

共催イベント「地域発イノベーション・カフェ ～常識への挑戦～」の概要について

当センターでは、東北大学大学院経済学研究科地域イノベーション研究センターと共同で2011年度より「地域発イノベーション調査研究プロジェクト」を結成し、東北地域のイノベーターの軌跡と成功のポイントを調査してきた。

4年目を迎える本年は、これまでの「常識」や成功体験に縛られず、これらに果敢に挑戦し打ち破ったイノベーターの11事例について分析・整理した。

先般、その成果報告の場として「地域発イノベーション・カフェ」を東北大学と共催し、「常識への挑戦」をテーマにパネルディスカッションを実施した。当日は、当初予定した人数を上回る約100名の参加者が来場したほか、紹介された企業の商品の展示、実演などがあり活発なイベントとなった。本稿ではその概要について紹介する。

【開催概要】

1. 日時：平成27年2月27日（金） 18:00～21:00
2. 会場：東北大学片平キャンパス エクステンション教育研究棟
3. プログラム
 - ① 開会挨拶 東北大学大学院経済学研究科 教授 福嶋 路氏
 - ② パネルディスカッション テーマ「常識への挑戦」
パネラー
 農業生産法人 株式会社GRA 営業統括・財務統括 塔本 幸治氏
 株式会社悠心 代表取締役社長 二瀬 克規氏
 会津富士加工株式会社 代表取締役社長 松永 茂氏
 株式会社グレースハープ・インターナショナル 代表取締役CEO 二瓶 佳子氏
 株式会社ワイヤードビーズ 代表取締役社長 三輪 寛氏
 ハバタク株式会社 代表取締役 丑田 俊輔氏
 司会
 東北大学大学院経済学研究科 地域イノベーション研究センター 特任准教授 竹井 智宏氏
 - ③ 閉会挨拶
東北大学大学院経済学研究科教授 地域イノベーション研究センター長 藤本 雅彦氏
4. 主催：東北大学大学院経済学研究科 地域イノベーション研究センター
公益財団法人 東北活性化研究センター



【開会挨拶】 東北大学大学院経済学研究科 教授 福嶋 路氏



本プロジェクトはイノベーション不毛の地といわれる東北に、実際にはイノベーターがいるのではないかという仮説に基づきスタートした。本年度で4年目となる。目的はイノベーターを発掘して、広く皆さんに紹介することである。本年は「常識への挑戦」というテーマで研究を進めた。アルバート・アインシュタインの言葉に、「常識は18歳までに集めた偏見のコレクション」というのがあるが、時として常識は人間が新しいものを生み出すことを阻害する要因となることがある。本日は、この常識に挑戦した6人の方々において頂いている。それぞれが常識に挑戦するプロセスにおいて、どのように考え、何を悩み、どのように乗り越えたのか、直接生の声を聞けるよい機会だと考えている。

本日は貴重な体験を皆さんに語っていただき、参加者の皆さんが常識に挑戦し、イノベーションを起こすための知見を得られればと思う。

【パネルディスカッション】

パネラーの事業の内容、自己紹介ののち、ディスカッションを行った。様々な発言があった中から、事業を展開する中で、常識の壁や、従業員や関係者との軋轢などの困難な状況をどのように突破したかについて、各パネラーの発言の一部を紹介する。(文中敬称略)



二瀬：改善は多くの人に理解してもらえが、革新は反対者が多くほとんど理解してもらえない。それは周りから非常識だと思われるからである。

普通の人には常識をなかなか破ることはできないが、実は破る方法がある。それはまず「実際にものを作って見せる」これが自分のエネルギーが小さくて済み、最大の効果を得る方法だ。モデルを作ってみせる、そうすれば理解者が増える。ある程度、外観・形を作って説明すれば、理解者が増え、夢・希望を持たせることができると考えている。そこから作りこんでいくことが大事である。



三輪：私どもの会社は実はITの企業である。実際は1個5000円もするグラスを売っているが、どういう考えでやっているかという、自分が欲しいものには必ずマーケットはあると思ってやってきた。これが売れるか売れないかをディスカッションし、自分が欲しいかどうか、いくらだったら買うかがマーケティングのスタートである。銀行には「何を言っているの」と言われたこともあったが、5年間試行錯誤してきた成果が最近ファンや、マーケットにも理解されるようになってきたと思う。形で見せることで解ってもらえるようになってきた。一方、このようなプロセスを通して、一人ひとりを説得し、努力を続け、会社の背骨を作るような取り組みがなければ、事業継続は難しいと考えるようになった。



松永：従業員のアンケートを実施し、農業がやりたいという声が多数あったのでスタートした。しかし、実際の事業展開では、ほとんどの従業員に迷惑をかけた。従業員はある程度で満足するが、社長の私だけが満足しないので、白い目で見られた。例を挙げれば、野菜が出来上がってくると、味や見た目について従業員はある程度で満足するようになる。私だけが他のどれよりもおいしいレタス

を追求し従業員に負荷をかけた。品質を追求することで、何百、何千というレタスも捨てた。常識に挑戦することで、多くの人に迷惑をかけるということが分かった。常識の範囲内で動けば良かったかなと思うこともあるが、挑戦したことで、いろいろな方面で注目を集め、水耕栽培の認知度が高まったと思う。



