

座談会

多元的価値における 企業活動の展望

企業メセナ（芸術・文化の援護活動）、フィランソロピー（民間公益活動）など、これまで企業の社会貢献がいわれて久しいが、近年は企業の社会不祥事などを背景に、こうした考え方をさらに推し進めた企業の社会的責任（CSR）や社会的責任投資（SRI）が求められています。

北海道の経済はこれまで長く低迷を続けてきましたが、最近では観光や農業、IT産業分野に成長・回復の兆しがみられるとともに、生活福祉や環境分野、財政破綻した夕張市への支援などにみられるような地域や環境などの問題に積極的役割を果たそうとする注目すべき企業活動も見られるところです。

北海道は、今後、豊かな自然環境や人材、生活・産業活動の優位な立地環境を活かしながら、北海道という地域特性を活かした新しいリージョナルゴールを目指す必要があります。そのためには、単なる利益追求ではなく、地域とともに生き、地域とともに繁栄するという企業理念を持ち、そういった多元的価値観に基づいて、地域社会に積極的にかかわる持続的な企業活動や市民団体の取り組みが必要になっています。

今回は、さまざまな分野で社会的な責任を果たすべく活動する企業家の方々から、地域における企業活動のあり方と社会貢献、北海道の新たな活性化方向について提言をいただきます。

出席者

王 一郎 氏 (有)ラッキーピエロ代表取締役社長

藤崎 達也 氏 NPO法人知床ナチュラルリスト協会
代表理事

水澤佳寿子 氏 (株)ファンタジア・エンターテイメント
代表取締役社長

コーディネーター

佐藤 郁夫 氏 札幌大学経営学部教授

佐藤 本日は、食、観光、スポーツの各分野で、それぞれ社会貢献に携わりながら地域を意識した企業活動



に取り組んでいらっしゃる皆さま方にお集まりいただきました。これからお話しいただくテーマは三つを考えています。一つは、企業活動と地域貢献がどのような関係を持

っているのか、二つ目は、北海道で今求められている企業活動はなにか、そして最後は、これからの事業展開についてどう考えていらっしゃるのか、地域に対してどう関わっていくのか、ということです。

それでは自己紹介を兼ねて、皆さま方が現に行っている事業の内容と地域貢献についての取り組みを具体的におうかがいします。

企業には三つの基準が

王 今、飲食業界で肉の偽装事件が起こり、同じ業界人として大変恥ずかしい思いをしています。数年前に雪印事件も北海道で起こりましたが、企業の目線の置きどころが少しずれていると思います。

企業には三つの基準があると思います。一つ目は、損得より先に善悪を考える心です。私たちは善悪の心を戒める言葉を1週間に1回スタッフと一緒に唱和して、潜在意識に埋め込むようにしています。そういうことを常に意識しないと私たちは時代に流され、悪心に入り込まれる危険性をはらんでいます。善悪をおろそかにした損得勘定だけでは一夜にして企業がなくなることを私たちは経験してきました。

二つ目は、創意を貴び、良いことをまねる。私たちより素晴らしい企業や人はたくさんあります。石田梅岩^{*1}の言葉で「よく師を得る者は王となり、我に如く者無しというのは必ず滅びる」というのがあります。

自分はまあ出来ているという自信とごう慢さから学ぶ心が緩まれば減んでしまうということです。素晴らしい企業や人を師匠と仰ぎ、^{しんしん}真摯に学ぶ気持で一生懸命営業したいと思っています。

三つ目は、お客さまです。お客さまに有利な商いを毎日出来ているかどうかが大切です。選挙は何年かに1回ですが、私たちには毎日が投票日です。気に入らなかつたら、「ラッキーに行かないよ」といわれます。選択肢がいっぱいある中から、本当にお客さまに役に立って、愛されている企業を選んでいただけるのだと思っています。

心で食べる時代へ

私は、兄弟5人ですき焼の肉が一切れ多いとけんかした時代に生まれ、胃袋で食べ。次の高度成長期には、少しぜいたくなコース料理や高価なステーキを舌で食べました。



次は、大量生産、大量消費、大量廃棄。物が安く手に入って便利がいい時代。現在はそれがこれで一体いいのか、この野菜はどこでだれがどのようにして作られているか、この肉は誰がどのように育てたのかが気になる時代、頭で食べる時代になりました。

そして今は、そこを通り越し、心で食べる時代に入ったのではないのでしょうか。作り手の愛情が物語として伝わる店から買い、心が伝わる店とお付き合いするようになってきていると思います。また、店は「クリーンネス（常に綺麗な状態を保ち続けること）」で、「おいしく」、「安全」が常識です。現代社会は、QAC（品質保証基準）だけでは選んでいただけない時代に入っていると日ごろからいっています。

現在、私どもは三つの構造的変化を抱えています。一つは、技術革新。この技術革新に付いていけない企業はお客さまから選んでもらえない時代です。その技術革新の一つはインターネットです。私たちのホームページに毎日4,300人の方がアクセスされます。そうしたお客さまに1週間に1回、メッセージを送り続けています。私は、そのメッセージで「企業が“買え、買え”というのはよくない」、例えば地域から将来、



