

# 地域活性化フォーラム in 道北

## 報告書

～「産官学金労言」の連携強化で地域社会を豊かに～



**日時** 2016年9月24日(土) 13:30～16:30  
**場所** 道北経済センター「大・中ホール」(北海道旭川市常盤通1丁目)  
**主催** 連合北海道  
**共催** 連合北海道上川地域協議会  
旭川ウェルビーイング・コンソーシアム

**後援** 北海道上川総合振興局、旭川市、旭川商工会議所、北海道中小企業家同友会道北あさひかわ支部、旭川市教育委員会、北海道新聞旭川支社、あさひかわ新聞、(株)ライナーネットワーク、旭川信用金庫、北海道労働者福祉協議会上川ブロック労福協、北海道労働金庫旭川支店、全労済道北支店

# プログラム



## 第Ⅰ部 基調講演

### ■ 『デザインとものづくりによる地域活性化』

旭川家具工業協同組合 代表理事 渡辺 直行 氏

### ■ 『道北の未来に向けて我々ができること -大学と企業の視点から-』

旭川大学経済学部 教授 江口 尚文 氏

## 第Ⅱ部 パネルディスカッション

[テーマ] 「『産官学金労言』の連携強化で地域社会を豊かに」

① 若者の課題と役割 ② 地域連携の課題と役割

コーディネーター	旭川ウェルビーイング・コンソーシアム	竹 中 英 泰 氏
パネラー	旭川家具工業協同組合 代表理事	渡 辺 直 行 氏
	旭川大学経済学部 教授	江 口 尚 文 氏
	旭川市子育て支援部母子保健課 課長	阿 保 理 恵 子 氏
	旭川まちづくりプランコンテスト 実行委員長	浅 沼 大 樹 氏
	旭連合北海道上川地域協議会 会長	三 村 勉 氏





司会

<連合北海道 斉藤副事務局長>

みなさん、こんにちは。ただいまより「地域活性化フォーラム in 道北」を開催致します。私は本日司会を務めます連合北海道副事務局長の斉藤でございます。どうぞ宜しくお願い致します。

それでは早速ですが、開催にあたりまして本フォーラムの主催者になります連合北海道会長の出村良平より一言ご挨拶申し上げます。

主催者あいさつ

<連合北海道 出村会長>

みなさん、こんにちは。連合北海道で会長をしています出村と申します。開催にあたりまして、一言ご挨拶を申し上げたいと思います。

まずは台風 10 号をはじめとして4つの台風が北海道を襲いまして、大変多くの皆さんが被災されました。心からお見舞いを申し上げますとともに、この上川中部は南富良野町が大きな被害を受けまして、多くの皆さんがボランティアとして復帰に向けて取り組んでいただいております。上川地協としても多くの皆さんに参加していただいて、ご健闘していただいております。本当に感謝申し上げます。ありがとうございます。

そしてまた今日は「地域活性化フォーラム in 道北」ということで、この旭川の地で開催させていただきました。産・学・官と今までいっておりましたが、さらに労・金・言といろいろな団体が力を合わせて地域の経済を豊かにしていく、そんなことが問われていると思っています。そんな意味で今日はフォーラムを開催していろいろ意見交換ができればという趣旨で行わせていただいております。大変お忙しい中、今日は西川市長にもおいていただきました。ありがとうございます。またこの後、講演やパネルディスカッションを行います竹中先生、そしてカンディハウスの渡辺会長さん、そして多くのパネラーの皆さんにお越しいただきました。本当にありがとうございます。

さて、私たち連合は、常日頃から働く者、労働者の労働条件の改善、春闘期では賃金の引き上げを中心として様々な取り組みを行っています。特に今年の春闘では、私たちの内部でも大手と中小とでは格差が広がっています。この格差是正について取り組みを進めてきているところです。

しかし、この格差は広がる一方で、すでに働く者の4割が非正規の労働者になります。20年前は2割程ですから、増加している状態です。そしてまた、子どもたちの6人に1人が貧困という状況で、こんな社会は変えていかなければならないという思いで常日頃運動を進めているところです。



ただ、課題は明らかになるのですが、地域に来ますと、どうしたらいいのかという声が多く寄せられています。私たちの春闘期では、要求するだけでなく自治体や商工会の皆さん、学校などを訪問しまして、いろいろな話を聞いていますが、なかなかそう簡単な解決策が見つかっていません。特に最近マスコミもこの間取り上げられてきていますが人口減少が顕著になっています。岩手県知事の増田さんがこの間、東京都知事選に出ましたが、彼が書いた「地方消滅」というのはかなりシ



ョッキングでした。北海道では2040年になりますと人口が400万人前半になってしまうという統計も出てきております。本当になくなるという意味で消滅都市といっているのではないのでしょうか、20~39歳の子供

を産む適齢の女性が半減以下になってしまう。そういう自治体が北海道は8割を超えるというレポートでありまして、かなりショッキングだと思います。結婚や子供を産むということは、人権に関わる問題であって、まさにプライバシーの問題ですが、行政や国が増やせとかどうこういうことではないでしょう。ただ実態を見ますと、子どもを産みたくても産めない、地方には安定した雇用がない、なかなか正規を希望しても正規になれない労働者が多くいる。その状態を変えていかなければならないと思います。私たち連合もそこに責任があるのではないかと考えておりまして、いろいろな形で取り組みを進めていかなければと思っています。

そうした時に何が必要か。北海道やいろいろな自治体でもこういった会議を多く持つようになっていますが、やはり私は地域で本当に安定した雇用、持続可能な雇用の場を作り、地域の企業やいろいろな団体が元気でなければならないと思っています。

昨年、帯広で初めてこういった形でフォーラムを開催いたしまして、地域で頑張っている企業のお話や、学校現場での苦労話などを聞かせていただきました。今回もこの後の講演やパネルディスカッションの中で課題やヒントが少しでも得られれば幸いです。

結びになりますが、本フォーラムが実り多いものになるように祈念いたしまして、開会にあたっての挨拶に代えたいと思います。本日はご参加ありがとうございます。

<連合北海道 斉藤副事務局長>

続きまして本日大変お忙しいなか西川旭川市長がこのフォーラムのためにお越し頂いておりますので、一言ご挨拶を受けたいと思います。



来賓あいさつ

<西川将人 旭川市長>



皆様こんにちは。ただ今ご紹介いただきました旭川市長の西川でございます。今日は「地域活性化フォーラム in 道北」ということで、旭川市でこのように素晴らしいフォーラムを開催していただくことになりました。主催者でいらっしゃいます連合北海道の皆様をはじめ、連合北海道上川地域協議会、そしてまたウェルビーイング・コンソーシアムの関係の皆様方、本当にありがとうございます。

昨年は十勝の帯広、今年は第2回目、この道北の拠点都市旭川で開催ということで、今日は旭川地域を中心に道北地域からも大勢の皆様が来ていただいているのではないかと思います。何かとお忙しい中、このようにたくさんの皆様方がお集まりいただきまして、私の立場からも感謝申し上げます。ありがとうございます。

今日はこの後、第1部、第2部とご用意されていますが、第1部の基調講演は、日頃より大変お世話になっております旭川家具協同組合の渡辺代表理事から、ものづくり、デザインという視点からご講演をいただくことになっております。私どもの地域は、渡辺代表理事もカンディハウスで活躍されていますが、家具や木工デザインというのは、非常に地域の競争力のある産業でございまして、今日はそういったものづくり、デザインといった視点から、有意義なお話を聞かせていただけるのではないかと大変期待をしております。宜しくお願い致します。

その後は、旭川大学の江口教授からご講演をいただけるということです。宜しく申し上げます。江口先生のゼミの学生さんは、本当に日頃から熱心に地域に入り込んでいろいろなリサーチを行っておられます。私も旭川大学のある永山に住んでいます。永山地域をはじめ旭川地域の研究ということでは、本当に熱心にゼミの皆さんが、それぞれ町内の研究報告をこまめにまとめるなど頑張ってくださいしております。今日は先生から、「道北の未来に向けて我々ができること」という視点から非常に参考になるお話が聞けるのではないかと思います。宜しくお願い致します。

また、第2部では、竹中先生にコーディネーターをしていただけるということでパネルディスカッションがございます。旭川市からも母子保健課の阿保課長がパネラーで参加をさせていただいておりますが、女性の立場、子育ての視点からいろいろと話があるかと思います。第2部の方も宜しく申し上げます。

出村会長さんからの冒頭のご挨拶でもありましたが、全国的に大変難しい課題に直面している中で、どう地域の元気や活力を取り戻せるかということで、子育て支援の充実をはじめ、若者が活躍できるまちづくり、安心して結婚し、家庭を築けるような、そして仕事を持

って安定した生活を送れるような地域づくり、あるいは超高齢社会といわれていますが、お年寄りの皆さんにも安心して暮らしていただけるよう、あらゆる視点から地域づくりを行っていくことで、これらの難局を乗り越えていかなければならないと思っています。地域には素晴らしい資源がたくさんありますので、これをどのように発掘して伸ばし、そして果実を付けて次の世代にバトンタッチしていくことができるのかどうか。そういったことが私どもの道北もそうですし、北海道、あるいは日本に課せられた大きな使命ではないかと思っております。

今日はそれぞれ様々な立場の皆様がみえられており、フォーラムの中でいろいろなことを感じられるかと思います。ぜひ今日のフォーラムを活かしていただき、それぞれの立場でぜひご活躍いただく、そんな素晴らしい機会になると思っています。改めてこのように素晴らしい企画をしていただきました関係の皆様方に感謝を申し上げまして、そして皆様方にとりまして今日は有意義なフォーラムになりますことを期待申し上げましてご挨拶に代えさせていただきます。また、本来私も最後まで講演やパネルディスカッションを聞かせていただきたいところですが、この後公務の関係でこの場を退座させていただきます。今日は皆さん、どうぞ宜しくお願いします。

