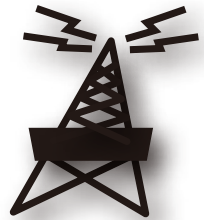




第19回

地域クリエイターの履歴書



朽尾 圭亮 (とちお・けいすけ)

船井総研入社後、地域創造・活性化チームに志願し、創設に情熱を注ぐ。現在は、地域再生行脚 100 を実践し、成功事例を求めて全国を渡り歩く。

連絡先 : keisuketochio@funaisoken.co.jp

西千葉のビルゲイツ 虎岩 雅明氏 を目指して...

職業:NPO法人TRYWARP代表理事

出身地:大分県北海部郡佐賀関町(本籍地:東京都中央区湊)

大学を誘致してまちの活性化を!! と考えるまちは多く、実際に実行するまちもまた多い。しかし多くの場合、人口増、消費増を超えた本来の産学連携効果を期待することはできない。最短4年で地域を出る学生の地元への関心は薄く、また地元も大学生と本気で向き合わない。考えてみよう…大学を卒業して10年後、そのまちで挨拶に行きたいと思える人が自分には何人いるだろうか? おそらく、答えのほとんどが「いない」であり、むしろ町のかたちさえ思い出すことが難しくなっているのではないだろうか?

その中であって、本来の大学と地域のあるべき姿を作り上げようと奮闘するクリエイターがいる。その人物こそ、今日、ご紹介するNPO法人TRYWARP代表の虎岩雅明その人である。虎岩氏は、千葉大学時代から地元と大学をつなぐ様々な仕組みに着手し、大学院に在学中、最終的には株式会社を生み出すことをも視野に入れたNPO法人「TRYWARP」を設立している。主な業務は大学生が地元「西千葉」の人々にパソコンを教えるスクール事業である。そして現在、単なる保守・点検にとどまらない地元の大学生ならではの長時間サポートを実現し、業務による利益と大学生と商店街をつなげるコミュニケーショ



ンの両立に成功している。しかし、このような本来の地学連携を実現している事例は非常に少ない。この理由は、事業を興し、継続的に関わろうとする虎岩氏のようなリーダーが各地域に不足することに起因する。

では、大学と町が共存するべき地域におけるクリエイターの役割とはいかなるものか? そもそもクリエイターはいかにして生まれるのか? 今回の地域クリエイターの履歴書では、虎岩氏のヒューマンヒストリーをたどることで、事業の原点、成功への秘訣、そして今後の大学とまちのあるべき連携像に迫る。



目指すは、地元のビルゲイツ!!??

地域クリエイターの原点は意外に単純である場合が多い。今回のクリエイターである虎岩氏の原点もまた、誰もが一度はあこがれる世界的なIT企業の創設者、ビルゲイツにあった。しかしなぜ、それが西千葉というローカルな単語と結びついたのか？そこには、大学でのまちとの交流という原体験があった。

枋尾 こんにちは 虎岩さん!! 今回は千葉大学の原点、西千葉でITを通じて地元商店街と大学という異質の組織を融合させることで、西千葉の活性化に成功しているNPO法人TRYWARPの原点、および虎岩さんの夢についてお聞かせください。

虎岩氏 活性化は、まだまだ発展途上ですけど、SNSなんかも使って結構盛り上がっていますよ。ただ、事業が結構ありまして…。さてどこからお話しましょうか？

枋尾 そうですね、まずは虎岩さんのビジネスの原点、なぜこのようなビジネスを起こされたのかについてお聞かせください。

虎岩氏 うーん。ビジネスの原点は結構単純なんです。高校のときにNHKの特集でマイクロソフトのビルゲイツの姿を見たんです。このときかなり大きな衝撃を受けました。「すごいなー、好きなことをやって生きていけるなら最高だな!!」って。だからいつかは、



