



当確者の名前にバラを付ける自民党総裁の高市早苗  
首相＝2月8日午後9時42分、東京・永田町の党本部

連立政権の「果実」は回ってこなかった。公明党に代わって自民党のパートナーとなった日本維新の会。高市早苗首相の「自己チュー解散」も事前の相談がなく、真冬の陣に臨んだが、旋風に煽られて「大阪党」からの脱皮はまたもや不発に終わった。

看過できないのは、昔の証文ともいえる「大阪都構想」を持ち出し維新代表の吉村洋文大阪府知事、横山英幸市長がそろって辞職し、衆院選日程に合わせたダブル出直し選挙に踏み切ったこと。府知事、市長選は1年2カ月後に予定されており、何のために28億円もの費用をかけ選挙を行うのか、看板の「身を切る改革」どころか、わがままな散財と言われても仕方ないだろう。

この禁じ手にはワケがあるようだ。維新ではこのところ、党のクオリティーが問われる出来事が続出する。公設秘書が代表を

務める企業への政党交付金の還流問題、政治資金のキャバラ支出、国民健康保険料の支払いを逃れる所属地方議員の脱法的行為。これが閣僚や副大臣らを送り込まなかった事情か、と勘繰ってしまふ。大阪ダブル選挙を重ねることで、低迷する党勢を底上げしようと考えても不思議ではない。

政治家にとって、言葉は有力な「武器」の一方で、「傷」を負う恐れもはらむ。連立与党の党首となった吉村氏には、理解に苦しむ発言が相次ぐ。

大阪・関西万博を振り返った場面では「子どもの招待事業に反対したやつらをどうやってしよう



風向計

甘えの構造

勢いに任せ、理論よりも情緒に訴えるスタイルは、独善主義に陥りやすく、説得力に欠ける。連立合意の「センターピン」に持ち出した定数削減も、理屈は稚拙だった。少数意見はSNSなどで届く、小選挙区の方が地域の小さな民意が届く。選挙制度の本質論がすっぱり抜け落ちている。

勢いに任せ、理論よりも情緒に訴えるスタイルは、独善主義に陥りやすく、説得力に欠ける。連立合意の「センターピン」に持ち出した定数削減も、理屈は稚拙だった。少数意見はSNSなどで届く、小選挙区の方が地域の小さな民意が届く。選挙制度の本質論がすっぱり抜け落ちている。

こうした背景には、本拠地・大阪での「甘えの構造」があるのでないか。府、市議会でも多数を握り、テレビに頻りに登場し、言いたい放題が許容される環境だ。しかし、国政の舞台は明らかに勝手が違う。イケイケどんどのスタイルは、高市政権の右傾化に拍車をかけても、維新の党勢回復になかなかつながらない歯がゆさが浮かび上がる。

とりわけ「国保逃れ」は、社会保険料の引き下げを前面に打ち出してきただけに、「維新スピリッツ」の喪失を象徴する存在意義にかかわる事態だ。

国政与党は、監視の目が一段と厳しくなる。不祥事が表面化しても、党首が人ごとのようにしか語れない、強弁ばかりで守りが心もとない体質。維新が党の品質やガバナンスの根本的な立て直しを実行するには、甘えと決別しなければならない。

(凜)

04 特集 テックタッチ株式会社 Head of PR/Marketing 中金由起子

## 経営が再確認すべき「広報」という経営基盤

ゲーム  
チェンジの  
行方

09 舟越美夏×リアルワールド

## 人間らしくいたいから「普通のことを普通に」

03 風向計

甘えの構造

12 インタビュー

激動の世界で生きるヒント

16 口福の源 畑中三応子

自由な発想で  
ジビエ料理はいかが？

08 政治双眼鏡

「ちょっと待てよ！」

13 グリーン&amp;ブルー 赤堀楠雄

いきなり燃やして発電はNG

17 よんななエコノミー 菅沼栄一郎

「二地域居住」「関係人口」  
地域の活力はよみがえるか

10 映画から世界が見えるvol.35 立花珠樹

世界はまだ

14 &lt;らし2026&gt;

障害年金、医師の判定破棄

18 音楽の森 山崎あみ

三つの顔 ZICOさん

優しくあり続けられるだろうか  
「ロコク・キッチン」  
「センチメンタル・バリュー」

機構職員がひそかにやり直し

19 今週の動き・ART探訪

表紙イラスト「あさのにおい」 Mari(まり)

2001年広島県生まれ。多摩美術大学美術学部絵画学科油画専攻在籍。上月財団による第21回(24年度)「クリエイター育成事業」認定者。冬の朝のひんやりとしたおいを、毎年楽しみにしている。  
https://www.instagram.com/transparent10831/



本誌へのご意見、ご感想がございましたら、  
編集長の荒木正人までお寄せください。

araki.masato@kyodonews.jp  
03(6252)6046

新年度の事業計画を練る際、売り上げ拡大や人材確保といった喫緊の課題に比べ、軽視されがちなのが「広報（PR）」の位置付けだ。広報は広告の「おまけ」ではない。組織の思想を社会に浸透させ、信頼という無形の資産を積み上げる経営活動そのものである。

朝日新聞社のWebメディア編集長を経て、複数のIT企業で広報・マーケティング・営業を横断して経営を強化してきた筆者が、本稿では、経営の視点から広報の役割を整理する。

## PRと広報、経営視点での違い

まず、本稿で用いる「PR」と「広報」の意味を整理しておきたい。

そもそもPRとは「パブリック・リレーションズ（Public Relations）」の略であり、「組織と社会との良好な関係構築」を指す。日本では「宣伝」や

ゲームチェンジの  
行方

# 経営が再確認すべき「広報」という経営基盤

テックタッチ株式会社 Head of PR/Marketing

中釜由起子

なかがま・ゆきこ 1981年鹿児島県生まれ。中央大学法学部卒業後、2005年朝日新聞社入社。記者・編集を経て、新規事業立ち上げに携わり、朝日新聞社初のオウンドメディア「telling.」創刊編集長を務める。その後、IT企業でマーケティングおよび広報責任者を歴任し、ブランディング、マーケティング、営業まで顧客接点全体を統括。現在はテックタッチにて、PR・マーケティング戦略の設計から組織づくりまでを担う。



「自己アピール」と混同されがちだが、本質は単なる情報発信ではない。組織が何を大切に、どのような価値を社会に提供しているのかを言葉にし、社内外の関係者と共有していく「経営の