<連合北海道 齊藤副事務局長>

西川市長ありがとうございました。これより基調講演になります。講演のテーマは「デザインとものづくりによる地域活性化」ということで、旭川家具工業協同組合の渡辺直行代表理事からご講演をいただきます。渡辺代表理事のプロフィールにつきましては、本日お配りしました資料に記載しておりますので、こちらをご覧ください。それでは、渡辺代表理事宜しくお願い致します。



## 基調講演①

# 「デザインとものづくりによる地域活性化」

旭川家具工業協同組合 代表理事 渡辺 直行氏



みなさん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました旭川家具の渡辺と申します。本日はこのような場にお招きいただきまして誠にありがとうございます。これからしばらく時間をいただいて、旭川家具を中心に話を進めさせていただきたいと思います。「デザインとものづくりによる地域活性化」というテーマで進めさせていただきます。

少し前にオリンピックがありました。4名の若者がリレーで銀メダルを取りました。誰も予想していなかったアメリカの選手たちを打ち負かしての銀メダルですから凄いと思います。たぶん彼らは子どもの頃から足が速かったと思います。足が速くて、徒競走が早く、ご両親もうちの息子は足が速いからそのうちオリンピック選手にしたいと思って育てたのだらうと思います。どうして勝ったかという、皆さんご承知のように、早さだけでいえばアメリカの選手の方が断然早いのですが、バトンの受け渡しを徹底的に研究して練習したからです。その結果銀メダルを取った。バトンだけは誰にも負けない。そういう強みを活かした結果、銀メダルを取れたのです。

今日はあまり暗い話をしないで、旭川にはどんな日本一があるのかという話を中心にしようと思います。またオリンピックの話題ですが、以前に日銀の旭川事務所長をされていた方が、平成24年9月25日の旭川新聞に書かれた記事に「旭川から日本一を発見しました！」と言うのがありました。北海道は夏のオリンピックで過去に9個の金メダルを取った。これはこの時点で日本一です。次に2位が福岡と奈良になります。市町村別というと、体操の内村航平の出身が北九州なので、リオ五輪で福岡市にはカウントされていません。そうするとリオオリンピックまでの合計では旭川市は金メダルが6個でダントツの1位です。今までに日本全体でも金メダルは140位しか取っていない。ですから、ほとんどの市町村は金メダルを持っていない訳です。旭川はすごいのです。冬のオリンピックだけではなく夏のオリンピックでも金メダルを取った。徹底的に強みを伸ばすことが大切だと思っています。

旭川家具は出荷額でいえばピークの3分の1ぐらいになってしまいましたが、今でも結

あさひかわ新聞 2012年（平成24年）9月25日号

旭川に転動してきて以来、ずっと感じていたことがありました。それは、旭川出身の一流の音韻やアスリートの数が、まちの規模に比較して非常に多いのではないかと感じました。作家の芥川や二階堂子、音楽の安達純、明慧の小林光一や山下道夫、漫画家のいかりゆきや武沢武一。スポーツでも道の上野姉妹の活躍は記憶に新しいところです。

坂垣、こうして筆感を痛

**旭川の日本一を発見しました！**

単に定量化する方法を見つけました。それは、夏期オリンピックの金メダルの数を測る方法です。以下、メダル数はウィキペディア調べ。過去の夏期オリンピックで日本人が獲得した金メダルの総数は百二十億。一方、最新の国勢調査結果における旭川市の人口（三十四万八千人）は日本の総人口（一億二千八百万）の〇・二七％です。従って、人口から予想される旭川出身者の金メダル獲得数は〇・三五億（百二十億×〇・二七％）となります。

ところが実際には、旭川出身者は、柔道の土野雅恵選手の二個を含め、五入で計六個の金メダルを獲得しています（すべて個人競技）。つまり、旭川出身者が獲得した金メダル数は、人





一方、技能というのは感性や五感を使って長い時間をかけて修練しないと身に付かない技術と言った人がいるのですが、そういう意味でいうと旭川家具の技能は凄いです。



平成13年度	家具 傅里 聡士	(有) グレイン	銅賞		
平成14年度	家具 山本 慶大	道立旭川高等技術専門学校	鉄賞		
	家具 山岸 結	ニ産室内工制	銀賞		
	家具 日原 美樹	道立旭川高等技術専門学校	鉄賞		
	家具 青木 誠一	道立旭川高等技術専門学校	鉄賞		
平成15年度	家具 原 弘治	道立旭川高等技術専門学校	金賞		
	家具 川崎 俊幸	道立旭川高等技術専門学校	銀賞		
	家具 前田 俊次	道立旭川高等技術専門学校	銀賞		
平成17年度	家具 岸田 卓哉	道立旭川高等技術専門学校	鉄賞		
平成18年度	家具 庄司 卓磨	(有) インテリア北匠工房	金賞	18位	静岡大会 39回 (h10)
	家具 西出 裕己	(有) 福島巧匠	銀賞		
	家具 小野寺 由理	(特) 匠工芸	銅賞		
平成19年度	家具 中島 一樹	道立旭川高等技術専門学校	銀賞		
	家具 小野寺 由理	(特) 匠工芸	銅賞		
	家具 北牧 知也	(有) ミツマサ	鉄賞		
平成20年度	家具 中島 一樹	(有) ミツマサ	金賞		
平成21年度	家具 岡村 祐人	(特) ニ産室内工制	銅賞		
平成22年度	家具 高橋 政志	(有) 加藤木工	銀賞	15位	ロンドン大会 4.1回 (023)
平成23年度	家具 西成 岳	(有) インテリア北匠工房	金賞		
	家具 井川 大輔	(特) 匠工芸	銅賞		
	家具 林 香	(特) カンディハウス	銅賞		
平成24年度	家具 石黒 幸	(有) 加藤木工	銅賞	21位	ドイツ大会 4.2回 (025)
	家具 林 香	(特) カンディハウス	金賞		
	家具 石黒 幸	(有) 加藤木工	銅賞		
平成25年度	家具 佐藤 秀城	山盛木工 (特)	銀賞		
	家具 大谷 周平	道立旭川高等技術専門学校	銅賞		
平成26年度	家具 大谷 周平	(特) プレステージジャパン	金賞	19位	ブラジル大会 4.9回
	家具 中山 千晴	(特) カンディハウス	銀賞		
平成27年度	家具 石井 厚英	(特) 山盛木工	銀賞		

皆さんもいろいろな分野でお仕事されていると思いますが、スポーツのオリンピックと同じように、技能の世界にも技能オリンピックがあります。その中には家具部門もあります。真ん中にいるのが匠工芸の桑原社長です。古い話ですが、桑原さんは1966年にスペインで開催された国際大会で銀メダルを取りました。確かスペインの選手が金メダルを取ったのですが、いろいろな事情があったようで、私は桑原社長が金メダルだったと思います。最近の国内大会では旭川勢が毎年のように金メダルを取っています。平成24年はカンディハウスの社員が国内で金メダルを取っています。25年は銀メダル、26年にプレステージジャパンの社員が金メダルを取りました。毎年のように国内大会で優勝しています。さらに2年に一度国際大会がありますが、過去5回の国際大会には全て旭川から選手を出しています。ですから今旭川は、木工の世界で高い技能を持っている人が日本一多い場所と言っていいと思います。

デンマークも家具づくりは盛んです。デンマークにはPPモブラーという会社があります。ゴールドデンウィークに中小企業家同友会の皆さんと見学してきました。



職人のおじさんが丁寧に作業をしています。ここで作られている椅子 PP503 は通称 The Chair と呼ばれています。この椅子は凄く有名です。なぜかと言うと、今ちょうどアメリカ大統領選をやっていますが、1960年にケネディとニクソンが初めてテレビ対談をやった時に、ケネディの方がテレビ映りが良かったということで大統領になったのですが、その時に座っていた椅子が PP503 でした。

それでこの椅子はすごく有名になりました。でもこの椅子を今日本で買うと、1脚たぶん60万円か70万円はすると思います。私もすごく好きなデザインの椅子です。



一方で、これは私の会社の社員ですが、彼女も職人です。これはカンディハウスの Wing Lux LD Chair といいますが、8 万円ぐらいです。

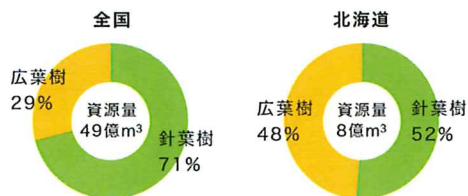
PP モブラーの 503 とは、デザインの良し悪しは別として、作りや品質ではさほど変わらないと思います。The Chair は世界に知れ渡っているブランドだと思いますが、PP モブラーには社員は 44 人しかいませんでした。いくら良い椅子を作っても 1 脚 60 万円にもなると、世界のマーケットはそれほど大きくないということになります。そ

れはそれでデンマークの老舗メーカーの生き方だと思いますが、われわれ旭川家具としては、そうはいきません。同等な品質のものをできるだけ安く作り、たくさんの皆さんに使ってもらいたいと思っています。

強みの三番目は、日本一の広葉樹資源です。北海道には広葉樹として樺、カバ、タモなどが豊富にあります。写真の樹木は中川町のヤチダモです。日本は戦後政策の中で莫大な量の針葉樹を植林しましたので、現在は本州では杉、檜が多く、北海道ではカラ松やエゾ松、トド松があります。全国でいうと森林の 70% が針葉樹で残りが広葉樹です。これに反し、北海道には広葉樹が多く、約半分を占めます。北海道の森林資源量は、林野庁のデータによれば 8 億 m<sup>3</sup> あり、広葉樹はその半分の約 4 億 m<sup>3</sup> と言うことになります。つまり全国の広葉樹資源の 27% は北海道にあることになります。過去のデータをもとに計算してみると、実は総量としての資源量は、あまり減ってなさそうだということが分かってきたのです。



