

# 創 つくる

横浜ルネサンス  
Yokohama Renaissance

特集.1 「『横浜』発! 人に優しいものづくり」

大川哲郎・平川仁嗣・井崎孝映・吉田 哲

プロデューサー

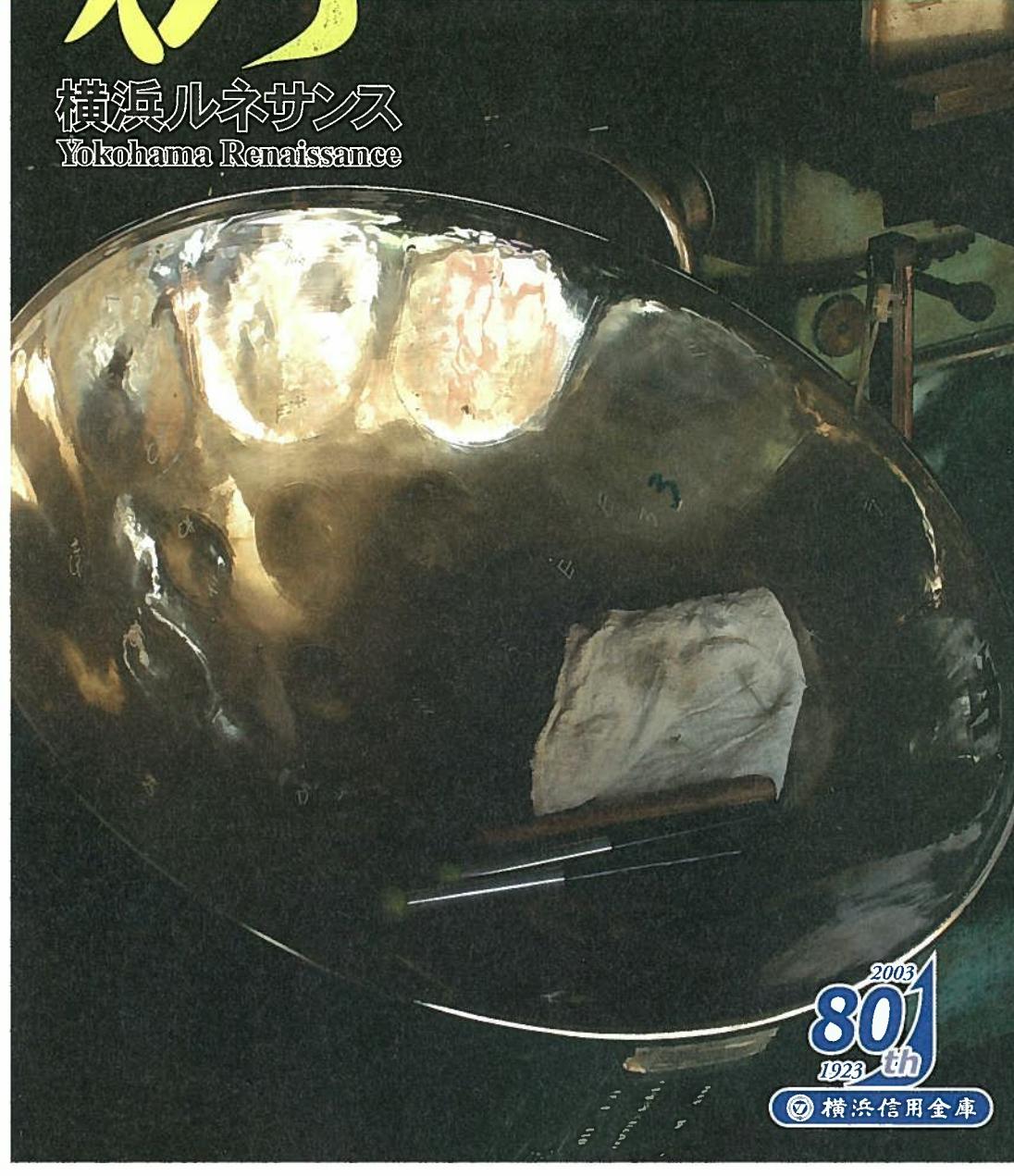
特集.2 横浜「創」の仕掛け人たち

齋藤裕美・山田 豊明・岩宮陽子

福島俊彦・野並 直文・柳 孝一

●松岡真宏 アナリストの「横浜ノート」

●荻野アンナ エッセイ「秘密のかもめ町」



2003

80<sup>th</sup>  
1923

◎ 横浜信用金庫

# 創

横浜ルネサンス  
Yokohama Renaissance

特集1

8

若い経営者たちが語るこれからのビジネス



大川印刷専務取締役  
大川哲郎さん

横メディセフ取締役服飾デザイナー  
井崎孝映さん  
文明堂取締役・統括局次長  
平川仁嗣さん



「『横浜』発!  
人に優しいものづくり」

司会:横浜信用金庫 理事・本店営業部長  
吉田 哲

4

写真で見る  
横浜の歴史

ブランド、ベンチ  
ヤー、ものづくり



表紙:スチールドラム  
(撮影/川村たかを。関連記事18・19頁)

特集2

## 横浜「創」の仕掛け人たち



INCUBATION  
(株)SOHO 代表取締役社長  
斎藤 裕美さん



FACTORY  
(有)山田工業所 代表取締役社長  
山田 豊明さん



INVENTION  
(株)飾一 代表取締役社長  
岩宮 陽子さん



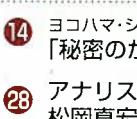
MASS MEDIA  
TVKテレビ 放送本部・編成局長  
福島 俊彦さん



YOKOHAMA BRAND  
(株)崎陽軒 取締役社長  
野並 直文さん



VENTURE  
早稲田大学大学院  
アジア太平洋研究科(MBA)教授  
柳 孝一さん



- 14 ヨコハマ・ショートエッセイ③  
「秘密のかもめ町」荻野アンナ
- 28 アナリストの「横浜ノート」  
松岡真宏 (UBSウォーベーグ証券 株式調査部長)
- 30 横浜信用金庫・創業支援融資のご案内  
単行本『横浜ルネサンス』発行のお知らせ
- 31 横浜信用金庫・創業支援融資のご案内

## 創立80周年を迎えるにあたって

横浜信用金庫は今年7月、創立80周年を迎えます。これを記念して、横浜信用金庫80周年記念事業委員会では、昨年より「横浜発」の小冊子『横浜ルネサンス』を発行してきました。

第1号「集(つどい)」では、今や横浜を代表するイベントとなった野毛大道芸のプロデューサー対談をはじめ、横浜にぎわい座の館長・玉置宏さんや、関東学院大学ラグビー部監督の春日廣さんなど、横浜の「文化・スポーツ」界を代表するみなさんにお登場していただきました。

第2号「商(あきない)」では、新横浜ラーメン博物館と横濱カラーミュージアムの両館長による「食」の対談を実現し、あわせて横浜で商業に専心する方々や、中華街や元町、六角橋商店街の「街づくり」に携わる方々をご紹介しました。

今回、第3号では「創(つくる)」という視点で特集を組み、横浜で他にはない「ものづくり」にこだわり続ける経営者や、起業家を支援して横浜を元気にしようと頑張るみなさん、そして横浜というブランドを全国へ向けて発信する企業の方々に登場していただきました。

バブルが崩壊して「失われた10年」が過ぎ、今なお閉塞感に覆われる日本ですが、この誌面に登場していただいたみなさんから



横浜信用金庫 会長  
竹本 浩

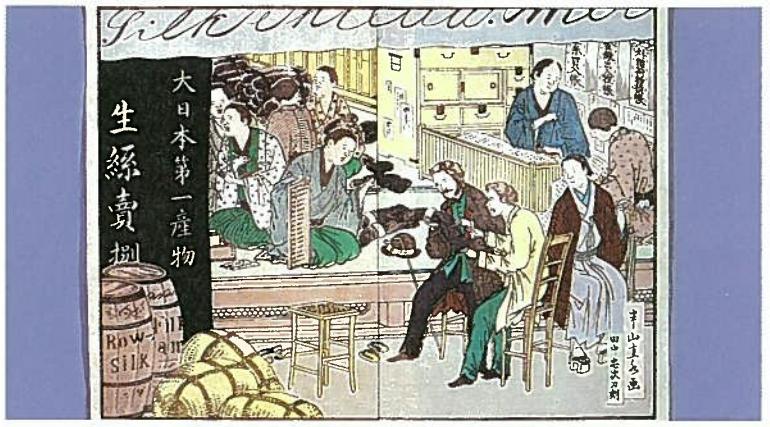


横浜の過去、現在、そして未来へと続くお話を聞きして、私たちは横浜という街の新しい魅力と、この街に暮らす人々の力強さを再認識することができました。

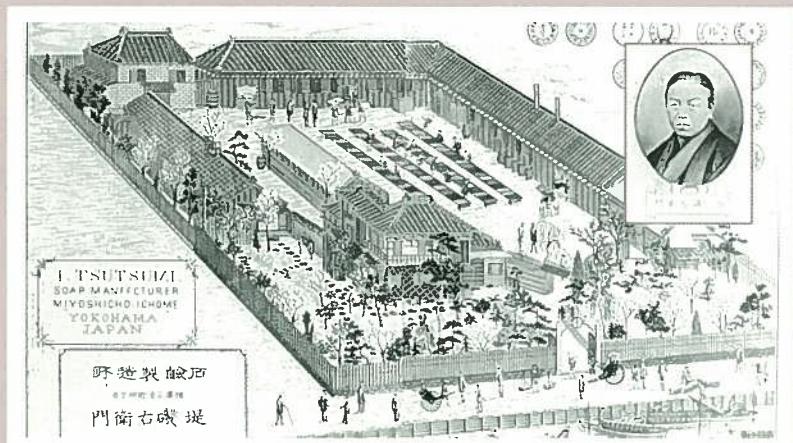
横浜信用金庫はこれからも地域社会の発展に貢献すべく、日々業務に努めてまいります。今後とも皆さまのご支援、ご指導をよろしくお願いいたします。

