

2025.4
No.109

Spring

七十七ビジネス情報

77 Business Information

CONTENTS

七十七ビジネス情報 第109号(2025年春季号)

1

視点

宝の都(くに)・大崎市のまちづくり

大崎市副市長 吉田 祐幸 氏

2

第27回(2024年度) 七十七ビジネス大賞受賞企業インタビュー

「空から見える、いい仕事。」を企業理念とし、公共土木工事や民間建築工事から港湾・護岸工事まで幅広い事業分野で地域の街づくりに貢献する総合建設会社

株式会社丸本組

代表取締役社長 佐藤 昌良 氏

8

第27回(2024年度) 七十七ニュービジネス助成金受賞企業インタビュー

AIによる放射線治療支援サービスを開発、長時間に及ぶ治療計画の作成を支援し、医療スタッフの負担軽減と高品質な治療の提供に貢献する

アイラト株式会社

代表取締役 角谷 倫之 氏

14

第27回(2024年度) 七十七ニュービジネス助成金受賞企業インタビュー

廃棄される着物を東北の人々の手で価値あるアロハシャツ等に再生、持続可能な社会の実現と東北の地から世界に向けた日本の魅力発信が期待される

株式会社サムライアロハ

代表取締役 櫻井 鉄矢 氏

20

特定テーマセミナー

地域経済の動向と今後の展望

～データでみる課題先進地域の現状と行方～

七十七リサーチ&コンサルティング株式会社 首席エコノミスト 田口 庸友 氏

30

クローズ・アップ

令和7年度経済商工観光部の基本方針

宮城県経済商工観光部 富県宮城推進室

36

私の趣味

Golfing

東北経済産業局 局長 佐竹 佳典 氏



宝の都(くに)・大崎市のまちづくり

大崎市副市長 吉田 祐幸

大崎市は、「宝の都(くに)・おおさき市地方創生総合戦略」を策定し、人口減少社会の中、人材を含む地域の豊かな資源を磨き上げ、最大限活用する未来志向のまちづくりを目指しています。昨年、新庁舎完成で「震災復興まちづくり」が完遂しましたので、新テーマは、若い世代が将来に希望を持ち、暮らすことができる環境づくりのため、①「SDGs 田園都市の推進」、②「次世代の産業と人材の創出」、③「多様な人材が活躍するまちづくり」がポイントになるかと考えています。これらまちづくり施策を横断的に実施し、連動性を高めていきます。

「SDGs 田園都市の推進」(世界農業遺産大崎耕土を活かすまちづくり)

蕪栗沼・化女沼のラムサール条約湿地、世界農業遺産大崎耕土・世界かんがい遺産等の自然環境・農食文化等の優位性を活かし、維持保全・啓発のみならず、SDGsの基盤となる産業とともにSDGsを回すため、より親和性の高い食産業・観光産業・環境産業等の地場産業を種まきし育て域内経済連関も高めていきます(エコノミックガーデニング政策)。併せて、かけがえのない大崎耕土を走る陸羽東線の風景をぜひとも守っていきたいと考え、西古川駅に市職員の配置、塚目駅周辺整備を実施しています。

「次世代の産業と人材の創出」(2024おおさき産業推進機構のスタート)

「(一社)おおさき産業推進機構」は、「次世代の産業と人材の創出」をミッションとして、「マガンのV字飛行編隊」のように地域内外の多くの専門家等と緊密連携し、ビジネスプラン(BP)のブラッシュアップ、商品化支援と販路開拓等を行います。堀切川理事長をお迎えし、「産業フェア」や「全国公募のBPコンテスト」など、地域産業に絶えず新しい風を送り続けながら、なぜかしら大崎だとBPが次々と生まれ育ち、楽しみながら人が集まるというまちづくりを目指しています。

「多様な人材が活躍するまちづくり」(2025外国人日本語学校のスタート)

生産年齢人口の減少も顕在化してきており、従来の雇用対策に留まらず多様な人材の確保・育成の観点が必要です。昨年9月に大崎市地域雇用創造協議会(厚労省委託)を設立し、ローカルイノベーションスクールや各種セミナー等を通じて企業と求職者間のマッチングを進め、2026年度までに150人の新たな雇用を創出し、キャリアデザイン支援による定着を目指しています。また、国内唯一の公立認定日本語教育機関として「大崎市立おおさき日本語学校(定員60人)」を開校し、ベトナム、インドネシア、台湾から留学生を迎え入れます。2029年には定員100人に拡大する予定であり、日本語教育に加え、地域の文化や暮らし交流、インターンシップ等地元企業への就業機会創出などの出口対策を通じて、定住、就業を進めていきます。市民や企業等において、留学生をはじめとする外国人と共に安全・安心に生活できるよう、多文化共生社会構築に向けた理解醸成や環境整備を進め、ひいては外国人も含めた「多様な人材が活躍するまちづくり」を進めてまいります。

(当財団 評議員)

七十七ビジネス大賞受賞

第27回(2024年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社丸本組

代表取締役社長 佐藤 昌良 氏



会社概要

住 所：石巻市恵み野3-1-2

設 立：1947年（創業1946年）

資 本 金：100百万円

事業内容：総合建設業

従業員数：182名

電 話：0225 (96) 2222

U R L：https://www.maru-hon.co.jp

「空から見える、いい仕事。」を企業理念とし、公共土木工事や民間建築工事から港湾・護岸工事まで幅広い事業分野で地域の街づくりに貢献する総合建設会社

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社丸本組を訪ねました。同社は石巻市に本社を置く県内有数の総合建設会社です。「地域の安全、安心を守る。」を使命に社会インフラの整備・維持を目的とした公共土木工事や民間の建築工事を請け負っています。2021年より他社と共同でデジタル技術を活用した建設現場の生産性向上に取組み、施工実績を可視化するAI解析ソリューションサービスを展開し、内外から高い評価を受けています。同社の佐藤社長に、事業内容や創業経緯等についてお伺いしました。

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

歴史ある七十七ビジネス大賞を受賞することができて非常に光栄に思います。七十七の冠が付いた賞をいただけたということで、社員一同大変喜んでおります。

受賞できたことによってメディアへの掲載もありましたので「こういった取組みをしていたんですね。」等、改めての評価もいただきました。また、この賞を受賞することの難しさを存じ上げている方も沢山いらっしゃいましたので、各方面からお祝いの言葉をいただいて非常に波及の効果を感じています。

——どのようなきっかけで申込みされましたか。

弊社内の技術支援部という部署からの提案がきっかけで応募をしました。技術支援部は弊社が先端のことに取組む為に様々な情報を収集し発信するという部署でして、是非今までの弊社の取組みとチャレ

ンジをしている姿で受賞できないかということで応募させていただきました。また、技術支援部は情報収集をする中で県内の異業種との交流を持つ機会があり、そういった交流の中で表彰事業の情報もいただけて今回の応募に繋がりました。



本社社屋

困難に真っ先に立ち向かう

——御社の事業内容について教えてください。

弊社は今年で創業80年を迎えます。終戦後の復興の歩みと同時に社を創業しました。松島基地が米軍に接収され干拓が必要という状況下で、土を運ぶことを任されたことが事業の始まりです。我々は地域の建設業として、大規模なものから小規模なものまで建設に関わる全てをやっていく総合建設業として事業を行っています。弊社の事業は大きく分けて土木、建築、船舶、不動産・ソーラーの4つの事業があります。

まず、土木事業では快適な街づくりの為に、街のインフラ整備をはじめ日常生活に関わる重要な工事として業務を行ってまいりました。「地域の安心、安全を守る。」という使命のもと、弊社社員が調査から施工・監理まで一貫して携わっています。安心・安全はもちろん、環境にも配慮した業務を行っております。

次に建築事業では、時代と共に変化するお客様のニーズに応え未来の懸け橋になること、健やかな毎日を送っていただけるよう柔軟な建築設計を行っています。医療施設や文化施設、金融機関等、豊富な実績を基にお客様の希望を叶え、愛され続ける建物を建設しています。

そして船舶事業では、地域に根差す総合建設会社として、石巻地域に数多く点在する港湾や河川での工事に必要な船舶を多数保有し、多様化している漁港・港湾等の海上土木工事施工で広く活用しております。

更に不動産・ソーラー事業では、弊社が保有する不動産を地域の皆様が活用できるよう、医療・福祉施設や健康増進施設等の運営企業に貸与することで、地域貢献の一端を担っております。平成26年4月からは再生可能エネルギーの普及と国内電力事業の不安解消、被災地域の復興支援を目的に東北最大規模の太陽光発電所の運転を開始しました。

また、80年間事業を行う中で様々な困難を乗り越えてまいりました。東日本大震災やその前の宮城県北部地震、宮城県沖地震、更に遡るなら終戦からの復興、このように本当に困難を極める時に建設業という諸先輩方が教示して下さった歴史のお陰で今があると思っています。地域建設業はどちらかというと、常に困難に立ち向かう業種であり困難の時に最先端に立たされる業種であると考えています。そこが我々地域建設業として大変なところだと思いますが、それを乗り越えていくことで皆様から評価していただけるのだと思っています。後にお話ししますが、現在、弊社は将来を見据え新たな取組みも行っています。様々な取組みにアプローチをして、これからも地域に貢献していきたいと考えております。

——御社の応援団（キャラクター）について教えてください。

建設業というどうしても世間と距離感があるというか、怖かったり強かったりと暮らしの中から離れたイメージがあるのではないかと感じて、弊社にちなんだキャラクターを作成しました。弊社名の丸本組からグミ（組）を残して、お菓子のグミを模したキャラクターになっています。少し門が開いた親しみやすさを感じていただけることを願っています。



丸本組の応援団
「まるほんグミ」

——御社が事業を行ううえで大切にされていることを教えてください。

まず社是として「安全はすべてに優先する」ということを定めています。そして企業理念として「空から見える、いい仕事。」を掲げています。我々が作業をする場所は非常に危険な場所がありますので、何よりも「安全第一」を考えて業務に取り組んでいます。そして建設業を取り巻く法律もあります。関係する法律の遵守も大切にし、安心・安全な業務の運営に努めていくほか、工事に関わる全ての人々が健康かつ安全に働ける職場づくりも含めて大切にしています。

また、「土木」という言葉は「築土構木（ちくどこうぼく）」という中国の故事にある言葉がもとになっております。この言葉が明治時代に日本へ入ってきて、近代国家の中に「土木」が根差していったことが建設業の原点だと思っていますので、この言葉を忘れてしまっただけではいけないと思っています。この原点を忘れることなく、現在の法令の遵守・安全を基本に、それを効率的かつ効果的に実現する為にAIやDX等を積極的にミックスして革新していくことも必要だと考えています。

弊社のロゴマークは丸本組のローマ字表記の頭文字「M」の形をメビウスの輪のように見立てたデザインです。弊社の企業理念でもある「空から見える、いい仕事。」を永遠に続けたいという弊社の理念を表現しています。



企業ロゴマーク

——「リボーンワーク」という取り組みについて教えてください。

弊社では、2021年度から「リボーンワーク」と

いう新しい取り組みを始めました。「リボーンワーク」とは“働く環境をイノベーションしていこう”という社内の合言葉です。変化の時代に合わせて我々も生まれ変わるような気持ちで事業に取り組んでいかなくてはいけないと思ったことがきっかけで始めました。リボーンワークは、「再生」という意味のリボーンと「結ぶ」というリボンの意味を持たせており、毎年、リボーンワークとして取り組む内容も変えています。

2024年は「健康経営」と「広報」でした。「健康経営」では社内で健康増進や禁煙に関する教室・セミナーの開催やワクチン接種費用補助等、職員が健康維持できる体制づくりに力を入れました。「広報」では弊社がこれまで取り組んできた事業・技術・実績を発信して、社内外の皆さんに知ってもらおうという取り組みです。新しく開発した技術を論文で発表したり、SNSで発信したりしています。

そして今年のリボーンワークは「歴史」と「学び」です。今年創業80周年を迎える年でもありますから、80年の「歴史」を振り返るとともに現在との比較をして、2025年の私たちの立ち位置をもう一度振り返りましょうという取り組みです。もう一方の「学び」では、昨年のリボーンワークの広報という取り組みで自社の事業や技術、実績等の情報発信をしてその情報が社内外に浸透してきたので、今度はこれまでの取り組みや技術をもう一度確かめた上で社員一人ひとりが自分たちで学んで、様々なことにチャレンジして欲しいと考えています。

ただ、リボーンワークを実際に始めてみて感じたことは、社内全体にこの言葉を浸透させることが難しかったということです。経営者としては、一度発信すれば伝わるものだと思っていたのですが、社内の末端まで初めから言葉が浸透したかということ、そう上手くはいきませんでした。ですが、現状のことだけに慣れてほしくはないという思いがあったので、毎年変わるイノベーションだということを認識してもらえるように、年頭の言葉で毎年毎年社長自ら発信をしていくことで、社員も「今年のリボーンワークは何だろう」と待っていてくれるようになりました。また、「リボーンワーク」として発信したテーマに対して、社員が何をどのように取組んだかを求めるようにしています。そうやって経営陣と社

員のお互いの考えをキャッチボールできるようなツールとして更に活性化してくれたら嬉しいです。

みんなが繋がる合言葉

——リボーンワークの取組みの1つである空プロジェクトについて教えてください。

空プロジェクトは空き家をリノベーションした空間と事業者をマッチングし、新しい商品やサービスにチャレンジできるプロジェクトです。日本全体で空き家が増えていることが課題となっている現状を建設に携わる者として何かしたいということで取組み始めました。空プロジェクトで利用している建物も実は弊社が不動産として買い求めて倉庫として利用され空き家になっていた築75年の建物で、仙台市の晩翠通りにあります。この空き家を何とか活用できないか模索していて、リノベーションをすれば人が集う場所になるかもしれない、地域の活性化にも繋がるかもしれないということで始めました。

空プロジェクトの「空」という言葉には3つの意味があります。①空き家を活用する「空」、②弊社のスローガンである「空から見える、いい仕事。」の「空」、③空白【 】答えがない、それぞれの答えを描く無限大に広がるという意味の「空」です。空き家を活用し、新しいコト・モノで人の流れをつくりたいと思っています。空き家の裏手には人目に付かない公園もありましたが、きちんと整備し新たな体験価値を提供することで、地域の皆様の憩いの場の創造にも繋がりたいです。

空き家の活用という課題の他に、仙台市内に新たな出店や新商品等の販売を検討している仙台市外の事業者が一から仙台市内に進出しようと準備をする高額なお金がかかってしまい、リスクが大きすぎるという課題があります。これが原因で販路拡大や新しいチャレンジを躊躇うなら、初期投資に必要な間口を低くして、「できるかもしれない。」と本格参入するきっかけを提供したいと考えています。

空プロジェクトはメディアに取り上げていただいたこともあり、1店舗3か月間の貸出しも来年の春まで埋まっています。飲食店の出店が多いですが、飲食店だけに限っている訳ではありませんので多くの事業者がチャレンジできる場にしたいです。ま

