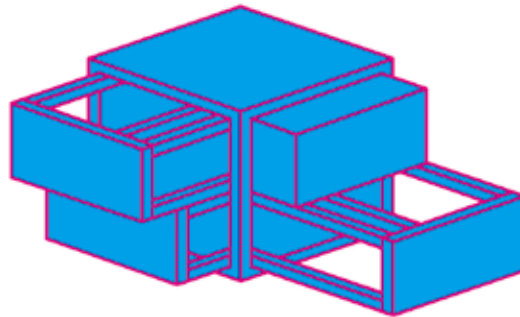
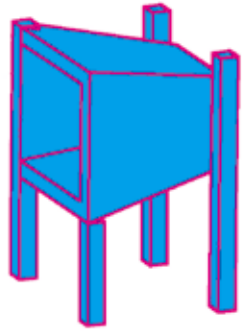
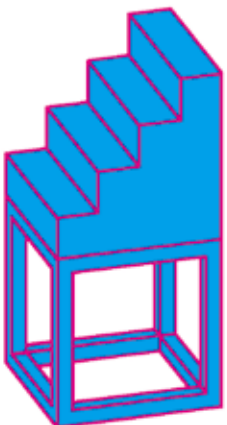


[研究報告一別冊]

2008年3月



少子高齢化社会における
地方社会の行方研究
— 講演・取材録 —



はじめに

本報告書は、2008年度の「少子高齢化社会における地方の行方研究」報告書の別冊として編集しました。

「少子高齢化社会における地方の行方研究」は、国内外の地方社会における多様な取り組みを把握し、少子高齢化社会に突入し、さまざまな困難を抱えている日本の地方社会の再生のための方策を検討するもので、今年度は、産業・雇用の課題解決に資する事例を収集・整理し、その検討を行い、本編にまとめています。

この調査研究の一環として、地方社会の産業・観光、医療・福祉、地域社会などについての動向や課題を把握するために、それぞれの分野に造詣の深い専門家によるセミナーを開催し、インタビューを行いました。この別冊報告書は、講演者及び取材者の了解をいただき、講演内容・取材記録をまとめたものです。本編とあわせて、お読みいただければ幸いです。

最後に、本研究のために、貴重な時間を割いて、講演や取材に応じていただいた方々に、改めて御礼申し上げます。なお、本編報告書にも一部を引用させていただきました。重ねて御礼申し上げます。

2008年3月

財団法人 ハイライフ研究所

「少子高齢化社会における地方の行方研究」研究会一同

アベヌ温泉水とその臨床効果.....	7
ピエール・ファーブル・ジャポン社 社長 桐谷 敏行	
ヨーロッパの温泉成功ストーリー.....	18
(有)山本 山本 紀久雄	
「地場産業×クリエイター」による商品開発	
ー 静岡ランデヴープロジェクトの実践を通じて.....	27
株式会社イミオ代表取締役 倉林 啓士郎 営業部マネージャー 板倉 勝敏	
ホスピタリティマネジメントに関する考察	
～事業者・顧客アンケート調査より～.....	40
日本政策投資銀行 地方開発部 奥 直子・伊藤 賢治	
キープ協会における環境・健康教育とスタッフ養成.....	60
財団法人・キープ協会 事業課長 増田 直広	
群馬県における地域医療・福祉の現状と課題.....	80
医療法人社団千栄会昭和病院 社会福祉法人夢 特別養護老人ホームふるさと ケアハウス夢の庵 理事長 岡野 昭	
ウェルネスとストレスマネジメント.....	91
BTU ストレスマネジメント研究所(BSMI) 副所長・主任研究員 北 博之	
東京圏外周部における人口流動と地域づくりの課題	
ー群馬からの観測.....	117
NPOぐんま代表理事 熊倉 浩靖	

少子高齢化の地方社会における地域スポーツのあり方 ・可能性・プロモーションの方策	133
平成国際大学教授／筑波大学名誉教授 佐伯 年詩雄	
国民保養温泉地の健康サービスの動向	151
社団法人 におい・かおり環境協会 顧問 井上 昌知	
富士山麓ファルマバレープロジェクトとは	166
静岡県立大学経営情報学部教授 西野 勝明	

少子高齢化社会における地方社会の行方研究

－講演・取材録－

アベンヌ温泉水とその臨床効果

ピエール・ファール・ジャポン社 社長 桐谷 敏行

□ アベンヌ温泉の歴史

これからアベンヌ温泉水の中身について、どんな水かをご説明申し上げます。まず、歴史を紐解くと、1736年に1頭の馬により、源泉の抗炎症効果が発見されました。この辺は歴史の情報ですが、当時、地区の領主の白馬が非常にひどい皮膚病に悩んでいたそうです。領主が野に放ったところ、その馬がアベンヌの水を浴びて皮膚病が完治したという、日本でもよくあるようなロマンチックな話ではありますが、そういうところからこの伝説は始まっています。

1743年、その源泉の横に初めての治療所が建設されました。中にはプールがあり、そのプールで沐浴をしているような方々の写真も残されています。いろいろな治療を当時から行っていたようです。



1871年にシカゴで大きな火災が起きました。その火災の治療用としてアベンヌの水が大西洋を渡りアメリカのシカゴに運ばれたと言われています。当時の船の積荷の証拠の写真が、今でもアベンヌのセンターに残されています。

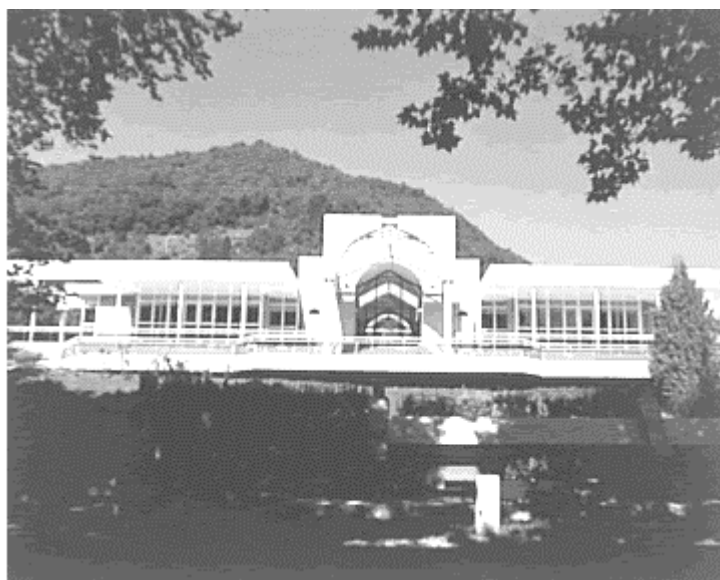
先ほど、政府から認定されないとミネラルウォーターを温泉とはいえない、という話をさせていただきましたが、1874年に政府の医学アカデミーにより、アベンヌ温泉水の医学的効能が認められました。当時の認定証もあります。

時代は移り、この温泉センターもヨーロッパなので戦争の影響を受け、かなり荒廃して

いたところ、1975年にピエールファール社がこの源泉を購入したということです。

このピエールファール社はもともと製薬メーカーで、静脈不全の薬や今は抗がん剤の研究も進めている会社です。会社としては自然の有効成分の力を借りて、人間の本来の健康を取り戻すというメッセージ、ポリシー、フィロソフィーを持っています。このような会社の元で、アベンヌでの展開が始まったということです。

90年にテルマリズムセンターという治療センターがオープンしました。このセンターは4月から10月までの稼働で、約7ヶ月間、年間2000人程度の患者さんを収容できるというところからスタートしました。そして1990年にブランドとしてアベンヌという化粧品の開発がスタートし、現在は世界75カ国以上の国にビジネスを展開し、日本でも今年で20年を迎えます。



さらに、このブランドをつくるだけでなく、この源泉の上に生産工場を設立しました。源泉の真上に工場を造り、源泉から水を汲み上げ、それを工場の中で充填加工していくということをしながらビジネス規模を拡大しています。

一昨年の2004年にセンター自体が拡張され、現在は年間3000人近い方が治療を受けるような状況になっています。

私もこのセンターの拡張工事の時にお邪魔して話を聞きました。ここでの治療は、かなり医療に近いというか、ほぼ医療の行為を行っているので、そういう意味で非常に人件費等、いろんなコストがかかるのが実態です。

3000人収用まで拡張したということは、ある程度、このセンター自体で手入れができるような形、その規模まで広げていきたいというのも本音の部分では思っていたようです。

□ アベヌ水の話

では、お水の話をしします。

このセンター自体は、フランスのかなり南にあります。パリから南に 700 キロ行ったところのセベンヌ山脈という山脈の中にあり、年間で 250 日くらいの日照があります。非常に日照時間が長く、多い土地です。

モンターニュ・ノワール（黒い山）というところの近くに位置します。この山を越える、ピレネーを越えるとスペインというような場所、フランスの南部地方になります。ここを見ると結構大きい村というイメージを持たれるかもしれませんが、この写真に写っているところが全貌で、人口が 80~100 人で変動しているということですから、日本の感覚でいうと村というよりは集落という言い方が正しいかもしれません。



この村から少し歩いた所にセンターがあり、そこに工場が建てられていますが、そこへは周りの地方から車で来て働くというような環境になっています。

そして、この温泉自体は北部の方から降った水が地層を通ってくるというところまで説明が進んでいますが、この地層というのがフランスの中でも最も古い地層だということで、今から 5 億年くらい前のカンブリア紀という時代には、ここはまだ海底にあったと言われています。そういう意味でいろんなミネラルと化石が重なり合っているということです。この水自体が、2つの水路を通じてやってくるのですが、ここで降った水が、だいたい 40 年くらいかけてアベヌのところで湧き上がってくるというふうなところまでが確認されています。

暖かい水流と冷たい水流が混ざり合い、このアベヌのところで温泉として出てくると言われています。水温は 25.6 度ということですから、比較的低温です。温泉という我々の

感覚からいうと少し温度的には低いものかもしれませんが、湧出量は非常に多くて、毎時 70 m³です。

当然のことですが、周辺の環境整備には大変気を遣っていて、定期的な検査を行っていて、雑菌がないか、汚染がないかということを確認しつつやっています。

□ アベヌ水の組成

専門的な話を出す時間も、私の知識もないのですが、組成のことを少し話します。非常にミネラル分の種類は多いが量が少ないというのがこの温泉の特徴だそうです。それがなぜかは後でお話しますが、そこが皮膚に対して非常に効能があるところの長所だと言われています。

ミネラル成分、微量元素の量は極めて一定で、もちろん物理的、化学的处理は一切されていない中でこれを使っています。資料に出ているケイ酸塩は、日本語でいうと二酸化ケイ素というのでしょうか、この成分が沢山入っているということが、この温泉成分のキーポイントになってきます。

温度	ミネラル分	微量元素とイオン	物理的特性	適応症
冷泉： <20℃	少ない： 500mg/l	カルシウム マグネシウム 珪酸塩	ハイポトニック アイソトニック ハイパートニック	リウマチ 皮膚科疾患
低温泉： 20～30℃	中程度： 500-1500mg/l	重炭酸塩 リチウム セレンウム	状態：液体、蒸気、 泥	耳鼻咽喉科疾患 呼吸器疾患 腎臓疾患
温泉： 30～40℃	多い： >1500mg/l (20g/l)	硫酸塩 鉄 カリウム …	放射性物質	胃腸科疾患 肥満

□ 肌にとっての黄金比

多種多様なイオンと微量元素も若干含まれているというところなのですが、特に最近得研究の中で注目されているのはカルシウムとマグネシウムのバランスです。皮膚の中に細胞間脂質と呼ばれる物質があるのですが、そういうところに大変効能があるということで、これは私どもではありませんが、同業の花王さんなどはセラミドという物質に対する重要性をよくお話になっていますが、そういうその物質に関係があります。特にアトピーの方などはこの細胞間脂質が大変少ないため、肌のバリア機能が低下するということがよく言われています。

また、マグネシウムがそれを肌に運ぶ機能があるということで、この2：1というバランスが大変良く、肌への有効成分の浸透に非常に効果があるということです。この研究は

資生堂の全く別の部門での研究者達が水の研究をずっと進めていて、そういった中でカルシウムとマグネシウムが2：1というのが肌にとっての黄金バランスだというような言い方をしています。

全くの偶然なのですが、このアベンヌ温泉水のバランスを見ると、カルシウムとマグネシウムがほぼ2：1になっています。このことは、結果としてアベンヌ温泉水の皮膚への作用が非常に良くなっている一例ではないかということが言われています。

陰イオン	mg/l	陽イオン	mg/l
HCO ₃ ⁻ (重炭酸塩)	226.7	Ca ⁺⁺ (カルシウム)	42.7
SO ₄ ⁻ (Sulfates)	13.1	Mg ⁺ (マグネシウム)	21.2
Cl ⁻ (Chlorures)	5.4	Na ⁺ (ナトリウム)	4.8
NO ₃ ⁻ (Nitrates)	1.4	K ⁺ (Potassium)	0.8
F (Fluorides)	0.1	Li ⁺ (Lithium)	0.1
Br (Bromides)	0.3	Sr ⁺⁺ (Strontium)	0.1
PO ₄ ⁻ (Phosphates)	0.3	Fe ⁺⁺ (fer)	0.005
NO ₂ ⁻ (Nitrites)	0.01	Mn ⁺⁺ (Manganèse)	0.002

□ アベンヌ温泉の治療方法

では、続いてこの水を使ってどんな治療をしているかを話します。

このセンターの治療期間は3週間です。3週間が必須条件です。お医者さんの処方箋が必要です。処方箋がない人は、治療が受けられません。まず、フランスでアベンヌでの治療を受けたい方は皮膚科の先生のところに行き、処方箋を書いてもらってアベンヌに申し込むという形になります。

適応症は、アトピー性皮膚炎や乾癬、火傷、掻痒症といったものです。3週間の治療が終わると、国民健康保険で8割、フランスの場合は自主保険といって個人の保険制度が整備されているため、基本的に、ほとんどの治療費は保険で適応されてしまいます。ただし、この周りには、いわゆるホテルといった類のものが一軒あるだけです。村の半分くらいはオフシーズンは空き家になっているので、そこに家財道具を持ち込んで自炊したりしながらこのセンターに通ってきます。あるいはもう少し経済的に余裕がない人はテント持参で欧米にはよくあるキャンピングカーで来て、滞在して治療を受けていく人もいます。

まず、ここに来ると初めにお医者さんがここにいる、お医者さんと処方についてのプログラムを、問診をして決めていきます。その治療自体は、基本治療と補助治療、さらに症状に合わせた特別治療という治療が準備されています。

基本治療というのは、このアベンヌ温泉水をどのくらい長い時間、肌に接していくか、供給するかということになります。そのため、入浴が基本になります。20分間バスに浸かります。私どもも日本から時々、このセンターにお連れして体験をしていただくことがあります。特別なケースですが、25.6℃では日本人はとて入れないので、日本人が来た時だけ32度くらいまで少し加熱をして、スペシャル・アベンヌウォーターに入ってもらいますが、現地の方々は25.6℃のままの形で入ってもらいます。アトピーなどの皮膚疾患を持っていると、温めると痒くなってしまうところもあるので、やや低い温度で20分間、ジェットバスで気泡を立て、それによって角質を柔らかくしながら温泉水の吸収をよくするという効果もあるということです。

その後、シャワーを浴びます。全身のシャワーを浴びます。かなり強い水圧の水が出てきます。これを10分ほど浴びます。当然、先ほどの入浴施設も個室、シャワーも個室です。四方八方から細かい水流が出てくるということになります。

症状のひどい場合は、その場所だけ、かなりの高圧の水をあてるという治療も行われています。

アベンヌは基本的には肌への効能がフランス政府から認められていますが、例えば他の温泉資質のように飲んで良いという効能、リウマチに効くとか胃腸疾患に効くということも認められていません。ただ、プログラムの中では1日、1.5リットルの水を飲みましょうということが組み込まれていて、この飲泉というのも治療の一環になっています。

さらに、例えば顔にアトピーのひどい症状がある人は、補助治療として顔にシャワーを浴びてもらったり、頭皮に湿疹ができている人は頭皮のシャワーを受けたりといったような、すべて患者さんの疾患に応じて医師がプログラムを処方していきます。非常に皮膚がゴワゴワなってしまったケースの場合は、入水の下でマッサージを受けるということもあります。

また、ウォーターでマスクをして、顔が水に接する時間をより伸ばしていくということも行われています。

このようなところは、私どもは逆に言うと、化粧品の販売の中で、例えば肌が敏感の方には同じようなウォーターの使用法をお勧めしています。

温泉だけで保湿が十分ではない場合は、一部、特別な効果として温泉水が入ったエモリエント剤という肌への有効成分が入ったクリームを塗布して、さらにこれに湿布をして保湿機能を高めていくということもしています。あるいは顔へのマッサージとか、マスクを使ったお手入れということもします。

日光治療なども行われていたのですが、近年は紫外線の影響もあるので、従来ほど日光治療は行われなくなりました。日焼けをしない程度の短時間、外に出るというようなこと

は行われているようです。アトピーは免疫系との関係が非常にあるので、そういう意味ではある程度、日光の刺激というのも害にならない程度であれば必要なことだというふうにアベヌドクター達は申しております。

それからこのセンターでもう1つ面白いのは、治療後、社会復帰した時のために、疾患がある人に対して、自分の疾患をうまく隠すメイキャップ方法をレッスンしたり、あるいは、ここにおいでになる方々は結構、赤ちゃんが多いので、赤ちゃんにどうエモリエント剤を塗布するかといったようなアトリエと呼ばれる勉強するプログラムも用意されていて、午前中は治療、午後は勉強会を受けながら過ごすというのがアベヌでの1日の体系というようになってくるのかな、と思っています。

少し水について科学的な話というか、もう少し話をします。

アベヌのテルマリズムセンターに来る患者さんというのは、圧倒的にアトピー性皮膚炎の方が多く47.1%です。乾癬は31.6%です。乾癬というのは日本に比べてヨーロッパは圧倒的に患者さんが多いところですよ。

患者さんの数は、乾癬については15歳未満の方が約3割、20～30代が3割でそれ以上が3割ということです。特に最近子どもさんの事例が増えてきました。ヨーロッパの場合も子どもさんのアトピーが非常に増えてきて、そういう人たちが来る例が多くなってきたと聞いています。

私は日本の温泉にはあまり詳しくないので、事実だけを申し上げます。フランスの場合はいわゆる西洋医学を否定するものでは全くないということをお話しておきたいと思えます。実際にアベヌに来られている方々のいろんな治療を見ると、ステロイド剤とアベヌ温泉水を併用している人が約70%です。それから同じような抗ヒスタミン剤、あるいは抗生物質を併用している方もいるという形で、いろんな薬と温泉治療を絡めていきます。そのためにドクターが薬の飲み方と温泉治療の仕方を組み合わせているのが、この温泉治療の一般的な治療方法だと言われています。ただ、この場合、症状が改善してくれば段々に薬の量を減らして行って、温泉だけで治療ができるようにこの3週間の中で少しずつ変化させていくということがこのフランスでは治療方法として行われていると言われています。

□ アベヌ温泉の薬理研究～臨床研究

SCORADという専門的な調査の仕方になりますが、治療前と治療後で完全にアトピー性皮膚炎が改善されているといったようなデータがあります。実際に治療前の方の写真がいくつか事例としてありますが、ひどい湿疹を持っていた方が2週間ちょっとくらいで皮膚が改善していくとか、痒くてかきむしってできた傷が2週間強で改善していくといった状態があります。ですから痒くて眠れないといった皮膚病として苦しい状況が、この治療後にかかなり目に見える形で改善してくるといえるのは、紛れもない事実としてあります。

乾癬なども治療前と18日後では、見た目にも明確な差ができてくるというのもあります。

この辺はセンター自体も研究として、データが膨大にファイリングされていて、経験がずっと蓄積されているというところがここの科学的な証明になってくるのではないかと思います。

ですから、例えばアトピー性皮膚炎の方に対して、先ほどの SCRAD の快適性というのが 21 日後に出てくるとか、あるいは、(アトピーというのは完治する病気ではなく、サイクルによって出てくる病気だと言われていますが) アトピーの発症のサイクルが長くなったとか、あるいは調子のいい期間が長くなったというようなことはその後の追跡調査の中で、6ヶ月から9ヶ月経った後でも、症状が改善されたという人が一番多いです。中には悪化をしたという人もいるのですが、圧倒的に差は出ているということが研究の中に残されています。

また、このような湿疹状態で、皮膚がボロボロ落ちるのが増えるとか、炎症の状態がどうかということで、トリプシンとかホスファターゼ (これは少し専門的な話しになりますが) の要素を見ても、治療前と2週間後ではトリプシンが明らかに良くなるとか、ホスファターゼが明確に低下して炎症が抑えられるとかいったようなデータのものの整備も進んでいます。

先ほど温泉水を飲むことについて話しましたが、これは時間の関係もあるので飛ばしますが、食物アレルギーの関係もあり、アベンヌ温泉水が、腸がいろんなアレルギー物質を透過してしまうことを若干防ぐ効果があるのではないかと、ということで今、若干研究が進められているところです。その部分について優位に働いているようなことが分かってきました。マイナス 54 でありマイナス 29 というのはこの効能が明確になってきたということが、少し手がかりとして分かってきたというようなことを聞いています。

薬理研究というのは、水の細かい組成を見るところなのですが、1つだけ肌が痒いということについてのデータをご説明します。これは専門家の話なのですが、好塩基球というのは、これは白血球の一種ですが、こういうものが血液を流れています。この中にはいろんな顆粒が入っています。名前は聞いたことがあるかもしれませんが、ヒスタミンという物質があり、これが白血球の中に入っています。ある刺激を受けると白血球というのは身体を守るためにどんどん増えていきます。その中でこのヒスタミンというのが顆粒としてパンと血液の中に出てくる場合があります。これによって、皮膚の炎症や痒みをもたらすこととなります。それが非常に重篤な皮膚病の患者さんにとっては苦しいところだということになっています。

このアベンヌ温泉水というのはその好塩基球の中にあるヒスタミン等を抑えていく効果があるということです。何もしていないと、肌の中に高いレベルで顆粒が肌の中にどんどん出て行ってしまふ。体内にどんどん出て行ってしまふことになるのですが、アベンヌ温泉水を浸していくと、この状況が大変納まっていくということが言われています。これにより痒みや炎症を抑える、あるいは痒みや炎症の原因の1つを抑えていくということが、この温泉水の薬理の研究の中でも、今、進められているというようなことを説明

しておきたいと思います。

このような形で非常にミクロな世界に入り込んでいった薬理研究などいろいろ調査をしています。つまり、最初にお見せした写真はセンターで治療を受けると、こういうふうに治りましたという実証の例です。臨床という言葉を使いますが、実証です。それから2つ目に今度は水をもう少し細かい分野で見えていって、その組成や何かがどう効果を出しているかというのは、今、ご説明した薬理の作用になります。そういう意味で全体の部分とミクロの部分と、両方からこの温泉についていろんなところで研究を進めているということがご理解いただけるかと思います。

もう1つ臨床の事例を申し上げます。今、日本でも女性の間で、レーザーで皮膚をきれいにするという施術がいろいろ行われています。お見せする事例は、美容のためにレーザーをあてたわけではないのですが、ある目的で顔にレーザーを当てたら非常に激しい火傷のような状態になってしまった、という方々の何人かを対象に、部位を測定したりしながら、片方は皮膚科の先生がよく処方するワセリンという物質を使った場合、もう一方はアベンヌウォーターとワセリンを使った場合の経過を見ました。

2、3週間経つと、統計学的に見たいわゆる有意差というものが現れてきました。例えばピリピリ感とか突っ張り感といったところでは、アベンヌウォーターを使用した方が、時間の経過とともに大きな効果が出てきたとも言われています。

このような、いろんな臨床試験的なデータもいろいろ持っているところがこのアベンヌの強みの部分ではないかと思っています。

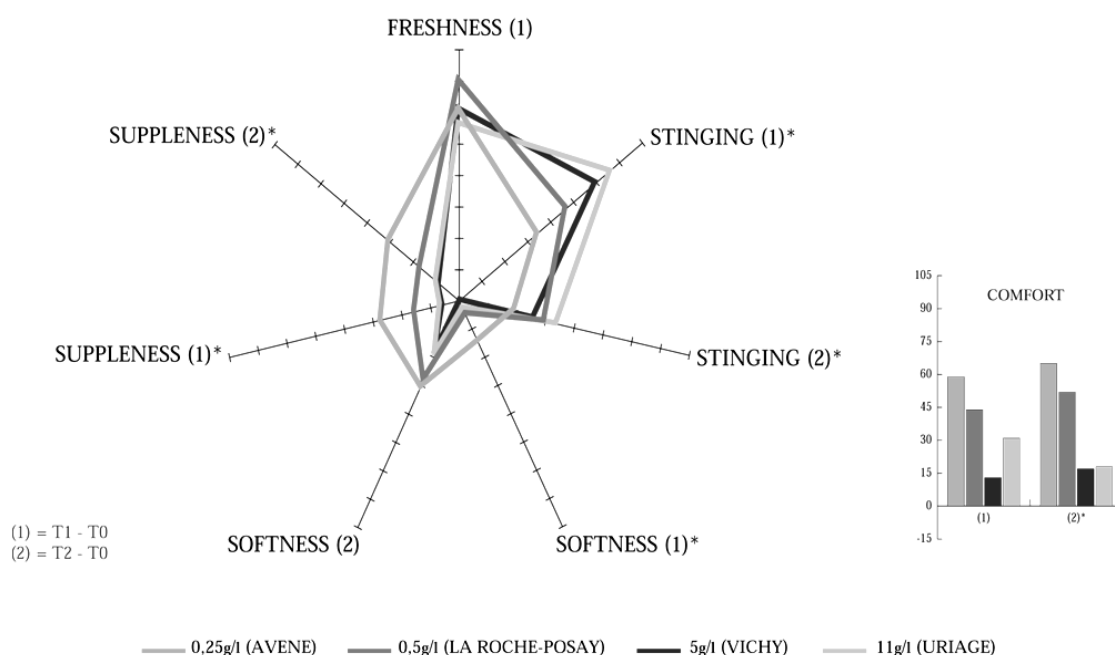
先ほど、温泉水の成分の中でいろんなミネラル成分があるのですが、その養分が少ないことが逆に皮膚にとっては、という話しをしました。フランスにあるいろんな温泉の水を電子顕微鏡で調べたデータがあります。ある温泉に肌をつけ、その後、乾燥させたときに、成分がどのように残っているかを電子顕微鏡で調べたデータです。アベンヌ温泉水とそれ以外のものです。

あえて他を誹謗することが目的ではないので、出したのは塩化ナトリウムの残存量です。これを調べると、非常に肌に残っている量が少ないことが分かりました。ミネラル成分がたくさん入っている水というのは、逆に言うと皮膚の弱い方、特にアトピーの方などはそのままの状態に放置しておくと、ミネラルが皮膚に残って、それが場合によってはいろんな刺激を与えたり、作用を及ぼすケースがあるというようなことを、今、この研究の中では言われています。これはあくまでフランスの事例です。これ以上のことは、門外漢ですが、結局、こういうことが皮膚へのもともとの水の浸透度だとか、その後の使用後の気持ち良さといったところに関係してくるのではないかと思います。

□ アベンヌ水の官能評価調査

何を言いたかったかということ、実は私どものアベンヌ以外にもいろんなスプレーを出しているメーカーがあります。他とアベンヌのとを調べるということで、今のような研究を

行ったわけですが、(資料の) ピンクのところがアベンヌのグラフです。例えば、爽快感と
 いったところを見ると、他社のグリーンのところは「非常に爽快である」と出るので、
 しばらく経った後の「肌の柔らかさ」だとか、「さらに時間が経った後でも肌が柔らかく感
 じる」といったところ、「肌が非常になめらかに感じる」といったところで、我がアベンヌ
 のスプレーは他のメーカーに比べて非常に評価されました。これは先ほどのミネラル成分
 の量に若干起因しているのではないかと考えられています。



□ 肌のトラブルの改善と QOL

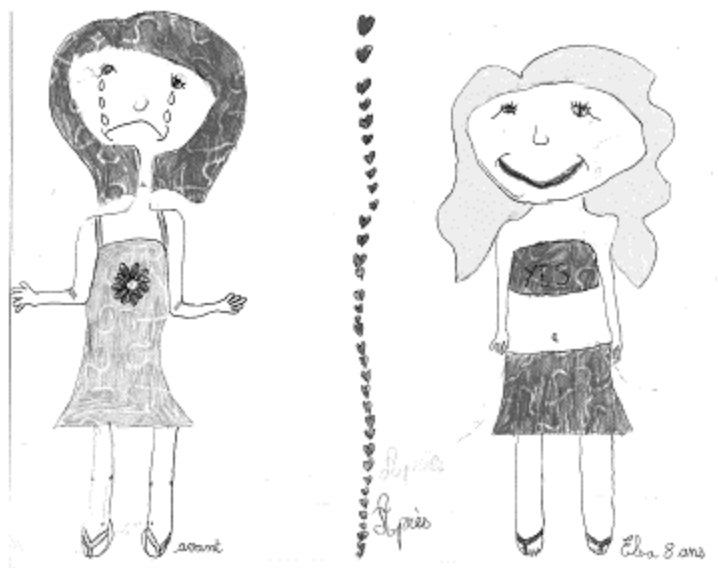
実際にいろんな子供さんたちが来られます。この資料は8歳のお子さんが現地で描かれた絵だそうです。最初に来た時の気持ちと帰る時の気持ちを絵に描いてくださいと言ったら、このような絵(来た時=泣いている、帰る時=笑っている)を描いて、彼女達は治療を受けて、帰って行ったようであります。

そして、これも実は同一の女性なのですが、初めてアベンヌに来られたとき、そして1回目の治療が終わった時、次の年にまた来られて治療を受けた時というふうに、やっぱり皮膚のトラブルが改善することにより、女性の生活自身のレベルも上がっていくのだなというのは、我々としても日頃感じているところであります。

このように、単に皮膚にというだけではなく、それを通じて、テルマリズムセンターであれば患者の方々、そして私どものような化粧品を販売している日本のビジネスあるいは、

アベヌブランドを使っているユーザーの方々、そういう方々の流行の言葉で言う QOL を少しでも上げていってあげられればいいなと思い、私共も日頃ビジネスをやっています。

Résultats Cliniques J0 – J13



これからも私共にとっては、この温泉が実際にどう皮膚に効いてくるかという作用について研究を進めていくことが大事であり、これを今後のいろいろな文献の中で続けていきたいとふうに思っているところです。

少し拙いご説明で、多少、途中端折ってしまったところもありますが、後ほどご質問があればと思います。今日は、私共が日本で発表している一番小さいアベヌ・ウォーターと、先ほど治療のところに使っているクリームで湿布をしている写真をお見せしましたが、そこで使っているクリームをお持ちしました。これをお一人1セットずつお持ちいただき、ちょっとお使いいただいて、皆様の奥様なり、彼女なりにこれはいいぞ、と言っていたけると私もここに来た甲斐があります。ということで、最後にちょっとだけビジネスの話をさせていただき、お話を終わらせていただきたいと思います。どうもご静聴ありがとうございました。

(開催日：070410、場所：甲府)

(有) 山本 山本 紀久雄

お手元に資料をお配りしました。私は今、毎日、スポーツクラブに行き泳いでいますが、終わった後、アベンヌウォーターを付けています。そのおかげで頭がこんなに光っています(笑)。肌もいいです。

ニューヨーク、ロンドン、ミラノ等、世界の主要都市のほとんどにはアベンヌ製品が店頭で並んでいます。そういう意味では大変な成功をした商品です。今、ここにある商品のパッケージは、地下から水が流出してくるところを表しています。これは早川さんがご存知の水野先生がデザインしたものです。フランスの化粧品で、日本人がデザインしたものはこれくらいです。これが世界で非常に評価を受けています。

私はこのアベンヌのことを知ったついでに、ヨーロッパの温泉、各地の温泉を回りました。最初は興味本位だったのですが、そのうちにだんだん面白くなってきて調べだしました。今、こういう本「笑う温泉、泣く温泉」を出版しています。中田先生の資料もいろいろ拝見して、利用させていただいています。そういうことで一応、世界の温泉については本を書いた関係で詳しいのではないかと、いうことになっています。昨年もニューヨーク郊外のサラトガとか、カナダのアップーホットスプリングス、チリのカウケーンネスなどに行き研究しています。そういうことから、まず、ヨーロッパの温泉の成功ストーリーを話したいと思います。

先ほど「温泉は文化」という話がありましたが、桐谷さんの話にありましたように欧米人は基本的に熱いお湯は入りません。1日に40℃くらいのお湯に入って、パッと入ってビヤッと洗うのは日本人くらいです。向こうは、温泉はじっくり入ります。40℃に30分も入ったら倒れますよね。ゆっくりじっくり入って、皮膚から吸収させようとするわけです。治療ですから。そういうことで、全く入り方が違うというところをまずご理解いただきたいと思います。

私が本に書いたヨーロッパの6カ所をご紹介します。その前に、ヨーロッパ全体の話しをすると、ヨーロッパ全体で1500カ所の温泉があるとされています。4、5年前のデータですが、1400、1500万人が温泉に入っています。温泉はドイツ人が大好きで、1000万人がドイツ人で、残りの400、500万人がフランスやイタリア、スペイン、オーストリア、チェコ、ハンガリーなどの人です。

□ バートクロッツインゲン (ドイツ)

まず、私がご紹介するドイツの温泉はバートクロッツインゲンです。これからざっと、なぜ成功したかについて、ご紹介します。

ここは、大分県直入町の長湯温泉と 1989 年に提携し、長湯にドイツ村温泉、バードクロッツインゲンには長湯が指導して日本風呂をつくりました。この日本風呂がいたく好調で、評判がいいのです。日本の庭園があって、休む所もあります。壁には侍の絵があり、ちゃぶ台、座布団が用意してあります。ここは貸切です。年間稼働率が 100%です。2時間で一番安いのが2人で 64 ユーロです。今、円安ですから 160 円かけると 10, 200 円です。2時間で、です。マッサージなどが入る一番高いのは 114 ユーロです。それでもお客さんが来るのです。私が調べる方法は、いつも現場に行き、専門の成分などというよりは来ているお客さんに聞くのです。そうすると実態が分かります。「どうしてここに来られたのですか?」「なぜ日本風呂に来たのですか?」と聞くと、「18, 000 円は高いが、日本の雰囲気に触れられる」と言います。風呂は檜風呂、檜はないから杉ですが、全く日本と同じです。そういうことで、このバードクロッツインゲンは長湯さんの指導を受けて成功しました。

温泉というのは基本的に3つの機能からなっています。1つはクアハウス機能です。日本はクアハウスというと温泉というイメージですが、向こうでクアハウスというと、コミュニケーションの場所で、受付センターです。集会室とか。

2つ目は治療館。これは個室の場合も、大きな部屋の場合もありますが、そこで治療します。

それから公園があります。公園といってもその辺の甲府城の公園などではなく、30ヘクタールです。広大です。これは何故かというと、治療は基本的に午前中しかしないからです。午後はすべて終わります。3週間もあるので、午後は皆さん、催し物に行ったり散歩をしたりします。山の中ですから。そういう意味で広い公園を整備しています。

ドイツでは、この3つは温泉地として成功するためには基準です。ドイツの温泉は約320カ所あります。日本は3000ヶ所ほどありますが…。ドイツで温泉を掘り当てると白い金と言います。これは上手くいった、儲かる、ということです。

バードクロッツインゲンは炭酸泉ですから、炭酸泉を生かすことを中心にやっています。長湯温泉も日本では一番の炭酸泉です。ということで長湯がヨーロッパに行き、バードクロッツインゲンに提携を申し出てうまくいったということです。今では向こうでワインも作っています。

バードクロッツインゲンに行くと、温泉のすぐ隣りに心臓センター病院があります。ドイツでは80カ所くらい心臓病院がありますが、そのベスト5に入る立派な病院です。

日本の病院は、ロビーに入った瞬間に帰りたくなるような非常に寒々しいもので、病人になりに行くようなものですが、向こうはホテルのようです。

私がいろいろ聞いて驚いたのはベッド数が250で、看護婦は280人だということです。これはすごいです。そういうことを含めて、バードクロッツインゲンはどうして成功したかということ、炭酸泉を生かした治療、及び国立の心臓センター病院を持ってきたということで効果があった。それとともに、日本との提携です。日本は今、クール・ジャパ

ンということで物凄い人気です。この間、イギリスの BBC 放送が世界で最も好感度が高い国のアンケートを 27 カ国、28, 000 人にアンケートを取りました。1 位がカナダと日本でした。日本というのはものすごい人気です。そういう背景から来た日本風呂があるということです。世界のアニメーションの 60% は日本製です。日本文化というものが知れ渡ってきた。そういう意味で、日本の温泉を取り入れたのが向こうで成功したということです。

□ バーデンバーデン（ドイツ）

次にバーデンバーデンです。私はバーデンバーデンに行って恥をかきました。バーデンバーデンに観光組合の事務局長にお会いしたのですが、とにかく 2 週間に 1 度くらい日本人が来るそうです。そんなことはないと言ったのですが、そのくらい来て、皆、その人に会うそうです。

彼は、日本の温泉の方が視察に来るのはいいのですが、はっきり言って参考にならないでしょう」と言います。「バーデンバーデンに来るのに、どうやってきたか？」と聞かれ「車で来た」と答えたら「途中、家はありませんか？」と言われました。家はあるのです。でも緑で隠れています。一方、彼らは、私は日本の古い都を訪れた。そしたら、駅があり、タワーがあり、ビルがあった。緑がない。そういう環境保全が全然ダメだから、バーデンバーデンの温泉に来たってどうですか？世界で最も美しい散歩道なんかできますか、ということです。参考になりません。ですから、皆さんバーデンバーデンなどには行かない方がいいです。国際都市を目指すならいいです。

バーデンバーデンというのは温泉都市というのが皆さん頭に刷り込まれていますが、実際は、温泉の療養客というのは 14% しかいません。だいたい観光客です。個人で来る人が 28%、団体客が 26% ですから、観光だけで 56% です。観光地なのです。

3 つ目は文化的保養所が多いのです。そういう町ですから。絵画とか…。その中には競馬や歴史的にカジノもあります。

4 つ目は見本市です。今、見本市が多いです。世界中のいろんな企業が来ています。そういう展示会場になるのです。そこに来る人が全体の 20% です。ですから、バーデンバーデンはいろんな所にアプローチして、年がら年中、見本市、展覧会をしてもらうということが町の主目的になっています。温泉をからかうようなものもあります。でもそれはわずかです。そのわずかなことを見に行っても観光業界の参考にはならないと思う、と私は言われました。そして、調べたらその通りでした。ですからバーデンバーデンは温泉の名門ですが、今や多目的な国際都市に転換済みです。そういう都市づくりをされるのなら、是非バーデンバーデンに行って、温泉地から転換するための参考にしたらいいと思います。温泉の研究に行くということについては、どうかと思います。

◆ イタリアの温泉地

次にイタリアに入ります。イタリア国内の温泉地は 300 カ所だと言われていますが、一説には 3000 カ所とも言われています。これは分かりません。掘ればどこでも出てきますから。日本は温泉の数等のデータが割合はっきりしています。しかし、フランスなどに行っても、データはいい加減で、聞いた人によって皆データが違ってしまいます。イタリアも同じです。まあ、300 くらいだと思ってよいでしょう。

□ サン・ペレグリーノ

イタリアではサン・ペレグリーノに行きました。何故行ったかという、サン・ペレグリーノというのはイタリア料理に最も合うミネラルウォーターとしてイタリア人が大好きだからです。ヴォルビックに炭酸は入っていませんが、サン・ペレグリーノは泡がビューンと立ったりします。ただ日本人が飲むと「炭酸が強い」と言う人が多いです。

その温泉は、その水が出ている所だということで、サン・ペレグリーノに行きました。ミラノから北に 70 キロくらい入った小さな所です。ここに行って私はびっくりしました。ミネラルウォーターは湧出したら、空気に触れないでボトルに入れて、出してくるわけです。空気に触れると酸化しますから。その源泉の水をいただきました。全然、炭酸が入っていないのです。さっき、ボトルから飲んだのと全然違うじゃないかということで、センターの人に話を聞きました。すると、後から炭酸を入れているとのことでした。私の知っているミネラルウォーターの製造過程の規定に違反しているのでは？と思ったら、炭酸だけは無水炭酸というもののみ入れてよいという規定がありました。ですから、彼らは売するためにそういうことをするのです。

水に炭酸を入れてサン・ペレグリーノというものを作ったわけです。それはどこにも書いてありません。勉強になりました。

パンフレットにはその歴史が書いてありました。最初は源泉の水を売ったそうです。でも、売れないから炭酸を入れてみたら売れたので、それ以来、サン・ペレグリーノは強烈な炭酸を入れて売っているそうです。持ち主は、世界的な企業です。そういう意味で、これは成功しているということです。

イタリアの場合は泥のお風呂です。泥でも普通の泥ではないのですが、土を持ってきて水とこねまわして 1 年間ほど置いておきます。それを温めます。サン・ペレグリーノの場合は 50℃にして、裸で寝ると熱くなります。瞬間は熱いですよ。その 50℃がパッと触りますから。それが全体に行って温まります。その後、水で流して、マッサージです。そういうやり方をやっています。サン・ペレグリーノは山の中ですし、とても日本人には良いのではないかと思います。

□ アバノ

温泉フォーラム関係者ではアバノは有名ですが、日本人はほとんど行っていません。データで言うと中国人より少ないです。韓国人よりも少ないです。日本の地球の歩き方など、いろんなガイドブックを見ても、イタリアのアバノは出てきません。私はいろんな所に行ってきましたが、日本の観光ガイドは妙なところが欠けていることが多いです。すごく有名なところなのに載っていません。

アバノはイタリアで一番集客力が多い温泉地です。今でも伸びています。外国人が 54% くらいです。そのくらい有名な温泉地ですが、日本の一般の人に聞くとバーデンバーデンは知られていますが、アバノは知らない人が多いです。

昨年春、鳴子温泉の業界では有名な方が、アバノに行きたいと言うので温泉フォーラムにご招待して、アバノのホテルに行きました。行きましたら、公民館のようなところからぞろぞろと大勢の人が出てきました。中を見たらちょうど日本週間をやっていたのです。日本のお彼岸の研究をアバノでやっているというのです。

アバノで私がびっくりしたのは、まず、市役所に行って、アバノの集客データを見ました。1920 年ごろからのデータをすぐにくれました。1920 年といえば、戦前です。私は日本のあちらこちらの有名な温泉地に行って、入湯者数や宿泊者数を聞きますが、町役場ではほとんどのところは嫌がります。日本は、データはしっかりしていますが、すごくサービスが悪いです。アバノはびっくりしました。パッとデータが出ましたから。

その後、観光協会に行きました。そこに行ったら綺麗なお姉さんがいて「ちょっと待ってください」と CD を見せてくれました。画面が日本語で出てくるのです。そしてパンフレットも 7 つほどあり、日本語のものもありました。

日本人のお客が一番少ないのですから、ターゲットとして狙っているのかもしれませんが、世界中の言語で HP も対応しています。

日本はそういうことをしているのでしょうか？これだけインターネットが進んでいるのに、温泉地では英語ですらやっていないところがたくさんあるのではないのでしょうか。温泉旅館によっては一生懸命やっているところもありますが…。アバノはすべてのサービスが充実しています。

1 回目にアバノに行った時は、基本的には紹介してもらったホテルに泊まって帰ってきました。すると、帰国して 2 週間くらい経ったころ、アバノの有名なホテルから手紙と資料を送ってきたのです。「先日はアバノにお越しいただきありがとうございました。次回に来る際はぜひこの資料を参考にいただき、我がホテルに泊まっていただきたい」と書いてありました。驚きました。あちこち温泉を回っても、その場でパンフレットをもらったり、日本の場合は忘れた頃に葉書が 1 枚届くことがありますが、アバノのホテルはデータを送ってくれたのです。私はそのホテルに名刺を渡してはいません。それで、次の年にアバノに行った時に、そのホテルに申し込んでマネージャーと会ったのです。「どうして私を知ったのか」と聞きました。すると市役所から聞いたと言うのです。感激しました。こ

れはすごいです。いろんな人にそうしているはずなのです。情報がアットホームですよ。行政とホテルと住民が月に1回、会議をするそうです。例えばそこで、向こうの人が大好きな自転車のサイクリングロードが整備されていなければ、どうするかということ、その場で話し合ったりするそうです。すると住民からも税金というかそういう金を使おうとか、そういうことが決まります。

私は整備前と整備後に行きました。整備後に行ったら、食事が終わった夜8時ごろ、メインストリートが歩行者天国になりました。昼間よりも人がいっぱい出てきます。みんな散歩をするのです。銀座通りです。すごくいいです。しかし全然騒がしくありません。またはホテルの中でクラシック音楽などを聴いています。

町全体で、来た方に対して迎え入れるという体制がアバノはできているということを感じました。行政と住民の一体感というものを感じました。

□ リュション (フランス)

次にフランスに入ります。リュションに行きました。ここはピエール山脈の中腹にあり、フランスの革命以前からある名門です。

日本の幕末の頃、徳川幕府が倒れる時に、徳川方にフランスが肩入れして、薩長軍にイギリスが肩入れしました。その時のフランスの国王がナポレオン3世です。ナポレオン1世の甥です。ナポレオン3世は温泉が大好きであちこちの温泉地に泊まって外交をしていたそうです。したがって向こうの街並みなどはすごくクラシカルでガッチリしています。そういう温泉です。

リュションは1万4000年前の水が出ます。1000年かかった、地下5kmの所に130°Cの温泉があって、それが73°Cになったものだといいます。「本当か？」と思います。いろんなデータがあるので真意は分かりませんが、そのくらい良い水だそうです。

私は、どこに行っても必ず源泉を見せてもらいます。日本の温泉でも源泉を見せられない所はありますね。旅館はたくさんありますが、温泉地の源泉が、掘っ立て小屋が寂れたようなところにある場合があります。源泉を大事にしないような温泉はダメです。自分達の命じゃないですか。お風呂だけ、器だけ大事にしています。リュションは違います。源泉はちゃんと囲ってあります。ガスがバーッと吹き出ます。熱いです。73°Cだからお風呂に入れません。どうしますか？日本はそれを下げるためにどうしますか？水を入れるじゃないですか。水を入れると、効能が下がります。置いておくか。それはしません。お風呂に水を入れる直前に73°Cから38°Cくらいまで下げるのです。熱交換器を使うのです。日本の温泉で熱交換を使っているところはありますか？私はいろいろな所に行っていますが、だいたい人に話を聞いたりしてもそういう所はありません。

私は熱交換器を初めて見ました。あちこちにあるのです。なるほど、温泉を大事にしているな、温泉そのものを大事にしているな、という気がしました。そういうのを全部見せてくれました。

それから、ここは古い町ですから、1年に1回、夏になると花祭りがあります。有名です。日本のガイドにも出ています。100年以上の歴史があります。馬車とか皆、花を積んで入れます。皆集まってきます。その花の投げあい合戦をします。そういうもので有名です。言葉だと簡単なのですが、非常に雰囲気があります。

真冬になると映画祭があります。テーマがあります。LOVE です。毎年、愛をテーマにしたコンクールをやっているのです。やめません。フランス人はしつこいですから、続けてしまうのです。そういうことでリュションは伝統というのが大事だ、歴史というものを大事にして街並みをつくっていると思いました。いろいろ問題はあります。ありますが、基本的に水、温泉水を大事にしてリュションは成功していると思います。そういうことで、私の書いた本には、リュションの市長が推薦文を書いています。

このリュション市長のルネ レティグという方は、病院も経営しています。

□ アベヌ

いよいよ先ほど桐谷さんから話があったアベヌです。アベヌの成功はこれに尽きると思います。今まで紹介した成功の5つは、成功ストーリーは皆違います。その温泉にあったストーリーを選ぶことが大事なのです。日本人が一番不得手なのは戦略的志向です。戦術志向はすごく強いのですが、大きな戦略の構築というのは欧米人が得意なのです。これがすごく大事です。

私が言った今までの5つというのは、それを言いたいのです。大枠の方向というのを誤ると大失敗します。大枠の方向が妥当なら、それに努力を続ければ、時間が経てば実現していきます。1度決めた方向性を徹底的に時間をかけます。途中でやめてはダメです。やめないためには、方向性が正しいということをリーダーが貫く戦略的な志向が必要です。中身を大事にするということです。

アベヌの成功ストーリーは私の著書「笑う温泉 泣く温泉」の中に書きました。少し読んでみます。『アベヌはパリから遠く、交通不便な地に存在している。しかもカジノ、競馬、コンサートホール、美術館、ブティック街・・・等の設備は一切存在していない』アベヌは後発です。リュションは200年以上前、バーデンバーデンも200年以上前、今までお話した温泉は全て名門です。アベヌはニューベルバーグです。ここ20年で成功しました。昔から温泉はあったにしてもピエールファブル社が買ってから成功したのです。続きを読むと『アベヌ村があって、アベヌウォータースプレイと、アベヌウォーターが含有する化粧品をつくる工場がある他は、山地ではあるが穏やかな起伏に富んだ自然が続いているだけである。ヨーロッパの温泉の中でも、このような環境のところは少ないであろう。一般にヨーロッパの温泉が備えている設備、それは温泉治療として直接必要とされる以外の様々な設備であるが、それらがアベヌには存在していないのである。あるのは近代的で科学的な治療と、散歩に適した山地の起伏だけである。それなのにこの地に遠いロシアからも、日本からも、イギリスからも、当然フランス国内各地から人々が訪れ、

年々その数は増加しているのである。この事実をどのように考えるか。』

温泉地をつくるときに、何かの施設をつくるかかそういうことではないということです。それこそやり方です。アベンヌに競馬ができれば困ってしまいます。

『勿論、アベンヌの温泉水の効能・効果に対する絶対の信頼が、人々を引き寄せているのであるが、温泉水としての効能・効果は他の温泉でも当然存在していることであって、アベンヌだけの特殊性ではない。効能・効果のない温泉はヨーロッパでは認められないのであるから、治療効果があるということは温泉地としての不可欠前提条件である。』

当たり前のことなのです。アベンヌに効果があるのは他の全部と一緒です。『ところが、その効能・効果のある他のヨーロッパの温泉は、国家財政逼迫の影響から、健康保険の適用が難しくなり、その結果、集客に対して何かと苦勞しているのが現実の姿である。』だから、お医者さんが国から圧迫されるわけです。今までは「いいよいいよ」と簡単に処方箋を書きましたが、それが社会保険庁からチェックを受けるようになり、本当にしっかりした人、病院がはっきりしていないと処方箋を書かなくなったということです。

『だが、アベンヌでは、今でも人が年々増え続けているのである。人が集まること、それはすべてのビジネスの基本である。集客がなければ経営は成り立たない。これは国を超えた世界のセオリーである。つまり、集客はビジネス経営のグローバル・スタンダードであり、もっとも大事な経営価値基準であるといえる。その集客が、このパリから遠く離れた不便なアベンヌの地で、年々増加しているのである。』ですから 2000 人から 1000 人増にまで施設を増やしたのです。

『どうしてアベンヌの地に集客が図られているのであろうか。それはアベンヌ温泉が今までに行ってきたことにつきると思う。アベンヌ温泉が行ってきたこと、それはアベンヌウォーターの基礎的研究と、治療結果の臨床的データの収集・分析・整理と、その資料化と、多くの人に理解を得るためにストーリー化するというサイクル行動と、その継続であった。つまりアベンヌ温泉水の有効性を正しく、妥当に伝えるための活動のみを行ってきたのである。1990 年にアベンヌの地に治療施設を建設して以来、アベンヌ温泉が実行してきたことは、温泉水そのものの研究だけである。言葉をかえて表現すれば「アベンヌの地に徹する」活動をしてきたのである。つまり、アベンヌの素晴らしさを追求すること、それのみに徹してきたのである。その結果として、アベンヌの地に世界中から訪れる人々が年々増加する、という現象を招いているのである。』

これはすごく参考になると思います。『集客するということはグローバル・スタンダードである。経営向上前提の価値基準としての集客のためにアベンヌが行ってきたことは、自分の財産である温泉水の価値追求に徹することであった。つまり、自分が立っているその土地の中味、それはローカル・スタンダードの追求という行動であり、「継続とは力なり」という実践が、アベンヌの成功をつくりあげているのである。集客というグローバル・スタンダードを求めるためには、ローカル・スタンダードを継続して追求すること。これがアベンヌから学べる重要な 1 つの成功セオリーである。』自分の足下をまず、磨いて、研究

することでアベンヌは成功したと言っているわけです。途中で止めてはいけない、ということのアベンヌは教えてくれました。

今日、桐谷さんの話を聞いて、私がヨーロッパを回ってみた6カ所の温泉成功ストーリーでアベンヌの足跡も紹介した次第です。

ヨーロッパにウラジミール・クリチェクという有名な温泉の権威がいます。その人の温泉の本を読みます。「世界の温泉はほとんどヨーロッパにある。98%がヨーロッパにある」と言っています。おかしいではないですか？日本には3000カ所あります。ヨーロッパには1500しかないのに。世界のほとんどの温泉は日本ではないのにおかしいではないでしょうか？

それは基準が違うからです。彼の頭の中では、日本は温泉とは思っていません。そこにズレがあります。温泉は治療のためのものなのです。日本は浸かる、または慰安になっています。彼はだから温泉とは認めていないのです。これは恐いです。

私は世界のあちこちの温泉に回りましたが、世界には金持ちがたくさんいます。金持ちは金が余りすぎて困っています。だからいい所があれば行きたいのです。日本などにも来たいのです。その世界中の金持ちを日本の温泉が迎え入れてあげるようにしなければいけません。その時に、今、言ったようなことを、アベンヌがやっているようなことを知らなければいけません。

だからといって治療施設をつくれというわけではありません。ただ、彼らにとっての「温泉」の思想とはそういうものだということを知った上で、日本の温泉は独自のものをつくれればいいのです。今さらアベンヌのようなことを一生懸命やっても遅いのではないのでしょうか？まあ、遅くはないとは思いますが、金がものすごく掛かっています。並大抵のことはできません。ピエールファーブル社つてもものすごく大きいですから。今日、桐谷さんが紹介したものは一部でしかありません。すごくお金があって、投資できるということです。

投資しなくても、ヨーロッパ、アメリカ人、アジア人などのツアーを入れてしまうと大変だと思います。なるべく、欧米人の金持ちをぜひ日本に来てもらう。その時に、日本の温泉のお湯を下げることはありません。熱くていいのです。説明してあげればいいのです。日本は最大の産地じゃないですか。しかし、ヨーロッパ、アメリカ人が温泉に対してどう思っているかを理解してからやってほしいのです。

さきほど文化と仰いましたが、文化という中身を実践的に自分の方に落とし込んで利用するのがいいと思います。

アベンヌウォーターは温泉水です。これは700円です。大きいものは3000円。3000円だって、ただ塗るだけです。どうして日本の温泉をやらないのですか。どうして日本の美人湯をやらないのですか。やって売ればいいじゃないですか。簡単なことです。やっていない、それだけです。残念ですよ。しかし、今頃やっても無駄かもしれませんが。

(開催日：070410、場所：甲府)

「地場産業×クリエイター」による商品開発 — 静岡ランデヴープロジェクトの実践を通じて

株式会社イミオ代表取締役 倉林 啓士郎
営業部マネージャー 板倉 勝敏

私どもは今、渋谷の神宮前の方で、小さくオフィスを構えて、元々はサッカーが大好きだったので、サッカーやフットサルのブランドを立ち上げて、そういったものも取り扱っていますが、その他に今回ご紹介させていただく、静岡の地場産業のランデヴープロジェクトという、デザイナーの作った小さいインテリア雑貨等の取扱いや、最近ではイタリアのマジスという家具のブランドを取り扱ったりしており、インテリア関連事業とサッカー・フットサル関連事業と2つ分かれているという、会社です。

