

Family 379号

2017年 11月



関東支部(栃木県)

- ◆ FUJITSUファミリ会 復興支援活動報告
講演Ⅰ ●再生へ心ひとつに～震災報道の現場から～
講演Ⅱ ●熊本地震から学んだこと
- ◆ ICT基礎講座 特集号連動企画～AI実践への道～
コンサルタントに聞く 業務の課題解決におけるAI活用
- ◆ トップは語る お客様にとって唯一無二の存在でありたい
- ◆ 講演録 宗次流 独断と偏見の経営哲学
- ◆ From 佐原 利根川水運で繁栄した町 歴史の町並みを次代へ



みんなと共に
がんばろう!
東北

がんばろう!
熊本・九州

CONTENTS

- 復興支援活動報告 2
 がんばろう東北
 がんばろう熊本・九州
 〈講演Ⅰ〉株式会社河北新報社
 代表取締役社長 一力 雅彦 氏 3
 〈講演Ⅱ〉株式会社熊本日日新聞社
 取締役 東京支社長 丸野 真司 氏 4
- ICT 基礎講座 Close-Up 6
 特集号連動企画～ AI 実践への道～
 コンサルタントに聞く
 業務の課題解決における AI 活用
- トップは語る 10
 沖縄情報システム株式会社
 代表取締役 小橋川 安万 氏
- 講演録 12
 カレーハウス CoCo 吉番屋
 創業者 宗次 徳二 氏
- HUMAN HUMAN 14
 コンサルソーシング株式会社
 代表取締役 松井 順一 氏
- Family's Information 15
- デジタルフォトコンテスト入選作品 16
- 支部見聞録(関東支部) 18
 From 佐原

Family 2017 379号

表紙の写真は、379号から「11支部を代表する鳥」をテーマにお届けします。

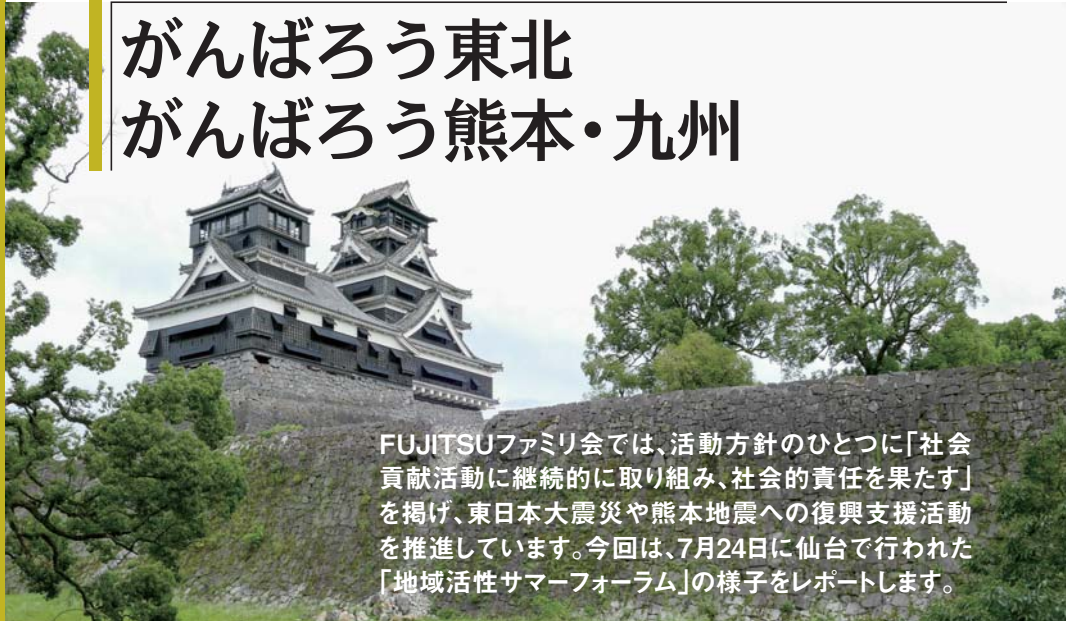


表紙のことば (日本の鳥シリーズ)
 関東支部
 オオルリ(栃木)

日光・塩原・那須などに、春から秋まですむ渡り鳥。光沢のある青い体と、美しい声でのさえずりは野鳥愛好家に人気がある。オオルリをモデルにしたマスコット「ルリちゃん」も人気者。

FUJITSUファミリー会 復興支援活動報告

がんばろう東北 がんばろう熊本・九州



FUJITSUファミリー会では、活動方針のひとつに「社会貢献活動に継続的に取り組み、社会的責任を果たす」を掲げ、東日本大震災や熊本地震への復興支援活動を推進しています。今回は、7月24日に仙台で行われた「地域活性サマーフォーラム」の様子をレポートします。

今回で4回目となる「地域活性サマーフォーラム」には、東北支部のみならず、北海道、関東、信越、九州からも多くの参加がありました。

過去3回は宮城、岩手、福島など東北の被災地における現状や課題について、現場の声をもとに様々な発信をし、復興へ向けた取り組みへの理解を深めてもらう目的で開催されてきました。今回は、九州支部の協力を得て、東日本大震災と平成28年熊本地震、2つの被災地から情報を発信するフォーラムとなりました。

はじめに、東北支部の小野木克之支部長より開会にあたり挨拶があり、「東日本大震災から6年以上が経ち、各地で復興が進む一方で、いまだに9万人以上が不自由な避難生活を余儀なくされています。また、昨年発生した熊本地震においても甚大な被害がありました。東北と九州で、被災の状況には違うものがありますが、共通の課題も



東北支部、小野木支部長の挨拶で開会

多々あると考えられます。これからも被災地同士、連携・連帯を深め、発信力を強めてまいります」と述べられました。

その後の特別講演では、株式会社河北新報社 代表取締役社長 一力雅彦氏と、株式会社熊本日日新聞社 取締役 東京支社長 丸野真司氏より、震災当時の体験をもとに講演をいただきました(講演内容は次ページに掲載)。

懇親会にも多くが参加し、交流を深め、盛況のうちに閉会されました。



左上) 支部の枠を超えての交流ができた懇親会 右上) 内田ファミリー会会長をはじめ、各地から支部長や幹事、会員の皆様が来場した
 右下2点) 東北・九州のお酒もふるまわれた



再生へ心ひとつに ～震災報道の現場から～

株式会社河北新報社
代表取締役社長

一力 雅彦 氏

〈略歴〉 仙台市出身。1986年 株式会社河北新報社入社。
2005年 代表取締役社長に就任（現在に至る）。日本新聞協会理事。
仙台経済同友会代表幹事。東北経済連合会副会長。



復興の現状

河北新報は、明治30（1897）年1月に創刊され、今年で120周年を迎えました。宮城県を中心に東北6県に取材網と販売網を持ち、発行部数は45万部、夕刊は仙台圏を中心に5万部を発行しております。日頃からの富士通様はじめ富士通グループ各社様のご協力に加え、東日本大震災以降は、FUJITSUファミリー会の皆様には息の長い多大なご支援を賜り感謝申し上げます。

さて、2011年3月に起きた東日本大震災から6年4カ月が経ちました。復興は一步一步進んでおりますが、まだまだ道半ばでございます。今現在、行方不明者は2,550人、9万人以上の方々が依然として不自由な避難生活を余儀なくされております。今でも毎月11日の月命日には、被災地で大規模な行方不明者の捜索が行われております。

河北新報社は、災害援助協定を結んでいる新潟日報社様のご協力により、震災当日の号外と翌12日の朝刊から新聞を発行することができました。さらに、富士通技術者の方々のご協力により組み版サーバが復旧し、12日の夕刊からは自社工場での新聞発行が可能になりました。大規模な停電や通信、交通が麻痺する中、「紙齢を絶やしてはならない」という使命を胸に、全社一丸となって新聞を届けてまいりました。

災害は同じではない

「関東大震災」「阪神・淡路大震災」「東日本大震災」と大震災と呼ばれるも

のでも、発生時刻や場所により被害は大きく異なっています。午前11時58分に起きた関東大震災では、多くの木造長屋で昼食の支度に使っていたことから、死因のほとんどが焼死です。午前5時46分に起きた阪神・淡路大震災では、多くの人が自宅の倒壊による負傷や圧死で亡くなっています。午後2時46分に起きた東日本大震災では、学校や会社、街中など様々な場所で被害が出ましたが、圧倒的に多かったのは津波による水死でした。

