

FINANCIAL FORUM

Special Interview

——独立研究者 山口周氏

AIの示す「正解」に 意味はあるのか？

Economic Report ステ이블コインとは何か

経営×アートの交差点 京都の喫茶店文化の可能性を探りたい

Business Report 迫る“南海トラフ地震”。今こそ「止まらない会社」づくりを！

Trend Focus 自動運転時代の到来で発揮される、「空間ID」の潜在能力

社会課題への挑戦 「外国人労働者」の受け入れ。真の共生へのポイントは？

「地域創生」実現へ 7万6000人で目指す
前例なき“循環型”まちづくり



「美術研究支援制度」第25回購入作品のご紹介

京都銀行の「美術研究支援制度」は、京都市立芸術大学の学生が制作した作品を継続的に購入することにより、優れた芸術の創造・振興に寄与することを目的として、2001年の京都銀行創立60周年を機に創設されたものです。第25回では、日本画2点、油画2点、版画2点、染織1点、漆工1点を購入いたしました。その中から、版画2点をご紹介します。

Overlap over and over again



版画／112.7×87cm／素材：木版画 ホワイトワトソン紙

南部 夢人(ナンプ ユメト)

彫刻刀を用いて、身体性を駆使しながら木を破壊するように彫る行為を繰り返した。彫刻刀を動かしていくうちに木に深い溝が出来てそこに彫刻刀がぶつかり、予想してなかった新しい形が生まれた。

⇔ Trace (⇔トレース)



版画／78cm×108cm／素材：シルクスクリーン(油性インク、キャンバス)

森吉 由衣(モリヨシ ユイ)

手のひらの小さなスクリーンに依存し、指先の圧で世界は絶え間なく切り替わる。だがその無機質さとは裏腹に、皮脂の痕跡は身体を際立たせる。アナログとデジタルを往復する感覚を、シルクスクリーンと身体のエラーとともに制作している。

02 ■ Special Interview

インスタントに“答え”がわかる時代に、企業が向き合うべき課題とは

AIの示す「正解」に意味はあるのか？

——独立研究者 山口 周氏

07 ■ Economic Report 06

ステーブルコインとは何か

——神戸大学経済経営研究所リサーチフェロー・元日本銀行金融研究所長 高橋 亘氏

11 ■ 経営×アートの交差点

京都の喫茶店文化の可能性を探りたい

——有限会社 前田珈琲

14 ■ Business Report

迫る“南海トラフ地震”。今こそ「止まらない会社」づくりを！

16 ■ Trend Focus 06

自動運転時代の到来で発揮される、「空間ID」の潜在能力

——青山学院大学地域社会共生学部 教授 古橋大地氏

19 ■ 社会課題への挑戦 05

「外国人労働者」の受け入れ。真の共生へのポイントは？

——関西国際大学 客員教授 毛受敏浩氏

22 ■ 「地域創生」実現へ Series06

7万6000人で目指す 前例なき“循環型”まちづくり

——愛知県蒲郡市 企画部 企画政策課 サークュラーシティ推進室 室長 杉浦太律氏、主査 久米裕美氏

25 ■ 伝統を訪ねる [32]

額田のダシ行事（福知山市夜久野町）

26 ■ 吉海直人の百人一首への誘い その三十二

「立ち別れ因幡の山の峰におふる 松とし聞かば今帰りこむ」中納言行平

28 ■ ヘルシーライフ Vol.6

毎日3分間の健康法、“在宅ストレッチ”

——北里大学医療衛生学部 教授 高平尚伸氏

表紙の写真

宮津燈籠流し
花火大会



写真提供：京都府観光連盟

読者アンケートを
行っております。

より良い
誌面づくりのため
ご意見をください！
アンケートはこちら▶



山口 周 氏

独立研究者



インスタントに「答え」がわかる時代に、企業が向き合うべき課題とは

AIの示す「正解」に意味はあるのか？

AIの普及で「正解を出す能力」が急速にコモディティ化する中、企業はどう差別化すべきか。独立研究者の山口周氏に、これからの経営の鍵となる視点をうかがった。

Profile

(やまぐち・しゅう) 電通、ボストン コンサルティング グループなどを経て、現在は独立研究者、著作家として活動。専門は哲学、文学、美術史、組織開発、リーダーシップ論。最新刊に「コンテキスト・リーダーシップ 「最高の上司」と「最悪の上司」は文脈で決まる」(光文社新書)。

——多くの日本企業が「論理的に正しい」経営を行い、生産性を高めようと努力を重ねています。しかし、山口さんは今後「正解を出す能力」の価値が低減するとおっしゃっています。その意図について教えてください。

山口 経済学の基本的な考え方では、価値は希少性で決まります。最適解を導く力は素晴らしいものですが、誰もが正解を出せる世の中になれば希少性は薄まり、相対的に価値は下がっていく。希少性とは、能力という内在的なもので決まるわけではなく、世の中における需要と供給の関係で決まるからです。

——需要と供給ですか。

山口 まずは需要から考えてみましょう。日本でビジネスが本格的に立ち上がったのは明治以降ですが、この150年間、企業は何をしてきたのか。その時代において技術的、かつ経済的合理性の中で解決可能な「もつとも大きな」問題から、順に解いてきたのです。当然、時間がたつほど残された問題は小さくなっていきます。あるいは、解決不可能なものばかりが残ること

になります。

たとえば昭和30年代の冬の京都では、外に洗濯板とたらいを持ち出して洗濯をしていました。寒い中での本当につらい労働だったはずです。食べ物は保存できず、風呂はまきで沸かす。日常生活の身近なところに、不便が山ほどあったわけです。それを解決してきたのが、松下幸之助に代表される偉大な経営者たちでした。

しかし現在はどうか。NHK放送文化研究所の「日本人の意識」調査で、2018年に「着るものや食べもの、住まいなど、物質的に豊かな生活を送っている」と「そう思う」と答えた人が、8割を超えています。つまり、問題そのものが減っている。すると当然、それに「正解」を出すことの価値も下がっていきます。

——一方、それを満たす供給の側では、どのような変化が起こっているのでしょうか。

山口 ここ30年で、コンピュータという「正解を出す機械」の価格が劇的に下がりました。コンピュータが一般的でなかった時代、正しさを導き出せる力は極め

て属人的なもので、ごく少数の人や企業しか持ち得ないものでした。私が電通にいた当時、大規模な定量調査には1人当たり2万〜3万円、サンプルが3000件なら6000万〜9000万円が必要でした。それが現在は10分の1ほどで実施できる。かつてはサンプルの統計や分析に大型のコンピュータが必要でしたが、いまや手元のパソコンで処理できる時代です。かつてエリートに独占されていた「正解を出す能力」が、ここで民主化されたわけです。

需要は減り、供給は増えている。その究極の機械が、人工知能(AI)です。ネット上のあらゆる情報を学習し、さまざまな質問に手元のスマホで答えてくれる。まさに、誰もがこの能力を手にしたといえるのではないのでしょうか。

便利の供給過多が不便を引き起こす

——山口さんは、「役に立つ」から「意味がある」へのシフトが重要だともおっしゃっています。それはどういうことでしょうか。

山口 かつては、安全・快適・便

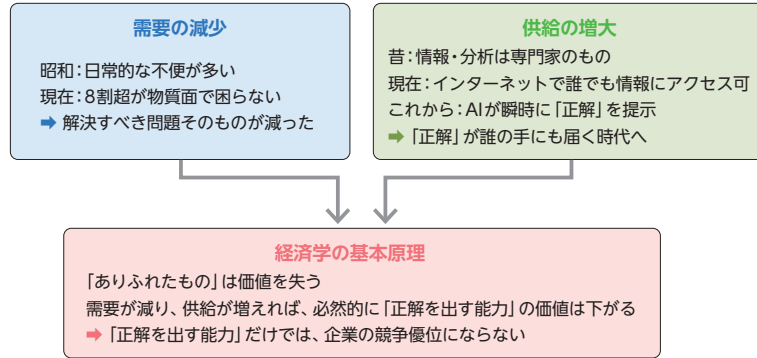
利という、生きていく上での基盤的な欲求が満たされていませんでした。だから、それらを満たす製品やサービスを開発していけばよかったのです。しかし現代では、そうした欲求はほぼ充足されている。それでも企業は「役に立つ」を追求し続けた結果、「役に立たないもの」までつくっているのです。

——たとえば、こういったものでしょうか。

山口 エアコンには余計な機能が付きすぎていると思いませんか。私の家のエアコンは、電源を切ってもカビ防止のため大きな音を立てて動き続けるので、なかなか寝つけません。肝心の冷氣も人感センサーによるものなのか、かえって涼しくなるのが遅い、なんてこともあります。

マーケティング用語に「Willingness to pay」というものがあります。消費者が商品やサービスに対して「ここまでなら支払ってもいい」と許容できる金銭的価値の上限のことです。いまは、これがもう上がらなくなっている。それなのに、企業は機能を増やすためにコストをかけ続けているのですから、利益

図表1▶「正解を出す能力」の価値低下メカニズム



が出るはずがありません。「役に立つ」は、すでに飽和状態なのです。もちろん領域によっては、まだ「役に立つ」価値が残っている分野もあります。しかし全体として、ビジネスに関わる人たちに問いた

いのは、「これ以上便利にすることが、本当に望まれているのか」ということです。

——「役に立つ」が飽和状態にあるからこそ、これからは「意味がある」「価値が重要になるということ」でしょうか。

山口 はい。「意味がある」とはどういうことか。自動車を例に考えてみましょう。日本の軽自動車

は壊れにくくて便利で、非常に使い勝手がいい。価格は100万円から300万円ほどです。その

一方で、メルセデス・ベンツやBMWといった高級車もある。安いクラスで500万円ほど、通常は

1000万円前後、上位クラスとなれば2000万円を超え、ベン

テージとなれば数億円で取引されるものもあります。

マーケティング的な使用価値で考えたとき、高級車やベンテージカーの価値が軽自動車の数倍、10倍以上あるかというと、正直ない

と思います。ある意味、軽自動車は「役に立つ」の最高峰です。私の妻も、一度軽自動車に乗ってから

は元に戻れないと言っています。

そんな「役に立つ」軽自動車よりも、高級車やベンテージカーに何倍もの値がつくのはなぜなのか。それは「意味的な価値」があるからにほかなりません。

——顧客がその商品に支払う対価の中には、機能性とは別の、その人にとつての意味的な価値が含まれている、ということですね。

山口 「役に立つ」を縦軸に、「意味がある」を横軸に取ったとき、ベン

テージカーは意味しかない部類に入ります。それが数千万円、数億円で

売られている。カメラでいえば、ライカがそれに該当します。オート

便利で高効率で機械として洗練されているものが、マーケティングで一番安く、利益も出ていない。一方、不便で使い勝手も悪いが昔からあり続けているものが、高値で取引されている。そこにあるのが、「意味がある」かどうかという、新しい価値基準なのです。

人間の心に響く「価値創造」が要

山口 もう一つ重要なのが、「役に立つ」は一つあればいいということ

です。——多様な選択肢があったほうが良さそうに思えますが、一つで足りるのでしょうか。

山口 机の引き出しにハサミは2本要りませんし、冷蔵庫や洗濯機も普通は1台あれば十分です。その究極が検索エンジン。検索市場ではGoogleが圧倒的シェアを持っています。Yahoo! JAPANも、検索サービスの主要部分にGoogleの

正しいよりも、「愛される理由」を深掘りせよ



検索技術を採用しています。だからこそ、必然的にレッドオーシャン化していくのです。

ところが「意味がある」は、いろいろなものが並立できる可能性があります。ハイエンドのスポーツカー市場は、かつてフェラーリやポルシェだけだったところに、アストンマーティンやベントレー、ブガッティが加わってきました。「役に立つ」は上位寡占が進む一方で、「意味がある」は分散していくのです。勝者総取りが進むマーケットと、フラグメンテーションが進むマーケットの二極化が、いま起きていることだといえるでしょう。