# 写真で見る横浜の歴史

ブランド、ベンチャー、ものづくり篇



「横浜市中にて外國人生糸を見分る図」(半山画／横浜開港資料館蔵)。1859年に横浜が開港してまもなく、安価で良質な日本の生糸はもっとも有望な貿易品となつた。横浜からの生糸輸出は、昭和恐慌期に至るまで綿花輸入と並ぶ最大の貿易品の位置を占め、莫大な外貨を日本にもたらして、日本経済を支えた。(『図説 横浜の歴史』より)



開港後の横浜には諸外国の文化や技術が流入し、さまざまな「もののはじめ」が誕生した。磯子村の旧家の出身だった堤義右衛門は、フランス人技師ボエルから石鹼の効用と製法を伝授され、1873年(明治6)に現・南区万世町に石鹼製造所を設立。国産初の石鹼を売り出した。(『横浜もののはじめ考』より／写真は横浜開港資料館蔵)

## ●横浜開港前夜～太平洋戦争終結まで●

1853年(嘉永6) 7月 ベリー浦賀来航	1908年(明治41) 6月 崎陽軒開業
1859年(安政6) 7月 横浜開港(陰曆6月2日)	1909年(明治42) 7月 横浜開港50年記念祭が行われ、市歌と市章が定められた
12月 英一藩館ジャーデン・マジソン商会が開設	1914年(大正3) 7月 第一次世界大戦が始まる
1868年(明治元) 11月 神奈川県が設置される	1923年(大正12) 7月 有限責任神奈川県在郷軍人信用組合(後の横浜信用金庫)設立
1872年(明治5) 6月 横浜～新橋間で鉄道が開通	9月 関東大震災が起る
1873年(明治6) 6月 原善三郎らが横浜生糸会社を設立	1927年(昭和2) 10月 横浜市に区政施行
1889年(明治22) 2月 大日本帝国憲法發布	1941年(昭和16) 12月 太平洋戦争勃発
4月 横浜に市政が施行	1945年(昭和20) 5月 横浜大空襲
1894年(明治27) 8月 日清戦争が始まる	8月 太平洋戦争終結
1895年(明治28) 8月 横浜商業会議所が発足	
1904年(明治37) 2月 日露戦争が始まる	

\*年表の日付は太陽暦で表記しています。



横浜にはいくつもの「顔」があります。  
開港時の異国情緒が漂うノスタルジックな「横濱」、  
350万人が居住する大都市「横浜」、  
おしゃれで憧れのまなざしを向けられる「ヨコハマ」、  
そして、21世紀へ向かうこれからのかの「よこはま」。  
今回は、横浜のブランド、ベンチャー、ものづくりに  
スポットを当て、その変遷をたどってみました。

*Yokohama Memories*

1979年、元町を靈廟地に「ハマトラ」と呼ばれるファッショナルが大流行した。ハマトラはヨコハマ・ニュー・トラディショナルの略で、フェリス女学院生の着こなししがきっかけと言われる。「フクゾー」の上物(うわもの)に「ミハマ」の靴、「キタムラ」のショルダーバッグが定番とされ、元町ブランドは全国に知れわたった。(写真提供／朝日新聞社)



鶴見の「横浜市産学共同研究センター」は、産業界の優れた技術と大学等の研究開発力を結集し、新たな産業の創出を目指して設立された。1999年（平成11）に大規模な実験空間を持つ実験棟が、2001年（平成13）には小・中規模の研究棟が開設され、理化学研究所や篠一などが入居して、最先端の研究開発が進められている。



大大さん橋は1894年（明治27）の建設以来、日本の海の玄関として、横浜の発展に大きく貢献してきた。1988年（昭和63）から改修工事が進められてきたが、昨年12月1日、全面的にオープン。長さ約430m、幅約70m、バリアフリーにも対応した「大大さん橋国際客船ターミナル」は、横浜の新しい名所としてデビューした。

#### ●平成元年～平成15年●

1989年(平成元) 3月	市政100年、開港130年記念の横浜博覧会開催 横浜美術館オープン	1997年(平成9) 4月	消費税5%に引き上げ
4月	横浜アリーナ・オープン 消費税実施(3%)	1998年(平成10)10月	横浜国際競技場オープン
7月	バシフィコ横浜完工記念式典	2001年(平成13) 9月	鶴見に「横浜市産学共同研究センター」が全館オープン
9月	横浜ベイブリッジ開通	2002年(平成14) 4月	赤レンガ倉庫・パークオーブン
1993年(平成5) 7月	横浜ランドマークタワー開業	6月	FIFAワールドカップ・横浜国際競技場で決勝戦開催
1994年(平成6) 5月	八景島シーパラダイス開業	10月	横浜市の人口、350万人突破
11月	「ゆめはま2010プラン」策定	12月	「横浜リバイバルプラン」公表 (中田宏市長)
11月	横浜市、行政区再編で18区に	2003年(平成15) 7月	横浜信用金庫創立80周年



「横濱名所 海外輸出貿易商の極比（じっぴ）せる辯天通り」と題された写真には、1934年（昭和9）のスタンプが押してある。弁天通りは、横浜開港とともに新設された街路であり、幕末～昭和前期には、本町通りとともに、有力な横浜商人が店を並べる横浜貿易の中心街でもあった。（『100年前の横浜・神奈川』より／写真は横浜市中央図書館蔵）



1950年（昭和25）8月15日、横浜駅のホームに5人の「シウマイ娘」たちが登場し、以後、崎陽軒の売上は爆発的に増加した。その後、小説や映画にもこのシウマイ娘が登場して話題を集め、崎陽軒の名は瞬く間に全国に知れわたるようになる。写真是1958年（昭和33）頃の「シウマイ娘」たち。（写真提供／崎陽軒）

#### ●戦後～昭和の時代●

1949年(昭和24) 3月	日本貿易博覧会(野毛・反町)	1964年(昭和39)10月	日本一に 東京オリンピック開催
1950年(昭和25) 6月	朝鮮戦争勃発／特需景気始まる	1966年(昭和41)	日本の総人口1億人突破 いざなぎ景気始まる
1951年(昭和26) 9月	市の人口100万人突破	10月	ベトナム特需
	信用金庫法施行に伴い横浜信用組合が横浜信用金庫に組織変更	1967年(昭和42)	市の人ロが200万人を突破
1952年(昭和27) 2月	大桟橋の接収解除	1968年(昭和43) 4月	横浜スタジアムが完成
1953年(昭和28) 2月	テレビ放送開始	1978年(昭和53) 4月	金沢工業団地分譲開始
1954年(昭和29) 3月	三溪園開園	1981年(昭和56) 3月	みなとみらい21事業着工
1955年(昭和30) 3月	神武景氣始まる	1983年(昭和58)11月	帆船日本丸が公開
1958年(昭和33) 5月	開港100年祭開催	1985年(昭和60) 4月	横浜市的人ロ、300万人突破
1959年(昭和34) 5月	岩戸景氣始まる	12月	
1960年(昭和35)	横浜港の輸出額が神戸を抜いて		





●平川 仁嗣  
Hitoshi Hirakawa

1967年、横浜市生まれ。長崎から横浜に分遣した（株）文明堂の3代目。大学卒業後、同社入社。現・取締役統括局次長。「お客様の口元まで安心に」をモットーに、販売サービスでは「笑顔と会話」を日々心がけている。現在横浜で注目しているのは、新生・横浜ベイスターズ。「1998年の再来」を願っているとのこと。

#### 株式会社 文明堂

ボルトガル船で来日したイエズス会の神父、ルイス・フロイスにより、長崎にカステラが伝來したのが16世紀。文明堂・長崎総本店が創業したのが1900年。横浜の文明堂は1933年、伊勢佐木町4丁目に本店を開業する。現在、直営店8店舗のほか、神奈川・静岡・岐阜・三重県の各デパート、スーパーなどで販売を展開。

〒231-0045 横浜市中区伊勢佐木町4-114  
TEL:045-261-2200 (代)  
<http://www.yokohama-bunmeido.co.jp>



●吉田 哲  
Satoshi Yoshida  
横浜信用金庫

1949年、川崎市生まれ。中学3年生のときに横浜市に転居。大学卒業後、横浜信用金庫に入庫。営業店・本部勤務を経て、2000年7月、理事・本店営業部長に就任。

ばん美しいとされていて、それ以外は全部おぼれなんですよ。ファッショント美しさを第一に追求してきたんですね。だから弱者の立場に立つてみると、疑問点が多い。洋服を買ったときはとても満足感を感じるのですが、実際に着てみると期待はずれだったり、生きる活力を与えてくれるものがないんです。私たちの洋服は、着たときに夢や希望がふくらんで、生きるための活力を生み出すものでありたいと思つてゐます。

#### 若い起業家、経営者が集まつてともに話せる場所を！

1000円なんです。家賃が月に1万400円。量り売りのワインのお店があつたり、おもしろい店舗が集まっていますよ。横浜にもそういう場所が欲しいですね。

私が大川さんと知りあうきっかけになつた「横浜JC」には、若くてパワフルで、何かをしたいという人たちがたくさんいらっしゃるじゃないですか。そういう人たちが集まれば、何かおもしろいことできるんじゃない。話をしたいけど、そういう場所もない

井崎 井崎さんはこれから八王子に店を出されると聞きましたが？

吉田 たまたま八王子の「大丸」の跡地に、26階建ての高層マンションが建つたんです。その1階の5店舗分をマンションのオーナーさんが八王子市に提供したんです。市からテナント募集を請け負った商工会議所がオーディションを開き、それに応募して合格しました。今年4月26日に店をオープンする予定ですが、14坪あるんですけど、賃料がなんと坪

井崎 ある日、目の不自由な方がTシャツを何枚も買つていかれたんですね。でも、たんすから引つ張り出したときに、黒なのが赤なのかわからぬ。わかるようにしてほしいというご要望があつたんですね。一枚一枚この点字をプリントしていくのは、ほんとうに大変なんですけど、喜んでくださる方が一人でもいれば、すごくうれしいんです。

吉田 道に段差をつけないといった、大きな意味でのバリアフリーはありますけど、こういう身近なものでは意外にないですね。

井崎 洋服つてボタンやファスナーで留めるじゃないですか。でも、それを留められない

人はどうするか。（ファスナーを取り出してたとえばファスナーは、フックを掛けづらいという人もあります。そこでお年寄りでも簡単に扱えるファスナーも考えたんです。もともとはスキー・ウエアで、手袋をつけたままファスナーを開け閉めできる、という発想から生まれた製品なんです。