広葉樹と針葉樹の資源量



昨年からは旭川家具では「この木の家具北海道プロジェクト」という名前で、北海道産広葉樹の活用を推進する運動をいろいろなところと連携して展開しています。もともと旭川家具は北海道の材料を使ってスタートしましたが、残念ながら、その後の円高や経済的な理由で主に輸入材を使うようになりました。一方で北海道には優良な材料があるわけですか



ら、それを使わない手はないということでもう一回利活用しようという議論になりました。

先程も申しましたが、広葉樹を「この木」といって使える産地は北海道以外にはありません。強度のある広葉樹は家具作りに適しています。飛騨高山や山形などでは針葉樹を圧縮して利用していますが、自然に切った木をそのまま家具に使うにはやはり広葉樹が適しています。したがって、「この木」といって地元の広葉樹を産地は北海道にしかないということ、この運動を展開しています。

第四の強みとして旭川のデザイン戦略が上げられます。古い話ですが、1976年に蒼々たるメンバーが集まり、旭川市民文化会館でデザインシンポジウムが開催されました。

また1990年よりIFDA旭川国際家具デザインフェアがスタートしています。3年に1回の開催で、来年10回目になります。毎回世界各国から800点ぐらいの応募があります。一等は賞金300万円で、家具コンペとしては世界最大です。地元では今一知られてはいなくとも、例えばデンマークの家具デザイナーでIFDAを知らなかったら、もぐりだと言われる程のデザイナーの登竜門になっています。



2001年に経済産業局で「地方デザイン行政に関するアンケート」を実施しました。その結果、デザイン行政予算が総予算額に占める割合が一番多かったのは旭川で、日本一でした。大阪を抜いています。1事業所あたりデザイン行政予算額も1位です。住民1人あたりデザイン行政予算額は2位でした。このことを知る人は極めて少ないのですが、ネットで「デザイン行政予算」と検索するとすぐ出てきます。つまり旭川市はデザイン行政でも日本一です

五番目の強みは、研究施設が実に充実していることです。旭川市の工芸センター、それから林産試験場、北方建築総合研究所があり、地元こんな揃っているところは他にはありません。北方建築総合研究所は地元よりも、大手ハウスメーカーに利用されているという話も聞きますが、いずれにしても家具を作る身としては願ってもない素晴らしい施設が充実しています。

### ■デザイン行政予算

- デザイン行政予算について、アンケート結果および各種統計を基に算出したところ、以下のような結果となった。下記の地図は、都道府県のデザイン行政予算を図式化したものである。

順位	デザイン行政予算		総予算額に占める デザイン行政予算額		商工予算額に占める デザイン行政予算額		1事業所あたり デザイン行政予算額		住民1人あたり デザイン行政予算額	
	千円		%		%		円/事業所		円/人	
1	大阪市	379,143	旭川市	0.0268%	海安市	0.6483%	旭川市	2,654	大阪市	153
2	岐阜県	150,115	大阪市	0.0199%	富山県	0.3101%	富山県	1,598	旭川市	127
3	名古屋市	142,425	岐阜県	0.0167%	大阪市	0.2629%	大阪市	1,585	福井県	98
4	大阪府	117,503	富山県	0.0159%	岐阜県	0.2498%	福井県	1,569	富山県	90
5	富山県	100,981	福井県	0.0144%	旭川市	0.1921%	岐阜県	1,244	岐阜県	71
6	福井県	81,028	海安市	0.0140%	福井県	0.1771%	名古屋市	980	名古屋市	68
7	茨城県	53,568	名古屋市	0.0128%	名古屋市	0.1548%	海安市	920	海安市	55
8	東京都	49,046	帯広市	0.0087%	川崎市	0.1011%	帯広市	761	帯広市	42
9	旭川市	46,004	北見市	0.0061%	帯広市	0.0997%	鳥取県	741	鳥根県	39
10	静岡県	44,898	和歌山県	0.0061%	和歌山県	0.0996%	鳥根県	686	鳥取県	36
平均	25,756千円		0.0033%		0.0548%		317円		18円	

資料) “総予算額” および “商工予算額” は、財団法人地方財務協会「平成13年版地方財政統計年報」「平成11年度市町村別決算状況調」を、“事業所数” は、総務庁統計局「平成11年度事業所・企業統計調査」を、“住民数” は、市町村自治研究会「平成12年版住民基本台帳人口要覧」を用いた。

強みの六つめは、世界一の椅子コレクションです。東神楽にはもともと大阪から移住された織田憲嗣さんという方がお住まいです。織田さんは、ずっと椅子をコレクションされています。今では旭川家具の倉庫でお預かりしているものと織田さんのご自宅のあるものを加えると1350脚ぐらいになります。



以上、旭川には多くの強みがここまで揃っているのですから、これを活かして世界に誇れる旭川家具を作り世界の市場を目指します。昔、外国といえば欧米を指していたように思うのですが、今では全然違って、外国人というとアジア地域の人を指すみたいです。一方でヨーロッパやアメリカの存在が希薄になっているようにも感じます。何かをやるにもアジアにマーケットを求める。それはそれで大切ですが、アメリカも実は凄いのです。先進国



の代表でありながら、人口が増えているのです。1970年に2億だった人口が今は3億を超えています。日本といちばん違うのは、65歳以上の高齢人口がせいぜい13%か14%しかいません。ですから非常に若く元気な国で、毎年2~3%の経済成長が続いています。その結果どうなったかと言うと、日本は1991年ころにバブル崩壊して、経済成長が止まりデフ



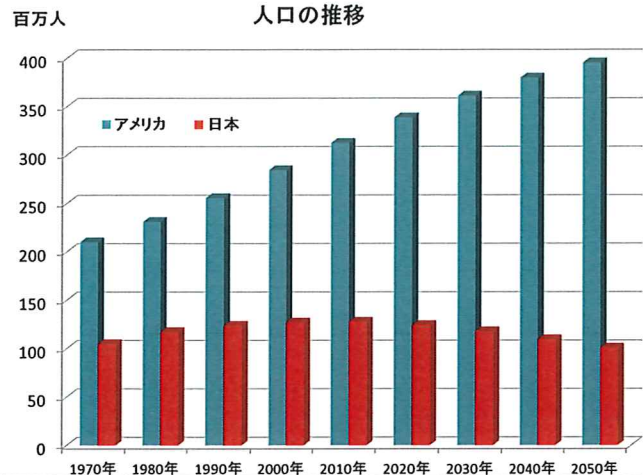
レの社会に入ってしまった。一方アメリカはずっと経済成長を続けて消費者物価も上がっています。その為、今では日本との経済力に大きな差異が生じてしまいました。最近アメリカ行くと物価が高い。サンフランシスコなどは特に高く、それを背景にこの街の1時間あたり最低賃金は7月から13ドルにもなりました。もちろん全米の平均でいうと、まだ日本と大きくは違いませんが。北カリフォルニアにはIT企業がたくさんあってバブル状態です。金持ちが増えて、どんどん高層ビルが建って、物価が高い。

サンフランシスコでは、1ベッドルーム85平米のマンションが2億円を超えています。高いけども、スペースは小さいから設えはシンプルなもの好まれている。我々の旭川家具はコンパクトで北欧調のものが多く、そんな理由からも可能性は大いにありと思っています。

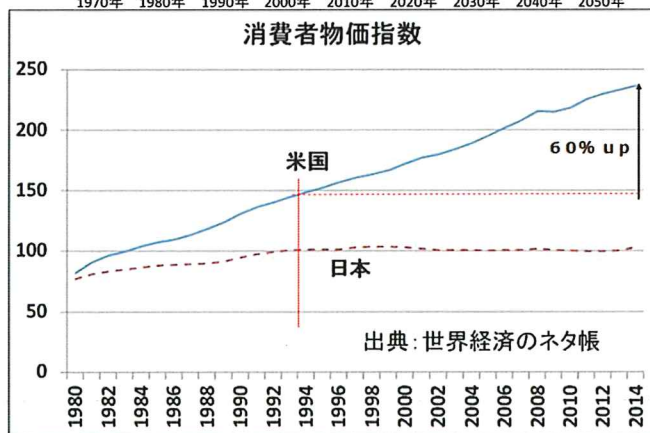
実は旭川家具は1980年にサンフランシスコにショールームを作りました。その時、私は初代の駐在員として着任しました。その後1984年にそれを現地法人化しました。その翌年にはカンディハウスとして再スタートを切りました。以来、30年以上の時間が過ぎて、その間アメリカはどんどん経済成長しましたが、日本は停滞を続けデフレの中で大変な時代を過ごしてきました。



人口の推移



消費者物価指数



出典:世界経済のネタ帳

ものが売れる為には条件があります。品質が良くて納期が早い。もう一つ大事なのが価格が安いということです。日本の経済成長が停滞しているということは、製造コストが安く保たれているということでもあります。皮肉にも何十年も経済が停滞したお陰で日本ではものづくりの力が湧いてきた訳です。

