

# 21世紀 WAKAYAMA

Wakayama Institute for Social and Economic Development

VOL.96

一般財団法人 和歌山社会経済研究所

**ご挨拶** (一財)和歌山社会経済研究所 理事長 **原口 裕之** 2

### 寄稿

- 1 令和3年(2021年)は文化の力で和歌山を元気に!  
紀の国わかやま文化祭2021(第36回国民文化祭・わかやま2021、第21回全国  
障害者芸術・文化祭わかやま大会) — 山青し 海青し 文化は輝く —  
和歌山県企画部 紀の国わかやま文化祭 担当参事 **岡 哲司** 4
- 2 再考:江戸期・社会活動の意義  
(株)アスリック 代表取締役 **濱 博一** 8  
(総務省:地域力創造アドバイザー ふるさと財団:地域再生マネージャー他)
- 3 南極での調査と生活 — 第57次南極地域観測隊(夏隊) —  
大阪府立大学 人間社会システム科学研究科 教授 **竹中 規訓** 12
- 4 きのかに — 和歌山県の文化財を守り伝える — 和歌山県立博物館の取り組み —  
和歌山県立博物館 主幹(学芸課長) **竹中 康彦** 17

### 研究成果報告

- 1 企業理念(ウェイ)マネジメントについて  
(一財)和歌山社会経済研究所 研究部長 **安井 尚人** 22
- 2 高齢者の要介護認定率を改善している保険者の取組の調査研究  
(一財)和歌山社会経済研究所 研究部長 **吉増 雅一** 30
- 3 観光資源としての紀伊万葉  
(一財)和歌山社会経済研究所 主任研究員 **高尾 明宏** 37

### 経済指標

コロナ禍における今夏の和歌山県経済

(一財)和歌山社会経済研究所 研究員 **藤本 迪也** 43

**グラフで見る和歌山県経済指標** 47

**和歌山ブラぶらウォッチング** ③⑥ 51

**研究所だより** 52

### 編集後記

with コロナ時代、国が進める観光の動向 その傾向と対策 53

# ご挨拶

(一財)和歌山社会経済研究所 理事長

原口 裕之



理事長就任にあたりご挨拶申し上げます。

私は、本年6月に開催されました当財団理事会におきまして、片山前理事長の後を引き継ぎ、理事長に就任いたしました。

片山前理事長には就任以来7年にわたり当研究所のトップとしてご活躍をいただき、その間、県勢の発展を目的とした自主研究事業の積極的な取り組みや情報発信、受託研究事業の強化による財務体質の改善など、経営及び運営全般に係る重要な方針決定を、的確な判断とリーダーシップにより成し遂げられ、当研究所のさらなる発展に大いに貢献いただきました。理事長を引き継ぐにあたり改めて御礼申し上げるとともに、心より感謝申し上げます。

私は、調査・研究機関の理事長就任は初めての経験となりますが、当研究所の発展に貢献すべく全力を傾ける所存でございますので、皆様方のご支援、ご指導をお願い申し上げます。

和歌山社会経済研究所は、新しい和歌山づくりに貢献する和歌山県唯一のシンクタンクとして昭和56年に発足以来、約40年の長きにわたり、行政・関係団体・企業・賛助会員のご協

力とご支援をいただきながら、「魅力と活力あふれた“わかやま”」づくりを進めていくために、客観的な立場から長期的、総合的な展望のもと、望ましい地域社会づくりのための調査研究を行ってまいりました。

具体的には、県内各自治体の現状把握と将来への方向性を示す「長期総合計画」、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定への支援や、各地域の固有課題の抽出とその解決へ向けての対策づくり、地域資源を利活用した観光振興、6次産業研究といった調査・研究活動があげられます。また、県内の景気動向や経済情勢の調査・分析の実施とそれらの広報、様々な分野に関するシンポジウムやセミナーの開催、さらには、県内各自治体、諸団体などの要請をうけて実施する講演、研修活動など多岐にわたる活動を行ってまいりました。それらの実績は、共に考え共に行動するシンクタンク、地域に根差したシンクタンクとして、高く評価をいただいていたころでもあります。そして、このような役割はこれからも変わりなく果たしていきたいと考えております。

さて、今日わが国の社会経済は、少子高齢化、技術革新、高度情報化、グローバル化、そして、今般の新型コロナウイルスの発生など、過去に経験したことの無い大きな環境変化に直面しております。このような様々な問題が複合的に進展し、社会経済は多くの課題を抱え、大きな変革が求められつつあります。

私たち和歌山県においても、同様の課題に加え、独自の課題を多く抱えております。和歌山県の人口は、全国を上回るスピードで減少が進んでおり、中心部の空洞化が進むことで都市機能は低下し、中山間地域においては人口減少によって社会生活に支障が生じ、存続が危ぶまれる集落の増加が見込まれています。さらに、近い将来発生するであろうと予測されている南海トラフ大地震や、近年増加傾向にある集中豪雨や台風による風水害、土砂災害などへの防災対策も避けて通ることのできない大きな課題となっております。

大きな変革期を迎えたわが国において、状況の把握や将来予測は非常に困難になり、これまでどおりの慣習や価値観では、取り巻く状況の変化に的確に対応することが難しくなっています。

このような状況であるからこそ、当研究所は、地域におけるシンクタンクとして、地域の社会経済上の諸課題を解明するだけでなく、国内外の変革にも対応した幅広い調査・研究を行うと同時に、これから目指すべき方向と道筋を明確に見定め、新しいビジョンをもって地域に適した政策・施策を調査・研究し、その成果をもとに必要な方策を積極的に提言していく必要があります。

これから将来に向けて「魅力と活力あふれた“わかやま”」づくりを実現させるためには、これまでの長年の活動の蓄積を生かしつつ、さらに幅広い調査・研究を行うと同時に、和歌山に適した政策・施策を調査・研究し、和歌山の

未来を創造する“オピニオン・リーダー”を目指して、積極的な提言を行っていきたいと考えております。

当研究所はこのような考えのもと、役職員一同、今後とも皆さまのご期待にお応えできるよう、力を合わせて最大限の努力を積み重ねてまいり所存でございます。関係各位の皆様方には、さらなるご支援、ご指導を賜りますことをお願い申し上げます。私のご挨拶とさせていただきます。



## 寄稿 1

# 令和3年(2021年)は 文化の力で 和歌山を元気に!

紀の国わかやま文化祭2021  
(第36回国民文化祭・わかやま2021、  
第21回全国障害者芸術・文化祭  
わかやま大会)  
—山青し 海青し 文化は輝く—



和歌山県企画部 紀の国わかやま文化祭 担当参事

岡 哲司

### 1. 全国最大の文化の祭典 和歌山で開催!

いよいよ来年秋、「第36回国民文化祭・わかやま2021」「第21回全国障害者芸術・文化祭わかやま大会」を一体的に開催します。その大会の愛称が「紀の国わかやま文化祭2021」です。

国民文化祭は、全国各地で様々な文化活動をしている皆さんが活動発表したり、地域の文化や魅力を発信する事業を展開することで、芸術・文化活動への関心を高め、文化の継承、発展、創造につなげ、その振興を図るために、毎年開催されている全国規模の芸術・文化の祭典。

全国障害者芸術・文化祭は、障害のある人たちの芸術及び文化活動の成果発表の場。多くの障害のある人たちに芸術・文化の素晴らしさを体験していただくとともに、芸術・文化を通じた交流により障害の有無に関わらず互いに尊重しあう社会の形成を目指して開催される障害のある人が主役の芸術・文化の祭典です。

両大会は、各都道府県持ち回りで開催され、今回、和歌山県で初の開催となります。

「山青し 海青し 文化は輝く」を大会キャッチフレーズに、令和3年(2021年)10月30



文化祭公式ポスター

日から11月21日までの23日間、県内全域で130を超える文化事業を展開します。まさに和歌山県が芸術・文化一色に包まれる23日間となります。

## 2. 県内各地で様々な芸術・文化事業を展開

### (1) 開会式

文化祭初日(10月30日)には、全国から多くのお客様もお迎えして、和歌山ビッグホールで開会式を盛大に開催します。

県民挙げて、おもてなしあふれる和歌山らしい開会式にするべく企画を進めています。



開会式イメージ

### (2) 県主催事業

県主催事業として、和歌山の食文化と芸能をテーマにしたイベント、世界遺産、高野山でのシンポジウム、熊野を舞台とした音楽祭など和歌山の魅力を発信する事業を実施します。また、障害のある人の美術作品展、楽器演奏と講演をはじめ、障害のある人とない人とも互いに交流し、一緒に芸術・文化を楽しめる様々な事業を実施します。



障害者作品展



創作子どもミュージカル



民謡・民舞の祭典

### (3) 市町村・団体主催事業

文化祭期間中全域で、市町村や文化団体等の主催で様々な芸術・文化の魅力をお伝えする事業を実施します。皆さんのすぐ近くでも実施されます。ぜひ、ご参加ください。

## 3. 「紀の国わかやま文化祭 2021」の目指すもの

「紀の国わかやま文化祭 2021」には、県内はもちろんのこと県外からも多くの方が参加されます。来県された方々には、文化祭事業はもちろんのこと、県内各地の素晴らしい自然や歴史、おいしい食べ物、温かい温泉と人情等に触れていただき、地域の人々との交流を通して、和歌山県の魅力を堪能していただきたいと思えます。

また、県民の皆さんには、この文化祭を機に、県内で活躍されている様々な文化団体の活躍を観て、聴いて、体験していただきたい。そして、県内の芸術・文化活動の輪を大きく広げ、心豊かな和歌山県を創っていきます。

## 4. 文化祭開催機運の醸成

文化祭をしっかりと盛り上げていくために、「広報キャラバン隊」や県内文化団体の皆さんによる「盛り上げ隊」を結成して広報を展開しています。

文化祭のポスター 2021 枚を県内各地の店舗等に掲示する「ポスター 2021 プロジェクト」、子どもたちが折った折り鶴でいきちゃんの「折り鶴アート作品」を作り、各会場に飾って訪れる人をおもてなしする「折り鶴プロジェクト」、県内文化団体の皆さんで結成した「盛り上げ隊」



広報キャラバン隊出発式



折り鶴プロジェクトの様子

が県内の保育園、幼稚園、小中学校等を訪問し、文化活動の体験をしてもらう「出前体験プロジェクト」の三つのプロジェクトを進め、文化祭の機運を盛り上げていきます。

## 5. 県民総参加の文化祭

### (1) ボランティアとして参加する

実行委員会の事務局だけでなく、県民の皆さんにも文化祭の情報発信をしていただこうと広報ボランティアを募集中です。マスメディアに加え、SNS や口コミで文化祭をより多くの方に知っていただき、みんなで盛り上げていきたいと思えます。

また、文化祭本番では、運営ボランティアとして多くの方に関わっていただき、おもてなしの心がこもった文化祭にしていきます。



広報ボランティア 広報グッズ

### (2) 文化祭を応援する（応援企業制度）

企業の皆さんにもぜひこの文化祭を応援いただき、まさに官民一体となって県民総参加のイベントにしたいとの思いから、国民体育大会等の企業協賛でお願いしていた協賛金や物品による協賛だけでなく、文化祭の広報への協力やボランティア、イベントへの参加といった「協力事業」を通じて「紀の国わかやま文化祭2021」を応援いただく「応援企業制度」を「紀の国わかやま総文2021」「ワールドマスタースゲームズ2021 関西」と合同で創設しました。

企業の皆様には、和歌山で開催される3大ビッグイベントをぜひ応援していただきますようよろしくお願いいたします。

### (3) 文化祭を体験する

文化祭期間中は、県内各地で様々な芸術・文化活動が展開されます。ぜひ、この機会に御参加ください。全国から集まった作品の中にあなたの作品も・・・

また、「自分でするのはどうも・・・」という方も、ぜひ御観覧いただき、生で芸術・文化を体験してみてください。各会場では、あなたの来場をお待ちしています。

## 6. 新型コロナ感染症の中で

### (1) 宮崎県との2県開催

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度に宮崎県で開催予定の国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭が開催を1年延期、令和3年度は、初めての2回（2県）開催となりました。

同年開催となった宮崎県とは、広報活動での協力や互いの文化祭への出展等、協力しあって、今までにない素晴らしい文化祭にしようと相談しながら準備を進めています。



マスコットキャラクターの  
「みやざき犬」と「きいちゃん」

### (2) 事業内容の制限（ウイルス感染症対策）

新型コロナウイルス感染症の状況は予断を許しません。感染症対策には万全を期して、皆さんに安心して御参加いただける文化祭とするべく準備を進めています。市町村や文化団体の皆さんとしっかり相談しながら、いろんな制約があっても、芸術・文化のすばらしさをしっかり届けられるよう取り組んでいきます。

### (3) 文化で和歌山を元気に！

歴史を振り返れば、どんなに苦しい時も私たちのすぐそばにあって、私たちを励まし、その困難を乗り越える力を与えてくれたのが芸術や文化でした。この感染症との闘いの中で、明日への希望に向けて、多くの方々に元気と勇気を届ける「紀の国わかやま文化祭2021」を県民の皆さんとともに創り上げていきます。

皆さんの応援、御協力をよろしく願いいたします。



## 寄稿 2

# 再考：江戸期・ 社会活動の意義



(株) アスリック 代表取締役

濱 博一

( 総務省：地域力創造アドバイザー  
ふるさと財団：地域再生マネージャー 他 )

### ■はじめに

より善き地域社会づくりのお手伝いを志事となすためか、世の中が新しく創られていく、その源流に強い興味を持っている。

維新前夜、西洋式軍備導入に際し、最新の大砲も導入された。大砲は放物線の軌跡を理解できないと命中率が著しく低下する。弾の滅多打ちしかできない国が多かったのに対し、この国では瞬く間に命中率の高い砲術が確立された。そのためには方程式や微分・積分という高度な数学への理解が欠かせない。何故、我々の先祖は江戸時代からの急速な変革のなかで、数学的に放物線を扱えたのだろうか。

この疑問から調べ始めると、和算に遭遇する。当時の和式算術は、世界的に見ても相当レベルが高かったという。江戸末期、既に和算の普及があったが故に、西洋列強に対して驚異的な速度で追いつけたのではないか。

すると、維新前後に対する旧来の姿勢「劣った自らの文明性を打破することで、明治以降、日本は劇的な開化を果たした」という歴史認識・シナリオは、にわかに疑わしくなってくる。

むしろ、「江戸期は、文化的・学術的にも世界有数のレベルに達し、それを母胎にできたお蔭で、類を見ない速度で西洋を理解し、取り入れる素養を持っていた」とするならば、江戸とそれ以降の時代の関係性が、異なった景色として見えてくる。

そのような疑問・視点から始めたこれまでの探求をもとに、書き起こしたものが本稿である。

しばらくの間、貴重なお時間をお借りしたい。

### ■高度な基礎的素養：和算の流行

江戸時代。民衆の間に和算が流行っていたという。算術を開発し、全国に流布して歩いた関孝和という天才が居たらしい。

委細は参考文献に譲るが、今日の数学でいう微分積分にまで到達していたという。驚愕すべきは、流体力学で必須のベルヌーイの公式が、

関によりその30数年前に見出されていた事だ。

和算の成果は、印刷技術・街道の整備で日本各地にも広まり、塾も開かれていた。解けた問題が記され奉納された算額は、各地の神社に遺されている。東京都中央区日本橋室町の福德神社には、今日でも新しい算額が奉納されている。

さて、この和算。庶民の趣味・教養以外に何の役立ったのだろうか。明らかなのは、測量。高精度な測量に、高度な数学は必須だ。維新後西洋を驚かせた「大日本沿海輿地全図(伊能図)」は、伊能忠敬が1800～17年に列島各地を歩き完成した。関は彼の一世紀前の人である。

維新の世となり、数学でも洋算を理解することが国是となって和算は、忘れ去られていく。

## ■「始末をつける」ということ

「始末」ということばは普段、どのように使われているだろうか。ニュアンス的には、「物事の後片付け・整理をする」だろう。

この「始末」。実は世界共通語になりつつある「勿体無い」と関連が深いと考えている。

「勿体」とは何か。それは「そのもの本体の価値」を指し示している。「勿体をつける」とは「元々の価値よりも、価値があるかのごとく扱うこと」をいう。逆に、未だ使えるのに捨てる、あるいは使わずに仕舞い込むことも、その価値を活かしていないが故に、「勿体無い」となる。

「勿体」を適切に扱うために「始末」がある。ものの価値を最初(始)から最後(末)まで貫徹して、十分に発揮させ続けることを指した。

旅人が道中、新しい草履に履き替え、擦り切れた古い草履にこれまでの働きを感謝して拝み、田の畦端に置いた。その田を耕す農民が履きつぶされた草履を拾って田に漉き込んで肥料とした。この光景を不思議な行為として驚き、書き残した西洋人が居たという。現代は、このような行為を「エコ」と捉え再評価している。がしかし、それだけで果たして充分なのだろうか。

全国各地の眠れる資源たちは、勿体を見出され、徹頭徹尾始末がなされているだろうか。始末が悪いならば、それこそ勿体無い。

## ■商人道と商家の家訓

次に、民間経済の足取りを見てみたい。

日本の商都・大阪。その中心部に淀屋橋という駅がある。この地名は、掛けられていた橋に由来する。それに気づいた頃、NHK教養番組で商人道の連続講座が放送されていた。

委細は参考文献に譲るが概略次のとおりだ。

大阪・淀川の中之島に米の取引所の開設を許された淀屋は、代が下るごとに隆盛を極め、莫大な資金力を背景に大名に金を貸す金融業にもなっていく。一商人の店に諸大名の家老が挨拶に出向くという事態に至り、当主の毎夜の大宴会を咎められ幕府から取り潰しとなる。膨張し過ぎ、図に乗ったバブルの原因は、強制終了させられたとでもいうべきか。

当時、周囲の商家は淀屋騒動に学び、急速に家訓を整え厳しく伝承していった。これが商人道の始まりとされている。

商家によってさまざまな家訓が遺されているが、その真髄は事業の持続可能性を最大と置いている点にある。今日のSDGs的だろうか。内容は、大阪・京都・近江によって傾向が異なるそうだが、全国を行商した近江商人の家訓「三方に善し」は有名である。三方とは、客・商人(自分)、そして世間。この時代に既に社会益・公益を重視していたとは、まさに驚きだ。西洋社会で市民セクターや民間助成財団が発明されるのが明治から大正期であることを考えると、如何に先進性に富んでいるかが理解されよう。

なお、「三方に善し」では、順番が不明確である。「お客に善し、世間に善し、のち自らに善し」が、個人的に最も好ましいと感じている。先ずお客の利益を考え、世間に善い物を扱い、自分への利益は最後に考えるくらいでちょうど良い。

翻って現代、多くの企業が「先ず自分に善し。お客には適当に善し。世間はどうでも善し」となっているまいか？ 順番が変わると、持続可能期限も大きく変わる。このことを学ばねば、同じ国の末裔として淀屋騒動の始末をつけられていないことに、なりはしないだろうか。

## ■先物取引の発明

淀屋に関する逸話は、もうひとつある。

米という基軸通貨は、重量が大きく扱いに難儀する。この便宜を図るため「証券化」という便法がやがて発明される。物が証券化すると、次第に概念が抽象化する。金融商品が高度化した現代と同じように、米の証券も先物取引されるようになっていく。大阪の米取引は、研究者によって世界初の先物取引とされている。

米価が乱高下すると、農民も藩・幕府も困る。現物を持った大阪での取引は価格の安定に資したらしい。一方で、現物を持たずに取引すると価格が乱高下する。西洋では、投機的側面のみが着目され、今では先物で値が下がると儲かるという素人には摩訶不思議な金融商品となって世界を駆け巡っている。穀物市場の混乱は、庶民の台所を直撃する。甚だ迷惑な話だ。「世間に善し」は、欧米の経済界には存在しない思想か。(近年ようやく CSR が ISO に規定され、コーズマーケティングが喧伝され始めた。)

