

人が集まる場所つくる

友永 皆さんそれぞれ仕事を通しているなら人脈をつくっています。

村松 東京でゲストハウスを2店舗やっている。大学を卒業して東京に出て、仲間4人と起業したのが4年前。と言っても何もないところから始めました。最初のきっかけとして大事にしたのは、何をしたいかという自分たちの思いです。あらゆる境界線を越えて、人々が集える場所をつくりたいという思いを伝えていく中で、次第に仲間が増えていきました。ただの宿泊施設じゃなく、パーラウンジを併設して、いろんな国の人や地元の人がお酒を飲みながら話ができる場所にしています。職業も年齢もさまざまな面白い人が集まっています。人が集まる場所をつくることによって人とのつながりが増えていきます。

三浦 僕の仕事のメーンは日本の企業を海外に出していくこと。そのとき、現地の人と声の聞けることが非常に大事になります。中国に長くいましたが、お客さんの会社に行くときは、大きな全体会議の後で必ず個人と話すようにしていました。大事なところは肩に手をかけるくらい近づいて話していました。それをやるだけでこちらの真剣味が伝わります。物理的な距離を近づけることは大事です。

友永 伊藤さんは東京にいる大分の人をつなぐ活動をしています。

伊藤 今の活動を始めてから、東京で開かれる同窓会や大分市人会、県人会などに行くようになり、話を聞いてくれる先輩に恵まれて、いろいろな人やものを紹介してもらいました。私もリアルで話を聞くことが大切だと思



NPO 法人大分県人際理事長
伊藤彩子 さん

ます。大好きな大分のために役に立つ活動をしていきたいという、一貫性のある、分かりやすくシンプルなメッセージを発信し続けることを心掛けています。東京で本気で「大分大好き」を叫び、大分大好きな人の人脈をどんどん広げていくことで、大分を元気にしたいと思っています。

清水 いろいろな人に出会いますが、一緒にビジネスをやろうと思える人との出会いはわずかで。そのためには僕も、自分が何者で何を目標としているかという思いを伝えることを意識してやっている気がします。いろんな業界を経験しましたが、新しい業界に入るときは、自分の思いを伝えるようにしています。

村松 若い頃をやっていたのは、アーティストを発掘して育成して売り出す行程をコーディネートする仕事。アーティストも人だし、それに手を加えるプロデューサーやデザイナー、ボイストレーナー、プロダクションなども全てが人なので、ヒットをつくる中でどうキャスティングしていくかというのが僕の人脈づくりだったのかなと思います。人脈というより、いい意味での「癒着」。人とくっつきつながっていかないといいものはつくれません。

紹介される人間になる

三浦 プライベートの人脈は何をきっかけに広がっていますか。

伊藤 私の場合はプライベートと仕事がかほぼ一緒。初めはNPOの活動や名前を知ってもらおうと動いていましたが、ある先輩から、「伊藤彩子という人のファンをつくっていかないと広がらないよ」とアドバイスを受け、人間力を磨こう、紹介してもらうに足る人間になろうと思うようになりました。

村松 僕もプライベートと仕事の区別がない。

基本的に酒を飲むのが仕事のようなところがありますが、仕事で飲んでいるかというところでもない。気の合う連中と、仕事の話をしながら飲むことが多いです。自分の生活の中でコミュニケーションを図っていることが、自分を活性化し、何かを発信していく根源になっています。でも本当のプライベートを感じるのは、大分に帰って高校時代の友達と飲む時、上京してきた彼らと飲む時ですね。

三浦 僕もプライベートを感じるのは大分の人と飲む場合が多いです。高校、中学の同級生とか、伊藤さん主催の会とか。仕事の間で出会った人といると、まだ仕事の延長のような感じがします。

清水 僕は飲みに行く友達のほとんどが仕事で絡んだ人。でもそうじゃない人もいますよね。うちの社員も何となく仕事とプライベートを分けている人は多いです。

三浦 僕も仕事とプライベートを分けているところがあります。組織や会社を代表するような立場の人は僕のような考え方はできないと思います。

1年かけ経営理念確立

友永 自分の発信力を高めるにはどうすればいいでしょう。

村松 自問自答するしかないと思います。僕も仲間と会社の経営理念を考えるのに1年かかりました。自分自身がしっかり自分の気持ちと対話できていないと相手に響きません。何を目指すか、どう生きていきたいか、どういう空間が好きか、どういう人間を集めたいか、それによって言葉に重みが出ます。かけた思いの量や時間が、目には見えないけどつくものに表れます。

友永 それか人脈を広げますね。

村松 僕は仕事でお付き合いしている人も仲間という意識でやっています。先輩から「それは会社経営者じゃない、仲間内で楽しくやっているだけだ」と言われることもあります。僕たちはそういうつながりを大事にしています。僕にとって今の仕事は人生の一部。仲間と一緒に仕事をするのが幸せです。