——確かに、「役に立つ」市場においては、グローバル市場における上位数社がコスト競争力を背景に市場を押さえています。

山口 かつて巨大コングロマリットとして栄えたGE(ゼネラル・エレクトリック)も、日本企業がさらに高効率・高性能な家電を低コストでつくるようになった結果、BtoC市場からBtoBの領域へ移っていきました。そして現在、中国やアジアの企業が日本企業と同程度に「役に立つ」製品を、より安く市場に投入してきている。日本企業は、「役に立つ」の戦場に居場所を失いつつあるのです。

——企業が実際に「役に立つ」から「意味がある」へシフトしていった成功例には、どのようなものがあるのでしょうか。

山口 腕時計がわかりやすい例です。1960年ごろまで、機械式腕時計の市場はスイスがほぼ牛耳っており、約600社が存在したといわれます。ところが、日本がクォーツという安価で高性能な腕時計を開発したことで市場は崩壊し、多くのスイス時計メーカーが淘汰された。

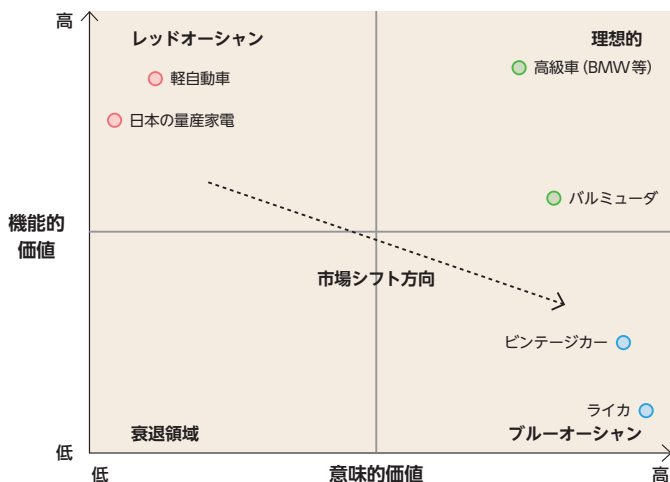
その中で「意味がある」方向へかじを切った会社があります。たとえばロレックスは、ヨットレースなどをスポンサードすることで「冒険心を失わない、スポーティーな大人の時計」というイメージを構築しました。オメガはNASAと組み、「月で最初に着けられたタフな腕時計」というブランドをつくった。そうした意味的なフリル

をまとわせることで、彼らはむしろ価格を上げていったのです。

——日本企業にも、「意味がある」へのシフトで成功したところがありますか。

山口 家電ならバルミューダでしょう。「世界一おいしいトーストが焼ける」という価値を掲げ、3万円弱で売り出した。当時、安いトースターは数千円で買えたから、市場標準の10倍以上の価格です。それでも、買えない金額ではないというアフォーダブルなレンジに

図表2▶「役に立つ」vs.「意味がある」価値マトリクス



※左上：機能競争で飽和／右下：意味的価値で差別化→利益増大

図表3▶「意味」で選ばれた企業の例

	海外	国内(日本)
1	ロレックス 腕時計・スイス	クォーツ革命で機械式時計業界が苦境に陥る中、ヨットレース等の協賛で「冒険心を失わないスポーティーな大人の時計」というイメージを構築。
2	オメガ 腕時計・スイス	NASAと組み、「月で最初に着けられたタフな腕時計」というブランドを確立。まさに意味的価値で生き残った好例
3	バルミューダ 家電・東京	数千円が主流のトースター市場に、「世界一おいしいトーストが焼ける」価値を掲げて、3万円弱で投入。SNS発信も奏功し、その価値は海外市場へ広がった。
4	マルニ木工 家具・広島	赤字続きの中、世界的デザイナーと協業し、「家具史の教科書に残る椅子」を制作。1脚17万円の椅子がアップル本社の家具に採用され、大きな話題を呼んだ。

収まっていって、日本のみならず海外でも売れた。きっかけは、来日した外国人が「面白いトースターが日本にある」とSNSで発信したことでした。

もう一つ、広島のマルニ木工という家具メーカーも紹介しておきます。同社は高品質な応接セット

で成長してきましたが、90年代から経営が傾きはじめ、赤字が続いていました。3代目社長が「もうつぶれるしかないのか」と途方に暮れながら自社の製品カタログを眺めていたとき、「自分の家に置きたい家具が一つもない」と気づいたそうです。

そこで、自分の家に置きたい家具をつくらうと世界的なデザイナーに依頼し、「家具の歴史の教科書に残るような椅子」をつくることを決めました。価格は、1脚17万円ほど。社内からは大反対されましたし、発売当初はまったく売れませんでした。

ところが、その椅子がAppleのチーフデザイナーだったジョナサン・アイブの目に留まり、Apple Park(アップル本社)の家具に採用されました。いまでは、世界最大級の国際家具・インテリア見本市で、もっとも良い場所に展示場を構えるまでになっています。

顧客の目線に立って「意味」を想像する

「役に立つ」から「意味がある」へのシフトが、これからのビジネス

ス成功の鍵というわけですね。

山口 いえ、必ずしもそうとは言いません。

「役に立つ」価値を追求することでトップのティアに残れるのなら、そちらを目指すべきです。なぜなら、そのほうが得られる対価ははるかに大きくなるからです。国内市場でシェア15%を取るより、グローバル市場でシェアを1%取るほうが、はるかに大きなビジネスチャンスになります。

しかし、それが難しいのであれば、「意味的な価値」をつくっていかないと、これからは相当厳しいでしょう。

では、実際に「意味がある」へのシフトを目指す経営者に、もう少し具体的な問いとして向き合いたいと思います。自社が顧客に

Interviewer



榎館孝寿

京都総研コンサルティング
取締役調査部長

とって「意味的な価値」を持てているかどうか、それを判断する方法はあるのでしょうか。

山口 顧客と会話するしかありません。顧客が自社を選んでくれている理由の中に意味的な価値があるのだとしたら、それを一番わかっているのはお客さま自身ですから。

トヨタ自動車にとつての東海銀行も同じです。トヨタの経営が極めて厳しかったとき、融資を断る銀行があつた中で、地元の東海銀行は融資を決定しました。融資額は、焦げ付けば自行も危ういというほどの金額だったそうで、トヨタ自動車はその恩をいまでも忘れていないといわれています。

意味的な価値というのは、つまるところ「愛される理由」なのかもしれないですね。

ステーブルコインとは何か

高橋 亘 氏 神戸大学経済経営研究所リサーチフェロー・元日本銀行金融研究所長

最近、ステーブルコインの名を聞く機会が増えてきた。デジタル貨幣の一種で、わが国でも発行が始まっている。なじみが薄い貨幣がなぜ、いま注目されるのか。ビットコインとは何が違うのか。経済学と貨幣の歴史を通じ、この新しい貨幣の正体に迫る。

デジタル貨幣の新たな主役

「ステーブルコイン」とは

ステーブルコインとは、パソコンやスマートフォンなどのモバイル端末などでインターネットを利用して取引するデジタル貨幣である。デジタル貨幣の先駆けとしては、現在は政府によって貨幣とは認定されていないが、ビットコインがあった。ビットコインは価格が暴騰した後、乱高下を繰り返しているため、貨幣としてはふさわしくないものとされた。一方、ステーブルコインは、図表1のようにビットコインとほぼ同様な仕組みを用いて、発行者（または管理者）がその価値を、ドルなどに紐づけし安定化させ、貨幣として利用できるよ

うにしたものである。

一般には、まだあまりなじみがないかもしれないが、米国では、すでにかなりの規模のドル建てのコインが発行され、世界的にも流通している。また米政府も法律を制定し、普及を後押ししようとしている。わが国でもいち早く貨幣の機能である電子決済手段としての法整備もなされ、昨年10月には専門業者により発行され取引量も拡大、それに続き大手商社、メガバンクなどの銀行が実験的な発行や計画をしていると報じられている。

また最近では、飲食店や家電量販店でも使用が開始されると報道され、デジタルらしい速い展開で普及にむけての動きが進んでいる。

一方銀行では、ステーブルコイン

とは別に、預金そのものをインターネットで取引するトークン化預金といわれるデジタル貨幣を発行する動きもみられている。

デジタル貨幣の最大のポイントは、インターネット時代の貨幣であるということである。デジタル貨幣の何がこれまでの貨幣と本質的に異なるか。こうした点を、貨幣の歴史などを踏まえたうえで論じていくことにしよう。

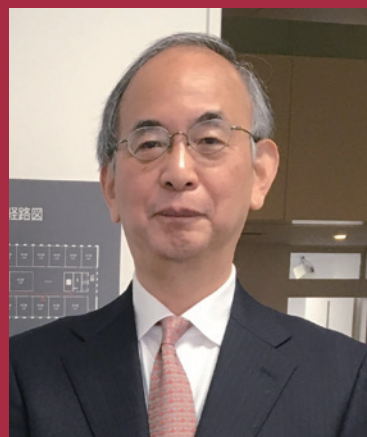
物品貨幣から銀行預金へ

そしてデジタル貨幣の時代に

貨幣は、①貝、布、米などの物品貨幣から、②金、銀、銅の商品貨幣をへ

て、③名目貨幣（表券貨幣）である紙幣となり、やがて今日のように、④銀行預金が主流となった（図表2）。銀行預金は、20世紀後半には銀行のメインサーバーで管理されオンライン接続で資金取引（決済）を行うシステムとなった。

今日、商取引に加え、金融取引の急増により、日々件数、金額とも膨大な取引が、このシステムで安全かつスピーディーに処理されている。ただこれまでのシステムは、運転コストがかかるうえ、補修点検のために休止が必要となるほか、閉じたシステムであるため拡張性に欠けるとの問題があった。デジタル貨幣はこれらを克服する画期的なものとされ



（たかはし わたる）神戸大学経済経営研究所リサーチフェロー。1978年日本銀行入行。国際局審議役、金融研究所長。東京女子大学、東京大学公共政策大学院、京都大学公共政策大学院、政策研究大学院大学（GRIPS）講師、慶應義塾大学経済学部教授、神戸大学経済経営研究所教授、大阪経済大学教授を歴任。2013年より現職。専門分野は中央銀行制度、金融論。

ている。その登場の背景として、以下の点を指摘しておきたい。

①貨幣の発達は科学技術の発展とともにあるということ。

例えば、銅貨などの大量登場は鑄造技術の発達によるものだし、紙幣の登場は、15世紀のグーテンベルクによる活版印刷術の実用化抜きには語れない。そして、20世紀にはコンピュータの大型化により銀行預金が多様化された。以前銀行には、紙の帳簿が存在していたが、現在ではデータ化されメインサーバーに格納されている。デジタル化という点では貨幣は銀行預金として、すでにデジタル化されていたといえるが、ただしこれはメインサーバーを頂点とし、営業店やATMなどを枝葉とする外界と閉じた、垂直的、中央集権的でハードなシステムによってであった。

これに対して本稿でとり上げるデジタル貨幣のシステムは参加者の端末だけをつないだ水平的で分権的なシステムである。メインサーバーを必要としないソフトだけのシステムであり、終日稼働で補修・点検のための休止は必要としないし、国境なども超えて利用できる拡張性がある。

②ブロックチェーン・分散台帳技術が画期的であること。

インターネットは20世紀後半の最大の技術革新の一つである。しかしインターネットでの通信は、秘密の確保ができない点が問題であった。通信の秘匿には暗号が用いられるが、従来の暗号(共通鍵暗号)は、あらかじめ特定された通信者間で鍵(共通鍵)を取り交わすため、オープンで相手が多様なインターネットでは使用できなかった。これを可能にしたのが公開鍵暗号である。

