

福島の進路

2025 MAY
No.513

5



TOP Interview トップインタビュー

300年続く文化の継承者、
継なぐものと継ながれるもの

宗像窯 宗像利浩・宗像利訓

企業訪問

アルファ電子株式会社

代表取締役社長 樽川千香子

調査レポート

2024年の県内経済活動の回顧

県内における生産性向上及び
人材採用・育成の状況

～生産性向上及び人材採用・

育成に関するアンケート調査より～

福島の進路

CONTENTS

TOP Interview トップインタビュー

2

300年続く文化の継承者、継なぐものと継ながれるもの

宗像窯 宗像利浩・宗像利訓

企業訪問

13

しなやかに、諦めずに、最後まで

アルファ電子株式会社 代表取締役社長 樽川千香子

調査レポート

2024年の県内経済活動の回顧

19

県内における生産性向上及び人材採用・育成の状況

23

～生産性向上及び人材採用・育成に関するアンケート調査より～

福島県の取り組み・施策シリーズⅣ

29

孤独・孤立に悩む人を誰一人取り残さないふくしま

福島県 社会福祉課

電子ブック版では以下の内容を含めた全ての記事をご覧ください。

県内復興・経済日誌（2025年3月）、主要経済指標

アンケートのお願い

右記二次元コードもしくは、下記 URL よりアクセスしてください。

<https://forms.gle/V6H5hwjEXkvwio1W9>

いつも「福島の前路」をお読みいただきありがとうございます。誌面をより一層充実させるため、皆様の声をお聞かせください。



TOP Interview

トップインタビュー

第10回

聞き手／矢吹光一

一般財団法人とうほう地域総合研究所 理事長

宗像窯

300年続く文化の継承者、
継なくものと継ながれるもの

1. 宗像窯の歴史

矢吹 ● 宗像窯のご先祖様は元々福岡県の宗像大社のご関係者で、767年に布教のため会津に移り住まれたのですか。

利浩 ● そうですね。九州から東北へという遠いイメージですが、当時会津は大和政権とも繋がりが深く、文化が栄えていたため近く感じたのではないのでしょうか。

矢吹 ● こちらにいらしてから約千年後の1719年に宗像窯を創業されて、そこから約300年間代々続けてこられて利浩さんで8代目になる訳ですが、これだけ長い間脈々と繋がれてきた秘訣についてお聞きしたいのですが。



宗像窯 八代 宗像利浩さん

利浩 ● まずは、後継者になるには向き不向きや、ある程度の技術が必要になるので、必ずしも長男が引き継いできたわけではなく、婿を取った時期もありました。私の父の場合、本当は野口英世を目指して医者になりたかったのですが、結局、両親の姿を見て少しでも役に立てたらと思って継いだのではないのでしょうか。私が思うには、宗像窯が豊かで順調だったら、父は医者になったかもしれませんね。

矢吹 ● 伝統工芸は文化の継承ですから、誰でもできるものではないと思いますが。

利浩 ● そうですね、今と違って5代目以前は最低限度の技術が必要だったので、本当に不器用な人はもうその時点で違う道へ進まれたと思います。

2. ご経歴（利浩さん）と伝統の継承について

矢吹 ● 利浩さんは京都の嵯峨美術短期大学へ進学されましたが、それはご自身が窯元を継ごうと思って進学された訳ですか。

利浩 ● 京都に対する憧れや、小学生時代の恩師で京都外語大学創立者の森田先生[※]と縁のある方の勧めもあり、県立会津工業高校（窯業科：現セラミック化学科）から推薦をいただいて進学しました。私は、どうしても大学に行きたいというまでの気持ちは無かったのですが、一方で実家を出たいという気持ちがあって、大学進学がよいチャンスになりました。まだ、当時は焼き物で何とか食べていける時代だったのと、兄妹も妹二人で男は自分一人だったので、父の姿を見て自然と後を継いでもいいだろうなと思っていました。

※京都外国語大学：会津出身の森田一郎、倭^{しづ}文子夫妻により前身の外国語学校として1947年に発足。「言葉を通して世界の平和を」を建学の精神とし、「不撓不屈」を教育・研究の基本精神としている。

矢吹 ● 大学卒業後、島根県出雲の出西窯で3年間修業されましたが、どういう理由で行かれたのでしょうか。



利浩 ● 家から離れたところで修業をしたかったことと、出西窯の代表の方と父が知り合いで、「行ってみたらどうだ」と勧められたので、迷わずに行きました。そこは「柳 宗悦」*と関係が深く、民藝運動の方がよく出入りし、時々哲学者の山本空外上人が講演に来られるような窯でした。そこで、今も覚えています、「河井寛次郎」*の「仕事のうた」から「仕事の仕事をしています」を毎朝、復唱したり、空外上人からは「自分が作るのではなく作らせていただいている」と教わりましたが、若い頃は自分のものを作りたいという気持ちが強かったですね。今になってその意味が少しずつ見えてきました。

矢吹 ● その意味がわかり始めたのはいつぐらいからですか。

利浩 ● そうですね、20代の終わり頃に「井戸茶碗」*に触れてからですね。井戸茶碗は奥に潜んでいるものがあって、冷たいお茶が入っていても持った瞬間に温かく感じるような五感で感じるものがあるのです。それは目に見えない部分ですが、技術以外にそういう目に見えないものが作品に含まれているのです。

矢吹 ● 経験の積み重ねで見えてきたのですか。

利浩 ● 修業先から帰ってきた頃は、自分を高めようともがいていました。自分のものを作ろうと思っていたいろいろなことをやりましたが、父から与えられた「なんのてらいもない作品」を作るのさえ難しい状況でした。自分は何者なのかということさえ分からなくなるくらいでした。しかし、作陶を続ける中で多くのご縁を頂くうちに、徐々に意識が変わって前向きになりましたが、悩みは多かったですね。



*柳 宗悦 (1889~1961) : 日本の美術評論家、宗教哲学者、思想家、民藝運動の主唱者。民衆の暮らしの中から生まれた工芸の美しさに着目し、1936年に日本民藝館を設立。

*河井寛次郎 (1890~1966) : 日本の陶芸家、随筆家。柳 宗悦、濱田庄司とともに民藝運動で活躍。

*井戸茶碗 : 高麗茶碗の一種で、日本の茶道具としての呼称。茶碗の王者ともいわれている。



江戸中期に造られた登り窯が東日本大震災で被災しましたが「宗像窯登り窯再生プロジェクト（代表 大塚孝義氏）」が立ち上がり修復され現在に至っております。

矢吹 ● その頃、お父さんは現役で仕事をされていたのですか。

利浩 ● 父は第一線で隆盛を誇っていました。今は、父のプレッシャーがあって良かったと思いますが、当時はもの凄いプレッシャーがあって窯元を引き継いでも父の存在が大きく私が代表というイメージはなかったような気がします。その後、父は二年前に亡くなりましたが、やっぱりなんでも理解してくれる親だとお互い成長しないような気がします。

矢吹 ● お父さんとはいろんな話や、焼き物技術について意見交換をされたのですか。

利浩 ● 勿論そうですが、どちらかというとなら父の後姿をきちんと見られたのがありがたかったですね。父は医者を目指したくらいですから、成績も優秀で会津中学（現会津高校）に進学しましたが、家を継ぐからと途中で辞めました。そのときの苦しみは大変だったと思います。しかし、父が家を継いでくれたおかげで、今の私があるような気がします。

矢吹 ● お母さんも相当ご苦労されたそうですね。

利浩 ● 当時は、問屋さんと同業して窯元が自宅で作品を売ることは、ほとんどなかったのではないのでしょうか。そのため、母は自分でお客を開拓して引き寄せていました。父は仕事がきちんとできたので、母と両輪でしっかり伸ばしたのだと思います。

3. 日本社会の変化と会津の伝統工芸・文化について

矢吹 ● 伝統文化の運営や継承は我々も興味があって、地域全体で取組むべきと思っていますが、社会やライフスタイルの変化もあり、必ずしもうまくいっているとは言い切れない状況だと思います。そういう中で、ご子息に継承される上で何を大事にしていच्छゃいますか。

利浩 ● 宗像大社の末裔であることに誇りと慎みを持ち、会津本郷焼が産地として栄えた理由（条件の良い原料や水等が揃っていた）と、付加価値創造の重要性を伝えていくことです。今だけを見ないで、土の力は無限大でその本来の力を如何に引き出すかということでしょう。

矢吹 ● 業界で若い作家さんを育てる取組みはされていますか。

利浩 ● 地域おこし協力隊で来られた方が初めて、本郷焼をやりたいと会津美里町の旧本郷地域に窯を開きました。会津美里町の風土が好きになって、そこを拠点として作陶したい、そういう人が出てくる時期になってきたのですかね。これからですね。

矢吹 ● 地元の皆さんは、受け入れに前向きで、これを事業化しようという考え方はあるのでしょうか。

利浩 ● 私は、外部の方と提携すると共に、会津美里町の地域全体で本郷焼の価値を共有することが大事だと思います。よく本郷焼の特徴について聞かれますが、今は世界が近くなっているので、日本の焼き物が注目されている時期でもあるのですね。世界的に日本の焼き物は一定の評価を得ていますから、日本独自のものをきちんと作れば勝負できると思っています。

4. 陶芸家を目指す人たちへ伝えたいこと

矢吹 ● 若い人で作陶される方は、たくさんいらっしゃるとは思いますが、そういう方たちへ何か一言メッセージをお願いします。

利浩 ● 焼き物は「一焼き、二土、三細工」と言われますが、一般的には技術を一番に捉える意見が多いのですが、結局大事なのは初めにどういうものを作りたいのかという想いを持つことなんです。技術はある程度頑張れば進歩しますが、作品に対する明確な想いが無ければ本当の価値は生まれないということです。



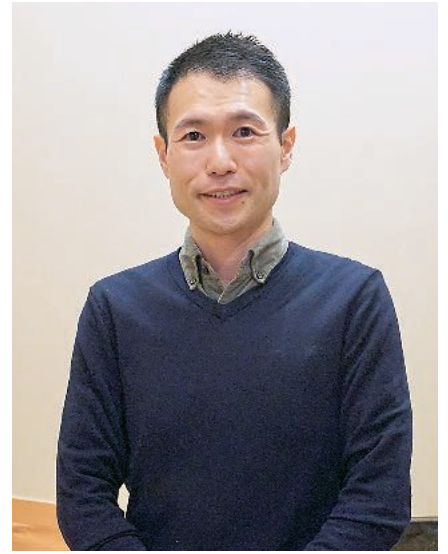
矢吹 ● ありがとうございます。

宗像利浩さん(左) 矢吹理事長(右)

1. ご経歴について

矢吹 ● 東京都立短大を卒業されてから京都伝統工芸専門学校へ進学されたそうですが、どういう理由だったのでしょうか。

利訓 ● 将来陶芸の道に進むのであれば、なるべく早い段階で陶芸の技術を学ぶことが大切だと考えていました。そのため、地元の国立大学にも合格しましたが、20歳から陶芸の道に入ろうと思い、また以前から海外の文化にも興味があったため、東京都立短期大学の文化国際学科に進学しました。卒業後すぐに、弟子入りの修行の道も考えましたが、京都に伝統を重んじながら、実技のカリキュラムが充実した学校があり、また京都であれば、陶芸以外の日本の伝統文化にも広く接する機会も多いのではないかと思います、京都伝統工芸専門学校に進学しました。



宗像利訓さん

2. 伝統の継承と革新について

矢吹 ● 家業を継ぐ決心をされたのはいつ頃だったのでしょうか

利訓 ● 物心ついた頃から、周囲の反応で、ぼんやりと将来は家業を継ぐだろうと思っていましたが、決心がついたのは高校生の頃に進路を決めた頃です。また当時から、祖父や父が熱意を持って焼き物作りに取り組んでいる様子を身近で見っていたことも影響が大きかった気がします。

