

SANJO ROTARY CLUB

三条ロータリークラブ

週報 No. 25

2014.1.8 (No.2763)

第2560地区ガバナー／山崎 堅 輔
 会 長／丸山 行 彦
 会長エレクト／高橋 司 (クラブ奉仕A)
 副 会 長／五十嵐晋三 (クラブ奉仕B)
 幹 事／船越 正 夫
 S A A／野崎喜一郎
 会 計／若槻八十彦

例会日／毎週水曜日12:30～
 例会場及び事務局／
 三条市旭町2-5-10 三条信用金庫本店内
 例会場／TEL 34-3311
 事務局／TEL 35-3477 FAX 32-7095

E-mail : sanjo-rc@cpost.plala.or.jp
 http://www.soho-net.ne.jp/~rotary/
 (へはshiftを押しながら“へ”のキーを
 押してください)

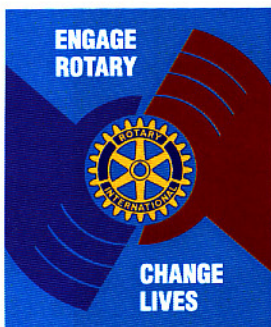
■本日の出席会員数:56名中48名
 ■先々週出席率:88.46%

【ゲスト】

・三条市長 國定勇人 様

【ヴィジター】

・米山奨学生 チャン・ナム・ソン君



「ロータリーを实践し みんなに豊かな人生を」

2013～2014年度国際ロータリーのテーマ



会 長 挨拶

丸山行彦 会長



皆様、明けましておめでとうございます。
 今年の正月は雪もあまりなく穏やかな
 日が続きましたが、皆様さぞ楽しいお正月
 をお過ごしになったものと思います。

本日は三条市長 國定勇人様をお迎えし
 ての新春例会です。國定様、公務の忙しい
 中をお越しいただきましてありがとうご
 ざいます。後ほど卓話よろしくお願い致します。

米山奨学生 チャン・ナム・ソン君がこの3月で卒業です。
 就職先も決まらせておめでとうございます。

私の会長としての任期も前半が終わり、今日から後半にな
 りました。半年はあっという間に過ぎたような気がしますが、
 これからの半年を考えると身が引き締まる思いがします。無
 事勤め上げるよう精いっぱい努力して行きますので、よろし
 くお願いします。

今日の卓話は盛りだくさんの話があるそうですので、たっ
 ぷりの時間を取りたいと思います。予定していました誕生日祝
 は来週に延ばさせて頂き、会長挨拶は短くし終わらせて頂き
 ます。

幹事報告

船越正夫 幹事

◎山崎ガバナー事務所より

「2013-14年度 地区補助金臨時費の申請受付について」
今年度の補助金枠の中で、臨時費として1万ドルがございますので、今年度中に実施できる緊急性のある奉仕活動がありましたら、1月17日(金)必着で補助金申請書を提出してください。