東日本大震災では、DMAT (Disaster Medical Assistance Team) という災害派遣医療チームが救護活動に当たっていただきましたが、このシステムは阪神・淡路大震災を教訓に、主に地震による外傷患者を想定して作られたものでした。そのため、低体温症や長期的な救護を要する慢性疾患に対する薬不足など、過去のマニュアルでは対応しきれない想定外のことが多かったのも事実でした。危機管理対策は常に新

しい内容に更新し、レベルアップし続けていかなくてはならないことを痛感いたしました。

河北新報社の取り組み

河北新報社は震災直後から、常に当事者意識を持って被災者に寄り添う報道姿勢を貫いてきました。2012年1月には、新しい東北をつくるために新聞社として独自の視点をまとめた、3分野11項目からなる提言をいたしました。2016年4月、東北医科薬科大学に被災地に不足している医学部を新設したのもその取り組みのひとつです。

また、新聞社ならではの活動として、震災アーカイブの設置を始めました。写真は被災地の現在の様子まで広く募集しており、その地区の震災当日から現在までの復興状況が、時系列でわかるようになっております。これを多くの方々に見ていただくことによって震災の記憶の風



災害時でも情報発信につとめた河北新報社、熊本日日新聞社の講演に参加者がひきこまれていった

化を防ぎ、防災の参考や研究に活かしていただければと思っております。

さらに、防災意識を高める活動として、地域に合った防災訓練を実施する「むすび塾」、次世代の防災の担い手を育成する「311『伝える／備える』次世代塾」を開講しました。日本全国、世界を視野に入れた大規模な取り組みとしては、2013年からヤフー様との共催で、被災地を自転車で走りながら地元の人々と交流する「ツール・ド・東北」を開催。また、慶長遣欧使節出帆400年を記念して、「平成青少年遣欧使節団派遣プロジェクト」を新設し、被災地から高校生10名ずつを選抜し、2014年はスペイ

ン、2015年はイタリアに派遣しました。若者にチャンスを与え、新しい国際交流を開くことは、東北の未来にとっても大きな希望になると思っております。

次世代への道しるべ

被災地で今大きな問題になっているのが、急激な人口の減少です。若者が地方にとどまり、住みたくるような新しい仕組みを考えることが急務です。そこで120周年を迎えた弊社では、2050年の未来の東北を担う子供たちへ向け、6つのメッセージからなる「東北の道

しるべ」を提言いたしました。これは、成長経済重視の競争社会とは一線を画し、人口減少にかかわらず地域内に人や物、財が活発に循環する持続可能なモデルを「東北スタンダード」と名付け、その実現を目指すための新しい産業システムや試みを呼びかけたものです。

東北から新しいモデルが生まれ、再生し、世界の手本になることが、これまでご支援くださった皆様への大きな恩返しになると思っております。弊社はこれからも東北とともに歩んでまいりますので、今後とも皆様のご支援、ご指導をよろしくお願い申し上げます。

講演II

熊本地震から学んだこと

株式会社熊本日日新聞社
取締役 東京支社長

丸野 真司 氏

〈経歴〉熊本市出身。1980年 株式会社熊本日日新聞社入社。
2006年 編集局社会部長兼論説委員。2013年 編集局長。
2017年 取締役東京支社長。



熊本地震の衝撃

熊本地震から1年3カ月が過ぎましたが、いまだ4万人の方が不自由な避難生活をされています。「熊本には地震が起きない」と信じてきた私どもにとって、2016年4月14日午後9時26分、益城町に震度7、16日午前1時25分に再び益城町と西原村に震度7の地震が起きたことは本当に大きな衝撃でした。震度7の地震の連続発生は、気象庁観測史上初めてということなのです。

最初の地震直後、気象庁は今後1週間程度、震度6弱程度の余震が発生する恐れがあると発表しました。しかしその28時間後、予想を上回る大きな地震が起きました。その後、14日の地震を「前震」、16日の地震を「本震」と訂正。そして、余震とい

う言葉が「大きな地震が起きない」印象を与えるとして、余震確率の公表を見直すことと発表しました。

今回の地震では、2度の大きな地震と余震の多さから、倒壊する恐れのある建物の中に避難することができず、車中泊をする人が大勢いました。家の下敷きになるなど直接地震の影響で亡くなった方は50人ですが、エコノミークラス症候群などの関連死が今現在181人と、直接死を大きく上回るのもこの地震の特徴です。

熊本日日新聞社の取り組み

熊本日日新聞社では幸い建物の被害はありませんでしたが、度重なる大きな揺れの中、社員はほとんど不眠不休

で、翌日の朝刊から号外を含み新聞を発行し続けました。私たちはまず15日の夕刊から、ガスや水道、炊き出し、買い物といった被災者が求めている生活情報コーナーをスタートさせました。これは阪神・淡路大震災での神戸新聞社様、東日本大震災での河北新報社様を手本に取り組んだことです。

また、紙面だけではなく、フェイスブックやツイッターでも生活情報をアップしました。新聞紙面も無料で閲覧できるようにした結果、県内外から非常に多くのアクセスがあり、現状を知っていただくと同時に、メッセージの発信にもなったのではないかと思っております。

地震の1カ月後には、今回の地震で学んだこと、反省点などあらゆることを記した「連鎖の衝撃」という新聞連載を始め

ました。さらに、河北新報社様の取り組みを参考にさせていただき、社内でも地震の記録を残そうということで、社員から報告を集めて記録集にまとめました。

被害の明暗を分けるもの

今回の地震では、1981年に施行された新耐震基準の前後で、建物被害の明暗が分かれました。熊本県内では、財政難で耐震化が遅れていた市や町の庁舎が使用不能になりました。今回のような不測の事態で、支援や救援など住民の窓口が使えなくなることは大問題です。優先すべきものは何か、早急な議論が必要です。

災害は弱いところにしわ寄せが来ますが、高齢者施設や福祉施設の被災は、関連死の原因にもなりました。さらに、増え続ける外国人訪日客に、災害情報をいかに伝えるかということも大きな課題です。

熊本地震で初めて取り入れられた、国が自治体の判断を待たず被災地へ物資を緊急輸送する「プッシュ型支援」も、受け入れ施設の被災などで、うま

く機能したとはいえませんでした。そのような中で、比較的建物被害が少なかったコンビニエンスストアが地域の命綱になったことも事実です。災害時に機能できる施設の検討も重要です。

また、余震が多かった今回の地震では、建物に近寄れず、ボランティアの方々への作業依頼に難しい面がありました。加えて、他人の援助を受けることにためらいがある県民性など、支援の受け入れ態勢や人々のマインド構築の必要性も痛感いたしました。

反省を活かし未来に備える

東日本大震災後、多くの企業がBCP（Business Continuity Planning、事業継続計画）に取り組んでこられたと思います。弊社でも阪神・淡路大震災後、近隣4県の新聞社と災害援助協定を結びました。しかし、想定していたのはコンピュータのシステムダウンで、地震は想定外でした。BCPの要は想定外を作らないことです。

熊本地震では、SNSが大きな役割を果たしましたがその反面、誤った情報

も流れ、その対応に苦慮する二次被害が出ました。情報の是非を誰がどのように監視するのかは、今後の大きな課題です。

また今回、沖縄タイムス社様が記者1名を2週間、弊社に派遣してくださったことは、大きな助けになりました。これを受けて九州の編集局長会議で、大きな災害が起きたときには、相互に記者を派遣して助け合うことを申し合わせました。これは新聞業界に限らず、すべての企業、行政、市民団体でも取り組むべきことではないでしょうか。

熊本地震では、たくさんの方々から目に見える形でご支援をいただきました。先日の九州北部豪雨の際には、熊本県の行政やボランティア団体が地震の経験を活かして支援に入りました。経験知を受け渡していくことは、私たちに課せられた重要な使命です。

今回の地震で気付いたことは、困難な状態にあるときの人々の優しさです。まずは自分の身は自分で守りつつも、個人だけでは無理なとき、助けになるのが共助、互助の力です。皆が心をひとつにして災害に備え、助け合わなければいけないとかみしめている次第です。



左) 東日本大震災・熊本地震発生当時の様子を伝えるスライド上映に、多くの参加者が見入っていた
下2点) 河北新報社、熊本日日新聞社によるパネル展示。被災当初の困難な状況の中でも、地域の人々にいち早く情報が届けられた



