

7月には、ロンドンでオリンピックが開催される。4年に1度のビッグイベントである。世界には、オリンピックに匹敵、いやそれ以上と言われるサッカーのW杯が開催されてきた。毎年、バレーボールの国際大会が日本で開催され、一部のテレビ局がジャニーズを応援隊として演出して、観客数や視聴率をあげる戦略をとっている。これらのスポーツイベントはキラー・コンテンツと呼ばれている。また、ナイキやアディダスといったスポーツメーカーのコマーシャル以外にも、多くのトップアスリートが出演している。まさに、そこにはスポーツの経済的価値があり、ビジネスチャンスが生まれてくる。これらに関わって、広告会社やアスリートをマネジメントする会社が多く起業し活躍している。

また、高度経済成長を遂げた日本の社会において、豊かなライフスタイルとしてウェルネスやスローライフなど多様な価値観の上に個性あるライフスタイルが求められてきた。そんな中で、ホノルルマラソンが火付け役となり、国内をはじめ世界中のマラソンイベントに参加する人が増加し、多くのスポーツイベントに参加や観戦を目的に旅行をしている現象「スポーツ・ツーリズム」も登場してきた。

特に、社会では健康志向が進み、健康の上に初めて求めているライフスタイルが成り立つことが痛感され、まさに、健康産業隆盛の時代に入っている。この傾向は、ますますスポーツによる健康関連ビジネスのチャンスを産んでいる。フィットネスクラブやスポーツクラブ、スイミングスクールや太極拳教室など多くのスポーツ関連のビジネスが登場してきた。しかし、日本ではスポーツが教育的側面を持って普及してきた事情があり、ビジネス化を進めていくにはまだまだ意識的な側面の改革が必要である。スポーツは公益性の高い文化であるが、現状では行政がすべて支えることはできない。これから民間と役割分担をして行く時代であり、ビジネスと結びついて発展していくと考えられる。ここでの民間とは、企業や非営利活動法人(NPO法人)を含んだものだ。

私は、NPO法人まつぞのスポーツクラブの理事長をしており、まさに、NPO法人として地域においてスポーツクラブを経営している。NPO法人ではあるが、2名の専従職員とパート職員、そして法人の会員などでクラブ経営をしている。これは、新たなコミュニティ・ビジネスの登場でもあり、これから発展が求められている分野であろう。NPO活動ではあるが、ビジネスであり、経営感覚を持たないと経営が困難になるのは当然である。

スポーツビジネス、特に、地域におけるコミュニティ・ビジネスは、これからは正念場であり、きちんとした経営感覚とその能力を持って参画していかなければ、すぐに崩壊していけだろ。今後、社会から求められている分野であり、真摯な姿勢で経営感覚を身につけていかなければならない。スポーツとビジネスは、切っても切れない関係にあり、多くの人たちにとってビジネスチャンスである。

組織を長く続けるコツ

盛岡商工会議所 岩手県地域ジョブ・カードセンター センター長 泉澤 力

今年の夏は長く暑かった。秋はどこへ行ったらちよと彼岸から一気に秋本番に突入した。季節の変わり目があまりに急激であったせいか、体調を崩した方がたくさん見受けられた。健康管理を侮ってはいけないと感じ入っている。

暑さの盛り、8月30日に(NPO)アイディングさんのご案内で「トークサロン・情報交換会」に参加させていただいた。私の役目は、「継続できる組織づくりと、生き残るための経営戦略」についてお話をしようご依頼があり、つたない経験談として以下の要旨を披露させていただいた。

多くの方は、「何かのために」「誰かのために」役立ちたいという動機や使命感の強い“想い”を抱いて起業をしている。社会への貢献を実践することで自己実現が達成できれば幸いであり、しっかりと継続することで地域社会の信用と信頼が得られることになる。

