

基 調 講 演

【第15回北陸地域連携プラットフォーム 平成30年4月19日(木)】

演 題：「オープンファクトリーや広域連携の効果・可能性・課題等」

説明者：合同会社ツギ 代表 新 山 直 広

皆様、改めまして新山と申します。今日はよろしくお願ひいたします。

まず、何者かというところからお話しできればと思いますが、今日は福井県の鯖江市から参りました。河和田地区という小さい集落でデザイン事務所をやっておりまして、地域産業のブランディングを主にやっております。

弊社は非常に変わった会社でして、会社のメンバーが全員県外出身で、8人中6人が大阪府出身であるとは鳥取県と山形県ということで、県外からこのまちに魅力を感じて移住したメンバーで構成されております。

自分たちの自己紹介になりますが、ビジョンとしては、創造的な産地をつくるというビジョンを掲げて活動をしていますが、地域の原石を見つけて価値化することで地域内外に気づきをつくっていくということと、あとは、工芸産地でもありますけれども、私どもはデザイン事務所という形をとっているの、あくまで産地のつくり手や問屋さんがきちんと時代の変化に向き合って、考えて行動できる業者を何社増やすかということに大事にして、それを達成することで、つくるだけの産地から、きちんと創造的に考えて動けるような、そういった産地をつくりたいなと思って仕事をしております。

仕事としては大きく3つありますが、デザイン事務所として企業や商品価値を高めるブランディングをしておりまして、さらには自社で商品をつくったり、今日メインでお話しする「RENEW」というイベントのような色々な販売イベントだったりとか、そういった売るための戦略をつくる企画をしております。

あと、さらっとお話しすると、目の前のプロジェクターにありますように、メーカーさんのロゴマークから販促物、パンフレットであったりとか、カタログ、さらにはホームページの制作であったり、パッケージのデザインであったり、最近でしたら空間のデザインまでトータルにお手伝いするようなことをして、メーカーさんとか地域の見え方みたいなものをきちんとコントロールして、最適な形でアウトプットするというようなことをやっています。

さらに、デザイン事務所としては非常に珍しいですけれども、自社で商品を扱っていません。何でこんなことをしているかと言いますと、地域でデザイン事務所として仕事をしていると、「君のデザインって売れるんか」と言われるのですね。本当にその通りだと思うのですが、職人さんからしたら売ることまでなかなか手が回らないというところから、やはりデザインというものがきちんと売れるかというのをすごく気にされる方が多いので、じゃあ売るために何をすべきかということ自分たちで色々考えたところ、結果的には、自分たちでブランドをつくって、自分たちで売ることを覚えていくことで、生身の声という

ものをお客さんへフィードバックできるのではないかなと思えばブランドを幾つかやっています。こちらのスライドにあるのは鯖江の眼鏡の素材を使ったアクセサリーブランドをやっています。あとは、越前漆器の角物木地の技術を使った木製のお弁当箱であったりだとか、漆の塗料の可能性を引き出すというところで、通常、漆器は黒とか赤のイメージが強いですが、天然塗料としての可能性を引き上げようということで、通常塗らないアクリルであったりとか、ガラスというところに着目して、色鮮やかな現代風のアクセサリーのプロダクトみたいなものもつくっていると。さらに、そういう商品をつかって売るために色々な販売の戦略を考えるのですが、弊社の「SAVA! STORE」という名前で、鯖江の「サバ」とフランス語の「サヴァ」というのを、ちょっとダジャレみたいなお店ですけれども、実店舗があるわけではなくて、都内の商業施設、ルミネさんだとかパルコさんだとか、あと、JR東日本さんがやっているエキュートという商業施設だとか、ちょうどいま金沢でもやっておりまして、金沢の東茶屋街のすぐ近くにリビタという不動産会社さんがやっているHATCHiというホテルがありますけれども、そこで2か月間、鯖江の商品を売るショップをやっています。扱っている商品としては、自分たちの商品だけではなくて、クライアントさんの商品というのも自分たちで売りに行って、その感触というのもお客さんにフィードバックしていくというようなことをやっております。

さらには、今日お話しする「RENEW」という産業観光のイベントをやっているというような会社でして、地域でデザイン事務所をするのは最近増えてはいますが、僕らみたいな形でやっているのがなかなかいないということで、色々なメディアさんにも出しているという感じなんです。産地に特化したデザイン事務所として何ができるかということをお願いしている会社というのが私たちの自己紹介になります。

ここから本題につなげていきたいと思いますが、まず、今日は福井県鯖江市というところから参りましたが、鯖江ってどんなまちかということをお伝えできればと思います。北陸本線や北陸自動車道を走っていると山にハリウッドさながらの「SABAE」という看板がありまして、見かけたことがある方もいらっしゃるのではないかなと思うのですが、この看板には眼鏡のマークが入ってまして、「SABAE」ということで眼鏡のまちでもあります。人口としては6万9,000人の地方都市となりますけれども、現在、福井県で唯一、人口が増えているまちとしても注目を集めてはいます、比較的元気な地域かなと思っております。金沢からは電車だと1時間ぐらいで車でも1時間余りということで、立地的にも割と近いというところになります。

鯖江といえば眼鏡フレームですね。国内の眼鏡フレームの生産の約96%を福井県鯖江市周辺で作っていますので、メイド・イン・ジャパンと書かれている眼鏡はほぼ鯖江で作っていると言っても過言ではないかなと思っております。

市内には眼鏡会社が、推定ですけれども大体500社あって、ただ、ほとんどが4人以下の家族経営の事業所さんというような形で、鼻パッドだけ作っていますとか部品だけ作っていますとか、そういった会社さんが集積しています。6万9,000人の人口ですが、約8人に1人が眼鏡産業に従事しているというような形になっています。

まちを回ってみると本当に眼鏡、眼鏡と。マンホールまで眼鏡になっていたりだとか、メガネストリートというような道が最近できたりだとか、車両止めも眼鏡になっているとか、本当に眼鏡、眼鏡、眼鏡尽くしというような感じで。後で説明しますが、鯖江は実は

眼鏡だけではなく繊維産業や漆器産業もありまして、鯖江という自治体としても非常にチャレンジする自治体でして、この会でも以前に牧野市長がお話しされたことがあるのではないかと思います。本当に元気な首長さんがいらっしゃるって、地域ブランドというのも、色々なところで差別化をして魅力を伝えることで、漆器や繊維というのをも広げていくというような戦略で頑張っていて、色々な面白い動きをやっている地域です。