北海道で一番になれる可能性のある人が出てきたとき、私たち函館っ子にとっては喜びですから、「〇〇さんが今度、北海道の大会に出ます」という喜びを共有できるメールを送るように心がけています。二つめは、最も問題にしている環境問題、地球が危ない、環境が破壊されると言われている中で、企業が環境問題に取り組まないのであれば、お客さまから選んでもらえないと思っています。三つ目は、高齢化問題です。函館も50歳以上の高齢者が2人に1人です。若者の店と思われている私たちのハンバーガーショップに、これから50歳以上の方に来ていただくには、どんなサービスができるかを問題にして一生懸命取り組んでいるところです。

佐藤 王さんは函館で生まれ育ったのですか。

王 神戸市生まれです。27歳のときに函館に来ました。自分では函館っ子にしてもらえたと思っています。

佐藤 なぜ函館にそれほど魅力を感じられ、また函館でラッキーピエロを始められたのはどのようなきっかけからでしょうか。

王 私は道外の人のが気持ちがよく分かるのです。神戸の友人は「北海道」というと、牧場のイメージ。いつも空が真っ青、空気がよくて、気持ちがよく、乳製品がおいしいというイメージです。私たちは学生のころから北海道が憧れで、その北海道の函館ですから、これは幸せだと思っています。

ラッキーピエロを開業して今年で20年たちました。「Mで相当な幹部までいった社長がなぜ今さらハンバーガー。Mに勝てるわけがないだろう」といわれました。いろんな画家が自分の個性を發揮していろんな絵を描いて、いろんな人々がそれぞれ楽しんでいきます。モナリザだけが絵じゃないはずですよ。函館で私がハンバーガーを売るなら、私たちの考える独自のハンバーガー、ナショナルチェーン店と裏返しのハンバーガーを作りたいというのがスタートでした。

※1 石田梅岩：「石門心学」と呼ばれる思想を説いた江戸時代の思想家（1685～1744）。「実の商人は、先も立、我も立つことを思うなり」など、本業の中で社会的責任(CSR)を果たしていくことなどを説いており、現代的な意味でも再評価されている。

知床がどんどん消費されるのを 黙ってみていられなくて

藤崎 私どもの事業は、知床半島の斜里町ウトロに拠点を置いて、知床国立公園内外でのエコツアーとネイチャーツアーの企画・実施を行っています。設立は1998年で、翌年にNPO法人化して、道内では15番目の認証を受けて活動しています。



出身は東京で、大学を出てサラリーマンをしていました。以前から知床が好きでよく旅行に来ていました。定年退職したら北海道に移住しようと決めていたのですが、サラリーマンを3年ぐらいで辞め、11年ぐらい前に移ってきました。当初から何かしようと思っていたわけではなく、とにかく知床に住みたくて移住しました。

せっかくサラリーマンを辞めたので、しばらくは働きたくないなと思えば思えば思いましたが、そういう状態を見た地元の大手ホテルの社長さんから「ぶらぶらしないで、ちょっと手伝ってくれ」といわれ、ホテルを少し手伝った時期がありました。そのときにショックを受けることになりました。知床は観光地で、大勢の観光客が来られます。私と同じように知床が好きで来ているのだと最初は思っていたのですが、お客さまの様子を見ていると、逆に知床がどういうところか分からないで来ている人が多いということに気が付きました。ある日、電話ボックスでおばちゃんが電話しているのが聞こえたのですが、「今いるところ、うーん、どこだっけな。阿寒だったかな。川湯だったかな」みたいな話で、知床に来ているという実感もなく、何が魅力で何が印象的だったという話をしている様子はありません。ショックと同時に、私の人生を変えた知床なのに、こんなふうになんか消費されていくかと正直、半分怒りがこみ上げてきました。そこで、このままにしておくのではいけない、せっかく知床までいらっしやっただのであれば、しっかり見てもらうというサービスは最低限必要ではないかとの思いでガイド事業を始めたわけです。

夏は主に知床五湖やフレペの滝の、だれでも行ける遊歩道で、ガイドを付けなくても行ける場所ですが、そこでじっくりいろんな動物の痕跡ですとか、植物などを観察しながらガイドするツアーをやっています。

冬はスノーシューを履いて森を歩くツアーとか、私たちが最初に始めた「流水ウォーク」というツアー、ドライスーツを着て氷の上を歩くのですが、時々薄氷にはまるとズボット落ちてしまうという、ばかばかしいツアーなのですが、今では逆にすごく人気になっていて、ウトロ流水観光の目玉の一つにもなっています。私どもだけでなくほかの事業者さんも、同じようなツアーを始めるようになり、今まで冬は出稼ぎに行っていた漁師さんも仕事がある状態になってきました。1年を通してツアーをやっています。

また、そういったノウハウを利用して、北海道以外でも、岩手県の陸中海岸国立公園の田野畑村という小さな漁村のエコツアーのプロデュースを手がけたり、ウトロ地域のまちづくりにも参加しています。今年の夏至、6月22日に夜ライトを消して、地球レベルのエコを知床でちょっと考えようという催し物と呼び掛け、ウトロでは今年からホテル3軒がライトダウンし、キャンドルナイトを実施しました。

