

# 福島の進路

2025 JUNE  
No.514

# 6

## TOP Interview トップインタビュー

株式会社ビズリーチ  
代表取締役社長 酒井 哲也

## 地域発！現場検証シリーズ

末廣酒造株式会社  
代表取締役社長 新城 大輝

## 企業訪問

有限会社久保木豊店  
代表取締役 久保木史朗

## 寄稿

ふくしまのミュージアム⑥  
はじまりの美術館



# 福島の進路

## CONTENTS

### TOP Interview トップインタビュー

勇猛果敢

株式会社ビズリーチ 代表取締役社長 酒井 哲也

2

### 企業訪問

～使命は豊を後世に残すこと、夢は豊を世界へ広めること～

有限会社久保木豊店 代表取締役 久保木史朗

10

### 地域発!現場検証シリーズ

市場と対話、不断に 定番酒も質向上の対象

末廣酒造株式会社 代表取締役社長 新城 大輝

16

### 寄稿 ふくしまのミュージアム⑥

はじまりの美術館

20

### 福島県の取り組み・施策シリーズⅣ

アートで Well-being を考える企画展

福島県立博物館

24

### 地域の魅力

共創・協働のまち磐梯町

～自分たちの子や孫たちが暮らし続けたい魅力あるまちづくり～

磐梯町長 佐藤 淳一

27

### ふくしま経済クオーターリー

福島県経済の現状と先行き

30

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いただけます。

県内復興・経済日誌（2025年4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/9BHg7rwB2FUdJ59XA>

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。



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

## 酒井 哲也

株式会社ビズリーチ

代表取締役社長

## 勇猛果敢

### ● 酒井 哲也（さかいてつや）さん

福島県福島市出身。2003年、慶應義塾大学商学部卒業後、株式会社日本スポーツビジョンに入社。その後、株式会社リクルートキャリアで営業、事業開発を経て、中途採用領域の営業部門長などを務める。2015年11月、株式会社ビズリーチに入社し、ビズリーチ事業本部長、リクルーティングプラットフォーム統括本部長、取締役副社長などを歴任。2022年7月、株式会社ビズリーチ代表取締役社長に就任。2022年10月、ビジョナル株式会社取締役を兼任

## 1. ご経歴について

矢吹 ● 福島市ご出身で県立福島高校から慶應義塾大学商学部を卒業されて、株式会社日本スポーツビジョンに入社され職業人としてスタートされましたが、その頃の思いについてお聞かせください。

酒井 ● 福島から東京へ出てきた時に、当初はマスコミ業界に行きたいと思っており、学生時代に3年間、日テレ（日本テレビ）で報道のAD（アシスタントディレクター）をやりました。元々は制作や番組を作りたいという思いがあってやっていた訳ですが、当時、テレビ局で作っている番組は、ニュース、お天気、スポーツ情報が中心で、それ以外はほとんど制作会社へ外注していることを知りました。そういった状況の中、自分は本当に何をやりたいのだろうと再び考え始めるようになりました。その頃、スポーツ番組のADと親しくさせていただく機会があり（小学校からずっとバスケットボールをやっていたこともあり）、やっぱりスポーツって楽しいなと思ったんです。ちょうど、2002年日本・韓国ワールドカップ開催中だったのですが、日テレからの帰りに総武線に乗ろうとしたとき、歓喜に湧く青いユニフォームを着た乗客で溢れ、黄色いはずの車両が青一色になったかのように見えました。どちらかと言うと、日本人は感情を表に出さない静かな印象を持っていたので、人々を熱中させ、熱狂的な状態にできるスポーツの凄さを感じました。その体験が契機になって、スポーツ業界に飛び込みました。

矢吹 ● マスコミ志望からスポーツに魅せられていくということは、どちらかと言うと自分が周りのみんなをハッピーにしたいという社会実現のような感じですか。

酒井 ● そんな大それたことではないんです。喜怒哀楽の感情を持つことは人間の素晴らしさだと思っています。例えば、私はそんなに仕事中は喜怒哀楽が激しくないタイプですが、スポーツをしている時だけは感情を素直に表現できるように感じます。そのため、社会貢献以上にこの人間らしさが素直に表れるスポーツに携わりたいと思いました。

矢吹 ● そういう意味では、就職の際に待遇面は重視しなかったのですか。

酒井 ● 全くなかったですね。初任給は手取り13万円くらいでした。

矢吹 ● 同じような話をキャリア官僚の方からお聞きしましたが、仕事に待遇面が見合っていないくても、国益を考えて志を優先しますと話していました。

酒井 ● そうかもしれないですね。私の場合は、志望動機で「スポーツというものを一つの文化にしたい」と熱く語ったことを覚えています。スポーツは喜怒哀楽が表れたり、働く活力やバイタリティが生まれたりして素晴らしいと思っていて、このスポーツの素晴らしさをもっと日本中に広げていきたいと思ったことが大きかったのかもしれないですね。

## 2. ビジネスへの想いについて

矢吹●働くということは勿論、収入もありますが、社会的な意義や人の役に立ったり支えたりすることがあると思います。仕事以外に文化や色々な知識の中で人は成長する訳で、そういう意味でもスポーツは大事ですね。私は、箱根駅伝が大好きで正月の2日、3日に東京の大手町で応援していました。今年、何年か振りで応援に行き「何でこんな世代の違う人たちが頑張れと応援するのだろう」と思った時に、これは多分自分自身や大切な人を投影して頑張れと応援しているのではないかと感じました。



社長が人材紹介の会社に来られたのは、スポーツへの想いと繋がる部分があったからでしょうか。

酒井●全くです。最初に就職した会社は入社後すぐ経営不振になりましたので、入社半年くらいで別の会社を買収されました。その頃、本社の経理に配属されましたが、倒産しその時に清算処理までやりました。再就職で検討したのは、留学して改めて自分自身のキャリアについて考え直すことと、声をかけていただいた企業再生コンサルの会社への転職でした。新卒2年目でしたが、倒産した会社で経理畑の仕事をしていた経験から声がかかったのだろうと思います。最終的には、当時の上司から「ビジネスが成り立っていて、お前みたいな生意気な奴でも意見が言えるような会社に行った方がいいよ」とアドバイスされ、紹介されたリクルートへの転職を決めました。当時は、リクルートという会社が何をやっているのかも十分に理解できていなかったですし、どんな仕事を任されるのかもわかりませんでした。でも行って見て、確かに自由に色々発言ができる環境がありましたね。

矢吹●そうですね。リクルートではいわゆるキャリアコンサルの仕事ですか。

酒井●リクルートには約11年いましたが、主に法人営業と企画をやりました。でも、入社してすぐ配属された営業で重大なミスを起こしてしまっただけで会社を辞めようと思ったんです。その時の社長がJリーグ前チェアマンの村井満さん（現日本バドミントン協会会長）で、2人で飲み連れて行ってもらうよう諭されました。「リクルートという会社は社員がマイナスを作ったとしても、それを反動にしてみんな頑張っている」と言われました。さすがに、会社に損失を残したまま辞める訳にはいかないと切り替えて頑張りました。村井さんは、社長（経営者）として今も尊敬する方です。

矢吹●社長が、新入社員と2人で飲みに行くという素晴らしい社風ですね。その時、他にどんな話をされたのですか。

酒井●今も覚えているのは、村井さんはサッカーが好きで特に浦和レッズの大ファンで、私をサッカー選手に例えて「お前は縦横無尽に走り回る長谷部誠になれ」と言われたことを覚えています。

矢吹 ● 面白い話ですね。そういう度量のある方に認められて本当に良かったですね。

酒井 ● 何かチャレンジしてもうまくいかなかったり、失敗することもあります。失敗してなんぼということもあるし、それを取り返せということは正しいなと思いました。

矢吹 ● 一番怖いのはチャレンジしなくなることで、そういう組織はどんどん硬直化します。日本の文化というか、いつの間にか大企業は過度に失敗を許さない風土に陥りやすくなっていると思います。貴社はダイナミズムを感じますし、チャレンジしやすいように見えますが。

酒井 ● 「チャレンジしやすいようにしよう」としているという表現が正しいです。この数年で社員も増えてきましたし、年齢構成も変化しています。組織が大きくなると、どうしても合理的な判断をしがちでリスクを嫌うようになりますよね。例えば私のところにたくさんの起案が上がってきますが、合理的な判断を優先して却下しようと思ったら全部却下できる訳です。しかし、それをやったら全く挑戦のない会社になってしまうという、内なる葛藤のすえ、最近は後戻りできるのであればチャレンジすればいいということを基準にしています。大企業病はおそらく意識しないと勝手になってしまうので、ビズリーチはそれに抗いながら生きて行こうとしています。