われわれはすでにインターネット通販などでカード番号等を送付するのに公開鍵暗号を使っている。ただしこのシステムでは通販業者のメインサーバーが取引を承認するが、デジタル貨幣では偽造対策としてブロックチェーンにより圧縮した取引データを参加者自身が承認する。データはメインサーバーの帳簿(台帳)ではなく各参加者に分散され「分散台帳」として保存される。

このシステムは、インターネットを用いて全世界に拡張可能なうえ、廉価で終日稼働できる。さらに貨幣のみならず証券などさまざまな金融取引に応用でき、金融の地平を開く

画期的なものであった。

③貨幣の本質が金額を表す「データ」であることを明らかにしたこと。

貨幣の本質が何であるかについては、学問的に長く関心が寄せられてきた。またこの問題は、貨幣の何を保護するかなど法律的な問題にも関わっている。

貨幣については、金貨など素材自体が価値であり素材を保護することが貨幣の保護とされてきた。これは素材価値と額面との乖離が明らかになった。紙幣の偽造対策でも変わらなかった。だが、デジタル貨幣は、データ(購買力を表す金額情報)自体が貨幣の本質であり、データが保護対象であることをより明らかにした。

④貨幣の性質は

信用(負債)であること。

従来貨幣については、金などの商品貨幣を念頭に資産とする見方が主流であった。しかし最近では、貨幣は債権・債務(信用関係)で生じる借用書が発展したものの、すなわち資産でなく負債であるとの見方が強まっている。実はこれはデジタル貨幣にも関わっている。

ビットコインは、「デジタル金」といわれるように資産であるが価値は

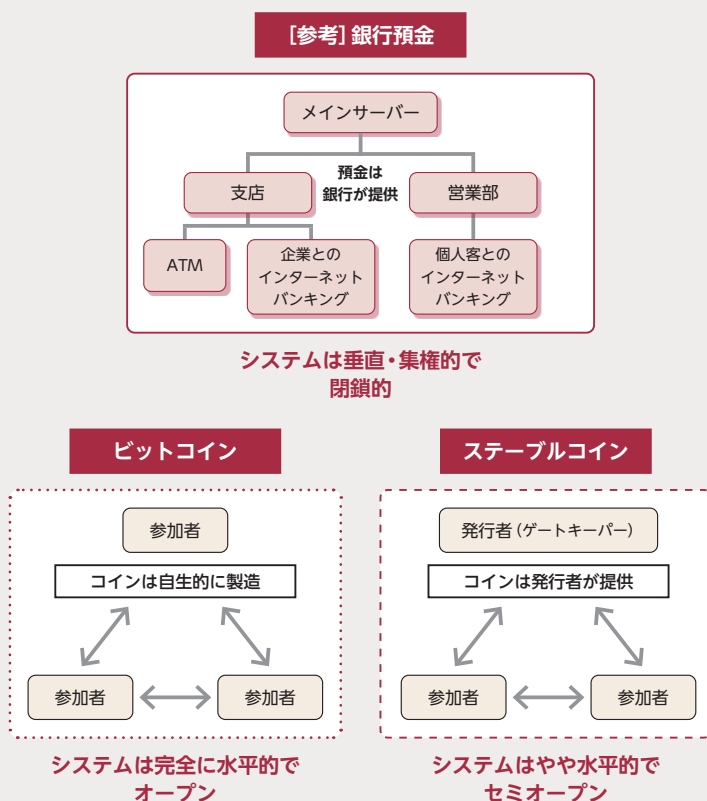
安定しなかった。一方ステーブルコインは、発行者の信用による負債とすることによって価値を安定させる。現在の金融規制・制度は債権・債務関係に基づいておりステーブルコインは現行のシステムと親和的であり、より法的にも安定性がある。

貨幣発行を巡る二つの考え方 「自由論」と「規制論」

経済学の世界では、貨幣の発行を巡り二つの考え方がある。一つは、ハイエク(1899～1992)などに代表される貨幣は自由に発行されるべきとの考え方(自由論)であり、いま一つはクナップ(1842～1926)などに代表される貨幣の発行は国等の規制によるべきとの考え方(規制論)である。興味深いことに、実際の貨幣発行でも両者の力が拮抗している。

一般に経済学では貨幣を用いた交換(貨幣的交換)は物々交換が発展したものであり、貨幣は交換から内生的に生まれると論じてきた。一方、貨幣は国家等が外生的に創造するものとの考え方がある。前者は、貨幣の機能のうち「交換機能」を重視する考え方であり、貨幣は交換機能に応じて自由に発行されるべきとする。後者は、

図表1▶デジタル貨幣の発行・流通システムのイメージ



出典：筆者作成

図表2▶貨幣の歴史

貨幣の名称	素材等	科学技術	会計・法的性質
物品貨幣	貝、布、米など		資産
商品貨幣	金貨、銀貨、銅貨	鑄造技術	資産
表券貨幣	紙幣	印刷技術	負債
	預金	大型コンピューター	負債
デジタル貨幣	ビットコイン	インターネット (ブロックチェーン)	資産
	ステーブルコイン		負債
未知	未知	AI	未知

出典：筆者作成

図表3▶ビットコインとステーブルコイン

	技術基盤	特徴	備考
(参考) 銀行預金	大型コンピューター	価格は安定 銀行システム内での流通	コスト高 システムは堅固だが、補修点検で休止が必要
ビットコイン	インターネット (ブロックチェーン)	価格は乱高下 流通は拡張的	取引コストは低いが発行(マイニング)で大量の電力消費
ステーブルコイン	インターネット (ブロックチェーン)	価格は安定(法定通貨や資産等にペッグ) 流通は拡張的	低コスト 管理者(ゲートキーパー)が存在。利用には管理者の許可が必要な場合も
(参考) トークン化預金	インターネット (ブロックチェーン)	価格は安定(預金そのもの) 流通は現状限定的	現行の銀行システムと親和的

出典：筆者作成

貨幣の機能のうち「計算単位(価値尺度)」を重視する考え方であり、貨幣が国によって「ドル」や「円」などの額面で発行されていることを重視する。この二つの考え方は、金融政策にも違いを生む。前者の自由論では、貨幣の発行も自由に競争的に行われるべきで、金融政策などによる規制が却って経済の不安定化を招くと考える。19世紀のイングランド銀行などでも支持された「銀行学派」にも通

じるもので現在でも中央銀行などで根強く支持されている考え方である。一方、後者の規制論では、価値尺度の安定のためには通貨量などの積極的な規制が必要であり、これによって物価や経済の安定が図られるとする。

ビットコインとステーブルコイン

以上の議論を踏まえると、ここで

とり上げたステーブルコインは、科学技術的にはビットコイン同様、インターネット技術といってもブロックチェーン・分散台帳を利用した最先端で画期的な技術の申し子ともいふべきものである。セキュリティ面でも、公開鍵暗号の使用により従来のメインフレーム型の閉じたシステムに対して劣ることはない。

一方、貨幣の発行については、ビットコインは、自由論を現在に体现す

るものであった。ただし貨幣の価値については、自由論のような貨幣間競争ではなく、システム自身のプログラム(マイニング)で発行量を制限し維持を図った。しかし皮肉なことにこれが希少性を高め、投機の対象となり価格は暴騰、乱高下して貨幣とはふさわしくないものとなった。

ステーブルコインにはそもそもビットコインと違って発行者(管理者またはシステムのゲートキーパー)が存在

する。そして発行者が、コインの価値を外生的に法定通貨やその他資産と紐付ける（ペッグすること）で価値の安定を図っている。このため、参加には管理者の承認を必要とすることもあり、セミオープンなシステムとなっている（図表3）。

銀行が発行する 「トークン化預金」の登場

ステーブルコインに加えて最近注目されているのがトークン化預金である。トークン化預金とは、銀行が銀行預金のデータをブロックチェーンによって取引できるようにプログラム化（トークン化）したものである。法的にも銀行預金そのもので預金保険の対象であり価値は安定している。ステーブルコインは発展途上にあるが、現状以下のような利便性・問題点が指摘されている。

【利便性】

① 価値が安定的

建前上価値は法定通貨等にペッグし安定している。ただしこれまで、保全が十分でなかったこと等から法定価格を下回る、ディペッグが生じたこともある。またデジタル貨幣の特

性として、貨幣に利子を付したりオプションなどのデリバティブの要素を組み入れたりした、高利回りの金融商品も生まれている。

② 国際取引での利便性

デジタル貨幣は当初、公的なものとは無縁であったがその後ステーブルコインは金融当局等も後押しするようになった。その背景には、経済のグローバル化が進むなかで、G20などの国際会議で国際送金の手数料が高額であることが問題とされたことがある。従来の銀行のシステムでは、国際送金の場合、資金の出し手・受け手の銀行のシステム、それをつなぐ国際送金システムなど介在するものが多く、費用と時間がかさんだ。国際的な拡張性を持つデジタル貨幣は廉価でかつ終日スピーディーな代替手段である。

③ スマートコントラクトなどの

デジタルな拡張性

スマートコントラクトとは、デジタル貨幣に、例えば、ある条件での商取引の成立により支払いを自動執行することなどのプログラムを組み入れることである。これまでの資金取引でも付加メッセージ等で同様なことは可能であったが、スマート

コントラクトではより廉価で簡単にしかも複雑な仕組みが実行可能になる。トークン化預金でも同様な機能が期待できる。

④ デジタル経済への対応

ブロックチェーンの普及とともにデジタル経済では、不動産の権利等の資産のトークン化、証券のトークン化などが進んでおり、ブロックチェーンを使った取引が進んでいる。ステーブルコイン、トークン化預金はブロックチェーンによるトークン化経済に資金取引面で対応できる。

【問題点】

① 一般的な普及が課題

将来性のあるステーブルコインだが、現状はビットコインなどの暗号資産運用の一次的な待機として使われているウエイトが高く、一般的な普及は今後の課題である。

② 規制体系等の未整備

ステーブルコインについては、米国でジョニアス法が成立（2025年7月）、欧州、イギリスのほかが国でも資金決済法（2022年6月改正）で「電子決済手段」と定義されるなど法整備が進んできているが、世界的にみれば、自国通貨が不安定な途上

国での普及が進み全般的には法整備は途上にある。また先進国についても現時点では各国間で法制度の平仄がとれているわけではなく、その不整合は、それを利用した投機も生む可能性もあり問題とされている。

③ 不正使用の可能性

ステーブルコインは、銀行取引に比べて取引実態が必ずしも透明ではない。公式統計も未整備で、監督体制も構築途上である。このためマネーロンダリングなどに使用される懸念が指摘されている。

④ 金融システムの不安定性

利便性に優れたステーブルコインは、預金代替商品でありまた高利回りの金融商品も設計できることから、伝統的な金融セクターである銀行からの資金流出を呼ぶ懸念も指摘されている。



現在AIが新たな技術として注目されている。科学技術と貨幣は密接に関わってきた。

AIが今後の金融や貨幣にどのような影響を与えるか、見通しがたい点も多いが、ここで論じた基本的な点は、今後の不透明な状況を見通すうえでも参考になるだろう。

京都の喫茶店文化の可能性を探りたい

文化が幾重にも交わる京都は、伝統と革新が共存する地。京都府は、アートを通じて地域と事業の新たな可能性を開いている。アートがもたらす価値と経営戦略とはどのようなものなのか？ 喫茶文化の可能性を追求する「前田珈琲」の取り組みにフォーカスする。



