は3月に卒業した後、特定活動ビザで伸ばした期間に就活すれば良

いという感覚を持っています。それも熱心に勉強や研究をしたいと思っており、かつ日本でしっかり働きたいと思っている留学生はその傾向が強いです。



《留学生の想いに近づくために》

まずは状況を把握することが大切です。本日はパーソル総合研究所が2020年の2月から3月に行った調査を使用しお話しします。まず日本人学生と留学生の就活情報源の差異について、留学生が1番活用しているのは企業・口コミサイト以外のWebサイトです。日本人学生は複数の情報を一度に入手するサイトをよく見ているが、留学生はダイレクトに自分たちに訴えかけてくるサイトを見えています。また留学生は日本人学生がほとんど読まない業界新聞から情報を入手しているようです。就活の方法として妥当かどうかは別にして、留学生はある程度範囲を絞って集中的に調べているため、日本人の就活とは違う傾向があることが分かります。

次に留学生が就活の際にどのような違和感があると答えているのかについて紹介します。日本企業の人事に関して50%以上の留学生は「定年までの雇用が前提であること」「昇進が遅い」「希望していない形の転勤異動」「入社後に配属部署が決まる」「勤続年数に応じて賃金上がる仕組みがある」ことに違和感があると答えています。採用基準については、「頑張ってきた成績が重視されない」「修士号・博士号が就職に有利にならない」ことをあげています。日本の就活のあり方については、リクルートスーツや内定出しのタイミン

グなどに違和感があると答えています。大学としては、これらの違和感に対しうまく留学生に伝わっていないところをいかに伝えていくのがポイントだと思います。

次にどのように就活を展開していくかについての回答は以下のようになっています。日本人学生は例えば130単位が卒業単位であれば130単位しかとらず、勉強が好きだから150単位を取ろう、200単位をとろうという人はあまりいません。内定についても、1個内定を取ったからそこに決めてしまう日本人学生は結構います。対して留学生は、内定を複数取って就職先を選ぶ傾向があります。

入社後、留学生がどのように働きたいと考えているのかについては、「将来独立したい」「責任ある仕事を任せたい」という回答が多くなっています。また、「名前の知られた会社で働きたい」と考える留学生はとて多く、日本で働くことを親に認めさせることと関係しているようです。一方、日本人学生は「リストラがない会社で働きたい」「自分にとって働くことはお金を得る手段に過ぎない」という回答が多いです。日本人学生と留学生の双方ともに多い回答は「同僚との雰囲気の良い職場で働きたい」「自分の可能性が広がる仕事がしたい」で、こちらは戦略的に企業のアピールポイントにするとよいのかもしれない。

留学生はどうしてほしいのか、入社後の不満、また入社後求めるサポートや配慮を聞いたデータがあります。「労働時間が長い」が51%、「サービス残業が多い」が42%、「休暇が取りにくい」が38%で、逆に考えると例えば62%の留学生は休暇が取りにくいことを不満だとあまり感じていないということです。よく留学生を雇用すると、権利ばかり主張して困るというイメージがありますが、意外とそうともいえません。また、お金よりも生活の仕方に対する不満が大きいことが分かります。

留学生が入社後必要とするサポートや配慮

については、研修を実施してほしいという要望が非常に多いです。日本人学生は研修より福利厚生について質問しますが、留学生は研修や研鑽の機会がどのくらいあるのか質問してくるという結果です。また仕事で使う日本語や日本文化の理解に不足を感じたり、日本の雇用に関する基本的知識に不安を感じたりしている留学生は多いです。コミュニケーション支援については「同僚とコミュニケーションを取れる機会があること」を挙げており、同僚と仕事が終わった後に食事や飲む機会を設けたいか聞くと日本人より留学生の方が設けたいと思っています。みなさんの留学生のイメージと違うのではないのでしょうか。また「日本語以外で対応してくれる相談窓口がある」という点は切実であり、会社だけではなく地方公共団体等、様々な場所に置いてほしいと思う留学生が多いようです。