特集号連動企画
AI実践
への道

コンサルタントに聞く 業務の課題解決 におけるAI活用

—AI活用の最前線に迫る—

前号に続き本号の ICT 基礎講座では、2018年2月発行のAI 特集号連動企画として、「人工知能 (AI: Artificial Intelligence)」を取り上げる。ICTの高性能化とAI技術の進歩の両立によって第三次AIブームが起こっている中、企業はAIをどのように活用していけばいいのだろうか。本号では後編として、知識処理を専門とするコンサルタントに話を聞き、業務の課題解決にAIをどう活用できるかについて考察する。



株式会社富士通総研 (FRI)
コンサルティング本部 ビジネスアナリティクスグループ
コンサルタント グループリーダー
博士 (理学) 野村 昌弘 一宮 央樹
佐藤 文孝



AIへの過度な期待は禁物

AIの定義は学会でも統一されておらず明確な定義がないが、そもそも様々な技術分野の集合体であるため、「何がAIで何がAIでないか」という問いは意味を成さない。企業が期待しているAIということであれば、人間らしい振る舞いをするコンピュータ、もしくは今までにない価値を生み出すことができる計算科学 (機械学習・ディープラーニング) の活用ではないだろうか。

現在の第三次AIブームは、人間がルールを記述する (知識を与える) 必要のあった第一次、第二次AIブームと異なり、コンピュータ自体がデータから学習する (知識やルールを自動抽出する) 技術に支えられている。しかし実際にはすべてをコンピュータ自体が行ってくれるわけではない。あくまでもAIはプログラムされたコンピュータであり、その活用のためには、問題設定からデータ確認を行ったうえでのロジック設計、データ整形、学習処理、そして学習後の結果をもとにしたロジック修正は人間が行う必要がある。目的が異なればロジックは異なり、複雑な目的の場合は複数のロジックを組み合わせなければならない。ディープラーニング (深

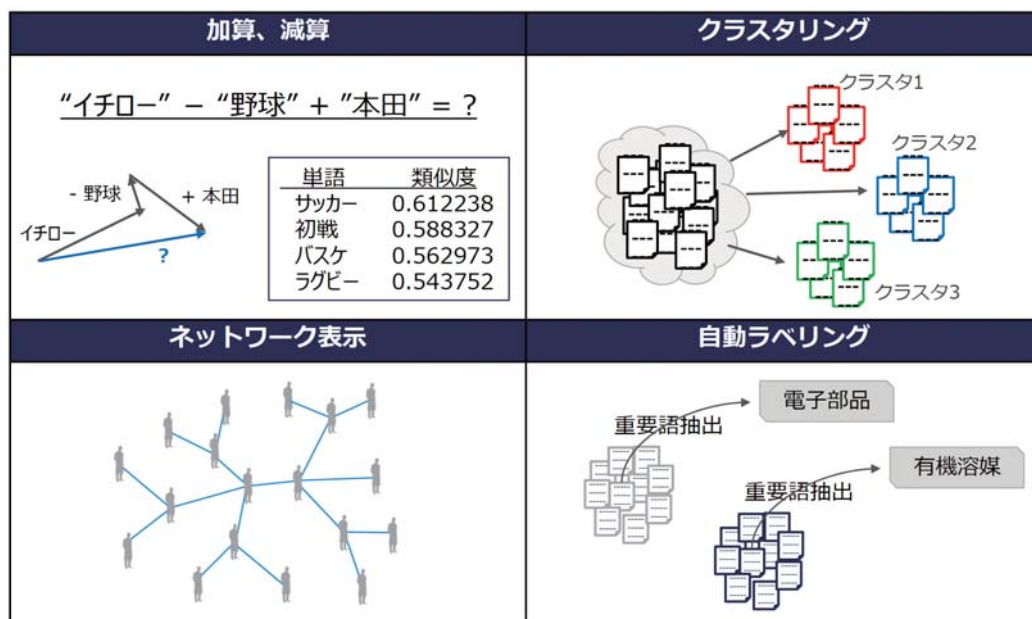
層学習) は階層を深くすることで今まで見つけられなかったデータの中の隠れた情報を機械に学習させることに成功し、一大ブームを巻き起こしている。しかしそれはただ階層を深くすればいいというわけではなく、どのような階層構造にするべきか、どのように学習結果を伝播させるかなどは人間が問題設定により設計しなくてはならない。そのためにはより高度な専門スキルが必要となってくる。

AIが意思を持って自律的に行動するにはまだまだハードルが高い。AIを業務課題の解決に活用する際は、AIが「取り組めばすぐ活用できる」「何だって可能にする」ものではないこと、そして必ずしも結果が出るわけではないことを理解したうえで取り組む必要がある。AI、特に機械学習は、実データを使って検証するまでどうなるか誰にもわからないため、精度の定量的保証はできない。



統計手法によって あらゆるデータの数値化が可能に

コンピュータの世界には0と1しかない。一致する単語や文章は見つけられても、人間のように違う文章でも内容が同じ文章を見つけることは、文脈を理解できないコンピュータにはできないことだった。そのため例えば、ERPでは「田中」という



■図1 単語、文章の数値化による応用例
資料提供：株式会社富士通総研

データは「姓」のフィールドに格納し、データがきれいに構造化されているリレーショナルDBを前提にプログラムを作ってきた。「田中」が「たなか」となっていたり、「名」のフィールドに入っていたりすると、「姓」のフィールドで「田中」を検索してもヒットしない。

一方AIは、データ自体に意味や属性が付与されていない非構造化データに対しても、その特徴を自ら学習することで様々なデータ活用を可能にする。例えば大量の文書や画像などを、自然言語処理や画像認識処理を行うことで歌の一小節から曲名を教えてくれたり、あいまいなタイトルから本を見つけてくれたりするような、今まで人間にしか聞けなかったことに、コンピュータがあたかも人間かのように答えてくれる(あくまでも人間と同じように思考して答えているわけではないが)。つまりこれが人工的な知能であり、現在の第三次AIブームのAIである。

1980年代～1990年代前半の第二次AIブームでは、人が持っている知識をすべてコンピュータに教え込む(記述する)ことで人間並みの問題解決を可能にしようとした。そのためには、例えば文章であれば単語や文書の意味や関係性を逐一定義しなければならないが、人間の持つ知識のすべてを定義できないという結論に至り、第二次AIブームは収束していった。

これに対し第三次AIブームにおけるAIは、例えば自然言語処理の意味認識でいえば、大量のテキスト情報から単語の出現頻度や共起関係、構文構造や文書間の関係、作者といったメタ情報などを統計的に処理し、その意味的な特徴

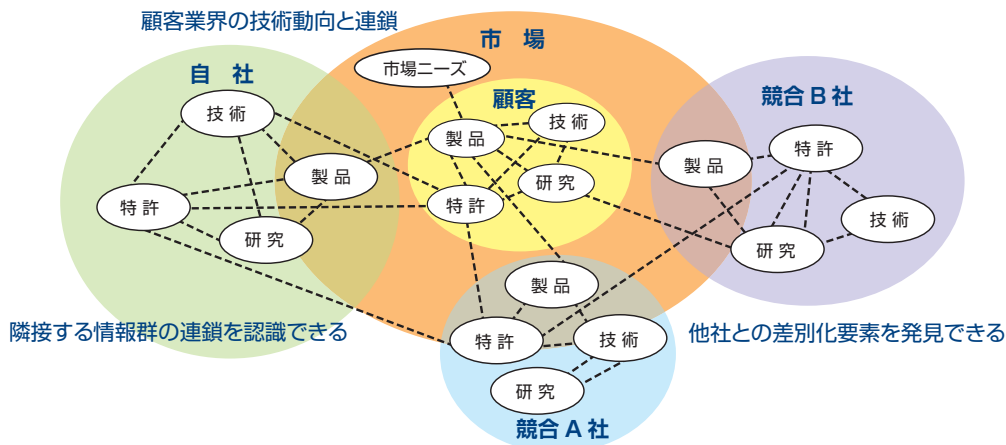
を学習していく。現在は第二次AIブームで逐一定義しようとしていた知識を機械が自ら学習することが可能になってきている。

AIの学習はモデル化などと呼ばれることがあるが、ここでいうモデルというのはその問題を解くための数式のことである。つまりAIは言葉の意味や物の見た目の特徴など、数値で表現することが難しい非構造化データを数値化している。これにより、例えば“イチロー”-“野球”+“本田”=“サッカー”といった概念間の加減算や、文書のクラスタリング(分類)、人や技術などの関連度によるネットワーク表示など、様々な数学的、統計的処理による応用が可能になる(図1)。