た、弊社は総合建設会社ですのでこんなお店を建てたい等お話しいただければご相談に乗ることもできます。

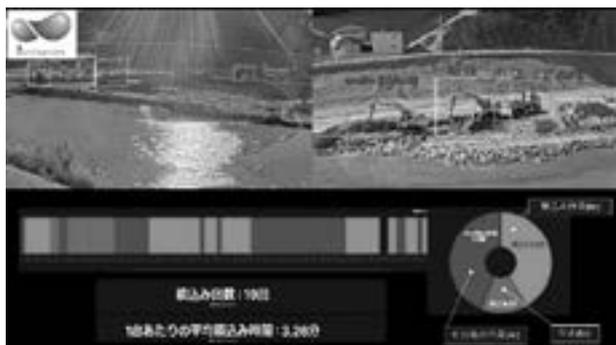


「空プロジェクト」ロゴマーク

——建設業×AI「AIダッシュボード」とはどのようなものでしょうか。

「AIダッシュボード」というAIを活用したDXに取り組み始めました。まず、この取組みを始めた背景として、建設現場の課題に人手不足と人材育成があります。建設業における現場での作業・工程は経験と勘と言われている世界で、段取り替えという工事の工程変更も同様で明確な基準等がありません。ただ、人手不足や人材育成という観点から次世代に技術を伝えていかななくてはいけないので、職人の経験や勘を数値化して可視化できるようにしようとしています。建設現場ではタイムラプスカメラで現場の動きを撮影しています。ですからAIの機械学習を使って、時間毎にどれくらいの重機がどのような動きをしているのかをデータにして、現場の動きを予測できるように実証実験を行っています。工事現場に出入りするダンプトラックなどの工事車両は時間毎の経費がかかっているだけでなく、その車両の待機時間や待機場所にも経費が掛かっています。ですから「AIダッシュボード」を活用することで、その日に必要な重機の台数を確実に準備し作業効率を向上させることができます。この技術は地元IT企業であるトライポッドワークス株式会社さんと共同開発を行っていき、開発段階なのでまだ予測まではできないのですが、AIが過去の天候や工事の工程を学習していくことで今後経験を必要とせずとも、工事車両の回転効率向上や工事日程の

短縮による経費削減等が期待されます。現場で使用した回数はまだ少ないですが、工事車両の回転効率が向上したことで工程が短縮した実績もあります。経験や勘ではなくAIといったものを取り入れてシステムで解決できるように変化していきたいと思っています。このような取組みが認められ、DX分野で内外から高く評価をいただくこともできました。こうして一つ一つステップを踏んでいながら、システムが稼働すれば他業種への応用も含めて効率化を図れるようにしたいと考えています。民間企業はランニングコストをいかに下げるかということとも常に戦っていると思います。人手不足はどうしようもない問題ですので視点を変えながら解決していきたいです。



AIダッシュボード

——御社の2024年問題への取組みを教えてください。

建設ディレクターチームというチームを結成しました。建設ディレクターチームとは建設現場の事務所プロジェクトの管理を行うのではなく、建設ディレクターという資格を有する社員がITスキルやコミュニケーションスキルを活かして、本社等のバックオフィスに居ながら現場にディレクションを行う取組みです。コロナ禍でリモートワークという言葉が皆さんの頭にしみ込んだと思いますが、どこにいても同じ仕事ができるという意味合いで、これまでの「女性はバックオフィス」という考えから「バックオフィスに居ながら現場に行ける」という環境の整備を始めています。去年の4月にチームを結成し動き始めたばかりではありますが、業務の効率化等の効果を感じています。一部の例ですが、4月に入社した社員が7月には、建設ディレクターの

資格を取得して翌月からはバックオフィスに居ながら現場臨場できる体制になって実際に活躍しています。

この資格は、一般社団法人建設ディレクター協会という団体が定めている資格制度です。建設業という仕事に女性がどのように携わっていけるか様々な可能性を洗い出し、育成講座の主催・運営などを行っています。女性が育児をしながら、また自宅に居ながらも建設業の仕事ができるようにという発想のもと注目されてきている協会で、理事長も女性の方が務めています。結婚や出産、育児は特に女性にとって大きな関心事であったり、働く上で課題となったりすることもあります。建設業の中でどれだけ効率的に働けるかを考えて推進した資格です。弊社でも建設現場に従事する社員をバックオフィスに居ながらサポートすることで業務効率化・生産性向上だけでなく女性の働きやすさにも貢献したいと考えて取組んでいます。私自身、普段建設業の会議に参加しても女性の姿はあまり見かけないのですが、建設ディレクター協会の全国会合に参加すると女性の参加者が全体の3分の2くらいを占めています。そして建設業に対する自らの考えを積極的に提案されている姿を見ると大変刺激になります。建設ディレクターが更に浸透し、この資格を活かした働き方をする人が増えて、理想としては建設業で働く女性にとってより働きやすい時代が来ればよいなと思っています。

2024年問題という問題には有効な薬が存在しないので、時間外労働の上限規制に向けて生産性向上を図らなければいけないことは明らかです。ただ、業務効率が進んで生産性も向上して残業時間も減ったけど、成果物が粗雑になりましたということでは元も子もなく、決してあってはならないことですので、時間外労働を減らしても正確で綺麗な仕事をするための1つのツールとして建設ディレクターチームを稼働させています。

地域のリーディングカンパニーとして

——今後の展望についてお聞かせください。

私は経営の考え方として、総合建設業の原点をも

う一度見直して、我々の地域での立ち位置を測れるようにしたい、そしてそれを社員で共有して将来像を皆で描いていきたいと考えています。これから社会が変化していくスピードはどんどん速くなっていくと予想されるので、利益や生産性向上、福利厚生も含めて柔軟な考え方をしていかなければいけないと思っています。ですから、人材を育成しながらこの地方を知って、次の一手を打てるように柔軟性のある会社にしていきたいと考えています。「こうでないといけない。」と型にはまるよりも、「こんなこともできるよね。」と可能性を社員全員で探せるような会社を目指しています。

そして現在取組んでいる「空プロジェクト」や「AIダッシュボード」のように、社内でも色々なことにチャレンジして良いという風土を築いていきたいです。まだ下から上に意見を上げるということはなかなか難しいと思いますので、経営者として旗振りをして何年後かには「こんなことやってみたいです。」という社員が出てきてくれたら非常に嬉しいです。

特に人手不足という課題がある中で、働き方改革や生産性向上をしていかなければいけない反面、建設業は常に危険な場所が多いので現行法律などと相反することもあります。「築土構木」を土台に人を育てる意味でも多様性の時代という意味でも、多様な人材に活躍をさせていただいて、新しい視点も色濃く経営に反映できるような風土をつくりたいと考えています。



建設技術公開「EE東北'24」出展時

——会社経営で大切だと思うこと、これから経営を担う方へアドバイスをお願いします。

まずは、この地を知ることが大切だと思います。宮城県を知ること、石巻（地元地域）を知ること、歴史を知ることをした上で、もう一度自分の足元を見直せば色々なマーケットがあることが分かると思います。人は必ず得意分野を持っています。自ら気付けることもあれば、他者から言われて気付くなど様々な局面があると思いますが、そこにアンテナを敏感に張りながら、特に若き経営者はしっかり学んでチャレンジしてもらえたらと思います。

そして、石巻は14年前に東日本大震災が起きた最大の被災地です。多くの悲しみを経験しましたが、復旧・復興していく中で多くの喜びもあり、私たちはそういったことを実体験しました。まだまだ東北地方のポテンシャルは高いと思います。言葉を失うような状況から十数年でここまで復旧・復興を果たすことができたので、「頑張りましょう」という我々の言葉には説得力があります。こうした我々の経験が他の困難に直面している皆様に対してベンチマークになれるように、発信していくことが全国からいただいた善意へのお返しなのだと考えており、大切に思いながら日々取組んでいます。



佐藤社長（中央）と社員の皆さん

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(2025.1.31取材)

七十七ニュービジネス助成金受賞

第27回(2024年度)

企業
インタビュー

Interview

アイラト株式会社

代表取締役 角谷 倫之 氏



会社概要

住 所：仙台市青葉区荒巻字青葉468-1
東北大学マテリアル・イノベーション・
センター青葉山ガレージ内

設 立：2022年

資 本 金：68百万円

事業内容：医療AI開発

従業員数：6名

電 話：050 (1721) 2917

U R L：https://airato.jp/

AIによる放射線治療支援サービスを開発、長時間に及ぶ治療計画の作成を支援し、医療スタッフの負担軽減と高品質な治療の提供に貢献する

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、アイラト株式会社を訪ねました。同社は放射線治療AIの研究開発を行っている東北大学発スタートアップ企業です。最先端の強度変調放射線治療（IMRT）における治療計画の作成をAIを用いて支援する、放射線治療支援サービスを開発しました。同社の角谷社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容等について伺いました。

——七十七ニュービジネス助成金を受賞されたご感想をお願いします。

非常に名誉なことで大変嬉しいです。特に宮城県内の方からは、「七十七というネームバリューがある賞を受賞できて良いですね。」という声もいただきましたし、東北大学の中にあるビジネスのコミュニティでも支援事業のことは周知されていますので、地域密着型の機関から支援いただいたという反響は大きいです。頂戴した助成金はAIの精度をより向上させるためのAIエンジニアの人件費に使わせていただいています。

放射線治療で全てのがん患者を救う

——御社の事業内容について教えてください。

弊社はがんの三大治療法（外科手術、抗がん剤治療、放射線治療）の1つである放射線治療をターゲットにした医療AIソフトウェアの開発を行い社会実装を進めている会社です。三大治療法については後程お話ししますが、外科手術をする時にどこを

切るかと計画を立てるように、放射線治療もあらかじめ治療計画を立てる必要があります。この放射線治療計画をAIで自動化することで、業務の効率化や治療の効果の向上を目指しています。

弊社は企業理念を「放射線治療で全てのがん患者を救う」としています。医療AIを使うことで放射線治療の可能性を拡大し、パフォーマンスを最大化させて多くのがん患者さんを救うことを目指して事業を行っています。



社員の集合写真

本気で人を救ってみたい

——会社設立から今日に至るまでの経緯についてお聞かせください。

はじめは東北大学の研究室です。私の研究領域は医学物理というものでして、名前の通り医学と物理学を融合させて新しいものを生み出す学問です。私自身も放射線治療に携わる医学物理士として、放射線治療計画作成の大変さや作成者による個人差を課題と認識していました。私は医学物理の研究の中でも特に画像処理やAIを得意としていたので、放射線治療をAIで行うことができれば、がんの患者さんをもっと多く救えたり、医療現場の業務改善ができたりするのではないかと考えて研究・開発を始めました。

10年間程、研究室で開発を行う中でそれなりの研究成果が出て、論文等も高く評価していただけるようになってきました。普通であればこのまま論文で終わるところですが、せっかく良いものができた

ので、社会実装させて本気で人を救うことをしたいと思い始めました。2021年頃でしたが、世の中もスタートアップや大学発スタートアップという機運が高まっていた時期で、東北大学でも、研究者がスタートアップできる東北大学ビジネスインキュベーションプログラムという学内の助成制度がありました。この助成制度に応募し採択されて、500万円を支援していただくことになりました。そしてこの資金を元手に、研究成果を本当に社会実装しても問題ないものかテストをする為のざっくりとしたソフトを開発して医療機関に持っていったところ、それなりに高い評価をいただけて翌年の起業への大きな一歩に繋がりました。起業時のメンバーは東北大学の助成制度に応募するにあたり、私と同じ領域を研究している研究室の中で起業に興味がありそうなメンバーに声を掛けていて、そのメンバーたちとともに事業をスタートさせました。

実は起業してから1年が経った頃、資金調達が上手くいかない時期がありまして、東北大学の助成事業で大学から紹介していただいた資金調達担当のメンバーが「プロジェクト自体を別なものに変更しましょう。」と提案してきたことがありました。私としてはプロジェクトを変えてしまうのは事業を行う意味が変わってしまうということで、話し合いの末、彼が会社を去っていくことになりました。

そのような中、資金調達の転機となったのはあるピッチ大会に出場したことでした。これまでピッチ大会に出場したことはありませんでしたが、一度くらい挑戦してみようと考えていたところ、東北大学のビジネス分野の先生から、九州で一番大きなピッチ大会があるということを教えていただきました。資金調達担当のメンバーが抜け、私が資金調達を担当するようになって、正直ビジネスに慣れていなくてなかなか上手くいっていませんでした。ですから最後にこれでダメなら事業を諦めようという気持ちで出場したピッチ大会でしたが、そこで奇跡的に優勝することができました。そして更に奇跡的だったのは、審査委員として参加していた方々が著名な

ベンチャーキャピタルの方ばかりでしたので、その場で資金調達を即決して下さったことでした。このピッチ大会への出場と優勝が転機となり、一気に前進することができました。

最近のピッチ大会でも言っていますが、私は弊社の事業をやる人・やれる人は世界中で私だけだという想いで事業に取り組んでいます。事業に対する気持ちも大切に、その強い想いを持って話をすれば弊社の事業の良さが伝わって良い結果に繋がると思っています。今日に至るまで様々な困難がありましたが、この困難があったからこそ、メンバーもより一致団結して事業に取り組むことができ、会社としても前進できたと考えています。大変な時期でしたが今となっては良かったと思っています。



アイラト株式会社ロゴマーク

多くの人の希望に

——最先端の放射線治療法である強度変調放射線治療（IMRT）について教えてください。

まず「がん」というものは体の正常な細胞が何かしらの異変によって、本来の細胞の動きと異なる動きをしてしまった細胞の集まりのことを言います。例えば、食道がんになる人は辛いものを食べ過ぎた等、正常な細胞が色々な刺激を受けてがん化してしまった状況です。

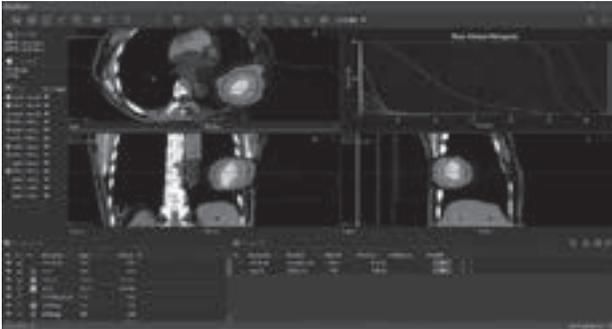
基本的にがんの治療法は三大治療法である外科手術、抗がん剤治療、放射線治療が挙げられます。あくまでも放射線治療サイドからの主張になりますが、手術は直接体を切るので分かりやすく、治療効果が比較的高い一方で、体にメスを入れるので患者さんの負担が大きいです。抗がん剤治療は薬を投与するので体は切りませんが、副作用が非常に大きいです。放射線治療も体にメスを入れないので、手術のよう