働く女性の発想で保育サービスの「コティ」創業

水澤 私は札幌生まれの札幌育ちです。今年8月で45歳になります。会社を起したのは23歳のときです。当時はバブルの入り口あたりのころです。博覧会や展示会ブームで、イベント会場やパーティーオークションなどの司会の仕事をフリーでしていましたが、仕事を頼まれるたびに、イベント会場でカタログやティッシュを配ったり、受付をする女性の紹介を頼まれるようになり、当初はボランティアでしたが、会社組織にしてほしいという要望もあって、会社を起こしたのです。ちょうど会社を起こした年と結婚した年が一緒で、翌年24歳のときに第一子が生まれました。会社は毎年前年対比30%増ぐらいで5年間は調子よく展開していきました。登録人数が400人を超えたあたりで、いわゆる「バブル崩壊」です。夫が事業に失敗、連帯保証の債務と、子供もすべて引き受けて離婚しました。自分の仕事もバブルのあおりでうまくいかなくなっていたときです。

人間、がけっぶちに立つとアイデアが生まれてくるものですね。今の仕事は世の中に必要とされていない。ではいま、自分が提供できることで、世の中に必要な事業というのは何だろうかと考えた結果が、まさに当時、自分が困っていた、働いている間に安心して子供をあずけられる場所ということだったのです。

子供をあずけていた保育園仲間のお母さん方にニー

ズをお尋ねしたところ、皆さんやはり今の保育サービスだけでは不満だという声が多くありました。それで、「コティ」という会社を始めました。それが市場に受け入れられました。また、なけなしのお金を使ってアメリカの保育事情を視察、保育は福祉ばかりではなくて、サービスという観点もあると考えました。企業の福利厚生としての保育の提供とか、商業施設のお客さまに対するサービスとしての保育があってもいいという、まったく福祉という観点とは違う発想です。そして、お母さま方に保育を提供する一方で、企業やショッピングセンター、病院といったところに保育サービスを売り、2年前には拠点数では全国トップの70カ所、売上は業界で5番目というところまでできました。

従業員が300人を超え、拠点数が70カ所になったころ、一番南では神戸の六甲道駅まで事業を展開していましたから、平日は東京、週末には北海道に帰ってくるというのが



40代前半。このあたりが私にとってはターニングポイントでした。釧路・北見にも拠点があり、東京から釧路に行くと駅前通りに人が歩いてなくて、いったい北海道はどうなったのかと考えるような状況もありました。一方、3人の子供が次々と思春期に入ってきて、他人様のお子さまを気づかりながら、自分の子供には面と向かって接してあげられないという、いわゆるライフワークバランスが崩れて悩んだこともあり、また、拠点数が増えるにつれ、企業としてのリスクが多くなり、責任が非常に重くなってきて、プライベートカンパニーでやるには非常に危険な事業になってきたというのを実感していました。そうしたとき、大手の企業から「ぜひ資本参加したい」という声をかけていただいたので、どうせやるのでしたら全面的にやったださいということで、1年かけて私の株式譲渡による営業譲渡という形をとって、2年前に退きました。

北海道を元気にしていく事業がやりたい

津軽海峡から向こうで平日は仕事して、週末に帰ってきて、北海道の元気のなさにちょっとふがいなさを感じていた私としては、もし次に何か事業をやる機会があれば、北海道の中において、北海道を元気にしていく事業がやりたいと強く思っていました。しかし、北海道にいま何が不足していて、何がいいのかよく分からなくて、本当は1年ぐらいぼーっとしているつもり

だったのです。ところがたまたま、「コンサドーレ札幌」を運営する(株)北海道フットボールクラブ(HFC)から、ぜひHFCと一緒にやってもらえないかと声をかけていただきました。私の腹づもりとしては、役員ではなくて、一部門長ぐらいであれば、それをしながら次にやる事業が何か見えてくればいいということで、お引き受けしました。それが一昨年の3月です。

約1年間やってみて、私が今まで漠然と思っていた疑問が解け、スポーツビジネスのだいご味といったようなものが初めて把握できたように思います。

スポーツビジネスで成功している話をあまり聞きません。コンサドーレも創業10年で累積赤字が22~3億円、私が行ったときで債務超過が1億9,000万円。道や市から補助金をもらい借金しないと運営できない会社ではないか、これでビジネスとして成立するのか、自治体のお荷物ではないか、と実は思っていたのです。

しかし、中に入ってみると全然違っていました。優勝の経済効果といわれますが、プロスポーツチームの存在効果はそれだけではないのです。例えば、コンサドーレのホームスタジアムは、札幌ドームと厚別競技場です。最近の新聞に「札幌ドームがまた3億円の利益を出した」という記事が載っていました。日本列島に九つあるドームで黒字なのは札幌ドームだけ。それは、日ハムとコンサドーレが競うようにしてゲームをやっているからではないでしょうか。厚別競技場はコンサドーレが使用料を何百万円と払い、普段は10人ぐらいしか走っていないところに7,000人のお客さんが来て、喜んでお金を落としていく。プロスポーツチームはそこにいるだけで地域にお金を落としているのです。これは見えなかったとまず思いました。

二つ目ですが、ちょうど私が入ったときに新潟地震とスマトラの津波がありました。選手たちが募金活動を始めたら、すごく集まったのです。それで環境問題にも取り組み始めたのです。試合会場でのごみの分別です。そうすると、集まっていた観客の皆さんもちゃんとやったださるのです。スポーツチームは世の中に対して良い事をお知らせしていく放送局みたいな役割を果たすのだということに気が付きました。