矢吹 ● 伝統技術をベースに、新しいアプローチをする取組みについて教えてください。

利訓 ● 温故知新という言葉があるように、過去の物事や歴史を研究し、そこから新しい知識や見解を得ることはとても重要だと考えています。伝統工芸は、その土地の風土や文化と密接な関係があり、長年に渡り受け継がれている技術が用いられています。私も祖先から代々受け継がれてきた伝統の技術を受け継ぎながら、時には新しい技術も取り入れて、時代に合わせた作品作りに取り組みたいです。過去には京都で学んだり、若い頃、全国の様々な産地の陶芸を見たりして、これまで知らなかった技術や作風に感銘を受けた一方で、会津の風土の中で育まれてきた独自の魅力にも気がつきました。例えば、自然灰を原料にした釉薬もその特徴の一つです。この釉薬では、独自の光沢や、流れるような複雑なグラデーションの美しさが特徴です。また宗像窯で代々使用してきた的場陶土にこの釉薬を掛けることで、この土が持つ温かみと力強さが加わります。私も、そんな宗像窯の伝統技術が生かせる作品作りをしたいと思っています。

自分の作品の特徴について、いくつかご紹介したいと思います。

翠彩は宗像窯伝統の緑釉を改良した釉薬です。この釉薬では、冬の雪景色から、春が訪れてやがて新緑に染まる会津の自然の移ろいの情景を表現しています。



掛分は、違う釉薬をそれぞれ掛け分けて施釉する技法です。私の場合、翠彩と鉄釉を掛分しています。複数の釉薬が混じり合う箇所では、さらに複雑なグラデーションが生まれ、また翠彩の美しさと鉄釉の重厚感が表現されています。



翠彩掛分肩衝花瓶
宗像利訓作

朱彩は、宗像窯には元々あまりなかった赤い釉薬ですが、以前から中国の古い陶磁器などを勉強する中で、宗像窯の伝統技術を応用すれば、赤の発色は可能ではないかと思い挑戦しました。赤い色は、人類が最初に認識した色の一つと言われており、また生命力を象徴する色ともされています。朱彩では、人が根源的に感じる赤の色彩のエネルギーを込めながらも、趣深い作品作りを目指しています。

矢吹●以前、師匠であるお父さんが利訓さんとの会話の中で「ひらめきを感じる事が多々ある」と話されましたが、作家同士の会話から化学反応のようにひらめきやアイデアが生まれたのでしょうか。

利訓●今でも、日頃仕事をする中で、父から学ぶことは大変多いです。また、同じ陶芸の仕事をしていますが、世代が異なりそれぞれの考えや個性もあるので、自分とは違う視点からの発想に気づきがあったり、普段の何気ない会話からヒントやアイデアを得る事は多い気がします。

矢吹●一般企業の事業承継とは違うかもしれませんが、気を付けていることや、作家ならではのご苦労について教えてください。

利訓●会社の事業承継と同時に、伝統の技術も受け継がなければならないため、今後は双方をよりバランスよく行わなければならないと思っています。また、ここ数年の国内の状況や海外の日本の伝統工芸への関心の高さなどを考慮して、これまでのお客様を大切にしながら新たな客層にもアプローチしていければと思っています。作家ならではの苦労は、伝統を受け継ぎながら、その人自身の精神性や個性が表れる作品が求められることです。例えば、ギャラリーなどで個展を開く際には、個展のテーマを決めたり、前回とは違う作品作りに努めることもあります。そのような大変さもありますが、窯出しの際に、自分が満足のいく作品が出来上がった際には、非常に大きな達成感があります。

矢吹 ● 外形的には非常に円滑にしっかりと事業を繋がれている感じがしますが、それはお父さんが息子さんに対する慈愛ということだけではなく、一人の人間として、作陶家として認めているからでしょうね。一方で、これから工房を更に繋いでいく中で、大事にしたいことや後継者として気を付けたいことはありますか。

利訓 ● 父や祖父もそうですが、これまで多くの方々と様々なご縁をいただけてきたので、そういうご縁は今後とても大切にしていきたいと思っています。

矢吹 ● お父さんは、偶然な出会いや見えないものに生かされている感じがすることについて話していますが、お父さんやお爺さんやその先のご先祖様から繋がっていると感じられることはありますか。

利訓 ● 仕事をしている中で、そうした繋がりを感じることは多いです。代々受け継がれてきた伝統の技術や精神はもちろんですが、今、お付き合いいただいているお客様の中には、私がお会いする以前から宗像窯と親交があり、応援してくださる方が大変多いので、そのようなご縁にとっても感謝しています。

3. 伝統工芸の未来について

矢吹 ● 日常的な器や食器に根差した芸術性について教えてください。

利訓 ● 器に美しく盛り付けられた料理はとても美味しそうで魅力的であり、料理の芸術性を高めます。また、陶器は視覚での見た目の美しさだけでなく、器を直接手に持って触れることによる触覚の芸術性も備えていると思います。触覚は五感の中でも最も原始的な感覚とも言われています。近年では、アート作品に直接手で触れて楽しむ展覧会も開催されているようです。作品を観るだけではなく、さらに直接触れて質感を楽しめることが器の醍醐味ではないでしょうか。また、その器に内在するエネルギーや存在感を感じ取ることも大切だと思います。陶器は一般的に温かみのある質感を持っていると言われていますが、これは陶器の素材である土の有機的な部分に我々人が無意識に共鳴しているのかもしれませんが。陶芸の作品を作る際には、しばしば土と向き合うという言い方をする場合もあります。器に料理が盛り付けられることで、その空間が温



かみのある和やかな雰囲気になり、楽しく思い出深い食事ができたり、酒器で晩酌をした際に、お酒がより美味しく飲めて、日頃のストレスから解放されたり、自分自身と向き合う時間が持てたりします。そんな陶器の器が日常で身近にあることにより、その人の人生を少しでも豊かにする手助けになればと思います。

矢吹 ● 伝統工芸に限らず本来あるべき芸術教育とはどのようにお考えですか。

利訓 ● 芸術を鑑賞することにより、心理的なストレスが軽減される上に、深い洞察力や審美眼が養われ、直感力が鍛えられます。また様々なアートに触れることにより視野が広がります。一方、アート作品を制作する過程では、自ずと自分の内側なる声に耳を傾けて、自分自身と向き合う機会になり、創造性が育まれます。また作品を完成させ、それが評価される経験は、その人の自己肯定感を高め、さらに挑戦する意欲が増すことにもつながります。芸術と接することが、人間性の形成にも大きな影響を与え、その人自身の成長につながる事が大切だと思います。

4. 陶芸家を目指す人たちへ伝えたいこと

矢吹 ● 窯元の後継者の立場から、陶芸家を目指す人たちを励まし、背中を押していただくような言葉(エール)をお願い致します。

利訓 ● 海外でも日本の文化に人気が高まる中、陶芸をはじめ日本で長く受け継がれてきた伝統工芸にも関心がとても高くなっています。海外での個展や展覧会で現地の方と交流すると、日本に関心を持った方が多く、そんな日本の伝統工芸の仕事に携わることができることを誇らしく感じる時があります。また、科学の発展により機械化が進み、合理化が進む一方で、私たちは人の手から生み出す手仕事のものに、より価値を見出すようになってきています。また作品が完成するまでの制作過程や、どのような場所でどのような人が、どのような思いで制作しているのかという、背景のストーリーも重要になってきた気がします。厳しい時代ではありますが、このような時代だからこそ、その土地に代々受け継がれてきた伝統工芸の仕事は、そこにしかない独自性があり、やりがいも感じると思います。

矢吹 ● ありがとうございました。



東大寺第224世別当 橋村公英様にご揮毫された
宗像窯展示場入口の扁額



矢吹理事長(左) 宗像利訓さん(右)

2025年個展スケジュール

宗像窯 八代 宗像利浩展
井戸茶碗に魅せられて

会 期

5月28日(水)～6月2日(月)
午前10時～午後7時 [最終日午後5時終了]

会 場

日本橋三越本店 本館6F 美術特選画廊
東京都中央区日本橋室町1-4-1

宗像利訓個展

会 期

10月28日(火)～11月1日(土)

会 場

Jalona 赤坂
東京都港区赤坂2-6-22



翠彩掛分鶴首 宗像利訓作



瑠璃壺 宗像利浩作



利鉢 宗像利浩作



井戸茶碗 宗像利浩作



宗像窯展示場

お問い合わせ

〒969-6127
福島県大沼郡会津美里町字本郷上甲3115
TEL. 0242-56-2174
FAX. 0242-56-3909
E-mail : munakata@w4.dion.ne.jp
URL : <https://www.munakatagama.net/>



初めて福島県を代表される作陶家のお一人である宗像窯八代目当主宗像利浩様にお会いしたとき、柔和な笑顔の先に、芸術家としての凛とした佇まい、表現者としての勁さ、想いを強く感じるとともに、畏怖の念を抱いた。

宗像窯の先祖である宗像出雲守式部は、767年（奈良時代）に福岡県宗像大社の神官として布教のため、旧会津本郷町（会津美里町）に移り住んで、宗像神社を建立し、代々神官を務められていた。1719年（享保）宗像窯を創業し、爾来当地にて300年以上に亘って、作陶を続けてこられた。2005年より宗像窯八代目当主を利浩様が継承され、近時は、ご長男の九代目宗像利訓様とともに作陶し、ニューヨーク、パリなど国内外で個展を開催されており、また奈良県の「東大寺」に抹茶碗を奉納するなど当地を代表する窯元である。

私は現在、株式会社東邦コンサルティングパートナーズの代表取締役社長として、主として事業承継をご支援しているが、会津本郷で300年以上続く宗像窯の継承について、八代目利浩様、九代目利訓様に直接お話を伺い、事業承継に悩んでおられる経営者の方々に是非メッセージを頂きたいと考えた次第である。多年に亘る伝統文化の継承は、不透明で先の見えない現代にあっても、必ず示唆的な羅針盤のようなもの、先見の明があるはずである。

父から子へ、そして次の世代へと利訓様まで九代にわたって連綿と紡がれてきた。そこには、溢れるばかりの情熱、継承するという強い覚悟、そして作陶家としての矜持があった。また、利浩様、奥様、利訓様ご家族の絆、慈しみ、お互いに対する尊敬、強い家族愛があった。

ともすれば我々は、経済合理、収益性のもとに、さまざまなことを排除しているが、伝統文化の継承のために大切なことは、人としての情理や人と人との繋がり、時間そして「変革と挑戦」なのではないだろうか。

東大寺第224世別当にして華厳宗管長、橋村公英様との交流も、宗像窯様が、これまで大切に紡ぎ、繋がられてきたものがしっかりと伝わっているからではないだろうか。利浩様は、常に未来思考である。実直、誠実なお人柄、お仕事が、人と人のご縁を繋ぎ、未来に続いている。利浩様から、利訓様へ、「継なぐものから、継ながれるもの」への慈愛や想い、願いが、掌から掌へ確実に継承されている。

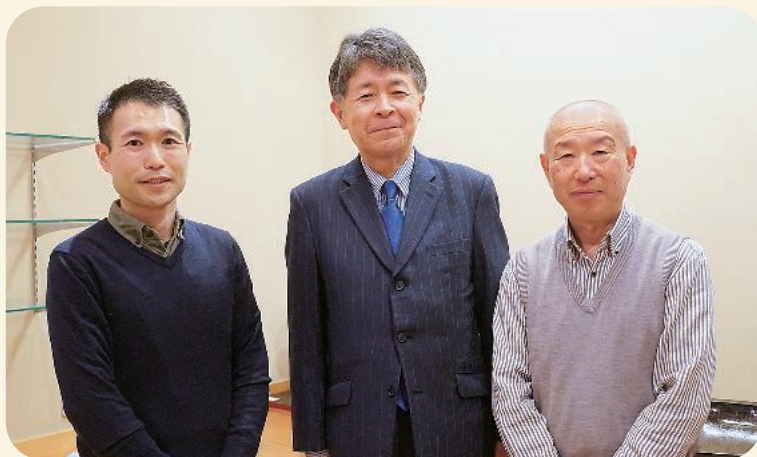
我々は今を生きるだけでなく、これからの未来への継承者としての役割も大きいことを改めて深く考えさせられた。とても楽しく、心躍るインタビューであった。

「会津本郷に生まれた作品が、福島から全国へ、そして世界へ羽ばたく」

宗像親子に心から敬意を表するとともに、これからの益々のご活躍を確信致しております。

この度は、誠にありがとうございました。

（インタビュー 矢吹 光一）



宗像利訓さん(左) 矢吹理事長(中央) 宗像利浩さん(右)

