

(No. 31)

事例名	よろずや余之助
地域	群馬県太田市
実施主体	NPO法人 よろずや余之助 (会長 桑原 三郎)
活動要約	高校の同窓生を中心としたシニアが、経験豊富な専門業務に携わる会員として地域の様々の問題解決と活力あるまちづくり活動を展開
主な分野	「コミュニティビジネス」・「趣味」・「学習」・「介護・ケア」
主な関係者	運営者：桑原三郎を中心に相談員 10 数名 (50～70 歳) 会員：約 100 名 (50～70 歳) イベント参加者：週に約 30 名 (歌声喫茶や店利用者 40～80 歳)
キーワード	コミュニティビジネス／よろず相談／歌声喫茶／映画／学習／物販

■活動のきっかけ・経緯

- ・桑原三郎氏が県立太田高校を卒業就職後に地元に戻った時に、色々な職についている同級生と奥様を含む約 20 人の「梅田クラブ」という懇親会を結成し定期的に集う中で強い絆が出来上がった。
- ・やがて地域社会の高齢化や町の衰退で起こる問題や生活する中で起こる困ったことを、メンバーが保有する専門知識を活かしてなんとか問題解決できないか、そしてみんなが良好な環境のもとで元気に安心して暮らしせる活力のあるまち作りに寄与したいと考えて、市内に専用の活動場所を設けて 2002 年 12 月に NPO として「よろずや余之助」を設立した。
- ・その後それぞれの職業や専門的な経験を活かしたよろず相談事業を中心に運営しつつ喫茶事業や教育事業に拡充させて、今では全事業に携わる登録会員は 60～70 歳を中心に約 100 名に増えている。
また定常的な事業運営の収支は採算が取れており順調に運営している。

■活動内容

- ・よろずや余之助の活動場所は太田市内の静かな場所にあり、一見すると普通の喫茶店で、駐車場もあり専用の建物で、利用者は NPO の活動拠点というより、楽しく集える憩いの場と思っているようで、気軽に利用しやすい雰囲気を感じられる。



<よろずや余之助>



<代表の桑原三郎氏>
(コーヒーは自家焙煎で美味しい)

◆相談事業■

- ・よろず相談は「誰でも、何時でも、どんな事でも気軽に相談できる」ことをコンセプトに無料でっており、相談員は機敏に対応出来る統制の取れた異業種専門家集団である登録会員 100 名の中から相談内容に合ったメンバー10 数人が対応しており、どのような相談でも解決できる体制で実施している。相談日は、毎週火曜日と土曜日の 14 時～16 時に予約制で行っている。
- ・相談件数は、年間約 150 件で、ゆっくり増加する傾向にある。
なお仲介し請け負った仕事は、手数料として総額の 5%を頂いている。



<気楽に何でも相談できる>



<新聞のよろず相談の広告>

- ・相談は無料であるが解決のために工事が必要であったり、専門的な手続きが必要な時は、各部門の専門家が責任を持って対応する。

その職業・保有資格は、医師、弁護士、税理士、歯科医師、不動産業者(宅地建物取引主任者)、建設業者(一級建築士)、中小企業経営診断士、エクステリアメーカー及び施工業者、学習塾経営者、行政書士、測量士、社会保険労務士、PC インストラクター、知的障害児童教育専門家、銀行員、飲食店経営者などで、相談の内容は、主に建物補修関係(家の内外共)、法律相談、税に関する相談、人間関係(親子・隣人等)相続に関する相談等が多い。

- ・自治体の支援や地方新聞にも掲載認知されつつあり「よろずや余之助」の看板は大きいという。

◆喫茶事業■

- ・喫茶事業には、喫茶・軽食の他に、物品販売やお手軽公民館がある。
- ・店内に入るとすぐ 30 人程座れる喫茶・軽食スペースがあり、憩いの場には美味しいコーヒーが最も大切とのこと、毎日必要なだけ自家焙煎する本格的なコーヒーを 1 杯 250 円で提供してくれる。
- ・この場所を利用して、定期的に歌声喫茶やフォーク喫茶や映画喫茶などが開催されている。
- ・歌声喫茶は、月に一度第 4 土曜日に午後 2 時～3 時半まで開催され、お茶・ケーキ付き 500 円の会費で 50～80 歳の方が 30 名ほど市内と隣接市から参加している。男性参加者が 5～6 人いて楽器伴奏指導の男性 3 名を含め、男性高齢者参加率の高いことが特徴的である。