三つ目に、スポーツは心の耐久性を植えつけます。ともすると大人は、子供に「頑張れ」「頑張ったらどうにかなる」と教えがちですが、世の中では頑張ってもどうにもならないこと、自分の価値観とは違うところで「それは違う」「おまえは駄目だ」といわれるこ

とがあります。職場では仲間とうまく協力し合わない
と成果を勝ち取れない。また、そもそも世の中にはル
ールがあるということなど、スポーツを見ていると社会
の縮図になっていることに気付かされます。子供たち
にぜひ、世の中に出ていったときに、読み書きそろば
ん以外の本当に生きる力、とりわけ「努力してみたけ
どだめだった。けど次は…」と気持ちを切り替える
力を身に付けてほしいのです。フリーター、ニートの
問題は私にとっては他人事ではないのです。うちには
高校生二人、二十歳の子が一人います。一生懸命育て
ているつもりですが、引きこもりになってしまう可能
性だってないわけではないのです。

そういった気持ちを切り替えていく「心の耐久性」
を植え付けるのに、スポーツという素晴らしいツール
があると気が付きました。スポーツビジネスというも
のを私なりに北海道の中で広げたときに、人が、まち
が元気になり、そして正しい経営をすれば、経済で地
域にお返しすることができると思えました。

そうしたときに、たまたまバスケットボール協会
の方から、2007年の秋に今の実業団のバスケットボ
ールがプロ化するという話を聞きました。リーグ元年
の年に入る意味は非常に大きいと思ったものですから、
去年4月に(株)ファンタジア・エンターテイメントとい
うプロバスケットボールのチームを立ち上げました。

新しい価値の創造に挑戦する企業家精神

佐藤 私なりに整理させていただきますと、これまで
のお話から一つのキーワードが浮かんできました。

藤崎さんは、知床が消費されている、言葉を換える
と、知床の持っている価値が浪費されているのでこれ
を守るために事業を始められたということでした。

王さんは、マクドナルド的な画一化したサービスが
消費者にどんどん提供され、大量に捨てられていると
いう社会的風潮に対して、環境などの新しい価値観を
掲げ、モノリザだけが絵ではない、自分たちが住む函
館らしい価値もある、ということが事業の原動力にな
っているように思われます。違ったものを作り出し、
その作り方もみんなが声を掛け、アイデアを出し合い、
一つ一つ積み上げる、という大量生産・大量消費型と
は違った会社経営を指向されていらっしゃる。


水澤さんの場合も、子育てができないがしろにされ、女
性が持っている貴重な時間が浪費されているのを、ビ
ジネスという形で補って、それが社会に受け入れられ
て最初に創立された会社が大きくなりました。さらに

は、プロスポーツについても、視点を切り換えて、地
域と密着させると教育手段になり、経済的効果やパブ
リシティ的な効果も期待できる。そういった価値が
スポーツには備わっているのだとおっしゃりました。

お三方からは、大量生産・大量消費型の社会とは違っ
た新しい価値を創造することで自分たちの事業を作り
上げる、アントルプルヌールシップ^{※2}、しかも社会
貢献を意識された企業家の姿が感じられました。

しかし、そうした取り組みは、大量生産・大量消費
型の高い経済効率に比べて、やはり経営的に難しい問
題も抱えてしまうのではないかと思います。事業経営
と地域貢献を両立させることで苦勞されたことがござ
いましたらお話いただければと思います。

安全・安心を買う

王 私どもは提供する食の「安全・安心」について
長年声を張り上げてきたので
 すが、例えば個々の農家が私
どもの考え方に共感して「そ
れはいい」といっていただい
ても、私どもの店舗数だけの
商品を、農家をまとめ、だれ
が配送することになるのかという問題があります。そ
こで、農家さんと非常に太いパイプでつながっている
ホクレンさんに協力体制を取っていただけないかとい
うことでお話をしました。

最初にやったのは、道南米の「ふっくりんこ^{※3}」
です。研究されてまだ商品にならないうちに、大野町
長の吉田幸二さんが「王さん、すごく面白いお米がで
きたよ。あなたは地産地消といっているのだから、米
は道南物を使うべきだよ」と説得され、まだしかり
つくれていない「ふっくりんこ」を持って帰ってテス
トしたら、これがうまい。私どもはいま「ふっくりん
こ」を80トン使用しています。そこからホクレンさ
んとのパイプが太くなりました。

次は野菜です。「イエス！クリーン農法^{※4}」で5回
の農薬を3回にして頑張っている農家33が、皆さん
がその価値を理解しないから、今はもう11農家しか

※2 アントルプルヌールシップ：経営者がリスクを恐れず新しい分野に挑戦
する企業家精神。

※3 ふっくりんこ：北海道立道南農業試験場が道南の栽培に適した品種とし
て開発、2003年に道の奨励品種に認定、販売開始。良食味米の道南ブランド
米としての確立を生産者団体・行政・流通業者・消費者が一体となって進めて
いる。