姿勢そのもの」を指す。一方で「広報」は、その考え方や取り組みを、社会に伝わる形に整え、外部との接点をつくる実務を担う役割だ。ここで重要なのは、PRという「戦略的な核」がないまま、広報という「発信」だけを急がないことだ。核のない発信は、どれだけ量を重ねても「過性の情報」として流され、人々の心に残ることはない。これこそが、戦略なき発信が「空文化」する正体だ。PRが「方針」であり、広報が「実務」である。この二つを混同すると、発信そのものが目的化し、組織理念や事業とのつながりが見えなくなる。

## 経営が見落としがちな「社会からの見え方」という視点

年度計画を考える時期になると、多くの経営者は「今年は何を強化するか」を考え始める。新規事業、設備投資、人材採用など、議論の中心はどうしても目

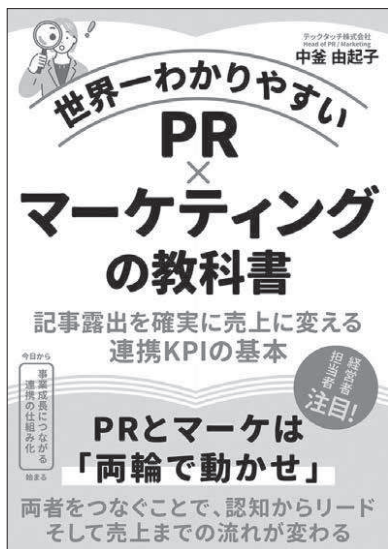
に見える施策になりやすい。

一方で、後回しにされがちなのが「自社がどのように認識されているか」という視点である。取引先や金融機関、求職者、地域社会に対して、自分たちの考えや姿勢がどのように伝わっているのか。この点にまで目を向ける経営者は、決して多くない。

世の中の流れの中で、自社や自組織がどのような存在として理解され、取引先や地域、関係者からどのように向き合われているのか。その「見え方」と「関わり方」を整える役割を担うのがPRである。

## 認知と信頼が経営を左右する——広報が担う見えない価値

PRという言葉から、広告やプレスリリース、メディア露出を思い浮かべる人は多いだろう。「新聞に載った」「ニュースで紹介された」といった出来事が、PRの成果だと受け止められることも少なくない。



『世界一わかりやすいPR×マーケティングの教科書 記事露出を確実に売上に変える、連携KPIの基本』中釜由起子 著

しかし、それはPRの一部にすぎない。PRの本質は、企業や団体が大切にしている価値を、継続的に伝えていくことにある。

広告が「伝えたい内容を、決めたタイミングで届ける手段」だとすれば、PRは「どのような存在として理解されるか」を形づくる営みだ。時間はかかるが、一度積み上がった信頼は、簡単には揺らがぬ。

実際、広報を経営機能として捉える考え方は、現場の経営者

のあいだでも広がっている。日本広報学会が2024年に実施した調査では、経営者の95.2%が「広報は経営機能である」という考えに賛同している。一方で同調査では、広報が経営判断に十分に活かされていないという課題も示された。重要性は理解されつつも、実務での位置付けや活用方法は、まだ模索の途上にある。人は、知らない企業や組織を選ばない。知っていたとしても、「何を目標しているのか」から

ない「説明できない」と感じれば、判断は先送りされる。地域に根ざした企業や団体ほど、この影響を受けやすい。事業内容が堅実であっても、外から見れば同業他社との違いが伝わらず、結果として価格や条件だけで比較されてしまう。

PRの役割は、この状況を変えることにある。「この会社は、こういう考えで事業をしている」「この組織は、地域でこうした役割を担っている」——その理解が広がることで、比較の前提そのものが変わる。例えば、筆者が関わるテックタッチ株式会社は、同領域でグローバルに高い知名度を持つ外資系企業と競合している。しかし国内市場においては、プロダクト機能だけでなく「なぜこの事業を行っているのか」「日本企業の業務現場にどのような価値を提供するのか」を一貫して言語化し、発信し続けてきた。その結果、指名検索や比較検討の初期段階で想起される



存在となり、市場シェアの差につながっている。

### 地域に根ざす企業・自治体にこそ求められる広報の役割

「全国展開していないから、PRは必要ない」と考える経営者もいるだろう。しかし、PRは必ずしも全国的な知名度を目指すものではない。重要なのは、「必要な人に、正しく知られているか」という点である。

ある地方企業では、事業は安定していたが、「会社のことが知られていない」「説明に時間がかかる」という課題を感じていた。そこで同社は、新たな広告を打つのではなく、自社の歩みや価値観、事業が社会に果たす役割や商品開発の思いを言葉にし、地元メディアや自社での情報発信を通じて、少しずつ伝えることにした。

その結果、売り上げが急に伸びたわけではないが、「その考え方に共感している」「この会社だ

からお願したい」といった声が徐々に増え、金融機関との対話や採用の質にも変化が表れた。

企業だけでなく自治体も同様である。自治体の取り組みは、住民にとっては日常業務として受け止められがちだが、外から見れば「何をしているのか分からない」という声は少なくない。結果として、施策の意義が十分に伝わらず、誤解や批判が行きすることも多い。

制度説明やイベント告知にとどまらず、「なぜこの施策が必要なのか」「どんな自治体運営を目指しているのか」を継続的に伝えることで、住民や議会、関係機関との信頼関係が築かれる。PRとは、自治体運営における合意形成と説明責任を支える、重要な経営機能でもある。

### 認知と信頼は、平時にこそ積み上げる経営資産である

PRの効果は、平時には見えにくい。しかし、環境が変化した

とき、その差は明確に表れる。市場の縮小、競争の激化、制度変更、不測の事態。こうした局面で問われるのは、「この組織は信頼できるか」「話を聞く価値があるか」という点だ。

日頃から考えや姿勢を発信し、理解を積み上げてきた組織は、関係者との対話が早い。一方で情報があとんどない組織は、説明から始めなければならぬ。

認知と信頼は、すぐに数字に換算できるものではないが、いざという時に組織を支える「経営資産」になる。

### PRを「数字」で捉えるための一つの視点

PRは定性的な活動だと思われがちだが、経営の視点で捉える指標はある。筆者が関わった組織では、「自社名やサービス名で検索されているか」「自発的に情報を探しに来ているか」を重視してきた。