「前田珈琲」は現在、京都市内に16店舗を展開する。注目すべきはその数だけではない。京都の地の利を最大に生かした出店先だ。明治2年築の旧小学校校舎、辰野金吾設計の京都文化博物館別館、モダニズム建築の最高傑作の一つと評される国立京都国際会館、日本最古の現役官公庁舎である京都府庁旧本館、そして二条城。前田珈琲を巡れば、それだけで贅沢な京都建築散歩になる。

「父は『イノダコーヒ』初代の猪田七郎氏の下で学び独立をしました。次の世代として、僕は何をしていけばいいんだろうと考えたんです」

1971年創業の「前田珈琲」2代目・前田剛さんはそう語る。

割烹などの高級レストランでもない日常の場所、コーヒー一杯で誰で

VOL. 02

Where Art Meets Business



—— 有限会社 前田珈琲

国の重要文化財でもある京都府庁旧本館内の前田珈琲「salon de 1904」店内。
作品は『I'm looking at you』高瀬菜葉 タイトル横の作品は『異思』木村舜



6	5	2	
	4	3	1

1. 京都府庁旧本館内にある「salon de 1904」店内。元は京都府庁の執務室。扉一枚で連なる四つの空間に、おおらかにアートが配置されている。右奥／『ずっと誰かと、一緒だった気がする。』川村摩那、中（立体）／『Enigma（完全には理解できない）』串野真也、中央／『一切衆生』木村舜、左／『鏡の中の体』橋葉月。2. コーヒー一杯で、誰でも気軽にアートに親しめる。3. 京都府庁旧本館の美しい前庭を望むロケーション。4. 社名を記したロゴは、アルファベットの組み合わせで漢字を創作する徐冰（シュ・ビン）の作品。5. 京都芸術センター内にある「前田珈琲 明倫店」はキッチンがまるごと現代アート作品。現代美術家・金氏徹平と建築家・家成俊勝の協同制作。6. アート作品からメニューが提供される。ユニーク！

も訪れることのできる喫茶店に、名建築×アートという贅沢が差し出されている。意識したのは「また訪れたくなる」場所の気配だ。

家業に入るタイミングで旧小学校の校舎を活用した「京都芸術センター」内に2号店出店の打診があった。父は乗り気ではなかったが、挑戦を決めた。これが「前田珈琲」についての2000年代の幕開け。

「店内にも作品を飾ったり、ダンスパフォーマンスをしてもらったり、コラボレーションメニューを開発したり。振り返れば、あれがアートへの入り口だったような気がします」

それまでアートには興味がないと思いついていたが、実は生まれ育った京都のまちで、ずっと身近にあった芸術文化。件の出店を勧めたのも、本店のお客さまだった狂言師の茂山あきら氏だ。さらには当時京都芸術センター館長を務めた千宗室氏（茶道裏千家家元）から茶の湯の世界へ導かれたことも、30代を迎えようとする前田さんが改めて芸術文化をとらえ直す大きな契機となった。

「喫茶店として、芸術文化のまち京都と一緒に生きていきたいと考えたようになっていました」

人と出会うことで開く扉。歴史的建築物へ続々進出

アートと近代建築。これでいくんだと宣言するように、20代の前田さんがカタチにしたのが現在の「前田珈琲」のロゴだ。アジア・欧米の現代美術界で先導的役割を果たすアーティスト、徐冰（シュ・ビン）に直接手紙を送って実現させた。

「これが、僕が初めて買ったアート作品かもしれませんね」

アーティストとの交流が増える中で獲得していく感性は、経営者としての前田さんを心地よく刺激した。「現代アートはどう見ればいいのかわからないと言われがちですが、作家本人と会って直接話を聞くと、作品が見えるようになる。不思議やな、これは面白いな、って思いました」

活躍の場を求めるアーティストたちと、地元経営者である前田さんとの人脈。その、ありそうでない出会いの場から湧きあがる「一緒にやれば面白いんじゃないか」というアイデアは、事業に新風を吹き込んだ。

2号店「明倫店」では、アーティストとのコラボにより、店舗の厨房を『tower (KITCHEN)』という現代ア



GO MAEDA

前田 剛（まえだ・ごう）●有限会社前田珈琲代表取締役。1972年京都生まれ。大阪工業大学工学部卒業後、家業の「前田珈琲」へ。2000年に京都芸術センター内に明倫店を出店し話題を集めた。2004年に「前田珈琲」を法人化、現在京都市内に16店舗展開、北京（中国）へも進出。



経営× アートの 交差点

Where Art Meets Business

すべては小さな一歩から。
常に変化を楽しんでいます

トの作品として生まれ変わらせる実験的な取り組みも実施。アートと喫茶文化を横断する場として話題を呼び、視察や取材が相次ぐなど、新たな客層との出会いにもつながった。

以降、前田さんは「Art Collaboration Kyoto(ACK)」「ARTISTS' FAIR KYOTO(AFK)」といった、京都府が展開するアートフェア事業にも欠かせないキーマンとなっていく。

**数字だけでは測れない
美意識と誇りを育む**

大学では工学を学んだ前田さん。数字で答えを導き出すのが得意な理系人に「答えのない世界」を教えてくれたのもアートだった。

「そんな角度からモノを見ることができるとか！という驚きがあり、グシャグシャになった頭の中から、ドーンと爆発して目の前に立ち現れたような作品に刺激を受けます。答えのないところから価値を立ち上げる思考は、商売や新しい事業を考え

る上で、とても大切なヒントになりました。まずは1点でもいい。気に入ったアートを買って、日々目にする場所に置いてみることを、周りの経営者にも勧めています」

「前田珈琲」は中国にも進出している。そのための視察で北京郊外の「798芸術区(798 Art Zone)」を訪れたことも前田さんを刺激した。かつての国営工場を世界有数の現代アート拠点に塗り替えたのは、市民、アーティストの力だった。京都においてアートが集積するエリアはこれから待ち望まれるところだが、まち全体にそんな一面があるのかもしれないと前田さんは考える。

「府市が目指す〈街の中に芸術文化があふれる街、京都〉には、卓越した伝統芸能・文化だけではなく、喫茶店、銭湯、コミュニティといった町衆に根付く生活文化も含まれます。みんなが各々の仕事に誇りを持って向き合える。それを文化のあるまちというのではないのでしょうか」

迫る“南海トラフ地震”。今こそ「止まらない会社」づくりを！

あなたの会社のBCP（事業継続計画）は“つくっただけ”になっていませんか？

感染症拡大や自然災害への備えとして、

2020年前後にBCP（事業継続計画）を整えた企業は少なくありません。

しかし2024年の能登半島地震では、長期にわたる停電・断水・道路寸断を前に、計画を十分に機能させることの難しさが改めて浮かび上がりました。

南海トラフ地震の今後30年以内の発生確率は

60～90%程度以上

と示されており、日ごろの備えが望めます。

（政府・地震調査研究推進本部 地震調査委員会 令和7年9月改訂）

※評価モデルにより「20から50%」または「60から90%程度以上」とされています。
地震調査研究推進本部では、防災対策において「高い方の確率値」を念頭に行動する考え方を示しています。

今すぐ最低限見直したい、従来の想定を覆す「3つの落とし穴」を解説します。

■BCPにありがちな3つの落とし穴

落とし穴
想定が甘い

01

「72時間（3日間）で復旧」「本社に集まれば対応可能」という前提のままで、能登半島地震のような長期インフラ停止の前では、簡単に崩れます。設備が無事でも、水や電気がなければ操業は再開できません。復旧前提はより長く見積もる必要があります。

- ◆ インフラ長期断絶（道路・電気・水）
- ◆ サプライチェーン広域寸断
- ◆ 従業員の被災による人手不足



落とし穴
特定の人に
依存している

02

総務部長や工場長など特定の経営幹部しか手順を知らない状態では、そのキーパーソン自身が被災した瞬間に組織が機能停止します。代行順位の決定と、メッセージアプリなどを活用した連絡手段の複線化が急務です。



落とし穴
作成後、
読まれていない

03

文書化以降、一度も読み返していないケースが少なくありません。BCPは「つくった日付」ではなく、「今の人員・設備・取引網で本当に動くか」という実効性こそが価値になります。



■ “動く備え”に変える 4つの更新ポイント

UPDATE 01 「止められない業務」を決め直す

大災害時、すべての業務を守ることはできません。売り上げの柱、顧客との約束、資金繰りに直結する機能を経営者自身が再確認し、“止めてもよい業務”と“絶対に止められない業務”を明確に分けておくことが出発点となります。

【実務チェックリスト】

- ☐ 受注
- ☐ 出荷
- ☐ 決済
- ☐ 顧客連絡

★ 一歩先へ：

代替生産を検討する際、納入先の製造ライン認証がボトルネックになるケースがあります。事前に取引先へ確認を。

UPDATE 02 重要情報をクラウドへ退避させる

被災時は紙のマニュアルや社内サーバーにアクセスできない事態が起こり得ます。安否確認先、主要契約、顧客・在庫データをクラウドで参照できる状態にしておくことが初動の差を生むのです。

【実務チェックリスト】

- ☐ 連絡先一覧
- ☐ 契約書
- ☐ 顧客データ
- ☐ 在庫データ

★ 一歩先へ：

正月・夜間の発災時、会社の電話はつながりません。主要な修理・建設業者の「個人の携帯番号」をクラウドに一覧化しておくで初動がスムーズです。

UPDATE 03 サプライチェーンの停止を織り込む

大規模災害では設備被害だけでなく、停電・断水・物流停滞が重なり、自社単独では打開できない複合的な支障が復旧を難しくします。仕入先の停止も織り込んだ「代替ルート」の準備が必要です。

【実務チェックリスト】

- ☐ 主要仕入先ごとに「代替一社」を仮置きし、連絡先まで一覧化する

UPDATE 04 「従業員が出社できない」前提で年一回訓練する

能登半島地震での最大の想定外は「従業員が被災し、出社できない」事態でした。全員出勤を前提としない体制をつくり、幹部参加の机上演習（年1回・60分）で「誰が、いつ、何を判断するか」を試しておきます。

【実務チェックリスト】

- ☐ 「午前10時、震度6強発生」を想定し経営幹部で確認（年1回・約60分）

★ 一歩先へ：

BCPに「給与保証」「一時金支給」「住居手配」などの生活再建支援を組み込むことが、社員の安心感と早期復旧への自発的な原動力となります。

経営者の皆さまへ まずは次回の幹部会議で、自社の最新版BCPの日付を確認することから始めてみませんか。

参考：中小企業庁 BCP策定運用指針 <https://www.chusho.meti.go.jp/bcp/>
中部経済産業局「企業の復旧事例集 ～令和6年 能登半島地震の実例から学ぶ～（2025年3月）」
『まずはここから レジリエンス向上ステップアップガイド～令和6年能登半島地震の経験から学ぶ～』
https://www.chubu.meti.go.jp/a21somu/press_2024/20250318/index.html

自動運転時代の到来で発揮される、

「空間ID」の潜在能力

ドローンや無人タクシーの発展が著しい今、その根幹を支えるシステム「空間ID」に注目が集まっている。空間情報のデータ化は、物流や防災のみならず、マーケティング、都市開発など、私たちの社会構造そのものを変えていくかもしれない。

地図アプリで目的地を調べる。

到着予定の配送物が、どこにあるのかを確認する。現代では当たり前となった私たちの日常は、長らく「地図」によって支えられてきた。しかし、そんな地図の概念そのものが今、大きく変わろうとしている。変革の鍵を握るのは、「空間ID」という考え方だ。

空間IDとは、地球上の空間をボクセルと呼ばれる立方体で分割し、それぞれに固有のIDを割り振る仕組み。同分野を長年研究してきたのが、青山学院大学地球社会共生学部教授の古橋大地氏だ。GIS（地理情報システム）活用の第一人者として知られ、近年では国土交通省が進める3D都市モデルプロジェクト「PLATEAU（プレート）」にも関わる古橋氏は、空間