### 3. ビジネスへの想いについて

矢吹 ● 今、会社で一番やりたいこと、社長としてやられていることについてお話しください。

酒井 ● 経営資源において、「ヒト、モノ、カネ」がありますが、最近圧倒的に「人」という経営資源の重要性が高まっていると感じます。これは何だろうと考えたときに、人だけが見通しが立たないのです。お金はいつ入金されるというリードタイムがわかるし、物に関してもいつ納品されるかという予定がわかりますが、人だけは欲しいと思って採用活動を始めても、いつ入社に至るかわからない。経営において一番苦しいのは不確実性が高いことや見通しが立たないことです。そのため、私は、ジャスト・イン・タイム＝必要な時に必要な人をアサイン（割り当てる）できる世界を実現したいと思っています。ジャスト・イン・タイムの実現には、スピードとクオリティが壁で、これは人材業界に残された最後の命題だと思っているので、その実現に向け、私は徹底的にその世界を志向します。具体的には、退職や人事異動で新たな人が必要になった時に、欲しい人材の要件と社内外の人材の情報が可視化され、一元化する。そして社内外の労働市場が可視化された上で、マッチングが成り立つ世界を実現することがアサインのスピードを上げるとしています。何とかここを実現したいですね。



矢吹 ● 面白いですね。全ての計画や戦略は人によって企画されますが、その人がどれほどの価値のあるものなのかを実は可視化できないために、問題になることもあると思います。見える化すると人的効率やクオリティが上がり改善されますか。



社内版ビズリーチ記者会見発表会\_集合写真(2025年1月28日開催)

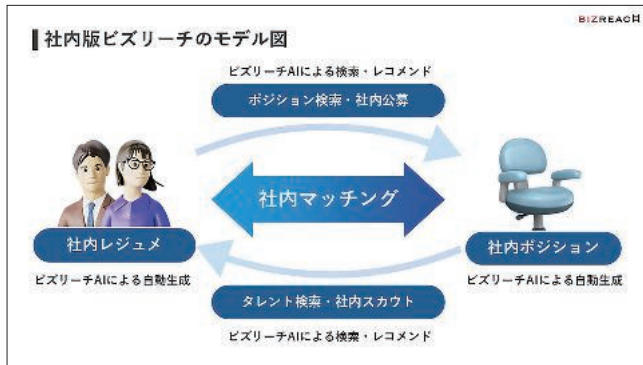
酒井●そうですね。今まではビズリーチで外部の労働市場を可視化して、求職者と企業のマッチング機会を提供してきましたが、最近は「社内版ビズリーチ」というサービスの提供を開始しました。これはビズリーチのような仕組みを社内で活用することで、社員ごとのスキルや経歴と社内ポジションを可視化して適切な形でマッチングする仕組みです。最近経営者の方の話でよく耳にするのは、退職する社員に転職先での仕事の内容を聞いたら、自社でも同じ仕事ができるけれど、それを知らずに社員が転職してしまうケースが結構あるということです。

矢吹●これはやっぱり一番の課題です。人にどのような想いをもち、どのように成長させていくか、これが戦略の要のはずがそうならない企業も一定程度ありますか。

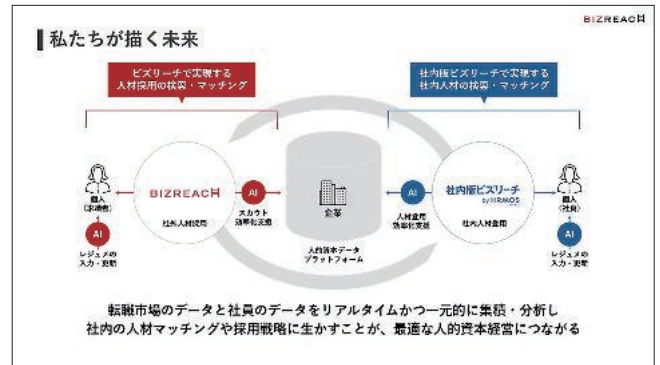
酒井●当然ながら日々の業務を通して人は成長していきます。だからこそ、今何ができて、何ができないかをリアルタイムで可視化していくことが重要です。例えば、福島で「この仕事をする人が欲しい」という採用ニーズが明確にわかれば、福島で働きたいと考える人も増えるはずですが、選択肢が可視化されていないから、仙台や東京など県外の仕事を選択することに繋がってしまうのではないのでしょうか。

矢吹●人はやっぱり成長して変わっていく存在ですし、人手不足で困っている地方の企業も色々な働き方を検討し工夫すれば、できることはいっぱいあると思います。移住はハードルが高いので、デジタルを使ってどこで働いてもいいという条件等をご提案いただくような事例もありますが、人の問題はやっぱり深刻になりますね。

酒井●世の中のビジネスの変化として、以前は特定の業界において業務プロセスが比較的定型化され、個人の裁量が小さい領域があったと思います。しかし、今は人のアイデアによってビジネスが展開する時代ですから、一人ひとりの能力を最大化してもらう必要があります。これだけ労働人口が減っていく中で、一人ひとりの能力を最大限に引き出すためには、仕事のアサインにおいて、どのようなスキルや経験が身につくのか、どんな能力を引き出すことができるのかを社員に示すことが重要です。それができなければ、社員に働き続けたいと思ってもらえる企業にはなれないのではないのでしょうか。



社内版ビズリーチモデル図



ビズリーチが描く未来

矢吹 ● 本当にそういう話ですね。人のやる気とは、生産性を上げることもですが、今の若い人は誰かの役に立ったり認められたりするという承認欲求が結構強いので、そこをキャッチアップしてあげることも大事ですね。

酒井 ● そうだと思います。採用活動の場合は、応募してきた人に対して、こんな仕事をお願いしたいということはもちろんありますが、その人のスキルや経験を踏まえてさらに活躍できる仕事をお願いするだけで、もしかしたらさらに大きな成果を出してくれるかもしれないですね。

矢吹 ● それは社内でも一緒だと思いますが、やりたい人にやっていただく発想や、あるいはそういう仕事を作ることや、別の組織を長崎の出島のように作ってしまう発想ですね。組織全体が動き出すということは理想的ですが、組織が小さければ機敏に動けるといってもありますね。

酒井 ● この話に関連して、重要なのはスキルや経験を持つ人材をいかに活かせるかという点だと思います。転職サイト「ビズリーチ」では、東京在住のビジネスパーソンが地方に移住転職する事例がたくさん出てきています。例えば首都圏の大手企業の第一線で活躍していた人が、その知識や経験を活かすため、地方の中小企業の発展に貢献のために転職するようなケースです。ある企業では、募集していたポジションではなく、応募者のスキルセットに合わせて新たなポジションを設けたことで採用に成功しました。これは、企業が「その人の能力をどう活かせるか」という視点に切り替えたことで、結果的に優秀な人材に選ばれることに繋がるということです。地方創生の重要な要素の一つは、企業が働く人に選ばれるために、人材にとって魅力的な活躍の場を提供できるかどうかと言えるかもしれませんね。

矢吹 ● そこで、面白い転職事例をお聞きしたいのですが。

酒井 ● 首都圏の大手企業で素晴らしいキャリアを積まれた方が、奥様の地元である四国の会社に転職した事例です。入社を決め手は採用する企業側のトップの熱意でした。企業の採用力、そして採用の成否を左右するのは、経営層をはじめとするトップの熱量なのです。福岡のある企業様（お客様）では、採用したい人材がいれば、社長自らどこへでも出張して会いに行くほどの熱量と想いを持ってらっしゃいます。実は、地方の採用において（本来、これは地方に限った話ではありませんが）、最も重要なのはトップ自らが採用にコミットすることなのです。

## 4. 故郷福島への想いについて

矢吹●福島から出られて、福島に対してどんな想いがありますか。

酒井●福島で育ったからこそ今の私があると思っています。地元では、好きなことに没頭し、学校、家族、友人を含め自分の意志を尊重してくれ自由に過ごすことができたのは地元の環境のおかげです。例えば、高校時代、下駄履きで登校する生徒もいるような自由や校風の学校で、茶髪だろうがピアスだろうが「自分で考えろ」という気風が強くありました。両親からは浪人してもいいから自分の人生、進路は自分で考えて決めろという教えがあったからこそ、私自身、自分の意志で選択するのが当たり前となりました。最初にスポーツ関連の会社を選択したことも傍から見れば失敗と捉えられてしまうかもしれませんが、自分で決めた経験こそが一番重要だったと感じています。

矢吹●その他、どのようなことを大事にされていますか。

酒井●色々なことに好奇心を持つことを大事にしています。それこそ豊かな自然環境など様々な観点で、あの地域に育ったから、興味の幅を広げることができたのではないかと思います。都心にいるよりも色々なことに見聞きし触れる機会がたくさんあったと感じています。これからも興味や関心を持ち続けて、何か面白いチャレンジをたくさんできたらいいなと思います。