「こんにちは」を言える町には笑顔があふれる

自分の好きなことで起業したい、と漠然と思っていたんです。

枋尾 なるほど、早速お話がグローバルですね。でもビルゲイツといえば、利益を目的とし拡大に拡大を続けたベンチャー企業でしょう？なのに、虎岩さんのやってらっしゃることは、どちらかといえば社会貢献を前面に押し出したソーシャルベンチャーの色合いが強いですね。どうして、普通のベンチャー企業ではなかったんですか？

虎岩 雅明氏 履歴書

- 1979年 1月 ●大分県北海部郡佐賀関町に生まれる。
- 1983年 8月 ●父親の仕事の都合でカナダ・バンクーバーに移住。
- 1985年 3月 ●日本に帰国(茨城県)。
- 1994年 4月 ●茨城県立水戸第一高等学校に入学。
※1995年に「NHKスペシャル・電子立国」でビルゲイツの特集を見てあこがれる。
- 1998年 4月 ●千葉大学工学部情報画像工学科に入学。
※夢の一人暮らしをするためにあえて千葉県にある大学を選択(このときの実家は神奈川県川崎市)。
- 1999年 6月 ●先輩が起業し、そこでweb制作とプログラミングを学ぶ。
- 2000年 1月 ●尊敬する父親が白血病と診断され7ヶ月後に他界。残してくれた自分宛の手紙に感動する。
- 9月 ●生前まだ現役だった父親の追悼式をホテルオークラにて手が

- 11月 ●大学祭で有志約50名で手がけた1,000万円規模のイベント「studio festa2000」のリーダーを務める(集客約6,000人)。有名企業が多数スポンサーとしてタイアップ。営業は全て自分一人で。
- 2001年 4月 ●フリーランスとして初めてプログラミングの仕事を受注。
- 2002年 ●千葉大学大学院自然科学研究科入学。
- 2003年 6月 ●就職をせずに自分の力で生きていく決意→就職活動を辞め、10月から大学院を1年間休学。
- 2004年 1月 ●NPO法人TRYWARPを設立(株)モスフードサービスの「わくわくタウン大作戦」で賞金を獲得し、始めてTRYWARPの事業が第三者から認められる。
- 3月 ●某プリンターメーカーの販売員養成のため新人研修講師に抜擢される。



千葉大パソコンサポーターズ事業の主役は学生

- 8月 ●千葉県から地域通貨導入実験・実践支援事業を受託。
- 12月 ●初めて朝日新聞に掲載され、ひとに認められたという実感を再認識する。
- 2005年 3月 ●千葉大学大学院を卒業。
- 4月 ●千葉大学大学院非常勤講師として「ベンチャービジネス論」を講義。
- 2006年 3月 ●いままでも民家の2階だったオフィスから西千葉駅前のビルにオフィスを移す。

虎岩氏 私にとっては、組織の形態は手段でしかありません。要は、自分のやりたいことを実行できればいい。ビルゲイツの場合はその分野がITであり、手法は高収益をめざすベンチャーだった。そして私の場合は商店街と大学を通じたまちづくりであり、その手段がNPO、そしてソーシャルベンチャーであったというだけです。

枳尾 なるほど、ではその“分野”である「商店街と大学を通じたまちづくり」への思いの原点をお聞かせ下さい。

虎岩氏 起業はいつも頭の中にもありました。理科系を選んだ理由もきっと起業に役立つだろうという理由からです。しかし在学中はそれほど大きな気付きはなく、時は過ぎていきました。大きな気付きがあったのは大学三年の自分で主催した大学祭のイベントでリーダーを務めたときです。このイベントで私は実行委員を務め、まちの商店街の皆様にスポンサー広告などを頼みにまわりました。この業務の中で商店街を含むまちの方々とは頻りに会話を交わしていくうちに私の身のまわりで変化が起き始めたのです。

枳尾 どんな変化ですか？

虎岩氏 イベントの後になって気づいたのですが、商店主を含めて商店街の人から声をかけられる機会が圧倒的に増えたんです。「ヨウ!! 就職活動はうまくいってるかい?」「またウチの店にも来てくれよ」などなど。これまで、地元との深い関係はない状態があたりまえだと思っていた私には驚きでした。こういう暖かい「守り守られるような」関係が地元と大学生の間でも築けるんだな…と。

枳尾 そこで、商店街と大学を結びつけるために修士に残られたんですね!!