大川 これは障害の有無に関係なく便利なものですね。

井崎 たとえば赤ちゃんが着られる素材だったら、大人が着ても気持ちがいい素材ですよね。私が考へているユニバーサルデザインは、障害者や高齢者だけのものではなく、いちばん弱い立場の人も含めて、みんなが使えるデザインなんです。

吉田 こういうものがあるのに、どうして普及しないんでしょう。

井崎 こういうデザインは今までまったくなかつたんです。ファスナーを留められない人がいるなんて、ほとんどの人が考えたこともなかつたからなんでしょうね。

大川 そうですね。企業のほうでも世の中、健康な人間ばかりだと思って、それに合わせて多くのものを製造・販売しているのではないでしょうか。

井崎 洋服屋さんでは八等身のモデルがいち



●大川 哲郎  
Tetsuo Ohkawa

1967年、横浜市生まれ。今年122年目を迎える（株）大川印刷の6代目。大学卒業後、東京・西神田にある印刷会社で3年務めた後、同社入社。現・専務取締役。最近は横浜ならではのものを見直したいと、横浜浮世絵の研究を始めた。現在横浜で注目しているのは、中田宏横浜市長と、鶴見の京浜臨海部にある理化学研究所のバイオ研究。

#### 株式会社 大川印刷

1881年、輸入薬品のラベルの精巧な美しさにひかれ、大川源次郎（初代）が創業。以来、医薬品関連印刷物を中心に営業を展開。最近は雑誌古紙を使った紙や、植物性インクを使うなど、環境に配慮した印刷に注力している。2001年にISO9002（品質）、2002年にはISO14001（環境）を取得。

〒220-0011 横浜市西区高島2-14-12 ヨコハマジャスト2号館3F  
TEL:045-441-2011 (代)  
<http://www.ohkawa-inc.co.jp>



●井崎 孝映  
Yukie Izakai

1967年、横浜市生まれ。86年ホリプロ所属タレントとして活動。88年に香港に渡り、日系出版社で企画兼バイヤーを担当。93年に帰国し、翌94年文化服装学院入学。01年、トリンエンジェルプロジェクト（女性起業家支援プログラム）大賞を受賞。02年に（有）メディセフを設立。

#### 有限会社 メディセフ

婦人服の企画・製造・販売を手掛ける同社は、1998年に開店した障害者、高齢者などのためのオーダーリフォーム店「Medicet International Company」を前身とする。消費者の立場に立った「ユニバーサルデザイン」のものづくりをコンセプトに掲げ、今年4月には八王子にユニバーサルデザイン関連のセレクトショップを開店の予定。

〒240-0064 横浜市保土ヶ谷区峰岡町1-20-3-505 TEL:045-335-3252  
<http://www.bula-pula.com/>



**吉田** 老舗を継いでいくというプレッシャーはありますか？

**大川** プレッシャーはあるでしょうね。でもストレスってあまり感じたくないんですよ。「おれが失敗したら1・2・2年で終わりだ」と考えると、挑戦的に行動できなくなるので、あまり考えないようになっています。どんなに大きな会社でも、倒れることがありますからね。

**平川** 経営が悪くなつた会社は、本業以外のことをやつていたんだと思います。私たちは純粹にカステラを売るだけですよ。これからもそれだけで生き残つていきます。

**吉田** 「スロー」をキーワードにして、スローライフやスロービジネスといったものが見直されています。この前、文明堂さんの「金カステラ」を食べて、これはスローフードだと思ったんですよ。

**平川** 「金カステラ」は、一日に作れる量が限られているので、伊勢佐木町と関内の店に

と聞いています。

**平川** きっかけがないんですね。

**大川** 今の井崎さんの意見というのはすごく大事なことで、我々より若い世代がそういうところに目を輝かせているんですね。最近、社会起業家という人たちに僕はすごく興味を

持つてゐるんです。ソーシャル・アントレプレナーと呼ばれる人たちですけど、井崎さんも社会を変えたいという思いがパワーの源になっているんじゃないかと思うんですよ。今日もこうして何人か集まれば、なにかしらビジネスになりそうな話が出てくるじゃないですか。それも単に儲けようとするだけでなく、世の中の役に立つとか、より良い社会をつくっていくためには、うちだつたら何ができるかな、という発想が出てきます。そういう「場」を自分たちでつくつていかなければいけないんでしょ。

**吉田** 金融機関には、さまざまな業種の人たちが集まっています。だからそういうなかから、なにか新しく立ち上げられるもの、援助できるものをつくつていかなくては、と考えています。今年、横浜信用金庫は創立80周年を迎えますが、これを機に、創業支援を目的としたコンサルティング型融資を事業化します。起業する人に少しでもお役に立てればいいのですが（関連情報…30・31頁）。

**井崎** ぜひ。

### 老舗の企業を継ぐ プレッシャーとは？

**大川** これから起業される方たちは、ミッションをしっかりと掲げ、それをどれだけ追求

しかりません。ガラスのケースに4斤のカステラを入れて、お客様のご要望に応じた大きさに切るんです。ですからちょっとお待ちいただくんんですけど、昔、そういう売り方をしていたので、懐かしさもあるのか、特に年配の方にはよく買っていただいています。

**大川** パッケージに「食べ頃」というシールが貼られていますよね。

**平川** そうなんです。これは社長がメロンに発想を得たんです。メロンも熟成期間というのがあって、しばらく置いて熟成してから食べますよね。カステラもできたてはあまりおいしくないんです。4・5日置いたところが食べごろということで、シールでその時期をお知らせしているんです。

**井崎** 今は時間が進むのがすごく速いから、大切なものを置き忘れてしまうんですね。

**吉田** ちょっと立ち止まってみると、文明堂さんのように地に足をつけた店舗を守っている会社もある。私たちのメディセフもまだ若い会社ですが、横浜つてすごいな、というものを何か発信していきたいですね。

**吉田** 私たちも原点回帰という言葉をよく使います。昔は商店街なんかに行くと「おいい、信用金庫、いいところに来た。ちょっとと荷物降ろすの手伝つてくれ」と言われて手伝つたりしていたんですよ。地元のお客さまといつ

できるかがポイントになるんでしょう。

**平川** 大川さんと私は、この不景気の中、いかに老舗を維持して、これからも継続させのか（笑）。

**井崎** それは私もそうですよ（笑）。  
**平川** 私の場合、祖父や父が守つてきた会社ですから、このまま老舗ブランドを守り、次世代に譲り渡したい。ですから自分たちの世代であまり無茶はできない。どうしても守りに回る傾向はありますね。

**大川** でもね、私は別にお世辞じゃなくて、井崎さんに会つて視野が広がりました。会社を維持していくたいという気持ちとともに、新しいことに挑戦し、社会にも貢献していきたいと考えるようになった。よく社員に言うんですけど、会社の内にいると、外の変化が分からず。外にいすぎても内のことがわからなくなる。バランスっていう言葉はあんまり好きじゃないんですけど、両方きちんとやるのはたいへんですね。

**平川** むずかしいですね。消費に関して言えば、法人に比べて個人のほうはけつこう活発だと思います。ただし個人相手となると、売る側に本当に良いものがなければ買つてもう一度認識して、お客様に本当に喜ばれている金融機関かどうか、再確認していくべきですね。カステラもできたてはあまりおいしくないんです。4・5日置いたところが食べごろということで、シールでその時期をおじて「癒し」だとすれば、我々は仕事を通じて「癒し」を人々の心に訴えるべきだと思うんです。たとえば食べるヒツトする「カステラ」とか（笑）。

**平川** やっぱりお客様の笑顔が見たいですね。私たちも、カステラというものを時代に合わせてアレンジすることによって、いろいろな方に喜びを与えられたらうれしいです。井崎さんが作った服を着て、大川さんのところで印刷された本を読み、文明堂のカステラを食べていただいて、みなさんが癒されればいいのですが（笑）。

**吉田** うまくまとまましたねえ（笑）。

夏の思い出も詰びて、忘れていたはずのかもめ町に、三十歳を過ぎてから、再び舞い戻った。三十歳をいくつか過ぎていた。記憶では無人だった堤防に、釣り糸を垂れる背中が点在している。「禁止」をものともせず、持参の折り畳み梯子で登る人がいる。週末は、それなりにぎわう場所と知つた。慌しい暮らしで、胸の器がいっぱいになると、堤防から自身を捨てて、空の自分を取り戻す。何度かそんな午後を過ごして、そのうちまた足が遠ざかる。久しぶりの堤防の様子が、がらりと変わつたのは何年前になるだろう。工事のクレーンが海に張り出して、埋め立ての済んだ部分もあり、水平線まで見渡す限り、とはいかなくなつていた。軽い失望で、さらに足は遠のいた。

私のかもめ町はすでに無い、とあきらめがついたら、逆に新しい顔を挙むつもりになつた。昨年の夏のことである。コンクリートべつたりの空間に建屋が並び、コマギレの海が覗く。そんなところだらうと予想をつけていた。幾分狭くなつたとはいえ、海は海のままだつた。堤防をまたいで、ベイブリッジをミニチュアにしたような「南本牧大橋」が伸びる。歩いて渡つた先には、地面のほか、まだ何もない。立ち入り禁止の札に、わずかな車もリターンしていく。工事の気配はなく、無人といいたいところだが、橋げたには孤独な釣り人の影がある。

考へてみれば、どこにも着かない橋、なのである。作りかけの道路が巨大なおもちゃに見える。夜が迫り、波が荒くなつた。彼方のコンビナートが、夜光虫のように、おぼろに光つていて。横浜には、こんな無機質の安らぎもある。やがては橋の向こう側が出来て、渡るために渡る、などという醉狂は過去になる。それまでは静かな無意味を楽しむことにした。今年の正月、乗つたタクシーに「かもめ町」と告げた。運転手さんは、新年早々の怪しい客に、気を遣つてくれた。途切れず話しかけてくる。

「本牧」の語源、知つてますか？

元来スカンジナビアの航海用語だという。氷河のかけらが海に落ち、白い崖と見えるのが「ホンモク」。船が避けるべき物であつた。昔の東京湾から磯あたりを望むと、崖が白く連なつていて。これが横浜の「ホンモク」だ、とあちらの船員さんが言つたとか、言わなかつたとか。