偶然、中田さんとうちの父とがご縁があり、このような場に呼んでいただき、誠に光栄に思っております。先週末、父に実家に呼び出され、「こういうのがあるんだが、ちょっとやってくれ」と言われ、今週ちょこちょこ資料を作っていたので、あまりお見せできるようなものができていませんが、簡単なパワーポイントの資料を作ってきましたので、1時間弱くらい、私たちが今取り組んでいる静岡ランデヴープロジェクトの取り組みについて、と実際の商品も今日持参しましたのでご紹介したいと思います。また、少し関わりのあるような、その他の地域の事例なども紹介させていただき、その後の質疑応答・ディスカッションにつなげていきたいと思っております。

うちの会社に入社したての板倉を同伴させていただきました。彼も最近新潟の三越へ出張して、静岡の地場産業の商品を実際にお客さまに販売をしてきたという経験をしておりますので、その辺の話もしてきたいと思っております。

早速、パワーポイントのほうで進めさせていただきたいと思っております。

題名は「地場産業とクリエイター」による商品開発です。最近、このような取り組みを多く聞くとありますが、取り組みについて、私たちが実際にやっている静岡市の実践の話を中心にお話させていただきます。

流れとしては、静岡ランデヴープロジェクトの概要とチームについて、色んな役割のメンバーでやっている、ということと、1年間のプロジェクトなので商品開発から販売までのスケジュールの流れ、あとは実際の商品について時間を多めにとって実物を見ていただきながら、2004年からやっておりますので、'04年、'05年、'06年と3回の商品群が完成しております。このような商品を見ていただきたいと思います。あとは新聞や雑誌などのメディアで多く取り上げられておりますので、そのような事例も載せてみました。あとは実際のお客様の声や、私たちが感じている評価や課題などもお話させていただき、最後になりますが、静岡市以外に、私たちが営業しているインテリア・ショップなどでよく見かけ、成功していると言える市のプロジェクト、例えば今治市の「タオルプロ

プロジェクト」であるとか、会津若松の「ビトワ」という漆器のプロジェクト、また福井市の「おいしいキッチン」というプロジェクトについてなども、簡単に分かる範囲でご説明させていただきますと思います。

□ 会社紹介・自己紹介

会社イミオについては、今ご紹介させていただいたとおりですが、フットサル・サッカーブランド、インテリア・ブランドのマーケティングであるとか、その前段階のモノ作りの段階（インキュベーション）から行っております。社名の意味は、「商品に意味を」という日本語から来ているのですが、私たちが取り扱う商品に、地場産業の例えば活性化や貧困の国のより豊かな生活であるとか、社会的もしくは文化的意味をなるべく盛り込んで、そういった商品を世の中に流通させることで、社会がより良くなるのではないか、というコンセプトのもと、社名をつけております。

簡単に私自身の紹介をさせていただきます。81年生まれで現在25歳になります。東京大学4年在学中、IT系ベンチャーで現在雑誌やTVで引っ張りだこの女性起業家に南場智子という女性がいるのですが、この人の下で秘書をやらせていただき、その後、インターネットのオークションサイトなどをやっている会社だったのですが、携帯の新規事業をやることになり、毎日携帯電話を20個くらい並べていじる生活を半年くらいしております、その新規事業が大変ヒットしまして、楽しい経験をさせていただきましたが、携帯電話やパソコンのモニターの中でやりとりされる商品やビジネスのあり方のようなものを、もう少しリアルに勉強してみたいと思い、実際に海外から仕入れて物を作る仕事をしたと思い、退社後、小さい学生企業だったので、会社を立ち上げて細々とやっていたのですが、最初に手がけたのが、僕がサッカー好きということもありまして、パキスタンというイスラム教の国からサッカーボールを仕入れ、工場に行ってデザインを入稿したり、品質やレザーを決めたりして作って輸入しました。それは最初なぜかメディアに取り上げていただきまして、またちょうどサッカーボールだったのですが、フットサルというサッカーよりも少し小さい5人制のスポーツがあり、そちらで非常に業界が伸びており需要が上がってきたので、最近多くのフットサルブランドから注文をいただくようになり、少しずつ軌道に乗ってきました。その後、「若いのに変なことをやっているヤツがいるとか、ITとか言わないでパキスタンに行ってボールを作っているヤツがいる」ということで、先輩がモノ作りの会社やデザイナーを紹介してくださり、その中で今回紹介させていただく静岡ランデヴープロジェクトというデザイナーと地場産業がコラボレーションしたモノ作りプロジェクトの販売を倉林のところで行って欲しくないか、という話をいただいたのがちょうど1年半ほど前です。そんなことをやっているうちにインテリア・ショップや百貨店、設計事務所などつながりが多くなってきて、他のインテリア・ブランドなども最近では手がけさせていただいているという状況です。ちょうど1年前の4月に株式会社になり、株式会社イミオという会社を作りました。では、ようやく本題に入らせていただきます。

□ 静岡ランデヴープロジェクト① 概要

静岡ランデヴープロジェクトは1年半くらい前に青山にあるワコールアートセンター、通称スパイラルさんから販売のところをやってくれないか、というふうに委託をされまして、私たちが携わせていただいております。

静岡ランデヴープロジェクトはどのようなプロジェクトかというと、静岡市の産業振興課のプロジェクトで、「地場産業に新しい風を」というキャッチコピーの中で、市の後援のもとに複数のアーティストと複数の静岡の地場産業メーカー、色んな種類があるのですが、木工の会社さんからお茶問屋、製茶問屋、靴の企業など、コラボレーションして新しいアーティストなりの生活者寄りの視点から見た商品開発をして、それを静岡市の地場産業の活性化につなげよう、というプロジェクトです。こちらは2004年から始まり、今年で3年目、また今度の商品開発もそろそろ始まりますので4年目を迎えようとしています。

その中で私たちは2004年の商品作りからは携わっておりませんが、2005年の半ば頃から販売部門を立ち上げたいということで携わるようになりました。静岡ランデヴープロジェクトというプロジェクトの全体の管理は青山スパイラルが行っており、その中で作ったものを、作るだけでなく、しっかりと流通にのせて、インテリア・ショップや消費者の元へ届けようと、マーケティングまで視野に入れて全体を運営しています。

□ 静岡ランデヴープロジェクト② チーム・役割分担

全体のチームの役割分担としては、色んな立場の方が携わっているのですが、一番左側が静岡市です。写真は市長と外国のデザイナーです。静岡市の後援をいただき、予算も静岡市が少ないのですが拠出をして後援して下さっております。それをプロジェクトの共同運営という形で青山スパイラルに委託をし、青山スパイラルが全体のプロジェクト管理や、青山スパイラルは発信力のある企業ですので、PR関係の活動をしております。そして一番下の方にあるのが、アーティストと地場のメーカーです。青山スパイラルのコネクションの持っている複数名のアーティストをスパイラルがセレクトしまして、また、静岡市のほうでも、静岡の産業局がコネクションのある地場のメーカーに問い合わせをして、簡単な面接をし、その中からまた再セレクションをします。そして地場産業のメーカーとアーティストと一緒に共同作業としてモノ作りを行うということです。そして、一番上にある販売事務局というのが私たちの会社になるのですが、アーティストと地場のメーカーが作った商品を私たちイミオを通じて、インテリア・ショップや百貨店へ流通をさせていくというような流れでプロジェクトが運営されています。私たちには直接的には、青山スパイラルと契約しており、アーティストとメーカーも青山スパイラルと契約をする形になっています。

□ 静岡ランデヴープロジェクト③ プロジェクトの流れ

そして、全体の流れですが、ちょうど4月1日に正式販売がスタートする形を目標としておりまして、これが大体の概要ですが、今年、2006年4月1日から3年目の商品が発売されましたが、そこから遡りましてちょうど1年前3月から4月頃には、現在発売されている商品の大きな全体のコンセプトや企画について青山スパイラルと静岡市が話し合い、今年は旅館のスタンダードというコンセプトで、日本の旅館をプロデュースしようという全体のコンセプトがあるのですが、それは日本の旅館というのは非常に完成された空間であるという仮説のもと、ここにある商品というのは、日常生活に落とし込んででも非常に豊かな空間を作れるのではないかと、ということで、日本の旅館のスタンダードとなるような商品を作ろうというコンセプトで始まりました。

そして次の5月頃に静岡市がメーカーを選び、スパイラルがアーティストを選び、このメーカーとアーティストでやっ払いこうというメンバーが決定します。6月頃にメーカーとアーティストの組み合わせを面接や話し合いを通じて決めまして、顔合わせを行います。この実際のモノ作りの段階になってくると、全体のディレクションを静岡市から青山スパイラルが引き継いで、アーティストやメーカーとスケジュール等のディレクションを始め大体の市場ニーズの話をして、6月頃からメーカーとアーティストが個別にミーティングをもち製作を開始します。ただ、メーカーが静岡にいて、今回はオーストラリアのアーティストを2名起用したので、海外ということで変則的にオーストラリアの2名のアーティストには3ヶ月くらいずっと日本に滞在していただき、それは静岡市が予算を出したのですが、滞在中に何度もミーティングを重ね、試作品を作り、試行錯誤を重ねております。2004年や2005年の場合は、アーティストの方がほとんど東京メインだったので、月に1度、少なくとも1カ月半に1回くらいは静岡のほうにアーティストが赴いて、モノ作りの話を詰めて、また東京に宿題を持って帰って、また来て、という感じで少なくとも3～4回は往復するような形になります。そして、割とスピーディーに、スパイラルがお尻を叩きながら、10月頃に第1弾の試作品が完成し、それを販売側、私たちの販売事務局も含めて皆で見て、この商品ならこれくらいの競合商品があるので、価格帯的にはこれくらいに抑えて欲しいとか、もう少し商品ラインナップを増やして欲しいなどの、販売側から見た要望などもどんどん加えていきまして、その試作品に対してフィードバックを行います。こういったフィードバックをしても、なかなかコストの面とかメーカーの体力的な問題で販売側の意見が反映されないことも多いのですが、こういったこともやります。そして1月頃に新商品がほぼ完成しまして、お披露目会が行われます。これは東京と静岡の両方でお披露目をして、全関係者や静岡市の職員やメディアなども呼びまして、お披露目という形になります。やはりモノ作りをこれだけスピーディーにやりますと、不備が多くて、なかなかお披露目会で商品が完成するということが少ないです。60%くらいのをメーカーが持ってきて、アーティストと喧嘩をするということもあります。2月のギフトショーに毎年出すことが慣例になっていて、市の予算で出します。こちらで初めて消費者や販

売店の方に今年はこんな商品ができました、と見ていただく。そこからは私たち販売事務局が営業や販売店の声をつないでいきまして、私たちのほうに徐々に商品の流れに関してはまかされてきます。そしてまたギフトショーで完成しなかったものやパッケージなどを4月までに完成させて4月1日から正式販売を行います。今年は割りとメーカーもがんばって下さって、4月1日に商品が揃ったので先週4月の上旬2週間、新潟の三越のインテリア・ライフスタイルコーナーにて初めての販売を行いました。全体の流れとしては、このような1年間になっております。

実際にどういったものが出来てきているのか見ていただきたい。今日はサンプルをいくつか持ってきました。

□ 静岡ランデヴープロジェクト④ 実際の商品 2004年・2005年

今、中田先生にお持ちいただいているものが「ひびのこづえ」というコスチューム・アーティストのデザインです。最近よく名前を見るようになってきている、NHKの衣装を担当している方です。その「ひびのこづえ」と静岡市の下駄のメーカー「水鳥工業」とがコラボレーションして作った商品です。こちらは2004年の制作物ですが、2004年に第1弾を発表し、評判が良かったので2005年にも違うデザインを出してきている、このプロジェクトの中では最も販売量が多い大ヒット作といわれている商品です。うちの会社でも履いているのですが、本当に履き心地が良く人気の商品です。

こちらは「いろはかるた」という商品ですが、静岡は雛人形の産地で日本の雛人形のほとんど8割近くを作っています。分業体制で作っているメーカーが多い。その「人形の左京」という雛具のメーカーと「月岡彩」という若手のアーティストがコラボレーションして、十二単で使うような日本の伝統色を子供の知育玩具に使えないかということで、枕草子の歌も入れて、色んな遊び方をしようという商品です。こちらは子供向けに作っていましたが、着物などを好まれる年配の女性から非常に多くご注文をいただきました。メディアとしては近くにある「主婦の友」が出されている出版物や、「家庭画報」（世界文化社）や「きものサロン」（世界文化社）などに取り上げていただきました。箱もお雛様を入れるような桐箱に入れております。

そちらの「ひびのこづえ」の履物は下駄のメーカーとのデザインは、ヒノキの木を使っておりまして、ヒノキの消臭殺菌効果や環境にも良い点などが非常に高い評価をいただきました。そして2005年のジェトロ主催のユニバーサル・クラフト・ジャパンにも選ばれ、海外各地の展示会でも発表され、パリやニューヨークなどで高い評価をいただきました。

右下にあるのが、「中原英隆」という若い建築家で、スパイラルの若手アーティストのグランプリをとった現在27～8歳のアーティストと「株式会社岳南木工商会」とがコラボレーションして木馬を作りました。静岡市は非常に木工が盛んな県なので、木工の会社が非常に多い。アーティストらしく進む木馬を作りたいということで、後ろにスプリングが入っていて、少し重心を後ろに乗せると前に少しずつ進むという木馬を作りました。ただ、

こちらは販売的には最も売れなかった商品です。非常に細部にまでこだわって、楽しくモノ作りをしてみましたが、本当にこだわってしまったために、価格が競合商品の3～4倍になり6万円近くになってしまった。素材にも非常にこだわって1万円代後半で出している海外の有名デザイナーの木馬などもあるので、比べられてしまうとなかなか販売しづらい商品でありました。ただ、モノ作りの取り組みとしては、とよたものづくり大賞という静岡市の賞をいただきました。

これが2004年、2005年の商品ですが、この2ヶ年のパンフレットを作成しておりますので、こちらに詳細は載っております。こちらに色んな商品が載っていますが、中にはアーティストとメーカーの思惑がずれて1年半経っても商品が完成せず、結局陽の目を見なかった商品も何点かありました。食品の分野でも、静岡の安倍川餅の松伯堂という伝統のある企業と酒井俊彦というプロダクトデザイナーが作った商品があったのですが、チャンネルが違いすぎて、インテリア・ショップでは賞味期限3日のものは発売できず、当社は担当せず、松伯堂が独自で販売していました。クオリティは高いのですが、チャンネルが全く別のものを作ったり、ブレなんかもありました。

基本的に2004年に初めて行った時には販売は考えておらず、モノを作って、メーカーが独自で販売するという話だったのですが、2005年が始まるにあたって、2004年のメーカーが在庫を抱えていたり、もともとの販売先と違うので売れない、という声がありましたので、2005年の販売から当社に声がかかり、実際に流通までランデヴープロジェクトとして責任を持つという形になりました。

□ 静岡ランデヴープロジェクト⑤ 実際の商品 2006年 その1

これが2006年、今年の商品です。別にパンフレットがありますのでお配りします。2004年は特にテーマを設けずに作りしました。2005年は「キッズ」というテーマを設けて子供向けのものを多く発売していきました。2006年は「旅館のスタンダード」と、より明確にコンセプトを持たせて、商品群として同じイメージを作っていくことにしました。2006年はプロダクトデザイナーの酒井俊彦さん（初年度にお餅をデザインした）に全体のディレクションをお願いし、オーストラリアのデザイナー2人を起用し、全体としての旅館、日本のモダン和の雰囲気を作っていくプロジェクトということでコンセプトを決めました。

各商品は、全部で7品目あります。一番左がyaguraという名前のスツールです。ネーミングやコピーライティングはスパイラルのコピーライターが担当をしております。各商品とも今年の4月1日から発売開始しておりますが、実際に販売している板倉の方がより詳細に説明ができると思いますので、ちょっと営業トークになってしまうかもしれませんが、板倉から説明させていただきます。

説明させていただきます。一番左が「yagura」というスツール、つまりイスですが、一

番メーカーとデザイナーがこだわったところが、脚の部分に添え木を置かなかった点です。普通は安定性や重さに耐えられるように添え木を置くのですが、それを置かずシンプルにこだわって作りました。地場産業というのは技術力が元々確かであるので、それを大事にしようということ、また主張しすぎないものを作りたいということで作りました。やっぱり木材もできるだけ国産にこだわり、値段についても、1万円前後、過去の木馬の失敗があったので、手を出しやすい値段にしようということで値段設定いたしました。

こちらの4種類の商品は、オーストラリア人のデザイナーを起用した。やはり旅館をデザインする際に日本人がデザインしては同じものができてしまう。一度概念を壊して欲しいということでオーストラリア人を起用しました。また、2006年度が日豪交流年という年で、オーストラリア大使館の方からも協賛をいただき、オーストラリアのデザイナーを2名セレクトして招聘することができました。

次の「ichimatsu」は「yagura」と同じ「関本家具装芸」という会社が制作したものです。これも旅館をイメージして作ったライトです。一見普通の行燈に見えますが、柄が全然日本的ではなく、かなりグローバルのデザインです。例えば鎖をイメージしたようなものがあるとか、日本人では思いつかないようなデザインをしていただきました。これも木材にこだわり、できるだけ日本で用意できるものを使って作りました。

次の「fukidashi」と「koushi」という格子状の商品は、静岡市の木工メーカー「アトリエ石川」に作っていただきました。まず、「fukidashi」というのはお茶櫃です。ただ普通の茶櫃は丸いデザインですが、オーストラリア人のステファン・リーにしてみれば、なぜ丸いのか、というわけです。お茶櫃とお茶請けが入ればいいのならば丸くなくても良いじゃないか、ということで雲型になっていて、ピッタリ入るようなサイズになっています。デザインの的にも三越で好評であり、サイズの的にも大きすぎず良い。今、お茶櫃を普通の家庭で使うかという疑問点が残りますが、小物入れ等の用途にも使えるということで非常に好評で売れ行きも好調でした。

これはJTB商事など旅館関係の商社などを通じて、いくつかの旅館にも提案させていただいて、実際に一つの旅館からはオーダーをいただいています。

次の「koushi」はライトです。高さが180cmと存在感が抜群です。これも三越で販売しましたが、なかなか個人のお客様には売れないもので、値段も8万円弱と少し高めです。これは旅館やレストラン、お店の入口に飾っていただくものとして作りました。また、受注によりサイズの要望にも応えられます。ステファン・リーというデザイナーはオーストラリアでも公園の大きい彫刻をデザインするなど、大きいものが好きでこれを作ったそうです。

両方とも木工のメーカーは本当に小規模な家族経営の企業なので、オーストラリアのデザイナーを呼んだ時も通訳を通じてやりとりをするのですが、初めての取り組みで常にハイテンションでモノ作りをされていました。

□ 静岡ランデヴープロジェクト④ 実際の商品 2006年 その2

次は「マルモの利き茶シリーズ」になります。今までは木工メーカーだったのですが、こちらはお茶メーカーです。やはり静岡はお茶の特産地なので、お茶のメーカーと酒井俊彦さんが一緒に作ったものです。今、緑茶ブームは確かにきていますが、どうしてもこのペットボトルの前線が緑茶ブームにはあります。やっぱりお茶メーカーとしては急須で飲むお茶が一番美味しいとおっしゃいます。それなら急須で飲むお茶の美味しさを知っていただきたく作りしました。緑茶には煎茶、棒茶など多くの種類があります。今日はお持ちしたので見て下さい。実は1袋に2つずつ20種類のお茶が入って利き茶ができます。2人で飲んで楽しんでいただきたいという商品です。

分量的には非常に少なく8gですが、ちょうど2人で3杯ずつ、1杯目・2杯目・3杯目と味を変えて飲む、6杯分のお茶として出しました。グラムにして出すと非常に価格が高いので、お茶問屋としてはこんな法外な値段では売れないという価格らしいが、パッケージや流通を考えるとこれくらいになる。しかし販売場所がインテリア・ショップで従来のお茶屋と別だと考えると100～300円くらいの小物としてお客さんは買って下さるので、全く違う流通で、こちらは既に青山にある有名インテリア・ショップなどからもオーダーをいただき、人気商品になるのではないか、と思います。

次の2足のシューズです。ballet shoes と origami slippers です。origami slippers これは静岡のシューズメーカーの「徳山シューズ」とステファン・リーと一緒に作ったもので、ballet shoes は旅館の草原で使って欲しいようなシューズをデザインしようと思いました。これは革の紐を編み込んでデザインしたかかとは非常に低いシューズです。リゾートのみで履いて欲しいというテーマでも分かるとおりの可愛いデザインに出来上がっていて、涼しい夏向けのシューズになっており、三越では非常に好評で価格的にも1万3000円前後は安いと感じるようで、三越の店員の方にも買っていただけた商品です。革の紐を足首に巻いている写真があると思いますが、こういう巻き方も工夫ができる点も好評でした。

origami slippers というのは、テーマが旅行なので旅行に持って行くスリッパを作りたい、あまり格好良い可愛い旅行用のスリッパがない、ということでキレイに折りたたためてオシャレに持ち歩けるスリッパを作ろうということ。カラーも全部で5色あり、こちらもなかなか好評な商品で、東京の有名インテリア・ショップに導入予定になっています。

□ 静岡ランデヴープロジェクト⑤ メディア事例 その1

メーカー的には4メーカー参加していただき、木工メーカーだけではバリエーションが出ないので、シューズメーカーを入れたりして、メーカーもバラバラにセクションするので、「旅館」と言うテーマで、一つのカテゴリに統一させている。私たちもモノ作りの段階から口を出させていただき、なるべく流通に向くような商品。それで実際の商品はそんなに多くなく、他の地場産業のメーカーに比べて予算が、市の予算なので、他の国の中小企業庁などの予算で作られているところよりはモノ自体が非常に少ないのですが、それでもそのような商品が完成してきています。メディア的にも色々取り上げていただき、このような地場産業の取り組みも多いと思いますが、新聞などで経済系の新聞や、当然静岡関係の地方新聞に取り上げていただいているのですが、左から「アートの魔術、商品を変える」とか「地場産業とアートが融合」、「商品開発で地場企業とアーティストが手を結ぶ」、「芸術家と業者の技術が結合」という形で、スパイラル自身がワコールアートセンターというアートをプロデュースする会社ということで、デザイナーという言葉をあえて使わず、プロダクト作るデザイナーは勿論参加していますがアーティストということで、自由な発想を外部の人間を地域の小さい中小企業に入れていこうという取り組みである、ということをしてPRいたしまして、発表時にこのような新聞に取り上げられています。

□ 静岡ランデヴープロジェクト⑤ メディア事例 その2

その次が、実際に販売をしていくと、あのような新聞記事はそれほど販促的には利用価値がなく、プロジェクトとして面白いと取り上げていただけても実際に購入につながるということは全くないので、私たちも独自で商品自体の良さを今度は消費者が実際に読んでみたり販売店の方がチェックをしているような媒体にPRをしていきます。

例えば、先ほど見ていただいたヒノキの履物ですと、ロハスというキーワードがちょうど昨年一昨年くらいから出てきておりましたので、そのようなキーワードでPRをして、イベントやカタログに取り上げていただいたり、先ほど見ていただいたカルタは当初子供向けということで、全てキッズ関係の業者をあたっていましたが、値段的にもそこそこであったり上品過ぎて販売がうまくいかなかったので、少しターゲットを変えてみて、着物や和風な上質なものを好まれる、日本の伝統色に興味のある方をターゲットにした媒体に載せたところ毎日のように電話で問い合わせをいただきまして、それから販売が伸びました。

一番右は2005年に作った、オーバーナイターというような木で作るポートハンガーのようなものですが、そういったものも子供のいるお母さんが読むナナという雑誌にPRをして、実際に仕入れているお店と共同でこのような記事広告を出してみたりして、販売につながるようなメディア戦略、PRを活用いたしました。

□ 静岡ランデヴープロジェクト⑥ お客様の声

全体として、お客様の声というのをまとめてみて、実はまとめきれなかったのですが、実際に見ていただくと、「地場産業がこういう形で新しいアーティストを使って新しく取り組むのは良い」という声が非常に多い。それは私たちも感じています。「今までの地場産業の持っているダサイとか田舎っぽいというイメージを変えていってくれる」という感想が多かったです。やはり静岡というものに興味を持っていただいて、「静岡は雛人形が有名なんですね」とか「木工が有名なんですね」など。お茶は皆さん知ってらっしゃるのですが、そういうことにも関心を持ってもらえるということは、効果があったのかな、と思います。

最近是谁がモノを作っているのかとか、どのような背景で作られているものなのかを気にされるお客様も多いので、そのような方にはしっかりとメーカーの情報が提供できる、ということも一つあったと思います。

またその日本の地場産業のメーカーはそれぞれ環境にやさしい取り組みを、あえてしているわけではないと思いますが、日本の元々のモノ作りが何かロハスな感じがする、ということは販売店からキーワードとして言われました。そしてギフトで買っていただいたり、雑誌で見てカワイイと思って購入しました、というお客様もおりました。

ちょっとネガティブな意見も色々あったのですが、どうしてもプロジェクトとして全体を統一して無理やり見せるようなところがあるので、販売というより展示会のような形になってしまいがちで、なかなか売っているのか見せているだけなのか分かりづらい、という声がありました。全体として売るのではなく、これはメディアでも同じですが、商品ごとに使用シーンの提案を深掘りして欲しいとか、日常生活にもっと落とし込みをしてほしい。このような日常生活に落とし込みができた商品は本当に売れました。また、その商品の、これは販売店によく言われましたが、奥行きが欲しい。一個一個のメーカーが1点しか作らない、本当にバラバラなラインナップになってしまっていて、例えばこのヒノキの履物も1年間で3000~4000足くらい出ましたが、このヒノキの履物という商品だけで、16種類くらいカラーヴァリエーションや素材のヴァリエーションがありまして、それによってメーカーの努力もあってヒットに結びついた商品です。どうしてもコストやリスクが伴いますので、メーカーもなかなか色を増やすのは難しいというところも現実としてあります。

あとはどうしても、デザインや機能は面白いが価格が・・・という感想は多くて、今年は、割とこの点はクリアされている商品が多いので楽しみですが、こういう意見もありました。このようなプロジェクトで多いのが、アフターフォローや問い合わせ先が各メーカーでちゃんとない場合が多いので、各メーカーそれぞれ、今まではメーカーとして卸売しかやっていなかったのが直接お客さんから問い合わせがあると、なかなか対応ができないというところも懸念材料としてあります。

全体のプロジェクトとしての評価と課題ということで、まとめてみようと思いましたが、ちょっとまとめきれず分かりずらくなっています。

□ 静岡ランデヴープロジェクト⑦ 評価と課題

私たちは、販売事務局がメインですが、そこからみた評価としては、一緒に取り組みをやったメーカーは非常に活性化というか地場産業全体が活性化しているかどうかは、まだ感じ取れませんが、メーカー自身が新しい取り組みをすることによって、何か生き生きしてくるというか、実際の消費者の声やメディアの反応なども知ることができて、取り組んで良かった、初めてデザイナーと一緒に仕事をしてようやく私たちがモノ作りの仕方をわかった、という声をいただいて、メーカー自身には起爆剤とまではいかないにしても、活性はしていただいているな、と感じています。メーカー自身も静岡市自身も、ここは満足している部分として、一定のPR効果があるな、と。それも一つのプロジェクトとして色々なところに取り上げてもらったり地元の人に知ってもらう。税金を払っている地元の人に一番PRしたいのですが、知ってもらうということはクリアできています。各商品が販売に移ったときにはその商品を通じて、静岡市のことを全国の人が知ってくれるというPR効果は感じています。ちょっと興味深いのが後継者育成や人材確保にも非常に効果があると思っております、このような取り組みをされるメーカーの担当者になる方が割りと2代目や社長の息子である営業部長などが担当されることが多く、この水鳥工業も跡継ぎの娘さんがずっと販売に携わっていて、アーティストとの打ち合わせや東京での販売を経験されたり、マルモのお茶も5代目の社長が兄弟でやっています、その方々がクリエイターと一緒に仕事をする中で、今までにない刺激的な楽しい時間を過ごしている、という感想がありまして、このような取り組みをすることでちょっとオシャレなメーカーではありませんが、メーカーとして少し新しいことに取り組むことで若い人に対しても魅力的なコンテンツをPRできるようになったと思います。また、静岡ランデヴープロジェクトに限って言えば、割と地場産業のプロジェクトなどの中では成功していると巷では言われているプロジェクトですが、実際に細かい数字までは契約上言えませんが、数千万円くらいの売上は築けるようになっておりまして、そこの地場産業の中ではそこそこの販売実績です。もちろん売れる商品売れない商品と偏りは出てきますが、まだいいかなと思っています。

また、課題というのもたくさんあると思っています。こういうプロジェクトは常にそうなりがちであると思いますが、色んなメーカーとクリエイターの方が、どちらの意見を採用するのか、割とクリエイターの言うことが通ってしまうことが多いのですが、クリエイターの一人舞台でやってしまうと、売りづらい商品ができてしまいます。特にマーケティングの部分でまとめられるようなディレクターの存在がどこのプロジェクトもなかなか人材がいらないと思う。全体の市であったり運営、メーカー、デザイナーなどをしっかりコントロールしてマーケティングや販売実績につなげていくようなマーケティングディレクターの存在が欠けていると思います。私たちがそこの部分を担っているような形になっていきますが、スパイラルにも担当ディレクターがいて、クリエイターの中にも今回でいうと酒

井さんのようなディレクターがいて、なかなか一つにまとまりづらいようなところがあります。そういった何か販売のプロデュースをするプロフェッショナルな存在がいたらもっと上手くいくと思います。また、その販売側の声や市場調査の部分がランデヴープロジェクトに関して言うと期間が短いこともあり、なかなか反映しづらい。モノづくりの段階で割と声を出してもなかなかそこが反映されるのが難しいという現実があります。やはり、そういうモノづくりの段階から、例えばマーケットの人たちの参加があれば、良い商品開発ができると思います。

次が販路開拓とPR・情報発信の両立と書いてありますが、先ほどのメディアの例がそうなのですが、やはり販売につながるPRとプロジェクトとしてのPRというのは違うものなので、販売につながるブランディングをするようなPRと、もしくは商品ごとをより消費者に知ってもらうようなPRと、そういった広報活動、売る広報活動が両立していくことがプロジェクト自体がうまくいく課題と思っています。

また、海外展開と書きましたが、いくつかの商品は海外の展示会にも予算をもらって出ることがあり、大体海外に行くと日本の商品は高い評価をもらったと帰ってくるが、実際に売上につながっているか、というと、せいぜい数百万円ぐらいの売上をつけて確実に経費と費用対効果でいうと赤字になって帰ってくるというのが多いと思います。やはりメーカー自身では、展示会には参加させてもらっても、その後のフォローアップや販売までができないことが多いので、そういったところがエージェントのような存在が入ってうまくできればもっと地場産業色が出てくるのでは、と思っています。静岡ランデヴープロジェクトの全体としては、このような感じです。

□ その他地域の事例① 今治市 今治タオルプロジェクト

あと、いくつか私たちのほうで携わっていたり、実際に携わってなくても話を知っているくらいの商品もあるので事例を紹介させていただきます。

これは今治市の例で、今治タオルプロジェクトといいます。世界一のタオル産地の今治市をもっとグローバルなものにしていこう、ということで今治市の商工会議所のプロジェクトです。参加されているメーカーは四国タオル工業組合の全メーカーということになっています。特徴としては、ロゴを発行して各メーカーがモノを作るときに、工業組合が認定すればこのロゴが使えるという取り組みです。ちょっとランデヴープロジェクトとは違います。ロゴや全体のブランディングのクリエイティブ・ディレクトとして今一番売れているアーティスト、佐藤可士和さんをお願いして、作っていただいています。実際の商品開発は各メーカーとクリエイターを促したかったらクリエイターをメーカーが誘って、モノ作りをするのですが、中でも丸栄タオルという大きいタオルメーカーと、この履物をデザインされているひびのこづえさんがデザインしてモノを作り、そちらも私たちのほうで販売しています。なぜならそれもランデヴープロジェクトというくくりで、スパイラルがコーディネートして売っています。こちらはジャパン・ブランド育成事業という中小企業

序の認定を受けておりまして、3年間3千万円ずつ予算が出てやっております。

次が会津若松の会津塗りの漆器のプロジェクトですが、BITOWAというブランド名で行っています。こちらも海外の展示会で非常に高い評価を得ていて有名なブランドですが、デザイン・ディレクションは桐山俊樹さんが担当され、実際のモノ作りは塚本カナエさんがデザインしています。特徴としては、初年度は漆器組合の11メーカーが参加していますが、それぞれ塚本カナエさんと一緒に話をし、海外でも受け入れられるような漆器を作ろうとがんばりました。初年度は割と高めの値段設定になってしまい、海外での評価はありましたが、「Japan is beautiful」みたいな感じの販売会になったので、今年2年間からは、前年度をクラシックとして、今年度はモダンというテーマで、しっかり流通できるような掛け率に抑えたプロダクトを作ってきております。この写真の方はモダンの方で、大量生産ができるようなデザインの形になっています。こちらも販売は基本的に各メーカー11社によるという形です。やはり、ジャパン・ブランド育成事業に認定されています。

最後が、福井市の「おいしいキッチンプロジェクト」です。こちらは今、地場産業とクリエイターのプロヴァイスの中でも一番成功しているだろうと言われているプロジェクトです。福井市が主催をしてメーカー数を5社設定しています。福井の地場産業もたくさんありますが、特にそのようなプロダクト、元々メーカーが持っている福井というブランドを売るというよりも、福井市のいろんな地場産業のメーカーを使って、一つのコンセプトを持って、例えば旅館のスタンダードのようなコンセプトで作っていき、というプロジェクトです。「おいしいキッチン」というテーマで、テーブルウェアやキッチン用品を作るプロジェクトを行いました。こちらは品目も非常に多く、130品目くらい作っていますが、特徴としては、販売や主要品出荷管理、またはブランドとしての情報発信を統一しており、一つのコンソーシアム、企業連合体を作って、そこで発信していくということを初めてやったブランドです。1年で40店舗くらいに導入され、品目が多いので売上も非常に上がったプロジェクトです。ここの成功によって、コンソーシアム・ブランドというような、企業が参加してプロジェクトを作り、ブランディングをデザイナーが統一する、という形プロジェクトが有名になりました。コンソーシアムというマーケティング用語ができただけです。

こちらのデザイン・ディレクションは先ほどこのお茶をデザインした酒井俊彦さんです。それぞれのブランドは&デザインという若手のデザイナーユニットといった人たちが参加しています。ひびのこづえさんもそうなのですが、わりと地場産業のプロジェクトだとディレクターやデザイナーが被るケースが多いのかな、と感じます。

以上、ちょうど1時間くらいだと思います。終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

(開催日：070420、場所：京橋)

ホスピタリティマネジメントに関する考察 ～事業者・顧客アンケート調査より～

日本政策投資銀行 地方開発部 奥 直子・伊藤 賢治

□ はじめに

本日はホスピタリティマネジメントに関する考察ということで、ホスピタリティマネジメントというのは非常に曖昧な言葉で、非常に広い範囲がホスピタリティというものには含まれてくると思うのですが、その中でも代表的なレジャー、観光業関係のお話をさせていただきたいと思います。

私共は北関東甲信エリア、茨城、群馬、栃木、長野、山梨といった所を担当させていただいています。お気づきのように、非常に観光の資源や事業者さんが集約されている所で、その中で私共、銀行としては再生案件ですとか、栃木でもいろんな案件がありましたが、長野、山梨でも景気が良くなったとはいえ、まだなかなか回復の道筋が見えにくいといった状況の中で、一体、何が地域・事業者・自治体等に欠けているのか、アンケートに基づいて調べてみようということでこのような表でまとめさせていただいたところです。

今日は、まず観光と産業が置かれている現況と課題を簡単に説明させていただき、その後、事業側の取り組みと宿泊側の受けとめ方という方向で説明させていただきます。

3番目に、地域、特に自治体や旅館、ホテルといったところの上位団体を含めたアンケートを実施させていただいたのですが、そういったところも含めたお話をまとめさせていただき、最後にまとめというところに入りたいと思います。

1. 国内観光市場の現況

□ 縮小傾向の国内旅行

まず、観光地域の産業の現況と課題です。今、国内で観光市場が置かれている位置というものを概ねのレジャーマーケットの中で確認させていただきたいと思います。資料の表は、余暇市場全体と部分別の推移です。余暇市場、いわゆるレジャー市場といわれているものを整理させていただいたものです。

1番下の合計が、レジャー市場全体、スポーツ、パチンコ、趣味、創作といったところを全て含めた市場です。あいにくインターネットというところはなかなか出てきていないところなのですが、そういったものを示させていただいたものの推移を、1990年のいわゆるバブル崩壊に瀕している頃から、各年ではなく何年か置きにご覧いただき、直近の2005年を見ていただいています。1番右は、2005年と98年との比較です。

レジャー市場全体からご覧いただくと、バブルの時代から直近（平成17年）までは、レジャー市場全体としては拡大傾向にあると言えます。ただ、ピークは、この年度の中で見

る限り 1998 年です。その頃に比べるとレジャー市場全体としては縮小しているという状況にあります。

この中で一体、各分野がどういう動きをとっているかというところを見てみます。

例えば、パチンコは貸玉料になるのですが、2005 年を 90 年と比較しても、98 年と比較しても増えています。直近は実は減っているのですが、パチンコは拡大しつつあります。

ビデオソフト、家の中でビデオを楽しむということもマーケットとしてはまだそれほど大きくないのですが、拡大傾向にあるという状況です。

一方で、国内観光行楽があります。こちらは 90 年と比べても 98 年と比べても縮小傾向にあります。中でも旅館は、2005 年と 90 年と比べると 4 割ほど減っているということで、市場としては大幅に縮小しています。国内観光の足を引っ張っているのは旅館であると言えます。ホテルを見てみると、こちらは 90 年に比べれば拡大しているし、98 年で比べてもほぼ横ばいです。これは最近、リッツカールトンが開業したり、比較的好調（地方も含む）は、いわゆるビジネスホテルです。その一方で、旅館が非常に厳しい状況にあるというところではあります。

海外旅行は、近年は若干上昇、拡大傾向が一段落していますが、まだまだシェアは低いものの引き続き拡大傾向にあります。海外旅行との競争、競合というのが今後の国内旅行市場の非常に大きなテーマになってくることが読み取れるといったところです。そういった意味では、98 年では直近の方と比べると、国内旅行というのは、直近でも、長期的でも縮小傾向にあるというのが現状です。

□ 市場の変化

次に、国内市場がそのような傾向にあるというのは分かるのですが、どのように性質として変わっているのかというのを見ていきます。

まず、「市場の変化①」ということで、中高年マーケットの台頭を見ます。世代別、男女別に年間の旅行回数を調べました。男性だけ取り上げると、90 年、いわゆるバブルの終わりの頃ですが、20 代、30 代の若い層が回数的には多かったのです。それが 2002 年には大幅に変わり、50 代、70 代といったところが上位を占めるというような状況になりました。

女性の方もほぼ同じような動きを示しているので、一般的にもよく言われていますが、数字的にもやはり中高年層のマーケットでの台頭ということが 1 つ市場の大きな変化であると言えると思います。

もう 1 つの傾向は、これもよく言われていますが、旅行の個人化です。2～3 人の旅行者は 88 年 19.7%で 02 年 32.5%、4～5 人の旅行者は、88 年 19.6%で 02 年 25.1%で、少人数旅行者の割合がずっと増え続けています。

51 人以上（88 年 8.3%→02 年 3.3%）とか 30 人以上（88 年 9.0%→02 年 4.7%）はずっと減り続けているということで、やはり旅行の個人化というのが進みつつあるのが資料からも分かると思います。

□ 旅行に行かない理由

こういったところも全体的には言えるのですが、もう1つ、旅行に行かない人というのも大幅にいるわけです。

なぜ旅行に行かないのか、というアンケートをとった交通公社の資料があります。1998年と2002年を比較したものです。

まず、行かない理由のトップ3は、98年の1位が「家計の制約」、2位：「仕事などで休暇がとれない」、3位：「景気が悪いので支出を控える」というものでした。これが2002年になると1位、2位は同じで、家計の制約というのは依然としてトップにあるのですが、以前3位の「景気が悪いので支出を控える」と答えた方は1割くらい減り、「何となく旅行をしないままにすぎた」という方が増えているという状況になっています。

景気が悪い、お金がないということ、家計の制約があるということは引き続きありますが、やはり余暇の過ごし方が、インターネットなどを含めるといろいろ増えてきたということがあり、その中で旅行における比重というものが上がっていないということだと思います。

今回の調査の中で、いろんな宿泊施設さんにヒアリングしたのですが、「今よく来られる方というのは、結局、海外も国内にも行かれる方で、行かない人というのは本当に来ないという両極端にお客さんが分かれているというのが今の現状だ」とリピーター率が非常に高いホテルの方がおっしゃっていました。そういう二極化が進みつつあるというのが、今の市場の現状ではないかと申し上げることができると思います。

□ 供給側の現状

今まで申し上げたのは市場の方ですが、次に供給側はどうなっているのかを見てみます。これは銀行側としても非常に気になるところでもあります。

産業全体の倒産件数と、ホテル・旅館という分野に分けた倒産件数を98年から2005年までにかけて見たものがあります。全体倒産件数は2002年を上限として2005年にかけて減少傾向になっています。

一方、旅館を見てみると2002年までは増え、一度03年にかけて下がっているのですが、2005年にかけてまた増えているという状況になっています。宿泊施設に関しては、まだ底を打ったとはなかなか言い難い状況だということになります。

私共の中でも再生ファンドなどいろいろやっていますが、そちらを見ても、メーカーさんはかなり回復が早いのですが、旅館・宿泊施設等はなかなかままならない、なかなか計画通りには行っていないというところがたくさんあり、そういったこともこのような結果に出ているといえます。

長野県さんも引き続き倒産件数が増え続けているという状況で、地域に関しても非常に

厳しい状況であるということが未だにある現状です。

□ 観光地域・産業の抱える課題

今までのところをまとめさせていただきますと、まず国内観光地が置かれている状況ということで、1つ目に、先ほど海外旅行のマーケットが増えていると申し上げたのですが、日本人の海外旅行に行く旅行者数が増加することにより、結局、海外と日本とどちらに行こうかと考える人が増えてしまっています。日本のサービスと海外のサービス、ホスピタリティを比較して、旅行者の評価基準が世界レベルになってきているというのが現状であります。

その中で、顧客に未だに家計の制約があると先ほど申し上げたのですが、ある一方で、インターネットや携帯などのレジャーが多様化し、余暇の過ごし方の選択肢が増える中で、先ほどご覧いただいたように国内の観光旅行の相対的地位が低下しているということが1つ挙げられます。

一方で先ほどご覧いただいたように、未だに宿泊施設の方は厳しい経営状態から抜け出していないというところがあります。

その状況の中で、少しずついろんなことをしていかなければいけないと思うのですが、何をしなければいけないのかを少し考えた時に、少子化・高齢化といった構造的な大きな変化が一つあるのと、旅行には財布の紐が堅い顧客を惹きつけることはなかなか難しいということがあります。

インバウンドというのは今、非常に多くなっていて、700万人ぐらいです。目標の1千万人という到達もそんなに遠くはないとは思われるのですが、急成長というのは難しく、そういう意味ではよく言われていることではありますが、何回も来てくれるお客さんというのをつかまえていくというのが、一般的にいわれていますが、非常に重要になってきます。

リピーター顧客というのは、やはり金融機関から見ても、事業者にとって経営基盤のベースになってくるところであると言えると思いますので、ここを安定化させるということが非常に重要になってくると申し上げることができると思います。

今、旅館・ホテル等、非常に厳しい状況でなかなか過大投資ができません。お客さんを惹きつけるような大きな投資ができる場所は限られています。その中で何をやっていくのかというのを考えていく必要があるということが1つであります。

以上が観光という分野、ホスピタリティの中でも非常に大きい分野を占める観光の分野が置かれている状況です。これから説明させていただくのが、私共のハイライトで、アンケートに基づいた説明です。

2. 供給側の取り組みと需要側の受け止め方

□ 供給側の取り組みにおける留意点

供給側の取り組みということで、宿泊施設様にアンケートを取らせていただき、お客さんを惹きつけるためにどのようなことをやっているのかを聞きました。こちらは今ご説明したように、レジャーの多様化や予算が限られている中で、結局、国内観光というのは限りあるパイの食い合いというのをしているというのが現状で、そうすると、リピーター客の維持、増大が必要だということを前提に調査させていただいています。

□ リピーター維持・増加の視点

どうすれば、リピーターというものを維持・増加できるのか。これは言うのは簡単なのですが、非常に難しいところです。ここで整理させていただいたものがあります。理論、教科書的な机上の空論的なものもあると思いますが、いろんなものがあります。リピーター維持・増加するためのツールとしてどういうことをやっていくか、仕組みになっているかというのを申し上げたいと思います。

まず、お客様はいろんな媒体、広告やテレビなどを見て、また、今、価格が非常に期待の形成に大きな意味を占めていますが、そういうものを見て、観光地や宿泊施設に対しての期待を膨らませるといったところがあります。実際にお客様が観光地域に行って、そこで受けたサービスやホスピタリティの品質によって価値を高いと感じるか、低いと感じるかということで差が出てきます。

価値が高いか、低いかというところに流れると思うのですが、実際に感じた価値が高ければ、期待を大きく上回っていれば、満足度が非常に高くなります。満足度が高くなると、お客様がもう1度ここに来ようという、いわゆるファンになるという意味だと思いますが、顧客のロイヤリティが高まります。一方で低くなると顧客の不満、クレームなどにつながっていきます。

高いロイヤリティにつなげられることができれば、ロイヤリティを持ったお客さんというのは、非常にリピーターになる可能性が高まるということになります。リピーターのお客さんの特徴としては、1つは利益率が高いということがあります。リピーターのお客さんというのは既に宿泊施設のことや観光地域をご存知なので、新しい宣伝をする必要がなく、そんなにコストをかける必要がないお客さんということができるため、利益率が高いお客さんだと申し上げています。

もう1つあるのは、こういったすごい期待を上回る体験をしたお客さんというのは、通常いろんな人に言いたくなくなってしまうというのが心情です。ですからタダで広告塔になってくれる、口コミを流してくれるというのがロイヤリティを持ったお客さんであるということが言えます。結局そうすると、1度来たお客さんの友達や家族が来てくれるということで、最終的には新規のお客さんの獲得に繋がっていくということが傾向としては言えるということです。

一方で、お客様が不満を抱いたから2度とそのお客様は獲得できないかというところもそういうわけでもありません。もう文句を言う気にもならない人は、2度と来ないと思うのです。

が、クレームというものを観光地域や宿泊施設に言って、そのクレームにいかに対応するかでこのロイヤリティに繋げることができます。

例えばクレームに対して素早く、迅速でかつ丁寧な対応をすることによって、実はよりロイヤリティが高まるという「ハーバードビジネスレビュー」という雑誌の結果で出ています。

そういうところに繋げることができるという理論立てはできるということで、いわゆるクレームにきちんと対応すれば、敗者復活ができるということが1つあります。

なので、リピーターを獲得するためには、お客さんの期待をある程度高めて、それを上回るサービス、商品を提供してロイヤリティを持ったお客さんを作っていくことが重要だということを申し上げたいと思います。

□ 品質の高い取り組みで高い収益につなげる

こういう視点に立って私共は今回、アンケートを取らせていただいているのですが、高い品質のサービスを提供すれば、高いリピーター率、あるいは口コミからの新規顧客獲得につながり、高い定員稼働率、あるいは高い消費単価と、最終的には宿泊施設や観光地域の利益に繋がることになるということで、この3つの指標をアンケートの中で、中心に置いて見ております。

□ 宿泊施設の具体的な取り組み

国際観光旅館連盟さんという上位団がおられますが、こちらの傘下の宿泊施設さんと連携してアンケートを取らせていただきました。少し古くなっていますが、対象者は、国観連さんの加盟宿泊施設のその他の宿泊施設、私共の取引先を含めたところを含めた所です。1574施設に出して、うち454施設から回答がありました。約3割の回答率です。

この中でどういったことを伺ったかという、まず第1に「人と環境にやさしいおもてなしをしているか」です。例えば「バリアフリー関連の対応をしているか」とか、あるいは「分煙体制を取っているか」「リニューアルをしてお客さんにやさしい建物をきちんと更新しているかどうか」「環境関連の取り組みをしているか」などです。

次に食事というのは非常にハイライト的なものなので、その中で、「泊食分離を導入しているか」「地産品を活用しているか」、最近流行の「ロハス、スローフードのような取り組みをしているか」、また、選択肢の幅を増やすということで、旅館さんの中では6時には食事を始めますという所が多いのですが、これは旅館・ホテルの自分達の都合で動いているだけなので、何時から何時まで自由な時間帯で来ていただいているという「夕朝食の時間帯を柔軟にしているか」や、あるいは選択肢の多さということで「和食だけでなく洋食も提供しているか」などについても伺っています。

3番目に、ホスピタリティの中では非常に重要になってくるということで「人によるお

もてなし」について伺っています。その中の取り組みで「従業員の教育・満足度」や「クレームにどのように対応しているか」「どのような顧客満足度最大化策を実施しているか」「イベントツアーの実施」「チェックイン・アウトの時間の柔軟化を実施しているか」「どのようなリピーター確保策を実施しているか」について伺っています。

今、説明した「人と環境にやさしいおもてなし」「食事によるおもてなし」「人によるおもてなし」の3つは基本的に具体的な取り組みです。最後のところが、結局おもてなしといっても誰に対しても同じことをやったら同じ満足度を引き出せるわけではありません。そうすると、やはりお客さんのデータを収集し、それを分析し、マーケティングしていくことが、おもてなしを効率的に実施していくにあたっては非常に重要になっていくため、「顧客データの収集や分析を各宿泊施設の事業者さんがやっているか」についても4番目に伺っています。

□ 供給側の取り組みの評価に当たっての評価基準

この回答を整理して分析しているのですが、先ほど申し上げた3つの指標ということで、高い品質の取り組みを提供し、それが結果的に業績、いわゆる高いリピーター率か、高い消費単価か、高い定員稼働率につながっているかについて分析させていただいています。高いリピーター率とか、高い消費単価は一体どこで区切るかというのがあるかと思うのですが、今回、リピーター率、消費単価、稼働率を各宿泊施設に伺い、まず、リピーター率については「お客さん全体の中で2回以上来られたことがあるお客さんがだいたい何人くらいいると思いますか」ということを宿泊施設さんの方に伺っています。これは宿泊施設の自己申告になりますが、この中で1番回答が多かったのが、だいたいお客さんの1～3割が2回以上のお客さんだと答えた宿泊施設が半分以上を占めていました。ですから、リピーター率が3割以上ということになるとリピーター率が比較的に高いということがある程度言えるのではないかと思います。

消費単価については、消費単価が一番多かったのが1万円台と答えた宿泊施設でした。ですから2万円以上が比較的高い消費単価と言えるのではないかと考えて分析させていただいています。

3番目に稼働率です。非常に銀行的な見方なのですが、今回は客室ではなく定員稼働率で拝見させていただきました。ここで1番多かったのが40%台でした。そういう意味では定員稼働率が5割以上は比較的稼働率が高いととれるのではないかとということで、以上3つの基準で今回アンケートを分析させていただいて、高い結果に通じれば、ある程度高い品質の取り組みと言えるのではないかと分析をさせていただいています。

□ 高い品質に繋がる取り組みとは？

今回は、非常にいろんな調べ方をしています。454施設お伺いした中で、「リピーター率

3割以上」「消費単価2万円以上」「定員稼働率50%以上」という3つの基準を満たしている施設をピックアップさせていただいたところ22施設ありました。

こちらは一体、何をやっているのか、一体全体、平均と比べると何が違うのかということアンケートの中から分析させていただいています。

こういった22施設はやはりこういった高い業績につなげられる取り組みをしていて、がある程度品質が高いと言ってもいいのではないかと、という方向性で今回分析をさせていただきました。

今回は山梨総合研究所さんへの話ということで、地域の中でも山梨県さんもお回答いただいたところもあるので、こちらを併せてご覧いただければと思います。

□ アンケート結果（山梨県）

サンプル数としてはまだ少ないのですが、山梨県の宿泊施設としては8ホテル・旅館さんにお答えいただいています。比較的大規模、中規模程度の大規模というところが多く、全体的には平均81室の宿泊施設さんにご回答いただきました。全体の平均が82室なので、だいたい全体と同じ平均規模となっています。

□ 定員稼働率

定員稼働率は、全体で多いのは40%と先ほど申し上げたのですが、山梨県の場合、40%は比較的少なく、2～3割、あるいは5～6割というところで高いか低いか二極化しているという結果になりました。

□ 消費単価

次に消費単価をご覧ください。山梨県の場合多かったのは1万円台、2万円台です。全体平均と比較すると、全体平均では1万円台が多く、2万円台が2番目に多かったのですが、全体と比較しても意外と山梨県は頑張っているのではないかと気がしました。実はもっと低いのではないかと私は思ったのですが、意外と頑張っているなという印象を受けています。ただ、やはり3万円以上というところはなかなかないというのが山梨県の結果です。

□ 人と環境にやさしいおもてなし

「人と環境にやさしいおもてなし」の具体的な取り組みということで、山梨県平均、全体平均、22施設平均を見てみます。

全体的にご覧いただくと結構分散しているのですが、「最近改修した」とか「バリアフリーを全館導入している」とか「禁煙フロアを設けている」「コンセプトフロアを設けている」

これは、例えば家族用のフロアがあるとか、あるいは個室露天風呂がある部屋とそうでない部屋を持っているなど、コンセプトを分けたフロアを持っているかどうかを伺ったものです。あとは環境関連ということで「ISO の取得」「環境方針を作っているか」「生ゴミ処理、リサイクル設備を導入しているか」とか「アメニティ等に無害なものを導入しているか」とか、あるいはコスト削減にもつながるのですが「省資源、省エネルギーの実施をしているか」などについても伺っています。

一番最後の設問は次と重なっているのですが、先ほど話したロハス、「有機栽培した食材をメニューで出しているか」ということを聞いています。

意外と山梨県さんも検討されているなあ、というのが率直な所です。

全体で一番多かったのが、環境関連で「省資源・省エネルギーの実施をしている」だったのですが、全体と優良 22 施設だけを比較すると、22 施設の方の実施率が非常に高くなっているのは「有機食材の導入」「省資源・省エネルギーの実施」です。また、比較的地味ですが、環境方針を出されていたり、ISO を取るのは比率的には低いですが 22 施設は率先して取り組んでいるということがある程度ご覧いただけると思います。

全体的に高かったのは「省資源・省エネルギーの実施」で、これはコスト削減にもある程度つながるからというところもあるかもしれませんが、あとは「コンセプト別にフロアを分ける」というのが比較的多かったです。

山梨県の施設については「コンセプト別にフロアを分ける」というのは圧倒的な数で結構やってらっしゃるとか、ロハスについてもやっているところも結構ありました。

ただ、低い割合になってしまっているのがバリアフリー等、環境関係で、ほぼゼロでした。こちらは対策としてはまだまだで、やろうとしていない、やるつもりはない、という所もあると思うのですが、そういう方向性にはなっていないというのが今回の結果からある程度ご覧いただけるかと思います。

□ 食事によるおもてなし

次に「食事によるおもてなし」についてです。

地産品活用ということで、5割以上の地産品を活用しているかどうかを YES/NO で答えて、割合を見ました。あとは泊食分離体制、食事の料金と宿泊料金を別にしてしているところ、夕食朝食の時間帯についての柔軟性、和洋食を両方用意しているか、とか、お客様の好み・量、例えばウニは嫌いとか、そういうことをあらかじめ言われていれば対応しているか等について伺ったものです。

