

創立60周年記念

座談会



吉田 将良さん
株式会社le monde
代表取締役

辻 史郎さん
株式会社辻利茶舗 代表取締役

濱村 美和さん
株式会社不動産中央情報センター
代表取締役社長

吉田 達哉さん
山十株式会社 代表取締役

川口 千恵子さん
株式会社熱産ヒート 代表取締役社長

～北九州の今と未来を語る～

北九州市も今年市制60周年。市内で活躍されている5人の経営者に、市の魅力や課題から目指すべき将来像などを語っていただきました。(文中敬称略)

高いポテンシャルを秘めた観光地 「人と人の距離が近い」まち

司会・辻 本日は北九州の現状と展望などについて皆さんに語っていただきたいと思います。最初は北九州市の魅力について。まず、私から観光について実体験をお話しします。お盆に店頭に立ったのですが、体感ではお客さんの半分ぐらいは海外の方でした。小倉城の周辺地域は自分たちが思っている以上に観光地になっているという事に気付かされました。平尾台の鍾乳洞に行った時には台湾からの観光客に出会い「ここまで来てもらえるのか」と、うれしくなりましたね。観光地と豊かな自然。それぞれの観光地のポテン

シャルは非常に高いなと感じています。

濱村 観光地にも5市合併の名残があると思います。旧5市は歴史も文化も違うので、北九州一円を周るとそれぞれのまちの表情が見られて楽しいですよ。

辻 旧5市は、まちの特徴だけでなく「人」の特性も違うのではないかと思います。「人」という観点で何か感じることはありませんか。

濱村 社長就任が決まった当初、北九州のことはまだあまり好きではありませんでした。好きになるきっかけは、企業の転勤族が集う「北九州単身赴任者の会」で出会った人たちが「こんなに面白いまちはない」と、楽しんでいる姿を目の当たりにしたことでした。また、仕事で全国各地を訪れるようになり、北九州を外側から見て「実は面白いまち」ということに気

付きました。北九州の「人」については、「人と人の距離が近い」「独自の世界観を持っている人が多い」「困っている人がいたらほっとけない気質」「何か始めようとした際の横の連携が強い」などの特徴を感じます。なにより、北九州のことが好きでたまらない人が多いですね。また、企業の方とお話ししていると「社会のため」「地域のため」「人がすべて」という言葉をよく耳にしますね。社会や地域のためという公益の精神は官営八幡製鐵所の存在が大きく影響し、以来、北九州に根付いているのではないかと思います。



つじ しろ
辻 史郎 さん

(株)辻利茶舗

代表取締役

飲食品小売業
(茶・茶道具・喫茶店)

10年後の目標 抹茶や日本茶が全世界で日常的に飲まれるようになること。各国に独自の文化があり容易ではないが努力したい。

会議所に期待すること 北九州には体験型コンテンツのアイデアを持つ企業が多数ある。セミナーや専門家の助言などを通して実現できる支援の仕組みを期待している。

「角打ち文化」が生む包容力 職住近接は大都市にない強み

辻 うちは大正12年に京都から北九州に移って来ました。あの当時の北九州には他の土地から来た人を受け入れる寛容性がすごくあったのだらうと思います。全国各地から人が集まって来ることで多様性があり、そこに公益性が加わり、まち全体が盛り上がっていった気がします。

吉田達 当社は建材商社なので、大企業のメーカーの通勤族の方との付き合いが多いのですが、通勤以前に持つ彼らの北九州に対するイメージは、正直良いとは言えません。ところが、住んでいるうちにイメージが反転して「北九州で家を買う」という人が一定数います。夫婦ともに北九州の人ではないにもかかわらず、家を購入するという選択は相当なことだと思います。北九州を好きになる理由として肌感覚で感じるのは、かつては人口100万人という大都市にも関わらず、立ち飲み屋では地元の話で盛り上がるというような5市合併前の地域独自の小さく密接な繋がりが残っていることも大きいのかなと思います。立ち飲み屋で地元の話で盛り上がるという感覚は福岡市クラスの都市には乏しく、北九州には他の土地から来た人も包み込む良い意味で「田舎」の人柄を感じます。

川口 北九州の人は結束力が強い。地元に限らず、全国各地で「北九州出身者の会」みたいな会が開かれています。「一緒に何かをやろう」と盛り上げている北九州出身の人が各地にいますよね。北九州の人は本当に「人がいいな」と思います。