二瓶：自分ではチャンスとしか思えないことも、無謀だとか、すごいリスクだと言われることがあった。パキスタンで1500台のハーブを長期独占契約で購入したときは、自分では70パーセント以上可能性があれば実行と考えていた。何も決めないでは帰りたいという気持ちだった。パキスタンは貿易に関する銀行間の取引もなく、ここは命をかけて、独占販売権をとるために前払いで現金でいくしかないと思い決断した。

契約するときは、取引相手に私を通して日本を見てもらいたいと思い、「私」ではなく、「私の国」という言葉を使って日本の市場の可能性について語った。

日本に帰って、社員にハーブ事業に転換することを話したら2名しか従業員が残らなかった。私自身も「何で？」と思ったが、従業員も「何で？」と思ったのではないかと思う。



丑田：最初に東京から、秋田の五城目町に拠点を移すと話したときは、従業員に驚かれたが、最終的には送り出してもらった。これまでも創業1年目にベトナムに子会社を作るなど、突然の決断をすることは多かったが、創業メンバーと相談したり、出会った方々に助けられたりして、これまで事業を継続することができた。ニーズがある切り口から少しずつ事業を拡大してという方法で、「夢みがちな部分」と「現実の経営」の折り合いをつけてきたと思う。そのプロセスの中で私自身の学びがあり、また新たな問題意識を見つけていくという繰り返しである。



塔本：私はトップの立場ではないのだが、社長が予期せぬ動きをするので苦労する。積み上げてきた積み木を「ガシャッ」と崩されるような感じである。社長が週に2日～3日くらい農場に来るが、その日は仕事にならない。二瀬さんもおっしゃっていたが、上に上がらないと見えないというのは事実で、社長が見ている世界は、われわれが見ている世界と違っている。見えない人間があれこれ言っても仕方がないので、最後はその人間を信じるかどうかだと思う。代表の岩佐を心身ともにフリーにすることが私の仕事と思っている。社長が当たり前のことを言い出したら、新しいものは生まれなし、フレッシュさは生まれない。それを作っているのが社長だと考えている。



竹井：パネラーの方々から金言がこれでもかというほど出たディスカッションであった。私から最後に2つ申し上げたい、ひとつは「鎖につながれた象」という話である。象を子供のときに杭につないでおくと大人になって力が強くなっても杭を抜こうとしないという話だ。実際動いてみると、杭が案外簡単に抜けてしまうということもあると思う。もうひとつは「東北気質」というのを打ち破りたいと考えている。東北人は一般的には目立たない、争いを好まない、おとなしいというイメージがあると思うが、過去に遡れば、この地は伊達政宗のように「伊達者」といわれて、派手な格好でアグレッシブに天下を狙うような人物

が存在した場所だ。東北地方を大胆にチャレンジする人間がいっぱいいるところに変えていきたいと思っている。会場の皆さんとその一歩が踏み出せばと思う。

【閉会挨拶】 東北大学 地域イノベーション研究センター長 藤本 雅彦氏



今日6人のパネラーのお話を聞いて、共通していることは傍からは非常識に見えることでも、この6人の皆さんにとっては、非常識なことをやっているというお気持ちがないということだと分かった。何が最終的に成果を出す鍵かということ、愚直に人を説得し続けているということだと思う。そういう意味では、当たり前のことを非常識に続けることが大切であるということが今日の気づきである。参加者みなさんの中から一人でも多く常識に挑戦する方が現れることを期待している。

【アンケートより】

本イベントの参加者から以下のような意見が寄せられ、大変好評であったことが伺えた。

- ・自分の中に確信がある方々と感じた。この確信はどこから生まれるのか、成功し続ける人とそうでない人との違いは何か気になった。
- ・東北地方におけるイノベーターの方々の想いに触れることができ大変貴重な機会だった。
- ・「常識への挑戦」≠「常識破り」ではあるが、決して「非常識」ではない。まさに「経験は力」であり取り組んだ人にしか話せないことがあると感じた。
- ・皆さんのもっている言葉の力に感心した。

以上

なお今回研究対象とした事例の概要を以下に示します。

本調査研究において、当センターが調査した内容(網掛けの3社)については、ホームページ (<http://kasseiken.jp/>)にてご覧いただけます。

企業・団体名	タイトル
農業生産法人 株式会社 GRA (宮城県山元町)	イチゴで儲けないイチゴ農家が産業を変える
株式会社 アップルファクトリージャパン (青森県平川市)	おいしいリンゴを、いつでも手軽に、新鮮に
NPO 法人 東北開墾 (岩手県花巻市)	情報誌・SNSを活用して1次生産者と消費者の関係を再編
株式会社 悠心(新潟県三条市)	「空気に触れない容器」で「新鮮な醤油」という新たな価値を確立
佐渡精密 株式会社(新潟県佐渡市)	離島からのイノベーション
株式会社 TESS (宮城県仙台市)	常識を覆す画期的な「足こぎ車いす」を事業化
会津富士加工 株式会社(福島県会津若松市)	もと半導体工場が世界初の腎臓病患者向けレタスを量産
スパイバー 株式会社(山形県鶴岡市)	あしたの夢の繊維 クモの糸実用化への挑戦
株式会社 ワイヤードビーンズ(宮城県仙台市)	IT 技術者集団が日本の伝統工芸の再生に挑戦
株式会社 グレースハープ・インターナショナル(宮城県仙台市)	楽器産業に革命・憧れのハープを楽しむ環境を創造
ハバタク 株式会社 (秋田県五城目町)	ドチャベンで地域を活性化