例えるなら、PRはマーケティングの土台である。土台が不安定な施策を積み重ねても、成果は伸びにくい。

重要なのは、個別の施策に飛びつく前に「なぜこの事業を行うのか」「社会に対してどのような価値を約束するのか」という情報の核をPRの視点で言語化し、すべての活動の背骨に据えることである。場当たりの施策を重ねるのではなく、「一つの取り組みが同じ方向を向いているか。点と点を結ぶ「線」の戦略」になっているか。その基盤を見直すことこそが、PR活動を経営資産とし、マーケティングの成果を面として最大化する最短ルートの原点である。

### リーダーの理解が、PRを経営機能に変える

PRを機能させる上で、最も重要なのはリーダーの理解である。PRを「余裕があるからやるもの」と捉えるか、「経営に必要

実際、ある期間、意図的にメディア露出の頻度を減らした期間に、Webサイトへの自然検索による訪問が約30%減少した例がある。これは、社会的な話題が減ることで、人々が能動的にその組織を探さなくなった結果といえる。

PRによって信頼の「種」がまかれ、その結果として生まれた自発的な関心を、マーケティングや営業が具体的な接点へとつなげていく。この流れを可視化することで、PRは経営に説明可能な活動となる。

### PRとマーケティングの役割を整理する

ここで、マーケティングとの関係についても整理しておきたい。マーケティングでは「広告を出す」「SNSを運用する」「チラシを配る」といった施策が検討されがちだ。しかし、これらはあくまで情報を届けるための手段にすぎない。

「活動」と捉えるかで、組織の動きは大きく変わる。

信頼は、広告のようにお金で買えるものではない。日々の判断や姿勢が、時間をかけて積み上がっていく。経営が整えるべきなのは、新しい施策だけではなく、自社や自組織がどのように見られ、どのように語られるべきなのか。その基盤を見直すことが、事業や組織の持続的な強さにつながる。

その第一歩として、まずは自社の価値を、広報担当者に任せるのではなく、経営者自身の言葉で書き出してみようを勧めたい。「なぜこの事業を続けているのか」「社会に対して、どんな役割を果たしたいのか」。完璧な文章である必要はない。自分の言葉で考え、整理すること自体が、PRを経営機能に昇化させる。

PRは派手な成果を約束するものではない。しかし、企業や自治体の未来を静かに支える、確かな経営基盤なのである。



© Getty Images

マーケティングが問い合わせや購入といった「行動を促す」役割を担うのに対し、PRはその

前提となる「知っている（認知）」「信頼している（共感）」という土台をつくる役割を担う。



## 舟越美夏 × リアルワールド

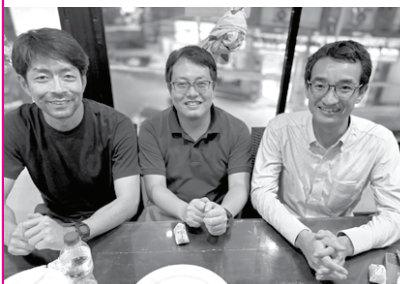
ふなこしみか 1989年上智大学ロシア語学科卒。元共同通信社記者。アジアや旧ソ連、アフリカ、中東などを舞台に、紛争の犠牲者のほか、加害者や傍観者にも焦点を当てた記事を書いている。

### 人間らしくありたいから 「普通のことを普通に」

Bangladesh南部東部のコックスバザールには「世界で、二を争う」という枕詞がいくつかある。120キロ以上続く海岸線の長さ。隣国ミャンマーの少数民族ロヒンギャが避難する難民キャンプの規模。国連は彼らを「世界で最も迫害されている少数民族の一つ」と指摘する。

今、各国が人道支援を削減する中で、この難民キャンプは危機にある。状況取材する過程で、十数人の日本人が国連やNGOのスタッフとして活動していると知った。難民は、大方の日本人には遠い存在だ。難民保護は、とりわけ先進国には法的責任であることも知られていない。

こんな風潮の中で難民支援の現場を職場に選んだ理由は何か。聞いてみたい。



左から相葉さん、三越さん、鷹鷲さん＝Bangladesh・コックスバザール、2025年10月、筆者撮影

思い、紹介してもらった。国連世界食糧計画(WFP)の三越清道さん(40)、女性の自立支援などをする国連ウィメンの鷹鷲悠史さん(38)、国連難民高等弁務官事務所(UNHCR)の相葉翔太さん(37)。約束した料理店に遅れて来た私を、笑顔で迎えてくれた。

それぞれ機関で事業の企画や運営管理を担う3人は、経歴は異なるが「個人の関心を追求している」点で共通していた。それだけの機関で事業の企画や運営管理を担う3人は、経歴は異なるが「個人の関心を追求している」点で共通していた。

「崇高な使命感や自己犠牲の精神があるわけじゃないんです」。三越さんは海上自衛官だ。「戦争や紛争はなぜ起きるのか、どうしたら平和を実現できるのかに深い関心がある」。その追求をライフワークに、「自分は何がでできたのか」を基準に仕事を選んできたという。

元小学校教員の鷹鷲さんは、「人の移動」に興味があり、大学の卒論でも「移民」をテーマにした。青年海外協力隊で派遣されたウガンダで小学校教員を務め、人道支援の現場に引かれた。キャンプでは、女性の経済的自立を目的に設置された「女性市場」の運営支援などに当たる。男性優位の社会で女性の声は聞こえにくい、「避妊具がないと困る」と訴えられるほど女性たちの信頼を勝ち得ているようだ。「自分たちの活動が受益者に伝わり、その成果を目にできる点で、すごく魅力がある仕事」という。

「民族の多様性にとっても引かれ」と語るのは、相葉さん。以前は130以上の民族がいるミャンマーで、NGO職員として働いた。難民キャンプでは、悲惨な状況に衝撃を受けたこともある。「でも情報量が多い現場でしか学べないこと、経験できないことがある。難民のリアルを知らなければならぬし、学びたい。だからここに来たんです」。

思ふところに基つき行動する人には、壁を越えていくエネルギーがある。あつという間に3時間が過ぎ、なんだか私は気持ちがいい。

翌朝、砂浜を歩いた。「海辺を歩いてみたい」というキャンプで暮らすロヒンギャの若者のつぶやきを思い返した。

### 「ちょっと待てよ!」 激動の国際情勢で優先すべきこと

衆議院総選挙を通じて、政界が総力を挙げて取り組まなければならない重要課題が明確になった。大勝で信任を得た高市早苗首相は「高市カラ」を全面展開、強気の対決型政治に傾斜しそうだ。だが、ちよつと待てよ、である。激変する内外情勢に対処するには基本政策のコンセンサス形成こそ優先しなければならないはずだ。