## 5. 福島の子供たちへ伝えたいこと

矢吹●最後に若い人にメッセージをお願いします。

酒井●シンプルですが、皆さん思い切ってチャレンジしていきましょう！ということです。

最後に、前職の人材紹介会社でのエピソードの続きです。ある会社にエンジニアの方を紹介した時に「多くの困難や失敗を乗り越えられたと思いますが、どうやって頑張って来られたのですか」と尋ねたら、彼は少し語気を強めてこう言いました。「なぜ失敗を単なる失敗として捉えるのでしょうか。何か次への教訓や新たな挑戦の機会とは捉えられないんですか」と。その言葉にまさにその通りだと、深く共感しました。

結局のところ、失敗を恐れたら何も新しいことは始められません。ある意味根性論のように聞こえるかもしれませんが、失敗とは、自分自身が失敗と認めた時に初めて失敗になるものです。この姿勢はとても大事です。駄目だったとしても、必ず次へ繋がると思えば、失敗を恐れずに果敢に挑戦していくことが何よりも大事だと思います。



矢吹●ありがとうございました。

矢吹理事長(左) 酒井哲也社長(右)

## ●インタビューを終えて●

初めてお会いした時に、爽やかで、真摯、誠実かつ柔らかい若き新進気鋭の社長という印象を受けた。ビズリーチ社の社長が福島出身の45歳の方とお聞きし、グループ企業の金社長を通じて面談させて頂いた。その折に厚かましく本誌でのインタビューをお願いしたところ、快諾頂き今回の対談に至った次第である。

穏やかな物腰の反面、ときおり垣間見せる真剣な眼差しが、経営者として様々な荒波を超えて、困難な意思決定をされてきた経験等を想像させる。

人手不足が顕著になり、人財確保が中小企業事業者の最大の経営課題に挙げられる現在、当社の果たす役割は極めて大きい。人的資本経営を支えるのは人であり、人と人の繋がりであり、人の想いである。人財という資産を如何に最大化していくか、様々なテクノロジーを駆使して縦横無尽にビジネス化しておられながらも、人財確保において、一番大切なことは社長自身の情熱、熱量であるとおっしゃる。やはり経営トップ自らが行動し、率先して実践することこそが大事なのだと思う。相双地域のある社長も自ら高等学校に出向いて、自社のパーパスやミッションを自分自身の言葉で熱く語り、自分たちのありたい姿を共有することで、今年も復興途上の地域に6名の新入社員を迎えたとのことである。どんなに困難な状況にあっても、自ら行動し自分ごと化することこそが、新たな道を切り拓く、まさにその証左である。

人財不足、若年労働力確保が難しいと嘆く前に、まず動いてみる。その中で、何かを感じ、そしてそれを踏まえて変革させていくことが肝なのかもしれない。若手は経営理念が明確で夢を追い続ける経営者の下で、働き、成長したいとの声も聞かれる。

先月、酒井社長と一緒に福島ホープツーリズムに参加し、震災遺構である浪江町立請戸小学校や福島第一原子力発電所等に伺った。その際に見た、様々な景色や風景、関係者の方々とお話しは、まさに現地、現物、現実という所でしか傾聴、体験出来ないものであり、大変貴重な経験で、心に深く残ったとお言葉を頂いた。まさに大企業の社長として、常に現場を大切にしてきた方ならではの発言である。どんな状況にあっても、困難な状況であるからこそ、まず現場に行き、そこの人々の生の声を聞き、この先を想像して決断することこそが、これからの企業経営にとって真っ先に求められているのではないだろうか。経営者の方々にとって、これからの意思決定はますます不具合なものとなるはずである。その視線の先に、5年後、10年後を見据え、来し方、行く末を踏まえ、虚心坦懐に考えていくことも大切である。

今後とも、当地福島のためにお力添え頂くことを願ってやまない。

(インタビュー 矢吹 光一)



4月26日福島ホープツーリズム参加者

後列左から  
酒井氏、  
高島氏 (酪農学園理事長・東邦銀行取締役)  
矢吹

出典：東京電力ホールディングス

# 久保木畳店

KUBOKI TATAMI

使命は

畳を後世に残すこと、

夢は

畳を世界へ広めること



企業  
訪問

有限会社久保木畳店

代表取締役 久保木史朗  
(くぼき ふみお)

□所在地 福島県須賀川市仲の町55  
□資本金 500万円  
□事業概要 畳の製造小売業、内装業、カフェ

□創業 1740年(江戸元文年間)  
□従業員 12名



本社、工場、売店、カフェを兼ねる日本初の畳複合施設「TATAMI VILLAGE」

伝統産業である国内の畳生産枚数は減少傾向が続いており、令和6年の畳表生産枚数は141万枚とここ10年で半数以下に減少しています（農林水産省：いぐさをめぐる事情）。このような伝統産業を取り巻く環境が厳しい中でも、経営努力により県内外から高い評価を受け、成長を遂げている企業も県内には数多くあります。

久保木畳店は、畳の材料を使った小物の製造販売輸出や畳の体験型複合施設「TATAMI VILLAGE」を開き、国内外へ畳文化を発信している企業です。今回、須賀川市の本社・工場を訪問し、久保木社長に入社の経緯から今後の展望などについてお話を伺いました。

### ■ご実家の家業である畳店を継いだ経緯についてお聞かせください。

～伝統産業である畳業界の可能性を信じて～

私は、須賀川市で1740年に創業した久保木畳店の長男として生まれましたが、実家の畳店を継ぐ気はなく、大学卒業後東京の建設会社でITエンジニアとして働いていました。

東京で就職してから数年後のゴールデンウィークに帰省したときに、父から実家の畳店の経営状況とか畳業界全体の厳しい状況について話を聞き、会社の現状などが書いてあるメモも渡されました。その時はそんなに深刻な相談ではなく、東京に行っている息子に今後の会社の経営にあたり何か良いアイデアがないのかという位の軽い相談だと

思っていました。その時はこうしたらいいのではないかという具体的な解決策は思い浮かばず、何かモヤモヤした気持ちを抱えたまま東京にまた戻りました。そこから、父親から渡されたメモを見るたびに、実家の畳店のために何か出来ないか、何かしたいという思いが強くなってきました。

ただ畳業界が厳しいと言っても、何か希望の光があるのではないかと考え、ITエンジニアとして働きながらも全国の様々な企業研究をしました。例えば畳で日本一うまくいっている企業はどこかとか、畳だけじゃなくて衰退している伝統工芸品を取り扱っている業界で成長している企業を研究し、自分でも実際にその会社を訪問し直接話を聞き、どのようなことを行っているのか見て回りました。その中で衰退している業種の中でも、うまく世の中のニーズを捉えて新たな価値を提供すれば成長している事例がいくつもありました。伝統産業である畳業界もやり方によっては成長する可能性は十分にあると確信しました。



久保木畳店の企業理念

その年のお盆休みに帰省した時に、以前から考えていた畳の端材を活用して作ったコースターの試作品を SNS に投稿したら、いいねや欲しいという声をいくつかいただきました。

また、東京の高級なお寿司屋さんからも畳のコースターが欲しいと言われました。畳って古臭くて、必要ではないと考えている人が多いと思っていた中で、良い商品を作って価値を高めれば「欲しい」と言ってもらえたのはすごく嬉しくて、まだまだ畳にも希望の光がある、自分にも出来ることはあると確信しました。そのことが最後の一押しとなり、そのお寿司屋さんにも畳コースターを納品した翌日に会社の上司に辞めることを伝えました。

### ■ご入社されてからの事業展開について教えてください。

#### ～四本の柱（本業、小物、輸出、観光産業）～

四つの事業を会社の柱として考え実行に移しています。

入社後に始めたこととしてはまず本業の畳事業を再生することです。当社は創業当時から地域に根差す畳屋を目指しており、現在のお客様のライフスタイルに合った畳を各種ご提案しています。

より良い畳をお客様に長くお使いいただくためにいぐさの本場である熊本県に定期的に従業員と赴き、生産農家と密接なコミュニケーションを図ることにより高品質の畳の原料の安定調達に努めています。

二つ目の柱としては畳の素材を使った畳小物を事業化することです。畳に触れる機会が少なくなった現代に、畳のもつ温もりや落ち着きなどの良さを生かした畳小物づくりを多くの方に提供することにより、畳の文化を広め、後世にも残すことにもつながると考えています。現代の部屋の中でも、商品一つで和を演出できる「畳コースター」「ミニ畳」、また女性向けの商品として親しみやすい柄の畳縁を使った「畳縁ポーチ」「畳縁ピアス・イヤリング」など畳の素材を用いてさまざまなものづくりをしています。