ところが、以外に多くの起業家が事業(組織)運営で「壁」に突き当たり、いわば経営難になっている、との話を聞く。課題の多くは資金繰りや人材確保などであるが、原因としては“事業活動の市場とのミスマッチ”がその一つとして上げられる。

起業への想いと事業遂行の使命感はゆるぎないものとしてあるが、それを裏付ける経営理念や戦略・戦術が明確化されておらず、事業目的や目標、事業手法などが、メンバーやスタッフに共有されていないといったことがないだろうか。

また、ひとたび樹立した目的・目標も普遍ではない。市場の変化に対応して、自分たちの事業(組織)が我が市場とするステージで本当に必要とされているのか、なぜ自分たちがやるのか或いは実施方法は適切であったかといった検証が不可欠であり、定期的にPDCAサイクル手法(注1)で確認するのも有効な方法だ。

組織の経営品質を高めるにはいくつかのポイントがある。特に人材の確保・活用は重要であり、顧客満足を得るために、事業に携わるスタッフ等の適性や業務能力をより向上させ、それを発揮させる身分の安定を図ることは必須の第一と言っても過言でない。

スタッフ等の体系的、計画的な教育訓練による職業能力開発は経営管理の主要テーマに位置づけたい。教育訓練方法も様々あるが、有期実習型訓練など公的な訓練制度の活用で、効率的かつ経済的な訓練ができれば経営管理面でも有効な手段となる。

いずれにしても、起業の目的が「営利」か「非営利」にかかわらず、起業家(組織)の市場における存在意義を常に確認することが重要で、情報力・人脈力・スタッフ力の総合がこれを可能にすると考える。そのためには、色々な交流会や研修会等の機会を積極的に活用し、情報・人脈アンテナの感度をより向上させることが肝心だと思う。社会起業家の皆様のご奮闘が市場でマッチングし、より多くの組織が持続的発展をされるよう願っている。

平成23年8月に、盛岡八幡町通はブロック舗装・ロードヒーティング・電線地中化・新街路灯と4点セットでリニューアルしました。これを機に、23年9月には「もりおか八幡界隈まるごとフェスタ」と称して、道路完成記念の祝賀パレード・青空市・路上アトラクションなど、実質的には町内会が自ら企画運営した初めての大規模イベントを開催し、無事成功裏に終了することが出来ました。

しかし、これを一度限りの打ち上げ花火で終わらせてしまつては、八幡界隈活性化に向けた道路完成という折角の好機を逸してしまうという危機感を持つ中で、何とか継続的な賑わいを創出できないかと様々な検討を行いました。3回にわたる「まちづくりフォーラム」でのディスカッション・ワークショップ・意見集約を経て導いた一つの結論が「定期市の開催」です。

『 粋と癒しの交差点☆まちなか劇場「八幡」 』

これをまちのキャッチフレーズとして、平成24年は、まずは月1回の定期市をやってみようではないか、という方向で企画をスタートさせました。ところが、最初になかなか決まらなかったのが、「市」の名前。門前青空市、八幡定期市、八幡昼市…どれもピンとこない名前ばかり。そんな時、何かの集まりの折に、とある人物が「やけっぱち」で発した言葉が…「門前市でも、ぽんぽこ市でも、何でもいいけどさー」物事が決まる時というのは大体こんなもんです。「八幡ぽんぽこ市」であれば、名前の型にはまらず何でもできる、子どもたちにとっても親しみのある名前だ、ということで、一気に決定。3月に第1回を開催し、その後6月から11月まで月1回、まずは頑張つて続けてみようということになり、何とか初志貫徹できた次第です。