その第1は選挙戦で最も注目された消費税減税問題だ。中身には濃淡があるものの、自民党、中道改革連合など主要政党が減税を公約に掲げ、物価高対策の決め手のように宣伝した。肝心の家計への恩恵は限定的で、有権者の受け狙いで各党がなだれを打ったのが実態だ。だがこの問題が重い意味を

持つのは、財源確保、社会保障費を含めた国民負担の在り方、社会格差の解消にまで波及する射程の長いテーマだからだ。減税の成否を含めて合意を得るのが当面の課題として、代替財源の手当てをめぐり財政、社会保障の全体像まで踏み込まなければ、有権者の負担にのしかかるとは言えない。経団連の筒井義信会長は「代替財源の明確化が必須」と注文を付けた。各党の財源案は、与野党横断の「国民会議」に丸投げした首相は論外として、政府系ファンドの運用益を活用する中道改革連合案をはじめ経済界、市場関係者が安心できる水準には程遠い。

首相の看板政策である「責任ある積極財政」には選挙前から円安進行、長期金利上昇で黄色信号がともっている。

## 政治双眼鏡

経済界からも懸念の声が上っている。財政不安が高まれば、物価の急騰を招き国民生活が打撃を受ける。自民党の鈴木俊幹幹事長は「積極財政と財政規律は両立する」と主張するが、その論拠は不明確だ。

おまけに一部野党ばかりか自民党内まで「財務省陰謀論」めいた議論が唱えられ、財政規律について本気で議論するのにか心配だ。国民会議では税と社会保障の一体改革を目指すという。超党派で議論を尽くし「責任ある結論」を出してもいい。

第2は、選挙戦で議論が深まらなかった外交・安保政策だ。この分野こそ、首相が解散の大義に掲げた「国の根幹に関わる重要政策の大転換」の柱だ。ところが選挙戦では安保関連文書の改定というだけで具体論は今後の検討待ちだ。国家情報局や対外情報機関の設置は青写真真不在の意欲先行で、現時点では箱物行

政の域を出ない。

米国は、新たな国家安全保障戦略(NSS)、国家防衛戦略(ND)に沿い、西半球以外の地域では関与を縮小する可能性を示している。米国への全面依存では東アジアの安定と平和の維持という日本の安保政策の最重要課題を果たすことはできない。

首相の台湾有事発言は、中国の外交攻勢を招いた。日本は守勢を強いられ、米中のほざまで日本が生き残る道筋は霧に包まれている。秩序喪失の世界に適応する安保・外交戦略の練り直しは急務の外だ。

防衛力強化の一本足打法では緊張を激化させかねない。防衛と外交の両輪がかみ合うて初めて安保戦略は機能する。この点を深掘りする国会の熟議が切望される理由だ。真剣な議論は、激動の時代に不可欠な国民の理解と支援を得る近道でもある。政党の役割と責任は重い。(赤顔子)



## 世界はまだ

### 優しくあり続けられるだろうか

#### 「ロココ・キッチン」「センチメンタル・バリュー」

東日本大震災からまもなく15年になる。東京の住民である自分にとっても、当日の体験とそれに続く放射能汚染の恐怖の日々は、生き方を見つめ直す契機になった。にもかかわらず、被災地の「今」をよく知らないことに、申し訳ない気持ち



©ロココ・キッチン・プロジェクト 2月14日(土)ボレボレ東中野、3月6日(金)シモキタエキマエ-シネマ「K2」ほか全国順次公開

そんな気持ちを抱えていたためだろうか。「食」を切り口に、福島県沿岸部の被災地に暮らす人々の実像を伝えるドキュメンタリー映画「ロココ・キッチン」(監督 川内 有緒・三好大輔)に、胸を打たれた。撮る側と撮られる側との深い信頼関係が感じられる温かい作品だ。

「ロココ」は、東京と仙台を結ぶ国道6号線。千葉、茨城を経て福島県内の「浜通り」と呼ばれる沿岸

vol.35

## 映画から世界が見える

部を通るこの道路からは、メルトダウンした東京電力福島第1原発が見える。数年前のある夜、川内がロココを走る車の中から、避難指示が解除されたばかりの地区にある一軒の家の灯りを見たことが、映画製作のきっかけだった。

「この町を去っていく人もいれば、帰ってくる人もいる。そして、新しくやってくる人もいる。それを実感して、思った。みんな、なに食べて、どう生きてるんだろう？」

昨年11月に刊行され、ドウ・マゴ文学賞を受賞した書籍「ロココ・キッチン」の巻頭で、川内はそう記している。『目の見えない白鳥さんとアートを見にい

の川内にとって、震災後何度も訪れてきた被災地で急激に起きている変化を実感したことが、企画の原動力になった。

川内は2023年、ロココ沿いの住民に食事にまつわるエッセーを書いてもらい、本にまとめるプロジェクトを開始。自らも、人々に会って話を聞き、彼らが作る食事を食べ、それを本と映像に記録する仕事を進めた。

完成した本を読み、映画を見ると、語り手の自発的な言葉を大切にする姿勢が貫かれているのが、よく分かる。原発が立地する双葉町に住み、福島の観光を盛り上げる仕事に従事しているインド出身の女性が、自分で淹れたチャイを飲みながら、祖父の思い出を語る場面。原発事故をアートで



『センチメンタル・バリュー』 2月20日(金)よりTOHOシネマス 日比谷ほか全国ロードショー

伝える「おれたちの伝承館」(南相馬市)の館長を務める和歌山県出身の写真家が、「原子力? いらなんじゃねえかな」とつぶやく場面。外国人を含め、さまざまな人が共に生きる被災地の今が、リアルに伝わってくる。

廃炉完了は不透明で、汚染土の最終処分方法も未決定。冷めた目で見れば、暗い状況が続いているが、人と人がこんなふうに出会

い、信じ合えるならば、世界はまだ優しくあり続けることができるかもしれない。そんな夢を見せてくれる作品だ。

今回取り上げるもう1本は、デンマーク生まれで、ノルウェーの首都オスロで育ったヨアキム・トリアー監督の新作「センチメンタル・バリュー」だ。日本でもヒットした前作「わたしは最悪。」(2021年)でカンヌ国際映画祭の最優秀女優賞を受賞したレナ・レインスヴェエが、今作でも続けて主演している。