さて、ここまでは一般的な話題である。ここからは、江戸時代の各地に見出される先進性について記してみたい。

## ■藩政期における官民協働

### ◎北前船運航 ～石川県地域～

人類史上、貴重な文化財が動乱・天災・犯罪などによって逸失する危険性があり、これらをデジタルデータで後世にアーカイヴとして遺す。平山郁夫氏によって提唱された構想だ。

石川県においても、県内に残る多くの地域資

源に焦点を当て、それらのアーカイヴ化と、産業界におけるデジタル技術の先駆的取組を促進させる両輪を狙った意欲的な「石川新情報書府(1996～2015年)」事業があった。

地域に眠るひと・もの・ことに光を当て、デジタルアーカイヴ化するテーマと、そのアーカイヴ方法を公募・審査。実際に取材を経て編集する一連の制作に対して一定の補助を行うものだ。本事業の初～中期にかけ事務局をお手伝いさせて頂いていたこともあり、多くの刺激・学びの機会を頂けた事に感謝したいと思う。

テーマに対する時代的制約は無く、現代から古代まで幅広いテーマがエントリーされていた。特に、北前船の運航に関する歴史秘話を取り上げた「未来海道ものがたり～北前船がもたらした海の文化～」(2003年)は、多くの示唆を頂いた。

この取材で、北前船交易によるニシンの売上が北海道開拓の原資となり今日の北海道の礎が築かれたこと、前田藩が財政を立て直すために、北前船交易に進出を目論むも航海・交易経験が無く、船舶建造は藩が出資し、藩船の運航交易を地元の豪商・銭屋五兵衛に委託するという官民協働型事業を始めたことが、判明した。

これは今日でいう PFI / PPP による事業モデルではないかと思えてならない。だとすると、世界的にも先駆事例となるだろう。

### ◎防災築堤事業 ～和歌山県地域～

2015年、国連は11月5日を世界津波の日と制定した。その161年前の旧暦同日、発生したのが安政の南海地震だった。30歳にして既に耐久舎(現：耐久中学校・県立耐久高校)を設立していた濱口梧陵氏が、このとき後に「稲むらの火」と語り継がれる機転で多くの村人を救った。壊滅した集落・田畑と津波の恐怖から離村者が相次いでも不思議は無い状況だったが、氏は私産をつぎ込んで村人に賃金を支払い、延長600m 根幅20m 高さ5mにも及ぶ広村堤

防を4年の歳月を掛けて築いた。

当時、藩の許可無く大規模な公共事業がなせる訳も無いことを考えると、この偉業は民間発意型PFI／PPPの先駆事例であると考えられるのではないかと。

後に商人ながら藩の勘定奉行に抜擢、明治にも初代駅通頭（後の通信大臣）や、初代県議会議長として活躍され、地元からの人望篤い氏と史実に、これ以上立ち入るのは、僭越に過ぎると思う。「稲むらの火の館」を訪ねて頂きたい。

## ■さいごに

これまでの論に、万一誤認などがあれば、是非ご教授願いたい。

一連の探求の中で、気づいたことのひとつに、ある日突然何の脈絡もなく変革・革新が起こることはなく、必ずその前に、次代に生きる種や素養があり、その土壌の上に芽吹くということである。明治維新とて例外ではなかったことだろう。歴史認識は往々にして前時代を否定する。

昭和期。「明治は遠くなりにはけり」と呟かれた。令和の今、昭和も遠くなった。

さらに「遠い」江戸時代。三百年という長きに亘り、日本を治めた徳川幕府は、初期に数次の反乱に遭遇し、厳しすぎる大名統制は逆に社会不安の種となることを学んだ。中期、大地震や津波、長期間の悪天候といった天災に見舞われ、平時の備えの重要性を学んだ。これらの学びから、治世思想を進化させていく。田沼意次の急速な重商政策の破綻後、老中に就いた松平定信公は「政論」第八則で「三年の蓄えなくば国その国に非ず」と論じ、九年の備蓄を推した。「徳川の平和」は、「生命の尊重・民命を守る」を価値基準に据えることで実現したという。

筆者が生を得た静岡に、道徳倫理と経済振興の両立こそ経世済民の真髄であるとする二宮尊徳に縁の（公社）大日本報徳社がある。尊徳は、定信公と梧陵氏を橋渡す時代に活躍した。

江戸期に生きた我々の先祖が、当たり前として暮らし、秘めた力を一朝ことが起きたときに発揮した時代底流には、今日においても何ら色あせない示唆に富んだ事実と先進性が、なんと豊かに秘められていることだろうか。

## ◎追伸

私事で恐縮だが、父方の家系は明石藩（越前松平家の流れ：兵庫県）で弓の師範を仰せついていたそうである。筆者が能登に婿入りするまで名乗っていた旧姓は、地名として和歌山県有田川町の字名に存在している。今年度から、有田川町清水地区の地域再生事業のお手伝いを仰せつかった。稀有なご縁と感謝したい。

遙か昔から連綿と今につながる血脈がある。我々は、必ず老いる。世代は交代する。その途中の一点に自分が存在する。この先に続く子・孫・曾孫…子孫。彼らから、我々の時代はどのように総括されるのだろうか。

一旦は忘れ去られても、いつかは再評価されるべき何か。予測し得ない未来の評価軸に照らされてもなお朽ちない価値観。やがて先祖となるものの一人として、それを遺さねばなるまい。

わずかでも先祖の恩に報い、子々孫々へとバトンを渡せるなら、無上の喜びではないか。

## ■参考文献・資料

- ①「江戸の家計簿」磯田道史監修、宝島社新書
- ②「雪月花の数学」桜井進著、祥伝社黄金文庫
- ③福徳神社ホームページ
- ④NHK知るを楽しむー歴史に好奇心ー 2006年6月7月号「お金で買えない商人道：藤本義一／他」日本放送出版協会
- ⑤淀屋@wikipedia
- ⑥石川新情報書府ホームページ
- ⑦「未来街道ものがたり～北前船がもたらした海の文化～」石川新情報書府 2003年
- ⑧濱口梧陵@wikipedia
- ⑨ありだ広域観光マップなど
- ⑩「徳川がつくった先進国日本」磯田道史著、文春文庫



## 寄稿 3

# 南極での調査と生活

## — 第 57 次南極地域 観測隊 (夏隊) —



大阪府立大学 人間社会システム科学研究科 教授  
現代システム科学専攻 環境システム学分野

竹中 規訓

### 1. 日本南極地域観測隊

地球の極地、宇宙よりも遠い場所、それが南極である。日本は昭和 31 年に世界から承認を受けて、隊員を毎年（数年間の休止期間はあるが）派遣している。南極探検隊、南極観測隊などいろいろな呼び方があるが、正式には日本南極地域観測隊という。英語では Japanese Antarctic Research Expedition、略して JARE となり、その後ろに何次隊かを示す数字が入る。私は JARE57 の夏隊隊員として南極に赴き、現地 1 か月半、行き帰りを含めると 4 ヶ月の調査・観測を行ってきた。隊員になるには、応募して選ばれなければならないが、要は文明からの一切の補給なしに 1 年間、文明的な生活を送り、同時に調査、研究するために必要な仕事は何かを考えれば、必要とされる人材がある程度思い浮ぶ。詳しくは国立極地研究所のホームページ (<https://www.nipr.ac.jp/>) 内に隊員募集のページがあるので参照していただきたい。

### 2. 南極への道

昭和基地は厚い定着氷で覆われた南極海の奥深いところ、南極大陸のすぐ近くのオングル島にある。この厚い定着氷を割って進まない昭和基地にはたどり着けないので、砕氷船しらせでなければ行くことができない。昭和基地は東経 40 度にあるので、地球を西向きに約四分の一周することになる。しかし、しらせはオーストラリアから、まずまっすぐ南極大陸に向かって南下する。その間には吠える 40 度・狂う 50 度・絶叫する 60 度と呼ばれる暴風圏があり、船が 45 度も傾くため、ほとんどの人は船酔いする。そのため、昭和基地までの最短コースをとって暴風圏をのんびり楽しむなんてことはできない。暴風圏を短時間で突っ切るしかない。そうは言っても 3, 4 日かかる。運よく天気と条件がいい夜にオーロラが見えることもあるのが唯一の楽しみかもしれない。

暴風圏を越えて南極海に入ると波は穏やかに

なり、冰山や海水が現れ、アデリーペンギン、皇帝ペンギン、ウェッデルアザラシなどが出迎えてくれる。ここからは南極大陸沿いに西へ進路を変え、毎日1時間ずつ時刻帯を超えるので、6日(?)連続して1日が25時間となる。不思議な感覚である。いよいよ東経40度まで来ると昭和基地に向かって進路を変え、定着氷を砕氷しながら進む。氷が厚く進めなくなると、いったん500mほどバックして全速力で進み、氷の上に船体を乗り上げて船の重みで氷を割る。これをラミングと呼んでいる。少ない年でも1000回以上、多い年は5000回以上もラミングを繰り返して昭和基地にたどり着く。

しかし、研究者や調査隊は、しらせが昭和基地に到着するまで待っていると、研究・観測期間が短くなるので、ある程度近づいたところから、自衛隊のヘリで、先に昭和基地や調査地点に向かい、研究・調査を始める。設営班などはそこから越冬に向けての準備が始まり、昭和基地での過酷な重労働が始まる。憧れの南極昭和基地は、実は工事現場の重労働、少ない食事という過酷な環境なのである。それでも、南極をあこがれる人、何度も観測隊になる人は多い。それだけ魅力のある場所が南極である。

### 3. 南極の生活

私は、しらせから南極大陸のS16地点という場所まで自衛隊ヘリで南極に直接入った。ここは、大陸旅行のための雪上車や荷物を積む櫓が常時放置されている。鍵はついたままだが、盗まれる可能性はゼロである。ここで雪上車に調査資材、生活資材を積み込み、標高1400m弱、昭和基地から100km弱のH128ポイントまで移動し、そこで調査、研究、サンプリングを行った。もちろん雪上車の運転も食事の準備も含めすべて自分たちで行う。アイスコア掘削グループと我々2人の調査グループと合わせて7人、42日間のキャンプであった。その間、電気は発電機、水は雪を溶かし、ガスはカセツ



H128ポイントでの調査。雪上車と居住カブース

トコンロ、通信は毎日夜の昭和基地との定期交信だけ、テレビもなければラジオもほとんど入らない生活である。しばしの浦島状態で、調査後半に昭和基地との交信で聞いた芸能人の不倫問題、SMAPの解散問題で雪上車内は大さわぎであった。すでに10日ほどたった話題だった。

H128の内陸隊は、JARE57では一番長期の調査で、昭和基地との行き来もないため、食材も多めに用意され、昭和基地で重労働する隊員には恨まれるほど豊かであった。ほぼ毎晩の刺身、おいしいウナギのかば焼き、アワビのアヒージョをはじめ、毎日普段の倍ほどの食事が味わえた。それでも太ることはなかった。寒さと労働のためかもしれない。

南極の夏は意外と気温は低くない。H128地点は標高が高いので、一番寒い時でマイナス24℃ほどになったが、昼の12時にはマイナス



雪上車内での昼食。かば焼き

10℃よりは高い。昭和基地では昼はプラスの温度になる。冬の札幌あたりを想像してもらえればよく、一般に信じられているほどは寒くない。冬は別で非常に寒くなる。H128での生活では42日の間、風呂に入ることができない。たまたま、1月1日の作業なしの休日が晴天で風もなかったので、雪面を少し掘って柔らかい雪を入れ、その中で体を洗い(?)、(体を雪でこすり)汚れを落とした。雪風呂と呼んでいる。寒そうに思われるが意外と温かった。

#### 4. 南極の科学

私の調査は雪から出てくるガス状の窒素酸化物を測定することであった。南極の雪は溶けずに次々に新しい雪が降り積もるため、過去に降った雪の成分、そこに閉じ込められた気体成分の測定をすることで、過去を再現することができる。南極ドームふじで過去70万年分のアイスコアが掘り出され、過去の温暖期、寒冷期のサイクルが再現されたというニュースは有名である。ところが、雪の中にあるはずの硝酸がどこかへ消えているということが報告されていた。この硝酸がどのようにしてなくなるのかを明らかにする1つの調査・研究が私の目的である。予想通りの気体が検出され、予想外の様々な現象にも出会った。

スキー場で穴を掘ったことはあるでしょうか？北海道や東北では少し水色に見えたという経験はあるかもしれない。でも、南極の雪に穴をあけると、真っ青になる。空の青さより青い。(実際の写真は <https://douga.yumenavi.info/Lecture/PublishDetail/2018164810?back=> 私が別で行った講義の22分30秒頃から掘った穴の写真がある)。これは、水は光が通ると青くなるが、その青つき方が弱く、コップ程度では気づかない。これが海のように距離が長くなると青くなることが分かる。南極の雪の中は不純物がほとんどなく(あるにはあるが非常に少ない)光がなかなか減衰せず、光が氷表面、

内部で何度も散乱し、氷の内部を何度も通過するため青くなる。この何度も通過する光のために、南極の氷内部での光化学反応は極めて効率よく進む。そのため上で述べた硝酸が光分解し、雪の中から消失する。このように南極の雪は極めてきれいなため、溶かしても透明(日本の雪は北海道でも薄灰色になる)、匂いもせず、そのまま飲んでも健康に全く問題がない。南極に初めて行った人は、よく雪にかき氷のシロップをかけて、直接食べている。無限のかき氷である。食べきることは不可能である。

南極の空気も雪同様、非常にきれいで、エアロゾルの数も非常に少ない。そのため、息を吐いても白くならない。息が白く見えるのは、水蒸気でなく微小水滴になるためであるが、水蒸気から水滴が生成するにはエアロゾルが必要である。そのため、エアロゾルがほとんどない南極では息は白くならない。ところが、風上で誰かがタバコを吸うと、直ちに息は白くなる。

低温の地域でぬれたタオルを振り回すと、硬くなってまっすぐ立つという映像は有名であるが、同様に有名なのが熱湯のばらまきである。熱湯をばらまくと、細かく碎かれて瞬時に蒸発するが、その水蒸気が、まだ水蒸気になり切れていない微小水滴に集まり、白い雲となる。

南極では、よく蜃気楼に出会う。雪氷表面と大気との温度差ができやすいためであろうか。ここでは、地平線付近が異常に見えることがあ



H128 ポイントの四角い太陽

る。さっきはなかったとか、昼にあんなのあったかな？ということもよくある。二つ玉の太陽、三つ玉太陽に、鏡もち型太陽もあり、さらに四角い太陽も見られる。どれも蜃気楼の一種である。

雪氷表面が太陽光を反射してキラキラ見えるが、これは雪の結晶1つ1つで光が反射されてきらめいている。でも、よく見ると七色のきらめきに見える。ハローと同じように光が氷内部を通過して屈折する際にプリズムと同じ原理で光が分かれるために色づいて見える。グリーンフラッシュ、極成層圏雲の紫色の雲など、様々な自然現象に出会える。

## 5. 昭和基地

昭和基地は日本隊が越冬するために、毎年増築、改築して維持してきた基地である。今では、電話は専用の衛星回線で東京立川市の国立極地研究所と常につながっているため、国内と昭和基地は、立川までの国内電話料金でいつでもつながる。インターネット回線も充実しているが、容量は限られているのでYouTubeや重いソフトのダウンロードは禁止されている以外は、ほぼ国内と同様に使うことができる。おかげで南極にいるから暇だろうと、執筆などよく依頼されるらしい。電気も普通に使える、風呂も大きな風呂があり、洗濯乾燥機もある。使用は自分で制限をかけているようである。食事は南極料理人が2名、毎年参加して隊員の食事を準備してくれる。狭き門だけあって、腕は非常にいい。昭和基地では他人に酒を注いではいけないというルールがある。その割に、急性アルコール中毒者が出ることもあるらしい。

ブリザードが来ると、その規模に応じて、外出禁止、外出注意となり、外出に制限がかかる。どうしても基地から離れた観測棟に行く人は、命綱を付けて建物間を移動することもある。天気のいい、悪いにかかわらず、基地から離れる人は通信室に連絡を入れ、常に居場所を伝え



昭和基地管理棟

ている。これを怠ると捜索隊が編成され、大変なことになる。隊員になるとときにはかなり厳しい健康チェックがあり、これに通らないとたとえ隊長候補者であろうと直前に隊員から外されることもある。それだけ健康であるが、病気やけがは避けられない。そのため、2名の医師が同行し、オングル病院と名付けられた病院もあり、手術台もある。医師の専門外の手術はテレビ電話があり、その画像と音声で、専門家の指示を受けながら手術をすることもある。歯の治療台も用意されていたが、よっぽどでない限り、歯の治療はしないようである。そのために医師からは歯だけは絶対治療してから来てくださいね、と言われる。



昭和基地の食堂兼ミーティングルーム

## 6. 最後に

南極は、人の手が一番加わっていない場所、文明の影響が一番受けていない場所で、日本とは自然環境が大きく違い、それを体験できるのが南極である。私のこの経験は一生の宝物である。同じ地球なのかと思うほど、自然が美しく、不思議である。特に夏場以外は夜になると条件さえよければオーロラが見ることができる。昭和基地がオーロラ帯の中心にあるため、非常によく観測される。星空も、星座を知っていてもわからなくなるほどの星が現れ、星雲もはっきり見える。そんな自然現象に出会うことができる。昭和基地への観測隊が無理なら、アルゼンチンから観光船が出ている。100万円を超える旅費が必要であるが、それだけの価値はあると思う。ぜひ、一度訪れてもらいたい。



東京まで 14000 km



## 寄稿 4

# きのくに—和歌山県の 文化財を守り伝える

—和歌山県立博物館の取り組み—



和歌山県立博物館 主幹 (学芸課長)

竹中 康彦

## はじめに

和歌山城の南側、三年坂通りをはさんで、近代美術館と並んで建つ県立博物館は、間もなく創立 50 周年を迎えます。ここでは博物館の多角的な仕事をより多くの方に知っていただきたいと思い、筆を執らせていただくことにしました。



和歌山県立博物館 (1994 年竣工)

## 1 「博物館」とは何か

そもそも「博物館」という言葉は、古くから使用されていたわけではなく、欧米ですでに誕生していた近代的な museum を日本人が認識するようになった時期、つまり幕末維新时期以後に museum を翻訳した言葉として用いられるようになったものです。一般的には、1860 年と 1862 年に、それぞれ江戸幕府の命でアメリカとヨーロッパに渡って現地の制度や技術などを見聞した上で、1866 年に刊行された『西洋事情』(初編)という本の中で、福沢諭吉が初めて翻訳・使用したとされています。福沢は、物知り・博学という意味の「博物」という古くからの言葉に、「館」という建物・施設を表す言葉を合体させて、造語したものと思われます。

日本で最初の博物館は、1872 年に創設された東京国立博物館です。和歌山県内では、1921 年に創設された高野山霊宝館が最も歴史のある博物館です。こうして、戦前から徐々

に博物館の数は増えていき、現在では全国で5,700館程度の博物館があります。和歌山県は、博物館の多い県ではありませんが、大小合わせると100館程度の施設があります。

ところで、博物館のあり方については、戦後「博物館法」という法律で規定され、社会教育施設の1つとして、運営されるのが一般的です。この法律では、資料の収集、保管、調査研究、展示、教育普及の活動を行う施設を博物館と定義しています。つまり「博物館」という概念は、法律上はかなり幅広いもので、動物園や植物園・水族館なども含まれることとなります。統計区分上、日本の博物館は、取り扱う資料によって総合博物館・科学博物館（自然博物館）・歴史博物館・美術博物館（美術館）・屋外博物館・動物園・植物園・動植物園・水族館というように種類分けされます。この区分によると、和歌山県立博物館は歴史博物館に属します。