＜歌声喫茶＞



＜高齢の男性が伴奏＞

- ・ 歌声喫茶は、音楽の元先生の指揮でキーボードとギターとアコーディオンの伴奏により、歌集から選んだ歌をみんなで歌うもので、参加理由は昭和40年台に流行って楽しかった新宿の歌声喫茶を懐かしみ、また別日に開催されるフォーク喫茶に参加してからが多く、高齢になり自由な時間が取れるようになったので参加しており、余之助以外で開催される歌声喫茶にも積極的に参加しているようである。
- ・ 男性の参加のきっかけは、もともと歌うことが好きという理由が多い他に、フォーク喫茶や映画喫茶に参加してから開放的で来やすいので参加するようになったとのこと。
- ・ 入り口付近に物販事業ブースがあり、趣味で作っていた商品やおやきや化粧品など他で入手しにくい健康や安全に気配りしたこだわりの商品で人気が高く、経営的にも貴重な収入源となっている。
- ・ 喫茶と隣接してお手軽公民館事業の部屋があり、10名程度までの集会所として打合せができる。またここは、利用者の作品を展示するギャラリーにもなっているほかパソコンも用意されている。

◆教育事業

- ・ 教育事業としては、自治体や一般の施設では学習支援の難しい、知的障害児の能力開発を手助けする学習塾「かんがるうクラブ」を専用の部屋を設けて開設している。
- ・ 相談員の中には知的障害児童教育の専門家があり、適切な学習が実施できる体制を整えている。



＜かんがるうクラブ専用の部屋＞



＜学習に十分な広い部屋を用意＞

■ポイント・工夫している点

- ・相談解決にボランティアが必要なときは「太田NPO協議会」や「社会福祉協議会」の協力を仲介する他に、太田市役所、太田商工会議所、太田NPOセンター等の支援も取り付けてある。
- ・相談員は、気分をリラックスさせて気楽に会話しながらできるようにすることが大切で心掛けている。
- ・こだわりの商品探しや広報では地元の新聞社「おおたタイムス」の協力を得ており、物品販売は重要な収入源になっている。
- ・運営は、有償を基本としてきており物販収入などを含めて、定常的な助成を受けずに赤字なく行ってきた、しかし映画喫茶の映写機のような設備の高額なものは都度何らかの助成を受けて揃えるようにしている。
- ・開設以来、楽しめる企画を色々と実施して来ており、例えばアーティストを招いてのミニコンサートや、現在の場所にこだわらず他の施設を借りての「おやじの学校」男達の料理教室など、有償だが男性が参加しやすいイベントも行ってきた結果、今は男性も抵抗なく参加出来る楽しい場となっている。
- ・各種イベントの企画・アイデアなど発案は、何らかの集う場で参加者からもらい、とにかくおもしろいこと楽しくやろうという何でも実施してみる考え方でやってきた。

■課題と今後の展開

- ・高齢者の中でも団塊の世代を中心に今後激増するので、定年後の居場所と出番にこのようなNPOの活動は重要で、今が広めて大きく伸ばす時期で急務と感じている。
- ・活動の中で最も大切な点は、人と人のコミュニケーションを取ることが必須で、行政ではできにくいところではあるが、相手を和ませる会話の教育が必要と強く感じる。
- ・余之助は、同級生という何でも言い合える強い絆で結ばれた仲間の集まりであり、現在の取り組みをそのまま拡大していくことは考えていない。

同じような居場所をつくるには、その場所や集まる人々が自分達の共通した意識や価値観を持ち、新たに立ち上げて欲しいと期待しており、実際に隣接した伊勢崎市では青年会議所の仲間が開設準備中で、余之助の現状や開設について桑原氏が講師として説明しサポートしている。

連絡先	NPO よろずや余之助（会長：桑原 三郎） 住所：群馬県太田市浜町41-1 電話番号：0276-46-6887 メール：info@yonosuke.or.jp
-----	--

(No. 32)