「大青空市」「路上アトラクション」「まち主体での運営」が八幡ぽんぽこ市の三要素です。大青空市は、しずくいし軽トラ市、盛岡神子田朝市の皆さんなどのご協力もいただきながらスタートし、最近では個人フリマや、アイディングさんなどのNPO団体の出店、そして本来のねらいである八幡界隈の方々の出店も徐々に増えてきました。路上アトラクションは、釜石虎舞、さんさ踊りなどの郷土芸能団体、ストリートパフォーマー、ダブルダッチ、クラウン(道化師)が登場するなど、様々な皆さんのご協力を得ながら楽しさを演出しています。また、町内の行事として毎年継続実施している「流しそうめん」や、世界大会を名乗ることを目標に行っている「雪駄飛ばし競技会」、そして最近では八幡新名物「ぽんぽこ汁」のお振舞などでイベントを盛り上げております。

一方、まち主体での運営といった意味では、事前準備・当日の運営に関与できるスタッフの層がまだまだ手薄であり、イベント運営も手探りでやっているのが現状です。さらに、駆け出しのぽんぽこ市を、いかに地域住民みんなのものとして定着させていくかが今後の大きな課題です。経営も同じことが言えるでしょうが、到達目標とアクションプランを明確にして取り組んでいくことが、今後の成否の分かれ目かと認識しております。

まさに産声をあげたばかりの八幡ぽんぽこ市です。これから少しでも多くの皆さんにかわいがつてもらえますよう、楽しく飽きの来ない「市」、そして少しずつ少しずつ、皆さんにとって必要とされる「市」に成長できるよう、これからも息の長い活動を行ってまいります。

皆さん、日本に助成金を出す「助成財団」がいくつあるかご存知でしょうか？

2011年に行われた調査によると、年間助成総額が500万円以上の財団だけで754もの数があるそうです。〔(財)助成財団センター『日本の助成財団の現状』より抜粋〕

これだけ助成財団はたくさんあるので、それぞれが個々に助成金の審査の形や方針を持っており、よく聞かれる「どのような事業を申請すれば助成金がもらえるのか？助成金申請のコツは何か？」というご質問に何か一般的な答えは見つからないように思えます。ただ、自分の限られた助成金の事業審査を担当させてもらった経験から、以下のことは助成金を申請する上で考えておいていただくと良いかなと思います。

助成財団が助成金を公募する際に出す「募集要項」には、多くの場合、助成財団がその助成金を通じて実現したいこと、もしくは重点をおいてお金を出したい分野が述べられています。「支援の重点項目」「審査の視点」「助成金のねらい」など助成財団により呼び方はいろいろですが、まずはその項目をじっくり読むことが大切ではないでしょうか。

というのも、日本の助成財団の多くは、助成金を全てたした年間総額が5,000万円以下のそれほど規模の大きくない団体が75%近くを占めます。

例えば障がい者に支援を行う助成総額が5,000万円の助成財団があるとしましょう。障がい者福祉における国の窓口である厚生労働省の予算は2012年度一般会計予算だけで29兆円を超えます。厚生労働省を一つの団体と考えると、5,000万円の助成財団は、国の58万分の一の予算しか持っておらず、単純に計算すると国の58万分の一のインパクトしか出せないこととなります。

ほとんどの助成財団の職員は、そのような限られた予算の中で自分達のお金を使って「世の中を少しでも良くする団体を応援したい。」「できるかぎり波及効果があるような事業に助成したい。」と思っており、そのためには限られた分野に自分たちの助成金を集中的に投下したいと考えています。その思いを文字に書き換えたものが「支援の重点項目」なのです。もう少し踏み込んでいうと、「どんなに多くの人に役立つ事業を申請しても、支援の重点項目に合っていない限りほとんど支援はできない」というほうが現実に近いかも知れません。したがって、助成財団に事業の申請を考えられるNPO、ボランティアや公益法人の皆さんには、募集要項の審査の視点をよく読んでいただいて、助成財団の考えを理解した上で申請を出してもらえればと思います。手前味噌になりますが、われわれCANPANのウェブサイトには、NPOを対象にしたデータベースがありますので、それをご活用いただければ嬉しく思います。