IDについてこう語る。

「従来、住所は2次元で管理されてきました。ですが、現代の都市は地下街や高層ビルも多く、どんな立体化しているため、3次元で空間を定義する新たな視点が求められています。その流れのなかで生まれたのが、空間IDです」

「機械が理解できる地図」を生み出した空間ID

3次元空間を立方体で分割し識別する。そんな空間IDのイメージを、古橋氏は人気ゲーム『マイクラフト』に例える。

『マイクラフト』は、同じ形の立方体のブロックを積み上げ、3次元の世界をつくっていくゲームです。空間IDもその考え方に近く、現実の都市空間をブロック単

位で捉え、それぞれのブロックに固有のIDを与えることで、3次元空間の「位置」を特定できるようにするのです」

こうした技術が必要とされるようになった背景には、「AI時代」の到来がある。従来の地図は、人間が読めればよかった。しかし今後、AI（人工知能）を搭載したロボットや自動運転車、ドローンなど、機械が自律的に空間を行き来する時代がやってくる。その際には、「コンピューターが扱いやすい地図」が求められるだろう。

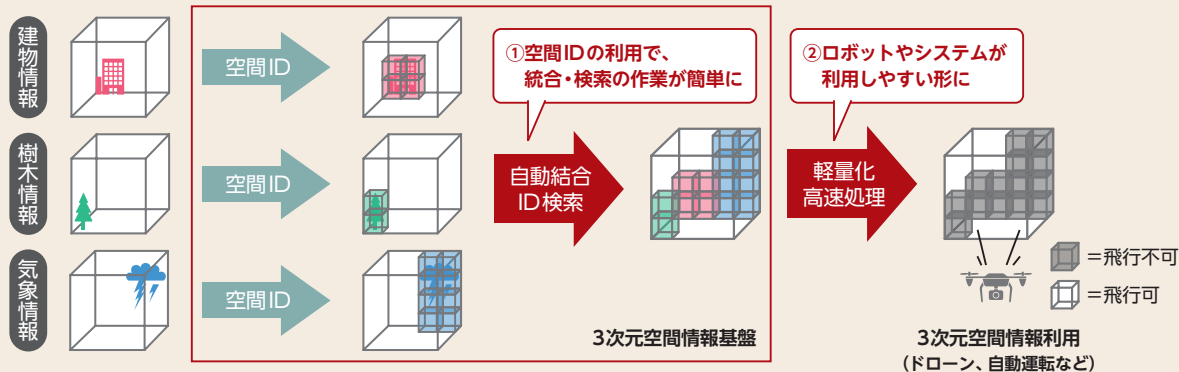
「AIは大量のデータ分析が得意ですが、従来の地図のような形で『場所』を理解するには、その処理能力を圧迫する莫大な情報量が必要で、渋谷駅周辺を例に挙げてもみましょう。地上にはスクランブ

ル交差点があり、地下には複雑な交通インフラや商業圏が広がっている。一方で、高層ビルの上階にはオフィスや飲食店が密集。ビルごとにフロアの高さも違いますよね。一言で『渋谷駅前』といっても、そこには上下方向に何層にも空間が重なっています。そんな複雑な都市構造を、住所のような形式でAIに理解させようとするならば、膨大なインプット量が必要ですし、日々データを更新しなければなりません。しかし、空間IDを使えば座標だけで位置を指定できるし、



古橋大地氏
青山学院大学
地球社会共生学部 教授

図表 空間IDの整備で自動化を実現する



出典：経済産業省「3次元空間情報基盤アーキテクチャ設計報告書2022年7月」を基に編集部が作成



上／「PLATEAU」には空間IDだけでなく、建物の名称や用途などの情報が結び付けられている。(出典：©PLATEAU, PDL1.0) 右／Google Mapなどが採用する「ウェブメルカトル」は、メルカトル図法で描いた地球全体を正方形のタイルで分割し、位置を特定する。空間IDはこれに上下方向の軸を付与したもの。(出典：©MapTiler, OpenStreet Map)



地図情報をアップデートする手間もない。このように、AIの普及が進むほど、空間情報の価値は上がっていくでしょう」

従来の住所が「人間が場所を理解するためのもの」だとすれば、空間IDは「コンピューターやAI、ロボットが空間を理解するための概念」だと言い換えられる。

「PLATEAUをはじめ、日本は都市空間をバーチャル化する『デジタルツイン』の整備レベルではトップクラスです。それは日本が世界的に見てもかなり立体的に都市を使っていることが関係しているでしょう。ヨーロッパなど海外では、東京や大阪ほど複雑に立体化した地域はむしろ珍しい。だ

自動運転の実用化に 欠かせない存在へ

からこそ日本は、空間IDのような技術と相性がいいし、需要も高いと感じています」

では、空間IDはどう社会を変えていくのか。期待される分野の一つが、ドローン配送だ。

「自律飛行するドローンにとって、建物の指定だけでは情報が足りません。『7階のこの部屋』『商業施設裏の搬入口』『屋上デッキ』などと、より細かな指示が必要になります。現在の地図アプリでも、建物までは案内可能です。しかし、『この高さのこの場所』という条件まで扱われているとはいえない。その問題を空間IDで解決することができそうです」

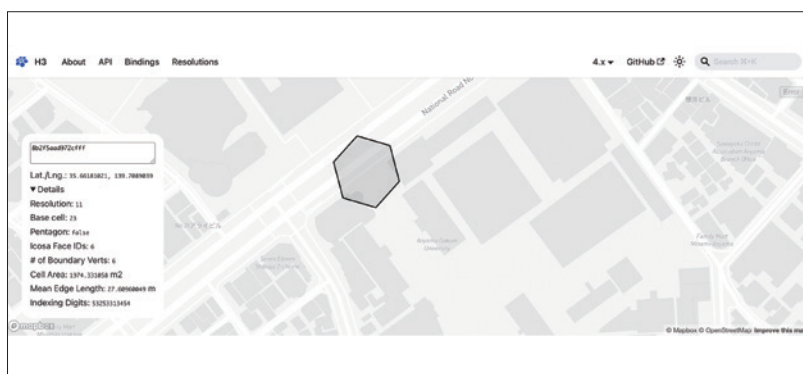
この技術は、交通インフラの自動化にも応用が可能だという。

「タクシーなど乗り物の自動運転が進むと、必ず『どこに迎えに行き、どこで降ろせばいいの』かの問題が出てきます。平面上は同じ場所でも、地下のタクシー乗り場なのか、地上出入り口なのかで目的地は変わる。より正確な位置情報

が必要になるはずだ」

空間IDの活用は、地上だけでなくとどまらず、地下、つまり「見えない空間」にも及びつつある。

「地下空間にはガス管、水道管、通信ケーブルなどのインフラが網の目のように張り巡らされています。都市開発が進むにつれて、地下構造はますます複雑になっていきますが、その多くは依然として2



Uberが用いるインデックス「H3」は2次元の地図を六角形の枠で区切る。(出典: <https://h3geo.org/>)

次元の図面ベースで管理されたまま。だからこそ今後は、その空間に何があるのかを3次元で把握する視点が必要ではないでしょうか」

もう一つ、日本ならではの活用シーンとして、防災分野が考えられる。「どこで何が起きているのか」「人が取り残されているのはどこか」を迅速に把握できれば、救難活動や支援に役立てられる。

現に、2021年7月に発生した静岡県熱海市伊豆山地区の土石流災害においては、古橋氏をはじめとする有志チームがドローンで当該地区をスキャン。その映像を県が公開していた点群データと比較することで、発災当夜のうちに土砂量の算定を完了させ、原因究明や二次災害の防止に貢献した。

「平時におけるデータ蓄積が初動の質を高めます。従来の地図の場合、大地震などを理由に基準点が更新されることがあり、それに合わせてデータも逐一アップデートしなければなりません。しかし地球規模の基準である空間IDは再測位するだけでよい。これからのBCP（事業継続計画）を考える上で、これは大きな強みです」

中小企業のための 空間ID活用法とは

数多くの社会インフラへの活用が期待される空間ID。一見、巨大IT企業や行政だけに関連する、遠い技術のように感じられるかもしれないが、古橋氏は「むしろ地域をよく知る中小企業こそ、活用の可能性が大きい」と語る。

「空間IDに限らず、GIS活用の本質は『地図の上でデータを見る』こと。今は行政機関などが無償で公開するGISも数多くあります。まずはそれらを用い、ご自身のエリアマップに顧客分布や売り上げ、配送ルートや人流のデータを重ね合わせてみるだけでも、発見があるはずです」

見慣れた街でも、「人がどこに集まり、どう移動しているのか」を意識する機会は少ないだろう。データを通すことで、街の見え方は大きく変わる。

「小売業なら、人流分析を活用した出店戦略も考えられますし、観光業なら『夜景がきれいな場所』『花火が見える位置』などを3次元で可視化できる。物流業なら、高

層階や地下搬入口を念頭に配送ルートの最適化を考えられます」

そして、その活用範囲は都市部のみならず、地方産業にも期待される。その一つが農業だ。

「棚田があるような中山間地域は地形が複雑で管理コストが高く、高齢化と過疎化も進んでいます。ドローンによる農薬・肥料散布など、ロボティクスの推進は必須でしょう。そのとき、空間IDは極めて重要なものになるはずです」

こうしたアイデアは、決して遠い未来の話ではない。

「法整備や社会受容など課題はあるものの、空間IDの技術そのものは想像以上のスピードで前進しています。PLATEAUプロジェクトは2030年を一つのめどとしていますが、その頃にはかなり社会実装が進んでいるでしょう。今後重要なのは、『立体空間をどう活用するか』を考えること。空間IDはそのための共通基盤です」

AIやロボットが現実空間を理解し、人やモノの移動がデータ化される時代。空間IDは、そんな未来社会を支える新たな社会インフラになっているはずだ。

「外国人労働者」の受け入れ。 真の共生へのポイントは？

国内の労働力構造が大きく変化する時代に突入し、中堅・中小企業の採用環境は厳しさを増している。企業成長の鍵を握る海外人材との向き合い方や、能力を引き出し、定着につなげる社内環境を醸成するための視点を考察する。

人口減少と高齢化の進行によって、深刻な人手不足に直面している日本社会。この構造変化のただ中で、今や日本経済を支える存在として、外国人労働者の役割が急速に高まっている。

出入国在留管理庁によると、日本で働く外国人は増加を続け、2025年末には約413万人と過去最多を記録した。その規模は総人口の約3・4%に達する。さらに2040年には、いわゆる「移民1000万人時代」が到来するとの予測もある。日本企業、とりわけ中堅・中小企業にとって、外国人材の受け入れや共生は将来の課題ではなく、既に向き合うべき現実となっている。

こうした状況について、移民政策の専門家であり、移民の必要性を正面からとらえた『移民1000万人時代 2040年の日本の姿』(朝日新書)などの著者である関西国際大学客員教授の毛受敏浩氏は、「日本は人口の歴史的転換点に入っている」と指摘する。

「日本の人口減少は一時的な現象ではなく、100年先も続く構造的な問題です。出生率の低下が

続く中、日本人の若年労働力が大幅に増えることは期待できません。女性や高齢者の就労促進、生成AIやロボットの導入などだけで人手不足を補完することは難しい。その不足分を支える存在として、外国人材の重要性は、今後さらに高まっていくでしょう」

実際、各産業における外国人依存度は年々上昇している。総務省の「労働力調査」と厚生労働省の「外国人雇用状況」の届出状況から日本で働く労働者のうち外国人の割合を算出してみると、リ