虎岩氏 いえいえ、そのときにそこまでのことは考え

ていませんでした。ただ漠然と、「この空気の中にもうしばらくいたい」と思ったのです。私にとって、西千葉はそれほど心地よいものになっていたのです。まちと大学との関係について真剣に考え始めたのもこのころでしたね。考えてみれば、同じ地域に4年以上も住んでるのに、知らないもの同士なんてもったいないじゃないですか。それなのに、両方が「地元の人」と「学生さん」で完全に分かれてしまっている。そもそもその常識に縛られてしまっている。それをどうにかしたかったんです。

枳尾 そこに虎岩さんが目指される地域像がありそうですね。もうすこし詳しくお聞かせください。

虎岩氏 私の目指す地域像は、田舎でも都会でもない地域、ただ単純に、地域に住む人々が「こんにちは」を言える地域、それ以上でも以下でもない地域なんです。

たとえば…、そうだ、私の両親の話をしましょう。私の父は都会の出身で、母は田舎の出身です。育った環境が違っていると価値観がものすごく異なるんです。母は結婚で都会に移りましたが、そのとき一番喜んだことは「ご近所さんに挨拶をしなくてもよいこと」でした。一方では、父が母の田舎に帰っていちばん喜ぶのは「隣の人たちと酒が飲めること」なんです。都会では、ほとんどの人々がまったく関係のない世界の中で暮らしている。お隣であっても顔を知らないことさえあります。それを都会の人はなんとなく寂しく感じている。

一方田舎では、コミュニティの密度は高すぎて若い人々は辟易している。田舎で青年が消防隊や青年部やなんだかんだと役目に縛られている割には年功序列が厳しく、まったく自分の意見が通らないのは枳尾さんも知っているとおりで。

NPO法人 TRYWARP

千葉大学のお膝元、西千葉で地元商店街と大学を結びつけ、新しい地域像を創出しようと試みるNPO法人。名称は、何にでもチャレンジする=TRY、それによって世界を飛び越える=WARP、というチャレンジスピリットに由来する。将来的な目的は、適正な利益と社会貢献を両立できる企業体をも視野にいたまちづくり組織であり、NPO法人はその第一段階として位置づけられている。

主な事業は、①パソコン講習事業、②パソコンサポート事業、③コミュニティ事業（+システム開発事業）の三本に大別される。主な成果としては、③の一環として展開された千葉の地域通貨「ピーナッツ」や、西千葉SNS「あみっぴい」が非常に有名である。

しかし業務の中核は、あくまでリアルなコミュニケーションである①パソコン教室、②パソコンサポート事業を行う「千葉大パソコンサポーターズ」事業であり、参加する学生は必ず①と②を体験することになっている。



私が目指す地域は、その中間。ちょうど、みんなが顔見知りでお互いに「こんにちは」を言える世界。それ以上の密度を求める人はそれを求め、それ以上の密度を求めない人は求めなくてもやっていける世界です。

私が、大学のイベントを通じて感じた心地よさは、ちょうどその部分にあったのだと思います。大学生の私はITという分野でまちの中で認められ、また社会

性という意味でまちに守られている感じ、まちの人々は今まで感覚的に遠かった「学生さん」を時には頼り、また時には育てていけるという感じです。

もし私の「心地よい」という感覚が正しければ、より多くの大学生そして店主を結びつけた方がまちにとってはよい。商店街は大学の専門知識を活用し、大学生は店主などの大人たちから社会のルールを学び育つ。そんなまちができるはずだと考えたのです。



核を守るガンコさが継続を生む!!