## 2 県立博物館の仕事

「博物館法」で定められている資料の(1)収集・(2)保管・(3)調査研究・(4)展示・(5)教育普及という5本柱の仕事を、県立博物館ではどのように行っているのでしょうか。

(1) 収集 県立博物館のホームページ ([www.hakubutu.wakayama-c.ed.jp](http://www.hakubutu.wakayama-c.ed.jp)) でも公開していますが、「県立博物館の使命」を定めていて、そこに示されているように、県立博物館が取り扱う資料は、和歌山県ゆかりの文化財であるとしています。そこで、県立博物館の活動は和歌山県ゆかりの文化財を収集することから始まります。収集にあたっては、高野・熊野信仰に関わる資料、紀伊徳川家旧蔵品など、8項目の具体的な内容を定めて、それに合致する資料を収集しています。県立博物館の収集の方法には、①購入・②寄贈・③寄託の3通りがあります。①は年間の購入予算の枠内で、古美術商や個人から購入するやり方です。もともと県内に残されていた資料が、長い歴史の中で県外に流出し、

それを買い戻すこともあります。資料の内容と価格について、外部の有識者による「美術資料選定委員会」に諮り、妥当性を検討してもらいます。②は資料を譲り受けるということで、代替わりや家の建て替えなどに伴って、寄贈を受けることが時々あります。③は長期的に資料をお預かりするというケースです。これは、過疎化を背景にして、県内地域での文化財の保存・伝承が困難になり、さらに文化財の盗難や津波災害などへの危惧が相まって、近年増加傾向にあります。博物館的には、貴重な文化財をお預かりすることで、より容易に展示できるので、とてもありがたい話ですが、収蔵庫の容量とも関係してくるので、複雑な心境です。

(2) 保管 収集した資料は、収蔵庫内で保管することになります。しかし、日本の文化財は非常にデリケートなので、様々な点に気をつけないと、うまく保存することができません。まず、外から持ちこまれた文化財には、燻蒸作業を施して文化財害虫やカビを駆除した上で、収蔵庫に配架します。収蔵庫内で害虫やカビが発生していないか、常時モニタリングをしています。また、収蔵庫や展示ケース内では、温湿度の変動がないように、24時間空調などでコントロールする必要があります。空調機には、特定の化学物質を除去するフィルターを組み込んで、有害な空気が流通しないようにします。さらに、文化財が置かれた空間の照明は、LEDや紫外線を出さない特殊な蛍光管を使い、さらに照度・色温度もコントロールして変色を抑えています。なお、寄託された文化財については、2年に一度、所有者に対して寄託の継続を確認する寄託更新作業を行います。このようにして、現在県立博物館の収蔵庫で保管している資料は、館蔵品が1,100件あまり、寄託品が2,600件あまりで、点数は合わせて約40,000点にのぼります。

(3) 調査研究 調査研究は、県立博物館の仕事の中でも、重要な意味合いがあります。県内

には、すぐれた文化財が数多く残っているにもかかわらず、残念ながら、文化財、とくに美術工芸品を総合的・学術的に調査研究できる機関や研究者が非常に少ないのが現状です。そのため、県内の文化財所有者や市町村教育委員会などから、文化財の調査の依頼を受けることが多くあります。実は、県内には調査を受けていない貴重な文化財が多く残されていて、地域の住民も、その価値に気づいていないことも多いようなのです。先に述べたように、文化財の防犯や防災といった観点からも、早くこうした文化を調査して、その成果を住民に知らせ、地域で文化財への関心を高めてもらいたいと、県立博物館では考えています。そのほか、資料を収集したり展示したりするにあたっては、個々の資料を詳細に調査する必要があり、仕事の中でも多くの時間を費やしています。そして、調査研究の成果は、おもに展覧会で紹介され、また研究紀要といった媒体や講演会などで公表されることとなります。なお、2019年には県立博物館は国の科学研究費補助金を獲得できる機関として認定されましたので、今後はさらに研究を充実させるための可能性が開けてきました。

(4) 展示 展示という博物館の仕事は、一般の方にとっては、一番イメージしやすいものかも知れませんが、県立博物館では、①常設展・②企画展・③特別展・④その他という、4種類の展示をしています。①は「きのくにの歩み—人びとの生活と文化—」というタイトルで、和歌山県の歴史を紹介する展示です。ほぼ年中展示していますので、資料の劣化を防ぐため、実物資料の身代わりに複製を多く使用しているきらいがありますが、模型や大きなパネルなどを用いて、きのくに3万年の歴史を簡便に学習していただくことを目的にしています。ただし、毎年10月～11月は秋の特別展開催のため、常設展を全て撤去せざるを得ないことは残念です。②は、収蔵品（館蔵品・寄託品）を中核として行う展示で、いずれも和歌山県の文化財の



常設展示室展示風景

中からテーマを設定して、年間平均6本程度開催しています。2020年度は、近世田辺の画人・真砂幽泉、「稲むらの火」で有名な濱口梧陵、南葵音楽図書館と県立図書館に勤めた作家の喜多村進といった人物に光を当てた展示を行っています。③は、文字通り特別に規模の大きな展示として、春と秋に開催する展示です。県内外の様々な場所から資料を借用して開催し、全展示資料が掲載された展覧会図録を刊行します。また、広報のためにポスターやチラシを制作して、各所に配布します。

これまでに行った特別展は、高野山・熊野三山・道成寺・紀州東照宮といった寺社の文化財を紹介したもの、鞆淵・天野・荒川・笠田などの文化財が多い地域を総合的に調査して紹介したもの、徳川頼宣・徳川吉宗・明恵・応其・西行などの人物に関する展示などが基本的なスタイルです。ちなみに2020年度の秋の特別展は、粉河寺がテーマです。特別展を行う意義としては、上述した点とも重なりますが、やはり文化財所有者や文化財が残っている地域住民により関心を高めてもらい、文化財の保存につなげてほしいという点が第一です。もちろん、広い範囲の多くの人びとにゆかりの文化財を知ってもらいたいという思いもあります。特別展に展示した資料について、その重要性が認識されて市町村や県の指定文化財に指定されることもあります。なお、どの展示でも、文化財

の保全と来館者の快適さを両立させることが求められます。来館者へはアンケート調査を行い、展示の満足度や希望するテーマなどを設問し、今後の参考としています。④は、2階にある独立ケースなどを用いて、臨時に行う「スポット展示」「コーナー展示」など、その他の展示です。ちなみに、今年の春には新型コロナウイルス流行を受けて、スポット展示「疫病平癒の靈験仏」と題して、薬師如来坐像を展示しました。

(5) 教育普及 博物館での教育普及活動は、多岐にわたります。一般の来館者に対しては、ミュージアムトーク（定期的な展示解説）や講演会・博物館講座・現地学習会などを開催して、調査・研究の成果をわかりやすく伝えようとしています。また、展示に関しては、通常のキャプション以外に、より解説の言葉を簡単にした「かんたんキャプション」や音声ガイドなどを制作してきました。さらに、近年は社会教育施設であるだけでなく、学校教育との連携が博物館に求められていますので、学校の遠足や校外学習に対応することはもとより、インターンシップ（職場体験学習、中高生）・学芸員の資格取得のための学芸員実習（大学生）・中堅教諭等資質向上研修（教員）なども実施しています。また、館内での教育活動だけでなく、「エキスパート職員派遣事業」という県教委の制度を活用して、県内の学校への出前授業を行ったり、歴史や文化財にとりわけ興味を持つ小学校高学年～中学生を募集して開講する、「けんぱく・こどもゼミ」という少数精鋭のこどもを対象とした授業も行ったりしています。和歌山大学教育学部と県教委との連携の枠組みの中では、ミュージアム・ボランティアの学生とともに、音声ガイドのナレーションや「さわれるレプリカ」（後述）の着彩などの作業を行っています。広報活動としては、年度初めに「博物館だより」と年間カレンダー・教員向けパンフを制作・配布しています。特別展については、前述の通りポスターとチラシを印刷して、県内外

に配布します。企画展を含め、展覧会の情報は、県立博物館のホームページ上でもその都度紹介し、またマスコミに取り上げてもらうべく、資料を提供します。

### 3 近年のユニークな活動

これまで紹介してきた通常の仕事のほか、2010年度以降、県立博物館は文化庁の補助金を活用して、あらたな挑戦を続けています。

1つ目は、「さわれるレプリカ」の制作です。この取り組みは、ミュージアムは目の不自由な人に対して「敷居の高い」施設であるので、それを何とかしたいという問題意識から始まりました。たまたま、県立和歌山工業高校に3Dスキャナーと3Dプリンタがあったことが契機となって、県立博物館の収蔵品のレプリカを制作し、さらに県立盲学校の協力を得て点字キャプションと点字図録も作って、目の不自由な人をはじめ、来館者に提示するという基本的なスタイルを築きました。この試みは、盗難のおそれのある仏像・神像を県立博物館で預かり、その代わりにレプリカを現地に置いて信仰の対象とする「お身代わり仏像」という意義も加えながら、現在まで継続して活動しています。とくに、計測・成形を和歌山工業高校産業デザイン科の授業に組み込み、着彩は和歌山大学教育学部の美術教育専攻の学生ボランティアで実施するなど、地域の学校教育とも連携していることは、



実物（左）と「さわれるレプリカ」（右）

各界から注目・評価されている点です。

2つ目は、2011年9月の紀伊半島大水害を受けて、津波や洪水被害が想定される地域を対象に、先人たちが残してくれた「災害の記憶」の発掘と、その地域に残された文化財の調査を行い、地域住民に伝えるという活動です。2013年度から、市町村単位での調査と普及活動（学習会の実施と住民向け小冊子の制作）を継続しています。なお、このことと関連して、もし大規模な災害が発生したときに、県内の文化財保護に関わる機関が協力できるよう、「和歌山県博物館施設等災害対策連絡会議」という組織を2015年に設立しています。

3つ目としては、近年増加している外国人利用者のために、常設展のパンフレットと音声ガイドの外国語版を整備しました。また、QRコードを来館者がスマホで読み取って、音声と画像の解説を受けることができるシステムを整備して、将来的に多言語対応が可能になりました。

#### 4 県立博物館の歩みと今後の課題

ご存じだとは思いますが、県立博物館はもともと現在の場所にあったわけではありません。県立博物館は、1971年4月に和歌山城二の丸跡でその歩みを始めました。もっとも、その時の建物はさらに8年前の1963年に開館した県立美術館の建物を改装・転用したものでした。建物の規模は現在の約3分の1程度でしたが、すでに和歌山県ゆかりの文化財の保存と公開といった活動をしていました。ただし、歴史の文脈の中で展示をする現在のスタイルとは異なり、どちらかと言えば資料を古美術品として展示する美術館的な色合いが強い施設でした。

高度成長期に建設された建物で、その後増築なども行われ、全体的に老朽化が進行していた中、1994年7月に開催された世界リゾート博覧会に合わせるスケジュールで、新館の設計・建設が行われました。和歌山大学教育学部の跡地に、県立近代美術館と並んで県立博物館が開

館してから、すでに25年以上が経過しました。

さて、このような歴史があり、上述したような活動を行っている県立博物館ですが、やはり様々な課題があります。まず、これは全国どの博物館も同じ悩みを抱えていることですが、収蔵庫の容量の余裕が少ない点です。新館開館後25年を経て、現在の残り容量は10～15%ほどになっています。防犯や防災の危機に瀕した文化財を収蔵する余裕はそれほどあるわけではありません。これと関連して、過疎化の進行により、県内各地に分布する文化財を地元で守ることが非常に難しくなりつつある点も、危機感をもってとらえています。一方で、趣味的・拝金的な骨董文化が一定の広がりを持っている点は気になります。文化財への関心のきっかけや一定の文化財保持の役割を果たしている点は否定しませんが、地域で守られ残されてきた文化財が、換金目的だけで処分されて流出したり、場合によっては文化財の盗難を誘発したりする引き金になりかねない点は心配な点です。

このようなことを含め、県立博物館からの発信力が必ずしも十分ではないことは、大きな課題です。伝統的な紙媒体やマスコミを利用した情報発信は続けながら、自らのペースで発信できるホームページやSNSなどを利用した手法をより洗練させていく必要があります。県立博物館の利用者は、現在のところ、シニア層が突出し、小中学生がそれに続くという状況なので、その間の大学生・勤労者世代に訴求するためにも、こうした手法が有効であると思われます。

県立博物館は、2020年2月下旬以降、新型コロナウイルス流行の影響を強く受けています。GWの時期を除いて、休館することはなかったものの、利用者の数は大きく減少し、講演会やミュージアムトーク・音声ガイド・さわれるレプリカなどのサービスを中止せざるを得ない状況が続いています。こうした状況がいつまで続くか見通しは立ちませんが、今後は状況に応じた臨機応変の柔軟性が求められるでしょう。

# 研究成果報告

## 1

### 企業理念(ウェイ) マネジメントについて

(一財)和歌山社会経済研究所 研究部長

安井 尚人



#### 1. はじめに

2019年のラグビーW杯は、日本に大きな感動をもたらした。ここで、よく耳にしたのは「JAPAN WAY (ウェイ)」である。これは、2012年に前日本代表ヘッドコーチのエディー・ジョーンズが提唱したビジョン「2015年はトップ10を目指す」の達成戦略で、日本人の俊敏性や勤勉性を活かしたラグビーを「JAPAN WAY」と名付けた。これは、日本にしかできず、他の国を真似しない戦い方であり、ここからJAPANが変わりだしたと言われている。

最近、企業で見られる「〇〇ウェイ」とは、「経営理念」、「行動原則」等の組織内に存在してきた暗黙知を、明文化した「企業らしさ」の価値観の共有化であり、「人」・「モノ」・「カネ」、そして「情報」・「時間」に加えて6つの目の経営資源(企業理念)として位置付けられる。

15年前、私の海外駐在時に日本の本社で「ウェイ」が策定され、海外関連会社でもウェイ研修が始まった。日本では暗黙知的に理解していた企業理念や行動原則等の「当たり前」が、海外の従業員にとっては非常に重要なものとしてとらえられ、研修参加者の熱気に驚いた記憶がある。

グローバル化、少子高齢化による人材不足、ガバナンス(企業統治)が重要視される今こそ、企業理念(ウェイ)マネジメントは最重要経営課題であると思われる。

ここでは、企業の理念等の定義、価値観や構築モデル、理念を浸透するための課題、仕組みづくり等について提言を行う。

#### 2. 社会構造の変化と企業理念について

企業理念は、経営側のトップダウンのような印象を受けるが、組織行動の羅針盤として位置付けてみると、ボトムアップとの融合としてのマネジメントツールである。ここでは、企業理念と企業業績の関係性について述べる。

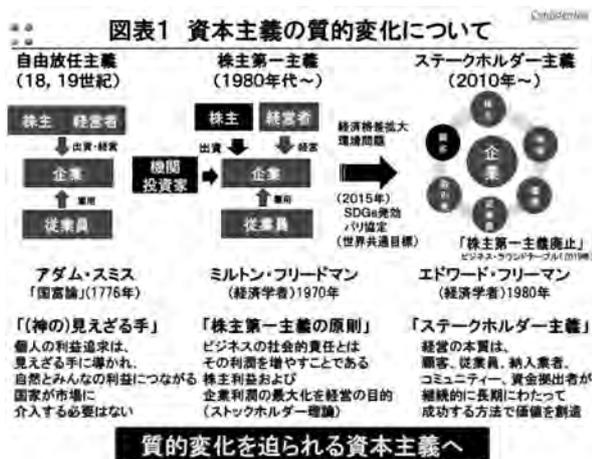
## 1) 社会構造の質的变化

図表1に、企業の資本主義の質的变化を示す。

18, 9世紀の資本主義は、アダム・スミスの「目に見えざる手」と例えられるように、個人が利益を追求すれば、結果的に社会全体につながる「自由放任主義」が主流であった。(国富論: 1776年)。

1980年代に、ミルトン・フリードマンは、ビジネスの社会的責任とはその利潤を増やすことであり、会社は株主のもので、株主の利益を最大化するために経営されるべきである「株主第一主義」を唱えた。(ストックホルダー理論)

しかし、2010年代になり、サステナビリティ(持続可能性)が注目されるにつれて、株主の利益最大化は、企業の長期的な発展を妨げるシステムとして行き過ぎであり、従業員や地域社会等すべてのステークホルダー(利害関係者)に経済的利益をもたらす責任がある「ステークホルダー主義」に変化している。(エドワード・フリーマン)



## 2) 企業理念の重要性

このように資本主義が「ステークホルダー主義」に質的变化しており、永続的な企業として存続するために、「企業らしさ」である企業DNAを決定づける「企業理念マネジメント」が重視されている。次に、企業理念と企業業績の関係についての研究を以下に示す。<sup>1)</sup>

## (1) J. P. コッター

リーダーシップ論の大家である経営学者コッターは、「企業文化が高業績を生む」著書で、207社への研究調査により、戦略に合致した企業文化こそが、高い企業業績をもたらすとしている。ここで注目すべき点は、企業文化と企業の業績は正の相関性があるがそれほど強くないことも指摘しており、企業文化の要素として、強力な文化、状況や戦略に合致した文化、環境変化に予測適応する文化の3つを統合条件とするマネジメントの重要性を示している。

## (2) ジム・コリンズ

「ドラッカーの後継者」と称される経営学者コリンズは、「ビジョナリー・カンパニー 時代を超える生存の原則」で、超優良企業とそうでない企業との比較分析を行ない、超優良企業には「カルトのような強い文化」と「それを伝承する組織の仕組み」が必要であるとしている。

優良企業の要素として、強いリーダーシップだけでなく、環境の変化に対応する組織の仕組みを伝承する企業文化の重要性を上げている。

このように、企業理念と会社業績の研究においては、企業戦略のリーダーシップと企業文化を伝承する仕組みの重要性を導き出している。

## 3. 企業の理念関連用語について

「経営理念」は経営者自身の想いや信条を表し、「企業理念」は会社が大切にしている考え方や価値観・存在意義などを言葉に表したものと定義されるが、両者が混合されている場合が多い。また、企業によっては、社是やクレド(信条)等、精神、信念、価値観、行動原則を表明しているものもあり明確な定義は難しい。ここでは、一般的な企業の理念関連用語の定義と事例について述べる。

### 1) 企業の理念関連用語の定義

図表2に、企業の理念関連用語の定義と位置づけを示す。<sup>2)</sup>

図表2 企業の理念関連用語の定義

主な視点	理念用語	定義	位置づけ
哲学的視点 (方針)	企業理念	企業のあり方や存在している理由の根本的な考え方や共有すべき価値観(企業の存在意義)	企業哲学である為、大きな変更は少ない。
	経営理念	会社を経営する上で、進め方や常に大切にしている考え方(経営者の想い)	経営者が変わる時に、理念も変わる可能性がある。
	社是 (しやせ)	会社が是(正しい)とする方針(経営理念と連関される場合が多い)	企業の精神や哲学を一言で表した方針
戦略方針 (理念の実現)	ビジョン	将来のありたい姿	どこに行くのか
	ミッション	果たすべき使命	何のために存在するのか
	社訓	社員(従業員)が守るべき教え	創業者の戒め(…すべし)
行動原則 (従業員の羅針盤)	クレド	企業活動や仕事の基準になる信条・価値観で、経営理念よりも具体的な行動責任	従業員との共有・生活を意識(具体的、実践的)
	行動指針 (原則)	どのように行動するかの基本方針(クレドに近い)	どのように行動するのか
	ガバナンス (企業統治)	企業自身が企業を管理する	規則や倫理による管理体制(コンプライアンス法令遵守)
価値観の 総称 (企業らしさ)	社風 (企業風)	企業文化と企業風土からなる企業の雰囲気(企業文化:企業と社員、企業風土:社員間)	企業イメージに直結し、企業活動に与える影響は大きい
	ウェイ	経営理念、ビジョン、ミッション、行動指針(クレド)を指したものの	人・モノ・カネ・情報・時間を変えうる第0の経営資源