※4 YES! clean農業：北海道クリーン農業推進協議会が認定した、「土づくり」
を基本とした減農薬・減化学肥料による、人と環境にやさしい農業。

残っていない。王さんが興味あるなら橋渡しするよ」ということで、今ではさらに3農家減って9農家と なっていますが、私どものレタスやトマトを作り、そして今では時間差的にいろいろ作っていただいています。

あとは、配送業者を説得して、お値段は農家と打ち合わせして決めてください、私たちはまじめに受け取りますということで、配送業者さんと9農家で値段を決めてもらい、私たちは今までどおりの配送機能を使ってやっています。今では、農家の方も「まじめにやったらラッキーピエロが買うれしいよ」ということで、だんだん農家との交流が深まってきています。

最初は難しいのですが、いったんこうした活動で穴が開くと、まじめに正しくしたいという思いの人がいっぱいいらっしゃるのだということ、私自身すごく感じています。

マストツアーのお客さんを少しでもエコにシフト

藤崎 まさにこの経済効果というのは、私も一番悩んでいる部分でもあります。水澤さんの話で思ったのですが、コンサドーレ自体の経営は大変でも、そこにお客さんが実際に来れば、ドームの周りの飲み屋さんとかはきっと盛り上がっているのでしょうか。でも、それはコンサドーレの売上げにはつながっていないということではないかと思うのです。

私の方もまさにそれと同じで、エコツアーですとか、ガイドというサービスは、別に付けても付けなくてもいいようなサービスですが、それがお客さんに喜ばれている、お客さんが求めているものだとすることを地域の人に感じてもらうことが非常に大切です。

知床は年間、日帰りを含め200万人、宿泊者60万人のほとんどの方が1泊で帰ります。そのほとんどが、ごみは残さないといった知床の環境に対する意識を持たない方々です。「エコツアー」を標ぼうしている会社がそれを放っておいていいのかというと、実際に遊歩道を傷めたり、ごみを増やしてしまうのは、実はそちらの方なのです。中には理想的なツアーを追求している方も大勢いますが、やはり全体のパイとしては非常に少ない。私どものツアーでは年間3万人ぐらいご案内していますが、そうした方々は1割くらい。残りの方はマストツアーで来られている方々です。その小さなパイを広げていくことが大事だということは私たちには実感として分かるのですが、毎日200室の部屋を埋めなければいけないホテルの経営者にはなかなかそ

ういう余裕がないのです。

一方、ウトロの9割を占めているマストツアーですが、カニの食べ放題といった大手の旅行会社の定番ツアーみたいなものがあるのですが、それに何かしらのガイドさんが付くまでにはなりました。ずっと土産物屋さんばかり回っていたのが、遊歩道を歩くときに少しの時間でもガイドさんが付いているということでお客さんが喜んでいきます。しかし、ホテルの人たちはマスをエコにしていけないとお客さまにいずれそっぽを向かれてしまうところまでは感じていない。エージェントもガイドは付けても付けなくても別にいいものなので、お客さまにお金を払ってもらって付けるということは、よほど理解している担当がいなければなかなか進みません。今は、エコツアーの側からもう少しエコを増やそうという動きと、マストツアーの方からも徐々にエコにシフトしていこうというのを両方同時にやっているような状態です。

加えてもう一点、地域全体のサービスのレベルがまだまだ「カニを食べさせていれば喜ぶだろう」というところであって、本当にエコを求めているお客さまとの意識の差が出てきています。



私は知床が好きだから、お客さんにも喜んでほしいということで、景観の整備とかも含めて地域のまちづくりにコミットしているという状態です。いずれにしてもすごく時間が掛かることなので、焦らずにやっています。

王 私どもの店ではテーブルの上にアンケートを置いていますので、私は全店のアンケートを毎日120枚ぐらい見るのですが、その中でエコのアンケートは前よりは反応がいい、ちょっと違って来たというふうに私自身は感じています。

佐藤 補足ですが、最近、摩周湖で車の乗り入れ制限への動きがでています。これもある機関が行ったアンケートで、大都市住民を中心に、環境が侵されるのだったら、車の乗り入れは制限されてもいいという意見が多かったことがきっかけになったと聞いています。水澤 皆さんのお話を聞いていて、質問が何だったか忘れてしまいました（笑い）。

佐藤 スポーツの場合ですと、地域との連携という視点がまだ十分に定着していない部分もあるでしょうか

ら、今回プロバスケットチームをスタートさせる上で、難しさや課題を感じられたことがありましたらお話しただけだと思います。

地方に足を運ぶことで、北海道全体の連帯感を醸成

水澤 私自身は逆に、難しさは感じていないのです。といいますのも、11年前にサッカーのコンサドーレ札幌が誕生して、3年前には日本ハムファイターズがフランチャイズを北海道に移しました。そういう意味では、それまでは北海道の人たちはテレビを見ることがスポーツ観戦だったのですが、ようやくお金を払ってゲーム会場に足を運んでスポーツ観戦をするというカルチャーは相当に育っています。また、ファイターズ、コンサドーレはシーズンが春から秋なのでかぶってしまうのですが、私たちのバスケットボールは、ちょうど野球がプレーオフに入って、コンサドーレもあと1カ月という秋から緩やかに始まって3月にプレーオフと、シーズンがかぶらないということもあります。あえてビジネスライクに言えば、それなりのマーケットは既に確立できているのではないかと考えています。