村松 仲間同士でやっているうちに、そうすることが一つの経済活動の根拠になるなら、それがベストだと思います。うちの親会社のソニーも結局は仲間から広がっていったもの。組織に入らず、仲間の中で全てを成り立たせようとするなら、既存じゃないものをつくるのが宿命だと思いますが、それをぜひやってほしい。

大分ネタを蓄えておく

友永 大分人祭りでは参加者同士のつながりも生まれていますか。

伊藤 肩書とか関係なく若い人が肩肘張らずに緩く集える場所をつくりたいと思って始めた活動で、プライベートでもビジネスでも、みんなどんな人脈をつくっています。ビジネスにつながったり、結婚したり、一緒にUターンしたり、いろんな化学反応が起こっているのが面白いです。

友永 大分県以外にも広がっていますか。

伊藤 坐来(ざらい)大分をきっかけに大分人祭りを知り、そこで大分県出身者と出会って結婚した人もいます。県内の大学を卒業した県外出身者や、お父さんかお母さんが大分人で、おじいちゃんやおばあちゃんが住む大分によく遊びに行っていたという大分県人2世や3世も参加しています。

ハピカム

東京編

人脈活用

会社やNPO法人の代表。ビジネスマン。起業家。それぞれのやり方で人的ネットワークを築きながら、自分の思いを仕事や活動に結び付け、実現してきた5人。その人脈活用術を大分の活性化に生かさないか。彼らの経験に裏打ちされたアドバイスの中に、大分を盛り上げる人脈づくりのヒントが見える。

若者への刺激
大人が考える

友永 これが活発になれば大分にもいい効果が出ますね。でも大分の人は引っ込み思案で、情報発信下手との声もあります。

三浦 大分に関する小ネタを少しずつ自分の中に蓄えておくだけで、県人同士はもちろん、県外の人とも会話が成立して、大分に興味を持ってもらえることはたくさんあります。

伊藤 今はフェイスブックやツイッターなどを通して個人がメディアになる時代。いろんなチャンネルでみんなが大分小ネタを発信しているらしいと思います。でも、自分たちで集まっていればそれでいいから、情報発信しないという考え方はありますよ。

三浦 恵まれているのかもしれないですね。そこで解決できてしまう。

伊藤 東京に出てきても、どこ出身とか何高校出身とかで境界線があるかもしれない。

清水 どう発信するかというよりも、何を伝えていかかが大事。大分はここに共通の価値観がないのかもしれない。不思議なもので、伊藤さん

の会に行くと、同じ大分の人というだけで安心感があります。それって何だろうと私も思いますが、それがたぶん、大分県として思いを伝えるときの思いの部分でしょう。「大分とは」と聞かれたとき、僕は出身の佐伯の、自分の生活の周りのことが浮かびます。そういう身近な生活の良さ、価値観やライフスタイルが共有できると、大分県として発信できるんじゃないでしょうか。

友永 でもそれは言葉で伝えるに、経験しないと分からないところがあります。

清水 ブータンのGNH(国民総幸福量)は、言葉にしてよく伝えたなと思います。

友永 そこに住んでいる人が幸せなら、行った人もいい所なのかなと思うでしょう。

清水 行って住みたくなったら最高ですね。

GDPに表れぬ豊かさ

友永 県内でも1ターン1ターンに力を入れている自治体がありますが、単に政策だけではつ

ながらない。定住を考える人は、自分の豊かさや幸せにつながるかどうかという基準で、どこに住むかを決めると思います。

清水 大分なりの価値観や基準をつくってしまえばいいんですよ。

伊藤 「大分はつまらん」と思っている大分の人は多いので、外から考えていく必要はあるかもしれません。

清水 「つまらん」というのは東京の価値観で考えるから。大分に帰るとよく「年取はいくらか」と聞かれます。財布の中身は僕の方がちょっと多いかもしれないけど、通勤に何時間もかかるし、「そつちの生活の方が豊かだよ」と言いたい。魚を捕ってきてお隣さんにあげる。代わりに野菜をもらうなど、GDPに反映されない豊かさが大分にはたくさんあります。

伊藤 おいしい食べ物があって、温泉も湧いている。当たり前だと思っていることがいかにすごいことか、いかに特別なことか、外にいる人が「大分はすごいんだよ」と情報発信し続けることが大事です。大分に住む人も外にいる大分人も、ちょっとずつ大分のことを知って、ちょっとずつ大分のプチ自慢ができるようになれば興味を持ってくれる人も増えます。そういう愛のこもった情報発信ができるようになるといいですね。