舞台は、何世代もの家族の歴史を見つめてきたオスロに建つ古い一軒家。第一線の俳優として活躍するノラ(レインスヴェエ)と、家庭を選び穏やかに暮らす妹アグネスの前



**立花珠樹** 映画評論家・共同通信客員論説委員  
たちばな・たまき 1949年北九州市生まれ。一橋大学卒。  
「もっと日本映画を!」(言視舎)、「私が愛した映画たち」(吉永小百合と共著、集英社新書)、「岩下志麻という人生」(共同通信社)、「凜たる人生 映画女優香川京子」(ワイズ出版)など著書多数。

に、長年音信不通だった映画監督の父が現れる。姉妹が幼い頃、家を出て行った父親は、15年ぶりに監督する新作映画の主演を娘のノラに依頼する…。

緻密なストーリー、クロージングアップを効果的に使った映像、俳優たちの素晴らしい演技。北欧デザインの名品がさりげなく置かれた室内で、国境や性別、年齢を超えて伝わる普遍的な人間ドラマが展開される。子どもはどんなとき、親に裏切られたと感じるのか。大切な相手が心から求めているのは自分ではないと気づくのは、どれほど寂しいことなのか。映画を見ながら、さまざまな思いが浮かんだ。

第2次世界大戦中、ナチス・ドイツ占領下の悲劇が重要な要素になり、家族史

にとどまらない広がりを持つのも、国際的な評価を受ける理由だろう。今作も、昨年のカンヌでグランプリ(審査員特別大賞)を受賞。今年3月に開かれる第98回米アカデミー賞でも、作品賞をはじめ8部門で9ノミネートされている。

スウェーデンの巨匠、イングマール・ベルイマンとの共通点や、北欧映画の魅力。語りたいことは多いが、ここでは「センチメンタル・バリュー」でも、「ロココ・キッチン」と同じく、言葉がとてもしっかりと扱われ、それが人と人をつないでいくことを指摘しておきたい。他者をさげすみ、罵倒する、攻撃的で差別的な言葉がSNS上にはあふれている。だから、なおさら、2作に共通する優しさが、胸に響くのかもしれない。

# グリーン＆ブルー

## いきなり燃やして発電はNG



赤堀 楠雄

あかほり・くすお 林材ライター。1963年生まれ、長野県在住。林材新聞社(東京)勤務を経て99年に独立。森林・林業・木材・木造住宅などに関する取材、執筆を行う。著書に「林業の未来～木の価値を高める技術と経営～」(農文協)など。

2年ほど前、ある林業産地で元の製材所の社長が木質バイオマス発電向けの燃料材のストックヤードに連れて行ってくれたことがある。そこには大量の丸太が積み上げられていて、中には製材品や合板の製造に使えるような丸太も含まれていた。

「こういう丸太もいきなり燃やしてしまうというんです。できれ

ばウチで引き取りたいんですが、手が出せない」と、その社長は悔しそに語った。

東日本大震災での福島第1原子力発電所の事故をきっかけに再生可能エネルギー固定価格買取制度(FIT)が導入された。太陽光や風力、そして木材などを利用して発電した電力は、FITに基づき政策的に設定された優遇価格で電力会社に買い取ってもらえる。

それを当て込んで各地にメガソーラーや大規模風力発電施設が出現したのは周知の通り。そして木材を燃やして発電する木質バイオマス発電所も全国で設置が進み、林野庁の資料によると2024年3月末時点で244カ所が稼働している。

それらの発電所が燃やしている燃料材は毎年増加し、2024年実績で年間2259万立方メートル



発電燃料にするのは本当の「未利用材」であるべきだ

ルにも及ぶ。これは同年の製材用材の需要(2231万立方メートル)をわずかが上回る。床面積40坪の木造住宅を建てるのに使われる木材は丸太換算で50立方メートル程度になるから、木造住宅約45万軒分の木材が発電用に燃やされているわけだ。

もちろん、どんな丸太でも燃やしていいわけではなく、FITで優遇価格が適用されるのは、間伐材や伐採現場に放置される未利用材であることが基本だ。製材端材や建築解体材も対象。ところが、国が定める森林経営計画の認定を

受けた森林で生産されたものなら未利用材として扱われるため、製材品や合板の製造に使えるような丸太でも発電用に燃やされている実態がある。

電気の買取価格がFITで保証されているため、燃料材の価格は安定している。ただ燃やすだけなら、製材用材や合板用材のような品質に応じた仕分けは不要で面倒がない。十把ひとからげに燃料材として取引されてしまうから、製材業者も手が出せないという事態が起きる。

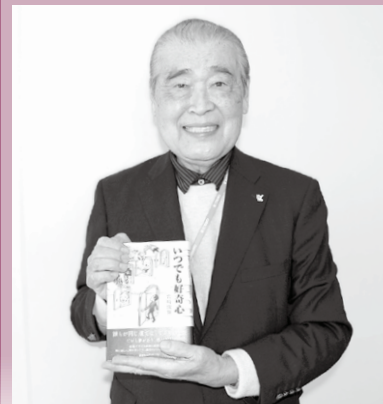
木材は建築や家具に使われた後、各種木質ボードや紙の原料としてリサイクルできる。品質的に燃料にするしかないものなら、燃料にするのは最終段階とすべきだ。そういう木材利用こそ、サステナブルな社会の実現に寄与するはずだ。

## 激動の世界で生きるヒント

### クレスコ・岩崎名誉会長が「喝」

岩崎俊雄

いわさき・としお 1940年、神奈川県川崎市出身。65年防衛大学校電気工学科卒(第9期)。日本IBMに入社、70年に米ペンシルベニア大学ウォートン校を卒業、MBAを取得。88年にクレスコを設立、現在東証プライム上場。2021年取締役を退任、現在名誉会長。



著書を手を持つ岩崎名誉会長

東証プライム上場のIT関連企業クレスコ創業者の岩崎俊雄名誉会長(85)が毎月1回、グループ会社を含めた社員向けに「会長の喝(以下、「喝」とのタイトルで、メッセージを出し続けた。20年超、一度も休載しなかった。文章の中から46編を精選し「いつでも好奇心」(講談社エディトリアル、税別1350円)を出版。イラストレーターの泊明氏の心が温まるユーモラスな挿絵入りで、読みやすさが工夫されていると同時に、激動の世界を生きているヒントが満載だ。

執筆のきっかけは、クレスコの決算が2002年、赤字に転落し、危機感を持ったことだった。前の年に東証一部(現プライム)に上場したばかりだった。

会長に退いていた岩崎氏が、会長兼社長に復帰し、会社の立て直しを決断した。岩崎氏はインタビューで、当時の社内の様子について「事業部間の競争が激しすぎて、コミュニケーションがうまくいかないなど、組織と