構造化データ、非構造化データ、さらにはIoTやモバイルの発展によって新たに生まれたいわゆるビッグデータをも取り込み、AIはあらゆるデータを数値化して処理する。すでにERPなどで様々な角度から分析していた社内データからでも、AIによって今まで気付かなかった関係性を新たに発見する可能性はあり、その適用範囲は今後さらに拡大していくであろう。

AI 活用事例 自社技術に関連する市場・他社動向の把握

ある研究開発機関から、「特許情報や論文、ニュースなど、インターネット上の様々な文書と社内情報を横断検索してニーズや研究の動向を俯瞰したい。その技術のノウハウを自社で得たいので、一緒にディスカッションしながら進め



■図2 データ所在を越えた情報連鎖
資料提供：株式会社富士通総研

られないか」とご依頼があった。そこで、Human Centric AI Zinrai (ジンライ)の文書間の関係を構造化する「知識情報構造化API」^{※1}を使い、文章の意味的な特徴によって数値化した文書のクラスタリングにより、キーワード検索では発見できない文書間の関連性を可視化した(図2)。

その後「どういったクラスタかわかるようにラベリングできないか」とご依頼があり、文書に記述された単語の重要度を計算(スコアリング)し、クラスタにラベリングした。

このような一連の処理の組み合わせは、多種多様なロジックの中から対象となる技術分野や要望に合うものを選んで適用している。ロジックは一度設定すれば終わりではなく、出力結果をもとにディスカッションしながらチューニングを繰り返す。研究開発機関自身も目的とスコープを明確に持ち、段階的にAIを成長させようとしており、データと活用の好循環が生まれている。

このほかに、特許出願の検討時に類似特許の探索や絞り込み、他社特許のリスク評価にAIを活用した事例や、工場間をまたいでトラブルレポートを学習し、対応スピードの向上に活用した事例がある。画像処理でいえば、メディア業界において動画内の物体や人物判定によるコンテンツメタデータ^{※2}の自動生成や、数値を対象にした事例では工場における製造品の品質予測など、その適用領域は分野を問わず様々である。

AI 活用に求められるスキル

AI活用に求められるスキルは、データの意味を理解する統計学の知識、その統計処理を実現するための情報処理技術、それを現実のニーズに還元する現場の業務知識、と

膨大である。また業界の発展スピードも目覚しく毎日のように新たな研究結果やツールが生み出されており、最先端の技術者は常に自己研鑽が求められる。しかしそうした手法はインターネット上で検索すれば山ほど見つかるし、本屋に行けば参考書がいくらでもある。まずは簡単に入手できる情報でAIの適用を試すことをおすすめする。AI活用では興味を持って試してみる感覚が大事であると考えている。AI活用を学ぶために大学の専門的な学部へ行く必要もなければ、資格を取る必要もない。AIの出力結果に最高到達地点はないため、いいアイデアや技術をどんどん試していくことが重要である。

近い将来、AI活用のスキルは、社会人にとって不可欠な、一般的なスキルになっていくかもしれない。現在、私たちはExcelを当たり前に見えるが、それと同じように将来は自分でロジックをつくりデータを分類し、業務に活かしていくことが求められるかもしれない。それほどまでに今後、情報活用は価値のあるスキルとなってくることが予想される。

システム構築と根本的に異なる AI 活用

AI活用は、課題解決を目指して解きたい問題を設定し、データの特性からロジックを設計して実行し、さらに出てきた答えからロジックや問題設定を修正していくことをイテレーションする(短い間隔で繰り返しながら機能を充実させる)。結果はデータを処理してみなければわからないため、それを試す前に最終的なシステムのマスターや仕様書を用意することもできず、一般的な基幹システム構築とは根本的に異なる点に注意が必要である。

インフラ面や、運用・メンテナンス面を最初に懸念する

※1 Application Programming Interfaceの略。

あるコンピュータプログラム(ソフトウェア)の機能や管理するデータなどを、外部のほかのプログラムから呼び出して利用するための手順やデータ形式などを定めた規約のこと。

※2 デジタル化したコンテンツにメタデータを付与することで、コンテンツの検索・整理・保管の効率化などに役立つ。



■図3 富士通総研のAI活用アセスメントサービス

企業に出会うこともあるが、それよりもまずは自社の目的とデータに対してAIの適用を試み、今まで見えていなかったものを見ることから始めることをおすすめしている。「まだ見たことはないが、何かありそうだ」というところに新たなニーズやビジネスチャンスがある。システム構築の検討は、AI活用の領域を見極めてからとなる。

富士通の取り組み

富士通総研では、これからAI活用に取り組むお客様向けに、最適な活用分野をご提案する「AI活用アセスメントサービス」を提供する(図3)。

AI活用の領域は広く、分野や目的によって何を実現するかは千差万別であるため、「AIを活用したいが目指す将来像がまだない」「自社でのAI活用をイメージできない」「活用イメージはあるが必要なデータがあるかどうかかわからない」など、様々な悩みを抱えているケースも少なくない。

そこで、お客様のビジネス状況やデータ保有状況を診断し、AI活用の実現に向けた具体的な実行計画を明らかにしていく4つのサービスメニューを用意している。

第1段階では、オリエンテーションや集中討論会を通して、AI技術でできること/できないことと、お客様の業務上の課題を整理し、AI活用の方向性および実現に向けたステップを概要レベルで明らかにする(I. AI活用の方向性検討)。

第2段階では、検討結果を具体的な活用シーンへ落とし込み、現行との関係やあるべき姿を明らかにする(II. ユースケース策定)。

第3段階では、策定したAI活用シナリオに基づき、求めら

れるAI活用領域を診断し、併せてAI活用に必要な社内外のデータを診断する(III. AI実現方策選定/データ状況診断)。

最終の第4段階では、求められるAI活用の実現に必要な方策やデータ整備方針を検討し、今後のシステム構築に向けた実行計画を立案する(IV. 実現に向けた実行計画立案)。

富士通総研は、以上のようなAI活用アセスメントサービスにより、お客様のAI活用の迅速なスタートアップを支援していく。

今号は、AIのビジネス適用を目指すべく、AIで活用されている統計的手法や、AI活用の進め方を事例を交えて紹介し、AI実践の一步となるよう整理した。2月20日発行の特集号では、AI活用の先進事例などを紹介していく予定である。

● 富士通関連サイト
AI活用コンサルティング
<http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/business/topics/bigdata/services/>

Zinraiプラットフォームサービス
<http://www.fujitsu.com/jp/solutions/business-technology/ai/ai-zinrai/services/platform/>



富士通のAI [Zinrai]



Y a s u k a z u K o b a s h i g a w a

こばしがわ やすかず / 1949年生。1980年沖縄情報システム創立メンバーとして参加。2007年、代表取締役に就任。しかし、社内ではいまだに“取締役”の呼名で通し、本音で物が言い合える雰囲気をつくっている。プロジェクトは担当メンバーが予算を決めて進め、黒字化すること以外は自主性が重んじられる。自身は好奇心旺盛で、一つのことに夢中になると寝食を忘れて打ち込んでしまう性分です。

技術職の強みを生かした 独創的なセールス手法

私はもともと技術職で入社し、10年間くらい東京で制御盤を設計する仕事に就いていました。その後沖縄に戻った時はオフコンの全盛期でとにかくコンピュータを売らなさい、というのが会社の至上命令。エンジニアから営業職へのいきなりの転身です。そこで私は、高価な買い物をしていただくのだから、まずはお客様にコンピュータの仕組みを説明して機能を納得していただくことから始めようと考えました。ハードウェアの説明なら得意でしたし、当時は紙テープが記録媒体に使われていましたから、その穿孔が何を表わしているのかの説明もしました。

いま考えれば、随分変わった営業の仕

方だったと思いますが、一通りコンピュータの仕組みを説明すると、少なからず関心を持ってくださるお客様が多く、「こういうことはできるのか」「ああいうことがしたい」と要望をいただくようになりました。こちらも要望に応えるべく必死になって導入までのサポートをし、気がつけばトップの営業成績をあげていたのです。