さらに、最近でしたらイノベティブシティというところで、「F o r b e s」という経済誌が選んだ日本のイノベティブなまちランキングというのがありますが、その中で第4位に選んでいただいています。その理由としては、自治体のデータを民間の人に使ってもらってサービス向上を図ろうというオープンデータというのや、JK課という女子高生だけの課がありまして、僕、前職が鯖江の市役所で働いていたんです。3年間働いていたのですが、夕方ぐらいになると下の階から若い女性の声が聞こえて、何やっているんだろうと思ったら、スイーツを試食しているんですね。これは何かというと、商品開発のプロジェクトを女子高生がすると。狙いとしては、市民参画として一番関わりのなさそうな世代って誰だろうといったときに、女子高生だろうと。女子高生がこのまちのことを愛してくれたら人口の流出というのをも防げるのではないかとということでやっているJK課というプロジェクトですけれども、他にも「ゆるい移住」という、地方創生ということで色々な人材獲得合戦の中、鯖江市は「ゆるい」というキーワードを使って定住しなくても別にいいですよと、自由に好きなことをやってくださいという逆転の発想でやったところ、15人ぐらい来られてそのうちの半分が移住するというような、とても面白いプロジェクトをやったとか。最近でしたらサテライトオフィスの誘致をすごく頑張っていて、ここ数か月でも実際に3社ぐらいがサテライトオフィスをつくったとか、そういった地域が鯖江です。

さらに、越前漆器の産地でもありまして、業務用漆器と呼ばれるジャンルがあるのですが、国内生産の約8割を鯖江の河和田地区というところで作っています。業務用漆器というのは、皆さんの生活で言いますと、回転ずしのお皿とか飛行機の機内食とか、あとは病院用の食器とか、飲食店に行くとお箸を入れるプラスチックの蓋が開閉するもの、あれは大体この河和田地区で作っていますけれども、高度経済成長期のときに外食産業の需要が高まったことから、木製に漆を塗っているとなかなか数も捌けないし高くなってしまいうなかで、大量生産ができるような技術を開発して発展したまちでもあります。

今日の話の舞台となるのは、業務用漆器を作っている越前漆器の産地である鯖江市河和田地区という地域の御紹介ができればと思っていまして、三方を山に囲まれている小さい集落になります。約4,200人が住む集落でして、鯖江市で唯一、中山間指定を受けている地域で本当に自然豊かな地域です。さらに、高齢化率も36%ということで、市内でも一番高齢化率が高いところです。

漆器の産業を一番メインでやっていますけれども、それ以外には眼鏡の、先ほど申し上げた4人以下の会社さんが結構いるような、そういった地域でもあります。

あと、最近のトピックスで言いますと、この8年ぐらいで、現在移住者が67人という、結構多い数字ですけども増えていますというのもこの河和田地区の特徴かなと思っています。

河和田がどんなまちかというのを、映像を御用意したので御覧いただければと思います。
(映像)

本当に高齢者がすごく多いのですが、それでも結構元気な方が多くて、代々続く伝承料理というのを僕ら若い世代にも伝えてくれるおばあちゃんやおじいちゃんがいるとか、そういう食文化としても非常に面白い集落でもあるかなと。

割と古い町並みでして、まちの中に漆器の神社というのが2つありますけれども、全国で漆器神社って確か2つしかなくて、その2つとも河和田地区にあるというような、本当に漆器のまちとして栄えてきた地域なのだろうなと感じております。

先ほど申し上げたとおり本当に古い町並みですけど、最近、若い人たちが移住したりとかUターンして帰ってきて、お洒落なセレクトショップをつくったりとか、工場とかも見られるようにしたりとか、そういう若い世代たちがすごく頑張っている地域でもあって、さらに、眼鏡のデザイナーというの、年々、移住者が増えていると。

工房って、おじいちゃんがいって仙人のようにつくっているイメージがありますが、実は河和田地区はそんなことはなくて、とても若い世代が多いのが特徴でもあります。その中でも親方とかは、家の中を開けたらすぐに製作加工機があって、その中に家族でやっているような場所があって、そこに弟子入りをするとかそんな形になっていて。さらに、作っているものもクラシックなものじゃなくて、先ほど御紹介したような木のキーボードであったりとかカラフルな漆器であったり、時代に合わせたものづくりをずっとみんなで、ああだこうだ工夫しながら、ちゃんと産地として存続できるように常に考え続けた産地でもあるのではないかなと思います。

今日は連携というお話ですけども、こちらが河和田地区のイメージですがもう少し拡大していくと、鯖江は越前漆器と眼鏡と繊維といったものづくりのまちですが、もう少し広く見ると半径10km圏内に産業が集積している地域でもありまして、鯖江市、越前市、越前町、その周辺が丹南エリアと言われてはいますが、その半径10kmの中に漆器と眼鏡と、あと、和紙や箆笥、打刃物、焼物、さらに繊維産業ということで、半径10km圏内にそんなに産業が集積している地域というのは実は国内でもかなり珍しいところでした、地域としてのポテンシャルというの、非常に高いのではないかと考えています。

隣の越前市でしたら和紙のエリアで、越前和紙の産地ですけども、こちらはもともと昔の紙幣をつくっていたことや、海外の画家さんが越前和紙を愛してずっと使っているということで非常に有名な産地です。さらに、最近、伝統的工芸品の指定を受けましたが、越前箆笥という箆笥の産地でもあって、その近くには越前打刃物というような、最近でしたらステーキナイフが大ヒットしてはいて、現在4年待ちで全然手に入らないというような会社さんも出ています。いま輸出が好調で、すごく景気がいいという産地です。他には、日本六古窯の1つでもある、歴史のある越前焼の産地があるというような地域です。

こういったものづくりの産地ですけども、ただ、実際は売上はかなり危ないという状況になってはいて、伝統工芸が現在どうなっているかというのをまとめてきたので、お話しできればと思います。

こういった伝産品マークというのがあります、伝統的工芸品というのは経済産業省が指定していて、現在230品目あります。福井県の場合は7つ指定を受けてはいて、そのうちの5つが丹南エリアに集積しているという状況です。石川県はもちろん多いですし、富山県も銅器や漆器などあるのではないかと考えています。