まず、全体平均と 22 施設を比較すると、やはり 22 施設の実施率が高いのは「地産品を利用している」、「和洋食を両方用意している」でした。この辺は比較的効果的だということがある程度言えると思います。

山梨県の場合は結構頑張っていて、比較的全体平均、あるいは高い実施率になっているのですが、地産品の利用というところだけは低い結果でした。なかなか海産物がないとか、

これは長野県と共通するのですが…。

□ 人によるおもてなし

次に3番目の「人によるおもてなし」についてです。接客の室を高めるためにどういった取り組みをしているか、あるいはどういうことをしたらお客さんに喜んでもらえるかを考え、どのような取り組みをしているかということをご覧ください。

まず、「社内での研修を定期的に行っている（接客係のみ）」や、浴衣も1つだけは用意してありますが、ブカブカの人や小さい人もいるので、旅館によっては複数サイズ用意したり、風呂上り用、就寝用といったいくつかのサイズを用意して待っている旅館さんもあるということで、それを実施しているかどうかも聞いています。

最近、「午前10時に出て行ってください」というのはゆっくりしたいお客さんにとってはあまり嬉しくないということで、チェックアウトを午前10時ではなく午前11時～12時まで延ばしたり、あるいはチェックインを早くできるようにする施設も増えているということで、その辺りも聞いています。

また、お客さんからのクレームをどのように見ていくか、ということを見るために、アンケートを備え付けているかどうか、クレームがあった場合にすぐに対応しているか、ということも聞いています。クレームがあっても事後処理をそのまま放っておいて何もしないというところもあるので、その後のフォローで「今、こういうことをして対応しています」ということをお客さんにちゃんと報告しているかどうかについても聞いています。

全体平均と22施設を比べると、差が出ているのは「社内で定期的な研修を行っている」でした。これは22施設の場合は半分以上が実施していました。全体で教育をすることにより、ある程度一貫性を持ったサービスを提供できるということが可能になるということで、このような定期的な研修をやっているというところが挙げられます。

あるいは、例えばクレームがあった際の事後処理、処理状況の報告についても若干差が出ているかな、というところです。

比較的山梨県の施設も頑張っていて、「アーリーチェックイン・レイトチェックアウト」というところも結構実施しているし、複数浴衣は100%で8施設全部やっているという結果が出ています。事後処理も半分の宿泊施設がやっているという結果になっています。

ただ、若干低くなっているのは「社内の研修を定期的に行っている」というところです。

先ほども申し上げましたが、山梨県の宿泊施設は思ったよりも単価が取れて、思ったよりも稼働率が高かったという結果でした。いろいろ湯村ですとか昇仙峡に行ってみると「なかなか厳しいのかな」と思っていたのですが（笑）、結構奮闘していらっしゃるのが結果としては出ていました。

それ以外の非常に細やかな所ということで、今回のアンケートで「お客さんの満足度を高める、最大化するためにそれ以外にどういうことをしているか」を具体的に伺っています。

まず、記念日などに来られるお客さんも多いので、それをあらかじめ聞いておく、あるいは会話の端々を聞き、例えばワインボトルを用意したり、プレゼントを用意するということを全体では7割以上がやってらっしゃるということで非常に高い確率でした。

それ以外にも「ドリンクサービス」や「食事の工夫」、「個別にお客様に対応する」「イベント」「ウェルカムドリンク」「アンケートを使って次に来たお客さんのために対応する」ことをしている施設は少しずつではありますが全体としてはありました。一方、山梨県に限っていると、プレゼントなどは比較的安く、それ以外はほぼゼロでした。

基本的なところは結構やっているのですが、それ以上のプラスαにはまだ至っていないのではないか、それが結局単価に繋がっているのではないか、ということを経営者の方からアンケートで感じました。

□ おもてなしのための顧客分析

先ほど申し上げたところをやっていく上で、やはりお客さんのデータを集め、どういったお客さんにどういったサービス・商品を提供すべきかを分析していくことが重要になっていくと申し上げたのですが、今回、お客さんのデータをどのように集め、分析しているかということをお伺いしました。

まず、お客さんの情報をどのように集めているかについては、「お客様アンケートにより集めている」とお答えいただいたのが22施設はやはり高く、次に全体ということになっています。山梨県の施設もほぼ半分が実施しているという状況です。

このデータを自分達でエクセル等で蓄積して、分析を行ってそれをDMの発送等に活かしているかどうかについて伺うと、優秀なパフォーマンスをしている22施設の中で9割方の施設がそれをしていました。全体では、半分以上はしていますが、若干、全体平均では落ちていました。山梨県でも意外とやっていて3/4の施設がやっていました。

全体の流れをみても同じような結果、ヒアリング等も同じような結果が出ているのですが、データの分析をしてそれによってどのようなサービス、戦略を立てるかということを考えている施設の方が良い結果につながられているというのが今回のアンケートで分かったことです。

以上が宿泊施設の方のアンケート結果で、まとめると、いろんなもの、食事の工夫や人の教育など、そういうところを取捨選択してうまくやっている所が、良いパフォーマンスに繋がれているのかな、ということが宿泊施設のアンケートからほぼお分かりいただけたいと思います。

◆ 顧客アンケートより

□ リピーター顧客の現状（概要）

今回の私共のレポートの中で特徴的なのは、アンケートを取った宿泊施設に泊まっていたお客様にも実はアンケートをさせていただいたところです。ですから双方向からアンケートをしています。

今回、宿泊施設に泊まったお客様 5300 人ほどにアンケートを取り、そのうち 1100 人近くのお客様から回答を得ているという結果になりました。

先ほど、一番初めに申し上げた市場の変化について、顧客アンケートでも同じような結果がでているかと思い見てみました。

やはり 50 代、60 代が過半を占めているということで、やはりシニア世代が大多数を占めるという傾向が出ていることがアンケートからも分かると思います。

旅行の少人数化というところも、やはり 2 人というところが圧倒的多数で、3、4 人を含めると 8 割近くを占めています。

冒頭でリピーターのお客様を捕まえていくことが今後の宿泊施設、観光地域の経営の中で非常に大切になっていくと話しましたが、顧客アンケートでもリピーターに焦点をあてて分析をさせていただいています。

1100 人ほどご回答いただいたうち、「どのくらい 2 回目以上ここに来た」というお客様がいるかについては、全体の 3 割近くで、やはり宿泊施設の多くが 3 割とお答えいただいていたので、ほぼ宿泊施設さんは認識している、リピーターの割合と同じくらいになっているという結果がアンケート結果として出ています。

□ リピーター顧客の現状（年齢）

リピーター顧客の特徴をつかみたいということで、いくつか調べさせていただいています。まず、年齢別に見てどのような特徴が出ているのかです。

10 代から 60 代にかけて見えています。

10 代は少し人数が少ないのでイレギュラーな数字になっているのと、おばあちゃん等、3 世代と一緒に来ているのが多かったため、60 代と似たような数字になっているのかもしれない。

20 代から 60 代にかけて、年齢が上になればなるほど 2 回目以上の来訪が増えているという結果になっています。

実際にヒアリングした老舗ホテルの支配人さんもおっしゃっていたのですが、今の若い人は移り気で、若い人をつなぎとめるのは非常に難しい時代になっているということです。これはアンケート結果にも出ていると思います。

□ リピーター顧客の現状（目的）

また、初めて来たお客さんと2回目以上のお客さんを分けて、旅行の目的を聞きました。

初めてのお客さんは「温泉目的」が1番多く、2番目に「この宿に泊まる」で、3番目に「周遊観光」という順になりました。

一方、2回目以上になると、「この宿に泊まる」目的のお客さんがずっと伸び、3割方のお客さんがそういう回答をされています。依然として、温泉目的が1番多いことには変わりはありませんが。反対に周遊観光が大幅に減ります。2回目以上はどちらかという、宿を目的に来るお客さんが多くなっているというのが特徴としてご覧いただけると思います。

□ リピーター顧客の現状（構成）

では、例えばどういうセグメントが2回目以上のお客さんとして多いのかというところを見ていきます。例えば小学生の子供連れの家族連れ、大人の家族連れ、3世代の家族連れ、カップル、子育て前の夫婦等かなり細かく調べさせていただいています。こちらを見ると結構多いのが3世代です。3世代のお客さんは半分以上が2回目以上とお答えいただいています。2番目に多いのが子育て後の女性グループ、子育て後の男性グループで、いわゆる中高年層のお客さんというのが比較的リピーターとして多くなっているということがご覧いただけると思います。

一方で少ないのが、小さい子どもを連れた家族連れ、カップルも比較的低いです。子育て前の夫婦も低くなっています。これはヒアリングでも伺っているのですが、カップルはリピーターになりにくいというふうに関係する宿泊施設の方はおっしゃっていました。一方で不倫旅行は結構多いということをおっしゃっていた方も多かったです。そういったお客さんに対応するのも結構リピーターを捕まえる決め細やかな対応なんだとおっしゃっていました。

そういった傾向がセグメント別としては現れているというところです。

□ リピーター顧客の現状（満足度）

次に、初めてのお客さんと2回目のお客さんに分けて「もう一度来たいか」という満足度を聞いています。

まず、初めて来たお客さんに「とても満足」「満足」「普通」「不満」「とても不満」の5段階に分けて聞いています。1番多いのが「満足」(43.8%)で次に「満足」(34.7%)の結果になっています。

2回目以上のお客さんは「とても満足」の割合が大幅に増え、4割方(40.2%)が満足しています。やはりリピーターのお客さんの方が満足度が高いのがお分かりになると思います。

次に再訪したいかを聞きました。

初めてのお客さんはだいたい7割方のお客さんが「再訪したい」と答えているのに対し、2回目以上のお客さんの「再訪したい」と答えた割合が9割以上という結果になっています。

先ほど、机上の空論かもと申し上げたのですが、リピーターはある程度満足して、満足度が高くなればなるほど「再訪したい」と答えるお客さんが増えていっているというのがお分かりいただけるとと思います。

□ リピーター顧客の現状（獲得のポイント）

以上を文面で整理しました。

リピーター顧客に焦点を当てると、高年齢になるほどリピーター率は高くなっています。そういう意味では、リピーター顧客を獲得するには、中高年層のグループ、3世代や中高年の男性グループ、女性グループといったところをターゲットにするのが比較的早道と言えるのではないかと、言うことができると思います。

リピーター顧客ほど満足度が高く、かつ再訪してくれるというのが傾向として多く、ただ、こういうところを狙っていくのが近道なのですが、そうするとトヨタのように中高年層しかお客さんがいないということになり、じゃあbBを出すかといったことになりますので、やはりアクティブシニアとか中高年層だけでなく、若い世代にどう対応していくかというのが非常に大きなテーマになると思います。

これは旅館さんたちも実際におっしゃっているのですが、今後の戦略を立てる中で近道を取るとすれば、若い世代ではなく、比較的年齢が上の方々をターゲットとするのがいいのですが、結局、箱物産業なので長期的に見たときにそれでいいのか、というところが非常に大きな課題だということでした。

□ 顧客が満足する理由

今回、満足度を調べさせていただいたのですが、次に「お客さんが満足する理由」ということで、何に満足しているのかを調べてみました。

アンケートとしては満足した人が答えやすいというところが出ている部分はあるとは思いますが、8割方のお客さんが「満足している」と答えています。

この中で、では「何に満足したか」というのを主に4つ聞いています。「施設」「料理」「接客態度」「料金」「その他」です。この中で、満足した理由として挙げたお客さんが1番多かったのが「接客態度」でした。2番目に「料理」、3番目に「施設」、最後に「料金」の順番でした。料金は意外とポイントとしてはそんなに高くないというのが分かると思います。

□ 満足理由と再訪意欲

次に、「満足度別に見た再訪希望度」を見てみます。満足すればするほど、「とても満足」に近づけば近づくほど再訪希望度が高くなるという結果でした。「とても満足した」と答えた人の9割以上(96%)が再訪希望と答えています。これが不満になればなるほど再訪希望者は減っていき、「不満」と答えた方で、再訪希望は「分からない」とした人は55%、「再訪しない」とした人は25%と「分からない」「再訪しない」が圧倒的多数でした。「とても不満」の方は「再訪しない」が100%となっています。

こちらを見ると、やはり満足度が高まれば高まるほど、再訪度が高くなるのが分かります。では、そうなる一体何がお客さんを満足させるポイントになるのかを「とても満足」「満足」に分けて調べました。

まず、単に「満足した」だけのお客さんは、1位が「接客態度」、2位が「料理」、3位が「施設」でこれは全体と変わりません。

一方、「とても満足した」方は順位が変わり1位が「料理」、2位が「接客態度」、3位が「施設」になっています。

「とても満足」と「満足」を比較すると割合が上がっているのが料理と施設です。この差が3、4ポイントですが、お客さんをととても満足させるためにどうしても必要になってくる場所であるといえます。日本のお客さんは比較的、サービスは無料、接客態度は良くて当たり前と考えて来られるお客さんが多いということを経験したのですが、やはりお客さんをととても満足させるためには施設と料理というところをやはり充実させないと、「もう1度来てくれるお客さん」にはなりにくいのかということになります。接客態度だけではなく、平均して料理や施設の質を高めることも非常に重要になってくるのではないかと今回の調査で言えるのではないかと思います。

□ 価格と満足度

次に、価格別の満足度をご覧ください。こちらはサンプル数があまり多くないのでどこまで言えるかということがありますが、こちらをご覧くださいと、価格が上がれば上がるほど、満足度は高くなっています。3.5~4万円のところで、「満足」「とても満足」とお答えいただいた方が100%になっています。このラインを過ぎると今度は「不満」というお客さんがパラパラと出てくるという状況になっています。

1つ言えるのは、料金がある程度高くなったとしても、いいサービス、いい商品を提供していれば高くても満足度は高まっていくということと、お客さんというのは価格を見て「高いから、きっといいサービスとか料理が出てくるだろう」という期待を持って来ます。しかし、必要以上に期待が過大になっていると、これを裏切る商品やサービスが4万を超えると出てくるのかなということです。プライシングというのは宿泊施設の中では重要になってくるということは常識ではあると思いますが、今回のアンケートでも一部分かった

と言えるのではないかと思います。

□ 指針から読み取る課題

以上を整理すると、顧客を満足させリピーターにするには、接客の良さは大前提であるということです。アメリカのマーケティングの本では、「どちらかをやれば」と言っていますが、日本というのは、特に日本旅館というのは接客は当然良いものだと考えるお客さんが多いと思います。そのため、先ほど旅館の取り組みでも申し上げましたが、品質を上げるために定期的な訓練、従業員教育をやることが、品質を高め、お客さんを満足させるためには重要になってくると思います。その上で、更に上を目指す、高い単価を取り、リピーター率を高めていくためには、施設と料理の質も上げていくことも非常に重要になってくるということが今回、お分かりいただけたと思います。

例えば先ほど、地産品の取り組みとかロハスの取り組み等、料理に関してはありましたが、施設に関しても一定の頻度をもってリニューアルしていくことが大切だということが、宿泊施設の結果からも出ていたのですが、今回、お客様の満足度を見ても、やはりこの分野の取り組みをいかに上げるかによって、例えば満足度を上げて価格に繋げることが可能になっていく、リピーター顧客を確実に獲得するためには必要になってくる取り組みだということがお客様アンケートからも読み取れると思います。

また、一步、価格設定を誤ってしまうと低い満足度につながってしまうため、サービス、内容に見合った価格設定を他社と比較しながら行っていくことが必要になってくるのではないかと思います。

最初の方に、マーケティングが非常に重要で、どういうお客さんにどういうサービスを提供するのが効果的なのかを調べるのが効果的な取り組みをしていくためには必要だと申し上げました。

今回は、アンケートを分析してみました。年齢別に「何に満足したか」というのを調べてみました。

□ セグメント別にみた顧客満足

「接客」に満足しているのは10代、20代、50代、60代でした。30代は「料理」と「施設」とお答えした方が比較的多くなっています。

これは個人的な見解なのですが、30代はバブルを経験した世代が多かったということもあり、比較的、形から入る人が多いのかなと思いました。

10～20代がホテルに行くというのは「お客様、よくお越しいただきました」というサービスを受けるために来ているのに、お客さんに書いていただいたコメントに多かったのは「若いからといってぞんざいな扱いを受けて気分が悪かった」というものでした。割と私も自分で経験したことがあるのですが、丁寧な対応を求めて行っているのに、仲居さんか

らは若いからといってぞんざいな扱いを受けてしまっているというのがあり、そういったところが、こういうものに繋がるのではないかと思いました。

また、50代、60代は、意外とポイントとして料金を挙げる人が多いです。この世代は平日に動く人が多く、割とインターネットで低い価格のプランを取って行くという人が多く、「やっぱり平日来て良かったよね」という中高年層が多いというのがこのアンケートからも読み取れるのかなという結果です。中高年層は料金的にはシビアかなというところがあるのかな、というのがあります。

□ セグメント別に見た結果からの見える課題

先ほど申し上げたように「料理」「接客」「施設」をある程度全部満足させないとお客さんというのは満足しないことが分かります。

例えば顧客層といっても20代と30代とでは、満足している理由が同じではないということをご覧いただけたと思いますので、やはり事業者側でセグメンテーションや顧客分析を行うことにより、取り組みの効果を更に高めていくことができるのではないかということが一つの結論ではないかと思っています。

3. 地域と観光

□ 地域に対する満足度及び再訪希望度

お客様に、各観光地に対する満足度というのを今回うかがいました。こちらも宿と同じような傾向を示していて、満足すればするほど「もう一度来たい」とするお客さんが増えています。

資料が細くなるので後でご覧いただければと思うのですが、これは例えば宿と同じように、各セグメントに分けて、「とても満足してかつ再訪したい」というところが、どういう分野に対して満足しているのかということを示したものです。

これを整理すると、「とても満足してかつ再訪したい」としたセグメントの中で、どういうところに焦点を当てて答えているかということ、子育て後の夫婦で60代以上のお客さんは「旅館」を旅行目的に挙げている人が多いです。周辺観光についてもほぼ同じようなセグメントが入っています。グルメが目的と答えたのが、他とは異なり、若いカップル、夫婦等若い層に比較的多いという結果になっています。

□ 観光地の評価ポイント

先ほど、宿泊施設のところで「何に満足したか」を聞きましたが、今度は地域について「何に満足したか」について聞きました。

全体で一番多いのは「温泉」で、次に「自然景観」、3番目に「宿泊」となっています。

これを「とても満足し、再訪したい」と答えた人に絞ってアンケートを分析すると、増えているのが「まちなみ」と「食事」です。特に「食事」が増えているという結果です。

飛騨高山等、非常に入り込みが多いということで焦点をあてさせていただき、レポートにも取り上げたのですが、こういったまちなみ、食事といったところにある程度の焦点を当てているところというのは、結果としては高いパフォーマンス、入り込みに繋がっているということがアンケートに出ています。

これを50代、60代以上をみると、ここでも「まちなみ」「食事」に満足して、再訪したいというお客さんに焦点をあてると増えているという結果になっています。

□ まとめ

以上のところをマクロ（地域）とミクロ（事業者等）の分野に焦点をあてて見てきましたが、これもよく言われていますが、個別の地域、自治体だけで頑張っていたり、個別の宿泊施設だけで頑張っているだけでも観光地域全体としては良い結果にはつながりません。自己最適化だけでなく、地域全体としていかに最適化を図っていくかが重要になってくるのではないかと、ということです。

□ 入り込み増加地域と減少地域

これを今回、実は、地域を4つカテゴリーに分け、対バブルと対近年に分け、2地点と直近にわけて比較し、バブルの時期から増え続けているところ、ずっと増え続けている所をA地域、ずっと減り続けている所をD地域という形で分けさせていただきました。

こちらは、山梨県の地域はアンケートにご回答いただかなかったところもあり、入ってきていないのですが…。

A地域（対バブル期増加、対近年増加）だったら、例えば草津だとかニセコ、松山、不思議なところではいわき、あとは飛騨高山といった所が上がっています。

また、B地域（対バブル期減少、対近年減少）だと、長野でいうと茅野だとか、長門、白浜、箱根、伊香保、熱海といったよく新聞で厳しい地域として名前が出てくる所です。

□ アンケートから見るAとD地域の相違点

このA地域とD地域の宿泊施設でアンケートを取っています。「お客さんが一体何を目的にあなたの地域に来ていると思いますか」という設問の回答結果が以下です。

A地域では「周辺観光」「温泉」「自然満喫」が、答えていただいた比率が高い分野です。一方で、D地域で高いのは「宿泊施設」で、「うちの宿に泊まりに来ている」と答えた宿泊施設が多いことが分かりました。結局、やはりD地域の方は、地域全体を考えているというよりは、自分だけよければ良いという傾向になってしまっているのかな、というのがこのアンケートから出てきていると思います。

よく地域の連携と言いますが、地域の連携はAとD地域ではどう違うのかを調べました。

両地域に「観光に関わる地域連携に参加しているか」という設問をしました。結構地域によってはいろんな連携をつくってやっていたり、旅館組合や観光協会が中心となってやっている所があるのですが、やはりA地域の方が「参加している」が若干ですが多いという結果が出ています。

次に「具体的にどこと組んでいるか」を聞きました。参加していると答えた比率としてはAとDはあまり変わらなかったのですが、具体的に組んでいるところを聞いた段階では、Dは「不明」と答えた比率が圧倒的に多い結果になりました。「なんとなくやっていると思います」ということでD地域は答えている、形だけ作って満足しているのではないかということが、結果として出ているのではないかと思います。

A地域は具体的に「観光協会」とか「他の同業者」、あるいは「他の民間業者」例えば、地域の観光施設や鉄道運輸事業者等が挙がってきているということで、A地域の方が地域連携の動きが具体的に取れているのではないかということが結果として現れているということです。

A地域の宿泊施設というのは、自分達の所に来ているお客さんは、何が魅力で来ているのかをちゃんと認識して、地域全体でそういった観光地域づくりをしていかなければいけないと自覚しているところが多いのではないかということがある程度いえるのではないかと思います。

やはり観光地域というのは、宿泊地域個別、自治体個別、観光協会個別に頑張っても仕方なくて、ステイクホルダー、関係者全員を巻き込んでやっていくという最適化が非常に必要になってくるのではないかと思います。

□ 地域全体最適化の事例

以上がだいたい理論的なところで、以下はその取り組みをやっている事例ということで「四万温泉」と「高山市」を見てみます。四万温泉は人材教育、小さい地域だからできるというところもありますが、例えば温泉コンシェルジュという制度をつくるなどもしています。

高山市はバリアフリーをきちんと整備しています。補助金などを出して、事業者がバリアフリーをするような動機付けをされています。具体的な名前を出すと、「高山グリーンホテル」は、バリアフリーの取り組みが全国的にも有名な所ですが、そういったところが市の補助金を受けながら具体的にやってらっしゃいます。

食事のところは全国的にも有名になっていますが、湯布院の地産地消です。地産地消を地域で連携してやっていくということを地域の中でもいち早く始められたということで、具体例として出させていただきます。

以上が、今回のレポートの概要です。やはり、宿泊施設の方で申し上げたカテゴリー、「食事」「人材教育」「施設の充実」等、地域もやはり「食事」「まちなみ」「人材教育」といっ

たようなことが A 地域の方が高い確立で出ていたので、非常にこういうところが重要になってくるということが出ています。方向性としては、宿泊施設も地域も、マイクロ（事業者等）もマクロ（地域）も変わらないということが結果としては導き出せたのではないかと思います。

かなり雑駁な説明になってしまいましたが、以上が今回のレポートの概要です。ご静聴ありがとうございました。

（開催日：070427、場所：京橋）

キープ協会における環境・健康教育とスタッフ養成

財団法人・キープ協会 事業課長 増田 直広

みなさん、こんにちは。本日はこのような機会をいただけて嬉しく思っています。

キープ協会は清里にございますが、そちらで環境教育事業部というセクションがあり、そこで事業課長を務めている増田と申します。よろしくお願ひします。おひおひ自己紹介というか、自分自身の話も含めて進めさせていただければと思ひています。

出身は群馬県桐生市です。一昔前は絹織物で有名なところだったのですが、今はパチンコ台をひたすら造っているという感じの状況です。

僕は、桐生市の桐生高校の卒業生なのですが、僕より10年くらい前の人たちだと高校野球が結構強くて、甲子園にも行っていたのですが、最近では桐生第一高校という私立高校が強く、一度夏の甲子園でも優勝しました。

僕はちなみに野球部ではなくサッカー部でした。そこでサッカーもしていましたが、自然遊びもよくしてひいて、その延長線上で、キープ協会で環境教育という仕事をしています。

もともとの専門が教育学で、埼玉大学で環境教育を学び、これは面白いということだったので、埼玉大学の大学院に進み環境教育の研究をしていました。本当は大学の先生になろうとしていたのですが、教育学のドクターコース、博士課程というのは僕の時はほとんどなく、どうしようかと思ひていたときに、環境教育は実践もおもしろいと考えて、いろいろと縁がありキープ協会から声を掛けていただき今に至ります。僕の研究室が毎年1回、キープ協会で合宿をしていたということもあるのですが、いろいろな縁があつて、キープ協会で働いています。

(配布資料の説明)

では始めていきたいと思ひます。さっそく1枚の写真を見させていただきます。

さて質問です。このスクリーンには何が写っているでしょう。

お近くの席の方とお互ひに「自分にはこう見える」ということを話してみてください。いかがですか？

チラチラと声が聞こえてきましたね。誰か教えてください。

出席者：「子どもが木に手をかけてソフトクリームを食べています」。

はい、ありがとうございます。皆さんも見えてきましたか。「いや、違ひう。自分にはこう見える」と言う人はいませんか。

出席者：「人の顔に見えます」

他にどうですか、いませんか。ある人はこう言っています。「林の中に入つていく、お母さんと子どもの姿」です。あるいは宇宙人、あるいはチンパンジーという方もいます。

出席者：「他にも見えます。丸太の柵があって、女の人で手をかけていて、ここが頭で、ここが背中中、お尻です」。

いろいろありますね。実は、この写真は僕らが年に4回発行していたニュースレターに掲載していた写真です。

これを鮮明にするとこんな写真になります。初めにおっしゃっていただいたようにソフトクリームです。キープ協会はジャージー牛という牛を飼っています。横の白い棒は、牧草地との境となる柵です。柵の間から子どもが顔を出してソフトクリームをペロツとしています。

僕らはニュースレターにこの写真を載せて発送しました。僕らは女の子がソフトクリームを食べているシーンの写真をニュースレターに付けて送ったつもりだったのです。するとある人から「この前送られてきたニュースレターに、心霊写真が写っている」と言われました。その方には違うように見えたのですね。

何故、こんな話をしたのかというと、僕らにとっては当たり前だったのですが、子どもがソフトクリームを食べている写真だったのです。しかし、当たり前だと思っていることが意外と伝わらないのだということがすごく分かったのです。

僕らがやっている環境教育の仕事というのは、当たり前だと思っていることに対して少し視点を変えてみることでと思っています。

僕にとって森はすごく気持ちいいところです。しかし、ある人にとってみれば「森は虫が出てきそうで嫌いだ」とか、ある人にとっては「森というのは木材生産の場所だ」等、いろんな捉え方があります。ですから、僕らが当たり前前に思っていることを伝えるのではなく、当たり前前に思っていることも一度お出しした上で、皆さんといろいろな話をして、いろいろな見方や視点があるということを共有するというのが環境教育ではないか思います。そのきっかけに、この写真を使ってお話ししました。

□ コンテンツ

では、今日、お話ししようとしているコンテンツです。

まずは、キープ協会のことをご存知の方もたくさんいらっしゃると思うのですが、あらためて知っていただく、あるいは初めて知っていただく方もいらっしゃると思います。まずは、「キープ協会」についてお話し、そして「環境教育」について、特に僕らの活動を森林環境教育と称することがあるのですが、そのことについてお話しします。続いて、僕らのキーワードは体験なのですが、その体験についての話。そして生涯学習としての環境教育についての考え方をプログラムの事例紹介とともにしていきます。

そして更に今回は、健康ということも大きなキーワードなので、その健康教育のプログラムについて、僕らは「森療時間」というプログラムもしていますが、その紹介も少ししたいと思っています。そして最後に、キープ協会のスタッフ養成について現段階でお伝え

できること、今後の展開などについてお伝えできればと思っています。

□ キープ協会について

まず、キープです。皆さんは山梨県にお住まいなので場所としてはご存知かと思いますが、山梨県の北端です。今日は直前まで集まりがあって、終わってすぐに来たので、高速を使ってしまいましたが、50分ほどで来ることができます。

八ヶ岳高原全域では年間、500万人くらいの観光客が来るといわれています。

キープ協会、KEEP と呼ばれていますが、「Kiyosato Educational Experiment Project」です。日本語にしたら「清里、教育実験計画」です。その頭文字の K、E、E、P をとってキープと呼んでいます。

ポールラッシュというアメリカ人が作った団体です。もともとは宣教師だったり立教大で教えたりという人だったのですが、その人が戦前から日本に来ていて、青少年教育をしたいと思っていたようです。アメリカ人というか外国人はたいていそうなのかもしれませんが、その人も富士山が非常に好きだったのです。それで富士山が見えるところで青少年教育をしたいと、いろいろ回った中でキープ協会と富士山までだいたい直線で100キロくらいなのですが、富士山が良く見えたということで清里に施設を造ってくれました。

1948年に財団として設立ということですが、清泉寮という宿泊施設があり、そちらは1938年にできています。

もともとは「食糧」「信仰」「保健」「青少年への希望」という柱を掲げていたのですが、現在ではそれに加えて「国際交流」「環境教育」というものがあります。僕は特に「環境教育」を担当しています。

「KEEP FOR THE FUTURE」ということで、皆さんの中にも募金に協力していただいている方もいらっしゃるかもしれませんが、募金を行い、新たに教育と環境というものを大きく掲げて、持続可能な社会、世界平和につながることに、「何がKEEPでできるのか」というプロジェクトを展開しています。

多種多様な取り組みをしていて、いろいろな事業部に分かれています。「宿泊交流事業部」には、皆さんもご存知だと思いますが清泉寮という宿泊施設があります。それから「国際交流事業部」というところもあります。もともとはアメリカ人であるポールラッシュに支援してもらい作った団体なのですが、今度は逆に僕らが外国への支援ができるのではないかと、特に今、フィリピンとの関わりを強くもっています。フィリピンにツルガオ村という村があり、そちらに水力発電の仕組みを作ったり、環境教育をしたりしています。ポールラッシュがしてくれたような形で、僕らが今度海外への支援ができないかということをしている事業部です。

「高冷地農業実験生産事業部」もあります。先ほど少し言いましたがジャージー牛という牛を飼っています。牛が今160頭ほどいます。ちなみにキープ協会のスタッフは90人くらいです。そこでいろんな試みをした農業をしています。それ以前はあまりすることがな

かった酪農を清里でいち早くやった、実験的な農業をやったということもあります。

それから「製販事業部」で販売もしています。そして僕が属している「環境教育事業部」、そして「保育園」、「教会」もあります。不思議な団体です。

ただ、いろいろな取り組みをしているのですが、それは全て教育・実験というキーワードで繋がっていると思います。教育のことやあるいは他の所でやっていないことを実験的に取り組んでいこうということをしている団体だと思ってください。

少し写真で紹介します。敷地のほとんどが森と牧草地で構成されています。敷地が約 240 ヘクタールで県有地です。県に対してお金を払って使わせてもらっています。そのフィールドの約 2/3 が森、約 1/3 が牧草地です。このフィールドを使って様々な活動をしています。川俣溪谷という県内では紅葉の有数なポイントですが、これもフィールドのうちの一つです。1年を通して綺麗な姿を見せてくれるのですが、今の時期は夏鳥がどんどん来て、あるいは春の野草花がどんどん咲いています。

少しプログラムの様子もご紹介します。

身体を動かすプログラムもやっています。森林管理プログラムということで「森を楽しむ週末実習隊」というものを行っています。僕らは自分たちのことをレンジャーと呼んでいます。有名などころでは国立公園自然管理官のことをレンジャーというのですが、僕らは清里 KEEP 協会実施要綱を守っている、あるいは実施計画をしており、レンジというのは範囲・地域という意味で、ここを守っているということでレンジャーと名乗っています。

レンジャーの仕事はいろいろあります。自然案内もそうですし、自然のフィールドを維持・管理することもレンジャーの仕事です。「この仕事を一緒にやってね」という形で募集するのが「森を楽しむ週末実習隊」です。参加費は1人1,000円です。

酪農体験のプログラムもやっています。最近特に学校団体の依頼で酪農体験プログラムをしています。以前僕らは自然体験プログラムを主にしていた、酪農体験のプログラムを始めて7、8年になりますが、最近の学校からの依頼は自然体験よりも酪農体験を求める方が多くなっています。食育という言葉が普及していますが、自分達が普段食べている食べ物がどうやって運ばれてくるのか、安全・安心という言葉もすごく多くなっていますが、それを子ども達にも体験させてあげたいという学校が増えているからだと思います。酪農体験を希望する学校がどんどん増えています。

この写真は、僕が一から企画した「自然と遊び、牛を飼う体験キャンプ」というものの一部ですが、酪農体験と自然体験を楽しもうという企画です。

子ども対象のプログラムもたくさんやっています。

この写真は、僕が関わっている「清里子ども自然クラブ」という月に1回、自然遊びを楽しんでいる活動です。また、親子対象のプログラム、家族、親子で体験できるものもあります。ただし、主催事業の主な対象は大人です。主催事業は宿泊型のものを今年度は20回ほど企画していますが、そのうちの大半は大人対象です。子ども対象は1つだけです。

なぜかという、まずは「大人が変わる必要がある」からです。環境教育、環境問題と

いうものが起きている中で、環境教育が必要になるのだと思いますが、この環境問題を改善していくには、まず、環境問題を引き起こした、もしくは関わっている僕ら大人が変わっていく必要があるということです。そのツケを子ども達に負わせていかないということもあり、主催事業の主な対象者は大人にしています。

ただし、受託事業、依頼を受けて行うプログラムは圧倒的に子どもが多いです。小中学校の子どもたちです。

この写真はパンフレットにもありますが、ヤマネという動物です。日本だと北海道以外に住んでいる生き物といわれていますが、このヤマネが清里のシンボルにもなっています。

特徴は冬眠をするということです。まん丸になって冬眠をします。清里だと1年の半分くらいは冬眠をします。10月中旬くらいからゴールドenウィークまでずっと冬眠です。いつも紹介する時に「羨ましいなあ」なんて紹介しますが、1年の半分くらい冬眠しています。写真でも分かるように、皆さんの手のひらにちょこんと乗るくらい大きさです。重さは大人のヤマネで18グラムほどです。ただし冬眠をするので、冬眠をする前は一生懸命食べるため、ほぼ倍くらいの重さになります。

そして、もう一つのシンボルといえばジャージー牛です。広い牧草地でのんびりとしている様子を見ていただけたと思います。

そして、キープ協会、あるいは清泉寮といえばソフトクリームです。年間約70万本販売します。1本300円です。ということは、ざっと計算すると2億円以上の収入です。キープ協会全体で14億円ほどの年間予算ですが、そのうちの大きなウエートを占めるのがこのソフトクリームです。

皆さんの中で、清泉寮のソフトクリームを食べたことがないという方はいらっしゃいますか。あ、たくさんいらっしゃいますね。1年に1度くらい来ていただいて、食べて欲しいなと思います。

□ 環境教育について

そんなキープ協会ですが、ここで僕は主に環境教育という仕事をしています。その環境教育の話の話を少ししていきます。

よくこんな話をします。「環境問題を解決するために3つの方法があるのではないか」。

1つは規制。ルールを作るということです。税金、あるいは法律などいろんなルールの作り方があってと思います。

2つ目は技術革新です。技術の力をもって環境問題を解決しようというものです。それは環境に負荷をかけない技術とかその技術を持って造られた製品というものもあると思います。車だと最近ではハイブリットカーもあるし、できるだけ燃費のいい車というものもあります。こういう技術を持って環境負荷を減らしていこうというものです。

そして3つ目が今日お話しする環境教育です。これは意識とかライフスタイルそのものの変換を促すものです。上の2つは対症療法です。何か問題が起きたときに「じゃあ、こう

いう解決方法を考えよう」とういものです。それに対して環境教育は根本療法です。そもそもそういう問題が起きないように意識や考え方を変えればいいのではないかということです。

皆さんが風邪を引いたときを思い出してください。治し方はいくつかあると思います。1つは「風邪を引いたから、今日は早めに休もう」あるいは「今日は無理をしないようにしましょう」とか自分でルールを作ると思います。これが1つ目の規制だということになります。

2つ目は僕もよく飲んでしまうのですが、薬を飲むことです。風邪に効く薬ですね。それはいってみれば技術革新だと思います。そういう方法で風邪を治すこともあるでしょう。

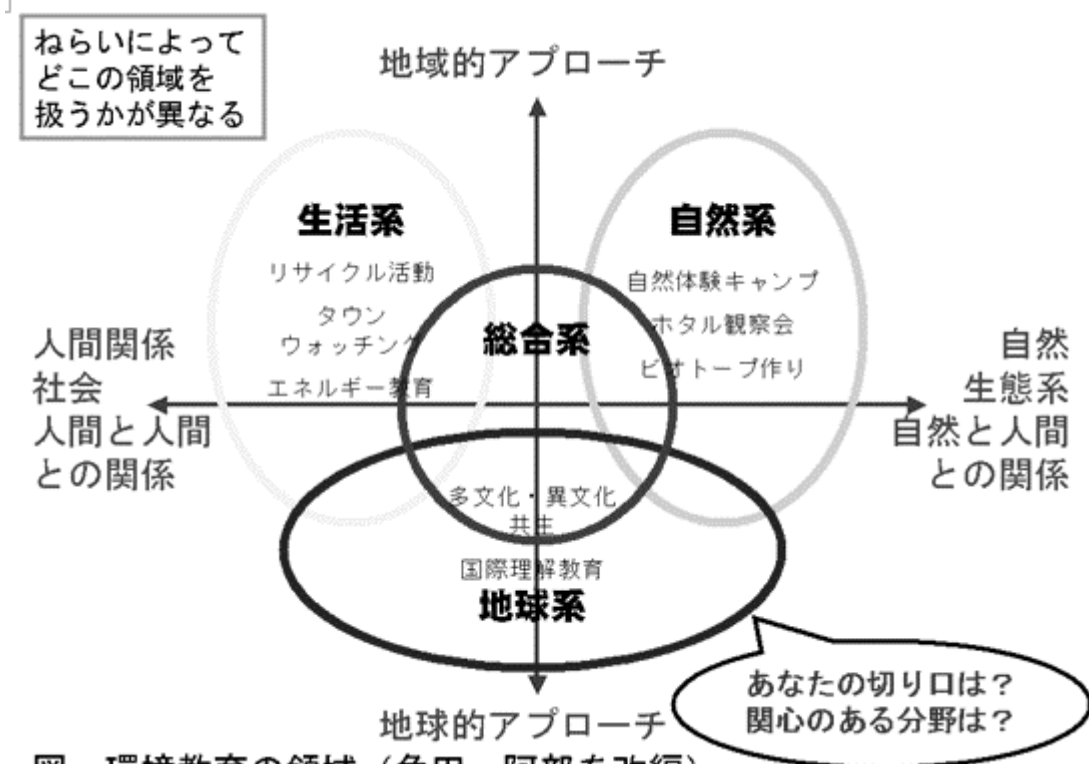
しかし、そもそも風邪を引かないような心と身体をつくるということも大事だと思います。昔だと乾布摩擦をするということもあるかもしれません。心と身体をつくるいろいろな方法があると思いますが、それが環境教育なのかなと僕は思っています。

環境教育の特徴は扱う範囲が多岐にわたっているということです。キープ協会は、主に自然体験や自然保護ということをしています。ただ、環境教育で扱う範囲は平和教育も含んでいます。あるいは国際理解、民主主義、身近なところでいうとリサイクル、ごみ、エネルギー、あるいは最近のキーワードでは異文化共生というのがすごく多くなっています。海外から日本に働きに来ている人がたくさんいます。その働きに来ている人たちの子ども達が地域の学校に通っているわけですが、その子ども達がうまく入れていない、そこで問題が起きているということも聞きます。そういったことを改善していこうというのが異文化共生ということです。今、自治体、あるいは県でも行っています。こういうことも環境教育です。キープ協会がやっている環境教育は特に自然、森林環境教育ということも入ってくるのかなとも思っています。

ですから、すごく幅が広い環境教育の中で、自分達はどんなことをしていこうか、あるいは自分はどんなことをすべきか考えていく必要があると思います。あれもこれもとやっしていこうとすると、中途半端になってしまいます。

例えば、僕らは自然体験ということを切り口としています。あるいは森林環境教育ということも切り口としています。

皆さんの中にも環境教育に関わっている方もいらっしゃると思います。皆さんの環境教育はどんな切り口なのか、今後、どんな部分と結びつく可能性があるのかということをも是非考えていただきたいと思っています。



図：環境教育の領域（角田・阿部を改編）

環境教育の考え方は、この図のように分類できないかと思っています。

縦軸は地域的アプローチと地球的アプローチ、横軸は人間関係とあるいは社会、あるいは人間と人間との関係、自然そのものを扱うもの、生態系、あるいは自然と人間の関係と
いうように提議すると環境教育はこの4つに分けられるというふうに言われています。

その1つは地域のアプローチかつ自然によるもので、これが「自然系」です。比較的身近な地域や人間関係とか社会など人間同士の関係を扱うものが「生活系」です。また、地球的アプローチの分野が「地球系」で、そしてやはり全てに関わるものがあり、これが「総合系」と言われています。

「自然系」だったら、自然体験を志向するようなキャンプ、生き物の観察会、ビオトープ作りというようなものになります。

「生活系」は、身近な生活に基づいて、リサイクル活動やタウンウォッチングといった身近な地域を再発見しようとするものです。最近ではエネルギーの問題が多く、そんなエネルギーの問題を考えていこうというものも生活系です。

「地球系」は先ほどお話した多文化・異文化共生、もしくは国際理解教育です。キープにはつい最近までマレーシアの人が来ていました。マレーシアの自然で環境教育をしているのですが、この人がキープで研修をしたいと来ていていました。その時に感じたのは、やはり文化が全然違うということです。文化が違うということは環境教育のアプローチも違うと感じました。

ちなみにキープ協会には外国人のスタッフがありますが、そういうスタッフと共存する中で、地球的なものも行っていけるかと思いますが、そんなアプローチもあると思います。

ただし、狙いによってどこの領域を使うかは異なります。どういうことかという、一口にキャンプといった時に、自然体験を趣向するキャンプであれば自然系だと思います。ただし、キャンプを通して友達を作っていこうというキャンプもあります。そうするとそれは生活系に入るかもしれません。人間関係を扱おうとするものですから。あるいは、そのキャンプに外国人も入っていただき、外国人と触れ合っていこうというキャンプもあると思います。そしたらそれは地球系になるでしょう。あるいは総合系に入るものもあるかもしれません。ですから同じ活動でもどんな部分を狙いにするかによってその領域は変わってくると思います。

キープ協会は、狙いとしては自然系が多いです。ただし生活系のこともやっていきたいと思っていますし、地球系のこともやっていくつもりです。

そんな、自分達がやっている部分とそれ以外、あるいは自分達の薄い部分はどこかということを知るというのも、僕は必要ではないかと思っています。

では、そもそも何故環境問題は起こるのかという部分です。

□ 環境問題はなぜ起こる

子どもから「何で地球には環境問題が起こるの？」と質問されたら、皆さんだったらどんな回答をしますか？いかがですか？どなたか、もし身近な子ども、もしくは自分の子ども、あるいは知らない子どもでも構いませんが、自分だったらこう答えると思えば浮かぶ方はいますか？

出席者：地球の環境問題ですか。

地球的なものでもいいですし、地域のものでもいいです。環境問題が起きる理由って何？と聞かれたらどうしますか。

出席者：地球の持っているエネルギーを消費しようとしているから、かな。

それは大きいですね。エネルギーを消費しようと思うと、今、僕らが頼っているエネルギーの多くは石油から来ていますからね。もう石油ってあと何年と言われてはいますが、そういうことから環境問題を引き起こしているということですよ。その通りだと思います。他にはいかがですか。自分だったらこう答えるというのがありますか。

出席者：生き物の活動が周りの環境を変化させてしまうくらい負荷をかけているような生活スタイル。

生き物というのは、人間ですか。

出席者：人間でもいいし、動物でもいいです。

人間をはじめ生き物の暮らしが、他の環境に対して変化を与えてしまうくらいの生き方をしているということですね。それもきっと環境問題と言えるでしょうね。

僕はお2人の答えに賛成というか、僕もその通りだと思います。

僕が思う環境問題の理由は、ずっと辿るとこの2つかなと思います。僕は自然と人間の関係が崩れることかなと思っています。人間は自然より大きいという意識が引き起こしているのかなと思います。一昔前は、僕らは自然の方が大きい暮らしをしていたのではないかなと思いますが、いつの間にか人間の方が大きい存在になってしまっているということです。それによって公害だとか、必要以上の開発が行われています。それによって野生生物の減少も起こると思っています。

ただし僕はもう1つの理由の方が、環境問題を引き起こしている大きな理由ではないかなと思っています。それは人間と人間との関係が崩れているということです。人間同士がイコールではないということです。本来はイコールだと思います。例えば都会に生きている人と、田舎で生きている人との関係、あるいは先進国と途上国との関係が本来はイコールなのに、それがイコールではないという関係ができています。僕はずっとこんなことを学んでいるのですが、環境問題を引き起こしている最大の要因は戦争だと思います。ということは、戦争を扱うこと、あるいは平和を扱うことも環境教育ではないかなと思っています。本当に最大の要因は戦争だと思います。今も地球上で戦争は起きていますが、そのことによって何の罪もない生き物が破壊されているという現状です。戦争をなくしていく、そのアプローチをするということも環境教育だと思います。

つまりはこの2つを改善していくことが環境教育だと理解していただければと思います。

それでは環境問題がない社会とはどんな社会でしょうか。それは、僕らは持続可能な社会と呼んでいます。1980年の終わりからこの考え方が少しずつ広まっていますが、僕はこの言葉は難しい、抽象的だと思います。だから僕が子ども達に説明する時には「誰にとっても平和な社会だよ」と言っています。それは自然にとっても平和、植物、動物、あるいは一見、命がないように思われる砂とか地面とかそういうものにとっても平和です。そして人間にとっても…です。今の世代だけでなく将来の世代にとっても平和な状態、それが僕は持続可能な社会だと思います。

ただ、なかなかこれを実現するのは難しいと思います。難しいのですが、その社会に至るプロセスをいろいろ考えていきたいと思っています。

そして僕は自分達の活動としてどんなことができるのかと考えていますが、きっと皆さんが関わっている活動も持続可能な社会に結びついていると思っています。皆さんでしたらどんなことに貢献できるか、どんな役割があるのかをお考えいただけたら嬉しいと思います。

ということで、改めて環境教育とは何かというと、僕は「持続可能な社会実現に向けての全ての教育活動」であると思っています。ですからある人がゴミの問題に取り組んでい

るとします。そのゴミの問題を解決することが持続可能な社会のためになっていると思っていますとしたら、それは環境教育だと思います。身近な地域、あるいは地球的な規模、どんなものでもいいですが、持続可能な社会あるいは平和な社会をつくりたいと思って活動している方は全て環境教育だと思っています。地球的にも地域的にも必要だし、子どもだけでなく、大人にも必要なのが環境教育です。

環境教育がしたいのは、そういう社会をつくり出そうという人を育てることです。今回スタッフ育成というのも話題になっていますが、そういう働きかけができる人を育てていきたいと思っています。そういう人づくりというのが環境教育かなと思っています。

□ 森林環境教育

そして僕らの教育は、森林環境教育と呼ばれています。森林環境教育というのは、森林にフォーカスした環境教育だろうと思います。それは日本とか山梨県にとって不可欠な環境教育だと思います。日本の森林率は67%です。ということは日本の大半を占めている森林を舞台にする、あるいは森林のことを考える環境づくりが必要だと思います。山梨県でいったら78%です。ということはフィールドとしても使えるし、あるいは実はこんなに広くても森林で遊んだことがないという人がたくさんいるのです。そういう所に案内してあげるといことも森林環境教育に大事なことだと思います。日本の暮らしに森林は不可欠です。

ちなみに僕は今、自分の家を造っています。昨日が地鎮祭でした。北杜市内に縁があって、土地を持って家を造ることになったのですが、今やっているのが、北杜市内の材をできるだけ使って家を造ろうとしています。暮らしを考える時に、森林とか森林がつくってくれる材というものを今、改めてすごく考えています。また、先ほど言っていたエネルギーのことも、家を造る段になってやっと真剣に考えるようになったのかなと思います。できるだけ石油を使わないような暮らしをしたいと思っていて、そんな工夫を自分の家でもできればと考えています。

森林を切り口にする環境教育が森林環境教育です。そういう環境教育を考えていく時に、僕らは体験というものがすごく大事だと思っています。キープ協会の環境教育は自然体験型と呼んでいます。どんなことかという、自然の中での遊び、体験、作業を通して自然の美しさ、不思議さを感じていただくということです。そんな感性を育てていただきたいと考えています。また、感性を育むだけでなく、「これだったら自分にも何かできそうかな」「自分も家で何かしてみようかな」という思いを持ち帰ってほしいと思っています。普段の生活を見つめ直し、「こんなことが問題かもしれない」「こんなことをしてみよう」というきっかけをつくりたいと思ってやっているのが、僕らがやっている自然環境教育です。行動へのきっかけをつくるということです。

ただし、何のための体験なのかを考える必要があると思っています。体験は目標ではありません。あくまで手段とか方法だと思っています。体験あるいは行為を通して目的を实

現したいと思っています。言い換えればゴールではなく、スタートに立つということかなと思っています。

何のための自然体験なのかということを僕らも常に自問自答しているのですが、そのことを意識したいと思っています。体験だけに終わらない工夫をしていきたいと思っています、僕らはそういった考え方、あるいは学習手法のことを体験学習とか体験学習法と呼んでいます。体験をやりっぱなしにしないで、自分の普段の暮らしに還元していくような、そんな学習手法のことです。

またそれを体験の加工化と呼んでいます。体験したことを何らかの形に加工するということです。どんなことかというと、例えば大人のプログラムならば、ある森の中での体験の後で最後に俳句を作るというものがあります。俳句という形に加工してみるということで、一連の体験を自分なりに解釈できます。そのプログラムで1時間だったら1時間、半日だったら半日、感じたことを自分なりに解釈できる、そんな加工をします。

あるいは、漢字一文字で今の気持ちを表現しようというものもあります。僕らが習った漢字でもいいし、僕らが習った漢字で表現し切れない時は、自分で作ってもいいということにしました。そしたら森に心をつけた漢字を作った人がいて、森を心で感じたということ表現したのです。これは漢字に加工するということです。

また、「清里子ども自然クラブ」というものもあります。そこで活用しているのがクラブノートです。毎回クラブノートを使うようにしていて、活動が終わった時に、印象に残ったことを字に書いたり言葉にしたりということや、葉っぱのことをよく観察して、それをよくスケッチしたりということもあります。何らかの形でノートを使っていこうということで加工します。

ある会は、1年の活動でカルタを作りました。冬の活動でした。そのカルタを皆で考えて、言葉を考えてそして実際にカルタをして遊びました。この時は遊んだだけでなく、自分が作ったカルタでも人が作ったものでもいいから、印象に残ったものを3枚選んでそのことをノートに書いてみようということをしました。これも子どもなりの加工です。この加工を通して、体験をやりっぱなしにしないで、その体験した子どもや大人に対して、少し心に残すことを僕らは体験の加工と呼んでいます。

その体験のことを考えるのに、皆さんに質問をしたいと思います。ある調査結果があります。平成16年のものです。ある人が子どもの自然体験について、東北地方と関東地方に住んでいる小学生と中学生を対象に調査をしたそうです。

自然体験について訪ねた質問です。この中で、「皆が体験したことがないものって何？」という設問で、「日の出日の入りを見たこと」「外で火を燃やしたこと」など10問です。いろんな選択肢があり、複数回答で、どの体験をしたことがないかを聞いたものです。皆さんにお配りした資料にも設問を載せてあるので、トップ3をその紙にチェックしてみてください。平成16年、今から3年前の子ども達が体験したことがないだろうというものです。皆さんがお子さんだった時と状況が変わっているかもしれません。今の子どもですから、

このとき中学生だとすると最年長で18歳、一番小さい子で中学1年くらいになっています。

ではちょっと聞いてみましょう。これから僕が1番から言っていきますので、上位3位までに入ったと思うものに挙手してください。

- 1番（日の出日の入りを見たことがない）——3人いらっしゃいますね。
- 2番（海や川で泳いだこと）——いらっしゃいませんね。ではこれは皆体験したということですね。
- 3番（湧き水を飲んだこと）、——あ、結構いますね。
- 4番（自分よりも高い木に登ったこと）、——4番も結構いますね。
- 5番（木の実や野草を食べたこと）、——これも結構いますね、ありがとうございます。
- 6番（チョウやトンボをつかまえたこと）、——結構いらっしゃいますね。
- 7番（外でへびを見たこと）、——いらっしゃいますね。
- 8番（カマヤナタを使ったこと）、——いますね、ありがとうございます。
- 9番（金づちで釘を打ち付けたこと）、——はい。
- 10番（外で火を燃やしたこと）、——はい、ありがとうございます。

多かったのは8番、3番くらいでしょうか。あとはどっこいどっこいですね。どの地域で調査したかにも拠るかもしれませんが、結果をお知らせします。こんな結果です。

一番多かったのが、「カマヤナタ、刃物を使ったことがない」(59.8%)ということでした。2位が「木の実や野草を食べたこと」(57.4%)、3位が「湧き水を飲んだ」(53.4%)でした。皆さんだったらどうでしょうか。当たり前だった部分もあるでしょう。皆さんにも未体験なものがあるかもしれませんね。

ですから、こういう状況であるということは、逆に言うと、このパーセントが多い体験を僕らが提供する必要があるのではないかと、ということです。環境教育が提供できる体験は多いと思います。

僕らのプログラムにもカマヤナタを使うものがあります。ただ、やっぱり使い方が下手です。それは子どもだけでなく、その子どもの保護者も下手です。

また、僕は魚獲りを子どもの頃からやっていて、今も魚獲りのプログラムをしています。魚獲りをすると「初めて獲った！」と言ってくれる子どもが結構いますが、よく聞いてみるとそのお父さん、お母さんも「実は今日初めて獲りました」などと言います。親御さんの体験が少ないということは、その子どもの体験もやはり少なくなります。子どもの体験を増やすことも必要ですし、大人の体験を増やすことも必要です。ですから僕らはやはり大人への体験プログラムも必要だと思っています。

そんな状況がある中で、僕らはどんな環境教育をしているかということをお話します。それを少し、生涯学習としての環境教育という考え方と一緒にお伝えします。

□ 生涯学習としての環境教育

生涯学習とは簡単に言えば子どもから大人まで一緒に学んでいこうというものです。

幼年期＝まだ学校に入る前の保育園や幼稚園の子ども達ですから、環境教育としては in と言っています。「～の中で」ということです。その言葉がかかっているのは nature とか human です。自然の中での環境教育、人間の中での環境教育です。あるいは人間をつくりだす文化や社会の中での環境教育です。そういう中で遊ぶということは、やはり直接体験、あるいは感性学習と言ったりしますが、思いっきり遊ぶということだと思います。