しての柔軟性が弱っていた。その結果、業績の向上につながらなかった」とした上で「初心に返ろう、と思った。創業者の私に社長として、一つの目標に向かって会社がまとまっていくなきゃ必要だと痛感した」と振り返る。

「いつでも好奇心」は4部構成。「日常の中で」というタイトルの第1部は、若い社員たちに向けた「挫折に負けるな」などの原稿が収められている。岩崎氏は著書で、日本商工会議所の会頭などを務めた故山口信夫氏の生きざまを紹介し、「若いころの挫折はむしろ将来の糧。人生には必ずチャンスがある。意気消沈しないで前を向いて歩いて行こう!」と呼びかけた。

第2部では「経営のこころ」と称し、事業成功のカギや部下をどのように動かすのかというヒントや、このほか、企業の不祥事に対する岩崎氏の「喝」が披露されている。岩崎氏は、不祥事が起きる企業の背景として

「昨今の過当な業績至上主義、競争意識があったのではないかと分析。『経営者は過度な業績目標や競争意識を控えるとともに、社内には不正は絶対に許されないという意識を植え付けなければならない』と指摘した。

第3部は「世界はともだち」。第4部は自身の趣味のフルート演奏やお酒、たばこの付き合いなど身近な話題をまとめた。特別章として岩崎氏が大方アンだった長嶋茂雄さんへの追悼文も掲載している。

岩崎氏は今回の出版について「ロシアによるウクライナ侵攻、トランプ米大統領による関税政策、多党化する日本の政治状況など、めまぐるしく世界が動いている中で、一人一人がどう生き抜くのかを考えてほしい」と語った。その一つの確かな「解」が「本を読むこと」「歴史を知ること」だと強調する。特に若い世代に購入してほしいと、この本は思い切った価格に設定したという。

(柳)



障害年金は、自分がかかっている医師に診断書を書いてもらい、他の書類と一緒に全国の市区町村役場や年金事務所申請

委託の判定医が診断書などを見て支給の可否や等級を判定する。障害の等級は重い順に1〜3級に分かれている。

## くらし 2026

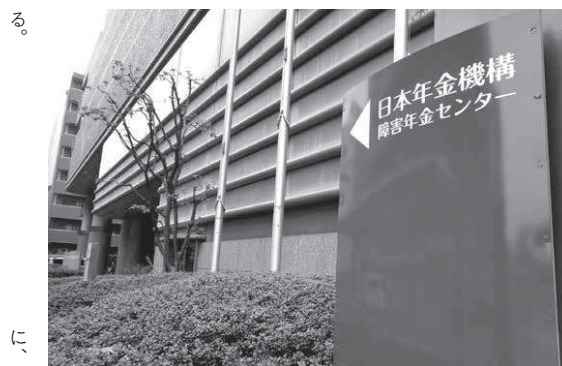
### 障害年金、医師の判定破棄 機構職員がひそかにやり直し

国の公的年金には、障害のある人が受け取れる「障害年金」という制度がある。障害の重さなどを日本年金機構が審査して、「条件を満たしている」と判定されれば支給される。障害の重さを判定するのは、年金機構から委託を受けた医師。ところが、機構職員が一部のケースで医師の判定をひそかに破棄し、別の医師に頼んで審査をやり直していたことが関係者への取材で分かった。担当部署で長年、行われていたとみられる。年金機構は「医師が医学的に判定している」と説明していたのに、職員が医師の判定を否定していたことになる。なぜそんなことが起きていたのか。

する。東京にある年金機構の「障害年金センター」に書類が送られ、職員が不備がないかなどをチェックする。

#### シレッダーにかけて：

共同通信の取材に応じたセンターの職員Aさんはこう証言す



日本年金機構の障害年金センター＝2025年4月、東京都新宿区

いたのか。理解するには、判定の実務がどのようなになっているかを知る必要がある。

年金機構から審査を委託された医師は障害の種類ごとに分かれ、昨年1月時点で計140人いる。ただ、基本的には複数の医師による合議ではなく、単独で審査する。

医師も人間である以上、個人差がある。特に、数値で判断しにくい精神障害や発達障害などの場合、「この先生は優しいけど、あの先生は厳しい」というふうに判定にばらつきが出る」（センター元職員）。

しかも判定医に支払われる報酬は安く、人数は不足気味。一方で、障害年金を申請する人は年々増えていて、2024年度は18万

19万件。既に受給している人の中には1〜5年ごとに更新手続きが必要な人もいて、その審査も年間20万〜30万件ほどある。少ない人数で早くさばく必要があるため、「1件の審査に1分かからないことも多い」（Aさん）。

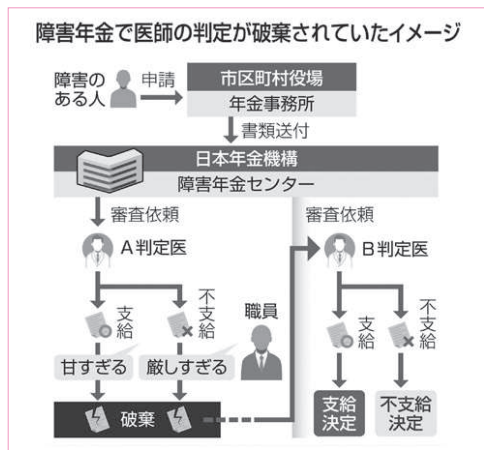
#### 受給権奪われたか

医師の個人差と短時間の判定

という二つの要素が合わさり、職員が「この判定は明らかにおかしい」と感じるケースが生じていたとみられる。しかし、その際の判断基準やマニュアルはなく、文書の保存ルールにも違反していた可能性がある。つまり、内部の統制も外部の検証もなされないまま、ブラックボックスの中で行われていたことになる。

恣意的な判断で受給権を奪われた人が過去にいた可能性も否定できないが、記録が破棄されているため、救済は不可能とみられる。

厚生労働省は共同通信の報道を受け、破棄さ



厚生労働省は「やり直しは当初の判定に誤りや疑義があったためで、職員が恣意的に判断したケースはなかった。機構の常勤医師に確認した結果、最終的な判定も妥当だった」としている。さらに職員に聞き取りを実施し、結果と今後の対応方針を今年4月末に発表する予定だ。