この時の経験はその後の仕事のやり方にも大きな影響を与えています。32歳の新人セールスマンで、営業の仕方も自己流でしたが、お客様目線で考え勉強を重ねたことが実を結んだのだと思っています。

「産気率」に着目し画期的な LPガスシステムを開発

社歴とともに歩み、当社の看板商品となっているのがLPガス販売管理シ

ステム「SILPS(シリップス)」です。ガスボンベの交換や配送業務は重労働で腰を痛める人も多く、その負担を軽減できないかと考えたことがシステム開発の発端でした。当時、LPガスのボンベ交換は、定期的に各地域を回り、ガス残量の多少に関わらずすべてのボンベを交換していました。そこで、ボンベ内のガス残量がゼロに近い状態で回収できれば、在庫が減少し、なおかつボンベも軽くなるため、交換の負担が軽減すると考えました。

その解決策を模索するうち、「産気率」に行き当たったのです。産気率は液化ガスが気化した場合の体積の割合を示す数値です。この数値を各需要家ごとの消費量に当てはめればボンベ内のガスが空になる時期を割り出すことができるはずだと考えました。最初は「理論上のこと」として半信半疑だったお客様も、導入後数カ月して在庫が1/3に減ると、目を丸くして喜んでくださいました。産気率を用いてガス残量を計算するというプログラムを組み込んだことで、必要な時に必要な需要家だけを訪問するという新しいビジネススタイルが可能になったのです。

沖縄ではLPガスの普及率が高いため、SILPSはまさに地域密着のニッチなシステムとも言えますが、現在は九州地区でも導入数が増えており、リモートアクセスによってほとんどのメンテナンスが可能になっています。全国的に見ても、LPガス普及率は4割を超えており、災害発生時により早く復旧できるエネルギーとして注目を集めていますので、今後はさらに広範な地域でのビジネス展開も見込んでいます。

ただ、LPガス業務は専門性が高かつ安全への配慮から、液化石油ガス関係法令も頻りに改正されますので、勉強を怠らず迅速にシステムに反映させています。さらには、インストラクターはすべて高圧ガス保安協会が認定する保安業務員の資格をと

り、現場に立ち会えるようにするなど、当社ならではの徹底したサポートでお客様の信頼に応えています。

■ 特定の分野に特化することで特徴あるビジネスを展開 ■

LPガス販売管理システムとともに、当社製品の要となっているのが給食関連の献立を作成する「給食管理システム」シリーズです。一口に給食と言っても、学校をはじめとして保育園・幼稚園、病院、老人保健施設など多岐にわたり、大規模な施設であっても管理栄養士さんや栄養士さんが一人で献立をまかされているケースも少なくありません。そこで、このシステムの開発ポイントは、いかに現場の管理の手間を省くことができるかでした。

給食計画から献立作成、発注・仕入れ、栄養評価・報告まで、簡単な操作で一括管理できることが特徴です。現場の栄養士さんたちに特に好評なのが、予定献立と予定食数を決定すれば仕入れ業者ごとの発注書を作成できるプログラムで、これで発注業務の煩わしさから開放されています。導入サポートも手厚く行っており、学校給食管理システムでは直接栄養士が訪問し操作指導を行います。また、最新の食品標準成分表はもとより、沖縄県内の食材データを取り込んでいるため、地域密着型、地産地消型の献立を容易に作成することができます。現在は沖縄だけですが、それぞれの地域に特徴的な食材を取り込むことで全国にも応用できます。

長年の取り組みで、LPガス販売管理システムと給食管理システムについては相当数のノウハウが蓄積されています。知識の塊と言ってもいいのではないかと自負しています。能力を分散させず、あきらめず、ニッチな分野で技術力を深めていったことで実績が生まれ、お客様の信頼につながったのだと思います。



会社は仲間づくりが大切

■ ルールでしばらない社風が独自性と責任感を生む ■

会社という組織で多数の人間が仕事をしていく上では一定の規則が必要です。しかし、一方で過剰にルールに縛られれば、マイナスな傾向も生みます。ルールを守ることで安心してしまふ、あるいはルールからはみ出さないように考えてしまう、など自由な発想を妨げる場合があるからです。私は開発や営業のディスカッションの場では「ルール決めをするな」と常に社員に呼びかけます。それは、私自身の経験から、常識にとらわれては新しいアイデアも生まれないし、挑戦しようとする意欲も生まれないことを知っているからです。数十年前に営業を始めた頃、コンピュータの仕組みを説明するという営業手法は常道からは外れたものでしたが、お客様には非常に好評でした。

自由に発想し挑戦しながら、その行動と結果を受け止めきちんと責任を持つ。そこに仕事の醍醐味もあると思います。そのため当社ではインセンティブ制を導入し、利益を社員に還元する仕組みをつくり、仕事の手応えを実感できるようにしています。

私自身、いつも何か考えながらアイデアを練って組み立てることが好きで、今は代表という立場にいますが、常に名参謀でいたいと思っています。

— < 座右の銘 > —

艱難汝を玉にす

(かんなんなんじをたまにす)

困難を避けても困難はなくなる。難儀を難儀と思わない。困難を乗り越えた先にこそ成長がある。

社内でも、社長という呼び名は禁句です。それは、あまり高いところから物を言いたくない、という気持ちと、作戦を立てる楽しさを共に味わいたいという気持ちがあるからです。

次のターゲットとして策を練っているのは観光分野です。沖縄は国際リゾート地としての魅力を備えながら、各地の連携やPRが十分とはいええず、インフラの部分で当社のノウハウが生かせる場面が多々あるのではないかと感じています。今は色々な方面から調査をしてデータ化している最中ですが、当社ならではの持ち味を生かして、将来的に沖縄の観光に貢献できたらと考えています。

company profile

沖縄情報システム株式会社

●所在地:

〒901-2224 沖縄県宜野湾市真志喜
1-11-12コンズビル2F

TEL.098-897-3113(代)

<http://www.okijoh.co.jp/>

●創業:1980(昭和55)年

●設立:1989(平成元年)

●資本金:1,500万円

●売上高:3億円(2017年3月実績)

●従業員数:28名(2017年3月実績)

講演録

宗次流 独断と偏見の経営哲学



2017年度 関東支部
「エグゼクティブセミナー」
特別講演

カレーハウス CoCo 壱番屋 創業者
宗次 徳二 氏

profile

むねつぐとくじ 1948年石川県生まれ。愛知県立小牧高等学校卒業後、不動産仲介会社を経て1973年に独立。1974年喫茶店「バックス」開業。1978年「カレーハウス CoCo 壱番屋」創業。1982年株式会社壱番屋を設立し代表取締役社長に就任。1998年同社代表取締役会長、2002年創業者特別顧問に就任。2003年「NPO法人イエロー・エンジェル」設立。2007年にクラシック音楽専用の「宗次ホール」を名古屋市内にオープン。著書に『日本一の変人経営者』などがある。

● 問題解決の鍵は現場にある

経営の知識も経験もない夫婦2人で立ち上げた「カレーハウスCoCo壱番屋」は、20年間連続増収増益を実現し、現在では国内外に1450店舗余りを展開する国内最大手のカレーチェーン店に発展しました。「カレーハウスCoCo壱番屋」という屋号は、「自分の店のカレーが一番、ここがいちばんや」という意味です。カレー専門店を始めるに当たり、いろいろな

店のカレーを試食した結果、妻が作る我が家のカレーが一番おいしいと確信し、ひらめいた名前です。

私の経営方針は、まさに「行き当たりばったり」。「現場第一主義」です。事前に経営の勉強もしなければ、コンサルタントもいませんでした。常に目の前

の課題をクリアすることのみに集中し、問題があれば変更する。それを積み重ねてただけです。明日の経営のヒントは今日の現場にある。現場第一主義に真剣に徹すれば、何を求められているのかは自然にわかります。先行きの見えない今、将来を考えても不安になるばかりです。経営環境は今が一番楽だと信じて、私は朝から晩までひたすら働いてきました。