あるべき大学とまちの姿をめざし、ITを通じた事業を開始した虎岩氏。その分野は、当初のパソコン教室分野から、HP作成や電子マネーを使った地域通貨、さらにSNSの運営にまで広がっていく。しかしその道は決して平坦ではなかった。ではなぜ虎岩氏は事業を継続・発展することができたのか。そこには柔和な虎岩氏の表情からは感じられない「核（コア）」を守るガンコさが見え隠れする。

枳尾 事業をスタートされて、丸3年にさしかかろうとしています。これまでに新聞等にもメディアにも紹介され、事業は軌道にのったと考えられますが、私が興味を引かれたのは事業の3軸です。パソコン講習事業、パソコンサポート事業、コミュニティ事業ですか…。かなり利益幅が違うようですが…。

虎岩氏 そうですね。実際、SNSやプログラミングに比べ、それほどのスキルを必要としないパソコン教室の利益幅は小さいです。

でも本当に大事な事業のコアは、①パソコン講習事業と②パソコンサポート事業をあわせた「千葉大パソコンサポーターズ」事業にあるんです。利益率では還元できないつながりがそこにあります。全てのつながりはまず、この千葉大パソコンサポーターズ事業とお客様というリアルなつながりによって成り立ち、それがほかのバーチャルな事業に発展しているんです。ですから、私たちが夢を実現するためには、このリアルなコミュニケーションが絶対に必要なのです。

枳尾 そのコアについてもう少し詳しくお話いただけますか。

虎岩氏 なかなか面白いサポートですよ。なんせ「千葉大パソコンサポーターズ」の仕事は近所にお茶を飲みに行くことですからね。

枳尾 お茶を飲みに行く…、ですか？

虎岩氏 そうです。パソコンサポートを考えてみてください。サービスを頼む人のニーズは、なにかの問題を解決したいということです。問題ははっきりしていますよね。でもパソコン教室では、サポートのために大学生が相手のおうちにお邪魔して1時間もいます。なぜか？ それは通常の場合とはターゲットがまったく異なっているからなんです。私たちのお客さんは地元のおじちゃん、おばちゃん、つまり「パソコンを使いたいから使っている人」ではなく、「使わなくてはいけないから使っている人」なんです。そういった人の潜在的なニーズは、表面的に出てくる話ではなく、お茶を飲みながら話しているときに



リアルなコミュニケーションからしかバーチャルは生まれない

てくるちょっとした「あ、あれもやってくれるかしら…」にあるんです。

そしてそういったニーズに応えることで少しずつ本当の信頼関係が作られる。たとえば、もちろんサービス料もいただきます。それ以上にサービスに伺った大学生がその後、ふとした帰り道に感じるちょっとした好意、それは商店街のおまけであったり、ご近所さんの何気ない挨拶であったり、そういった特典ともいえる信頼関係が作り出されます。それが結局のところ商店街、そして西千葉のSNSや地域通貨といった事業につながっていくのです。

SNSやHPづくりはコミュニティ作りとして、地域づくりの中核事業となります。しかしそれも「千葉大パソコンサポーターズ」事業あつてのものなんです。

枋尾 なるほど。しかし、これだけ事業が軌道にのってくると、株式会社を生み出すことを視野に入れている以上、事業のバランスをとり、それをスタッフに納得させるのが難しくなるのではないのでしょうか。意思を伝えるためにはどのように心がけていらっしゃるのですか？

虎岩氏 バランスは確かに難しいです。しかし、本来の目的は、先ほど申し上げた“「こんにちは」を言えるまち“なのです。そのためには、われわれの「千



こんにちはを言えるまちに西千葉はなりつつある

葉大パソコンサポーターズ」事業は必須であると信じています。ただ、これはどうしても口だけでは伝わりません。ですから、できるかぎり直接、行動として表し私の覚悟をわかってもらえるようにしています。