資料写真は僕がやっている清里子ども自然クラブの写真ですが、2時間半ひたすら昆虫を捕まえるというものです。子ども達は生き物を捕まえるのがすごく好きです。その生き物を捕まえては僕ら大人のところに持って来て、それがどんな生き物なのかを僕らが伝えるという活動です。子ども達は捕まえて嬉しい、僕らは捕まえた生き物を見ることによって、「ここにはこんな生き物がいるんだ」という結果を知ることができます。でも、子ども達は調べるというよりは、思い切り遊ぶという意味合いでやっていると思います。小さい子ども達にとってはこの in ということが必要だと思います。

その事例として子どもクラブのことをご紹介します。これは月に1回やっている活動です。清里の学校に通っている子どもや清里で働く親御さんを持つ子ども達の会です。大人も子どもも登録が可能で、だいたい年間60～70人の登録があり、毎回の活動には15人～20人くらいが参加しています。ハイキングする回があったりもします。この資料の写真の木は八ヶ岳独特の木とされていますが、ヒメマツハダとされています。不思議な木で僕らはこの木のことを「むしの木」と呼んでいるのですが、そこまでハイキングをしたりします。子ども達は一生懸命そのスケッチをしたりもしました。

また、秘密基地づくりをした時もありました。この時はタンザニアから研修生が来ました。タンザニアの人がいつもつくっているかは分かりませんが、秘密基地づくりはすごくうまかったです。今の子どもは秘密基地をつくりません。紐の使い方、ロープの縛り方も分かりません。このタンザニアの人は言葉ができなかったのですが、一生懸命ジェスチャーを使いながらつくりました。この時にはビニールシートを使ったり木の枝を組み合わせてつくったりしました。こんな活動をしています。

また、フィールド内に生えている野草を使ってのお茶作りだとか、ヨモギをすってホットケーキミックスに入れて、ヨモギ味のホットケーキを作ったりしました。

子どもはこちらが提供しなくても自分達で遊ぶのです。そういう自分達で発見する遊びも大切にしたいと思っています。かくれんぼをする子や、自分から「おーい、自分のところに葉っぱをかけてくれよー」という子どももいました。

ただ、そういう遊びは大人にも必要かなと思っています。鏡を使ってちょっとした創作活動もしました。合わせ鏡みたいな感じで、自然物を間に置くといろんな見え方をすることで、ちょっとした遊びです。大人を連れてトレッキングすることもあります。自然について教えることもありますが、大半は遊んでしまうようなそんな活動も大人と一緒にやっています。

続いて次のステップ、学齢期です。about (～について) ということです。自然について

の環境教育、人間についての環境教育です。それは知識の学習だったり、技術を習得する学習だったりします。主にこれを体験するのが小中学生です。ただし、あまり難しいことをするのではなく、興味あることをする、興味あるものをとことん調べてみるということも必要だと思っています。

ヨモギ団子作りをしました。その前にヨモギというものをじっくりと感じてみようとしてスケッチをしました。(紹介している写真の子どもは)ヨモギの葉っぱを紙の下に置き、鉛筆でこすってみるとヨモギの葉っぱがうっすらと出てくる、そんなことを一生懸命しています。だから興味あるものをとことん調べてみようということです。

子どもクラブの例で言えば、セミの抜け殻調査というのをしたことがあります。子ども達が森に分かれて行って、どの高さにある抜け殻なのか、どんな木の種類なのかということ調べて、それを記録しました。これはすごく面白い結果も出てきました。

また、鹿の角探しもしました。今、県内に鹿がすごく増えています。その角を探そうということで、皆が一行になって森の中をゆっくりと歩いて発見しようということです。この時には残念ながら発見できなかったのですが、その代わりに鹿の糞がたくさん見つかりました。

ちょっと皆が好きなもの、興味あるものを調べてみるというのが **about** です。

もう1つ、ヤマネ学校というものがあります。先ほど紹介した清里のシンボルであるヤマネをキーワードにした活動です。ヤマネミュージアムという建物があり、その館長が中心となって行っているプログラムです。1泊2日から日帰りのものもあります。ヤマネに住んでいる森を案内したりします。実は、ヤマネは意外なところに巣を作ったりするので、ツツジの病気でテングス病というものがあるのですが、その病気になった部分に巣を作る場合があります。その巣を観察するという森の中を歩いて行きます。それを先ほどお話した加工化ということで、病気になった部分を獲って来て一生懸命スケッチして皆で発表します。体験したことを新聞のような形にして加工して、発表する、そんなこともしています。

そして最後のステップです。それは **for** (～ために) です。「自然のための」、あるいは「文化のための」「社会のための」ということです。このキーワードは行動とか参加です。小さなことでもいいからやってみよう、ということです。

その事例として、先ほど少し紹介しましたが「森を楽しむ週末実習隊」というのをしています。この写真は、僕らが作った手作りの柵ですが、森の中に入って木を切って、その木を使って杭を打ち込み、杭の間を渡す細い枝を組みました。できるだけ金具、針金を使わないような形で作りました。ただ、維持管理が大変です。1年に1回は作り変えなければいけません。

自然の中に入って、木を切り出して、というところからやりました。「どんな木が材質としてよいかな」、「この木が使えるさうだけど、切っちゃうともったいないかな」、「この木を切ると横に生えている木がちょっと元気になるかな」、「この木を切ることで、下に太陽の

光が当たるから下草が元気になるかな」などと話しながらやります。そして一生懸命切るので。そしてその木を使って杭を作って打ち込みます。こんな身体を使った活動もしています。その間にちょっとした自然観察をするということもあります。

それで、立派な柵ができます。そうすると自分達でも自然のために何かできるのではないかという想いが出てくるようになります。そこでこの **for** ということですが、「じゃあ、自分は家に帰ってこんな発想ができるかな」とか、今回は柵を作りましたが、普段だったらこんなことができるのではないか、という **for** のきっかけを作りたい、そんなものがこの「森を楽しむ週末実習隊」です。

ある中学生は溢れ出てしまった川の補修をしました。川から水が溢れ出してしまうと、人はそれを避けるような形で歩きます。そうすると、人が歩くだけでも新たな道ができてしまいます。必要以上の道は作りたくないの、根本的な原因である沢の修復をしようということになり、切ってきた木や近くにある石を使ってちょっとした堤防を作り、水が出ないようにして自然側道を歩けるようにしました。

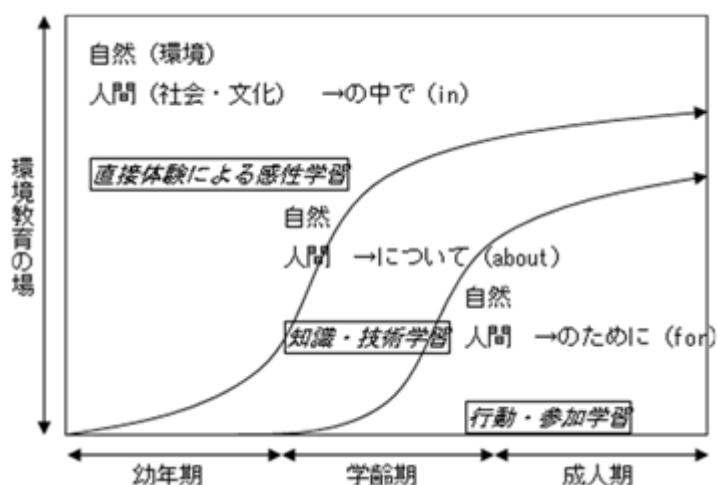


図 生涯学習としての環境教育 (阿部、1993年)

そんなことを分かりやすく説明するのがこの図です。僕の師匠の阿部治という立教大学の先生が作ったものなのですが、曲線があります。この曲線を幼年期でみると **in** のウエートが高くなります。ということは、幼年期ではやはり **in** の部分を重視した環境教育をしたらいいのではないかということです。ただし、幼年期でもこの **about** というものもありますし、この図だとうまく表現しきれていませんが、この **for** のところの曲線も実はずっとギリギリくらいを幼年期まで続いているのです。ということは幼児でもできる **for** があるということです。身近な家、あるいは保育園、幼稚園でできる **for** があると思います。

そして今度、学齢期になるとウエートを占めるのが **about** です。ですから知識とか、技術とかを学んで行く事が必要でしょう。そして大人になってきたら **for** が中心です。

このように年代によって環境教育の内容が変わってきます。ただし、注意しなければいけないのは、大人は **for** だけやっていたらいいのではありません。**about** についてもやらなければいけないし、**in** も必要です。先ほど話したように、大人の体験が実は不足しているのです。そういうことを考えると **for** のことをするためにも、まずは大人の **in** が必要なのかなと思います。

□ 「森療時間」プログラムについて

大人のプログラムでいくつか事例を紹介しましたが、もう1つ紹介したいのは健康教育としての「森療時間」というものです。僕も縁があって県の森林セラピーの研究会の委員に入れさせていただきましたが、そこでも紹介したものです。

今は県としても、全国的にも森林療法とか森林セラピーへの注目が高まっています。実際に森に来る人に「なぜ、今回参加したのですか」ということを聞くと、「今ちょっと疲れているから」という人が結構いて、癒しを求めて来る人が多いです。

そのため、僕らは医療機関とのコラボレーションという形で「森療時間」というプログラムをしています。ただしこれは言ってみると、僕らがこれまで取り組んでいた森林環境教育を別の視点で見たら森林療法だったというのが実際のところですよ。

ですから僕にとってこれは森林環境教育だったのです。そして反対側から見ると医療機関からすると森林療法だったと、そういうことだと思います。

僕らがやっているのは、森の効果とか森で過ごすことの気持ち良さを感じてもらおうということをしてしています。科学的にそれを実証しようではないかということをしていて、例えばどんなことをしているかということ、プログラムの前後で自律神経の測定をします。これは医療機関でないとできないので、医療機関にやってもらっています。僕もするのですが、ちょっとしたクリップのようなものを指先につけてある時間、安静にしています。そうすると自分の自律神経とかホルモンのバランスが分かります。それをプログラムの前にやり、終わった後にもう一度測定をします。そうすると全員ではありませんが、安定した状態になります。やはり森の中で過ごすということが、人にとって気持ちいい、あるいは穏やかにしてくれるということが実感できます。

ただし逆のパターンの人もあります。安定しない人もいます。そんなときは「どうしたらいいんだ」ということになるので、そんな時は、医療機関のアドバイスが必要になります。それは僕らにはできないことです。「あなたはこんな結果が出ているので、こんな暮らしをする、こんな生活をするという状態にいくのではないですか」ということを医療スタッフとして伝えてくれるということがあるので、僕らができることと医療機関ができることを上手く組み合わせてやっているのがこの「森療時間」だと思います。

森林セラピーの考え方はこんなことかと思っています。森林セラピーにはいろんな考え方があって、一番底辺にあるのが休養です。そして保養、療養ということになります。医療機関としてはきつとこの辺りの療養になってきます。でも僕らはあまりこの部分はでき

ません。休養というのは疲れをリフレッシュするとかストレスを解消することです。保養は軽い体調不良の回復とか生活習慣病の予防です。療養は病気の治療ということです。キープができるのは休養や保養の一部かなと思っています。ただし医療機関とタッグを組んでいることもあるので、少し突っ込んだこともできるかもしれません。でも、僕らがやっていこうというのは主にこの2つ、休養・保養です。

ただし、僕らの主催事業ではなく医療機関の主催事業に僕らに加わることもあるので、その時には療養の部分が強くなります。

「森療時間」について少しだけ紹介します。(写真で説明しながら) こんな看板を作ってお迎えをしています。受付をした人から先ほど言った自律神経の測定をします。これは医療スタッフが担当します。プログラム内容は季節によって異なってきますが森の中を歩いたりします。この回は冬だったので雪の森を歩きました。

あるいは僕らのプログラムで小さな植木鉢を持って、木の赤ちゃんを使って自分だけの森をつくるといったものがあります。A PEACE OF FOREST などと呼びます。森のひとかけらという意味です。木の赤ちゃんの多くは、光を十分に浴びることができずに亡くなってしまいます。うまく光を浴びることができると成長できるので、この赤ちゃんを少しだけいただいて、自分だけの森を小さいながらも作るという活動です。そうするといつのまにか土に触れたり、木に触れたりという時間が多くなります。この活動の後に、少し落ち着くという人もいます。あるいは草木染をした時もありました。

そして、森林セラピーには作業療法というものもあります。森に対して働きかけをしようというものです。この回は間伐をしました。そうすると自分達でも森に対して何か貢献できるのではないかという思いや、貢献できたという気持ちが自分を穏やかにしていくということで作業療法というものがあります。

あるいは単純に気持ちいい自然を見ること、ハンモックをぶら下げてゆっくりすること、こんなことも森療時間ではやっています。

□ スタッフ養成について

では最後に、そんなプログラムを運営していくために僕らがしているスタッフの養成の話をして。少しポイントを絞ってお伝えします。

まず、職員の養成です。僕は養成をする側にいますが、その時にどんなことをしているかという、年に1回、「ふりかえり」という用紙、そして「目標設定シート」を記入します。1年間の目標と、1年後のものを一緒に書くことができるシートです。これを書いて提出してもらいます。

また、プログラムの終了後、評価会と僕らは呼んでいますが「スタッフミーティング」をします。一般的には反省会です。でも反省だけでなく、いい部分はいいと評価をしよう、あるいは悪い部分は悪いと評価をして、次の活動に結び付けていこうということでこのように名付けました。1時間のプログラムでも一週間のプログラムでもプログラムが終わる

と必ず開きます。

また、日常業務でのフィードバックと呼んでいます。気づいたことを伝え合うことをしています。「あなたは今回このプログラムをしたけれど、ちょっと話すスピードが速かったんじゃないの」といった気づいたことを言っています。できるだけ僕らは、下のスタッフというか、経験の浅いスタッフからも僕らに対しても言って欲しいと思っていて、機会づくりをしています。このようなことを習慣化しているのが職員養成です。

ただ職員養成にも課題があります。「ふりかえり」を担当する職員が確保できないことです。1対1で「この1年どうだったか」「この半年、去年と比べてどうだったか」ということについて時間をかけて話をするのですが、僕も含めて5、6人のスタッフではなかなか時間を確保できていないという実情もあります。

また、職員の評価システムをどうするか、あるいは、どう作るかということが課題です。僕らとしては作っているのですが、職員が自分たちのことをどう評価しているのか、もっと知りたいという意見がありました。では、職員参加型で評価システムを作ろうではないか、ということで、今考えているのが定量評価と定性評価です。職員全体で話をしながら作っています。

課題としては僕のような中間管理職とかに対する評価をしていかなければいけないし、スタッフの養成もしていかなければいけないと思っています。もっとしっかり働いてほしいな、という上司も何人かいますから（笑）、その人たちにどうやって指摘していこうかなというのも考えなければいけません。

そして若手職員とか実習生という仕組みがあるのですが、その養成というのはどういうことをしているかということ、年間90時間ほどのスタッフトレーニングの時間を取っています。スタッフトレーニングというのは講義などの実習です。今日、実は僕は1つ担当しました。そのスタッフトレーニングで指導する側、講師を務めるのも職員です。となると、その職員にとっても学びの機会になります。これまでの整理をする機会になったり、成長の機会になったりします。この職員にはこの部門をお任せしようというものを割り振ったりするのですが、なるべく僕ら部課長ではなく、その下の職員を担当にして伝える機会を作ろうと思っています。

カリキュラム	スタイル
キープ協会の理解	講義
環境教育事業部の理解	講義
トレーニング(実践編)	OJT
トレーニング(理論編) 環境教育、インタープリテーションなど	講義&実習
設備・教材の把握	講義
コンピュータ	講義
安全教育	講義&実習

そしてOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）で、普段の業務も大切にしていきたいと思っています。実習生日誌、あるいは月ごとの自己評価シートというものも実習生や若手職員には付けてもらうようにしています。日々の活動を日誌に付けるのです。その日誌を担当の職員が確認してそれを返すという繰り返しをしています。また、月に1度、「ふりかえり」という活動を、特に実習生はしているのですが、「ふりかえり」をする前に、自己評価シートに記入してもらい、その評価が前月と比べてどうだったかということも含めて行っています。☒ **キープ協会のスタッフトレーニングカリキュラム**

カリキュラムとしては大雑把にいうとこんなところですよ。キープ協会を理解するという内容や環境教育事業部を理解するもの、そしてOJTや、いろんなことを理論的にやっていくというものもあります。今日僕が担当してきたのは環境教育だったのですが、それを講義とか実習を通して行ったりします。あるいはキープ協会にある設備とか教材を把握することも必要で、僕らの仕事でもコンピューターを使うことがすごく増えてきています。そのコンピューターを使うテクニックというのを伝えることもスタッフトレーニングにはあります。また、安全教育ということで、日本赤十字で3日間の講習を受けており、何かあったときの対応を学ぶようにしています。

□ 終わりに

さあ、終わりにということで今後の展開についてお話しします。

キープ協会のキーワードを先ほども言いましたが、KEEP FOR THE FUTUR ということを今、展開しています。それは教育と環境がキーワードになりますが、今、新たに加わるキーワードがこれです。「健康」です。キープだけでなく、清里全体と言ってもいいと思います。清里では今、いくつかのホテルがタイアップする形で癒しのプログラムをしています。できるだけ地元の食材を食べてもらい、地元にある医療機関でちょっとした血液の測定を行う、こちらがお勧めする癒しのプログラムです。

今年はずごく多くの依頼をいただいています。今、森林セラピーのニーズが高まっているのですが、思い当たるだけでもいくつかの依頼を受けています。それは、ある企業が社会貢献の一環で森林セラピーをしたいから手を貸してくれという話や、今、健康のためにスポーツジムに通っている人がたくさんいますが、そのジムを運営している会社からの依頼で「今度、健康をキーワードにした1泊2日の活動をしたいからそれに少し森林セラピー的なことをしてくれないか」という話などです。

また、行政からも依頼があります。北杜市周辺では地元の有志で森林セラピーのことを勉強していこうという会があります。都留の方でもそういう活動があると思います。そういう活動が今、山梨県でも点在してあると思います。ですから県全体でもそうでしょうし、全国的にも健康というものがキーワードになっていると思います。

僕らのキーワードはもう1つ、「協働」だと思っています。それは新たな視点をもたらします。キープ協会にとって森林は自然体験のフィールドですが、医療関係者にとってそれ

は健康増進の可能性を持つフィールドです。それで、結果的に医療機関と協働する形で「森林時間」というプログラムをしています。その協働でお互いに新たな視点や可能性を見出しているのかと思っており、協働を通した新たな可能性です。

僕らは今、プログラムに主催事業と受託事業があります。利潤は受託事業の方が多のですが、その受託事業の大きなクライアントは、今は企業です。企業から依頼される仕事が多いのですが、やはり企業としての考え方もあり、僕らとしての考え方もあります。そのお互いをぶつけ合うことで新たな可能性、新たなプログラムを生み出すことができます。そういうことによって、やはり僕らは企業の考え方から多くのもを得ることもできるし、ひょっとしたらその訓練で企業の人にも僕らから何かを得ているかもしれません。

ということで、僕からは今集まっている皆さんにとって環境とかあるいは森林とか健康とかのキーワードを知りたいなと思っています。そうすれば僕は皆さんから多くのことを学ぶことができるし、あるいは何かしらみなさんと一緒にできれば嬉しいと思います。それを通してお互いが何か新たな視点を見出せればと思っています。

少し時間が長くなりましたが、今度はぜひ清里に来ていただきたいと思います。そして清里で僕らのプログラムを体験していただきたいと思っています。

(開催日：070508、場所：甲府)

群馬県における地域医療・福祉の現状と課題

医療法人社団千栄会昭和病院

社会福祉法人夢 特別養護老人ホームふるさと ケアハウス夢の庵
理事長 岡野 昭

□ 医療・福祉施設の概要

1980年に私は病院を始めました。その時に医療法人をつくりました。写真の、手前にある白い建物が病院です。病院の後ろにある紅色の建物が、その後設立した施設で、社会福祉法人の特別養護老人ホームからケアハウス、デイサービスが入っています。真ん中にある小さな赤いのがどんぐりころころというグループホームです。近年、右側にある駐車場の真ん中に温泉を掘りました。



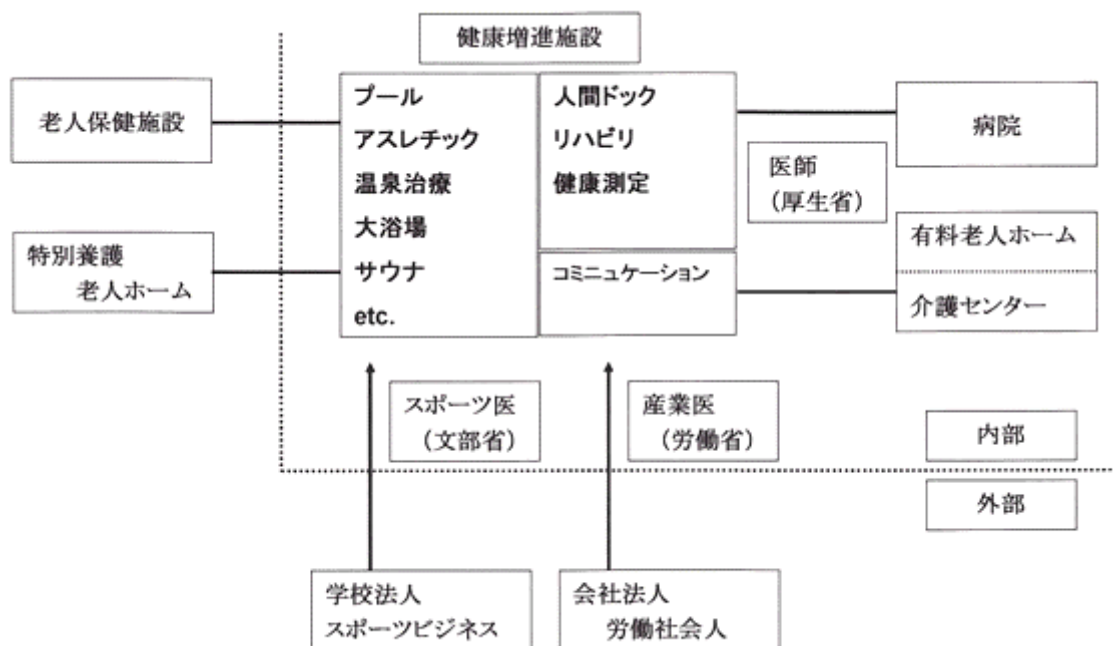
手前にあるグリーンのところ原子力研究所および群馬の森というところ。原子力研究所と匂いの研究を一緒にやっております、アンモニアを消すような製品を作っております。

医療については、経済を軸においた考えが一般的で、経済性追求だけが行われています。また、医療には、色んなものの切り口があると思いますが、医療とはなんぞやと考えることは今の世の中ではなされておられません。私は医療人ですから、医療そのものに対する自身の考えを述べたいと思います。

医療というコンセプトは、医学というものをどのように社会に使うかということです。医学は、ひとつの命や病気というものをきちんとエビデンスを持って解明していくことだと思います。その思想というのは、オリエントのものじゃなくて西洋のものだと思う。ですから、西洋医学が日本に入ってきたのは1776年の杉田玄白からです、約2世紀前ですね。1808年に日本で初めて病院ができ、その後ドイツ医学が入ってきた。それによって技術が画期的に伸びたのですが、社会システムの方は伸びていません。ホスピタリティ

の問題も同様です。

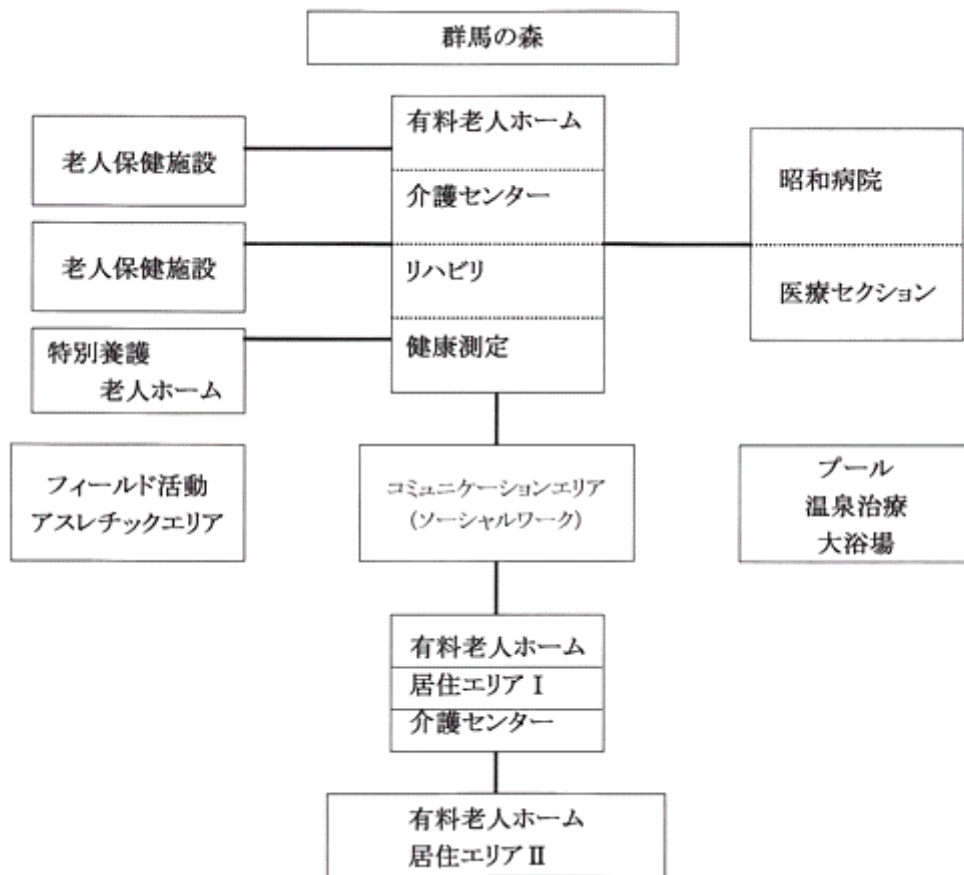
健康な人々が年を取っていく、健康な人々が病になっていく。じゃあ医学というものを用いて、病にさせないように、年をとらせないようにするにはどうしたらいいか。これは健康増進施設の活動及び外部施設との関係を表したものです。



1985年当時のライセンスは、医師のライセンスは厚生省で、産業医は労働省です。スポーツドクターとして私は国体に行っていたのでこれは文部省です。日本体育協会です。それから、私自身がジェットパイロットを診ると、これは通産省です。各省庁に全部上納金を払っています。その時は厚生省と労働省がもめていて、PHP、トータルプランニングについては、ケンカをやっていました。そのために、全部のライセンスを取得すると、相当お金がかかります。

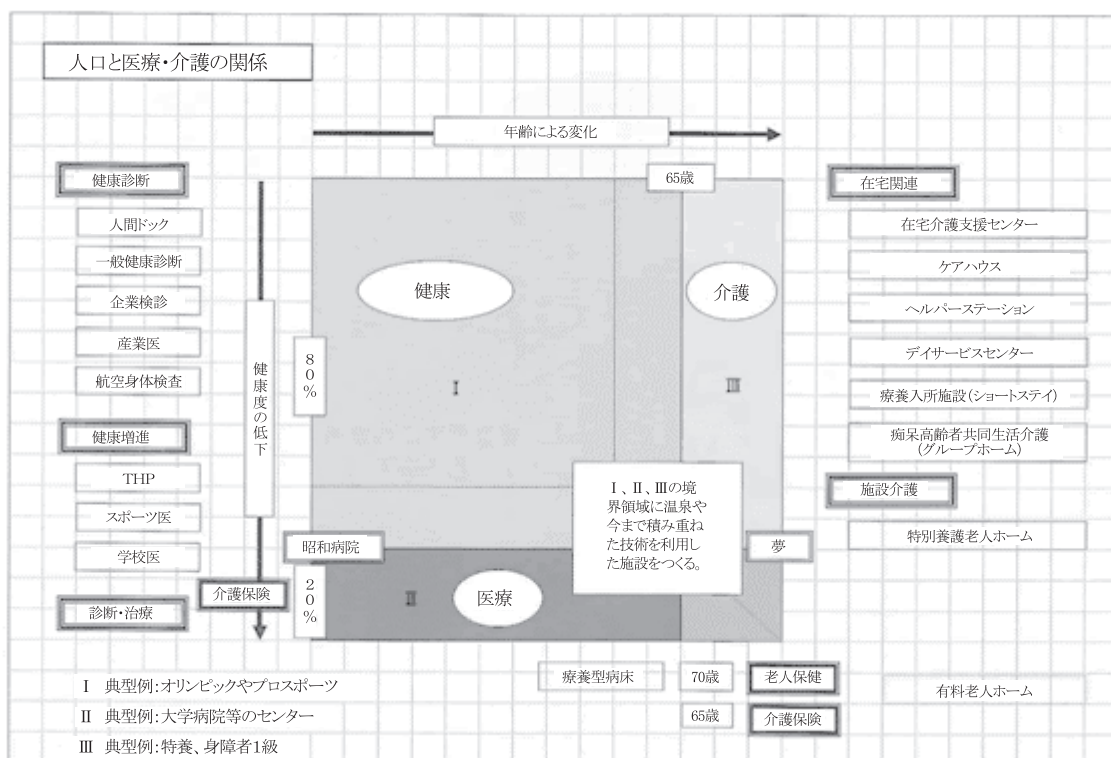
□ 医療・福祉における病院の位置づけ

次の概念図は私の考え方で、医者の世界とちよっとずれるかもしれませんが、病院というものは、医療のセクションとして図の右側に考えております。人々が集える場所としてコミュニティというものを考えると、群馬の森を利用して、そこに人々が集う。老いも若きも集った場合に医療をどう使ったらいいかという事を考えていました。これを示したら、うちのドクター連中に怒られました。なぜ病院をこのように小さく表示するのかと。医師というものは、病院の中になくってはいけない。これは私が、医者が嫌いで1年間医学部に行かなかったこともあり、医者の世界と考え方が違うのかも知れません。



これは病院を設立した1980年に、病院に対する自分の考えを表した模式図です。当時は、まだ介護という言葉はありませんでした。横軸に年齢をとりました。縦軸に健康の度合いをとりました。65歳と入れてありますが、このときに健康を損なうと下にまいます。医療という分野が必要になります。私は免疫の研究を、大塚製薬と一緒にカナダ人とオーストラリア人たちとやっていました。その時に癌の研究をやっておりました、乳がんが専門ですから、例えば頸部の、鎖骨上に転移してくる患者で、小学生の子供をもつ母親がいました。どうにかして、子どもが高校に入るまで生かしてあげたい。今までの外科の領域ではダメなのです。何とかしてガンと一緒に生かしてあげたい。そのとき免疫に没頭していたのですが、それがひとつのやり方です。しかし、そこに集まってくる医者は癌が全てなのです。日本の医療の中で専門医といわれる人達は、誰が専門医か知りませんが、自分達が専門医と思っている人達は、癌だとか、そこに特化した専門医になっています。ところが病気というのは、どれだけのものがあるかという、レッドゾーンの中で非常に多い。癌よりももっと多い病気もあります。心臓病とか。そうすると、糖尿病とか高血圧とか持っていて働いている人達もいるわけです。健康と病気の境目だと思います。そこに線を引いて、私はその境目のところでどういう役割ができるだろうか。公的病院というのは、私たちから見れば、こういうセクションをやる部分だと思います。癌センターとか大病院

院は、鉄道で例えたら、東京駅などのターミナルステーションだと思います。私の病院は町中の駅になれればいい。上下にどちらかへ振り分けてあげることが我々の役割だと思う。クリニック系のバスストップでいいと思う。



そういうことを考えると、年をとったという事が全て年寄りではないのです。年をとっても、私自身が66歳ですから、介護保険が適用されますが、現場で働いています。70歳でもそういう方がいます。そういう人たちが社会の中でどういう風に、いろいろなことをプロデュースできるかという事がくると思います。なぜこういう風に分けたかという、これは信号機なのです。いわゆるセーフティゾーンは健康と考えます。年をとるということは、コーションですから、オレンジかなど。病気になるとレッドゾーンかなと考えています。その中からレッドゾーンからグリーンゾーンに変える、イエローからグリーンに変えられるかということに私自身、医療というものをどう使えるかと考えています。年をとった医療で一番右にくると、癌でリンパ腺が大きくなって腫瘍が大きくなっていく。一番右のところは葬儀屋さんに近い。一番左の上は、いふなればオリンピックやプロスポーツ選手。それを下に書きまして、1、2、3の典型例として1はオリンピックやプロスポーツ選手、2として大学病院などのセンター、レッドゾーンですね。典型例としては、3は、特養とか障害者の1級などです。それらを全部やれるようにするためにライセンスを取ってきました。

在宅関連になりますと右側に書いてありまして、在宅支援センター、ケアハウス、ヘル

パーステーションなどがあります。施設介護としては特養がある。右側の方は有料老人ホーム。左側は健康の方としては人間ドックとか一般診療や健康診断とか企業検診、産業医、それから健康増進。スポーツドクターは日本医師会の指定と、日本体育協会、文科省です。そうしますと、これらのライセンスを全部払っていくと、相当な金になります。見返りはありません。全ての人口を分けてみると、この中のどこかに入ります。どこを自分はやるんだらう。私は大学にいたならば、レッドゾーンの中で癌の研究をしているだらう。ただ、病院を始めて医者じゃない部分をやりましたので、経営していかなければならない。どこに私の立場があるかという、医者として医療に係わるのであれば、経済的経営的な問題に医者は関与できません。なぜかという、6年間学んでいるのは命と病気ですから、経営のことは全く分かりません。ですから、今の日本の歪みというのは、医者が経営していることです。経営をやらなければならぬところに無理がある。

□ 民間病院の実態

経済諮問会議でおっしゃっているのは分かるのです。この議論には医療という概念は全くない。経済概念だけ。ですから経済概念で言えば、今まで、私が命がけで病院をやり、自分の金を投資して、なおかつ回収できません。これが日本の民間病院の現実です。公的病院が私たちより楽な点として、公的病院というのは土地とか建物は多分ノータックスに近いのだらうと思います。私たちは税金を払っています。佐川急便が郵政省に文句を言いましたが、公的病院の方が診療費が高く、我々の方が安く、それでいて税金は向こうはタダである。また、地方自治体から後からお金が回ってきます。こうした状況の中で民間はやらなければならぬ。民間病院が良い経営をしているのではなくて、やめられないから民間病院の多くはやっているのです。公的病院はやめられるのです、医者には定年がありますから。民間はやめられない、借金で止められない。そこまで皆さんはお考えになっていない。いくら金をかけたか。私自身が1代目でやってきたことですが、1980年から自分で信用金庫に金を借りてやっていました。おやじの遺産が2億円ありましたが、全部福祉施設に回しました。なぜかという、おやじを独居老人にしてしまった。そのためにおやじの財産を使えないので、寄付して社会福祉法人をつくりました。あと1億円残ったので、温泉を掘りました。これはバクチですね。たまたま掘り当てることができた。ただし、次に整備にかけるイニシャルコストは負担できない。

今一番困っているのは病院です。なぜかという、136床で動いており、従業員は160名います。この前、破綻した病院も200床で250名いました。全部パンクします。なぜかという、人件費がそれだけかかるものは病院以外、日本にないはず。ですからサッチャーがイングランドで病院つぶしをやって、あの時代にイングランドは病院を買い上げました。それでつぶしました。今はブレアがそれを作ろうとしてインフラの整備をしています。イングランドは非常に困っています。2年半くらい、向こうの保険だと手術はできないですね。この前インドの連中がきて、シンガポールとインドにイギリスの人たちが流れ

てきて、手術を受けている。アメリカの保険を使わない人たちが来ている。こうした医療福祉の状況を選ぶのは我々ではなく国民である。日本はこれだけの長寿国になっています。高齢者たちが日本を支えてきた。特殊老人ホームは健康保険を使うために行ってはいけな
いと盛んに言われます。ですから医療行為はしてはいけない。

□ 医療の現場と命の問題

家の人達から「何もしないでこのまま死なせて下さい」といわれる。死ぬことになると、強引だということで訴訟になります。ですから、自分達は看ないけど、何かあれば責任は医者に行きます。こうしたリスクの高い小児科や婦人科から医者は逃げだしています。私の時代は命が尊いということで専攻した医者が多かった。今は、リスクが高くても挑戦しようとする人はいません。耳鼻科とか皮膚かとか、比較的生死に係わらない科目を選びがちです。我々の時代に卒業した人は全国で2千人です。今は8千人です。女性が半分を占める。結婚すると女医さんは医者と結婚するのがほとんどです。そうすると、お医者さんが奥さんになってしまうので、半分になってしまう。入学試験は女性のほうができるのではないかと思う。リスクを取れない。例えば救急車が来る、私は麻酔科ですがそれでいいですか？という言い方をする。患者さんの方も専門家を求める。何が専門家かということが国の中で定義されていない。例えば潮干狩りに行って日に当って熱症なりますね。日曜日の夕方に来て、皮膚科がないというと怒られる。じゃあ来るなどはいえない。ですから、この前のあの問題（注：安楽死）だって、あのドクターずいぶん考えたドクターだと思う。政府はそれを見ないようにしている。命というものをどこで絶ったらいいかということ、その判断は医者ではないはず。やっぱり国民が決めること。どこをもって生とするか、どこをもって死とするか。前にオランダでこういうのがありました。向こうの人達は、例えば白血病の患者を同じ病院に集めますよね、17歳の子どもが「動けない」とドクターに尋ねた。私はもう生きられないの？と。向こうはちゃんとこういう病気であるからという事を伝える。身動きできない。私は生も死も選べないのか？と。眠らせてくれといったとき、ドクターは致死量の睡眠薬をもった。それは是であるか非であるかという問題になりましたが、オランダではその医師を罰しなかった。国が決めてそこは眠らせてあげたいという形を選ぶ。日本だったら多分罰せられたと思う。生死の問題を現場にふってしまう。これ以上生きないと身内は分かる。かわいそうだから、生かした一ヶ月は拷問であると分かります。しかし命をとる権利は医者にはない。でもそれを決めるのは国民である。それを決めるだけの勇気が日本人にはない。西洋人は決める。日本人は逃げます。この病院の問題、命の問題について皆、逃げていると思う。経済大国ではあるが、命の問題からは逃げている。そこが一番の問題である。

エホバの証人の問題だって、医者に判断させることがおかしいんですよ。結局エホバの証人のときに、輸血をするかしないかという問題になるわけですよ。患者さんはするなと言う。でも我々は助けざるをえないのです。医者というのはそういう風に習っている。我々

は、医療技術を使って命を助けると教わってきた。どっちを取るかということは選択できない。それは皆さんが選択させるべき。社会が選択するべきです。医者を選択させるものではない。

ですから病院もメディカルコミッティーを作るべきです。この地域にはこれだけの病院が必要であると、院長や理事長が決めることではない。本当は、理事長は医者ではいけないと思う。やはり医者というのは技術者ですので、なぜそこまで医者にすべてを押し付けるのかと思う。

人口問題と関連して、国はお金を払いたくないという形が出来上がっています。年をとった人達は生活介護が必要である。地域でもって払いなさいと。これは介護保険の問題である。障害児も、地方自治体で。健康保険も国民保健も。来年から始まる後期高齢者保険というのがあります。40才から70歳までの人々が全部受けなさいと。それは金をかけたくないから。生活習慣病として早く見つけなさい。70%は検診を受けさせなさい。そのうち40%はきちんと指導を受けなさい。受けなければペナルティだから、その部分は後期高齢者のところに一部払いなさいと。必ずそこで受けた以上は15%以上改善しなさいというのが出てきます。私たち人間ドック協会はそのライセンスを取得し、政府から引き受けることとなります。我々はフリーではできないですから、そういう中で組み込まれていく。

□ 救急医療、子供対策

救急というのをどう捉えるかという問題が違ってきます。次に送るための応急処置をおこなうのか、全部やるのか、その辺のところがきちんとしていない。医者がきちんとするのではなく、社会がきちんとするべきです。

大学の救急講座があったときに、200床とか300床なんてケチなこと言わないで合併して1,000床作ろうと自説を述べたことがあります。ヘリポートがあるところに、1,000床の病院を作ったらどうか。ヘリポートの近くに中核的な病院をつくる。5つの病院がまとまれば、脳外科とか心臓外科とか3分の2くらいは間に合うわけです。そうすれば、ヘリコプターを飛ばしてきちんと高速で降りられるようにすれば、救急車よりいい。北関東横断道路ができれば、筑波の頭脳集団が集められる。そうすると高崎が日本のヘソになっていく。

医療として慢性疾患はいいですよ、間に合うから。救急は間に合わない。大切な家族の中心であり、社会の中心である働きざかりの連中が危ないのです。その連中を救えるくらいのもので作ってない。その考え方ができていない。何を優先するかという事ができていない。ただ公的なものであれば、命を助けるところを中心に考える。なんで全部やるんですか。イングランドに行ったときに感じたことは、2週間ほど行っていたのですが、大英博物館では子どもは無料だった。日本は子どもも金を取る。子どもは国の宝なんです。だったら小児科はもっときちんとすべきです。そういうことをきちんとするならば我々年寄りは何の文句も言わないですよ。年寄りは去っていくのだから、順番に使うわけで、自分の金を使わせてその受け皿を作ってあげる。

□ 特養老人ホームの現実

今特老をやっているもツライのは、ひとつの部屋、ベッドの中に押し込めなければならない。私は自分がそうなったらいやですね。自分が命を落とす場所にはせめて2間か3間は欲しいです。自分のために自分の金を使う。ただ、皆さんが自分のために金を使うなら、自分達でつくるべきです。ひとつのベッドで2メートルの空間に押し込められて、それが食堂であり居間であり寝室であり客間です。また、時間の制限がなくて、いつでも皆が来てしまう。外国ではお昼の時間をカットしている。自分たちの都合でもって患者さんのプライバシーを侵害しているのです。

3Kといわれてそういう仕事に就く人は少ないです。学校法人の理事を10年やっていましたが、歯科衛生士とか介護士など育てていました。私が大学で教えて、看護学校で教えていて、一番分かるのは大学生ですね。やさしさは知識じゃないですが、ですけども、やっぱり介護に来る連中にきちんと基本的なことを教えるのは相当大変です。そのときに、実習生を教えていて、バシッと教えなければ分からない。今、医療でなく介護で行けと言っていますが、海外と比べても差がある。経済論争は分かるんですが、どちらを取るかというのは、これは我々が決める問題ではなくて国民が決めることです。

□ 温泉の今後の利用について

高崎市の運動公園というのは先ほどの田んぼのところに決まりました。群馬の森は県立公園で美術館や博物館がありまして、原子力研究所は動力炉ではなく開発ですからすごく環境のいいところです。自然林です。そういう環境に対して、温泉というのはひとつのフィルタと考えています。その中で、ウェスタンスタイルの医学とオリエンタルなスタイルの医学をコラボレーションしたものを作ってみたいと思っています。地域の方たちと農村や自然を取り入れた、例えばアロマセラピーなどを癒しという形で使ってみたい。それはひとつの温泉施設というものを考えたときのものですが、そういう形で使ってみようと思っています。

皆さんが、特老の人が入っているお風呂に一緒に入りますか？と聞くと、口では入りませんが、絶対に入らない。ということは、やはり健康な人々は健康な人々が入るところに作ってあげなければ利用しません。社会福祉法人の方は社会福祉法人の方でハンディキャップを入れられるお風呂を作ってあげる。病気の方はリハビリ関係で作ってあげる。そういう風に温泉を三つの大きな形に分けて使っていくことを考えています。現在、特養のお風呂は温泉が入っています。デイサービスは非常に好評で、普通のところより人が多い。

病院の患者さんは足を浸けて利用する。真ん中にちょっと小屋みたいに作って人間ドックの人達は自分で利用する。健康な人のためにどういう風にしていくかということは医者としては想像しにくいのですが、それを作ってあげたい。それにはお金がかかる。多分無

理です。

□ ケアハウスは何故空いているのか

ケアハウスは、うちは70%くらいしか入っていない。30%空いています。県の方がお金を出しているの、これは県に届けないと入れさせない。前はそうじゃなかったが、今は東京から来る人はシャットアウト。また、収入の多い人は入れない。空いていても入れられない。なぜかという、国や市が金を出していると、やっぱり行政が介入してくる。我々は勝手にできないのです。その辺のところを皆さんご存知ないから、入れればいだろうと。入れられないのです。特養だってそうです。我々は自分勝手に入れられない。昔の制度に戻っちゃった。うちのケアハウスは普通のインターナショナルホテルと同じで床暖房になっていますし、きれいでいいところなんです。光と匂いと空間をテーマにして作りましたが、そこに、東京の人は喜んで入っています。でも、収入の多い方は入れません。高齢者が増え、制度が変わりすぎてやりようがないという思いです。例えば療養型を作れとか、廊下を広げたとたんに療養型をつぶしたり、どうするのだろう？20 何万床潰すってことをやるでしょう？その前に療養型を作れと誘導して、施設直させておいて、それでカットでしょう。一般の産業界では、ものすごいことになりますよ。

□ 開業医は持続可能か

私のおやじは眼科をやっていましたが、当時、田舎には医者が少なかった。開業医の人達でも一生懸命やっているひとはいます。24 時間縛られて、急患に対応したりと、結婚式もどこもいけない。今は、9時から5時まででオフィスになっています。土曜日の午後はいませんし日曜日はいません。そこへ電話でもってどこどこ病院へ行ってくださいというようなことを言っているわけです。

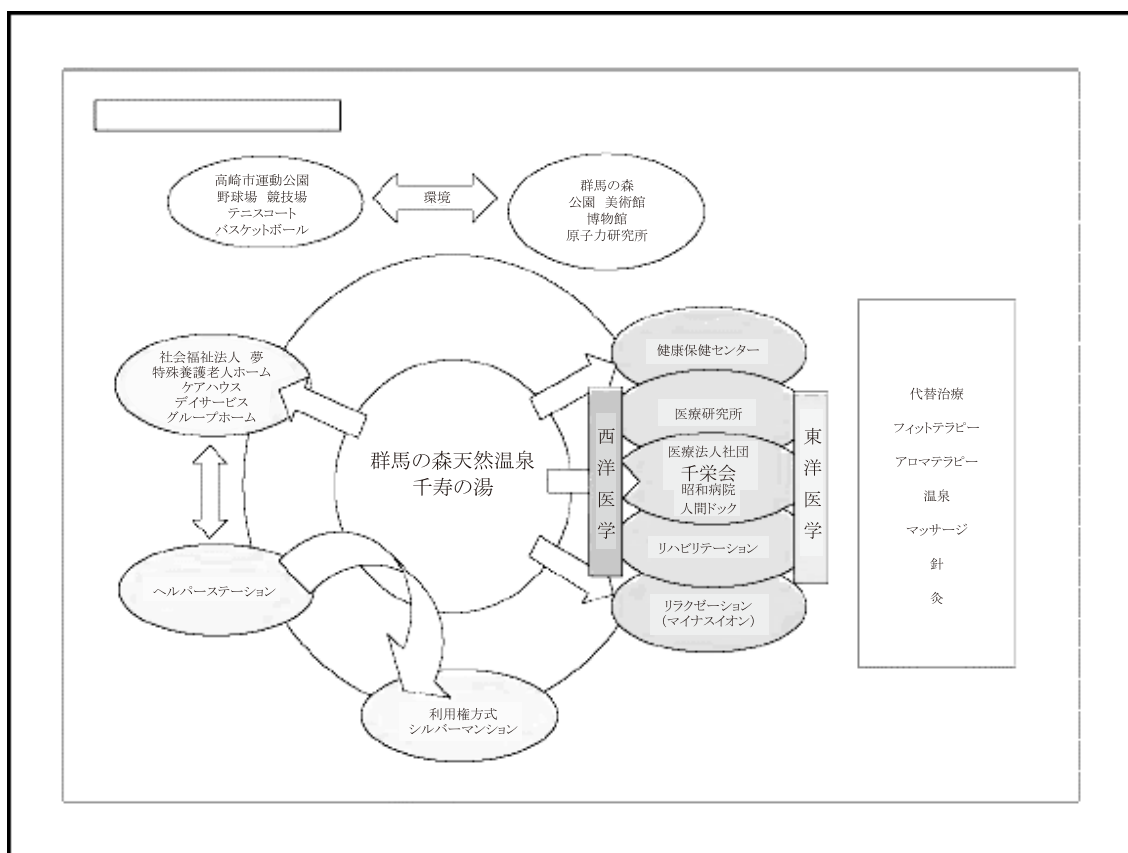
今、開業している人達は30~40代。昔の2~3年で開業したのと違う。昔はあまり詳しくなくても診療科を標榜できた。ですからそんじょそこらの研修医よりはよっぽど出来ます。そういう連中が開業している。今はラーメン屋の看板より医者の方が多いです。いいか悪いかは別として総合規制した場合、潰れると医者もそうですが、国民が一番困るわけです。

我々も一票、医師会も1票、どっちの票が強いかというと、病院の票の方が弱いのです。再診料はいくらかご存知ですか？クリニックは710円です。公的病院は580円です。病院で外科、内科、整形外科、と3つかかっても580円。老人は10%負担で58円です。58円で1時間待たされたどうなりますか？クリニックでは71円ですね。3割負担で210円でしょう。それが昔は甲・乙とあった。公的病院というのは甲で高かった。今は同じですから。開業医の再診料は高いのです。我々の外来では30人以上だったら医者が一人必要です。開業の先生だったら300人診ても一人で診る。

□ 医療・福祉の地域格差とコミュニティプロジェクト

地域医療が進められ、地域医療計画の問題が強く出てきますよね。そうした場合に、介護問題は地方自治体でやっていきますから、市町村に任せることになるから、財政の部分が全部違ってきてしまう。そうすると、金のある自治体と金のない自治体、東京なんかは金があるから、どこでも、介護予防などを行ってもよいことになります。

現在、高崎市で話しているのは、介護保険を使わなくていいから、健康な老人を引っ張って来てコミュニティを造りたいという話をしています。温泉を利用し、コミュニティタウンプロジェクトというのをつくったんですが、第1、第2次という形で農村と一緒にやっっていこうという形を想定しました。この切り口というのは利用する側の切り口なんです。



これは利用者側からの学校などを巻き込んだ考え方を一緒につくってある。なぜかというとうと、この中には生活区域、健康、レジャー、という形で全ての人がどういう風に使っていくかという考え方が入っています。ここにホールディングカンパニーができると、そこにひとつひとつの役割ができます。そうすると我々は、全体として医療を担当する。そういう形ができると、周辺の農用地については、農水省のクラインガルテンなど様々な利用を考えることで活用できる。そういう発想で、この地域の5km圏内にいる85歳人口を対象に、それから1次2次3次と拡大してゆく。私が今考えているのは200年のスパンで考えているんですよ。次の世代にそういう思想を置いていきたい。それが私の夢です。夢と

いうのは、アメリカンドリームの実夢じゃなくて、願いです。

残念ながら日本では 200 年掛かって、ものをつくってきたことはないですね。そういう土台をつくってみたいんです。次の世代に踏み台くらいはつくってあげたい。

□ 地域雇用と医療・福祉

普通 300 人いる企業というのは、ものすごいですよ。その人達が一人 30 万で年俸を考えてみて下さい。

よく考えていただきたいのは、日本の国でもって医療関係に携わる会社はどのくらいあるかご存知ですか？うちが病院として関係している会社はいくつあるか考えたことありますか？約 100 社です。

薬屋もそうですし、仕入れをする米屋さんや魚屋さんも入ります。一人の患者さんに対して家族というのはだいたい 3 人くらいとしますと、我々の病院の 150 床というのは 450 人引き受けることになる。外来で 100 何十人来ているとすれば、その 3 倍になります。我々の病院ではだいたい 900 人が病院に関係していることになります。うちで働いている医療関連従事者が 160 人くらいで、その家族を含めると 3 倍の約 500 人が関係しています。すごい数になります。それに関連している企業がある。医療界というのは、本当はすごい地域効果がある。それを国でもマスコミでも考えてもらえない。労働基準法の中に入っていないんです。医者は 8 時間労働じゃないんです。救急で来るでしょ、手術するでしょ、次の日の朝になっちゃう。私はたまたま運動やっていたから生きていられるけど、肉体的にすごくハードです。

(開催日：070525、場所：京橋)

ウェルネスとストレスマネジメント

BTU ストレスマネジメント研究所 (BSMI) 副所長・主任研究員 北 博之

□ はじめに

こんにちは。BTU ストレスマネジメント研究所の北でございます。今日は一般の皆さんの前でお話させていただく機会をありがとうございます。よろしくお願い致します。

今、中田さんからご紹介があったとおりのテーマについてお話をさせていただくわけですが、全体を3つに分けて考えております。最初のところでは、伊豆におけるウェルネス戦略に私共が若干絡みましたので、そのことについてご紹介をします。結果的に当初の予定通り行っていないことがあり、なぜそうなったのか、温泉地ということと、私共とのコラボレーションの問題なのですが、なぜうまく行かない部分があるかというのは、私共がやっていることをご理解いただかないと難しいかなと思いますので、私共のやっているストレス理論とリラクゼーション理論を2部としてお話をさせていただきます。

3部として、その話を聞いていただいた後に、じゃあ元々の主旨にありました温泉地でリラクゼーションというものをうまく組み立てていくにはどうしたらいいのか、私なりの個人的な勝手な提案でございますが、少しお話をさせていただこうと思います。

□ ファルマバレー構想

まず、静岡県と私共が何をやろうとしたのかということについてお話しします。ファルマバレー構想というのは静岡県が富士山の山麓に癌センターがあるのですが、その設立をきっかけに静岡県民の健康・福祉というものを推進しようということで、そのためにあそこにある病院だとか研究機関だとか、製薬、薬関係の産業をもっと推進していく、薬のテストなども大々的にやっていき、静岡県の健康関連産業を活発にさせていきたいという考え方、さらにはウェルネス、あの地域のウェルネスが中心ですが、いわゆる健康問題を全体的に推進していきたい。それを産業と学問の分野と官と民間の一般の人たちの自主的な活動で推進していこうというのがファルマバレー構想です。

一番極端な言い方は「静岡発、世界の健康福祉に貢献」です。静岡県民の健康寿命、平均寿命ではなく、自立できる自活できる場所の寿命を日本一長くしていこう、そのことによって世界の長寿を静岡から進めていこうという、大きなテーマを持って始まりました。

最近の活動を見ていると、私はその構想にどっぷり入っている者ではないので外から見ていると、やはりどうしても医学系の活動が盛んというふうに見えます。時間の関係でファルマバレーはこのくらいで止めておきます。

静岡県には今はお辞めになりましたが、土井弘幸さんという理事がいらっしゃいました。この方は厚生労働省の課長補佐から静岡県に出向されて、技官として仕事をしておられま

した。理事ですから部局を超えた横断的な活動ができます。この方が旗を振り、ファルマバレー構想を進めていました。今年になって確かお辞めになって岡山大学大学院の教授になられたと聞いています。ただし、この関係では顧問として静岡県で週1回くらい活動をされているという方です。

たまたま私共の講師の一人と人間関係があり、私共のバランスセラピーのストレスケアを深く理解していただき、その効果についても大変好評をいただき、ファルマバレー構想の一環として静岡県の東部地域で、ファルマバレーというのは元々この伊豆半島から富士山の裾野辺り一体、東部地域を地盤としてやろうという活動なのですが、ストレスケアの環境をつくってくれという依頼を受け、参画したのです。

私共が普及させようとしているバランスセラピーは、一口で言うとストレスで歪んだ自然性を回復させようというものです。

つまり人間というのは自然の中に生きているので、生きている人間も自然性を持った生命が一番健康だと言われていています。ところが社会がいろんな形で進歩し、スピードが速くなり、複雑になってくるとこの自然性が歪んでしまいます。そのことによって皆さんご承知のようにメンタルの面だとか、あるいは生活習慣病だとか、あるいはいろんな行動、犯罪や事件があったりというところで歪んだ形になります。それを、人間本来の生き方である自然性を回復させようということを理論と技術を持っているのがバランスセラピーです。