◎佐々木ガバナーエレクト事務所より

「2014-15年度 会長エレクト研修セミナー (PETS)のご案内」

日 時 2月22日(土) 受付 9:30~10:00/
セミナー 10:00~16:00/
懇親会 16:00~17:30

会 場 JA越後おぢや「グリーンパーク」

出 席 2014-15年度 会長予定者・幹事予定者・ガバナー補佐

◎佐々木ガバナーエレクト事務所より

「地区奨学生・グローバル補助金奨学生募集ポスター」が届いております。

◎地区青少年交換委員会より

「青少年夏期交換派遣学生募集開始のご案内」

交 換 先 ドイツ

派遣期間 2014年8月初旬出発 約3週間ドイツでホームステイ

受入期間 2014年7月中旬頃より約3週間

募集人員 4名

受付期間 2014年4月30日までに申請書および在学証明書を提出

◎ロータリーの友事務所より

「ロータリーの友【電子版】のご案内」

ロータリーの友【電子版】が1月中旬より配信されます。

◎いからしの里より「クリスマスプレゼントの御礼」が届いております。

ニコニコBOX

丸山行彦さん

新年明けましておめでとうございます。
國定市長様、卓話ありがとうございます。

杉山幸英さん

明けましてお目出とう御座居ます。本年もよろしくお願い申し上げます。

例会で年賀をさせて戴きます。ハガキ代×58名+2。1名は事務局です。

中村信一さん

新年おめでとうございます。今年も寺泊で元旦寒中水泳を行いました。50才から4回目、無事に冷たい海水、寒風の中今年一年頑張れると思えました。

熊倉昌平さん

國定市長様を歓迎申し上げます。本日は卓話ありがとうございます。益々のご活躍をお祈り申し上げます。

渋谷健一さん

新春を賀し國定市長様を歓迎申し上げます。

石橋育於さん

皆様新年おめでとう御座居ます。本日は國定市長様をお迎えしての卓話大変ありがとうございます御座居ます。丸山会長、船越幹事、後半もよろしくお願いいたします。

中村和彦さん

新年おめでとうございます。

除雪もなくよい日が続きます。市長の卓話楽しみです。

野地貞儀さん

明けましておめでとうございます。穏やかな新年となり、ほっとしております。風、雪、雷が少ないことを祈念しております。

米山奨学生ソン君から素敵なプレゼントをいただきました!



関川 博さん

年末、年始に嬉しい事、楽しいことが沢山ありました。ハッピーな1年になりそうです。

國定三条市長、卓話楽しみです。

樺山 仁さん

明けましておめでとうございます。今年のクラブライフを楽しみましょう。

本日の國定市長様の卓話に期待して。

菊池 渉さん

新しい年を迎えたのに新しい気持ちになれないまま新しい年を迎えました。

渡辺良一さん

昨年は大変お世話になりました。今年もよろしくお願ひ致します。

金子俊郎さん

明けましておめでとうございます。今年が良い年でありますように！

國定市長、卓話ありがとうございます。

五十嵐博宣さん

卓話ありがとうございます。

よいことがありました。スマイルボックスに協力いたします。

川瀬康裕さん、 小林敬典さん、 大沼公成さん、
中林順一さん、 渡辺勝利さん、 五十嵐昭一さん、
明田川賢一さん、 野崎喜一郎さん、 伊藤寛一さん

あけましておめでとうございます。

本年もよろしくお願ひ申し上げます。

小越憲泰さん、 山田富義さん、 船越正夫さん、
佐野勝榮さん、 成田秀雄さん、 荻根澤隆雄さん、
若槻八十彦さん、 米山智哉さん、 五十嵐晋三さん、
吉井直樹さん、 外山雅也さん、 加藤紋次郎さん、
斎藤弘文さん、 歸山 肇さん、 松永一義さん、
会田二郎さん、 小出子恵出さん、 阿部吉弘さん、
西山徳芳さん、 木村文夫さん

あけましておめでとうございます。

本年もよろしくお願ひ申し上げます。

國定市長様、本日は卓話ありがとうございます。

1月8日分 ¥ 57,000

今年度累計 ¥ 834,100

財 団 BOX

松永一義さん

12月24日6人目の孫が生まれました。男5人、女1人の孫のじいさまになりました。

1月8日分 ¥ 3,000

今年度累計 ¥ 3,000

卓 話 「新春例会」



三条市長 國定 勇人 様

改めまして皆さん、新年明けましておめでとうございます。

ご紹介いただきました三条市長の國定でございます。本年もまた恒例となっております三条ロータリーさんでの卓話ということ

とで、お話しする機会をいただきましたことを心から感謝申し上げます。

また、旧年中は三条市政全般にわたり、本当に深いご理解と、ご協力、ご尽力を賜りましたことに改めて感謝申し上げます。今年も更なる三条市政発展の為に微力ながら尽くして参りたいと思っております。引き続き、皆様方からのご指導をお願い申し上げます。

毎年申し上げていると思いますが、この時期が一番話しづらい時期であります。というのは、昨日から本格的な予算編成作業がスタートしまして、あと一か月で来年度の三条市政全体の骨格を決めていくための最終コーナーを周っていくという状況になるので、ネタとしては一番枯渇をしている状況であります。そういう来年度こうしていきますということが一番言いにくい状況になっている中で、どんな話をしていこうかなと思っております。

