

YMFfg

2026 VOL.15

三都エリア イノベーションマガジン

from

北 山
九 島
州 県

LOCAL
ISSUE

この世界で。この街で。このじぶん。



三都から世界へ
世界から三都へ

(borderless)

地域とともに世界へ
〈ヤナギヤ〉の技術力 | 〈小倉縞縞〉が描く地平
〈よつめ染布舎〉の文様 | ニッポンに挑む人

壁だと思っていたら、 扉だった。

その扉は、
扉の顔 をしていなかった。
ただ、 そびえ立つ壁の よう。
進むことを 拒む壁。

見知らぬ アウェイの この世界で、
奮闘する 日々に。
意味がある のか ない のか。
ない はずは ない。
仕事 というものは、 そうですね。
そうですね。

重ねる 努力。 伝える 思い。
見知らぬ アウェイの この世界よ、
親愛なるホーム になって ゆけ。
そして いつか、 笑って 話そう。

壁は、 僕らの 幻想 だったよと。

この世界で。
この街で。
このじぶん。

YMfg

山口銀行 もみじ銀行 北九州銀行

The next move
Beyond
20



YMFGが思い描く「地域の豊かな未来」を共有するために、この街に存在する、あしたを託したい、あしたを照らしてほしい人や取り組みを紹介します。

三都と世界、行き交っています

YMFGブランドCMストーリー

地域とともに世界へ

PO6

【山口県】

PO8

〈ヤナギヤ〉の技術力

世界に広がるSURIMI文化

【北九州】

P14

〈小倉縞縞〉が描く地平

進化する伝統は美しい

【広島県】

P20

〈よつめ染布舎〉の文様

型染から生まれる世界語

ニッポンに挑む人

- P13 山口県 | 翻訳者 Jim Rionさん
- P19 北九州 | 建築家・デザイナー Yangさん
- P25 広島県 | 起業家・インフルエンサー Kiraさん

- P26 YMfgのあした考 第10回
[世界進出の一步をと共に]

連載

- P28 あしたのランチ何食べる？
[北九州] ぶらっとびっと 1・2番ホーム
[広島県] 味徳／[山口県] 蘭蘭
- P29 ラブレター from 台北
- P30 YMfg あした新聞



COVER

PHOTO_ 藤本遥己

田中陽子 (たなか・ようこ)

1993年、山口県出身。元U-17・U-20日本代表、元なでしこジャパン。2012年のU-20女子ワールドカップでは大会得点ランキング2位。スペインと韓国でのプレーを経て、クラブ初のプロ契約選手として〈レノファ山口FCレディース〉加入。昨年クラブの悲願であるなでしこリーグ2部昇格を果たした。



地域サポーターとの温かな集い。海外リーグに残る選択肢もあった中、ファンの声が田中選手の移籍を後押しした。

その場に身を置くからこそ 味わえる経験がある

新しいことに挑戦するのが好きな私にとって、海外のクラブでの経験はとて有意義なものでした。以前より視野が広がり、プレーにも物事への向き合い方にも奥行きが出たと感じています。今はSNSなどで簡単に海外の様子を知ることができますが、実際に行くことでしか得られない学びがたくさんあります。私が故郷の山口を離れたのは12歳の頃。約20年の時を経て、昨年また地元に戻ってきました。年齢的にも技術的にも旬な今だからこそ、海外で培ったトップレベルの戦い方を体現できと思っています。そして地域の子どもたちに、海外に出ることや夢を追うことの素晴らしさを、自分の言葉でしっかり伝えていきたいです。(田中さん)

田中さんが海外経験で得たことは？
公式Instagram限定記事もお楽しみに。



三都から世界へ。 世界から三都へ

はるか遠くに見えていた場所が、気づけばもうそこにある。三都には、自然、食、歴史、工芸、芸能など、それぞれの土地で育まれた色とりどりの営みが息づいています。今、その価値は世界各地へと広がり、新たな繋がりを描き出す力に。海を越え、人が行き交い、文化が響き合う。今回の特集では、三都から世界へ、そして、世界から三都へと踏み出した人々の軽やかな物語に耳をかたむけます。

(borderless)



今ある枠組みを超えて、 繋がりがつくる未来

ブランドCMで一貫して表現してきたのは、地域とともに世界を見据え、新たな可能性を切り開く人々の姿。最新話では、環境の変化や経験不足の中で感じる「壁」が、一步踏み出すことで「扉」へと変わっていく過程を描いた。言葉や場所を超えた繋がりが、豊かな未来をつくると信じて。「地域に根ざしながらも、世界へ視野を広げることができる」というYMFGの人財像は、20周年の節目を迎えても変わることはない。

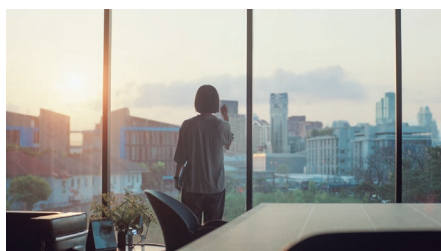
地域企業が成長を続けていくためには、地域の中だけに目を向けるのではなく、新たな市場やパートナー、価値創出の機会を見つけていくことが欠かせない。YMFGは、そんな企業の挑戦を支える伴走者として、海外展開支援にも力を注いでいる。現地情報の提供やビジネスマッチングにとどまらず、多様なネットワークや知見を活かしながら、企業ごとの課題や目標に寄り添う。「海外に出ること」自体が目的ではなく、その先にある未来の共創を目指している。

また、企業を取り巻く環境が大きく変化する中、支援のあり方にも進化が必要だ。そこで2025年7月には、グループ4社を統合した「YMFGグループパートナーズ」が始動した。コンサルティング、人材紹介、DX支援、資産アドバイザーなどの機能を集約し、資金調達だけでなく、人材確保やデジタル活用、経営戦略までを一気通貫でサポートする。「地域課題解決のプラットフォームフォーマー」として、企業の持続的な成長を支えるのが狙いだ。

最新話「海の向こうで」



壁だと思っていたら、扉だった。



起業家としてバンコクで奮闘するイノリと、地域から挑戦を支えるユズたち銀行員の心の動きを丁寧に映し出す。

Check!

挑戦ストーリーや、
キャストインタビュー、
メイキングなど公開中！



この世界で。この街で。このじぶん。YMFGブランドCM

YMFGは今年10月で設立20周年。この節目を「ゴール」ではなく「スタート」と捉え、ブランドCMの第5作を公開しました。地域とともに未来へ歩み続けるYMFGの想いを伝えます。