関西国際大学
客員教授
毛受敏浩氏

マン・ショック後の2009年は全就業者のうち、外国人は112人に1人という割合となるが、2024年になると29人に1人の割合へと増加した。

日本社会は長らく外国人労働者を、「景気の調整弁(一時的な労働力)」として位置付けてきた。技能実習制度に象徴されるように、これまでの制度設計は「一定期間働いたら帰国する」という前提に基づいていたからだ。

だが、人口減少が本格化した現在、その考え方は限界を迎えている。今、求められているのは、「日本に来て働き、帰る人材」ではなく、「日本に定着し、活躍し、地域社会の一員となる人材」だ。毛氏は、そのパラダイムシフトが必要な理由として二つの視点を挙げる。

一つ目は技術継承の問題である。製造業をはじめとする多くの現場では、熟練技術者の高齢化が進む一方、後継者となる若手日本人は減少している。

「日本のものづくりを支えてきた技能やノウハウを、次世代へ継承していく必要があります。しかし、数年で帰国してしまう前提では、十分な技術移転はできません。長く働き、成長してもらう環境づくりが不可欠です」

二つ目は社会基盤の維持である。「日本は災害大国です。大規模災害が発生した際、短期就労者ばかりであれば、一斉帰国という事態も起こりかねない。介護、物流、建設など、社会インフラを支える人材が定着していることは、日本社会の安定にも直結します」

外国人材獲得競争と「移民ジレンマ」

近年、外国人材の出身国も変化している。従来のベトナム、中国、インドネシアなどに加え、近年はインド、パキスタン、バングラデシュなど南アジア諸国へと採用の裾野が拡大。さらにはカザフスタ

ンなど中央アジア諸国にまで、人材確保の対象を広げる企業も始めている。一方で、日本が外国人材から選ばれる国であり続けられる保証はない。円安の進行や賃金水準の問題に加え、日本語という言語的ハードルも存在する。より高い待遇やキャリア機会を提供する国があれば、優秀な人材はそちらへ流れていく。毛受氏は、この状況を「移民ジレンマ」と呼ぶ。

「外国人材は日本社会にとって不可欠な存在になりつつあります。しかし一方で、『移民は治安悪化や社会不安を招く』というイメージが根強く残っていることは否定できないでしょう。そのため、日本では移民に関する冷静な議論が十分に行われてきませんでした」

近年はSNSなどの普及もあり、外国人材に対する否定的な情報が拡散されやすくなっている。しかし、企業経営の現場では、感情論ではなく現実を直視する必要がある。

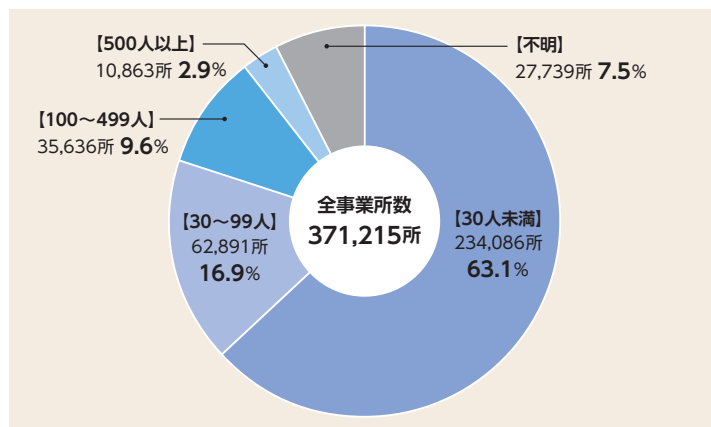
実際、地方の中堅・中小企業の中には外国人雇用に踏み出せず、人材不足から事業機会を失っている企業も少なくない。

毛受氏は、九州のある企業の事

例を紹介する。その企業は県内の大学や高校からの採用に限定していたが、必要人員の半数程度しか確保できず、受注量そのものを減らして対応していたという。

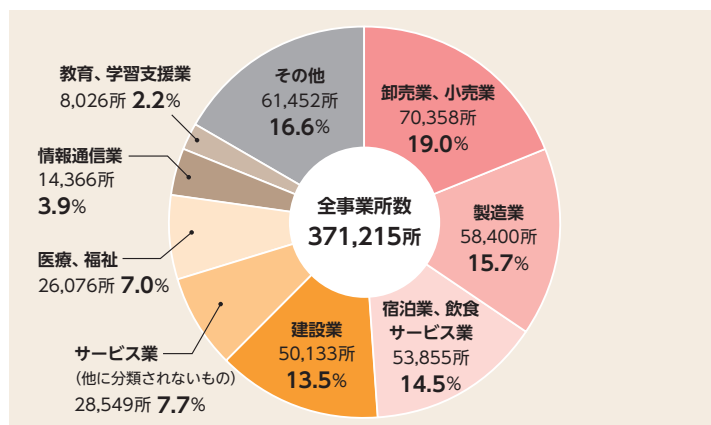
「そうした状態が続けば、地域産業は縮小していきます。『いつか日本人が採用できるだろう』という考え方を改めなければなりません。外国人雇用は特別な挑戦ではなく、企業存続のための現実的な選択肢になっています」

図表1▶事業所規模別外国人雇用事業所の割合



出典：厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況まとめ【本文】(令和7年10月末時点)

図表2▶産業別外国人雇用事業所の割合



出典：厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況まとめ【本文】(令和7年10月末時点)

外国人雇用は、永続的な企業成長の鍵となる

外国人との共生は単なる人手不足対策ではない。毛受氏は「企業の成長戦略そのもの」と位置付ける。第一は人材確保である。大企業への人材集中が進む中、中堅・中小企業が国内市場だけで十分な人材を確保することは年々難しくなっている。

第二は、多様な価値観や発想を

経営に取り込める点である。

「外国人材、とりわけ若い世代は非常に向上心が強く、チャレンジ精神に富んでいます。異なる文化や価値観を持つ人材が加わることは、企業に新しい発想や変革のきっかけをもたらすはずです」

第三は海外展開の可能性である。「外国人材員が持つ母国のネットワークや市場知識を活用すれば、現地進出や輸出拡大、新規事業創出につながる可能性があります」

外国人材の活用で成果を上げている企業もある。自動車用シート表皮の縫製加工などを行う静岡県磐田市の「平野ビニール工業」では、社員約140人のうち半数以上を外国人材が占める。日本語教育や地域交流支援に力を入れ、AIも活用しながらコミュニケーションの円滑化を図っている。

また、国内に300店舗強を有する外食チェーン「大阪王将」を展開するイトアンドホールディングスでは、500人以上の外国人材が就労し、グループ全体の3割近くを占めている。同社は人事総務部にダイバーシティグループを設置し、ベトナム出身の従業員を

配置するなど、多様な人材が活躍する体制の構築を進める。

「両社に共通するのは、外国人を一時的な労働力としてではなく、会社の未来を共に創生する人材として位置付けている点です」

優秀な人材の定着へ 企業が果たすべき役割

では、外国人材が定着し、その能力を最大限に発揮するためには何が必要なのか。

毛受氏はまず、「日本人従業員との間にある心理的・制度的な壁を取り払い、真の『ワンチーム』として包摂すること」を挙げる。

「働く人の将来像を企業がどれだけ示せるかであり、昇進やキャ

リアアップの道筋を明示して『あなたに期待している』というメッセージを伝えることが重要です」

さらに、職場の外での支援も欠かせないという。

「技能実習生の中には、職場と寮の往復だけで数年間を過ごし、日本人の友人が一人もできないケースがあります」

ある自治体の調査では、来日した人材が日本での生活で困ったこととして「日本人の友人がいない」という回答が上位を占めた。孤立は離職や転職の要因となるだけでなく、地域社会との摩擦にもつながりかねない。

だからこそ、企業には地域との橋渡し役が求められる。祭りや自

治会活動への参加を後押ししてみたり、日本人住民との交流機会を創出したりすることが、外国人材の定着につながる。

「地域とのつながりが生まれれば、その土地を『第二のふるさと』だと感じられるようになります。そうなれば、単に賃金だけを理由に、人材が都市部へ流出するような事態も防げるはずです」

人口減少が進む日本において、外国人材の受け入れはもはや選択肢の一つではない。事業継続、人材確保、技術継承、さらには企業としての成長を実現するための重要な経営課題である。

日本社会は古くから外部の人材や文化を受け入れ、その力を取り込みながら発展してきた。そして今、人口減少と外国人依存度の上昇という歴史的転換点を迎えている。外国人材を一時的な労働力として扱い続けるのか、それとも企業と地域の未来を共につくるパートナーとして迎えるのか――。

その戦略的な選択の成否こそが、激変する市場環境におけるこれらの企業の競争力を大きく左右することになるはずだ。



「地域創生」実現へ

7万6000人で目指す
前例なき「循環型」まちづくり

官民連携による「サーキュラーシティ」づくりに取り組む愛知県蒲郡市^{がまじわり}。

民間企業の新事業が実現するなど、全国でも先進的な循環型まちづくりに迫る。



蒲郡市の西浦地区では、宿泊施設において、アメニティが数回使われるのみで廃棄される課題に着目。温泉旅館と地元小学校が協力し、使い捨て歯ブラシを回収して、歯ブラシスタンドとして再製品化する実証実験を行った。

人口約7万6000人、愛知県南東部に位置する蒲郡市を視察する企業や自治体が急増している。その数、年20〜30件にも上る。目当ては「サーキュラーシティ」の取り組みだ。

サーキュラーとは「循環する」の意。2015年にEU（欧州連合）が打ち出した、これまでの「大量生産・大量消費・大量廃棄（リニアエコノミー）」から脱却し、持続可能な社会の実現を目指す「サーキュラーエコノミー（循環経済）」の概念がベースとなっている。同市の試みにおける大きな特徴は、事業者によるリサイクルや脱炭素への取り組みだけにとどまらず、官民が連携するまちづくりの総合的な施策として、市に関わるすべての人のウェルビーイング向上を目指している点である。ウェルビーイングとは、心も体も健康で、社会的なつながりを実現する幸せな状態

にあることを指す。

発端は、コロナ禍による地球レベルでの資源の需給逼迫^{ひっばく}やエネルギー価格の高騰に対する、鈴木寿明市長の危機感だった。鈴木市長は2021年11月、「サーキュラーシティ」を目指すことを表明した。だが、ほかにサーキュラーシティを打ち出している自治体は国内に皆無。参考にできる先例がなく、具体的なビジョンづくりは難航した。企画部企画政策課サーキュラーシティ推進室長の杉浦太律氏は次のように振り返る。

「市内の企業を回っても、サーキュラーという言葉を知っている人はほぼいませんでした。海外の事例を参考にしたり、ワークショップを通して市民や企業の声を吸い上げたりするとともに、有識者をアドバイザーに呼び、手探りでプランをまとめていきました」



ひらのり
杉浦太律氏

愛知県蒲郡市
企画部 企画政策課
サーキュラーシティ推進室 室長

Regional revitalization

同市では古くから繊維産業が盛ん。繊維を輸出している企業に話を聞くと、EUの環境規制などに頭を悩ませていた。自動車部品業界でも、元請けから再生材の使用を求められるようになってきた。そこで同市は、地元産業が抱える課題の解決にもつながるようプランを練った。

22年3月にはビジョン「つながる 交わる 広がる サークュラシティ蒲郡」を発表。「教育・消費・健康・食・観光・交通・ものづくり」の7つを重点分野に設定し、相互に関連させることで、市の総合的な発展と、住民の蒲郡への愛着醸成を目指す。