私共は、そういうことで良ければいろんなことをさせていただきましょう、ということで、当初はいろんな計画がありました。その中で、それが実際どうなっていったのかを、いきなり言ってしまいます。

これ（資料）がファルマバレー構想の全体です。この戦略3の「ウェルネス&まちづくり」が、私共が参画した部分です。温泉との関わりも実はここにあるわけです。伊豆の温泉街と私共とうまくコラボレーションできないかというお話だったわけです。

で、実際にどうなっていったかというところなのですが、上の5つ（「地元自治体等への研修・啓蒙活動」「看護師研修」「看護サミットでの発表」「伊豆の国分校設立によるカウンセラー育成」「温泉地のホテルとの提携」）は当初の計画にあった内容です。下の2つ（「PETによる生理学的効果測定」「クロモグラニンAによる心理学的効果測定」）は、途中で静岡県からご協力いただき、実際に私共の技術が科学的に有効であるという検証をやったわけなのですが、これについては後でお話させていただきます。

地元自治体への研修とか啓蒙活動については、県の教育委員会、看護協会、保健師協会、地元の合併協議会とか、中小企業の団体中央会とか、いろいろなところに対して「ストレスとは」とか「ストレスをケアするにはどうしたらいいか」という話を随分させていただきました。その後、ではどういうことをやろうかということがあり、看護師から研修することになりました。土井理事は内科医の免許をお持ちの方なので、病院に掛けあっていただき、看護師研修をやりました。その成果についても後でお話します。

その後、静岡で、全国の看護部長つまり婦長さんクラスのサミットがあり、そこでその

成果を私共の客員教授の一人である長野玲子さんという方から発表させていただいていません。

それでいよいよできるなということで、伊豆の国分校という東京本校の分校を設立して、ストレスケアの環境をつくっていきましょうということで活動が始まりました。資料には「カウンセラー育成」とありますが、単に育成だけでなくケアもしています。

そして、最後に温泉地のホテルとの提携ということで、伊豆半島にある某大手ホテルの中に私共の分校を設置し、そこで教育をすると同時に宿泊客のケアを始めるということをやりました。ここでちょっとした誤算があったわけですが、その話をする前にまず、看護師の研修結果を話したいと思います。

2003年の9月から翌年1月まで、3つの県立病院からノミネートされた12名の看護師、この中には1名だけ検査技師が入っていますが、この方達が私共の理論と技術を勉強されました。1回4時間の勉強で10回以上やったので、大変忙しい看護師さんからは不評でした。「忙しい時に何てことをしてくれるんだ」ということで、どのくらいその人たちが調子悪かったかという、資料に書いてあるようにいろんな症状があったのです(偏頭痛・吐き気・食欲低下、イライラ・落ち着かない、不眠・肩こり、アレルギー、頭痛・背痛・疲労、表情が暗い・慢性疲労、不眠・肩こり、疲労感、肩の違和感、服薬の中止ができないetc.)。ところが、修了式の時に参加者がこの感想を述べるのですが、「症状がいつの間にか消えた」「薬も飲まなくなった」ということを言ってくれて、実は私共の方が驚きました。なぜこうなったかという、この人たちには理論と技術の両方を勉強してもらいました。技術というのはこのくらいの期間では十分に洗練されませんが、お互いに相手を練習台にしてやっていたということで、その人たちの身体に溜まっていたストレスが緩和していき、このような状態になったという報告がありました。

先程、検査技師が1名入っていると申し上げましたが、バイタルデータ等、いろいろな外から測定できるデータを取り、そのデータによる効果検証も行っています。

それで、実際に温泉地での私共の実績と問題点ということで申し上げます。まず、2004年10月に伊豆の国分校を設立したのですが、1年半後にこれを三島に移転させました。これは何があったのかということなのですが、私も直接そこにはいなかったのですが、分校長といろいろと話をしたところ、やはり双方に考えのズレがあったのです。「漠然と温泉」、「漠然とストレスケア」というお互いにちゃんとした理解がないままスタートしたところに問題がありました。具体的に申し上げますと、温泉宿でございますが、ホテルといえどもやはり団体客が入り、夜はワーワーとお酒を飲んで騒ぎます。

ストレスケアの部屋なので、2重構造の壁にしてくださいましたが、やはり相当音がうるさく、お酒もあり、食べ物の臭いも入ってくるということで、私共が本来やっているストレスケアの環境ではないということが問題だったわけです。

お客さんも温泉地であって、マッサージとか、あるいはエステ等はいろいろあちこちにありますが、そういうものの類ということで来られたので、私共がやるストレスケア、リ

ラクセーション法とは食い違いがあったということです。

一番の問題は、ストレスの測定です。私共はストレスケアの最初に、ストレス測定というものをします。

後でお話しますが、人間のストレスというのは筋肉系の歪みで測定をします。ストレスによって人間の左右の筋バランスがどのくらいか、どこでどのように狂っているかによってその人のストレスの度合い、また、どういうところにストレスがあるか、どういうふうにしてケアするかというものを測るストレス測定法があります。そういうところでグラフを作ることが大事なのですが、皆さん温泉地に来るとまず温泉に入ってしまうのです。講師がしみじみ言っていました、温泉パワーはすごいです。本来ならストレス指数が7とか8になるべき人が、温泉に入って出てくると筋肉がフニャフニャになってストレス指数が2くらいしか出てこないということです。私共は普段、日常生活をしている中で、その人の筋肉の状態はどうかということ測定するのですが、こうやって温泉に入ってしまうと実態が分からないのです。ところが翌朝になると普通のストレス状態というか筋肉のバランスが歪みに戻ってしまうのです。でも翌朝また来てくれるかということとそうもいかず、そういう点で私共が意図するストレスケア、ラクセーション法というものができなかったということです。

それで講師や学長と相談し、これでは思うようなことができないということで、三島へと離れ、そこからそこでのケアとカウンセラーの育成に力を注いでいます。2004年10月以来、カウンセラーの資格まで取った人が9人います。そのうち4人が講師補までいっています。講師補というのは、まだ自分で教えることはできないのですが、私共の研究所から外部に派遣してカウンセラーとしてしっかり仕事ができるレベルということです。そういうところまで行ったのが4人います。更に現在は32人の学生が勉強しています。これはどういう人たちかというと、最初はホテルの従業員、あるいは温泉地で働いている方、それから近くで話を聞いて（FM放送などでも随分講師が話をしたらしいですが）ストレスに悩んでいる方が集まってきて、こういった学生さんができ、また資格を取る方が出てきたということです。

温泉地と私共がやっていることの食い違いというのは、今、申し上げたようなことが原因です。ではそれは調整できないことなのかということ、調整は可能だと思っています。それは最後の方で、こういう考え方はどうかということでご提示させていただきたいと思います。

これからの期待ということで、卒業生がカウンセラーとして温泉旅館等でケアや教育を行いたいという意図を持っている人もいます。それから、現在働いているホテルの管理者に対してケアしていきたいと言っている人もいます。また、一部には温泉マスターというのを伊豆ではやっているのですが、その資格をとってしっかり温泉地で働きたいと言っている人もいます。

ストレスケアの環境をつくることにおいて、やはりカウンセラーを育成するというのは

一番大事な仕事だったので、それはある程度できてきているかな、というところです。ですから、こういう人たちがいずれまた自分達の働く場を得て、今までの苦い経験を活かしながら、うまく温泉とストレスケアがコラボレーションできるように組んでいってくれるのではないかとこのことを期待しています。

今、ウェルネスの方はどうなっているかという、かかりつけ湯、これはウェルネス戦略の最初からあったプランなのですが、ご存知だと思いますが、伊豆は最初は 39 湯、今は 57 に増えているといいますが、かかりつけのお医者さんのように、かかりつけの温泉宿を決めます。それぞれ自分の気に入ったところに調子が悪かったら来てください、という形で特徴を持ってやっていくということをコンセプトとしてやっているようです。そのために温泉マイスターという制度をつくり、既に 260 人の方が受講しておられます。このうちの 35%が温泉関係の仕事をしておられる方だと聞いています。ですから予想外に一般の方もこの資格をとっています。それから看護師さんや介護の人もこういう資格をとっていて、温泉療法とか入浴療法とかそういうことをやってみたいとお考えなのだろうと思います。

共通のテーマとしては、もちろん自然を活かし、美味しいものを食べるのですが、何かしら健康増進と癒しの中から、自分達の得意なテーマを持って、資料に書いてあるように「半健康」あるいは「半病人」の人たちに対して何かできるようにしたいということです。もちろん基本は温浴です。

温泉宿ごとに（これはホームページでも見られますが）健康増進と癒しに関するテーマを持っているというものの、実際に行ってみると、あまり「これは！」という感じのものはありません。言葉で変わっているものとしては「天城流湯治法」であるとか「ワッツ」という水中指圧、養生体操、健康体操といったものです。

私は最初に、温泉側にもストレスケアとかリラクゼーションというものの理解が十分でなかった、私共も温泉というものについて十分に理解していなかったと話しましたが、皆さん普通ストレスと言うとメンタルヘルスの部分を考えます。特に鬱病を中心として、鬱病とか心身症とか適応障害といったものを考えがちですが、ストレスというのはもっと幅広い概念で、心と身体の両方に絡んでいます。

ストレスによって出てくる問題としては、行動の問題もあります。行動偏倚と言う問題です。ですから、そういうふうにして一体として捉えていく事が非常に大切だと思います。特にメンタルヘルスの不全と言いますか、鬱病の患者などは東京で増えているので、そういう人を温泉地に呼んで保養してもらったらという考えがあるように聞いていますが、鬱病の人たちはむしろ動かさない方がいいのです。温泉は多分強いと思います。ですから鬱病という病名がつき、ちゃんと治療と、治療というのは投薬と入院と寝かせることなのですが、そういうことをちゃんとやらなければいけない人たちは、動かさない方が安全だということだと思います。

「じゃあ、お前のところは偉そうに何をしているんだ」と言われるといけないので、少しバランスセラピーとは何かという話をさせていただきたいと思います。

□ バランスセラピーとは

バランスセラピー・ユニバーシティという名前ですと活動をしていました。1982年に美野田啓二という、現在私共の学長が創設した理論と技法です。アメリカ・カリフォルニア州の社会人の生涯学習の学校として認可を得ていたのがユニバーシティという表現をしていたのですが、日本は大変学校法が厳しく、最近では「勝手に大学を名乗るな」と言われているのでBTUという言い方をしています。

実際にやっているのは、先程言ったようにストレスで歪んだ、自然性を失った生命に対して、それを回復させるための理論とリラクゼーション技法をできる専門家集団を育成すると同時に、一般の方であっても単にケアをするだけでなく、ストレスというのは人生につきものなので、いちいちそれを避けたり逃げたりするのではなく、ストレスがある中でストレスと共に生きる方法は何なのかということも一緒に勉強していくシステムです。

私共は医療にも心理にも教育分野にも接する新しいケアシステムというふうには考えているのですが、実際に科学的な効果検証を得ました。それについては後で別の資料でご説明させていただきます。

非常に臨床例だけは豊富に持っていますが、なかなかお医者さんをはじめ科学者は科学的な検証結果が出ないと信用してくださらないというのがあり、それは十分に静岡県の協力を得てやってきたと思います。

現在、東京と福岡に本校があり、全国に約45の付属教室があります。そこで教育とケアをしています。2004年からストレスマネジメント研究所というものをつくりました。従来は個人を対象にケアと教育をしてきたのですが、世の中が大変厳しくなっていて、企業や官公庁、団体といったところでメンタルヘルスを中心にいろんな問題が起きています。私共の理論と技術を活かしたいということで、これを普及させるために研究所がいろんな活動をしています。私の主な任務もこういったところにあるわけです。

では、ストレスとリラクゼーションということで少しお話をします。お話しておかないと、誤解されていることがたくさんあります。

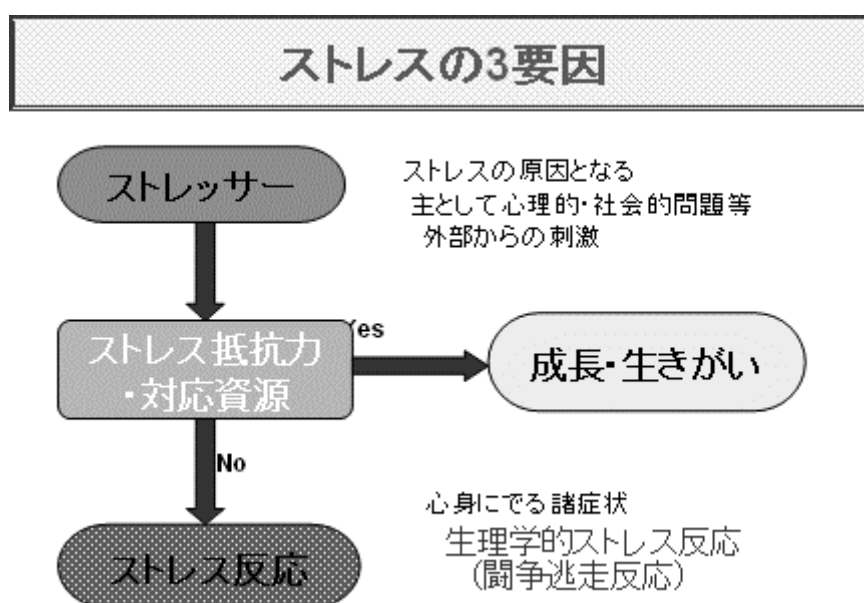
【ストレスの仕組み】

ストレス発生の仕組みというのは、ハンス・セリエという方が人間の身体というのは外部からいろんな刺激、違う種類の刺激があっても身体の中では同じ反応が起きている、非特異的反応を示すということで、ストレスという言葉を使って、当時は一般適応症候群という言葉だったのですが、説明をしております。

通常、私共はストレスという言葉がストレスの原因と結果の両方に混在して使っています。ですから「あの仕事がストレスなんだよね」「あの人がストレスだ」といった言い方をよくします。しかし、ストレスというのは結局、丸いボールを上から押す力＝ストレッサー（原因）で、中で起きている歪み、ひずみがストレス反応だというわけです。ですから人間関係、不安、仕事の忙しさ、これらはいかにもストレスというメンタル面だけのようには思いますが、例えば深夜労働が続いたとか、残業が長いとか、思いがけない事件や事故に遭ったとか、そういうことを全部ひっくるめてストレスの原因、ストレッサーと言っているわけです。このストレスとストレッサーをはっきり分けて考えないと難しい問題があります。

ストレスに関しては、私共は3つの要因を考えています。ストレッサーという原因があって、みんなが同じストレス反応を起こすかということではなくて、その人なりのいろいろな抵抗力があります。また、その人をサポートする対応資源があります。こういったものを生かせるか生かせないかによって、ストレッサーがプラスにもマイナスにも効いてきます。

プラスに働いた場合、例えば自分には無理だと思っている仕事を仰せつかって、何とかその仕事をやり遂げた場合、ストレッサーが逆に自分の成長になり、生きがいにもなってきます。しかし、これに負けてしまうとストレス反応ということになります。生理学的ストレス反応、闘争逃走反応と書いてありますが、これは例えば弱い動物が森の中で猛獣に遭って、逃げるしかない、あるいは闘うしかないという状態になった時に、身体に生じる反応のことです。ストレス反応というのは、実は身体の中に起きる反応が最初にあるわけです。ストレスを悪者のように言うことがよくありますが、決して悪者ではなくて、それがないと人間は成長していけないということもご理解いただいたと思います。



【ストレスとは脳幹の疲労】

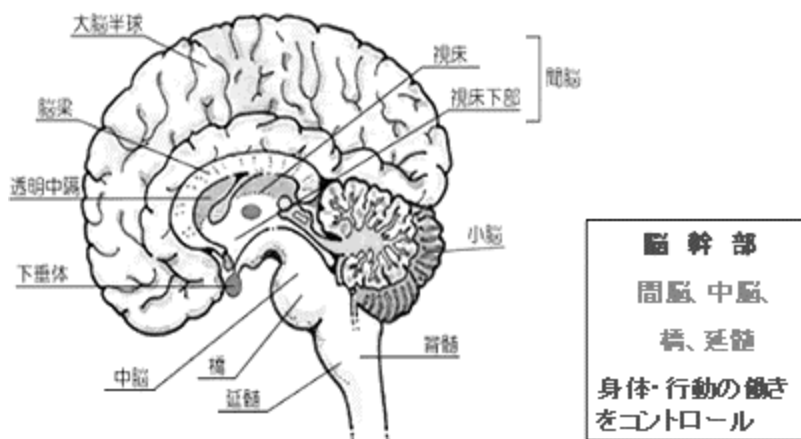
ストレスによって人間の身体はどうなるのかと考える時に、人間の身体には脳幹部というのがあります。人間は脳というと最近は大脳のことを言っています。大脳新皮質、一部、大脳辺縁系とか、脳会議などということがよくやっていたけどね。

私共が問題にするのはこの脳幹部です。脊髄から上がってきて延髄があって、橋、中脳、それから間脳(別の名前で視床とか視床下部と言われます)、こういった部分が人間の身体、行動、生命、そういったものをコントロールしている大切なところです。ストレスというのはここを痛めつけるわけです。それでいろんな症状が出てきます。

流れとしては、その過剰なストレスが脳幹部に緊張や疲労を蓄積させます。そうすると脳幹部が持っているホメオスターシスという恒常性維持機能というのですが、別の言葉では、例えば自然回復力とか自然治癒力です。病気になっても放っておいても治ったり、悲しみのどん底にあっても時間が経てば治ってくるとかそういったことの機能をつかさどっているのですが、この機能が低下します。

このホメオスターシスというのは主に4つの機能があり、自律神経、内分泌ホルモン、免疫、姿勢(姿勢というのは筋肉ですね)、このアンバランスが出てきます。これによっていろいろな心身の不調が出て来ることが分かっています。

脳幹部の図解



【ホメオスターシスの機能】

ホメオスターシスという機能は、今申し上げたように4つの機能、もう少し砕いて知っておいたほうが良いと思うのですが、自律神経というのは人間にとって生きるために絶対にはなくてはならない大事な神経ですが、アクセルである交感神経と、ブレーキである副交感神経の2つで成り立っていて、バランスを取っています。両方が同時にガーッと上がる、あるいは両方沈むということはあまりなくて、昼になれば交感神経、夜寝る時は副交感神

経というバランスをとって動いているのですが、仕事がずっと続いていたり、あるいは興奮がずっと続いたり、そういう状態では交感神経が優位になります。つまり夜になっても、昼活動しているのと同じ状態になります。そうすると内臓器官が、寝ていても活動しているということになり、これが高血圧、糖尿病、高脂血症等のいわゆる生活習慣病、成人病といわれたものの原因になっているということです。

自律神経というのは単に内臓だけでなく、60兆あるという人間の細胞の全てをコントロールしていると言われるので、自律神経失調症というのはまさにここから来ているわけです。

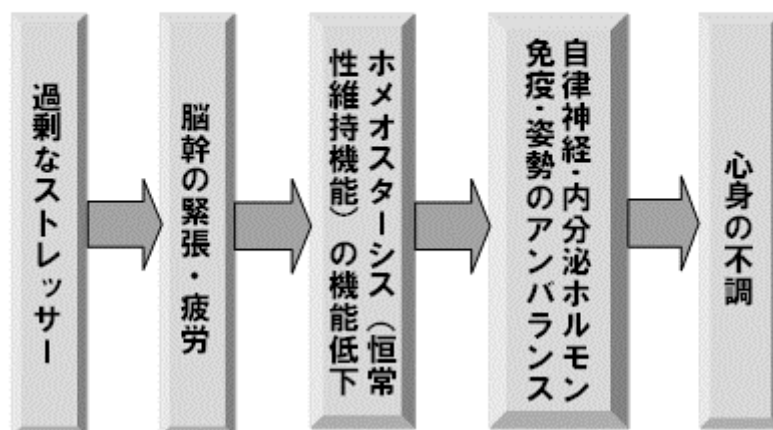
それから、内分泌ホルモン系は感情のコントロールに大変関わりがあるので、鬱病などのメンタル不全に関わっています。

それから、免疫が弱ると当然のことながら外部から来る細菌やウイルスによって弱る、あるいは身体の中で発生する癌細胞と普段は闘ってくれるのですが、免疫力が弱るともうダメです。感染力が強くなったりします。普段でも人間というのは毎日毎日何十万という癌細胞ができていたのですが、この免疫細胞や何かが働くことによって癌が発症しなくて済んでいるわけです。ですから、あるお医者さんはストレスがほとんど癌の原因だというふうに言っておられます。ある種のストレスを受けるとどこに癌ができるというお医者さんがあるくらいです。

それから筋肉の問題です。これは一番皆さんお分かりで、肩こりとか腰痛とか、こういったことになるわけです。

このホメオスターシスというのが破綻すると病気になるのが分かりました。このストレスとホメオスターシスの関係も分かりました。それではこのストレスをマネジメントしていけば病気の予防になるのだということも分かるのです。

ストレスとは脳幹の疲労



【ストレスマネジメント法】

それで、ストレスマネジメント法としていろんな方法があるのですが、普通、ストレスに対応する時には、少し気晴らしとか気分転換とか、それでいいんだとお考えの方、特に男性は、お酒を飲む、カラオケで歌う、上司の悪口を言うといったことで済んでいることが多いです。それからこういうことを言っただけでは申し訳ないのですが、仕事の場を離れて温泉地に行って保養をする、そういうのも気分転換ですよ。しかし、気晴らしとか気分転換というのは、本当の意味でのストレスケアになっているのか、ということをお考えします。

というのは、ある意味でももちろん効果はあるのですが、戻ってきた場合、また同じ環境に戻るわけです。同じ考えで同じ環境に戻るとまた同じ病気になります。鬱病がいい例です。鬱病を治そうとして、入院して薬を飲んで、また元の環境に戻ります。しかし、仕事の環境が改善されていなければまたなります。仕事の環境が改善されていなくても、この人が病気をきっかけにして自分の今までの思考方法や生活習慣を見直すことができれば、同じ場所に戻っても病気になることはないわけです。そういう意味で、いつまでも気晴らしや気分転換でないストレスケア、ストレスマネジメントが必要なのではないのでしょうか。

短期的な対応としては、出ている症状を緩和するためのストレスケアです。これはリラクゼーション法です。ですから温泉に入る、自宅でお風呂に入る、これもリラクゼーション法なのです。あるいは意識でコントロールする自律訓練法だとか、あるいはバイオフィードバックというのもそうです。

それから身体の姿勢をコントロールする、あるいは呼吸を使う、そういったことでやっているのがヨガであり、座禅であり、太極拳であり、気功などです。私共は先程のホメオスターシスからとったホメオストレッチというものを使います。これは後でご説明します。

もう一つ、ではストレスの状態が軽減されたけれども、再度職場復帰して、あるいは日常生活に戻ってやっていくためにはどうするのか、というところが私共のもう一つの大きな課題です。人間というのは生きていく限りいろいろなストレスがあり、いちいちそれを逃げて歩くわけにはいきません。その都度ケアを受けるわけにもいきません。そうなった時に、自分で自分を強くするしかありません。生活習慣とか思考パターンに問題がある人はやはりやられやすいわけです。抵抗力が弱いのです。それを鍛える方法の学習というのが、心理学でいうと認知心理学です。むずかしい言葉で言うとそうなのですが、もっと噛み砕いた、日常的にできることがあるのではないかと、私共は社会人の生涯学習として勉強してもらっています。

「リラクゼーション」という言葉をよく世の中で言いますが、これはいかなる言葉であっても、「リラクゼーション」という言葉はないのです。日本語で「リラクゼーション」と言っていますが、英語で言えばリラクゼーション、これが正しいと思います。それからエドモンド・ジェイコブソンという人が70年から80年くらい前に、漸進的筋弛緩法という筋肉が緊張することによってどのくらい人間がエネルギーを使っているかということをお

ろいろ研究しました。逆にその例えばこの眉毛と眉毛の間にぐっと力を入れて、パッと抜くことによってリラックスができるとか、手をギュッと握り締めてそれを緩めるとか、そういうことを何度も繰り返すことによってだんだん筋肉の緊張を取っていく、そういうことをしました。

リラクゼーションというのはもともと筋肉が緩んでいる状態です。皆さんもご経験があると思うのですが、緊張している時というのは筋肉がガチガチです。ダラッとした緩んだ筋肉の中ではそういう緊張状態はないわけです。ですから緊張と病気というものは、これは通じるところがあります。また、リラックスしている、筋肉が緩んでいる状態と健康というの関係もあります。それから幸・不幸、幸せを感じるか感じないか、これも筋肉との関係が大変強いわけです。

これは東大の熊野先生が「からだの科学」に書いておられたのですが、リラクゼーション法というのは大きく分けて3つあるということです。

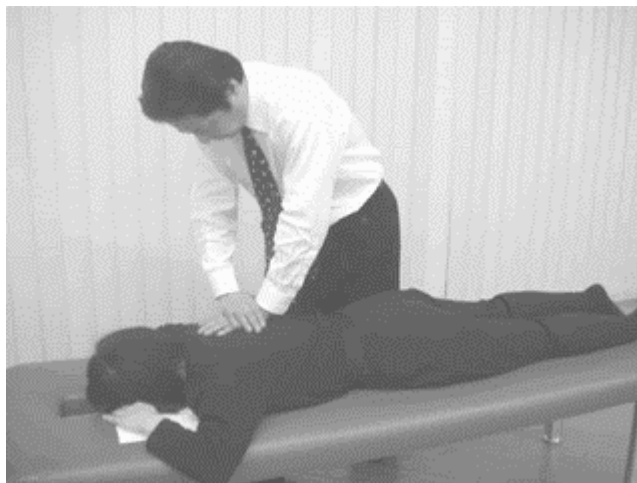
感覚器官からインプットする方法としてはヒーリングミュージックというものもありますし、それから映像でいろんなものを見る、それから温泉を含む入浴、それから自然に親しんで空気や音、臭いを感じるという方法でもリラクゼーションできるわけです。また、意識をコントロールする方法があります。それから3番目に身体の形のコントロールです。この中で私共はホメオストレッチというものをやるわけです。

【ホメオストレッチとは】

では、ホメオストレッチとは何なのかということについて話します。これは今、私共の学長の美野田が、ベッドに寝ている人に対してやっておりますが、見開きの資料を見てください。人間の身体の絵があります。脳があり、脊髄を通して神経がずっと来ています。筋肉に全部末端がつながっているわけです。ここが中枢神経です。こちらが末端神経といいます。私共の考え方は、この末端の筋肉から刺激を送る、つまりリラクゼーション信号というのは緊張と弛緩の一定の法則的な信号です。それを送ることによって上行性神経を通して脳幹部にそれが届いて脳幹の緊張と疲労を取ることができるのです。逆に身体の中には下行性神経というものもあるわけです。上行性神経と下行性神経、これがグルグル回っています。ですから、例えば仕事が続くと、身体が緊張したり筋肉が緊張したりします。そうすると、筋肉が緊張しているという信号が脳に行くわけです。すると脳幹の緊張が溜まるわけです。そうすると脳幹が疲れているよと、逆にこの場合、筋肉に流れていくわけです。筋肉が益々バランスが狂って行くのです。そういうことで肩こりが起きたり、腰痛が起きたり背中凝りがあったりという筋肉上の問題になります。それと同時に自律神経のバランスが狂ったり、あるいは免疫が狂ったり、鬱病になったりという仕掛けがあるわけです。

先程のエドモンド・ジェイコブソンの漸進的筋弛緩法の延長線上になるとは思いますが、このホメオストレッチというものは筋肉から働きかけをするという特徴があります。普通、

運動系のストレッチは自分でやります。ところがこれは、自分では一切やりません。例えば横を向いてください、とか、仰向けになってくださいということはやりますが、後は力を抜いてもらっています。他動的な動きでないと、本当のリラクゼーション信号というのは脳にいかないのです。



【ホメオストレッチの特徴と効果】

ホメオストレッチの特徴と効果というと、薬を使わない、道具を使わないということです。マッサージもそうですが、そして、訓練したトレーナーの手だけで行い、低刺激です。例えば、上から圧を加えるのですが、それはせいぜい4～7キロくらいです。8キロ以上になると人間の身体は反発してしまっていてリラクゼーションを起こしません。そういう低刺激で安全、かつ有効ということです。

これまでの方法と違っているのは、完全に他動的だということです。つまり、具合の悪い人が今から自律訓練法をやりますといってもなかなかできません。あれは結構難しいです。そして、訓練がいません。具合の悪い人でもそこに横になってもらえれば全部トレーナーがやります。そして短時間です。一番短いのは15分くらいでできます。長ければ1時間かけることもできますが、短時間でリラクゼーション状態をつくることができます。

私の経験を言いますと、私は某外資系で仕事をしていて、部門長として外人とやりとりなどをしていて物凄く疲れたのです。首から肩、背中、腰までバリバリになりました。凝っているだけならいいのですが、判断力を狂わせます。まず、人の話をじっくり聞けません。根気強く聞けないのです。聞いてもそれをパッと分析できないのです。判断して指示が出せない、そういう状態になっていることに気づき、これはまずいと思いました。そういう時に出合ったのがこのバランスセラピー、ホメオストレッチだったのです。

最初に、私は癖で本から入りました。本を読んでなるほどな、と分かったのでセンターに行ったら先生にやってもらったら、鍼を打ってもマッサージしても柔らかくならなかった筋肉がふっと緩んだのです。これは本当に不思議でした。これは背中の中の筋肉を何かしてい

るのではなく、足からポンポンポンとある種の信号を送ったら、背中が緩んだのです。「これは何だ？」と思ったのですが、後で考えてみるとつまり筋肉から脳に刺激を送ったのです。脳の疲労がふっと取れると、背中の中の筋肉も緩む、そういうことを実感しました。それで、約1時間弱のものが終わるまでは私はぐっすり寝ていました。その間は寝ているような、寝ていないような状態がずっと続いていたのです。

週に1回、それを受けることにしたのですが、ストレスがうんと蓄積していると週に1回くらいではダメなのです。それで先生の勧めによって週に2回通うようになってからどんどんよくなりました。元気になったら、「こんな会社にいたら殺される」と思ってさっさと辞めました(笑)。で、今、こんなことをしているわけです。

私も管理職を長くしていたので、部下でおかしくなっていた人間をたくさん見ています。当時は何も知らず、何もできませんでした。だから人事にお願いして、「お願いだから他所の部署にやってよ」とか「辞めさせてよ」とかいうことを散々してきました。そういう罪滅ぼしで、今、こんなことをしています。だから働く人のために何とかこの技術を生かしたいというのが私の願いなのです。

宣伝ばかり多くなってしましますが、身体だけを治すのではなく、心を一緒に治す、身体と心は繋がっているということをしっかり認識してやっていくといいと思います。

【リラクゼーション法の効果】

ここで、リラクゼーション法の効果を考えていきたいと思います。生理学的効果と心理学的効果があります。

まず生理学的効果ですが、眠っている時よりリラックスしている状態です。今鬱病になると寝つきの悪い人も一部ありますが、実は鬱病は睡眠の質が悪いのです。早朝覚醒、夜間覚醒です。早く目が覚めて2度と眠れません。それで仕事のことが頭でグルグル回っていて、結局寝不足でボーッとした状態、そういうものが繰り返されてだんだんと鬱病になっていく人が多いです。

眠っているよりリラックスできる状態は何かということで、熊野先生の本を読むとこんなことが書いてあります。人間というのは眠ってから4、5時間経つと酸素の消費量が8%くらい下がります。ところがリラクゼーション法をちゃんとやっていると、眠ってから3分間で10%~20%、酸素の消費量が下がります。そのくらいリラクゼーション状態というのは眠っているよりも効果があるということです。生理学的リラクゼーションを実現するには、(この裏返しはストレス状態だと思っていただければよいのですが、)呼吸数が下がる、脈拍数が下がる、血圧が下がる、逆に末梢皮膚温が上がる、赤ちゃんが眠くなると手が温かくなります、ああいう状態、それから脳の中で日常活動するβ波が下がる、これが生理学的リラクゼーション状態です。

逆に、人間があるいは動物が戦うか逃げるかという状態になった場合、これとまるで逆のことが起きるわけです。戦うために血液を送る、酸素を送る、出血を防ぐために血管が

ギュッと収縮する、血圧が上がる、 β 波が猛烈に出てくる、という状態になります。こういう状態が続くと良くないので、リラクゼーション状態に持っていきます。そうすると先程言ったホメオスターシスの機能が正常化していろいろな症状が軽減したりあるいは解消したりします。

心理学的な効果としては、心理的なストレス、不安とか抑うつ、怒りの解消につながります。1、2回で効くかというところでもないですが、繰り返しやっていくとだんだんと消えていきます。

それから緊張感がなくなり、疲労感が減っていき、爽快感が増大し、目的達成の意欲、やる気が出てくるようになります。私が一番感じたのは、アイデアとかひらめきとかそういったものが出てきます。ですからリラクゼーションを続けていくとこれは生産性の向上になるということです。

トラウマ記憶というのがあります。PTSD (posttraumatic stress disorder) というのがベトナム戦争以来ずっと言われていますが、震災だとか事故、事件だとかで起こるのですが、こういったものが解消されていきます。これはいろいろな講師が言っていますが、ストレッチをしていると、受けている人がポロポロと涙を流して泣くのだということです。昔の記憶が出てくるのです。終わるとスッキリしています。そういうのを何回も繰り返します。あるいはベッドに寝ていられなくて、ベッドから降りてのた打ち回ったりして、その後スッキリします。そういう時は、過去のトラウマが解消しているのです。トラウマと言わないまでも、人間関係でいろいろな問題がある人が改善できる、ということもあります。

その他の効果としては病気の治療に利用したりします。免疫力が高まれば、あるいは自律神経が正常になれば病気になる可能性が低いわけです。ということで抵抗力が増大していくということが言えます。

先程ストレスを測定するというのを申し上げました。何故、ストレスを測定することが大事かというところ、おそらくここにいらっしゃる方はほとんど(ストレスを)自覚しておられると思うのですが、「自分にはストレスがない」とおっしゃる方には、3種類あります。

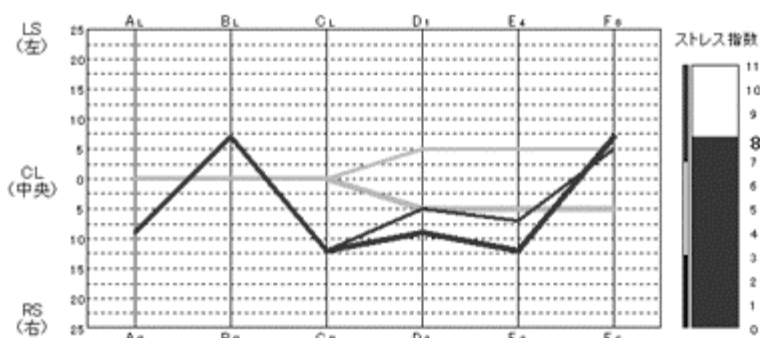
1番目は本当に元気な方です。「ストレスがない」、これは大変結構なことなのですが、ほとんど馬鹿に近いです(笑)。ストレスがあつて初めて成長するわけですから。

2番目は、ストレスはあるのに男の沽券に関わるとして「経営者だから俺はストレスなんかない」などとおっしゃる方です。でも実は気がついていません。これはまだいいのです。一番問題なのはストレスがあるのに、ストレスに気づかない方です。これがいかに多いかです。私どももよく企業の管理職の方に来ていただいて体験していただくのですが、ストレス指数を図ると7とか8とかになります。これは高いです。でも本人は全然ストレスがないと思っているのです。ですが実際にはあります。それはそうでしょう。40年50年、企業の中で一生懸命働いていけば、勤続疲労というものがあるわけで、相当身体にゆがみが出てきます。それに気づかずに頑張っているから、分からないということです。

次にお見せするのはアローバランスグラフといいます。アロー(英語で矢のこと)とい

うのは（資料の）緑色の線です。普通でいうと、この緑色の線の形になるのが極めて健康な人です。ところが実際に測ってみると、歪んだ線になります。0～11までのストレス指数がありますが、0～3までは青信号、だいたい良いということです。4～7までが黄色信号で要注意です。8から上になると何らかの病気、症状でも重いものになります。

アローバランスグラフ



過剰ストレス状態(過剰適応)。
本人は気づかなくとも、様々なストレス
反応が出現する。

米国特許申請中

（資料の）この方は8です。本来なら休養をとり、ある種の治療をした方がいいという状態です。実はこれ（資料）には、地方自治体S市とありますが、佐賀市役所の職員1300人に5年間かけてストレスチェックをしています。最初の年は316人やったのですが、ブルーゾーン（ストレス指数0～3）は8%しかありませんでした。要注意が60%、警戒域が32%でした。一番高い人はストレス指数10という結果が出ました。

私も管理職のストレス研修に行き、その後でこうやって来ていただいて、試しのストレスチェックをしたのです。これは本番のストレス研修です。お忙しい中、来ていただいてストレスを全部測るのです。皆さん疲れているのですが、ストレスがどのくらいということは分かりません。あるいは疲れていないと思っているけれども、実際にはあるという状態が分かりました。

昔から、何と言うか、官公庁の方は仕事も楽でストレスなどではやられることはないだろうと一般的には言われていました。今は違うかもしれませんが。しかし、実際にはものすごいメンタルヘルスの問題、あるいはストレスで悩んでいる人が多いということが分かりました。

あちこちの市役所に行って管理職の方に講演をしますが、「出てくるだけでも忙しいのに」という感じでいつも受けられます。でも本当を分かかってほしいです。

それから、これは皆さんにはお配りしていない資料ですが、科学的効果を検証したものです。浜松に浜松ホトニクスという有名な研究所がありますが、そこに先端医療技術センターというのがあり、静岡県と浜松市と私共とこのセンターと4つで大内先生というのが医長さんですが、今は浜松医科大に戻られています、世界で初めての研究だと思いますが、これは私共東京校の校長です。こういうふうにPET、あの癌を発見するPETがありますが、これは頭の腫瘍や何かを発見する特殊なPETです。ここに頭を突っ込んだ状態でPETの画像を取ります。それと同時にMRIも別にやります。ですからPETとMRIを重ねたスーパーインポーズで、私共の技術をやった場合と何もしない場合と適当にあちこち素人が押した場合とをやりました。はっきりと脳の中の、活発にやる気を出すとか快適だと考える部分の中脳の部分と、前帯状回、それから精神的な安定ということで関係している側坐核、それから催眠術をしっかりとかけてずっと深く入ったリラクゼーション状態の時に起きる脳の状態、それがはっきり分かりました。

PET というのは、ある種の水を流して陽電子をぶつけると、そこが光るらしいのです。それを画像処理して、今、どこがなったのかということはこの先生が論文にまとめて、アメリカのニューロサイエンスレターズという非常に権威のある雑誌に送って、採用されています。一応、私共はそういう意味で、生理学的なストレスについて効果があるということを検証しました。



それから2番目に、精神的ストレス検査といって、これは資料の「その他の検証」の検証6に載っていますが、矢内原研究所というところが精神的なストレスだけに反応するクロモグラニンAという唾液中のホルモンを調べる装置があり、私共のセンターに通っている人にモデルになってもらい、調べたらはっきりとホメオストレッチをすることにより、ストレスが軽減されたということが立証されました。

その他に、血圧安定効果があるというものはっきり分かっています。ハーバード大学でリラクゼーションについての研究をしているハーバート・ベンソンさんという、この方はかなりお年の方なのですが、20、30年前にヨガの一派である TM 法（Transcendental Meditation）という瞑想法の人たちを対象にしてリラクゼーション法をして、やる前と後の血圧の変化を最高血圧と最低血圧でどのくらい効果があるのか測りました。

私共の学校では、何も訓練を受けていない人を相手に血圧を測ったらこういう効果がありました。こっち（瞑想法）よりもいい数字が出たのです。ご覧のとおり最高血圧 118 というのは全然高血圧ではありません。140 以上のもっと高い人をすればもっとはっきりとした数字が出ているのですが。

この研究ともう 1 つ新宿にあるクリニックの先生にも同じような研究をしてもらいました。同じような効果が出ています。

それからメンタル面の効果を紹介します。福岡の少年院に入っている子供たちに、矯正教育で私共の学長とか男性講師が通っているのですが、こういう人たちは皆犯罪を犯しているというのはその前に生い立ちや家庭環境があったりして、自分というものを大切にすることができていないのです。将来の目標と言われても何もないという状態でした。特にこの A という人は、ホメオストレッチをする前は「いつ死んでもいい」と考えていたと言っていました。しかし 6 回繰り返した後に、もう一度聞いたら「自分の立てた目標に向かって進みたい」と言うようになりました。他の人たちにもわかには、「目が覚めて眠れない」と言っていたのが、「よく眠れるようになった」とか「少年院を出たら迷惑をかけたお母さんにホメオストレッチをやってあげたい」とかという感想を言ったりするようになりました。これは精神的な面のリラクゼーション効果だろうと思います。

それで、ストレッサーという話を先程少ししましたが、ストレッサーに対して、今までの生き方、生活習慣と思考のパターン、何でも悪い方向に考えてしまう人がいるわけですが、そういう人たちって案外ストレスにやられやすいわけです。そういう人たちに「あなたは本当にそれでいいの？」というふうに考え直してもらう方法があるわけです。それは自己受容というやり方です。自分に起きた全ての辛いこと、苦しいこと、悪いことであっても自分の魂の成長に役立っているということです。あの、今から思うと最悪だったあのことが今、振り返ってみるとそれがよくなるきっかけだった、という話は皆さん多少はお持ちだと思いますが、これはいろいろな研究の中でもそういうものが出ていて、最大のピンチは最大のチャンスだったというふうに、ものの考え方を切り替えることができた人は成功しています。

ですから、変な言い方をすると、鬱病にかかった人は、鬱病にかかって大変でしょうが、せつかく鬱病にかかったのだから、それをきっかけにして自分の今までの生き方や考え方を見直してみないか、何が問題だったか考え直してみないかというようなやり方です。これは認知療法の中であります。インターネットを使ってそういうことをやっている企業さんもあります。

ストレスの原因というのは今から死ぬまでに山ほどあります。それを逃げ回るのではなく、そういう中で自分が一緒に成長していく方法、ものの考え方を身につけてくださいということです。

□ ストレッチ法

ちょっと手前勝手な宣伝になりましたが、これで終わりにします。皆さん少しお疲れだと思つたのでここで皆さんに1つだけ覚えて帰っていただきたいリラクゼーション法をお教えします。今からお教えするのは僧帽筋のストレッチです。人間というのは非常に大きな筋肉が身体にあります。その大きな筋肉から信号を送って、脳の疲労を取るというのは先程申し上げた通りですが、今使うのは、皆さんが椅子に座ってできることです。僧帽筋といいます。僧帽というのは坊さんの帽子の形をした筋肉のことです。首の所から肩から背中にかけてあります。お2人ずつ組になっていただいて、2番目の人は1番目の人の後ろに回って首を絞めていただきます（笑）。怪しい関係の人はこれはやらないでください（笑）。

その前に皆さん、どのくらいお疲れかどうかテストをしましょう。力を入れないで楽に挙げていってください。あ、随分いきますが、無理に行くことはありません。自分の今の状態を覚えておいてください。結構皆さん一生懸命働いておられると思うのでお疲れだと思います。今の感じを覚えていてください。

次に後ろの方は、前の方の首のところに絞める寸前のところに両手、手の平を乗せておいてください。ズシッと乗せてはいけません。軽く乗せて、温かいお互いの体温を感じ合います。そして上から息を吐きながら5秒かけてスーッと押します。この圧はだいたい5キロです。ですからグッと抑えていきなり痛つという感じではダメです。ジワーッと相手の筋肉を沈めるような感じで5秒間押します。そしてそのまま5秒間止めます。その後フッと緩めます。5秒で圧を入れて5秒止めて、フッと放します。今日は時間がないので5回やりましょう。本当は10回くらいやると効果ははっきり分かります。5回で交代します。一方的だと不公平ですから。

では、今から私がカウントします。では手を当ててください。遠慮しないで首をしめてください。手の平全部を使ってください。きつかったら言って下さい。受ける人は身体力を抜いて楽に座ってください。リラックスもそうです。目をつぶっていただいても結構です。1、2、3、4、5、固定、1、2、3、4、5、鼻からスッと息を吸って、手は完全に離さなくてもいいです。フワッと浮かせるくらいでいいです。呼吸、吐く息、止める息、吸う息、それをうまく使ってください。2回目をやります。（繰り返しカウント）。

どうでしょう。やってもらっている方、フッと浮くような感じはありますか？強すぎるということはないですか？「中田さんが痛い（笑）」。「中田さんは松永さんが嫌いなんです（笑）。若い女性だったらもっと優しくやります（笑）」。「はい、3回目、やります（繰り返しカウント）」。

興味津々というよりも自分も一緒になって沈むくらいの気持ちでやってください。4回目（繰り返し）。では5回目（繰り返し）。

どうでしょう、少し違ってきましたか？では前の方、ゆっくり手を上げてください。10回くらいすると「うわーっ」という声がよく上がるのですが。随分前と違って楽になったという方が多いのですが。どうですか、何か違った方はいますか？（参加者）「はい。楽になりました」。北氏 あ、ありがとうございます。では交代しましょう。（5回繰り返し、カウント）。

さあ、いかがでしょう。ゆっくり手を上げてみてください。少し違いますか。（全員でガヤガヤ）。

これは今、5回しかしていませんから、10回すると随分違います。ぜひお勧めしたいのは職場で今までちょっと苦手だと思う人がいたりしたら、これでコミュニケーションを図ったり、ご家庭でいつもお世話になっている奥さんにしてあげるとか、若いお嬢さんが年頃で普段触れない、でもこれは公の理由があるので触るといろいろな理由でお互いに触るといふうに楽しめます。

実は私共は、今日みたいな企画ではなく一般の方を対象にする場合は、ストレスチェックをします。何をするかというと、その場で足踏みを100回してもらうのです。100回やっても目を開けていれば動きません。ところが目をつぶってやると面白いです。グルグル回ったり、どんどん前に出てきたりします。それはその方のストレスです。右が緊張しているか、左が緊張しているか、ということ、あるいは疲労がたまって前傾になったりします。ですから老人ホームなどでやると一斉に老人がダーッと前に来ます。私の部下が鬱病になったと行ってやって来たのでやってみたら、50回で8mくらい前に来ました。それ以上前に出ると危ないので止めました。

ですから人間の脳の疲労というのは、外の筋肉に出てくるのです。ですから逆手を取って、筋肉から信号を送ります。何故かということ自律神経をいじるのは薬以外にはできないからです。呼吸法などがありますが。それから免疫には触れません。ホルモンにも触れません。外から触れるのは唯一筋肉なのです。だから筋肉から入って相手をリラクゼーション状態に持っていきます。今は肩からやっただけですが、実際にはベッドに寝てもらってもっと懇切丁寧に、しかも綺麗な女性に優しい手でやってもらうととても元気になります。変な意味ではないですよ。本当に。

□ 今後の課題や地域への提言

今後の課題や地域への提言という話しの中で、少しでは私共の技術がどういうふうにかかされているかをご参考までにお話したいと思います。

企業や健保組合と契約をして、その従業員や組合員の方にケアを安く受けていただいたり、あるいは研修をしたりしています。先程少しお見せしたように、官公庁でストレスチェックをしたり、研修をしたりケアをしたりということもあります。

特にお話したいのは、こういうことなので、マッサージとか何かと同列に見られていたのですが、最近になって昨年の6月に佐賀の小城市民病院が入院患者やいろいろな人にストレッチを看護師がやることによってすごく回復が早いということが分かり、独立した科としてリラクゼーション外来というものをつくりました。1年間で約のべ600人の方が受けて大変効果がありました。ついこの間も佐賀の新聞に大きなコラムが載っていました。

皆さんのお手元にお配りしている健康増進クリニックのコピーがあると思います。これは東京の市ヶ谷にあるクリニックです。癌クリニックとか、抗加齢外来というものを今までやっていたのですが、ここの先生は統合医療、統合というのは、西洋医学と東洋医学の統合の意味ですが、これをやってらっしゃる先生なのですが、私共の理論と技術に大変関心を示され、また理解され、ここにもリラクゼーション外来というのができました。私共のカウンセラーをここに派遣しています。

それから、福岡の市民病院で人工透析を受けている患者さん、その病院の先生等にやってきた人たちがいて、効果があるということで、今月学長が人工透析学会で発表するということになっています。医学の方面にも少しずつ入ってきています。後でまたもっと大きなトピックスをお話しますが。

後は癒しのサロンです。ストレスケアサロン青山店というのがあります。セネカプライムズという企業があり、ここはそういう自然性、いわゆる癒しを仕事としてやっていこうと、スーハープロジェクトということをしています。スーというのは吸う息です。ハーというのは吐く息です。だから呼吸が自然にできるのが健康だということでこういう名前がついているようですが、ここが私共の技術を中心に据えて、大々的にやっていきたいということで第1号店が青山にできました。これはどちらかというと若いお嬢さんからセレブの奥様方に受けそうです。終わると中国茶のふるまいがあつて大変リラックスできる状態だということです。これも単にファッションとかそういうものではなく、本当にリラックスできるということを相手の社長さんが理解してやってくれています。

それから、少年院のお話はもうしましたが、実は厚生省の委託事業で、ニートや引きこもりの若者達を何とかさせたいということで若者自立塾というのが全国で行われていますが、久留米で私共の技術が導入され、大変好評です。身体が元気になるだけでなく、閉じている心が開いてくるとか、そういうものが臨床例としてたくさんあります。そういうところにもどんどん出ています。

また、スポーツ分野でやっています。私共の学校はJリーグのJ2のサガン鳥栖という佐賀県のチームのスポンサーにもなっているのですが、ここの選手に対してリラクゼーション法を定期的に行っています。今年は少し弱いですが、昨年はいきなり4位になり、「何事が起きたんだ」ということでした。

その他にも、日本コーチング協会のアスリート部会というところが一緒にやりたいということで、某プロ野球チームの選手に対してもやってくれという話しなどがあります。また、柔道、相撲、テコンドーの選手が集中的に格闘技をするためにはリラクゼーションを

知らなければいけない、リラクセーションを勉強しようということで、これが現在進行中の大きな計画なのですが、統合医療センターというのが富士宮市に今、企画されています。統合医療ビレッジというやはり東洋医学、西洋医学、いろいろなものを一緒にやろうという先生のグループが東京にあり、富士宮市の景観と綺麗な水を使って滞在型のセンターをつくらうということを企画して、来年の秋にはできる予定です。特に看護師の資格とカウンセラーの資格を持った人間が何人か派遣されます。

これは完全にメンタルの面でも何でもそうなのですが、自分のいる環境から切り離し、そこに滞在する中でストレスケアもし、必要な他の手法も取り入れて総合的な治療、あるいはケアをしようという考え方です。

□ 現在進行中の計画

また、リゾートセンターへの進出もあり、これは熱海に計画しています。この間「ガイアの夜明け」という番組で熱海の再生をやったのでご覧になった方もいらっしゃるかもしれませんが、実はここも取材を受けました。テレビでやるという話を聞いていたのですが、残念ながら放送の中ではカットされていました。このビルの中にいろいろな仕掛けが入ります。ここも先程のセネカプライムズというところの仕掛けです。もともとはリゾートセンターにストレスケアの環境もつくるということです。ここの地元にお住まいの人はいいのですが、東京から行く人たちは一過性の体験なので、家に戻っても受けられる体制にしたいということで、先程言った青山につくったということです。今度は銀座、丸の内、日本橋、新宿とかいろんなところに2、3年の間に10店舗くらいつくらうということです。東京以外の都市にも進出しようということを考えています。来年は熱海ですが、その次には沖縄にもつくるということです。熱海は当然、温泉とのコラボレーションがあるわけです。それから埼玉県に越谷というところがあります。その南越谷というところは今、何もないところですが、そこに湖をつくってその周りに住宅やショッピングタウン、アジア最大のショッピングモールというものができるのですが、この中にも進出していこうということです。

コンセプトとしてはいろいろなことのコラボレーションです。ですから、コンシェルジュがいてトータルサポートします。チェックインしたら人間ドッグ、サロンの食事、カウンセリング、ショッピング、癒しのセラピー、夕食、医師からの検診結果、チェックアウトといった、全部受ける必要はありませんが、メディカル、あるいは癒しに関するものが何でもあるというものです。どこでもつくりそうな感じですが(笑)。こういったことを今、熱海で仕掛け、沖縄でもつくり、南越谷でもそれに近いことをやっていこうということです。いまや、何か1つだけをやるといよりは、そこに行けばいろいろなことが楽しめる、あるいは利用できて効果があるということを考えているようです。

□ プログラムを組み立てるときの注意

それで、私はプログラムを組み立てていく時、いろいろなことを注意しなければいけないと思うのですが、今までの温泉地、私の感覚がそうなのかもしれませんが、やはり慰安とか娯楽とか遊びに行くということがあるのですが、もう少しサービス対象を誰にするのか、どういう目的とするのかを明確にすると、単なる気晴らしや遊びでない利用の仕方ができるのではないかと、プログラムがつくれるのではないかと考えています。それから実施の環境を大切に、と言ったのは、先程も言いましたが、温泉旅館やホテルの中にこういうものをつくっても駄目なのです。外側にそれ専用の施設をつくった方がいろいろな旅館が共通に使えるということです。しっかりとした環境をつくらないと本当のリラクゼーション、さっき言ったようないろいろな効果の出るリラクゼーションはできないということです。

それから、他の要素と組み合わせるといのは、例えば温泉とバランスセラピーと他のもの、ちょっと後で申し上げますが、そういうものです。プログラムの中身が非常に充実して相乗効果が上がってくるということです。

それから一定の継続ができるようなもの、つまり何度も温泉に来るといのが一番温泉地にとっては望ましいでしょうが、自分達が温泉地から戻っても何か同じことができるという継続性があるプログラムです。

それから互いの良さを消し合わないことです。つまり、温泉に入ってしまったら後はストレスケアができないというのではなく、ストレスケアを先にやりましょうということです。ストレスチェックをしてケアをしてウォーキングをして最後に温泉に入るという順番をうまく考えたプログラムを組んでやっていったらいいのではないかと思います。

□ サービス企画対象の例

【現役世代】

私がサービス企画の対象の例として考えているのは、現役世代、現役の人たちでメンタルヘルス不全ということをおっしゃっていましたが、病気真っ只中の人でなくて、予防のため、あるいは回復過程にある人、職場復帰の前の段階の人、というふうに限定してやった方が多分、良いだろうと思います。そうでないとかえって悪くしてしまう可能性もあるからです。例えば鬱病の人を気晴らしになるからといって海外旅行に連れて行くというのはとんでもない話なのです。ストレスというのはハッピーなこともアンハッピーなことも全部ストレスなのです。宝くじが1億円当たること、これは大変なストレスなのです。人間の脳がどうなるか分かりません。だからそういうふうにご注意してセレクトした方がいいと思います。

それから、普段忙しい人に、疲労回復でやるということです。例えば25周年、30周年という記念に3日とか4日とか一定の滞在期間を設けて来てもらって、いろんなプログラム

を味わってもらおうというのがいいのではないのでしょうか。それからメタボリックの問題も今、言われていますが、生活習慣病の予防として利用してもらってもいいのではないかと思います。