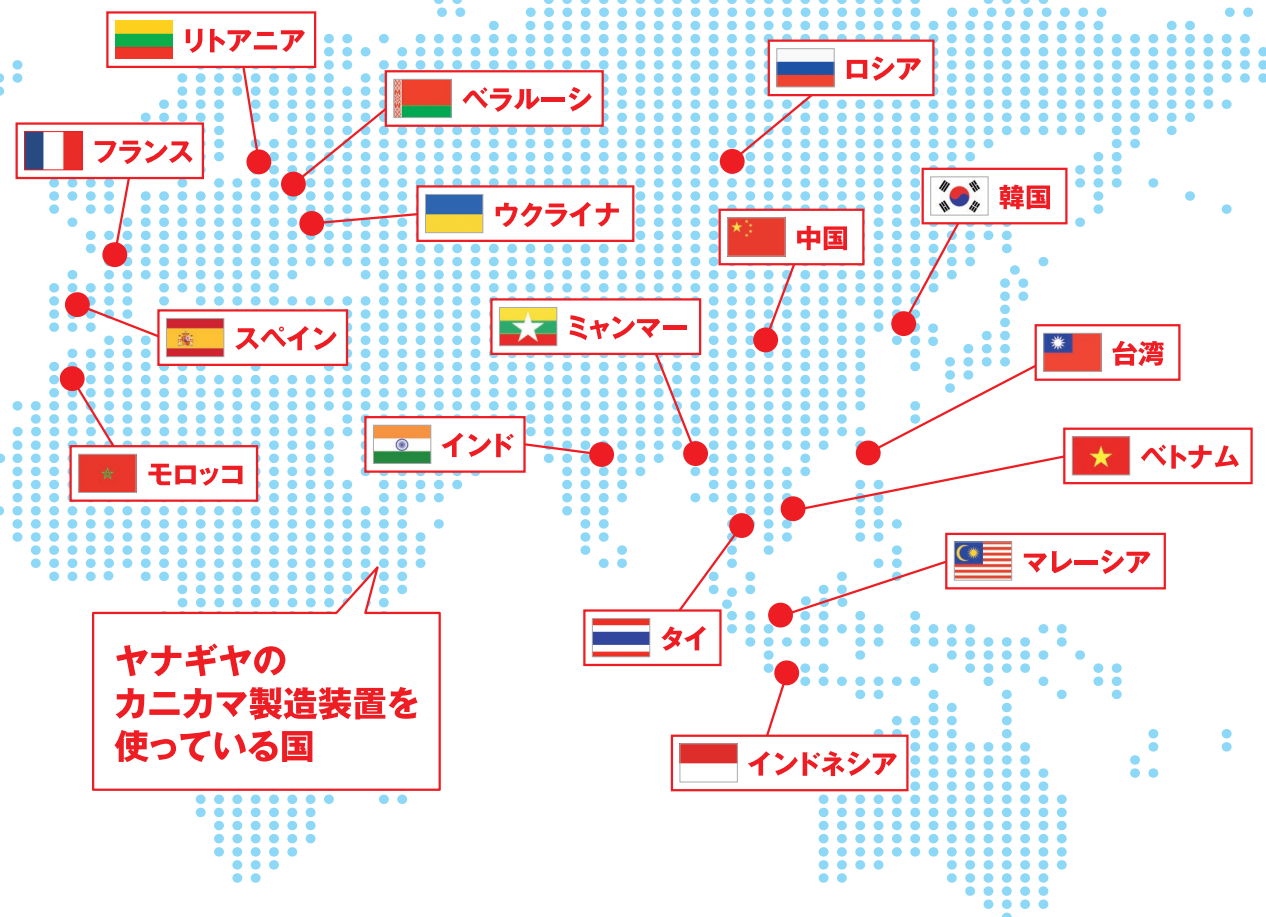


CM STORY

YMFGは次の一步へ。最新話では、変化を起こし続けるグループの姿勢を描く。自分らしい生き方を模索し、東京から山口へやって来たイノリ。YMFGの支援を受けて日本酒ブランドを立ち上げ、海外市場への販路拡大に挑む。世界という大きな壁に戸惑いながらも、担当銀行員のユズとともに少しずつ前へ進んでいく。そして、ついに商談は成功。彼らがたどり着いた一つの答えとは――。

地域から世界へ。 ともに挑む





ヤナギヤの
カニカマ製造装置を
使っている国



SURIMIは
世界の
共通言語！

宇部発・世界行き
ヤナギヤの技術



カニカマ＝SURIMIは
グローバル食品だ

SURIMIを使った
世界の料理をご紹介します



フィリピン

クラブスティック・ルンピア
濃厚な旨味の秘密はカニカマにあり
材料
カニカマ／チーズ／春巻きの皮／密封用の水／揚げ油／スイートチリソース
1. カニカマとチーズを細切りにして春巻きの皮の手前に並べ、端を折り込みながらきつく巻いて、水を塗って端を留める。
2. 170～180℃の油で転がしながら2～3分揚げ、全体がきつね色になりカリッとしたら取り出し、ペーパータオルで油を切る。
3. 熱いうちに皿に並べ、チリソースを添える。



ロシア

クラブスティック・サラダ
ロシア・東欧で人気のハレの日サラダ
材料
カニカマ／ゆで卵／キュウリ／缶詰コーン／ごはん／マヨネーズ／塩／こしょう
1. カニカマを手で細かくほぐし、ゆで卵・キュウリを小さな角切りにする。コーン缶の水気をよく切る。
2. すべての具材をボウルに入れ、マヨネーズ・塩・こしょうを加えてさっくり混ぜ合わせる。
3. 冷蔵庫で30分ほど冷やして味を馴染ませ、器に盛る。黒パンやクラッカーを添えてもOK。



アメリカ

カリフォルニアロール
世界中で愛される元祖進化系SUSHI
材料
カニカマ／海苔／炒りごま／ごはん／すし酢／キュウリ／アボカド／卵／とびっこ
1. カニカマとアボカド、キュウリ、卵焼きを棒状に切る。すし飯をつくり、人肌に冷ます。
2. ラップを敷いた巻きすに海苔を置き、すし飯を全面に広げて炒りごまを散らす。ひっくり返してカニカマ・アボカド・キュウリを並べ、手前から巻き締める。
3. 濡らした包丁で6～8等分に切り、皿に並べる。とびっこを添える。

日本生まれの「カニカマ(カニ風味かまぼこ)」が、世界中で食べられているのをご存知だろうか。Crab SticksやSURIMIと呼ばれ、単なる安価な代用品ではなく、現代の食トレンドとして注目されている。そのカニカマ製造機械で世界ナンバーワンシェアを誇るのが、山口県宇部市に本社を置く〈株式会社ヤナギヤ〉だ。地域のかまぼこ製造業から始まった100年を超える歴史ある老舗メーカーが、いまや世界20カ国以上と直接取引を行う国際企業へと成長した。世界の食卓にSURIMIが並ぶ背景を取材した。

FOOD_佐藤絵梨(P9) PHOTO_森田麗子(P9) TEXT&EDIT_浅野佳子

「おいしい」をつくる機械屋さん
見えない差が、世界一をつくる

（株式会社ヤナギヤ）が30年以上にわたって高い世界シェアを守り続ける理由は、機械の性能だけではない。「おいしい」をつくる機械屋さん。柳屋社長がこたわるこの言葉に、すべての答えが詰まっている。

カニカマ製造の各工程で、狙いの食味に合わせたチューニングをどう施すか、それを顧客と対話しながら決めてきた。斜めカットの導入や繊維をほぐすことによる食感の向上など、業界の常識を変えてきた。これらの仕様変更は、食品メーカーとの現場の会話から生まれている。ヤナギヤの流儀は、「こんなことができますか？」という問いに、「やってみましょう」と答え続けることだ。他社が断るような難しい注文にもチャレンジし、顧客のつくりたいものを一緒に形にしてきた。「その時に、どんなものをおいしいと感じるか。その蓄積が自分の中にないと、おいしさをつくる機械は製造できません」と柳屋社長は語る。