まとめになります。旭川には日本一の家具組合、日本一の技能集団、日本一の広葉樹資源、日本一のデザインのまち、日本一充実した研究施設群、世界一の椅子コレクションなどの強みがある。これで良い家具を作れないはずがない。競争力のある家具を作って、世界一の市場アメリカを目指す。私は中小企業家同友会で、とにかくアメリカにはチャンスがあるから、みんなで行こうという話をし続けてきました。しかし、一つ言わないといけないことがあります。それは、会社をつくるにしても、人を雇うにしても、旭川の3倍ぐらいお金がかかるということを覚悟しなくてはならないということです。でもそれをクリアすればアメリカは十分応えてくれるパートナーだと思います。

私の話は以上です。どうもありがとうございました。



#### 司会

<連合北海道 齊藤副事務局長>

渡辺代表理事ありがとうございました。続きまして、2つ目の基調講演に入ります。講演のテーマは「道北の未来に向けて我々ができること」—大学と企業の視点から—というテーマで旭川大学経済学部の江口尚文教授からご講演をいただきます。江口教授のプロフィールにつきましては、本日お配りしました資料に記載しておりますので、そちらをご覧ください。それでは、江口教授宜しくお願い致します。



## 基調講演②

# 「道北の未来に向けて我々ができること」

## —大学と企業の視点から—

旭川大学経済学部教授 江口 尚文氏



こんにちは。旭川大学経済学部の江口です。専攻は経営学です。ただ最近、旭川のいろいろなまちづくりに関わる機会をいただきまして、そちらの方にも興味をもって経済学・経営学の視点から勉強させてもらっています。今日はこのテーマ「道北の未来に向けて我々ができること」でお話をします。

主にわれわれ大学の主要な使命である教育活動について後半で触れますが、なぜ旭川大学、特に私の研究室つまりゼミがこのような活動を行うようになったか、その契機を示す地方経済の現状について簡単に説明したいと思います。皆さんが日ごろ漠然と感じていることを単に数字で検証しただけですが、やはり数字には説得力があります。

## 低迷する地域経済と産業構造の変化

いま旭川経済は低迷しているといわれていますが、その数字的な根拠になるものとして、地域における事業所と従業員の数的な動向を挙げることができます。

この表は過去 30 年間に渡って旭川の実業所の数を追いかけたものです。事業所というのは、本店・支店を含む概念ですから、大手の支店が撤退すると数が減ることになります。もちろん地場企業が廃業すると数が減ります。支店を持たない企業が圧倒的に多いため、だいたい企業の数の動向と同じような推移を辿るといわれています。いまこの数字を追ってくれと言うわけではありません。確かな根拠に基づいて話している証拠として掲げました。

	1988年	1991年	1995年	2001年	2005年	2008年	2014年	増減数	増減%
総数	19,827	18,976	18,806	17,431	16,774	16,024	15,101	-4,626	▲23.3%
大企業、林業	49	57	55	49	57	73	76	28	55.3%
製造業	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
建設業、卸売業、移住移転業	14	12	7	8	6	5	3	-11	▲78.6%
建設業	1,570	1,658	1,827	1,780	1,537	1,575	1,437	-133	▲8.5%
卸売業	1,151	1,130	1,097	957	784	802	779	-372	▲32.3%
建設業、ガス・熱供給・水道業	10	10	13	12	12	15	13	3	20.0%
情報通信業	—	—	—	—	158	152	110	—	—
卸売業、郵便業	518	543	584	571	371	418	397	—	—
建設業、情報通信業	452	484	505	452	371	418	397	-25	▲5.8%
卸売業、小売業	5,589	5,590	5,383	4,758	4,188	4,094	3,795	—	—
80~89年小売業	1,843	1,593	1,527	1,311	1,183	1,219	1,139	-504	▲27.3%
90~99年小売業	4,265	3,997	3,856	3,447	3,005	2,875	2,656	—	—
100年小売業（店舗数分限に値引き等）	4,265	3,997	3,856	3,447	3,005	2,875	2,656	-1,495	▲34.8%
金融業、保険業	930	412	446	420	352	346	331	-49	▲12.8%
不動産、物品賃貸業	2,489	2,515	2,594	2,417	2,584	1,342	1,233	-1,256	▲50.5%
63~69年不動産	2,489	2,515	2,594	2,417	2,584	1,342	1,233	-1,256	▲50.5%
70~79年不動産	—	—	—	—	—	—	—	—	—
学習研究、専門・技術サービス業	—	—	—	—	—	551	498	—	—
知能産業、教育サービス業	—	—	—	—	—	2,310	2,100	—	—
70年代	295	259	255	285	165	199	191	-194	▲59.0%
78年度	2,268	2,243	2,266	2,266	2,173	2,092	1,846	-1,403	▲62.4%
新生協同サービス業、情報業	1,653	1,658	1,670	1,603	1,552	1,522	1,439	-214	▲12.8%
教育、学習支援業	—	—	—	—	483	484	485	—	—
医療、福祉	710	786	802	839	1,134	1,244	1,458	748	105.4%
80年度	539	604	602	620	730	752	795	187	34.7%
84年度	7	0	6	2	7	11	14	7	100.0%
85年度	268	277	293	283	397	481	544	276	102.7%
接客サービス業	—	—	—	—	118	108	87	—	—
86年度	—	—	—	—	83	88	86	—	—
サービス業（他に分類されないもの）	4,834	4,818	5,093	5,003	5,049	4,923	4,722	—	—
100年サービス業（100年分限に値引き等）	4,834	4,818	5,093	5,003	5,049	4,923	4,722	-495	▲10.2%
82年度（他に分類されるものを除く）	78	80	80	76	73	7	30	4	5.3%





が職を得て働いていることとなります。ただしこれはパート・アルバイトも調査対象に入ります。いまは旭川の総人口 34 万人弱のうちの 15 万人が、正社員を問わず何らかの形で働いていることとなります。先ほどの事業所数は 1 万 5000 カ所で、旭川には 1 万 5000 カ所の働く場、雇用の場があることになり、それが近年は減っていました。従業者も 1996 年辺りをピークとして、近年は減少傾向にあることとなります。

人口の減少を上回る減少の数です。人口はピークが 1985 年でした。36 万人からいまは 34 万人弱。ピーク時から 6.6%の人口減少です。ここで従業者数はピーク時の 1996 年調査からは 14%ぐらい減っています。さっき見た事業所数は 23%減で、これも人口の減少を上回っています。おおかたが減少する中で、近年、地域経済の数値的な減少緩和の役割を果たしているのは医療・福祉の分野であったということが言えるというわけです。

## 公共事業と建設業の関係

さきほど建設業は波があるという話をしましたが、こちらの上の表が「北海道開発事業費」の推移です。額が最も多いのは 1997 年の 9800 億です。これは国土交通省だけですから、道や市の公共事業も含めるともっと大きな公共投資が北海道全体で行われていることとなります。小泉元首相が総理大臣になった 2001 年ごろから、この数値は減少しています。このように公共事業は政府の方針によって増えたり減ったりしています。こういった動きが経済にどう影響を与えるのかが問題です。

下の表が旭川市の土木費の中の道路・橋梁費と都市計画費の推移です。市において最も公共事業に関係がある予算です。一番多いのが 1998 年です。北海道開発事業費のピークが 97 年で、旭川市のピークが 98 年ですから相関関係はあると思えます。国の政策が市の動きに影響を与えています。近年は 60 億円ぐらいで、ピークから半減以下となっています。

これが建設業の事業所数と従業者数を、北海道開発事業費と並べて折れ線グラフで表したものです。相関関係にあるのが分かります。上が開発事業費、下が建設業の事業所数、こっちは従業者数です。旭川の建設業の各数値は公共事業費と相関関係にあり、つまり建設業は公共事業に大きく依存していることが推察できる表となります。

国土交通省北海道開発事業費の推移（単位：百万円）

1980年	1981年	1982年	1983年	1984年	1985年	1986年	1987年	1988年	1989年
700,900	703,500	699,000	696,500	691,100	679,500	672,500	664,100	766,700	777,300
1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年
772,600	806,500	841,900	881,800	915,100	944,700	980,000	987,100	907,500	930,000
2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
941,900	942,000	838,600	802,400	768,300	732,000	678,400	632,100	610,000	574,800
2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年				
475,400	435,800	420,300	467,600	485,400	531,300				

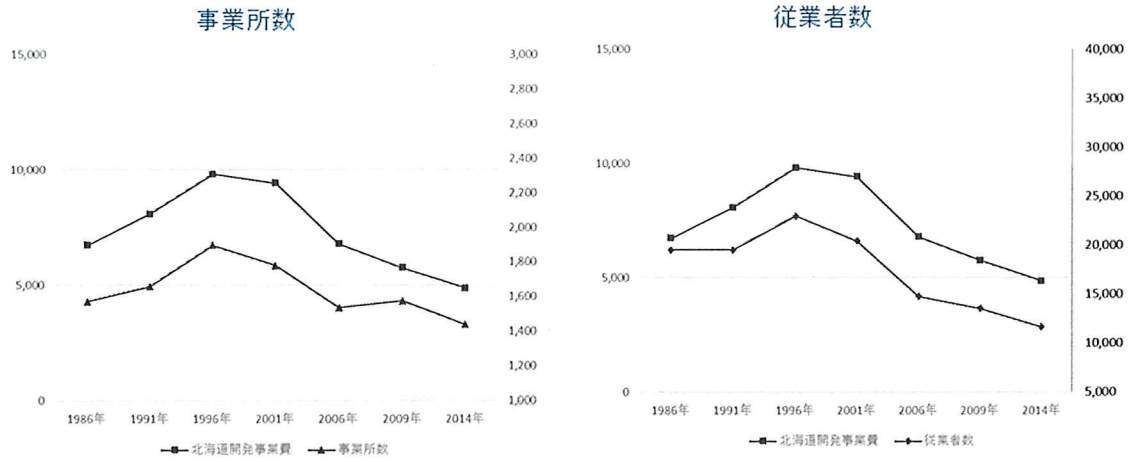
※資料：国土交通省「北海道開発予算」

旭川市道路橋梁費・都市計画費の推移（単位：百万円）

1980年	1981年	1982年	1983年	1984年	1985年	1986年	1987年	1988年	1989年
9,913	10,811	10,401	8,793	8,162	7,620	8,096	9,871	11,045	12,318
1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年
13,002	12,709	14,360	14,343	13,614	13,982	15,462	15,356	20,658	18,927
2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
18,391	18,303	17,641	11,812	11,367	11,015	10,484	9,581	10,161	12,953
2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年				
11,524	11,117	9,996	10,289	7,507	6,989				