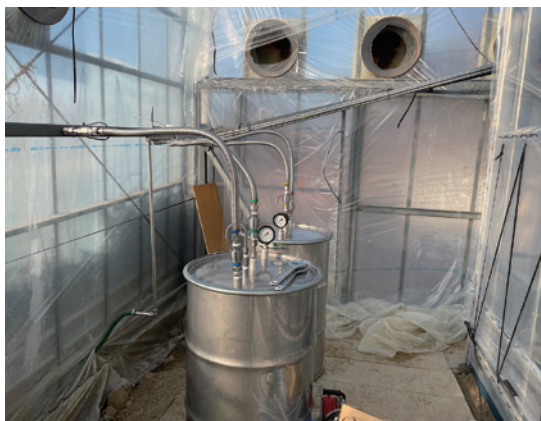
実証実験を通して 新たな商品・サービスが誕生

23年度からは官民連携による実証実験プロジェクトを実施しており、毎年5〜6社が参画している。

例えば、日本特殊陶業は、工場から排出される二酸化炭素(CO₂)の、ハウスみかん栽培への活用を実験した。蒲郡みかんは地元の特産であり、一年を通じて出荷できるよう、露地だけでなくビニール

ハウスでの栽培も盛ん。しかし、温度管理のために閉め切ったビニールハウスではみかんの光合成に必要なCO₂が不足しがちとなる。それを補うのに、これまでは灯油を燃やして供給するのが一般的だった。そこで同社は、竹本油脂の大規模なごま油工場から、製造工程で排出されるCO₂を回収してハウス栽培に活かす試み

を行った。日本特殊陶業は実用化に成功し、工場のCO₂で栽培したみかんが発売されただけでなく、新たに開発したCO₂回収機器の販売を予定しているそうだ。カーテンメーカーのサンローズでは、年間40トン以上の端切れ生地が出ていた。可能なものはリサイクルしていたが、刺しゅうやスパンコールなどの異素材が交



上／カーテンメーカーのサンローズが製作したアップサイクルウエディングドレス。廃棄生地を活用している。
下右／「蒲郡みかん」の栽培ハウスで工場が排出するCO₂を再利用する。市内でのCO₂の融通により、カーボンニュートラルを目指す。下左／蒲郡市 企画部 企画政策課 サークュラシティ推進室主査・久米裕美氏。

ポイントは、“自走”。 企業と伴走し、循環の実現へ

じった端切れなどは廃棄するしかなかったという。こうした端切れを使ってアップサイクルウエディングドレスを製作し、市内のホテルでサステナブルウエディングプランをスタートさせた。

温泉のある西浦地区では、旅館で提供される使い捨て歯ブラシを回収し、歯ブラシスタンドとして再製品化。マイ歯ブラシを持参した宿泊客にはノベルティとして提供するキャンペーンも行った。

「0→1のプロジェクトばかりなので、動き出しが難しい。興味はあっても、何をどうすればいいのかわからない企業がほとんどでした。私たちは企業の意向や状況を聞き取るだけでなく、工場を見せてもらい、何がつくられ、どのように捨てられるかを調べた上で、企業同士をつなぐこともあります」と杉浦氏は話す。

サーキュラーシティをきっかけに、企業誘致にも成功している。2026年までに5社が進出してきた。そのうちの1

社、社員食堂を運営する勤労食（同県刈谷市）は、国産野菜でできた食べられるスプーン「パクーン」を委託先工場で製造していた。自社工場を開設するにあたって、サーキュラーシティの構想に共感し、蒲郡市内の空き工場を選んだ。

26年には、さらなるイノベーションの創出に向けて、26社（本年6月5日現在）が参加する「がまごおり循環経済イノベーションコンソーシアム」を立ち上げた。

危機意識を抱える 企業と伴走する

26年度は、新たに実証実験の前段階の企業への伴走支援も始める。同室主査の久米裕美氏はその意義をこう語る。

「現在、多くの企業が『これを再利用できないか』『廃棄のコストを削減したい』という問題意識を抱えています。ですが、具体的な事業を構想し、成り立たせるまでには高いハードルが存在するのも確か。

そこで私たちは、何かしたいと考える企業の相談に乗り、初めの一步を踏み出すための支援をしています」

アップルやパタゴニアなどのグローバル企業では再生材の利用が拡大しており、その波は大企業だけでなく中堅・中小企業にも広がりがつつある。今や経営判断に不可欠な存在だ。

「事業の設計段階から循環を取り入れておくのがサーキュラーの考え方ですが、いきなりその実現は難しい。流通や発注先との兼ね合いもあるでしょう。まずは、捨てていたものをもう一度使うなど、できるところから無理せず循環させてみるというと思います。循環させてみるうちに、何ができるか、どうすればいいのかわえてくるはずですよ」（杉浦氏）

同市の取り組みは、企業と自治体のローカルな挑戦がグローバルな潮流に乗ったイノベーションを巻き起こす可能性を示している。



福知山市夜久野町

額田のダシ行事

日本の祭りの原風景がここにある

額

田のダシ行事は、奥・旦・上町・下町・向の氏神様、額田一宮神社の祭礼である。この例大祭では、全国的にも珍しい2層部の上段が回転する「山車の巡行」、集落ごとにつくられる「下ダシ（野菜のつくりもん）」、古代信仰を伝える「御神木の御旅（御幸）」が披露される。

山車は、宮本（上町・旦）と下町とで計2基あり、いずれも木造四輪車の2層構造である。上段奥には作り物の人形（上ダシ）が飾られ、趣向を凝らして製作される。下段には、囃子方（はやし）の子どもたちが乗り込む。これに対して下ダシは、置山の性格を持つといわれ、毎年5つの集落が昔話や伝記、アニメ映画などをテーマに農作物や草木、実などで表現する。いずれも風流の精神を伝承するものといわれている。一方、御

神木は面取りをした4寸（約12センチメートル）角、長さ2間（約3・6メートル）の檜の柱で、先端に常緑樹（榊と檜）の枝と御幣640垂を結わえた古色豊かなものである。

祭礼の前日には宵宮がある。

上ダシの飾り付けが終わり、各集落の下ダシが披露された後、午後6時から山車の巡行となる。道中歌は、「伊勢音頭」で、江戸後期に大流行したお伊勢参りのお土産節である。途中、祝儀をもらった家には上段を回転させ正面を向けて謝意を表し、誰からいくら受け取ったかを半紙に書いて山車の最上部に張り出す。深夜になり、2基の山車が神社に戻り、宮入りが行われる。翌日の本宮は、午前8時より宵宮同様に山車の巡行が行われ、これには稚児たちも参加する。9時30分からは下

夜久野駅正面の広い通りで2基の山車の間に奥の子ども神輿を迎え入れての競演である。ほかにも宮本・下町・奥の子どもたちによる「よさこいソーラン」や向の太鼓があり、また山車巡行の道中では下町の「祝い



早朝より大勢の氏子とともに一宮神社を出発する2基の山車。

京都市観光ガイドHP



資料『京都の文化財 第八集』京都府教育委員会編、1990年／『夜久野町史』夜久野町史編集委員会編、夜久野町、2005年

DATA 開催日▶10月の第2土曜日・日曜日

場 所▶福知山市夜久野町額田

※日時・場所・内容は変更することがありますので、必ず主催者にご確認ください。

餅搗き」が行われるなど、いっそうにぎやかになる。

山車はそのあと村内を巡り、巡行を終える。午後1時30分からは御神木の巡行である。まず御神木の先端を本殿に突き入れる「御神霊遷」が行われ、巡行には警護役や神名持ち、太刀持ちなど、大勢の氏子が役を担って長い隊列を組む。御旅所となつている八幡神社までは肅々と進み、ここで神事が終わると区内を縦横無尽に疾走する。御神木かきが「オミギ、オミギ」と叫びながら家々に飛び込んでくると、御神酒を御神木の先端に注ぎ接待する。

こうしたやり取りが繰り返され、夜も深まる頃によく御神木が帰社する。神社には氏子も集まり、消灯した中で「御神霊遷」の儀式を終え、祭りは終わりを告げる。

第十六

立ち別れ因幡の山の峰におふる
松とし聞かば今帰りこむ

中納言行平

現代語訳

今ここでお別れして、私は京都（あるいは因幡の国）へ行きます。でも因幡の山の峰に生えている松ではありませんが、みなさんが私を待っているということを聞いたら、すぐにでも帰ってきましょう。

歌の解説

この歌の出典である『古今集』の詞書を見ると、「題知らず」とあります。ですからこの歌の成立状況はわかりません。幸い『文徳天皇実録』の斉衡二年（八五五年）正月十九日条に、「従四位下在原行平為因幡守」とあることから、行平が因幡守に任命されていたことがわかっています。その上で、この歌は因幡に赴任する際に詠まれたのか、それとも任期を終えて因幡から帰京する時の歌なのか問題なのです。

資料的にはどちらも可能です。大まかに整理すると、百人一首の古注は室町時代の『経厚抄』以下ほぼ「帰京説」を

とっています。それに対して江戸時代の新注は、契沖の『改観抄』以下「赴任説」になっており、新旧の注釈が見事に対立していました。それを踏まえた現代注では、歌枕的に詠まれているとする新注の「赴任説」の方が支持されています。ただし肝心の定家はこの歌を本歌取りして、「これもまた忘れじものを立ち返り因幡の山の秋の夕暮」（『拾遺愚草』一八三六番、また「忘れなん待つとな告げそなかなかに因幡の山の峰の秋風」（『新古今集』九六八番）と詠んでいます。これらの歌によれば、定家は行平歌を因幡国で詠まれた歌と解釈していたことになりそうです。

その定家以来の「帰京説」は、世阿弥の謡曲「松風」にも継承されています。舞台こそ須磨になっていますが、松風・村雨姉妹との別れに際して行平が詠み置いた歌という設定なので、やはり帰京に際して詠んだ歌となります。新注の赴任説は『古今集』の解釈としては正しいのかもしれませんが、百人一首（撰者定家）の解釈としては、「帰京説」も捨てがたいというのが正直なところですよ。

言葉の解説

「立別れ」は「往ぬ」にかかる枕詞とも考えられる。また「立」は単なる接頭語ではなく、「出立する」意味も込められている。「いなば」は鳥取県の旧地名（古くは「稲羽」）。その「因幡」に「往なば」を掛け、さらに「松」に「待つ」を掛ける。「みね」に「峰」と「見ね」も掛かるとすれば、かなり技巧を凝らした歌といえる。

しかもこれは因幡の松を詠んだ最初の歌なので、当時から松が歌枕とされていたとは信じがたい。むしろ因幡山の松が歌枕化された（有名になった）のは、この行平歌が詠まれた後、もつといえは百人一首が成立した後と考えられる。

▼ 出典：『古今集』離別「題知らず」・三六五番

▼ 作者紹介：在原行平。弘仁九年（八八八）〜寛平五年（八九三年）。阿保親王の子息だったが、若い頃に臣籍降下して在原姓を賜った。晩年に中納言正三位（公卿）に至る。業平の異母兄として『伊勢物語』にも登場しているが、業平ほど歌人として有名ではなかった。

文◎ 吉海直人
(よしかい なおと)

長崎県生まれ。國學院大学文学部卒業、同大学院修了。博士（文学）。同志社女子大学名誉教授。2012年より（公財）小倉百人一首文化財団理事。専門は平安朝文学、特に『源氏物語』や『百人一首』の研究。著書に『「垣間見」る源氏物語』（笠間書院）、『百人一首の正体』（角川ソフィア文庫）などがある。新著『定本 新島八重伝 偶儻不羈の女』（武蔵野書院）は、不屈の会津魂とキリスト教精神を持ち、自分の信念を貫き通した新島八重の評伝。その生涯を「会津の女丈夫」「ハンサム・ウーマン」「会津魂再び」の3時代に分けて紹介する。