車を待たせ、堤防によじ登り、ホンモクの海を拝んだ。運転手さんは心配そうな顔で見守つていて。降りる時は手を貸してくれた。それから橋を渡り、リターンしたところで、左の車窓に目を奪われた。コンビナートのパイプが描く几何学模様の上に、富士山がぽつかり浮かんでいた。純白の山頂を燃え上がりさせて、特大の夕日が沈んで行く。一瞬の美を目撃しきつた。私の秘密の横浜が、またひとつ増えた。



●荻野アンナ（おさの　あんな）：1956年、横浜市生まれ。作家、慶應義塾大学文学部教授。83年からフランス政府給費留学生として留学し、パリ第4大学でラブレーを研究。慶應義塾大学大学院博士課程修了。91年に「背負い水」（文藝春秋）で第105回芥川賞を受賞。「ラブレー出帆」（岩波書店）、「ホラ吹きアンリの冒険」（文藝春秋）、「けなげ」（岩波書店）ほか多数の著書がある。野毛大道芸でも卯き売りや芝居に出演。

二重の塔との相性は別として、無機的な煙突それ 자체は、実は嫌いではない。山下公園のベンチから眺める觀光の港もいいが、煙突やタンクやコンテナの、生活の港をふらりと歩いてみたくなる時がある。

バス停「かもめ町」で初めて降りたのは、高校生の夏。同行の友人とは、遊びというより、一緒にヒマ持て余すのが楽しくて、ワザと何でもない場所を選んでは歩いた。かもめ町は根岸育ちの彼女のアイデアだったのか。それとも「かもめ」の名に惹かれたのか。

産業道路は車が小さく見える広さで、その先が堤防になつていて。仰ぎ見る空を、さえるものが何もない。さて、と二人顔見合せた。堤防に沿つて歩き、簡単な鉄の段がついている箇所を見つけた。登るのは禁止と、札が出ている。むろん登つた。両足がようやく収まる幅は、立つと恐いが、腰を下ろせば風が頬に心地よい。海と空だけの景色を堪能した。

三重の塔との相性は別として、無機的な煙突それ 자체は、実は嫌いではない。山下公園のベンチから眺める觀光の港もいいが、煙突やタンクやコンテナの、生活の港をふらりと歩いてみたくなる時がある。

二重の塔をいただく丘の、向こう側が工業地帯。一本の煙突が丘を超えて伸び、正面からだと、塔と肩を並べて見える。奇妙な景色は、二十世紀の縮図かもしだれない。

二重の塔で海水浴、というと歳がバレる。岩を洗う、ぬるい波をかすかに覚えてる。帰りのバス停では、潮干狩りの親子が、砂だけの貝の詰まつた網袋を下げていた。

いつの間にか浜辺は石油コンビナートになつてた。三重の塔をいただく丘の、向こう側が工業地帯。一本の煙突が丘を超えて伸び、正面からだと、塔と肩を並べて見える。奇妙な景色は、二十世紀の縮図かもしだれない。

**小さくとも自立していく。  
勇気を持った起業家たちとともに  
日本の未来を創っていきたい。**

プロデューサー  
**横浜「創」の仕掛け人たち**  
**INCUBATION**  
齋藤裕美さん ●(株)SOHO 代表取締役社長



開港後、横浜には世界各国、日本各地から多くの人々が集まり、さまざまな事業がこの港町で始まりました。横浜は、日本における「起業家発祥の地」だといつてもいいのではないでしょうか。

【横浜ルネサンス】第三号「創」では、先人たちのDNAを受け継ぎ、今なおベンチャースピリットに満ちあふれる方々に登場していただきました。みなさんのお話には、これから横浜を元気にするヒントがあります。

**古い由緒あるホテルを  
75室の電子のコテージにして  
新ビジネスを孵化させる。**

旧シルクホテルは、横浜開港100周年事業の一環として、1959年に建てられた由緒あるホテルです。15年間眠っていたこのホテルを活用できないか? そういう相談を受けたのが97年です。当時、関内・山下地域は、みなとみらいができることで空室率が17%と空洞化していました。

そのころ私は、(株)空間創造研究所で建築設計や街づくりの企画など忙しい日々を送っていて、初めはこの場所を、別会社をつくつてまで自分自身が運営しようという気はまったくなかつたんです。ところが、建物の中に足を踏み入れた途端、何だかとても懐かしい感じがしました。以前、世界的有名な建築家ル・コルビジエが設計した世界初の集合住宅「ユニテ・ダビシオン」(フランス・マセルセイユ)を見たことがあるのですが、シルクホテルは彼のお弟子さんだった板倉順三さんが設計したものだったのです。

**成功体験があり、新しいものを受け容する横浜だからこそ、  
正統派の経営者が誕生する。**

コルビジエは、「輝ける都市」というコンセプトを掲げてユニテ・ダビシオンをつくり戦争で愛する人を失った人たちに、家族のように一つ屋根の下で一緒に暮らそうと呼んでいました。

現在の入居企業の構成は、IT関連やコンテンツデザイナーを中心、建築設計や特許事務所などさまざまです。去年の10月にここへ入居してきた2人の若者は、大手の証券会社から独立し、美容院にシャンプーヤリングス

びかけました。私がそういうつくり手の「思い出」を忘れないで日々を過ごしていたときに、この場所との出会いがあり、ここを次世代ベンチャー企業の船出の場所にできないかと思いつきました。賃料が安く、情報インフラが整った75室の「電子のコテージ」。私自身、建築事務所の通信インフラに悩んでいたときでした。同じような悩みを持つ人たちとこの場所を共同利用すれば、通信インフラも安くなるし、打ち合わせスペースも共有できる、そう思つたわけです。

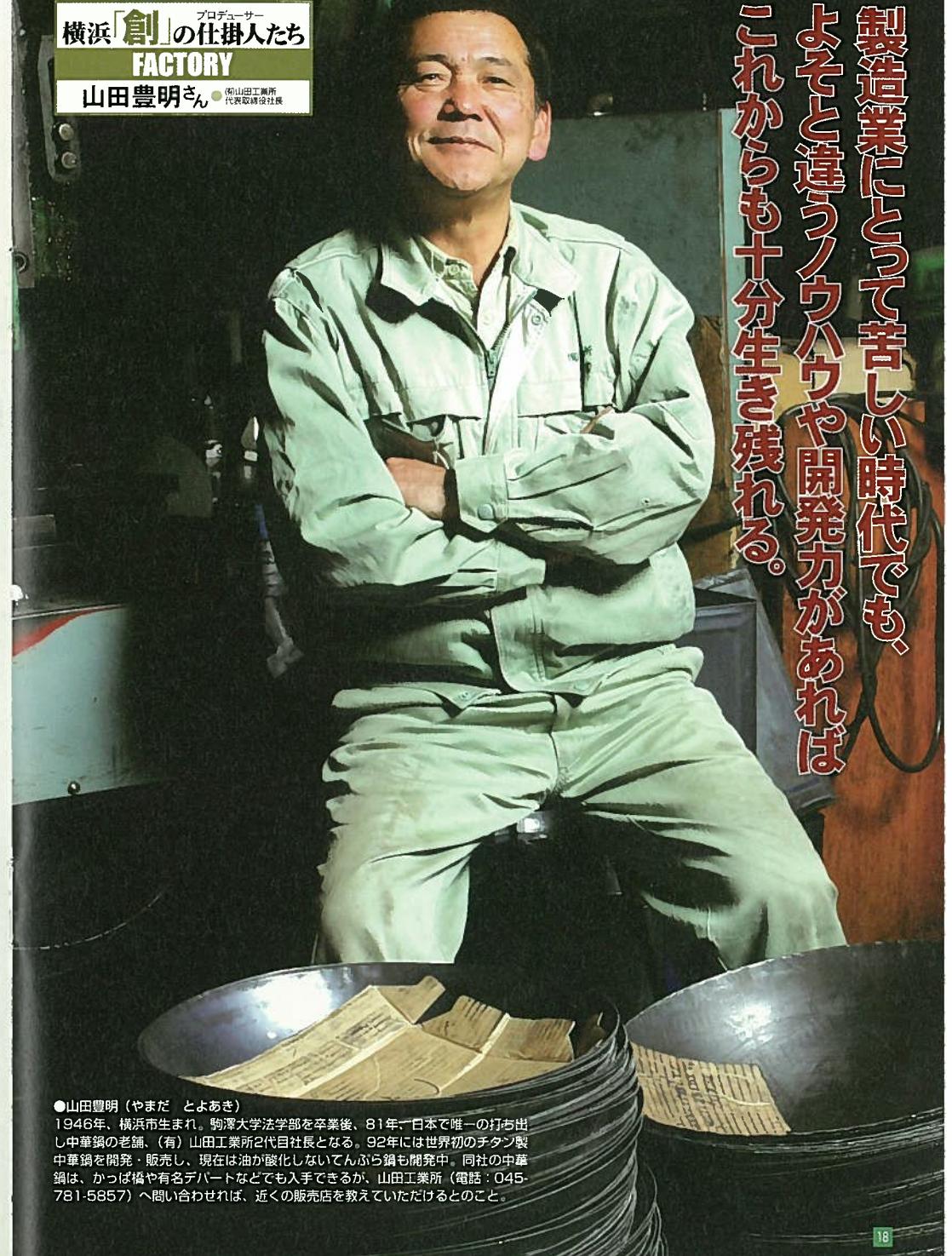
資金は1千万。これでどこまでやれるか、やってやろうじゃないか、そういう気概もあって見切り発車しました。小さくとも自立していく勇気を持った経営者を、支援というおこがましい気持ちではなくて、いつしょにがんばろうという気持ちで、SOHO横浜インキュベーションセンターと名付けたのです。

を創す仕事を始めました。毎日、営業と自転車で営業に出ていき、2カ月かけて700の美容院を回つたそうです。もう自転車で回れる所は全部行つたので、次からは車に替えると言つていますが(笑)。彼らのように基本的なところを大事にする起業家が、正統派の経営者と言えるのではないかでしょうか。

横浜は、かつて起業家の原点となつた港町です。日本はシルクの多くを山下町の桟橋から輸出して外貨を獲得し、それで銀行、証券会社、鉄道、ガス、通信といった事業を起こしました。過去の成功体験があり、新しいものを受け入れるDNAを持つている。そういう意味でも横浜は、正統派の起業家が集まつてくるのにふさわしい場所だと思います。