※資料：旭川市土木部提供

## 北海道開発事業費と建設業の関係



## 雇用の充実とミスマッチ

昨日まで出張で韓国にいたので、パワポに入れ忘れたため、手元の資料で雇用の動向を見てください。旭川の雇用はいま良くなったと言われ、確かに有効求人倍率は高い数値を示しています。2015年是有効求人倍率0.96なので、たとえば求職者10人に対して、求人数は9.6人ということになります。これが1.0になると10人が職を探して10の仕事があることになります。いまは10人が探していて9.6の仕事がある状況です。これは近年では極めて高い数値です。

しかしその下の職種別を見てください。雇用のミスマッチが推察できます。専門職、技術職を見ると人が足りていないことが分かります。逆に職が足りないのが事務職の0.44で、10人探していたら4.4しか職がない状況です。事務職の希望者はかなり多く、有効求職者を見ると2万人弱います。それを吸収できるだけの職が提供されていない。つまりミスマッチが起きていることが考えられます。

産業構造が雇用とどう噛み合っていくのが大事なところであって、この数字を見る限りでは建設業に関連する仕事に就きたい人はあまりいない状況です。つまり公共投資が雇用を充実させるのかというと、それはなんとも言えず、うまくバランスの良い産業構造を地域に実現しなければ、雇用も満たされないということになります。

## 小売業に見る旭川の拠点性

この表は、小売業において、札幌と旭川と函館、道内の主要3都市の販売額を始めとする数値を商業統計で見たものです。一番右側の欄は2014年ですが、区切っているのは、調査方法が多少変わり、継続性を見るには注意を要するためそうしました。注意して見ても、旭



小売業の動向

札幌市

	1991年	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年
店舗数(店)	14,255	15,455	12,607	11,941	10,772	7,941
従業員数(人)	98,361	105,423	109,192	116,894	111,543	85,787
年間総販売額(百万円)	2,320,749	2,335,859	2,455,955	2,263,749	2,159,509	2,024,715
売価率(%)	1,581,558	1,637,971	1,839,124	1,928,433	2,115,655	2,019,470
1店舗あたりの年間販売額(万円)	16,245.0	17,357.5	19,740.9	18,957.8	19,806.1	23,497.0
1店舗あたりの売価率(%)	110.7	125.4	147.4	161.6	196.4	254.3
従業員1人あたりの年間販売額(万円)	2,359.4	2,184.2	2,279.7	1,933.5	1,912.7	2,380.4
売価率あたりの年間販売額(万円)	145.7	138.4	134.0	117.4	100.8	100.3
人口1人あたりの年間販売額(万円)	135.5	139.7	141.7	124.2	113.4	103.6
人口1人あたりの売価率(%)	0.95	1.01	1.06	1.06	1.12	1.03
人口(人)	1,671,742	1,671,742	1,737,025	1,822,359	1,880,863	1,953,784

旭川市

	1991年	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年
店舗数(店)	3,997	3,590	3,600	3,163	2,727	2,034
従業員数(人)	22,928	25,012	24,119	24,675	22,856	19,620
年間総販売額(百万円)	476,616	492,809	510,183	440,487	403,997	462,278
売価率(%)	352,154	374,572	422,555	453,708	515,753	502,737
1店舗あたりの年間販売額(万円)	11,924.3	12,668.6	14,171.0	13,926.2	14,814.7	22,727.5
1店舗あたりの売価率(%)	95.6	111.7	134.0	154.5	189.1	247.2
従業員1人あたりの年間販売額(万円)	2,078.8	1,970.3	2,115.2	1,785.2	1,764.5	2,452.7
売価率あたりの年間販売額(万円)	124.7	113.4	105.7	90.1	78.3	91.9
人口1人あたりの年間販売額(万円)	132.7	137.2	141.3	122.5	113.8	136.0
人口1人あたりの売価率(%)	1.06	1.21	1.34	1.36	1.49	1.45
人口(人)	359,071	356,071	360,568	359,536	355,051	339,797

函館市

	1991年	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年
店舗数(店)	4,314	4,162	3,877	3,473	3,091	2,030
従業員数(人)	20,327	21,760	21,119	21,295	19,134	14,462
年間総販売額(百万円)	427,940	412,327	424,177	359,565	328,693	285,639
売価率(%)	352,281	365,045	395,379	395,326	376,577	371,873
1店舗あたりの年間販売額(万円)	9,919.3	9,905.6	10,947.9	10,350.2	10,633.5	14,127.1
1店舗あたりの売価率(%)	81.7	87.7	101.5	112.4	122.6	153.2
従業員1人あたりの年間販売額(万円)	2,105.3	1,894.9	2,008.3	1,689.6	1,717.8	1,982.0
売価率あたりの年間販売額(万円)	121.5	113.0	107.5	92.1	86.8	77.1
人口1人あたりの年間販売額(万円)	136.3	134.2	141.9	125.0	111.7	107.7
人口1人あたりの売価率(%)	1.15	1.19	1.32	1.36	1.29	1.40
人口(人)	307,249	307,249	299,591	287,637	294,261	266,117

川は札幌や函館の小売業の低迷ぶりと比べて良い方だということが分かります。

地域の小売業の年間総販売額を人口で割ると、一人あたりの販売額が算出できます。旭川の人口一人あたりの小売業販売額は136万円です。札幌は103万円、函館は107万円です。統計的には、旭川の市民は一人年間136万円、小売店で買物をして

ています。函館や札幌よりも多くの買物をしていることになります。これをどう解釈すればいいのか。旭川の人、お金を沢山持っているからか、浪費家だからか、ほかに理由があるのか。他の数字を見ても、旭川は札幌・函館の動向と比べて、むしろ良いほうです。

先ほどの一人あたりの小売店販売額を見ると、日本の平均が96万円です。日本国民は年間96万円、小売店で買物をしています。北海道は109万円です。この数字が示すのは、北海道は人口が540万人程ですが、観光客や出張者が来て、人口以上の人がお金を使っていく地域だということです。帯広は155万円ですから、帯広は各地から人が集まって来て買物して帰るまちだということです。旭川は136万円ですから、帯広と同様の購買構造が出来ている地域だと言えます。これはまさに拠点性があると表現できます。帯広は十勝地域で拠点性の強いまちで、旭川は同じように道北地域で拠点性の強いまちだと言え、他方の札幌は拠点性が弱い、つまり単独で経済圏を作っているまちということになります。札幌の人口は195万人と多いため、多少の買物客の流入では数字が上がりません。そういう数字のマジックはありますが、札幌は地域完結的で、帯広や旭川は外からの買物客が多い小売業だということになります。

道内主要都市の販売力係数

順位	道内主要都市	小売店販売額(百万円)	人口	1人あたり小売店販売額(万円)	販売力係数(+北海道)	販売力係数(+全国)
	全国	122,176,725	127,110,047	96.1	-	-
	北海道	5,381,440	5,353,579	108.2	-	1.14
1	帯広市	283,587	189,339	155.6	1.42	1.62
2	旭川市	482,278	359,797	136.0	1.35	1.42
3	札幌市	180,823	129,652	139.1	1.32	1.39
4	苫小牧市	139,505	172,784	109.7	1.00	1.14
5	室蘭市	86,467	83,535	108.9	1.00	1.13
6	函館市	286,639	286,117	107.7	0.99	1.12
7	札幌市	2,024,715	1,453,784	103.6	0.95	1.03
8	小樽市	135,467	121,910	102.9	0.94	1.07
9	釧路市	177,850	174,304	101.8	0.93	1.06

1市8町の販売力係数

順位	1市8町	小売店販売額(百万円)	人口	1人あたり小売店販売額(万円)	販売力係数(+北海道)	販売力係数(+北海道)
	1市8町(計)	505,360	392,960	128.7	-	1.18
1	旭川市	482,278	359,797	136.0	1.06	1.25
2	美瑛町	10,903	10,297	105.9	0.82	0.97
3	東神楽町	10,293	10,231	100.7	0.78	0.92
4	上川町	3,973	4,652	98.1	0.76	0.90
5	美幌町	2,432	2,979	81.6	0.63	0.75
6	東川町	5,401	5,115	66.0	0.52	0.61
7	神楽町	6,314	6,692	92.3	0.65	0.76
8	比呂町	2,050	2,751	74.5	0.42	0.50
9	鷹栖町	2,636	7,016	37.6	0.29	0.34

それを明確に表しているのがこの表です。旭川の136万円に対して、たとえば鷹栖町の方は年間37万円しか使っていません。それは、鷹栖町の方はお金がないとか、節約しているとかではなく、鷹栖町の方は、37万円までしか町内で買物せず、それを超えた分は、たとえば旭川で買物しているから、それだけ旭川の数値は

高くなり、鷹栖の数値は低くなっていると考えます。ある地域の一人あたり販売額を、その上位の地域の一人あたり販売額で割り算すると、販売力係数が抽出できます。1市8町エリアで見ると、旭川は係数が1を超え他の町は1を切っていますので、旭川は近隣8町から人が入り込んで来て買物しているまちだということになります。