哲学的視点では、企業理念、経営理念、社是があり、企業の根本的な理念である。

企業理念とは、企業のあり方や存在する理由の根本的な考え方や共有すべき価値観であり、創業当時から継承されていることが多い。経営理念は、会社を経営する上で、常に大切にしている考え方であり、経営者が変わる時に理念も変わることがある。また、社是は、会社が是(正しい)とするもので、最も重要とされる方針を短くまとめたもので、創業者の精神や哲学を一言で表し継続する場合が多い。

次に、戦略方針では、ビジョン(理想)とミッション(使命)がある。

ビジョンとは、将来のありたい姿を示したもので、「どこに行くのか」、「社会にどのような貢献をしたいか」といった「将来の目指す姿」を示している。ミッションとは、企業が果たすべき使命であり、「何のために存在するのか」の存在意義を示したものである。ビジョンは方向性を示し、原動力がミッションであり、実現のシナリオが戦略(ステラテジー)、手段が戦術(タクティクス)である。

行動原則には、社訓、クレド針等がある。

社訓は、社員が守るべき教えであり、創業者の戒めとして、「・・・すべし」と表現される場合が多い。一方、クレドとはラテン語で「信条」を意味する言葉で、社員が行動する際の具体的な行動責任であり、簡潔な文章で表現されるこ

とが多い。これらは、企業理念や経営理念よりも行動に落とし込みやすく、文章化したカードの配布等により従業員への浸透を意識したものが多く。

また、価値観の総称(企業らしさ)としては、社風やウェイがある。

社風は、企業文化(企業と社員)と、企業風土(社員間)からなる暗黙知で、長年の組織文化の中で、醸成され継承されてきたものである。一方、ウェイは、企業活動の根幹を形成する企業理念と行動原則の価値観であり、経営理念、ミッション、ビジョン、行動指針などで構成され、明文化によって社員の業務判断や遂行の羅針盤となるものである。

## 2) 代表的な企業理念

次に、優良企業の企業理念の事例を示す。

### (1) J & J (クレド: わが信条)

ヘルスケアのグローバル企業であるJ & J(ジョンソン・エンド・ジョンソン)には、「我が信条」という紙一枚の文書があるだけである。この文書は、1943年に起草され、顧客、社員、地域社会、株主という4つのステークホルダーに対する責任を具体的に明示したものである。株主第一主義の時代に、「まず顧客、従業員、社会への責任を果たす。その結果、株主への責任は自ずと果たせる」という考え方に特徴があり、社会システムが変化しても、社員自身がベクトルを決めることができる意味で、最も代表的な企業理念と言われている。

### (2) ザ・リッツ・カールトン

ホテルやリゾート事業を世界的に展開するザ・リッツ・カールトンは、クレド、理念や使命、共通の価値観を「ゴールドスタンダード」としてまとめている。また、クレド、モットー、サービスの3ステップ、サービスバリュー、第六のダイヤモンド、従業員との約束から構成されている「クレド・カード」は、世界中すべての従業員が携帯し、理念を心に刻み、従業員が率

先して実行している。企業理念の浸透する手法として評価される。

### (3) トヨタ自動車（トヨタウェイ）

トヨタウェイは、2001年に「暗黙知」として受け継がれてきた信念や価値観を目に見える形で、体系的に理解できるようにしたものである。トヨタウェイは、「知恵と改善」、「人間性尊重」の2つのテーマを柱にし、「それは、トヨタウェイか？」を問う行動原則で、「進化・発展させていく」ものと位置づけられ、社員の間で積極的に議論することを求めている。トヨタウェイは、機能別に「販売のトヨタウェイ」、「経理・財務、技術・・・トヨタウェイ」等があるように、各現場の改善DNA継承の危機感から生まれたものと言われている。

### (4) 花王（kao way）

花王ウェイは、2004年にグローバル化や会社規模が大きくなることによって、会社の理念を共有することが困難になってきたことへの対応として策定された。花王ウェイは、使命、ビジョン、基本となる価値観、行動原則のピラミッド状の構成で、「私たちは・・・」という哲学的な問いかけの下、各パートに条文が記載されている。マニュアルや規則としてではなく、それぞれの仕事の意義や課題を確認するための羅針盤的な役割を果たすものとなっている。

### (5) 伊那食品工業（社是）

伊那食品工業は、国内シェア80%を占める寒天を原料とした食材を製造している長野県の企業（1958年創業、2019年売上げ197億円、従業員475名）である。

管理職以上の意識調査（経営者JP:2018年）で、「共感した企業理念」の第1位に選ばれ、トヨタが手本としている企業としても有名である。社是は、「いい会社をつくりましょう～たくましく、そしてやさしく～」、経営理念は、「社員の幸せを通して社会に貢献すること」としている。社員の幸せを追及する企業として、性善説経営が管理コストを下げるとしており、あえ

て低成長を貫く姿勢を徹底している。「社員は家族」という考えを打ち出しており、道徳的経営を社員と共有する意味では、日本的な企業かもしれない。

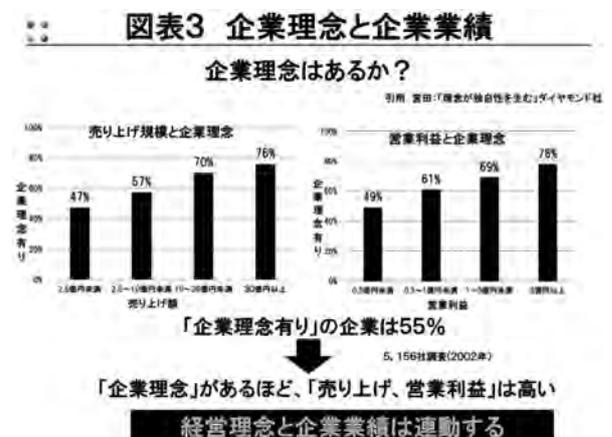
## 4. 企業理念の位置づけ

企業理念の位置づけについて、企業理念と企業業績や会社規模、浸透度について述べる。

### 1) 企業理念と企業業績

宮田による優良企業の企業理念と企業業績についての調査結果を図表3に示す。<sup>3)</sup>

これによると、「企業理念有り」の企業は全体で55%で、経営理念を持つ企業の割合が高いほど、売上げ額や営業利益が多く、企業理念と企業業績は連動するとしている。そして、「利益は技術的要因が生み出し、技術的要因は人間的要因が生み出すとして、人間的要因の中心に企業理念を位置づけた優良企業モデルである収益結晶化理論を提唱している。



### 2) 企業理念と会社規模

企業理念と会社規模について、労務行政研究所の調査結果を図表4に示す。

企業理念が有る会社は全体で90.6%（うち、社外公表85.5%）であり、1000人以上の企業規模では100%であるが、300人未満では87.1%で規模が大きいほど高い。産業別では製造業95.6%に対して、非製造業は85.0%となっている。

また、経営理念、行動規範、ミッション、ビジョンの順で低くなっており、ビジョンについては、300人未満の規模や非製造業で約7割以下である。

人材不足や多様化への対応だけでなく、CSRやSDGs等の社会的責任が企業評価として重要視される今日、中小企業や非製造業で、企業理念の存在意義の重要性は増していると思われる。

図表4 企業理念の有無について

存在が有る比率(%)	従業員規模				業種		調査の定義
	規模計	1,000人以上	300~1,000人未満	300人未満	製造業	非製造業	
経営理念	90.6	100.0	88.2	87.1	95.6	85.0	理念や目録、経営姿勢を表明
(社外公表)	(85.5)	(95.0)	(86.7)	(76.9)	(86.0)	(84.8)	(経営理念のある企業の内訳)
ミッション	76.5	85.0	73.5	74.2	80.0	72.5	企業が責任を持って成長させたいと想う使命
ビジョン	74.1	85.0	73.5	67.7	80.0	67.5	企業が目指す具体的な目標
行動規範	80.0	90.0	76.5	77.4	88.9	70.0	従業員に行動してほしい基本的な方向性

労働行政研究所65社調査(2017年)

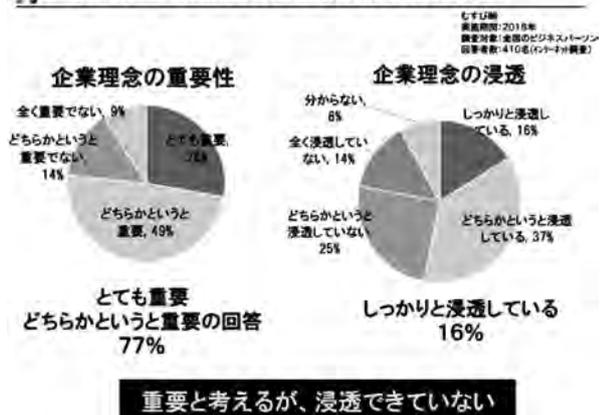
・従業員規模が大きいほうが、比率が高い  
 ・製造業の方が、非製造業に比べて、比率が高い  
 ・経営理念、行動規範、ミッション、ビジョンの順で低い

### 3) 企業理念の浸透度

企業理念の重要性と浸透度について、むすび株の調査結果(2018年)を図表5に示す。

企業理念に対しては、「とても重要である」「どちらかといえば重要である」を合わせて77%と企業にとっては重要と捉えられているが、浸透度については、「しっかりと浸透してる」との回答はわずか16%にとどまっている。

図表5 企業理念の重要性と浸透度について



また、浸透への取り組みについては、HR総合調査研究所調査(2013年)によると、共有化を推進する仕組みづくり(31%)、企業理念教育(31%)、明文化(29%)となっている。

一方、阻害要因としては、経営層が旗振り役になっていない(54%)、社員の帰属意識の希薄化(38%)、企業理念に基づいた体制・制度になっていない(30%)となっている。

このように、経営理念は策定され、浸透への取り組みは行われているものの、「お飾り」になっている企業が多くみられる。

## 5. 企業理念の構成について

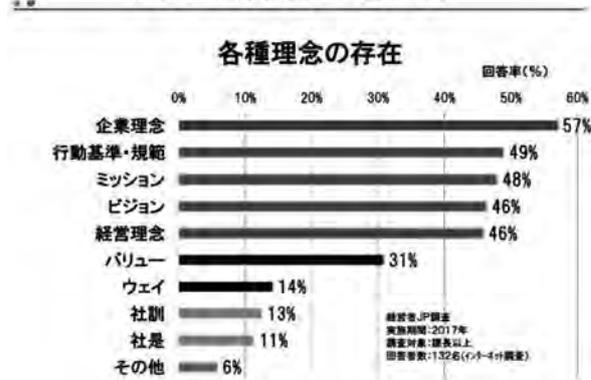
企業理念が重要であるという認識がありながら、社内に浸透していないのが現状である。そこで、企業理念の構成について考察する。

### 1) 企業経営の基盤となる理念

図表6に、株経営者JPの企業経営の経営基盤になっている理念等の調査結果を示す。

企業理念が57%で最も多く、行動基準、ミッション、ビジョン、経営理念が約半数近くを占めているが、バリューは31%、ウェイ・社訓・社是は10%台である。一概にどれが重要ということはないが、どのように論理的に構成し、時代の変化に対応しているかが重要なポイントである。

図表6 企業経営の基盤の理念



### 2) 企業理念の構築モデル

企業理念の目的は、重要な判断軸として組織の行動指針を示し、企業価値を高めることであ

る。逆に、企業理念が「お飾り」になっている企業は、理念と行動指針が論理的でない為に企業内で浸透できていない場合が多い。

図表7に、企業理念の構築モデルを示す。企業理念は階層性を持っており、上位概念から下層概念を論理的構成され、明文化されている。



企業理念の基本要素は、上位から使命（ミッション）、ビジョン、価値観（バリュー）、行動原則から構成されているが、各階層の構成や企業の機能によって、1層型から4層型に分類される。

1層型は経営者主導型（創業者企業）、2層型は現場対応型（サービス業）に多くみられ、従業員が理解しやすいシンプルなものである。

一方、3層型であるトヨタは、価値観を共有する経営理念と一人ひとりの行動指針の二本柱の上に基本理念を位置づけている。また、ソフトバンクは、「情報革命で人々をしあわせに」という企業理念に、2019年にビジョンとバリューを新たに加えた企業理念になっている。技術志向型のグローバル企業は、トヨタのように行動パターンまで一貫して明文化しているか、ソフトバンクのように多様性を認めるかに違いがある。

4層型の花王と味の素は、下部概念に具体的な行動原則をおき、消費者志向の多様な商品開発を積極的に推進する具体的な行動の明文化型として位置づけられている。

## 6. 企業理念の深化と課題について

企業理念は、抽象的表現が多く、「本質的な解釈が異なってしまう」、「どう活用したらいいのかわからない」といった難点がある。逆に具体的すぎる場合、発想や行動が制約され、自律的な発想や変化への対応の点で課題がある。最近の企業理念のとらえ方は、経営者の静的な「お飾り」から、動的な「組織の行動」へと変化している。そういった意味では、企業理念の深化と浸透する仕組みの再構築の重要性が増している。

### 1) 経営理念の深化

企業理念には、「顧客第一」、「従業員満足」、「社会貢献」等を掲げている企業が多く、企業らしさの特色がみられない場合が多い。しかし、企業理念は現場で実践することによって、業績の向上と新たな価値の創造を実現する目的で位置づけられなくてはならない。その為には、従業員の「なぜ」に答えられる日々の羅針盤として、言葉の独自性や時代の流れに順応できる柔軟性が必要である。

伊藤忠商事は、28年ぶりに企業理念を「豊かさを担う責任」から、近江商人の経営哲学「三方よし」に改定した。これは、日本のCSRのルーツとされる商売の基本を表したもので、ESG、SDGsを意識した日本的グローバル視点の宣言である。

このように、企業理念は社会システムの変化の中で、見直すことにより、深化させるものである。また、文言自体だけではなく、文脈・背景・意味にストーリー性を持たせ、理解しやすいものにする必要がある。そして、自らの日々の活動を企業理念に照らし、行動を習慣化するものとして位置づけられなくてはならない。

### 2) 企業理念の浸透の壁

企業理念は、基本的に文言であるため、理解や経験によって価値観に差が生まれ、正しく浸透するためには、次の3つの壁がある。

### ①暗黙知の壁

企業理念が具体的に明文化されていない場合、時と場合で、「言うことが違う」と受け取られ、正しい意図が伝わらない壁である。企業理念が創業者の志の「言い伝え」である為、経営者側と受け取る側に価値観のギャップが生まれ、様々な解釈ができる場合である。

### ②管理者の一元的思考の壁

企業理念への想いが強く、社会変化に対しても一元論的思考で受け取るため、「共感するか、しないか」という二者択一の壁で、組織内で共感が得られず思考が硬直化する場合である。

### ③経営者のお飾りの壁

経営者の判断基準が曖昧であるため、企業理念が「お飾り」になってしまう場合である。HR 総合調査研究所の調査によると、浸透の阻害要因トップは「経営層が旗振りになっていない」が54%を占めており、最大の壁である。

これらの壁を取り除くには、経営者や管理者がどの壁に当てはまっているのかを認識し、自らの行動を通して組織全体に浸透させ、共有することが重要である。その為には、従業員自身に対して、自らの経験を「象徴的な取り組み」として、具体的に伝え率先垂範することである。

「実践の巨人」トヨタの大野耐一は、具体例は変化することはあっても、同じ話を何回も繰り返す、最終的には同じフィロソフィーやコンセプトとして重要なことを社員に語ったと言われている。このように企業理念が社内で浸透するためには、多くの壁があるが、経営層の役割が最も重要である。

## 7. 企業理念マネジメントについて

グローバル化や雇用形態の多様化への対応として企業理念マネジメントは重要になってきている。ここでは、新しい経営資源と呼ばれている「ウェイ・マネジメント」と中小企業の企業理念による意識改革の必要性について考察する。

### 1) 「ウェイ・マネジメント」

「ウェイ・マネジメント」は、暗黙知的な企業文化を、ビジョン、ミッション、経営理念、行動指針などを明文化し意識的に根付かせようとする経営マネジメントの新しい取り組みである。言い換えれば、「会社の精神の継承と社員の行動や意識の方向性を示すもの」で、経営理念と行動指針を合わせたものとして定義できる。ウェイは、海外のコンピュータ製造のヒューレット・パッカートのHP ウェイ（1980年策定）が有名であり、日本では2000年代になって、トヨタ、花王、日産、コマツ等で策定されている。

最近の企業の不祥事では、ガバナンスの不備が指摘され、頭を下げ、第三者委員会が設置される対応は儀式のようである。ガバナンスは経営層の統治、マネジメントは従業員層の管理であり、適用される領域の違いがあるが、いずれも管理の仕組みであり、個人の行動判断の具体的な基準とはなり難い。

現在の社会は、事業変化のスピード、雇用形態の多様化、グローバル化等がこれまでにないスピードで複雑に絡まりあい、これまでの常識や経験が通用しない時代になってきている。企業は本来あるべき姿を企業理念に照らし合わせ、日々の行動の羅針盤として、自律的に現場で判断することが求められている。

これまでの多くの企業理念は、抽象度が高いため判断基準や行動につながらない問題があった。しかし、「ウェイ・マネジメント」は、会社の理念だけでなく、新しい経営資源として活用すれば、現場が共感し自ら判断する行動原則となり、継承される組織の仕組みとなり、「良い会社」の実現が期待できる。

### 2) 中小企業の経営理念の再構築

東京商工リサーチの調査によると、2018年に倒産した中小企業の「平均寿命」は24年で大企業の60年に比べ約半数である。特に、中

小企業は、経営者の意思決定により存続が左右されるだけでなく、後継者・高齢化問題も抱えている。

また、コロナ禍におけるテレワーク化は、㈱リクルートキャリアの調査（2020年9月）では、テレワーク経験者は、首都圏では約7割で、それ以外の地域の平均は4割以下である。また、就職情報サイト運営の文化放送キャリアパートナーズによると、テレワークを導入しない企業に対する新卒者の印象は、「悪い」「どちらかといえば悪い」との回答が86%となっている。テレワークは、地方の活性化に繋がる見方もあるが、IT化が難しい地方の中小企業にとっては、人材の確保や流出のリスクも大きい。

中小企業白書（2003年）によると、中小企業の経営理念は、顧客の為、会社の発展、社員や家族の為等の利害関係者重視型が7割以上で、社会貢献重視型は半数以下である。一方、社会貢献型企業は従業員増加率にプラスの相関があり、企業には単なる利益追求の動機だけでは限界があるとしている。

中小企業は、地域貢献への責任の重要性が増しており、地域社会との連携に視点を置いた企業理念を再構築し、「会社らしさ」を深化させてゆく必要性が求められている。

## 8. まとめ

企業理念については、様々なパターンがあるが、重要な点は従業員が意思決定に迷った時の行動指針の羅針盤になっているかである。企業は歴史や従業員構成が異なり、同じ企業文化の組織は存在しない。企業文化は、企業理念の浸透によって価値観が共有化され、企業DNAとして継承される。このような「企業らしさ」の根幹となるのがウェイであり、増殖させるのがウェイ・マネジメントである。そういった意味では、各社のウェイは、社会システムの変化に対応する危機感として生まれてきたのかもしれない。

コンプライアンスやガバナンスは、全社員が最低限守るべき「守りのマネジメント」である。一方、企業理念(ウェイ)マネジメントは、グローバル化や人材の多様化、業務の専門化に対して、組織への帰属意識を高める求心力の強化やエンパワーメント（権限移譲）としての「攻めのマネジメント」であり、持続可能な企業の「強い経営」のための経営資源として、今後ますます重要になると思われる。