手づくりの方がおいしいと一般には思われがちだが、柳屋社長は断言する。「私はちがうと思う。機械でつくった方がおいしい」。1個目も1万個目も味が変わらず、狙った品質を均一に再現できる。それが機械の持つ本当の価値だ。さらに食品機械の分野では、日本製の品質に大きな自信を持っている。かつてはドイツ製が主流だった分野も、分解しやすさ・洗いやすさといった衛生設計のきめ細かさで、日本製が追い抜いた。顧客のチャレンジに伴走し続けてきたことが、世界で信頼されている秘訣だ。



「逃がない」を貫く組織で
世界20カ国以上をつなぐ

ヤナギヤが海外へ出ていったのは、実は自らの意志というより、カニカマ人気に背中を押されたからだ。海外のカニカマニーズが高まり、最初の海外との取引は1982年に韓国と行な。以来30年以上にわたってコンスタントに売れ続け、気付けば20カ国以上と直接取引する国際企業になっていた。それもカニカマの力ですね」と柳屋社長は笑う。

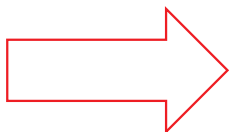
その歩みを支えてきたのが、グローバル戦略部だ。設立から約30年。現在は中国人・インド人スタッフを含む約10名で、船便の選定から現地への納品まで自社で行えるよう、一歩ずつできることを増やしてきた。取引先は、カニカマ製造機械以外も含めると世界40カ国以上にのぼる。各国でそれぞれ異なる安全基準への対応や、役所への申請、地政学上のリスクや為替の影響など、国際取引の実務には想像もできない複雑さがあり、その都度乗り越えてきた蓄積が今のヤナギヤの強さだ。「スタッフが本当によくやってくれています。調べて、問い合わせ、対応して、やってみる。その繰り返しでした」とこれまでの歩みを振り返る。

顧客に対しては、「メンテナンスを丁寧に、小さな約束を守る」という姿勢を徹底してきた。出張の際は近隣国の顧客へ立ち寄り、不具合があればオンラインですぐに対応する。納品以降も長い付き合いが続く。「小さな約束を守り続けることしか、信頼は生まれません。それには日本も海外も関係ありません」と、柳屋社長は話す。

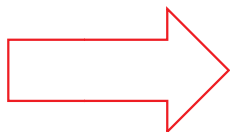
カニカマは、こうしてつくられる！



STEP 1
原料の魚肉のすり身をよく練り、シート状にして、蒸す。



STEP 2
切断しない程度に切れ目を入れたシートを、こよりのように巻いていく。その後切断。



STEP 3
カニカマの赤色は、フィルムに着色して、本体に転写している。途端にカニカマらしさがアップ！

なぜヤナギヤは世界一に？



1

「おいしい」への
飽くなき追求

2

「できますか？」に
答え続ける姿勢

3

メンテナンスへの
徹底した姿勢

ニッポンに挑む人



ライオン・ジミーさんは、知り合いに誘われて日本にそして山口県にやって来た。強い意志で選んだわけではなかったにもかかわらず、この地で暮らした年月は既に20年以上。「山口での暮らしがとても気に入っています」と話す。

最初にハマったのは日本酒だった。1000年以上の歴史や、食事との合わせやすさ、冷やや熱燗などさまざまな温度で楽しめることに魅力を感じ、ついに山口県内のすべての酒蔵を取材し、海外へ紹介する本を執筆するに至る。

彼の次なる興味を惹いたのは、ジャパニーズ・ホラーだった。横溝正史の小説を翻訳したことをきっかけに、海外の出版社との繋がりがあった。「今興味がある作品はありますか？」と尋ねられ、手がけることになったのが、いまや全世界で850万部を超えるヒットシリーズとなっている雨穴『変な絵』だった。「日本のホラーには独自の手法がありますが、“怖い”という気持ちは人間に普遍的なもの。全世界で受け入れられる理由があります」とジミーさん。

分野を移りながらも、彼の活動の根幹には抗えない好奇心がある。自分自身が「なぜこれが面白いのだろう？」と興味を持ったものを掘り下げ、それをまだ見ぬ読者にシェアする。最近興味を持っているのは、アジアの哲学だそう。「西洋が長く重んじてきた“個”の強さに対して、“アジアの”“個”を手放す”という考え方は、これからの時代をもっと気持ちよく生きるヒントになるかもしれない」。この興味の成果が形になるのが、楽しみだ。

左_Uketsu『Strange Pictures』、右_Jim Rion『Discov ering Yamaguchi Sake: A Taster's Guide to Brew eries, Culture, and Terrain』
HP : jimrion.com

興味を持ったたら深掘り、その繰り返し。

Jim Rion from United States of America

ニッポンのユニークさを、翻訳し伝える人

カニカマの先へ。 好奇心が、ヤナギヤを動かす

「おいしい」をつくる機械屋さん」として成長してきたヤナギヤだが、その挑戦はカニカマにとどまらない。柳屋社長の新しい事業へのアンテナは、日々のさまざまな場面に向いている。「ある日、わがやの犬がずいぶんいいエサを食べているぞ、ひよっとして私よりいいものを食べているんじゃないかと気になって、翌日社員にペットフード市場を調べるように言いました」と笑う。「面白そう」「できるんじゃないか」。日常のふとした発見を見逃さず、次のタネを見つけてきた。

その根底にあるのは、ヤナギヤが長年磨いてきた「練る・混ぜる・成形する」という技術だ。「見カニカマとは無縁に見えるおせんべいも、チーズも、ペットフードも、素材を練り上げ形にするという本質は変わらない。得意なこと、軸をぶらさずに、掛け合わせる素材を変える。その柔軟さによって、ヤナギヤは事業領域を広げてきた。

さらに柳屋社長が常に意識するのは、社会の変化を読むことだ。人手不足による省人化のニーズや食の多様化、ハラル需要の高まり―世の中が抱える「困った」が見えた時、ヤナギヤの技術と重なる部分はないか。その問いを繰り返し、次のドメインへの扉を開いてきた。「やってみましょう」と答え続けてきた積み重ねが、多様な事業へとヤナギヤを押し広げている。

ヤナギヤ
代表取締役社長
柳屋芳雄さん



まだまだ世界に チャレンジ中。



インドでの製造の様子。近年は海外の生産量の増加が著しい。



1985年、ロシアで初めて自国でカニカマ製造に成功。



スペインですっかり浸透したうなぎの稚魚風「ベビーイル」。



世界中のどこへでもメンテナンスに駆けつける。

食品機械を、 日本製に！

かつて食品業界では、ハムやソーセージのラインにドイツ製機械を使うのが当たり前だった。しかし柳屋社長は「食品機械の分野では、今日本が世界一」と話す。分解しやすい・洗いやすさといった衛生設計のきめ細かさは、日本製ならではの強みだ。国内の食品ラインに残る外国製機械を、日本製へ置き換えていくこと。それがヤナギヤの、もうひとつの使命になっている。

巨大な ハラル市場を追え！

カニカマはハラル食品としての注目が高まっている。豚肉を使わず、魚のすり身を原料とする食品は、イスラム教の食の戒律に適合しやすい。マレーシア、インドネシア、中東など、世界のイスラム教徒は約20億人。まだヤナギヤの製造機械が届いていないエリアに、ハラル食品としてのマーケットがあると考えている。