しなやかに、
諦めずに、
最後まで



企 業
訪 問

アルファ電子株式会社

代表取締役社長 樽川千香子

(たるかわ ちかこ)

- 所在地 福島県岩瀬郡天栄村大字飯豊字向原60-2
- TEL 0248-83-2139
- FAX 0248-83-2330
- 設立 1969年4月3日
- 従業員 130名
- URL <https://www.alpha-d.com>
- 事業概要 医療機器製造、電子機器製造、SMT実装、食品事業(米粉麺、米粉、キクラゲ)ほか

(聞き手：当研究所常務理事 高城 卓也)

1. アルファ電子株式会社の歴史

高城常務 ● まずは、貴社の歴史についてその概要をお教えてください。また、社長として事業承継のご苦勞や社長の視点から、現在の貴社の中核的な強みにつながる（重要であると思われる）歴代社長の経営の移り変わりについて、お教えてください。

樽川社長 ● 当社は1969年に祖父が創業いたしました。当時は樽川製作所という社名で、デジタル時計の組み立てからスタートしました。父が営業をしてビデオデッキやインベーダーゲームの組み立ての仕事を始め、そこから任天堂のファミコンの部品の製造をやらせていただきました。その1984年にファミコンの仕事の増産体制を整えるために新工場を作ることになり、アルファ電子と社名を変更して、須賀川市から天栄村に本社を移しました。初代社長の祖父が当時社員20名の樽川製作所という小さい町工場を興し、二代目社長である父が27年間で社員数300名規模の会社に大きくしていったという感じです。

2007年までは電子機器や電子部品の組立などをやっていたのですが、リーマン・ショック以降、リスク分散の観点から医療関係の事業を始めました。日本に残るもの作りをやっていこうということで参入したのですが、治験などで立ち上がるまで10年くらいかかると言われ、それでもチャレンジだと思って進めていた矢先に東日本大震災が起きました。

2016年には医療機器の専用工場を作りましたが、受注を予定していた先の治験が通らなかったために認可が下りず、製造中止になってしま



本社工場外観

いました。機械の保管場所と製造場所が必要でかなり大きな工場を作ったのですが、建てた工場だけが残ってしまいました。諦めるわけにはいかないので、そこで何か新しい仕事をというときにタイミングよく蓄電池関係の仕事をいただくことができ、その後も何とかやりましたが、2018年に経営が厳しい状況に陥りました。

私は2015年に入社したのですが、当社のあるべき姿がわからなくなって、自分たちの身の丈を考えました。バブル崩壊やリーマン・ショックなど、いくつかの危機を乗り越えてきた父は大丈夫と考えていたようですが、これからの10年を見据えるいい機会になるのではないかと父を説得して、事業再生の道を選んだことが改革の大きなきっかけとなりました。当社が今まで培ってきたものづくり力、チャレンジする力など不易の部分と、変わっていく時代にどう対応していくのかという流行の部分の一旦立ち止まって考える大切な時間となりました。

高城常務 ● 改革のポイントはどのような内容だったのでしょうか。



食品工場内観

樽川社長●私は実業家の稲盛和夫さんを尊敬しているのですが、ガラス張りの経営という考え方に影響を受けました。それまではどちらかといえばオープンではなかった業績や経営状況も、常務と当時管理部長だった私が中心となり、会社の透明性を高め、お客様との関係性を再構築し、信頼を取り戻すという改革を行いました。落ちるところまで落ちたからこそ、これ以上悪くなりようがないと覚悟が決まり、この改革に取り組めました。

それができたのも、やはり自分たちの社員に自信があったからです。社員を守っていきたいという思いが一番あり、真剣に仕事に取り組む社員がいて利益が出ないのはマネジメント不足だということに気づきました。課題は明確で、受注を利益が出る数字で獲得するというところに注力しました。具体的には見積もり金額の見直しや受注先の選定、栃木事業所の閉鎖などです。1つ1つ犠牲を伴わない改革はないと自分に言い聞かせながら、本当は申し訳ないと苦しくなる気持ちしかありませんでしたが、会社を存続させるというその軸はぶれてはいけないと思い改革を進めました。

2. 「米粉」や「キクラゲ」での事業多角化について

高城常務●食品分野に進出された経緯をお教えください。

樽川社長●スクラップアンドビルドで不採算事業をなくして、次に何か立ち上げなければという中で、何でもいいから自分たちで作って営業で



キンちゃん本舗株式会社 柴原社長(中央)
紹介者の西村様(右)

できる自社商品をまず作ろうと思いました。「6次化農業何でもいいからやりたいんです」と色々な方にお話しをするなか、佐渡で米粉を作っている会



医療機器製品

社を紹介していただきました。米粉を仕入れて何かを作って販売して売り上げを立てる。小さくても始めることが大切と心に決めて動きました。当時は何を作るかどうするか、資金があるわけでもなく、厚生労働省の10/10出る助成金にお世話になりお金をかけずに開発することに徹しました。佐渡のキンちゃん本舗株式会社の柴原会長から「事業とは会社や自分たちだけ良ければいいという考えではなく、社会にも良いことをやっていかないといけない」と徹底して言われました。この事業は私達の会社の未来も救ってくれるかもしれないが、日本の未来の課題である米の消費量や食料自給率の向上、世の中でアレルギーに苦しむ方へ一助となる事業になるのではないかと自分の中で勝手な使命感が湧いてきました。

米粉にたずさわる方から、米粉から麺を作るのが一番難しいと言われ、麺に挑戦することになりましたが、3年の開発期間を経てやっと作ることができました。ところが自分たちでは賞味期限1週間の生麺しか作ることができず、宮城県で米粉麺のOEMをやっている企業にお願いしました。そのタイミングで、佐渡の米粉ではなく福島の米を使うと決断し、福島の米で製麺してもらって自分たちは販路開拓や商品開発に注力し自社ブランドを立ち上げることができました。OEMで2021年から米粉麺を作りましたが、2022年からは自社工場の生産に切り替えることができました。その機械は米粉とでんぷんだけで製麺でき賞味期限は常温で1年という製品ができる特殊な製法の機械で、1つの県に1台しか導入しない制約があり、紹介制でしたが、宮城

県の OEM 企業が一緒にやっていく中で当社を信用してくださり、事業再構築補助金を受けて導入しました。導入当初は宮城県の企業も応援に来てくれて、繋がりをご縁と、本当に皆さんに助けていただいて成り立ったという感じです。

高城常務●新分野進出を決断される過程において、女性ならではの視点というものはどう活かされたのでしょうか。

樽川社長●今、展開している「う米めん」は麺の太さ厚さにより6種類あります。レシピの開発や料理動画を作る、SNSの更新など最初は大変でしたが、料理を作ることが好きなので苦にならずほとんど自分でやってきました。2022年に米粉の工場を稼働して、事業再構築5ヶ年計画で5年後に年商1億円という目標を立てましたがだいぶ早く、前倒しで達成できるように感じています。

また、きのこ栽培は障害者雇用の受け皿を提供する社会貢献という位置づけでやっています。旬にこだわった栽培をしており、夏はキクラゲ、冬はヒラタケ、シイタケも少ないですが社内販売できるくらいは作っています。「6次化農業何でもいいからやりたいんです」と声をかけていた時にキクラゲ業者さんが来てくれて、自転車小屋みたいなものを作って、そこに50個ぐらいの菌床からスタートしました。現在は倉庫を改装し2,000個の菌床を生産しています。当社も障害者雇用をしておりますが、地域の就労継続支援B型事業所と連携をしながら、きのこの袋にシールを貼るなどの仕事を一緒にやっています。社内販売すると新鮮でおいしいのであっという間に売り切れます。社員さんが健康になってみんなが幸せだったらもう十分だと思っています。

3. ブランド「う米めん」の量産化戦略

高城常務●県内初の米粉麺専用施設の設備投資により、グルテンフリーの米粉麺の製造体制を整備されています。自社ブランドに加え OEM などにも注力されていますが、他社との差別化を図るためにどのような製品に挑戦されるのでしょうか。



製麺工程

樽川社長●娘が離乳食のときに小麦、大豆、乳製品のアレルギーを発症し3年ぐらい大変な思いをしました。米粉麺を知ってもらうために小麦アレルギーの人に向けたイベントなどでお話をするとなみなさんのご苦勞を聞く機会があり大変共感します。だから私達の工場を作るときも、コンタミネーション*を一切しない、アレルゲン28品目は工場に入れないことを徹底しました。米粉麺の市場でみると ISO22000を取得しているのは当社ぐらいですので、イベントや展示会などでは強みとして他社との差別化を図り、美味しさと品質と安全も自信を持って出品しています。時代の変化に合わせて求められるものを作っていないと意味がないと思っています。できる規模で品質にこだわった良い商品を作り、本当にいいものを作ってお出しすればリピートが増えてくると思っています。

*コンタミネーション：食品製造において、原材料として使用していないにもかかわらず、アレルゲン物質が微量混入してしまうこと。



う米めんサイト



う米めん



チーム仲間

4. 今後の展開について

高城常務 ● これからの製品戦略について、お話しいただける範囲でお教えてください。

樽川社長 ● 食品事業では米粉の状態での販売をこれから増やしていこうと思っています。米粉のパンを作りたいとか、米粉のスイーツを作りたいとか、市場もこれから伸びてくると思っているので、学校給食用のパンやお菓子屋さんなどに米粉の状態で卸すことを今年度から積極的に始めたいと思っています。また原料である米の生産へのチャレンジも大きな目標です。今回のような米価の高騰やコメ不足など今後も原料調達に困難になる可能性を危惧し自社で原料米を生産することで持続可能なビジネスへと繋げることが出来ると判断しました。また医療機器についてはISO13485の認証を活かし、その製造技術とクリーンルームがあるという強みを3年前から再発信し始め、お取引が積み上がってきているところです。医療分野という世の中へお役に立てる高品質なものづくりを担えることに誇りを持ち生産に携わっていきたくと考えています。

電子機器は受注に波があり、一定の人数を確保しておくことは他社でも難しいようです。当社は突然の受注依頼にも、これまで培ってきた

対応力を発揮し、例えば来月から30名集めて欲しいという依頼にもお応えします。柔軟な生産と垂直立上げ、築き上げた改善力とものづくり力、信頼して任せられる品質管理力は当社の+αの価値であり、最強チームによる感動のものづくりサービス業を合言葉に高付加価値の仕事をしかりと取れる集団になるように技術力を磨き組織を作っていく方向にシフトしています。各部門が自分たちの役割と責任を理解し互いに助け合うことで、素晴らしい集団になると思っています。2025年からは安定、継続、成長という、3つのスローガンを掲げています。大きく時代が変化する中でも強くしなやかに進化をしていきます。

5. 海外市場への挑戦

高城常務 ● 海外市場への進出はどのようにされているのか教えてください。

樽川社長 ● 今輸出しているのはイスラエルとドイツとフランスですが、タイ、シンガポールとの話も進んでいます。ユダヤ教徒向け食品の規定「コーシャ認証」を郡山市の株式会社宝来屋本店さんからご紹介いただき取得したため、イスラエルと同じようにシンガポールにも輸出できると思っています。フランスに輸出しているのは米粉のうどんです。当社の麺はコシを追求し



高城常務(左) 樽川社長(右)

て作っており、商談会でグルテンフリーの讃岐うどんのような麺を探していた商社と出会い受注に繋がりました。カナダやアメリカとの話もありますが規制が厳しいため、まずはできるところから始めてみようという感じです。輸出するにあたってのテーマは「福島」です。福島を応援しようと思っている人に、その品質と安全性をしっかりと発信していきたいと思っています。

6. 起業を目指す人、管理職や経営者を目指す女性へのエール

高城常務●これから起業を目指す人、あるいは管理職とか、経営者を目指す若い女性に対してエールを一言お願いします。

樽川社長●一足先に経営者になった立場で一言申し上げるとしますと、「諦めない」ということです。うまくいかなかったり大変な時期もありますが、自分が信じたことを諦めず、やると決めた以上は責任を持ってやる。誰にも負けない努力をすることと、最後までやりぬく信念を持つことです。諦めたら終わりだし、止まっているのは成長できません。諦めなければ必ずチャンスが巡ってきます。人の意見を聞く柔軟性を持って「肝心なのは何のために」という大義のところですか。これをしっかり持っていれば必ず自分の目指すゴール（目的）に辿り着くのだと心から信じてほしいです。