《おわりにー定着までどのくらいー》

ここまで、どちらかという雇用者ではなく、被雇用者である留学生の立場から話をしてきましたが、採用から定着までは遠い道のりだと思います。

データにおける様々な解析に基づいて考えると、採用時に留学生が仕事をどういうものと理解しているのか、職業適性を確認することが極めて重要と考えられます。そうしないとミスマッチが起り、早期離職につながる可能性が高くなります。また日本文化をある程度理解しこれからも理解しようという意向があるかどうかについても、確認した方が良いでしょうと思います。また、企業組織への理解の深化は、留学生にとってあらかじめ自分で確認して入社するのではなく、入社後に研修やサポートで対応してほしいというデータになっています。この点に注目すると、採用前のインターンシップは非常に重要で、留学生にはインターンシップで職業と日本文化に対する理解を深めてもらうことが大切なポイントになります。そして、採用後は明確な基準に基

づき、しっかり評価を与え、結果の如何と待遇を関連づければ、パフォーマンスも上がり、継続的な就業に繋がっていくのです。つまり、留学生の雇用において最も重要なポイントは、「研修」と「配慮」なのです。

最後に留学生を採用しようとした場合、企業への定着についてどのような視点を持つことが重要かという点についてお話ししたいと思います。

まず、採用にあたっては、留学生が日本の就活と企業の採用についてどのようにとらえているかを理解する必要があるかと思えます。自分が持つ能力やこれまで学んだことを示せば企業は採用の是非を判断できるはずなのに、なぜ2時間かけて東京まで行って面接を何回もするのか。そんな手間は研究している中で負荷が高いし、そのような会社は信じられないと思ってしまう留学生は少なくありません。留学生に対して、日本の就活の意義を何とかして伝えるのも大学の役割だと思っています。加えて日本の会社で働くことと自分の国の会社で働くということに差があることを大学で理解させなければならないと思います。他方、日本文化への理解の状況を確認する必要もあります。異文化体験は自分が体験できれば良いのでそこに辛さは伴いません。一方、異文化コミュニケーションは、相互の誤解や無理解を克服しなければならないのでストレスや軋轢が生じるのですが、その状況をなんとかクリアする方法を大学等で身につけさせなければ、とても企業では耐えうる人材にはなれないと思います。いずれにしても、ある程度の異文化コミュニケーション能力の有無を企業側ではかる必要はあるかと思えます。

次に定着については、どのような状況を定着と捉えればよいかということについてお話ししたいと思います。私は、定着ということはそのまま終身雇用を意味する言葉ではないと思っています。留学生が日本でのキャリア形

成をどのくらいのタイムスパンで考えているかという、10年から15年という答えが多いです。10年は終身で考えると短いですが、ひとつのプロジェクトを成し遂げたり一緒に働いたりすることを考えると、そこまで短い時間ではないと思います。そして留学生は、10年の経験を踏まえて帰国し起業すること、もしくは別の会社へと展開することを考えています。それを踏まえると、企業側が外国人でも10年間しっかり働くことができる環境を準備することが重要で、そのような中、企業の一員としてプロジェクトに関わり成果を出すということではないかと思っています。

企業側が活躍の場を準備するにあたっては、ポイントが3つあります。一つ目は一から教えるのではなくて業務によって必要なレベルをサポートしながら成長させるような言語サポートを行うこと、二つ目は異文化体験ではなくて異文化コミュニケーションに繋がるようサポートすること、三つ目はキャリアをどのように展開させていくかを示すこととなります。留学生をサポートする体制を大学や地方自治体や企業が連携して作り上げることが肝要かと思ひますし、そうすることによって地域への還元が可能となるのではないかと個人的には思っています。