希少な 食資源を守れ！

スペイン・バスク地方には、「アングラス」といううなぎの稚魚をオリーブオイルとニンニクで炒める料理があるが、近年は漁獲高が激減。ヤナギヤは、魚肉のすり身をうなぎの稚魚の形に成形する「ベビーイル製造装置」を開発し、現地メーカーに納入。手軽で本物と遜色のないおいしさだと好評を博している。世界的に希少な資源を守る一助にもなっている。

独特の縞模様、地厚かつ丈夫で、なめらかな手触りの小倉織。その特長を生かし、江戸時代には武士の袴や帯、明治時代には男子学生の制服として全国で広く重宝されてきた。小倉織の復元・再生を担った北九州市出身の染織家・築城則子（ついき・のりこ）がデザイン監修する機械織りの小倉織ブランド〈小倉縞縞〉は、現代の暮らしに馴染む新しい小倉織として生地を生産。バッグなどの小物からインテリア、建築、ファッションまで幅広い分野で使われ、国内外のトップクリエイターとのコラボレーションも多数。海外では「Kokura Stripes」と呼ばれ、世界を魅了する生地として認知されている。



小倉縞縞とは？



こだわりの織物工場

丈夫でなめらか、使うほどに風合いが良くなる綿素材の小倉織は、昔から経年変化を楽しめる生地として暮らしの中で長く愛用されてきた。伝統の技術はそのままに、現在はサステナブルな生地づくりにも挑戦中だ。回収衣料や漂着ペットボトルを原料にした再生ポリエステルを緯糸（よこいと）に使用した生地のシリーズを生み出すなど、地球環境に配慮した取り組みも行っている。温暖化も叫ばれる今、世界各地の人が心地よく使える生地は以前と比べて変化している。常に時代を読み、今の時代に必要とされる世界基準の生地づくりへの挑戦は、これからも続く。



持続可能なものづくり

小倉織発祥の地、北九州市の中心部にある新聞社のワンフロアに構える織物工場。先染めの糸を用い、一般的な織物の2倍以上の経糸（たていと）で高密度に織り上げることで生まれる小倉織ならではの美しい縞は、何色もの経糸をセットできる整経機がその豊かな色表現を可能にしている。職人による糸の状態の見極めといくつもの繊細な織りの工程を経て、さまざまな色彩のグラデーションを持つ生地へと仕立てている。整経機には「マザー」、4台ある織機にはそれぞれ「太郎、次郎、花子、桃子」と名付け、愛着とともに真摯に生地づくりに取り組んでいるのも印象深い。

こくらしましま 〈小倉縞縞〉が描く、 世界へ向けた 伝統工芸の新たな地平

江戸時代から北九州の地で織られ始めた「小倉織」。昭和初期に一度途絶えたものの、時を経て1984年に復元・再生。その後、伝統は継承しつつ、より現代に合う織物として2007年に誕生したのが〈小倉縞縞〉だ。日本の伝統工芸を次代へとつなぐため、〈小倉縞縞〉が目指すのは「日本の生地」ではなく「世界基準の生地」。美しい縞模様と品質の高さでいまや世界からも高い評価を得る小倉織の、これまでとこれからの進化に迫る。

PHOTO_ 鷲崎浩太郎（一部、小倉縞縞提供） TEXT_ 住田茜 EDIT_ 福津くるみ

伝統は、進化してこそ美しい。

国境を越える“縞縞”のクリエイション



〈HULS〉Brilliance of Heritage。〈HULS〉と共同で開発した、シンガポールの文化と日本の伝統工芸である小倉織をコラボレーションさせた生地。

INTERIOR

シンガポールのプラナカン文化から着想を得てつくった生地は、鮮やかなカラーリングと小倉織ならではのたて縞が見事に融合した、〈小倉縞縞〉初の国際テキスタイル。この生地を使ったプロダクトは両国で販売され、それぞれの地で生活空間を彩っている。〈小倉縞縞〉は、以降も新たな開発を続けており、世界のインテリアに欠かせないさまざまな生地を開発中だ。



〈台北マリオット・ホテル〉。1〜3階に入るレストラン3店舗に合わせ、オリジナル生地を製作。壁紙や照明などに用い、ラグジュアリーな空間を演出。 Photo: Nacása & Partners Inc.

SPACE PRODUCE

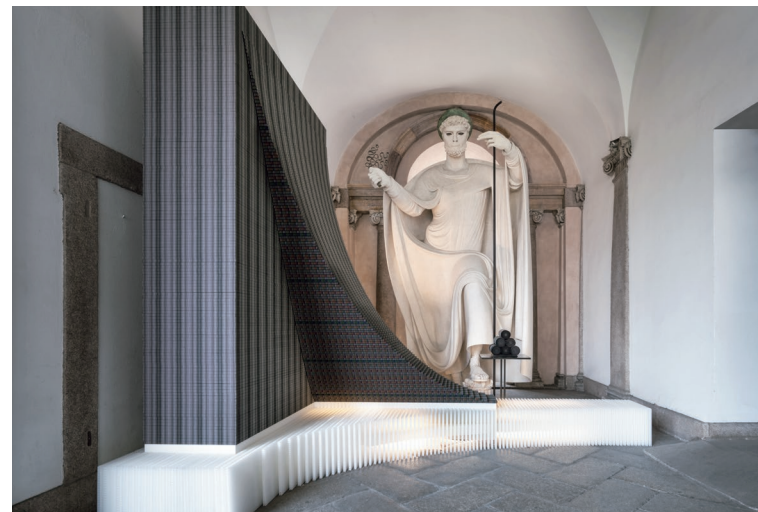
機械織りで広幅をつくらることができるため、その特性を生かして大空間でも採用されている。〈台北マリオット・ホテル〉の中華レストランでは、アジアな趣が漂う縞模様のオリジナル生地を製作し、壁紙や照明に使用。ほかにも多くの公共・商業施設において、生地の豊かなデザインや独創的な活用法で、落ち着いた雰囲気を与え人々の記憶に残る空間をたて縞で生み出している。



〈HANS J. WEGNER〉サークルチェア。ハンス・J・ウェグナーの名作「サークルチェア」と〈小倉縞縞〉のコラボレーション。縞模様の洗練された佇まいが十分に伝わる。 Photo: kyoko omori

FURNITURE

〈小倉縞縞〉の生地は国内外の家具メーカーやインテリアブランドからも高い支持を受け、新たなコラボレーションが次々と誕生。椅子デザインの世界的巨匠ハンス・J・ウェグナーによる名作チェアは、これまで無地の張地が多く使われていたところ、美しいたて縞の生地を採用。世界中にファンを持つ名だたる企業との協業で、小倉織の魅力は海を越える。



「Milan Design Week 2016」。「INTERNI OPEN BORDERS 2016」に小倉織の手織り作品と〈小倉縞縞〉のテキスタイルで参加。染織家の築城則子と、建築家の白川直行との両者によるアートインスタレーションを披露。 Photo: Andrea Martiradonna

1984年に復元再生された小倉織。手織りによる生地の魅力が全国で認知され始めていた中、課題として直面したのが「小倉織を次の時代につなぎ、残るものにしていく」こと。それは小倉織が伝統工芸であり、復元再生させたものとしての責任もあるがゆえだが、現状にとどまらない新たな取り組みが必要な時期にきていた。そのひとつとして機械織りへの着手と〈小倉縞縞〉の誕生もあるわけだが、もうひとつが海外市場への展開だ。ドイツフランクフルト、フランスパリ、イタリア・ミラノとテキスタイル展示市などへ出展する中で、小倉織の可能性をグンと広げたのがイタリア「ミラノデザインウィーク」への出展。2011年に初出展し、繊細な織りの技術としなやかなテクスチャー、国を問わず人気のストライプ柄を日本ならではの色彩で表現する小倉織は、ミラノへと集まったプロたちから高い評価を受けた。