助成金の申請作業は骨の折れるものです。(自分たち助成財団側からお願いをしておいて恐縮なのですが…)事業に関する情報(申請する事業の目的、目標、事業内容、予算、事業成果のアウトプット、アウトカム等)から団体の情報(代表者、担当者、連絡先、団体のこれまでの活動実績、分野、マスコミへの露出、情報発信の方法など)まで何十、何百もの項目の記入を求められます。そのご苦勞を考えても、事前に助成財団それぞれの考えと自分たちの事業の相性、マッチングを見極められた上でのご申請を考えられてはいかがでしょうか。

今、雇われるのではなく、自ら事業を起こす女性の起業に様々な期待が集まっています。これまで結婚や出産、介護などを機に仕事を辞めざるをえなかった女性たちが、自ら起業することで自分自身の仕事を生み出し、経済的に自立した存在になる。それにより消費が拡大し、経済も活性化、社会が元気になる。同じような立場の女性を積極的に採用するので、雇用が拡大するなどといわれています。

その実態はどのようなもののでしょうか。中小企業白書によると、女性起業家の個人所得は7割が100万円未満。また9割が従業員を雇用せずに起業しているなど、比較的小規模な起業が多いことが分かります。

起業の動機や目的は「仕事を通じて自己実現を目指したい」、「自分の裁量で自由に仕事をしたい」、「社会に貢献したい」などが挙げられています。その中でも「社会に貢献したい」や「年齢に関係なく働きたい」などの理由が男性と比べて高くなっています。

家庭と仕事を両立するための選択肢の一つとして起業を選ぶ、というのも女性の起業の特徴の一つといえます。例えば起業した女性に対するアンケートで、30・40代の子育て中の世代では、開業場所を選ぶのに家庭の事情を考慮した、開業をきっかけに育児に取り組めるようになったという回答の割合が高くなっています。

そして起業した女性に現在の収入、仕事、生活、ワーク・ライフ・バランスに対する満足度を尋ねると、収入以外の項目では満足度が高まっており、必ずしも収入のみを重視しない、自分が望んでいた仕事や暮らしを実現するために起業している女性の姿が浮かびます。

国の統計によると、起業を希望している女性は約30万人います。しかし、女性は男性に比べて起業する年齢が若く、就業経験も短いことから、資金や経験を得る機会が少なく、経営に関する知識やノウハウを与えてくれる助言者に出会う機会も乏しいなどの課題があります。

身近なロールモデルや、知識やノウハウをサポートしてくれるようなメンターの存在は、起業を成功させる鍵の一つだといえます。自分にあつたロールモデルやメンターを見つけることは簡単なことではありませんが、インターネット上の女性起業家の交流サイトや、自身の起業経験をオープンにしているサイトで情報を得たり、もりおか女性センターをはじめ公的機関などが開催している無料の起業講座に参加するのも一つの手です。

起業に興味、関心を覚えたら、まずは先輩の経験談を聴く講座などに参加し、自分と同じような仲間に出会うきっかけにしてください。きっとあなたの夢を形にする第一歩になるでしょう。

【参考】

中小企業白書(2012年版)

中小企業白書(2011年版)

平成22年度女性起業家実態調査

(経済産業省 H23.3)

本当にこれでいいのか！！ 起業支援する人、起業する人

しわ・まちコーティネット 代表理事
東北ライフ商事(株) 取締役会長

河野 和広

私が起業したのは昭和55年、今から33年前のことでした。サラリーマンから独立したのですが、振り返るとよく33年も続いたなあと思います。しかしそれにはそれなりに準備がきちんとしていたのだと思います。やることが決まり、関係機関に届出をすれば起業ですが、大切なことは起業後すぐに飯が食えるかどうか、継続できるかどうかなのです。私が起業前に準備していてよかったと思うことをいくつか振り返ってみます。

【1】飯を食うため1年間無給でも食えるだけの金を用意したこと。

販売業でも製造業でもサービス業でも、起業した翌月から飯が食えるほど世の中はあまくありません。実際私は、起業後6ヶ月目にはじめて注文をもらいましたが、計画のわずか3%でした。