高城常務●ありがとうございました。



樽川社長(左) 樽川会長(右)

【インタビューを終えて】

今回は、「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー2024ジャパン」東北地区代表に選出されたアルファ電子株式会社代表取締役社長の樽川千香子様にお話をお伺いいたしました。

インタビューを通して感じたのは、樽川社長の包み込むような温かさと凛とした意思の強さです。「苦難を何度も乗り越えることが出来たのは従業員と応援してくれた取引先、関係者のおかげです。」と穏やかな表情で語る姿と悪戦苦闘した医療機器や米粉麺分野進出についてのお話をされた時の澄んだ眼差しからそれらを感じました。ネット上に公開されているアルファ電子株式会社様の資料に「これまでとこれから」というページがありました。1969年～1990年が「創業期」1991年～2010年が「成長・発展期」2011年～が「蛻変期」です。蛻変とは、蝶が卵から成虫になるまで都度脱皮を繰り返し、形を変化させることだそうです。常に新しいことにチャレンジし、自己変革や経営革新に挑み続けるアルファ電子様がカップ入りう米めんを開発、発売されることを心待ちにしています。

(聞き手：高城卓也)

調査レポート

2024年の 県内経済活動の回顧



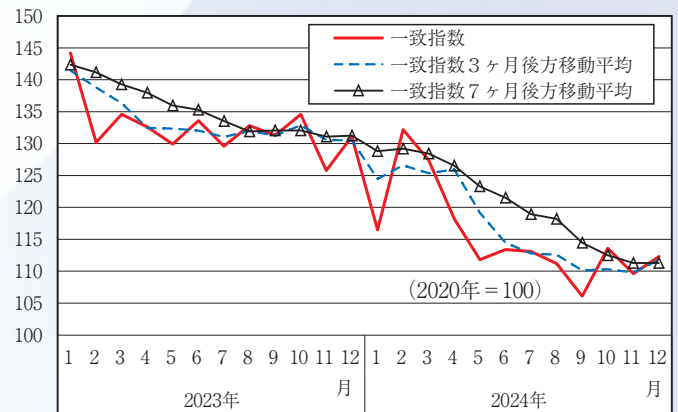
とうほう地域総合研究所
エコノミスト
高橋 宏幸

2024年は、日経平均株価が4万円を超えバブル期を上回る史上最高値を更新したが、コメをはじめとする物価上昇が企業経営や消費活動に大きな影響を与える1年となった。主な経済指標が出揃ったところで、改めて2024年の県内経済活動を振り返ってみたい。

1. 福島県景気動向指数 (CI = コンポジット・インデックス)

福島県の景気動向指数 (2020年 = 100) より、景気とほぼ同じタイミングで動く一致指数の2024年の推移をみると、2月に132.2ポイントと上昇の動きを示したが、以降は下降基調で推移し110前後で推移した。指数の上昇下降に鉱工業生産指数が寄与している月が多く、12月は鉱工業生産指数や最終需要財出荷指数がプラスに寄与し112.3ポイントと上昇した (図表1)。

図表1 福島県景気動向指数 (CI 一致指数)



資料：福島県企画調整部統計課

2. 需要動向

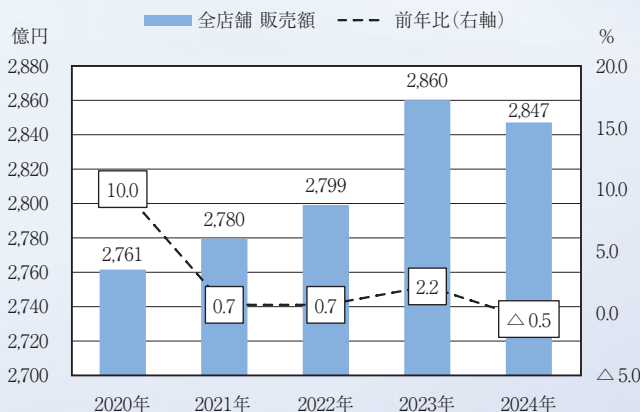
(1) 個人消費

百貨店・スーパー販売額は2,847億円 (前年比△0.5%) と5年ぶりに前年を下回った。また、コンビニエンスストア販売額は2,095億円 (同△0.1%) とやや前年を下回った。物価上昇による消費者の節約志向の高まりから、前年を下回ったものとみられる (図表2、3)。

ドラッグストア販売額は1,330億円 (同+7.2%) となった。店舗数の増加に加え、より安い商品を購入しようという消費者志向から、前年を上回ったものとみられる (図表4)。

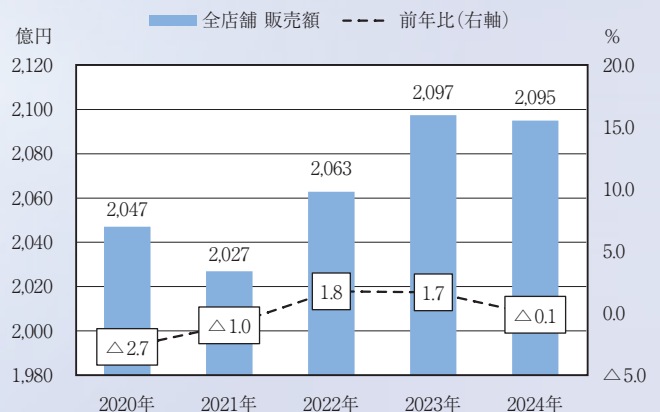
乗用車新車・中古車販売台数 (ナンバーベース) は、合計159,334台 (同△3.7%) となった。半導体不足の緩和などから増加した2023年から一転し、一部メーカー車種の出荷停止に加え、価格上昇の影響もあって2年ぶりに前年を下回った (図表5)。

図表2 百貨店・スーパー販売額



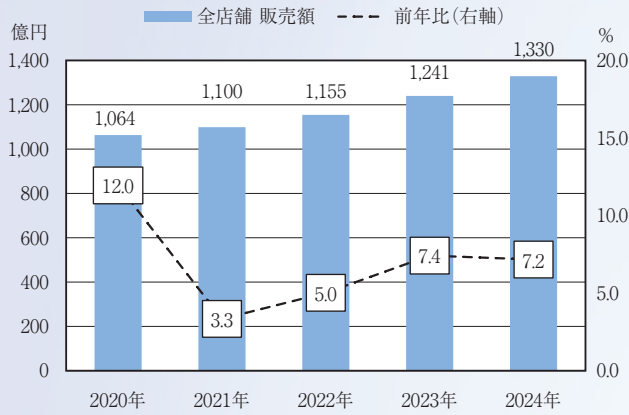
資料：経済産業省

図表3 コンビニエンスストア販売額



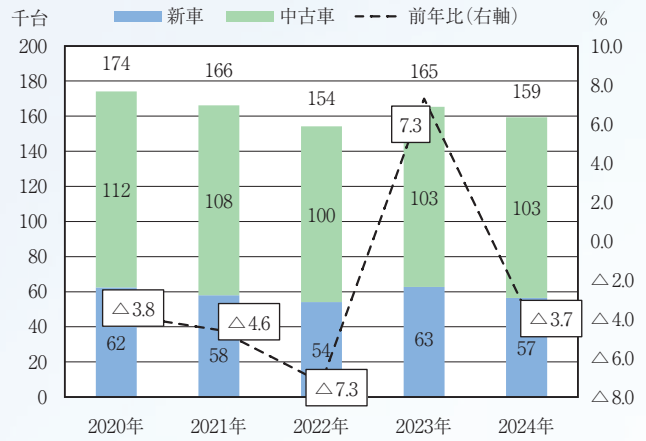
資料：経済産業省

図表4 ドラッグストア販売額



資料：経済産業省

図表5 乗用車販売台数（新車+中古車）



資料：(一社) 日本自動車販売協会連合会福島県支部、
(一社) 全国軽自動車協会連合会

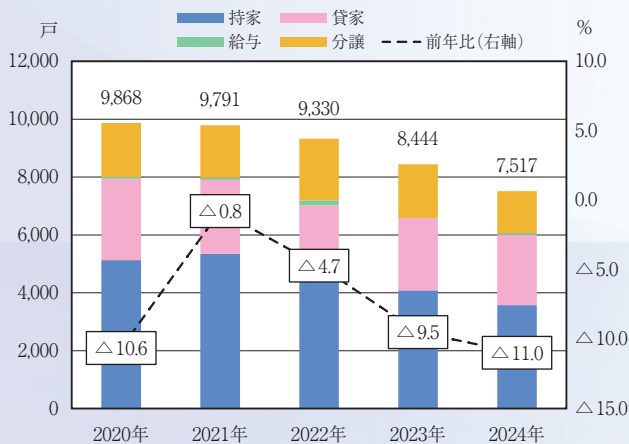
(2) 新設住宅着工戸数

新設住宅着工戸数は7,517戸で前年比△11.0%となり、8年連続で前年を下回った。2023年から1㎡当たり新築住宅価格が大きく上昇しており、持家・貸家ともに減少している（図表6）。

(3) 民間非居住用建築物

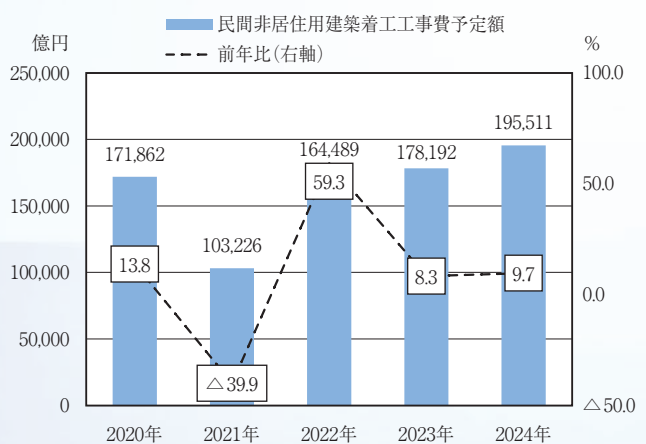
民間非居住用建築物（オフィスビルや工場、倉庫等）の工事費予定額は1,955億11百万円（前年比+9.7%）となった。6月と9月に製造業などでの大型投資があり年間合計で前年を上回っているが、10月以降は前年同月比減少が続いた（図表7）。

図表6 新設住宅着工戸数



資料：国土交通省

図表7 着工構築物（民間非居住用）



資料：国土交通省

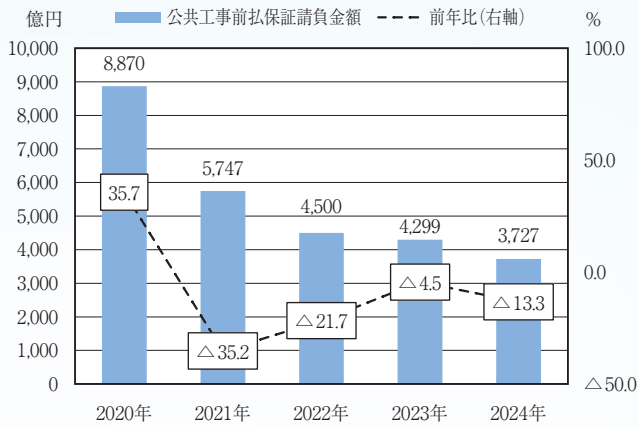
(4) 公共工事前払保証

東日本建設業保証(株)による2024年の公共工事前払保証請負金額は、3,726億67百万円（前年比△13.3%）となり、環境省や県教育委員会などからの受注が前年比大きく減少したことで、4年連続で前年を下回っている（図表8）。

3. 工場立地状況

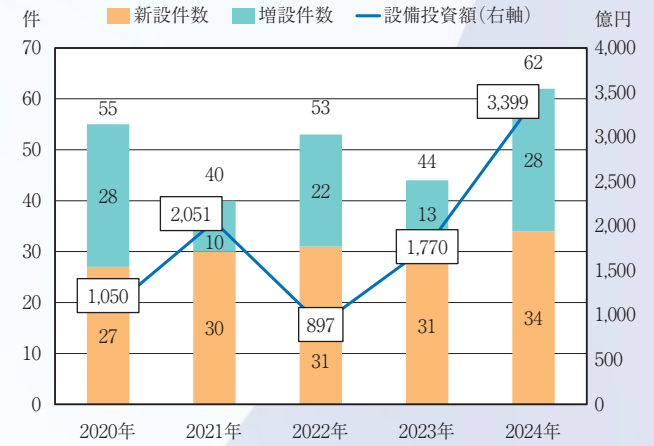
工場立地状況をみると、件数は新設が34件、増設が28件で合計62件と前年比18件増加し、設備投資額は3,399億円と前年比1,629億円増加している（図表9）。業種別では「化学」が8件で最も多く、次いで「食料品」「生産用機械」「輸送用機械」「その他の製造業」の5件となっている。