もう1つは、能力開発です。今までの従業員の能力開発というのは、狭い部屋に閉じ込めて、夜も眠らせないで刺激を与えて、ワーッとやって興奮状態で何か効いたような気持ちで帰ります。3日もすれば忘れます。そういう能力開発でなくて、人間のリラクゼーションというものを知って、締める時は締める、リラックスするときはリラックスするというメリハリのきいた仕事の仕方、あるいはリラクゼーション状態をうまく保つことによってアイデアであるとか、創造力であるとか、あるいは集中力であるとかといったものを高めるという能力開発、そういうやり方を私共でもやろうと思っています。

【高齢者】

それから、高齢者向けです。これは健康寿命、先程言ったように、ひたすら平均寿命が延びるのではなく、元気でせめてトイレや自分のことは自分でできるという年齢を伸ばしていこうというのは、今、どこでも考えています。このために温泉を使い、ストレスケアをして、さらに何かをするというプログラムの組み方です。

【新現役世代】

それから新現役世代です。私もそうですが、60歳を過ぎて、第一線から引きました。しかし、時間もある、体力もあるんだけど、放っておくとだんだん衰えてしまうという人を対象に何か知的なものと一緒に合わせてやるというものです。

【ヤングレディ】

一番大きなマーケットとして期待できるのはこのヤングレディです。今、流行っているのは頑張った自分へのご褒美なのですが、実際に彼女達は非常に疲れています。特に、人間関係の問題や何かで疲れています。そういう人たちに何かできないかと考えています。

これは対象をしっかりと考えるということでしたが、次に組み合わせの要素としてこういうものはどうか、というものを話します。

□ 温泉との組み合わせ要素

温泉との組み合わせで滞在型をするために、私共のホメオストレッチと研修というのがあるのですが、その他に是非お勧めしたいのは深部筋トレーニングです。ご存知の方もいるかと思いますが、東大名誉教授の小林寛道先生が推奨しておられます。これはファルマバレー構想にも入っています。ですから伊東とかいろんところで試しています。それか

らウォーキングです。これは既に取り入れられたと聞いています。それから写経とか脳トレ、今、流行のやつです。その他に意外といいのが茶道とか中国茶とか紅茶です。紅茶もティーバックでやるのではなく、シャバシャバとやるのではなく、ちゃんとした英国流のアフタヌーン・ティーをします。つまり、非日常をそこに演出できる何かをするということです。それからエステティックです。これはどこでもやっていると思います。

しかし、例えば中年の夫婦、あるいはお年を召したご夫婦がそこに行くと、奥様がこのエステティックを受けることによって、ガラッと変わった一面をみせる、これはまた効果があります。実は結婚 30 周年記念で私がやってみましたら大変良かったです。え？という形になりました。

最後はスローフーズです。私はいつもどこの温泉に行っても思うのは食べ過ぎだということです。豪華な料理を滞在型で 3 日も 4 日も出されたらかえって病気になります。元気になる料理をうまく組み合わせてできないだろうか、最後くらいは豪華でいいから、というような研究を、もちろんおやりになっていると思いますが、こういう要素をいくつか組み合わせたらいいと思います。

小林寛道先生のことをちょっとご紹介します。これは 10 坪ジムと呼びます。10 坪もあればできるということです。ここに 10 種類くらいの機械を置いて、指導者がいて、深部筋、深部筋の中の特に大腰筋という身体の中を通っている筋肉があるのですが、これを鍛えるわけです。実際にテストしてみたらかかなりの確率で太くなっているということが分かりました。なぜこれをするかという、これが弱ると転倒しやすくなるのです。年寄りには転ぶと必ず骨折します。骨折すると寝たきりになります。寝たきりになって死ぬのが早いということになります。

ということで、これからの老人の一番大切な要素はストレスケアと大腰筋の鍛錬だと私は思っています。

そして最近分かったのは、脳と身体と心の相互作用を高めるということで、認知症の予防になるということです。さらに、知的障害児の運動調整機能を高めることができるということです。

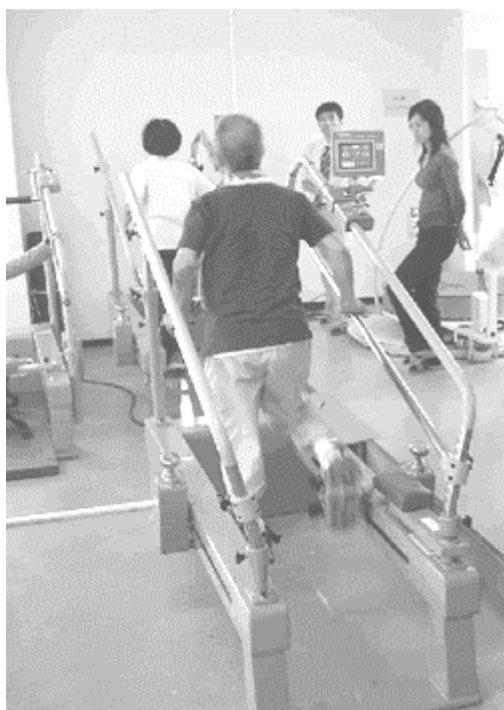
これは現に温泉地である伊東でもやっているわけですが、こういうものを温泉地に置いておくと「ちょっとやってみようか」となります。非常に安全なのです。激しい運動ではないので、血圧が高い人や内科的な症状がある人、あるいは整形外科的な問題がある人でもできるのです。急性の人はもちろん無理ですが。

そして、ここでやって戻ったら地元でもちゃんとできる場所があることが大切です。千葉県の柏近辺、常磐線の沿線です。それから秋葉原等にこういうものがだんだんできてきます。

それから 10 坪もあればできるので、60 歳過ぎの人たちをこれのトレーナーとして教育しようという動きもありますので、こういったものをどんどん展開することが可能です。私共のバランスセラピーも 10 坪ジムとタイアップしてやっています。10 坪ジム

に私共のカウンセラーがいるという状態をこれからつくっていきたいと考えていて、今月、私共の学術研究のセミナーがあるのですが、そこに小林先生に来ていただき講演をしていただくというところまで進んでいます。

先程申し上げたように、高齢者の人たちが近場の温泉に来て、ただ温泉に入って良かったとして帰るのではなく、そこで何かプラスのものを得て帰り、それが日常生活につながっていく、「ああ、あそこでやったのは良かったね。また行こうね」といった組み合わせ方が非常に大事なのではないかと思います。



□ サービス対象を絞った適用例

サービス対象を絞った適用例としては、例えばメンタルヘルスの対応策としては、リラクゼーション法と研修を組み合わせるとか、疲労回復と高血圧患者に対してはリラクゼーションとウォーキングとか、もちろん温泉が中心ですが。

高齢者には、リラクゼーション法と生活術の学習、つまりストレスをうまく乗り越えるための学習です。それと深部筋トレーニング、それに脳を開発するための写経だとか脳トレだとかそういったことです。

それから一般の従業員の方を能力開発するやり方もあります。

さきほど言ったように、温泉地だけでなく、戻ってもそれがつながるという仕掛けのあるものを是非やらないと、行って、やって、おしまいというふうになってしまいます。

だいたい仕掛けとしてはそういったことですが、最後に是非お話しておきたいことがあります。

結局、温泉に行って良かったか悪かったかという印象の決め手になるのが、そこで働いている人とのやりとりなのです。実際に伊豆でもそうなのですが、働いている人たちが大変忙しく、その中でいろいろなお客さんがいて、ストレスにいちいち反応していて、それが悪いサービスにつながる、悪い印象につながる、ということを先程言いましたが、私共で教育をして、いろんなストレスがある中でいかにうまく生きるかということを学んでいただくちょっと変わってきます。

今、そういうことをやっているのが看護師です。私共ではよく看護師さんが勉強しています。それからサービス業です。先程ホテルの従業員が勉強していると言いましたが、そういう人たちが今度はカウンセラーとして人を指導する資格をだんだん得てきています。こういう人たちが温泉旅館の従業員の方に対して、ケアをし、かつ教育をしていく中で、その人たちのサービスの質が変わってくる、これがやはり温泉地に対しては必要なことではないかと思い、大変手前勝手ですが学習をぜひお勧めしたいと思います。

当初の予定を間に実技を入れて少し超過しましたが、以上で私からの発表を終わらせていただきます。ご静聴ありがとうございました。

(開催日：070605、場所：甲府)

今日は勉強会にお招きいただきありがとうございます。NPO ぐんまの熊倉と申します。中田さんが所属されている山梨総研さんとご一緒に地方シンクタンク協議会に参加をされていて、その中で特に近いものですから山梨さんとはいろいろ行ったり来たりしているうちに、多分、少しは群馬の方から話をしろ、ということでこういう機会をつくったのかなと思います。

隣の北川さんとは国土庁当時の地方振興アドバイザーから随分一緒に、5年くらい会わなかったら随分様相が変わったなと思いました。東京は一極集中しているのだということを感じております。

今日は東京一極集中と地方の話ということなのですが、中田さんも私もそうですが、東京外周部が今どういう状況なのかという地元の話を少し考えてみたいと思っています。

今、日本国中で少子高齢化、人口減少と一般に言われますが、いわゆる東京一極集中時代よりもはるかに速いスピードで、かつ、いわば第二微分をすれば第二微分係数が正であるかのような感じで東京一極集中が実は進んでいます。

かつては東京外周部はそのおぼれというか、風の中であまり何もしないでも済んでいました。その東京外周部が随分状況が変わってきています。そこにはかなり地域の濃度差が出てきています。そこで私達は自分達の地元でどう考えていったらいいかという非常に限定された問題提起を考えています。

まず、ここに表を用意してまいりましたが、平成7年国調から平成17年国調までの数字を、まず一都七県でどのような人口増減があるかを見ました。そうすると自ずからなのですが、東京・神奈川が人口増加しているだけでなく、7年～12年の間の人口増加率よりも、12年～17年までの人口増加率の方が高まっています。第二微分というか二次導関数が高くなっているということが分かります。ということは益々東京一極集中が加速化しているということを押さえないければなりません。

それに対して外周部である4県はどうかというと、どの地域においても7年～12年は人口増加でしたが、12～17年は栃木県を除いては人口減少に移りました。栃木県ですら、伸び率は下がっています。第二微分でいえば下がってきているということがはっきりしてきました。

国勢調査（都道府県別）に見る人口増減の特徴

加速する東京一極集中、地方化する外周部、東京圏と外周部との格差の増大

地域	17 国調	12 国調	07 国調	07～12 増減率	12～17 増減率	増減率の変化	全国割合	
全国（千人）	127,757	126,926	125,570	1.1%	0.7	↘	100.0	
東京圏	東京都	12,571	12,064	11,774	2.5%	4.2	↑	9.8
	神奈川県	8,791	8,490	8,246	3.0%	3.5	↗	6.9
	千葉県	6,056	5,926	5,798	2.2%	2.2	→	4.7
	埼玉県	7,054	6,938	6,759	2.6%	1.7	↘	5.5
	小計	34,472	33,418	32,577	2.6%	3.1	↗	26.9
外周部	茨城県	2,975	2,986	2,956	2.3%	-0.4%	↓	2.3
	栃木県	2,016	2,005	1,984	1.6%	0.6%	↓	1.6
	群馬県	2,024	2,025	2,004	1.6%	-0.0%	↓	1.6
	山梨県	885	888	882	0.7%	-0.4%	↓	0.7
	小計	7,900	7,904	7,826	1.0%	-0.0%	↓	6.2
その他地域	85,385	85,604	85,167	0.5%	-0.3%	↘	66.9	

東京圏外周部でも加速する県域分極構造（都市人口は合併後の新市単位で遡って合算集計）

地域	17 国調	12 国調	07 国調	07～12 増減率	12～17 増減率	増減率の変化	県域割合	
栃木県	全体	2,016,631	2,004,817	1,984,390	1.6%	0.6%	↓	100.0
	宇都宮市	502,396	487,560	477,215	2.1%	3.0%	↗	24.9
	小山市	160,150	155,198	150,115	3.4%	3.2%	→	7.9
	宇・小周辺	229,384	221,333	211,823	4.5%	3.6%	↓	11.4
	小計	891,930	864,091	839,153	3.0%	3.2%	→	44.2
	那須塩原市	115,032	110,828	105,127	5.4%	3.8%	↓	5.7
	その他地域	1,009,669	1,029,898	1,040,110	-1.0%	-2.0%	↓	50.1
茨城県	全体	2,975,167	2,985,676	2,955,530	1.0%	-0.4%	↓	100.0
	水戸・ひたちなか	451,692	447,568	425,824	5.1%	0.9%	↓	15.2
	つくば市周辺	498,569	479,811	449,796	6.7%	3.9%	↓	16.8
	鹿島3市	207,356	200,828	194,695	3.2%	3.3%	→	7.0
	その他地域	1,817,550	1,857,469	1,911,530	-2.8%	-2.1%	↗	61.0
群馬県	全体	2,024,044	2,024,852	2,003,540	1.1%	-0.0%	↓	100.0
	高崎市	339,860	333,620	329,901	1.1%	1.9%	↗	16.8
	太田市	213,300	210,022	203,599	3.2%	1.6%	↓	10.5
	伊勢崎・玉村	240,590	230,915	218,664	5.6%	4.2%	↘	11.9
	前橋市	318,653	320,465	319,483	0.3%	-0.6%	↘	15.7
	その他地域	911,641	929,830	931,893	-0.2%	-2.0%	↓	45.0
	小計	884,531	888,172	881,996	0.7%	-0.4%	↓	100.0
山梨県	旧北・中巨摩	276,498	269,123	256,680	4.8%	2.7%	↓	31.3
	富士河口湖	26,901	25,459	25,727	-1.0%	5.7%	↑	3.0
	小計	303,399	294,582	282,407	4.3%	3.0%	↓	34.3
	甲府市	194,245	196,154	201,124	-2.5%	-1.0%	↑	22.0
その他地域	386,887	397,436	398,465	-0.3%	-2.7%	↓	43.7	

宇・小周辺：高崎市、さくら市、下野市、上三川町、高橋町 水戸・ひたちなか：水戸市、ひたちなか市、東海村
 つくば市周辺：つくば市、つくばみらい市、守谷市、牛久保市、龍ヶ崎町、阿見町 鹿島3市：鹿嶋市、神栖市、碓氷市
 伊勢崎、玉村：伊勢崎市、玉村町 旧北・中巨摩：北杜市、重信町、南アルプス市、甲斐市、中央市、昭和町
 富士河口湖：富士河口湖町（旧上九一色村の一部を除く）、鳴沢村

今まで我々は、首都圏という曖昧な概念というかボヤッとした概念で、東京に人が集まれば小さなダムとして外周も結構人が集まって産業集積があつたりという形があつたけれど、いわゆる一都三県、東京圏とその外周部がかなり違う様子を示してきました。さらに言えば同じ東京圏の中でも、東京・神奈川と千葉・埼玉で、かなり様相を異にしてくたらしいということを押さえなければいけないだろうと思います。

一般に言われるような、日本全国があまねく人口減少や少子高齢化が起きているのではなく、東京の一極集中と他の地域の人口減少、または横ばい状況、それに外周部である我々の地域もまさに地方化をしてきたということが一般的に言えるということが分かってきました。

それではもう少しその中はどうかということで、実は4県を見てみました。皆さんのお手元に簡単な地図が多分一緒にあると思うのですが、ピンポイント的に増えている所がないわけではありませんが、この地図の中で黒く囲んである地域だけがブロック的に外周部の中で人口増加がある地域です。3回の国勢調査の間に人口増加がある地域、ほぼ続いていると思われる地域はこのブロックの8カ所です。

栃木が2ブロック、群馬は全体として1ブロック、茨城が3ブロック、山梨が2ブロックで人口増加が続いているということが分かってきました。その一覧表が下の表ですが、栃木県ですと一番人口が増加を続けていて、さらに東京型に人口増加率が高まってきているのは宇都宮です。宇都宮は、河内町と上河内町を入れてついに50万人を超えた都市になりましたが、宇都宮市が人口増加を加速化しています。小東京化しています。その影響があり、隣りの高根沢町、及び小山市、芳賀市、上三川町等々でも人口が増えてきています。今まで知らない街としてさくら市と下野市というのがありますが、宇都宮の外郭部にできてきて、ここが東京化してきています。

もう1点、人口が増えているのは那須塩原です。那須塩原は7年～12年の間が5.4%という凄まじい人口増加を示し、更に12年～17年国調の間でも、3.8%という非常に高い人口増加率を示しています。那須塩原駅周辺とかつての黒磯町ともう1つのところが合併した地域です。この那須塩原の人口増加というのは大きなポイントです。これは山梨でも同じことが起こっています。

一方、茨城県は今まで関東周辺の中では一番元気だと思われた地域ですが、実は人口減少率が一番大きいのが茨城県です。茨城県の中で人口が一時急激に伸びながら、今止まりつつあるのは、水戸・ひたちなかという中枢地域です。そして、もう1つがつくばを中心としている地域です。そして3点目が、意外に人々は気にしていませんが、7年～12年でも、12年～17年でも3%以上の人口増加を持続している地域が神栖市、鹿島市、鉾田市です。神栖は神栖町と波崎町が1つになり、鹿島も鹿島市と大野村が1つになり、鉾田が大洋村と鉾田町が1つになったものです。鹿島灘の上に連続しています。かつてここは鹿島コンビナートということでも有名なのですが、確かに鹿島コンビナートの大きな力もあるし、鹿島港の力もあります。更にここにはリゾート的な人口移動が見え始めています。これ

は先程の那須塩原と共通する要素です。茨城では、つくば周辺ではなく、鹿島3市に注目したいと思います。

私の住んでいる群馬県では高崎市だけが人口増加が急激に増えつつあります。ここは私の街なのですが、平成の世に入るまでは人口停滞がずっと続いていました。ところが平成になってから急速に人口増が始まりつつあり、まだまだ1~2%の人口増加率の数字ですが、第2次微分で高くなっているというのが高崎の特徴です。

よく高崎と比較されるのは前橋

ですが、前橋はこのところ人口減少がかなり甚だしくなっています。ますます加速化して、同じ32、33万都市でありながら、対極的な生き方を示すようになってきています。数字は集められていませんが、平成8年から平成18年までの小学校児童数の変化を群馬県の12市で比較してみたところ、前橋と高崎の変化はあまりにも著しいものがありました。

高崎、太田、伊勢崎という地域は平成8年~18年の間に、小学生の数はそれほど減っていません。前橋は8割5分くらいまで子ども達の人口が減ってきています。そういう意味では少子高齢化の極端な地域になっています。

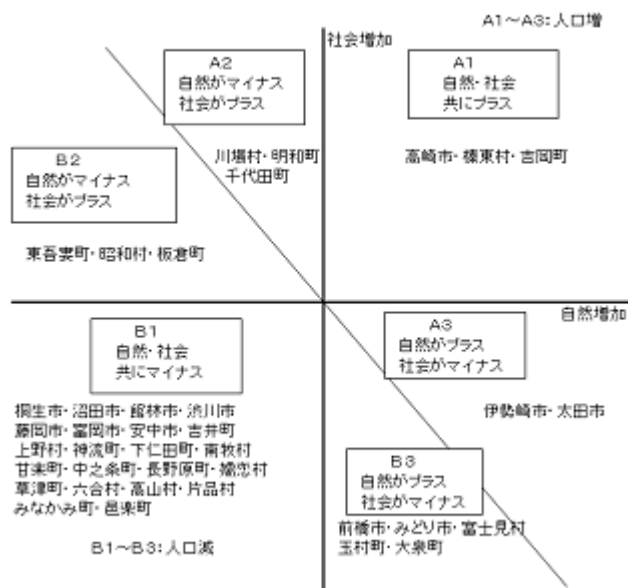
一方、今まで高崎、前橋は成熟した都市なのに対して、太田、伊勢崎は新産都市としての力がありますので、人口は急速に増えていると思っていたのですが、ここにきてむしろ、太田と高崎では人口の伸び率が変わってきています。そういう意味では自分の街なので少し、身びいきはありますが、群馬県は今、高崎一極集中ということが始まりつつあります。

山梨県は私が申し上げるのもおかしいことですが、山梨で人口が増えているのは旧北巨摩、中巨摩地域です。ここは新しい市がたくさんできていて、市がよく分かりませんが南アルプス市とか北杜市とか、韮崎市を周辺として、甲府だけが外れるという状況ですが、この北巨摩、中巨摩地域、それから富士河口湖町と鳴沢村の2カ所で人口が増えています。特に富士河口湖は1度少し人口が減った時もありますが、今は急増中です。

一方、人口が下げ止まりがありつつあるとはいえ、やはり人口減少が続いているのが甲府で、甲府と前橋が類似した関係になっています。

ということが分かっている、まだら状態が明確になっています。しかも人口増減がはっきり5つのパターンに分かれます。中核的な都市で人口増加が加速している地域、いわゆる東京型の地域が宇都宮と高崎です。新産都市ないしは国策的な業務都市として人口が伸

図1 市町村別の人口増減要因(自然増減と社会増減)



びてきた地域、まさに戦後型の発展をしてきたのが、つくば、太田、伊勢崎です。

私が注目しているのは宇都宮、高崎もちろんですが、別荘リゾート地として定住化が進み、人口増が著しい地域、那須塩原地域と山梨県の旧北巨摩、中巨摩地域、富士河口湖地域です。リゾート型と言えるのかもしれませんが。

そして中核都市で人口減少が始まっている地域が前橋、甲府です。水戸・ひたちなかもそういう傾向にどうも入ってきてしまったようです。土浦は明らかにその傾向に入ったと言えます。中山間地域として人口減少を加速している一般の地方型がその他の地域だろうといえます。

鹿島3市は、戦後型からリゾート型へという、どうも複合発展型を示しているのではないかと思います。もう八重洲南口から鹿島、波崎行きバスがバンバンが出ています。そういう状態で、アントラーズが強いのは分かるかなという感じがしています。あえて甲府は申しません（笑）。

□ 新しいライフスタイルと都市経営・地域づくりを考える方向性

新しいライフスタイルと都市経営・地域づくりを考える方向性としては、この変化を押さえておく必要があるだろうと思います。東京からの風が変わってきています。今まで外周部には比較的等しく恩恵の風が吹いてきていました。我々は東京の外側ということで、他の地方に行けば「楽な所ですね」と言われてきましたが、どうもそうではなくなっています。東京自身の存在性の変化と外周部の役割の変化が起こってきています。これに対応したところだけがどうも人が集まりつつあるので、東京型とリゾート型に注目してみたいと思います。

地域全体の均一的な底上げは無理になってきました。いわゆる戦後型の工業誘致、ベッドタウン型は行き詰まり、東京型とリゾート型にどうも変わってきています。東京型とリゾート型に変わってきていて、東京型とリゾート型による牽引の決断が必要になってきたと思います。そういう意味では群馬と山梨というのは非常に特徴的です。栃木は両方が重なっています。今まで栃木はあまり注目されていませんでしたが、今、東京外周部では栃木が一番力があるのではないかと思います。だから足利銀行が潰れても栃木は元気なのかなと思っています。

群馬内部としてはどういう一極集中が高崎で起こっているかを見てみます。これは県がこの3月にまとめた数字です。群馬県の統計課は非常に良い仕事をしています。県はあまり良い仕事をしていないと思っていますが、ここだけはすごく良い仕事、丁寧な統計数字を出す仕事をしていて、しかもインターネットで容易くデータを得ることができるようになっていました。

資料は県のグラフを作り直したものです。A1地域が私の言う東京一極集中型です。高崎とその隣にある榛東村、吉岡町です。これは今までは前橋のエリア、あるいは渋川のエリアと言われていたのですが、高崎市が箕郷町、群馬町と1つになったために榛東村、吉岡町は高崎の隣になりました。この絵でちょうど黒い線の上に北群馬郡榛東村、吉岡町と書いてありますが、そういうふうになってしまいました。今、市長とは「次の合併は吉井町と榛東村ですね。そうすると全部群馬県の防衛施設庁関係が高崎に来る」と冗談を言っていますが、そういうところです。

一方、群馬県には残念ながら町村単位ではリゾート型と言える場所はありません。ただ、長野原町の一角の北軽井沢地区、また嬭恋村の一角の浅間高原地区についてはその可能性があります。それは多分南アルプス市と非常に近い状態を示しています。

次に、更に加速しているという話を表にしました。高崎と宇都宮がある意味非常に異常な数値を見せているということです。宇都宮は平成18年(2006)合併で、河内町、上河内町を含まない数字なのですが、国勢調査の5年間で高崎が1.87増えて、宇都宮が3.1増えているのですが、さらにわずか1年間の間に高崎が0.3%、宇都宮が0.5%増えています。これを単純に5倍していくと、1.5%と2.5%ですから、現在の人口増加が維持される形で伸びていってしまうという傾向が見えています。群馬県全体で見ても、栃木県全体で見ても

も、ある意味異常な事態です。日本全国の中で、東京で起きているような異常な事態が、ピンポイント的には起きています。日本全国で見ると、札幌、仙台や名古屋圏で起きているのが東京型のピンポイントなのだろうと思いますが、それがもう少し小さい圏域の中において高崎、宇都宮で起っています。新潟、長野、福島まで広げてみても高崎と宇都宮だけでした。今の状況では。

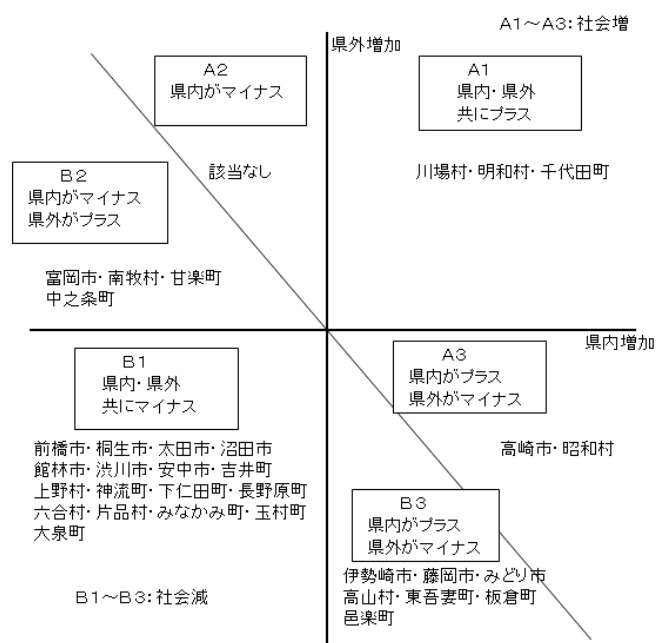
その中では、社会増減はどうなのかという点、県内外増減を見たときに、群馬県では県内・県外共に増加は3つの小さな町村だけでした。これはたまたま小さい町村なので少し人が動くとそういうふうに出る数字が出てしまうのですが、3つの町村だけで他はありませんでした。

ただ、県内はプラス、県内はマイナスという形でも、全体でプラスというのは市では高崎だけでした。高崎もそれまでは県外についてはかなり大きなマイナスでした。ですから、県内外から人を集めて、東京に人を送り出すダムだとよく言っていました。この性格が変わらないと、一見、人がいるように見えても、都市としては弱いと言っていたのですが、ここに来て県外マイナスの、マイナス幅が非常に小さくなってきています。宇都宮はおそらく県外もプラスなのではないかと思えます。ただ、残念ながら栃木県のサイトを調べてもこういう統計表がないので、宇都宮市までは調べられませんでした。

次に、今度は少子高齢化ということが、東京型の発展を示し始めた地域ではどうなのかということで、これはかなり雑な数値なのですが、平成18年3月末の数字で、0歳代、10歳代から75歳以上の後期高齢者に分けて、どの程度の人口構成を示しているかということ、群馬県平均、前橋、桐生、高崎、太田、伊勢崎というふうに比較してみました。そうすると、県平均と前橋では30代と50代を見ていただくと分かるように、30代の構成比の方が、50代の構成比の方がはるかに小さいのです。つまり大まかに言うと、50代と30代というのは親子の世代です。つまり子どもが減っているというのは、0歳代、10歳代が減っているのではなく、既に30歳代で減っているのです。

ところが高崎、太田を見ると、同等もしくは30代の方が多いのです。そしてさらに0歳代と75歳以上を比較すると明らかなのですが、県平均、前橋、桐生では、後期高齢者の構

図2 市町村別の社会増減要因(県内増減と県外増減)



成比率の方が多いのです。つまりこれは自ずから自然減になるのです。一方、高崎、太田、伊勢崎では0歳代の方が後期高齢者よりも多いのです。これは自ずから自然増になって、しかもそれが50代、30代、0歳代で見たときに、全体としては少子化となっただけではいるけれど、比較的ゆるやかに自然増がまだ続いています。これに社会増が加わった場合にはますます前橋、桐生と高崎、太田、伊勢崎の差は広がってしまうでしょう。宇都宮でこの数字が出てくると、もっと面白いと思うのですが、そこまで拾えていません。

今日お話ししたいのは、東京型とリゾート型の増加の形の2つのステージに分けて、今後の地域のあり方を考えていかざるを得ないということです。そんな中で、東京型の都市・高崎はなぜ成り立ってきたのだろうかということ、少し手前味噌的に話をしていきたいと思えます。

高崎は今、第6期に入られた松浦幸雄さんが市長さんです。多分6期目の市長は20万以上都市ではおそらく唯一でしょう。現在、日本都市センターの理事長をしています。6期にもかかわらず、自民も公明も民主も別格だという形で全部支持をしました。そういう市長さんですが、市長になられたのは1989年のはずですので、まさに平成になってからこの20年間、どういう都市政策を行なってきたかということです。

まず都市建設の基本的なコンセプトとして、「交流拠点都市」という都市像を位置づけました。手前味噌ですが、これは僕がつくった言葉です。「地球市民の都市（まち）」というのも僕が関わった言葉です。そういう中で、高崎は交流する拠点を持って生きていくのだ、そういう中で都市圏構想という形で、人々の通勤・通学・通院等々の数字から同一の事業を広域圏事業に加えてやってくる中から自然な形で市町村合併をしてきました。また、環状・放射状を組み合わせた都市構造をつくってきました。そういう都市の基本コンセプトの下で、交流拠点の一番の軸になるのは、新幹線の（停まる）高崎駅ですので、そこに中心市街地の軸足を置いた都市改造を進めてきました。

コンパクトシティという言葉は当時はありませんでしたが、中心市街地で駅を中心にきちんとした街をつくっていくんだということをしてきました。その結果、数では日本一の市街地再開発事業を実現しました。高崎市だけで現在も進んでいますが、25くらいの再開発事業を実現しました。私と一緒にやっていたメンバーはそのうち12くらいを仕上げました。でも会社はちっとも儲かりませんでした。

また、駅の東西に均衡ある発展を示していこうということで、これはなかなか難しいのですが、その方向性を堅持してきました。前橋の人は嫌がるのですが、前橋に本社のあるヤマダ電機という家電量販店、1兆を越えるという大変な売上高を示していますが、そこが来年の夏に高崎の駅の東口に本社を移転・新築します。今、その工事を一処懸命しています。それから床面積44,000㎡の百貨店群があります。2軒の百貨店、いわゆる百貨店法の百貨店ですが、床面積が44,000㎡を超えています。これは東日本の中では、大東京圏とか札幌を除くと、これだけの床面積を持つ百貨店が中心市街地にある所は他にないという実績を示すことができます。また、市庁舎のことをシティホールと言いますが、市庁

舎と市民用のギャラリーを合わせたものを移転・新築しています。

そういう意味では全体としてかなり面積的には広いですが、コンパクトシティという実績を実現しつつあることが、多分、人々が集まることができる要素をつくっています。

元々高崎は市民主体の街で、戦後の市長さんは全て誰一人として、議員さんも市の職員から出た人もいません。戦後の民主化された市長さんは実は僅か3人しかいないのですが、全部、民間人でした。そういう都市ですし、有名な群馬交響楽団の発祥の地であり、そのホームグラウンドとしての音楽センターというのも、市民が当時のお金で1億、多分現在にすると100億のお金を市民醸金でつくってしまったということがあります。また、市立の高崎経済大学というのもあるし、問屋街という、日本で最初の問屋団地をつくりあげました。そういう歴史的経緯の中に、市民主体の都市をつくっていかうという趣向が非常に強いという点は、多分、東京型の都市をつくっていける要素になるのではないかと思います。

また、高崎映画祭というのは有名で、今まで4大映画祭というのがありました。夕張映画祭と高崎映画祭と山形のドキュメンタリーと福岡の福岡アジア映画祭と4つありました。「夕張はお金があっていい、でもあれは全部東京で仕込むんだよ」ということを言っていたらやはり潰れてしまいました。また、先日山形の方にお会いしたら「山形のドキュメンタリー映画祭については是非論が出てきてしまって、潰れるかもしれない」と言っていました。この間、福岡のメンバーがうちへ来て、今度は二大映画祭で頑張ろうとお互いに慰めあいでしたが、そういうものからコミュニティーシネマというNPO法人が街の中で映画館を営んでいます。そこまで来ました。

ここまでが事実に従った数字と、その中で高崎がどういう都市構成をしてきたかということですが。

次のBというのは非常に大胆なというか、皆さんで議論するだけですから、少しいい加減な仮説を持ってこようと思ひ、3つほど仮説を持ってきました。

1つは地方分権一括法と市町村合併によって、日本は大きな地域統治、ローカルガバナンスが変わってきたという話をしようと思ひます。これは、皆さん方は既に合意されている当たり前の話ですが、近代150年の歴史の中で最初の100年は帝国主義の時代であったということです。それは官治を基本とした地域統治でした。ですから大日本帝国憲法についてはいろいろ言われますが、地方自治が明示されていないというポイントは押さえないければいけません。そして、官選知事ですし、制限選挙ですし、市長の選任も最終的には内務省の許可が必要だったという状況です。

最後の50年は、平和と民主主義と言いますが、私は経済革命の時代だったろうと思ひます。総理としては短かったかもしれませんが、池田勇人さんの言う「所得倍増」が戦後の日本の最も基本的な旋律だったろうと思ひています。そこで初めて地方自治が明示されました。しかしそれは導入されましたが不徹底でした。なぜかという、焼け跡からの出発の中で地方自治に対するトレーニングができていない中で地方自治を進めていくわけ

ですから、当然、国がつくった1つのモデルケースに従わざるを得ません。本来なら、それがパイロット的に実現したなら良い意味で横並びで各地方が自ら率先してやるべきですが、なかなかそうはならず国に依存していました。依存されれば国も鵜匠のようにコントロールできるからという構造できたので、地方自治は導入されたけれどもある意味では不徹底でした。

国と地方の関係を見直しましょうというのが今度の地方分権なのですが、ここへ来て、地方分権一括法と市町村合併によって、地方分権と地方自治は徹底せざるを得ない状況になりました。そうすると自分の中で一定の財源を確保できるような、そして、市民の求める多様なニーズに応えるだけの能力と組織性を持った自治体が必要になってきています。閣議決定の1000とまではいきませんが、1800になりました。1800のうち800が市及び23区ですが、この800の市及び23区の中に人口の9割が既に存在しているという状況ですから、国が言った1000の基礎自治体によって地域を維持するという話は、実はもうできているのではないかと思います。あと1000の町村がありますが、いわばそれは自立していない自治体であるということです。そこで県はどうするのかという問題が出てきていますが、私はどうしても市町村に足場がありますので、この辺ではいろいろな意見の違いがあるかと思いますが、私は、県はアメリカのカウンティ (county) のような役割を持ち、カウンティとタウンシップ (township) によってミュニシパル(municipal:自治都市)であるシティ (city) と同格であるというようなアメリカ型の役割を県は負っていった方が良いのではないかと、そうするとおよそ国の言う1000くらいの単位に自ずからなってしまうだろう、それが連携していく必要があるかなと思います。

しかし、そこで一番大きな問題点は東京にあります。ご存知のように東京都は東京府と東京市が合併したので基礎自治体と広域自治体が1つになり、極めて強力な権限を持ったと同時にそこが日本の中心軸であるという非常に難しい問題を持っています。ですから私はできるだけ早いうちに世田谷区とか力のある区は東京都から完全に自立した都市になって、世田谷区は世田谷区だけで政令市になってしまえばもっと見通しが良くなるかなと思っていますが、そういう構造に変えていけるだろうかということはあるかもしれませんが、少なくとも徹底した地方自治に移らざるを得ない時期に来ているだろうと思います。

それをもっと長いスパンで見ると、これこそ思い付きみたいな仮説なのですが、実は縄文とか弥生とか奈良、平安とかではなく、実は日本の歴史というのは800年ずつくらいで把握できるのではないかと思います。まあ、紀元0年から約800年まで、794年に平安遷都ですから、この中に弥生の中期から古墳時代、飛鳥、奈良と全部含みますが、やまと中心に天皇中心の律令国家が確立されていったのが、およそこの800年間だろう、これはもうやまと時代と呼んでしまっても良いのではないかと思います。

次に京都時代というのは、普通は1200年、1192年の鎌倉幕府の成立によって平安時代は終わったと言われていますが、実は全く終わっていないわけで、その後の鎌倉幕府はある意味で頼朝1人の後は北条執権が続きますが、日本の最終的な国家交渉権はずっと朝廷

に置かれ、それは京都にありましたし、その後、足利幕府というのがまさに室町、京都の町の真ん中の室町に幕府が開かれました。さらにあの信長ですら、上洛ということを示しています。つまり上洛、京都へ上ることが権力を握ることであり、そこで天皇の下で彼は将軍になろうとしたのか良く分かりませんが、なる前に殺されてしまうわけですが、京都での権力だったのです。その1番良い例が、家康と秀忠がこの1600年を超えてもなお、二条城に行って政務を取り仕切るのです。二条城に入って初めて家康・秀忠は二代にわたって、他の武将達に対して官位を与え、国替えをするということをしてきましたが、これは実は江戸城では行われていません。秀忠時代までは全部二条城で行われています。

後水尾天皇との関係の中でも、家康も秀忠も一步退かなければいけないところが随分ありました。そういう意味では多分京都に権力中枢はあるのだろう、しかし徐々に江戸に移ってきます。移ってきて分かりやすいのは家光が一度、将軍宣下を受けるために二条城に入っただけで、後は全部江戸城で事を示していきまじし、家綱以降はほとんど上洛していないという意味では権力中枢は江戸に移ってきます。これは東照大権現が祀られたことによって多分決まるのだらうと思います。いわばやまと時代に最後的には伊勢に天照大神が置かれ、京都には京都の中の賢所に神鏡が置かれる、それはずっと変わっていない、江戸になって日光東照大権現が置かれる、比喩的なのかもっと本質的なのか分かりませんが、そうなっています。

ただ、江戸時代は我々が考えている以上に実は超分権型社会でした。それは、政治は確かに江戸である、でも経済はあくまで大阪である、そして文化の中心は京都であるという。これが1800年くらいまで続きます。

元禄と文化文政期を比べてみると面白いことが言えます。まず、元禄文化は誰が引っ張ったかという、芭蕉は別とすると近松門左衛門であり、井原西鶴であり、澤村宗十郎です。それに対して、1800年、文化文政期以降になるとほとんどの文化人が東京でしか出ていません。京都は非常に少ないのです。そういう意味では、1800年くらい、ちょうど200年くらい経ったところから全部の軸足が江戸に移っていくのだらうと思います。だから天皇中心の国家を再構築することを長州藩が始めても、長州藩と岩倉具視の力によっても、京都に政治中心が置かれず、とうとう東京に政治中心を置かざるを得ませんでした。という意味では、むしろ江戸が本当に江戸としての全権力を集中してきたのは、1800年から2000年のこの200年間の方がよほど強いのではないかと思います。そういう意味で、江戸・東京時代という言い方を僕はあえて今しようと思っています。

その点でこれも比喩的な話をしますが、水戸も甲府も前橋、高崎、宇都宮もすべて江戸城から100キロの円周上に並んでいます。25里です。多分そして東海道側が小田原なのですが、小田原は少し内側に入りますが、そこに並んでいて、そこに次の将軍になる人間と、江戸幕府の最高級の官僚たちの居城が置かれています。同じ円上に館林も入ります。まず水戸は御三家の水戸ですし、それから宇都宮はもともと本多正純が居た城です。そして館林が榊原康政が入って、やがて綱吉が出て行きます。前橋は初め、榊原康政が入ってその

後、下馬将軍と言われた酒井雅楽頭忠清の居城になり、やがて松平の本家が変わっていきます。高崎が井伊直政が置かれ、その後、安藤対馬守や間部詮房等々が次々に城主になっていきます。また、甲府は甲府宰相所であり、小田原は大久保が居城を任されるといふそういう外周構造は全く変わってなくて、小田原といふか東海道沿いは若干力が変わるのには横浜港が開かれることによって、東京に近接した地域に新しい拠点が開かれることによってでしょうが、その放射状と環状の構造は全然変わっていません。

むしろ現在になって、その上に強い国家構造がつくられているという意味では、家康が考えた国土プランのままに 400 年経っても変わっていない、むしろますますそれで進んでいくのではないのでしょうか。それで多分、山梨県の人々の悲願であるリニアが通るとこの構図はもっと見えるようになるでしょう。つまり東京から宇都宮を通して、東京から高崎を通して、東京から甲府を通して、東京から小田原を通して、残念ながら水戸から仙台というルートは、常磐線はそれほど強くありませんが、全部放射線構造です。環状は、実は環状にはなっていないで、やっとなんかここに来て、北関東道と上信越道、中央道の縦線がつながって初めて環状構造になります。さらにその外側によく東京 250 キロ圏と言われますが、仙台、新潟、名古屋、これも東京を環状として回っています。その構造はますます強くなっていますから、少なくとも国土構造的に見ると、江戸・東京時代というのは後期に入っていると言えるのではないかと、という極めて雑ですが、大きな仮説を出してみました。

□ 新しい時代が求める 4 つの方向

次に新しい時代が求める 4 つの方向は何かということです。通常言われているのはやはり地域主権とか持続的発展ですが、あまり皆さんウェイトをおきませんが、私は、男女共同参画と生涯学習というのが意外に重要なことではないかと思うようになってきました。

少子高齢化の話の中で、地域に暮らし続けるための新たな家族像、人間像というのはやはり男女共同参画なのだろうと思います。それを絵にしてみたのが、資料の「地域統治の欄を夫婦関係とジェンダーから見た女性の変化に置き換えてみると」です。明治維新からの 100 年は〇〇家の嫁であり、銃後の母でした。大日本帝国憲法に結婚の規定がないことは有名な話ですし、戦前民法には家の代表者である戸主の同意がなければ結婚できませんでした。夫あるいは戸主が財産権利権を持ち、女性には参政権がないと言われていました。これは明確なことです。ですから、二葉百合子さんの「岸壁の母」というのは、戦前の女性像をあれほど見事に歌い切った歌はないだろうと思います。

戦後の 50 年はその形を反省する中から、またGHQ 指令もあり、男女平等ということが憲法の中に明示されました。それによって家庭生活における個人の尊厳と両性の平等という法的には男女平等の位置を得たのですが、実際の形は何であったかという、企業戦士と妻＝専業主婦という存在が戦後の基本的ジェンダーではなかったかと思っています。

なぜ企業戦士と専業主婦かと言えば、戦後の日本国家が強兵なき富国の道を歩むには工

業化。そのためには工業製品を作り出すことができる人間集団をつくと同時に、そこで収入を得た者が家族という人間の基本的単位をつくっていくということなのだろうと思います。だから女性は戦後、平等だと言われましたが、終身労働が補償されたのは「先生」と呼ばれる女性だけでした。国会議員だとか弁護士とか教員とか医師です。これはかなり明確なのだろうと思います。

このところよく熟年離婚という話がありますが、これは退職離婚という方が多分正確なのだろうと思います。戦後の日本人のあり方として、工業国家を支える人間が企業から退職する、つまり男性が企業戦士であることを辞めたと同時に、女性は専業主婦であることを辞めるのです。それが多分、離婚という形に現れてきている熟年離婚の1つの姿だろうと思います。

離婚はしないまでも、女性の場合には、戦後型の男女関係のジェンダーに終止符を打ちましたから、「私は生涯学習と旅に出かけます」。ちょっと進んだ人は「ヨン様探しに出かけます」という形になります。男性の場合はそこから次の選択肢がなかなかないので、早死にしまったり、自ら死を選んだり、企業の中の立場関係を地域で使おうとするために地域から疎んじられたり、地域に戻るができなかったりという構図が生まれてきています。団塊世代のいろいろな議論の中で、先日、青森に行って笑いながら彼らに言われて、厳しいことだと思ったのですが、青森には団塊の世代はないと言います。なぜならば、団塊の世代といわれる人々は皆、上野駅に行ってしまったのです。集団就職です。集団就職というのは言葉は良いですが、戦前における棄民の延長です。その形が、戦後は工業国家の中で東京へ向かう。帰ってくる次男、三男の場所はないのだということです。工業国家はその人たちを企業戦士として東京は受け入れてくれた。しかし、その人たちは功を成し遂げたからといって、故郷に錦は飾れません。戻っては来ない。むしろ青森において問題なのは、ポスト団塊世代のところに次の基盤ができていないことだと言われた時に、ああ、なるほどそういうことなのかなと思いました。

団塊世代の問題について、このように見ることで、多分初めて、やっとな皆さん考えていることと、最終的にはつながるのだと思います。そのように見たときに、戦後型の工業国家と男女関係と中央集権型国家というのは全部1つの糸でつながるのです。その構造が変わらざるを得ない中、まさに団塊世代の皆さん方が地域デビューをせざるを得ない状況の中では、その方々の新しい男女共同参画の型を、地方圏における都市型や地方圏におけるリゾート型の中でどう位置づけられていくのかということが、どうも皆さん方が今考えていらっしゃる地域のこれからの行方の中の鍵となるのではないだろうかという感じがしています。

次になぜ生涯学習なのかということをお話します。私は、実は公民館の運営審議会の会長という職を20年もしていますが、地域統治という部分の社会教育にかえてみると、戦前はまさに社会教育でした。社会教育という言葉の中から国民精神総動員運動というのが生まれてきます。戦前においては公民館という言葉はたった1つしかありません。水沢に確

か置かれたのだと思いますが、正力松太郎さんが最初の東京市長だった後藤新平さんを顕彰して、後藤さんの出身地の水沢に後藤新平記念公民館というのをつくっています。そこしかないのです。公民館が一般名詞化するのは戦後です。多分、パブリックホールの訳として始まると思うのですが、そこで何をしようとしたのか。パブリック (public) の達成、つまりシチズン (citizen) をつくるのだというのが戦後の出発点です。ですからよく公民館は民主主義の学校と言われましたが、それで戦後が生まれていきます。戦後は民主主義の学校といわれる公民館から社会教育が始まり、特に地方においてはまちづくりの核となっています。ユネスコは日本の公民館での社会教育のことをアダルトエデュケーション・アンド・ソーシャルワーク (adult education and social work) といって、単なる成人教育ではなく、社会活動をしている場なのだと思います。それが日本に非常に特徴的にある、だから日本の地方には民主主義があるということをユネスコは言っています。さらにユネスコは今、世界に寺子屋運動というのを始めています。寺子屋が世界語になっています。その寺子屋はどういうことかという、発展途上国の皆さんが生涯の中で学習できる場所をつくってほしいと、それを欧米に比べて唯一発展ができた国というパターンとして日本というのがアジア、アフリカにはまだイメージがあるので、そこには江戸時代に寺子屋と呼ばれる制度があったということでユネスコが使うのですが、その実態は日本の公民館的なものを発展途上国にできるだけつくることを通して、人々が自発的に学習できる部分をつくってほしい、生涯教育の場をつくってほしいということです。こここのころへきて、寺子屋だけでなく公民館という言葉がユネスコを通じて世界語になりつつあります。

戦後の社会教育はそのような背景をもっているのですが、戦後の社会教育は、私達が豊かになっていくに連れて、社会教育から生涯教育へ、生涯学習へと転換していきます。それが 1970 年代 1980 年代くらいから社会教育が生涯教育に変わります。生涯教育というのはどういうものかという、今は生涯学習とも言われますが、自己実現能力を高めるということです。特に成熟した社会において、私達が新たな時代に対応できるだけの中身を高めていくのだということで生涯学習が一般化します。一般化しますが、今度は逆にそこで問題が起きてきました。今、意外に思われるのですが、社会教育は元々まちづくり、むらおこしの要素が非常に強いものでした。寺中作雄さんという戦後当時の社会教育課長だと思いますが、公民館を一生懸命日本中につくってきたのですが、その人は目的は3つあると言っています。民主主義を身につけるとか、教養を高めるとか言うのですが、そのことによって最終的に何が公民館の問題なのかというのは、①身についた教養と民主主義的な方法によって郷土に産業を興し、②郷土の政治を建て直し、③郷土の生活を豊かにする、これが公民館をつくる本当の目的なのだというのを戦後の出発点で言っているのです。寺中三原則といいます。1950年くらいに言っています。「市町村に対する自治・厚生・農林・水産・建設等関係各省の行政指導者は各省の縄張り根性を捨て、所管の枠を打ち破って、社会教育の形で総合的に受け入れ、公民館がその窓口になるようにする必要がある」と言っているのです。半世紀も前に言われていて、今、公民館は社会教育施設だからまちづく

りの拠点にはならないと言う人がいるのですが、とんでもない間違いです。本来の公民館はこうならなければいけなかったのです。そこに今戻りつつあります。生涯学習を自己実現能力の向上から地域づくりへ転換する、戻せ、という話が社会教育の中から持ち上がっています。そのことといわゆる地域自治区制度とどのように合流させるかということが今、いろいろなところで議論になっています。高崎は幸いにして、30万人を超える都市ですが、一小学校区ごとに一公民館を設けてきました。ということは、そこに職員が配置され、予算が付きます。これを何か地域自治区の拠点にできないかという議論が起こっています。同じようなことがどうも長野県の松本市でも起こっているようです。この辺が重要になるということであるので、男女共同参画とか生涯学習というものは **one of them** ではなくて、比較的重要なキーポイントになるのではないかと考えています。

その中で今、群馬県、あるいは高崎で進めていることは2つあります。1つは東京型である高崎を日本の都市の中の1つのモデルケースに持ち上げていきたいということで、今、市長と一緒にいろいろなことを考えています。

もう1つは、リゾート型を草津地区で検討中です。参考になったのは中巨摩郡や北巨摩郡、富士河口湖町で起こっていたことなのですが、昨年度の最終末、3月30~31日にかけて、草津町の社会福祉協議会に呼ばれたのです。呼ばれて、まちづくりと団塊世代の地域デビューの手伝いをしてくれと言われたのです。初めは何を言われているのか分かりませんでした。どうもこういうことらしいのです。街がどうしても閉鎖的なのです。草津というのは日本一の温泉町なのですが、多様なニーズが出てきたのです。社協の皆さんが言うにはいろいろな例があるのですが、1つ分かったことは、温泉町には視覚障害者の方の雇用の場があったのです。いわゆるマッサージです。ところがマッサージの方々が高齢化しています。そういう人たちが食べていくためには旅館やそういうところに行かなければいけません。でもそこに連れて行ってくれる人がいないのです。海外に開かれてと言うのですが、海外に開かれてガイドできるかというところとそういう人がいない。そういう人たちのためにリタイアした人たちの能力を使えないか。そういう地域デビューの講座を開いてくれと言われたのです。ところが面白いことにチラシを作って社会協議会の人が出したのですが地域の方はほとんど来ないのです。来たとしても、その時は関係で来るのですが継続しないのだそうです。考えてみれば当たり前のことです。地域の皆さんは地域でお役目がたくさん決まっているのです。それ以上ものを増やされても対応できないし、変に突出したらやっかみになるなどいろいろなことがでてくるのです。そういうことがあって、社会福祉協議会がリゾートマンションにチラシを入れたのだそうです。そうしたら人がたくさん集まってきたのだそうです。今まで会ったこともない人が実は街にはいるのです。そういう人たちは、街に貢献することによってアイデンティティ、帰属性を求めたいのです。そういう人たちのための講座を開いてくれ、ワークショップをやってほしいということだったのです。それなら私、話は分かると言ったのです。なるほどねと。そういう人たちはやはり二地域居住でした。ほとんどが。東京周辺にまだ住民票を置きながら週に3、4日来

たり、あるいは真冬の温泉の良い場所と真夏という時に長期滞在、一種の定住をしている方が多かったです。草津は余計そうなのですが、あそこは別荘地ではありませんからリゾートマンションに対しては、街の衆は胡散臭がっていたのです。これは後で中沢さんが来るとどのようにおっしゃるか分かりませんが、結構胡散臭く思っていたのです。そしてサービスをよこせという話ばかりくるので嫌だったのです。でもこの社協で講座を開いて分かったのは、その人たちは極めて多様な国の言葉ができる人が何人もいるのです。「私はスウェーデンに〇年いました」とかです。そして「実は配食サービスを東京周辺でやっているのですが、生活周辺の拠点をこちらに移していないので、そういうことでもボランティアをこちらでもできるのか」など数多くのもので出てきました。今、リゾートマンションや別荘にせっかく増えてきた人たちと一緒に街をつくっていくとすると旧村部分に本当に必要な部分、足りない部分と、二地域居住なり新しい定住移住の方々が持っていらっしゃる能力をどのように結合させていって、そこに人が生きる場所をつくっていくのかというのが現実問題になりつつあります。

頭で描いていることではなく、接点が見えてきたとあって、今年、社協の方々といくつかのワークショップをやってボランティアを起こそうと考えています。草津町というのはあの温泉でも分かるように硫黄源ですから非常に酸度の強い川が流れています。その中和工場があります。中和工場そのものを1つのアメニティ施設にしようとして国交省がやっているのですが、施設はつくったものの、人が来ても誰も解説ができなかったり、それを楽しみにできなかつたりします。石に酸性のお湯を入れると腐食するものだから百年石とかいうものを作っているのですが、それを指導できる方は1人くらいしかいません。それを複数の方がしてくれれば、温泉町に来た人が使えるとか、先程の視覚障害の方々の移動のためにみんなが協力できるとか、諸外国の方が来た時に対応できるとか、そういうボランティアの人は、既存の人ではお役目が決まっているし、温泉町であればあるほどヒエラルキーがかなりしっかりできているのでなかなか難しいのです。そこによそ者が入ってくれて存在価値を示すとやっとな町ができていくということです。今、ワークショップをやろうと思っていて、このワークショップが1年間うまく続いてその後でここで報告したら、もう少しまとめた報告ができたと思いますが、今、そんな用意をしています。そんなところで今日は許していただきたいと思います。

(開催日：070608、場所：京橋)

少子高齢化の地方社会における地域スポーツのあり方

・可能性・プロモーションの方策

平成国際大学教授／筑波大学名誉教授

佐伯 年詩雄

Q1

山梨でもヴァンフォーレ甲府がJ1に昇格して今年2年目を迎えました。J2の最後の年くらいから、地元でもサポートしていこうという機運が盛り上がりました。甲府は20万弱の都市ですが、毎節1万2,000人ぐらいの観客を集めています。

1つの特徴として、家族連れで見に行くという点が挙げられ、月並みな言い方ですが、Jリーグのある生活が定着してきていると思います。とはいえ、浦和のようなビッククラブや、新潟のような地方でも浦和並みの多くの観客を動員するチームもあります。成功しているチーム、地域を巻き込み、地域のJが盛り上がることで地域のスポーツも盛り上がっているという例を教えてください。

佐伯氏 鹿島がモデルケースだと思います。鹿島は大都市型ではないのに頑張って、ワールドカップ以降、今は停滞していますが、それまでは牽引力になっていました。鹿島で可能であれば新潟でも可能ではないかということで、次は新潟モデルが出てきました。そういうモデルがあったから「うちでも可能性がある」と、多くの所で考え始めたということです。やはり、新潟と甲府の違いはスタジアムです。