全体の伝統的工芸品の規模としては、30年前に5,400億円あった市場が2012年でしたら約

1,000億円ということで、約5分の1に減少している市場になっています。さらに、従業者数も28万8,000人いたのが、現在は大体7万人ということで4分の1ぐらいに減少していて、伝統工芸自体の規模としてはどんどん縮小しているという中で、丹南エリアからしたら、工芸5産地については本当に死活問題と言いますか、何とかしないといけないなという現状です。前職で鯖江市役所に勤めていたときも感じたのですが、漆器も和紙もそうですし、伝統工芸以外の眼鏡だとか繊維も同じような課題を抱えているのではないかと思っています。大きく5つに分かれると思うのですが、まずは人材育成ですね。仕事が減ったことで後継者を迎える余裕がないとか、人材の流出があったりとか、あとは海外商品の価格競争があったり、福井県は割とOEMの産地として発展してきましたが、受注があつて物をつくってナンゴなので、作ることは上手ですけど、景気が悪くなると受注が落ちてしまう。そういう意味では景気に左右されやすいと。そういった状況になると、やはり悪循環になってしまって、産地に活気がなくなったり、事業所が減少したり、高齢化がどんどん進んでいると。あとは、作ることをずっとやってきたのでライフスタイルの変化というものに対応ができないというようなことで、企画力、デザイン力、販路というのが割と弱いのではないかなと思っています。

マーケティング的に言うと、一昔前はプロダクトアウトというので、作れば売ると。とにかく作って、作って、作ろうみたいな時代というのがあったと思うのですが、それはどうの昔に終わって、僕ら世代からするといまはプロダクトアウトではなくてプロジェクトアウトの時代ではないかなと感じています。これはどういうことかという、ものづくりを続けるために何が必要かというのを本当の意味で考えないといけない時代に差しかかっているのではないかと思っています。

そういう中で、今日お話しする「RENEW」という産業観光イベントのお話になるのですが、まず、RENEWを始めた経緯から説明しますと、先ほどの数字を見ますと5,400億円が1,000億円という市場になった伝統工芸ですが、越前漆器だけで言いますと、約130億円あった市場が、現在は42億円になっていて、従業者数も1,400人が430人と。まさに伝統工芸全体と同じような、比例するような感じで落ちていっているという中で、未来の危機感というのが結構あって。自分自身は10年前に移住しましたが、周りに大学のときの後輩とかが移住をしてきて、木工職人とか眼鏡職人として働くようになったのですが、職人さんとして一人前になるには約10年かかる時に、いま一生懸命にものづくりを習得していても、一人前になったときに産地がなくなってしまうと元も子もないということを聞いて。自分自身もデザイン事務所をやっている中で、やはりものづくりを応援したいという気持ちで起業した部分があるので、ものづくりがなくなってしまうと僕らとしても困るという部分で非常に危機感があったのが始めた理由の1つです。

2つ目が、批判しているつもりはないのですが、大体どの産地でも何とかまつり、例えば漆器だったら漆器まつりとか焼物だったら焼物まつりとかというのを、大体組合さんがされますけれども、何となくこのスライドのような感じで、割とB級品だとかアウトレット品というのをずらっと並べて、とにかく大安売りのような処分市みたいな感じになっていて。越前漆器で言うとゴールドウイークにあるのですが、お客さんは確かにたくさん来ますが、それはそれでとても良いとは思いつつ、ある一方ですごく感じたのが、ブランディングを頑張っている会社さんからすると、こういうバツタ売り系のやり方

をすると「うちは出展できへんわ」と言う企業さんも出てきていたのも現状としてあって。要はきちんと価値を高めて売りたい会社さんがこういうのに出られなくなってしまうというのが現状としてあったというのが理由としては2つ目にあります。そういった人たちがきちんと活躍できる現場というのもつくってあげる必要があるのではないかといいところ

です。あとは、工芸産地として河和田地区というのは、先ほど映像で出ていたように、自然があって、食も豊かで、さらに工芸の産地があるというので、産地としてはポテンシャルが高いのです。ただ、それが故に色々な補助金がずっと入り続けた産地でもあります。僕は前職が市役所で、補助金だとか融資だとかそういった部署にいましたが、やはり何をするにも、例えば補助金ありきみたいな、そういう人たちが結構多いのを目の当たりにして、何となく違うのではないかなと思ったのです。初めは軽い気持ちで、お金がないから補助金をもらうというので栄養剤的な感じでスタートしたのが、一仕事が終わってしまうと、お金がないとできない、またくれというので、ずっと補助金欲しい欲しいサイクルみたいな感じが、本当に笑い話のような感じですが、これって結構世の中にはたくさんあるなというのをすごく目の当たりにしたのです。

何がいけないかというと、やはり続かないことが一番問題だなと自分自身は感じていて、何となく補助金がないとできないという思考になっている時点でまずおかしくて、なくてもできるやり方というのがあるのではないかといいことを思ったのが1つです。

そんな時に、市役所で働いていた時に視察みたいな感じで、衝撃を受けたイベントがあって、新潟県の燕市、三条市周辺でやっている「燕三条工場の祭典」というファクトリーイベントを2013年に見に行ったのですが、オープンファクトリーのイベントですが日本で一番規模の大きいイベントとして、燕三条は洋食器が有名なところですがけれども、その会社さんが100社ぐらい出られて、そこに若い人とか色々な人が来られて工房を見学しているというのを見て、これはすごいなと思ったんですよ。見ながら、これは鯖江でもできるのではないかとふと思ったのも1つきっかけになっています。

もう1つ、自社でデザイン事務所として仕事をしているときに、メーカーさんが展示会に出すことが多くて、僕らはそのブースのデザインを手伝って、自分たち自身もブランドを通して展示会に出すのですが、ビッグサイトとかに行くと大がかりな展示会に出すと、結構お金がかかるのです。1回出るのに大体100万円ぐらいかかって、それで名刺交換して、そこで受注につながるわけではないので、後でフォローアップの営業をするとか、そこまでしないと物って売れないということに愕然としてしまって、そのお金、100万円があるなら、単純に来てもらって商品の価値を伝えたほうがもしかしたらお金の使い方としては良いのではないかといい理由になります。

さらに、先ほど自己紹介でも申し上げた「SAVA! STORE」というお店を自社で運営していますが、自分たちが商業施設に行って販売をしています。工芸の商品ってやはり値段が高くなってしまいがちなので、単純に置いていただけだと全然売れないのです。売れないからその商品の背景とかそういったものをきちんと伝えることでストーリー性というのに共感してもらって買ってもらうということを考えると、僕たちも、売り子さんも含めて商品の知識とかコミュニケーションスキルというのが非常に大事だなというのを痛感しました。その時に思ったのは、産地に来てもらって工房の雰囲気さえ見て