## 9. 引用文献

- 1) 枝廣：大和総研重点テーマレポート（2014年2月19日）
- 2) 坂上：経営理念の考え方・作り方（日本実業出版社）
- 3) 宮田：収益結晶化理論（ダイヤモンド社）

# 研究成果報告 2

## 高齢者の要介護認定率を 改善している保険者の 取組の調査研究

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究部長

吉増 雅一

### 一. はじめに

#### 1. 高齢者の要介護認定率を改善する（引き下げる）必要性

年齢階級別の要介護認定率は、5歳刻みで倍増し、80歳以上で急上昇しています。

2025年以降、超高齢社会の確実な到来に向けて老化（要介護状態の悪化を含む）を遅らせる元気な高齢者の多い街づくりが必要です。80歳以上の要介護認定率の引下げが課題です。

年齢階級別（5歳）要介護認定率推計値（2017年度末）

	65-69歳	70-74歳	75-79歳	80-84歳	85-89歳	90歳以上
全国	2.9%	5.8%	12.4%	27.2%	48.8%	72.9%
軽度	1.9%	4.0%	8.9%	19.4%	32.6%	38.6%
重度	0.9%	1.8%	3.6%	7.8%	16.1%	34.3%
男性	3.2%	5.8%	10.9%	21.4%	38.1%	60.0%
軽度	2.1%	3.8%	7.3%	14.6%	25.9%	37.6%
重度	1.1%	2.0%	3.6%	6.8%	12.3%	22.3%
女性	2.6%	5.8%	13.7%	31.2%	54.4%	77.1%
軽度	1.8%	4.2%	10.1%	22.6%	36.2%	39.0%
重度	0.8%	1.6%	3.6%	8.6%	18.2%	38.1%

※参考：平均寿命 男性81歳 女性87歳（平成30年簡易生命表）

(認定内訳)

軽度：要支援 1～2 及び要介護 1～2

重度：要介護 3～5

上記の表は、総務省推計人口（平成30年4月1日確定値）と介護保険事業状況報告（平成29年度全国要介護認定者数 - 年度末現在）に基づいて算出した2017年度末の年齢階級別要介護認定率推計値です。

2025年に団塊の世代が後期高齢者となる75歳に到達します。その後は毎年、要介護認定者が急速に増加することが確実です。少子化により支え手の減少も続きます。

高齢化率が全国平均を大きく上回り人口の減少が続く過疎圏の保険者では、すでに介護サービス事業所のケアの担い手を確保することが困難になりつつあります。超高齢社会に向けて、老化を遅らせる元気な高齢者の多い街づくりは、全ての保険者の重要課題です。

## 2. 高齢者の要介護認定率を改善している保険者の取組の調査研究

昨年度、要介護認定率の改善について和歌山県に提言するため、優良保険者の調査研究を行いました。上記の年齢階級別要介護認定率推計値が示すように保険者の認定率は高齢者の性・年齢構成の影響を受けます。そこで保険者の性・

年齢構成が全国平均と一致するように調整した認定率の2012年度末から2018年度末までの推移に注目し、認定率の低い都市圏の埼玉県和光市、過疎圏の山梨県北杜市、期間中の認定率の改善値が大きい和歌山県九度山町の取組を調査しました。(認定率と1571保険者中の順位は下記の表のとおり)

第一号被保険者 要介護認定率の年度推移と2018年度末保険者順位 (1571保険者中昇順)

	2012年度末	2013年度末	2014年度末	2015年度末	2016年度末	2017年度末	2018年度末	2018年度末 保険者順位
和光市	9.3%	9.1%	9.3%	9.3%	9.5%	9.3%	9.7%	3位
北杜市	11.3%	10.8%	10.7%	10.1%	11.0%	11.8%	12.6%	43位
九度山町	24.3%	22.8%	21.9%	23.0%	22.3%	19.1%	18.6%	953位
全国平均	17.6%	17.8%	17.9%	17.9%	18.0%	18.0%	18.3%	
和歌山県	21.8%	21.9%	22.1%	22.2%	22.2%	21.8%	21.9%	都道府県 47位

※参考：2015年人口、高齢化率と人口

2015年 国勢調査 高齢者人口	2015年 国勢調査 高齢化率	2015年 可住地面積1km <sup>2</sup> あたり人口 密度
13,602	16.8%	7,348
16,457	36.5%	315
1,845	42.2%	388
	26.3%	1,036
	30.7%	864

第一号被保険者 性・年齢構成の調整済み要介護認定率の年度推移と2018年度末保険者順位 (1571保険者中昇順)

	2012年度末	2013年度末	2014年度末	2015年度末	2016年度末	2017年度末	2018年度末	2018年度末 保険者順位
和光市	10.5%	10.1%	11.7%	11.6%	11.6%	11.3%	11.7%	28位
北杜市	10.7%	10.3%	9.3%	8.9%	9.8%	10.6%	11.4%	21位
九度山町	21.6%	20.3%	17.8%	18.6%	17.7%	15.3%	14.9%	333位
全国平均	17.6%	17.8%	17.9%	17.9%	18.0%	18.0%	18.3%	
和歌山県	20.8%	21.0%	20.7%	20.8%	20.9%	20.5%	20.7%	都道府県 46位

九度山町  
期間中の調整済み認定率改善値  
▲6.7% (14.9%-21.6%)  
(1571 保険者中 5 位)

## 二. 要介護認定率を改善する取組の紹介

日本の介護保険法の理念(第1条、第2条、第4条)は1981年に公表されたデンマークの高齢者医療福祉政策三原則(人生の継続性の尊重、自己決定の尊重、残存能力の活用)そのままです。自立支援は1980年代以降のデンマークの高齢者ケアを引き継ぐ考え方です。

デンマークは1987年に老人ホームの新設を禁止して高齢者専用住宅・ケア付き住宅の整備に政策を転換し、「ageing in place」(住み慣れた地域・住居での生涯生活)を徹底しながら、「active・ageing」(活動的に年老いる)を推進しています。その評価指標と代表的な取組を紹

介し、その視点を加えて和光市、北杜市、九度山町の取組のポイントを報告します。

### 1. デンマークの「active・ageing」の評価指標と代表的な取組

デンマークの在宅ケアの基礎は「無料の介護・看護サービス」にあり、「生活ニーズ」を査定して薄く広く提供しています。67歳以上の在宅ケア利用者割合を2008年から2019年まで8%も引下げています。(デンマークは老齢年金の給付が67歳です。自治体の福祉政策の独立性が高いので毎年の全国統計 data に報告漏れがあり日本ほど正確ではありません。)

StatBank Denmark, AED21「サービス指標」からの抜粋（AED21は、デンマーク統計局のdata検索コード）

暦年	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
67歳以上の在宅ケア利用者割合	20.0%	19.4%	18.3%	16.6%	15.1%	13.9%	13.3%	12.7%	12.4%	12.0%	11.8%	11.9%

(AED21の集計対象の多くは、介護職員の常駐しない自立支援型高齢者専用住宅と一般住宅における訪問介護・身体介護と家事援助の利用者)

在宅ケアを利用する高齢者割合の低下に寄与したと考えられる施策が「予防的家庭訪問」と「再自立（リエイブルメント・Re-ablement）」を目的とする生活機能回復訓練です。

### （一）予防的家庭訪問

自治体の看護師、作業療法士などの専門職が看護・介護サービスを利用していない（生活状況を把握していない）高齢者に家庭訪問を行います。2000年代「75歳以上に年2回」、2010年以降は年1回、2015年から「80歳以上に年1回、75歳到達の節目に1回、65歳以上の退院患者、配偶者を亡くした者、認知症などのリスクグループ」に実施しています。

家庭訪問の目的は「食・栄養、運動・身体活動、社会参加」を重視する「active・ageing」の推奨と自治体の福祉サービスの説明、フレイルが進む高齢者の早期発見と早期介入です。

### （二）再自立（リエイブルメント・Re-ablement）

多くの自治体で取組まれたため、2015年、社会サービス法に組み込まれ、介護サービス利用申請者に生活機能回復訓練を提供することになりました。自治体のリハビリチーム（判定員、作業療法士、社会保健アシスタント・ヘルパー、理学療法士、看護師）が家庭訪問し、アセスメント・目標設定を行って、3～12週間の訓練を行います。配偶者や家族に頼らず、着替え、階段昇降、洗濯、調理などを行う実生活に立脚した訓練です。作業療法士が高齢者宅で洗濯や調理をしながら訓練プランを作成し、介護スタッフに伝えます。その後、介護スタッフが日々のサポートの中で訓練しながらリハビリチームとこまめなカンファレンスを行い良い方向に導きます。介護するのではなく介護から離

れていく、家事やりハビリを見守る（注意と励まし）・手伝う（一緒にする）といった「手を出し過ぎないケア」が基本です。

予防的家庭訪問と在宅ケア利用申請段階での再自立の制度は、高齢者に「active・ageing」を促すとともに、フレイル高齢者の早期発見・早期介入を徹底し、在宅ケアコストを削減しつつサービスの質（高齢者満足度評価）を維持する点で大きな成果を上げています。

## 2. 埼玉県和光市の取組

### （一）介護保険法の理念を徹底して啓発

介護保険法の目的（第1条）「QOLの保持と自立」、事業指針（第2条）「介護予防と自立支援、居宅介護の充実」、（第4条）「国民の自立に向けた努力義務」をあらゆる機会に説明。

（介護給付を受けることは純粋な権利ではなく本人が努力し自立することを支援する制度）

### （二）高齢者悉皆調査を起点とするフレイル高齢者の早期発見と早期介入

2001年から高齢者の「ヘルスアセスメント調査」を実施しています。現在も心身と生活状況を把握済みの要介護認定者を除く全高齢者を対象に、「介護予防・日常生活圏域ニーズ調査」を3年間かけて実施しています。郵送調査の回収率は回答者に「active・ageing」を促す「いきいき評価アドバイス」を送付し、未回答者に訪問回収を行う旨を通知して70%程度です。その後、研修を受けた介護予防サポーターが未回答者を家庭訪問し回収します。

3年毎に更新するヘルスアセスメント情報に加えて住民情報、税情報、相談支援情報などの自立支援型ケアマネジメントに必要な情報を集

約した「高齢者台帳システム」を構築しています。全高齢者の95%をカバーし、市役所と地域包括支援センターで活用しています。

地域包括支援センターの専門職員は調査等で判明した要介護リスクのあるフレイル高齢者に漏れなく連絡し、家庭訪問を行って自立支援を働きかけます。たとえサービスを利用しなくても、顔つなぎした職員が定期的に連絡を入れて人間関係を深め、「active・ageing」の意欲を引出し、一般介護予防事業、介護予防・生活支援事業、要介護認定申請などの希望があれば迅速に対応しています。デンマークの予防的家庭訪問に準じる効果的な取組です。

### **(三) 介護予防・日常生活支援総合事業（一般高齢者への実質的な保険料戻し）の展開**

介護予防・日常生活支援総合事業はフレイル対策を実施する保険者独自事業です。財源は保険料23%、市町村費12.5%、国費・県費・交付金64.5%。保険料を幾分引上げその3倍の公費を加え、保険料を負担するだけで介護給付を利用できない者にサービスを提供します。

ヘルスアセスメントの高齢者悉皆調査と高齢者台帳システムは、地区単位で閉じこもり何人、転倒リスクのある者何人、低栄養リスクの者何人、行政サービスの希望者何人などの実数を明確にし、地区単位で必要な介護予防事業の内容・費用・効果の予測精度を高めます。

この介護予防ニーズ情報（介護サービスマーケット情報）は、市の予算審議の資料にとどまらず、介護サービス事業者と地区単位で効果的な事業を行う連携協議の資料になります。高齢者悉皆調査と高齢者台帳システムが、フレイル対策事業費の円滑な予算化と介護サービス事業者とのきめ細かな連携を可能にし、配食、紙おむつ、送迎などのサービス、身体的フレイル予防、閉じこもりや認知症予防、食の自立支援などの独自事業とサービス拠点の計画的な整備を可能にしました。介護予防ニーズ情報の集積は、

要介護認定率を改善し保険料を引下げる事業基盤です。

### **(四) 自立支援型ケアマネジメントの実効性を向上させる多職種連携会議**

2000年からケアマネージャーの自立支援型ケアマネジメントを支援するために「コミュニティケア会議」を開催しています。保健師、理学療法士、作業療法士、管理栄養士、ケアマネージャー、ケースワーカー、民生委員、自治体役員などの関係者が集まって、生活上の課題を抱える高齢者に関わって、解決策に取り組む会議として発足しました。

会議では多職種と関係者がケアプランの自立支援の課題、短期目標、長期目標などを評価して、良い方向に改善するようケアマネージャーに助言しています。和光市方式の取組として有名であり、厚生労働省が推奨し、「地域ケア会議」の名称で全国的に取組まれています。

要介護認定率の改善効果は会議でのケアプラン審議件数に比例します。高齢者宅で開催していませんが、デンマークの再自立リハビリチームの訓練プラン作成に準じた取組です。

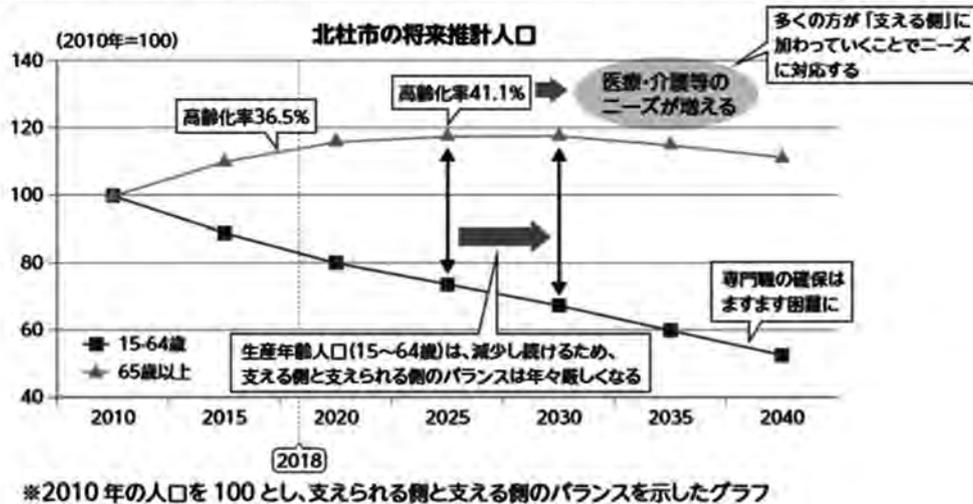
なお、和光市はデンマーク的な「手を出し過ぎないケア」を行う介護予防ヘルプサービスを提供しています。（研修受講したヘルパーが生活機能回復訓練などを行う訪問型サービスC）

## **3. 山梨県北杜市の取組**

### **(一) 人口問題を市民と共有化した上での「健康北杜のまちづくり」を推進**

北杜市のように高齢化率の高い過疎圏では医療・介護の専門職の確保が困難になりつつあります。少子高齢化が進展すると行政サービスだけでは地域を支えることが困難になる事実を市民に提示し、課題（危機感）を「自分ごと」として考えることを求めます。その上で住民の人間関係の深さを活かし、「住み慣れた地域で、安心して自分らしく暮らせるまちづくり～地域

## 私たちが迎えるこれからの社会～北杜市の将来人口はどうなるの?～



で支え、支え合うまちづくり」の必要性を啓発し、様々な取組を行っています。

「健幸北杜のまちづくり」は「人生100年時代をどう生きる?」と問いかけて、身体面の健康だけでなく、生きがいを感じて豊かな生活を送ることを目指すまちづくりです。

市のホームページにスマートフォンで閲覧できる「ほくと元気100歳ネット」を開設し、介護予防、健康づくり、通いの場、生活支援、健康診断、健康教室など、「active・ageing」に効果的な情報を分かりやすく提供しています。重要な事業基盤です。

スマートフォンの所有者に働きかけ、「active・ageing」の意欲を喚起できれば日常生活・社会生活の改善につながります。(withコロナの時代には一層重要な事業基盤です。)

### (二) 高齢者の暮らしの要となる住民主体の「高齢者通いの場」の開設促進

介護予防サポートリーダーを養成して各地区に住民主体の「高齢者通いの場」の開設を促がしています。現在43団体が「仲間づくり」「生きがいつくり」「支え合い」の輪を広げる活動をしています。高齢者が気軽に集まる暮らしの要であり介護予防の拠点でもあります。

運営コンセプトは「笑顔があふれる所に人はたくさん集まる」。「無理なく、みんな、いつまでも」をテーマに掲げ、分かりやすい「立上げ・運営ガイドブック」を作成し、運営者、ボランティア、利用者などの関係者全員が一緒に楽しむ活動を促しています。

### (三) 高齢者が通える地区単位(110か所)で「集いとサロン」をほぼ毎月開催

保健福祉推進員が区長をはじめ食生活推進員、民生委員、ボランティアなど地区住民活動の関係者と企画し、市の介護予防指定講師リストの1名を招く「はつらつシルバーの集い」をほぼ全ての地区で年1回開催しています。指定講師には「身体を動かす、気軽に無理なく、笑顔で楽しい」講演ができる人材を多く揃えています。

また、北杜市社会福祉協議会事業で地区の高齢者などが自主企画する「ふれあいいきいきサロン」がほとんどの地区で開催されています。「仲間づくり、生きがいつくり、出会いの場づくり、健康づくり」を目的に誰もが気軽に集まれる場所づくりを地区単位で行います。サロン補助は年間25,000円上限(2500円10回)です。各地区ではほぼ毎月サロンが開かれています。

北杜市の性・年齢構成の調整済み認定率が和光市よりも低い事実は、高齢者の「active・ageing」への関心をしっかり高めたこと、必要な情報提供を十分に行っていること、人と人のつながりを強め、グループの結束力を高め、協調行動を促す（ソーシャル・キャピタルを醸成する）まちづくりが一定の成功を収めていることを示します。社会性を重視する取組の成果です。身近な仲間と話をする、食事をする、出かける、楽しむ、気遣う、健康づくりの声をかけ合う、身体を動かすなどといった協調行動は、老化を遅らせる効果があります。

デンマークの予防的家庭訪問では、「active・ageing」の意欲を喚起するため、高齢者の社会的交流や活動に焦点を当て、高齢者が参加可能な様々な活動やデイセンターなど自治体のサービス情報を提供します。特に80歳以上の者は社会性の維持と回復が重要です。

#### 4. 和歌山県九度山町の取組

##### (一) 高齢者が虚弱になっても従来の仲間と交流できるコミュニティづくり

高齢者のフレイル対策は人とのつながり（交流）と生活範囲（外出）の維持・回復が重要です。九度山町は健常者と虚弱者が参加する高齢者通いの場の「重層化」に成功し、グループ全体が活性化して2012年度から2018年度末まで要介護認定率を6.7%引下げました。

2009年度に開始した「わかやまシニアエクササイズ」を実施する介護予防教室が契機となり町内各所に「介護予防自主サークル」が立ち上がりました。2012年度に運営サークルの健康づくり連絡会が発足し、加齢によりエクササイズの活動強度についていけない会員のフォローが共通の運営課題になりました。

2013年度から自主サークル会員がボランティアで運営する虚弱会員のための「介護予防サロン」を立ち上げました。運営コンセプトは「安全、楽しい、また来たい」。

地域包括支援センターの職員が、町内10か所のサロンに月1回は参加し、サロンに疎外感のある（楽しくない）参加者がみられた場合には運営者と相談し、健康運動指導士など様々な専門家の意見を聴きながら、「疎外感を持たせず、競争させず、楽しく参加できる」ように活動強度を改めたメニューを提案し、改善する支援を続けてきました。

障害者のユニバーサルデザインが健常者に価値があるように、工夫を重ねた様々な運動、コグニサイズ、ゲーム、レクリエーションを組み合わせた楽しいサロンは健常者を集めます。虚弱者に健常者を加え、2018年度のサロン参加者は自主サークル参加者を上回っています。