三つ目の柱としては、海外輸出です。輸出も畳小物と同様に私が入社当時は売上がなかったので輸出を高めていくことを考えています。

現在須賀川市には7万2000人の人口がありますが、須賀川市のホームページによると15年後の2040年には、人口が約3分の1になり2万7000人になると掲載されています。そうすると市場規模も小さくなり単純計算で会社の売上げも3分の1ぐらいになるので社員も3分の1にするということにな



「畳ショップ」には数多くの色鮮やかな畳小物が置かれている



畳コースター



ミニ畳



畳縁ポーチ



畳縁ピアス・イヤリング

く、当社は雇用を守りたいので輸出を増やして外貨を稼いで売上げを増やすことを考えてます。

2024年11月に東京の銀座に店舗を作りましたが、それは主に海外向けです。今まで海外に自分が飛び込んで営業していましたが、なかなか芽が出ませんでした。畳を知らない人に畳の説明から入って行って、営業するのは大変な労力がかかります。でも、東京には世界中からインバウンドで人が集まってきて、日本に興味があってわざわざ来るわけですから、畳も結構知っています。その人たち向けに畳を見れる場所を作った方が、より世界中の畳が欲しい人に届くのではないかという想いで銀座に出店しました。実際に見て畳を欲しいという外国の方には1週間から1ヶ月程度で海外の自宅へ届くように配送を行っています。

四つ目の柱としては、自社工場を改装し2023年4月にオープンした畳の体験型複合施設「TATAMI VILLAGE」を活用した産業観光という部分です。ここを拠点に県内外、世界中から人が集まり、世界中に畳文化を発信する施設を目指しています。

これは、父親から実家の畳店の経営について相談を受けてから、各地の伝統工芸産業の中で成長している企業を実際に見て参考にしました。

富山県の能作という会社は、100年以上続く錫物会社ですが、これまでの技術を活かし、主力の仏具に加え新たな商品開発に取り組み、錫製の食器などを作って成長しています。ここでは、工場の見学ができ、ものづくりが体験でき、併設しているカフェで錫製の食器で飲食を楽しむことができる複合施設があり、観光バスが乗り付けて多くの見学者が来ています。他にも愛知県にある愛知ドビーという鋳造メーカーも、これまでの技術を活かして作った「バーミュキュラ」ブランドの鍋やフライパンなどが人気の会社ですが、ここも複合的な施設を造り観光業的なことを行っています。これらの企業を参考に2023年に畳の体験型複合施設「TATAMI VILLAGE」を開業しました。誰でも気軽に畳の魅力を五感で体験できる複合施設で、畳の小物販売、畳を使ったカフェ、工場見学などができる施設です。



い草香るリラックスができる空間の「畳カフェ」



作業風景 畳職人の技術を間近で見ることが出来る



畳カフェの2階で取材に応じる久保木社長

### ■地域貢献で行っていることはありますか。

～本業である畳を通して～

本業である「畳」を通して地域に貢献したいと考えています。

当社は畳の技術の伝承と市民に開かれた町工場を目指し、工場見学の受け入れを無料で常時行っています。また地元の小中高校生のキャリア教育の一環として学校の講義等で私が講師を務め、地域の子どもたちへ日本文化や畳の歴史、地方の町工場から世界に畳を広める取り組みなどについて講義を行っています。日本三大火祭り「松明あかし」には、地元企業として松明に巻くゴザを毎年提供させていただいています。

その他の取り組みとしては、当社の「TATAMI



日本三大火祭り「松明あかし」  
毎年松明に巻くゴザを提供

VILLAGE」に来ていただいた県内外のお客さまに、須賀川市内の他のカフェも回ってもらいたい、お店同士がお客さまを紹介する、紹介してもらえるようにしようという思いで「カフェはしごMAP」を作成し、地元須賀川市が「カフェの街」として賑わう仕掛けづくりにも協力しています。



「カフェの街すかがわ」の知名度アップのため、  
「カフェはしごMAP」を作成

### ■貴社の人材育成について教えてください。

～成功事例に学ぶ～

製造業なので、職場の環境、ストレスなく働ける環境はすごく大事にしており、整理整頓の重要性は日頃から伝えています。週1回の社内の打ち合わせの時に、みんなで次ここがストレスだよねとか、これを良くしたいとかっていうのはよく話し合って改善を図っています。

実際の人材育成はOJTで行っています。また大事にしてるのが、成功事例に学ぶことです。具体的に言いますと、例えば地元の別業種の企業に社員研修で伺い、その社長から企業理念とか、実際にどうされているかとかということを教えていただいています。

また、畳を製作する社員には畳の良さを学んでもらうために、年に1回畳の材料のい草の産地熊本へ研修に行っています。地元の農家に住み込んで、い草の刈り取りなどの農作業の手伝いをしています。カフェを担当する社員は、東京の有名なカフェなど実際に見て回るなどの研修を行っています。

一番は現場で学んで（OJT）、研修で実際に体験し、良い事例を見たり話を聞くことはとても大事で、そうやって学んだこと、勉強したことを生かしてお客さまのためにどうするかというのが大事なのでそこにはお金を惜しまずに継続したいと考えています。

## ■貴社の今後の展望についてお聞かせください。

### ～五本目の柱、ホテル事業～

五本目の柱としてホテル事業をやりたいと考えています。畳の空間をメインとした一棟貸しの業態で、宿泊したお客様に畳っていいなって思ってもらえるような宿泊施設を造りたいです。和室がある家が少なくなってきていて、実際に和室の部屋が欲しいけど大変だと思っている方も多いので、畳がふんだんに使われている部屋でい草の薫りを感じながら寛ぎ、ぐっすり寝れるような場所を提供できればと考えています。

## ■起業を志している方へのメッセージがあればお聞かせください。

### ～とにかくやること、まず一步目を踏み出す～

アイデアはいくらでもあるので実際にやること、やってみることが大事です。実際やってみてお客様の希望、要望、気持ちを聞きながら修正し直していくことの方が大変です。1回ではうまくいかないのが試行錯誤を繰り返しながらやっています。

「こういうのやった方がいいんじゃないか」とか「これやったらいいんじゃないか」って、結構言われるのですがもうそれは何度も聞いていて、やるのが大変なんです。「TATAMI VILLAGE」も造ってからが大事ですし、商品開発もそうです。自分にも言い聞かせていることなんですけど、とにかくやること、やらなかったら何も始まらないし、まず一步目を踏み出すということです。



今年3月に TATAMI VILLAGE を訪れた  
高島酪農学園理事長・東邦銀行取締役（左から2番目）  
と矢吹理事長（右から2番目）

## 【インタビューを終えて】

日本の伝統産業である畳を「後世に残し、世界に広める」ため新たな道を切り開いている姿勢や「とにかくやってみること、まず一步目を踏み出す」という社長の言葉が印象に残りました。

畳を通して、人が集まり、地域を巻き込み、地域が賑わっていくという可能性を強く感じました。社長の夢でもある畳の良さを体験できる宿泊施設が出来ると楽しみに待ちたいと思います。

（聞き手：嵐 俊勝）

# 地域発! 現場検証シリーズ

100年企業

## 末廣酒造株式会社

代表取締役社長 新城 大輝

□所在地 嘉永蔵:会津若松市日新町12-38

□所在地 博士蔵:大沼郡会津美里町字宮里81

□創業 1850年

□URL <https://sake-suehiro.co.jp>

□事業種目 清酒製造業

市場と対話、  
不断に  
定番酒も質向上の対象



いわゆる老舗と言われる企業が長期存続を成し遂げているのは、時間をかけ、歴史的に培ってきた経営資産を絶えず見直し、時代の変化を先取りして、企業変革を着実に実行してきたからである。もちろん、経営資源の見直し、企業変革の方向性に唯一の解があるわけではない。むしろ、市場との対話でそれを繰り返すことが、その会社独自の解となる。こうした市場との対話を繰り返す経営姿勢の継承こそが、老舗たるゆえんなのかもしれない。

## ■酒造りを改善し続ける

1850（嘉永3）年、会津・保科正之公の家臣として御用酒蔵を営んでいた新城家の包裕（初代猪之吉）が分家独立して起こした酒蔵が、福島県会津若松市の末廣酒造の始まりであった。

「代々変革に取り組んできたのですが、三代目猪之吉、そしてその第四代目の功績がその後の酒造り、そして企業成長に結びつく大きなものです」（八代目新城大輝末廣酒造代表取締役社長）