に体を切るという負担がないことがメリットです。

がんの三大治療法の特徴を簡単に述べましたが、もしかしたらこれまでの放射線治療は延命目的で治らないというイメージがあるかもしれません。ですが、今回弊社がターゲットにしている強度変調放射線治療（IMRT）という治療法は従来の放射線治療よりも精度が高く、治療の効果を外科手術と同等の水準まで持ち上げることができます。治療効果が高くなれば、体にメスを入れることなく痛みを伴うこともない放射線治療を多くの人が選ぶようになると思います。

そして放射線治療についてですが、放射線治療自体は昔からある治療法で、ここ15年程で普及してきています。放射線治療は特に前立線がん、頭頸部がん、肺がんや子宮頸がん等の体の中の深くで外科手術が難しいがんに対する治療法として選ばれやすいです。昔の放射線治療は単純に一方向から放射線を当てるだけの治療でしたので治療計画も簡易的なものでした。しかし、技術の進歩により強度変調放射線治療（IMRT）という治療法ができました。この強度変調放射線治療（IMRT）は、放射線治療の中でも最先端な治療法とされ、がんの形に合わせて様々な角度から強弱を付けた繊細なビームを照射して行う治療法です。これによって精度の高い放射線治療が行えるようになり、外科手術と同水準の治療効果を発揮できるようになりました。

一方で治療精度が高い分、綿密な治療計画が必要となり、これまで1時間で作成できていた計画に6時間もかかるようになってしまった為、医療現場は手一杯の状況です。1カ月間に放射線治療をしたい患者さんが30人いたとしても、優先順位の高い1人の患者さんだけしか治療できない状況になってしまっています。これまでマンパワーも含めて1時間で作成していた放射線治療計画に加えて、6時間を要する治療計画を立てるとなると、治療したいという思いはあっても医療スタッフの過重労働につながってしまい、思うように治療を実施できていないというのが現状でした。



放射線治療支援サービス

では、なぜ治療計画作成に6時間もかかるのかということですが、放射線治療計画の作成過程は大きく3つあります。まず1つ目に、200枚程のCT画像を基に放射線の照射を避けたい臓器や血管等のマーキングを全て手書きで20枚程度書きます。次に2つ目として、マーキングした情報をもとに、どの範囲にどれくらいの量の放射線を照射するかトライアンドエラーで決めていきます。放射線のビームは90本くらい照射するのですが、この角度から照射した方が良いのではないかと検討しながら放射線量のマップを作成します。3つ目は、立てた計画が本当に安全に患者さんへ照射できるかを検証する為に、患者さんを模した検出器に計画と同じように照射をして問題がないか確認します。

さらに、欧米では放射線治療の意思決定をする時は、医師と医学物理士という放射線医学の先導的役割を担う専門職が治療計画を協議して決めることが一般的になっていますが、日本では医学物理士という職種が一般的ではありません。その為、大体7割程の病院では医師が全て1人で放射線治療計画を作成していることが現状です。

世界で初めての技術

——放射線治療支援サービスを使用することでどのようなことが可能になるのでしょうか。

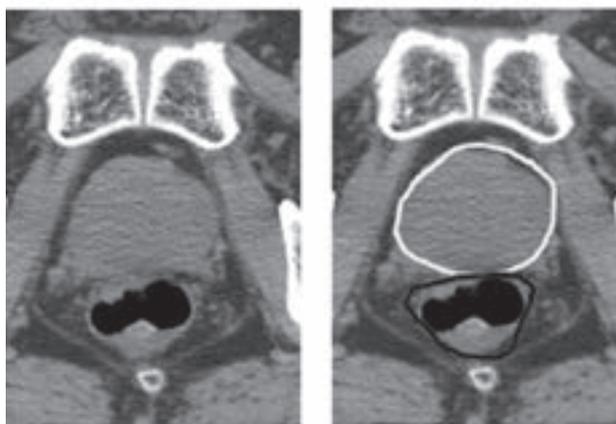
弊社の放射線治療支援サービスは放射線治療計画を全自動で行う医療AIプログラムです。このサービスは旧帝国大学等の放射線治療計画の作成・治療

経験が豊富な施設の治療計画を学習したAIが予測した、放射線の分布計画図とサービス導入施設の放射線治療計画との比較が可能になります。先程、放射線治療計画には大きく3つの過程があるとお話ししましたが、弊社の強みは2つ目の、どの範囲にどれくらいの放射線を照射するかを計画するAIの精度です。この機能はハードメーカーの中で世界シェア1位の会社と弊社だけが搭載しています。世界シェア1位の会社と差別化する上で、弊社の放射線治療支援サービスでは、世界で初めてAIにディープラーニングを用いて、治療効果が高いと予想されるデータを学習させています。他社が販売する放射線治療計画ソフトは基本的に、サービスを使用している施設のデータを学習させて業務改善をしているものですので、自分で自施設のデータをAIに学習させる必要があります。また放射線治療計画の結果もAIではなく、少し古い統計処理を使用して出した計画なので精度があまり高くありません。放射線治療計画の経験値が少ない施設ほどAIに治療計画の作成を頼りたいにも関わらず、自施設のデータで学習させるとなると、そもそもデータ量も少ないですし業務改善化止まりになってしまいます。一方、弊社の放射線治療支援サービスは、既に最適な治療計画作成の為のデータが搭載されているので導入後すぐに使用することができます。ですから、自分が作成した放射線治療計画の品質が分からなかったり、治療計画のダブルチェックに自信がなかったりといった、作成者による計画の質や医療従事者の悩みの解決にも役立ちます。

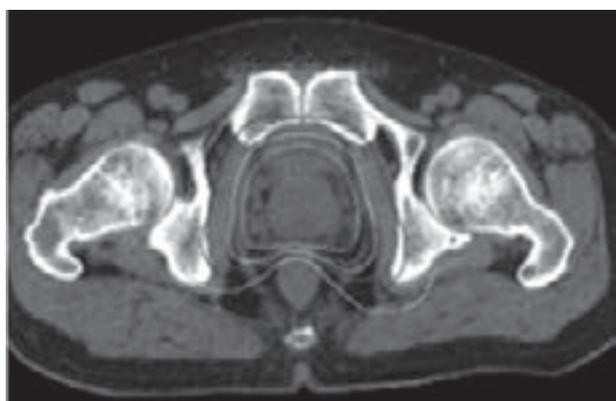
また、放射線治療支援サービスには照射を避けたい臓器にマーキングをする機能がありますが、この機能自体は他社との精度面にはほとんど変わりありません。ただ、他社のサービスは欧米人を対象としている為、対応できる臓器のマーキングも欧米用になっています。日本では放射線治療計画を立てる時、欧米では書かない臓器や細い血管まで把握した緻密な計画の作成が必要になります。弊社は日本の放射線治療計画作成事情も知っているからこそ、日本で

の利用により合ったサービスを提供できます。

先程お話ししました膨大な労力が必要な強度変調放射線治療（IMRT）に弊社の放射線治療支援サービスを活用すると、手書きで書いていたマーキングも、CT画像を入れるだけで自動的にマーキングされ、トライアンドエラーせずとも、AIが作り上げたマーキング資料や情報、過去の事例をもとにボタンワンクリックで安全性検証ができてしまいます。このように腫瘍や正常組織の輪郭抽出、治療計画立案、安全性検証を全自動で行うことで、従来6時間かかっていた業務時間を20分に短縮することが可能となります。医療現場の負担軽減という課題解決だけでなく、精度の高い治療を提供することができ、多くのがん患者さんを救うことができるようになります。



AIによる正常組織の輪郭自動生成前（左）、自動生成後（右）



独自のAI技術による高品質な治療計画の生成（R&D）

——放射線治療支援サービスの社会実装に向けて現在取り組まれていることを教えてください。

現在は放射線治療支援サービスの第一段階が教育・研究用として公開されているのですが、これから第二段階、第三段階の公開も予定されています。今後は、実際に弊社の放射線治療支援サービスを使用することで治療効果が高められているという根拠を示さなければいけませんので、第二段階以降に繋げるためにも第一段階の完成を急いでいます。開発側の立場から申し上げますと、医師も含めた放射線治療学分野ではおそらく私がトップの研究能力を持っています。ですが、効果的な放射線治療計画を作成する為には、私の知見だけでなく、放射線治療の経験が豊富な施設の治療効果が高いとされるデータも一緒にAIに学習させることで、専門医と同等の治療計画が作成できるようになると考えています。教育・研究用として公開されている第一段階のサービスで治療をした患者さんの治療効果もデータとして収集させていただくことで、専門医を超える治療効果を出すことができる予定です。

第一段階の放射線治療支援サービスも十分精度は高くなっていますが、やはり手直しが必要な部分もあります。ですから、さらに精度を高めるために、ここ1年で今まで30万枚の画像データを旧帝国大学の大学病院などから買い取って学習させていたものを90万枚に増やすとともに、AIモデルも変更しながら開発を進めて精度向上に努めています。

開発はこれからも続きますが、現時点での最終目標は2031年に第三段階を公開することです。第三段階では治療効果がさらに20%程増す予定です。これは、放射線を放射する機械自体にAIを組み込もうという計画で、放射線治療計画の即時作成を目指しています。放射線治療は1回で終わる訳ではなく30回程照射が必要です。その為、現在の治療は患者さんに来院いただいて計画用のデータをとった時から全ての治療が終わるまで、約1カ月半掛かります。ですから治療計画を作成した時と1カ月半後

では体内の状況に変化があるのは明らかです。今は放射線を放射しながらMRIの撮影もできる機械が存在するので、この機械に合わせて1カ月半で生じる体内の変化に関わらず、その場でその日の状態に合わせた治療計画を1分で作成し、ピンポイントで治療できるようになることを目指しています。



ディスカッションの様子

目標を大きく持つ

——今後の事業展開について教えてください。

放射線治療支援サービスの販売に関しては、現在共同研究や精度評価をしていただいている大学を中心に購入の検討をお願いしています。また、年に1度、日本放射線学会という大きな放射線の学会があるので、そこで展示をさせていただいた際に購入希望のある施設に対してデモをお願いしています。

第三段階の実装が最終目標ではありませんが、精度面をさらに向上させて「放射線治療で全てのがん患者を救う」という山に向かって取り組んでいます。

——会社経営する上で大切だと思う事、これから起業を考えている方へ、アドバイスをお願いします。

研究者や医療従事者が起業する場合としてお伝えするなら、研究で何かを作ることとビジネスで作ることは大きく違うので、ビジネスとして求められていることなのかを最初にしっかり考えることが大切

だと思います。研究は基本的に自由で、研究の中で完成したものに対して責任がない訳ではありませんが完成したら終わりです。ですが、ビジネスはそうはいかなくて、使う人がいるというゴールに向かって作り出したものに対する世間の満足度や課題を感じて、商品の価値を作らないといけないという意味をしっかりと根底まで理解しなければなりません。研究者が作りたいものを作るだけでは売れなくて、ビジネスとして失敗してしまいます。研究からビジネスに移行する中で追加が必要な機能なども沢山見つけて、研究者として好きではない作業もやらないといけないようになると思うのですが、徹底的にやり込まないと失敗してしまうと思います。

スタートアップの経営者として私が意識していることは、目標を大きく持つことです。トップが大きく打ち上げないと誰も付いてきてくれないと思います。大きく目指すべきところを低くしてしまうと必ず着地も低くなってしまいますので、失敗はいけませんが色々な人が共感してくれている、世界で勝てる大きいことに挑戦しているんだと目標を高く持つことを意識しています。



角谷社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(2025.1.29取材)

七十七ニュービジネス助成金受賞

第27回(2024年度)

企業
インタビュー

Interview

株式会社サムライアロハ

代表取締役 櫻井 鉄矢 氏



会社概要

住 所：仙台市太白区中田5-13-65

設 立：2018年

資 本 金：35百万円

事業内容：衣類製造販売

従業員数：6名

電 話：090 (6254) 6594

U R L：https://www.samurai-aloha.com/

廃棄される着物を東北の人々の手で価値あるアロハシャツ等に再生、持続可能な社会の実現と東北の地から世界に向けた日本の魅力発信が期待される

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、株式会社サムライアロハを訪ねました。同社は東北の複数の古物事業者から着物を調達し、宮城の主婦および岩手・福島の間製職人の手で一点物のアロハシャツやパーカー、Tシャツ等に再生させています。外国人観光客をメインターゲットとし、インバウンドの集まる空港や商業施設等のほか、国内および海外向けに自社サイトでの販売を行っています。同社の櫻井社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容等についてお伺いしました。

——七十七ニュービジネス助成金を受賞された感想をお願いします。

七十七ニュービジネス助成金を受賞して、周りからも驚きの声と共に「凄いね。」と褒めていただきました。私は仙台商工会議所の青年部（YEG）に入会していることもあり、これまで仙台商工会議所にも受賞歴のある先輩方がいらっしゃることを知っていたので、同じように受賞でき大変嬉しいです。

今回、七十七銀行中田支店の支店長から応募のお声掛けがあり、やってみようと思いを押し付けていただきました。メディアにも沢山取り上げていただいていた時でしたので、地元でも更にPRできる機会になれば尚嬉しいと思っていました。

——今回の助成金はどのようにお使いになりましたでしょうか。

運転資金として使わせていただこうと思っていました。今年はコロナ禍から明けたこともあり、お取引様のご要望も増えてきています。増産体制に入りたいと準備をしていた時でしたので、着物の調達や

生産体制増強資金として使わせていただいています。

去年の夏などは受注が追い付かず、在庫が0になってしまったこともありましたが、今年は増産体制を整備することで在庫を充実させ、ご要望通りに対応できるように準備をしています。

増産体制に伴い、積極的に営業も行っています。今年の4月からは羽田空港でも商品の取り扱いが決まりまして、嬉しいことに他のお取引先もだいぶ増える予定です。

困っている人を助けたい

——会社設立に至るまでの経緯についてお聞かせください。

私は東京の大学を卒業後、大手古物商である質屋業の会社に就職をし、いくつかの都内店舗店長を経て、フランチャイズ事業課課長として働いていました。

弊社の起業を決めたきっかけは大きく3つあるのですが、1つ目は「日本の古物に対する目線がどこかズレている、何故だ。」という怒りです。日本という国は何故か中古を許しません。例として、着物は最高級のシルクを使っていて新品で購入しようとするれば何十万円、何百万円と値が付くのに、中古になったとたんに値が付かなくなってしまいます。質屋で働いた時、何故高級ブランドのボロボロの鞆は買い取るのに、伝統工芸品は捨てないといけなかったかと考えると悲しくなりました。海外の古物はアンティークだと言っておりありがたいのに、日本の古物は粗大ごみになるという価値観は酷いものです。日本は職人の国なので、色々なものを手作業でつくることができて、手先も器用ですから品質も良いです。だからこそ怒りが湧きますし、そこにビジネスチャンスがあると思いました。

