

地域経済対談

15上

溝口善兵衛
&
松場大吉

島根県知事

石見銀山生活文化研究所代表

2007年に島根県の「石見銀山遺跡とその文化的景観」が世界遺産に選定された。島根県には石見銀山遺跡のほかにも、宍道湖や出雲大社など、美しい自然や文化が昔のままの姿で残されている。これらの貴重な地域資源をどう生かすべきか。溝口善兵衛島根県知事と松場大吉石見銀山生活文化研究所代表が、語り合った。

「地域資源にアイデアを盛り込んだ

島根独自の製品づくりを後押しする」

溝口善兵衛 島根県知事



溝口善兵衛

Zenbei Mizoguchi

1946年島根県生まれ。68年東京大学経済学部卒、大蔵省入省。96年主計局次長、97年大臣官房総務審議官、98年大臣官房長、99年国際局長、03年財務省財務官、04年財団法人国際金融情報センター理事長などを経て、07年から島根県知事。

溝口知事 私は、島根県の益田市で

生まれました。大学入学のため18歳で上京し、卒業後は大蔵省（現財務省）に入省、07年5月に知事に就任して松江市に住むようになりまし
た。43年ぶりに島根に戻ってきたわけです。しばらく離れていたことによつて、かえつて新鮮な気持ちで故郷を見ることが出来ます。すると、島根の魅力は知つているようでまだまだ知らなかったことに気づかされました。たとえば城下町の松江は、歴史ある町並みと宍道湖をはじめとする自然豊かな環境に囲まれ、とても住み心地がいいことを実感しましたね。高い建物はないし、多くの住宅に昔ながらの出雲様式の庭園があり、町並みもきれいです。松場さんも私と同様に都会から戻ってきたUターン組ですよ。

松場代表 そうです。私も18歳で石見銀山がある大森町を出て、大阪と名古屋で暮らしたあと、家業の呉服店を継ぐために27年前に戻ってきました。でも、戻った当時の大森町はすでに時代が変わつてしまつて過疎が進み、呉服店として商売が成り立ちません。そこで、妻が布の小物を制作し、私が売り歩く日々が始まりました。それが、現在の石見銀山生活文化研究所の事業にいたっています。

溝口知事 松場さんの会社が展開するファッション・ブランド「群言堂」は、今や女性たちに大人気ですね。

「島根の何気ない日常の商品化が

都会人の心をゆさぶる」

松場大吉 石見銀山生活文化研究所代表



松場大吉
Daikichi Matsuba

1953年島根県生まれ。81年石見銀山がある大森町で家業である呉服店を継ぐ。布・小物の製造・販売を始める。88年民家を修復し、店舗としてオープン。98年石見銀山生活文化研究所を設立、代表に就任。現在、大森町自治会協議会副会長として、石見銀山の観光客のもてなし向上と住民生活保全に取り組む。



上/石見銀山生活文化研究所では、毎年1回、町の人たちを集め記念写真を撮っている。この写真を都会に出ている町の出身者に送り、故郷と都会の交流を図っている。この取り組みを始めて17年が経つ。
下/石見銀山がある大森町の町並み。右側に見えるのが、群言堂の石見銀山本店。築100年の古民家を改造した。

松場代表 お陰様で、石見銀山本店や東京、京都などの直営店のほか、百貨店への出店など、全国で15店舗を展開させていただいています。

溝口知事 テレビや雑誌など、マスコミにも数多く登場されていますね。群言堂の商品の良さは、島根および日本の伝統文化を非常にうまく表現していることだと思います。私も43年ぶりに戻ってつくづく思います。島根には本当にいい地域資源が残っています。それを商品づくりうまく生かしていますね。

松場代表 島根の魅力は、まず「人間らしさ」があることです。次に「恵まれた自然」、そして「出雲大社をはじめとした神々の信仰」。これらの3つは、これからの日本を住みよい国とするために欠かせない要素だと思います。私は20年にわたってビジネスに携わってきました。この間に、時代の流れとともに事業を取り巻く環境が変わっていくことを肌で感じています。工業化時代は品物が良いか悪いか判断材料でした。情報化時代は好きか嫌いかが基準となりました。そして21世紀は心の時代。商品や会社が本物であると信じるに価値するかどうか、問われるようになってきました。今は、人々の心をつかむことがマーケティング(市場戦略)のキーワードになっているのです。

溝口知事 戦後、日本は早期の復興をめざして工業化を推進してきました



群言堂

石見銀山生活文化研究所が展開する和風のファッション・ブランド。石見銀山がある大森町で生まれた松場大吉氏が、妻の登美さんと立ち上げた。石見銀山にある本店は、江戸時代に建てられた屋敷を改装したもので、綿や麻などの自然素材を使った衣類や懐かしさを感じる衣料小物などが売られている。本店には全国から数多くのファンが訪れる。ほかに、東京、京都などの直営店や百貨店内のショップなど、合計15店舗がある。



ていくうちに、写真カレンダーを通じて心の交流が行なわれるようになったのです。言葉で伝えなくても、写真はいろいろなことを伝えてくれます。これは、われわれの商品づくりとも相通することです。商品を通じて、われわれの心が伝わるように願っています。今ではお客さまにも浸透ってきて、「群言堂の商品は間違いなく自然素材を使っている」と、こちらから何も言わなくても分かってくる

さんあります。長い歴史と文化、豊かな自然や温泉……。地元の企業もこれらの資源を上手に活用していてほしいですね。また、地域資源を生かしつつ、都市をターゲットにした商品づくりをしていくことが大切だと思います。とはいえ、地域資源を事業に生かすにはアイデアが必要です。その点、群言堂は地域資源にひと工夫もふた工夫も凝らしていることが成功の要因なのでしょうね。