三代目は家内制が中心であったこの地の酒蔵に、山形県から杜氏を招き醸造技術の向上を図り、その技術力を活かして会津外の地域へも販路を拡大し、交通網があまり整備されていなかったにもかかわらず、遠く東京にまで進出している。同じように、四代目も丹波から杜氏を招き、灘の酒造りを学び、さらなる品質向上に邁進した。その成果は、同社の中核ブランド「末廣」が各種品評会で多くの賞を受けたりするなどして、そのブランドが全国に知れ渡るということに現れた。

また、四代目はより良質な原料米を求め、契約栽培農家の開拓にも手を付けた。こうした原料から始まり製造工程に至るまでの酒造りへの姿勢は、その後の当主にも受け継がれて、現在に至っている。

製造技術に関しては、会津全体の酒質の向上のため酒造組合で招聘した人々を同社に次々と受け入れ、研修や試験醸造を積極的に行ってきた。その内の1人が、山麴酒母を開発したことで知られる当時の大蔵省醸造試験所の技師嘉儀金一郎だ。嘉儀は、1917（大正6）年1月に、会津清酒の欠点であった色沢の向上、風味の欠乏等の問題を解決するという目的で、様々な醸造試験や、水の分析を行い良質な水の検出を進めた。また醸造米についても、複数のお米の品種を用いた比較試験が行われた。更には、当時支持を集め始めていた濃醇酒の製造についても複数回の試験醸造を試みるなど、嘉儀はその後1920（大正9）年まで3年間に渡って同社に来て指導を行った。その歴史に敬意を持ち、今も同社は山麴酒母のお酒を製造している。

良質な日本酒を求める市場の動きをいち早く察知し、それに対応すべく、自社の強みづくりの源泉をそうした酒造りに対応できるものへと変革することに動き出した。社内のノウハウだけではなく、外部からのものをも取り入れ、中核的な経営資源の構築に向けて組織体制を整えたことが、末廣酒造の経営の礎となっている。



▲七代目 新城 猪之吉会長



▲手作業による洗米



▲蒸米放冷



▲輸出訪米商談

## ■博士蔵、そして海外へ

会津で酒造りに技術革新を導入して成長してきた末廣酒造。その酒造りへの思いは、自社だけでなく、地域の酒造りにも及んでいる。福島県全体の酒造りをレベルアップすることが福島の酒の知名度を上げることになり、個別銘柄の認知度を向上させることにもつながるとの考え方で、県酒造組合でも活動してきている。六代目は先代と同様に、会長としての職責を果たすだけでなく、1991（平成3）年には、「清酒アカデミー職業能力開発校」の設立にも尽力し、県の酒造技術の向上にも貢献している。個々の酒蔵を超えて、地域の魅力との連動、地域価値という付加価値を求める環境変化に向けて着手した。

1994（平成6）年には、七代目が当主を継ぐ。歴代当主と同様に新たな時代に合わせて、変革に挑んだ。一方では時代に適した酒蔵の近代化に向けて新工場「博士蔵」を建設し、他方では日本酒を飲むことが当たり前といった飲食文化の衰退に応じて、日本酒を飲む場や人たちを増やすための市場開拓に向けた施策にも打って出た。例えば、日本酒の飲み方を学べる、末廣酒造が設けた独自の認定制度「お爛名人」。はじめは日本酒を出す飲食店対象としたが、その後に日本酒を飲む一般消費者にまで対象者を広げている。

また、国内での市場の成熟化に対応して、海外市場に向けて、アメリカをはじめとして販路開拓にも挑戦している。ここでも、時代の変化を先取りして、企業変革に踏み出している。

## ■嘉永蔵を再び

「一番の課題は、美味しいものを作っているだけではなく、それをお客様に伝え、提案し、届けていくこと。これをやりつくす、やりきるのだと思っています」と、2023（令和5）年に社長を引き継ぎ八代目となった新城大輝社長は言う。

日本酒を取り巻く環境は厳しさを増している。縮小気味のアルコール飲料市場ではそのまますぐに飲めるRTD（レディ・トゥ・ドリンク）が勢いを増していて、日本酒の棚を奪っている。こうした状況の変化をみると、既存市場の深掘り、そして新たな顧客層の開拓は喫緊の経営課題であるとの認識をもち、新たな挑戦に踏み出している。



▲嘉永蔵売店



▲嘉永蔵エントランス

既存市場では、広げすぎたと思われる商品数を売上や利益率などに基づいて、市場の声を反映した形で絞り込むとともに、絞り込んだ定番品の酒質の向上にも取り組んでいる。既存市場の深掘りである。

新規顧客層の開拓では、新たな純米酒 Simple シリーズを上市した。日本酒に馴染みのない女性や若者にとって、日本酒の味をイメージしやすいように、「あまいすえひろ」を皮切りに、「さっぱりすえひろ」、さらには「あまずっぱいすえひろ」と品揃えを増やした。伝えたい日本酒の味をシンプルな名称として表し、それをしっかりと実感できる日本酒を、培ってきた酒造りでの技を活かして造り込んでいる。

日本酒の新ブランド「玄宰」も、昨年立ち上げている。博士蔵を建設し、製造機能が移転されたことで酒蔵としての機能を失っていた嘉永蔵に、八代目が杜氏として、再び酒造りの役割を復活させた。会津藩家老で、藩の酒造りに多大な貢献をした田中玄宰の名前を付したこの新ブランド商品は、創業の地である蔵から出荷される。酒米からはじまり会津での酒造りにこだわり続けてきた末廣酒造に、また一つの物語が付け加わった。

「会津の地で昔からの酒蔵が残っていることは、大きな資産です。玄宰というブランドを活かしつつ、蔵の意味合いも含めて、付加価値を高めていきたいと考えています」（新城社長）

八代目は市場との対話を通した、次の変革に向けて動き出している。



▲嘉永蔵看板



▲玄宰特上



▲玄宰特別純米火入

#### 聞き手・執筆者

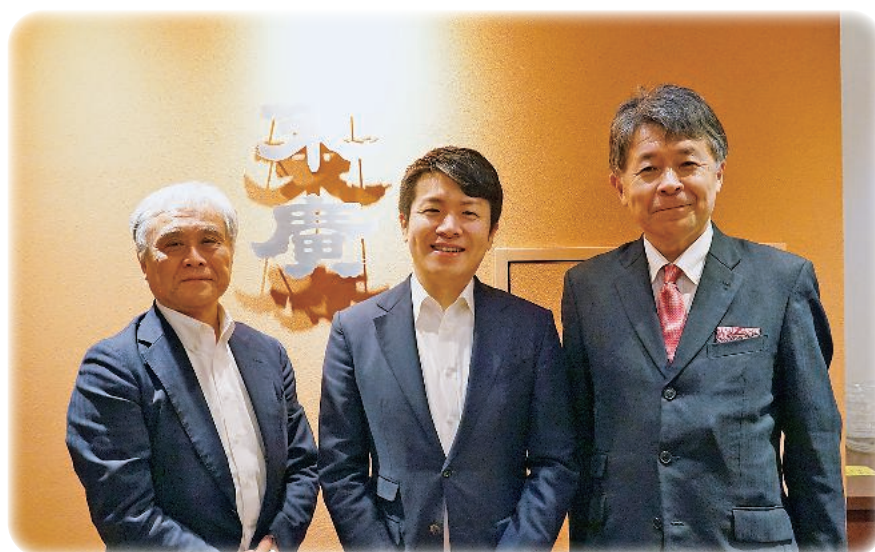
神田 良 (かんだ まこと)

日本生産性本部 生産性新聞 編集委員

明治学院大学 名誉教授

RIMS 日本支部 支部長

「地域発！現場検証シリーズ」は、公益財団法人日本生産性本部との共同取材企画です。なお、生産性新聞の掲載内容と一部表現が異なります。



▲神田名誉教授

▲新城大輝社長

▲矢吹理事長

寄稿

# ふくしまの ミュージアム ⑥

## はじまりの美術館

磐梯山のふもと、猪苗代町に佇むはじまりの美術館。  
築約 140 年の酒蔵を再生した温かな空間から多様な表現を発信。  
靴を脱いで入る展示室は、誰もが自分らしくくつろげる。  
地域と繋がり、共感を育んでいる。

〒969-3122  
福島県耶麻郡猪苗代町新町 4873  
Tel.0242-62-3454  
<https://hajimari-ac.com>



## 美術館開設のきっかけとその道のり

はじまりの美術館は、郡山に本部を置く社会福祉法人が運営する、全国でも数少ない美術館です。震災後の2014年に開館し、昨年開館10周年を迎えました。母体である社会福祉法人安積愛育園では、主に知的・発達に障がいのある方々の支援事業を行っており、日中に行う活動メニューのひとつとして、絵画の制作や造形を行う創作活動があります。