もらったら言っていることがわかるのになというのも理由としてはありました。

という感じで、理由自体は大体6つぐらいありますが、大きかったのはやはり未来の危機感です。若い人たちがどんどん増えていくのに産地が消えてしまうのは本当に大丈夫なのかという危機感というのが一番大きくあって、その他に色々な理由があって工房見学のイベントができないかなということに結びつきました。

ここからは「RENEW」というイベントがどういったイベントかというのをお話しします。

概要としては、鯖江市河和田地区周辺で毎年10月に開催される工場見学イベントになります。普段は出入りできない工房というのを、数日間特別に開放して、一般のエンドユーザーさんに来てもらって、職人さんの思いやものづくりの背景というのをきちんと知ってもらって感じてもらうと。中にはワークショップの体験や職人さんとコミュニケーションをとりながら、納得して商品を買ってもらおうと。特徴としては、先ほどの漆器まつりのような感じではなくてきちんと定価で売ろうと。定価で売ることによって利幅をきちんととっていいこうということをルールとしてやっているというところで、2015年にスタートして、2018年、今年で4回目の開催になりますが、3回目に当たる2017年には奈良県の中川政七商店という生活雑貨の製造小売をされている、工芸分野としては日本で一番大きい小売店さんですけれども、そことタグを組んで、エリアも拡大して、結構大きいイベントになりました。大体、丹南エリアのものづくり事業所さんが85社参加してもらって、国内最大級の工場見学イベントにまで成長したというのが大きな概要になります。

やっていることは実は本当に単純で、普段どおり工場を開けてもらって、そこを見てもらうというような工場見学のイベントになります。さらには、こういったものづくりの価値というのを伝えるために、職人さん自らが講師になってワークショップみたいな体験をすとか、それを通して納得してもらって最後に商品を買ってもらおうといった、そういう一連の流れでやっています。

このプロジェクトを2015年から開始しましたがけれども、自分1人だけでは決してできなかったですね。やはり産地の危機感というのにみんながだんだん気づき出して、そういうのを何とかしないとあかんというのを、何人かで集まって、それこそ飲み会の場とか、そのぐらいのレベルからスタートしたのですが、このスライドの左にいる谷口さんという方ですけれど、その方は地元河和田地区で眼鏡会社を運営されていて、さらには、河和田地区の当時の区長会長というお立場でまちづくりについてすごく頑張っていた方で、さらには眼鏡の福井県眼鏡協会の副理事長をされているのですが、彼自身も地域の未来やものづくりの未来というのにすごく危機感を感じていて、出会って意気投合して、何かやろうよというところからつながりました。2人が大事にしていたのは、河和田地区が持続可能な地域として生き残るためには、まずはものづくりというのが元気になるないと地域の元気になるよねというところで、そこが2人の共通ポイントだったのですね。その中で、色々何かできないかなというときに、2人の合言葉は「ないならつくろう」と。誰かが地域を救ってくれるというのはおそらくないですよ。自分でやるしかないのは明白ですけど、でも、ずっと何かまちづくり協議会みたいな感じで、論だけずっとやるのですよ。このまちの未来会議みたいなものを開いていますけれど、結果、何もやらなかったことが多くて、勿体ないなというのをすごく感じていて、待っていても誰かが地域を助けてくれ

るわけではないので、自分たちでアクションしないとおそらく何もできない、ないならつくるといところでスタートしたのですね。

RENEWのポイントとしては、やろうと思った背景の一番大きいところは、先ほど申し上げた需要減少と人材問題、ここが産地の危機としてあると。僕たちが一番目指したい目的としては持続可能な産地をつかっていきたいといところですよ。その中の手段として工房見学をやろうといところで、魅力価値を地域内外に伝えていこうといことですね。

何で工房見学にしたかといのはやはり理由があって、お金がかからないといのが理由としては一番あって、色々な施策はできたのですが、普段ある工場といのを開けるだけで済むので、先ほど申し上げた補助金とかがなくともできるのではないかとあって、どちらかといったら出展者のマインドのほうが大それたといのがスタートでした。

体制としては、有志で実行委員会をつかって、予算としては参加費のみで運営することにしました。初年度だと60万ぐらいしかなかったのではないかとあ思うのですけれど、1社2万円ずつ出してもらいのですよ。そのみんなに募ったお金で回すといので、結構ボランティアのような感じですが、そのほうがおそらく少ない予算でできる、きちんと長く続ける体制がとれるのだしたらそっちを選ぼうといことでこういう形にしました。

もう1つ、とても大切にしていることがあって、地域外に対して河和田地区のものづくりの魅力といのを伝えていく、それでファンをつくるといのもとても大事ですが、もう1つ大事なのは、地域の中の人たちにこういうRENEWといイベントを通して、まちのこととか未来のことといのを自分事として捉えてほしいといのがすごく思いとしてあって、先ほど申し上げたように、「工芸、もうだめじゃん」ではなくて、前向きに「何とか頑張っていこうよ」とい機運みたいなものをどう醸成していくかといのはとても大事だと思っ、地域の中と外、両輪で好循環を生み出すといのが大事かなと思っやっています。

名称はRENEWとい名前ですが、もともとはリニューアルとい部分から来ていて、更新するとか再び始まるとい願いを込めてつけました。

僕たちの特徴といか、強みだと思っところでは、全国色々な工房とか工場見学がある中で鯖江市河和田地区といのは立地的にはとても良いことがあって、すごくコンパクトなのですよ。大体半径500mぐらいで結構工房が集積してて、この載せている地図、ちょっと字が小さくて恐縮ですが、半径1kmだったら大体すっぽり入ってしまう。その中で30~40ぐらいの工房が見学できるといのが結構大きくて、先ほど一番すごい工場見学のイベントだとお話しした燕三条工場の祭典って、行かれたことがある方もいらっしゃるかもしれないですが、大体1日4軒ぐらいしか回れないのですよ、範囲がとても大きいので。その一方で、鯖江市とか丹南地区の、最終的に3年目から広域の10キロ圏内になりましたが、それでも燕三条に比べたらすごくコンパクトなのですよ。そういう地理的な強みといのが、結構うまくいくのではないかとあ思ったヒントだったかなと今ながら思います。

もう1つが、売りとしては「漆器が見られます。眼鏡が見られます」としか言えないですが、ベースは漆器と眼鏡ですが、実はこの鯖江といのが時代に合わせたものづくりをずっとやってきて生き残ったとい特性がある中で、漆器の中でも出展者の皆さんが自分たちの会社の強みを生かして色々なアウトプットを出しているのですよ。漆器