バスケットボールの優位性は、体育館があればどこでもゲームができることです。したがって、今までコンサドーレがなかなか行けなかったところ、普段あまりプロのスポーツ観戦ができない地域にどんどん出向き、ドサ回りではないですがそういう役目を自分たちが担っていかうという意気を感じているところで、函館にしても1回ではなくて、2回、3回というふうに足を運んでいくことによって、札幌とそれ以外でなく、北海道全体の連帯感を醸成していくことを目指していきたいと思っています。

私は以前、北海道の教育委員会の依頼で高校の学校区を検討する委員会に入らせていただきました。札幌におりましたので、札幌の問題イコール北海道の問題と思っていましたが、札幌以外の地域、地方都市の抱えている問題は全然違うということに気付かされました。そこで、せめてスポーツで北海道民の心が一つになるところに、微力ですけれども私の力を発揮させていただければと思っています。

佐藤 二つ目のテーマの北海道の現状とそれに対する企業活動については、今の水澤さんの発言にある程度盛り込まれていると思います。藤崎さんも王さんも、

いわば観光地の中でビジネスを組み立てていらっしゃる。水澤さんは観光そのものではないですが、一種の常設型イベントとして活力を地域の中に取り戻そうという活動に取り組んでいらっしゃるわけですね。

情報を共有、刺激しあう勉強会「BBAクラブ」

佐藤 北海道の現状をみながら、皆さんが取り組んでいらっしゃる仕事の中で、今こんな問題を感じていて、それに対してこういう取り組みをやってみてはどうだろうか？という提案がございましたら、ご発言いただきたいと思っています。

王 私は「函館ボーイズ・ビー・アンビシャス(BBA)クラブ」という勉強会を立ち上げ、主宰しています。

私の娘が2代目をやりますので、2代目、3代目、学ぼうよということと、函館未来大学のマーケティングの鈴木克也教授と組んで起業家志望の学生を連れてくる。2ヵ月に1回、元気のいい、面白い社長さんをお呼びして、一切お金の掛からない勉強会を私どもの店の2階でやっています。その勉強も一方通行では面白くないから参加者の近況報告もしてもらいます。3年前ですが20回記念で市の会場を借りて環境フォーラムをやりましたら、120人ぐらい集まって立ち見が出て、「えっ！ みんなこんなに環境に興味を持っているのか」と思いました。BBAクラブから起業した方が2人出ました。学生ともう一人。そして、函館未来大学の先生がこれは素晴らしいということで、私たちのところで話した面白い社長を呼んで、大学でもやるようになったのです。今、第3回。そういう会に広がっています。また、いろいろな保障に甘んじてのんびりしていた農家を「いよいよ保障がなくなったのだから、君たちは自分で情報を発信するべきだ」と私は説得しているのです。それで29回は地産地消フォーラムです。まじめにやっている農家に集まってもらって、消費者とお見合いしようということです。160人ぐらい集まって、森のカボチャづくりの名人が話したり、「ふっくりんこ」を作られている農家の方が話したりしました。農家の情報発信のお手伝いができたらいいなということで、この会をやっています。よき情報をみんなが共有できるように、みんなが情報を持ってきて、みんなの情報に刺激を受けて爆発させるようなBBAクラブになればいいと一生懸命やっているところです。

課題は次世代のガイド育成

藤崎 北海道内でガイドさんをやっている方が大勢い

ますが、そんなにビジネスとして安定しているわけではありません。個人が片手間にやっている地域もあります。そういう中では、知床は比較的マーケットも広がってきているので、仕事として取り組む事業者も増えてはきています。その中での課題は、次の世代を育てていかなければいけないということです。ガイドの仕事というのは、自然の中で働けて、みんなの前に立っている仕事ですから、「なりたい」という人は大勢います。でも、地元の人にはなかなかなくて、多くは東京とか大阪の人々が「なりたい」といつてくるのです。あこがれどおりの仕事ではなく、年間で1人が何千人という人々にしっかりと対応しなければいけない仕事で、また時間の長い仕事です。ホテルだと、フロントで数分、メイドさんがお部屋で数分、結局、接しているようでそんなに接していないのですが、ガイドは1日ずっと一緒にいるので、接客業としてはかなりタフな仕事です。また、田舎暮らしは、みんなが思っているほど楽なものではないので、東京から来る方には「悪いこといわないから、やめた方がいいよ」といいます。それで来る方は結構腹がすわっているので頑張られるのですが、ホテルの従業員さんなどの中には、精神的に辛くなって、結局は知床を離れてしまう方を大勢見えています。リスクマネジメントの教育もしなければなりませんし、ニートの世代の彼らはいろんな仕事を経験しているので、とてもよく仕事はできるのですが、しっかり人生設計という教育を受けた経験がないのです。僕が直面している問題でもありますが、逆にすごく関心のあることでもあり、今勉強中です。

佐藤 知床という若い人が減っているところで、若い人を早いうちからガイドに育てるのはなかなか難しいでしょうし、来る人は30代のニートの人が多いので別の難しさもある。知床という自然環境に恵まれた地域ですが、継続的に人材を貯めていくことに難しさを感じていると考えていいですか。

藤崎 30代を中心にガイドに関心を持つ人が意外と多いのです。彼らの仕事の経験を活かして、人としての柱を持って活躍する場をつくって、次世代のガイドを育成していきたいと思っています。