今日は限られた時間ではありますが、一言で言うと「観光」について、今三条が取り組もうとしていることとお話しさせていただきたいと思っております。

改めてですが、「観光」という言葉を私は実はあまり好きではありません。どうしてかと言うと「観光」という言葉は本来の意味は、光を観るですから、良さを拝見する、学ぶ、知る、全てを取り込んだ本来の意味ではものすごく広い概念なのですが、観光という言葉は馴染み過ぎていて、私たちが「観光」という言葉を聞くと何となく団体旅行と近い関係に感じてしまい、大勢のお客さんを大量に、一度にお招きするというイメージにどうしても走りがちなので、そろそろ新しい単語が欲しいなと思っております。もし新しい概念を皆様方の中で思いついた際は、是非ともご提案をいただければと思っております。私の方では、私の乏しい語彙能力の中では、「交流」という言葉が今三条が取り組もうとしていることに最も近いかなと思っております。ただ「交流」という言葉では、今度は弱過ぎてしまうので、やはり「観光」に戻すということの行き来をしているということで

あります。つまり、何を申し上げたいかというところから先のがまちの行く末を考えると、もちろん「ものづくりのまち」ですから、その「ものづくり」は機能強化していかなければならないことはもとよりですが、その伸びしろとして、まだまだ未改革の分野というのは、いわゆる観光領域をどのように育て上げていくのかということが、伝統的な観光の後進地である三条においては非常に大きな魅力になりますし、ここを取っ掛かりにすれば、三条をPRすることができるどころか、実際にお客様に三条に来ていただくことができるようになりますと、改めて気付きを得ながら今取り組みを進めているところでありませぬ。

話をもう一度観光そのものに戻していきたく思います。観光イコール日帰りも含めた旅行と狭い領域での定義付けをいたしますと、今の国内の旅行需要は、いわゆる団体旅行と言われるツアーに申し込んで行く、或いはみんなで集ってどこかに行くというような旅行は、金額ベースで見ますと10%くらいしかないわけです。残りの90%はどういうスタイルかと言うと、個人旅行です。ふと気付いた時に一人で、或いは家族で、友人で、恋人で行くと、それが90%を占めるという状況になっているわけで、これからの観光は、観光バスを連れてくるというのは既にナンセンスの話に陥っていて、いかに「個」の人達に対して訴えていくのかということが非常に求められている時代になってきているということでありませぬ。

ただ、これは非常に難しいです。要するに人というのは価値観が多様です。それぞれ嗜好が違いますので、どこに訴えていくかということが非常に求められていくわけです。蛇足ですが、今の大学生から20代前半くらいまでの若者の間では一人旅行が流行っているそうです。恋人がいても泊まり掛けの二人の旅行というのはほとんど好まないそうです。

つまり、それだけ価値観が変貌し多様化している状況の中で、いかに顧客にしっかりとアプローチをしていくかということが求められるということでありませぬ。私たちがやっつけようと思っている作業の、その結論を申し上げますと、ニッチでディープな世界に対してギュッと絞り込んだ戦略をやはり打って出るべきだろうと思っています。

個人が多様化していて、個人中心の旅行が観光の大枠を占める今日において、マスを目掛けて商品売って出る、または何かを仕掛けていくというのはほぼ絶望的、要するに「虻蜂取らず」になるわけです。誰の心も捉えることが出来ずに、薄っぺらい状況の

一つに埋没してしまうことになりかねませぬから。であれば、結果としては100人の内5人にしか響かないことであっても、確実にその5人の人達の心を巧みにつかみ取って引きずり込むということを意識的にしていかないと、交流人口の拡大、古い言葉でいうと「観光」というものが活性化できない。とりわけ認知度の非常に低いこの三条においては、ニッチでディープな専門的なところに深く入り込んでいかぬ限り、他の知名度の高い観光地には勝てないのではなからうかということでありませぬ。