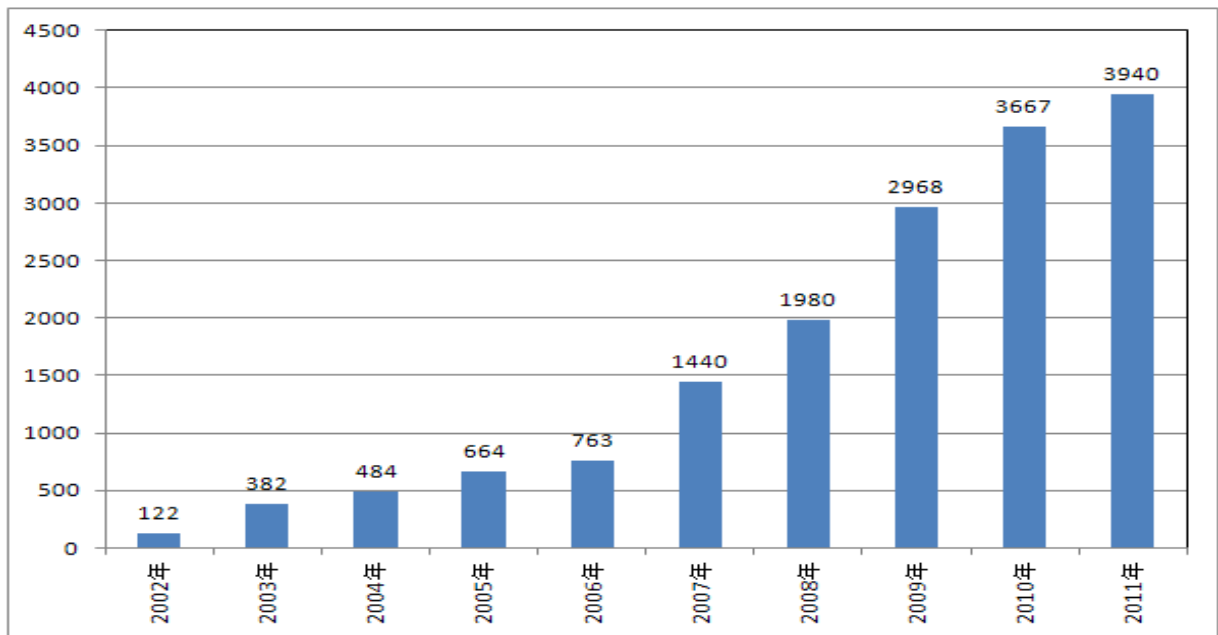
事例名	ミニデイ「おとこの台所」
地域	東京都世田谷区
実施主体	任意団体ミニデイ「おとこの台所」グループ（代表 小竹智久）
活動要約	シニア男性と一緒に料理を作り会食したり出前シェフを実施
主な分野	「料理」・「食事会」・「学習」
主な関係者	会員：220人（平均70歳の男性のみ） 料理指導・広報・会計：いずれもシニア男性
キーワード	シニア男性／料理／会食／ミニデイ／体験型出前シェフ

■活動のきっかけ・経緯

- ・世田谷ボランティア協会のシニアのためのボランティア入門講座を修了した4人（男3、女1）がNPOせたがや福祉サポートセンター（通称LINK）に研修に行き、2002年5月に立ち上げた。きっかけは、LINKの代表（女性）に「奥さんに先立たれたら、男は料理ひとつできないだろう」といわれたことに、現役時代から料理が得意であった龍国朝さんが発奮し、「男性を集めて料理グループをやろう」と思い立ったことにはじまる。
- ・女性に比べると引きこもりがちなシニア男性の活動拠点をつくるのが目的である。男性が料理を作ると元気になるという発想で、介護予防というのはあとづけ。
- ・社会福祉協議会傘下のミニデイ「おとこの台所」として登録した。社協が管理している建物「松原ふれあいの家」が光熱費込みで無料で使え、場所取りの心配もいらない。LINKから、立ち上げ資金1万円が出たので調味料一式を購入した。
- ・1回目の参加者は10名だったが、その後会員は継続的に増加し、現在は220名（平均年齢70歳、最高齢85歳）となった。現在は、区内7か所の会場で、毎月延べ17回、開催している。

「おとこの台所」の活動拠点（7か所）

グループ名	おとこの台所	おとこの台所・上馬	おとこの台所・桜新町	おとこの台所・八幡山	おとこの台所・経堂	おとこの台所・砧	おとこの台所・烏山
開始年月	2002.5	2006.4	2007.3	2007.4	2009.4	2010.4	201.9
会場	松原ふれあいの家	上馬塩田ふれあいの家	桜新町ふれあいルーム	八幡山ふれあいの家	経堂・生活クラブ館	砧くちなしふれあいの家	南烏山ふれあいの家
代表者	小竹智久	小林 喬	澤 義弘	岩城良行	大矢和親	木寺 久	名取順一



<おとこの台所の延べ参加人数の推移>

■活動内容

●参加費用等

- ・1回500円の参加費。スタッフは無償ボランティア。65歳以上の世田谷区民は、社協から一人1回250円の補助金が出る¹（事務局、講師陣はボランティア参加）。

●おもな活動

- ・龍国朝さんのレシピ&指導でシニア男性が料理（3品程度）を作り、みんなで会食する。時にはゲストも招待する。
- ・毎月第4土曜日に各台所の代表、厨房（料理）担当等が一堂に会し、龍さん創作のレシピを試作する²。
- ・メニュー構成の基本は、いわゆる家庭料理は作らないこと³。（奥さんと争いのもとにならない）
- ・皆で買い出しからはじめる。