図表8 公共工事前払保証取扱



資料：国土交通省

図表9 工場立地動向



資料：福島県商工労働部企業立地課

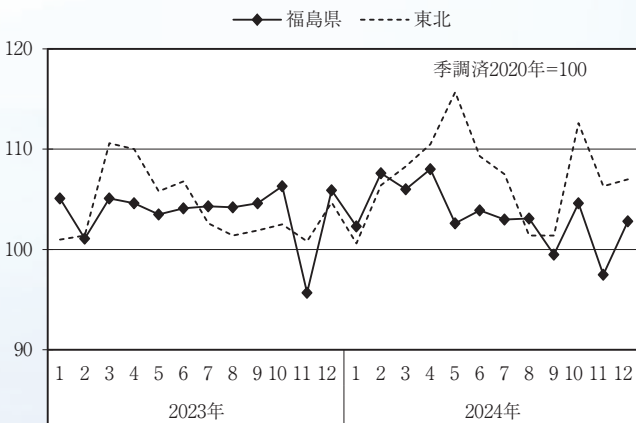
4. 生産動向

鉱工業生産指数（季節調整済指数、2020年=100）をみると、9月と11月に100を下回ったほかは100を超えて推移した。また、東北と比較すると1月・2月・8月を除く各月の指数が東北を下回った（図表10）。

5. 雇用動向

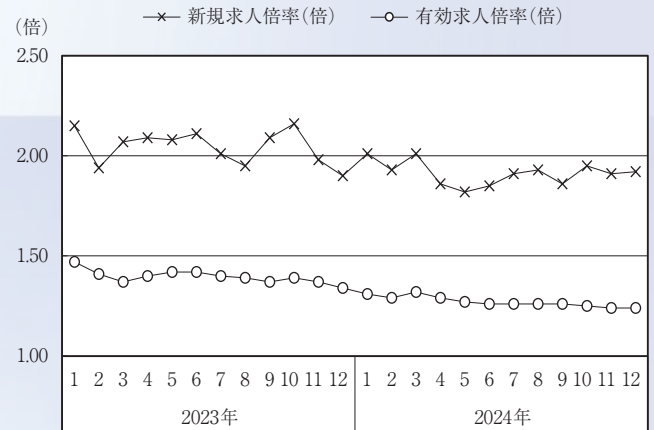
有効求人倍率（季節調整値）をみると、4月以降は1.2倍台で推移し、11月は1.24倍まで低下した（図表11）。1.2倍台はコロナ禍時の2021年10月以来となった。求職者数が3月を除き前年を上回り推移したのに対し、求人数はすべての月で前年を下回った。

図表10 福島県・東北の鉱工業生産指数



資料：福島県企画調整部統計課

図表11 求人倍率推移（季節調整値）



資料：福島労働局職業安定部

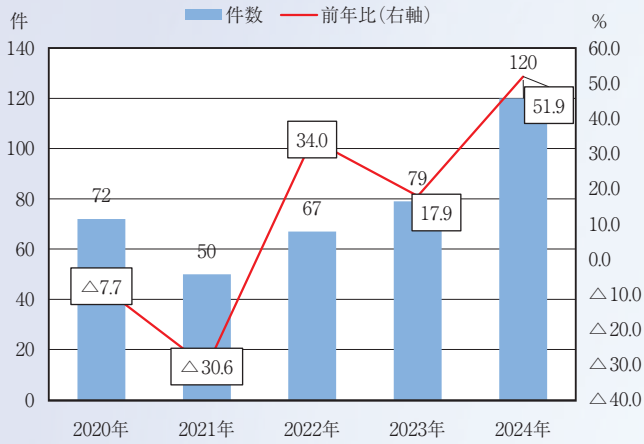
学卒を除きパートを含む

6. 企業倒産

企業倒産（負債総額10百万円以上）は、件数が120件（前年比+51.9%）、負債総額が151億59百万円（同+10.7%）と、件数・負債総額ともに前年を上回った（図表12、13）。

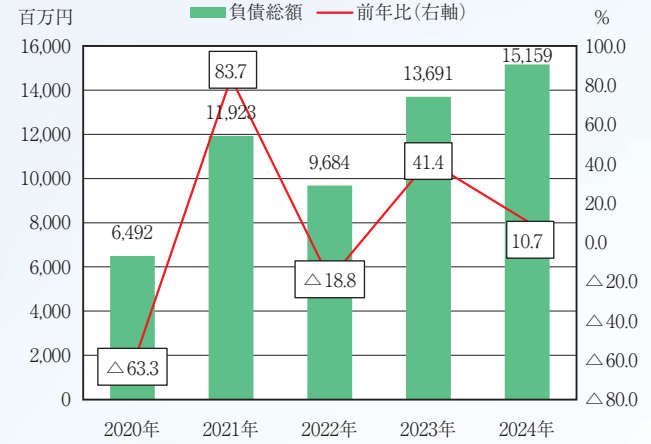
業種別の倒産件数をみると、「建設業」が34件で前年18件の約1.9倍となった。「サービス業」は前年12件から倍増した（図表14）。負債総額では「建設業」「小売業」「サービス業」などで大きかった。

図表12 企業倒産件数



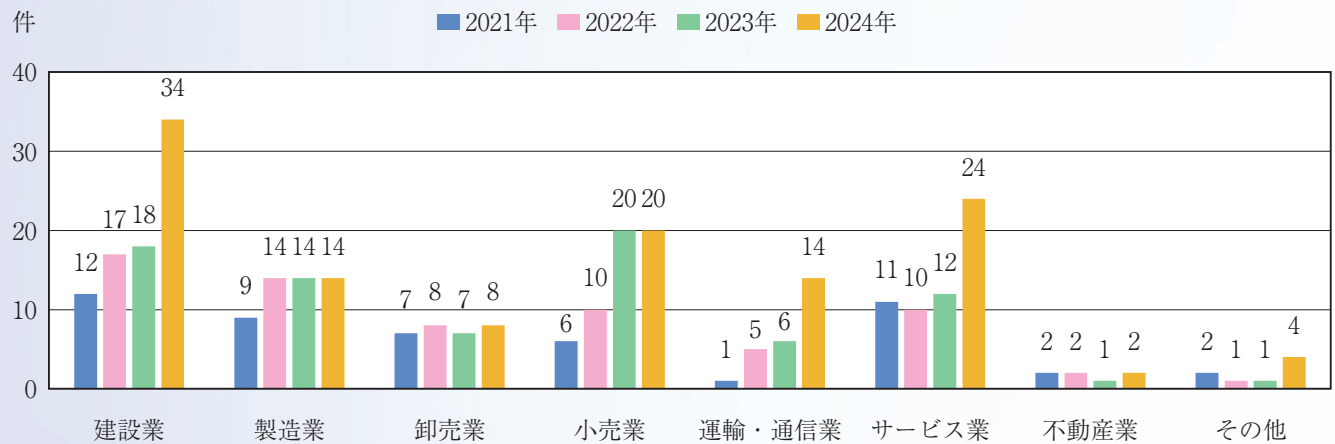
資料：帝国データバンク

図表13 企業倒産負債総額



資料：帝国データバンク

図表14 業種別倒産件数



資料：帝国データバンク

7. 延べ宿泊者数

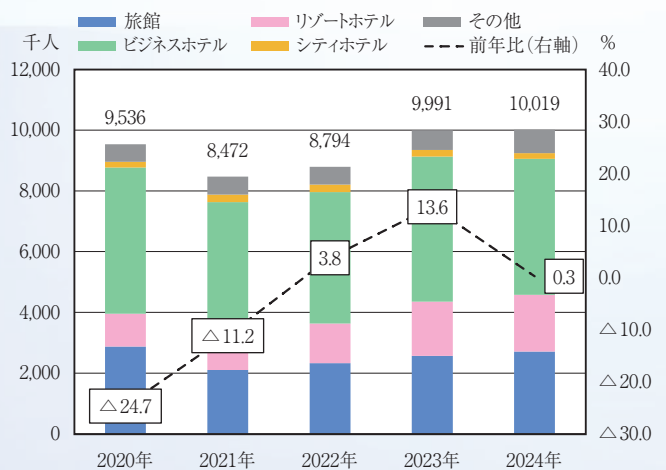
県内延べ宿泊者数は、年間10,019千人（前年比+0.3%）と、5年ぶりに10,000千人を超え、増加幅は縮小したものの3年連続で前年を上回った。福島県「来て。」割キャンペーン効果などにより観光客が増加しており、旅館とリゾートホテルは前年比増加となった（図表15）。

8. 最後に

2024年はマイナス金利が解除され17年ぶりに「金利のある世界」になるなど、経済環境に大きな変化のあった年となった。その中で、賃金上昇が物価上昇に追いつかず、実質賃金はマイナスとなり、消費活動のマイナス要因となった。

2025年は県内においても昨年に引き続き賃上げの動きが期待され、また、価格転嫁が進捗すれば景気の好循環が生まれることが期待される。ただし、米国の関税引き上げが実施されれば、県内企業においてもマイナスの影響が及ぶことが懸念される。

図表15 延べ宿泊者数



資料：観光庁

調査レポート



とうほう地域総合研究所
エコノミスト
嵐 俊勝

県内における生産性向上及び人材採用・育成の状況

～生産性向上及び人材採用・育成に関するアンケート調査より～

<要 旨>

1. 生産性向上への取組みについて

- ・回答企業の8割が生産性向上に取組む必要性を認識している。
- ・生産性向上を進める上で実施していることは「人材育成」が最も多く、現状では人への投資を重視している。
- ・生産性向上のためには人材育成に加え、業務効率化、IT導入も進める必要がある。

2. 人材採用・育成について

- ・回答企業の約7割が新卒採用人数は前年と変わらず、中途採用人数は6割弱が前年と変わっていない。
- ・新卒、中途採用も希望者が集まらず、求めている人材の応募がないことが大きな課題となっている。
- ・採用のチャネルとしてはハローワークの利用が最も多いが、売上高が多くなるほど様々なチャネルを活用している。
- ・多くの企業でOJTによる人材育成を行っているが、計画的・体系的な取組みができておらず、育成する余裕もないことが人材育成の大きな課題となっている。

県内では少子高齢化を背景とする人口減少が続いており、特に生産年齢人口の減少により、今後の人手不足がますます深刻になることが懸念されている。

企業は外部環境の変化もある中で、限られた資源、労働力で競争力のあるモノ・サービスを生み出さなければならない。

【外部環境変化の一例】

- ・コロナ禍後の生活様式の変化、デジタル化、脱炭素などの環境変化による需要変容
- ・原材料価格上昇等によるコストの増大、人件費の増加

このような状況において、アンケート調査の結果を中心に県内の生産性向上の取組みや人材の採用・育成状況などについて考察した。

* 令和5年11月に同様のアンケート調査を行ったことから、前回結果と比較できるものについても考察した。

業 種	回答企業数 (社)	構成比 (%)
製 造	78	17.0
建 設	120	26.1
卸 売	43	9.4
小 売	43	9.4
不 動 産	22	4.8
医 療・ 福 祉	30	6.5
サ ー ビ ス	54	11.8
その他非製造	66	14.4
無 回 答	3	0.7
合 計	459	100.0

< 調査要領 >

1. 調査方法 郵送による配布・回収
2. 調査対象 県内企業1,412社
3. 回答企業 459社（有効回答率32.5%）
4. 調査時期 2024年12月～2025年1月