屋さんだけどタンブラーみたいなものを作ったり、アクセサリを作ったり、雑貨商品を作ったとか、眼鏡にしてもオリジナルの、自分たちならではの眼鏡をデザインしたりというので、一旦、来てもらって回ってもらおうと、漆器と眼鏡の産地というイメージが大分変わるだろうなと思って、ここをきちんと出していきたいと。多様なものづくりというのも1つのポイントかなと思ってスタートしました。

こんな感じで、僕もそんなに喋るのは上手くないですし、若さと情熱だけで「こんなんやりたいです」というのを2015年、1年目に、地域の「この人だ」という人たちを、先ほどの谷口さんという人と2人で選んで、声をかけて、「こんなんやりたいんです」ということで初めに会議をしたのですが、こんな感じで一生懸命に喋ったところみんなしーんとしてしまって、初めはやはり地域の中ではぴんとこなかったのですね。それこそ「漆器まつりがあるのに何でまたやるのか」と。「秋にも色々イベントがあるのに大変じゃん」というのがやはり声としては聞こえていました。無関心が大体6割ぐらい、反対するのも2割ぐらいいて、ですので大丈夫かなという感じが初めはありましたけれど、ただ、こういうのは絶対にやったほうが良いという意識の高いメーカーさんがやはり2割ぐらいいるのですね。そういった人たちが、俺らが手伝ってあげるからこれをやろうと。多分こういうのを1年やって、失敗してもいいからやるのが一番大事なので、やったら成功体験も積み重ねできるから一緒に頑張ろうと言っていた感じでした。

お金がないので、チラシとかも作れないのですね。作れないから工夫するしかなくて。1年目はポスターも作れませんでした。作れない代わりにチラシを4種類作って、その4種類を繋げると例えばこういう横長のバナーみたいになったり、縦2列、横2列で並べると1枚のポスターに見えるようにして工夫してやったりとか、手作りで看板とかを作って、レンタサイクルみたいなものも必要かなと思ったのですが、その時には地域の住民の方たちが、使っていない自転車とか普段使っているものでもその日だけ貸してもらって、何とか中学校のシールを張ってある自転車とかが僕らRENEWの公式のレンタサイクルとして、現在も毎年こんなスタイルでやっています。

1年目は恐る恐るで、僕も正直不安だったし、どれだけお客さんが来るかわからなかったですけど、これは決起集会の様子ですけど、やっと出展したら腕半分ぐらいまでは上がるようになったのですね。でも、やはりみんな不安で、どうなんだろう、どうなんだろうと思ってスタートしましたが、蓋を開けたら、結構お客さんが来てくれたのですね。僕ら告知方法がSNSぐらいでしかできなくて、facebookというSNSがありますけれど、そこに広告費を8,000円だけ投入して、あとは人海戦術、みんなでシェアをすとか口コミで広がるような感じで頑張ったところ、初年度はそんなに多くなかったですけれど、1,200人集まったのですね。でも、僕らからしたら人口4,200人の地域に1,200人集まったというだけでも本当にとっても嬉しかったですし、うるしの里会館というところがこの時期に駐車場が満杯になったというのは初めてだったので、それだけでも地域の熱量がちょっと変わったなと感じる瞬間だったのです。

こんな感じで、まち歩きを楽しみながら工房を見られると。こんな感じですね。

1年目をやってすごく嬉しかったのが、この写真に載っているハヤカワメガネという3人ぐらいの会社で、お父さんとお母さんとあともう1人ぐらいしかいない、3人ぐらいの小さい会社ですけど、今まで工房を開けたことがないという人だったのですが、でもど

うしてもこの人には出てほしくて、口説いて出てもらったのですけれど、やはり全国には眼鏡好きみたいなマニアがいるのですね。こういうイベントがあるというのを知って来るのですよ。ちょうどこの写真の人が眼鏡マニアで、この人は多分、この早川さんの工房の中で4時間ぐらいずっと居続けたのですね。「へえ」とか「すごい」とか、1つ1つの工程にもテンションが上がるわけです。そしたらどういことが起こるかという、職人さんからしたら、やはりそういう「すごい」とか「格好いい」とか言われると嫌な気持ちになるわけなのですよね。そうすると、何か「じゃあ、ちょっと隣の部屋も見てみるか」みたいな感じで、だんだん職人さんもテンションが上がって行って、そしたら、1年目が終わったときには、楽しかったと。これは絶対に意義のあるイベントやから来年もやろうと。うちとしても受入体制について課題もたくさんできたから、2年目にはきちんと整備してやりたいんだというふうに言ってくれて、この言葉は本当に泣けたというか、やった意味があったなど。そういう熱量のある会社さんを何社増やすかが地域の未来につながってくるのだなというのを確信した瞬間でしたね。

1年目が終わって1,200人来て、そのうちの4割が県外から来られたのですね。福井県って、悔しいかな観光としては金沢とかに比べたら圧倒的に弱い地域でもあるとは思いますが、その中で4割が県外のお客さんというのはやはり可能性があるのだなというのは1年目をやってすごく感じました。

出展者の反省会をしたときも、各社どんな作戦をしたかというのを共有するようにしました。例えばある会社は結構人数が多かった。何ですかと言ったら、「うちはワークショップとかしてさ、こうやったらお客さんが来てくれたんや」というのをシェアしていたんです。そうすることで、この会社がこうしているならうちはこういうやり方でやろうみたいな感じで、みんな止まっていた思考がだんだん動き出すというか、そんな感じで2年目は逆にワークショップだらけで大変でしたけれど、それでも少しずつ色々なものが進んでいったなという印象です。あとは、こんなトークイベントを開くとか。

2年目に試したのが、1年目にも宿泊したいという人が結構いて、地元でラポーゼかわだという宿泊施設がありますけれど、そこしかなかったのですね。ただ、滞在時間をいかに長くしてもらって、お金を落としてもらおうかというのは結構大事だなと思って、要望のあった夜のイベントとかも何かしようかというふうに盛り上がって、こういった夜のイベントも始めるようにしました。

これは漆器BARという名前で開いたのですが、やることはとても単純でして、漆の職人さんがその日だけバーテンダーになって、自分が作った漆の酒器に福井県の地酒を注いで、どういう思いでものづくりをしているかというのについてお客さんとコミュニケーションをとると。半分ノリみたいな感じでやりましたが、お客さんがすごく喜んでくれて、バーテンダーの人も、口下手だけど、お酒があるとまあまあ饒舌になって、メインイベントになってきたという嬉しいこともあります。