以降ミラノデザインウィークへ定期的に出席し、世界で認められる生地としての可能性をさらに追求。最初はテーブルランナーなどのプロダクトを展開、徐々に生地そのものを展開し、展示手法を切り替えることで、建築家やインテリア関係者の目に留まり「空間の中で生きる素材」として知られるように。2022年には世界各都市にシブブを展開する日本の家具ブランド〈Time & Style〉と協業し、ソファや椅子の張地として綿とウールを織り合わせた自然素材のオリジナル生地を開発。綿以外の素材も使用するなど小倉織で培った表現を新たに広げ、「世界で通用する、空間の中で生きるテキスタイル」としてその存在を確かなものにした。



「Milan Design Week 2026」。「Time & Style New Collection "meeting horizons"」のブース。



「Milan Design Week 2025」。「Time & Style」と共同開発した生地を用いたソファを展示。木綿とウールの温もりと美しさを凝縮した質感が魅力。

ニッポンに挑む人

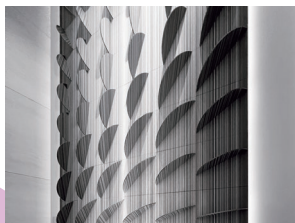


日本とイギリス、2つの国で建築を学び、キャリアを重ねてきたヤン・ヘン・チェンさん。日本で肌で感じた丁寧さや繊細さ、イギリスで培った自由な発想、その両方を強みに国際的な建築プロジェクトに多く携わってきた。北九州市に拠点を移して最初のプロジェクトである〈小倉縞縞〉との協業で、初めて日本の伝統工芸を扱うことに。「建築視点で小倉織を生かしたインスタレーションの制作を行いました。小倉織はもちろん日本の伝統工芸について理解が深まりましたし、インスタレーションも建築の考え方とつながる部分が大いにあることがわかりました。その経験はこれまでにない刺激になり、建築家として新しいアプローチに出合えたと思っています」。

伝統工芸や伝統素材からのインスピレーションも軸に加え、現在では表現領域をさらに広げて家具をはじめとしたプロダクトデザインやギャラリーのブランディングなど、新しいプロジェクトに取り組む機会も増えている。「国内外いろいろなエリアに行きますが、北九州は地理的に恵まれていると感じます。台湾をはじめ世界と近いですし、東京にも近い。そうした場所でしか得られない感覚を磨きながら、北九州を拠点に表現に取り組む。この地で暮らすことで、心に余裕が生まれて考える時間がより持てるようになったと思います」。

自身がどこに身を置けば、仕事も生活も気持ちよく向き合えるのか。そんなことに気づくことができたと話すヤンさん。さまざまな視点や文化を柔軟にミックスさせながら、北九州からさらなる表現を追求する。

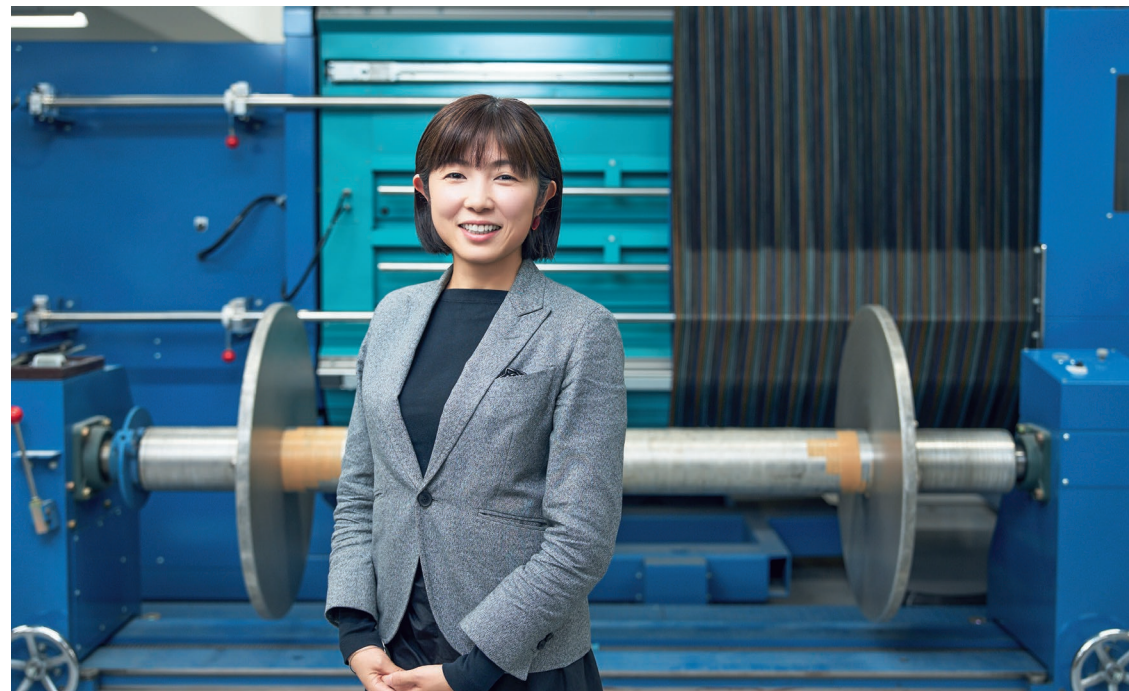
日本の大学で建築を学んだ後、〈高松伸建築設計事務所〉、イギリスの〈Foster + Partners〉を経て、日本に戻り独立。〈105MaGALLERY〉〈北九州市日明工場〉設計。
HP: yanghendesign.com



Yang from UK

日本の伝統工芸と向き合う建築家・デザイナー

建築家として、新しいアプローチに出合えました。



株式会社 小倉縞縞 専務取締役
築城弥央（ついき・みお）

北九州市出身。染織家・築城則子による小倉織の復元・再生を間近に見て育つ。台湾への留学と現地日系企業での就職を機に、織物をはじめとした伝統工芸の奥深さを再認識し、帰国後に〈小倉縞縞〉を立ち上げる。企画・デザイン・製造と一貫した生産体制の確立に努める。

時代に沿う、世界の小倉織へ。伝統と進化を未来につなぐ

〈小倉縞縞〉の専務取締役であり、〈小倉縞縞〉の立ち上げにも携わった築城弥央さん。海外への挑戦を通して小倉織の新たな可能性を模索する中で気づいたこと。それは、「小倉織を残しつつないでいくためには、伝統をただ守るのではなく進化させていくことが必要」ということだ。

「小倉織が生まれた頃、この地は城下町でした。だから小倉織はどこか質実剛健な雰囲気をもった、静けさを感じられる色彩で織られています。この地に暮らす人々の気質が表れるような小倉織の背景と丁寧なものづくりによる品質が、海外で日本らしさのひとつとして受け入れられ、評価されたことがとても嬉しかったです。ただそうした歴史や背景を持っている生地というだけではダメで、生地である以上、生活の中で使われる存在でなければいけません。伝統工芸ゆえに、守り、に意識が向きがちですが、そうではなく、いろんな形に変化させられるという生地の特性に着目して、新たな環境や用途に使える生地づくりに挑戦して小倉織を、進化、させていきたいと考えました」。