全国を1とした、北海道の販売力係数は1.14ですから、全国から人が来て買物しています。旭川は北海道を1とすれば、1.25なので道内主要都市の中では帯広に次ぐ拠点性があります。また1市8町を1とすれば、旭川は1.06で他の8町は全て1以下なので、近隣8町全てから旭川に買物客が流入しています。

これらから言えるのは、旭川は経済活動において道北の拠点都市となっているため、まちづくりを考える際には、そのことに留意しなければならないということです。近隣市町は供給の面で旭川に依存し、旭川は需要の面で近隣市町に依存しています。旭川は旭川市民だけを対象にしては経営が成り立たず、近隣市町は旭川に求めないと消費を満たすことができません。互いになくってはならない存在だということです。各市町村が単独でまちづくりを進めるのには、限界があるということが分かっていただけだと思います。

## 若者の流出

この表は年齢階層別の人口動向を示しています。1965年の15歳～19歳、ここが団塊の世代です。5年後は右斜め下のここに来ます。10年後、15年後と右斜め下に移動していきます。団塊の世代は2010年には60歳～64歳のところになり、2015年の国勢調査では65歳～69歳のところになります。やはり一番人口が多い層だとわかります。この表を見ると、どこでどの層の人が減っているの

旭川市の年齢階層別人口

	1965年	1970年	1975年	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年
総数	271930	297189	320526	352619	363631	359071	369468	359536	355004	347095	339197
0～4歳	23658	25965	28538	26086	22243	17847	15673	14565	13707	12365	
5～9歳	21547	23952	25840	22821	26301	21695	17867	15876	14539	13590	
10～14歳	24880	22305	23969	26703	30026	25522	21711	18229	15931	14205	
15～19歳	35018	29497	23950	26055	26941	28350	25285	21222	17444	15034	
20～24歳	26694	31757	28546	21641	2097	3717	3116	3098	3406	3531	
25～29歳	25754	27725	33439	28986	24025	21824	22606	25010	20845	17298	
30～34歳	24447	25809	27897	35194	29499	22959	21659	22242	23737	20723	
35～39歳	20702	24467	25337	28601	34673	28470	22829	21815	21536	23596	
40～44歳	16319	20763	24061	25641	28250	33255	28406	22863	21402	21422	
45～49歳	12869	16196	20466	24075	25086	26259	32905	27786	22080	21041	
50～54歳	11237	13042	16143	20502	23372	24033	26329	31926	27006	21827	
55～59歳	9055	11214	13158	16478	20378	22858	23867	25986	31269	26878	
60～64歳	7384	8800	10995	12890	16137	19902	22809	23770	25815	31337	
65～69歳	5216	6804	8292	10299	12247	15355	19160	22037	22975	25413	
70～74歳	3387	4473	5959	7428	9325	11216	14326	17852	18308	19344	
75～79歳	2133	2545	3522	4844	6108	7974	9895	12741	16084	18990	
80歳以上	1430	1875	2397	3432	5003	7013	9920	13236	19073	25593	

かがわかります。▲はマイナスを表し、このグレーのゾーンが減少する数値が大きい箇所です。近年では、表の15～20歳、20～24歳、25～29歳の箇所の減少が大きいのがわかります。若い年齢層なので、死亡による人口減というよりも、流出によるものだと考えられます。つまり高校や短大・専門学校、大学の卒業時に旭川を出て行く若者が多いと推察できます。昔の20代は流入も見られましたが、近年は出ていくばかりです。旭川は若者が流出してい



年齢階層別人口の割合

	1970年	1980年	1985年	1990年	2000年	2010年
総数	297189	352619	363631	359071	359316	347095
0～9歳	49917	55907	48544	39542	30441	25955
10～19歳	51802	52756	56967	53872	39451	29339
20～29歳	59482	54537	47981	45048	47197	31411
30～39歳	50276	63795	64171	51429	44057	44319
40～49歳	36959	49716	53336	60214	50649	42463
50～59歳	24256	36980	43750	46891	57922	48705
60～69歳	15604	23189	28384	35257	45807	56750
70～79歳	7018	12272	15433	19220	30593	40931
80歳以上	1875	3432	5003	7043	13236	25593
	16.8	15.9	13.3	11.0	8.5	7.5
	17.4	15.0	15.7	15.0	11.0	8.5
	20.0	15.5	13.2	12.5	13.1	9.0
	16.9	18.1	17.6	14.3	12.3	12.8
	12.4	14.1	14.7	16.8	14.1	12.2
	8.2	10.5	12.0	13.1	16.1	14.0
	5.3	6.6	7.8	9.8	12.7	16.3
	2.4	3.5	4.2	5.4	8.5	11.8
	0.6	1.0	1.4	2.0	3.7	7.4

るまちということになります。

これは先ほどの表を使って、総人口に占める各年齢層の割合を算出したものです。70年代のメインプレイヤーは20代で16.8%です。60歳以上の方は少なかったのですが、近年に近くなるにつれ逆転し、2010年には

旭川市のメインプレイヤーは60代になりました。若い層が減少してきて、60代以上が増加してきました。経済における市場の話でいうと、若者や子供が買い手の市場は縮小して、年配者が買い手となる市場が成長しています。60歳以上は退職者が多いため、そうした市場が成長市場と言えるかどうかは議論の余地がありますが、若者層は減って年配者層が増え、1970年とは全く逆転したのは事実です。

これはリクルートが東京・大阪・名古屋で、30歳台までの若い層を対象に、Uターン意向を調査したものです。15年前のデータですが、おそらく現在も同様の傾向を持つと考えています。北海道に帰りたいと思っている若者が多いのがわかります。回答者の62.5%が北海道にUターンしたいと答えています。北海道の人は北海道が好きで、帰って生活したいけれどなかなか帰れないということ

になります。おそらく条件に合う職場がないからです。さきほど話した、産業や雇用と絡めて、やはり旭川には都市部から人が戻ってきて働けるような場がないと流出するだけで、人口維持も難しくなります。

Uターン意向者の上位7県・下位7県

Uターン意向者			非Uターン意向者		
①福岡県	(427)	66.3	①茨城県	(103)	68.9
②北海道	(871)	62.5	②千葉県	(61)	67.2
③宮城県	(114)	56.1	③栃木県	(106)	66.0
④大分県	(110)	54.5	④群馬県	(108)	65.7
⑤神奈川県	(113)	54.9	⑤青森県	(53)	62.3
⑥熊本県	(100)	54.0	⑥鳥取県	(68)	61.8
⑦岡山県	(269)	53.5	⑦山形県	(68)	61.8

## 我々の役割

さて、いま話してきたことから、我々の役割というのが何となく分かってきます。大学は若者を流出させない努力が必要です。旭川大学は魅力的な教育を提供して地元に進学する若者を増やす、あるいは各地から若者を集めるのが役割になります。大学生は人口減少に歯止めをかけてくれます。その中で地域を元気にできる、たとえば新事業を起し担っていけるような人材を育成が求められています。大学と企業はネットワークをつくって、大学の大学で育てた学生を地域で雇用するような仕組みを作るのも大切です。地元や地場企業の魅力、加えて地元で働くことの良さを、学生たちに情報発信することも必要になります。

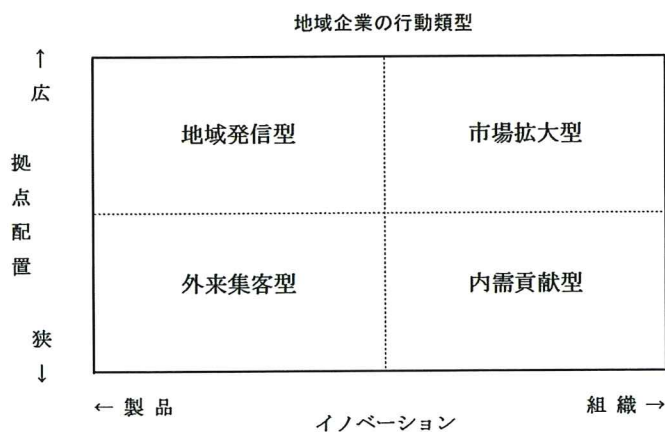
企業は競争力ある経営の実現が大きな目的になります。業績を上げて、あるいは上げるために、地元の人をできるだけ雇ってほしい。地元の人を雇うことが、競争力に繋がり、将来の人口も増えて、経済が回り、企業の業績も上がるという論理で、経営していただけたら地

域も元気になります。さらには、UターンIターンで大都市部から人材を吸引していただきたい。大都市に人を流出させず、逆に人が多い大都市から人を引っ張ってくるようなことが、道北エリアの人口減少に歯止めをかけ、地域の再活性化に繋がると考えています。

各学校に加えて企業など、必要な人材を地域で育成して、人口増加で地域経済を活性化する。先ほど雇用のミスマッチに触れましたが、地域が求めるような人材を、地域で育てていくことも大事だと思います。

## 企業と大学のイノベーション

経済学者のシュンペーターは、経済発展はイノベーションがもたらすと言いました。われわれ大学や企業に必要なのはイノベーションです。そしてシュンペーターによると、イノベーションは企業家による「新結合」です。新しいものは無から生まれるのではなく、既存のもの新結合だということです。電子技術と紙ベースの辞書が結合して電子辞書ができる、コンピュータと既存のゲームが結合してコンピュータゲームができるなどです。そして新結合を実現する優秀企業は成長市場にいるとは限らない。先に講演をいただきました渡辺さんのキャンディハウスもそうかもしれません。家具にデザインを結合させたのが旭川家具です。製造業が低迷していても、元気な企業も存在するわけです。低迷している産業の中でも企業努力、つまりイノベーションで抜群の成績を上げている企業はいろいろな分野にいます。そこからシュンペーターが言う5つのイノベーションの成果である、①「新しい商品」、②「新しい生産方法」、③「新しい原材料」、④「新しい市場」、⑤「新しい組織」が生まれて、これが経済を発展させていきます。