（高齢者人口1923人に占める参加者の割合：自主サークル12.7%、サロン16.6%）

（町内自主サークル11か所、サロン10か所。3つのサロンの平均年齢は80歳を超える）

#### 三. まとめ

デンマークの「active・ageing」と優良保険者の取組を踏まえ、要介護認定率を引下げる取組で重要と思われるポイントは次の四点です。参考にしていただければ幸いです。

第一に、フレイル高齢者・要介護認定者全員に「active・ageing」への理解を促がすこと。

（地域社会や家族の理解が重要、本人の意欲は自立支援型ケアマネジメントの前提条件）

第二に、フレイル高齢者を可能な限り把握して、漏れなく早期に介入すること。

（80歳以上高齢者は全員フレイル。80歳以上の認定率を引下げる具体的な取組が重要）

第三に、フレイル高齢者に自立支援型ケアマネジメントを行うこと。

（地域ケア会議の運営が鍵、「手を出し過ぎないケア」が重要、ヘルパーの育成活用も鍵）

第四に、高齢者に人とのつながり（交流）と生活範囲（外出）の維持・回復を促すこと。

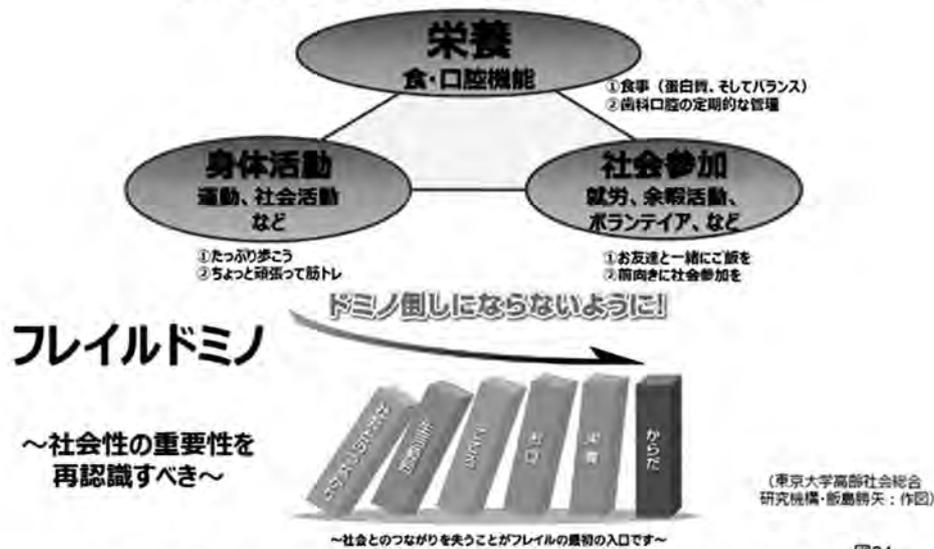
（通いの場やサロンの開設、楽しい運営が鍵、

80歳以上の虚弱者の参加が重要)

※東京大学高齢社会総合研究機構 飯島勝矢教授は、2012年から千葉県柏市の高齢者約2000名の協力を得て実施している「大規模フレイル予防研究(コホート研究)柏スタディ」

の分析に基づいて社会性を重視する「社会参加、栄養、身体活動」三本柱のフレイル対策を提唱しています。(フレイルドミノの順番はフレイル対策に効果的な項目の順位)

## 健康長寿およびフレイル予防を実現するための「3つの柱」



「日医かかりつけ医機能研修制度 平成30年度応用研修会」3. フレイル予防、高齢者総合的機能評価(CGA)・老年症候群\_飯島勝矢

図24

# 研究成果報告 3

## 観光資源としての 紀伊万葉

(一財) 和歌山社会経済研究所 主任研究員

高尾 明宏

### I 紀伊万葉

万葉集 4516 首のうち、紀伊国<sup>きのくに</sup>(※)で詠まれた歌は、107 首とも 130 余首ともいわれている。「紀伊万葉」と呼ばれるこれらの歌が詠まれる契機となったのは、天皇の行幸であった。

寺西貞弘著『日本史の中の和歌浦』(塙書房、2015 年)によると、奈良時代における天皇の行幸は 120 回行われているが、そのうち、畿外への行幸は 16 回を数えるのみであった。

奈良時代における行幸回数 (行政区分別)

	京内	畿内	畿外	合計
文武朝	0	7	1	8
元明朝	3	7	0	10
元正朝	0	4	2	6
聖武朝	9	18	11	38
孝謙朝	5	6	0	11
淳仁朝	4	2	1	7
称徳朝	14	5	1	20
光仁朝	7	4	0	11
桓武朝	3	6	0	9
合計	45	59	16	120
比率 (%)	38	49	13	100

『日本史の中の和歌浦』より

16 回の畿外行幸のうち 7 回は、藤原広嗣の乱に端を発する聖武天皇の宮都彷徨であり、2 回は東大寺大仏建立に関わるものである。また、淳仁天皇の 1 回は、保良宮遷都<sup>ほらのみや</sup>に伴うものである。この 10 回の行幸は天皇が他所へ移動せざるを得ない事情に迫られてのものであり、純然たる行楽ではなかった。

基本的に、行幸は回数が極めて限られており、かつ移動距離も近距離なものがほとんどであった。この時期、行楽を目的として天皇が畿外へ行幸を行ったのはわずか 6 例で、そのうち半数の 3 例が紀伊国に集中しており、奈良時代の行幸に占める紀伊国の特殊な地位が歴然としている。

(※)「紀伊国」は「きのくに」と読む。和銅 6 年 (713 年) に「雅字 (良い文字) 二文字で国名を表すように」との勅令が出された際に、それまでの「木国 (読みは「きのくに」)」が「紀伊国」と改められた。

万葉集には、現在の都道府県でいうと41都府県で詠まれた歌が収録されている。大和国で詠まれた900首は別格として、次に多いのは畿内（大阪府の大部分と、京都府の南部、兵庫県の南東部）周辺で、中でも大和から紀伊北部を通り、和歌浦から海沿いに紀伊国の各地で詠まれた100首を超える歌は、近江国で詠まれた歌と並び、最も数が多い部類に入る。

紀伊万葉の特徴として、皇族、貴族の歌が多いこと、風光を称えたものが多いことが挙げられる。これには、紀伊国が、古くから天皇・皇族が好んで訪れたところであり（聖武天皇は即位の年に14日間も滞在した）、都人にとって身近な場所であったことが関係していると考えられる。

## II 中・近世における和歌浦の再発見

和歌の浦は、和歌山市南部と海南市北部に位置する和歌浦湾をとり巻く景勝地である。和歌川の河口に広がる干潟を中心に、南は熊野参詣道の藤白坂から西は紀伊水道に面した雑賀崎まで、緑豊かな山並みと大海原を望むことができる。

奈良時代、弱浜（現在の和歌の浦）を訪れた聖武天皇が、玉のように美しく島々が連なる眺望に感動して詔を發し、玉津島の神と明光浦靈を祀り、当地の風景を末永く守るように命じた。このとき陪従の中にいた宮廷歌人山部赤人が、当地の情景を讃えて詠んだ歌が、有名な、

若の浦に 潮満ち来れば 瀉をなみ  
葦辺をさして 鶴鳴き渡る

である。

平安時代の歌人紀貫之が、『古今和歌集』にこの歌を採録したことから、若の浦は和歌の聖地として崇められるようになった。また、美しさが衣をとおして輝くといわれ、すぐれた歌人でもあった衣通姫そとひめが、当地の「玉津神社」に鎮座する女神と一緒にあって、和歌の上達を願う神様として祀られ、やがて一帯が「和歌の浦」

と呼ばれるようになる。熊野参詣や西国巡礼の際に、時の関白や大臣も訪れ、多くの和歌や物語に詠み込まれた。

また江戸時代には、万葉歌や新古今和歌集に詠われた情景を描いた『和歌浦十景』が描かれ、数々の美術工芸品の題材となる。さらに、徳川綱吉の側用人であった柳沢吉保が、和歌の浦を模した庭園りくぎえん〈六義園〉を造営するなど、和歌の浦の風景は天下に名を馳せる名所となり、文化人たちの憧れの対象となった。

ちなみに、「和歌山」という地名は、豊臣秀吉が天正13年（1585年）の紀州侵攻の際に、当時「岡山」と呼ばれていた土地（現在の和歌山市岡山東周辺）に海の「和歌浦」と対比して陸の「和歌山」と名付け、城を建てさせたことに由来するともいわれている。

## III 日本遺産としての認定

平成29年（2017年）、和歌浦周辺の有形・無形文化財が、点在する個別のものではなく面的な歴史資産・地域資源として日本遺産に認定された。

和歌との深い関わりに歴史的価値が認められ、和歌の浦は、和歌山県だけでなく日本の宝としての地位を獲得するに至った。

## IV 和歌山県における和歌に関連する活動や施設等の整備状況

### 1 活動等

全国的に万葉集への関心が高まったと考えられる令和元年度（2019年度）には、和歌山県において紀伊万葉をめぐる次のような活動があった。

- 講座「第14回万葉玉手箱」令和元年（2019年）5月26日（紀伊万葉ネットワーク）
- 万葉玉手箱『新元号「令和」を考える』令和元年（2019年）7月20日（紀伊万葉ネットワーク）
- 和歌浦ウォーク 令和元年（2019年）9月



わかやま歴史物語  
100ストーリー 71  
「万葉歌人が愛した紀伊国への旅～紀伊の海に沿って～」  
和歌山県観光振興課 HP より

### 「令和」出典部分解説も 紀伊万葉ネット講座

19年05月12日 06時56分[文化・暮らし]

新しい時代の始まりに、元号「令和」の由来となった『万葉集』に心を寄せてみませんか？

「令和」の文字が採られた「梅花の歌三十二首」序文の解説を含む講座「第14回万葉玉手箱」が26日午後1時半から、和歌山県和歌山市和歌浦中の県公館で開かれる。

万葉集を気軽に楽しんでもらおうと、紀伊万葉ネットワーク（村瀬憲夫会）が主催。村瀬会長が梅花の宴三十二首題詞「序」を解説。続いて「万葉の人々の生きた時代 言霊と人々」をテーマに、同会幹事の宮田紀美子さんが話す。

参加費300円（資料代）。定員25人。希望者は24日までに同会事務局の木綿さん（Tel.&FAX 073・455・1203、メールHQG02133@nifty.com）へ申し込む。



紀伊万葉ネットワークの皆さん

わかやま新報 HP より

24日（和歌山市語り部クラブ）

○日本遺産シンポジウム～万葉の時代から紡がれる和歌の浦の物語～

令和元年（2019年）12月8日（和歌の浦日本遺産活用推進協議会）

基調講演 漫画家・里中満智子氏

「今の観光は、良いものがあるだけではそこに来てくれません。モノよりもその場所に伝わる文化遺産が大事になります。」

○第10回紀の川万葉の里マラソン 令和元年（2019年）11月3日（NPO 法人 <sup>いこら</sup>憩楽クラブかつらぎ）

○和歌の浦短歌賞募集 和歌の浦部門・自由詠部門（一般社団法人紀州文芸振興協会）

このように、様々な文化・スポーツの催しが行われた。特に、日本遺産シンポジウムは参加者300人以上で、万葉学者、著名漫画家等を迎えた盛大なものであった。

## 2 施設等

○『片男波公園 万葉館』 和歌の浦に、万葉集の資料館として平成6年（1994年）7月にオープンした施設で、展示物等は以下のようなものである。

資料展示	万葉集の研究や万葉集と和歌山の関係について、また万葉集の時代や歌人について、実物や複製、解説パネル、タッチパネルなどを使い、さまざまな視点から多角的に展示。
万葉シアター	ビデオプロジェクターとマルチスライドを組み合わせた映像と音響・照明効果等を使った多彩な演出により万葉の世界を物語で表現。
ギャラリー展示	パノラマのガラス窓から見える景観を取り入れ、絵画等を展示。
企画展示	和歌の浦水墨画展、押し花展～万葉の世界から未来へ～、万葉日本画展など

○万葉歌碑 県内 107 基

○旅行企画

「紀伊国和歌山 万葉集の旅 vol.2」が高野山麓ツーリズムビューロー<sup>(※1)</sup>により催行された。

ツアーの行程は、木本八幡宮 → 城ヶ崎：

妹が島（友ヶ島）万葉歌碑 → 加太休暇村 → 和歌浦万葉館 → 万葉の小路 → 玉津島神社 → 番所庭園<sup>（※2）</sup>

というもので、紀伊万葉の第一人者で全国万葉協会幹事を務める馬場吉久氏を先達として、万葉歌に詠まれた景色や歌の舞台となった史跡を1日かけて巡り、歌の解説を聞きながら万葉人の旅を追体験するという企画であった。



## V 他県における取組

富山県高岡市は、奈良時代に越中国（富山県）の国府が置かれ、代表的歌人である大伴家持が、5年間国守として在任していた。同市では、「万葉」をテーマとした多くのイベントや、「万葉」に関心の深い全国の人々との交流など、「万葉のふるさとづくり」を推進している。

同市では約30年前から、郷土に愛着と誇りを持てるように、小中学生に万葉歌を暗唱させており、高岡市民は誰でも自分の気に入りの歌を持っているという。

同市で平成元年（1989年）から続いている、三日三晩かけて万葉集4500余首を朗唱する毎年10月のイベント「万葉集全20巻朗唱の会」には、全国から参加申込があり、応募多数の歌については抽選で朗唱者を決めるほどの人気ぶりである。

また、鳥取市など、万葉故地が多い地域の自治体が積極的に万葉集を活かした施設整備やイベント等の取組を行っているほか、各地の民間団体が全国のネットワークを使って交流イベント等を実施している。

鳥取市は、万葉集の最後の歌が詠まれた地で、因幡国司として赴任した大伴家持が天平宝字3年（759年）に新年の宴席で詠んだ歌が、万葉集最後の歌である。

同市には、「万葉文化」をコンセプトに地域文化と観光振興を図ることを目的として設置された「因幡万葉歴史館」がある。同館では、大

（※1）高野山麓ツーリズムビューローは、行政とのパートナーシップのもと観光振興の一元的なプラットフォームを構築し、裾野の広い経済効果を地域にもたらすことを目的として平成29年（2017年）10月31日に設立された団体で、和歌山県北部及び奈良県（和歌山県橋本市、かつらぎ町、九度山町、高野町、紀美野町、田辺市龍神村、奈良県五條市）、真言密教の聖地高野山とその麓の歴史的、文化的、社会的、経済的な特性を活かし、観光振興並びにサポート等に関する事業を進めている。

（※2）番所庭園には、神亀元年（724年）10月に聖武天皇が行幸した際に、藤原卿が北側に広がる雑賀の浦の漁火を見て、詠んだといわれる歌の碑がある。

「紀の国の 雑賀の浦に 出で見れば 海女の燈火 波の間ゆ見ゆ」

番所庭園は、万葉集に歌われた情景を今でも眼前に見ることができる貴重な場所であり、歴史愛好家や文学愛好家、花の愛好家（万葉植物、万葉花と呼ばれるものがある）に訴求する魅力を秘めている。



高岡市観光ポータルサイトより

伴家持の生涯にスポットをあて、万葉人の心や感性に迫る展示などを行っている。

島根県の「山陰万葉を歩く会」は、島根・鳥取両県の文化・経済の交流を目的に、講演会や旅行を実施している。

また、広島県福山市では「鞆の浦万葉の会」が、福岡県太宰府市では「大宰府万葉会」がそれぞれ活動している。

## VI 和歌山県における万葉集活用の展開について

京奈和道の延伸により2つの「みやこ」との距離が再び縮まったことから、和歌山県における今後の展開は、以下のような基本方針に基づき推進することが考えられる。

- 京奈和道を利用した和歌山との近さ・都人と紀伊国の縁を京都・奈良両府県民にアピールする。
- 京都・奈良に来る観光客や歴史ファンへの売り込み（取り込み）も併せて行う。

### (1) 観光

#### ○万葉歌碑の活用

複数の歌碑を結ぶルートを設定し、そこに付帯するストーリーを提供することで、旅行ファンや歴史ファン、ウォーキング愛好者を呼び込む。情報はweb上で公開し、観光協会のパンフレット（「紀伊万葉ガイドブック」）の該当ページをリンクさせる。また、ツイッターやインスタグラムによる広報を積極的に行う。

#### ○和歌浦万葉館の活用

- 万葉館と全国の類似施設とが連携したスタンプリー的なイベントの実施
- 万葉衣装の貸し出し（紀伊万葉ネットワークが「万葉衣装 de 和歌の浦」として実施している。令和元年（2019年）10月6日に第4回を実施）

#### ○メディアを通じた情報発信

- TV、ラジオ、新聞、雑誌（タウン情報誌、旅行雑誌、カルチャー誌、カメラ雑誌等）への売り込み
- インスタグラム（万葉植物、風景、写真に歌を添えて発信する）

#### ○旅行会社への支援

高野山麓ツーリズムビューローの「<sup>きのくに</sup>紀伊国和歌山 万葉集の旅 Vol.1、2」には、熱心なファンが三重県松阪市や徳島県から参加しているが、県内の参加者が少なかった。

→県や市町村が広報等で支援する

### (2) レクリエーション

- ウォークラリーやサイクリングコースの設定。和歌浦・海南、紀の川流域、日高地域、西牟婁・田辺地域等、地域を分けて実施する。紀中・紀南地域に人を呼び込むために、コンプリートに対する特典を設ける。

### (3) 教育・文化活動

- 小・中学校の教材として活用し、地元地域

への関心、誇りを醸成する

- 万葉歌碑巡りとオプショナルツアー
- フォトコンテスト 万葉人の感動を写真で再現する。
- 県内関係市町によるリレーイベント
- 和歌のコンクール、朗唱の会、歌会
- かるた競技

#### (4) 民間の活動に対する支援

「紀伊万葉ネットワーク」等との連携を強化し、日本遺産「絶景の宝庫 和歌浦」を積極的に活用することで、県外からの観光客を呼び込み、地域おこしにつながることを期待できると考えられる。

また、これらの活動について、和歌山県や関係市町が他の自治体に協力を呼び掛け、全国的な広がりを持つ活動としていくことにより、相互の住民が関係人口となることが期待できる。

#### (5) その他

- 「わかやま歴史物語 100」で設定しているモデルコースと連動させたイベントによる集客。
- 案内人の養成（紀伊万葉の内容、古代史（歌の時代背景、人物関連、地理など）、万葉植物の知識、日本文学史、日本宗教史等に造詣の深い人材を養成する。

## VII おわりに

和歌山県では万葉集に関わる文化遺産を活用できる余地がまだまだあると考える。今後、地域おこしの素材の一つとして、行政と教育委員会、学校、愛好団体、ツーリズムビューロー、商工会等の協働による取組が求められる。

高岡市の戦略である「ストーリーによる付加価値づくり」を和歌山県で実践するための「ストーリー」は、すでに「わかやま歴史物語」や「紀伊万葉ガイドブック」としてまとめられており、これらを積極的に発信していくことが必要と考

える。

「平成 30 年版 情報通信白書」（総務省）によると、日本では SNS（ソーシャルネットワークサービス）として、フェイスブックとツイッターが多く利用されている<sup>(※1)</sup>。これらのサービスを利用して、魅力的な情報を大規模かつ継続的に発信していくことが有効であると考えられる。また、情報・レビュー共有サイトの利用者も多い（同白書）<sup>(※2)</sup> ことから、そのようなサイトを通じて和歌山旅行をプレゼントし、当選者を介した情報発信を行うことも考えられる。

また、政府は「持続可能な開発目標（SDGs）推進本部」を設置し、国家戦略として SDGs を実施するための実施指針を策定し、さらにそれを受けて定められた「SDGs アクションプラン 2020」において、「○建造物・美術工芸品を次世代に継承する / ○伝統的建造物の健全性確保 / ○史跡等について、保存と活用を図る」としている。万葉集や和歌に関する史跡等の保存・活用は、古代にまつわるものでありながら、国の最先端の施策とも親和性が高い課題なのである。