2015年からスタートして2年間やってきましたが、産地の中で結構大きい変化が生まれて、ちょうどその時期にそれこそ皮肉にも補助金事業だったのですが工房改修の補助金があって、それにRENEWが始まったということがあって、結構皆さんが工房改修をしたいと手を挙げてくれたのかな。ということで、出展企業の6社が工房の中を改装してお店をつくるようにしたのですね。ですので、本当の意味で通年でも工房を見られるとか物が

買えるような状況というのがこの2016年ぐらいから拍車がかかったという感じで、さらには、鯖江の眼鏡は有名だけど越前漆器ってそんなに知られていなかったのが、RENEWを始めたことで色々なメディアさんが取り上げていただくようになって、「ガイアの夜明け」であったり、初めて雑誌の表紙に載ったりだとか、右側に載っている「Discover Japan」、実は河和田の職人さんが表紙になって、これは村がどよめいたという、そんなことがあって、だんだん自分たちの産地というのは実はイケてるのではないかというのが地域の中で醸成されていったと。

あと、もう1つ良かったことが、雇用が生まれたことがすごく大きくて、まだ数は少ないですけど、RENEWをきっかけに3人就職が決まるというようなことがだんだんできてきたという感じです。

3年目が昨年でしたけれど、冒頭に申し上げたとおり中川政七商店さんというところとコラボレーションで開催することにしました。

中川政七商店さんは奈良県の工芸メーカーですけども、工芸の世界では初めてSPA業態をとられて、金沢駅のところのRintoにもお店があると思うのですが、いま全国で約50店舗を運営されていて、すごく注目されている会社です。そこが「大日本市博覧会」という名称で、全国の産地と手を組んで工芸のお祭りをやっていて、それは2016年に中川政七商店の創業300周年イベントとしてやったのですが、2017年は鯖江とコラボしようというお話になって、実際にコラボするということになりました。

「RENEW×大日本市鯖江博覧会」という名前で開催しましたが、中川政七商店の井上さんという人が、本当に鯖江に住んでいるのではないかというぐらいずっと足しげく鯖江に通ってもらって、僕と谷口さん、あとは漆琳堂というメーカーさんがあるのですが、そこがチームとしてあって、11か月かけて準備しましたが、まずずっとやっていたことが、自分たちも持続的な産地をつくるというのはわかるけれど、もう一度コンセプトからつくろうということで協議を重ねて、僕たちが目指す目的は持続可能な産地だけど、コンセプトをつくるという部分で言うと、「来たれ若人、ものづくりのまちへ」というコンセプトを掲げるようにしたのです。

これはどういうことかという、移住しているというポイントが大きいとっていて、何となく高校球児が甲子園を目指すような感じで、ものづくりを志す若者が目指す聖地として鯖江や福井がなれないかという思いを持って、こういった標語をつくりましたけれど、そういった状況をつくり出すためには、やはり地域としては魅力をつくらないといけないし、売上も上げないといけないし、雇用を生まないといけないと。だから、若者が集まる状況になるためにみんなで力を合わせて頑張ろうというようなメッセージで、コンセプトをこういった形に立てました。これはおそらくずっと、今年もそうですし、来年以降もこれがきちんと成立するまでずっと使い続けようと思っています。

裏コンセプトもあって、昨年は「また来よう、ふくい」という裏コンセプトをつくりました。中川政七商店はとても知名度の高い会社なので、中川さんを集客装置として福井に初めて来る人がいるだろうと思って、ですので、県外からのお客さんに極力泊まってもらって、河和田地区だけではなくて色々な福井の面白いところを回ってもらって、「意外と福井って面白いね。また来年も来たい」という状況をどうつくるかというのを裏コンセプトとしてやっていました。

これは当時の企画書ですけれども、来場者数の目標としては1万人を目指そうと。2016年は2,000人だったのですね。ですので5倍の来場者を目指すと。開催期間も2日間から4日間に増やしたりとか、後で説明しますが、広域連携イベントというのもスタートしたりとか、「来たれ若人」というところから移住系のイベントもやろうということとか、このイベントの始まるきっかけとなった工場の祭典と一緒に連携してPRをやってみようとか、あと、中川さんがものづくり振興とか、色々なことを交えながら結構大きいイベントにしようという感じで計画を進めました。

続いては体制ですけれども、ちょっと字が小さくてわかりにくいですが、このピンク色の部分が実行委員会という形で、実行委員会といっても実行委員会イコール出展者ですね。事務局として自社や谷口眼鏡さんがいるというところで、あとは中川政七商店が入っていると。中川政七商店は鯖江市から産地PRに関する業務委託を受けているので、中川さんは中川さんで予算があるということです。地元関係で言うと、河和田小学校という地元の小学校とか、組合とか地区の団体というのも全面協力してもらって、民間の日本工芸産地協会とか、あと、レンタサイクルで東京の自転車屋さんに協力してもらって、PRで言うと新潟の工場の祭典だとか、移住系で言ったらソトコトという雑誌社があって、そこ連携するとか。この下の部分になると、連携で言ったら今までは河和田地区だけでやっていたイベントですけれども、「また来よう、ふくい」というコンセプトを掲げたことで、極力、広域で回ってもらえるほうが良いというところから、実験的に和紙産地や刃物産地というところにも入ってもらうようにして、名称として、昨年までは「福井クラフトツーリズム」という名前でも和紙だとか刃物というのを同時開催イベントとして開催すると、でもそれはRENEWと連携していますよというところとか。宿泊する人が多いだろうというところから、夜に福井市内で食のイベントというのを地元のカフェとかに協力してもらったりとか、福井県のデザインセンターさんと一緒にオープンセミナーというトークイベントをやったりとか、ハンドメイド・マルシェとか、色々なところと絡みながらやりました。

エリアにしても、初めはAのエリア、河和田地区だけだったのが、広域としてスタートしたと。こういう感じで「移住EXPO」というのもやりましたというところで、実際、どんな感じのイベントやったかというのを、これも映像でお見せします。

(映像)

見てのとおり、若い職人さんがとても多いのですね。お客さんも大体、20代、30代、40代がほぼ7割。20代、30代が一番多くて、これは移住EXPOです。移住EXPOは、実際、産地で職人になるのはどういうことだということを全国の美大生向けにやります。