大分なども、ワールドカップを機に造りましたが、インフラを公共的に整えてくれたことが大きい。しかし、もしそれがうまくいかない場合、そのインフラが重荷になってしまうこともあります。だから、甲府は全く違う形で、外的なインフラ整備を受けなくともやっていける、新しいモデルになると思います。むしろその方が、下から上へのボトムアップのスタイルとして、むしろこれから注目されると思います。20万規模といっても、ヨーロッパで見ればあたり前の規模。サッカーのプロのクラブで、フランチャイズになる規模としては小さいわけはありません。地方のみなさんは「うちは地方都市だから」と言いますが、ギリシャ文明最盛期のアテネの人口は20万ぐらいです。それで1,000年以上も残る文明の礎をつくったのだから、20万あればやろうと思えばパワーはあるわけです。それを、総体的に東京の1,000万人と比較してしまうから、パワーレスのように印象づけられてしまいます。20万の人材がいたら、できないことはない。ただ、それを適材適所でうまくネットワークをつくったり、オーガナイズしたり、また20万の人口のアイデンティティーがきちっと固まっているかどうか。そういうものの違いは非常に大きいと思います。ヴァンフォーレが、今の形のような甲府のアイデンティティーをボトムからつくっていくことは、甲府にとってもものすごく大き

な可能性を開発していることだと解釈できると思います。問題は、そういう形で地域活性化をリードしていく人たちの世代交代が、スムーズにいけるかということ。その点が、新潟などでもこれからの問題だと思います。池田さんがいなくなった後に、あのガバナンスを発揮できる人材が備わっているかどうか。

Q2

そういう人材を育て上げることを、サッカー協会ではやっているのでしょうか。

佐伯氏 やっていないから問題なのです。悪口を言えば、川淵さんが早く辞めなければいけない。本当ならドイツの後、ずっと辞めればよかったのです。もう一期やる気になってしまったから、協会の中がごたごたしています。

Q3

川淵さんがサッカー協会をお辞めになると世代交代します。すると、Jリーグの今までディレクトをしていた人たちも世代交代するという形になるのでしょうか。

佐伯氏 そういうことを政策的に考えないといけません。失敗したから辞めさせるというのでは駄目。任期をきちっと決めて、政策的に次の世代のリーダーは誰にして、どういう養成をしなければいけないか、ということです。もちろん選挙などの民主的手続きは必要だが、それと同時に、世代交代をスムーズにやって、100年構想なら、100年構想の理念を継承して、実践していけるような人的体制をつくっていかないといけません。その点がちょっと失敗しているかなと思います。アスリートの養成は、今のところ成功してきています。若い世代で国際的に通用するアスリートを輩出するようになったから、それは確かに成功したのだけれど、マネージメントとかガバナンスとか、ポリシーなどを担当するのはどうかというところ、ここが心もとない。かつて、川淵さんなどは企業マンとして育ってきているので、そのセンスがあります。その次の世代は、川淵体制の出来上がったシステムの中で育っているから、ある意味、狭いと思います。そういう面を補うような人材育成をしないと、それはいろいろな所で起こると思います。例えば、新潟でいえば、池田さんは元々企業人だから、そういうセンス通りに生きてきたわけです。しかし、サッカー体制が出来上がったところに入ってきた人たちは、サッカー的にやってしまう。すると、いろいろなネゴシエーションの能力とか、個人が持つネットワークとか、見えないところで大きな差があると思います。そこを育てようとしないと、せっかく出てきた芽が大きく花開くまで行きません。

Q4

確かに、アスリートや指導者にライセンスを与える機構はかなりできてきています。マネジメントや選手たちをどう育てていくかというのが、まだありません。それともう1点、サッカー協会の話ですが、韓国などは全世界、アジアに対して、ある種のリーダーとしてやっていこうという形で、よく立候補します。日本は弱いということについては、どう考えますか。

佐伯氏 日本は伝統的にアジアの名士だったのです。ですから、アジアを全く見ずに、欧米に追いつけということできずずっと欧米を見てきて、黙っていてもアジアの代表になれていました。特に中国が本格的に参加するまでは、何をやっても日本は勝てたわけですから。ですから、場合によってはアジア大会に行くのは2軍だったのです。ところが、ソウルを契機に韓国は国策としてスポーツ振興を行い、トップレベルで日本やアメリカを抜き、中国が参入してから日本はナンバー3になってしまいました。この欧米中心のスポーツ体制が変わらない限り駄目。支持がないわけです。冷たくしてきたわけだから。いろいろな形で支援をしていないわけではないが、中国、韓国に比べたらとても見劣りがします。OECD やいろいろな形を通じて、スポーツでも随分貢献はしているが、国がそれを評価していません。そこが大きいのです。つまり、日本の政治はスポーツ外交を全くしておらず、へたくそです。韓国は分裂国家だから、政情でうまくコネクションが取れない所に対しては、文化やスポーツでコネクションを取るのです。ずっと巧妙なのです。そうせざるをえない政治環境にあったということ。しかし、日本はそうではなかったから、公式ルートしか使用しないわけ。黙っていても、国際組織の役員の投票だったら、アジアは味方してくれると思っていたし、現に何の努力をしなくても票が集まりました。ところが、ソウルを契機にして、ほとんど韓国に取られてしまっています。ですから、アジアのいろいろなスポーツ組織のヘッドは、1980年代の半ばくらいから韓国に取られ、中国に取られ、という形になっています。また、大っぴらにはできませんが、韓国や中国の票集めは金や物を贈ったり尋常ではありませんから。日本はそれができず、その意味ではヨーロッパやアメリカのスタンダードになっていますが、韓国、中国はまだアジアスタンダードでやれる国なのです。国際的な発言力を持つと思ったら、足元の支持がなかったら無理ですから。

Q5

近年「総合型スポーツクラブ」が各地で生まれて、Jリーグ百年構想の中でも、そうしたことを目指したいとうたっています。山梨ではまだその兆しは見えていませんが、スポーツクラブの盛んな地域、また、なぜそこが盛んなのかという点はどうでしょう。

佐伯氏 昔から有名なのでは、神戸が「神戸アスリートタウン構想」を出しました。それ以前に垂水という団地があり、早くから総合型のスポーツクラブ運営をやっています。それらがある種のモデルで、スポーツ振興10ヵ年計画でもそれを取り上げました。しかし、実はこれは非常に難しいのです。というのは、日本には非常に偏った形でヨーロッパのスポーツニュースが流れてきていて、ヨーロッパで総合型というのは3割です。総合型になったのも1970年代の終わりごろからで、スポーツ指導が有料化したのです。それは、事故をめぐる裁判や補償金の問題が出てくるようになると、ボランティアではやれなくなるのです。そして、有料化すると小さなクラブでは抱えられなくなる。すると、小さなクラブが連合して総合型になっていくという背景があります。ある種の必然性がある総合型になっていきました。それはだいたい大戦後の大衆化政策の中でつくり上げられたクラブです。本当の総合型というのは、オールドスポーツクラブであって、上流階級・中産階級以上の人々がつくっていたクラブです。ウインブルドン選手権の主催をしているのもプライベートクラブで、英国テニス協会が主催しているのではないのです。あれはウインブルドンのローンテニス・アンド・クリケットクラブで、本来はクリケットとテニスのクラブでした。昔の上流階級のオールドスポーツクラブは基本的に総合型なのですが、大衆化のために政策がサポートしてつくるクラブは単一クラブです。そして、その単一クラブが、先ほど話したような形で財政的に小さいクラブではやっていけないので、集まってやっていくという形をとるようになりました。もともとヨーロッパのスポーツのライフスタイルは多種目で、ライフスタイル自体が総合的なのです。そこにクラブがあって、それでも総合型というのはそれほど多くないよ、ということです。ところが、日本の場合問題なのは、日本のスポーツのライフスタイルは総合型ではないでしょう。だいたい単一種目選考で、シーズン制もはっきりとっていません。特に、子供の時代にそうです。ヨーロッパやアメリカではシーズン制がきちっとしているから、ある時期からある時期にはこの種目だが、別の時期には別の種目をやるわけです。1年間バスケットボールだけやっているとか、ベースボールだけやっているとか、サッカーだけやっているとか、そういうことはないのです。そういう土台にある経験の違いですね。日本は小学校の高学年から部活系に入ってしまう、ほとんど1

年中バレーボールならバレーボールだけ。ライフスタイル全体を見たときの特徴と、Jが理想に考えているドイツモデルとものすごくズレがあるから、時間がかかると思います。時間がかかることを覚悟してやらないと、うまくいかないといって投げ出すことになってしまいます。本来、やり方としては逆で、スポーツライフスタイルをもう少し多様目・多様化して、その上に組織として総合的な多機能型のクラブをつくるというのが順番なのです。何ヶ所かは熱心な人がやっていますが、自己犠牲払ってもこれをやっていこうという人がいる所は残るけれど、そういう意味では、合理的なメカニズムがまだない。誰かが犠牲になって頑張っ、という熱心な人がいる時は続くが、そういう人が亡くなったり、転勤して出て行ってしまってもう駄目なのです。Jもつくる時にあれだけ頑張った人たちが撤退した時に、そういった問題が出てきます。私はそれほど甘く見てはいません。ただ、これから大きな資源として使えるのは大学です。地方大学は地域社会と結びつかなくては生きていけませんから。大学が持っている、いろいろな文化資源というものを地域の中に生かしていくと、いくつかのハードルをクリアしていく大きな資源になると思います。今、大学はそういう意味で必死ですから。もちろん、ベンチャーなどで地元の企業とジョイントしていく方法もあるけれど、やはり地域社会の中でサポートしてもらおうというのが重要になってきています。地元の代議士にいらぬ大学だと言われたら、文科省の制約に反対してくれる人がいないから。地元の代議士が山梨大学は必要ですと言うためには、甲府の人たちにあの大学はよかったと言ってもらわねば駄目ですよ。そういう時代になっています。大学の持っているいろいろな資源を地域還元していく、そして地域と一緒に両方の活性化につながる施策を両方でとらないといけません。それを、福島・早稲田・筑波もうまくやっています。どこもなかなか難しいと言っていますが。

Q6

山梨学院大学はスポーツ選手の養成には非常に熱心に取り組んでいますが、大学生が地域の子供たちに教えたりするというのでしょうか。

佐伯氏　そういうことをやるようになるのです。そして、地域住民も入るスポーツクラブをつくったりしています。それはよその国に行けば普通で、大学の職員だけが大学の施設を使うというのはほとんどありません。特に、学生だけが使うことはないです。だいたいそういう施設が寄付などでできていて、国の税金だけでつくっているのとは違いますから。つくったときからそういう運営をしていくのは当然のこととして考えられています。日本の場合、学校は学校で、地域社会とは隔絶した特殊な教育空間だと受け取られてきていました。今どきですよ、ようやくわかりつつあるのは、今、地方の国立大学は、生き残りは地域融合です。地域融

合以外補助金はとれませんから。そこがうまく結びついていけば、両方の活性化につながっていくのではないのでしょうか。

Q7

地域に融合しているケースが筑波大学のスポーツセンターですか。

佐伯氏 スポーツユニオンとって、2、3年前から、地域のスポーツ関係のネットワークの中心になりつつあります。生涯学習センターという形です。独立行政法人になってから運営を民営的手法でやらないと、通常の運営経費が毎年5%ずつ削減されていきますから。例えば、夜間練習するライトのお金などが問題になってきます。今まではみんな文科省が払ってくれてきたけれど、今度は自分たちで払うわけです。そういうことを考えると、地域住民に多少なりとも、儲かるほどではなくてもいいから使ってもらって、一緒にやれるようにすればいいと思います。

Q8

日本では「学校スポーツ」と「クラブスポーツ」が並存していますが、棲み分け、あるいは融合、どちらが望ましいでしょうか。

佐伯氏 イギリスもそうですが、ヨーロッパでは2000年ごろから学校スポーツにウエイトを注ぐようになってきています。日本との違いは、向こうは学校にトップアスリートのポストを持ってもらうということをしています。いわゆる優先入学です。例えば、サッカー協会が認定した、あるスタンダードを満たすアスリートを、何かロンドン大学が受け入れます。今までは学校と全く関係なかったが、スポーツで成功するだけではトータルな人生として幸せになれないことが分かっているのです。かつては階級的にかなり高いレベルの人たちが、トップアスリートでした。ですから、引退後もあまり心配なかったのです。ところが、強化策で強い選手を意図的に育てるようになると、家庭的なバックグラウンドがいい悪いは関係ないわけです。すると、スポーツキャリアは長くても40代初めで終わりますから、セカンドキャリア問題が出てくるわけです。それに対応する対策として、きちんと教育を受けさせるというのが、それぞれのスポーツ団体の基本的方針になっています。それを受けて、イギリスでは各大学にお願いして、ロンドン大学は5名とか枠をもらって、そこにアスリートを入れていきます。しかし、日本の高校野球のスポーツ奨学金などとは全然違います。大学が欲しくてアスリートを取るわけでない。つまり、向こうの大学はアスリートの名声で大学のブランドを高めることなどしません。そんなものは通用しないわけです。大学はどういう所かという社会的にスタンダードがあって、やはり教育研究がきちんとできないところは、

競技会で勝っても駄目なのです。日本の非常に特異な点はそこです。例えば、早稲田の野球部に入れば、授業に全然でなくても卒業できるというシステムは、向こうにはありません。たとえアスリートであろうとも、あるスタンダードを満たさなければ単位も取れないし、卒業もできない。しかし、国際選手権大会と試験があたった時には、そこに専門家が介在して、調整する役目の人がいます。キャリアサポーターといって、各クラブや競技団体にいて「ロンドン大学の〇〇君は、今度ヨーロッパ選手権に行かなければいけないが、セカンドセメスターの試験とぶつかってしまう」。すると、本人と相談して大学に掛け合うわけです。そして帰ってきてから試験を受けるとか、そういう措置をしてもらえます。それを、ようやく2000年くらいから行うようになりました。フランスでもドイツでもイギリスでも。それ以前はほとんど関係ありませんでした。日本の場合は、入りすぎちゃって、スポーツやっているのか勉強しているのか分からなくなってしまっていて、そこが非常にいいかげんです。日本と同じように、競技成績を学校のブランドにするのがアメリカだったのですが、それでもアメリカの場合、全米スポーツ連盟の公式競技会に参加するためには、その学期の成績のスタンダードがあります。そのスタンダードを満たさない選手は、その学校を代表する選手としての資格を失います。そういう厳しさを持っています。日本はスポーツさえやればいい、という形になってしまっています。

Q9

それはセカンドキャリアが比較的安定しているということでしょうか。

佐伯氏 安定していたのは企業スポーツがあった時。企業が全部引き受けてくれていたのです。トップアスリートとセカンドレベルまで引き受けて、企業が買い込んで一流選手にもしたし、一流企業人にもした。それが、バブルが破綻した時、このシステムが崩壊して、企業は選択と集中です。全国の工場5, 6ヶ所全部に野球部を持っていたのを、1ヶ所に集中してあとは全部止めてしまうわけです。諸外国は「日本はいいね。学校の中にスポーツが置かれているから、勉強もちゃんとやれるし、スポーツもちゃんとやっていけるだろう」、そして企業に行って、仕事もやってスポーツもやって「セカンドキャリアは全然問題ありませんね」と見えますが、実態は全く違います。確かに学校の中にスポーツはあるが、スポーツしかない。スポーツの空間だけで生きている。企業でもそうやってきたのです。ただ、今までは企業に再教育するゆとりがありましたし、それを非常に大事にしてきたのです。今はそのゆとりもなくなったし、企業から見たスポーツの使い方が変わってきて、どうしても新しい工夫が必要になっています。社員の団結などもあまりありません。だいたい同じ職場にいませんから。だからアウトソーシング

した感じになってしまいました。日立のバレーが典型的ですが、全然関係のないところで日立の名前を付けたバレーボールをやっている連中がいるね、ということです。確かに、テレビに映ったり新聞に書かれたり日立という名前は出てくるが、だからといって日立の社員がうれしいとも何とも思わなくなった。それが企業スポーツ崩壊の最初です。だから、日立の女子バレー部解散の時、会社が心配したのが社会的批判、特に組合からの批判です。私に言わせれば、世界有数のオーケストラを平気でつぶすことに等しいわけですから。それが、抗議の電話が2桁にならなかった。組合からも何の反応もなかったということで、それくらい要するに身内ではなくなってしまったのです。あろうがなかろうが関係ないと、心配してくれなくなってしまったわけです。しかし、これからはCSRの中で一番下のランクにあるのはコンプライアンス・法令遵守で、一番上にあるのは社会貢献。この中で地域社会と企業が最も強いつながりのルートを持つとしたらスポーツ、メディアとしてのスポーツなのです。それだけの可能性を持っています。ヨーロッパの企業にインタビューに行くと、日本をうらやましがります。企業がスポーツチームやクラブを持てるということが向こうにはありません。せいぜいネーミングライツ。日本の場合は、企業が自分のチームやクラブを持ってコントロールできるという点が、素晴らしい、うらやましいと言われます。つまり、経営資源として使えるわけです。だが、日本の企業はそれをやらず、経営資源として使っただけでこなかったから、ただの広告塔にしか考えてきませんでした。そこにこれからの日本の企業スポーツの新しい幕開けが来るのです。学校スポーツも企業スポーツも、日本の社会の中において見ると、良さが分からないところがあります。でも外から見ると、教育もスポーツも、また仕事もスポーツもきちんとできる体制にあるのは素晴らしいことです。それを実態はスポーツだけになってしまっていたから、うまくいかなくなってきました。

Q10

スポーツを地域資源や経営資源に照らして、いかに考えるかによって、政策なり企業経営のあり方なり、そういうものは全く変わりますよね。

佐伯氏 国も国策の中でスポーツをどういう資源として考えるかを検討していないから、どの政党もしっかりしたスポーツ政策がありません。とにかくオリンピックではできるだけメダルが欲しいとか、その範囲でしか分かっています。問題は、4年に1回国民がスポーツを応援するのではなく、4年間応援するようにしないと駄目なのです。メディアが4年に1度次は北京だ、ロンドンだと騒いでも、それでメダルを取ろうというのは、運を担ぐに等しいです。やはり国民が4年間応援して、その成果をみんなで見ようというのならいいが、4年間知らん顔してお祭りだけ参加しよ

うというのでは駄目なのです。

Q11

例えば、ワールドカップという一種のイベントを仕切っている広告代理店に対する批判があります。広告代理店はスポーツを商売にしているわけだが、スポーツに対してどういう取り組みをしているのかどうか。例えば、サッカーに対してどのように支援しているのか。これについてはいかがですか。

佐伯氏 難しいところです。最大の商売のネタになっているわけだから、健全に育ててもらわないといけないと思います。一時期、日本の広告業界が盛況でどんどん伸びたのは、別に広告が上手なわけではありません。要するに経済がどんどん広がり、広告需要が工夫しなくても出てきました。それだけの話で、今行き詰まって来ています。だから、新しい知恵を出さないとストップしてきます。電通がもし本当の広告会社だったら、負けた時にどうやってサポートする広告が出せるかというのが、仕事だと思います。勝った時に「おめでとう」というのは、別に電通でなくともどこでもできるわけだから、リスクを負ったときにカバーできる広告を、どうやって打ちますか、ということです。博報堂でも電通でも、これを全然やってきていません。要するに、勝ったときに「おめでとう」という広告しか作っていない。サントリーが東芝に負けた時、翌朝の朝刊にサントリーが「東芝さんおめでとう」という広告が出せないのです。どっちのブランド価値があるかといったら、勝った東芝よりも、それをほめたサントリーの方がブランドが高くなります。それが分からない。電通といってもまだそういうレベルなのです。

Q12

Vリーグが低迷した時にどうサポートするのか、それがコンテンツ産業のやり方だと思います。

佐伯氏 スポーツのコンテンツは完全にグローバルです。野球一つ見ても、国民から視聴料とって運営しているNHK自身が、ほとんどメジャーリーグと一緒にです。例えば、地域メディアがヴァンフォーレをサポートするというのはこれからも残るが、ナショナルな選手はどんどん薄く、グローバルになるわけです。その辺りに広告の世界の人も迷いがある。どこまで乗って、どこまでサポートして、どこでチェンジしたらいいか問題があります。それに付いていけないと、スポーツをどういう風に広報活動の中で生かしていくかについてもできなくなります。

Q13

確かに受け手も、日本人が勝たなくても素晴らしいプレーだったらいい、という感覚で見えてしまいます。

佐伯氏 日の丸つけた人が出ないと見ない、ということはなくなっていました。それだけスポーツ自体がカルチャーとして洗練されたものになっていると思います。報道スタイルも映像もずっとよくなっています。だから逆に、そういう意味で、地域メディアと地域スポーツのコネクションが非常に強くなる可能性があります。

Q14

地域の企業やスポンサーとの関係ですね。地元の山梨日日新聞ではヴァンフォーレの記事を大きく載せて、部数が上がっているという状況があります。

佐伯氏 そういう固有のニュースソースをしっかりとつかまえて、しっかり生かして、そこに付加価値が生まれる可能性があるから、そこにスポーツメディア自身のパワーがあるのです。スポーツニュースは、スポーツの出来事だけをメッセージとして伝えるのではなく、いろいろな物を巻き込んでいけるので、そのメディア力は侮れないものがあります。ですから、どこの大きなメディアもまずスポーツのコンテンツを取ってしまいます。特に有料放送系は、ルパートマードックがイギリス・プレミアリーグを取りたいというのは、そこを足がかりにヨーロッパ全部のサッカーを支配下に置きたいという、それがメディアを牛耳る最善の手なのです。

Q15

大人になるとスポーツする人はしますが、やらないとずっと離れてしまうという状況があると思います。成人のためのスポーツ、健康のためにはスポーツの推進のための対策にはどのようなことがあるでしょうか。

佐伯氏 日本のスポーツは、1964年に東京オリンピックをやって、ステージに上がりました。そこから80年代にかけて、大衆化の第一段階に達したわけです。その時に、ほとんどの人が「スポーツはおもしろい」と分かったと思うし、やり方をうまくすれば健康にもいいと知ったはずです。だけど、そこから「だからやろう」という人と、「もっと条件がよくなったらやるかもしれない」という人に分かれます。結局、その先にいくために何が必要かという、スポーツのよさやおもしろさは分かったが、自分にとって大事なことなのかどうかという点に1歩進められない

とならない。ヨーロッパでは週に3時間以上というのがスタンダードで、それがライフスタイルとしてのスポーツ。スポーツがライフスタイルに組み込まれている状態です。定期的にやっている人は3時間。日本では週に2回といますが、お国柄の違いで、向こうでは回数でカウントしません。そういう風になるためには、スポーツがただ楽しい、おもしろい、健康にいいという認識から、人生を生きる上で大切なこと、豊かな幸せな生活の一部としてスポーツがある、という大切さのところに行かなければ駄目。そこにどうやって持っていくかが勝負です。健康にいいことは分かっているのだけれどやらない、それはライフスタイルにならないから。ライフスタイルになるためには、自分の生き方・暮らし方の中で大切なものにカウントされないと駄目なのです。カウントされなければ、条件が悪くなると捨ててしまうということです。

Q16

スポーツを「好き」から「大切なもの」へと移行するには、どうすればいいのでしょうか。

佐伯氏 その人が自分のスポーツを継続していくのに、どういう目標を持つかということ。それがないと駄目でしょう。そうでないとイベント型の参加ということになります。イベント型でもいいのだが、次にどのイベントに行こうかなと思った時、例えば、ホノルルマラソンにいつか出ようと思ったら、そのための準備をしましょう。そういうプログラムを自分で作らないと駄目です。ところが、日本の人たちはチャンスを与えてもらったらやりましょう、という感じでずっときています。どちらかというと体育的スタイルですが、体育という枠があって時間割が決まっていて、その時間が来ると運動をする、というパターンのまま来ているから。要するに、自由にデザインしないと駄目なのです。さっき言ったホノルルマラソンに出たいと思ったら、いつ参加しようか、そのためには週に2回は走ろうかなという形でプログラムができていくでしょう。すると、希望を達成するためのプロセスを自分でデザインしていく、そういうことが大事です。それがないと「はい、皆さん、集まってください」という掛け声を掛けられたときに、「きょうは暇だから行こうかな」ということになります。そういう主体性を導き出すようなものが今までなかったですね。

Q17

ランニングの世界は1人でできるし、目標とするイベントも多いので、先生が言われたことを作っていきやすいと思います。逆にある意味、ランニングにしかなく、多種目ではないという状況です。

佐伯氏　これから変わるだろうと思われるのは、ネットにつながるネットワークみたいなもの。例えば、フットサルも定常的なチームやクラブがなくても、何月何日どこでフットサルの大会をする、参加料はいくらです、とネットで申し込んで、来た人だけでチーム作ってやっていくというスタイルが、かなり生まれてきています。チームゲームだと、チームを組んで練習していかないとできないかという、そうではなくなってきました。もちろん、選手権大会に行つて勝つと思えば、練習しなければなりません。そうではなく、ゲームだけを楽しもうと思つたら、ネットを通じてチャンスを提供しコネクションをつくり出す、そういう潜在能力が社会に広がっています。そういうことが、今後もっと増えるだろうと思います。人の絆は、最初は血のつながり、それが血縁から地縁にいつて、その地縁というテリトリーで地域もずっときていた。グローバルな時代になると、その次の人の絆をつくるのは文化。血縁、地縁、文化縁と、ネットワークを結びつけるツールが発展してきています。それを可能にしているのがインターネットです。そのうち翻訳器が日本語で話せば、向こうではフランス語で出るとか、そういう設定ができるようになって、もっと楽になります。また、問題にもなっていますが、ヴァーチャルスポーツというものが、その世界を通じて出来上がるようになります。フランスの誰かと、ドイツの誰かと、日本の誰かが、日本のヴァーチャルの世界でつくつたアスリートを提供してチームを作り、ヴァーチャル世界で対戦するというのが可能になります。そうなるとファミリースポーツとかコミュニティスポーツもあるのだが、同時に新しいヴァーチャル空間のスポーツが出てきて、即グローバルになっていく。あと20年ぐらいで可能になると思いますね。スポーツの見方も変わります。ナノテクの発達の中で、今言われているのは、アスリートの体の中にチップを埋め込んで、心臓の鼓動だけではなくメンタルな部分まであらゆる情報を発信できて、それを視聴者が自分の体内に埋め込んだチップで体感できるものです。だから、カール・ルイスの走り幅跳びの助走から着地までのそのものを体感できる、それがテクノロジー的には可能になるのです。ですからスポーツ視聴がものすごく変化しますね。

Q18

ヴァーチャルスポーツというのは具体的にどういう感じですか。

佐伯氏 王、長嶋とマーちゃん、斉藤でチームにつくる。データはすべて彼らがつくったデータなのです。あるピッチャーの投球に対して、王が出してきた実績をデータにして、カウントされるというヴァーチャルチームで、データはリアルなものです。子供がやっているゲームは、データを自分で設定するから、それとはちょっと違います。アメリカではもうリーグができているといます。対戦料払って対戦するのだそうです。

Q19

体感できるというのは、健康にいいのとは全然違いますよね。

佐伯氏 もちろん生理的なレベルではそうですが、心理的レベルではそういうものもあるでしょう。この4. は難しい部分があって、違った視点から見たときに、「心臓だけ丈夫な人をつくってどうするの」と、言われてしまうのです。寝たきりの人とか。大きな問題は健康寿命と平均余命との差なのです。日本人は長生きだが、不健康余命が長い。これをいかに縮めるかという問題があって、そうした時に「心臓だけ強ければいいの？」ということが起こるでしょう。心臓停止を死とするとなると困るのです。スポーツと健康の問題を、もっと多面的に見なければいけないでしょう。血流をよくするとか、そういうことだけで考えないで。やはり、トータルな人間の経験としてのスポーツが持っている健康への可能性を見ないといけません。

Q20

山梨では八ヶ岳で、健康メニューを提供している財団があります。メタボリック症候群などの予防のため、需要もかなり増えているようです。こういった健康スポーツへの可能性や指導スタッフの養成などは、どう進めていけばいいとお考えですか。

佐伯氏 運動指導士というネーミングもそうだが、もともと施設型で、器械を扱うから器具の安全とか負荷の適切性とか問題になる世界です。エコの場合はそうではなく、コースをどうするかという問題はありますが、元々は自分の今の状態に合ったようにやり方を工夫すればいい。環境と自分との適切な関係性というものを、自分で発見できるようになっていく、それが自己発見でもあります。同じ健康と言っ

でも、心拍数がいくつ上がってどうだというスタイルではない形に行くべきだと思います。要するに、ランニングマシンに乗ってやるのとは、全然違いがありますよ、というところを前に出して、結果としてヘルシーになる、というのがいい。しかし、ただヘルシーになるためにというと、同じところに落ちると思います。ただ世界が体育館ではなくなっただけであって、意識が変わらない。そうではなく、もっと環境と自分の関係性を最適にするように、自分で能動的に動いてみようということになれば、違ってくると思います。そういう意味でのコンセプトは、場所がリゾート地で健康的なスポーツやりましょう、ということではなく、エコロジカルスポーツ化というコンセプトにしないと。要するに、マシン上でモルモットになって心拍数が上がったから効果が上がった、というのではなくて、データを見なくても自分の体感として「ああハッピーだった、ヘルシーだった」と分かるようなやり方がいいと思います。

Q21

平成国際大学ではスポーツプロモーション学部を設立予定とのことですが、そのねらいは。

佐伯氏 法学部ができて10周年を迎えました。元々建学の精神の中に「北関東に総合大学をつくる」というのがあって、10周年を迎えたから2番目の学部をつくりたいということで、スポーツ系の学部を、と学園自体が考えていました。私の前に、1年上の松本さんというサッカーの方が行っておられました。彼がプランを作って、見に来てくれというので見に行ったところ、名前が「スポーツ健康科学部」だったわけ。こんなそこらじゅうに転がっているような名前では駄目だと言いつつ、それで考えたのがスポーツプロモーション学部という名前です。それで理事長に説明したら、これでいこうということになって、私が行くことになったのです。デザインも人も決めてあるのですが、結局、法人の経営問題で、文科省に経営の正常化が先だといわれて、つまづきました。スポーツの振興とスポーツによる振興の両方です。今の考え方では2つのものに分けて、スポーツの振興はトップアスリートの養成から、コーチやトレーナー。この中で特色のあるものとして地の利があります。浦和レッズや大宮アルディージャがある、隣の県だが柏レイソルがあるなど、半径20キロ以内にこれだけあるから、サッカー科学というものができます。これがスポーツプロモーションで、スポーツによる地域プロモーションです。それで、従来型だけれど名前を変えて、人間性開発というセクションを置こうと思っています。これは簡単に言えば、教育部門です。2番目がヘルスフィットネス開発、3番目が地域開発、4番目が国際交流開発です。中でも、ネーミングの新しさだけでなく、ジャンルの新しさとして出てきているのが、国際交流開発で、

スポーツの開発の分野では日本でやっていないところです。こういうオリジナルなものを入れないと、僻地にあるからとても生き残れない。自己の存在証明をしていかないと、何のブランドもないところは、いくら受験生が大勢来てくれても5年ももちませんよ。スポーツ系は、そこから人材をつくっているのですから。早稲田や法政など、可能性が言われているところはほとんどの大学がそう。なぜかというと、元々の大学が資源は持っているのです。一般体育が必修だったから、そのために土地を持ち、人も雇っていました。それが今、必修から外れてしまったから。1つは資源の有効活用として、どうせ運動部を持っているのだったら、学部にしてしまおうというのは当然の発想です。だから、どこもかしこもつくって、有力校はだいたい高校も持っているからマーケットをかなり握っているのです。そういう所と競争していくためには、そこにないものを持たざるをえないのです。それで名前もおしゃれに工夫して、目立つようにつくってみたというわけです。そういう所は、早稲田もそうですが、有効資源活用ですから、現有資源にしばられ、オリジナルをなかなかつくりにくいのです。人も持っている人を使うし、施設もある物を使うでしょう。そうすると新しいアイデアで、新しいものをつくるということにならないのです。ところが、うちは何も持っていないから、スタッフもこれから集められる、施設もこれから造る。ですから、新しいアイデアでスタートできる場所に強みがあって、こういうオリジナルなものを打ち出していきたい。当然、スポーツによるプロモーションというのは地域を、また埼玉の加須市だけど、そこから一気に日本を飛び越えて国際交流までいってしまおう、ということです。スポーツはそういうメディアということです。ですから、加須市の地域に対する貢献・連携もするけれど、同時に国際交流まで視野を広げて、スポーツが持っているメディアの可能性を生かしていこうという考え方です。

Q22

最終的に人材はどういう分野の世界に行くのでしょうか。

佐伯氏 どこでも、どういう資格が取れるかということを追っかけています。問題は、スポーツの世界が他の分野に比べると、150年アマチュアの世代で、職業化していないのです。アスリート以外は。それは文科省と厚労省の大きな違いで、厚労省の方の資格はほとんど職業化しています。文科省は資格を与えてボランティアなのです。これは医療・健康・介護まで含めた分野と、スポーツ・文化分野の資格の違い。片方は飯が食える、片方はボランティアで社会貢献する。これを変えていかなければいけません。

資格を取るのに、文科省と厚労省ではかける投資の額が違います。文科省はただみたいなものだけけれど、取っても飯が食えない。厚労省は投資が必要だが、取

れば飯が食える。特にこれからは介護・福祉の分野ですね。間違いなく労働力不足になりますから。しかし、予防介護ということまで含めると、スポーツの分野でもっと専門資格を出して、それとジョイントしていける可能性はある。だが、そこで文科省はオリジナルな有給な資格をなかなかつけれないのです。やはり厚労省に牛耳られてしまって。せっかくこういうものをつくるなら、そういう分野につながっていくような、つまり専門職化していけるような所を開発していかなければいけないと思っています。

Q23

確かに世界的に見ても、ヘルスプロモーションに関しては2派あります。1つは医療側から入り込んだもの。いわゆる厚労省側から、健康予防の分野を医学で押さえようとしている。もう1派は保健体育という形かどうか分かりませんが、心理学系の教育から来ている。その2派がせめぎ合っているのが世界的潮流なのです。いきがいと生き方のようなものは、医療からは出てこないですから。

佐伯氏 最終的には、生きがいなどそこが重要になってきます。存在していること自体に対する肯定感を、障害を持ったり、介護を受けている人が持てないと、QOL (Quality of Life) が上がらないわけです。困っていることを助けてもらうだけでは駄目。そうではなくて、あなたが存在していることを肯定してもらいたいわけです。いろいろな負担を掛けているけれど、あなたがいてよかった、と言ってもらいたいわけです。それは従来型の介護や福祉のやり方ではできないのです。ターミナルケアと同じようなもので、そこが最終的に一番重要になってきています。そこに心理学をテコにして、教育系のマーケット化しようという力学が働いている。それに対して医学系が防衛線を張るということです。ですから、社会福祉士とか介護士というものの設立については、ものすごく闘争があります。医学科ではそれを看護の問題にしようと主張しますが、しかし看護ではカバーできないでしょう、というのが心理系主張です。

アメリカでは、がんにかかった人をケアするがんカウンセラーというのが、専門職でいるらしいです。日本では、医学と心理学とのけんかできない。要するに、医学の方が、心理学者がそういう形で入ってくるのを、ストップかけている状況らしいです。病院にがんカウンセラーがいて、がんを告知したときのケアなどをやる体制が、向こうではできているらしいですが、日本ではないようですね。

Q24

ある病院・特別養護老人ホーム・ケアハウスを経営している理事長と話をしましたが、公立病院は崩壊ですが、民間病院も駄目らしいです。厚労省が保険点数を上げないですから、介護もきつきつで駄目になってしまうと。残るのは何かというと健康老人ホームです。それで温泉を掘ったりして余裕をもった方向にシフトしていく。医者というのは確かに今までは儲かったのだが、施設を医療法人として自分で借金をしてつくり、先生も地方大学から呼んでくればいい。ところが、最近はもう借金ができない。施設はもう公共にしてもらって、運営だけする。もう1つは健康の方にシフトしたり、生きがいにシフトしたりするというのが残されたわけです。

佐伯氏 だから、民間のお金が動くところと、公共のお金しか動かないところの違いになってしまいます。介護になると税金を頼りに窓口をつくってしまうから、もう上がらないわけ、拡充しないから。しかし、民間の健康な人は税金で面倒見てくれないから、自分のお金でやるでしょう。そうすると、これはビジネスの世界ですからアイデアややり方がよければ、マーケットが大きくなる可能性があります。だからそっちへシフトせざるをえない。出してくれないところを、いくら相手にしても仕方ないわけでしょう。

Q25

新設学部では、どういう資格がとれるのでしょうか、ということが問われますね。

佐伯氏 全部は与えられないけれど、こういうものについてはいくつかの単位が免除になるとか。だから保健体育教員とレクレーション指導者とか、簡単に取れるものが取れるが、他で教師も倍率が高いから大変です。職域開拓が総合的に必要なのです。ある意味新しいサービス産業だと思います。

この分野の一番の問題は、キャリアを上がっていく体制ができていないということです。若い時は勤まるが、月給も上がらないしポストもない。だから、続かないのです。職域改革が途中まで行って、ストップしてしまう。どうせ若い時しかやらないから、インストラクターなどでも短大出で十分ということになってしまいます。クラブマネジメントは別の経営を出た人たちがやるから、実技指導は若い人でいいと。キャリアアップにならないのです。介護の世界もそうですけれど、志を持って入っても本当に忙しくて安月給だから、3年も経つとみんな転職してしまいます。ノウハウを現場的に蓄積した、本当に優秀な介護師は育たない

のです。3年で引退してしまうから、フィリピンから連れて来なくてはならないとかね。その職域で志を持って入ったら、キャリアを積んできちっと報酬もついてくるという形にしないと、本当の職業分野として成り立たないです。

(インタビュー実施日：070629、場所：青山)

国民保養温泉地の健康サービスの動向

社団法人 におい・かおり環境協会 顧問 井上 昌知

本日はこの研究会に参加させていただきどうもありがとうございました。今から20年前、当時はまだ環境庁と言っていましたが、その課長をしていて、その中の仕事の1つに温泉法の施行というのがありました。その関係で温泉と付き合うようになったのですが、私の卒業した後に、10人ほど次々と後輩課長ができたと思うのですが、誰もその健康と温泉フォーラム活動に入ってこなかったという点では、相当変わり者ではないかと思えます。温泉みたいな訳の分からないものによく付き合っているなという感じですが、とにかくそういう経歴の関係で、今日ここで皆さんとお会いすることになったわけであります。よろしくお願ひします。

国民保養温泉地等の制度創設の目的

まずはじめに、国民保養温泉地の分布の状況です。地域別に右の方に数字が書いてあります。全国で91あります。ブロック別にこのような数字になっています。赤点でプロットしてみますと、だいたい全国で平均的にあまり偏りが無い状況で存在しています。今日みえているこの増富温泉も1つとしてあります。この下は下部でござひます。



まず創設の目的ですが、昭和 29 年に始まった時の書類が残っているのですが、温泉地の繁栄は歓楽地化の傾向を生むというのがまず前提としてあったわけです。昭和 30 年代、40 年代というのは、日本は経済的に非常に高度成長でした。そのために歓楽地化というのが始まって、それを非常に心配しているという行政の事情があったのでございます。

そういう世代的な背景を下に、温泉地は国民の健全な保健休養の場でなければならないということを当事の温泉行政の実施の人は考えたということでございます。

今後、発展の可能性の温泉地、今後発展というのが、今になって振り返ってみれば、発展していないところもかなりあるのですが、今後発展の可能性のある温泉について理想的な目標を樹立させ、これが温泉地計画の基になるわけですが、国が助成をするというのが、創立の目的であったわけです。その結果、国全体の温泉地の公共的な利用が促進すると。現在のその温泉地が 3100 を越しているわけですが、その温泉地が公共的な利用されているかということになると、公共的という視点から見れば、ほんの一部のものしかそんな利用はされていないのではないかというふうに思いますが、その役割を国民保養温泉地が果たしているかどうかというのがやはり問題だろうというふうに思います。

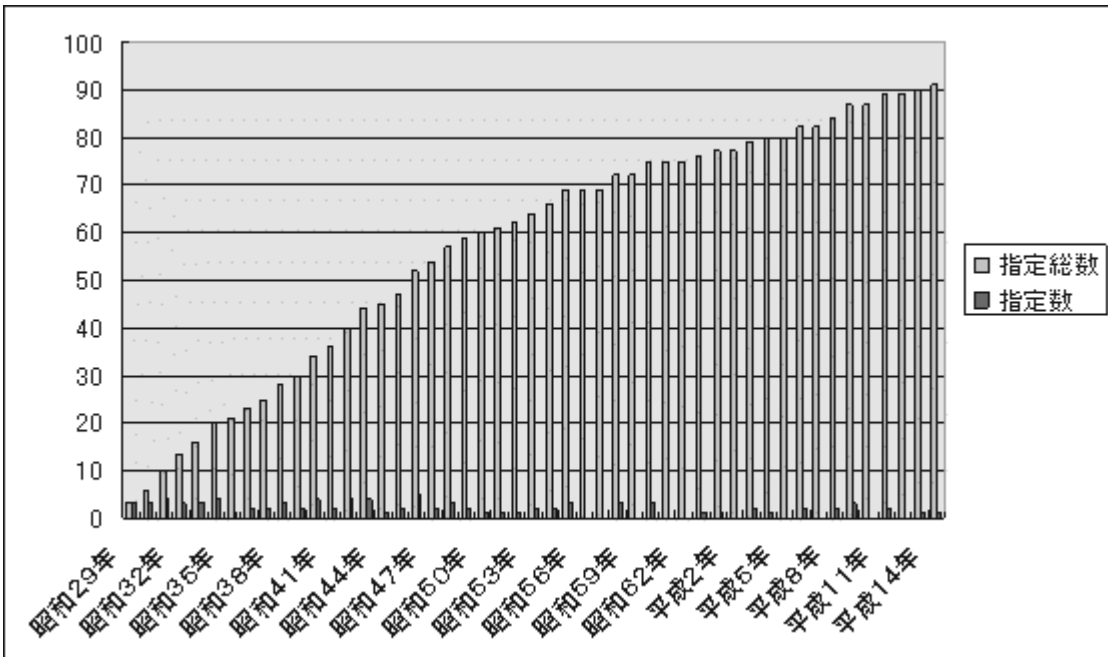
制度を創設したのを機にどういう経過を辿ってきたかの変遷を見てみると、昭和 29 年、これは第 1 号ですが、酸ヶ湯と日光湯元と四万の 3 カ所が第 1 号として 29 年に創設されました。その後どんどんと増えていったわけですが、少し飛びますが、昭和 56 年に国民保健温泉地制度が新設されました。これは国民保養温泉地と全然別のものかというところではありません。国民保養温泉地の中の特に保健的な性格を持っているものという言い方になっていて、国民保養温泉地とは別に、条件が定めてあります。この時の事情、裏話をする、毎年各省は 8 月までに大蔵省、当時大蔵省で今は財務省ですが、予算要求します。その財務当局からそろそろ温泉に補助金を出すような時代ではなくなったのではないかなと言われ、それで何か知恵を出さなければいけないということで、国民保養温泉地の中でも特に普遍的なものを選んで出すのだということで財務当局を説得したというのが事の真相であるようです。

さらに進んで、平成 5 年に「ふれあい・やすらぎ温泉地制度」がまたできたのですが、これも同じようなことを言われて、国民保養温泉地のうち特に自然とふれあうものが多いものというものに出すのだということになりました。保健という健康志向から少し離れて、自然とのふれあいとか安らぎとかいう言葉が挙がって、あまり医学的に傾いていないという点にこの時代の特徴があるのではないかなと思っておりますが、いずれにしても財務当局を説得する理由ということでございました。

それから 1 つは、温泉法が何回か改正されていますが、創設当時は温泉法 14 条だったのですが、今は 25 条と条文が大分ずれています。

その次は指定数の推移です。(資料の) 下に赤いポチ (点) があります。これが 1 年間に指定した数。上の青く伸びていっているのが累計で現在 91 です。平成 14 年が今まで指定してきたなかの最後で、15 年以降は指定が行われていません。多い年はだいたい 5 カ所く

らい、少ない年はゼロ、全然なかった年もあります。



□ 国民保養温泉地の選定基準

それでは保養温泉地の選定基準はどうなっているかということですが、まず温泉の効能、湧出量、温度、この3つについて条件を定めています。

1つは泉効が顕著であることです。泉効が顕著というのは、要するに温泉が病気に良く効くということでありますから、これがどういう意味なのかというのは、今になって振り返って、よく考えてみないといけないと思います。それから湧出量が豊富であることです。先程も増富温泉の話が出ていましたが、汲んだら減っていくのではないかと心配をしなくてもいい所、そういうところなんです。そして利用上適当な温度でなければいけないというこういう1つの源泉に関する条件があります。

2つ目に環境に関する条件として、環境衛生的条件が良好でなければいけない、付近一帯の景観が佳良でなければいけない、温泉気候学的に休養地に適している、これも学問的には温泉気候学というのは学会がちゃんとあるわけですが、何が適しているかというのはかなり判断が難しいことではないかと思っています。それから適切な医療施設・休養施設がなければいけません。これは必ずしも現在はない場合でもよいのであって将来できれば良いということになってはいますが、現在、医療施設がきちんと整っている国民保養温泉地はそう多くないというのが現状です。これはまた後ほど詳しくお話したいと思います。そして、交通が比較的便利なこと、これも将来交通が便利になればそれでいいということです。そして、災害に対し安全であること、これもこの間、東京の温泉施設が爆発したのがありますが、環境省が手を挙げて、あの対策は環境省がやることになったようです。そういうことで、災害に対して安全でなければいけないということは、この当時から既に問題

になっていたということでもあります。

□ 国民保健温泉地の選定基準

先程言った国民保健温泉地の選定基準はどうなったかということで、ざっと見てみます。国民保養温泉地の要件を満たしていることは当然であって、その他に温泉が特定の疾病に対して優れた療養効果を有していることとなっていますが、こういう温泉が今、それほどあるのかということが1つの問題になってくると思います。この点では国民保養温泉地とどこが違うのかよく分からないような条件になっています。それから豊かな自然環境に恵まれていること、保健的利用指導の医療機関と、かつ、医師が指導する温泉センターの設置です。この温泉センターというのはある時期、クアハウスというのが日本に非常に広がりそうになったわけですが、このクアハウスのようなものができた時代の位置づけであります。そして地元市町村等による適正な管理運営、これがきちんと行われていなければなりません。実は昨日から増富温泉に泊まらせていただいて、温泉地としての温泉地計画がどうなっているか、あるいは地元市町村等による適正な管理がなされているかという点でいろいろ小山さんにご意見をお聞きしていたのですが、これはなかなか難しいことのように感じております。この国民保健温泉地の制度ができてから 21 地域が指定されています。

□ ふれあい・やすらぎ温泉地の選定要件

それから「ふれあい・やすらぎ温泉地」の選定要件に移ります。国民保養温泉地の要件は満たさなければいけないのは当然ですが、豊かな自然と自然教育に適した環境、自然ふれあいセンター設置と指導員等の配置。この自然ふれあいセンターというのがよく分からないのですが、先程言った温泉センターと非常に共通的なところがあって、その中にビジターセンター的な要素を持っているのが自然ふれあいセンターになるのではないかというふうに考えられているようでございます。その中に温泉指導員であるとか、そういうものがなければいけません。そして「地元市町村等による適正な運営管理」、これは保健温泉地も同じであります。この制度ができた時から平成 14 年まで、13 地域が「ふれあい・やすらぎ温泉地」として指定されました。

そして指定後それまではなかった管理運営費、メンテナンス費用が補助金として予算化されています。それまではメンテナンス費用はなく、造ってしまえば後は自分でやってくださいという感じだったのですが、この管理運営費の補助金できたのは1つの画期的なことだと思います。

これも平成 17 年度以降、指定はなかったのですが、平成 17 年にいわゆる三位一体の改革が行われ、国の権限がかなり地方に委譲されたわけです。その時に予算が削られていて、現在はありません。

□ 療養泉と温泉の違い

こういった選定要件があったのですが、基本的な国民保養温泉地の場合、泉効が顕著であるとか、湧出量が豊富であるというのをもう1度どういう意味かを考えて見なければいけないということで、少し検討材料を作ってみました。

まず、療養泉の考え方です。今の環境省が平成14年4月だったでしょうか、鉱泉分析法の指針というのを作っています。これで療養泉をはっきり定義しています。常水と鉱泉との区別です。地中から湧き出している水を鉱泉と言っているのですが、その中にはいろいろなミネラルが入っていたり、いろいろな成分が入っていたりするので、そういうものは常水と違って人体に良い影響を与えるという考え方というのがかなり古くからあったようですが、この常水と鉱泉をどう区別するのか。それから鉱泉と温泉の区別というのもまたあるのです。現在、温泉というのは温泉法というのがあってそこにきちんと定義されているのですが、それが学問的に言う鉱泉と同じではないのです。それからさらに現在では環境省がつくっている鉱泉分析法指針というもののの中に温泉と療養泉をはっきりと区別がされているということでもあります。

伝統的に常水と鉱泉を区別する考え方の中に、ローマ的評価法とゲルマン的評価法というのがあり、これは今もまだはっきりしないで論争が続いているということのようですが、ローマ的評価法というのは、人体に良い影響を与えるか、医学的効果があるかどうかによって鉱泉と常水を区別すべきという考え方です。ゲルマン的評価法というのは、そうではなくて鉱泉に含まれている成分をきちんと定義をして、それで常水か鉱泉かを区別すべきだという考え方のようにあります。

温泉法には、今、10いくつかの物質が含まれているか、温度が25℃以上あるかということによって温泉の定義をしているわけですが、療養泉というのは温泉法の温泉よりもうんと絞られています。世の中、温泉と療養泉というのをだいたいあまり区別せず、一緒、ある程度同じようなものだろうと考えているのですが、必ずしもそうではありません。日本の温泉法というのはドイツの例を参考にして昭和23年に制定されたのですが、1911年のナウハイム決議というのがあるのですが、それをほとんど参考にして作ったというのが当時の記録に残っています。ゲルマン的評価法に近い鉱泉の考え方を取っています。

国民保養温泉地が、泉効が顕著だとしたのは何だということですが、療養泉の考え方に基づいて療養泉に該当するかどうかによって泉効が顕著であるかどうかということ考えたのであります。

では、温泉と療養泉の区別はどこでやっているのかということで比較してみると、泉水の中に、溶存物質が1000グラム以上あれば、まずどういう物質であろうと溶存物質と言えれば温泉と言え、また療養泉と言えということと同じです。また、遊離二酸化炭素が250mg以上あれば、温泉には該当するけれども療養泉にはあたりません。療養泉になるには1000mgなければダメです。それから銅イオンが入っていても温泉にはならないけれども療養泉では1mg以上銅イオンがあれば療養泉にはなります。総鉄イオンは、片一方（温

泉)は10で片一方(療養泉)は20です。アルミニウムイオンがあっても温泉にはならないけれども療養泉にはなります。水素イオンは両方とも同じです。総硫黄は1:2です。ラドンについては、5.5 マツヘ以上は温泉法の温泉にはなるけれども 8.25 マツヘ以上なければ療養泉にはなりません。

物質名	温泉法 (mg 以上)	療養泉 (mg 以上)
溶存物質	1000	1000
遊離二酸化炭素	250	1000
銅イオン	なし	1
総鉄イオン	10	20
アルミニウムイオン	なし	100
水素イオン	1	1
総硫黄	1	2
ラドン	5.5 マツヘ以上	8.25 マツヘ以上
その他 13 物質	量により温泉	療養泉にはならない
泉 温	摂氏 25 度以上	摂氏 25 度以上

先程話題に挙がっていたのですが、増富のある温泉のラドンは7いくつかと書いてあったので、療養泉にはならないけれども温泉法の温泉にはなるということです。その他いろいろな物質があるのですが、その物質は量によって温泉にはなるけれどもいくら量が多くても療養泉にはなりません。ここに挙がっている物質は5つですが、13の物質が療養泉から除かれているというのは、温泉であってかつ療養泉になるにはかなり大変な泉効がなければいけない、濃度がなければいけないということになるわけです。

温度の方を見ると、温泉法の温度は25℃以上あれば、成分が何もなくても、溶存物質がゼロでも25℃以上あれば温泉になります。療養泉も同じ考え方を取っています。

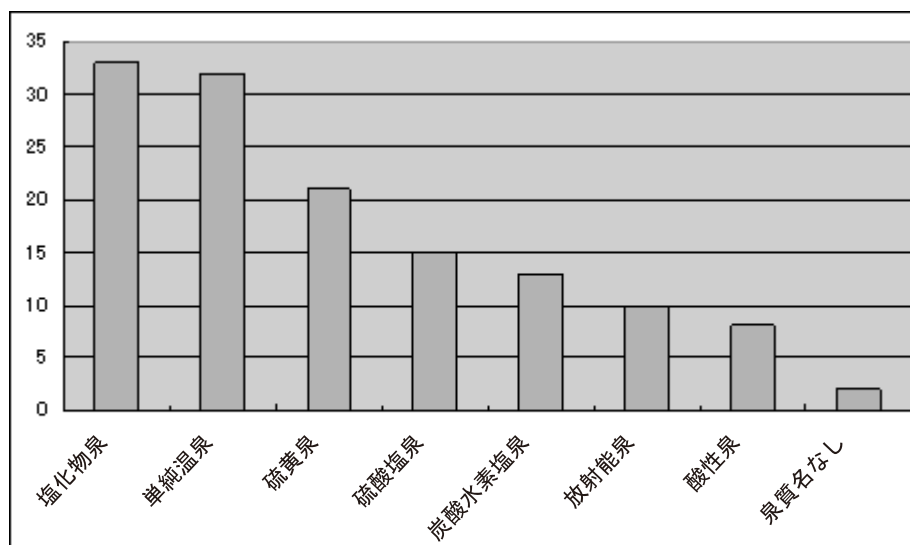
この点は先程、ローマ的なものとゲルマン的なものとの違いがあって、摂氏25℃という基準で考えるのではなく、湧出している土地の気温よりも著しく高いか低いかによって決めるべしという考え方もあるようですが、日本では摂氏25℃以上あれば療養泉にはなるということにするものですから、この管理温泉という溶存物質がゼロであって摂氏25℃以上のものが本当に療養の泉効として効くのか効かないかということは、今もお議論になっているようであります。

□ 国民保養温泉地の泉質

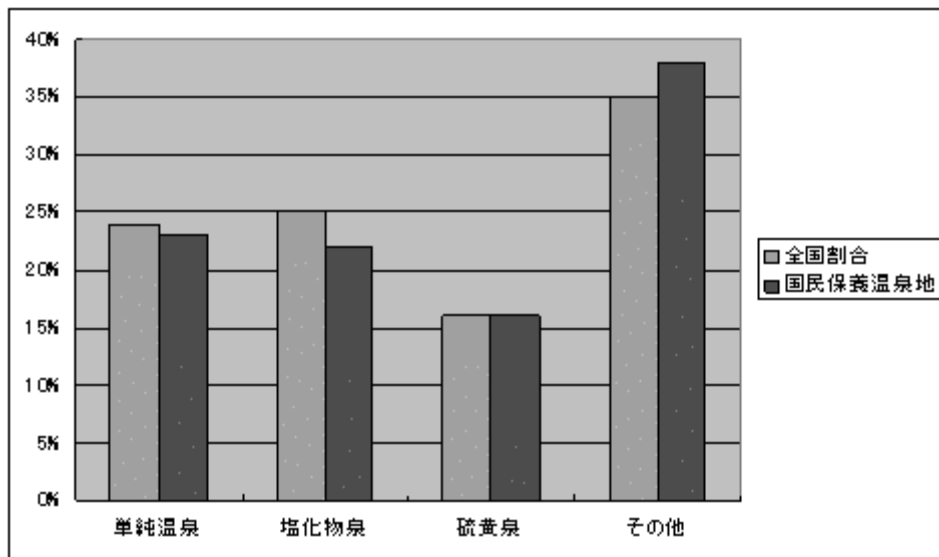
国民保養温泉地の泉質を分類すると資料のようになります。これは日本温泉協会のデータですが、温泉地数が134になっています。国民保養温泉地は91カ所あるのですが、その