(※1) フェイスブック 41.1%、ツイッター 40.3%

(※2) 情報・レビュー共有サイト 47.0%

# 経 済 指 標

## コロナ禍における 今夏の和歌山県経済

～ 県内個人消費は一部に  
持ち直しの動きも見られるが、  
勢いを欠く ～

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究員

藤本 迪也

### 1. 新型コロナウイルス感染症の拡大の影響

○ 4～6月期の日本のGDPは前年比28.1%減少  
2019年12月、中国湖北省武漢市当局が最初に新型コロナウイルス感染患者を確認した。その約1か月後には、日本人初の感染者が確認され、1月30日にはWHOが緊急事態を宣言した。2～3月にかけて、欧米主要各国での感染拡大により都市封鎖が行われ、日本国内においても4月7日に緊急事態宣言が発令され、不要不急の外出の自粛、カラオケ店、スポーツジム、劇場などに対する休業要請が発出された。このことによる経済的な影響は極めて大きく、4～6月期の国内総生産（GDP）は前四半期に比べて、実質年率28.1%の減少（過去最悪の落ち込み）となった。

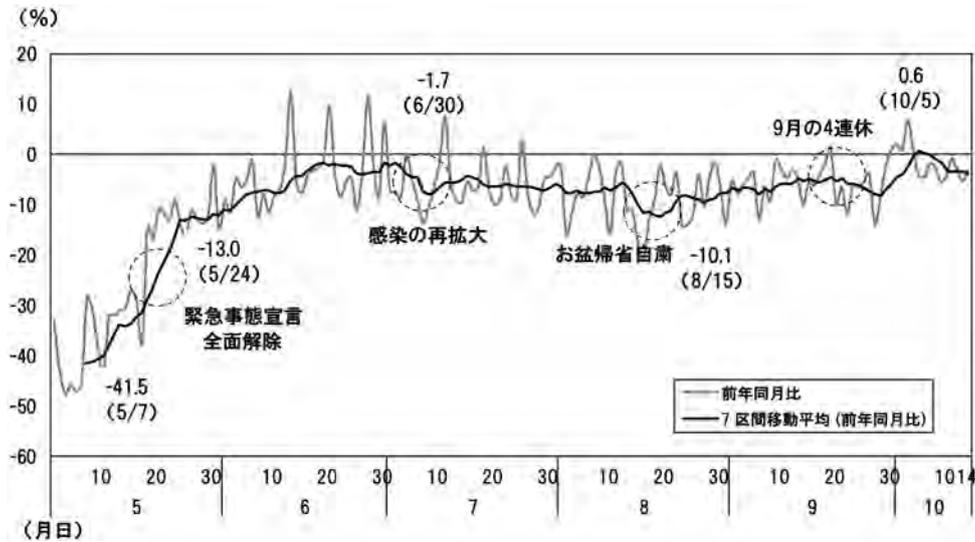
### 2. 県内経済への影響

日本国内のGDPが大きく落ち込む中で、県内経済にはどのような影響が見られているのだろうか。ここでは、特に個人消費について現状を整理する。

#### ○ JR和歌山駅前の人出は回復に向かっている

JR和歌山駅周辺（500mメッシュ）における平日・休日15時時点の人口を前年と比べた場合（図表1）、緊急事態宣言が発令されていた5月上旬は40%減の水準となっていたが、その後は大きく改善し、6月30日時点には前年比1.7%減の水準まで回復した。ただし、7月に入ると、再び国内での感染者数が増加に転じたため、人出は再び減少し、お盆休みには、帰省自粛の動きもあり、前年比10.1%減となった。その後は、国内の感染者数が減少傾向を示したこともあり、緩やかながら人出は持ち直しており、10月5日には前年比0.6%増とコロナ禍以降では初めてのプラス水準を記録した。

図表1 JR和歌山駅前の人出の状況（前年同月比）



(注1) JR和歌山駅周辺500mメッシュ内の平日・休日15時の人口をもとに算出  
 (注2) 前年との曜日の違いを考慮し、各日の比較対象は前年同月の平均値  
 (資料) NTT「モバイル空間統計」

○ 百貨店、地元商店の販売額が大きく減少

JR和歌山駅周辺の人出が回復に向かう中、百貨店、コンビニや地元商店（衣料品店、食料品店、電気店など）の販売額は減少が続いている。百貨店は3密（密閉、密集、密接）を避けるため、物産展などの催事を見送り、来客数が大きく減少している。コンビニについては、オフィス街などで、在宅勤務者の増加などを背景に、客数が減少している可能性がある。地元商店については、従前より人口減少による販売額減少が進んでおり、そこに、コロナ禍の影響が直撃したものと考えられる。

図表2 県内商業販売額の状況①（8月）

	8月販売額 (前年比)
百貨店	-10.8%
コンビニ	-1.1%
地元商店	-13.0%

(注) 「地元商店」については、弊所「景気動向調査」における小売業の平均値を掲載  
 (資料) 経済産業省「商業動態統計調査」、近鉄百貨店ウェブサイト「2020年8月上高報告」、和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

○ 巣ごもり需要・内食需要の伸びが顕著

百貨店販売額が厳しい状況にある中で、家電量販店やドラッグストア、ホームセンターなどの売上高は前年を上回る状況が続いている。外出自粛の意識が強まる中で、家庭内での調理機会が増加し、調理器具需要などが高まった。また、感染対策のための衛生用品、消毒剤などの需要が伸びている。このような点を背景に、関連する店舗の販売額が伸びていると考えられる。スーパーについても、詳細な販売額は不明であるが、家庭で調理し食事する「内食」需要が伸びていることから、販売額は増加していると考えられる。

図表3 県内商業販売額の状況②（8月）

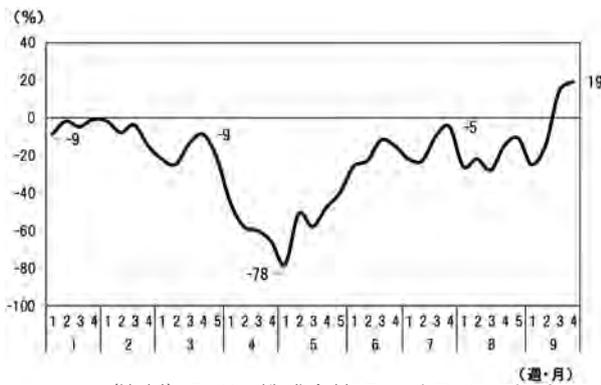
	8月販売額 (前年比)
スーパー	(不明)
家電量販店	+1.5%
ドラッグストア	+1.8%
ホームセンター	+1.5%

(資料) 経済産業省「商業動態統計調査」

### ○ 外食希望者は増加しているが

飲食店は、緊急事態宣言が発令された際、営業時間の短縮を要請されるなど、コロナ禍の影響を最も大きく受けた業種の一つである。和歌山社会経済研究所の「景気動向調査」によると、4月の飲食業の売上高は事業者平均で前年比86.1%減、5月は同70.1%減、6月は同52.0%減と大幅な減少となった。ただし、飲食店情報サイト「Retty」における県内飲食店の情報サイト閲覧数の推移（前年比）を見たところ（図表4）、5月の第1週目には前年比78%減まで落ち込んだが、その後は回復に向かい、4連休を含む9月の第4週目には前年比19%増となっている。

図表4 県内飲食店情報の閲覧数（前年比）



(資料) Retty 株式会社 Food Data Platform

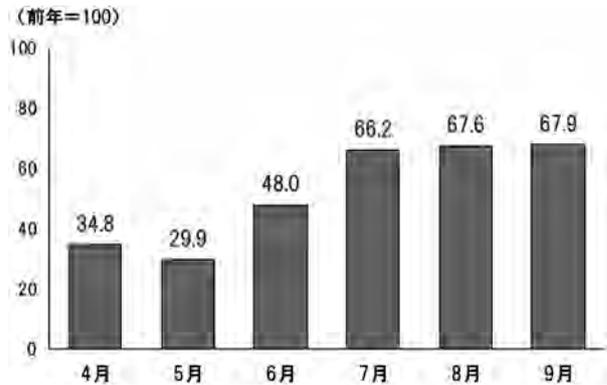
### ○ 新型コロナへの感染懸念が強く、飲食業の売上高はなかなか回復せず

売上高の回復が期待される飲食業だが、前述の「景気動向調査」によると、県内飲食業の7月の売上高は事業者平均値で前年比33.8%減、8月は同32.4%減、9月は同32.1%減となっており、前年水準に遠く及ばない。飲食店情報の検索数は回復しているものの、新型コロナウイルスへの感染への懸念は大きく、来店につながっていない可能性が高い。特に、一般社団法人日本フードサービス協会による「外食産業市場動向調査」(8月度)によると、居酒屋業態の販売額(全国)が、前年比57.7%減となっ

ており、極めて厳しい状況にある。

政府は、消費喚起策である「Go To イートキャンペーン(プレミアム付食事券の販売と飲食予約によるポイント付与)」を10月から開始しており、今後は売上高の持ち直しが一定程度期待される。

図表5 県内飲食業の売上高(前年売上高=100)



(注) 回答事業者の平均値を算出  
(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

### ○ 旅館・宿泊業の売上高は4～6月期に比べて持ち直すも低水準

飲食業を上回る売上高の減少に直面した業種が旅館・宿泊業である。白浜町、田辺市をはじめ、那智勝浦町、串本町、新宮市など紀南地域に事業者が多いため、悪影響は紀南地域で特に大きい。観光予報プラットフォーム推進協議会によると、県内宿泊者数は5月(前年比99%減)を底として増加傾向にあるものの、8月においても前年比22%減となっている。ただし、県が実施した「わかやまりフレッシュプラン」(県民が県内宿泊施設を利用した場合に、宿泊費を一定額引きする制度)の効果により、県民による県内宿泊者数は6月の前年比75%減から、7月は同36%増、8月は同195%増となった。県外からの宿泊者についても、緩やかながら回復傾向にある。

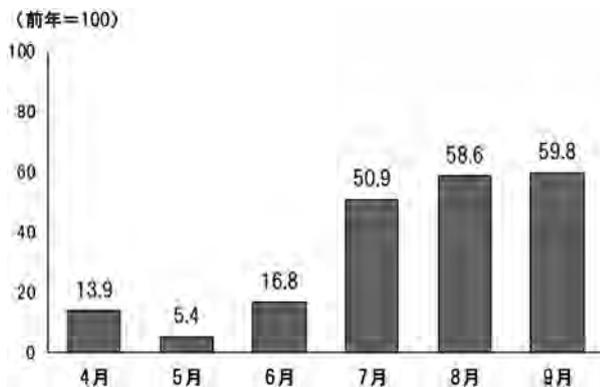
このような状況の中で、和歌山社会経済研究所による、県内旅館・宿泊事業者の売上高の平均値は、4月に前年比86.1%減、5月に同

95.6%減、6月に同83.2%減と大きく減少した後、7月は同49.1%減、8月は同41.4%減、9月は同40.2%減と、減少幅は縮小した（図表6）。今夏は海開きを見送る海水浴場が多い中で、白良浜海水浴場が感染防止対策を徹底したうえで、海開きを行い、多くの観光客を誘客した。また、政府による「Go To トラベルキャンペーン」（旅行代金の割引制度）を活用した県外客・県内客の宿泊が減少幅縮小に寄与したものと考えられる。ただし、カップル・夫婦や男性グループの宿泊者数が大きく持ち直す一方で、子ども連れのファミリー層の宿泊者数は、持ち直しの動きがやや鈍い。今夏は夏休みを短縮する学校が多く、これにより、ファミリー層の宿泊者数が減少したものと考えられる。

型コロナウイルス感染症対策を行うことが日常化する中で、「個人消費」の日常も様変わりしている。感染防止の観点から屋外レジャー・屋外スポーツの人気が高まり、在宅勤務の増加で自宅内に仕事をするためのスペースを設ける家庭も増えている。自宅にいる時間が長くなった結果、内装やインテリアにこだわる消費者も増加しており、県内でもホームセンターの売上高は増加している。

このような個人消費の変化を見逃すことなく、その変化したニーズを的確につかみ取る取り組みが県内事業者にとって重要になってきている。

図表6 県内旅館・宿泊業の売上高（前年売上高=100）



（注）回答事業者の平均値を算出  
（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

### 3. 劇的に変化する「個人消費」のニーズをつかむ

本レポートでは、コロナ禍における県内個人消費の状況変化をいくつかのポイントに絞って見てきた。その結果、JR和歌山駅前の人出がようやく回復する状態になりながらも、一部の小売業、飲食業、旅館・宿泊業の業況は依然として厳しい状況にあることがわかった。街中にはマスク姿の人々があふれ、店舗・事業所にはアクリル板が当然のように設置されている。新

# グラフで見る和歌山県経済指標

## 新型コロナの影響はやや緩和されているものの 和歌山県経済は個人消費・企業活動ともに低調

### 日本経済の現状(内閣府「月例経済報告 2020年9月」)

景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により依然として厳しい状況にあるが、このところ持ち直しの動きがみられる

・「国内景気」に関する判断は、緊急事態宣言の全面解除以降、2回(6月、7月)上方修正された  
・「個人消費」、「生産」、「輸出」など多くの項目で判断が引き上げられたものの、依然として厳しい状況にある

### 日本経済の見通し(内閣府「月例経済報告 2020年9月」)

感染拡大の防止策を講じつつ、社会経済活動のレベルを引き上げていくなかで各種政策の効果や海外経済の改善もあって、持ち直しの動きが続くことが期待される

・5月時点では、先行きについて「当面、極めて厳しい状況が続く」としていたが、社会経済活動の再開や海外経済の改善もあり、見通し判断が上方修正された

### 和歌山県に関する経済指標の概況(9月公表の指標を中心に)

- 百貨店・スーパー販売額(全店、8月)は、新型コロナや猛暑の影響が響き、前年比4.5%減
- 新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、8月)は、登録車については、前年比減少幅が縮小
- 新設住宅着工戸数(8月)は、前年比46.3%減。「持家」の減少傾向が続く
- 鉱工業生産指数(7月)は、4.3ポイント上昇。ただし、前年12月に比べて約85%の水準にとどまる
- 公共工事請負金額は、12か月連続で増加。湯浅地区、橋本地区、和歌山地区で金額増加
- 有効求人倍率(8月)は、約5年半ぶりに1倍を下回った。有効求職者数が4か月連続で増加

### 和歌山県内の主な経済指標の状況(前年同月との比較、一部前月との比較)

		2019年						2020年								
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	
個人消費	百貨店・スーパー販売額(全店)	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
	新車販売台数(登録車、軽自動車[乗用]含む)	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	新設住宅着工戸数	●	○	●	○	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●
	家計消費支出(除く住居等、二人以上の世帯)	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○
企業活動	鉱工業生産指数 ※前月比	○	●	○	○	●	●	●	○	○	●	●	●	○	○	○
	公共工事請負金額	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	TDB景気DI ※前月比	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○
物価	消費者物価(コアコアCPI、和歌山市)※前月比	—	○	—	○	○	●	●	●	○	○	—	●	○	●	
雇用	有効求人倍率(季節調整値)	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	

(注) ○: 上昇(増加) -: 横ばい ●: 下降(減少)、空白はデータ未発表

## 個人消費

### 百貨店・スーパー販売額（全店、8月）

は、前年比4.5%減となり、減少幅は7月の2.0%減から拡大した。ほぼ通常通りの営業となっている近鉄百貨店和歌山店の販売額は前年比10.8%減で、客数は同20.3%減となった。新型コロナウイルス感染症の再拡大により、外出自粛の動きが続いている点や、猛暑が客数減少につながったものと考えられる。その一方で、スーパー販売額については、引き続き内食需要が高く、前年を上回る売上高となっている。帰省自粛の影響は多少あったものと考えられるが、家庭内調理の定着や青果物等の生鮮食品価格が前年比15.3%上昇したこともあり、販売額は前年を上回ったものと考えられる。

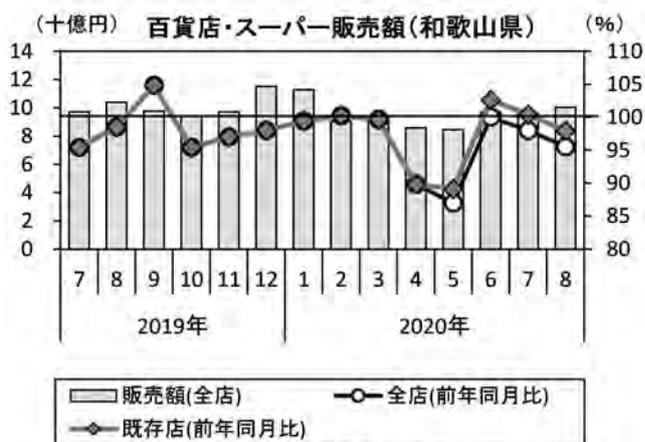
### 新車販売台数（軽自動車〔乗用〕含む、8月）

は、登録車・軽自動車（乗用）ともに販売（登録）台数が11か月連続で前年を下回った。登録車は前年比12.7%減で7月の同16.1%減からは減少幅が縮小。新型コロナウイルスに係る緊急事態宣言の解除後、新型車の発売効果もあり、販売状況には改善の動きが見られる。

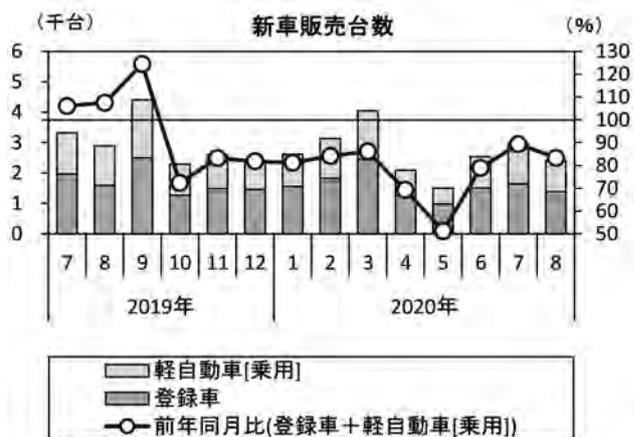
軽自動車（乗用）については、前年比21.6%減で7月の2.7%減から減少幅が拡大した。ただし、軽自動車（乗用）については、前年同時期に、消費増税を控えての駆け込み需要が見られていたことから、今回はその反動減が響いたものと考えられる。

**新設住宅着工戸数（8月）**は、前年比46.3%減と大きく減少した。前年8月に和歌山市内で「貸家」、「分譲住宅」が大量に着工されたこともあり、大幅減となった。また、県内着工戸数の約半数を占める「持家」の着工戸数が前年比22.3%減となっており、前年10月の消費増税以降、大幅な減少傾向にある。

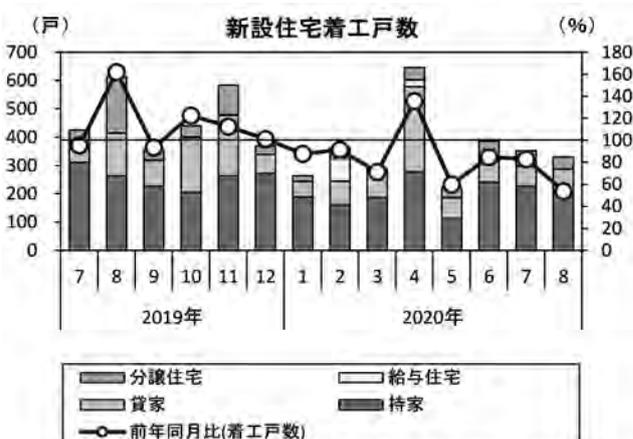
前年10月から8月までの累計着工戸数は前年同期比9.4%減となっており、地域別では、特に有田市（同33.6%減）、田辺市（25.9%減）、和歌山市（11.9%減）、岩出市（16.3%減）で減少している。