2つ目はお母さんたちの働く場所がない現状を変えたいと思ったことです。先程も申し上げたように、私は都内でフランチャイズ事業課の課長として、フランチャイズの店舗をどこに展開するかを手配する仕事をしており、ノウハウも身に付いていたのでそのまま東京で暮らすつもりでした。大学で上京したのも宮城から出たかったからです。ですが、東日本大震災が発生し実家も津波で流されて、宮城に帰

ろうと決めました。いざ宮城に帰ると、震災で保育施設も被災して働きたくても働けない地元のお母さんたちが沢山いました。ですからこの状況を変えたい、助けたいと思いました。

3つ目は古物商として長年働いてきた経験から、古物自体のビジネスモデルが通用するのも後30年くらいしかないのではと感じていて、別事業を絶対に始めないといけないという危機感がありました。宮城に戻ると決めてから地元の同級生たちを集めて、勤めていた会社からフランチャイズとして独立し、古物商として事業を始めました。その中で、古物の中でも着物の立ち位置に疑問を感じて、2億枚も捨てられていることや沢山捨てられている割には最高級品であることに疑問を感じました。そんな時に、日経新聞で「アロハシャツの起源は着物」といった記事を見つけて、これだと思いました。2015年にパソコンで「着物・アロハシャツ」と検索してもまだ誰も事業化していませんでした。それで商標登録もして、サムライアロハが始まりました。2018年に分社化して創業した形になっています。



リーフレット表紙

——社名に込められた思いについて教えてください。

これは、完全に海外を意識しています。とてもシンプルなのですが、海外で通じる言葉は何だろうと考えた時に、「サムライ」が一番しっくりきました。富士山アロハも良いけれど、宮城県に富士山はないし、DATE（伊達）アロハも良いけれど、英語だと日付アロハって何？となってしまいます。それで、最終的にサムライの不屈の精神と震災復興に立ち向

かう姿を重ね合わせて「サムライアロハ」という社名にしました。



買い付けた着物

——御社はどのような理念に基づいて事業を行われていますか。

「着られなくなった着物を東北の皆の手でもう一度光を当てたい」、「地元のお母さんたちの技術をもって世界に通用することを証明したい」この2つの理念に基づいて事業を行っています。

着物は日本の伝統です。伝統がある分、変化させることがとても難しいです。着物にハサミを入れることは呉服業界で御法度ですから、時代に合わせて着やすいように加工するというようなことはそう簡単にはできません。着物は流通枚数が数兆枚で、市場規模は数千億円とされています。品物が市場規模の約10倍もあるのに、国内には2億枚もの捨てられてしまう着物がある歪な現状を変えたいと思いました。

そして何故東北のお母さんたちなのかということですが、東北のお母さんたちの手仕事は世界に通用するという世界に伝えたい思いと、働きたくても育児と仕事を両立させる環境がなくて働けないお母さんたちの助けになりたいという思いがあったからです。東北、宮城県全体が様々なブランドから注目されていて製造工場があり、弊社製品の縫製をお願いしている工場も世界的なブランドの商品を製造しています。東北人の強みでもあるので世界に発信していきたいと思っています。

世界に1着だけのアロハシャツ

——御社の事業内容について教えてください。

弊社は着物からアロハシャツ、Tシャツ、パーカー等を製造・販売しています。主なターゲットは海外の方です。1枚の着物から1着の品物しか作ることができないので、全て柄の異なる1点ものになります。アロハシャツやその他商品の製作は宮城のお母さんたちが行っています。着物の買い付けから、ほぐし作業、洗濯、デザイン考案、裁断までを弊社のお母さんたちが行い、最後の縫製を福島県と岩手県の縫製工場にお願いしています。また、フランチャイズで立ち上げた店舗では着物の買い取りは行っていませんので、買い付けは他の東北の古物商業者から行っています。今は着物に全く値段がつかないので、お客様が何十万円も出して購入した着物を100円とか200円で買い取りますとは私は言えません。着物買取業者も沢山ありますが、買い取っても売値が1,000円程にしかならないので、売れ残って困っている業者からお声が掛かります。

また、お客様が着物を持ってきてオーダーメイドでアロハシャツを作りたいという問い合わせを沢山いただきますが、全てお断りしています。着物を洗うためにほぐしてみたら虫食いがあつたり、日焼けがあつたり、洗ってみたら色落ちしてしまったということも沢山あり、着物は取扱いがとても難しいです。お客様が大切な方から譲り受けた大事な着物をバラバラにしてから「できませんでした。」では元に戻せないですし責任が取れないので、残念ながらお断りしています。

商品製作のために1枚の着物から取れる部分は決まっていますが、幅さえあれば問題ありません。着物の供給量も一定ではないので1回の買い付けで300枚程手に入ることもあれば、10枚、20枚しか買い付けできないこともあります。私もアロハシャツ等のデザインに関わっていたこともありますが、お母さんたちの方がセンスが良いです。私にはセンスがなくて、長年古物商をしていた職業病でもあると思うのですが、デザインよりも先に品定めが始まってしまいます。ですから、デザインはお母さんたちにお任せしています。きちんと売れるもの、良いものを製作してくれます。

そうして製作したアロハシャツや他の商品は弊社ECサイトや百貨店、成田空港等で販売しています。先程もお伝えしたように、弊社の商品は海外向けの商品で、例えば成田空港での売り上げは9割9分海外の方です。後程お話ししますが、アロハシャツの販売方法も工夫していて、国ごとに色や柄をわけて販売しています。



裁断の様子

世界の人が好きなのは国旗の色

——御社の強みを教えてください。

弊社の強みは実際に私が成田空港でインバウンドの最前線に立って得た国ごとの販売ルールです。成田空港の暗黙知を文書化しただけかもしれませんが、例えば国の好みを色で分けることができます。中国の方でしたら赤色と黄色が好きで、アメリカの方でしたら青色と赤色が好きです。フィンランドの方でしたら水色が好きで、中東の方でしたら緑色が好きです。地道にメモを取っていてふと気が付きました。実は国ごとの好きな色の傾向は国旗の色なのです。成田空港の出店場所が免税エリアで、お客様が商品をお買い上げくださる時、必ずパスポートを提示しないとイケません。その時にどの国の方がどの時間帯に何を購入するのかをこっそりメモしました。そうすると面白いくらいに傾向が取れて、今の商品展開に繋がっています。一方で、黒色は一見人気の高い色かと思いますが、世界的には人気ではありません。Tシャツやパーカーなどのカジュアルな商品であれば売れますが、不吉な色としてフォーマルなシャツでは選ばれない色です。ただ、日本や台湾、韓国は例外で黒色がとても人気のある色です。

また、アメリカ人の男性にピンク色を勧めてはいけません。アメリカの方は特に自分が着ている服と自分のアイデンティティが密接に関係しているので、ピンク色は男らしくないという考えがあります。ピンク色の柄は格好いいものが多いので、つついとお勧めしたくなってしまいますがとても怒らせてしまいます。

次にインバウンドの方はよく爆買いいすと言われていています。しかし、実際にサムライアロハを爆買いされる方はマレーシアやシンガポール等の相続税のない国の旅行者の方々です。欧米の方で爆買いをする方は見たことがありません。では相続税のない国の人で旅行に来られる方々はこういった方なのかというと、王族や貴族であったり徳の高いお坊さんだったりします。去年の年末にも成田空港から連絡が来て、何かかと思ったらタイから日本へ旅行に来られた方が、ここからここまでと棚ごとサムライアロハをご購入されたという連絡でした。ですから、インバウンド向けにビジネスをしたいという相談を受けることがよくありますが、GDPの高いフランスやアメリカよりもタイやマレーシアを対象にマーケティングした方が良いと思います。経済大国の平均年収は高いですが、実際に爆買いをするかということとそんなに爆買いはしません。一見すると貧しい国ではないかと思う国の方こそ爆買いします。

また面白いことに、コンテンツによっても分類できます。極端な話、Tシャツにブランド名が書いてあれば売れるのがアジアです。有名人の名前や有名なアニメの題名等が書いてあれば、アジア人は購入します。逆に欧米の人たちはカルチャーを好みますので、富士山や桜などのデザインにお金を出します。ちなみに中国の方は中国でも咲いている花が入っている柄の商品は購入してくれません。理由は分かりませんが日本固有のものだけの柄ですと大変喜んでいただけます。この区別が意外と大事です。成田空港店で言えば、飛行機の出発時刻に合わせて、コンテンツとカルチャーどちらを重要視する地域なのか、その国の国旗は何色なのか判断をして商品の入れ替えをします。ですからインバウンド対策といっても、国によってそれぞれの好みに合わせたマーケティングを行っています。



成田空港店

逆風の中の思わぬ発見

——事業を行ううえで困難だったことを教えてください。また、どのように乗り越えましたか。

それはコロナです。世界中にとっての困難でしたが、とてもきつかったです。2019年にパリコレに出させていただいてから取引先が一気に増えました。百貨店からの出店のお誘いも、色々な企画もコロナで全てなくなりました。順風満帆だと思っていた矢先でしたので計画が狂いました。

世界中がどうなるかわからない時でしたので、移動ができないからこそ弊社のECサイトをPRしていかないといけないと考え、海外販路を広げようと準備を始めていた時のことでした。そんな時に海外の方からの問い合わせで「何故あなたの会社の商品は値段がコロコロ変わるのですか。」という質問が来て、一体どういうことだと思って確認をしてみたら、商品の値段表記が円表記だけだったのです。ですから為替の影響で値段がコロコロ変わってしまっていて、これではいけないと思いまして英語のECサイトと日本語のECサイトをそれぞれ作って、英語のECサイトでは199ドルか199ユーロで見れるように金額を固定しました。これが意外と盲点で、英語訳できるサイトを作るのではなく日本語のサイトと

同じ内容の完全に英語版のサイトが必要なのだと気が付きました。試行錯誤して、ECサイトや送料のこと等、コロナ禍で痛い目をみながら学んで乗り越えました。

海外進出は色々なところに埋まっている地雷を踏まないようにしなければいけませんが、地雷さえ踏まなければ国内販売よりもチャンスがあるかもしれません。

——東北のお母さんたちと事業を行うにあたり工夫していること等ありますか。

弊社は自由に出勤して、自由に退勤していただける環境にしています。事務所に出勤しないで、自宅で作業していただくことも可能です。出社しているお母さんと在宅のお母さんの割合はケースバイケースで特に決まりはありません。私としては一定の生産量を保っていただければ問題ないので、例えばお子さんが熱を出して帰らないといけなくなった場合は、帰っても問題ありません。本当はもっとぎちぎちに仕事がないとダメなのかもしれませんが、お母さんたちには大変感謝しています。



完成したサムライアロハ

——今後の市場の展望についてお聞かせください。

新しい販売先を増やしたいと考えています。成田空港に出店している他の事業者の方と話す時「日本国内でどこの場所が一番売り上げがいいですか？」という話をします。そうすると、皆さん回答は同じで「駅」なんです。交通拠点が一番売り上げが良いという話になります。ですから交通拠点をまず押さえることが重要だと思っています。今は成田空港で

店舗を構えさせていただいていますが、全国の主要空港に出店できるように頑張っています。

また、大学の生協でも取り扱っていただけるようにしたいと考えています。客観的に見た時、国内の国立大学には富裕層の海外の人が一番多く集まっています。サムライアロハに問い合わせいただく海外の方のメールアドレスもほとんどが大学関係のメールアドレスから届きます。ですから挑戦していきたいです。

——会社経営で大切だと思うことについて教えてください。

私は基本的にホームランしか狙わないようにしています。地元で1つ1つ着実に成果を積み上げることを悪く言うつもりはありませんが、いっそのこと全国や世界に向かって一発当てた方が良くと思っています。また、新規事業を始める時もパソコンで調べて出てくる事業はしないという信条もあります。

東北の誇れる仕事を世界へ

——これから会社の経営を担う方へアドバイスをお願いします。

私は必ずデータでしか物事を見ません。ですから手元に新聞や県内動向が分かるものを持ち歩いて、データを見ながら行動しています。少しきつい言い方になってしまいますが、宮城県を市場として捉えてはいけないと思います。海外の人を対象に商品を販売した方が沢山売れると思います。アメリカ人の平均所得は宮城県の平均所得とおおよそ2倍違いがあると言われています。だからこそ県内全員で海外の人たちにどうモノを売っていくかということを考えないといけない時期が来ていると思います。私もその一人で、バブル景気など若い頃に感じた素晴らしさは今も輝き続けていると思いがちですが、過去の栄光は過去のもので、私たちは今を生きているので客観的にみた方が良くと思います。

後は自社製品を嫌いになった方が良くと思います。好きすぎて弱点まで好きになってしまっただけじゃありません。自社製品が売れないなら、まずは自分が自社製品を嫌いにならないと弱点を見つけられません。これは私が恩師から言われた言葉で、お客様目

線に立って、距離を置いてみた方が良くもあるということを色々な方に伝えていきます。



櫻井社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

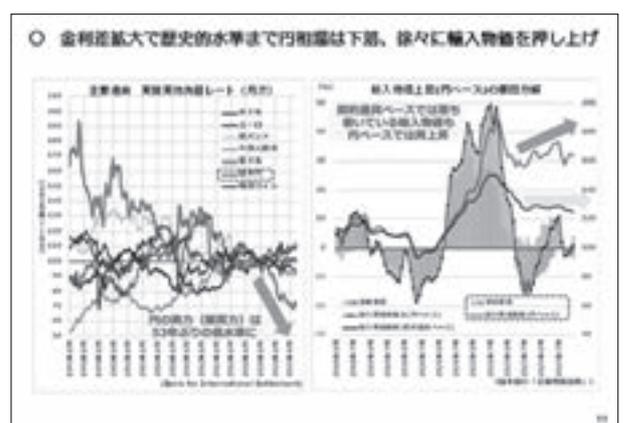
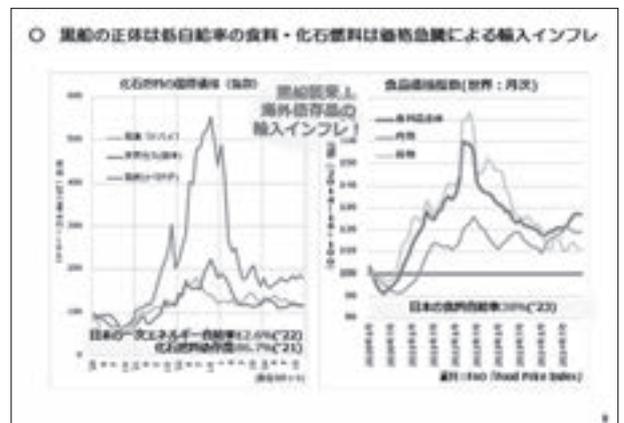
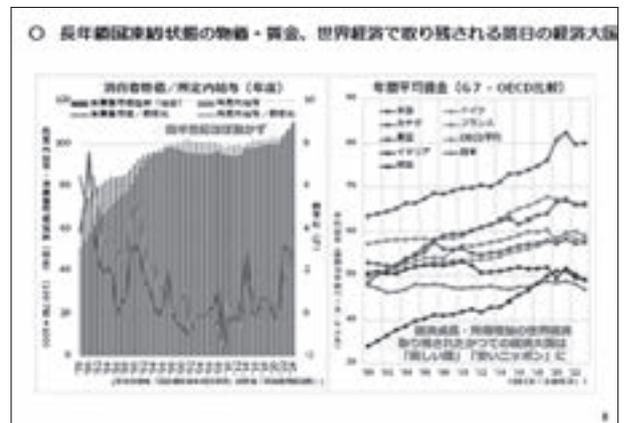
(2025.1.17取材)

