

静岡出身で東京からの「Ｉターン者」である私は、東北が好きである。正確に言えば「東北の人たち」が好きである。東北の人は全国で一番信頼、信用できると感じている。

私がリクルートの東京勤務時代、ある雨の日の朝だった。ＪＲ新橋駅の階段を急いで降りていた時、足を滑らせて頭から階段を滑り落ち、かばんに入っていた書類が辺り一面に散らばってしまったことがある。驚くなかれ、周りの人たちは表情も変えずに、私と書類をきれいに避けて、足早に歩き去っていったのである。私は急いで書類をかばんに拾い集めて、



東北の活性化

「ソフト化・サービス化、ブランド化など、付加価値を付けて提供することが大きな課題である。また、マーケティングに基づいて売れるもの（商品・サービス）をつくり、いいものを「いい」と積極的にPRして、提供していないことが多い。結果、地域に付加価値の高い産業（仕事）が育たない。そして地元的魅力的な仕事が少ないため、多くの若者は首都圏など都市部に流出し、フリーターになつて成長機会を失っている。

「プロジェクト地域活性」

代表取締役社長

望月 孝

(仙台市)

何事もなかったかのようにその場を立ち去ったが、手足の痛み以上に、何とも表現し難い寂しさを感じた。

11年前に東京から東北支社（仙台）に転勤した時のこと。歓迎会でいい具合に酔っ払った私は、お店の外で一人熟睡していた。驚くなかれ、通りすがりの何人もの人が「大丈夫ですか、お水を持ってきたましようか」と声を掛けてくれたのだ。まさに、カルチャーショックである。

東北経済産業局「東北経済のポイント」によると、東北地域の全国に占める割合で人口は7.4%、人口と比較して2倍以上なのは、発電電力量（19%）、総面積（18%）、第1次産業域内総生産（16%）であり、第2次産業および第3次産業の域内総生産は、おのおの6%強にすぎない。また東北が強いといわれる観光資源では、東北経済連合会「東北の主要指標」によると、人口比2倍以上なのは、スキー場（23%）、温泉地（22%）、民俗文化財（18%）である。

結論から言えば、東北地域では、第1次産業（農林水産業）資源、また自然や地域に色濃く残る文化（食・暮らし・歴史・言葉など）を含めた観光資源に、加

価値高める「人財」必要

ることを提言したい。人財価値とは、「人財そのもの持つ価値」と「人財が付加し、提供する価値」の二つの意であり、前者は価値の提供能力（可能性）、後者は価値の提供（結果）のことをいう。

弊社は、東北地域で農商工連携（農林水産業、商業・観光などサービス業、工業の連携）を中心に6次産業化（1次×2次×3次産業）を実現し、東北地域に付加価値の高い産業（仕事）をつくる人財の育成・確保（Uターン・定着）に重点を置いて、東北地域の活性化をお手伝いしている。

弊社が参加している東北農商工連携プロジェクト「育成コンソーシアム」では平成20、22年度経済産業省の事業採択を受け、農商工連携の中核となる経営人財を育成する「農商工連携プロジェクト「育成塾」を実施している。また、平成20、22年度農林水産省の事業採択を受け、「東北のムラで働き隊プロジェクト」を実施して、首都圏や仙台圏などの都市部から農山漁村に研修生を半年間派遣して、将来地域の6次産業化を担う人財として育成・確保するお手伝いをしていく。志を持つ皆さんのご参加を期待したい。