外国人がある一定期間しっかりした目的を持ってそこにいる人たちと非常に強くコミットし、地域の為に何かしていくという状況を作り出すのは難しいので、現状のままでは定着はなかなか難しいかもしれません。だからこそ大学、企業、地方公共団体等の連携の中に留学生を置き、地域と一緒に一つの括りを作っていく必要があるのではないかと思っています。

大学では留学生に対し、異文化理解の基本として日本を理解するというのは単なる積み重ねではないという話をしています。我々は外国や異文化に対してイメージを持ちますが、それはその国におけるいわゆるステレオ

タイプで、そのままでは現実と乖離してしまうので、それを少しずつ削り、実際に自分が生きている場所を理解していく、それが異文化理解であるという話をしています。ですので留学生には、栃木県をこういう場所だと知るためにインターンシップに参加してもらい、栃木県の企業人と交流する中で栃木へのイメージを深めてほしいと思っています。その上でそのイメージを少しずつ削り、削りすぎたらまたくっつけて、栃木に対しての愛着と留学で学んだことを活かすという志向性を構築してほしいと思っています。ぜひ本日も集まりの皆さまには、留学生を地域に欠かせない存在として、栃木全体で育てていき、少しでも共生に近づくためにご協力いただければと思っています。

拙いお話で大変申し訳ございませんでした。以上で私の話とさせていただきます、ありがとうございました。



【第2部】委員会活動について

令和3年度の委員会活動について、提言に盛り込む軸と具体的な活動内容を共有した。

軸① 外国人共生社会の実現

「地域の活力につながる外国人材受入と活用」に成功した事例調査」「先進事例と栃木県の施策・取り組みの比較」により改善点を洗い出す。

軸② 地域の活力につながる外国人材の定着

県内企業で働く外国人材と県内大学に通う留学生へヒアリングを実施し、真のニーズと現在の施策とのギャップを洗い出す。

会 務 報 告

2021年 4月～ 2021年 6月(敬称略)

内 容 ・ 日 時	議 事 ・ 報 告 等	出 席 者
第 1 回企画運営委員会 令和 3 年 4 月 19 日(月) 15 : 30 ～ 17 : 00	検討事項 (1) 令和 3 年度サマーセミナーについて (2) 常設委員会のあり方検討について 報告事項 (1) 委員会・研究会の活動状況について	22名
第 1 回産業政策委員会 令和 3 年 4 月 28 日(水) 15 : 00 ～ 17 : 00	議 事 (1) 委員長挨拶 (2) 活動の振り返り (3) 今後の活動方針 (4) グループ討議 (テーマ共有) (5) その他	29名
第 1 回幹事会 令和 3 年 5 月 17 日(月) 16 : 00 ～ 16 : 30	検討事項 (1) 令和 2 年度事業報告について (2) 令和 2 年度決算について 報告事項 (1) 令和 3 年度第 1 回講演会について	34名
第 1 回理事会 令和 3 年 5 月 17 日(月) 16 : 35 ～ 17 : 00	検討事項 (1) 令和 2 年度事業報告について (2) 令和 2 年度決算について (3) 令和 3 年度総会の開催について (4) 幹事の選任について (5) 会員の新規入会について 報告事項 (1) 令和 2 年度下期理事の業務執行状況について (2) 会員の異動について	14名
第 2 回産業政策委員会 令和 3 年 5 月 25 日(火) 15 : 00 ～ 17 : 00	議 事 (1) グループ討議 (2) まとめ (各グループリーダー) (3) 県との意見交換会の振り返り (4) 委員長挨拶 (5) その他	32名
第 3 回産業政策委員会 令和 3 年 6 月 22 日(火) 15 : 00 ～ 17 : 00	議 事 (1) グループ討議 (2) まとめ (各グループリーダー) (3) 委員長挨拶 (4) その他	31名
第 2 回理事会 令和 3 年 6 月 23 日(水) 15 : 50 ～ 16 : 00	検討事項 (1) 筆頭代表理事、代表理事及び専務理事の選定について (2) 名誉理事の委嘱について (3) 特別功労者について (4) 会員の新規入会について	14名

