



2025.11 ポスター
中津みらい月間
<https://x.gd/B6ZzT>

2025/11 中津みらい 月間 まなびの里 まちごとキャンパス

11月 毎週（土）（無料）
13:30 - 15:00



11/01（土） リル・ドリーム 13:30

「魅力的なまちの発展にはなにが必要か」

－ 日本が歩んだ道をたどって －


水と空気以外資源がないと言われた日本が敗戦の後、どう立ちあがったか
それは現代の地域おこしに、どう生かすことができるでしょうか

石坂芳男氏 未来を創る財団 コ・ファウンダー 元トヨタ副社長

プロフィール

石坂 芳男

- 1940年 東京都町田市生まれ
- 1963年 一橋大学法学部卒業
- 1964年 トヨタ自動車販売株式会社入社 後、合併しトヨタ自動車株式会社
- 1992年 同社取締役就任
- 1996年 米国トヨタ自動車株式会社取締役社長
- 2001年 トヨタ自動車株式会社副社長
トヨタ自動車株式会社相談役を経て、トヨタ自動車株式会社顧問
- 2013年 一般財団法人未来を創る財団理事長
- 2023年 同財団評議員、コ・ファウンダー



魅力的なまちの発展には なにが必要か

- 日本が歩んだ道を辿って -

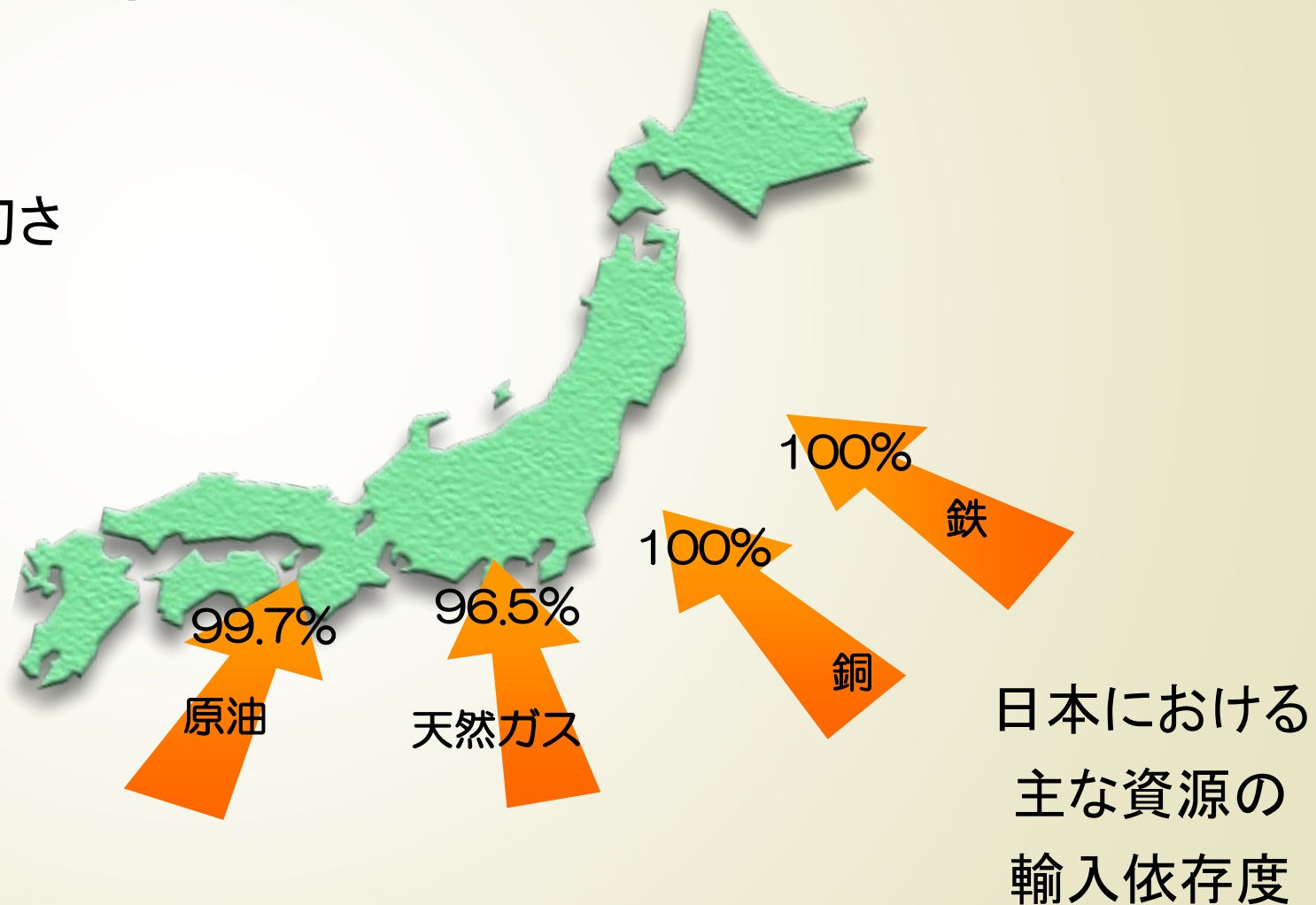
2025年11月1日
未来を創る財団
石坂芳男

1. 日本の製造業が巡った背景

日本の資源不足が背景に

－ 資源不足 －

- ・資源＝原材料の大切さ
- ・付加価値を大きく
- ・技術力／開発力
- ・モノづくり／人づくり



2. 良い製品を作ること

▶ 附加価値

顧客がその対価として支払っても良いと感じること

▶ 附加価値経営 (Value Added Management)

3. その進化の過程

- ▶ 組織作り
- ▶ 人材育成 ・ 雇用促進
- ▶ 工場建設
- ▶ サプライヤー育成
- ▶ 販売網構築 - 国内外

4. 付加価値競争戦略の目的