● 経営の極意は「お客様第一主義」

私が飲食業を始めるきっかけとなったのが、1974年、26歳のときに名古屋で妻と始めた喫茶店「バックス」でした。名古屋の喫茶店といえ

ば、トーストやゆで卵などコーヒーに付く豪華なモーニングサービスが今や全国的に知られるようになりました。ほぼすべての喫茶店がモーニングサービスを行う中、私たちは一切やらず、おつまみのピーナツ一皿にも30円いただきました。なぜなら私たちは、「物ではなく真心のサービス」をモットーにしたからです。コーヒー一杯にたくさんのおまけが付くことは、確かにお客様にとっては得した気分になるでしょう。しかし、それが当たり前になるとお客様の感動は薄れ、店同士のただの過剰な競争になっていきます。一番大切な心のサービスが二の次になってしまう。私たちは、こういったライバルの動向には一切目を向けず、自分たちなりのやり方を貫こうと話しました。そこで作ったのが、「お客様 笑顔で迎え 心で拍手」という標語です。私は、この標語を日本一と自負しており、壱番屋を現役引退するまでこの気持ちを持ち続けてきました。

ココイチでは全店舗にアンケート葉書を設置して、よりよい店舗経営に役立てています。励ましはもちろんですが、何といたっても価値があるのはクレームのお葉書です。そこには宝物が眠っています。私は毎朝4時55分には出社し、3時間以上かけてアンケート葉書すべてに目を通してきました。現場第一主義の要であるお客様の声は、私たちの貴重な財産であり、一番の先生です。

● トップは一心に働く姿勢を示せ

私は充実した人生と順調な経営のために、「早起き」「店舗近隣の徹底的な掃除」「社会貢献」「慈善活動」「クラシック音楽を楽しむ」といったことを実践してきました。一見、経営には何の関係もないように思われますが、これらは「姿勢」なのです。経営のトップは、威張らず謙虚に、周囲から喜ばれることだけをすればよい。そ

して、誰よりも一心に働き、率先垂範で示すべきです。

人生も経営もシンプルが一番です。遊びも休みもいらぬ私は、仕事が一番の趣味です。そのために早起きは必要条件なのです。経営から引退した今でも早起きは毎日続けますし、ココイチでの現役時代は、閏年の1年間366日、1日も休まず仕事をしたこともありました。こんなことができるのも労働法に縛られず自己責任で働ける経営者の特権です。その意味でも、努力すれば経営者ほど成功確率の高い仕事はないのです。価値ある習慣には即効性はありません。コツコツコツコツやり続ける。すると少しずつ右肩上がりになっていくのです。経営者の仕事は内容が大事という人もいますが、目的を達成するためには働く時間の長さも必要だと私は思っています。

業績が伸びない理由を世の中や景気のせいにははいけません。悪いときは今がチャンスだと思って、まず原点に立ち返ってください。そして、情熱あふれる「目標」を立ててそれを達成する。これを繰り返せばいいのです。夢を実現するためには、まず目標を追うべきです。目標があれば、課題は必ず克服できます。

● 後継者を育て潔く引退

夫婦2人の小さな喫茶店からスタートした壱番屋は、2000年にジャスダック市場への株式公開を果たし、その後一部上場企業となりました。株式公開をきっかけに私は、社長職を次の世代に託そうと、2002年、53歳のときに引退しました。そして、経営のすべてを現在の代表取締役社長である浜島俊哉氏にゆだねることにしました。浜島氏は、彼が19歳のときにアルバイトとして壱番屋に入社し、以来店を支え続けてくれた人物です。28年間の経営者としての人生を振り返って、すばらしい後継者に

バトンを引き継げたことは、何よりも幸せなことだと思っています。

経営のトップに大切なのは、どうしたら儲かるかといった戦略ではなく、まず働く姿勢、生き方を次の世代に示すことです。まじめに一心不乱に、本気で会社の発展を願って行動する。そして、自分のことよりもまず、お客様、人に喜ばれることを行う。そうすれば、会社にいる2割の社員は確実についてきます。その人財という宝物がいてくれる限り、会社は発展し続けるはずですよ。

引退した翌年、私は第二の人生として、「NPO法人イエロー・エンジェル」を設立し、理事長に就任しました。これは、芸術やスポーツなどの分野で夢を追う若者や、起業家を目指す人々を支援する団体です。さらに、2007年には、クラシック音楽専用の「宗次ホール」を名古屋市内にオープンし、多くの人々にクラシックのすばらしさを知っていただく活動をしています。

● 社会貢献は究極の贅沢

私は、両親がわからない孤児として生まれました。そして、3歳のときに宗次姓の養父母に孤児院から引き取られました。しかし、養父のギャング好きと養母の失踪などにより、極貧の中で育ちました。各地を転々とし、食うや食わずの極貧生活は、自然に「誰にも頼らずひとりで生きていく」という私の強靱な自立精神を養ってくれました。そのような中、15歳のときにたまたま耳にしたのが、クラシックのオーケストラ演奏でした。その感動が忘れられず、そのときからクラシック音楽は、私に生きる力を与えてくれる心のよりどころと

なりました。

幼少期の経験は、経営者になってすべてが役に立ちました。私のパワーはどこからわいてくるのかとよく聞かれますが、人が喜んでくれることが私の力の源です。人から見向きもされなかった幼い頃の経験が、人を喜ばせることで関心を持ってもらいたいという私の思いにつながっているのではないかと思います。社会貢献や慈善事業に力を入れているのも、本当に必要とする人、困っている人にお金を使ってほしいからです。人のためにお金を使うことは、私にとって究極の贅沢です。壱番屋で



も経常利益の1%を社会貢献に使おうと内規で決めています。社会貢献活動は、これからの企業にとって義務ともいえる大切なことだと思っています。また、寄付だけでなく、店舗近隣の方々やお客様に信頼と喜びを与える掃除や花を植えることも、円滑な経営のためになくしてはならない活動だと思います。

お客様が喜んでくださるのなら、自分の身はすべて捧げる。私はただその気持ちだけを持ってやり続けてきました。昨日よりも今日、ほんの少しでいいから積み上げていく。右肩上がりの経営の極意、それは頑張れば誰にでも可能なことなのです。



ミスを知り、ミスから学ぶ

ビジネスカアップの処方箋 ③

※377号では「ミスへの感度を高める」について、378号では「要因から探る、ミス回避のテクニック」についてご紹介しています。



松井 順一 氏

コンサルソーシング株式会社代表取締役。中小企業診断士、システムアナリスト、情報システム監査技術者。アイシン精機株式会社にてABS等の新製品開発に従事。微小洩れ測定法開発にて科学技術庁長官賞を受賞。その後、社団法人中部産業連盟、トーマツコンサルティング株式会社、現職にて、トヨタ生産方式ベースの業務改善、経営戦略等のコンサルティングを行う。現地現物での実践重視の人づくりに定評がある。著書に「仕事のミスをなくす99のしかけ」(日本能率協会マネジメントセンター)「職場のかんばん方式トヨタ流改善術ストア管理」(日経BP社)など。

コンサルソーシング株式会社 <http://www.consultsourcing.jp>

ミスは人を、組織を変えるビッグチャンス

これまでミスを回避するポイントとテクニックを紹介してきましたが、実はミスには、大きなチャンスが隠されています。最終回では、ミスがもたらすプラスの力を考えていきましょう。

● ミスから学ぶ風土づくり

「ミスはしたくない」というのは、一般的に誰もが思うことでしょう。確かにミスによって周りに迷惑をかけたり、会社に損失を与えてしまうこともあります。しかしミスへの不安の意識が強すぎると、ミスをしないことに注意が行き過ぎて、物事に対して消極的になってしまうというマイナス面も出てきてしまいます。だからこそ私は『ミスは謙虚に受け止めなければいけないが、ミスを恐れて萎縮してはいけない』と考えています。

これからの時代、現状維持では企業は生き延びることはできません。常に新しいことを模索して、チャレンジしていく姿勢が一人ひとりに求められています。ミスを恐れて現状でよとするのではなく、ミスをしてでもいいからチャレンジする、それぐらいの意欲を持つ人こそが評価され、ミスを賞賛するぐらいの企業のほうが、ずっと伸びしろがあるように思います。

ミスをしてはいけないというプレッシャーを持ちすぎて、行動にブレーキをかけてしまう。またミスを目の敵にして、ミスをした個人を責める。どちらも企業にとってプラスにはなりません。人間はミスをするもの。ヒューマンエラーは当然あるべきものとして、ミスの発生を前提にした環境づくりや仕組みづくりを会社全体でしていれば、誰もがもっと大胆に積極的に仕事にチャレンジすることができる。そんな企業の、また管理や指導的な立場にある方々の意識改革を期待しています。