私は地域企業の行動を分析して、この図のようなモデルを創りました。縦に拠点配置を取ります。支店を地域外に持っているかです。横にイノベーションのタイプを取ります。組織イノベーションなのか製品イノベーションなのかです。

たとえば、旭山動物園は動物園という製品自体にイノベーションを興し、旭川に外から人を集める人気

企業です。キャンディハウスは家具にデザインを新結合した製品イノベーションで、各地から旭川ブランドを発信しています。ツルハドラッグはチェーン展開の組織イノベーションで、全国各地に市場を拡大しています。組織イノベーションで堅実な経営をして、内需に貢献する多くの企業が地域を支えています。地域を元気にする企業の行動パターンは4つの方向性があります。



旭川大学について言えば、教育という商品にイノベーションを実現させ、地元だけでなく各地から学生が集う外来集客型の企業になって、地域の活性化に貢献しなければならないと考えています。とりあえずは、近年の成長産業である医療・福祉の領域に人材を輩出する保健福祉学部を新規開設・新結合して、道内各地から学生が集まってくるようになりました。また経済学部では、これまでにない新しい大学教育を目指して、教育イノベーションに取り組んでいます。ではこれから、わが社・江口ゼミの取組について話をしていきます。

## 江口ゼミの人材育成

わがゼミの目的は地域を支える人材の輩出です。できるならば卒業後も地域に残って欲しいと考えています。そのためには地域を好きになることが必要で、そのために地域研究をテーマとした多様な活動に、いわゆるフィールドワークとして取り組んでいます。その教育成果として、ここで述べてきたような地域の課題を解決できる、たとえば低迷する地域産業を活性化できる、旭川の拠点性を活かして広いエリアを活性化できる、しかも新たな事業を創出できるような人材を輩出したいと考えています。

これまでの大学教育は、教室で理論を教える手法が主流で、その学んだ知識は社会に出て使えないという批判もありました。そこで「使える知識」を獲得させたいと考え、「実態調査」と「経営実践」を二本柱にして、「理論と実際の新結合」による教育に取り組んでいます。この教育で獲得できる知識は「暗黙知」です。教室で学ぶことができるのは言葉や書物で得る知識であり、これは「形式知」といいます。ところが知識は、たとえば江口の顔に関する知識のように言葉で表せないものがほとんどです。たとえば、家具作りも肝心なところは言葉では表せず、やってみないとわかりません。言葉で表せない知識を暗黙知といい、マ

### ドメインと活動一覧

- ① 経済学ラーメン出店
- ② 惣菜店KOTOchan
- ③ 永山商店街MAP
- ④ 上川町の魅力MAP
- ⑤ ラーメン業界研究
- ⑥ ラーメンガイドブック作成
- ⑦ 旭川近郊8町プロジェクト
- ⑧ 旭川市労働基本調査
- ⑨ 旭川市駐車場整備計画基礎調査
- ⑩ 東神楽町地域振興券影響調査

### 街の元気づくり

イケル・ボラニーが定式化しました。形式知はマニュアルで獲得できますが、暗黙知は実際に実践したり見たりしなければ得られません。われわれの活動は、この暗黙知を獲得して使える知識、生きた経営学を学ぶことを目的としています。この過程で「行動力」や「思考力」や「対人関係力」や「リーダーシップ」、これらも暗黙知の一種ですが、そういったものを自然と身につけて、地域に貢献できる人材を育てたいと考えています。

去年、私たちのゼミは、年間通して、これら10のプロジェクトを行いました。学生たちは相当忙しい毎日を過ごしました。これからそれを簡単に説明していきます。

## 実態調査（1）：商店街マップ



地域の魅力を知って、それを地域に情報発信するために、「永山商店街 MAP」と「上川町の魅力 MAP」を毎年作成しています。地元の事業所や観光スポットを実際に訪れ、調査をして魅力を発掘しています。これらの写真のように地域の事業所取材して回ります。地域の魅力を自分たちが知って、それを記事に書き冊子にまとめて情報発信して、地域の人に、地域を好きになってもらいたいという気持ちがあります。



## 経営実践(1)：江口ラーメン

### ◇ラーメン出店を通じた街の元気づくり◇

- 2012年；2回(5日間)→ 1,719 杯 / 795,000 円
- 2013年；3回(6日間)→ 2,800 杯 / 966,060 円
- 2014年；4回(9日間)→ 3,457 杯 / 1,461,850 円
- 2015年；3回(8日間)→ 2,834 杯 / 975,534 円
- 2016年；8回(16日間)→ 4,151 杯 / 1,668,370 円

2012年からの実績です。今年は、年間の総売上杯数は4151杯でした。売上額で167万円ほどでした。実は屯田祭りが3日間大雨で、単独では大赤字を出してしまいました。今年は利益を稼ぎだそうと欲張って、8回のイベントで出店しましたが、全然儲かりませんでした。きちんと利益を上げることの難しさ、またリカバーすることの重要性、を学生たちは知ったはずですが、この写真はお店の様子と「江口ラーメン」ののぼりです。

スープづくりは、豚骨の血抜きから始まります。当日は5分でラーメンを出せますが、仕込みに15時間ぐらいかかります。これはチャーシューを作るバラ肉です。メンマは平べったい板状になっているとは実際に作ってみるまでは知りませんでした。こうして学生たちは、仕事の見える部分はほんのわずかで、その背後に見えない膨大な作業があることを知りま

地域のイベントで「江口ラーメン」を出しています。ラーメンを作るということ、ラーメン店を運営するということが、経営の暗黙知を修得してもらいたいと考えています。地域のラーメン店をパネルで張り出して紹介する目的もあります。これが

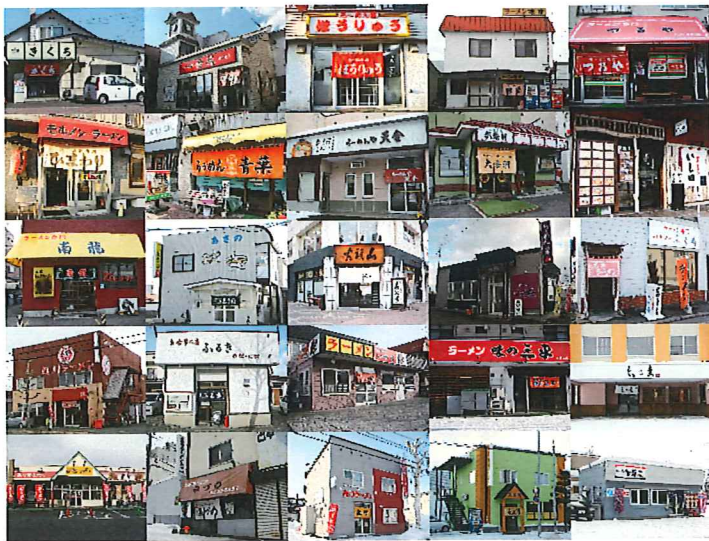


す。そしてむしろその見えない作業が、仕事の成果を左右することを知ります。



## 実態調査（２）：ラーメン業界研究

去年、旭川印刷製本工業共同組合の資金的協力を得て、『今日も旭ラー』という本を出版しました。自分たちでラーメンを作ったりしているので、突っ込んだ質問もできました。大学生らしく、一般のグルメ本とは全く異なる、アカデミックな内容になりましたので、地域では異例の1万5千部の販売部数を上げました。



これが訪問したラーメン店の写真の一部です。145店訪問しましたから、これ以外にも膨大な数の写真があります。学生たちは取材のプロでないため、十分な記事を書き、納得できる写真を撮るには、何回も訪問することになりました。本の完成までに訪問した回数は、合計794回、述べ移動距離が8,544km、距離にしてフランスまで行けるほど、車で走りまわ



りました。食べたラーメンは413杯になります。お店の方には大変な迷惑をかけましたが、おかげで大変に親しくもなれました。いまや学生は取材先店舗の大ファンになっています。

これが食べたラーメンです。どれがどこのラーメンか分かる人がいたら通だと思いますが、必要であれば言ってください。食べたラーメンの全ての写真があります。

取材している様子と、作業風景です。これが旭川製麺の旭川工場です。供給業者へも取材しました。出会った経営者は165人です。経営者が持っている暗黙知をなんとか探し出すことに努めました。学生たちが「頑固おやじ」と呼ぶ経営者や有力な製麺会社の社長とも親しくなれました。山頭火の畑中さんなどはまるで哲学者でした。ラーメン業界では伝



#### ジュンク堂旭川店 文芸部門 販売ランキング

1) 3月21日～3月27日	1位	15) 6月27日～7月3日	2位
2) 3月28日～4月3日	1位	16) 7月4日～7月10日	1位
3) 4月4日～4月10日	1位	17) 7月11日～7月17日	3位
4) 4月11日～4月17日	1位	18) 7月18日～7月24日	1位
5) 4月18日～4月24日	1位	19) 7月25日～7月31日	4位
6) 4月25日～4月30日	1位	20) 8月1日～8月7日	4位
7) 5月2日～5月8日	1位	21) 8月8日～8月14日	2位
8) 5月9日～5月15日	1位	22) 8月15日～8月21日	2位
9) 5月16日～5月22日	1位	23) 8月22日～8月28日	2位
10) 5月23日～5月29日	1位	24) 8月29日～9月4日	2位
11) 5月30日～6月5日	1位	25) 9月5日～9月11日	2位
12) 6月6日～6月12日	1位	26) 9月12日～9月18日	ランク外
13) 6月13日～6月19日	2位	27) 9月19日～9月25日	1位
14) 6月20日～6月26日	1位	28) 9月26日～10月2日	3位

