

『台』という屋台村を作ったんです。もう5年ほどです。今では年商2億ぐらい、年間20万人くらい人が来るんですよ。単なる発想の転換で、今まで15人にしか意味がなかった場所が20万人に意味があるようになり、月に15万円、年間に200万円しか収益がなかったのが年間2億円の富を生むようになりました。そこで、もうひとつ新しい事業を考えました。

帯広というところは冬は何もない。でもここは逆転の発想で「こんなにすばらしい雪景色があるじゃないか。」ということ、畑の真ん中に、ビニールハウスのレストランを造ったんです。冬限定、雪があるときしか営業できない本格フランス料理の店しかもビニールハウスです。やり始めて2年目ですが、1年目から昼夜満杯です。そういう試みや組織というのも、青年部そのものとしては反対意見が必ず出てくるので、それはいわゆるNPOのような別の組織、青年部のメンバーが中心になっているのだけれども商工会議所のものではない組織で実現したものです。このようにいわゆるコミュニティビジネスというコンセプトでNPOや組合を作るというケースがこれからは出てくると思います。多分そういうことって

筑紫

利益最優先に考えるとなかなかやる人間がいないし、かといって行政でもやる気がないという状況下で、新しい社会的なニーズがきつと出てくると思うんですよ。そんな中で我々の組織が理想的にそういうものとかかわれる潜在力を持っているのかなと思います。

組織論でね。何かを変えよう始めようとする時、立ちはだかる壁を崩したい時は、垂直に考えるんですよ。

全国組織があつて支部があつて・・・全体の商工会議所があつて青年部があつて・・・これは縦の関係ですよ。ところが今の話でもそうだけども横をどう作れるかが問題です。生き延びた企業によくあるのはね、全体が大きな軍艦、タンカーのようになっているわけだから、それ全体が右や左に動くとき波が大きく大変なんですね。

そういう時どうしたらいいかというとき、タグボートをいっぱい出すんです。いろんなところをタグボートでトライしてね。こっち側に魚がいなくなると引き上げればいいわけですよ。たくさんそういうものを出そうとした場合、上下関係があると駄目なんだよね。横につながらない

と・・・。NPOやNGOがこれだけいろいろ拡がっているのは縦がないからですよ。まあその欠陥もありますけどね。だから垂直、統合的に組織を考えるか、もう少し横に考えるか、それから、そこでのコンセンサスを無理して取るか取らないか、「やりたい奴がやればいい場所なんだよ。ここは」というような柔軟性をどこまで持ち得るかですよ。そこが今一番問われているんです。それが青年部に限らず、企業も含めたこれからの組織のあり方ですね。

鈴木

私もすごくそのことを感じています。今ITが進んだのでそういう組織がこれからは成り立つ時代ですね。私達の組織は、上の方針を決定してそれを各地でやりなさい。という組織では決まらないので、そういう意味でまたポテンシャルがあるんじゃないかなと思います。地域で生まれ育って、地域が大好きな者ばかりです。「地域のために今なにが必要か」という思いで努力していくことが青年部の基本活動です。全国組織の役割というのがそこを横につないでゆく、知恵を回していく、サポートしていく。そういうこ

筑紫

とだと思っております。だからとてもやりがいのある仕事だと思っております。ただもう少し頑張っていることをうまく外に発信していかねければなりません。

具体的に何かをどんどんやっていけばいいですよ。「やっているのは自分たちなんだ」ということが見える形の活動をもっとやった方がいいかもしれません。