何となくイメージがつかめたのではないかなと思いますが、こんな感じで工房・工場見学イベントを、昨年は4日間、開催していました。

他にも、レセプションパーティーをして、そこにも毎年恒例の漆器BARが現れるとか。

本当に良かったなと思うことが、5産地連携の第一歩目が踏み出せたのが一番大きかったなと思っていて、半径10km圏内に5産地あるというのはみんなわかっている、でも何とかしたいけど全然できないというのがずっと長年続いてたんですよ。ただ、RENEWの特徴として、民間でやったイベントなので、民間同士って結構みんな仲が良いので

すよね。あまりわかりませんが、行政同士、どこどこは仲が悪いとかってあるじゃないですか。ただ、民間はそんなことは全然関係ないので、「やろうぜ」と言ったらすぐに動けるような感じだったのも、本当に運が良くできたのではないかと考えています。

さらには、PRとして、初めは懂れていた工場の祭典さんが僕らの趣旨みたいなことをすごく理解していただいて、一緒にPRパートナーとして東京とかを回ろうよと声をかけてもらって、色々なところでPRイベントと一緒に出させていただいたり、実際、当日も工場の祭典のコアメンバーたちが遊びに来てくれて出展してくれたりとか、そんないい関係ができました。さらには、地元の小学校向けの工芸ツアーみたいな形で、河和田小学校は全校生徒の社会見学として、すぐ近くに工場があるけれどなかなか見に行けなかったのが、こんな感じで、自分たちのまちにはこういうものづくりがあるんだよというのをきちんと伝えることで、この中から「工芸、格好いい」とか「大人になったらこんな仕事につきたい」という子が少しでも増えたらいいなと思ってやっています。

これは移住イベントで、実際、職人になるってどういうことかというのを生の声で喋るということで、これも本当に全国から、このイベント平日でしたけれど、大学生とかが結構来てくれて、熱く語っていました。

これも移住EXPOでのトークのところですね。

あと、僕らも会場マップとかにも工夫をしていて、この会社は採用活動をしていますよというのを、Jマークみたいな感じをつけて、例えば、工房の入り口にもこういったちようちんとJマークをつけて、ここは採用募集をしているからよかったら気軽に話を聞いてねという目印をつけたり、当然マップの中にもつけるし、数は多くなかったですけれど、この家空いていますという空き家情報もマップの中に入れてたりとか、そういう工夫でこのまちがきちんと受け入れようとしていますよというのを伝えていったところですね。

あと、オープンファクトリーをするときにデザインの部分も結構大事だなと思っていて、統一した見せ方というか、伝え方というのが結構重要だなと思って、今回、赤い丸というのを漆器の赤色と、眼鏡やお椀を上から見ても円マークですけど、そういったものがずっと重なり合いながらまちをメインとしてつくっていくという意味で赤い丸の集合体というのを昨年からメイングラフィックにしましたが、それを全部、装飾とかに使って、出展者も、赤いシートを渡したら各々自分たちで装飾をしてくれると。今日も着てきましたが、こういったオリジナル法被みたいなものも作って、それでみんなの機運を上げるとか。たかが法被ですけど、これを着ることでやはりみんなテンションが上がるんですよ。こういうところをディテールまできちんとやるのも成功の秘訣だったのではないかなと思っています。こういうチラシ面に関しても、ちょっとお洒落といいますか、自分で言うのもなんですが、お洒落な感じで極力わかりやすくということ、バランスをとりながらやっていました。

結果的に、お客さんが、1年目1,200人、2年目2,000人だったのが3年目の昨年は4万2,000人という数字になりました。これは、実数が4万2,000人というより、この工房に何人来ました、この工房に何人来ましたというものの累計になるので、実数にはなりにくいですが、おそらく実数でも1万人は超えているだろうとは思いました。売上が大体2,800万円ということで、85社参加してもらったので4日間の平均で言ったら36万円ぐらいです。多いところは売上が300万円ぐらいありました。ということで比率が本当にすごく上がりまし

たけれど、昨年の20倍ぐらいの比率で上がったというところですよ。

あとは、観光という視点でも結構嬉しいことが起きて、ずっとPR活動とかをSNSを中心に、あとは都内でのPRイベントを中心にやっていたのですが、楽天トラベルが発表する秋の国内旅行人気上昇ランキングがありまして、そこで福井県が第2位に上がりました。人気上昇ランキングで福井県が2位になったのは歴史上初というような感じで、これは結構RENEWのこともあったのではないかと考えていて、実際、4日間は鯖江市、越前市のホテルは大体、軒並み満室という感じでしたね。

あと、メディア掲載というところも結構頑張っていて、5か月間で累計122の媒体で露出をさせてもらって、地域の魅力というのを伝える意味でも本当に大きかったなと。

ここで突出しているのは、やはりウェブですね。ウェブが89件。どこのメディアに刺さりたいかというのは僕らも戦略的に考えていて、もちろん新聞とかも大事だけれど、今回狙っていたのが若い人たちというのをターゲットにしていたので、やはりウェブ世代なんですね。ウェブの場合、字数がそんなに変わらないから割と丁寧に書けるという利点を生かして、そういった人たちに対して結構集中的に取り組んだところ、89媒体で、紹介してもらったという感じですよ。

色々な効果が生まれたなと思っていて、昨年の効果としては幾つかありますが、やはり地域ブランディングとして色々な大きいインパクトを残したなとは思っていて、あとは、先ほど申し上げた5産地連携ですね。この広域連携の1本目ができたことが大きいかと思います。さらには、産業観光という部分で言うと、普段の休日、このイベント以外の日にもお客さんが増えたというのを聞きましたし、機運醸成という意味で言うと、出展者のモチベーションが上がって、ものづくりの誇りみたいなものが地域住民も含めて取り戻せたのではないかと考えています。

さらに、元気な産地というようなイメージを一般的に伝えることによって、色々な引き合いみたいなのも増えてきているのですよ。どうせ何かつくってもらったのなら元気な産地につくってもらいたいと思うのが常だと思いますが、そういった部分で、現在色々な大きい面白い仕事というのがこの産地に増えてきています。