<シニア男性による料理風景>

¹ 1回4時間以上、食事つきで月2回以上の「ミニデイ」活動に対しては、前記の補助が出る。

² 龍さんが創作したレシピは、10年で300を越えている。

³ 取材当日のメニューは、リンゴの炊き込みご飯、スペアリブのリンゴジュース煮、かぼちゃのキャロットジュース煮、もやしのマスタードソース、スープの1汁4品。

- ・出来た料理は皆で一緒に会食する（ゲストを招くこともある）。



＜スペアリブのリンゴジュース煮＞



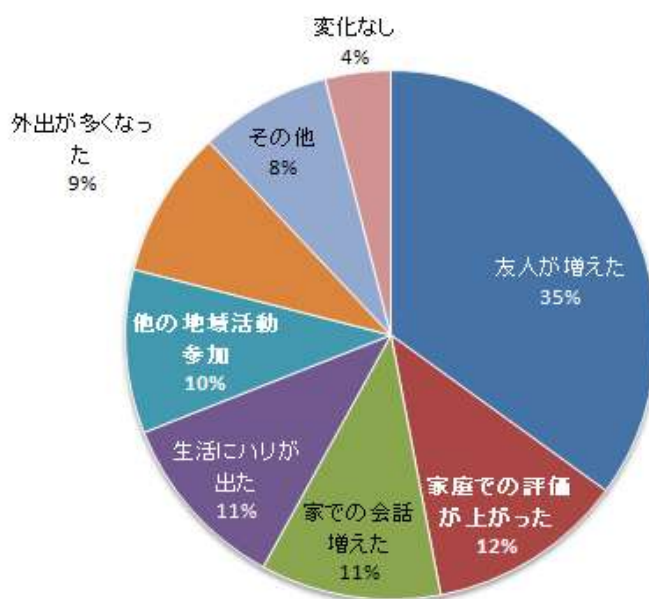
＜出来た料理に皆で舌鼓＞

●その他の活動

- ・8年前から「出前シェフ」を開始。昨年からは身体障がい者、一人暮らしの高齢者対象に重点をおくことに。月1回、視力障がい者と一緒に料理を作り、年1、2回、各地の「あんしんすこやかセンター」（通称あんすこ）と連携して見守りの必要な独居老人にも参加してもらっている。
- ・年2回、ゲストを招いて発表食事会
- ・イベント出店（2005年2月、世田谷区の生涯現役フェアに、そろいの黄色エプロンで参加、これ以降、会員が一挙に増えた）

●波及効果

- ・おとこの台所グループが2011年4月に会員に対して実施したアンケートでは、この活動に参加して、家庭での料理参加率が20ポイントアップしただけでなく、「友人が増えた」（35%）、「家庭の評価があがった」（13%）、「家での会話が増えた」（11%）といった効果があげられている。



＜参加後の生活行動の変化＞

■ポイント・工夫している点

広報担当の平野豊氏は、おとこの台所の活動の特徴について、以下のように語る。

- ・オープンスタンスである（いつでもだれでも参加できる、世田谷区民以外でも歓迎）。
- ・台所に参加する・しないは自由。料理に参加する・しないも自由（会食だけの人もいる）
- ・フラットな人間関係：講師も同志という感覚（料理教室ではなく料理サークル）。
- ・右肩あがりで会員が増加している。ある程度腕をあげた者が厨房担当として育つと「のれん分け」して、活動拠点を増やしてきた。
- ・上記の諸点に加えて、世田谷区や社会福祉協議会、さらには他のNPO団体等による様々の支援活動（参加費の補助、活動場所の提供など）も大きな役割を果たしていることがあげられよう。

■今後の課題

- ・会員はまだ増えそうだが、適当な場所の確保が困難であるとなりつつある。
- ・次の世代の台所指導者、料理指導者（60代くらい）への引継ぎ体制の確立が課題である。



「おとこの台所」代表の小竹さん（左）と料理指導の龍さん

連絡先	おとこの台所（代表：小竹智久、広報：平野豊、料理指導：龍国朝） （連絡先）せたがや福祉サポートセンター（LINK） 電話番号：03-5778-1870 URL:http://www.setagaya-genki.net/mypage.php?group_no=75
------------	--

(No. 33)

事例名	長崎さるくガイド
地域	長崎県長崎市
実施主体	一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会
活動要約	登録制の市民ボランティアによる長崎市内の観光ガイド
主な分野	「観光」
主な関係者	運営者：一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会（事務局） 登録ガイド：411名（地元のシニア男性が中心）
キーワード	観光／ボランティア／ガイド・サポーター／まち歩き