● ミスの要因を環境に当てて解明する

ミスをプラスに転換する上で重要なのは、ミスに対する意識改革です。ミスはどうしても人為的なものとして捉えられやすく、人に責任があるように感じてしまいます。しかし個人を責めることは、根本的な要因を解決することにはなりません。むしろミスをチャンスと考え、ここから何を変えていくかという意識を持てば、状況も異なってきます。

例えば最終的な集計で数値の間違ひが見つかったとします。そのとき、要因を人に押し付けるのではなく、環境に問題はなかったか、何か改善できることはないかという視点に立って考えてみます。その際にはもう一度同じ環境、同じ状態で作業をすることが効果的です。途中で誰かが声をかけて作業が中断され

た、机の上が乱雑で書類が1枚紛れ込んでしまった、あるいは電卓の電池が切れかけていて誤作動を起こしたなど、環境における要因を明らかにすることができます。この環境は、日常的に仕事の品質や生産性を低下させている原因でもあります。

こうしたミスを検証することによって、仕事環境を悪くしている要因が究明できることが多くあります。要因を人に求めるのではなく、環境に目を向けて改善しようとする姿勢と取り組みによって、職場環境をプラスに変え、日々の仕事の品質と生産性を高めることができる。ミスをチャンスに変える一例です。

● ミスにはたくさんの成長のタネが隠れている

ミスを歓迎する理由としてもうひとつ、ミスには大きな成長のタネが隠されているという事実も知っておいてほしいと思います。それは、ミスが起きると、人、あるいは組織の弱点があぶりだされるということです。そしてその弱点をしっかりと克服できたとき、人は、組織は、以前よりも必ず成長しているものです。

一度大きな危機に見舞われて、そこから再生した企業には強さがあります。それは失敗から多くのことを学び、改善をして生き残りを果たしたからです。ミスには必ず要因があります。しかしその要因を突き止めず、ミスをした人を叱るだけでは、残念ながらそこから成長することはありません。要因をきちんと探り、さらにそれを糧にして変革を起こすこと。それが人を、企業を確実にステップアップさせます。

ミスをおもしろがれるぐらいの余裕があることが、企業や社員が成長していくためには絶対必要です。ミスは成長していくチャンスと捉え、ミスが出たときにこそ積極的に環境や業務を見直しながら、成長する人、発展する組織を目指していただきたいと思います。



Family's Information

FUJITSUファミリー会をもっと楽しく活用していただくための様々な情報をご提供します。

FUJITSU ファミリー会事務局 E-mail : contact-familykai@cs.jp.fujitsu.com

会報 担当幹事から



北海道支部
関本 裕至
株式会社コーシャ

北海道は来年、開基150年を迎えます。北海道は開拓者の出身地由来の地名が多く存在します。秋田、山口、鳥取、福井、岐阜、福島、愛知、宮城、北広島、新十津川などです。わたくしが住む十勝帯広も同様です。依田勉三が率いる静岡県の開拓団(晩成社)13戸27人の入植で始まりました。勉三は当時30歳、西伊豆松崎町で生まれ、宣教師の英学塾で世界を知り、慶應義塾に進み、当時の新知識を吸収し、北海道開拓の志を立てたといわれています。十勝帯広の冬は寒さが厳しいことで知られていますが、当時は今以上で、大型冷凍冷蔵庫の中と同じと推測されます。西伊豆の温暖な気候で過ごした晩成社の人々にとっては覚悟のうえとはいえ、現実の厳しさに望郷の念で枕を濡らした日々もあったことでしょう。開拓初期は生活が極端に貧しく『開拓のはじめは豚とひとつ鍋』といわれるよう、客人が豚の餌と勘違いするほどの粗末な食事であったといえます。10年かけ30haの耕地造成という記録からも当時の厳しい開墾状況が推測できます(現在十勝40ha/戸)。

北海道は今、日本の食糧基地といわれています。農業生産額は1兆円(全国で8兆円)、食料自給率は170%です。北海道なしに日本は存在しないといえます。先人たちのフロンティアスピリッツにただただ感謝です。

最後にクイズ、広い北海道、全国の都府県最大何個入るでしょう?(答えは右端)



NEW FAMILY (7~8月度ご入会分)

- 北海道 トータルフーズ(株)
- 東北 (株)あいづダストセンター
- 関東 大井電気(株)
日本相互証券(株)
(株)豊田マネージメント研究所
- 北陸 丸果石川中央青果(株)
- 東海 飛島物流サービス(株)
中京テレビ放送(株)
- 関西 和歌山県信用農業協同組合連合会
大日精化工業(株)
(株)タカゾノテクノロジー
- 中国 (株)アサヒ情報システム
(株)東洋シート
タカヤ(株)
- 四国 (株)DynaxT
- 九州 富士通コミュニケーションサービス(株)
ユニック九州販売(株)
(株)日専連ベネフル
(株)エム・ディー・エス

(答え:21個)



LS 研究委員会

2017年度第1回LS研セミナー実施報告

LS研究委員会では、お客様事例を紹介する「LS研セミナー」を年3回実施しております。今回は、7月20日(木)に「IoTを利用したビジネス活用」をテーマにセミナーを実施しました。



約150名にご参加いただいたセミナーの様子
(富士通汐留本社24階・大会議室にて)

『今すぐはじめられる働き方改革を加速するオフィスIoT』

コクヨ株式会社 曾根原氏

自社および長年のお客様へのコンサルティング経験上、働き方改革には「あるべき姿」に向けたビジョン・コンセプトづくりが最も大切で、その姿と現状のギャップ=現状特性の把握が不可欠である、という各種事例を交えたオフィスIoTで働き方改革を加速する取組みについてご紹介しました。

『熟練者が不足する現場の課題をIoTで解決～安全・確実・効率的な現場作業を実現～』

独立行政法人水資源機構 岩松氏

熟練者が不足する中で、作業品質を保ちながら安全・迅速に防災業務および故障・不具合にどう対応するかという課題に対し、IoTを活用して安全・迅速かつ確実なポンプ設備操作および不具合時に熟練者が遠隔で支援が可能な「職員支援システム」についてご紹介しました。

『機械学習を中心とした人工知能および関連技術の活用法の研究～AIのはじめかた～』

日本出版販売株式会社 大本氏

(2016年度研究分科会Leading-edge Systems研究賞&発表賞をダブル受賞)

各企業で機械学習に挑戦する担当者がプロトタイプで機械学習を実施するときに直面する課題などを解決するための各種ガイドラインやツールを作成し、機械学習の活用に道筋をつけた研究内容についてご紹介しました。

※上記講演内容はLS研会員専用ページ内セミナー報告に掲載されています。 <http://jp.fujitsu.com/family/lksen/>



入選作品

今年は『仲間』『〇〇の思い出』2つのテーマでデジタルフォトコンテストを開催しました。たくさんのご応募をありがとうございました。

最優秀賞



作品名：京都 秋の思い出
投稿者：太田 佳伸
和歌山県（紀陽情報システム株式会社）

賞をいただき、ありがとうございます。銀閣寺での1枚です。写っているのは風で散った紅葉です。狙って撮れたものではありません。風景に撮らせていただいたと感じる思い出です。

Facebook
2017年度 会報 Family
〈デジタル写真館〉

応募作品を掲載中です。ぜひご覧ください。
<https://www.facebook.com/photocon2017>





優秀賞

作品名：長久手の思い出
 投稿者：阪南 太郎
 大阪府
 (株式会社阪南コーポレーション)

写真ではわかりにくいのですが、急傾斜のトンネル内で、カメラ目線をしながらも、妹を支える姉、姉に頼る妹の仲よし姉妹の画が撮れ、よい思い出となりました。

優秀賞

作品名：立川の紅葉
 投稿者：tk-laguna27
 福岡県
 (株式会社ハローデイ)

この度は優秀賞をいただきまして誠に有難うございます。家族で大変喜んでおります。今回受賞した東京都立川市昭和記念公園の紅葉は「カメラを片手に東京を撮る」を目的にシャッターを押しながら撮り歩いた旅の記録です。



佳作

作品名：赤城山 仲間と見上げた思い出
 投稿者：秋葉 和男
 群馬県
 (株式会社ベイシア)

百名山赤城山で毎年行われる、夏祭りフィナーレの花火です。湖面に映る花火と、朱塗りの橋に灯される灯籠が幻想的なんです。沢山のイベントと、ジャズコンがありますので、涼しい赤城山に来てみてください。