オタク文化届けていく

村松 自分なりに分析すると、大分の著名な漫画家や役者、歌手などは県北西部出身者が多いんです。大分には昔、民放が2局しかなく、大分市内で暮らしていた僕は東京ではやっているテレビ番組を見ていません。でも日田や中津は福岡の民放が入ったから、情報豊かな中で才能が育ったのかも知れません。

ただ、大分県民の書籍や雑誌の購入費は全国で上位に入ります。陰にこもって本を読むような土壌があるのかも。一方で、大分には博多のどんたくのような祭りがありません。祭りは、振り付けや化粧などを教えることで大人と子どもがコミュニケーションできる大事な場。大分にはそれがなく、コミュニケーション力の低さにつながっているのかもしれない。そこで、それらを逆手に取り、オタクを育てていくというのはどうでしょう。今やオタクは日本の文化や経済を動かす存在になっています。

友永 確かに大分には市町村単位の祭りはあっても、県全体の祭りはない。昔からの小藩分立の流れを変えるわけにはいきませんが、それを長所として生かすことはできます。

伊藤 まとまらないままやっていくという手もあります。

村松 茨城県で数十万人が集まるロックフェスをやっていますが、その発祥は別府であった城島ジャズインじゃないかと思っています。大分県には全国に先駆けてやっていることが結構あって、目の付けどころはいいのに、それを続け、広げていく力のなさもつらいと感じます。

村松 去年、大分の海沿いでパイレーツシップというロックフェスがあり参加しました。メンバーが豪華で、すごく盛り上がり楽しめました。

住んでいる人が再認識

友永 あるものをもう一回見つめ直すのも大事ですね。

清水 ブランディングは中からやるもの。自分が好きじゃないと人に売り込めません。では大分にいる人たちは大分のことを好きなのかどうか。

僕らは外から客観的に見て、「東京にないものを持っているからいい」と思うけど、住んでいる人がそこを再認識するところから始めないとブランディングは進みません。彼らは東京の生活を知らないから、そこで僕らが果たせる役割があると思います。

三浦 例えば大分のまちを歩いているとき、「これはすごい」ということがすぐに分かるような情報がない。あるのかもしれないけど、伝わらない形で展示されているのでしょうか。それでは「大分が好きだ」という感情も生まれません。歩いているだけで知らないうちに大分のまちや歴史が分かるような仕組みができるといいと思います。

清水 若い人にとっては、ライブなどもたくさんある東京の方がいい部分は確かにあります。でも、それを補えないでしようか。映像もデジタル化されたので、プロジェクターさえあれば映画館がなくても映画が現れます。映画のロケ誘致に何億円も使うなら、プロジェクターを買って地元の人が映画を見られるようにした方がいい。生活者目線で、今までできなかったことを補うことにもっとお金を使っていくといいと思います。生活者目線で生活を豊かにしていく。じゃあどういう生活を豊かに感じるか。そこを大分なりの価値観で、みんなで共有してつくりたいと思います。

良さ伝えて人送り込む

村松 ある程度お金を持っている大分の企業が、若者を育てるタニマチ的な考え方を持つことも大事でしょう。他県に比べて若者が何かに打ち込める環境が脆弱(ぜいじゃく)で、大分の若者に元気がありません。せめて県庁所在地ぐらいには刺激がほしい。それは大人が考えてあげなきゃいけないことです。大分にいる後輩に聞いても、何かイベントをするにしても横がまっすぐでない、応援しようとするタニマチの企業が現れない、誰に相談していいかわからないという感じのようです。

友永 大人の度量が試されますね。個人の脈、仕事の脈、地域の人脈を考えたとき、最終的には自分の主張を持ち、そこに磨きをかけていくことが大事だという話につながりました。

村松 僕も大分に住んでいたときは大分愛がなかったけど、話を聞いて、大分はいいものを持っていると再認識しました。今までは自信がなかったけど、大分の良さを伝えて人を送り込むことで、もっとは大分に協力できると思います。大分にゲストハウスをつくることもできるかもしれません。

三浦 子どもたちが大分に関する大分学を学べる環境も必要だと思います。大分のことを知らない、今あるものもいいか悪い、大分の価値観でいいかどうかを判断する素地ができません。

ファン増やす貪欲さを

友永 大分の人には豊かで、困っていないから、人脈づくりに積極的にならないのかもしれない。でももうちょっと、利用できるものは利用して、一人でも多くファンを増やすぞという貪欲さがあっていい。地域の若者をどう育てるかを貪欲に考えていけば、おのずとどう動けばいいかも分かると思います。その辺は大分に住む僕らが考えていかないといけないし、東京にいる人とうまくつながっていかないとできないことです。

コーディネーター
大分合同新聞記者
友永敬介

ソニー損保

「今の保険がもうすぐ満期になるので、一生涯続けられる医療保険を探しました。」

ソニー損保の医療保険なら、手頃な保険料が一生変わりません。医療保障とがん保障がひとつになって、先進医療保障がついているのも魅力でした。

(52歳女性)

*ご契約者のアンケートを元に構成しております。

まずは
資料請求を!
通販限定
通販限定だから、
手頃な保険料で
充実の保障を実現!