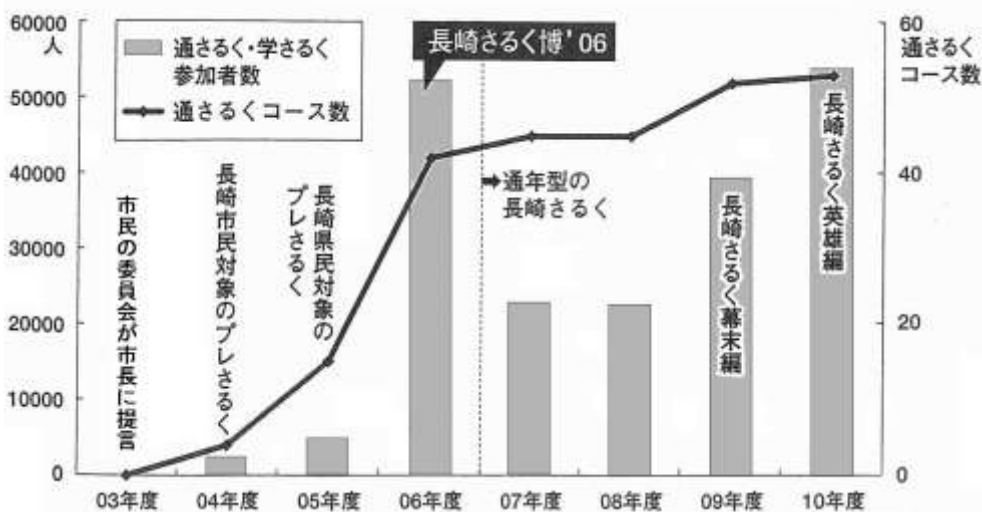
■活動のきっかけ・経緯

・きっかけは、長崎への観光客数の歯止めのきかない減少で、約10年間で2割程度の落ち込みであった。この状況を改善するために市民からなる策定委員会で長崎の歴史性等を活かした「まち歩き型観光」が提案された。「長崎観光2006アクションプラン」がそれである。

このプランでは、「まち活かし」「ひと活かし」の基本理念のもとに、長崎市が有する多面的で個性的な資源を活用し市民に対しても、その資源が地域全体を活性化する手段であることを再認識してもらうための仕組みづくりや情報発信が必要、としている。

・このプランを受けて「長崎さるく博覧会2006」の実施計画が推進委員会によって策定され、その中で「まち歩き」を中心にした博覧会の内容とそれを実行する市民参加の方式が示され、ガイドのグループを再編成し「さるくガイド」とした、ここで「市民が企画し、市民が実行し、結果としての利益も市民が享受する」という実施の基本方針が確認されている。

・翌平成19年4月1日に「長崎さるく」という通年のまち歩きを主体として新たにスタートし、現在は長崎観光事業の中に「長崎さるくガイド」が定着している。



幕末風さるくちゃん

<長崎さるく利用者推移>

<マスコットキャラクター>

■活動内容

◆ガイドメニューとコース

- ・長崎さるくのガイド利用事務は、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会が行っている。
- ・さるくには「遊さるく」「通さるく」「学さるく」「食さるく」の4種類のメニューがあり、市内各所に用意してある「長崎さるくマップブック」にコースや地図などを掲載している。



＜目的にあった好みのメニューからコースを選び参加＞

- ・この中で「長崎通さるく」は、地元市民ボランティアの「長崎さるくガイド」が案内するもので、集合場所に集まった色々な参加者と一緒に歩き、ガイドツアーならではのとおきの情報や楽しいうんちくまで聞けることを特徴としている、1コース約2時間、29コースあり、予約が必要で参加料は500円（中学生以上）である。
- ・「長崎遊さるく」は、「長崎さるくマップブック」や地図を片手に、あちこち見ながらゆっくり歩いて楽しむメニューで、1コース約1時間半、45コースある。
- ・「学さるく」は、長崎ならではのテーマについて、専門家による講座や体験を通して深く探求できるメニューで、予約が必要で参加料はテーマにより異なる。



＜長崎さるくマップブック＞

長崎通さるく

地元ガイドと一緒に長崎を歩こう！

地元ガイドと一緒に歩き楽しむ「長崎通さるく」。ご案内するのは、このまちを知り尽くしたガイドのみならず、大好きな長崎をたっぷり楽しんでほしい！おもにも、ここにも連れて行ってほしい！そんな思い「自然を歩」でお楽しみください。

さるくコースマップは総合観光案内所（長崎駅前）などで無料でもらえます。全コースが登録された「長崎さるくマップブック」も販売されています。

期間限定通さるく 申込み方法 インターネット予約

長崎通さるくコース一覧(29コース)

長崎通さるくの定番コースは29コースあります。和・洋・観光文化を体験できるコースが盛りだくさん。好みに合わせて選んでください。テーマ別がコース別に紹介しているページも準備しております。

また、期間限定の通さるくもオススメのガイドツアーです。お心遣いからさるくメニューまで満足できるコースをご用意しました。上の「期間限定通さるく」ボタンをクリックして下さい！

コース名	実施時期	コースのコースの特徴
長崎	2012年 4月～5月 開催	長崎は平日も賑わった。遊がみえる都から大濠宮主へ (観光バス/約1.5km/高松橋あり)
	2012年 4月～5月 開催	栗山亭の「異国」歌集へ洋館を巡る歴史の心へ (観光バス/約1.5km/高松橋あり)

＜通さるくのコースをボランティアがガイド＞

- ・「食さるく」は、長崎ならではの“食”を満喫するメニューで、食の講座、食事、お菓子作り体験など、予約が必要で参加料はテーマにより異なる。
- ・また利用者からの好みのコースや、見どころなどの要望に応じてプランを立ててガイドを行う「オーダーさるく」があり小グループなどに人気が高い、参加料は1名から3名を1,500円で、4名以上のグループからは1人500円でオーダーコースをガイドする。