#### 判定方法に根本的な問題

一方、厚生労働省は障害年金センターで24年に作成された内部文書も発表。判定破棄の取り扱いに

関する内容で、「職員が判定結果に納得いかない場合、記録を廃棄し、納得するまで別の医師による判定を繰り返す恐れがある」と書かれていた。職員が独断で判定を破棄する恐れが内部で認識されていたことになる。

そもそも、複数の医師や福祉職が合議で審査する仕組みであれば、こうしたことは起こらなかったはずだ。専門家からは、改善を求める意見が以前から出ていたが、判定の仕組みを決める厚生労働省は費用の増大などを理由にに応じてなかった。

判定結果の破棄は「年金機構の職員が悪い」という単純な話ではなく、根本的な課題を放置してきた厚生労働省の責任も重い。より納得感の得られる判定方法に変えることが求められそうだ。

（共同通信データ調査報道部

市川亨）

# こうふく 口福の源 食



食文化研究家  
畑中三応子  
はたなか・みおこ 専門は  
近現代の流行食。料理本の  
編集も。著書に「ファッション  
フード、あります。」(ちくま  
文庫)など。

## 自由な発想で ジビエ料理はいかが？

第10回ジビエ料理コンテストが1月に開催された。一般部門と小中高校生部門に分かれて「国産のシカ・イノシシ」を使用し、多くの人が家庭で作れて、安全でおいしく楽しめる料理」をテーマに競うのは従来通りだが、ルールが変わって調理科で学ぶ高校生は一般部門に含まれるようになった。前回、彼らのレベルが料理のブローに引けを取らないほど高かったためだ。

応募数は202点。私は書類審査から担当し、全レシピを熟読した。気になったのは「ジビエは臭みがあって硬いから、このような工夫をした」とアピールするレシピが多かった



生ハーブが香り高い「ガバオ・クワン・サブ」



野菜類との相性も秀逸だった「猪肉と鹿肉真薯のお椀」



セロリとナッツのトッピングも独創的だった「山椒香る猪ジャーザー麺」

ことだ。それを前提に考えると、臭みを取るためショウウがやニンニクをきかせたり、軟らかくするため塩麹をまぶしたりと似たやり方が増え、料理の幅が狭まってしまふ。適切に処理されたシカ肉とイノシシ肉は牛肉や豚肉とは異なる風味を持ち、食感も楽しめる程度で硬すぎず、とてもおいしい肉だ。普及を進めるためには「臭い、硬い」という思い込みを解消することの必要性を強く感じた。

小中高校生部門の第1位、農林水産大臣賞に輝いた「ガバオ・クワン・サブ」は、シカのロース肉でタイ料理のガバオライスを作る。ひき肉を使わずあえて手作業で粗く刻んで歯切れのよさを出し、コナツシユガーのkokのある甘みを加え、すがすがしい香りのタイハーブをたっぷり使った。作者の高橋佑志さんは中学2年生。1歳から7歳までタイで育ち、外食のたびに食べた思い出の味、ガバオライスを再現したそう。シカ肉とホット&スパイシーな南国風の味が絶妙に合うことに気づかされた。

一般部門の農林水産大臣賞「猪肉と鹿肉真薯のお椀」感謝して頂く命の恵み」の作者、今井湧貴さんは調理師学校の和食教員。イノシシの骨と野菜で濃いだしを取り、真薯(練り物の一種)

にはイノシシ肉とシカ肉のすり身を1対1の割合で合わせた。プロらしく見た目も味も洗練され、完成度が飛び抜けて高かった。

同部門で第2位の農林水産省農村振興局長賞は、高宮友里さんの「山椒香る猪ジャーザー麺」が獲得した。コリコリした食感が魅力のスネ肉を使い、山椒がアクセントになって独創的でも食べやすい味に仕上がっていた。都立高校調理科2年生の高宮さんは東京のジャーザー麺が評判の店を食歩いて味付けやトッピングを研究し、何十回も試作したそう。

今回、特に印象に残ったのは、小中高校生の発想が自由で豊かだったことだ。惜しくも入賞は逃したが、シカミンチのそばろと魚の干物を組み合わせたキンパ、シカも肉と緑黄色野菜を組み合わせた塩味ケイキなど、これまでにない作品に出会うことができた。



「気仙沼ビズ」(ビジネスサポートセンター)は、宮城県気仙沼市のマグロ漁船が連なる港が見渡せる堤防の上にある。

市内の企業からのビジネスの相談が主な業務だが、最近では、都市部のキャリア人材を狙った取り組みにも力を入れる。

東日本大震災から今年で15年。復興支援で活躍した若いボランティアの移住者も目立つが、ビジネスにおける即戦力も求められている。

地方創生を進める国土交通省は2024年秋に「二地域居住促進法」を制定。25年春には先導的プロジェクトを募集し、気仙沼市など14団体の官民連携コンソーシアム(共同事業体)を選んだ。

気仙沼では40〜60代のミドル・シニアを中心に現地ツアーを企画したところ、参加した20人のうち15人がその後も気仙沼と関わりを持った。

その中の一人は、今年から副業として水産加工会社の1丁関連

## よんなな エコノミー

「二地域居住」「関係人口」  
地域の活力はよみがえるか

4月には、転職・移住予定の参加者もいる。

気仙沼ビズの斉藤康子事務局長(43)は言う。「気仙沼は古くから港町として世界の船や人を受け入れてきた。この外からの人



気仙沼ビズの栗山麗子センター長(右)と斉藤康子事務局長＝斉藤さん提供

を受け入れる空気がここにはあります」。栗山麗子センター長(51)も「密な都会と違って、地方には時間や役割の余白がある。気仙沼は帆船の時代、風待ちの場でした。人生の再出発にもふさわしい場所だと思います」。

2人は、自らも「セカンドキャリア」だ。斉藤さんは2年前の夏、東京の飲食店長にきりをつけ、20年ぶりにUターン。故郷は、内湾の入り口に新しい橋がかかるなど震災の傷跡も整備が進み、生まれ変わったようにも見える。半面、活気のない街に危機を

感じる時もある。

震災時のボランティアで移住した若い人も多い。気仙沼湾の東にある唐桑半島に、震災直後にボランティアで飛び込んだ犀川由香利さん(44)は、移住してから10年目に住民票を大阪から移した。「ボランティアに区切りをつけて、生活を整えました。みんな、それぞれの自分に合ったスタイルで生きていければいいと思う」。

「関係人口」(地域外に拠点を置きながら地域と継続的に関わる人たち)という言葉は提唱し、石破茂前首相の地方創生を後押ししてきた高橋博之さん(51)は「(株)「雨風太陽」社長は「今年は、総務省のふるさと住民登録制度のモデル事業も、いよいよ始まります」と期待をかける。