(株)SOHOは設立以来5年が過ぎ、今は起業家たちの交流支援環境を、どうつくるべきかが課題となつています。私にとつて、ここはまだ点にすぎない。今後は国や地域、業種を超えて、SOHO、中小企業、既存産業を巻き込んでの新しいビジネスモデルを形にしてみたいと思っています。それも、我々民間が牽引し、行政がバックアップするというスタイルで。そこには信念を持つて質を追求し、時間をかけて事業を熟成させていく正統派の経営者が集まつてきてほしいと願つています。

製造業にとつて苦しい時代でも、  
よそと違うノウハウや開発力があれば  
これからも十分生き残れる。



プロデューサー  
**横浜「創」の仕掛けたち**  
**FACTORY**  
山田豊明さん ●山田工業所 代表取締役社長

**中華街でも8割が使用。  
プロの評価が高い打ち出し鍋を  
日本で唯一、生産する。**

この会社は父が1957年、保土ヶ谷区の久保町で始めました。当時から中華鍋をつくりっていましたが、作業は大きいハンマーを使ってトントン叩く完全な手作業。1日に5枚がやっとでした。64年に機械化し、今では1日400枚つくれるようになりました。

中華鍋の製法には、金型の間に材料を入れ、圧力をかけて成形する「プレス」、回転する材料に「へら」を押し当てて成形する「へら絞り」、そして材料を叩いて成形する「打ち出し」の3種類がありますが、うちは日本で唯一、「打ち出し」でつくっています。

中華料理は火力が勝負。瞬間に鍋の中の温度を上げなければならないから、うちの鍋は1・2ミリの鉄板を使うなら、火の当たる場所を0・5ミリぐらいにして火の通りをよくするんです。また、叩いて延ばすから軽さが出る。プレスに比べたら同じ直径、板厚でつくっても、100~200グラムの違いは出ます。叩くと凹凸ができるから、油の染み込みも早い。大きさも直径も軽さもみんな自由にできるし、見本さえあれば料理人の欲しい鍋が簡単につくれるんです。それでいて、

値段もほかの製法と同じくらいでできる。だから、プロの間でも評価が高いんですよ。横浜の中華街でも、8割はうちの鍋を使っているんじゃないですか。

しかし、値段交渉では苦労もしました。う

ちは直販はせずに、東京のかっぱ橋などに卸してあるんですが、以前、ある社長が私を呼び出して「5パーセントまでくれ」と言つたんです。そして、その店でさうに5パーセントまで、お客様に1割還元しようつて言うんです。でも、うちの5パーセントは丸々損するもので、向こうのほうは経費で処理できる。それに、ここで5パーセント引いたら、取引しているほかの店でも全部値引きしなくちゃならなくなる。

今はデフレだから、我慢しなくてはならない部分もあります。しかし、中小企業の倒産が増えた理由のひとつは、こういう話に感じてきたからだと思います。本来は、いかに儲けさせるかがお互いの商売のはずなのにね。私はここで、20年来的つきあいをやめたんです。そしたら後になつて、そこから前の値段で注文が来た(笑)。うちならある商品がまけられなくとも、別にもつと利益が出る商品をつくろうというアイディアだつて持つてます。そしたら後になつて、ほんとうに思つてます。そこだけね。そのときは、経営ポリシーの違いをつくづくと感じました。

**異業種交流グループで  
アイディアを出し合い  
共存をはかる。**

(表紙写真)も手掛けています。これはトリニダードトバゴ共和国の国民楽器ですが、小学生でも簡単につくれるんです。楽器をつくりてみんなで演奏するつていうのも、一つの教育だと思つんですね。去年、鎌倉の小学校で子供たちがつくったスチールドラムで演奏して聞かせてくれたときは感動しました。横浜でもどんどんやつてほしいと思っています。

この不景気で、日本の製造業はだいぶ苦しんでいますよね。うちは83年に金沢工業団地に移りましたが、ここには異業種交流グループというのがあって、アイディアを出し合つていろいろ開発している。うちはこの恩恵をすごく受けているんです。業務用に比べて利幅の薄い家庭用鍋は、手作業と同じ製法を覚えさせた自動機でつくる。この機械はこの工業団地でつくつてもらつたんですが、ほんとに頼んだら莫大な費用がかかつたでしょうね。

まだまだ、日本でなければできない技術というのもかなりある。よそと違うノウハウや開発力さえ持つていれば、日本の製造業はこれからも十分生き残れると思います。

●山田豊明(やまだ とよあき)

1946年、横浜市生まれ。駒澤大学法医学部を卒業後、81年、日本で唯一の打ち出し中華鍋の老舗、(有)山田工業所2代目社長となる。92年には世界初のチタン製中華鍋を開発・販売し、現在は油が酸化しないてんぷら鍋も開発中。同社の中華鍋は、かっぱ橋や有名デパートなどでも入手できるが、山田工業所(電話:045-781-5857)へ問い合わせれば、近くの販売店を教えていただけるとのこと。

# 「ママから生まれた超越紙「ハマペピルス」を世界に向けて発信したい。

ちようえつし



プロデューサー  
横浜「創」の仕掛け人たち  
INVENTION  
岩宮陽子さん

内藤一  
代表取締役社長

●岩宮陽子（いわみや ようこ）

1941年、横浜市生まれ。71年に正月飾りを考案して創業。88年（株）飾一を設立して代表取締役社長となり、飾りにキャラクターを取り込むなど斬新なアイディアで年商を大きく伸ばす。96年（社）ニュービジネス協議会より「アントレプレナー大賞レディス賞」受賞。97年に新素材「超越紙」を発明。98年、ニューヨーク・ソーホーにて水引イメージアート展示。2001年に科学技術振興功績者として文部科学大臣賞を受賞するほか、受賞多数。  
<http://www.kazariichi.com/>

文化を担うということは  
新しいものを  
生み育てるということ。

私が嫁いだ先は、鶴見で建築業を営む旧家でした。嫁いでから7年後、140年たった家を建て替えることになりました。年を経ることを「飾りの下をくぐる」と言いますが、

う。そして飾りで日本一になるんだと。それで「飾一」という社名にしたんです。  
その後、全国の百貨店などに交渉して商品を扱っていただくようになりました。商品を差別化するために、これまでにない物をつくりたいと思い、野毛山の中央図書館に行つて『歳時記』から『日本書紀』『古事記』などを読み漁りました。そこで、水引というものが1400年の歴史を持つ日本独自の文化であることを知ったんです。藁に代わるものとして、すぐに飾りに水引を使って特許を取り、市場を拡げていきました。

**事業はあきらめたときが失敗  
必ず成功につながっていく。**

1996年にはアントレプレナー賞をいただき、水引について講演しました。それを聞いたアメリカ人から「こんなに美しいものを世界に誇らないんですね」と言われて、なぜ世界に誇らないんですね」と言われて、

3本に、白い紙の扇と梅のひと枝をあしらつて飾りにしました。それを見た夫が「特許をとれ」と言い、特許庁の窓口の人は「早くお壊りなさい」と言ってくださいって、伊勢佐木町にあつた野沢屋で買っていただきました。

翌年、店頭に立った私に、お客様のひとりが「去年あなたの飾りを買つたら、女房とも、商売もうまくいった。だから今年も買いたくて転勤先から来たんだよ」と言ってくださいました。そのときにふと気づいたんです。飾りは幸せになりたいという1年間の思いを込めた文化の形だったんだ。その文化を担つて、日本中にこれを売つて幸せになつてもらお

やすい。完全商品ではないと思ったからです。

水引を完全商品にするための実験が始まりました。3カ月たつたころ、窓から風が吹き込んで、メモ用紙がある液剤の中に落ちました。引き上げて乾かしてみると、紙が半透明になって硬くなっていたんです。「変よね？もしもしたら紙とガラスが融合したものかも」。そう思つて会社中の紙を集めて実験してみたんです。水引は日本独自のものですから、せいぜい100億円の市場です。でもこれは、世界に新しい市場をつくるかもしれない。「超越紙」という名で商標登録したこの紙の誕生で、「飾一」は世界を認識したんです。

その後の研究で、超越紙は燃焼してもダイオキシンを発生しないこと、再生できること、絶縁性、撥水性、透光性があることもわかつてきました。他社と共同開発した高分子のコンデンサーシートは米国の大企業での採用も決まり、応用の可能性は、高機能繊維として消防士の服や、宇宙分野、医療用機器や食品の分野にまで拡がりつつあります。

事業というのは、あきらめなければ必ず成功につながります。世界中の紙を集め、そこに横浜の技術を乗せるという意味を込め、この超越紙に「ハマペピルス」という名前を付けました。これからも、事業を通じてこの街に少しでも貢献できれば幸せですね。

# 水や空気のように思っている 「横浜ブランド」を再認識すれば この街はまだまあおもしろい。



好奇心旺盛で行動的  
しつかりしたこだわりを持つ  
「すかした頑固者」になる。

昨年は「横浜」の年でした。ワールドカップの開催や、日本語・流行語大賞に選ばれた「タマちゃん」の登場。中田宏市長の誕生に、市の人口が350万人を突破。そして赤レンガ倉庫、大さん橋国際客船ターミナルの完成など、未来につながる話題が続きました。

しかし今、横浜はその個性を出し切れるのだろうかと考えことがあります。横浜の弱点は「すかしてること」。気取っているとか格好つけているとかの悪口ですが、今の横浜の「すかしてること」状態は、表面的に人畜無害な感じがします。東京のダイナミズムもないし、大阪のアグレッシブもない。今風なんだけど、強烈な個性やバイタリティはありません。その昔はそんな「すかしてること」奴らに、港町や本牧を背景にした「不良っぽい」イメージがあつたからこそ、個性につながったのだと思います。ハイカラで新しいもの好きだが「ワルっぽい」という芯が一本通っていたから、音楽でいえば石原裕次郎もコールデンカップスも成立した。今の横浜に、そういう「芯」がなくなってしまったのは残念ですね。