- ▶ 価格競争からの脱却
- ▶ 顧客満足度の向上
- ▶ 長期的な競争優位性の確保

5. 高める主な方法

- ▶ 製造サービスの差別化
品質を高める素材やデザイン
- ▶ ブランド価値の強化
ストーリー性や社会的メッセージ性の付与
- ▶ 顧客体験の最適化
接客・サービスの質の向上
購入前後の体験
- ▶ R & Dによるイノベーション
- ▶ 社会的価値の付与

例： Apple Computer
無印良品
トヨタのハイブリッド車



6. トヨタ成功の要因

- (1) もの作りに対する強いこだわり
- (2) 強い現場と組織力
- (3) 学習する組織
- (4) サプライヤーとの協力体制
- (5) 国内のライバルとの競争
- (6) 海外進出

6. トヨタ成功の要因

(1) もの作りに対する強いこだわり

▶ **コストダウン／品質向上**

▶ **生産技術／自動化**

▶ **技術開発競争**

6. トヨタ成功の要因

(2) 強い現場と組織力

- ▶ **企業内訓練と伝達**
- ▶ **QCサークル**
- ▶ **マニュアル・標準作業化**
- ▶ **スキルアップへの種々の仕組み**

6. トヨタ成功の要因

(3) 学習する組織

➡ **3C (Consistent, Constant, Continuous)**

➡ **プロセス指向**

➡ **連続的な中で非連続的**



イノベーション

6. トヨタ成功の要因

(4) サプライヤーとの協力体制

- ▶ 部品の安定供給
- ▶ コストダウン
- ▶ つくり方の改善
- ▶ 生産性の向上
- ▶ バリューチェーンの構築

6. トヨタ成功の要因

(5) 国内のライバルとの競争

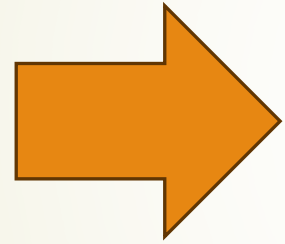
- ▶ **新製品開発**
- ▶ **販売ネットワーク**
- ▶ **モデルチェンジのサイクル**
- ▶ **価格競争**
- ▶ **高付加価値**