濱村 一回お酒を飲んだら打ち解けますしね。

辻 先ほども言いましたが、北九州はさまざまな場所からさまざまな人が集まり、それが多様性を生み出しました。多様性といえば北九州には特徴がある企業が多いと思いますが。

川口 当社は北九州の企業が参加している「北九州ものづくり光継会」に属していますが、所属している多くの中小企業は踏ん張って特徴ある製品を作っていて経営の参考になっています。自社のベース部分はしっかり守りつつ、所有している技術を大企業に提案する企業も数多くあって刺激を受けています。

辻 特徴ある企業と言えば、吉田将良さんは女性専用の美容室を運営されていますが、女性専用サロンを始めようと思ったきっかけは何ですか。

吉田将 家の建築を手掛ける材木店しか利用できない「建築業者限定の材木店」の存在を知ったことがきっかけ

けで女性専用サロンを思いつきました。お客さんを限定することは最初は勇気がいりましたが、実際に運営してみるとうまくいっています。次の店舗も女性専用にしてもいいかと思っています。

辻 話題は変わりますが、次は北九州のアクセスについて。北九州は九州の玄関口でもありアクセスは非常にいいと感じていますがいかがでしょうか。



はまむら みわ
濱村 美和さん

株不動産中央
情報センター

代表取締役社長

不動産賃貸管理、売買、
高齢者事業

10年後の目標 世代や国籍問わず人にとって住まいと暮らしは大切。お客様に寄り添う伴走者としてお役立ちの場を拡げていきたい。

会議所に期待すること 中小企業が安定した経営ができる様、中小企業振興の更なるサポートと、国への提言の強化。飲食店を含めた事業承継支援等。

川口 不便は感じませんしアクセスはいいと思います。東京など大都市と比較すると便数的にはやや少ないかなとは思いますが、鉄道、バス、モノレールなど乗り物の種類は多く、まちでも田舎でもどこにでも行きやすい。

辻 北九州市民なので、できるだけ北九州空港を使うようにしていますが空港にはちょっと行きにくいですね。

川口 そうですね。空港へのアクセスがもう少し便利になるといいですね。

濱村 職住近接が強みですよ。大都市からの通勤族の方が言うには「歩いて職場に行ける」「満員電車に乗らなくていい」と「天国」だそうです。

若者流出は企業と学生に認識の乖離 地元企業の認知度向上が重要

辻 ここまで北九州の魅力について、観光・人・企業・アクセスの面などについて語っていただきましたが、課題についてはいかがでしょうか。

濱村 個人的には、今のまちの課題を次世代に先送りしてはいけない、という気持ちを強く持っています。特に財政の状況。学校などの公共施設やインフラの老朽化が進んでいきますが、今の財政状況でインフラを維持できるでしょうか。自然の流れで人口は減少していきます。まちのダウンサイズも念頭に、財政問題については踏み込んで考える時期ではないかと思います。

辻 同感ですね。北九州だけでなく日本全体として人口減少は避けられないので、人口増加については、どこかで線を引いて考える必要があると思います。そのうえで、北九州はコンパクトなまちづくりを目指す方向がいいのかなと思います。

吉田達 北九州の人口減少について調べると、減少には大きなピークがふたつあることがわかりました。最初のピークは20代前半。50%が福岡市に、25%が東京に流出しています。次のピークは20代後半でした。共に理由は「大学卒業後の就職先がない」。次に「北九州は結婚後に共働きする場所が少ない」となっています。これは大学生側と求人悩んでいる企業側の認識が乖離していることを表していますね。

川口 企業としても頑張っているつもりですが、なかなか結果につながっていません。何が足りないのかということを地域でもう少し考えるべきなのかなと思います。「北九州には就職先がない」という学生のイメージを変えたいですね。

吉田達 従業員採用のために、先日、市内の高校を20校ほど訪問しましたが、生徒たちは具体的な就職先のイメージを持っておらず、漠然とした先入観や口コミで就職先を選んでしまっているという印象を持ちました。

この場面においても企業側と生徒側の思いがマッチしていないのではないかと感じました。

濱村 就職については、学校の先生や親の就職観が大きく影響していると感じています。北九州には、素晴らしい技術やサービスのある企業が多くあることが先生や親に知られていない。まずはそのことを知ってもらうことが大切ですね。



よしだ まさよし
吉田 将良 さん

(株)le monde
代表取締役 / 代表取締役
美容業 日 産 白
(ヘアカット、カラー、パーマ)