やはり12月の結果は少し下がっていました。12月は本来上がる時期なんですけど、それが下がっていたということは、よほど景況感はよくないのかなと感じています。また、同アンケートで自社の経営上の課題についても聞いております。製造業と非製造業で分かれていますのですが、製造業は専ら仕入れ価格の上昇つまり原材料高です。非製造業では人手不足のほか人件費の上昇など、「人」に関する課題を挙げた企業が多かったです。この2つの原因が県内企業の景況感の重しになっているということが言えます。

次に県内景気の現状・ポイントについてです。県内経済を支えてきた雇用や個人消費が最近弱くなってきています。これは物価高が影響しているのですが、これまで支えてきた政府の色々な支援策が最近縮小傾向にあるという中で、弱い動きが目立つようになってきています。また、建設投資についてですが、現在、仙台市は色々な再開発が活発に行われていますが、問題は需要ではないということです。これまでの不景気は需要が足りないのが問題だったのですが、今はいくら仕事があってもコストが高い、人手が足りないということで、今までになかった「供給制約」というものが重しになっています。一方、伸びていくのは半導体市場やインバウンド、外需といったところで、今後の牽引役となることが期待されます。しかし先日発表された1月の倒産件数は19件と、過去20年の1月倒産件数としては過去最多であり、倒産が増加傾向にあります。このような現状を見ますと、物価と賃金の好循環には程遠いのかなという状況に感じます。

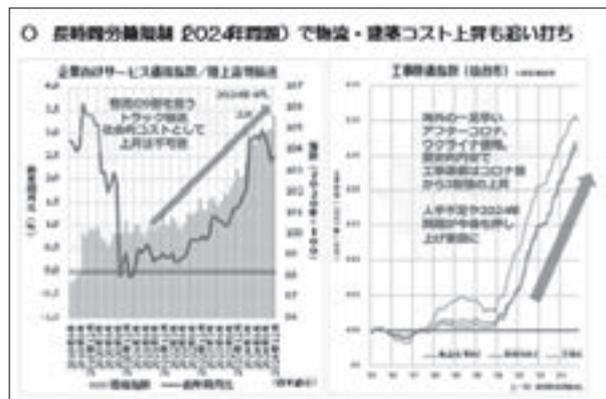
そもそも物価と賃金の好循環というのは、どういうストーリーなのかということを知解していきます。日本は、消費者物価と所定内給与（賃金）が四半世紀の間ほぼ動かなかった、言ってみればマーケットの価格が鎖国状態にあったということです。この動きのなかった日本に対して、諸外国は経済成長を続けていたので、気が付けば日本の平均賃金はOECD、G7の中で一番低く、韓国にも抜かれているという状況で、落日の経済大国といったところなんです。そこに黒船とも言うべき外圧が来ました。その黒船は何かというと、ロシア・ウクライナ侵攻などによる輸入依存度の高い化石燃料と食品価格の爆上がりです。石炭に至っては東北電力の電源構成で大体3割くらいを占めていますが、ピーク時で2019年コロナ前の5倍と大幅な値上がりになっています。また食料品も石炭ほどではありませんが7割程度上がっていて、この黒船の正体は「輸入インフレ」です。海外はどうかというと、日本以上に物価が上がりました。ヨーロッパ各国、アメリカも10%を超えるインフレ、特にドイツでは電気代が6倍になりました。このインフレに対して海外の中央銀行は教科書通りの対応で利上げを行いました。ところが日本の当時の黒田日銀総裁は、粘り強く金融政策の維持を続けました。最近、ちょっと周回遅れで政策金利が上がってきましたが、この結果何が起こったかという歴史的な円安です。

実質実効為替レート（世界各国の各通貨を加重平均した円の実力・購買力）で円通貨は独歩安となりました。2022年以降、円の購買力は53年ぶりの低水準になっています。輸入物価指数で言いますと、契約通貨ベースによる価格は落ち着いてきていますが、円ベースでは為替（円安）の影響で上昇傾向です。2021年以降、輸入物自体の価格を前年の価格と比較してみると、最初はウクライナ侵攻に伴う要因が圧倒的でしたが、そのうちアメリ



力で金融引き締めをやって日米金利差が開いて円安が進んだことによって輸入物の価格が上昇した、つまり為替の要因の方が大きくなったということです。円安による輸入物価の上昇は今後も起こりうると思うのですが、そうなると大変なのが貿易収支です。現在、貿易収支は20兆円規模の赤字になっています。これは交易損失と言われるもので、要は海外資源国に流出した所得です。

そして国内には別の問題もありまして、それが「2024年問題」です。対象となる運送業に係る指数で陸上貨物輸送のサービス価格指数というのがあります。日本の物流の9割はトラックが担っており、2024年4月以降、物流コストは人手の確保等の名目で上昇し今も上がり続けています。これは今後下がる余地はないと感じています。建築コストについても上昇しています。理由としては、海外で一足先にコロナが終わったとか、ウクライナ侵攻、歴史的円安などありますが、2024年問題の人手不足もそれに拍車をかけており、コロナ前から約3割上がっている状況です。



景気動向指数（景気感応度の高い経済指標を合成して景気の現状を見える化した指数）を見てみると緩やかな持ち直しの動きとなっています。また消費活動指数という消費の活発さを表した指数があり、名目消費活動指数はインフレの影響で上昇しているのですが、それを除いた実質の部分では横ばいもしくは弱含みという状況です。食料品や衣料品などの非耐久財の動きが弱いということです。

そしてGDP（国内総生産）についても同じようなことが言えます。名目GDPは600兆円を突破しました。その要因はインフレだからであって、実質GDPは一進一退で低成長が続いている状況です。2013年を基準として、ここ10年間で何が伸びているかというと、海外からの所得つまり投資収益や輸出、輸入と海外部門は伸びていますが、国内部門の個人消費や住宅投資は停滞している状況です。



物価の高騰に対しては価格転嫁が大事だと言われているんですけど、生産サプライチェーンの川上（原材料の生産、調達）から川下（製品の販売）に向けて、だんだん価格転嫁がしづらくなっています。そうすると消費者は賃金が伸びないので節約したり買い控えが起こるという状況になっています。また、企業規模間の交渉力にも差があります。大企業と中小企業を比べると、仕入価格について大企業の方が抑えられています。交渉には企業規模による格差があるということだと思います。そうなってくると経常利益率ですが、資本金10億円以上の大企業と資本金1000万円～1億円までの中小企業とでは段々差が広がってきています。当然そうなってくると労働分配率にも違いが出ます。大企業は賃上げしていても労働分配率は下がりますが、中小零細企業では賃上げする余力なんてないということだと思います。

そしてここから東北に関係する話ですが、電気代やガソリン価格について、東北の電力の価格は全国で一番高い価格です。原発が稼働している九州と4割くらいの差があります。企業誘致をしようと一生懸命動いていますが、この電力の問題はネックになるのではないかと思いますし、ガソリン価格も最近また上がってきています。宮城県は比較的低い方ですが最近上がってきているので、激変緩和措置がなければ、200円/ℓを超える大台になってくる可能性があります。

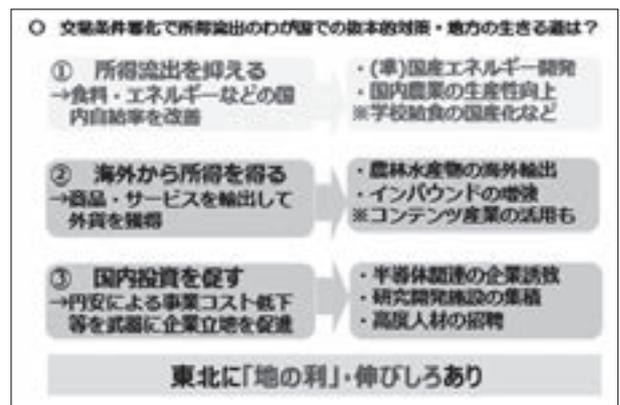
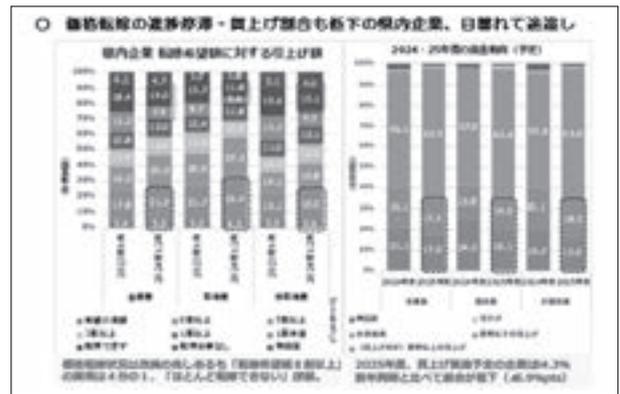
消費者物価の地域差は全国平均と比べると東北は平均以下で総合の物価は低いです。光熱水道が全国平均よりも9.3%高くなっています。これで起こっていることは、家計支出の割合は光熱水道と交通・通信（ガソリン代含む）の比重が高くなり、個人消費の足かせになっているということです。

2024年の小売業6業態（百貨店、コンビニ、スーパー、家電、ドラッグストア、ホームセンター）ですが、基本的に値上げをしていますので、同じ数量が売れば前年比その分だけ伸びるはずですが、値上げにもかか

わらず宮城県では3業態（コンビニ、家電、ホームセンター）が前年割れしており、個人消費が厳しいのではないかという風に見られます。

先程も申し上げましたが、弊社では3か月毎に企業へアンケートを実施しています。今回の調査で「(製品・商品について)希望額に対してどれくらい引き上げ(価格転嫁)ができていますか」という質問に対し、「満額」ないし「8割以上」と答えたところが全産業のだいたい4分の1です。1年半前に同じ質問をしたときと比べると少し増えましたが、一方で、「全く転嫁できていない」あるいは「1割以下」が20%くらいで、だいぶ減ったとは感じますが、まだこの水準なのかというところでもあります。そしてこの状況を受けて2025年度の賃上げの予定です。「賃上げの予定はありますか」と聞きますと、全産業で「前年の賃上げ率を上回る金額」もしくは「前年程ではないけど賃上げをする」と答えた企業は34.3%（前年：40.2%）に減少しています。物価と賃金の好循環はかなり絵に描いた餅になってきていると思います。

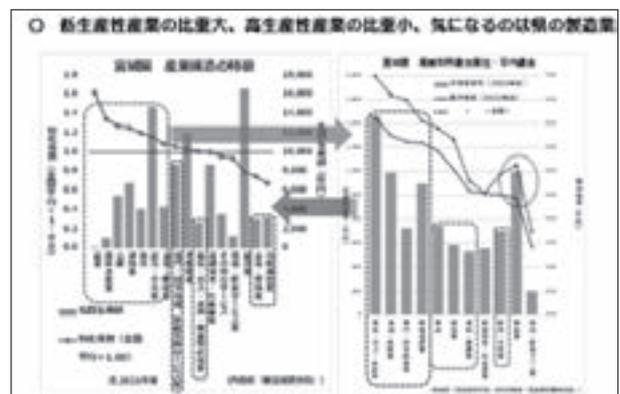
そもそも輸入インフレを値上げで解決するのは本当に正しいのかという話ですけども、交易条件が悪化するということは海外に所得が流出しているということで、この失われた所得・購買力を政府と家計と企業でどう負担するかというのが今の議論になってきます。値上げした分は賃上げする、給付した分は増税するというだけをして、これは穴の空いたバケツに残った水の取り分を議論しているようなもので、根本的な解決にならないマイナス・サム・ゲームになっているということです。穴をふさぐ（海外への所得流出防止）か水を足す（外貨獲得）か、解決策としてはどちらかしかないと思います。そうなってくると、まず「所得の流出を抑える」ということでは、①食料・エネルギーの自給率を高める、あるいは②海外から所得を得る（輸出やインバウンド）、③国内投資を促す（企業誘致、研究開発施設の集積等）、おそらくこの3つしかこの問題を根本的に解決できる方法はないと思います。そして、いずれも東北に地の利があるのではないかと思います。



2. 県内経済・産業構造の現状と課題～支店経済・仙台一強は是か非か～

宮城県を様々なデータで見えていきます。データを見る時のポイントは相場を掴んでおくこと、そしてその相場からずれているところがあれば、それが特徴です。宮城県の相場は「全国順位が14位」「シェアが1.7%」というのが相場です。これから外れたところが宮城県の特徴と言えます。では何が外れているかということと65歳以上人口率つまり高齢化率です。38位で下から10番目、若いということです。これは学生が多いということだと思います。漁業・養殖生産額が4位。あとは卸・小売商業部門はシェア・順位が比較的高いです。一方、低いのは一人当たり県民所得（企業や家計に分配された所得を人口で除したもの）が23位でちょっと低い状況です。その原因の一つである製造品出荷額等が2024年で1.5%、東北の中で大概の指標は宮城県が1位ですが、これだけは福島の後塵を拝して2位となっています。

産業構造について見ていきます。県内総生産額と特化係数（宮城県の割合を全国の平均で割ったもので1を上回ると宮城県のウェイトが高い、下回るとウェイトが低い）で見ると、ウェイトの高い産業は、鉱業、農林水産、



公務、建設、教育、卸・小売、運輸・郵便業になっています。情報通信や金融・保険業は低くなっています。そのウェイトの高い業種と低い業種の労働生産性や平均賃金を見てみると、ウェイトの高い業種の労働生産性が低いというのが気になるころではあります。もう一つ気になるのは、一般的に製造業は生産性が比較的高い分野ですが、宮城県はちょっと低いということです。宮城県の製造業の労働生産性がなぜ低いのか詳しく見ていくと、製造業の中でも色んな業種がありまして、その中でも半導体製造装置や生産用機械器具、電子部品・デバイスあるいは輸送用機械といったところは県内に大手企業の工場などもあり労働生産性は極めて高いのですが、県内製造業の雇用の約4分の1を抱える食料品製造業の労働生産性が低いということです。