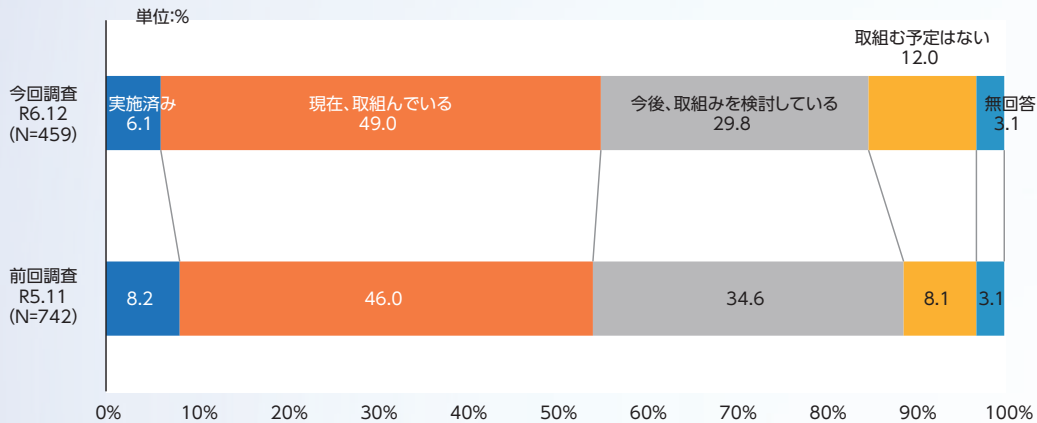
1. 生産性向上について

(1) 生産性向上への取組み状況

「実施済み」「現在、取組んでいる」を合わせると55.1%となり、半数以上の企業で生産性向上のために何らかの取組みを行っている。「今後、取組を検討している」企業も含めると、8割以上の企業が取組みの必要性を認めている。

一方前回調査との比較では、「今後、取組みを検討している」が4.8ポイント下降し「取組む予定はない」が3.9ポイント上昇している。業況が厳しい中で費用をかけられず取組みを断念している企業もあるとみられる（図表1）。

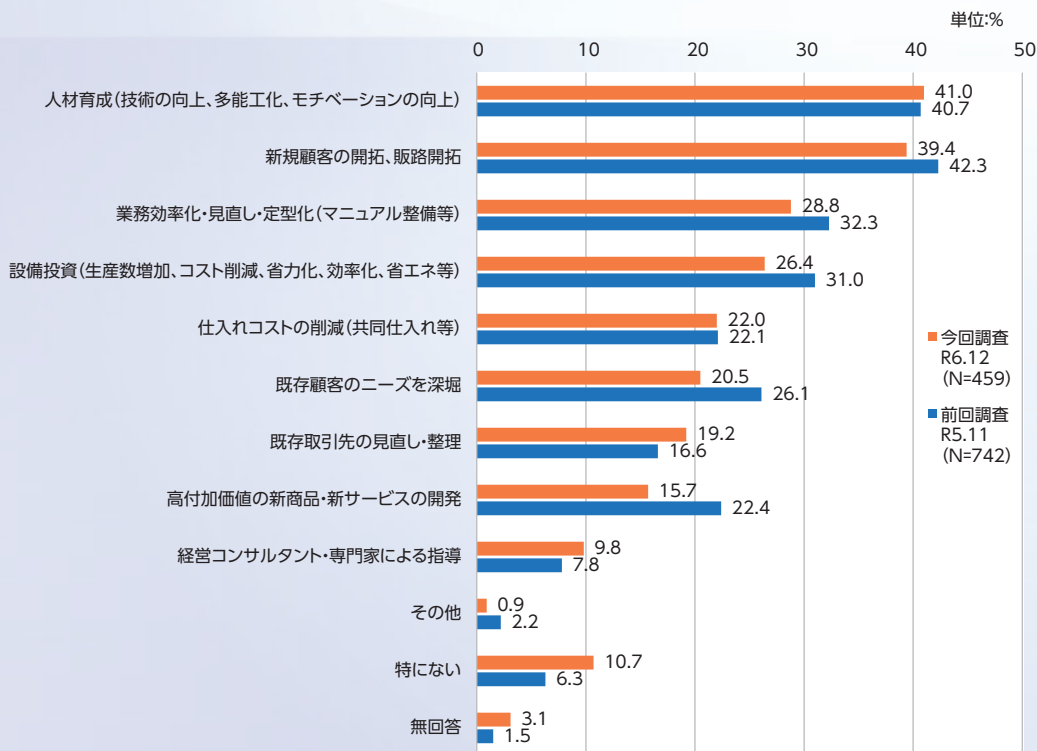
図表1 生産性向上への取組み状況



(2) 生産性向上に向け実施または検討していること

生産性向上に向けて実施していることは「人材育成（技術の向上、多能工化、モチベーションの向上）」が41.0%で最も多く、次いで「新規顧客の開拓、販路開拓」が39.4%、「業務効率化・見直し・定型化（マニュアル整備等）」が28.8%と続いている。まずは、人への投資が重視されている（図表2）。

図表2 生産性向上に向け実施または検討していること（複数回答）



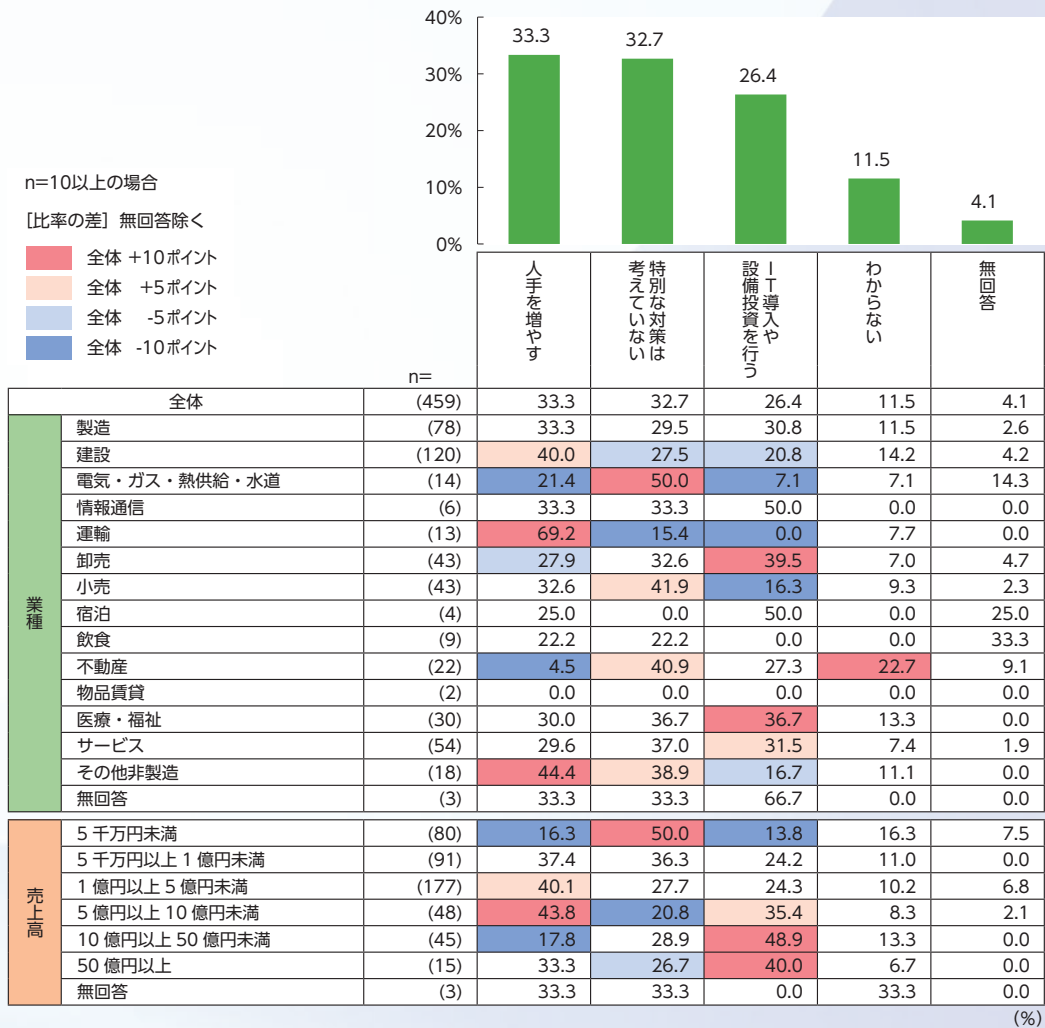
(3) 生産・サービスを維持・拡大するための対策

全体で見ると「人手を増やす」が33.3%で最も多く、次いで「特別な対策は考えていない」が32.7%、「IT 導入や設備投資を行う」が26.4%となっている。

業種別にみると「人手を増やす」は「運輸」が約7割となっており、「特別な対策は考えていない」は「電気・ガス・熱供給・水道」が5割となっている。「IT 導入や設備投資を行う」は「卸売」「医療・福祉」などで割合が高くなっている。

売上高別にみると、「5千万円未満」は「特別な対策は考えていない」が5割となっている。「IT 導入や設備投資を行う」は売上高が10億円以上の階層では4割に達している（図表3）。

図表3 生産・サービスを維持・拡大するための対策（複数回答）



(%)

2. 人材採用・育成について

(1) 新卒、中途採用状況

2025年卒の新卒採用計画（前年比）は「変わらない（採用予定なし含む）」が約7割で、「増やす」が約3割となっている。中途採用実施状況（前年比）は「変わらない（採用予定なし含む）」が約6割で、「増やす」が3割を超えている（図表4）。

図表4 新卒、中途採用状況

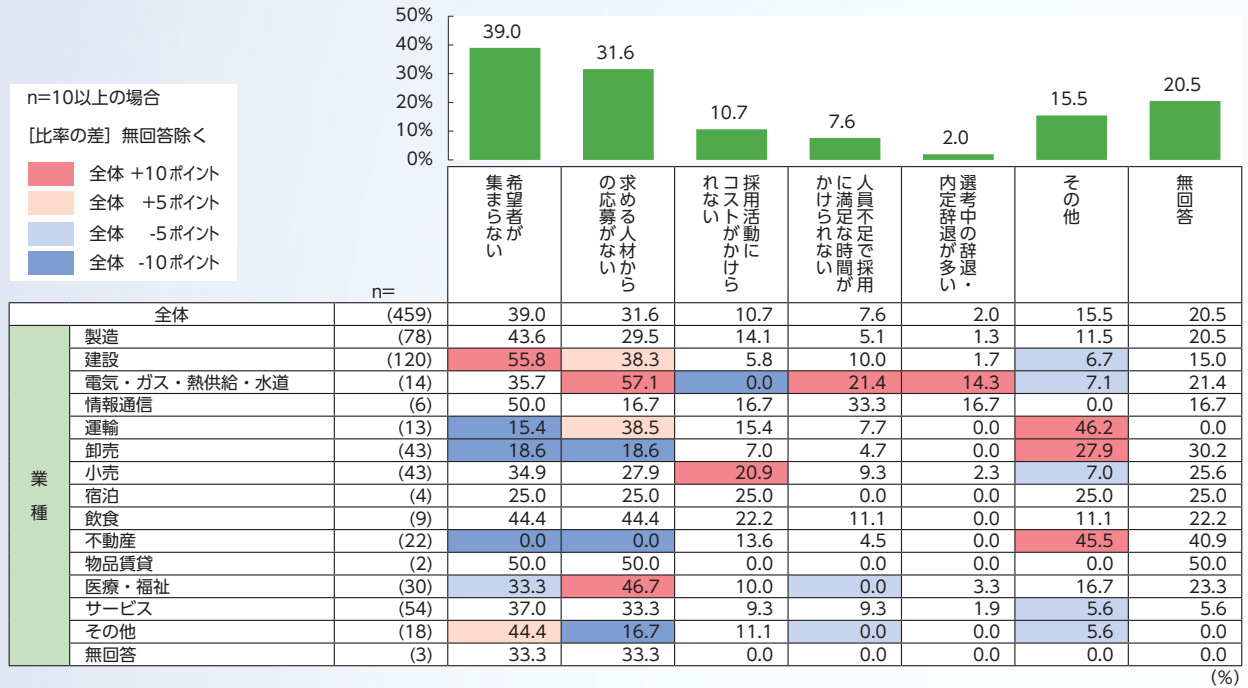
	増やす	変わらない (採用予定なし含む)	減らす	無回答
2025年卒の新卒採用計画（前年比）	29.0	68.0	1.3	1.7
中途採用実施状況（前年比）	33.1	58.8	1.1	7.0