中に温泉郷と言われて、温泉地としては1つではなくて一番多い所では6つの温泉地が固まって1つの国民保養温泉になっている所がありますので、私が数えたら温泉地は161あったのですが、そのうちの134が回答をしてきて、後は良く分からないということだと思います。

134のうち、塩化物泉と言われるものが35近くあります。単純温泉は33、32くらいですか。このような形で、塩化物泉、単純温泉、硫黄泉の順番にだんだん数が少なくなっている、これが国民保養温泉地の泉質分類です。



これを全国的なものと比較したらどうなるかということを見てみたのですが、この全国割合が先程挙げたような細かい泉質別の数というのが正確に把握されておらず、一般的に言われている数で、割合で比較してみたのが資料のグラフです。例えば単純温泉と言われるものは、全国割合が24%くらいで、国民保養温泉地というのもちょっと低くなっていますがやはり同じくらいです。塩化物泉は25%ですが、国民保養温泉地はちょっと少ないです。硫黄泉は全く同じ%を示しています。その他の泉質、例えば増富の放射線だとか炭酸泉であるとかそういったこの3つが日本では一番泉質が多い温泉地とされているのですが、それ以外がやや全国的なデータに比べて高い割合になっているということで、少し泉質、泉効が良いというのがあるのかなということも考えられるのですが、これだけの部分ですから全体的に見れば特に泉質が変わったところが多いということはいえないのではないのでしょうか。この場合も全国の温泉地の数を書いてあります。3,102ということになっています。



国民保養温泉地の湧出量

次に湧出量を見てみた表があります。国民保養温泉地源泉数が 2,539 あり、湧出量、その 2,539 から出ている湧出量総数が 256,756 ということになっています。国民保養温泉地の最大値が 872 で、湧出量は 43,637 です。最小値は源泉が 1 個しかないところがあって、湧出量は 90 です。私が見ますと非常に少ないところが 2カ所ほどあったと思うのですが、源泉が 1つしかなくて、湧出量が 90 しかないところが本当に湧出量が豊かと言えるのかどうか。この湧出量は毎分です。毎分これだけリットル出ているかどうかという単位ですが、1 源泉で毎分 900しか出していないところがあって、こういうところは本当に豊かと言えるのかどうかということです。

それで、国民保養温泉地の 91 で割り算をすると 1 温泉地あたりの源泉数が 27.9 で湧出量が 2,8210ということになっています。

これを全国データと比較すると、27,041 が全国の源泉数でそれに対する湧出量が 2,699,520 となっていますが、同じように割り算をして全国の温泉地の平均値は 1 温泉地あたり 8.72 の源泉数があるのですが、その湧出量は 8600ということで、国民保養温泉地の 2,8210とこれを比較すると確かに平均的に見れば国民保養温泉地の湧出量というのは全国平均に比べて非常に多いということが言えます。

これは今申し上げたとおり日本温泉協会のデータなのですが、国民保養温泉地 91 カ所全部ではないと思いますが、その温泉地が集まって国民保養温泉地協議会というのをやっているのですが、その協議会がいろいろなデータを集めてやっていて、その事務局が日本温泉協会にあるわけです。その関係で日本温泉協会ですべてのデータを集めました。ここで 1つの問題点は、国民保養温泉地 91 で割り算をしているのですが、先程言いましたとおり、温泉地の数で数えれば 161 でなければいけません。161 で湧出量を割り算すると 2,8210が 1,5000くらいに落ちてしまうのです。私はその 1,5000くらいが普通じゃないかと思っ

ていますが、これは日本温泉協会がつくったデータなのでそのまま引用させていただきました。

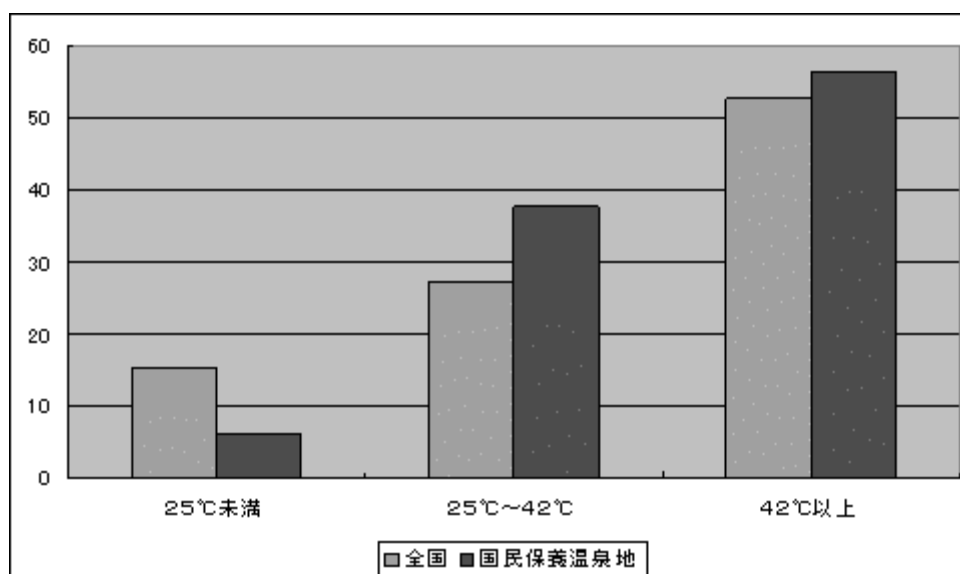
項 目	源泉数	湧出量
国民保養温泉地源泉総数	2,539	256,756
1 国民保養温泉地の最大値	872	43,637
1 国民保養温泉地の最小値	1	90
国民保養温泉地平均値	27.9	2821.49
全国温泉地総源泉数	27,041	2,699,520
全国温泉地平均値	8.72	860.58

□ 国民保養温泉地の泉温

それから泉温ですが、普通、温泉の泉温を見るときは温泉にあたるかどうかで 25℃以上かどうかは1つの目安です。それから 25-42℃、42℃というのは沸かさなくてもそのまま浴用に使えるという温度で 42℃で一応切って調整を取るというのが普通です。42℃以上がいくらあるかということで見ると、こういう（資料の）割合になります。温泉数 114 を見るとこういう数になって、40 を超えて、60 を超えてという数字になっています。

これを全国データ、環境省のデータと比較してみると、国民保養温泉地の方が、やはり泉温は少し高いものが多いということが言えるのではないかと思います。

先程見た国民保養温泉地の指定要件の中に、利用に適当な温度を有することというのがありますが、あまり熱すぎても薄めなければいけないという問題があります。ぬるすぎると沸かさなければいけないという問題があるのですが、全国のデータと比較するとこういうことが言えるわけであります。

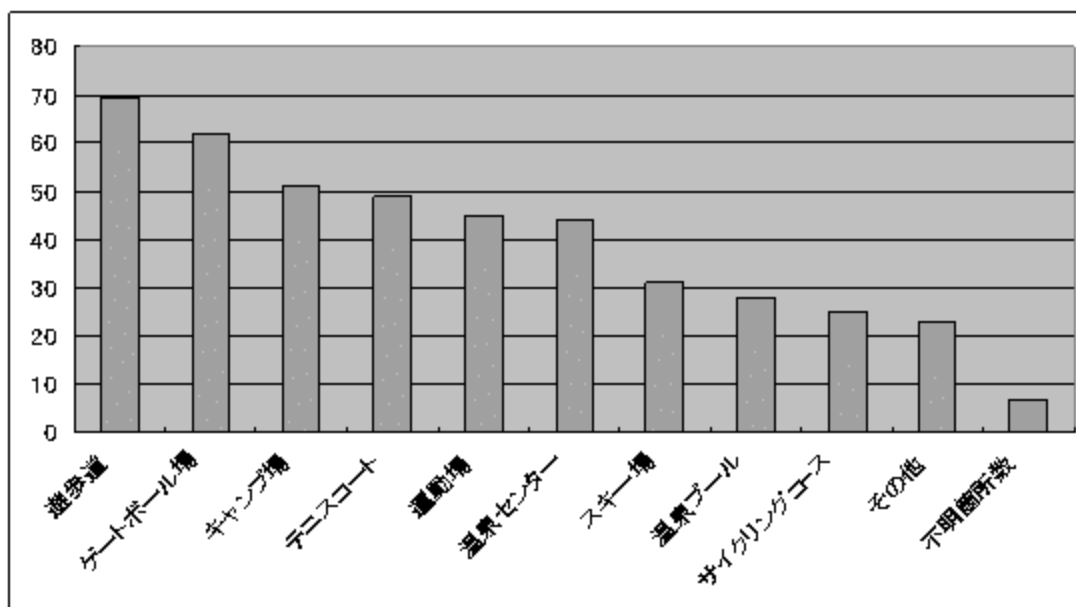


□ 医療機関との関係

では医療機関との関係がどうなっているかというのを見ます。顧問医がいるというのが24カ所。顧問医の活動状況を見て、その24カ所のうち、常駐し療養指導しているところが9カ所、定期的に指導を実施しているところが4カ所、温泉利用への指導・助言が10カ所です。参考までに申し上げますと、温泉気候物理学会認定医は167名、温泉療法医は852名です。この認定医と温泉療法医はどこが違うのかということですが、こちら（温泉気候物理学会認定医）の方が学会できちんと認定しており、レベルが高いということです。そういう人が167人、その他の一般的な研修を受けるだけでももらえる資格ですが、852人もいるのだから、91しかないところにもっと関係づけて活動すべきではないかというのが私の意見であります。実態は91中24しかないことに問題があるという図になっています。

□ 温泉センターなどの設置

それからその他の施設、適当な施設があることとありますが、多い順に、これは私が調べてみたのですが、遊歩道は91カ所中70近くあります。ゲートボール場は60を越しているとか、こういう順番にキャンプ場であるとかテニスコートであるとか、運動場、それから温泉センターですよ。これは先程温泉地を指定するときに温泉センターをぜひつくりなさいということで、だいたいこの温泉センターづくりに日本は補助金を出してきたのですが、だいたい3億くらいで造って、1億は補助金。あとは自前のお金で造っているというのがだいたいの実態だと思います。それからスキー場を持っているとか温泉プールがある、サイクリングコースがあるとか、不明な箇所もありますがだいたいこれはこういう状況で、その他というのは一カ所くらいしかないところが多かったのですが、例えば野球場だとか、道の駅であるとかです。そういう設置状況になっています。



□ 泉効

泉効をどういふふうを考えるかということですが、先程申し上げた分析方針の中に揭示用泉質名、あまり数が多いので、利用者に分かりやすいということで揭示用泉質名というのをつくり 11 に分けています。しかし単純温泉では本当の単純とアルカリ性があります。炭酸水素塩泉になると細かく分ければ 12 になります。塩化物泉ですと 18 に分かります。例えばナトリウムがあるとかマグネシウムがあるとかいろいろなことを分類していくと、この揭示用泉質名が 11 で、普通はこれを書いてあるのですが、詳しく見ていけば 100 くらいに分かれます。

揭示用泉質名	泉質名数	名称例
単純温泉	2	アルカリ性単純温泉
二酸化炭素泉	1	単純二酸化炭素泉
炭酸水素塩泉	12	カルシウム-炭酸水素塩泉
塩化物泉	18	ナトリウム-塩化物泉
硫酸塩泉	8	マグネシウム-硫酸塩泉
含鉄泉	24	鉄(Ⅱ)-炭酸水素塩泉
含・アルミニウム泉	2	アルミニウム・鉄(Ⅱ)硫酸塩泉
含・銅-鉄泉	1	酸性-含銅・鉄(Ⅱ)-硫酸塩泉
硫黄泉	27	含硫黄-ナトリウム-塩化物泉
酸性泉	1	単純酸性泉
放射能泉	4	含放射能○-○泉
計11	計100	

それから泉質以外の要素として、泉温がまずあって、冷鉱泉であるとか低温泉、温泉であるとか高温泉であるとかこういう分類があります。

液性として酸性であるか、弱酸性であるか中性か弱アルカリ性、アルカリ性であるか。浸透性は低張性とか等張性とか高張性。これはどれくらい浸透していくかというその圧力。

それから気候だとか自然環境、施設などこういった泉質以外の要素を先程言った 100 の泉質に絡めると、温泉地というのは決して同じものはないのではないかと。人の顔がそれぞれ違うように、1つの掲示用の泉質で十把一絡げにすることはできないのではないかと。どの温泉地も全部違うのだということをやはり考えなければいけないのではないかと。思うわけでありませう。

したがって温泉地ごとのデータを集積する必要があるのではないかと。国民保養温泉地もそれと同じで、泉効が顕著であるかどうか、温泉地ごとのデータで決めなければダメなので、今、私が思う一番の問題点は積み重ねのデータをほとんど持っていないというところにあるのではないかと。よく耳にはするが記録に残っていないからデータとして出してくれと言ってもなかなか出せないというのが実態なのです。

医薬品の認可というのは製薬会社が何十億も投資して1つの医薬品を開発しているわけですが、臨床試験だと公的な医療機関で50だったか25だったかの臨床例を必要とします。その前に動物実験が必要だとか、物凄いデータを要求されるのですが、そのくらいの覚悟でやはり温泉地は臨まなければいけないのではないかと。そうしなければいつまでたっても泉効が顕著だなどという証明はできないのではないかと。このためにはやはりお医者さんの協力を得て、どういうふうにすれば臨床データが集まるのか、その枠組みとか方法を確立することが先決だろうと思います。

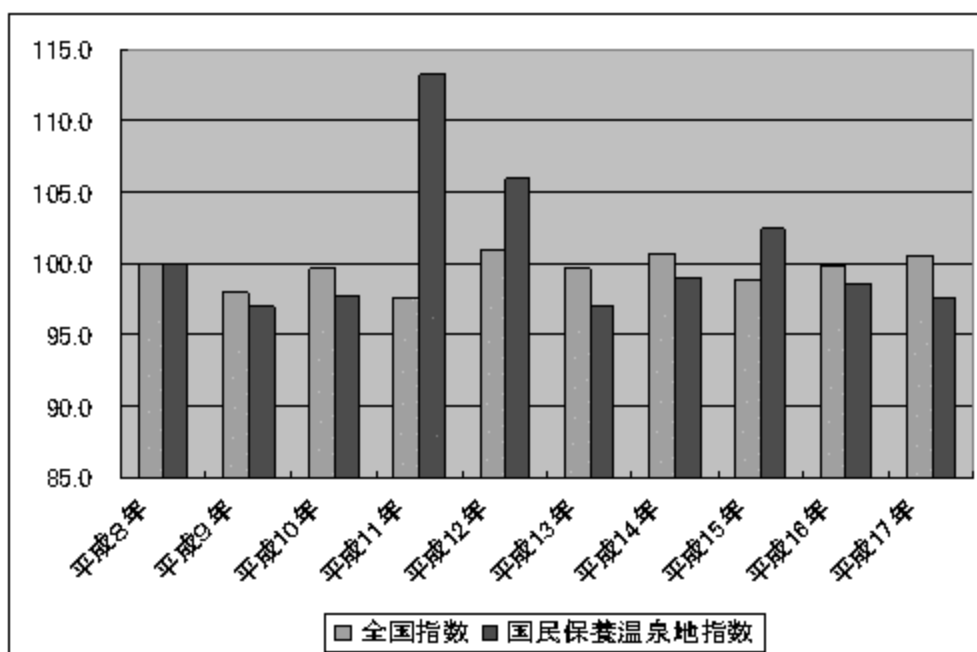
相当な費用がかかっても、これを本気になってやる温泉地が出てこない限りは、なかなか本当に温泉が健康に良いということの証明ができないのではないかと。思います。

□ 国民保養温泉地の利用状況

次に宿泊利用の状況を全国の指数と比べてみました。平成8年、ちょうど10年前に取ったデータがあるのですが、この平成8年のデータを100としてどういうふうに推移していったかを見ています。全国データですが、平成11年だけはなんか突出して温泉に比べて国民保養温泉地の利用が増えています。12年も少し影響を受けていますが非常に利用者の数が増えています。その後、ずっと減ってきて、平成8年を100とすると現在では国民保養温泉地の利用の方が減っている、これが現状のように思います。

ここはたまたま10年前だからということで100に取っただけで、これ以前を100に取ればまた変わってくるのかもしれませんが、これが宿泊利用の現状であります。

この平成8年の全国の宿泊者数は、143,164,495人で、国民保養温泉地は13,712,586人という数です。



□ 各種アンケート調査結果からみた国民保養温泉地のあり方

環境省が日本温泉協会に委託して調査を実施したのです。平成 15 年度から 17 年度までの 3 年間調査をしたのです。

「現状把握」「地方公共団体の意識調査」「国民保養温泉制度の問題点の把握」「制度見直しの基礎資料の提供」、こういうことをしたのです。これは実は健康と温泉フォーラムでぜひやるのがふさわしいのではないかと考えていましたが、先程言いました国民保養温泉地協議会の事務局が温泉協会にあるので、そちらの方に持っていかれました。3 年間の最後の平成 17 年度に実態調査をした温泉地の例ですが、これだけあります。15、16 年にもそれぞれこれよりももう少し多い数の実態調査をやっています。北海道から岩手、山形、岡山、愛媛と北海道から鹿児島まで飛んでやっていますが、なぜ飛んだのかというのは良く分かりません。

地方自治体の意見・要望としてどういうものがあるかというのを最後の 17 年度に出しているのですが、それを見ると、「施設のメンテナンス費用にかかる国の助成がほしい」というものがあります。それから「温泉地の PR 費用にかかる国の助成をしてください」「人材育成のために国の助成をして欲しい」、これは例えば先程の温泉療養とか温泉指導者とかいう制度がありますが、そういった人のお金を国が出してくれないかというものです。「国民保養温泉地の基準をもう少し明確にしてほしい」「国・県・市町村の連携が不十分ではないか」、これは先程言ったような「ふれあい・やすらぎ温泉地」にメンテナンス費用を出していたものを、廃止してしまった。そういうことを、まあ、いろいろ国の大方針があったのでしょうが、あまり市町村には聞かずにやったということを反映していると思います。それから「観光振興への活用」「温泉地と癒しへの活用」とこういう自治体の意見があるとい

うことです。

先程、増富に泊めていただいたのですが、北杜市が新たに合併でつくられて、その市長がその温泉施設の会長になっておられるようですが、やはり同じようなことを考えているのかなというふうに思います。

それから旅館をやっているような人、あるいは売店をやっている人に温泉事業者へのアンケート調査もしています。91カ所の国民保養温泉地を対象にして、指定地域内の宿泊施設、公衆浴場の経営者に行っています。制度の認識、要望と期待、施設のPR、選定基準、要望など6項目を聞いています。1476枚を配布し555枚返って来て回収率は37.6%と大変低い回収率で、回収できない温泉地もあったが全国的にわたっているので意識調査として傾向は把握できるというのが調査をした人の意見です。

主な調査結果ですが、「自分の施設が国民保養温泉地にあることを知っているか」を聞いたところ、「よく知っている」が62.3%、「聞いたことがある」が23.4%、「知らない」が14.3%、回答者は522人ということですが、知らない人が14.3%まだいるということであります。

次に国民保養温泉地の選定に対する選定基準について調査したところ「良く知っている」が13.9%、「知っている」20.2%、「聞いたことがある」17.1%、「あまり知らない」32.1%、「全く知らない」16.7%で、良く知っていると知っているを合わせても34%程度ですので、これは非常に低い数字ではないでしょうか。つまり国民保養温泉地というのが、どういふことで選定されているのかというのはあまり知らないという実態が把握できます。回答者は545人でした。

「国民保養温泉地に指定されたことが施設の経営上効果があったか」ということについて、「効果はあったと思う」が23.1%、「どちらともいえない」が43.3%、「特に効果はないと思う」が33.5%で回答者は540人ですが、あまり指定されたことが繁栄につながっていないという考え方のようです。

国、都道府県への要望としては「周知宣伝の充実」70.6%、「道路や河川等の整備」48.0%、「温泉資源の保護調査」43.6%、「人材育成のための研修会」14.7%、「その他」6.3%ということに回答者は537人です。

「国民保養温泉地の指定を受けていることを今後施設においてPRに活用したいか」については「積極的に活用したい」34.3%、「適度の活用をしてみたい」が47.5%、「どちらともいえない」16.6%、「あまり活用したくない」0.9%、「全く活用したくない」0.7%でこの結果を見ると、そういうことであるならばぜひ積極的にやりたいという方が多いことは確かなので国民保養温泉地の指定を外してほしいという考え方はあまりないようです。

最後に日本温泉協会としてこの制度を見直せという提言をしているのですが、「資源の保護と継続的な管理」それから「源泉と施設の安全衛生的な管理」「指定温泉地標準の見直し」、これは宿泊定員1名につき0.5ℓ/minということになっているわけです。これは宿泊定員ですから日帰りは入っていないのですが、もしこういう基準ができて、例えば先程、毎分90

0しか出ていないところは、0.50ですからその倍の180人しか泊まれないということになり、あの温泉地に旅館が何軒くらいあるのかは知りませんが、もしこういうことになると大変だろうという気がします。また「利用施設における泉質が療養泉の基準」ということになるとこれは大変厳しい話になってきて、泉温が25℃あればそれで療養泉になるわけですから温度の高いところは問題ないですが、温度の低い所はかなり大変なことになるのではないかと思います。

また「温泉施設の望ましい条件を明示すること」というのはどういうことかという、先程言ったいろいろな施設がどういうふうな使われ方をするかということが今条件的に決まっていないのです。それをはっきりさせるべきだというふうに提言をしています。

また「資源と施設を毎年調査して、成績を集積」しなさいということです。これは例えば資源だと源泉から何0出ていたとか、施設であればどういう宿泊の実態があったかというようなものを毎年調査して、その数字をちゃんとデータに残しなさいということを提言しているようであります。

□ 新たな温泉地のモデルづくりに向けて

最後にこれは私の意見であります、平成15年度以降、指定が行われていないということは、これから多分私は手を挙げる温泉地はないのではないだろうかという気がしています。したがって、ここで新しく挙げてこないがそれをどうするのか。現在の91カ所で打ち止めにして良いのだろうかというふうに思います。

それから、国として健康と結びつく温泉地のモデルはこれからもつくっていかねばいけないのではないかとこのように思いますが、91もなくともいい、数箇所でもいいと思うのですが、これが本当の健康的な温泉地、それから保養とか療養に使える温泉地だというモデルはやはり国としてやっていく必要があるのではないかとこのように思っています。したがってこの91カ所、ダメな所はどんどん落としていってもよいのではないだろうかと思うのですが、これを落とした場合、国で補助した施設をどうするのかといういろいろな問題は起こってくるのですが、それはそれぞれの温泉地で買っていただければいいと思います。

日帰りの、増富の湯のような施設は今どんどん増えています。全国に3,000ヶ所と言いましたが、随分あるようです。そういう所も含めた新たな指定基準というものをやはり検討すべきであろうと思います。これは日本温泉協会が言っているとおりではないかと思いますが、毎分0.50というようなそんな基準でいいのかどうかというのは相当議論をしなければいけないと思います。

(開催日：070710、場所：甲府)

1. 静岡県東部地域の課題と政策

それでは、最初に自己紹介をさせていただきます。私は1975年（昭和50年）に静岡県庁に入りまして、途中、20代のときに通産省の産業構造課というところへ出向になりました。2年ほど産業構造ビジョンというものをつくるのに携わりました。それから何か比較的にこういう調査ものところに行くようになったのですが、その後、財政課というところに6年ほどおりました。そこから脱出するために、海外の駐在事務所があったものから、北米駐在員で1990年から3年間ロサンゼルスに赴任しておりました。

帰ってきたあと、秘書課というところでもないところに行かされて、それもまた脱出するために、地域振興、あるいは現在の静岡総合研究機構というところに出向を希望しまして、出向してから約10年たっております。その間にちょっと大学院へも行かせていただきまして、開発経済のようなものを勉強しまして現在に至っております。そんなものから退職まであと4年ぐらいしかないのですが、静岡総研は通算8年ということで歴代一番古いような者になっております。（※2008年度より現職に）

早速、「静岡県の東部地域の課題と政策」というところから始めたいと思います。静岡県の紹介がかなりウエートを占めておりますが、東部地域の静岡県の課題と政策、それとファルマバレー構想の概要についての二つのテーマについて、ご説明したいと思います。

1. 静岡県の概況

（1）静岡県の人口と経済規模

最初に静岡県の概況をざっとご説明したいと思います。静岡県は東西に非常に広くて、新幹線の駅も非常に多いということで、かなり分散型の県です。東・中・西とおおむね均等に分かれております。

県の人口やそのほかの指標では、約380万人で全国10位、静岡県はいろいろな指標が大体10位、または3%というウエートでございまして、人口、県内総生産も10位でございまして、その代わり経済がやや良くて、1人当たり県民所得が東京、愛知に次いで全国3位です。ただし、雇用者報酬は1人当たりだと全国21位ということで給料がちょっと低いです。ただ、毎勤統計で5人以上の事業所ですと全国6位ということですが、それにしても個人の所得はやや低いかなという感じです。

製造品出荷額は全国3位で、10年ほど前は1人当たり県民所得が9位だったのが今3位で、製造品出荷額が全国3位ということで、企業が非常に好調で、特にスズキ、ヤマハ、

ヤマハ発動機といった会社が好調でこういう数字になっております。

(2) 静岡県の産業と経済の状況

製造品出荷額もここ数年伸びておりまして、17兆ほどの規模になっております。その内訳ですが、やはり輸送機器、自動車、オートバイのウエートが高くて約3割、全国2位です。あと、電気機械が2番目で全国2位です。3番目の化学工業ですが、これは医薬品関係がかなりウエートが多いということです。

あと食料品なども、清水、焼津などでの昔からの伝統産業です。最近伸びが著しいのは飲料です。特に伊藤園などのペットボトルが非常に伸びが良くて、富士山、大井川の伏流水を使った産業が突出しているということです。

それから産業構造ですが、一次、二次、三次という従来型の分け方をしますと、やはり第二次産業が圧倒的にウエートが多く、41.16ということで、全国と比べてものづくり県といわれるくらい製造業が強い。その代わり三次産業が非常に見劣りしておりまして、都市型のサービス業、それからショッピング関係の小売り、卸関係が弱いというのが従来からの評価です。

(3) その他の指標

その他の指標は、比較的最近は他の県と比べれば恵まれていて、企業立地件数では一応1位、3位、3位となってきております。面積でいくと5位とか4位ということで、今は逆に用地が足りないぐらいで、今、慌てて工業団地の開発をするというような状況です。

本県の場合は外資系企業が比較的多く来ていまして、今までの累積では1位ということで20件ほど来ています。東西への物流が非常にいいということ、自然環境もいいということも魅力の一つのようです。

あと、完全失業率も全国4位ということで、有効求人倍率も1.2を超えていまして、最近では人手不足というのが実態です。

2. 静岡県の主要施策

(1) 魅力ある“しずおか”2010年戦略プラン

県の主要施策にいりますが、静岡県の場合は行革にかなり力を入れていまして、ニューパブリックマネジメント（新公共経営）を行革の柱にしまして、もう10年近くいろいろなことをやっております。行政評価、それから、フラット化という形で組織の意思決定を早くするような形にしております。

それから、QC活動に近いのですが、「ひとり1改革運動」というのをやっております、この中では一番成果を上げている運動です。

あと、成果指標を入れた総合計画をつくり、それから、予算にもそうした評価を入れているというのが一つの売りです。

「ひとり1改革運動」はこのように数字で計算すると、141億という数字が出て、職員50人分削減できたと一応数字で表していますが、数字で見えない効果が本当は大きいかなと思います。毎年1万件を超える件数が出ております。

(2) 陸海空の交流基盤の整備

県の主要プロジェクトの中の陸海空のインフラ整備ですが、何ととっても全国的にいろいろ物議を醸しました富士山静岡空港がようやく21年3月開港というめどが立ってまいりまして、現在、路線の確保に必死に頑張っているところです。一時、土地収用ということもあったのですが、激しい闘争にもならず、県民性を反映してようやく落ち着いてきたというところです。

あと、交通基盤関係が、中部横断自動車道、三遠南信という南北の高速道路もぜひ欲しいところなのですが、一部供用というような形にはなっております。第二東名、ここでは新東名といますが、ここも県が土地をかなり先行取得したりしまして、進捗率はかなり高くなっております。そのほか港関係、伊豆縦貫道という東部では非常に要望が強かったものが、順調に進んでいます。

静岡空港も、第3種ですが2500mの滑走路、国内では主要4路線を目指していきまして、あと海外では特にアジア関係に力を入れていきたいと思っています。日本航空、全日空ともに就航表明をしていきまして、まだ鹿児島線はできないのですが、北海道・札幌、それから福岡、那覇あたりは大丈夫だと考えております。

アジア関係では韓国の航空会社が積極的に売りに来ていきまして、アジアナ航空、大韓航空の両方とも非常に強い表明をしています。

(3) 東部・中部・西部の産業構想

それから、今日のお話のファルマバレー構想もこの一つですが、トライアングルリサーチクラスター形成事業ということで、東・中・西の三つに産業を集積させようということで、今、重点的にやっています。東部地域はファルマバレーということで、医療・健康産業を集積させよう。

それから中部ではフーズ・サイエンスヒルズということで、機能性食品などを中心とした食品関係の高度な産業を集積させようということで、静岡・焼津地区を中心にやっております。

県西部は、浜松はもともと産業が強い所ですが、浜松ホトニクスなどを中心に光産業が非常に先端的に集積していますので、それをさらに医療関係と兼ねてメディカルホトニクスということで集積を図ろうということで、それぞれ国の制度を使いながら、形成を図っ

ているところです。

(4) 東海地震対策～減災への取組～

東海地震対策は、静岡の場合、従来から30年近くやってきているわけですが、全国に先駆けていろいろな制度をやっております。個人の住宅の耐震補強への助成、補助制度なども設けてきております。

それから企業減災ということで、企業の防災対策に対してもビジネス・コンティニューティー・プランというものをつくるように中小企業を中心に指導するというようなこともやっております。

3. 静岡県の財政運営

ざっと県の財政状況ですが、静岡空港もあると、静岡県の財政は随分うまくないだろうというのが多いのですが、意外と良くて、歳出は1兆4000億から現在1兆1000億に落としてきていまして、相当スリム化を図ってきております。

それと、義務的経費もここ数年横ばいで54.9%ぐらいになっています。その代わり、投資的経費が相当急激に落ちてきております。

静岡県の場合は格付けをもらっていまして、県債がAA+ということで評価的にはかなり高くなっております。ムーディーズでも評価をいただいています、複数の格付けをもらうのは初めてということで、財政的には堅くいっているのかなという感じです。

4. 東部地域の状況

(1) 東部地域のウエート

さて、静岡県の東部地域の状況ですが、主に東・中・西と分かれた場合に、このようになっております。芝川町、富士川町までが東部地域、由比から牧之原、島田、川根、川根本町までが中部地域、それから御前崎、菊川、掛川からが西部地域です。

今年4月から浜松市が政令市になりました。非常にたくさん市町村を合併して、すでに静岡市は政令市になっております。ですから静岡県の中で二つの政令市があるということ、静岡県が受け持つ部分はかなり減ってしまったということで、今、県の役割が問い直されているという状況でございます。

まず、面積でいくとやはり東・中・西とも3分の1です。人口もそのような状況になっています。事業所数でいくとやはり西部が少し多いということです。出荷額でいくと、県の西部地域、浜松を中心とした所が圧倒的に多く、その次に東部地域で、中部は地場産業が中心ですので小さいです。

観光になりますと、これはもう伊豆があるということで東部が圧倒的で、8割近い宿泊

施設、7割近い宿泊者数を占めております。西部も浜名湖を中心にそれなりに頑張っています。

(2) 産業別就業者比率

産業別の就業者比率ですが、ここは先ほどの東・中・西の区分よりもう少し狭くて、静岡市と浜松市、それから東部は合併していないものですから、沼津、三島、裾野、長泉、清水町、函南町という区分で、どちらかという都市エリアですが、その産業構造を比較したものでございます。そうしますと、西部は圧倒的にものづくり、東部もものづくりのウエートはそれなりにあるということです。

三次産業はやはり中部地域が商業機能を中心に非常に強いということです。あと、仙台市や広島市、北九州といった政令市と比べると、やはり三次産業が弱いというのがこういうところから伺えると思います。

(3) 東部地域の強み

東部地域の強み弱み、この辺がポイントになるかと思いますが、一つの指標として、人口1万人当たりの医療産業従業者数を見ますと、やはり静岡県東部地域は圧倒的にウエートが高いということです。

それから、人口当たりの専門的技術的職業の従業者数でいくと、東部はかなりウエートが高いということで、研究者が多いといえるかと思いますが。他と比べると医療企業が集積し、それから研究開発機能もそれなりに来ているということが統計上出ております。

それから立地優位性があるということで、特に御殿場や富士宮は用地が足りない状況がございまして、そういう意味では企業は来てくれるという所です。

ただ、やや矛盾した言い方になるのですが、研究開発機能はあるとはいっても、研究所がそれぞれぼつんぼつんとあるということで、そこで有機的に大学と連携して新しい技術革新が起こるといような状況ではないというのが本当は弱いところです。

後で弱みを申し上げますが、あと、強みという点では、この東部地域は自然環境が非常にいいということがいえるかと思いますが。富士山周辺のすそ野が非常に広くて、今、文化遺産ということで山梨県さんと一緒に運動をやっておりますが、伊豆にかけて非常に自然環境には恵まれています。それから駿河湾がありまして、海の幸にも恵まれております。それから、海あり山ありということで、アウトドアをやる人にとってみれば非常にパラダイスに近いような所です。

(4) 東部地域の弱み

では弱みですが、数え上げたら切りがないのですが、ファルマバレー関係ということで申し上げますと、やはり高度な教育機能が弱いということが1点ございます。この地域で

大学といいますと、日本大学の国際学部、それから東海大学の工学部、あと富士へ行きますと富士常葉大学というのがありますが、いずれにしても大きな大学がないのです。総合的な大学がないということで、これからの地域にとって非常に重要な核となる教育研究機関がないというのが非常に大きな弱点でございます。

それから交流機能ということですが、産業集積を考えた場合には大きなコンベンションができるような施設あるいはホテルといったものが非常に必要になるのですが、それがこのグラフにありますように、他と比べて圧倒的に少ないのです。静岡市には最近グランシップという非常に大きなコンベンション施設ができて、稼働率が8割近くいって、ホテルもそれなりにあるのですが、東部地域は東レの研修センター程度しかなくて、それからキラメッセという展示場がありますが、非常に老朽化してしまっています。ホテルも沼津東急と三島プラザホテルの二つありますが、とても国際的なコンベンションをやるようなレベルでも規模ではないということで、不足しております。

人口当たりの学生数を見ると、やはり東部地域は少ないということがお分かりいただけるかと思います。ほかの政令市ですとそこが非常に強く、うらやましい感じです。特に仙台市さん、あるいは北九州、広島市さんは、やはり大学が核となる素地があるということで、非常にうらやましいところです。

静岡県の場合、戦前は浜松に浜松高等工業という旧制の高等工業が非常に優秀な学生を生んで、高柳健次郎博士がテレビの画像を日本で初めてつくるというような成果を上げたのですが、現在は静岡大学の工学部ということで、浜松ホトニクスという光産業の企業がそこから生まれてきております。

静岡市周辺は、静岡大学、静岡県立大学と両方ありまして、あと静岡常葉学園とか静岡英和学院といった大学が集積しております。

ということで、ざっと東部地域の強み弱みといったものをご紹介してみました。

II. 富士山麓ファルマバレープロジェクトとは

1. 静岡県の健康産業

(1) 生産額の比較

では次に、ファルマバレーの方の説明に参りたいと思います。

ファルマバレー構想は、平成14年から取りかかったのですが、その前提としまして、先ほど少し申し上げましたとおり、静岡の場合は医薬品関係がなかなか集積しておりまして、医薬品が大阪に次いで全国2位です。それから、医療機器関係も大阪に次いで2位ということで、あと数年すると大阪を抜くのではないかといわれておりますが、比較的勢いがあるということです。静岡県の場合は、やはり水がいいということと、それから東西の交通の便がいいということが大きなメリットのようです。

あと、静岡県立大学の薬学部というのが、以前は静岡薬科大学ですが、富山大学の薬学部と並んで薬学関係ではかなり老舗の伝統ある研究機関があるということで、それも一つのアドバンテージになっていると思います。

(2) 健康産業の集積

健康産業の集積状況ですが、全県で見ますと医薬品としてはこういう所に集積しております。それから医薬部外品ではやや中部、西部も多いのですが、医療機器になりますとやはり東部地域がかなり多くなっています。

静岡は化粧品もなかなか多くて、これは特にシャンソン化粧品やポーラ化粧品など名前の売れた化粧品会社が静岡にございまして、資生堂も掛川の近くに、新幹線に乗ると見えますが、集積してきております。

そんなことで、静岡県全県の健康産業の約4割が東部地域に集積しているということです。こうした既存の集積を活用して、より競争力のある産業集積をつくろうというのが、ファルマバレー構想のもともとの動機です。

これは山梨県側、上から見たところですが、研究施設としてはファルマバレーセンターというものがあります。静岡がんセンターが平成14年に、研究所が平成17年にできまして、ファルマバレーセンターというのはそのコーディネート機関です。あと、国立遺伝学研究所が三島にございまして、非常に世界的なレベルの研究をしています。それから工業技術センターあるいは研究機関では、沼津に沼津工業技術センター、それから東海大学開発工学部、それから国立の沼津高専があります。この沼津高専の存在というのが案外大きくて、ものづくりを担うという意味では人材を非常によく供給してもらっています。

先日、技能五輪というのをここの地域で開催したところ、すごくたくさんの方が来まして、私も見て非常に感動したのですが、ものづくりの素晴らしさをあらためて認識しました。それも静岡県が誘致したものです。

それから企業として主なものを挙げますと、中外製薬や、最近ではオリンパスや協和発酵などが集積しています。協和発酵などは山口あたりから研究機能をかかなりこの地域に持ってきていると聞いております。それから、東芝機械とか、ここはもともと機械関係の集積がございまして、そういう医療機器などもこういうのとうまく連携すればできるかなというところなんです。あと、自動車のワイヤーハーネスの矢崎といった会社が集積しております。

2. ファルマバレープロジェクト

(1) 挑戦

ファルマバレーの挑戦という言い方が書いてありますが、医薬品、医療機器、看護、介護、福祉、それから伊豆を中心とした温泉、それを利用した健康づくり、さらにはスポー

ツ分野や食育、それからツーリズム（観光）にも合わせて挑戦するということです。

世界レベルの研究開発機能をつくっていききたい、それに伴って医療関係産業が集積してくれればというところです。

（２）ファルマバレー宣言

「ファルマバレー宣言」など書いてありますが、この中での一つのポイントは、患者・家族の視点に立つというところで、ここが非常に重要です。実は静岡がんセンターというのは山口建さんという国立がんセンターのお医者さんをスカウトしてきまして、その山口先生が今、総長というトップの立場にいます。患者中心の医療体制をつくりたいということでやっておりまして、その理念を反映してそうした視点でファルマバレーをつくっていききたいということをやっております。

最初の４年間は戦略が三つございまして、研究開発、医療の質向上という面、二つ目は産業との連携を深める、新しい産業をできればつくっていききたい。三つ目がウエルネスということで、温泉などを使った健康づくり、それからまちづくりに生かそうという戦略でやったわけでございます。

今年度から第２次計画に入っていますが、今度は戦略が五つになっていまして、研究開発、経済活性化、人材養成、まちづくり、それから一つ大きな点は「世界戦略」です。かなり機能が整ってきましたので世界と交流して、打って出るまではいかないのですが、相互に情報交換をしたり連携しましょうという戦略を取っております。

（３）第１次戦略期間（平成 14～18 年）の成果

①健康基盤づくり

１次期間の成果を、４分野に分けてご説明したいと思います。

まず健康基盤づくりでは、ハードの施設です。このファルマバレー構想自体が、ありていに申し上げますと、静岡がんセンターというのができたがために、これをどのように地域で活用しようかということが最初の動機です。

がんセンター本体ですと 580 億ぐらい、研究所を入れて 625 億ほどの建設費を初期投資しまして、東部地域は比較的医療機関が少ないということもありまして、県政の重要施策の一つとしてがんセンターをつくったわけですから、それを中心にファルマバレーをつくっていかうとしますので、まずそうした拠点となるがんセンターができ、それから研究所が 17 年にできたということです。

がんセンターの概要はここには書いてございませんが、病床数が 615 床です。うち緩和ケアが 50 床です。それから陽子線治療というのが一つの売りでございまして、そうした特徴を持っております。

現在のところ、17 年度ですが、患者数が 37 万人ぐらいになります。それからがんセンタ

一は、最近の医療機関の評価でかなりいい評価をいただいています、朝日新聞やいろいろなところで全国2位あるいは1位といった、がんの病院のランキングでは1～2位を争うようなレベルで推移しております。それも患者支援という視点で、非常にきめの細かいサービスをするようになってきているというのがポイントだと思います。

実は、静岡総合研究機構もそれに一役買ってございまして、山口総長が厚生労働省から科研費をもらってきまして、その科研費で患者に対するアンケート調査をして、それを分析するというようなことを5年ぐらいやっていました。それを静岡総研が受けて、8700人のがん患者に実際調査をいたしまして、そこで出てきた悩みや要望事項を分類しまして、それをハードの整備に生かす、あるいはよろず相談といったソフトな相談機能というものを整備しております。そうしたきめの細かいものが評価につながっているのではないかと思います。

それから、「国際会議を開催し」とありますが、これも静岡総研が一役買っています。静岡がん会議というのをがんセンターが発足してやっております、それをわれわれが受託して、がん会議を主催したわけです。昨年度から地元でこういうコンベンションを開催する受け皿としてNPO法人ができたものですから、そちらに今は移しましたが、当初の段階では静岡総研がそういうお手伝いをしたということがございます。

そうしたことで、がんセンターとがん研究所は、順調な滑り出しをしてきていると思います。

研究関係ですが、首都圏の理工系大学との連携協定を結びまして、東京工大、東京農工大、早稲田大学と協定をして共同研究を始めております。テーマとしては、よく分からないのですが、腫瘍マーカーとか免疫療法とか、メラノーマというがんの腫瘍だそうですが、その他画像診断システムといったような点で共同研究を始めております。

三つ目に、静岡県立大学の薬学部が従来から伝統があるのですが、新しい薬のシーズを収集して選別していこうということで創薬探索センターを平成16年につくりました。そこで大学や研究機関との共同研究をやっております。従来からも県大薬学部ではやっておりますが、そうしたセンターをつくって、まずシーズ集めをする。

それからさらに大きな特徴は、県内29病院をオーガナイズしまして、1万4000床の大規模な治験ネットワークを構築いたしました。これは全国最大で、しかも普通の治験ネットワークは大学との系列でなっている場合が多いのですが、ここは完全にオープンシステムで、どこからでも治験を受託するということです。

休眠している治験ネットも多いのですが、ここは稼働してございまして、累計でかなり契約しており、これが一つの売りにはなっております。

なお、静岡がんセンターも医局にとられないということで、山口総長の考えで医局を超えるといいましょうか、そういうお医者さんの集め方をしたものですから、いろいろごくしゃくがありまして大変だったのですが、もともと信念でそういうオープン型でいこうということで、治験ネットにもそういうものが生かされているというものでございます。

それから、静岡県で電子カルテを開発しまして、これを全国に使っていただくということで今提供しております。個別の病院ごとにシステムを変換しなければいけないので急速に普及するということはないのですが、電子カルテが普及しますとセカンドオピニオンといったようなものが容易にできる、データが映像と一緒にほかの病院にも送れるということもあって、早い普及が望まれるところです。

②健康ものづくり

次にものづくりですが、実は結論から申し上げますと、このファルマバレーで一番弱点といえるでしょうか、十分成果を上げていないというのがこのものづくりのところなんです。このファルマバレー構想の中でシーズをうまく結び付けて、製品化して産業振興に結び付ける、あるいはベンチャービジネスということでベンチャーが生まれるのが一番望ましいのですが、まだそこまではなかなかいっていないということです。

いろいろなネットワーク会議や連携組織といった受け皿もできており、マッチングということもかなり活発にやっていて、多少、機械やあるいは人工呼吸補助器なども出てきてはいるのですが、4年間ではまだまだという感じでしょうか。

それから企業誘致という面では、オリンパス、テルモなどといった会社が進出してきておりますが、むしろこれからという感じでございます。

③ひとづくり

次にひとづくりですが、ここも総合的な大学がないということで弱いところなんです。県立大学で企業との連携大学院を設置したり、それから治験のコーディネーター、あるいはバイオインフォマティクスの人材を育てようというようなこともやっております。

それからMOTの教育というものもやっております。

それから、フォーラム、セミナーは、ファルマバレーセンターというコーディネート機関が中心になって、相当頑張ってやっております。ただ根本的には、やはり大学のようなものの誘致が必要かなと思っております。

それでも最近では順天堂大学が看護関係を三島の方につくってくれるというようなことを表明しておりますし、期待したいと思えますし、もう一つ総合大学を県あるいは地元の市を中心に誘致をしたいと思っておりますが、大きな課題だと思えます。

④健康まちづくり

それから健康まちづくりですが、これは伊豆の温泉などを利用して、ものすごい大きな成果ということではないのですが、かかりつけ湯といったシステムをつくり、基準をつくりまして、例えばがんセンターなどで治療を受けた人がリハビリをするにも適したような施設を50施設ほど認定しております。そのほか、温泉マイスターを養成したり、健康拠点

づくりということで三島に健康センターをつくっております。ここはかなりソフトな対策が中心になると思っております。

(4) 第2次戦略

①概要

1次戦略からいよいよ2次戦略ということですが、1次で掲げた四つの戦略については評価委員会のようなものをつくって評価を行い、戦略1の研究機能、開発機能はかなりいい評価をいただいておりますが、戦略2の新産業の創出と地域企業の活性化は弱い、成果が不十分、これからの宿題だということです。それから、戦略3もいろいろ面白いことをやり始めているということで評価をいただいております、医療技術者養成についてもまずまずと。しかし、戦略4では今後さらに看護学部とか、そういうものが必要かというようなことを言っております。

第2次戦略は五つに分かれておりまして、先ほど少しご説明しましたが、研究機能は引き続き充実させていこう。それから、産業創出を頑張れよということです。ここは連携事業もやりますし、企業誘致もこれからどんどんしていこうと考えております。

それからひとつづくり、この辺になりますと従来のソフトにプラス、何か大学を誘致したいと考えています。あと、まちづくりは伊豆が本当に頭が痛いのですが、宿泊者数が10年で4割近く減るといって、1800万人ぐらい宿泊者がいたのですが、今は1200万人ぐらいになっていまして、伊豆の観光をこれからどのように復活させるかというのが大きな課題になっています。うまくファルマバレー構想が使えるといいのですが。

それから、国際戦略という意味では、国際会議を誘致、招致といいますか。大きな学会、こういう自然環境ですと1000人、2000人の学会というのがざらですので、そうしたものを誘致したいと考えておりまして、そのためにはコンベンション施設とホテル、アコモデーションの施設が必要だということです。今後そうした施設整備が図られなければならないということです。

このファルマバレー構想もだんだん知名度が高くなってきて、最近では海外から視察が非常に多くなっております。ネブラスカ州などアメリカからもドイツからも視察が来ておりまして、提携をしたいというような、関心を示すというようなことがかなり出ております。私もカナダ・モントリオールに行きましたら、やはりかなり関心を持っていて、一度視察したいという話が出ておりました。

ということで、むしろ知名度の方が先行してしまうと中身が大したことがないということになってしまうわけで、神戸ほどの巨費をかけておりませんので、地道にいきたいと思っております。

②戦略1：患者・県民の視点に立った研究開発

戦略1をより詳しく申し上げますと、研究開発機能も引き続き充実させたいということで、特にがん、それから患者中心のところが特徴です。

それから、ファルマバレーCOE（センター・オブ・エクセレンス）というようなネーミングで一応アピールはしているのですが、研究機関が国立遺伝学研究所、静岡がんセンター、静岡県立大学、静岡大学、それから共同研究の東京工大、農工大、早稲田、日大、東海大、沼津高専と、これらがうまく連携して技術革新のシーズを生んでいてもらいたいということです。

③戦略2：新産業の創出・地域経済の活性化

二つ目の課題が一番大きなところなのですが、「ベッドサイドクラスター」という言い方をしています。この意味は患者中心ということですので、患者の要望、ニーズから新たな機器をつくったり、医薬品をつくったりということで、ベッドサイドからのクラスター形成という言い方をしております。

内容的には、静岡発ベンチャー。ベンチャー育成というのは10年ごとにブームは来るのですが、なかなかこういう地域でベンチャー育成というのは難しいと思います。インキュベーション施設に行きましても、ちっとも羽ばたいてくれないとか、巣立ちできないとか、行くと閑散と暗くなっていたりして、実態はなかなか厳しい。神奈川のKSPのように、巣立つのですが結局巣立ったまま帰ってこない、東京へ行ってしまうて戻らないというようなこともあって、非常に悩ましい状態があります。

そんなこともあります。もう少し頑張っていきたいということです。即効性という意味ではどうしても企業誘致に少し重点を移さざるを得ないのかなということで、今、慌てて工業団地を御殿場、富士宮あたりで進めております。

④戦略3：人材育成

人材養成も、「有徳の志」と言っているのですが、そういう戦略を取っていききたいということです。

⑤戦略4：ウエルネス&まちづくり

それからウエルネス&まちづくりでは、UD（ユニバーサルデザイン）により社会をデザインするという事です。観光産業、伊豆新世紀創造祭というソフトの事業もやっていますが、まだまだ反転という状況までは至っておりません。それから、小林寛道先生の大腰筋トレーニング機器なども開発したのですが、まだ商業ベースには乗っておりません。あと、食育あるいは都市機能の充実です。

最近、知事が沼津市の北口にコンベンション施設をつくるぞという意思表示をしまして、

県がコンベンション施設をつくってあげましようということを今言っているところです。どのぐらいの規模でどういうものができるかはこれからですが、あまり言うと怒られますが、沼津市と三島市がお互いにけんかをしていまして、なかなかまとまらないということがあって、もう少し地元市長さん頑張っているところが県から言わせるとあるのですが、まとまりが非常に悪いというのが東部の欠点です。

⑥戦略5：世界戦略

世界戦略ということで、静岡空港が21年3月にできますので、学術レベルの交流も空港を使って大いにやりたいということです。先ほどお配りした資料の中に、実は静岡総研がやっている学術フォーラムというのがございまして、大きな国際会議なのですが、そうした世界的な学術交流も空港を利用して多いにやっというふうなことも考えているところです。

(5) 理念

最後、ファルマバレーの理念としては、生活環境は優れているのですが、ただ足りないのは高次都市機能です。中身としては先ほども申し上げましたとおり、コンベンション施設、それから塾も含めて教育機関が足りないのです。中高一貫教育で、進学校があまり多くないです。伝統的な進学校は多いのですが、都会の研究者などが子供を連れてくるかという、どうもその点では来てくれない。

それからショッピング機能もやはり弱くて、イオンやヨーカドーのようなスーパーはあるのですが、本当に高質のショッピングセンターがなくて、そこが一つ大きな課題だと考えていて、そうしたものを今後何とか東部地域に持ってきたいなと思っております。

「静岡アドバンテージ」というようなことで、世界に情報発信をしたいという願望でございます。

ファルマバレーを中心にイノベーションを起こす。普遍的な価値観の回復、これはお題目ですが。

先ほど申し上げましたとおり、三つのクラスター形成、県西部には光産業を中心としたフォトンバレー、中部が機能性食品を中心としたフーズ・サイエンスヒルズ、3番目がファルマバレーです。バレーとかヒルズとか、陳腐な名前で、いいかげんやめた方がいいのではないかと思うのですが、結局そういうのに収まってしまうのです(笑)。もう少し独創的な名前を付ければいいと思うのですが、そんなことで三つの産業集積を目指しているということです。産業集積については私も個人的にいろいろ研究しているところもございまして、提言などを今までやってきたところです。

以上で、プレゼンを終わりたいと思います。雑ばくですみませんでした。

□ 静岡総合研究機構の紹介

なお、パンフレットを用意いたしました。これが現在のファルマバレーのパンフレットで、こちらは成果集ということで、1次戦略の成果として具体的にどんなことができたかということを中心にまとめたものです。

それから、先ほど申しました静岡総研の宣伝もさせていただければと思ってパンフレットを持ってきました。申し訳ないのですが、今パンフレットをつくり直してしまっていて、やや古いタイプなのですが、竹内宏、長銀総研の理事長をやっております静岡出身ですが、できて23年ほどになります。研究員が26人ほどおられて、やっている中身としては4ページを見ていただければと思いますが、地域計画、あるいは行政経営システムのNPMの関係をやっております。それから、自治研修所は廃止しまして、研修業務を全面的に私どもが受託しております。それから、医療福祉関係ではがんセンターからの委託事業を毎年やっております。

次の5～6ページでより個別になっておりますが、自主研究、受託調査研究をやっております。ただ、最近では受託調査研究が大変厳しい状況で、件数はものすごく多いのですが、1件当たりの金額が、以前は1000万円を超えていたものが今は300万円を切るような状況でして、労多くして益が少ないという状況です。どこのシンクタンクもそうだと思いますが、しかも、静岡には大手のシンクタンクが、東京と名古屋の両方から攻められておられて、大変苦戦しているところです。

それから、静岡学術フォーラム、これが一つ売りかなというところなのですが、今年度は、「健康長寿とアジア」というパンフレットを持ってまいりましたが、これは中国・上海の豫園の写真だと思いますが、二日間かけて「アジア大交流時代の到来」ということで12月8～9日に開催したものです。

裏を見ていただきますと、シンガポール国立大学のアンソニー・リードさんという中世史の権威を呼んできて、あと分科会としては三つあり、「多民族共生」という問題は、特に浜松が外国人が非常に増えていまして、特にブラジル人がものすごく増えていて、地元住民との摩擦も出ているものですから、共生問題というものを少しやってみようということで、海外の人も入れてやったものです。静岡県には約10万人近い外国人労働者が来ていまして、半分がブラジル人ということです。

二つ目は、山梨県とも非常につながりのある「国際観光」です。アジアからの観光客をどのようにつかまえるかということです。これはもう山梨県の方がはるかに先進県で、河口湖町の町長をはじめ、富士山を生かして海外観光客を引きつけています。静岡県は非常に劣っているということで頭が痛いのですが。

それから三つ目に「アジアにおける大衆文化の還流」ということで、これは韓流文化だとか日本の食文化、アニメといったものの地域内交流が始まっていますので、そうしたものを研究したものです。

それともう一つは健康長寿フォーラムというのをやっております、これはまさにファ

ルマバレーに絡んだ話になっていますが、今年度はたまたま浜松のフォトンバレーのテーマでやって、浜松医科大学の人たちを中心に、光を使って身体の異常をとらえたり、あるいはがんの進行状況を調べたり、あるいは治療のために当てるといったようなものを二日間に分けて研究したものです。いずれも完璧に専門家向けの会議で、一般向けの会議というのは県民フォーラムという一つだけです。ご静聴ありがとうございました。

(開催日：071221、場所：京橋)

少子高齢化社会における地方社会の行方研究（別冊）
－講演・取材録－

2008年3月31日 発行

財団法人 ハイライフ研究所

〒104-0031 東京都中央区京橋 3-6-12

正栄ビル 5階

TEL 03-3563-8686

FAX 03-3563-7987

<http://www.hilife.or.jp>

* 本書の全部または一部の複写・複製・転載および磁気または光記録媒体への入力等を禁じます。