失せ猫が戻る呪歌

一、掛詞の記念碑的存在

行平歌は一見平凡な歌に見えるかもしれませんが、掛詞の技法が確立する『古今集』の中で、「立ち別れ」と「因幡・松」の掛詞を早々と詠み出している点、さらに「立ち別れ」が「往なば」を導き出す枕詞的用法として用いられている点など、この歌が詠まれた当時は非常に独創的かつ技巧豊かな歌だったといえます。かつて大歌人・大伴家持も因幡守として赴任していますが、「因幡」を歌に詠んではいません。掛詞のない『万葉集』において、因幡国は歌に詠み込むような地名ではなかったのでしょうか。

行平の「因幡の山の峰におふる松」に関して、「松」が詠まれたのは「待つ」と掛詞になるからでした。定家の「来ぬ人をまつ」にしても、「松帆の浦」と「待つ」が掛けられていますよね。これは『古今集』で掛詞の技法が確立したことで無縁ではありません。言語遊戯が確立されなければ、因幡の松をあえて歌に詠む必然性はなかったのです。特に行平の歌は、掛詞の多用で成り立っているといっても過言ではありません。おそらく定家はそのことを見抜いていたからこそ、この歌を掛詞の記念碑として百人一首で顕彰しているのではないのでしょうか。

二、第二次利用

それはさておき、百人一首の歌には商品価値があるので、しばしば第二次利用されています。中でも在

原行平の「立ち別れ」歌は、江戸時代以降、失せ猫が戻るまじない歌として再活用されてきました。そのやり方は実に様々です。

大木卓氏著『猫の民俗学』中の「失せ猫が戻る呪」には多くの事例が紹介されています。久保田正文氏の『百人一首の世界』にも、行平の歌を三度唱えると猫が無事に戻ってくるという言い伝えがあったと書かれています。また内田百閒の『ノラや』には、迷い猫の新聞広告として、行平の歌がぐるりと広告を囲むように書かれていました。

猫好きの田中貴子さんも『古典がもっと好きになる』(岩波ジュニア新書)の中に、「ある地方では、飼っている猫がいなくなったとき、この和歌の下句「まつときかば今かへりこむ」を半紙に書いて猫の出入りしていた戸口に張り、猫の使っていた食器を裏返しにして、そこに猫が失踪してからの日数だけお灸をすえる、という風習がある」と書いています(あまり効果はなかったようですが)。

三、歌の書き方

一般には行平の歌を短冊に書いて、猫の食器の上に置いておくとか、半紙に書いて折りたたんで伏せた食器の中に入れておくというやり方が多かったようです。また歌を書いた紙を東側の壁に貼るとか、人目に付かないように玄関の柱の下の方に貼りつけるとか、トイレに貼っておくというのまでありました。貼り方もいろいろあるようですが、逆さまにして貼るというのが効果的だとされています。

歌の書き方もまちまちで、上の句だけを書くのと、

歌一首を書くというやり方があるようです。それとは別に、わざわざ全部平仮名で書くというのもありました。最近のことでは、NHKの朝ドラ「ゲゲの女房」の中で、奥さんの布美枝さんが着物を質草にする際、「立ち別れ」の歌を書いた紙を着物の中に忍ばせ、質流れせずに戻ってくるようにと祈っていました。それを見た夫の水木しげるは、それは猫が戻ってくるまじないだと駄目出しするシーンがありました。覚えていますか。

本来は失せ猫に限ったことではなく、犬でも小鳥でも落し物でも何でも良かったようです。もともと下の句に「まつとし聞かば今帰来む」とあることから、この歌に失せ物が戻ってくる効果が期待されたのでしょうか。

ということ、定家の「来ぬ人を」歌も行平歌同様、失せ猫が戻る呪い歌として活用されています。知名度のある百人一首だからこそ第二次利用だといえそうです。



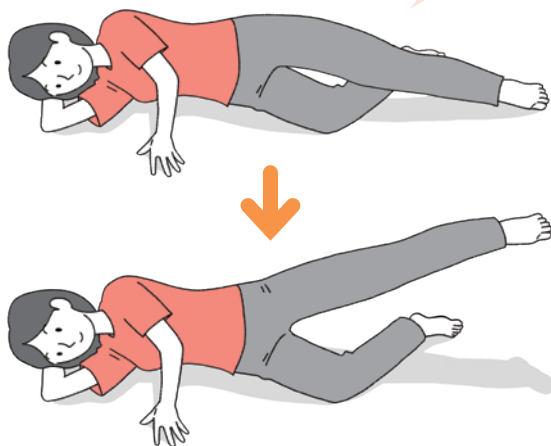
毎日3分間の健康法、 “在宅ストレッチ”

股関節周囲の筋肉をほぐすため、ストレッチと並行して行う軽度の“筋トレ”が効果的

横向きに寝て足を上げる“サイドキック”

床の上で足を上げ下げすることで、体の側面を伸ばし、筋肉に刺激を与えよう

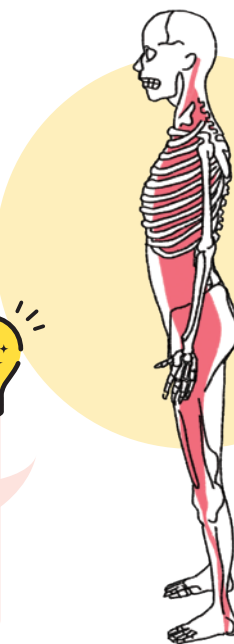
左右10回をメドに
1日3セット



手順

- 1 左足から行う場合、体の右側を下にして床に寝て、左手を胸の前に置き、体を安定させる。右ひざをやや前に出して軽く曲げておく。
- 2 股関節をできるだけ伸ばした状態で左足を上げ、2～3秒静止したら下ろす。この動きを、10回をメドに繰り返す。
- 3 足の左右を入れ替えて①～②を行い、1セットとする。

右の骨格のイラストに赤で色付けした、耳の後ろから骨盤、足の横へとつながる「ラテラルライン」のうち、左右の腰のまわりや股関節を伸ばし、筋肉に軽く負荷がかかることを意識しましょう。



高平尚伸 氏

北里大学医療衛生学部 教授

はっきりした原因が見いだせない不調について、セルフケアの重要性に着目。「ファシア」を意識したストレッチと筋トレの効果を提唱し続けている。『家でできる超快適ストレッチ』など著書多数。



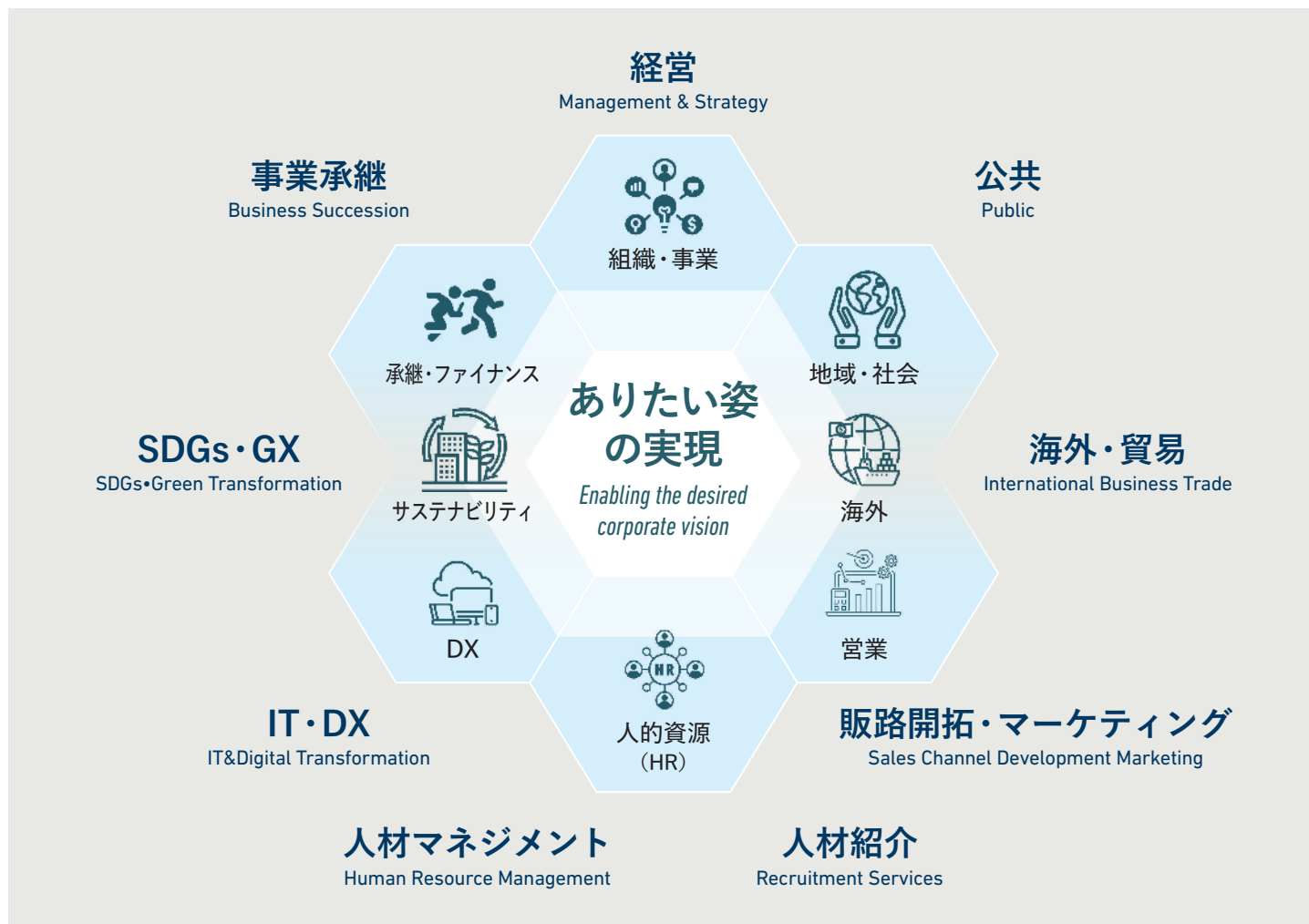
京都フィナンシャルグループ

京都総研コンサルティング

京都総研コンサルティングは、京都フィナンシャルグループの一員として、
企業や地域の「ありたい姿」をともに実現します。

機能と領域

Functions and Domains



会社概要

会社名	株式会社 京都総研コンサルティング
所在地	〒600-8416 京都市下京区烏丸通松原上る薬師前町700番地(京都銀行本店東館5階) 地下鉄「四条駅」、阪急「烏丸駅」より徒歩5分
設立	1987年4月1日
資本金	3,000万円
代表	代表取締役社長 西村浩司
株主	株式会社 京都フィナンシャルグループ(100%)

コンサルティング事業 Business Consulting

- ・企業経営等の経営課題に対するコンサルティング
- ・国や地方自治体等の課題に対するコンサルティング

HR事業 Human Resource Management

- ・人事制度設計・再構築・分析、各種研修の実施
- ・人材紹介業務

リサーチ事業 Research

- ・経済・産業・金融・企業に関する調査研究
- ・企業経営問題等に関する調査研究

KPA会員事業 KPA Membership Services

- ・「京銀プレジデントアソシエーション(KPA)」会員事業
- ・弁護士・税理士・社会保険労務士等の専門家による無料相談

【お問い合わせ】

コンサルティング事業部・HR事業部・調査部 075-361-2377 / KPA会員事業部 075-361-2286 [公式HP](#)





FINANCIAL FORUM

発行日 2026年8月1日(四季報/第153号)
発行 株式会社京都総研コンサルティング
京都府京都市下京区烏丸通松原上る薬師前町700番地 TEL. 075-361-2377
企画編集 株式会社プレジデント社 コンテンツ開発部

掲載画像の一部はShutterstockのライセンスにより使用しております。