はじまりの美術館が誕生するきっかけとなったのは、2010年にフランス・パリ市立アル・サン・ピエール美術館で開催された「アール・ブリュット ジャポネ展」でした。この展覧会では、日本の障がいのあるアーティストを中心に、63人の作家による約800点の作品が展示され、会期が延長されるほど大きな反響を呼び、延べ12万人の来場者を集めました。その結果、2012年には日本国内でも巡回展が開催されたり、ヨーロッパ7カ国を巡る巡回展が企画されたりするなど、日本の障がいのあるアーティストたちの作品が「アール・ブリュット」として注目を浴びるきっかけとなりました。

この成功を受け、海外で高まった評価を日本に持ち帰り、根付かせ、あわせて障がいのある方々の社会的地位の向上を図ることを目的として、全国に10カ所程度の専門の美術館を作ろうというプロジェクトが立ち上がりました。先述の展覧会に安積愛育園の事業所・パッソを利用する伊藤峰尾さんが参加していたことで、このプロジェクトに参画することとなりました。その後、震災を乗り越えた「十八間蔵」を改修し、美術館として再生する計画が進められました。

## 創作活動の広がり

安積愛育園の創作活動は「アール・ブリュット ジャポネ展」から遡ること13年前、1997年に知的に障がいのある方々が入所する、障がい者支援施設あさかあすなる荘ではじまりました。施設の開所当時は、ボールペンの組み立てや饅頭の箱折りなど、いわゆる「内職作業」が利用者のみなさんの主な活動メニューでした。しかしそのような活動がニーズにマッチしない方もいらっしゃいます。より充実した活動を模索するなかで取り組ん



10周年を記念して掲出したこれまで開催した企画展の懸垂幕

だものの一つが、創作活動でした。活動がはじまると、目を見張る表現が生まれはじめました。カレンダーの裏紙や建材の端材など、身近に手に入る素材を使って、味わい深く心に触れる作品が多く作られていきました。興味の尽きない作品を間近で目にしていた職員は、いつしかこの面白さをもっと沢山の人の見てもらいたいと考えるようになり、2000年に入ると作品を公募展に応募したり、地域のイベントスペースで小さな展覧会を開催したりするようになっていきました。2007年には事業所ごとに行っていた活動をリンクさせ、法人として取り組む創作活動の支援プロジェクトとして「unico (ウーニコ)」と名称を統一し、発信力を強化していきました。伊藤さんの作品がパリで紹介された頃には、作品を展示するギャラリースペースと創作活動に特化したアトリエを兼ね備えた、環境整備の必要性が話し合われていました。ちょうどこのようなタイミングで「アール・ブリュット ジャポネ展」が開催され、美術館創設プロジェクト参加への打診を日本財団からいただくことになったのです。

## 「十八間蔵」の歴史と美術館への再生

猪苗代町の「十八間蔵」は、築約140年の歴史を持つ大きな蔵です。明治初期に酒造蔵として建設されたこの蔵は、時代とともにダンスホールや織物工場、事務所や住まいとして、地域の人々に親しまれながら使い継がれてきました。前述の美術館創設プロジェクトの中で「地域の中で失われるには惜しい建物を再生し、福祉・アート・町並み保全を一体的に実現する」というコンセプトが



話し合われていましたが、「十八間蔵」はまさにうってつけの建物でした。物件も決まり、改修の相談を進めようかという2011年3月、東日本大震災に見舞われ、計画は足踏みを余儀なくされました。



震災のダメージを負った十八間蔵の内部

## 「寄り合い」つながりの場としての美術館

美術館の構想が再び動き出すきっかけになったのは、日本財団の New Day 基金でした。これはアート企業のカイカイキキが、復興支援のために開催したチャリティーオークション「New Day - Artists for Japan」の売上金を元に設立された基金で、そのコンセプトは「東北から新しい日本をはじめるといふもの」でした。2012～13年のこの時期、震災により地域コミュニティの弱体化があらわとなり、人と人とのつながりの大切さが改めて実感されていました。私たちは美術館の開設に先立ち、地域のキーパーソンを訪ねてヒアリングを実施したり、町内のみなさんと膝を突き合わせて意見交換をする「寄り合い」を開催しま



寄り合い

した。その中で、美術館が作られると聞いて、地域のみなさんが期待することや不安に思うこと、猪苗代をより良い街にするために一緒にできることなど、様々なことを話し合いました。それにより、地域のみなさんが美術館を自分たちの場所として活用する機運が高まっていったと感じています。開館後にも寄り合いを継続する中で、美術館を訪れた人などに町めぐりを提案する「猪苗代あいばせ MAP」や、町の食文化を次世代に伝える「いなわしろ食かるた」などを参加者で楽しみながら形にしたり、マルシェの出店を一緒に企画したりと、形として具体化されたものも生まれました。コロナ禍の時期に集まることがはばかれ、寄り合う頻度は少なくなりましたが、今も緩やかなつながりの場として続いています。



10周年記念はじまるしえ

## 手探りの運営から生まれた「手応え」

障害福祉を本業としている我々の法人において、美術館の開設という事業はなにもかもが初めての挑戦で、文字通り手探りの連続でした。県内の識者を訪ねて意見をいただいたり、地域の方々と話を重ねる中でヒントをいただいたり、多くの方々からの励ましや協力を支えられ、少しずつ経験を重ねていきました。自主企画として実施している企画展やイベント以外にも、2017年からは福島県から委託を受けた公募展・福島県障がい者芸術作品展「きになる⇄ひょうげん」を継続開催しています。また、2019年には、同じく福島県の補助事業として福島県障がい者芸術文化活動支援センターとしての活動も進めています。2018年からは、猪苗代町内の有志の方と作る実行委員会に参画し、毎年秋には町内の小中高校や廃校を



舞台上「ウォールアートフェスティバルふくしま in 猪苗代」を継続開催しています。10年という時間を重ねる中で、地域のみなさんとともにした試行錯誤や成功体験を通じてお互いを知ること、いつしか信頼関係が生まれ、美術館が地域の資源として認知されてきたのではないかと感じています。重ねてきた手探りは、ようやく確かな手応えを感じつつあります。



はじまるしえ

## 次の10年へ向けて

10周年を迎え、次の10年に向けた抱負をおたずねいただくことも多くなりました。いま確かに言えることは、また新たな手探りを続けていこう、ということです。これまでの経験は踏まえつつも、企画を作るにはマニュアルがあるわけではなく、当然うまくいくことばかりではありません。失敗や反省もたくさんあります。ただ、その



靴を脱いで入る美術館

ような過程の中に大切な気付きがあったり、新たな方法が見つかったりすることもあります。またそこでたくさんの方とともにした悲喜こもごもが、こんなにも日常を豊かにすることも体感しました。決められたことを手順に沿ってしっかり行くことの大切さは携えつつ、新たなことへ手探りしていくその過程をともにしていくことを大切に、これからも共感の輪を広げて行きたいと考えています。

はじまりの美術館では、年に3回の自主企画展の他、町内の有志とつくる実行委員会主催の展覧会を1回、さらに福島県の委託を受け県内の障がいのある作者の公募展を開催しております。

現在、まわることをテーマに6組の作家をご紹介します企画展「ぐるぐるまわってみる」を開催中です。ぜひお出かけください。

## 展覧会情報

### 「ぐるぐるまわってみる」

会場	はじまりの美術館 (福島県耶麻郡猪苗代町新町4873)
会期	2025年4月12日(土)～2025年7月6日(日) 10:00～18:00 ※火曜休館
料金	一般 500円、 高校生以下・障がい者手帳をお持ちの方および付き添いの方(1名まで) 無料
出展作家	アグネス吉井、EMI、タムラサトル、パンタグラフ、藤本正人、望月茂徳
主催	社会福祉法人安積愛育園 はじまりの美術館
協力	社会福祉法人さふらん会 さふらん生活園、社会福祉法人やまなみ会 やまなみ工房、 TEZUKAYAMA GALLERY、MAKI Gallery
後援	福島県、福島県教育委員会、猪苗代町、猪苗代町教育委員会、あさかホスピタルグループ



「まわる」をテーマに、6組の作家を紹介します  
はじまりの美術館で一緒に、いろんな「まわる」にふれてみます



「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。

# アートで Well-being を考える企画展

福島県立博物館

性、年齢、障がいの有無による差、経済格差、都市と地方の地域格差、被災地と非被災地。私たちが生きる社会にはさまざまなボーダーがあり、その克服が課題です。

企画展「ボーダーなき世界をー福島県立博物館と Well-being ー」では、7つの問いを起点に、これまで福島県立博物館がアーティストと取り組んできた活動などをご紹介します。ミュージアムとアートが介在することで生まれる Well-being から、皆さんと目指すべきボーダーなき世界を考えます。