ファンタスティックなアジアという北海道の実現

水澤 北海道を元気にしたいとの思いでバスケットを考えました。観光がこれからも北海道の経済や産業をリードしていかないといけないと思っているのですが、そこに「ファンタスティックなアジアという北海

道」を実現するのが私の考えているところなのです。

実はバスケットボールの世界では、アジアの中で日本は後進国です。韓国にはプロチームが既にあり、フィリピンでは世界選手権大会が開催されています。スポーツはまさに世界の共通言語、共通のルールのもとでゲームを通して誰もが仲良く楽しめるものです。8月11日が台湾でのデビュー戦です。これから未来に向かっていくとき、スポーツは大きな鍵になります。

ファンタジア・エンターテインメントの中期事業計画ではアジアとの交流を掲げていて、中国や韓国、台湾との国際試合による交流を実現させたいと思っています。北海道の10年先を考えたとき、バスケットボールを通じたアジアとの交流が重要になると考えています。

プロバスケットチーム「レラカムイ北海道」は地域のもので、私物ではありません。これからのスポーツは地域に根ざしたものでなければ、ファンの支持も、地域貢献という期待もできないと思います。



現在、レラカムイ レラカムイの練習風景 ©2007/FantasiaEntertainment Ltd., co.

北海道はファンタジア・エンターテインメントが運営しています。補助金などはもらわずに、民間資本だけで地域に貢献しようと考えています。ですが、実際にはそうすることで自治体などとの連帯感のようなものが希薄になるというデメリットもあり、それが現状では悩みです。もっと自治体と一緒にあって、地域と一緒にやれば効果は何倍も早くやってくるとってはいるのですが・・・。

北海道らしい地域貢献をどう考えていけばいいか

佐藤 それでは、三つ目のテーマに移りたいと思います。地域との関わりを深める中で北海道らしい地域貢献をどう考えていけばいいのか、また、本日の感想や今後の抱負などについても合わせてお聞かせください。



王 地域の講演会や学校に頼まれてお話をするとき

は、働く大切さや働く楽しさについて話すようにしています。先般、生産者に呼ばれて、四国の宇和島の山口園芸という会社の社長さんに会ったのですが、「私は日本一、世界一を目指しています」といわれました。宇和島は人口5～6万人の小さな町です。かぼちゃにトマトの低木を接木してその苗を出荷しているのです。その生産物は函館でも使っているといわれました。中国女性が研修の形で接木をやっているのです。彼女たちが将来は山口園芸の中国進出の戦力になるのだと思いました。また、宇和島のしょうゆ屋さんも見えました。地元のゆずを使ったしょうゆがすごく売れているのです。

私は、世界共通のハンバーグがあってもよいのですが、その地域にこだわるハンバーグがあってもよいのではないかと思います。地域にこだわり、地域のものを磨きあげたものを地域の人に食べていただく、これほど素晴らしいことはないのです。私は皆さんにお話する機会があるたびにいいです。ナショナルチェーンがやってきても地域は発展しない、何一つ地域にいいことはない。残していくものはごみだけだと。ラッキーピエロでは、ゴールデンウィークにはかなり混雑しますが、1時間半待ってでも食べたいといっていただけ。地域にこだわっているからこそ地域の人や観光客に支持され、その結果、地域全体がよくなるのです。

湯の川の新潟清掃をスタッフやお客様と一緒にやって行っています。私たちがやり始めたので、高校生やライオンズクラブの人たちもやり始め、やり始める前はごみで一杯だった海浜が、今はごみを探すのが難しいくらいに綺麗になっています。テトラポッドの下に潜り込まないとごみが出てこないくらいです。海浜清掃をしていると、スタッフみんなの心がよくなるのです。よいことに心を使うと心がよくなるものです。ラッキーピエロでは皆勤賞くらいしか出しませんが、心が



上磯海岸の清掃

よくなるのが会社としての最も大きな褒美だと思っています。

また、地域の農家の情報発信も真面目にやらせてもらっています。そんなにもいいものがあるならもっと宣伝しようよと、チラシにしてお客さんにも分かってもらうようにしています。あるとき、酪農家から牛乳が飲まれなくて困っているという相談を受けました。その酪農家で5トンもの生乳を廃棄しているとのことでした。私はお客様にどうしたら牛乳をもっと飲んでいただけるか、一緒に勉強をしようよといいました。地域の農家が困っていることがあれば、一緒に課題に取り組んでいくのが地域貢献の第一歩だと思っています。藤崎 これからも知床にこだわってガイドサービスをしていきたい。知床の森に入ったときの心の深いところでの感動を伝えたいと思っています。流水ウォークも、網走のような氷の接岸が不安定な場所ではできないですが、しっかりと固まる知床の氷ならできます。そのような知床にしかない自然の個性というものがあります。

ネイチャーツーリズムのメニューを作るときには、そうした自然の個性を知らないといけないものにこだわっていきたくと思っています。どの地域にも、そこに住んでいないと分からない、住んでいるからこそ分かる「地域のコア」と呼べるものがあります。そういうものを伝えていくことがこれからの観光にとって重要なことだと思っています。