日本の伝統工芸という枠を超え、世界基準の素材として建築やインテリア、ファッションをはじめとしたさまざまな分野で日本の生地を使ってももらえるように。小倉織の技術や軸を大切にしながらも、世界各地の文化やライフスタイルに溶けこむような生地の開発に取り組んでいる。「日本人がつくる生地の品質や魅力はどこにも負けていないし、日本人にしかできない繊細なものづくりです。世界では量産化を目指した頃から工程の簡素化が進みましたが、一番簡単な方法を目指すとは違うんです。残らずにいます。それで小倉織も一度、途絶えてしまっているんです」。

よね。その歴史が今の私たちに教えてくれていることがありますし、小倉織を再び途絶えさせるわけにはいかないと身に染みて感じながら向き合っています」。

日本の空間に馴染む小倉織を世界に向けて発信していくことはもちろん、世界の空間に馴染む新たな小倉織を生み出すこと。伝統を大切にしつつ、いかに時代に沿ったものづくりをしていくか。そこに小倉織の、進化、が表れる。「軸をぶらさなければ新しい挑戦は進化につながるし、その進化がまた伝統になつていくと考えています。ここ数年でようやく、世界のインテリア市場にない生地を生み出せているという実感を少しずつ持つようになりまし。日本の伝統織物には、まだまだ可能性があると思っています。その可能性を少しでも広げられるように、これからも進化につながる挑戦を続けていきたいです」。



小倉 縞縞 本店

福岡県北九州市小倉北区大手町3-1-107
営：10:00～18:00
電：093-561-8152 休：水曜



YOTSUME DYE HOUSE

かつて妻の祖母が営んでいた銭湯を改装し、
今年4月にオープンしたギャラリー兼工房。
Instagram: @yotsume_dye_house

鎌倉時代から続く染色法・型染。伝統の技に自身の感性を重ね合わせ、唯一無二の表現として世界へ発信しているのが「よつめ染布舎」の小野豊一さんだ。大分県国東半島で10年活動した後、広島県呉市にUターン。新たなスタートを切った彼の現在地を訪ねた。

海を越えて届く 新しい解釈の文様

型紙に文様を描いて小刀で切り抜き、生地の上に置いて糊を塗る。その上から染料を塗って糊を洗い流すと、糊のあった部分だけが染まらずに白く残る。これが、長い歴史の中で受け継がれてきた型染の技法だ。

小野さんが生まれたのは、広島県北広島町の（豊栄堂染工場）。1895年から続く老舗染物屋で、神社にあるのぼり旗や、民俗芸能・神楽の舞台に吊るす幕などの染色を手がけている。専門学校でグラフィックデザインを学んだ小野さんは、家業を継ぐために岐阜県で染物職人の見習いを経験。その後、実家で働いたものの、「自分の文様を描きたい」という思いを抑えきれず、2015年に独立。自身のブランド「よつめ染布舎」を立ち上げた。

Instagramで作品を発信すると、日本はもちろん、海外からも「どこで買える?」「うちのショップで扱いたい」とすぐにDMが。今では世界の約10店舗で小野さんの作品が扱われている。しかし本人は「海外の人がどういうところを気に入ってくれているのか、よくわからないんですよ」と、全く気負いがない。作品群を見ると、鳥や風景を模した柄から、タイボグラーフ、スカルといった変わり種まで、実に多彩だ。愛らしいものもあるが、クッスと笑えるユーモラスなものもあり、時に皮肉めいた表現も厭わない。自分の文様を追求した先にあった、伝統との新しい向き合い方。世界に届けようとして生まれた表現ではない。それでも、その伸びやかな熱量は、翻訳不要な価値となって人々の胸を打つ。

ヨーロッパからアメリカまで 言葉を使わず広がっていく表現



アメリカの (HIGHTIDE STORE DTLA) にて、2023年に行ったPOP UPの様子。小野さんの妻で陶芸家の岡美希さんの作品も展示販売した。

文様は、世界語になるか。 言葉より雄弁な“よつめの文様”



PHOTO_谷康弘 TEXT_片桐絵都 EDIT_後藤麻与



「カラスの群れ」は〈よつめ染布舎〉の代表的な文様。「古くは神の使いで、現代は忌み嫌われるカラスの両極端さに、人間らしさに似た不思議な魅力を感じます」。



わらべ歌の歌詞も文様に。「妻と娘がこの歌で遊んでいて、改めて聞くと呪文みたいな響きだなと思ってつくってみました」。



飲食店の暖簾や看板などの文字をモチーフに、独自のアートに昇華。日本の大衆的なノスタルジーを新たな視点で切り取った。



（左）消費社会やインターネット文化を風刺し、大手通販サイトの購入ボタンを再現。使用済みの段ボールを使った素材や神楽幕に落とし込んだ。（右）仁王像をゆるキャラ的に描いた実験的作品。



仏教の五蓋（心を縛る5つの煩惱）の教えに基づいて、5色の鬼の面を制作。紙とアクリル絵の具を用いて表情豊かに仕上っている。



朝鮮半島の民画「虎鵲図」をオマージュしたアロハシャツ。



さまざまな花を組み合わせた文様「花布」を座面に、秋の野草を描いた「吾亦紅」を背面に配した椅子。



「型染の工程は版画に似ていて、型紙を切り抜く作業に超絶技巧は必要ない。誰でも手を出しやすい分、デジタル化もしやすいんです」と小野さん。だからこそ、技術を極めるだけでは生き残れず、確かなアイデンティティが試される。同時に、個性ある担い手が増えていかなければ、型染文化の衰退だつて起こり得るのだ。独自の味わいを生むために小野さんが大切にしているのは、その瞬間のつくりたいと思った情熱に身を任せること。ここ数年で作風も変化し、ほこりしたテキスタイルよりも、エッジの効いたデザインの方が自分らしく感じるようになったという。そう話す小野さんのTシャツに目を見ると、何やらモジヤモジヤとした文様がよく見ると、連なっているのは「お好み焼」の文字。手仕事ににじむ温かな付まいに思わず笑みがこぼれる。「これを着ていると、知らない人に話しかけられるので楽しいですよ。ただ、お好み焼き屋さんに行くのは危険。すこい、通が来たと思われちゃいますから」と親切にアドバイスしてくれた。このチャーマングな人柄が一貫して宿っているからこそ、初期の可愛いらしい作品を見ても、今ここにいる小野さんの、らしさがにじむのだろう。

最近、インバウンド客の多い宮島で型染が体験できる場をつくろうと計画している小野さん。「海外の人にライブ感のある文化発信がしたい」と話す。藍染などはパッと見の色で違いがわかるが、型染の特徴はその工程にあるからだ。鎌倉時代から職人の手によって紡がれてきた型染。世界をつなぐの言葉ではなく、文様に刻まれた人の気配そのものなのかもしれない。