たとえば、私は今でもいくつかのパソコン教室と地域イベントにはかならず出席します。たとえ、お客さんがいなくても初めから終わりまでずっと座って待ちます。それは、自分が本気でこの事業を最重要だと考えている覚悟のようなものを仲間やお客様に知らせるためです。私は、仲間にも強制はしたくない、わかってついてきてほしいと考えています。だからただひたすらその姿勢を見せることにしています。



ITを使いリアルからバーチャルへの展開

パソコン教室という一見需要が見えない分野で地域との信頼関係を構築してきた虎岩氏。その試みには、あくまで「リアルからバーチャル」という根本的な考え方があり、リアルのサポートとしてITを位置づけている。この考え方が西千葉で浸透しつつあつる中で、虎岩氏の夢は全国展開へと歩を進めていく。

枋尾 では、最後に今後の目標があればお教えください。

虎岩氏 まず当面の目標は、西千葉においてしっかりまちづくりをすすめていくことです。

これまでのお話からお分かりかと思いますが、われわれはあくまでも「リアルからバーチャル」という経路にこだわってまちづくりを進めます。通常インターネットの世界では、バーチャルなつながりをもった人間たちがリアルなつながりを求めてオフ会などを開催します。しかしわれわれにオフ会はありません（マメ知識2を参照）。それはあくまでもリアルなコミュニケーションの延長にバーチャルを位置づけているからです。

先ほど、「“こんにちは”以上の関係は各人が選択する」というお話をしました。我々の仕組みでは、

この“こんにちは”はあくまでリアルなコミュニケーションでなされます。そしてそれ以上の選択は、リアルな「こんにちは」の後に初めて、バーチャルなSNSやHPで可能になります。これからもこのリアルとバーチャルの関係にはこだわり続けたいと考えています。

枳尾 すばらしいですね。では、さらに先、西千葉での成功の先にある目標について語っていただけますか？

虎岩氏 まだ計画段階ですが、この仕組みを他地域にも展開しようと考えています。大学を持つまち是非常に多いですが、本当の協力関係を築けているまちは数えるほどしかありません。その点で、われわれは大学と大学生の機能をうまく活用することで、まちと大学がコミュニケーションをはかれるような仕組みづくりにはある程度成功したと考えています。

今後は、様々な地域で大学とまちが共に「住んでいてよかった」と記憶に残る新しい「大学のまち」をひとつでも多く作っていきたい、と考えています。

田舎でも都会でもない、ただ「こんにちは」の一言がスッとでてくるまち。それは大学を持つまちならではの雰囲気があってはじめて可能になる。TRYWARPの成功は、虎岩氏が体験したその雰囲気を体験のレベルにとどめず、まちとして実現できる事業にまでに高めた点にある。そしてその背景には、あくまでも千葉大パソコンサポーターズ事業を「リアルからバーチャル」のコアとして守り続ける虎岩氏のこだわりがある。地域クリエイターとしての虎岩氏の強さ、それは自分の原体験を事業の核として形成し、また守り続けられるガンコさにあるのかもしれない。西千葉につづく、新しい大学のまちに期待したい。

TRYWARP はイベントにもチャレンジしている



地域 SNS 西千葉 SNS あみっぴい

TRYWARPが展開する地域SNS、会員数は1,101人(11月20日現在)。千葉ではなく、あくまでも西千葉という地域性にこだわりを持っている。地域SNSとしては草分け的存在であるが、あくまでも虎岩氏の理念「リアルを補強するためのバーチャル」として位置づけられている。具体的には、基本的にはほかのSNSと同様に紹介制をとっているものの、顔見知り以外の紹介を認めていない。このため、西千葉を含め、日本全国の様々な地域からの志のある参加者によってSNSが成り立っているが、そのほとんどがなんらかの“リアル”でコミュニケーションを行っている。