では、ニッチでディープな世界観をどのようにチョイスしていくのかということになるわけですが、やはり嘘、偽りはすぐにばれてしまひます。今、B-1グランプリが流行っていますが、あれの大多数は、基本的には何も社会背景や文化背景の無いものが多いです。ちなみにB-1グランプリって、ラーメンやうどんはほとんどありません。どうしてか分かりませぬか？ 答えは提供する時間が掛かるからです。箸の重さで優勝を決めていきますので、提供杯数がどれだけ多いかということに勝負がかかるので、もつ焼きや焼きそばなど、すぐに提供できるものが多いわけです。何が言いたいかと言うと、B-1グランプリで名を馳せている地域というのは、そういうことを見抜いて商品開発をします。全くその土壌とは関係のない形で焼きそばが無理やり作り出されたり、もつ煮込みを無理やり作り出しているということになるわけです。一時は流行るかもしれませんが、長い目でみるとすぐ見抜かれてしまひます。では、三条の場合はどうかということを見ると、三条が古来持っている優れた魅力に磨きをかけて訴えていくということがとても大切になるわけです。では、三条が訴えかける魅力とは一体何なのかと考えていくと、先ずは何と言っても365日この言葉を使わない日は無いと思いますが、「ものづくり」これにまずは焦点を当てていく必要があるだろうと昨年からはじめたのが、「燕三条 工場の祭典」というものでござひます。「三条はものづくりのまちです」と言っていますが、未来永劫このまちが「ものづくりのまち」であることは誰も保障していないわけです。それを確実に担保するために何が必要かということ、子ども達に「ものづくり」のDNAを確実にバトンタッチすることです。私は残念ながら10年しかこの三条の地で生活していませんが、恐らく皆様方が子どもの時には普段通っていた小学校の何気ない通学の道中でも、或いは大人に成長していく過程の中でも「ものづくりのまち」だと感じ取ることが普通に出来ていたと思います。でも、少なくとも私がお世話になっている

この10年間を見ますと、余程意識をしない限りはこの町が「ものづくりのまち」だと感じ取ることは出来ません。

子ども達が家から小学校や中学校まで通う毎日の生活の中で「ものづくり」というものを感覚として感じ取ることはまずありません。これは仕方がないことなのです。昔から公害の問題があったり、住居との間での騒音問題があったり、匂いの問題があったりという状況の中で意図的に隔離をしていかなければならない。物理的にそこに存在していたとしても、その存在が外部には見られることのないようにしていく取り組みをしてきた結果、実はこの町から「ものづくり」の匂いというものがほとんど消えてしまっているということでもあります。

ですから、これから取り組もうと思っていることは、観光を引き寄せるということもその一つですが、同時に子ども達に人為的に「ものづくり」のDNAを確実にバトンタッチしていくために、感じ取ってもらえる場面をしっかりと作っていきたいという思いもあり、「燕三条 工場の祭典」というものを作りました。でも、この「工場の祭典」というのは、三条に対する愛着と誇り、三条ってすごい町だねと自信を持って対外的にアピールしていきましようということに尽きるわけですが、私たちは当たり前だと思ってもその情報を受け取る側には、100も1,000も10,000もある情報の中から、三条は「ものづくり」だということをまずは認知をしていただかなければならないわけですから、それに相応しい情報を提供していかなければならないわけです。

そして、ニッチでディープな「ものづくりマニア」から関心を持ってもらい、その上で「行こう」という行動を起こさせるということを考えると、相当仕掛けが必要になります。しかし、私たちにはそれをする能力がありません。あればとっくにやっているわけです。今まではそういうことをいくらやっても出来なかったということは、やり方が間違っていたということであって、そのために、東京で活躍されているメソッドの山田遊さんというバイヤーさんにコンサルをお願いし、要するに、工場見学なんですけど、工場見学と言ってしまうと魅力がなくなってしまうので、「ニッチでディープなファン層に対して訴えていくのかということ全部デザインしてください」とお願いしたわけでございます。

その結果、例えば全体のイメージですが、基本的には白いトーンでピンクとグレーを挟み込むデザインも山田遊さん達県外勢の方々のアイデアでありまして、私たちが「ものづくり」といって打って出る時、

例えば三条商工会議所さんの三条ジャパンで打って出る時にはどういう色合いでいくかということ、真っ黒と真っ赤なんです。それは鍛冶屋さんの象徴ですから、そのとおりでいいと思います。でも、それは相当プロな世界に入っていけばその黒と赤というのは良いのですが、逆に言うともものすごくカラーが強過ぎてしまうので、とかく敬遠される可能性もあるわけです。

そういうことを考えていくと、ニッチでディープな世界の人たちに届くためには、まず柔らかい印象でハードルを低くして、足を踏み込みやすいような色やデザインにしてゆくべきだということで、赤よりも柔らかいピンクにし、黒よりも柔らかいグレーにして、その組み合わせでまずこの「工場の祭典」というものの印象を統一していくことから始めたところなんです。