【2】どんなところでも売れる営業力が身についていたこと。

12年間営業をやっていたおかげで、組織であれ、個人であれ、グループでもそれなりに売るのがついていたこと。物は造れる、お金があれば仕入れも簡単にできますが、商品売る、代金を回収することはそうそう簡単にはいきません。

【3】回転資金の調達が容易にできたこと。

株式会社にするため、私が出せたお金はわずか30万円でした。いろんな人と信頼関係ができていたので出資をお願いしたところ、700万円があつまり運転資金に使えたこと。まずは事務所を借り、車を買って、動けばガソリンがかかり、ボールペン1本も現金が出ていく。

全て前金でしたのでおおいに助かりました。

【4】年間計画は作ったのですが行動計画を優先させたこと。

売り上げ計画等は、机上でいくらでも作れます。ゼロを一つ足すだけですぐいい計画が立てられます。それよりも実際にどこを、いつ、営業するのか、今日はどこを重点に営業するのか、そういう計画を1ヶ月かかって年間計画をたて、実行したことが後から数字やお金がついてきたのではないかと考えています。

以上考えてみれば起業までの準備がなかったら、起業後1年も持たず倒産していたかもしれません。私の時代は、起業支援の補助金などはありませんでした。現代は助成金があるだけ大いに助かると思うのですが、はたして十分に準備期間が取れているのかどうか疑問がもたれます。

今年の補助金だからといってわずか数ヶ月で起業して継続不可になったりしたら、支援した人も起業した人も不幸だと思います。

1年先を見越して起業して、ぜひ継続してほしいものです。

先日とある本を読んでいてとてもびっくりした。というのも、人間の細胞というのは絶えず新陳代謝をしていて、皮膚から肉から骨から、おおよそ2年くらいですっかり入れ替わってしまうのだそうだ。

これはとても示唆に富んだ話だ。例えばこれを企業活動に置き換えてみれば、我々が扱う商品にも流行り・廃りがあり、良く売れる時期と、もうおおよそ商品が市場的にも飽和状態になってきて、売れなくなってくる時期が必ずある。もちろんこの商品に一蓮托生というわけには行かないので、新しい商品を見つけてお客様に提案していく。この繰り返しである。企業としての外見は同じ様に見えるのだけれど、その中身は日々刻々と変化している。裏を返すと、変化し続けること無しに在り続けることは許されないという事なのだろう。

この話を「街」という単位で考えてみればどうか。例えば地元の肴町商店街などは、実は全国でも珍しいくらいに空き店舗が少ない商店街なのだそうだ。これは肴町商店街を構成する個々の企業のため変化に加えて、仮に空き店舗が出たとしても新しいお店・企業がそのテナントを埋めるという新陳代謝が行われている為であろう。実例をあげれば、2013年に新たに肴町へ出店した店舗をざっと記憶を頼りに数えただけでも4~5店舗はある。

仮にこれら新規出店が無ければ街はどうなるだろう。まず見た目には「歯抜け商店街」になってしまうだろうし、一度そのような状態になってしまうと、エリアからお客様が離れてしまって加速度的に空き店舗が増えていくという話も聞いている。

肴町によらず見慣れた商店街や店舗・風景がそこにあり続けるという事が当に、私達が気づかないうちに確実に新陳代謝が起きている証拠そのものなのだ。

この「街の新陳代謝」であるが、中でも取り分け重要なイベントの一つが「起業」である。人間の体に置き換えれば新しい細胞が生成される所にあたるだろう。この供給があるからこそ、人間は人間としての体を保つことが出来る。これは街も一緒である。

お店が一つ生まれれば、我々のような設備工事業者に仕事が出る、店が営業を始めればそこにお客さんが集う、仕入れも発生することだろうから業者も出入りするようになる。忙しくなれば従業員も雇うことになるであろう。また老舗もこれらの新店の活躍に刺激を受けて一層頑張るであろう。