そしてさらに詳しく見ていきますと、この食料品製造業にも色々な分野があるのですが、この中で低いのは水産加工食品です。従業者数も事業者数も多いボリュームゾーンであり、しかも宮城県の基幹産業の一部なんですけど、ここの生産性が低いということが製造業全体の生産性が下がっている原因と言えます。ただ、震災後の宮城県の経済成長、産業別の寄与度において、震災後の前半は建設業が牽引していますが、それと平行し一貫して経済需要に寄与しているのは製造業であります。「みやぎ発展税」を導入した企業誘致により大手企業が入ってきて、生産用機械や輸送用機械の部門における出荷額はここ10年間で6,607億円増加しており、大きな寄与はあったというのは間違いのないと思います。

しかし課題もあります。宮城県で公表している資料で「宮城県産業連関表」というものがあり、その中にある生産波及倍率について見てみます。これは需要が1単位増えた時にどれだけ地域内に生産が増えるかという誘発効果を示す指標です。例えば乗用車（2015年時点）ですけれど、1.177倍の生産を誘発するというデータがあります。自動車産業の集積地域である愛知県は1.690倍、群馬県は1.427倍、広島県は1.391倍、静岡県は1.362倍と、元からそこに集積のあった地域では、需要が増えると地域内に広く生産波及効果が生まれますが、宮城県は進出企業なので、なかなか地元企業がそこに刺さっていけないということで、そこを広げていく対策・施策が課題だと思います。

○ 一方で地域経済への生産波及効果については・・・

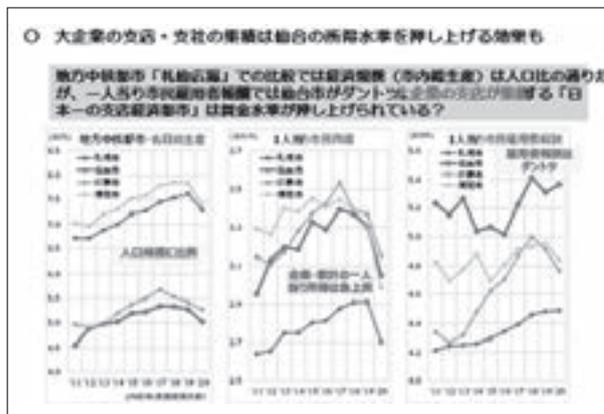
宮城県内の産業別生産波及効果 (2014部門)

産業	2015年	2016年	2015-16年	2014部門		
				生産波及倍率	需要	生産
乗用車	1.217	1.172	-0.045	1.177	1,404	1,335
	1.351	1.533	0.182	1.280	1,400	1,306
	-0.134	-0.361	-0.227	-0.004	0.004	0.829
自動車	0.943	0.908	-0.035	0.941	1,028	0.934
	0.992	1.126	0.134	0.989	1,088	1.025
	-0.049	-0.218	-0.169	-0.043	-0.040	-0.876

注：生産波及倍率は、1単位の需要増加がもたらす生産増加の割合を示す。需要は、2014年度の最終需要を1と仮定して算出。生産は、2014年度の最終生産を1と仮定して算出。乗用車は、2015年度の生産額を1と仮定して算出。自動車は、2016年度の生産額を1と仮定して算出。

今回は県内の成長を圏域別に見てみます。宮城県の景気を左右するのは仙台市でして、県内総生産の半分以上を占め続けているガリバー的存在です。仙台市一強についてですが、一人当たりの県民所得は仙台市だけでも全国平均並みですが、仙台市を除く宮城県で見ると東北の他県よりも低くなっています。さらに1人あたり雇用者報酬についても同じ状況になっています。そして仙台市と言えば、全国一の支店経済です。他都道府県に本社、本店、本所のある支社、支店、支所の割合を見ますと、仙台市にある事業所のうち27.8%は県外企業の支店です。そして、そこで働いている人が4割です。仙台市で働いている人の4割が県外企業の支店で働いているということです。

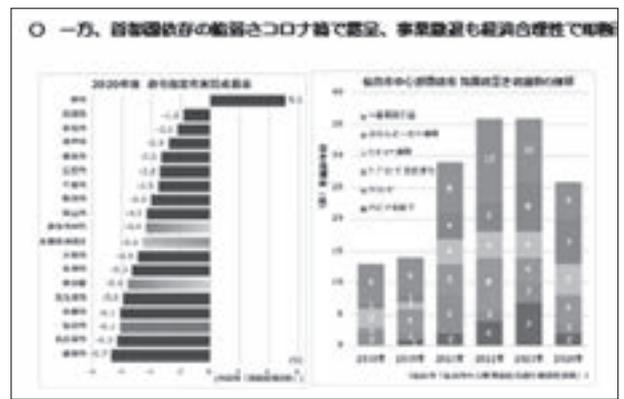
支店経済には光と影があります。光の部分で言いますと、各地で多くの大規模開発が進んでおりますが、仙台市の都市再構築プロジェクトはほぼ域外資本主導で、この投資効果は極めて大きいということは間違いのないと思います。また、地方中核都市「札幌広福」の名目総生産、一人当たりの市民所得、市民雇用者報酬について見てみます。一人当たり市民所得で見ると仙台市は上位に位置し、一人当たり市民雇用者報酬になるとダントツで高くなっています。仙台市は給与水準の高い大企業が多いので一人当たりの給与水準も高いということだと思います。これも支店経済のメリットではないかと思えます。



一方、影の部分ですが、2020年度つまりコロナ禍のあった年の政令指定都市の実質成長率についてです。仙台市は▲6.1%と、あの国際的観光都市である京都市と同じくらいの落ち込みでした。緊急事態宣言で首都

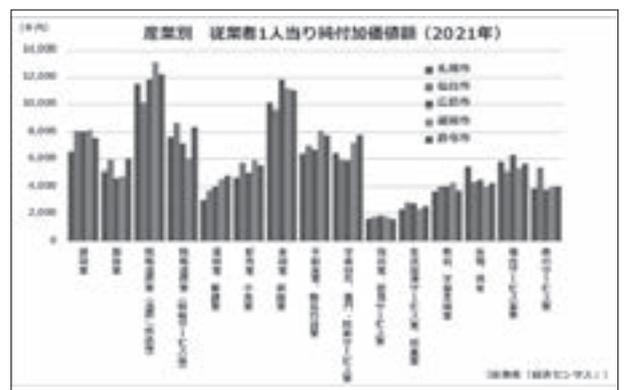
圏との往来を止められたこともあり、いかに仙台市のダメージが大きかったかが分かります。また、県外の企業は判断も非常に速いです。このコロナ禍になってすぐ、仙台市中心部商店街から撤退して空き店舗が増え、まだまだ戻り切れていないといったところがあります。

もう一つ支店経済で悲しいところですが、単独企業、本社、支社別の純付加価値額の割合についてです。仙台市は全体の3分の2を支所・支社・支店が稼いでいるというデータがあります。ちなみに東京都の産業関連表がありまして14部門ある中に「本社」という部門があります。これ文字通り本社売上です。なんとその売上高31兆円となっておりまして、GDPの2%に相当します。この本社というのは当然支店からお金を吸い上げる取引もありまして、その額21兆円となっています。仙台からも相当なお金が吸い上げられていると思います。



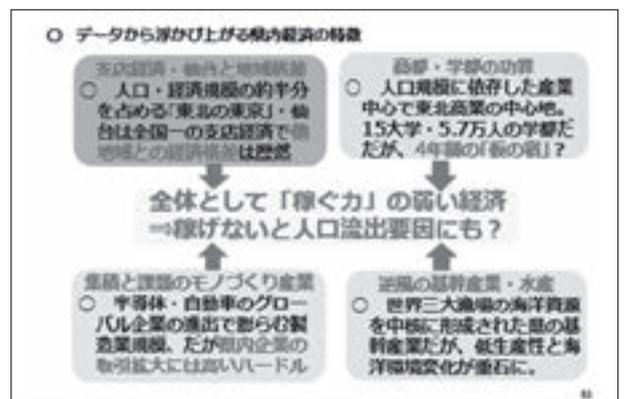
ここで少し視点を変えますと、集まるのは支店だけじゃなく学生も集まってきています。宮城県は学生が非常に多く都道府県別学生数（2024年4月）では12位、学生は56,738人います。政令指定都市の学生数・人口比（2024年度）で言いますと仙台市は第2位、いかに人口に対して学生が多いのかということが分かります。学都というのはまさにその通りだと思います。また県内の大学の半分が県外出身者で、4000人近くが北海道・東北、そのほか関東他ということですが、これだけ県外出身者が多いのでここ数年県内就職率は下がってきていて、2023年にはついに4割を切ったという状況です。この原因はいくつかありますが、男女別・企業規模別の所定内給与（20歳～24歳）の統計で、初任給に近いこの年齢層で、東京都と宮城県の差がかなり開いています。全産業でも約4万円の差です。しかもこの差が年齢と共に拡大していますので、生涯賃金ということを考えれば相当な差であろうと推定される、これが一つの要因であることは間違いありません。

先ほど宮城県の産業構造を見ましたが、今度は仙台市の産業構造のウェイトを見ていきます。仙台市の特徴は何かというと、高いのは建設・卸・公務・教育、逆に低いのは農林水産と製造、通信・放送、情報サービスとなります。福岡市では情報通信サービスが非常に高い、これは政令指定都市の中で見ても特に高いです。では、その労働生産性はどうかと言いますと、やはり情報通信関係というのは一人当たりの付加価値が高く稼げる産業です。宮城県、仙台市が強いところは、どうしても生産性の低いところが多く、宮城県ないし仙台市も実は稼げる産業構造になっていないと言えらると思います。



さらに女性に関して、2021年に東北活性化研究センターが調査した結果ですが、若い女性が地方から出て行った理由について聞いております。「やりたい仕事がない」とか「収入」の問題に続いて、「楽しい場所がない」とか「刺激がない」、そして「地域社会は狭く閉塞感がある」「煩わしい」といったいわゆる地域特有のアンコンシャスバイアスに基づくものもあって、女性の方が出やすくなっていると言えらると思います。

まとめてみますと、まず支店経済ということ、商都・学都であるが学生は出て行ってしまうということ、モノづくりは半導体や自動車のグローバル企業は進出していますが、県内企業はなかなか食いついていけないことから生産性が上がらないということ、基幹産業である

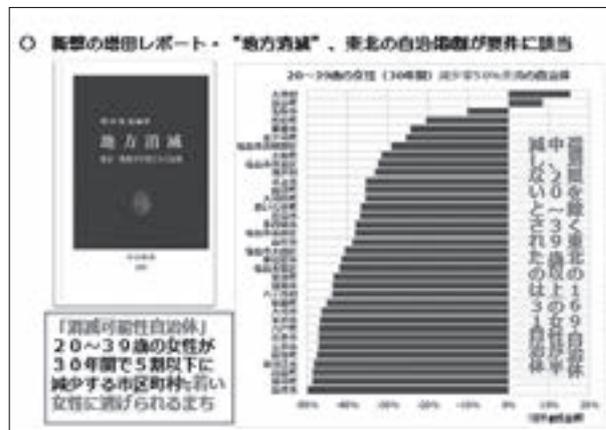


水産業は最近の海洋環境の変化と低生産性もあり逆風で非常に厳しい。全体として稼ぐ力が厳しく弱い経済構造になっていて、この稼げないことが人口減少の要因になっていると言えます。

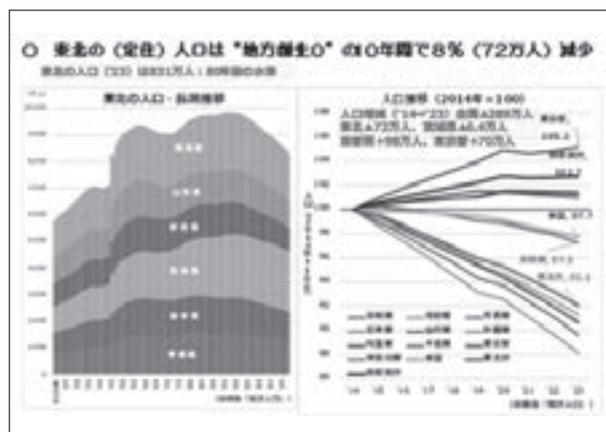
3. 衝撃の「地方消滅」から11年経って～改めて日本・地方の人口問題を考える～

ここからは衝撃の「地方消滅」から11年、地方創生のお話です。地方創生の問題として、改めて日本の地方の人口問題を考えたいと思います。地方経済の課題というのはそのほとんどが人口の問題だと言い換えても差支えはないと思います。人が減って需要が減ると儲けも上がらなくなる、人が出て行って人手不足にもなる、それがさらに儲けにならなくなるというこの悪循環を何とかしなくてはいけないということだと思います。そこで出てきた衝撃の増田レポート、「地方消滅」と銘打たれまして、「あなたのところは消滅可能性自治体です」と言われた自治体はほんとに鳩が豆鉄砲だったと思います。

「消滅可能性自治体」とは何かといいますと、20歳から39歳の女性が30年間のうちに半分以下になる市区町村のことです。つまり若い女性に逃げられる町ということで、調査当時、福島県は原発事故直後で試算から外れたため、福島県を除く東北の169自治体のうち、消滅しないとされた自治体はたった31自治体、それ以外は全て消滅可能性自治体ということで、東北の8割の自治体が若い女性に逃げられるということでした。



東北の人口ですが、2023年直近データ（総務省「推計人口」）では831万人と80年前の水準です。この地方創生1.0の10年間で人口対策を掲げたにも関わらず、東北では全く増えず72万人の減少、うち宮城県内で6.4万人の減少で、その分首都圏では98万人の増加、うち東京では70万人増加しました。政策としては惨敗だったと言わざるを得ないと思います。一方、東北では高齢者が24万人増えています。高齢化率は5.3ポイント上昇、若い人が出て行って高齢者が残ったということで人口再生産力も失ってしまったと改めて思います。基本的に人口減少は人が出て行って減るというイメージがありますが、そのフェーズはもう終わっています。今の宮城県の人口減少はほとんどが自然減（子供が生まれないのに高齢者が亡くなる）による割合が占めています。ですから若者の人口流出を止めたところで人口減は止まらないということだと思います。



結婚した夫婦が生涯儲ける子どもの数のことを「完結出生児数」と言いますが、これに関しては半世紀ほとんど変わらずに2人前後、つまり結婚した女性は概ね2人前後の子供を儲けているということです。増えたのは非婚者です。1980年ごろに35歳から39歳で結婚していない女性は全体の5%でしたが、今は4分の1が非婚者です。要は少子化というのは非婚者の増加が大きな要因だと言えます。そうなってくると大変なのは婚姻率です。この婚姻率（人口千人当り婚姻件数）ですが、今も昔も断トツのトップは東京都です。そして一番低いのは秋田県です。なぜかというとう東京は若い男女が多いので出会いのきっかけが多いということがあります。厚生労働省が調べた地域別の結婚のきっかけによりますと、例えば京阪とか東京圏ですと職場や仕事での知り合いが多い、それだけ豊富な多様な職場があるということで、出会いの機会が多いということが言えると思います。逆に東北ではそれが少ないということで、皆さんも自分の企業で出会いの機会を増やしていただくと少子化対策になるということではないかと思しますので、是非そのようにお願いしたいところです。都道府県別の人口と婚姻率の関係については、人口が多ければ多いほど婚姻率も高くなるという、高い相関関