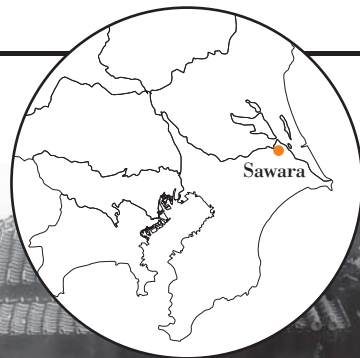


佳作

作品名：親子でバトルの思い出
 投稿者：佐藤 徹夫
 埼玉県
 (本田技研工業株式会社)

会報は、表紙の写真に惹かれ毎号読まさせていただきます。掲載の写真は、春先の暖かい日差しの中で、屋外親子バトルが始まり、運良くスマホで撮影出来ました。我が家の癒やしの風景です。

From佐原



利根川水運で繁栄した町 歴史の町並みを次代へ

昔ながらの町並みで知られ、多くの観光客を集める佐原(千葉県香取市)。そのベースとなるこの町の繁栄は、利根川の水運によってもたらされた。富を生んだ利根川の水運とは、この水郷の町が歩んできた道とは——。繁栄の遺産を活かして明日を拓く佐原を訪ねた。

左上/小野川を小舟が行く風景は、今も佐原の風物詩だ*

右上/大正～昭和初期の撮影か。山積み
の俵から、商売の繁盛ぶりがうかがえる*



大正後期、川岸の石積み工事後に小野川
中橋から下流を見た眺め*



左の家は、国の史跡に指定されている伊能
忠敬旧宅。伊能家は佐原きっての名家

利根川東遷がもたらした 佐原の繁栄

小野川の両岸から柳が緑の枝を風にそよがせ、川辺のあちこちに「だし」と呼ばれる小さな船着き場が見受けられる。北総の水郷の町、佐原。その中心を流れて利根川へ注ぐ小野川沿いと、小野川と交差する香取街道沿いには、前面が格子造りの商家や黒漆喰の店蔵など、古い建物が軒を連ねて風情ある町並みを形づくる。1996年には重要伝統的建造物群保存地区に指定され、観光客が引きも切らない。

「お江戸見たけりゃ佐原へござれ佐原本町江戸優り」と歌われた繁栄。それは水運によってもたらされた。水郷はかつて今よりはるかに大きい内海で、銚子で鹿島灘とつながっていた。佐原はそのほとりにあって 16世紀末には市が開かれていたという。

佐原に欠かせないものであった水運は、江戸時代に入って17世紀半ば過ぎに一気に重要度を増し、佐原を大きく発展させることになる。徳川家康の時代に始まるともいわれる「利根川東遷」が成し遂げられたからだ。

それまで利根川は荒川と合流し、渡良瀬川水系の川とともに江戸(東京)湾へ注いでいた。現在の埼玉県東部の平野にはこれらの川が入り乱れ頻繁に氾濫を起こしていた。そのため、幕府は江戸を水害から守り、舟運の便を開き、新田を開発する目的から数回にわたって流路をつなぎなおして利根川の流れを少しずつ東へと移動させた。最終的に利根川本流は水郷に注いでいた常陸川の川筋を流れてその後太平洋へ、関宿で分かれる流れが江戸川として江戸湾へ注ぐ形となった。

利根川随一の河港商業都市 その栄光と落日

東遷が完了したのは1654年。銚子から新たに利根川となった川筋を通して関宿から江戸川へ入り、さらに小名木川などの運河を経由して、天候や潮流の影響が大きい海を経ることなく物資を江戸に運べるように

なった。一方、水郷には利根川が運ぶ土が堆積して新田開発が進み、穀倉地帯が形成されていく。佐原は周辺の物資の集散地として、東北からの荷や銚子周辺の産物の中継地として、数ある河岸のなかでも随一の河港商業都市へと発展していった。

一大消費地に成長した江戸の需要に応え、佐原には醸造業も発展。江戸へは米や穀物類、薪炭、酒、醤油、菜種油などが運ばれ、帰り船には江戸からの物資が積み込まれた。水運の主役は、帆を備えた高瀬舟。大きさは様々だが「15メートルの船で米俵が500俵積めたそうです」と、佐原の町並み保存に尽力してきた「NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会」の理事長、佐藤健太良さんはいう。小野川河口に近い船だまりで小ぶりの舟に荷を積み替えて小野川を行き、だしに横付けてその荷を積み降ろしていたという。

江戸から様々な文化や学問がもたらされる中、佐原は全国を測量し『大日本沿海輿地全図』を作り上げた伊能忠敬や国学者・歌人として知られた楢取魚彦、朱子学者の久保木竹窓などを輩出し、豊かな町民文化を育んでいく。明治維新後も利根川の水運はますます盛んになって、蒸気船も活躍した。佐原は発展を続け、鉄道が敷かれた後も物資の集散地・商業の拠点の地位は変わらず、水運も徐々に先細りはしたが、1930年代まで活用されていた。

戦火を免れた建物とともに、佐原は戦後の混乱、続く高度成長期を通り抜けたものの、モータリゼーションが進み、物流や商業の形態が変わった1970年頃から急速に衰退していく。「にぎわいと活気が失われて、打つ手がないなか、文化庁の『重要伝統的建造物群保存地区』制度の制定に先立つ調査が1974年に佐原で行われました。そこで出てきたのが、繁栄の遺産である町並みを活かしたまちの振興です」と佐藤さんはいう。

水運と商業がもたらした富によって築かれた、佐原の見事な商家建築や美しい町並み。当時建材で覆ったり改築し

て外見が変わっているものも多かったが、町には1892年の大火後に建てられた商家を中心に、一部江戸時代の建物を含めて昭和初期までの建築が数多く残っていたのだ。

繁栄の遺産「町並み」で明日の佐原を拓く

とはいえ再開発を望む声も強く、小野川に蓋をして駐車場にしろという意見もあったほどで、町並みを活かした振興への気運は盛り上がりなかったという。しかし2度目の調査が行われると有志が勉強会を立ち上げ、1991年に佐原の町並みを考える会を結成。1軒1軒調査に入る過程で少しずつ住民の間にも町の成り立ちや歴史への興味が育まれていった。

「鍵は住民の合意形成でした。会では粘り強く話し続け、保存活動のアピールのため小野川を定期的に清掃しました」。市が町並みの再生を核とした観光ビジョンや景観条例を策定する中、短時間で92%の賛成を得て1996年に佐原の町並みは関東初の重要伝統的建造物群保存地区に選定された。「町並みが表舞台に出ると住民が佐原への誇りを取り戻し、観光を視野に商売の夢を持つことができました。以後、家屋を昔の形に修復することがステータスになり、保存活動に拍車がかかりました」。

観光用に小野川の舟運も復活。官民一体でまちづくりと観光振興が進められ、2009年には観光客数53万人を数えた。2011年の東日本大震災では、修復した家屋の瓦が崩れ落ちるなど大打撃を受けたが、果敢に復興に取り組み、2年半で現状を回復。「今では観光客数もピーク時に戻っています」。高齢化で増えた空き店舗や壊れた家屋の対策が課題だが、空き店舗での新たな出店や、民家を利用したホテルをオープンする動きも出ている。利根川の水運がもたらした繁栄の遺産が、今また町の発展を推進する力となって明日を築く糧となる。住民に息づく佐原への誇りも、大きな力になっていることだろう。



昔の貴重な蕎麦資料も残る1782年創業の蕎麦屋、小堀屋本店。建築は1900年



正上醤油店。天保期の1832年建築。東日本大震災で崩れたが、再び修復された*



1995年から続く清掃事業。以前は川底に粗大ゴミが沈んでいる状態だったという*



小野川水門。向こうは利根川で、利根川の増水時には、逆流防止の役割を果たす

協力・写真提供／NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会（*印）、千葉県立中央博物館大利根分館

FAMILY 通巻379号 2017年10月20日(隔月20日)発行

編集責任者 FAMILY編集委員会 岡嶋 友
発行 FUJITSUファミリー会

〒105-7123 東京都港区東新橋1-5-2 富士通(株)内

Copyright 2017 FUJITSUファミリー会 [禁無断転載]

<http://jp.fujitsu.com/family/>

※本誌記事中の各会社名、各種製品名等は、各社の商標または登録商標です。
※本文にある専門家による情報・意見は、必ずしも富士通・編集委員会の見解を反映したものではありません。
※本誌には、森林認証紙、植物油インキ、有害な廃液を出さない水なし印刷方式を採用しています。