<ガイド・サポーター証とユニフォーム>



<オーダーさるくによるガイド>

- ・その他に「車椅子利用コース」「修学旅行コース」など各種利用に合わせたメニューとコースが用意されており、料金も手頃で利用しやすい観光案内となっている。

◆ガイド・サポーターの認定

- ・市民ボランティアによる長崎さるくガイドの登録者を、「ガイド・サポーター」と呼び、会員になるには協会主催の研修を受講し、ガイドコース毎に協会の認定する資格を得て行うシステムになっている。
- ・正式に登録しているガイドは現在411名おり、職種年代は地元のシニアの男性が多くを占めているが、30~50歳台や女性の会員もおり活動している。
- ・長崎さるくガイドのガイド・サポーター証は、ユニフォームと共にステータスになっており、ガイドする時には正式な長崎さるくガイドとして身に着けている。

◆利用状況

- ・ここ数年の利用者数は、21年度39,500人、22年度51,200人、23年度(12月まで)18,900人と変化しており、21・22年度はNHK大河ドラマ(「龍馬伝」)の影響が大きかったことが伺える。
- ・通・学さるくの利用者アンケートでは、長崎さるくを知った手段は、さるくパンフレットとホームページが多く半数以上を占めるが、口込み・知人の紹介も次に多く市民に定着し好評であることが判る。また通さるくへの参加経験では、2回から10回利用が3割を占め、リピーターの多いことが判る。

■ポイント・工夫している点

- ・ガイド・サポーターは、コース毎に資格認定しており、会員になるには長崎さるくガイドの新規育成研修を受講し、実際のコースを講師となるベテランガイドと共に回りコース毎に認定されるので、初めてでも得意な一つのコースからスタートすることができる。
- ・また登録会員になっても、認定コースを一つずつ増やして行くというシステムは、活動の励みになると共にモチベーションの維持が図れる仕組みになっている。
- ・実際にオーダーさるくを利用してみると、ガイドや移動する中で、商店街の人や通行人の方に初対面でも双方共に気軽に挨拶や会話をかわしており、ガイド・サポーターが住民に認知され市全体の取り組みであることが実感できる。
- ・登録会員には、1か月単位で、自分の都合に合わせガイドができる日を事務局に事前連絡しておくことで、無理せずに継続してボランティア活動を行える仕組みにしている。

■課題と今後の展開

- ・「長崎さるくガイド」は、市民が中心となりでき上がった仕組みで今は市全体に浸透しており、今後、高齢者は団塊の世代を中心に更に増加するので、高齢者の出番としてこのような活躍の場は有効で継続すると見られる。
- ・修学旅行シーズンには日程的に集中し参加人数も多く、たくさんのガイドが必要となり活動日数も急増するので、対応出来るように会員を増やしていく必要がある。
- ・現在も再来者は多いが、今後更にたくさんの切り口でコースメニューを増やし、何回でも来たくなるようなリピーターを創出する施策を考えていく必要がある。

連絡先	一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会 住所：長崎県長崎市出島1-1 出島ワーフ2階 電話番号：095-823-7423 メール：nitca@orange.ocn.ne.jp
-----	--

(No. 34)

事例名	葉っぱビジネス「彩（いろどり）事業」
地域	徳島県勝浦郡上勝町
実施主体	株式会社いろどり
活動要約	料理に添える「葉っぱ」を売って農家のおばあちゃんが生き生きする活動
主な分野	「コミュニティビジネス」・「地域活性化」・「高齢者ビジネス」
主な関係者	運営者：株式会社いろどり 参加者：地域の生産農家、上勝町
キーワード	高齢女性／コミュニティビジネス／高齢者ビジネス

■活動のきっかけ・経緯

●活動のきっかけ

後に「彩（いろどり）事業」の牽引者となる横石さんが28歳のとき、上勝町の野菜などを大阪の市場へ納品し、その帰りに農協の同僚と晩御飯のために大阪のある寿司屋に入った。このとき若い女の子3人の先客があり、出てきた料理についている赤いモミジの葉っぱに大喜びし、そのうちの1人は大事そうにハンカチに挟んで持ち帰ったのを目撃した。

「こんな葉っぱなら上勝の山にいくらでもあるのに」と思った瞬間に「葉っぱを売ろう。これはいける。」とひらめいたという。その後すぐに、上勝町の農協や農家へ事業化の働きかけを開始したが、当初は周囲に受け入れてもらえず、やっと4軒の農家の協力を得て事業のスタートとなった。

■活動内容

●活動概要

「彩（いろどり）事業」は料理のツマとして使われる花や葉っぱ（蕾のついた梅の小枝や南天・紅葉などの葉っぱ）を市場に出荷し、格段の売上実績を上げてきたことで広く知られている。特に商品の生産者が主として農家のおばあちゃんであることも一因して地域活性化のカリスマ的存在となった。