係が出ています。これを見ると地方に少子化対策をやれというのはとても酷なことです。少子化対策は国が責任をもってやらなければいけない問題だと思います。少子化対策も気づけば20年間で累計66兆円投じておりまして、小出し小出しに色々なことをやっていますが、成果はこれまで説明した通りです。さらに、異次元の少子化対策についてですが、都道府県別の一人当たりの県民雇用者報酬、婚姻率、出生率、合計特殊出生率を合わせて見ると、お金がないから結婚ができない・子供ができないと言うんですけども、確かに結婚についてはその傾向がありますが、出生率については完全に西高東低です、例えば東北と九州を比べると所得面・経済面ではあまり変わりませんが、九州の方は出生率が高いです。バラマキ政策は確かに底上げ効果はありますが、本当にばらまいていいのかどうか、他に要因があるのかどうか考える必要があると思います。

次に、あまり見たくはありませんが宮城県の将来推計人口についてです。大概の経済予測は外れますが、将来推計人口というのは9割方当たる、なんなら下振れすると言われていています。宮城県の2050年高齢化率は39.4%、4割が高齢者ということになります。さらに気になるのは将来推計世帯というのがありまして、高齢者の単身世帯が非常に増えると推計されまして、こういうことを前提に政策やビジネスを考える必要があると思います。

4. 正念場の地方創生2.0～「国際化」「楽しさ」をキーワードに～

2025年東北経済のキーワードは2つありまして、1つは「国際化」です。需要面から見ても、供給面から見ても、金融・国際経済サイドから見ても、外国に頼らざるを得ないといった状況になると言えます。ですので、もう追い込まれる前に手は早めに打った方が良いということ掲げて仙台市は非常に旗を振っています。ただ、仙台市で企業に「インバウンド需要の取込みについて努力していますか」とか「海外進出考えていますか」というアンケートを取りましたが、仙台市の企業で「努力している・考えている」と応えた割合は6%～7%といった状況でした。今は大丈夫だからというのがあると思いますが、まもなく限界がくるという危機感の薄さが一番のリスクだと認識しております。

もう一つは「楽しさ」です。石破首相が楽しい日本という話をした時、そんなこと言っている場合かと党内から批判が出ましたが、私は非常に地方の本質を突いているなと思いました。というのは、地方はヒト・モノ・カネ色々足りませんが、一番足りないのはひょっとして「楽しさ」ではないかと思ったところがあります。

さて前後しましたが、「国際化」の方から言いますと外国人労働者は増えていますが、宮城県は技能実習生が多くて3割くらいが製造業で働いていますが、仙台市だとコンビニの店員からホテルのリネン交換まで幅広くあります。ここで気を付けたいのが求人平均賃金です。

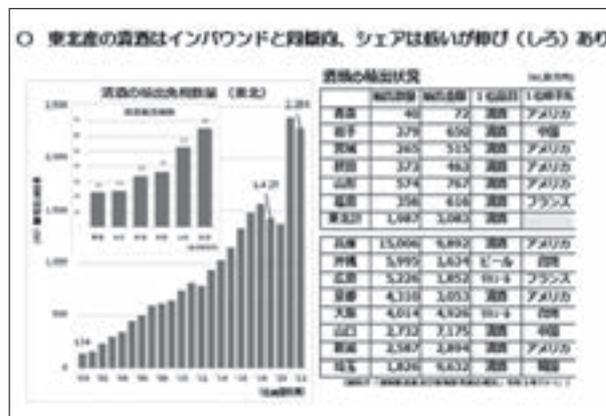


円建ての賃金は最近賃上げブームで上昇傾向にあります。ところが、これをドルベースに換算すると今は円安で大きく目減りしているということです。ベトナムあたりだと、ベトナムドンという通貨をドルペッグしていますので、彼らが自国などに仕送りするとき、ベトナムドンに交換する際に円安の影響分だけ目減りしているということです。労働市場の魅力が非常に減退しているの、外国人労働者がいつまで日本に来てくれるのかということ危機感として持っておかないといけない、トータルの処遇改善が必要だと思います。

そして次に、第二の輸出産業になったインバウンドです。2024年度のインバウンド消費は8.1兆円です。これは、2023年の自動車の輸出額17兆円に次ぐ額です。地域別の割合では東北のシェアは1.3%と低いんですけど、伸びていることは間違いありません。2024年1月から9月の都道府県別外国人延べ宿泊者数でも1位が石川県、2位が愛媛県という中で、東北の旅行消費額もやっぱり上がってきていて、福島、山形などが伸びているという状況です。2023年の国・地域別の宿泊者数を見ると、直行便が多い台湾が4割ないし5割を占めているといった状況です。宮城県のインバウンド消費ですが、これも伸びてきていまして、注目したいのは消費単価です。この消費単価で6万円程度、直近だと4.7万円です。参考として福岡ですが消費単価が地方都市として高い(直近：9.6万円)というのが注目されました。宮城県は外国人にお金を使ってもらえる場所が

少ないというのが課題ではないかと思えます。そこで色々な策があるわけですけど、東北の伸びしろは「インバウンド」と「食」です。

その中でも追い風だと思うのは、2024年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された日本の伝統的酒造りです。日本酒は地元で味わってもらって輸出にもつながることが期待できる分野だと思っております。仙台国税局で出している清酒の輸出免税数量も、インバウンドの動きと一緒に、シェアは低いのですが、着実に伸びています。今どこに輸出しているかというところとアメリカが多いので、トランプ大統領の関税がどうなるのかということもありますが、幅広に展開できると思えます。東北6県を合わせた日本酒の輸出額はまだ30億円といった状況で、京都一県並です。いずれにしてもインバウンド同様に伸びしろがあると思えます。そしてアルコールは輸出するだけでなく滞在時間を延ばす効果もあります。インバウンド消費は滞在時間に比例して伸びていきます。秋保地区では震災以降、魅力的な観光資源が次々誕生しています。去年、グレートデーンブリューイングというクラフトビールのお店や2015年にはワイナリーもできたことで、滞在時間を延ばす効果施設・コンテンツは揃いつつあります。とにかく長く滞在してもらおうというのにアルコールの効用は大きいと思えます。



あと、外国人はラーメン大好きと聞いております。実は東北は非常に重層多様な麺文化があります。「中華そば」の家計支出・全国順位が発表されましたけど、山形が1位、新潟が2位、3位は仙台です。仙台が3位というのは意外感はあるんですけど、仙台は支店経済で色々なところから出店してきているため、特定のタレや出汁にこだわらない多様な麺文化があるということです。実はラーメンの輸出も増えているようで非常に楽しい分野です。ただ一方で、今、ラーメン店を運営するコストがすべて上がっている中で、日本人だけ相手にすると「1000円の壁」という価格の壁があって、なかなか採算が合わないということがあがるようです。外国人観光客は美味しいものを食べに来ている訳で安いものを食べに来ているわけではありません。それなりのものをそれなりの値段で出す、安売りだけが正義ではないというゲームチェンジが必要だと思えます。



そして、政府が力を入れているのは農林水産物の輸出です。2021年に初めて1兆円を突破、2023年はALPS処理水の海洋放出問題による、ホタテ等の水産物の中国禁輸という逆風がありましたが、それにも関わらず伸びて、さらにそのホタテの代替輸出もあって2024年は初めて1.5兆円を突破しました。2025年は政府目標2兆円とハードルは高いんですけど、ホタテや牛肉、酒等は輸出農林水産品の上位に位置するもので東北にも十分チャンス・伸びしろがある分野と言えると思えます。東北には非常に多くの食材があります。東北の経済連合会とも連携して、主に香港中心ですけど、様々な輸出の支援をしているといったことであります。課題は、プロモーションとロットつまり生産能力ですので、やはりある程度連携が必要だと思えます。

インバウンドにかかる不満としては観光地の「ナイトタイムエコノミー」です。消費額が伸びないのは夜の消費額が伸びてないということです。ロンドンでは24時間地下鉄が通っていることもあり夜を楽しむことが出来ます。とにかく外国人は夜の消費を楽しみにしたいのに、観光地では18時を過ぎるとシャッターが閉まって部屋でテレビを見るしかない、これでは楽しくない、消費も伸びない、ということになってしまいます。ナイトタイムエコノミーには宿泊需要に繋げるという効果があります。長野県の阿智村は、スキー場と温泉がある全国どこにでもある観光地ですが、環境省で「日本一の星空」という称号をもらって、それを売りにして夏

場使わないゴンドラに乗せて「日本一の星空ツアー」を実施しました。村の人口は少ないですから明かりも少なく、星空も綺麗なんですね。ゴンドラに乗って星を見る、そうするとどうしても泊まらざるを得ないということで宿泊需要に結びつくということでもあります。

「楽しさ」についてですが、日銀の地域経済報告（さくらレポート）にこういう言葉が出てましたのでお話しします。「押し活需要」というものがある、これが活発化しているということです。楽しいものには消費をする、普段は節約してもメリハリ消費ということが出て来ています。また、かつて郡市長がライバル宣言した福岡市ですが、とにかく女性の転入超過が凄いというデータがあります。確かに仙台よりも給与水準が高いということもありますが、東京に比べれば安いということで、経済的要因以外の要因があるのではないかと、福岡には若い女性を引き付ける何か楽しさや希望というワクワク感があるのではないかと思います。

おわりに

私の調べたところですが、色々と通勤族の方に仙台についての印象を聞くと、「暮らしやすい」とか「自然豊か」とか非常に好印象ですけども、仙台自体が楽しい街だとはあまり聞かないのは何故だろうということで仮説を色々上げています。①支店経済で仙台らしさがない、②そもそも東京が近すぎるので仙台にはあまり楽しみを求めている、③仙台は一強過ぎて何かしなくても東北への投資は仙台に集まるため、努力をしなくても栄えるということでインセンティブが削がれている。そういったところから楽しさの不足というものが出てくるのではないかと、やっぱり色々な政策とか企業活動に「楽しさ」を入れるべきじゃないかなと思っています。ただ楽しさというのは主観的・多様なものなのでやっぱり大事なものは、その人たちの希望が叶うこと、自由があること、選択肢があることだと思います。その為に色々試行錯誤してリスク許容度を上げたりと、あと楽しいところには人が集まるので地元投資者の人が本当に楽しんでいるかどうか、その熱意・本気度が問われているのではないかと思います。



セミナーの様子

地方に足りないのはリソースだという話になってくると、様々な連携が必要になってくると思います。地域持ち株会社もそうですけど、以前にはなかったようなデジタルプラットフォームもできてきています、クラウドファンディングだけでなくスキルを借りるクラウドソーシング、あるいはギグワーカー、スポットワーカーといったものもあります。そういったものとも上手く連携してやっていくことが地域経済を持続させるために大事なことだと思います。

田口 庸友（たぐち やすとも）氏 プロフィール

1997年七十七銀行入行。営業店および本部調査部門等の勤務経験を経て、2018年7月、七十七リサーチ&コンサルティング(株)の設立と同時に同社へ出向し、東北の経済情勢分析などを担当。地元紙に経済コラムを定期的に執筆のほか、テレビ等の各種メディアや講演等を通じて経済情勢を分かりやすく発信している。

七十七リサーチ&コンサルティング株式会社

〒980-0021 仙台市青葉区中央三丁目3番20号

TEL : 022-748-7877 FAX : 022-721-7761

URL : <https://www.77rc.co.jp/>

77R&C公式YouTube

<http://www.youtube.com/@77rcinc>



なお、本セミナーの講義内容は、77リサーチ&コンサルティング株式会社公式YouTubeチャンネルでも、アーカイブ配信されております。（配信期間等については同社へご確認ください。）



令和7年度経済商工観光部の基本方針

宮城県経済商工観光部 富県宮城推進室

基本的な方向

- 東日本大震災から14年が経過し、生産基盤の整備は着実に進んでいるものの、引き続き、復興完了に向けた支援や、販路確保・開拓、従業員の育成などの課題に対応したきめ細かな支援を進めていく必要があります。

また、世界的な原油価格・物価高騰等は、幅広い業種の事業者等に対し、大きな影響を及ぼしており、引き続き国や市町村、経済団体などの関係機関と力を合わせながら、社会経済活動の更なる成長を図っていく必要があります。

- 「新・宮城の将来ビジョン」のスタートから5年目となる令和7年度の経済商工観光行政は、復興完了に向けた支援を進めつつ、新・宮城の将来ビジョンに掲げる「富県宮城を支える県内産業の持続的な成長」の実現に向け、取組を推進します。

特に、県経済の更なる躍進に向け、積極的で先進的な取組を「富県躍進チャレンジアクションプログラム」(略称FCAP)として取りまとめています。

- 具体的には、「ものづくり王国みやぎ強靱化プログラム」、「開県MIYAGIプログラム」、「みやぎの魅力“強力”注力発信プログラム」の3つのプログラムにより、更なる飛躍を目指すとともに、「人口減少を見据えた地域社会変革プログラム」により成長の基盤となるしなやかな地域社会の形成を目指します。

中でも、ものづくり王国みやぎ強靱化プログラムにおいては、「みやぎシリコンバレー」の形成や新たな産業集積の推進など、「成長産業の誘致・育成」を目指しながら、ものづくり人材の確保・育成に取り組み、製造品出荷額の更なる増加を図ります。

「開県MIYAGIプログラム」では、公立日本語学校の開設やインドネシア等との関係強化を契機として、外国人材の定着や輸出の拡大を図り、世界に開かれた県経済の形成を目指します。

これらの取組に加え、交流人口の拡大による観光収入の更なる増加等を図りながら、人口減少や若者の県内定着率の低下による担い手不足への対策を実施することで、県内産業の持続的な発展を目指していきます。

重点項目

I ものづくり産業等の発展と新技術・新産業の創出

- 半導体関連産業、自動車関連産業、高度電子機械産業等の企業誘致を戦略的に推進するとともに、人材の育成・確保や中小企業のデジタル化等を支援することにより、県内ものづくり産業等の成長を促進します。

また、研究開発拠点等の集積促進、先進的技術の活用等を通じた県内企業の生産性の向上に向けた取組を一層加速させるとともに、スタートアップ支援等を推進することにより、地域経済をけん引する企業価値の創造を目指します。

1 地域経済の核となる企業誘致の推進

- ・ 半導体をはじめとする成長産業の誘致・育成を推進するとともに、企業立地奨励金等を活用した企業誘致を積極的に進めます。また、企業の受け皿となる工業用地を確保するための取組を推進します。

2 研究開発拠点の集積や産学官連携によるイノベーションの創出

- ・ 3 GeV高輝度放射光施設（Nano Terasu）の県内中小企業等や教育機関による利用促進やリサーチコンプレックス形成等に向けた取組を一層加速させ、技術の高度化やイノベーションの創出を図ります。