10年後の目標 現在は2店舗経営だが10店舗に増やしたい。従業員も100名雇用できるような企業にしたい。

会議所に期待すること 従業員が独立する際、商工会議所が創業の支援をしてくれることを知らなかった。会議所の事業内容をもっと広く周知してもらいたい。

川口 企業のごことは親から聞くという学生は多いですからね。異業種交流会で企業のごことを知ってもらうための会合を開催すると「こんな企業があったのですね」と驚く先生や親は多いです。親世代への企業認知度アップは重要な課題だと思います。

濱村 「北九州は福岡市ほど派手ではないけど、地元思いで『人財』を大事にし、堅実に長く経営している企業が多い」という話を銀行の方から聞きました。私もそう思います。「北九州は人を大事にするまち」だということをごを学生や親、先生にも知っていただきたいですね。

川口 「北九州は人を大事にするまち」ということをイ

メージ戦略として打ち出すのはいいですね。面白い人が多くいて他者を受け入れる土壌もある。設備などハード面をまちの強みとする所はあっても、「人」をまちの強みとしている所はそんなにはないと思いますし。

SNS使い店舗のブランド力をアップ 人口減少社会の日本のモデル都市に

辻 人口減少問題を考える時、「北九州に来てもらう」というのは重要なキーワードだと思います。

濱村 「このまちにいる、あの人との出会いがあったから」というのは大切だと思います。

辻 吉田将さんは大分・宇佐の出身ですが、県外出身の視点で北九州を見た場合、何か思うところはありますか。

吉田将 みなさんと違って美容業界の求人は美容学校にしか行きません。それでも、学生の就職希望先は半分が東京・関西で残りの4分の1は博多。どれだけ多くの若い人を北九州に残せるかという課題は他の業界と同じ。自分の店舗は小倉南区にあり、小倉北区に住んでいる人がわざわざ小倉南区に就職するというのは難しく求人のハードルは高いです。対応策として考えていることは店のブランド力をいかにして高めるかということ。InstagramやTikTokなどSNSを使って、まずは一般の方に店を知ってもらうことに注力しています。

辻 吉田将さんは子育て世代ですが、福祉関係の環境についての面ではどう感じていますか。

吉田将 病院は多くて安心です。待機児童問題についても、親が「ここに入れたい」とこだわりがなければ問題はなく、子育ては非常にしやすいまちだと思います。

辻 課題は他にありませんか。

濱村 先ほど財政の話をしてきましたが、コストダウンだけでは成長しないので、喫緊の課題として「稼ぐまち」になるために具体的に何をなすかが必要だと思います。また、高齢者や単身世帯がより増えていくなか、社会的孤立や孤独を防ぐためのまちのセーフティーネットも大

切です。シニアだけでなく、最近では孤独死が様々な世代に広がっていることも重要な課題だと感じています。



かわぐち ちえこ
川口 千恵子 さん

熱産ヒート(株)
代表取締役社長
一般産業用機械・装置製造業
(工業用加熱炉、
高周波加熱製品など)

10年後の目標 「熱産ヒートが世界をクールに」。名前は熱いが世界をクール(省エネ、かっこいい)にできる会社を目指している。
会議所に期待すること 商工会議所は全国各地にある大きな組織。多くの施策があり当社も活用させてもらっている。国に全国の中小企業の声を届けてほしい。

辻 北九州市は政令指定都市の中で最も人口減少や高齢化が進んでいると言われて久しいですが、セーフティネットづくりなど日本全国に先駆けて対応策をつくるモデル都市になりうるという側面もあると思います。ただ、それを行政、企業、市民が連携してやっていると口で言うのは簡単ですが、実行するとなると難しいですが。

若者は一度「外の世界」を経験すべき 大学にマーケティング学部創設を

辻 続いては若者の市外流出について。若者が集まるまちにするという事と密接していますが、みなさんはどういったご意見をお持ちでしょうか。実は私は若者は出て行った方がいいと思っています。

濱村 私も出た方がいいと思います。

辻 北九州しか知らないと後に北九州で活躍するというビジョンは見えにくいと思います。UターンやIターンなども含めていろんな人たちが集まってくるまちに仕上げていくということが大切かなと思います。やはり、外の世界を一度でもいいので経験してほしいです。私自身は大学卒業後、証券・金融関係の企業に12年勤めて全国各地に13回転勤しました。北九州しか知らなかったら、考え方が凝り固まっていたと思います。いろいろなまちの姿を見ることで北九州の良さや課題が見えてくる。若者は一定数市外に出て経験を積み戻ってきてもらうのがいいと思います。