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

## Well-being とは

Well-being は well (よい) + being (状態) になる言葉で、個人や社会がよい状態であることを指します。福島県立博物館がこれまでアーティストと行ってきた10のアートプロジェクトのご紹介から、誰もが Well-being である社会を考えます。

## 7つの問いと10のアートプロジェクト

2011年以降、福島県立博物館はアーティストといくつかのアートプロジェクトを行ってきました。その中には、社会にあるボーダーに向き合った取り組みがありました。

企画展「ボーダーなき世界をー福島県立博物館と Well-being ー」では、7つの問いを立てながら、10のアートプロジェクトでつくられた作品やアーティストの作品などを展示しています。

※ ( ) 内はアーティスト名

- ① あなたのハートを誰に届けたいですか？  
・ Heart Mark Viewing (日比野克彦)
- ② 誰とどこで何を食べたいですか？  
・ おばあさんのランチ (折元立身)
- ③ ミュージアムってなんでしょう？  
・ 10年間ふるさとなみえ博物館
- ④ あなたが気になる場所はどこですか？  
・ 魅力の予感 (きむらとしろうじんじん)
- ⑤ 奥会津の食から学んだことは？  
・ 食に学ぶ海幸山幸 (小池アミイゴ)
- ⑥ 文化のフリーコンテンツで何しましょうか？  
・ 会津型で何つくる？ (さとうてつや)
- ⑦ ミュージアムで (と) 何がしたいですか？  
・ 感じるリズム見つけるカラダ／とぶまなびーや (平山素子)  
・ 緑画ワークショップ (村山修二郎)  
・ こどもと「土」とおおむかし (榎田拓哉)  
・ ヤバアベ学級との12月 (佐野美里、大江よう、中津川浩章)

## 社会にあるボーダーを知る

アーティストの日比野克彦さんが2011年に考案した「Heart Mark Viewing」は、被災地外の皆さんの「何かできないか」「応援しています」という思いをハートの形に寄せ、大きなタペストリー状の作品として被災地に届けるものです。福島では日比野さんと県立博物館、有志の皆さんが、避難所や仮設住宅でハートのアップリケ作りのワークショップを行い、避難した皆さんの「ありがとう」を伝えました。2011年当時の作品をご覧いただけると同時に、展示室のワークショップコーナーでは、来場者の皆

さんにも制作いただけます。ハートを誰に届けたいかを考えながら、皆さんのハートを会場に残していただければと思います。

地域差や年齢差を超えることを目指し、イラストレーターの小池アミゴさんと行った「食に学ぶ海幸山幸」は、郡山子ども食堂と柳津の伝統食名人のお母さんたちの出会いをアートで包み込むような事業です。

そのほかにも障がいのある方々が、ものづくりに挑戦する可能性を探った「会津型で何つくる？」など、それぞれが社会にあるボーダーを伝え、ともに考えることを呼びかけます。



Heart Mark Viewing (2011) 東山温泉原瀧



展示室の様子



食に学ぶ海幸山幸 写真：岩波友紀



会津型で何つくる？ 写真：福田啓道

## ボーダーを超えて協働で作り上げる

アーティストで陶芸家のきむらとしろうじんじんさんの「魅力の予感」は、年齢や性別、社会属性の違いを超えてさまざまな人々が、野点<sup>のだて</sup>（屋外での茶会）を行う協働のプロジェクトで、アーティストと「面白そう」を実現する醍醐味を味わうことができ

ます。展示室では、実際にじんじんさんと参加者が気になる場所を記した地図や、「妄想」のスケッチなど、取り組みの様子をご覧ください。じんじんさんと一緒に気になる場所を探したり、やってみたいことを考えたりするワークショップを通じて、10月初旬に会津若松市内での野点開催を目指しています。興味のある方は福島県立博物館までお問い合わせください。皆さまのご参加をお待ちしております。



野点 静岡・小梳神社（2019） 写真：梅田彩華

### 企画展 開催概要

#### 「ボーダーなき世界を－福島県立博物館と Well-being－」

会期	開催中（6月29日（日）まで）
会場	福島県立博物館 企画展示室
料金	一般・大学生 1,000円、高校生以下無料 (20名以上の団体：800円)
休館日	月曜日
開館時間	午前9時30分～午後5時

(観覧チケットの販売は午後4時30分まで)

問い合わせ先

福島県立博物館

〒965-0907 会津若松市城東町1-25 / 電話：0242(28)6000 / E-mail：general-museum@fcs.ed.jp

# 地域の魅力

## 共創・協働のまち磐梯町

～自分たちの子や孫たちが  
暮らし続けたい魅力ある  
まちづくり～



佐藤 淳一  
磐梯町長



磐梯町

### ● 磐梯町の概要

磐梯町は、東京都心から北へ約200km、会津盆地の東北部に位置し、磐梯山を間近に仰ぎ見る山紫水明の地です。平安時代初期の名僧「徳一とくいつ」によって建立された国指定史跡慧日寺跡えにちじあとを有する会津仏教文化発祥の地として歴史と伝統・文化を受け継いできた町です。

気候は、夏は比較的涼しく過ごしやすい一方で、冬は豪雪地帯として知られ、星野リゾートネコマウンテンスキー場を有しています。冬季には国内外から多くのウィンタースポーツの愛好家が訪れます。

磐梯山の麓に広がる扇状地と名水の水源に恵まれた磐梯町では農業も盛んであり、そばや米、ト

マトなどの農産物は町内外で高く評価されています。

2021年からは豊かな環境資源を後世に残すため、土づくりなどを通じて農薬・化学肥料の使用を低減し、環境負担を少なくする環境保全型農業によ

る町の新農産物ブランド「磐梯さとやまの<sup>めぐ</sup>慧み」の栽培に着手しています。2023年に開催された「オーガニック・エコフェスタ2023-身体に美味しい農産物コンテスト」では、磐梯さとやまの慧みの生産者のサツマイモが最優秀賞を受賞しました。



「磐梯さとやまの慧み」



史跡慧日寺跡金堂

## ● デジタル技術「も」使い、町民すべてがしあわせになる町づくり

磐梯町は、人口約3,200人の小規模な自治体でありながら、先進的なデジタル変革に取り組む町として知られています。2021年7月に発表された「磐梯町デジタル変革戦略第2版」では、磐梯町のデジタル変革を「自治体・町民等が、デジタル技術も活用して、町民本位の行政・地域・社会等を再デザインすること」と定義し、「DX（デジタル・トランスフォーメーション）」をデジタル技術の活用に焦点をあてた「Dx」ではなく、変革に焦点をあてた「dX」の意識を持って、町民本位の行政・地域・社会等を実現するため様々な施策に取り組んでいます。

町民本位の自治体を目指すためには、実際に業務にあたる役場の改革も不可欠です。ICT化による業務の効率化やコスト削減に加え、職員のテレワークを可能とすることや、職員のライフステージに合わせて働き方を選べる、働きやすい役場を目指しています。2024年からは、庁舎の一部でフリーアドレス制を導入し、いつでも・どこでも・だれとでも働ける環境づくりを目指しています。

さらに、2025年4月からは、磐梯町の使命（Mission）である「町民すべてを幸せにする～誰一人取り残さない共生社会の実現～」を実現するため、「磐梯町町民の幸せプロジェクト」が始動しました。このプロジェクトは、従来の枠組みを超えた横断

的な組織体制で運営されており、「しあわせ・まちづくり再デザイン特命係」「行政経営・働き方の再デザイン特命係」「共創・協働の再デザイン特命係」という3つの特命係が、さまざまな分野の専門家の知見を活用しながら、持続可能な共生社会の実現を目指しています。

## ● 名水のまち磐梯町

磐梯町は、「名水のまち」でもあります。町の北側には磐梯山と、猫魔ヶ岳があります。この2つの山には噴火で流れ出た溶岩地形や地層があり、雪解け水や雨水が染み込み、滝や湧水を作り出しています。また、山々には豊かな森が広がり、堆積した落ち葉は雪解け水や雨水を蓄えやがて豊かな土となり、天然のろ過装置となります。磐梯西山麓湧水群は昭和の名水百選に選ばれ、なかでも、猫魔山系の火山活動によって出来たといわれる龍ヶ沢湧水は代表的な湧水のひとつです。

巨石の間からこんこんと湧き出る湧水は、<sup>かんぼつ</sup>旱魃に際しても決して枯れることがないと言われ、江戸時代には会津藩の命により、大規模な雨乞いの儀式が行われた場所でもあります。