それからターゲットについても、これまでは、私たちが何かに取り組もうとする時に新潟県の外に出ることがほとんどなかったわけですが、ニッチでディープな人たちというのは、数が限られています。100人いれば2人か3人の方が「ものづくり」に対して非常に深い関心を持っているわけですが、97とか98人の方たちはそんな情報を見ても行動変容を起しません。ですから、新潟県内だけではたいした人数が集まらない。そうすると、やはりターゲットというのはせめて首都圏、出来れば国内、というところを狙いつつ、プラス首都圏や海外のバイヤーさんに対しても捕捉力のあるようにしましょう、ということにいたしました。

それから、工場見学は他の都市も結構行っているのですが、私たちが志したのは、「いつでも来ていいですよ」ということです。他ではツアー形式にしているのでも、何月何日何時にここへ来てくださという形で、個人旅行からしてみるとものすごくハードルが高くなってしまいますので、「ある一定の期間であれば、いつ来ていただいても必ず見ることができます」ということを心掛けることにいたしました。

また、ニッチでディープな世界の人たちに情報を確実に届けるために最適な手段というのはWeb、インターネットです。しかし、今のホームページを作るインターネットというのは、ニッチでディープなファン層の人たちには絶対に届かないです。

必要なことはまず、SNSです。つまり非常に閉ざされた、ツイッターとかフェイスブックとか、自分自身にとって信頼のおける方々が発する情報についてのみ信用するというのが、今の日本人の典型的な判

断要素になっていますので、そこをつついてゆくと
いうことと、「ものづくり」に強いこだわりを持って
いる方々というのは、「見るべきサイト」というのは
結構限られているので、そこから情報発信してい
こうということの2点に集約して宣伝を繰り返し、当
日を迎えたということです。そして当日の様子もこ
んな感じでやってますということもあわせて発信し
ていったということでもあります。

結果、来場者が1万人程度で、実に県外客が40%
を占めました。私たちのこれまでの取り組みで、県
外客40%ということはほとんど無いと思います。こ
れは先程申し上げたように、殆ど「Webの力」だ
と思います。

私も実際に何人かの県外のお客さんとお話しま
したが、100%フェイスブックが、もしくはある限ら
れた情報発信をする有名な、いわゆるミニコミ的な存
在のサイトのどちらかの情報を入手して来場された
ということでした。

更に、ニッチでディープなファン層ですから、私
たちから見ると信じられない行動を数々起こしてい
くわけです。例えば、ある50代の女性が一人で2泊3
日で泊まり込んで、「燕三条 工場の祭典」で出来
限りの工房を見て行かれた方がありまして、その方
は初日に、とある工場に行って鋏を10本買ってき
ました。でもその人は美容師をしている普通の主婦
なんです。市民農園で使うお洒落な鋏がどうしても
欲しかったということで、10本も買ってどうする
かというと、美容師仲間がみんな家庭菜園をやっ
ているので、どれが一番良いかみんなで試すため
に10本買ったのだそうです。

あるいは、「ものづくり」の魅力に取りつかれて、「私
はここに就職をしたい」と思った人もいます。その
人は、「工場の祭典」が終わった今でも居座り続け
て、とある工場に「どうしてもここに就職したい」
ということで、毎日通っているのですが、毎日断ら
れているそうです。その人は京都の方だということ
ですが、少なくとも12月の下旬までそうして三
条に居られたようです。

このようなファン層の人たちが、1万700人に
のぼる来場者だと言えるわけですから、その人数
よりも破格なお金を落とす可能性があり、非常に
強いこだわりを持ってこの地域に対する有難味
を感じとっていただいているということでありま
す。また、メディアについても「朝ズバッ！」等々、
全国メディアで41件も取り上げられました。です
から、経済効果額全体では3億円位はあったと
いうことです。

とにかく色々な方々が来ました。今度、ミラノ
でこの「工場の祭典」をぜひとも紹介してほしい
というお話がありまして、今年ミラノの祭典に出
張してきましょうということまでできています。

それから、在日外国人が読むジャパントイ
ムズという新聞にもこの「工場の祭典」が取り
上げられました。どうして取り上げられたかとい
うと、オランダ大使館の方が来られて、これは
面白いということで、ジャパントイムズの記者
に「絶対これは記事にした方がいい」と言っ
ていただいた結果、取り上げていただいたとい
うことで、この「燕三条 工場の祭典」は初
回にも関わらず、国内はもとより海外に対
しても関心を引き出す結果になったのであり
ます。