松場代表 私たちの会社の社名は「We are here!」、すなわち「私たちはここにいます」です。私たちの会社がある大森町は人口が500人足らずの小さな町で、17年間、運動会や花見で町民が集まった時に全員の記念写真を撮影して写真カレンダーを作り、大森町を出て都会などで暮らす人たちに送っています。17年間も続けると、この写真カレンダーが都会と田舎との架け橋になっていると感じています。写真カレンダーができてみると、町の全世帯に配るとともに、各世帯から都会に出ている息子や娘に送ってもらっています。写真カレンダーを都会で目にする大森出身者は「あのおじいちゃんはまだ元気だな」とか、「あの場所はまだ残っているのか」と思い、知らず知らずに田舎と都会の「心のコミュニケーション」が生まれてきています。

最初から、このような意図で作っていたわけではありません。長く続け

ります。

溝口知事 でも、島根にずっと住んでいる人々は地域のよさに気づきにくい傾向があるように感じます。

松場代表 そうです。ふだんの何気ない日常の中にこそ、島根のすばらしさがあるのですが、日々の暮らしの中ではなかなか実感しにくいかもしれないですね。都会の人にとっては、その日常が非日常と映り、たまらなく魅力的だと思えます。島根の企業は、この日常を事業戦略に取り入れて、商品開発や社員教育をしていくべきではないでしょうか。

溝口知事 島根には地域資源がたく

た。大企業が生まれ、大きな工場ができて、人々の生活水準は確かによくなっています。しかし、モノに満ちあふれた暮らしが人々の心まで満たすわけではありません。「本当の豊かさとは何か」がこれからますます問われるようになるでしょうね。

松場代表 まさに、都会の人々が島根に魅力を感じるのには、本当の豊かさがここにあるからだと思えます。「豊かさ」を測るモノサシは場所によって異なる。都会のモノサシは長いけれども薄くて味気ない、島根のモノサシは一見すると短く見えるかもしれないけれど、太くて味わいがあ



れるようになりまして。商品で心が伝わっている証だと思います。

溝口知事 石見銀山が、世界遺産に登録された大きな理由は、単に歴史ある鉱山の跡地だからではなく、むしろ鉱山でありながら、昔ながらの緑豊かな自然が残り、そこに暮らす人々の生活とうまく共存していることが評価されたからだと思います。

松場代表 その通りですね。世界遺産として知られる前は、鉱山はあまりいいイメージを持たれていませんでした。私が石見銀山でファッションメーカーを作るといったら、みんなから奇人扱いされたほどです。フ

アッションメーカーという華やかな都会のイメージがありますが、それをあえてマイナスイメージの田舎で始めたわけですから。今は時代も変わって、環境や景観が重視されるようになり、石見銀山の魅力が広く知られるようになりました。だから、石見銀山にあるファッションメーカーということが、魅力のひとつになっているようです。石見銀山に住む私たちは、今後も商品だけでなく生活文化も発信していきたいと思っています。

溝口知事 県では、毎年1月に広島市で島根の農産物や水産物などを販売し、島根の文化や歴史を知ってもらう「島根ふるさとフェア」を開催しています。広島県の人に島根県のイメージを尋ねたところ、「清浄な県」との答えが返ってきました。それは自然が豊かで空気もきれいということもありますが、出雲大社があり、神話も多く残っていることから、神秘的な魅力が「清浄な県」のイメージを高めているようです。全国各地で、「清浄な島根」のイメージが定着してほしいと思います。

松場代表 清浄な県という表現がおもしろいですね。溝口知事 この清浄な地域資源をいかにして商品に生かしていくか。それには、松場さんのように経営者にアイデアがあるかどうかが問われます。私も県内でいろいろな経営者にお会いしましたが、元氣な企業のお客に共通しているのは、みんなアイデアがあることです。たとえば、奥出雲町にある田園倶楽部奥出雲は、景山吉仁社長が定年後に故郷に戻って起業した会社で、独自技術を使って高糖度のトマトを作っています。いわゆるオンリーワン商品であり、販路を確保したうえで生産していることが功を奏し事業は順調にすすんでいるようです。しかし、中小企業が独自技術を開発するのは大変であることも事実でしょう。県では、産業技術センターを設けて企業と共同研究をしています。全国的にも著

名な桜江町の桑茶は、この共同研究で生まれたお茶です。島根県で広く作られている西条柿も県の農業試験場が支援して、やわらかい干し柿を開発しました。お菓子のようにセロファンに包んで売っていますが、これも好評です。

松場代表 せっかく良質な地域資源があるのですから、挑戦する企業がもっと現れることを期待したいですね。

(次号へ続く)

島根県産業技術センター

島根県内の中小企業の技術の向上と発展を図るために作られた組織。研究開発、技術支援、技術情報の提供、企業からの依頼による試験分析などを手がける。その他、産業技術に関する研究会や講習会も開催している。

島根県概要

【人口】73万866人 【面積】6707km

【県概要】山陰地方の西に位置し、広島県との境には恐羅漢(おそらかん)山をはじめとする中国山地が東西に連なる。県庁所在地の松江市は、江戸時代に堀尾吉晴が築いた松江城がある城下町で、市内には周囲45kmの日本で7番目に大きな宍道湖が広がっている。神々の故郷としても有名であり、出雲市には、10月に日本中の神様が集まるといわれる国宝・出雲大社がある。65歳以上の人口割合は、全国1位の26.8%と高く、少子高齢化が進む。16~17世紀の銀の発掘地であった石見銀山遺跡が07年7月に世界遺産に選ばれた。