起業は私達が生活する街が「街」であるために、絶対的に必要かつ重要なイベントなのだ。

ビジネス環境が複雑で急速な変容をする現代では、終身雇用制度が前提とする長期間の同一企業の維持可能性は非常に低いため、大学でも新たな経済の担い手である学生への起業家教育が実施されるようになってきました。

今回は私が所属する岩手県立大学ソフトウェア情報学部(以下、本学部)における「起業論」を通じた起業家教育をご紹介します、加えてキャリア選択肢の一つである社会の課題解決に目を向けた起業に関わる今日の状況をご紹介します。

私が担当する「起業論」は、本学部1年生を対象として、起業が多様なキャリアにおける一つの選択肢であることへの理解を目的とした授業です。授業では起業家に加えて起業家支援や事業経営者、関連実務家などさまざまな方々をお招きし、それぞれのご専門に関する講義を受講します。本学キャリアセンターの支援を受けながら、本年度は計11名の方が「地域の学生のためにならば」とお引き受けくださり、実践者としての大変貴重なお話をいただきました。

学生は授業を通じて社内起業や勤め先からの独立などの多様な「起業」のしかたがあることを初めて知り、授業の回を重ねるごとに起業を自身のキャリアの中での一つの「自然な」選択肢として実感をもって捉えるようになっていったようです。

ともすれば親御さんを含め、現在安定している大企業に就職して勤め上げることのみが「よいこと」であると考えがちですが、本学部の学生が卒業し活躍する情報通信産業は、GoogleやApple、Facebookなど個人の力でスタートし、極めて短期間で社会の課題を解決し、世界中の人びとの生活を豊かにすることができる可能性があるため、狭い視野に基づいたキャリア形成ではなく、社会における多様な活躍の可能性に気がついてもらい、新しいことに挑戦する進取の精神をこの授業を通じて学んで欲しいと願っています。

日本でも聴覚障がい者向け手話通訳サービス「ShuR」などの社会の課題解決を狙う起業がさかんに行われるようになってきました。またこれらの支援環境として、「READYFOR」などのクラウドファンディング・サービスを通じた資金調達や、「クラウドワークス」などのクラウドソーシング・サービスを活用した事業運営が可能になってきており、社会起業家の支援環境は整備されつつあります。未来の社会を担う若者が挑戦する対象の一つとして「起業」が視野に入るように、学生の可能性を広げるような教育をめざし、今後も努力していきたいと思っております。

企業にとっての「最上の善」とは何か。企業理念を定める経営層にとって、必ず通らなければならない、そして必ず自分の答えをださなければならない問いです。その答えは、社訓・社是、今なら Vision、Mission、Value で表現されている企業も多く、それらはその企業体の存在意義、社会との約束です。適正な利益を上げながら存続し、その約束を果たし続けることが使命です。

本来、企業は社会から求められる財・サービスを提供し、その売上を様々な管理手法を用い利益を最大化させます。「売上は社会からの評価、利益は知恵の結晶」とはビジネスの基礎概念を包括的に表現しています。「社会」を「顧客」と置き換えても良いでしょう。利益をもたらす顧客がいてこそ、売上利益も上げられる、出資者に還元できる、存続し続けられるのです。P.F.ドラッカーはその著書で『われわれの事業は何か』との問いは、企業を外部すなわち顧客と市場の観点から見て、初めて答えることができる」とも述べています。顧客が納得感を得て等価交換以上の価値を見出さなければ取引は成立しませんが、現代社会においては、その企業または提供される財・サービスがエシカル(倫理的)であるか、という要因も顧客の納得感へ大きく寄与します。