商品はその季節の花や葉っぱのついた小枝で、市場には一定量パック詰めにして出荷される。前日までの市場での売れ筋を読み取ってその日の出荷品目や数量が決まっていく。

「株式会社いろどり」は市場の情報（市況と自ら出荷したものの売れ行き）を整理して生産農家に伝え、各農家はその市場の情報から売れると見込まれる生産品を予測し、受注予約を株式会社いろどりに入れ、納期（通常その日の夕方）までに葉っぱを採取しパック詰めをして集荷場に出す。

商品の性質上、過去には出荷調整がうまく出来ず供給過多となり値崩れをおこすことも少なくなかったが、現在の仕組みでは、市況とともに自ら出荷した商品の出荷量と売れ行きの情報をパソコン画面で見ることが出来るようにしたことで、各農家が値段の下がらないような調整を自分でするようになっていくという。農家のおばあちゃんがパソコン画面を見つめてあれこれ考えているのである。

しかし、ここに至るまでの道筋は平坦なものではなく、横石さん（株式会社いろどりの現社長）の長年にわたる地に足のついた対応策の連発と超人的な牽引力により辿りつけたものといえる。



<春の花物（商品パック）>



<金蓮葉（商品パック）>

●彩事業の業績沿革

- 1986 (S61) 秋 生産農家 4 軒で事業スタート。本年売上高 116 万円。
- 1988 (S63) 4 月 生産農家 44 軒となる。(農協に「彩部会」結成される。)
年間売上高 1,000 万円ペースで増加。
- 1991 (H3) 年間売上高 5,700 万円。彩部会会員数 160 人。
- 1992 (H4) (防災無線ファクスで農家への市場情報の配信を開始)
- 1993 (H5) 彩事業の新商品の開発を促進。九州、京阪神、関東に拡販を展開。
- 1994 (H6) 彩事業の年間売上高 1 億円を突破。
- 1995 (H7) 彩部会会員数 177 人。(横石さんが農協退職を表明。慰留の動き出る。)
- 1996 (H8) (横石さんが農協を退職して町役場に移籍。)
- 1998 (H10) 彩事業の年間売上高が初めて前年を下回る。
- 1999 (H11) 彩事業の年間売上高が続けて前年を下回る。
(株式会社いろどり正式設立。横石さんが実質的責任者になる。)
(40 軒の農家にパソコンを導入し、販売時点管理を開始。)
- 2000 (H12) 彩事業の年間売上高が反転上昇。
- 2003 (H14) (彩事業がテレビで初めて放映される。視察者が 2,000 人を超える。)
- 2004 (H16) 彩事業の累積売上高が 20 億円を突破。
- 2006 (H19) 年間売上高 3 億円に迫る。契約農家 190 軒。
- 2007 (H20) (高速インターネットを農家に導入)

●活動内容

「彩事業」は長年にわたる横石さんの営農指導員としての様々な活動の中のひとつであり、また、一連の活動の中ではたしかに大型ヒットではあるが、たまたま大当たりしたような単発の存在ではなく、他の活動や横石さんの人となりとの関連の中で可能となったものである。そもそも、第 3 セクター「株式会社いろどり」自体も横石さんの活動舞台として準備されたものである。

以下では主として「横石さんの人となりを伺える事柄」を抜き出した「横石さんの工夫と底力」と、1996 年（平成 8 年）以後の「彩事業の低迷と復活」の大略を記載して参考に資することとする。

各事柄は主として横石さんの著書⁴によっている。

◎横石さんの工夫と底力。

- ・【自腹で料亭に通って勉強】 「つまもの」のことを料亭の料理人に教えてもらおうとしたが追い返された。そこで、知り合いのツテを頼って有名料亭に一人で客として行くことにした。自分の目で直接「つまもの」の現場を見て、初めてその使われ方の一端が分かり、「これはしめた」と小躍りするぐらいうれしくなったという。それからは、自腹で料亭に頻繁に通うようになった。