日本経済が低迷する中で、横浜の街や人が

活性化するためには、すばり、單にすかしていないで「横浜ブランド」に気づくこと、そして利用することでしょう。たとえば港の主役が客船からコンテナ船に交代し、大さん橋国際客船ターミナルが完成して、横浜に少し活気が戻る気配があります。この変化を認識し、

港本来の先進性を利用して企業を呼び込むくらいでないと、支店経済からの脱却は望めません。また、横浜では古いビルの外観を保ちながら新築するケースも増えています。今年

3月には、旧第一銀行の支店を残した横浜ア

イランドタワーに鉄建公團の本社が全面移転

しましたが、もっと先端で新しい産業集積に

結びつく企業が集まるようになるといいますね。多くの人が港や建物などを水や空気のように思っていて、これらが持つ横浜ブランドの「価値」に気づいてないんじゃないかな。

これから横浜人は、新しいものを受け入れられるキヤバを持ち、好奇心旺盛で行動的、

しかも港や歴史などにしつかりとしたこだわりを持つ「すかした頑固者」になれば、新旧をうまく調和させ、新しい横浜経済を生み出す原動力になるのではないのでしょうか。

私たち地域のメディアとしては、横浜の良

さをあらためて見直し、記録して、その場所

へ実際に「行ってみたくなる」ような番組を

提供しなければと、今、制作現場では考えて

## みなとみらいと関内を拠点に 映像文化都市へ。

います。テレビ放送のデジタル化に向け、昨年から実施しているニュース強化や、県内全町村から毎週生中継する企画も、地域に頼固にこだわり、媒体と視聴者との信頼関係を再構築するためのものです。

21世紀、横浜はみなとみらいと関内を拠点に、映像文化祭や、横浜情報文化センター内の放送ライブラリー、撮影許可などのサービスを行う横浜フィルムコミッショング事業などを展開している横浜市は、2006年度までの中期政策プランで「映像文化都市づくり」を重点に掲げ、みなとみらい21地区を映像文化の拠点にするとしています。観光もできる映像撮影所、スタッフ養成専門校や映像関連会社の誘致を想定しているのですが、TVKテレビと神奈川新聞社も来春、関内・太田町の「横浜メディアセンター（仮称）」に移転を決めていますから、みなとみらいと関内で、この映像文化を「横浜ブランド」にするくらいの意気込みで連携したいですね。

個人的には将来、横浜ゆかりの映画やテレビドラマに、音楽のビデオクリップ作品も加えた「横浜映像博物館」ができれば楽しいと思っています。

●福島俊彦（ふくしま としひこ）

1951年、山口県生まれ。船乗りの息子で小学校1年生から横浜市中区に育つ。77年、TVKテレビ入社。事業部、東京支社営業部、ワイド番組部などを経て、昨年2月、撮影局長に。83年には「おしゃべりトマト」、95年には昼の生活情報番組「HAMA天国」を立ち上げる。「瀬マイクシリーズ」（93～95年に公開された劇場三部作・林海象監督）のDVDボックスに収録された特番（TVKテレビで放送）制作にも携わった。このDVD三部作は昨年発売され、すでに1万5千セットを超えるヒット作となっている。<http://www.tvk42.co.jp>

前年と違う新しいことをやってみて、どれだけ下りのエスカレーターを越れるか、今が勝負どころです。

プロデューサー  
横浜「創」の仕掛け人たち  
YOKOHAMA BRAND  
野並直文さん

（左）崎陽軒  
取締役社長



●野並直文（のなみ なおぶみ）  
1949年、横浜市生まれ。慶應義塾大学卒業後、（株）崎陽軒に入社。  
91年に取締役社長に就任。96年に赤坂「天苑」の中華料理部門総料理長を務めていた曾兆明さんを総料理長に迎えて、横浜駅東口に本店をオープンした。現在、崎陽軒の販売店舗数は180店舗、レストランは本店を除いて8店舗。シウマイ弁当の1日の販売数は約2万食。シウマイ単体では6万食を数える。趣味はゴルフ、碁、散歩など。散歩では藤沢の駅から箱根湯本まで、42.195キロを歩いたこともあるとか。http://www.kiyoken.com/

ホタテの貝柱を使って

冷めてもおいしいシウマイを

1928年に発売。

崎陽軒は1908年、横浜駅の売店からスタートしました。やがて弁当も売るようになりますが、東京駅が近いため、なかなか売れない。なんとかせねばと、私の祖父・野並茂吉が考えて、思い付いたのが名産品でした。小田原駅では蒲鉾が、静岡駅ではわさび漬けが売れている。じゃあ横浜駅でも横浜の名産品を売ろうじゃないか、と考えたわけです。

ところが横浜は歴史が浅い町ですから、名産品がない。ないならつくつてしまおうということで、南京町（現在の中華街）のシウマイに目をつけた。ところが、シウマイというものは冷めるとまずい。どうしたら冷めてもおいしいシウマイをつくれるか？そこで当時、南京町で点心職人をしていた奥遇孫を招聘して試行錯誤した結果、ホタテの貝柱を使えば豚肉の臭みも消えて、冷めてもおいしいシウマイになることを発見したんです。

1928年、崎陽軒のシウマイ折詰めが販売されることになりました。最初は宣伝も足りなかつたし、値段も高かったので、なかなか売れなかつた。しかし戦後の復興期になつて、たまたま祖父が、銀座でたばこの新製品

のキャンペーンをやっていた「ビース娘」を見かけた。それにヒントを得て、横浜駅のホームで赤いチャイナ服を着せた「シウマイ娘」を登場させ、弁当を売ったのです。それが評判を呼び、当時、毎日新聞に連載されていた獅子文六の「やつさもつさ」という小説にもシウマイ娘が登場した。これが映画化され、ヒットしたこと、崎陽軒のシウマイは全国にその名を知られるようになったのです。

文明開化の地で生まれた

「横浜料理」を

コンセプトにした本店。

私が3代目の社長に就任して12年たちます。それまでは、弁当、シウマイ、レストランの3つが当社の大きな事業の柱でしたが、就任後に本店事業、点心の2つを加えて、現在では5つの事業を当社の柱としています。

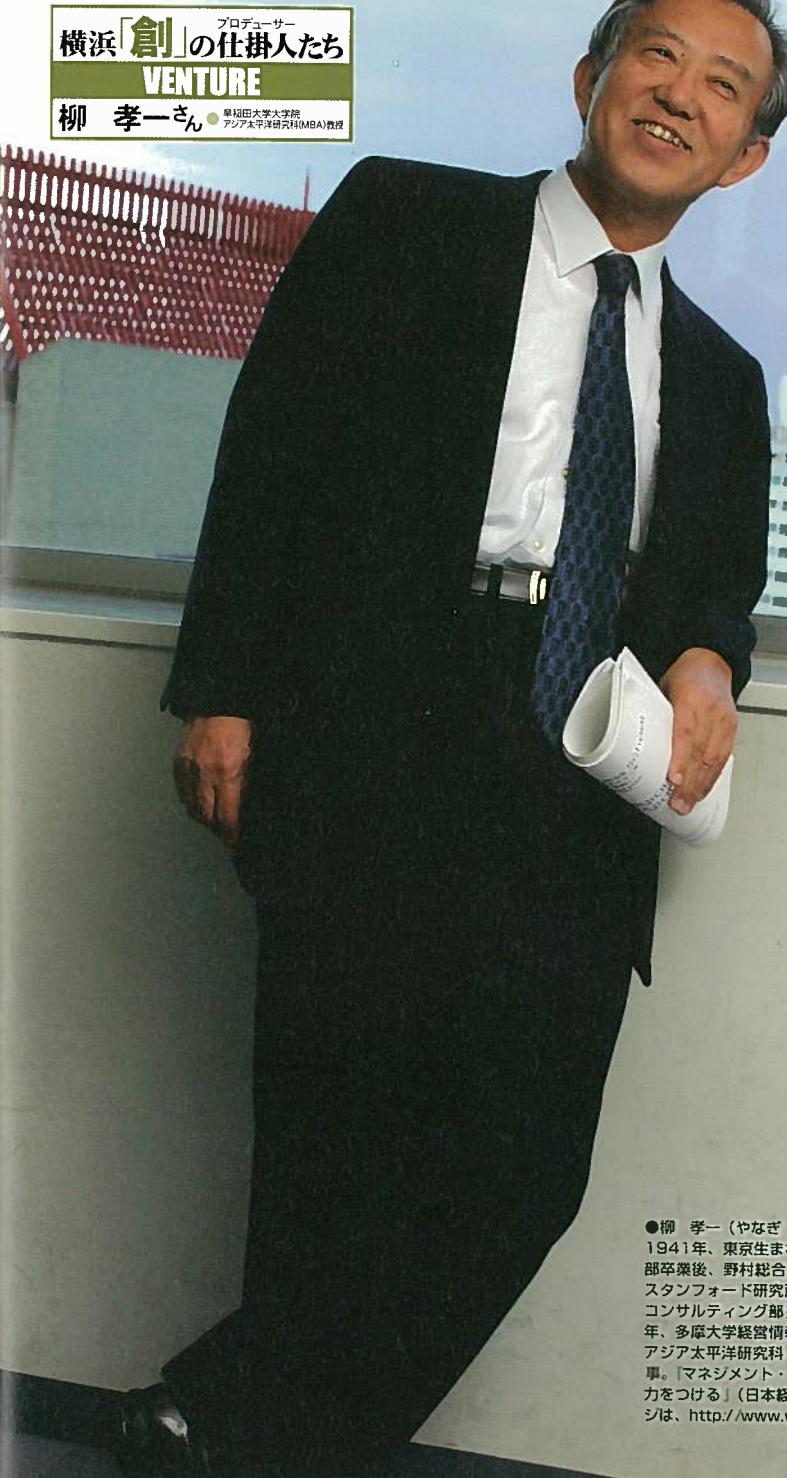
本店のほうは、96年に横浜駅東口にオープンしました。崎陽軒の事業の中心は中華料理ですが、本店の中華料理をめざしている中華街に対して、日本人の口に合った中華料理を提供するということで「横浜料理」という言葉をうたい、本店のコンセプトにしています。文明開化の地・横浜では、西洋や中国の食文化が日本の食文化と融合して、「牛鍋」など新しい料理が生まれました。「シウマイ弁