社会起業家の方々だけではなく、既存企業も社会起業家的視点で事業を再構築することは可能だと考えられます。例えば、ジュエリーのデザイン・販売を行う(株)HASUNAIは、資源の調達方法が異なる点において事業を通じて社会問題を解決していく姿勢を打ち出し成長を続ける企業です。従来型の企業も社会的企業も「資源調達、デザイン、加工、販売」という流れは一切変わりません。同じ財の製造販売でもビジネスが完結するまでの過程がより倫理的で善き企業であるかどうかは顧客の納得感に多大な影響を与えているのです。利益追求のあるべき姿を一度見直し、事業を通じて社会問題を解決していくという視点は企業価値の増大に効果があると共に、社会に対して一定の責任を背負う経営層には熟考する価値のあるテーマではないでしょうか。

サブプライム問題・リーマンショックの頃、私は不動産を中心とした私募ファンド運用や自己投資で収益を上げる投資・運用会社に勤めておりました。急激に金融市場が悪化し、担当案件はとん挫、海外不動産も見込売却先が一斉に手を引きました。存続しなければ「善き企業」であり続けることもできないので、誰しもが自己防衛の本能を正当化していました。理想論かもしれませんがどんな不況下であっても、他者を欺くことなく存続し続けるためには、「真に社会から評価され、利益を生む知恵を備えた“善き”企業」を目指さなければなりません。これから起業される皆さんも外的要因による困難に直面することがあるでしょう。そんな時でも自社にとっての「最上の善」は何か、答えがあるのであればそれに従い、社会との約束を守り続けることによって自己実現を果たして頂きたいと願っております。

2040年、テツオ。24歳。無職。

大通をぶらついていたテツオは、携帯型の端末を見て「ったく…なんだよ…」と吐き捨てた。

かつて賑わいのあったこの街は、テツオのような若者がたむろするだけの灰色がかったゾーンになっていた。端末の画面にはユタカからのメッセージ。ユタカとは政府が管掌する「北日本地域再生機構」への就職を共に目指した仲だった。

「元気か？おまえに話がある。18時にウチに来い。」

1年ほど前、就活中は夢を語り合い、地元に残って愛するこの街を蘇らせるんだと息巻いていた二人。しかし、就活の明暗がそのまま人生の色を決めてしまったかのように、テツオは敗北感と喪失感、無力感に包まれていた。10カ月はユタカに会っていない。不意に飛び込んできた文字に、テツオの気持ちはさらに沈んだ。

この地域は河南エリアに65歳以上の低所得者が住み、河北エリアに45歳以下の無職者、富裕層は大型ヘリポートのある玉山エリアに住み分けされている。

市の人口は25万人弱。構成の半数以上は60歳以上だ。県としては100万人を割り込んでいく。40代の労働意欲は特に低く、中年引きこもりが社会問題になり治安は悪化。生活保護、年金、医療、治安維持など公的なサービスは破綻。「小さな政府」の傾向は年を追うごとに加速し、2極化を生む弱肉強食の社会が20年足らずでできあがった。意欲ある若者の大半は東京を目指す。そんな時勢にあってテツオやユタカの存在は地方にとって貴重だ。

約束の10分前、テツオはユタカの家の前にはいた。背中から声がした。「まあ、上がれよ」。久しぶりに見るユタカの顔からは以前と変わらない笑顔があった。かつて時間を忘れて過ごした部屋に入ると「お前、社長やらないか？」とユタカが切り出した。続けてテツオが得意だったマーケティングの技術と、イベント制作能力、同世代を引き付ける魅力を活かして、地域活性化のプランニング会社を立ち上げようと熱っぽく語った。さらに助成金をカットした代わりに、金融機関へ低率の起業家融資枠の大幅増加を打ち出し、一定量の貸付義務を課したという政策の説明もした。テツオは熱意を呼び覚まし、ユタカの話の前めりで聴いていた。

起業家への道に一步踏み込んだ――。

起業がやる気ある若者の受け皿になれば未来の地方を救うかも、という想像の世界。

若者の独立心と興味のアンテナを育むことが急務だと考える今日この頃です。