1%未満のデータラベルは非表示 (%)

(2) 新規採用における課題

新卒採用における課題をみると「希望者が集まらない」39.0%、「求める人材からの応募がない」31.6%と、新卒の採用難が大きな課題となっている。業種別にみると、「建設」は「希望者が集まらない」が5割を超えている。業務で資格を必要とする人材の割合が多い業種「電気・ガス・熱供給・水道」「医療・福祉」などは、「求める人材からの応募がない」の回答割合が他の業種に比べて高かった（図表5）。

図表5 新規採用における課題（複数回答）

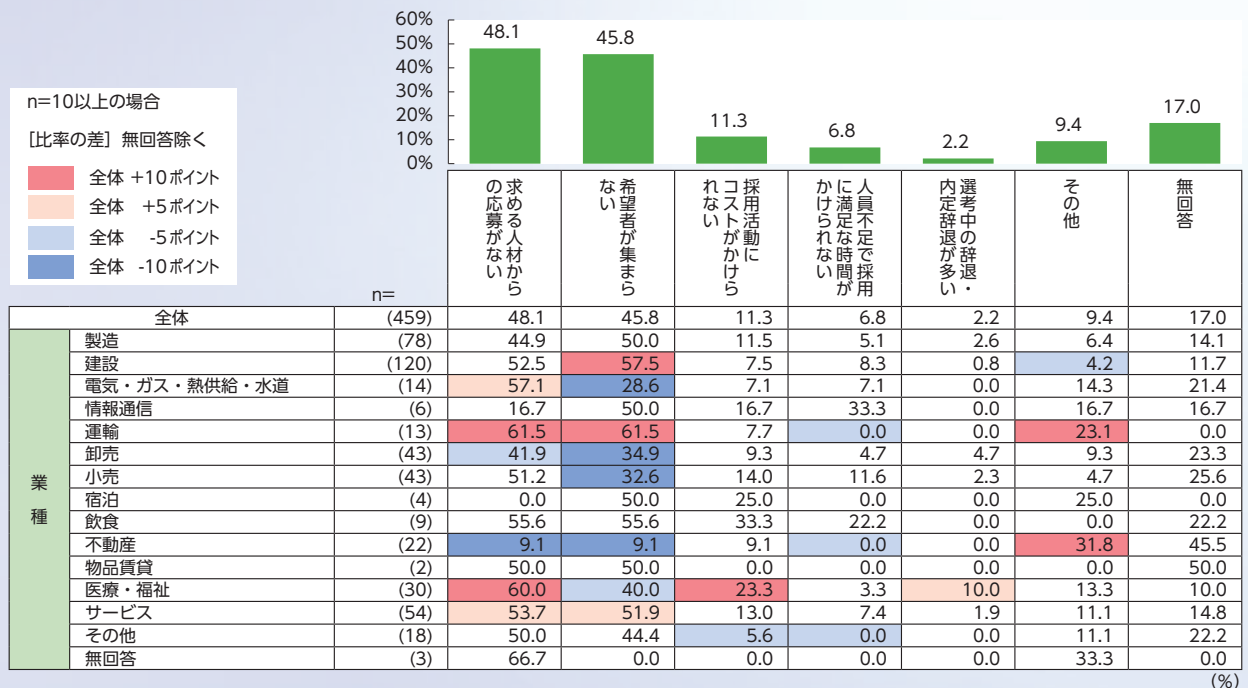


(%)

(3) 中途採用における課題

中途採用における課題をみると「求める人材からの応募がない」48.1%、「希望者が集まらない」45.8%と、企業が即戦力として求めている人材の採用が難しいことがあげられている。業種別にみると、特に「運輸」は人が集まらず中途採用が難しい状況がうかがえる。「飲食」「医療・福祉」は、採用活動にコストがかかけられない割合が他に比べて高い（図表6）。

図表6 中途採用における課題（複数回答）

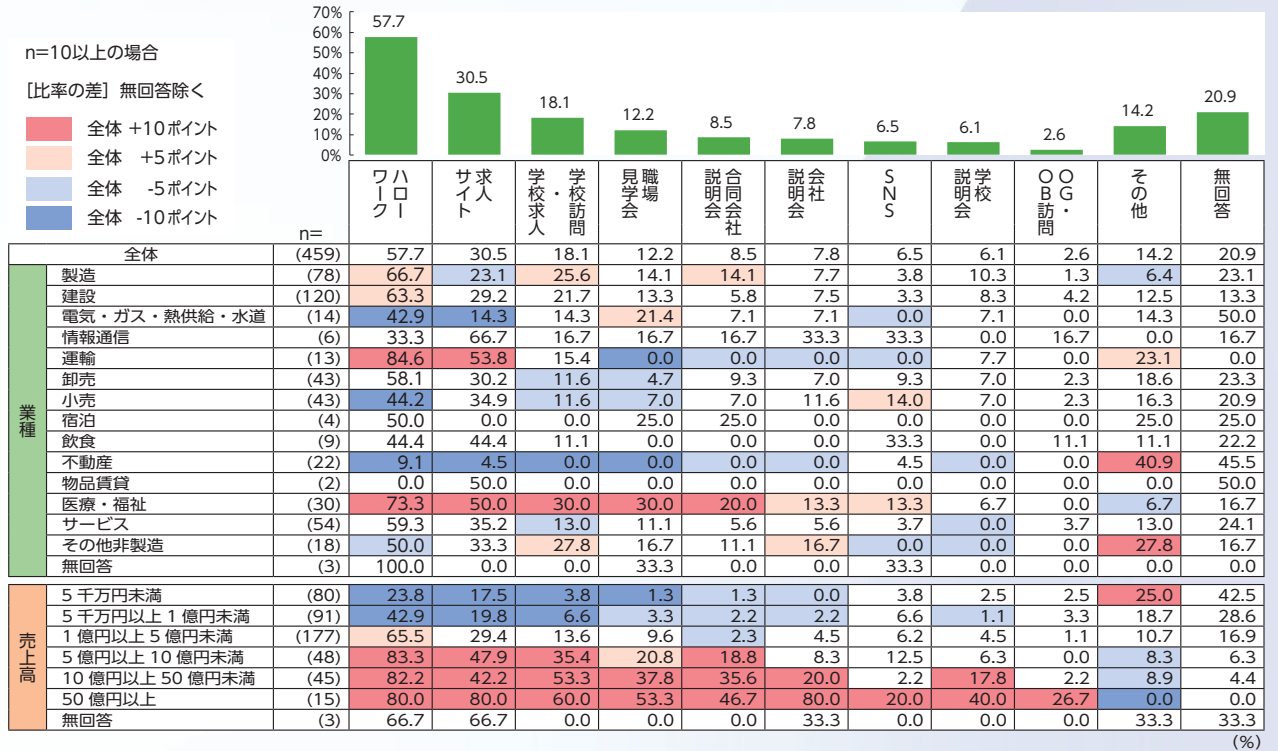


(%)

(4) 実施している採用活動状況

実施している採用活動状況は「ハローワーク」が57.7%と最も多く、次いで「求人サイト」が30.5%、「学校訪問・学校求人」が18.1%と続いている。業種別にみると、「ハローワーク」は「運輸」「医療・福祉」などで割合が高くなっている。売上高別にみると「5億円以上」の階層では約8割が「ハローワーク」になっており「50億円以上」では「求人サイト」も8割になっている。売上高が大きくなるほど、様々な人材採用を行っている（図表7）。

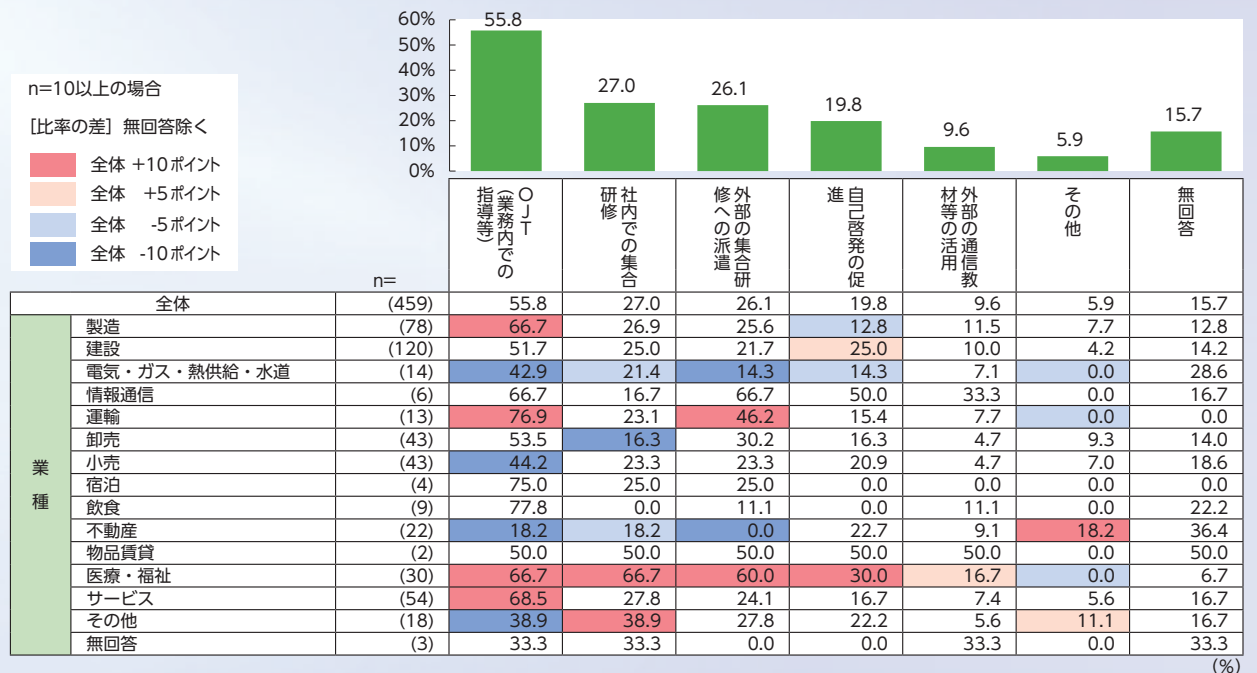
図表7 実施している採用活動状況



(5) 人材育成の取組み状況

人材育成の取組み状況をみると多くの業種で「OJT（業務内での指導等）」が多く、「飲食」「運輸」は7割を超えている。専門分野の知識が必要な「医療・福祉」などは幅広い取組みで人材育成を行っている事がうかがえる（図表8）。