磐梯町の水道水にはこの磐梯西山麓湧水群の水が大部分で使われており、蛇口から毎日名水が出てきます。榮川酒造株式会社や株式会社シグマな

ど、水質の良さと豊富な水資源を求める企業が、磐梯町を拠点に操業しています。

2022年11月には立正大学河野教授によるおいしい水と健康な水の指標に基づいた水質調査が行われ、磐梯町の龍ヶ沢湧水と大清水の水はおいしい水の指標<sup>オーアイ</sup> O I 値が龍ヶ沢湧水27.1と大清水25.4という結果になりました。これは、おいしい水と判断される指標<sup>オーアイ</sup> O I 値2.0のおよそ13倍の数値となり、全国的に見ても群を抜いています。この名水をボトルリングした「ばんだいの天然水」が、道の駅ばんだいや県内の一部スーパー等で販売されています。



ばんだいの天然水



龍ヶ沢湧水

# ふくしま経済クォーターリー

## 福島県経済の現状と先行き

	現状判断	変化方向	先行き判断	変化方向
県内経済の景況	設備投資と住宅投資は上向いたが特定要因によるものであり、全体としては横ばいで推移している	→	全体として横ばい基調での推移が予想されるが、物価上昇による悪影響が懸念材料となる	→
消費動向	おおむね横ばいでの動きがみられる	→	前年比横ばいでの推移が予想される	→
	物価上昇により購入数量は減少するが購入金額は横ばいからやや増加している。生活必需品を優先し、節約志向から耐久消費財は我慢する傾向が出ている。		乗用車販売は前年並みの受注動向にあり、商業販売額は購入数量減でも物価上昇による購入単価増により横ばい推移が予想される。	
公共投資	請負金額は前年同期並みであり横ばいでの推移	→	やや減少基調での推移が予想される	↓
	前年同期比で請負金額が増加・減少している機関・自治体数は概ね拮抗しており全体としては横ばいでの推移となった。		県内の工事予算額は前年度並み計上されているが、本年度上期の建築資材等の受注動向は前年同期比やや減少する見込みであり、公共工事はやや減少基調での推移が予想される。	
設備投資	特定業種の大幅増加により全体でも大きく増加	↗	横ばい基調での推移が予想される	→
	大型商業施設や総合病院建設といった大型案件があったことで、建築着工工事費予定額は大きく増加した。		県内での工場新增設の動きがあるなど建築資材等の受注動向は前年並み見込であり、横ばい基調での推移が予想される。	
住宅投資	下降基調が続く中、第1四半期は前年同期比増加	↗	駆け込み需要の反動減が予想される	↓
	2022年以降、下降基調が続いている中で、3月に住宅省エネ法改正に向けた駆け込み需要があり第1四半期は増加した。		駆け込み需要の反動に加え、建築価格上昇を受けての購入マインド低下から弱い動きになるものと予想される。	
生産活動	鉱工業生産指数は横ばい範囲内での動き	→	横ばい基調での推移が予想される	→
	全体として横ばい範囲内で推移しているが、海外向けを扱う企業においては減産の動きが出てきている。		関税問題の影響で海外向け減産も想定されるが、企業向けヒアリングからは横ばいでの推移が予想される。	
雇用動向	有効求人倍率は横ばいの範囲内での推移	→	有効求人倍率は横ばいでの推移が予想される	→
	第1四半期としては横ばい範囲内での動きではあるが、求人数の減少を求職者数の減少幅が上回っていることで、有効求人倍率は改善しており、3月に1年ぶりに1.3%台に回復した。		人手不足を背景に求人は底堅く推移するものとみられるが、有効求人倍率が大きく上向くまでには至らず、横ばいでの推移が予想される。	

注1：「変化方向」は直近統計データを基に前期と比較した現在における景況の変化方向（↗：改善、→：不変、↘：悪化）を示し、当期と前期における2四半期加重移動平均（消費動向、生産活動、雇用動向）、3四半期加重移動平均（設備投資、住宅投資、生産活動）の前年同期比を比較して判断。

注2：現状判断は直近データとなる2025年第1四半期のデータとヒアリングをもとに総合的に判断。

注3：先行き判断は統計データのこれまでの動きやヒアリングなどをもとに総合的に判断（2～3カ月先）。

### 【参考：地域企業の声】

- ◇食料品は物価上昇の影響もあり前年比微増だが、衣料品は厳しい状況が続いている（百貨店・スーパー）
- ◇物価上昇で生活必需品を優先し、節約志向から耐久消費財は我慢する傾向がみられる（ホームセンター）
- ◇納車まで時間がかかる傾向にある。関税問題の影響で米国輸出台数が減少した場合、国内に出回る車が増えて新車登録台数は増えるとみている（自動車販売）
- ◇住宅建築価格は坪単価が上昇しているが、その分、土地・建物の面積を小さくする動きがある（住宅）
- ◇中国向けは以前から需要が減退していたが、好調であった東南アジア向けも減ってきている（輸送用機械）
- ◇世界的なEV需要鈍化の影響を受けて、海外向けの電池材料生産が減った（化学）
- ◇県内の業界動向として、在庫調整や国内外での需要変動の影響から、全体的な傾向として減産の動きがある（電子部品・デバイス）

※「ふくしま経済クォーターリー」は、本年3月号で掲載終了した「福島経済マンスリー」（毎月掲載）の後継として、今月号から3カ月に1回掲載いたします。

◇福島県内の統計データ 前年同期比

(単位：％、ポイント)

	項目	2023年	2024年				2025年
		第4四半期 10～12月	第1四半期 1～3月	第2四半期 4～6月	第3四半期 7～9月	第4四半期 10～12月	第1四半期 1～3月
消費動向	百貨店・スーパー販売額（全店舗）	1.6	2.6	△0.4	△2.3	△1.3	△1.7
	コンビニエンスストア販売額（全店舗）	0.6	1.3	0.1	△1.8	0.1	0.5
	ドラッグストア販売額（全店舗）	6.9	7.5	8.3	5.9	7.0	4.4
	ホームセンター販売額（全店舗）	△3.0	△3.3	△1.6	△5.3	△5.6	△2.4
	家電大型専門店販売額（全店舗）	△3.6	△4.2	0.6	△2.2	△3.1	0.1
	乗用車販売台数	9.0	△6.0	△5.4	△1.4	△3.6	△0.0
公共投資	公共工事前払保証取扱保証請負金額	△16.3	△16.5	△16.8	2.6	△22.3	△4.7
設備投資	建築着工工事費予定額（民間非居住用）	39.4	△42.8	122.3	68.2	△26.6	104.5
住宅投資	新設住宅着工戸数	△4.2	△12.9	4.7	△7.5	△28.5	19.3
生産活動	鉱工業生産指数（総合）	△4.7	1.2	1.0	△1.4	△1.7	△4.2
雇用動向	有効求人倍率（パート含む）	△0.08	△0.12	△0.12	△0.13	△0.12	△0.03
	雇用保険受給者実人員	2.7	2.6	5.9	4.8	1.6	△2.5

注1：鉱工業生産指数は原指数、有効求人倍率は原数値。Rは訂正值。

注2：鉱工業生産指数は、統計公表時期の都合により、第1四半期（12～2月）、第2四半期（3～5月）、第3四半期（6～8月）、第4四半期（9～11月）として集計。

### 【エコノミストの一言コラム】

#### 物価上昇時の消費行動

- ・福島市の消費者物価指数（2020年＝100）の動きをみると、2025年3月に総合111.0（前年同月比＋3.4%）、食料123.0（同＋7.0%）となっており、物価上昇とくに県民の生活に身近な食料品の値上げが著しいです。
- ・家計調査から福島市の第1四半期（1～3月）の消費支出額をみますと、前年同期比で△7.6%と減少しています。ただし、内訳として、食料が同＋5.6%と増加しており、中でも米は同＋63.0%と大きく増加しています。一方、アクセサリーやかばんなどの身の回り品は同△47.0%と大きく減少しています。
- ・食料品など生活必需品は購入せざるを得ないですが、非食料品で節約できるものは購入を後回しにするといった行動になっているのかもしれませんが。
- ・高止まりしているコメ価格が落ち着くことなどが、今後の消費活動のカギとなってきます。

#### 人手不足時の求人倍率

- ・2024年の有効求人倍率は下降基調で推移しました。「有効求人倍率が低下したのだから人手不足は解消に向かっているのか」と思われるかもしれませんが。
- ・しかし、有効求人倍率はハローワークを通じた有効求職者数に対する有効求人数を表したもので、近年利用が増加している民間求人サイトのデータは反映されていません。
- ・当研究所のアンケート結果からみても企業における慢性的な人手不足は続いており、人手不足解消の動きはまだみえない状況となっています。
- ・また、経営環境の厳しさから、人手不足ながら採用が困難なケースもあるとみられます。
- ・原材料や労務費コスト等増加分の価格転嫁を進めることで持続的な賃上げを実現し、採用活動の強化につながることを望まれます。

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。