川口 採用についてはその考え方を持っています。一度、北九州市外で働いて戻ってきた人を狙っています。外の世界を見た上で北九州を選ぶという選択肢は非常にいいと思います。

吉田達 中小企業がこれだけ多いので、市内の大学には是非マーケティング学部をつくって欲しいと思っています。マーケティングを通じて地元の企業と連携しノウハウを構築したうえで一度、市外に出て経験を積む。マーケティングの知識と経験を積むことで、将来的に帰郷した際に、北九州独自の風土に対して培ってきた強みを生かせるのではないのでしょうか。

川口 マーケティングができる学生は就職でも採用されやすいと思いますね。

辻 ところで吉田将さんは、就職先としてなぜ北九州を選んだのですか。

吉田将 宇佐市の四日市というところでアルバイトをしていましたが、アルバイト先の社長が北九州で働いていた縁で北九州に就職しました。「住みやすいまちだよ」と聞いていましたが、来てみると地元にいるような感覚がありました。先ほどから何度も話が出ていますが、私も温かい人が多いなと感じています。初めて来た北九州で美容室までの道を尋ねたのですが、店まで案内してもらえました。就職先は3カ所候補がありましたが、この道案内の件があり、すぐに決めました。

辻 最後のテーマです。若者に選ばれるまちになるた

めには何が必要だと思いますか。

濱村 今、若い世代の経済格差が広がっていると聞きます。奨学金で大学に通う人が増え、社会に出ると同時に借金を背負っている。若い人たちにスキルを提供してもらい代わりに経済的支援をするなどの仕組みや機会を考えていくことも必要ではないでしょうか。

川口 学費の支援をしてあげた方がいい世帯もありますよね。経済的な問題で進路の選択が狭くなる人たちもいるので、何かしらの支援があればと思います。

受け継がれる多様性とイノベーションの歴史 少数精鋭のコンパクトシティへ

辻 ちょっと言いにくい話ですが、人口増加は福岡市にお任せして北九州は独自の路線を歩むのがいいのではないのでしょうか。魅力の部分ブラッシュアップしていけば必ず「強いまち」になると思います。北九州は人口減少を暗い話としてとらえるのではなく、少数精鋭でコンパクトなまちにしていくのもひとつの案なのではないのかなと思います。

濱村 魅力と言うと、「角打ち特区」とかいいですよ。

吉田達 人口減少の話をする、西には福岡市があるので西から人を集めるというのは難しいと思います。問題は山口・大分の人が小倉を通り過ぎて博多に向かっていること。ここは何とかしないとイケないですよ。高齢化率が政令指定都市で一番ということは、逆に考えるとブランド力があるということ。高齢者にスポットをあててコンパクトシティのモデルをつくるのもひとつの手だと思います。北欧の国々のように高齢者がいかに豊かな人生を送れる環境を作れるか。北九州には様々な「暮らしを豊かにする」資源があるので、人口が縮小する大都市のモデルを中長期的に目指していくべきだと思います。

辻 少し話は変わりますが、観光の面で言うと北九州が人気や知名度で福岡や長崎を覆すことは容易ではないと思います。だからこそ、観光として若者が集まりや

すいコンテンツを取り入れていくのも面白いのではないかと思います。大きなコンベンションセンターもありますし、例えばeスポーツを絡めたり、ストリートカーを開催したりするのも手だと思います。旧来のものに頼るだけでなく、「インパクトがあり、わかりやすく面白いコンテンツ」を創造することが必要だと思います。



よしだ たつや
吉田 達哉さん

山十(株)
代表取締役
総合建材卸売業
(板硝子、サッシ、住宅設備、セメント、その他)

10年後の目標 九州No.1の総合建材商社になる。環境・健康・防災等における高付加価値商材を使いリフォーム市場を活性化させたい。
会議所に期待すること 健康寿命・防災など、小さなテーマごとに会員が集まる「箱」を作ってほしい。多くのビジョンが集まりそこで新しい商流が生まれると思う。

川口 確かに「わくわくする空間」というのは少ないですよ。

辻 リチャード・フロリダというアメリカの都市社会学者によると、成長していく都市と没落していく都市の違いは「イノベーション」の有無にあるそうです。イノベーションを生むために必要なものが「多様性」。まさに北九州は明治・大正時代にさまざまな場所からさまざまな人が集まったという多様性があり、イノベーションを起こしてきた歴史を持っています。今後もこの多様性とイノベーションで発展する「ネクスト北九州」に向かえばと期待しています。本日はありがとうございました。