今日一番話したかったのはこれなので、かなり
時間を割きましたが、では今年はどうするの
かといいますと、もちろん「燕三条 工場の祭
典」は続けていきますが、冒頭申し上げまし
た「ものづくりのDNAを次の世代に確実にバ
トンタッチする」という目的については、実
は今回失敗しております。

殆ど子ども達は参加していませんでした。多
分これは仕掛け方が大人向けで、子どもに
対する訴求力が無かったということです。今
年は出来れば、大人向けの「燕三条 工場の
祭典」に加えて、子どもにターゲットを絞
って、東京に「キッザニア」という子ども
向け体験施設があるのですが、あのような
世界観を協力を仰ぎながら仕立て上げて「
子ども向けの 工場の祭典」というもの
を作りたいと思っております。

このような「産業、ものづくりに着目した
観光の取り組み」に加えて、もうひとつ昨
年力を入れて取り組んだのが、オーソド
ックスなものです。下田の自然を生かした
観光」ということでもあります。

時間がありませんので「八十里越の体感バ
ス」についてだけお話しをさせていただきます。
みんな、やろうと思っていることは一緒
なんです。つまり自然だけでやろうとす
ると日本中の観光地の中では勝てない
のです。

それで何を指すかというと、不便な所
に入り込む、普段入ることが出来ない
所に入り込むという、ニッチ過ぎる
世界観、ものすごく視野狭窄だけれ
ども、それによって非常に貴重性が
高まっていく、ということを取
ってニッチでディープなファン層
に働きかけてゆく。

同時にもう一つ、ファン層として狙
っているのが「社会インフラおたく」
というファン層であります。た
えばダム建設現場など大きい工
事であればある

ほど喜びを感じながら見る人がいるんです。このような人たちを巻き込みながら、結果的に三条の魅力というものを伝えていきたいと考えています。

テーマは、単なる自然だけでなく、歴史が好きな方々も引き込むために、溢れる自然と歴史ロマンというところに働きかけをしていきながら、現代技術に対しても魅力を感じていただくということでもあります。

八十里越は、確認できるだけでも1万5千年前から、三条と只見の交流がありました。“杉久保型ナイフ形石器”は、下田と只見でしか出ていないということは、この間に確実に交流があったという証拠になるわけですが、以来ずっといろいろな歴史があるわけでもあります。そうした中で、「未来へつなぐ土木技術」ということでファン層にも有難味を持っていただけではないかと思っています。

私たちが下田郷の八十里越体感バスツアーを通じてつくり上げたい世界観は、上高地のようなイメージです。上高地は自家用車が入りません。必ずバスに乗り換えて入って行く。その貴重性がその奥の豊かな自然景観に加えて、上高地の魅力を実力以上に高めていると思っています。

八十里越も同じように、閉ざされた空間をちょっと広げていくという作業を続けることによって魅力を高めていきたいと思っています。

ですが、ちょっと狭め過ぎました。非常に多くのキャンセル待ちを余儀なくされたのですが、本当は風穴を絞りたいと絞ったのではなく、工事現場に入り込むことですので、工事を担当している国土交通省の許可が必要になります。

週に2回、1日1便の制約の中で1,300人しか利用できませんでしたが、これを2倍の午前便と午後便を出せるように国土交通省と交渉しております。これが叶いますと今年からは2,600人の枠になりますので、多くの方から希望の日にご参加いただけるようになると思います。詳細が決まりましたら、ぜひ八十里越を体感していただきたいと思います。

今日は、かなり観光に絞り込んだお話をさせていただきましたが、来年度予算に向け、他にもさまざまな取り組みをしていきたいと思っております。

三条小学校区「スマートウェルネス」の取り組みについては、三条給食調理場を今年解体しまして、そこに全天候型の広場をつくっていきたく思っております。そうしたことを含めて、今年はまだ様々なチャレンジの種を撒き続けていきたいと思っておりますのでございます。

この一年、皆様方にとりまして素晴らしい年にな

りますことをご祈念申し上げ、三条を少しでも良いまちにしていくために引き続き邁進していく所存ですので、皆様方のご理解とご協力を切にお願い申し上げます。ご清聴いただきまして誠にありがとうございました。

例会の様子



次週例会 1月22日 「外部卓話」
三条商工会議所 会頭 斎藤弘文様

次々週例会 1月29日 「外部卓話」 (株)相田合同工場
代表取締役社長 相田 聡様