料亭で学んだ売れる葉っぱの重要なポイントは、すぐに一軒一軒の農家に伝えて回った。「虫食いの穴やシミ、葉の先が傷んでいるのはいけない」「大きさを大・中・小と分けて、葉はきっちりそろえて」と細かで厳しい要求を農家にどんどん伝えていった。大事なポイントは手書きのイラストとした。「つまもの」に対するセンスが見る見るうちに上がり、「彩」の商品のレベルは飛躍的に上がってきた。
- ・【高級料亭へみんなで行く】 彩事業を始めてから年1～2回、農家のおばあちゃんを引き連れて、大阪や京都の高級料亭に視察研修を実施している。最初は希望者を募ってというより、バスを仕立てて半ば強引に連れて行ったという。京都の料亭では舞妓さんも呼んでいる。普通の人ではまず行く機会がないほどの高級店を対象としており、周囲の人に自慢できることもあって評判がよかった。「あんな高級料亭で使われているすごい値打ちがある商品なんだ」、「あれだけの値段をとる料理に添える葉っぱに虫食いがあつたらあかん」という自覚が生まれ、出す商品に一段と磨きやキレがかかってきたという。
- ・【注文方法の改革】 市場情報（市況や市場からの受注状況）を農家に伝える手段を、防災無線スピーカによる一斉放送から無線ファックスに切り替えることを農協が決めたとき、横石さんは直感的に「市況を流すだけでなく、注文も取るよう活用したら面白い」と考え、注文方法の改革を提案して実現している。常々、農家の受注の意思が手軽に知れたらいいのにと思っていたことが下地になっている。この情報により、農家は自分が受注したい商品を農協に電話で連絡できるようになった。
- ・【販売時点管理（POS）の導入】 株式会社いどりの責任者になった直後に、「彩の商品（葉っぱなど）の場合、在庫数や出荷数を管理し、一連の情報を農家に伝え商売の中身を見せていけば市場での値崩れは回避できる」と確信して、セブンイレブンのような販売時点管理（POS）の導入を計画した。しかし、費用が多額であったことと、農家のおばあちゃんにパソコンを使わせるという内容のため資金調達は行き詰った。結局、当時の通産省の地域情報化実証実験事業に応募し、運よく採択され資金を手に入れている。
- ・【現場に密着した行動】 「彩事業」が生まれるずっと以前、営農指導員としてまだ2年くらいのころ、上勝の特産品であるミカンの木が未曾有の大寒波によりほとんど全滅した。農協では今後上勝町の特産品を何にするかという検討がおこなわれる中で、横石さんは当面はとにかく短期で作れ、農家が一日も早く現金収入を得られる作目の生産が大事だと考え、まずは農家が自家用にと作っていた青物野菜を市場に出荷して当座の収入に充てようと考え実行している。行商で、山間部の上勝に肉や魚を車で売りに来ている人たちにヒントを得たという。

⁴ 「そうだ、葉っぱを売ろう！ 過疎の町、どん底からの再生」（2007年、ソフトバンククリエイティブ株式会社）横石 知二

農家を一軒一軒回り、売りに出せる野菜類をかき集め、徳島市中央卸売市場まで車で運び、毎日野菜を出荷した。早朝のセリにも立ち会っている。このときには、すでに上勝町の地理や地形、すべての集落の農業の内容、全戸の人の名前や顔まで頭に入っていたという。この市場通いの中で、当時徳島大同青果の産地部長だった立石一さんという良き相談者にめぐりあっている。

- ・【猛烈サラリーマンを地で行く】 休みは年に1回あるかないかで、正月もお盆も働いた。早朝に家を出て、夜はだいたい10時か11時だった。朝から晩まで働いたが、お金のことはまったく考えず残業代をもらったことは一度もない。そもそも私自身に、残業しているという意識がなかったという。

◎彩事業の低迷と復活の経緯

横石さんは彩事業が軌道に乗った農協17年目に、考えた末転職を決意し辞表を出している。3人の子どもも大きくなり、今後かかる費用を考えたとき、給料の額に先行きの厳しさを感じたためという。

この辞表提出に危機感を持つ住民が少なからずいた。「横石さんがいなくなるとダメになる」ということで様々な慰留の動きが燃え上がった。最終的に「とにかく町に居てもらおう」ということで役場の職員に転籍させたが、種々の理由で農協業務に一切関われなくなっている。

翌年(1997年)以後、農協全体も「彩」事業も売り上げが急落し、この後横石さんが現場復帰するまでの3年間で農協全体の売上高は15億円から8億円にまで下がっている。

この過程で農協を含む町全体が危機感を募らせ、農家の有志が当時の産業課長に「横石さんを営業の現場に戻すにはどうしたらよいか」を相談している。課長はいろいろの方法を考えた結果、第3セクターの会社を作りその責任者にするのがよいだらうと提案している。こうして、「第3セクター株式会社いろどり」が出来、その実質的責任者として横石さんが据えられた。横石さんは「私は水を得た魚のように、新会社の事業計画を練り進めていった」と書いている。

横石さんはこの低迷を次のように振り返っている。以前の売り上げは「気」で支えられてきたのに、現場で「気」を育てる人がいなくなったため、たちまち数字に現れたのだと。横石さんは周囲へハッパをかけることで「気」を育ててきたという。農協の内部に対しては、物が売れているタイミングであれば終業後にもかかわらず「やれー、徹夜でもやれー」と選果場に荷物をダーッと出して、みんなに作業をしてもらい、農家に対しては、「よっしゃ、それいけ」と400軒の農家全部に気合を入れて、「ほな、もうちょっとがんばってみよか」と思ってもらっていた。これがなくなり、「ああ疲れたけん、今日はもうやめておこう」という思いが400軒となるとその差はすごく、毎日積み重なることで驚くような金額になって表れたのだという。

連絡先	株式会社いろどり(社長:横石 知二) 住所:徳島県勝浦郡上勝町大字福原字平間71-5 電話番号:0885-46-0166 メール:info@irodori.co.jp
-----	--