3 GeV高輝度放射光施設（Nano Terasu）

- ・ 大学が有する高度な研究成果を活用したビジネスを展開するテック系スタートアップ企業に対する産学官金連携による成長促進や立地奨励金を通じた立地支援により、県経済を力強く牽引していく新たな企業価値の創造を図ります。

3 県内ものづくり産業等の成長支援

- ・ 大学等との連携により地域独自の半導体人材育成プログラムを創設するなど、将来を見据えた半導体関連産業人材の育成・確保に取り組みます。
- ・ 自動車関連産業や高度電子機械産業など、技術革新や市場の拡大が一層期待される分野における技術開発や製品開発を支援するとともに、ビジネスマッチング等による県内企業の取引創出・受注機会の拡大を図ります。
- ・ 県内ものづくり企業の国内外での販路開拓・取引拡大を支援します。
- ・ 県内ものづくり中小企業等に対するデジタル技術活用のための各種支援を行い、生産性向上等を図ります。

II 観光産業と商業・サービス業の振興

- 地域が主役となる持続可能な観光地づくりを通じた“*All-round*”な観光地の実現に向けて、県民総参加で観光地域づくりを推進するとともに、多賀城創建1300年記念事業や、みやぎアンバサダーサミット等のレガシーを最大限活かしながら、アジア・トレイルズ・カンファレンスの開催や欧州からの誘客拡大、教育旅行誘致等による海外との双方向の交流拡大を図ります。

また、地域を支える商業・サービス業等の持続力を高めるため、商店街活性化の中核人材の育成等を支援

するほか、中小企業の業務の共同化や地域における業務共同処理の受け皿づくりの取組を推進します。

なお、今年秋以降の宿泊税の課税開始に当たっては、税制度の周知・広報活動や、特別徴収義務者となる宿泊事業者のレジシステム改修補助等の事務負担軽減策を実施し、制度の円滑な導入を図るとともに、みやぎ観光振興会議や宿泊事業者部会などを通じて宿泊事業者をはじめとする観光関係者の意見を集約の上、宿泊税充当施策の取りまとめを行ないます。



多賀城創建1300年 記念事業

1 観光資源の創出や受入環境の整備

- ・ 世界中のトレイルファンが参加するアジア・トレイルズ・カンファレンスと宮城オルレ蔵王・遠刈田温泉コース等の新規コースオープニングセレモニーを一体的に開催し、県内周遊や長期滞在を促進します。
- ・ 多賀城跡等を会場としたライトアップ等のイベント開催などのナイトタイムエコノミー創出により、観光消費拡大や県内周遊促進を図ります。
- ・ 台湾等からの訪日教育旅行を促進するため、誘致活動を強化し、学校等に対する助成や積極的な情報発信に取り組むことにより、長期的な交流人口の拡大及び海外との双方向の交流拡大を図ります。



台湾訪日教育旅行での交流

2 効果的な情報発信と高付加価値な観光産業の創出

- ・ フランスを中心とした欧州からの誘客拡大に向け、東北各県等と一体となりプロモーションを展開し、本県の魅力を発信します。
- ・ 県内の観光関係者等で構成するみやぎ観光振興会議などを通じて、地域の意見を集約し、市町村やDMO、民間事業者等と一体となって、地域の特性や強み、持ち味を生かした観光振興に取り組めます。

3 地域課題やニーズに対応した商業・サービス業の振興

- ・ 増加する訪日外国人の需要を取り込み、地域経済の活性化を図るため、地域事業者の商機創出に取り組む商工団体の取組を支援します。
- ・ 地域の賑わい創出に向けた地域の担い手自身による課題解決への取組を支援するとともに、デジタル身分証アプリの普及を通じ、県民生活に密着したDXの推進を図ります。

- ・ 持続的で発展的な商店街の構築を目指して、ビジョン形成や課題解決への取組、新たな担い手の創出を支援します。

Ⅲ 地域を支える農林水産業の国内外への展開

- 宮城が誇る食品・加工品等の積極的なプロモーションや、企業が海外の展示会や商談会に出展する際のサポート等を行い、新たな国への販路開拓を推進するとともに、引き続き、アジア、欧米などへの輸出拡大等を図り、海外への販路開拓・取引拡大に取り組みます。



欧米地域販路開拓事業 現地プロモーション

Ⅳ 若者をはじめとした多様な産業人材の育成・確保

- 若年層の県内定着を促進し、ものづくり人材の確保を図るため、ものづくりカレッジプロジェクトの拡充やパッケージ型インターンシップの継続、奨学金返還支援等に取り組みます。

また、デジタル化の進展や今後の技術の急速な進歩・普及に対応できる高度な専門性を身につけた産業人材の育成等に取り組むとともに、創業や制度資金、円滑な事業承継、業務の共同化支援など、事業アイデアの実現や経営力の強化に向けた多様な支援制度の充実を図ります。



ものづくりカレッジ開学式

1 県内への就職・就業の促進と産業人材の育成

- ・ 産業界や理工系学部を有する県内私立大学と一体となって実施しているものづくりカレッジプロジェクトを拡充し、ものづくり産業を支える人材の確保・県内定着を促進します。
- ・ インターンシップを通じ、県内外の学生と県内企業とのマッチングを行うほか、採用力向上に向けた取組を行い、新規学卒者の採用を支援します。
- ・ 働きやすいオフィス環境整備による従業員満足度向上等に戦略的に取り組む中小企業を支援します。
- ・ 富県躍進を担う産業界の需要に応え、ものづくり企業の技術を底上げする人材を育成するため、高等技術専門校の再編整備に着実に取り組みます。

2 誰もが柔軟に働き続けるための環境の整備

- ・ 従業員への奨学金返還支援を行う県内ものづくり企業に対する補助を行い、人材の定着を図ります。
- ・ 安心して障害者が働き続けられる環境整備に向けて、引き続き地域のネットワーク構築を進めます。
- ・ 子育てと仕事の両立などの多様な働き方を支援するため、県内企業の男性従業員の育児休業取得を促進する奨励金制度を創設します。

3 キャリアアップに向けた学び直しやリカレント教育の振興

- ・ ものづくりの新たな手法である3DCADや3Dプリンタ等の機器を高度に活用できるデジタルエンジニア人材を育成します。
- ・ みやぎ産業人材育成プラットフォーム等を通じて、産学官連携によるキャリア教育を推進し、多様な人材の育成に取り組みます。

4 創業や経営力強化の支援

- ・ 複数の企業が連携した共同化や地域全体の事務処理を担う主体の創出等の取組を支援し、中小企業等の経営効率化・人手不足の解消を図ります。
- ・ 市町村や関係機関と連携した創業支援ネットワークを通じて、創業支援機能の県全体の底上げを図ります。
- ・ 地域企業による新事業の展開や販路開拓など「攻めの経営」への転換を促進するため、プロフェッショナル人材のUIJターンや伴走型支援体制の強化を図るほか、事業承継の支援を行います。

V 就労や地域活動を通じた多様な主体の社会参画の促進

- 様々な状況に応じた職業能力開発や職業相談等を通じて就労を支援するとともに、働きやすい環境の整備を進め、多様な人材の社会参加を促進します。

また、人材受入等に関する覚書を締結したインドネシア、ベトナム並びにカンボジアをはじめとする外国人材の受入れを積極的に推進するとともに、4月に開校する公立日本語学校の運営支援などを通じ、外国人が安心して生活し、活躍できる社会の構築を推進します。

1 様々な状況に対応した就業の支援

- ・ 県内外の求職者を安定的な雇用に結びつけるため、県内定着に向けた就労支援を行うほか、みやぎジョブカフェ、みやぎシゴトサポートセンター（みやぎシゴサポ）、障害者雇用推進ネットワーク等を通じて、若年層、子育て層、就職氷河期世代を含む中高年層、高齢者や障害者等の多様な人材の県内企業への就職をきめ細かく支援します。

2 外国人が活躍しやすい社会の構築

- ・ 外国人が暮らしやすい地域社会を実現するため、市町村における日本語学校の運営や開設支援等を通じ、県内における日本語教育体制の整備や、地域での受入環境の向上を図るなど、多文化共生社会の構築を推進します。

- ・ インドネシア等での現地人材サポートセンターの運営や県内でのジョブフェアの開催により、県内企業と外国人材のマッチングを強化するほか、県内企業の受入環境整備に向けたコンサルティング支援や外国人材のキャリアアップ支援等により、企業の外国人材活用を総合的に支援します。



ジョブフェアの様子



ジョブフェア ビジネスマッチング

◆被災地の復興完了に向けたきめ細かなサポート

- 東日本大震災の被災地において、復興の進捗状況に応じて施設・設備を復旧する事業者の経営支援を行うとともに、被災事業者に対する融資の活用促進や利子補給等、経営の安定を支援します。
 - ・ 被災事業者の施設・設備の復旧支援や経営支援等、きめ細かな支援を行います。
 - ・ 被災事業者の経営安定等に向けた資金繰り支援に取り組みます。
 - ・ 回復途上にある水産業を支援するための、海外販路拡大に向けた取組への支援を行います。

Golfing



東北経済産業局 局長 佐竹 経典

米国赴任時（2002年から約3年間、日本貿易振興機構ニューヨークセンターに出向）、私の生涯の友（趣味）となるゴルフに、アメリカの東海岸というゴルフ環境に非常に恵まれたところで出会い、魅了されました。赴任中に、マンハッタンから車で2時間程度のロングアイランドの高級避暑地に佇むシネコックヒルズ・ゴルフクラブで全米オープンが開催され、その練習ラウンドを見に行きました。当時はタイガーウッズの全盛期。フェアウェイのアンジュレーションとアップダウン、ラフの深さ等間近に見ると、テレビの映像ではなかなか実感できないその凄まじさに圧倒されました。タイガーウッズのティーショットの驚異的な弾道に唖然とし、PGAツアープレーヤーのグリーンサイドのラフからのアプローチの柔らかさに感動したことを覚えています。

当時、アメリカに在住している日本人ゴルファーの夏の大会であるJALベスト30ゴルフトーナメントが、ニュージャージー州のハワースゴルフクラブで開催され、全米の邦人ゴルファーが集結し、3日間、54ストロークで競い合いました。私の成績（順位）は、2桁の後半台で自慢できるものではありませんでしたが、ベスト30に出場するために、同僚と毎週のようにゴルフ修行に出掛けておりました。アトランタにある、ベアーズ・ベスト（ジャックニクラウスが設計したシグニチャーホールを集めたコース）で同僚とゴルフ修行に励んだことは素晴らしい思い出です。

また、中東の産ガス国であるカタールのドーハに赴任（2010年～在カタール日本大使館）していた際には、ドーハ・ゴルフ・クラブでヨーロッパツアーが開催されておりました。広大な土漠（砂ではなく土）の土地に海水を淡水化した中水を惜しみなく使って7200ヤードを超えるチャンピオンコースをつくるとは流石、中東の超富裕国です。グリーン、フェアウェイ、ラフともに素晴らしい管理状況ですが、ちょっとボールを曲げてしまうと、土漠行きになってしまいます。夏は気温が50度を超える灼熱地獄ではありますが、その状況でもゴルフをするのは日本人と韓国人でした。

米国及びカタールから帰国後は、経産省の同僚二人と茨城県にあるコースのメンバーになり、多忙な中でも月2回はゴルフをやると決めて修行を続けてきました。今回仙台に赴任して、ゴルフ環境の素晴らしさに驚かされております。なんと、仙台市の中心部から車で20分程度でゴルフができる素晴らしい環境です。先日、職場の同僚からお誘いを受けてプレーをしました。仙台に赴任して9ヶ月、ご飯がおいしく、緑が豊富、朝の通勤は季節を感じながら徒歩での登庁。長年、霞ヶ関の住民として過ごしてきた私には仙台は素晴らしい土地であることを感じておりましたが、充実したゴルフ環境が加わり仙台の魅力に取り憑かれました。仙台は、総合力で、ニューヨーク、ドーハを超える素晴らしい街であると実感しています。これからゴルフに最適な季節が到来します。仙台周辺のゴルフ場でのラウンドと素晴らしい景観を思う存分楽しみながら、ゴルフ修行を続けます。



経産局同僚と仙台でゴルフ（筆者中央）

裏表紙解説

春

桃畑と蔵王

この写真は蔵王町の桃畑と蔵王です。蔵王町の町花でもある桃の花は、例年4月下旬から5月中旬頃に見頃を迎えます。宮城県内有数の果物の生産地である蔵王町で、果樹の花々が告げる春の訪れは大変美しいものです。また、蔵王町役場から遠刈田地区の入口にかけて果樹園や直売所が並ぶ県道12号線は、別名「フルーツロード」と呼ばれており、夏から初冬にかけて様々なフルーツ狩りを楽しむこともできます。これからのお出かけ先として蔵王町を訪ねてみてはいかがでしょうか。

編集後記

本誌の編集に携わり1年が経ち、ビジネスに役立つ情報や受賞企業の皆様の取組みを分かりやすく、より多くの方へ伝えられるような誌面づくりを心掛けて参りました。少しでも宮城県の産業振興の一助になっていれば、大変嬉しいです。

さて、本号より第27回「七十七ビジネス大賞」及び「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業インタビュー記事の掲載が始まります。本年度も7月1日から8月31日まで「七十七ビジネス大賞」と「七十七ニュービジネス助成金」の応募企業を募集いたしますので、昨年に引き続き沢山のご応募をお待ちしております。

また、5月21日にマーケティングアナリストの原田曜平氏を講師にお招きし、「“Z世代”はこう動かせ」～超人手不足時代の若者の育成、採用～と題してYouTubeにてオンライン講演会を開催いたします。5月27日までアーカイブ配信も実施いたしますので、ぜひお申込みのうえご視聴いただきますようご案内申し上げます。詳細については弊財団ホームページをご覧ください。

(伊藤 紅葉)

- ★「七十七ビジネス情報」は1・4・7・10月の年4回発行（予定）で、ホームページからもご覧になれます。
- ★ご意見・ご要望がございましたら、ホームページのお問い合わせ・ご相談フォームや電子メールにてお寄せください。
- ★個人情報につきましては、目的以外に使用することはございませんので、ご安心ください。
- ★無断転載を禁じます。

七十七ビジネス情報 No.109

2025年4月16日発行

公益財団法人七十七ビジネス振興財団
77 Business Support Foundation

〒980-0021 仙台市青葉区中央三丁目3番20号 株式会社七十七銀行本店内
電話 (022) 211-9787 FAX (022) 267-5304
ホームページ <https://www.77bsf.or.jp>
E-mail staff@77bsf.or.jp



写真提供：宮城県観光プロモーション推進室「桃畑と蔵王」



公益財団法人七十七ビジネス振興財団



本誌は環境にやさしい植物油
インキを使用しています。

森林認証紙を使用しています。