当」も、中国のシウマイと日本独自の食文化である駅弁が融合したもので、横浜で生まれた横浜独自の料理です。本店の総料理長に曾兆明を迎えたのも、彼の料理は本格的な中華料理であると共に、素材の味をしっかりと引き出して、さっぱりとした日本人向けの味でもあるからです。「味わい」と「楽しみ」を追求する崎陽軒の「横浜料理」というコンセプトにぴったりだと思っています。

点心のほうは、月餅やシウマイの販売を始めました。月餅は餡があつさりしていて、サイズも小さめ。シウマイまんは温泉卵頭ほどの大ささで、シウマイの具が入っています。こうした点心を中心に、新しい「横浜名物」をつくっていきたいと考えています。デフレ経済というのは、下りのエスカレーターに乗っているようなもの。経済が成長していくことは、黙つて乗っているだけで上昇していくことができた。でも今は、黙つて乗つていればどんどん下に降りていきますから、逆方向へ遡らなくてはならない。だから前年と同じ商売をやつてはだめなんです。

崎陽軒は2008年に創業100周年を迎えます。新製品を出したり、新しい店を出したり、前年と違う新しいことをやってみて、5年後にどれだけエスカレーターを越れるか、今が勝負どころだと思っています。

# 横浜のインフラはどこにも負けない。 ベンチャー企業が育つポテンシャルが 非常に高いんです。



経営者の魅力に引き込まれ  
「ベンチャー企業経営論」を  
専門に研究する。

私は1964年に野村総研に第一期生として入所しました。85年には新設された経営コンサルティング部の部長を務め、ここでは主に、中堅企業のコンサルティングを担当していました。中堅企業のオーナーの多くは、ベンチャー企業の創始者です。大企業の経営者は会う前からどういう人か見当がつくのですが、ベンチャー企業のオーナーは、会ってみるまでわからない（笑）。修羅場をくぐってきたいるから、奥も深い。そのおもしろさに引き込まれ、しだいに「ベンチャー企業経営論」に専念するようになりました。

## 文化・芸術・産業が一体化した 新しいベンチャーを 立ち上げるとおもしろい。

昨年、私は「横浜市市民経済雇用活性化戦略会議」の座長を務め、他の委員とともに、「横浜の地域特性を活かした経済・雇用の活性化」と題する提言をまとめました。これは「創業・ベンチャーの促進」「コミュニティビジネスの促進」「既存産業の経営革新」の3提言を柱とするのですが、もともと横浜は、学という新設校に来ないか、という誘いがあつたんです。学生が減っていく時代に、大学をつくる。体質が古い大学が多いなか、新しい大学にベンチャーとしての可能性を感じました。自分のこれまでの研究を体系的にまとめてみたいという思いもあって、多摩大学で教職に就いたのは89年になります。

その後、98年に新設された早稲田大学大学院アジア太平洋研究科へ移ったのも、ここを学内ベンチャーの起爆剤として、大学自身に

播さぶりをかけたいと思ったからです。私は野村総研、多摩大学、そして早稲田大学大学院アジア太平洋研究科と3回、まつたく新しいところからスタートしているから、「ベンチャー論」を語る資格は十分あるんだと、学生たちはいつも言っているんです（笑）。

文化・芸術・産業が一体化した  
新しいベンチャーを  
立ち上げるとおもしろい。

からの産業は極端な話、コンピュータが一台あれば興すことができる。職場と住宅が近接していてもかまわない。そういう職住近接の構造がつくりやすいのが横浜なんですね。環境が整っているわけですから、あとはベンチャーをいかに引き寄せるか。私自身はなかつ一つ核になる産業、分野をつくったほうがいいと思います。たとえば横浜はスカーフの産地ですから、デザインの蓄積がある。だからアニメや映像をベースにしたベンチャーなどは、可能性が高いと思います。横浜は映像型ベンチャーが強いとなると、映像関係の会社や人がさらに集まつてくるでしょう。芸術と産業は水と油と言われてきましたが、これからは融合していくます。文化と芸術と産業が一体化した新しいベンチャーを立ち上げると、すごくおもしろくなるでしょうね。

今ある日本の大企業は、40年前はほとんどベンチャーでした。これらのベンチャーが急成長し、大企業になりましたが、今ではみんな、新しいことをやらなくなつた。もともと日本人には、科学技術の基礎と製品化の力があります。忘れていた創造性を思い出し、本気になって自分たちで新しいものをつくりだせば、成功するベンチャー企業はきっと出てくる。そして、もつともベンチャーが生まれやすい環境を整えているのが横浜なのです。

これまでの産業は重厚長大でした。高い煙突から煙を出したり、大きな音を出すから、住宅地と隔離せざるを得なかつた。でも、こ

●柳 孝一 (yanagi kouichi)  
1941年、東京生まれ。64年、早稲田大学第一政治経済学部卒業後、野村総合研究所に第一期生として入所。73年、スタンフォード研究所に派遣され、85年に野村総研・経営コンサルティング部長、主席コンサルタントを務める。89年、多摩大学経営情報学部教授。98年、早稲田大学大学院アジア太平洋研究科 (MBA) 教授、日本ベンチャー学会理事。「マネジメント・ルネサンス」(野村総合研究所)、「起業力をつける」(日本経済新聞社)など著書多数。ホームページは、<http://www.wiaps.waseda.ac.jp/user/yanagi/>

# 「横浜」という 地域ブランドの 可能性

UBSウォーバーグ証券 株式調査部長

松岡 真宏

地域ブランドの経済的効果を議論する際に、もっとも興味深い例は、アメリカ西海岸のシリコンバレーである。

シリコンバレーは周知のとおり、情報革命の先端地である。ヒューレット・パッカード、インテル、シスコシステムズ、オラクルなど、きら星のごとき成長企業の本社が集結している。そして、これらの成長企業に続けとばかりに、多くの資本や優秀な人材が流入することで、西海岸の単なる田舎町であったシリコンバレーは一大都市へと成長した。また、これら成長企業や新興企業と取引するためには、人や経営資源の往来が頻繁になり、結果として地域全体に活力が出てきている。

このシリコンバレーの例を見る限り、地域ブランドの確立による経済的効果とは、第一

には「人口や企業の流入」であり、第二には「急増する人口や企業との取引にともなう交通や物流」と言うことができる。

これは、今後の日本、あるいは横浜の政策を考える上で、大変重要な参考例である。なぜならば、日本は2007年から人口の減少を迎えることが予想されているためである。また、人口だけでなく、企業の起業率が上昇しなければ、人口減とともに企業数の減少にも拍車がかかるものと考えられる。

つまり、2007年あたりを境に、日本は

「人口や企業数の増加」から「人口や企業数の減少」という大きなパラダイム転換を迎える。人口や企業数が減少するという新たなパラダイムの下では、各地方自治体による「人口の取り合いや企業の誘致合戦」が本格化す

い。どのような住民が集う街になつてほしいのか、どのような企業が本社や支社を構える都市になつてほしいのか、といったことを徹底的に議論してからでも遅くはない。

横浜は巨大消費地としての東京に隣接している。そして、東京との鉄道・道路・港湾などの交通網もかなり整備されている。拡大しつつある従来型の重厚長大産業の工場跡地を使つて、高額で高付加価値の商品を喜んで消費する首都圏消費者のために、さまざまな消費財やサービスの工場、本社機能を誘致することとは、これからでも充分可能なのである。

これら首都圏消費者の需要は極めて多様で、迅速に変化する。しかも、生活必需品や消耗品においても要求される質や鮮度は高い。めまぐるしく動く需要変化へ対応するには、単にコストが低いからといって、たとえば中国で大量生産して大量輸入するというスタイルは適していない。産業の空洞化が叫ばれる日本において、需要変化への対応というビジネスモデルを持つ企業やそれとともに住民の流入という観点から見ると、横浜は今後も、大変魅力的な地域ということができるのである。

ると予測される。株式市場では「経営者の通信簿は株価」だとよく言われるが、これからは「首長にとっての通信簿はその地方自治体における人口や企業の増減」となるだろう。一方で、これから各人や各企業は、各地方自治体の魅力を比較・吟味することによって、居住したり本社を構える地方自治体を決定していくことになる。まさに、アメリカの公共経済学者ティエブー（Charles M. Tiebout）が唱えた住民や企業の「足による投票」が始まるといえる。そして、住民や企業が「足による投票」を行う際に重視するのは、税金の多寡、交通網や病院など公的財の充実度などを加えて、地域ブランドである。

では、横浜という都市は今、地域ブランドを確立していると言えるであろうか？



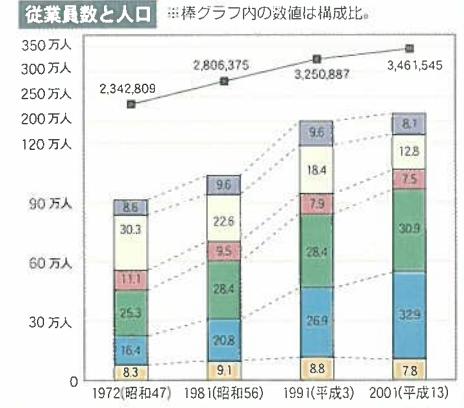
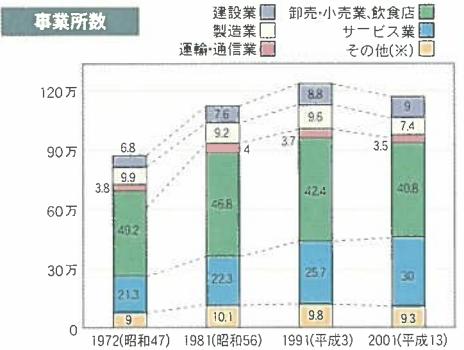
**YOKOHAMA NOTE  
of  
an ANALYST**



松岡真宏（まつかま まさひろ）  
1967年、愛知県生まれ。90年、東京大学経済学部卒業後、野村総合研究所、バークレイズ証券を経て、97年にUBSウォーバーグ証券入社（旧SBCウォーバーグ証券）。野村総合研究所在職中より、流通業界を中心にアナリストとして活動後、98年よりUBSウォーバーグ証券株式調査部長、およびマネージングディレクター。書籍に『問屋と商社が復活する日』（ともに日経BP社）、『小売業の最適戦略』（日本経済新聞社）がある。