大分県別府市のセレクトショップ〈SELECT BEPPU〉とのコラボ手ぬぐい。



パッケージとロゴデザインを手がけた「瀬戸内クラフトティール」シリーズ。



型染の意匠を反映した「よつめ染布舎かれんだ」シリーズ。海外での人気も高い。

つくりたいものをつくる。――なぜらしさはにじみ出るのか――

ニッポンに挑む人



タンザニアで生まれ、オーストラリアとアメリカで育ったキラさん。国連職員の父の影響で幼い頃から旅が日常にあり、これまで巡った国は50カ国にのぼる。大学卒業後には無期限の世界旅行を計画。最初の1年でアジアとヨーロッパの16カ国を回るも、とりわけ強く惹かれたのが日本だった。「ミャンマー出身の母に仏教徒として育てられたことも、シンパシーを感じた理由の一つかもしれません」。

もっと深く知りたいと、再び来日。各地を旅する中で民俗芸能の神楽と田楽に出会い、衝撃を受けた。「神話に根ざした長い歴史と、魂に響く音楽、舞。この文化をもっと広く伝えなさいと思いました」。そして移住先を選んだのが、神楽文化の盛んな広島県北広島町。地域の舞踊団に参加し、民俗芸能の魅力を発信しながら、古民家ステイなど地域文化に触れる体験の企画・コーディネートを行う〈煌めき〉を立ち上げた。

今、一番の親友は地域で暮らす90歳のおじいちゃん。農作業や田舎暮らしの知恵を教えてもらっているという。「北広島町は自然豊かで美しく、これまで行ったどの場所よりも安全。危険なのは気が立った猫ちゃんくらいかな。この里山には、私の人生をキラキラさせてくれるものが詰まっています」。手探りで始めた〈煌めき〉も、3年足らずで従業員とインターン生を抱える組織に成長。地域活性化に大きく貢献している。弱冠25歳の“キラキラ”パワーには驚かされるばかりだ。最後に好きな日本語を聞いてみると「“木漏れ日”。なんて美しい言葉なんだろうって。英語にはぴったり当てはまる単語がないから」と微笑んだ。

起業家・インフルエンサー。日本の文化や自然、暮らしの魅力を独自の視点で発信している。
Instagram : @earthkira

神楽と田楽が、私の人生を煌めかせてくれる。

Kira from Australia

若き起業家であり、民俗芸能の語り部

弟と、折りをひらく

小野さんの独立後、兄に代わり〈豊栄堂染工場〉の5代目となった弟の遥平さん。神社や神楽に関わる染色を手がける中で、背景の文化を正しく理解したいと地域の神楽団に入団。神職の資格も取得中だ。「今は神社も厳しい時代。そこで弟とコラボして、神社関連の商品を開発できないかと考えています。例えば、それを屋台に積んで海外へ売りに行き、あわせて神楽の舞も披露するなど……」と、小野さんは思案する。あくまでグッズは入り口で、

真の目的は神道や神楽文化を海外にも広め、次の世代へ継承することにある。

「本人は家業を継がなかったことに引け目を感じているようですが、僕は兄のおかげで人生に目標が生まれて感謝しています」と遥平さん。地域に根ざした折りを文様に刻む兄と、神楽の調べに乗せて世界へと届ける弟。兄弟の挑戦から目が離せない。

有限会社 豊栄堂染工場 5代目 小野遥平



世界へひらく、ふたつの試み



陶芸家 岡美希

陶芸家の妻・美希さんは海外経験が豊富。ワーキングホリデーやアーティスト・イン・レジデンスなどで世界各国を巡り、その土地にある素材を用いて作陶してきた。来年6月にはアメリカ・ミネソタ州のセント・メリーズ大学で個展を行う。バックパッカーをしていた20代の頃に知り合い、今も交流が続くアメリカ人陶芸家からのお誘いだ。「僕も一緒に渡米して、同じ会場で個展を開きます。ただ、完成した作品を持っていくのではなく、現地で見たものを文様

にして、その場で型染をするインスタレーションをやりたいなど。最後には茶会も開催する予定です」と話す。

夫婦で作品自体のコラボはしないのかと聞くと、「喧嘩になるから無理(笑)」と小野さん。「これでよく一緒に住んだよね」と美希さんも豪快に笑う。お互いの感性を尊重し、絶妙に影響し合いながら、それぞれの表現で世界との接点を広げていく二人。どんな個展になるのか、今から楽しみだ。

妻と、表現を拡張する



第 10 回 【世界進出の一步をともに】

国内市場のシュリンクが議論される中、海外展開を選択肢として考える中小企業が增えています。情報収集から資金調達まで、中小企業の海外進出を支援する5つの機関が集まり、各社の強みとこれからの展望を話し合いました。

TEXT_ 浅野佳子
ILLUSTRATION_ 堀内えりか EDIT_ 山岸 幸



山口FG 営業戦略部

宮部真成

みやべ・まさなり／YMFG 営業戦略部担当部長（海外事業グループ長）。全社的な海外営業戦略の企画案件を担当する。



中小機構 中国本部

川治恒紀

かわじ・つねのり／中小企業基盤整備機構 中国本部 企業支援部長。地域の中小企業に伴走し、事業全体の構想に挑む。



JETRO山口

藤井寛

ふじい・ひろし／JETRO（日本貿易振興機構）山口所長。世界中のネットワークを活かし、山口県企業の海外ビジネス支援を行う。



JICA九州

馬道彩

うまみち・あや／JICA（国際協力機構）九州 企業連携課長。途上国の社会課題を踏まえ、海外展開の可能性を探る。



JBIC 大阪支店

杉浦伸

すぎうら・しん／JBIC（国際協力銀行）大阪支店次長。海外事業向け融資に特化した政府系金融機関で、資金調達を先導する。

なぜ今、海外に進出するのか？

川治（中小機構）——国内での成長を基盤としながら、次の成長ステージを見据えた時、海外市場は大きな可能性を秘めています。重要なのは、海外進出自体を目的とするのではなく、自社の強みや目指す姿を踏まえた上で、その実現手段として海外を位置付けることです。そうした視点で取り組むことで、より持続的な成長につながると考えています。

馬道（JICA）——JICA が支援する途上国や新興国は、まさにこれから人口のピークを迎える国々です。中間層が拡大し、購買力がどんどん高まっています。日本は人口構造もあつて国内需要の伸び

「点」から「線」へ。連携する強みとは

が限定的となる中、こうした国々への海外展開を検討されるというのは、会社の大きな判断ですよね。

藤井（JETRO）——海外展開と言っても、直接輸出や現地進出だけが選択肢ではありません。国内の商社や輸出業者を介した「間接輸出」なら、契約も決済も国内完結で、実態は国内取引とほぼ変わりません。国内市場のみで限界を感じたら、海外展開のご検討が、次の景色につながることもあります。

宮部（YMFG）——これまでは、海外進出に関するご相談が来たらスポットで対応するというやり方しかできませんでした。でも今は違う。中小機構さんに経営計画と強みを整理していただいて、その強みがどの分野・地域で刺さるかを JETROさんの統計や JICAさんの現地情報に基づいて確認し、最後に JBCIさんの資金調達でつなぐ。実際に、航空宇宙や新幹線の部品メーカー、携帯電話のネジをつくる機械の製造会社など、海外から引き合いが来て「自分たちも出ていかなければ」と動き始める会社が増えています。

川治（中小機構）——我々の強みは、海外展開を「経営全体の中に位置付けて考えられる」ところにあります。企業の経営

でも大変。まず海外進出に向けた社内体制を築くことが重要です。

藤井（JETRO）——「日本で売れているものがそのまま海外で売れるとは限らない」とお話しすることも多いです。例えば、加工食品の包装は、中身がよく見えるデザインの方が好まれるなど、国や地域によつて好みが日本と異なることがあります。このような「マーケティング」の情報も提供しています。