(資料)経済産業省「商業動態統計調査」



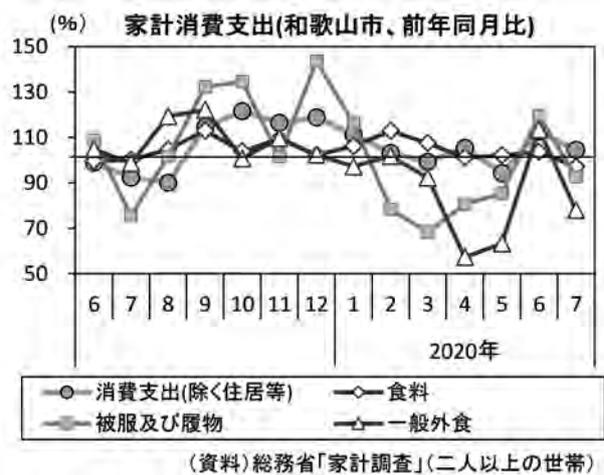
(資料)一般社団法人 全国軽自動車協会連合会ウェブサイトならびに和歌山県自動車販売協会資料



(資料)国土交通省「住宅着工統計」

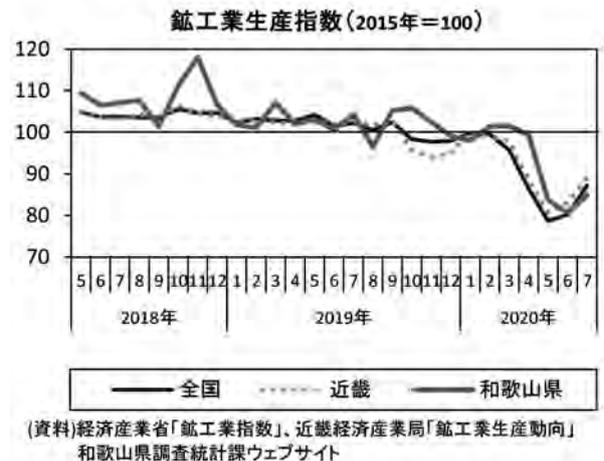
**家計消費支出（除く住居等、7月）**は、前年比4.5%増と2か月連続で前年を上回った。新型コロナウイルス感染症に係る緊急事態宣言の解除を受けて、6月は被服及び履物、外食等で前年を上回る支出額となった。ただし、7月は再び感染者が増加し始め、外食支出額は前年比22.0%減となった。合計の支出額は、保健医療サービスや自動車購入に係る支出が増加したこともあり、前年を上回った。特に、保健医療サービス支出については、緊急事態宣言の解除後の5～7月にかけて大きく増加している。

※和歌山市の調査対象先は90世帯程度と少ない上に、調査対象が半年（単身世帯は3か月）で変更されている点には留意。

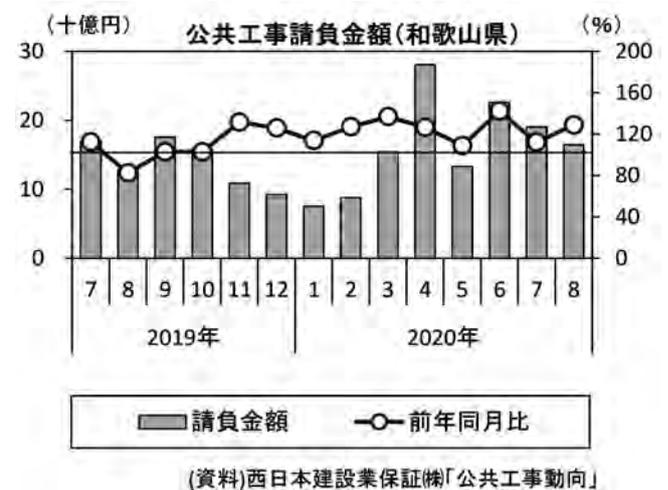


## 企業活動

**鉱工業生産指数（7月）**は、前月比4.3ポイント上昇した。上昇は4か月ぶり。合成洗剤等の化学工業や石油・石炭製品工業、食料品工業、エアコン室外ユニット等の汎用機械工業における生産指数が上昇した。ただし、前年12月に比べて、全体の生産指数は約85%の水準にとどまっており、厳しい状況が続いている。中でも、4月25日から高炉1基が休止している鉄鋼業は、7月の生産指数も下降しており、極めて低い水準にある。世界的に経済活動が再開され、日本国内の生産活動も持ち直しの動きを見せているが、そのけん引役は自動車工業、電子部品・デバイス工業であり、県内製造業とは比較的関連性が低い。したがって、県内の生産指数の先行き見通しについては、緩やかな持ち直しにとどまることが予想される。



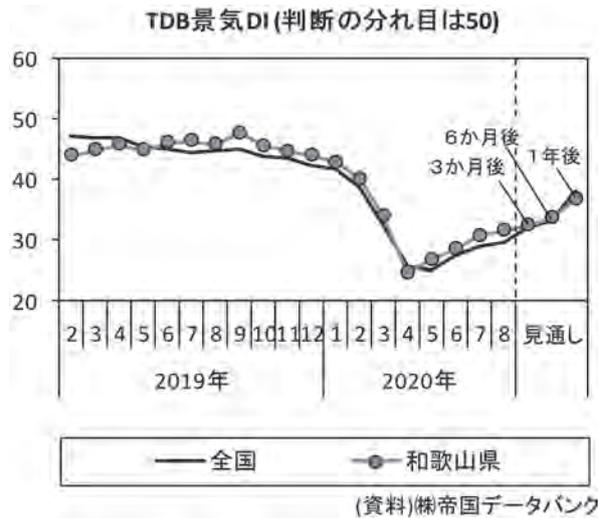
**公共工事請負金額（8月）**は、12か月連続で前年を上回った（前年比28.8%増）。1年間の長期にわたり、請負金額が増加を続けるのは2000年以降では初めてで、地区別では、湯浅地区、橋本地区、和歌山地区で請負金額が大きく増加している。下津港に関連する大型工事や日高川災害復旧工事、みなべ町防災拠点整備工事などの大型工事が見られた。



**TDB 景気 DI (8月)** は、(株)帝国データバンクが月次で実施している景気動向調査から算出された景況感を表す値である。この値が50を超えると、現在の景気を「良い」とする事業者数が「悪い」とする事業者数を上回る。

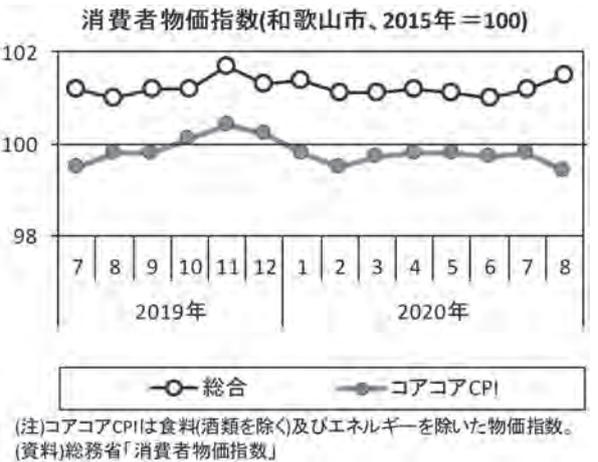
新型コロナウイルス感染症の感染拡大に係る緊急事態宣言が解除された5月以降、景気DIは4か月連続で上昇しており、1年後にかけての見通しにおいても上昇が続く模様。

製造業における景気DIが改善する一方で、非製造業の改善の動きは鈍い。帝国データバンクは「急速な景況回復には材料が乏しく、県内景況は低位での推移が続く」と分析している。



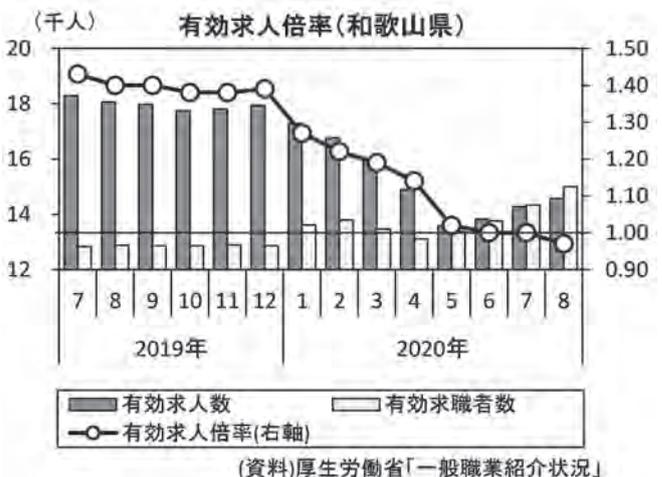
## 物 価

**消費者物価指数 (和歌山市、8月)** は、総合については2か月連続で上昇するも、コアコアCPI(食料(酒類を除く)及びエネルギーを除いた物価指数)は下降し、1年7か月ぶりの水準となった。下降要因としては、GoToトラベル事業の開始を受けた宿泊料金の低下が考えられる。また、コロナ禍に伴う需要減少などを背景に、被服及び履物、家庭用・教養娯楽用耐久財で価格が下落しており、この点も、コアコアCPIの下落要因となっている。今後の見通しについては、景気低迷で、物価のさらなる下落が見込まれる。



## 雇 用

**有効求人倍率 (8月)** が、2015年2月以来、約5年半ぶりに1倍を下回った。5月を底に、有効求人数は増加しているものの、前年8月に比べて8割程度の水準にとどまる。その一方で、有効求職者数は4か月連続で増加しており、増加幅も拡大している。離職票交付枚数(8月)は1,703枚と4月の4,682枚に比べて減少しているものの、雇用保険受給者実人員は3,780人で前年比17.4%増となっている。



## 矢櫃漁港 ～急峻な石段に囲まれた港まち～

## (有田市宮崎町矢櫃)



矢櫃漁港

初代紀州藩主徳川頼宣が海上警備の見張り役として現在の古座町から二組の漁民夫婦をこの地に住ませたのが矢櫃の始まりとされている。漁場に恵まれ子孫は次第に繁栄し、矢櫃は漁村として発展していった。

漁港に面した斜面にはびっしりと民家が建ち並び、家々の周りは狭い路地や急峻な石段で囲まれている。漁港に降りて右側の小高い所に恵比寿神社がある。ここでは頼宣公の1月の命日の頃、“お日待ち”といって地元若者達が海で身を清め、神社にお参りする“裸参り”という矢櫃ならではの伝統行事が行われる。

(取材 萬羽)



恵比寿神社



神社からの眺め



矢櫃

## 紀伊風土記の丘 ～国内最大規模の古墳群～

## (和歌山市岩橋)

和歌山市の東部に位置する岩橋千塚古墳群は4世紀から7世紀にかけて造営された総数約500基超もの古墳群で、岩橋丘陵一帯に分布している。古代、この辺りには豪族「紀氏」が仕切っており、残された文献記録から紀氏一族の古墳と考えられている。古墳からの出土した土器や鉄器、祭祀用アクセサリなどが資料館に展示されていて興味深い。園内の丘陵一帯は自由に散策出来るようになっており、多くの方が散歩を楽しんでいる。また県内から移築された古民家も整備されていて、子供から大人まで考古学、民俗学の体験学習ができる。

(取材 萬羽)



移築古民家群



出土した土器片



古墳の一部



和歌山市

紀伊風土記の丘

◆ インターンシップ参加学生の受入 ◆

当研究所では、毎年インターンシップ参加学生を受け入れており、今年度は8月17日～28日の2週間、和歌山大学経済学部経済学科3年生1名を受け入れました。インターンシップ期間中、実習生は、介護保険調査グループの一員として要介護認定率のデータテーブルの作成を行い、性・年齢構成の調整済み要介護全体の認定率が低く、重度化防止により要介護（1～5）の認定率を抑え、被保険者一人あたり給付月額も低額の優良保険者を抽出しました。和歌山県の要介護認定率は高く、被保険者一人あたりの給付月額も高額であり、引下げが課題です。優良保険者の介護予防と重度化防止の取組は、県内保険者の参考になります。実習生には、データ処理・分析の経験を今後のスキルアップに活かしていただきたいと思います。

【第一号被保険者の性・年齢構成の調整済み「要介護認定率（％）」と「一人あたり給付月額（円）」】

介護保険者	2018年度 要介護全体		2018年度 要介護(1～5)		2017年度 被保険者一人あたり給付		2015年 国勢調査高齢化率(%)
	認定率(%)	順位	認定率(%)	順位	月額(円)	順位	
宮崎県 五ヶ瀬町	10.6	10	8.3	8	12,550	11	37.6
茨城県 矢祭町	10.6	10	8.8	14	11,791	6	35.1
宮城県 大河原町	11.3	18	8.4	9	12,538	10	25.1
高知県 津野町	11.6	25	9	21	14,158	32	41.5
宮崎県 高千穂町	11.6	25	9.1	22	13,564	18	38.8
全国平均	18.3		13.1		20,211		26.3
和歌山県平均	20.7	46	13.7	42	22,357	44	30.7

(上5段の順位は全国1571保険者中の順位、最下段は47都道府県中の順位)

◆ 2020年度一般財団法人和歌山社会経済研究所 講演会 ◆

当研究所では、昭和56年の設立時から毎年、県下の社会・経済活動等の一助として役立てていただくために、県内の企業・団体、行政機関及び一般の方を対象に講演会を開催しております。

本年度は、2020年10月22日（木）ホテルグランヴィア和歌山にて、ジャーナリスト長谷川幸洋氏に「コロナ後の世界と日本を展望する」と題してご講演いただきました。

当日は、コロナ禍にもかかわらず、大勢の方々が熱心に聴講されました。

演題 「コロナ後の世界と日本を展望する」

講師 ジャーナリスト 長谷川幸洋氏



メールマガジンのご案内

当研究所発行の「WISEメールマガジン」では、HPの更新状況や、講演会・セミナー等のご案内などをお知らせしております。

登録ご希望の際は、下記アドレスの「WISEメールマガジン」から、必要事項をご記入の上、お申し込み下さい。

URL: <http://www.wsk.or.jp>

賛助会員 募集中!

◎ 会費：1口 2万円(年)

◎ 特典：刊行資料の配布、調査・研究成果の提供、講演会・セミナー等への参加、情報提供等

## 【編集後記】

### with コロナ時代、国が進める観光の動向 その傾向と対策

「コロナ・ショック」ともいえる激震の1年を振り返ってみる。

2019年、観光をめぐる数値はピークを示した。訪日外国人旅行者数は3,188万人と、7年連続で過去最高を更新した。また、平成から令和への改元に伴う10連休等を背景に、日本人による海外旅行も増加し、出国日本人数は、過去最高の2,008万人（前年比5.9%増）となり、1990年に1,000万人に到達後、29年を経て初めて2,000万人を突破、「2020年までに2,000万人」と掲げた悲願の政府目標を1年前倒しで達成した。これが更新されるのは、何年先だろうか…。

そして、2020年1月。新型コロナウイルス感染症の拡大により、中国政府は1月27日、国内外への団体旅行を禁止、その後、多くの国で政府による入国制限や海外渡航禁止等の措置がとられ、世界中で旅行者の往来が激減した。わが国でも、水際対策を段階的に強化したこと等により、2020年2月の訪日外国人旅行者数は108.5万人（前年同月比58.3%減）、3月は19.4万人（同93.0%減）、4月はわずか2,900人（同99.9%減）と、統計開始（1964年）以降、最大の下げ幅を記録した。

これに伴い、訪日外国人旅行消費額も、前年2019年1～3月期の11,517億円から、2020年1～3月期は41.6%減の6,727億円。また、出国日本人数の前年同月比も、2月は14.2%減、3月は85.9%減、4月は99.8%減、5月は99.6%減…と誰も予想しなかった数字である。

宿泊動向では、殊に外国人宿泊者の激減が顕著である。前年からの流れで、2020年1月は、前年同月比が16.9%増であったのに、2月は41.3%減、3月は85.9%減と急降下、インバウンドの多いホテル業界の窮状が窺える。

入国制限措置が徐々に緩和、解除されてきたが、国際的な人の移動はまだ制約を伴い、需要回復にはかなりの時間を要する。来年、開催予定のオリンピックとその実施方法（種目の削減、集客数等）が注目される。

国内においても、東京発着や県境をまたぐ移動の自粛がもとめられ、鉄道・バス・国内航空便も閑散とした。国内定期航空便の旅客輸送量は、人ベースの前年同月比が、3月は53.6%減、4月には88.2%減まで落ち込んだ。

先般8月、国土交通省観光庁より『観光白書 令和2年版』が刊行された。新型コロナウイルス感染症対策として、感染拡大防止期間を将来の観光需要回復に向けた、積極的な「助走期間」と位置づけ、回復への反転攻勢に転じるための基盤を整備するとしている。すなわち、観光業界におけるガイドラインの作成支援、旅行者が安全に旅行できる環境整備、意欲的な宿泊施設への種々の申請手続や改修プラン作成等の支援を行うアドバイザー派遣、観光地や公共交通機関における様々なインバウンド受入れ環境整備の取組への支援である。

また、今般のコロナ禍を契機に、国内旅行の需要喚起については、特定の時期に特定の場所に集中しがちな従来の旅行スタイルから、より安全で快適な「新しい生活様式」による旅行スタイルへの転換を検討する。具体的には、長期休暇の分散化、少人数での滞在型観光の促進、ワーケーション等の働き方改革とも関連した新たな旅行スタイルの定着をめざす。

白書には、MICE関連で訪日する外国人及び国内での日本人に対して、「ブレジャーの活性化」という項目もあった。殆どの人は、「ブレジャーってwhat?」と思うのでは…。これは、「ビジネス (business)」 + 「レジャー (leisure)」の造語で、ビジネスの出張に休暇を加えて、余暇目的のプライベートな観光や旅行をする

ことで、海外ではよく活用され、その概念も認知されているらしいが、日本では、「直ちに帰社して、復命書を出さなくては…」とか、「遊びに行ったと思われるのでは…」と懸念?もあり、余り周知されていない。

観光庁では、日本で開催される MICE の機会を最大限に活用し、滞在日数を増やし、消費単価の増加を目的に、この「ブレジャー促進」を図っている。観光業界と産業界の連携を進め、国内企業においては、社員の啓発の機会となり、国内旅行需要の喚起にもつながるとし、今後は労災や経理処理関係も含め取り組むとしている。

本年の白書を散見すると、「地方」という文字が頻出する。「観光による再びの地方創生」「地方への経済効果」「地方誘客」「地方ならではのコンテンツ・多様な魅力」…。京都や東京だけではない訪問先の多様化、訪日リピーターの増加にも対処すべく、今は、コロナ終息を待ちつつ、地道に地方の力を蓄え、観光立国としての復活に応える時であろう。

(谷 奈々)

---

# 21世紀 WAKAYAMA

Wakayama Institute for Social and Economic Development

VOL.96

発行 2020年12月11日  
編集発行者 一般財団法人 和歌山社会経済研究所  
〒640-8033 和歌山市本町2丁目1番地  
フォルテワジマ6階  
TEL 073-432-1444 (代)  
FAX 073-424-5350  
URL : <http://www.wsk.or.jp/>  
印刷 株式会社ウイング

---

無断転載・複写を禁ずる

裏表紙の写真は、当研究所 OB 萬羽昭夫氏撮影



ポルトヨーロッパ(和歌山市)



一般財団法人 和歌山社会経済研究所

〒640-8033 和歌山市本町2丁目1番地フォルテワジマ6階

TEL.073-432-1444 FAX.073-424-5350

2020年12月11日発行 和歌山社会経済研究所報 第96号

リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。