いま、知床の観光はオーバーユースになっているのです。これからは、知床半島だけではなく、東オホーツク全体を知床と呼ぶなど、もっと地域を広げていこうと思っています。その際、地域アイデンティティをつなぐものとして「アロハスピリッツ^{※5}」のような地域の自然に根ざした精神性みたいなものを植えつきたいと思っています。

水澤 人々の夢らしい夢と楽しみこそが重要です。私たちは「道民」に夢を与えることを会社の名前にしていますし、会社の目標でもあります。「道民」と書いて「ひとびと」と仮名を添えて読むようにしています。

三歳の子供の姿が本当の人間の姿だとよくいわれます。三歳にもなるとお母さんのお手伝いをします。そして、お母さんから感謝されるととてもうれしいのです。そういうことを三歳の子供は既に分かっているの

※5 アロハスピリッツ: 幸せや優しさを人や自然と分かち合う、ハワイの人々の友好的な物腰や態度を表す。

です。人の役に立って、ありがとうといってもらるのが人の姿であって、働く上でのモチベーションだと思っています。レラカムイの目標はまさにそれなのです。地元を愛するチームがある。課題もある。楽しみがある。社会に役立つ広告塔になりたいと思っています。仕事は楽しいことだという、プラスのイメージを伝えて行きたいのです。

王 毎年4月13日から3週間、英国のモールブラという町に留学のため出かけます。モールブラの大学では、3週間みんながボランティア活動をするのが必須の重要な課題になっています。それで授業が成り立っているのです。人のために働くことや、役に立つことの楽しさをそこで学ぶことができるのです。そのために、世界中から人々が留学しに来るのです。日本人は私だけで、私は英語が話せないで、いつも友人や地元の人に会うたびにグッドモーニングと大きな声で挨拶するのです。そしたら、そのことで有名になって、みんなが友達にしてくれるのです。

北海道で2週間から3週間滞在してもらえるようなモールブラ大学のようなものができたらと思うのです。それが藤崎さんやっておられる知床だったら素晴らしいと思います。

藤崎 実は今、アイヌ民族の知恵を伝えていきたいと考えています。アイヌ民族は自然にマッチしたコミュニティのあり方を大切にしてきました。シレットコ先住民族エコツーリズム研究会を作って今勉強をしているのですが、もっとアイヌ民族のことを勉強し、アイヌ民族との交流の敷居を低くしていくことが必要だと思っています。

チャシは砦という意味ですが、チャシを巡るツーリズムやさけ・鹿のハンティングなど、それらは先住民が関わって初めてできるツーリズムなのです。



アイヌ民族のガイドによる先住民族エコツアーも人気

佐藤 本日は、貴重なお話を聞かせていただきました。ありがとうございました。

(本座談会は、平成19年6月22日に札幌市で開催しました)

profile

王 一郎 おおいちろう

1942年神戸市生まれ。北海道南地域を中心に異彩を放つファーストフードチェーン「ラッキービエロ」を13店舗展開（創業20年）異体験で驚かす！1つとして同じものがない！お客様と密着する！超個性的な店づくりでわが道を独走する。経営理念「お客様満足第一主義お店はお客様が喜び満足するためにある」をモットーに地域密着で地産地食、環境にやさしい経営を実践。2006年北海道ゼロ・エミ大賞受賞。毎夏イギリスモールブラ大学に留学。函館ボーイズビアンピシャス（BBA）クラブ代表。ボランティアで多数（70回以上）講演活動。趣味はテニス、B級グルメ食べ歩き。ペットはインコ。

藤崎 達也 ふじさき たつや

1969年東京都生まれ。'93年明治大学商学部商学科卒業後、日野自動車販売(株)入社。'96年知床に移住しネイチャーガイドサービス開始。'98年知床ナチュラリスト協会設立。'99年NPO法人として認証。2004年インターネット放送局「ラジオキサラ」設立。主な著書に「自然保護とサステナブル・ツーリズムー実証的ガイドライン」(平凡社)、「北海道ネイチャーツアーガイド」(山と溪谷社)など多数。

水澤 佳寿子 みずさわ かずこ

1962年札幌市生まれ。2004年北海道大学大学院経済学研究科修了、経営学修士学位取得。'83年からテレビ、ラジオなどのリポーターやパーソナリティを経て、'86年個人事業所創業。'88年(株)ワーキンググループ・コティ（現：(株)コティ）設立、代表取締役就任。'92年育児支援事業に進出し、全国約70カ所の保育室を運営。'05年(株)北海道フットボールクラブ（コンサドーレ札幌）執行役員。主な著書に「恋するよう働きなさい」(2004年、小学館)

佐藤 郁夫 さとう いくお

1955年初山別村生まれ。'81年上智大学卒業後、外資系石油会社入社、(株)日本エネルギー経済研究所に留学。'90年(株)北海道銀行地域企業経営研究所等に勤務。'96年札幌大学講師。'99年より2001年にかけて米国ジョージワシントン大学アジアセンター客員研究員、米国バブソン大学アーサー・M・ブランク起業センター客員研究員。'01年札幌大学経営学部に戻り、'03年経営学部教授兼大学院経営学研究科教授。'06年経営学部附属産業経営研究所所長兼務。主な著書に「起業教室」(2005、中央経済社)、「北海道の企業」(共編著、2005、北海道大学出版会)など多数。