あとは雇用創出です。これはどんどんやっていきたいところでもありますし、実際、今年もまだ実数はわかりませんが、3~5人ぐらいは確実に移住したとは聞いています。

これも大事なことですけれど、反省点も多々ありました。昨年、大きいイベントができて、すごく成功したなという反面、色々な反省点も起きていて、まず、現状の組織体制の限界が起きたのですよ。補助金を使わず、自分たちでできるところからやろうと言っていたのが、3年目は大きくなり過ぎて、ちょっと歪みが起きてしまったというのが反省点として、うちの会社もそうですけど、負担が大き過ぎて4か月ぐらい仕事ができなくて、会社の売上が危ないのではないかとということもあったとか、あとは、85社が参加されて、すごくたくさんお客さんが来るところと全然来なかったところの格差が生まれたのも現実です。これは本当に難しくて永遠の課題だなと思いますが、結局、ずっと前からブランド力とかを頑張ってきた会社はやはり人気で、お客さんがすごく来るのですよ、当然、立地もあるかなとは思いますが、そうではない会社さんはそんなに来なくて、「出展料2万円払ったのに全然来なかった」というクレームが来て、一刀両断してしまうと、「いや

いや、あんたらの企業努力が悪いやん」と言ってもおかしくないかもしれないけど、それを言ってしまったら終わってしまうのでそれは言えないし、きちんととそういう人たちが活躍できる場をつくるのが事務局も必要だなということもすごく感じたのですね。

ただ、産地間をつなぐ二次交通、これはやってみてわかったことですが、かなり整備が必要だなと。河和田から和紙の今立というところまで車だと15分で済むのですが、結構、学生たちが来てくれていたので、学生たちはお金がないから、シャトルバスで鯖江駅まで行って、鯖江駅から武生駅というところまで普通電車で行って、そこからタクシーでお金がいけるところまで行って、そこからヒッチハイクをするような子らとかがいて、普通の車だったら15分で済むのに1時間半かけて行こうとしていた子らが見受けられたのですね。これはとても申し訳ないなと思っていて、この辺りの整備は、それこそ行政とかそういった人たちの協力も必要なのではないかなというのをすごく感じ出したところです。

2018年、今年10月、今日もお手元の資料に仮チラシを挟んでおりますけれど、10月の19日から21日の3日間開催しますが、事務局と話していて、去年4万2,000人来たから5万人を目指そうかというのが普通だと思いますが、僕らはそれをやめようとなったのですね。やはり何か数の勝負ではないなと思っていて、数を追い出したらずっと追いつけないといけなく本質を見失いそうな気がして、どちらかというところ、量というよりはイベントとしての質をきちんと高めていくということにしようと思っています。

顧客満足度のアップということをやりたいなというところと、あとは、ブランディングで言うと、先ほど申し上げた産地の中の脱落者みたいな人たちを少しでも減らしていきたいなと。

あと、脱工場見学イベントと書いているのですが、市町とか色々なところでオープンファクトリーをやろうという感じになりますけれど、今回の話もそうなのですが、河和田モデルみたいなものをそのまま他のところで転用できるかというところではないと思っています、やはりそのまちのプレーヤーと産業の資源というものが違うので、そういった中で、自分たちが一番必要なことをしないといけないと思うのですね。ですので、僕らは単に工場見学のイベントというのを目的化するのではなくて、今後やっていきたいのは、雇用をどう増やすかということが一番大事にしたいなと思って、先ほど申し上げた移住EXPOとか、そういった教育系の部分に力を入れていきたいなと思っています。

運営体制の再構築。これは今まさに、目下やっているところです。今日も午前中に打ち合わせをしましたが、きちんとした組織体制を構築しないとこれだけ大きくなったら無理だなというところです。

5産地連携。昨年までは和紙とかは福井クラフトツーリズムという名前で同時開催扱いだったのですが、今年からはRENEWとしてやることになって、河和田地区のイベントから丹南エリアの産業観光イベントとしてやっていくことになります。

これが今日お渡ししている仮チラシで、よかったですら本当に参考までですけどりあえずやりますということで、イベントがもうすぐ始まると。

あと、「Localism EXPO」というのを企画してまして、3日間に色々な全国の地域で、ローカルでおもしろい活動をしている人たちの祭典みたいなことができればなと思っていて、ものづくりだけではなくて、食であったり、コミュニティであったり、福祉だとか、そういった人たちが色々な地域でどういう活動をしているのかというのを一

堂に集めて、販売機会や展示を通して、地域の中の人たちに、現在色々な地域の方はこうなっているというのを知ってもらうためのことをやろうとしています。

最後に、今回、僕はそんなにアカデミックな人間ではなくて、このRENEWというのも割と現場レベルでずっと関わってきた立場としてお話ししていましたが、やりながらずっと自分の中で考えていたことというのを最後にまとめると、結局、僕は論より実践だなと思っていて、とにかくまずやってみるということがすごく大事だなというのがこのRENEWで自分自身も学んだことです。

あと、民間と行政、お互いの得意分野というのを認識するというのはすごく大事だなと思っていて、企画力であったりスピード感というのが僕ら民間の強みかなと思うのですが、先ほどの二次交通とかそういった部分、あと、警備とかインフラの部分を考えると僕らは全然弱かったりしていて、そういうところはやはり行政の人たちとタッグを組んでやったほうがより良いイベントになるのではないかなと。だから、お互いの強みを掛け算するようなイベントをつくるのが絶対に良いだろうなと感じたところです。

3つ目が、時には独断と偏見も必要と。これはうちの実行委員長、谷口さんがいつも言っているのですが、「こういう類いのイベントを誰でも公募で参加してもいいよと言うと危ない」と本人はずっと言っていて、だんだんわかってきましたけれど、こういうのがだんだん成長していくと、何か首を突っ込みたい人たちが出てくるのですね。とりあえず儲けたいという人が来ると、意外と質がどんどん下がっていってしまうと。ですので、未だに出展者選びというのは僕と谷口実行委員長2人が独断と偏見で決めているという状況で、まだしばらくこの状況は進めていこうかなと。これは民間だからできるようなやり方かなと思っています。

今日何回も言っていた、イベントを目的化しない、自分たちが一番大事なことは何だろうというのを常に考えて、そこに最適なことをやっていくと。もしかしたら工場見学がもう必要ではないと思ったら、さくっと止めて違うことをすると思うんです、僕らは。そういうことを大事にしていると。

また、先ほどの地域内の脱落者を極力なくすようにして戦える会社を何社増やせるかが大事なので、地域内の気づきを大切にすると。

デザインとSNS発信を怠らないと。これは結構地味に大変ですけど、やるほうが絶対にいいだろうと。

最後、これが一番大事ですが、熱量が全てかなと。地域をどうにかしたい、何とかしたいという熱量がある人じゃないとやはりできないかなとはすごく感じていて、自分自身も熱量が落ちないように今後もやっていきたいなと思っております。

すみません長々となりましたが、福井県鯖江市河和田地区で行われているRENEWというのはこんなイベントですというお話でした。ありがとうございました。

以上