人口減少にストップがかからない日本列島のあちこちで「都市と地方をかきまぜる」(高橋さんの著書)など、さまざまな知恵が動き始めた。

(ジャーナリスト・菅沼栄一郎)



# 7 DAYS SCHEDULE (2.16 → 2.22)

## 今週の動き

### 国内

- 2/16(月)・2025年10～12月期国内総生産(GDP)速報値(内閣府)
- 25年分所得税の確定申告期間(～3月16日、国税庁)
- 2/18(水)・1月の貿易統計(財務省)
- 1月の訪日外国人旅行者数(日本政府観光局)
- 2/19(木)・知事選告示=石川
- 25年12月の機械受注統計(内閣府)
- 1月の首都圏・近畿圏マンション市場動向(東京都・不動産経済研究所)
- 2/20(金)・1月の全国消費者物価指数(総務省)
- 米大リーグ、ドジャースの大谷翔平選手の愛犬を主人公にした絵本『デコビンのとくべつないちに』(日本語版)が発売。大谷選手は共同著者

### 国際

- 2/18(水)・国際エネルギー機関(IEA)閣僚理事会

(～19日、パリ)

- 2/19(木)・韓国で24年12月に「非常戒厳」を宣言し、内乱首謀罪に問われた前大統領、尹錫悦被告の判決(ソウル中央地裁)
- 2025年と同年12月の米貿易統計(ワシントン)
- 2/20(金)・25年と同年10～12月期の米国内総生産(GDP)速報値(ワシントン)
- 25年12月の米個人消費支出物価指数(ワシントン)
- 2/21(土)・ベルリン国際映画祭 各賞の発表・授賞式(ベルリン)
- アニメ賞発表・授賞式(ロサンゼルス、細田守監督の映画「果てしなきスカーレット」が長編インディペンデント作品賞などにノミネート)
- 2/22(日)・ニュージーランド南島クライストチャーチ市などで日本人留学生を含む185人が亡くなった地震から15年



## ART 探訪

### 春の江戸絵画まつり

### 長沢蘆雪

会場: 府中市美術館 2階企画展示室  
東京都府中市浅間町1丁目3番地

会期: 前期3月14日(土)～4月12日(日)  
後期4月14日(火)～5月10日(日)  
※作品の大幅な展示替えを行います。

開館時間: 午前10時～午後5時  
(展示室入場は午後4時30分まで)

休館日: 月曜日(5月4日は開館)

料金: 一般800円、高校生・大学生400円  
小・中学生200円



長沢蘆雪《菊花生犬図》個人蔵 前期・後期展示

たくさんのキャラクターや動物が人気を集める21世紀。江戸時代中期の画家、長沢蘆雪の魅力「かわいい」が脚光を浴びるようになった。子犬や動物、子どもたちを描いた蘆雪の作品は、愛おしさにあふれている。大昔から、人々は小さなものやかわいいものに心を寄せてきたのだろう。蘆雪はそうした心を一枚の絵画の中に表現し、江戸時代きっての「かわいいもの描き」となった。禅の思想や、命あるものを慈しむ仏教の教えも見逃せない。

かわいいものに加えて、風景や人物、ファンタスティックな世界など、蘆雪の絵画は多彩だ。蘆雪のさまざまな創作を振り返りつつ、「21世紀の蘆雪」を楽しむことができる。



## 音楽の森

### 三つの顔 ZICOさん

山崎あみ

やまざき・あみ 1997年生まれ、東京都出身。音楽大卒。タレント・モデル。1st写真集「Cantabile」(ワニブックス)の他、デジタル写真集も発売中。YouTube番組「うるおうリコメンド」(略称うるりこ。共同通信社制作)出演。

初めて見た韓国のアーティストZICO(ジコ)さんに心を奪われましたので、ご紹介いたします。パフォーマンス一発撮りのYouTubeチャンネル「THE FIRST TAKE」で先日、日本のアーティストとのコラボ楽曲「DUET」を披露しました。コラボの相手は、海外でも活躍するユニット「YOASOBI」のボーカルでもある、シンガー・ソングライター幾田りらさんです。ZICOさんは愛嬌と軽やかさと、対照的に突き刺すような表情も見えます。

彼にはソロアーティスト、プロデューサー、アイドルという三つの顔があります。1992年生まれ。カナダと中国、そして日本にも留学経験があるそうです。10代からラップにのめり込み、2011年、ボーイズグループ「Block B」のリーダーとしてデビュー。アイドルとして活動しながら作詞・作曲を手がけてヒットを生み、グループを成長させます。その後、個人事務所を立ち上げ、ソロアーティスト、プロデューサーとしての評価を確立していきました。

そして、大手事務所HYBEがZICOさんの個人事務所を買収。現在はHYBE傘下のレーベルで、男性グループ「BOYNEXTDOOR」をプロデュースしています。昨年末には、韓国の音楽賞「MMA2025」でベストプロデューサー賞を受賞しました。

「BTS」らを輩出し、K-POPの第一線を行くHYBEも認めるZICOの魅力とはどこにあるのか。それ

は、誰の耳にも残るキャッチーでポップなメロディーを作る力と、そのメロディーとヒップホップの強いビートを融合させた独自のスタイルです。

「人々が笑い、心地よく感じられるような音楽を作りたい」とメディアのインタビューに語っている通り、曲中の自由さと遊び心が、聴き手の重心をくすぐります。代表作の一つが2020年のシングル「Any Song」。ノリやすく弾むようなリズムをベー



スに、メロディーはリラックスした雰囲気を出します。その中でラップと歌を自然に行き来します。溶け込むように身体になじんで、気づいたら口ずさんでしまう浸透力があります。過去には、世界的人気のK-POPガールズグループ「BLACKPINK」のメンバーJENNIEや、日本の「m-flo」ともコラボしていて、アーティスト同士の

異なる色を調和させるセンスもずばぬけています。

今や、ステージパフォーマンスやファッションセンスも評価され、カリスマ的存在となった彼ですが、インタビューには「人気の秘密は、単純に運が良かっただけだと思います。タイミングと準備が合っただけです」と謙虚に答えています。彼のYouTubeチャンネルに上がった日本でのショッピング動画では、サンリオのショップで「キョウオ〜!(かわいい)」と歓喜し、グッズを3万円近く爆買いする、いとおしい一面も。\*顔、はまだまだありそう。ZICOさんから目が離せません。