## 横浜市の事業所数と従業員数・人口の推移

※農林漁業、鉱業、電気・ガス・熱供給・水道業、金融・保険業、不動産業、公務など。  
●図表は『横浜の事業所』、『統計横浜』（横浜市企画局発行）のデータをもとに制作。  
●2001（平成13）の数値は速報値。



横浜市民以外の人間に「横浜と聞いて頭に思いい浮かぶものは何ですか？」と質問したとしよう。それらの答えの大部分はおそらく、異国情緒漂う中華街や港町、バッグの「キタムラ」や靴の「ミハマー」など山手の子女が好む元町ブランド、新しいところではサッカーのワールドカップ決勝が開催された横浜国際総合競技場などであろう。

しかし、これらのアイテムは、横浜を訪れる旅行者や、ブランド商品を消費する人間にとっての地域ブランドにすぎない。シリコンバレーのように「長期的に人口や企業が流入する」という本質的な意味での地域ブランドを、横浜は現在、確立していないのではないか。いだらうか。

とは言つても、そう悲観的になる必要はない。前述したシリコンバレーも、もともと情報産業にとって恵まれた地域ではなかつた。シリコンバレーのあるアメリカ西海岸といえば、主要顧客であるヨーロッパ、日本、アメリカ東海岸とは時差があり、交通の便も決してよいとはいえない。しかし、いつたん地域ブランドとして確立してしまうと、それが大きな吸引力となつて人や企業を惹きつけ、わずか20年ほどで大都市へと生まれ変わった。横浜も、前述したような港町や中華街といつた既存の地域ブランドに縛られる必要はない

新しい事業・雇用の創出のために。

## 《よこしん》創業支援融資

# 創る

お取扱期間 平成15年4月～平成16年3月末まで

地域社会の発展・活性化のために。

### ご利用いただける方

- ◆当金庫営業区域内で新たに創業を計画している事業者及び創業1年以内の事業者の方
- ◆原則、初期投資（必要資金）の20%以上の自己資金を充てることのできる事業者の方

### お使いみち

- ◆創業に必要な運転資金及び設備資金

### ご利用限度額

- ◆5,000千円以内

### ご融資期間

- ◆7年以内

### ご融資利率

- ◆固定金利  
(融資実行時の当金庫所定の利率となります)

### ご返済方法

- ◆毎月の元利均等・元金均等返済  
※元金返済期間6ヶ月可
- ◆期日一括返済

### 連帯保証人

- ◆法人：原則、代表者
- ◆個人事業者：原則、創業者の配偶者など  
生計を共にしている協力者の方1名

### 担保

- ◆原則、不要です。

### ご用意いただくもの

- ◆事業計画書（当金庫所定）
- ◆自己資金確認資料
- ◆見積書◆受付表（当金庫所定）など
- ※事業計画書はお客様の書式でも可

### お問い合わせ

- ◆詳細に付きましては、横浜信用金庫 本店・支店の窓口でお問い合わせ下さい。



おかげさまで80周年  
横浜信用金庫  
神奈川・東京に60店舗

《よこしん》ホームページ  
<http://www.yokoshin.co.jp>

## 横浜信用金庫・創業支援融資

お客さまとともに新規事業を創ります。



1990年代前半から、わが国では事業所の廃業率が開業率を上回るという逆転現象が生じています。日本経済の成長率を高めるためには、新しい産業・雇用の創出が不可欠であり、創業・新事業創出の支援が重要な課題となっています。

こうした状況を背景に、2001年5月、平沼赳氏が経済産業大臣は、新しい事業にチャレンジする人たちに対して人材面、資金面、技術面から支援を行い、年間の開業数を18万社から36万社へ、5年間で倍増させるという「平沼プラン」を打ち出しました。現在、政府による各施策が講じられていますが、横浜市も地域特性を活かした経済・雇用の活性化を目指して、独自のプランを打ち出しています（関連記事：本誌26頁）。

「地域社会の発展に貢献する」という基本方針を掲げる横浜信用金庫も、創立80周年を迎える今年から、創業支援を目的とした融資制度を設けることになりました。

この融資制度には、次のような特徴があります。

- 創業を希望するお客さまに、当金庫職員（中小企業診断士などの有資格者）がインタビューをさせていただきます。
- お客さまの事業計画を検討し、必要に応じてアドバイスをさせていただきながら、創業資金をご融資する制度です。
- 弁護士や税理士など、専門家によるサポートの用意もあります。
- ご融資後も一定期間、当金庫が経営をフォローさせていただきます。

こうした仕組みの融資制度であるため、融資の決定までには時間がかかります。昨今、マスコミなどで、ファストフードに対してスローフードという言葉をよく耳にします。このスローフードとは、「質の高い食文化を守り、食の楽しみを知ること」を意味します。通常の融資業務がスピードを重視する「ファスト」な融資だとすれば、この融資制度はお客さまと横浜信用金庫がともに時間をかけて、質の高い事業を創り出していく「スロー」な融資だと考えています。

当融資制度の詳細につきましては、横浜信用金庫 本店・支店の窓口でお問い合わせください。

### 単行本「横浜ルネサンス」発行のお知らせ

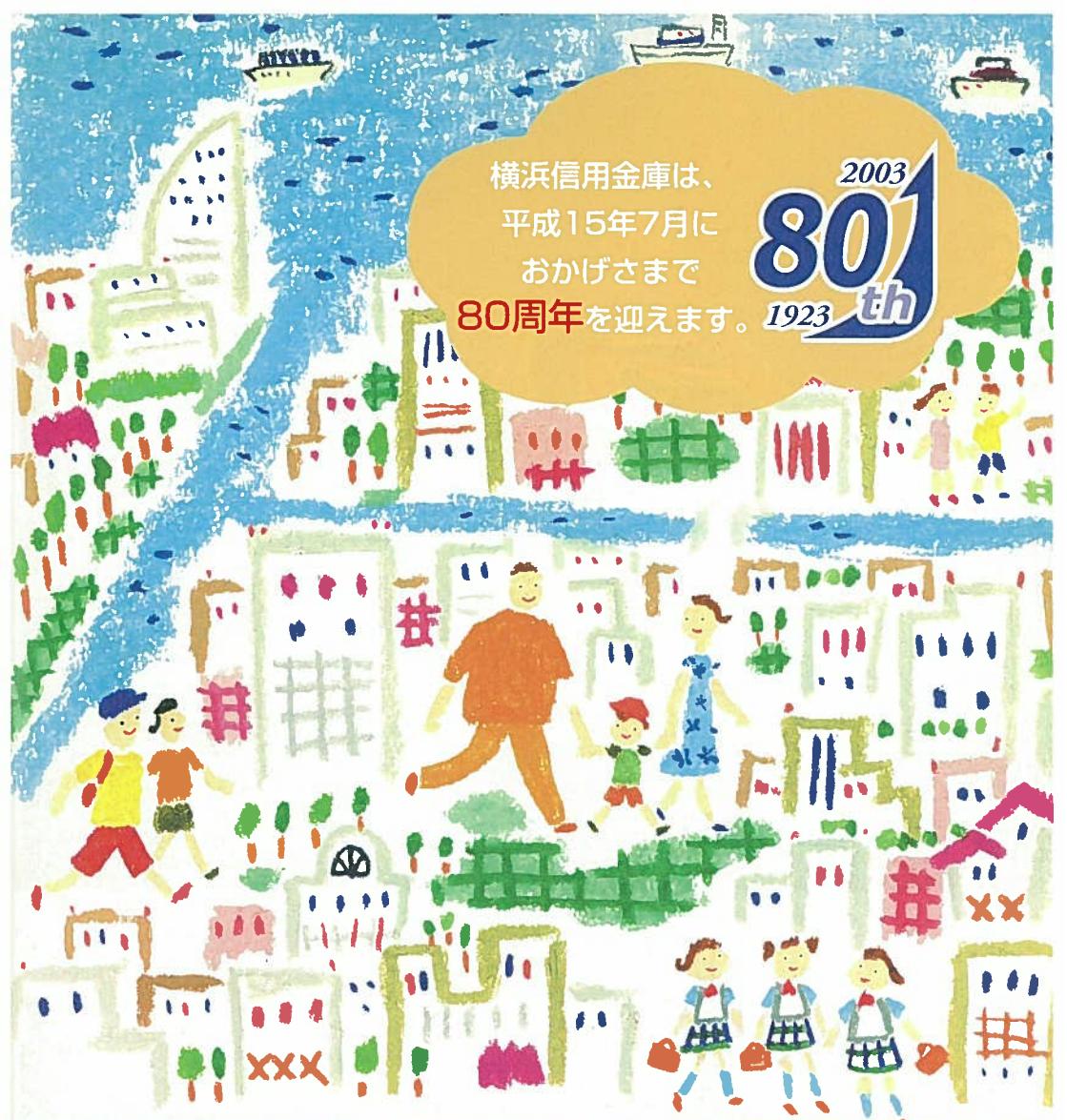
横浜信用金庫創立80周年を記念して発行した小冊子『横浜ルネサンス』は、おかげさまで読者のみなさまから多くのご支持をいただきました。そこで今回、同3部作「集」「商」「創」を再編集してあらたなコンテンツも加え、1冊の本にまとめるようになりました。単行本『横浜ルネサンス』は今年6月、ダイヤモンド社から発売の予定です。どうぞご期待ください。

横浜ルネサンス NO.3「創」  
2003年4月1日発行

制 作：横浜信用金庫80周年記念事業委員会  
『横浜ルネサンス』制作室  
住所：横浜市中区尾上町2-16-1  
TEL：045-651-1451(代) / FAX：045-651-2303  
<http://www.yokoshin.co.jp/>

デザイン：(有)クロスロード／撮影：川村たかを

※本誌に関するお問い合わせは、  
横浜信用金庫 総合企画部 / TEL：045-651-1451(代)まで



横浜信用金庫は、  
平成15年7月に  
おかげさまで  
**80周年**を迎えます。

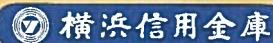
2003  
**80th** 1923

《よこしん》は平成15年、80周年を迎えます。

地域の皆さまの長年にわたるご愛顧に

厚くお礼申し上げます。

たしかな明日のお手伝い



神奈川・東京に60店舗

《よこしん》ホームページ <http://www.yokoshin.co.jp>