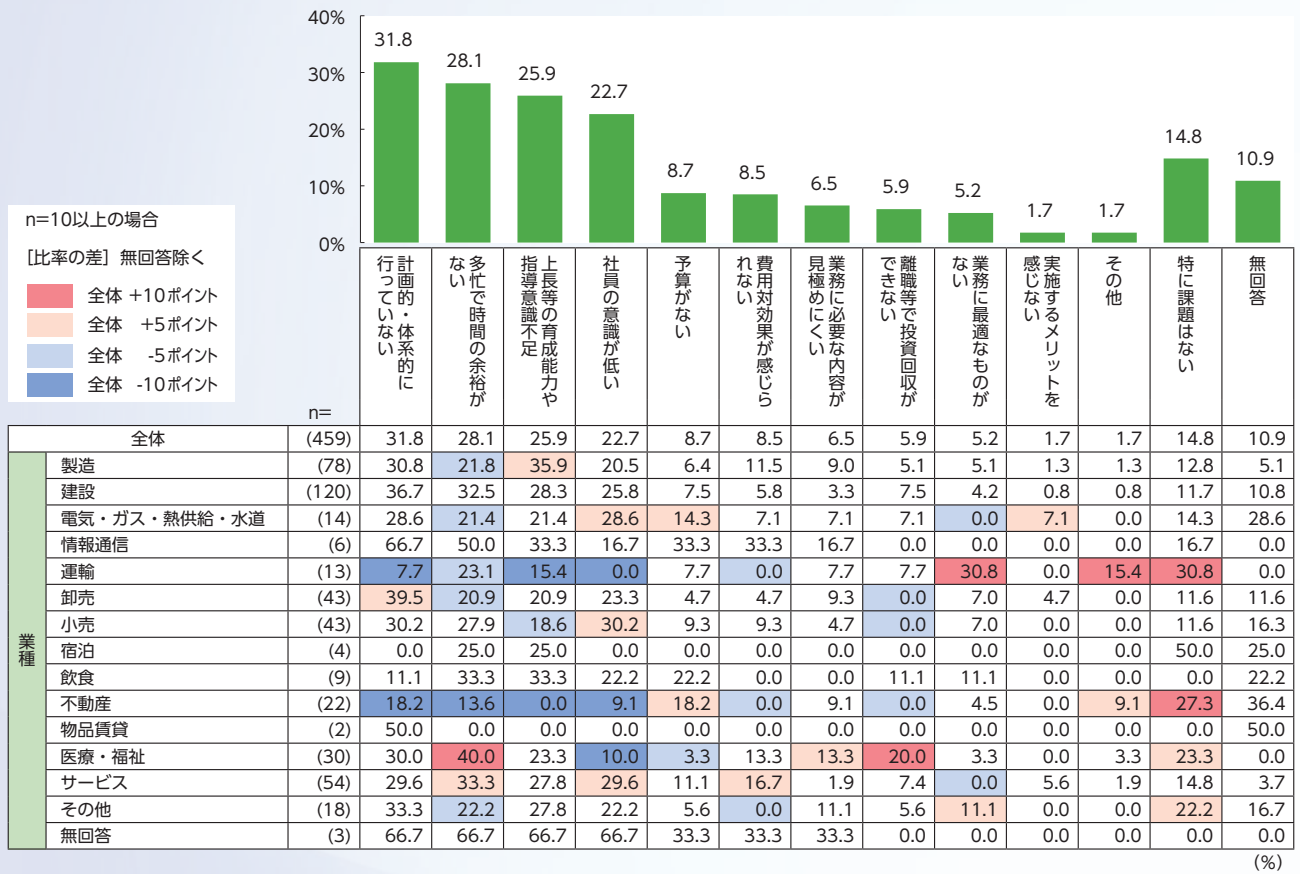
図表8 人材育成の取組み状況（複数回答）



(6) 人材育成の取組みにおける課題

人材育成の取組みにおける課題は「計画的・体系的に行っていない」が31.8%、「多忙で時間の余裕がない」が28.1%、「上長等の育成能力や指導意識不足」25.9%、「社員の意識が低い」22.7%と続いている。業種別にみると、「運輸」は「業務に最適なものがない」の割合が高く、「医療・福祉」は「多忙で時間の余裕がない」「離職等で投資回収ができない」の割合が高い（図表9）。

図表9 人材育成の取組みにおける課題（複数回答）



3. まとめ

今回のアンケート調査結果をみると、回答企業の8割が何らかの生産性向上に取り組む必要性を認識している。企業の生産性向上と人材採用・育成には相互に密接な関係が認められるが、今後はデジタル化による省人化・業務効率化が必要な状況にある。

また人材育成の面では半数以上の企業が、計画的・体系的な取組みが実施されておらず、育成する余裕がないことが大きな課題となっている。

今後県内企業の生産性向上、人手不足対策が更に進展するには、これまで以上に国、地方公共団体、民間企業が連携しながら県内企業のデジタル化、DX化、人材育成支援に取り組んでいくことが求められる。



「はじめる」から「かなえる」へ。福島県では、震災から10年を機に「ふくしまからはじめよう」からのバトンを渡す、スローガン「ひとつ、ひとつ、実現する ふくしま」を策定しました。復興に向けて歩んできた「これまで」と、新しい未来に繋げていく「これから」と、県民のみなさんひとりひとりの「今」を重ねたメッセージです。

孤独・孤立に悩む人を 誰一人取り残さないふくしま

福島県 社会福祉課

孤独・孤立対策推進について

人と人との関係性やつながりが希薄化する中、社会に内在していた孤独・孤立の問題が顕在化・深刻化していることから、令和6年4月1日に孤独・孤立対策推進法が施行されました。

福島県では、孤独・孤立対策に関する施策を総合的に進めていくため、市町村および民間団体などと連携しながら、県内への普及活動、情報共有・相互啓発活動を促進しています。

ホームページで詳しい情報を公開しています。 [福島県 孤独](#) [検索](#)

福島県孤独・孤立対策官民連携 プラットフォーム

ひとりぼっちだと感じる「孤独」。社会から離れ、居場所のない「孤立」。

孤独・孤立にならず、人と人同士がつながり合うことが重要です。

そのため福島県では、県、市町村、民間団体の連携（つながり）を強化し、横断的な情報共有および情報発信を行うことで、孤独・孤立で悩む人々へ必要な支援を届けるとともに、孤独・孤立を感じた方がつながることのできる地域づくりを目指すことを目的として、令和7年1月30日、福島県孤独・孤立対策官民連携プラットフォームを県内で初めて設立しました。

このプラットフォーム設立を契機に、福島県における孤独・孤立対策の推進への取り組みを加速させ、福祉分野はもとより、幅広い分野・業種による連携基盤（つながりづくり）を構築していきます。

併せて、本プラットフォームの目的に賛同いただける個人や団体の方の参加をお待ちしております。

申し込みについては、[福島県 孤独](#)で[検索](#)し、申込書をダウンロード後、福島県社会福祉課へメール又は、郵送でご提出ください。

福島県孤独・孤立対策官民連携 プラットフォーム設立記念講演会



プラットフォーム設立記念講演会の様子

プラットフォーム設立と同時に講演会を実施しました。講演1として「孤独・孤立対策の推進について」内閣府孤独・孤立対策推進室の参事官補佐から、孤独・孤立対策推進法や制度、全国の取組内容について講演いただきました。

講演2では、「地域福祉の観点から孤独・孤立対策の推進について」福島学院大学福祉心理学部福祉心理学科教授から、県内民間団体の取組事例や身近なつながりづくりについて講演いただきました。

孤独・孤立の実態把握に関する全国調査（令和5年）より①

約4～5割の人が孤独を感じている

①あなたは、自分には人とのつきあいが無いと感じることがありますか。

②あなたは、自分は取り残されていると感じることがありますか。

③あなたは、自分は他の人たちから孤立していると感じることがありますか。

回答	割合
決してない	38.5%
時々ある	47.0%
ほとんどない	13.7%
常にある	0.8%
たまにある	6.9%

・孤独感が「10～12点（常にある）」「7～9点（時々ある）」の人が47.0%

あなたはどの程度、孤独であると感じることがありますか。

回答	割合
決してない	41.4%
時々ある	39.3%
ほとんどない	17.9%
常にある	1.5%
たまにある	4.8%

・孤独感が「しばしばある・常にある」「時々ある」「たまにある」人が39.3%

※詳細については「孤独・孤立の実態把握に関する全国調査（令和5年）」の報告書をご覧ください。報告書は「孤独・孤立対策推進室」のウェブサイト（www.kodoku-isolation.go.jp）に掲載されています。

講演1 孤独・孤立対策の推進について

孤独・孤立の背景

社会構造の変化（単身世帯の増加、働き方の多様化、インターネットの普及など）により、家族や地域、会社などにおける人との「つながり」が薄くなり、誰もが孤独・孤立状態に陥りやすい状況。

会社とのつながり

働き方の多様化
ワーキングプアの増加
企業福祉の縮小

地域とのつながり

過疎化や高齢化
地域組織の衰退
地域の支えあいの減少

家族とのつながり

単身世帯の増加
家族や親族による自助機能の弱体化

コロナ禍などにより社会環境が変化し、孤独・孤立の問題の顕在化・深刻化。

直接・対面でのコミュニケーションの減少

生活困窮をはじめとした不安・悩みの表面化

DV相談件数増
児童虐待相談対応件数増
不登校児童生徒数増
自殺者数増

出典：孤独・孤立対策について（R6.9.30内閣府孤独・孤立対策推進室）

講演2 地域福祉の観点から孤独・孤立対策の推進について

福島県孤独・孤立対策推進宣言

講演会の最後には、「孤独・孤立に悩む人を誰一人取り残さないふくしま」をスローガンに掲げ、福島県孤独・孤立対策推進宣言を行いました。

福島県が孤独・孤立対策を推進し、民間団体などのネットワークを構築することにより、重層的な支援を可能とするため、今後さまざまな場面でこのスローガンを使用し、連携・協働する意識の醸成を図ります。

福島県孤独・孤立対策推進宣言

「孤独・孤立に悩む人を 誰一人取り残さないふくしま」

社会構造の変化により人とのつながりが薄くなり、誰もが孤独・孤立に陥りやすい状況であることから、福島県が孤独・孤立対策を推進することで、関係団体とのネットワークを構築し、連携・協働する意識の醸成を図ることが必要です。

孤独・孤立対策について県民の理解を深め、「孤独・孤立に悩む人を誰一人取り残さないふくしま」を目指します。

記

- 1 孤独・孤立に悩む人々が声を挙げやすくするため、必要な情報が当事者に届くよう広報活動を強化します
- 2 多様な業種や機関の各種相談窓口において、誰一人取り残さない対応ができるよう、孤独・孤立への理解を促進します
- 3 会員間のネットワークを拡大し、人々が相互に支え合うつながりが生まれるよう孤独・孤立を予防する体制構築を進めます

令和7年1月30日

福島県孤独・孤立対策官民連携プラットフォーム

福島県孤独・孤立対策推進宣言

孤独・孤立対策推進月間

毎年5月は孤独・孤立対策推進月間となります。福島県孤独・孤立対策官民連携プラットフォームでは、県内3ヶ所（郡山市、いわき市、会津若松市）で孤独・孤立対策の理解促進のために広報活動を行います。

昨年度はテレビ、ラジオ CM や広報誌、ポスター

掲示を行い、各市町村窓口にも周知の協力をいただきましたが、今年5月からは活動を広げて本格的に周知を開始します。詳しくは、福島県社会福祉課のホームページを確認するか、[福島県 孤独](#)で[検索](#)してください。

問い合わせ先

福島県社会福祉課

電話：024(521)7323

地域を超えて地域に貢献する「在地超地企業」

地域発

エクセレント カンパニー

明治学院大学名誉教授 神田 良

新潟国際情報大学教授 高井 透

一般財団法人とうほう地域総合研究所 著

【著者紹介】

神田 良

(かんだ まこと)

明治学院大学名誉教授

一橋大学大学院商学研究科博士後期課程修了、明治学院大学経済学部教授(経営組織論、経営戦略論、人的資源管理論ほか担当)を経て、2022年に名誉教授。現在は(公財)日本生産性本部、(一財)日本科学技術連盟などで調査研究を行い、東京商工会議所中央支部で老舗企業塾の創設に参加、企業内ビジネススクールで主任講師を務めるなど、実務に近い研究教育にも従事している。

高井 透

(たかい とおる)

新潟国際情報大学教授

早稲田大学大学院博士後期課程修了(博士)商学校美林大学経済学部助教授(経営戦略論、国際経営論を担当)、日本大学商学部教授(経営戦略論、国際経営論を担当)。2024年より現職。日本大学名誉教授。現在は、国際ビジネス研究会理事、戦略研究会理事ほか。中堅・中小・ベンチャー企業の戦略行動およびグローバル戦略を中心に研究を進めている。

一般財団法人

とうほう地域総合研究所

地域シンクタンクとして景気動向調査やボーナス支給額推計などの定例的な調査研究や、「キャッシュレス」「経済格差」等時宜を得た調査研究を行い、機関誌「福島の進路」誌上にて発表している。また、自治体や事業者に対するコンサルティングも行っており、認定経営革新等支援機関として常に経営者の立場に寄り添う伴走型の経営コンサルティングにより、企業のバリューアップをサポートしている。

福島復興を支える企業から学ぶ 経営の「壁」を乗り越えるヒント

[作家]

江上剛氏
推薦!

株)アリーナ「できないとは言わない」

株)ノーリン「森林資産に付加価値をつける」

株)くつろぎ宿「会津に徹底的にこだわる」

株)ハニーズ・ホールディングス「速い決断と迅速な実行」

大七酒造(株)「個性を生かしたブランドを創造」

日本全薬工業(株)「レジリエンス能力を継承する」

福島県はポテンシャルのある地域です。

この地域に根づき、地域に貢献している優れた企業が数多くあります。

震災をも乗り越えた、そのマネジメントの知恵を、

日本全国、世界中の方に知っていただきたい。