★ 出版後12週連続1位、全28週中、1位が16週、2位が7週 ★

## 経営実践(2): 総菜店 KOTOchan

◇異なる価値観を共有する◇

- ・経済学部 江口ゼミナール → 経営学
- ・短期大学部 豊島ゼミナール → 食物栄養学

- ・2012年; 2日間 326組 / 303,450円 (10品)
- ・2013年; 2日間 423組 / 480,760円 (10品)
- ・2014年; 2日間 338組 / 368,900円 (11品)
- ・2015年; 2日間 453組 / 445,000円 (13品)

説の人で、アポ取りに成功すると学生たちがビビったため、珍しく私も取材に同伴しました。話が長引いて開店時間になると、畑中さんの行きつけだという地下にある怪しげな雰囲気のお茶店に場所を移して、何時間も熱くラーメンについて話してくれました。

その結果、この本は発刊後にジュンク堂・旭川店の週間ランキングで12週連続の1位を獲得して、そのあともランクインを続けました。芥川賞を取ったお笑い芸人の又吉の『火花』の出版と重なりましたが、ジュンク堂・旭川店だけで見たら、この時期、又吉の火花よりも売れています。旭川市民で買ってない方は「もぐり」だと言えるほどです。

豊島ゼミの短大生と共同のお店を出したりもしています。結構売上は出ています。利益はどれだけかという、それほどではありません。



大学生と短大生は価値観が全然違います。食物栄養専攻の短大生は作り手の立場で、どうしたら健康によく安心安全の総菜ができるかを考えます。一方、経営学専攻のわれわれは経営者の立場で、どうしたらお客がたくさん来て、売上が伸び利益が出るかを考えます。必ず喧嘩が始まります。お互いの価値観を理解しないとうまくいきません。それを暗黙知として学んでもらっています。

### 実態調査（3）：各種地域調査

これは旭川市役所の「労働基本調査」に協力した時のものです。旭川市の公式なアンケート調査票を作成して調査を行い、統計分析してとりまとめました。社会の動向を統計的に分析することで、数字で世の中を把握することもできるということを彼らは学びました。また、東神楽町の「地方版総合戦略」のための経済分析や地域振興券の経済効果分析、和寒町の商店街活性化へ向けた調査協力などの依頼もあって、ゼミ生たちの活動は広域へと広がっています。昨年は、旭川市と近隣町、いわゆる「1市8町」の経済分析を行い、学生たちの関心は、旭川市と近隣町の関係といった広いエリアへと広がりつつあります。こういう視点は道北地区の拠点となる旭川を理解する上で重要なものです。



### 北海道・東北ブロック学生発表会で3連覇



このようなことをやっていたら、北海道・東北ブロック学生大会で最優秀賞をとりました。2014年です。私のゼミは北海道・東北ブロックの大学でNo.1のゼミなのです。2年目も挑戦して最優秀を取り二連覇、おまけに去年も取り三連覇しました。3年連続で北海道・東北ブロックの大学における最優秀ゼミになります。

# 旭大生によるラーメン本 好評につき、またまた増刷

旭川大学経済学部江口ゼミ×旭川印刷製本工業協同組合



江口教授(中央奥)とゼミ生たち。今回の取材のために食べたラーメンは合計413杯！

旭川大学経済学部・江口ゼミナールの学生が、旭川のラーメン店100軒を調査したガイド本「今日も旭(きょうもあす)ラー あなたの食べたいラーメンがここに。」が好評です。3月に発行し、わずか1カ月あまりで1万部を完売するヒットとなり、このほど掲載店の移転情報などを反映させた第3版として、さらに5000冊が増刷されました。

## 経済面から読み解く分析も

印刷や製本は、地元の特産的。スーパの印刷会社39社で組織する旭川印刷製本工業協同組合が協力。民間企業と教育機関が連携して完成したガイド本です。

エリア別ではなく、しょうゆ味、みそ味、お味など、看板メニュー順で編集されている。研究を続けてきたし、掲載している情報は、旭川の名物のひとつであるラーメンに着目し、研究を続けてきた。掲載を手がけ、1冊の本がどのようにできあがるかを体験した。次はどう販売していくかというのを学んでほしいという、経済学文教授の思いです。

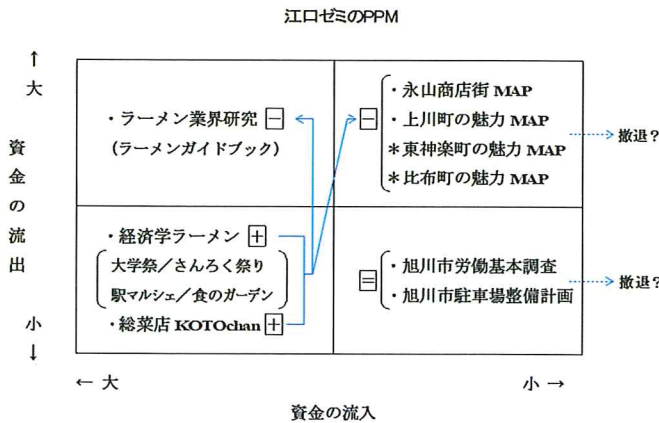
同ゼミでは11年前から旭川の名物のひとつであるラーメンに着目し、研究を続けてきた。掲載を手がけ、1冊の本がどのようにできあがるかを体験した。次はどう販売していくかというのを学んでほしいという、経済学文教授の思いです。

そんな数々の努力の結晶であるガイド本。巻末の旭川のラーメン店の数の推移や、旭川と札幌のスーパやコンビニと10種にも分けていく(1)の分類と比較、旭

## 江口ゼミの経営戦略

ラーメン出店で上げた利益はどうしているのかとよく聞かれます。これがPPM、プロダクト・ポートフォリオ・マネジメントという経営ツールです。縦軸が資金流出の大・小、横軸が資金流入の大・小です。左下の次元が「黒字」の事業、上の左右は「赤字」の事業、右下はトントンの事業です。これにわが社のプロジェクトを当てはめるところになります。

したがって、ラーメン店や総菜店など経営実践で売上げたお金を、紙代やインク代などで30万円以上掛かるけれども、売上はゼロという商店街マップなどのプロジェクトに回していくという資金繰りになります。ラーメンガイドブックを作る時も、取材のためにラーメンを食べる必要がありますので、自分たちのラーメンで稼いだお金で、研究のためのラーメンを食べるとい、変なお金の流れになりました。でもそれでやっこの本ができました。地域活性化の資金は、地域活性化で獲得するというのが、資金的に自己完結できるゼミナール活動を目指すのが、江口ゼミの経営戦略です。活動に要するガソリン代も膨大な額になるため、毎年ゼミは赤字の倒産寸前の状態です。ぜひ皆さんも江口ゼミのラーメンを食べに来て、われわれの資金繰りに協力してください。





## その他の取組

若者がいかに地域に留まってくれるかが、地域の未来にとって大事です。以上に述べた活動は、「理論と実際」の新結合ですが、「産と学」、「学と官」、あるいは「地域と大学」の新結合でもあります。学生たちが地域を知って、地域を好きになって、地域にとどまる、あるいはいったん出てみてもいつか戻ってくれることを期待して行っています。

同じような考えで、6年前から市内のホテルで、「あさひかわ合同企業説明会」を開いています。地元企業の魅力を大学生・高校生が知る場になっています。新規学卒者の3年以内の離職率が高いため、ミスマッチをなくすことも目的に掲げています。6年前に旭川大学が提案して、以来これまで私が実行委員長をやっています。これも行政を巻き込んで、「産・学・官」の新結合で続けています。

### その他の取り組み

#### ・あさひかわ合同企業説明会

(大学・短大・専修生・高校生)



産・学・官・金

#### ・旭川ラーメン甲子園 (高校生)



ラーメン業界・江口ゼミ・高等学校

思うようになります。地元の企業に就職したいと考えるようにもなります。そういう学生たちをできるだけ地域に留めると、地域が元気になります。高校の時からそういった気持ち、いわゆる地元愛を持つ生徒が増えたら、素晴らしい地域になると思います。ラーメン甲子園が目指すのは、地元愛の醸成と地域のイノベーションです。

先ほども言いましたように、新しいものは無から生まれるものではありません。既存のものが結合して新しいものができます。ソフトバンク社長の孫正義が大学生だったころ、辞書とエレクトロニクスを結びつけて音声機能付自動翻訳機、つまり電子辞書の母体となるアイデアを生み出しました。それをシャープが商品化しました。小売店とテレビが結びついて「ジャパネットたかた」のようなテレビショッピングが生まれました。典型的な新結合によるイノベーションです。

地域についても同様です。たとえば旭川市と近隣町が、あるいは道北地域のまち同士が新結合すれば、新しいものが生まれます。産・学・官の効果的な新結合も地域のイノベーションが実現する可能性を高めます。新結合は「連携」と言い換えてもよく、地域連携や産学連携など、従来からある連携という考え方も極めて大事だと思います。このような「新結合」いわゆる連携の重要性を最後に申し上げ、私の話を終えさせていただきます。

先日行ったのが「旭川ラーメン甲子園」です。高校生に旭川ラーメンの魅力を知ってもらうのが目的です。江口ゼミが架け橋となって、ラーメン業界と高等学校を結びつけ、ラーメン店の指導の下で、高校生がオリジナルラーメンをつくって販売しました。

学生たちは、地域を歩き回ると、地域の良さを知って、地域を支えたいと