通話料は無料!
0120-37-9195

受付時間 9:00~22:00 (日曜・休日のみ 9:00~18:00)

自動音声受付 上記受付時間以外にも24時間資料請求を受け付けております。

受付コード 0065 3480

ウェブサイトで、ぜひご覧ください。

■わずか3項目で、あなたの保険料がわかる!
■医療保険の選び方やお客様の声なども公開中!

ソニー損保 検索

手頃な保険料で、がん到手厚い保障が一生涯続く、ソニー損保の医療保険。

SURE ベーシック **がんなら2倍**

◎入院日額5,000円プランの場合

がんの病気・ケガの入院 1日につき **5,000円**

1日につき 日帰り入院から保障 **1入院60日まで 通算1,095日まで保障**

1日につき 日帰り入院から保障 **10,000円**

支払日数 **無制限!**

がんに対する保障は保険始期日よりその日を含めて91日目から開始します。詳しくは下記 **【注意】**をお読みください。
*SUREベーシックには、がん診断一時金はありません。

【手術の場合】手術の種類に応じて **5・10・20万円**※1(支払回数無制限)※2

先進医療*の技術料と同額を通算 **2,000万円**※1 **パワーアップ** まで保障!

*対象となる療養や医療機関に条件があります。詳細は厚生労働省のホームページなどでご確認ください。

保険料は一生上がりません! 保障は一生続きます。

SUREベーシック ■入院日額5,000円プラン:月払保険料表一部抜粋 (保険期間:保険料払込期間:終身)

性別	契約年齢(満)				
	30歳	40歳	50歳	60歳	70歳
男性	2,030円	2,755円	3,925円	5,565円	7,940円
女性	1,950円	2,495円	3,430円	4,750円	6,785円

●年齢などの条件によって異なります。詳しくは右の月払保険料表をご覧ください。

【契約可能年齢】満20歳~満70歳 **ご契約は満70歳まで、保障は一生続きます。**

※1:一部お支払いの対象外となる手術・療養があります。※2:手術保険金、がん手術保険金については、手術の種類によっては60日間に1回のお支払いが限度となる場合があります。入院時手術保険金については、医師診療報酬点数表において手術料が1日につき算定される手術は、1日目に受けた手術のみのみがお支払いの対象となり、また、一連の治療過程に連続して手術を受けられた場合に手術料が1回のみ算定される手術は、いずれか1つの手術のみがお支払いの対象となります。

おハガキの場合 左記の受付コードと必要事項を明記のうえ、ご郵送ください。

FAXでも資料請求できます。

ハガキと同じ内容をご記入のうえ、ご送付ください。

0120-706-109 24時間受付

医療保険資料希望 郵便はがき 〒144-8720 東京都大田区蒲田 5-37-1 11F ソニー損保 医療保険資料請求 受付係

ご注意ください ●健康状態やご職業によっては、お引受けを制限させていただく場合がございます。また、過去にがんにかかったことのある方はお引受けできません。●保険始期日は、毎月15日を申込書受付の締切日とし、締切日の翌々月1日を原則とします。また、がんに対する保障(入院、手術、がん診断(SUREワイドのみの保障)、がんを直接の原因とする先進医療による療養に対する保障)は、保険始期日よりその日を含めて91日目から開始します。(保険始期日よりその日を含めて90日以内に上皮内新生物を除くがんと診断確定された場合には保険契約は無効となります。)*●この保険には、通院保障はありません。

必ずご確認ください ●契約年齢は、保険始期日時点での満年齢となります。●この保険には、解約返戻金・満期返戻金・契約者配当金などはありません。●SURE(シュア)(ガン重点医療保険)は、傷害および疾病による入院・手術保障特約付がん保険に各種特約をセットした商品の総称です。●この広告はSURE(シュア)の概要を説明しています。商品の詳細については重要事項説明書(契約概要・注意喚起情報など)を必ずお読みください。●お客様にご提供いただいた情報は、お問合せの商品および弊社の他の商品の案内などに使わせていただくことがあります。お客様に関する情報の弊社取扱方針については、弊社ウェブサイト、お客様相談室、重要事項説明書でご案内しております。

この広告の掲載内容は2014年2月現在のものです。

ソニー損害保険株式会社
〒144-8721 東京都大田区蒲田55-37-1アロマスクエア11F

SA13-164