中学校・高等学校への講師派遣事業

(実施順、敬称略)

○益子町立益子中学校（2年生）			聴講者数
6月2日(水)	(株)オニックスジャパン 日本放送協会 宇都宮放送局 (株)古口工業 三信電工(株) (株)開倫塾 医療法人北斗会宇都宮東病院	代表取締役 大西 盛明 局長 黒崎めぐみ 代表取締役 古口 勇二 代表取締役 名村 史絵 代表取締役社長 林 明夫 相談役 森田 一穂	94名
○栃木県立矢板東高等学校・定時制（全学年）			聴講者数
6月10日(木)	(株)開倫塾	代表取締役社長 林 明夫	30名
○真岡市立真岡東中学校（2年生）			聴講者数
6月21日(月)	(株)アオキシントック	代表取締役CEO 青木 圭太	120名
○鹿沼市立加蘇中学校（2年生・教職員・保護者）			聴講者数
7月2日(金)	(株)アイディ	代表取締役 田村 晃	70名

新しい仲間たち

●新入会員（敬称略・氏名50音順）

・令和3年6月23日 令和3年度第2回理事会での新規入会者



たかはし けん
高橋 研
学校法人大原学園
大原簿記情報ビジネス医療専門学校宇都宮校
大原スポーツ公務員専門学校宇都宮校
校長

紹介者 今村 紳一

●会員の交代（敬称略・氏名50音順） ※令和3年8月末までの交代



えんどう えいち
遠藤 栄一
遠藤食品(株)
代表取締役社長

変更前 遠藤 栄



しもやま こうじ
下山 孝治
とちぎんT T証券(株)
代表取締役社長

変更前 菊地 正敏

※令和3年8月末現在の会員数は269名、準会員数は8名です。

引続き会員増強にご協力願います。

(公社) 栃木県経済同友会行事予定

日・曜日	9月行事 (内容)	
7日(火)	企画運営委員会	場所：Web 時間：15：00～17：00 担当：篠原
29日(水)	第5回産業政策委員会	場所：総合文化センター 時間：15：00～17：00 担当：内野
日・曜日	10月行事 (内容)	
13日(水)	モーニングセミナー	場所：宇都宮東武ホテルグランデ 時間：未定 担当：黒崎
20日(水)	第3回理事会・幹事会	場所：ホテルニューイタヤ 時間：未定 担当：新井
23日(土)	第2回ゴルフ大会	場所：桃里カントリー 倶楽部(栃木市) 担当：渡邊
日・曜日	11月行事 (内容)	
10日(水)	モーニングセミナー	場所：宇都宮東武ホテルグランデ 時間：未定 担当：黒崎

上記の予定は、8月20日までに確定しているものです。

開催未定の行事につきましては、確定次第、所属の委員・会員の方にご案内いたします。

栃木県経済同友会事務局 TEL 028-632-5511 ホームページ <http://douyuukai.jp>



《編集後記》

夏号では4月から6月までの活動を掲載しております。新型コロナウイルス感染拡大が続く中、皆様のご協力を得て感染防止対策をしながら、総会や講演会、各委員会活動など様々な活動を行って参りました。

8月20日から栃木県が緊急事態措置区域に指定されたことにより、今後はWeb等を活用した非対面での活動が中心となります。制限がかかる状況ですが、試行錯誤を重ね継続して活動できるように努めます。

私事ですが、外出自粛のため自宅で楽しめる趣味として刺繍を始めました。このような状況下でも新しいことに挑戦し、日常を豊かにしたいですね。蒸し暑い日がまだまだ続きますが、皆様どうぞご自愛ください。 (M. S)



夏 号
SUMMER
2021.8

令和3年8月 発行

公益社団法人 **栃木県経済同友会**

〒320-0806 栃木県宇都宮市中央3丁目1番4号
栃木県産業会館8階

T E L.028-632-5511(代) F A X.028-632-5500

U R L <http://douyuukai.jp/>