6. トヨタ成功の要因

(6) 海外進出

- ▶ **完成車 → 現地生産 → 海外経営**
- ▶ **海外分業・調達**
- ▶ **為替リスク・市場リスク**
- ▶ **政治・経済リスク**

7. 中津町おこし



次の2点を提案

8. 中津から揚げの本格的ブランド化

① 安くて便利 → 高くても選ばれる

② じゃあ何故？

原材料	地元の鶏肉	— 平飼い、厳選された飼料
	醤油	— 旨味と辛みを有し特有の香りを持つ大豆と小麦とで作った麴と食塩水を原料とする
	植物油	— 特級品の油。廃油はSAFに
	にんにく	— 地元産
	片栗粉	— 地元産
	水	— 地元の井戸

製造プロセス 厳格なプロセス
Know-Howを共有



SAF: 持続可能な航空燃料 Sustainable Aviation Fuel



8. 中津から揚げの本格的ブランド化

- ③ ブランドスローガン
 - 心にしみる健康から揚げ
 - グルテンフリー
- ④ 高付加価値化 → 地理的表示(GI)
日本地理的表示協議会(JGIC)に加盟
- ⑤ 商品パッケージ作成
お中元、お歳暮、ギフトに
- ⑥ 店ごとのバラバラ感をまとめる
から揚げ協会を立ち上げ — 旗振り役
- ⑦ から揚げマップ作成



9. ドア to ドア プロジェクト

中津MaaS プロジェクト

Mobility as a Service

- ① 高齢者が一番よく行く場所
- 医者
 - 買物
 - 食事
 - 役所
 - 銀行

9. ドア to ドア プロジェクト

中津MaaS プロジェクト

Mobility as a Service

② ドア to ドアで行くには？

- ▶ コミュニティバス
- ▶ 自動運転車の到来
- ▶ タクシーとの協力

9. ドア to ドア プロジェクト

中津MaaS プロジェクト

Mobility as a Service

③ 取り組みには強い協力組織

- ▶ 役所
- ▶ 自治会
- ▶ 老人会

10. 中津市地域活性化に向けたMaaS導入提案

(1) 背景と課題

交通観光人口問題 → 高齢化、公共交通の縮小、観光地の回遊性
市民の移動の不便さ

(2) MaaSとは何か

Mobility as a Service

統合的な交通手段、アプリによる一括決済

福沢旧居と邪馬溪をつなぐ

高齢者生活支援型デマンド交通

サイクリング観光による滞在型観光の促進

10. 中津市地域活性化に向けたMaaS導入提案

(3) 中津導入モデル

- a. 統合アプリ構想
路線バス、オンデマンド交通、タクシー、自転車など
スマホ/LINEアプリで予約支払い
- b. デマンド交通（予約型）
中津駅を拠点とした地域交通網
電話、スマホ対応
- c. 観光連携
アプリで観光マップ、飲食店、クーポン等
- d. 利用イメージ
高齢者の通院や買物
観光客の一日モデルコース

10. 中津市地域活性化に向けたMaaS導入提案

(4) 期待される効果

分野	効果
地域住民	移動の自由度UP、買物、通院の負担軽減
観光	滞在時間の増加、消費の促進
環境	EV、自転車でCO2削減
経済	交通事業者や店舗との連携
行政	持続可能な公共交通、人口流出抑制

10. 中津市地域活性化に向けたMaaS導入提案

(5) 実証ステップ

フェーズ1	小規模実験	半年
フェーズ2	アプリ・サービスの本格導入	1年
フェーズ3	地域全体の拡大	2年

(6) 資金

国や県の補助金（スマートシティ・交通弱者支援）
地元交通観光 UT企業との連携

10. 中津市地域活性化に向けたMaaS導入提案

(7) まとめ

MaaSは単なる交通手段の改善ではなく



町の価値そのものを高める

中津市は観光、文化、自然と市民ニーズがそろっており
モデル地区に最適

10. 中津市地域活性化に向けたMaas導入提案

(8) ふじMaas

先行事例 — 静岡県富士市の例

運行ルート 2カ所

- ① 新富士駅と富士駅の間
- ② 富士見台まちづくりセンターと富士見台小学校

運行車両