馬道（JICA）——よくあるのは、国のどの省庁が規制の権限を持っているのか、ということが日本からのデスクトップ調査ではなかなかわからないこと。現地事務所を通じて適切な窓口につながるのが私たちの役割の一つです。また、文化や時間軸の違いは想像以上。アフリカの案件で、文書の締結まで進んだ後に「日本がこんなに遠い国とは思わなかったから、一度取引を考え直したい」と言われたことも。相手の国、会社

に寄り添い、互いを尊重し合いながらお付き合いを積み上げていく感覚が欠かせません。

杉浦（JBIC）——資金調達については国ごとに規制が違つうので、JBICの現地駐在員事務所を通じたサポートもますます重要度が増していくと考えています。またタイやベトナムに進出した中堅中小企

海外進出につきものの壁と、その乗り越え方

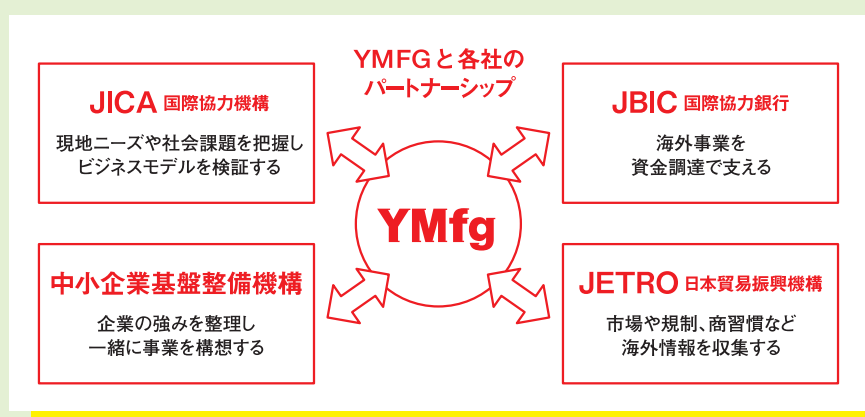
川治（中小機構）——海外進出において、多くの中小企業がぶつかる壁は「人」です。海外担当の部署も担当者もいない中で海外事業を始めると、任された「人がすべてを抱え込むことになりかねません。規制の確認、書類の準備、現地との往復——すべてゼロベースから始めるのはと

計画策定に伴走しながら、製造現場の改善や海外のブランディングを同時に検討できます。専門家と一緒に現地に行き、商談や現地法人設立のお手伝いをするのもあります。

藤井（JETRO）——輸出の場合、情報収集と相談・取引先開拓・商談・契約の4段階にまたがる支援で、企業の段階やそれ

業の現地法人社長が「もう10、20年もここにいる。業務を引き継いでくれる後任がない」と悩むケースも。人材のローテーションを仕組みとして設計しておかないと、属人化が極まってしまう。

宮部（YMFG）——それでいくと、「人ばつちで戦わなくていい体制が、出来上がっている最中であると言えるかもしれない」。江戸時代の教育者・吉田松陰の言葉に「至誠にして動かざる者は、未だこれ有らざるなり」とあります。誠の心を尽くして向き合えば、必ず伝わる。世界を見てみたという好奇心と熱い思いを持つ経営者が確実に増えています。その未来へ続く物語を、私たちが一緒に支えながらつくっていきたいと思っています。



ラブレター from

台 北				



「うまく言い表せない。 だからこそ愛おしい」

山口の魅力を言い表すのってなぜか難しいですね。大好きな故郷で、語りたいことはたくさんあるけれど、それだけでは掴みきれない“何か”がある気がします。

高校時代、半ドンの土曜は友人たちと道場門前商店街でお昼を食べるのが定番。よく訪れたのが山口駅通りの〈江戸金〉でした。本場の博多でも嗅いだことがないくらい“クサ〜い”豚骨ラーメン(笑)。移住後に徐々に訪れると、お店は移転し、息子さんの代になっていましたが、味も匂いもそのまま。「この“クサ〜い”のがやみつきになるよね」と、台湾人の夫も息子も大ファンに。青春時代の味が、今では家族の味になりました。もう一つの青春の味が、中華料理店〈東天閣〉の炸醬麵(みそそば)。後になって知ったのですが、創業者は台湾・基隆のご出身で、台湾で生まれて山口県副知事・知事を務めた小澤太郎氏も通っていたそう。気づかぬうちに山口と台湾を結ぶ糸に触れていたと思うと嬉しくなります。

日本統治時代から、山口と台湾は深くつながってきました。台湾総督を務めた児玉

源太郎氏は周南市出身で、佐久間左馬太氏は萩市出身。台南初のデパート〈ハヤシ百貨店〉(現・林百貨)の創業者・林方一氏は山口市の出身で、台湾新幹線を含む多くの鉄道車両は下松市で製造されています。一方で、台湾の人に出身地を言うと「山口ってどこ？」なんて聞かれるし、山口・台湾間の直行便は年に数回のチャーター便のみ。もっと山口のことを知ってほしいと、先日は台湾の友人たちを連れて、湯田温泉から秋吉台を経て萩へ向かうツアーを行いました。みんなとても楽しんでくれて、中には「山口の大学に就職したい」と言い出す院生も。やっぱり肌でしか感じられない魅力が、この地にはあるのでしょう。今、2018年に出版した『台湾と山口をつなぐ旅』の改訂版を書くと考えています。〈YCAM〉を起点に盛り上がる山口市中心商店街、〈リゾナーレ下関〉で変化する関門海峡、室積海岸で活躍する女性たちなど、紹介したい場所がたくさんあります。言葉にできない“何か”を掴みたくて、私は山口のことを書き続けているのかもしれません。

from 台北

栖来ひかりさん



文筆家。山口県出身。2006年より台湾在住。失われていく風景や忘れられた記憶を見つめ、台湾の重層的な魅力や日本との関係性を伝えている。著書に「台湾と山口をつなぐ旅」(西日本出版社)、『時をかける台湾Y字路〜記憶のワンダーランドへようこそ』(図書出版ヘウレーカ)、『日台万華鏡 台湾と日本のあいだで考えた』(書肆侃侃房)など。台湾山口県人会の会長も務める。

Instagram : @sumiki_hikari

ILLUSTRATION_ 黒木に史



山口県

この組み合わせがクセになる 〈蘭蘭〉の豚キムチラーメン

学生の頃、維新百年記念公園で運動した帰りによく食べた思い出のラーメン。20年以上前に店主の奥さまの思いつきから生まれたという名物メニューで、豚骨ラーメンに豚キムチと青ネギがドーンとのっています。見た目は豪快なのに、味わいは繊細。まろやかな豚骨スープに、香ばしく炒められた旨辛な豚キムチが絶妙にマッチしています。中国でも日本式ラーメンはひとつのジャンルとして定着していますが、この組み合わせは唯一無二。次に帰国したら、必ず食べたい一杯です。

豚キムチラーメン 1,050円(税込)

山口市吉敷中東4-12-15 営:11:00~15:00/17:00~21:00 休:火



山口銀行 青島支店 清水このみ

優しさあふれる故郷の味 〈ぶらっとぴっと 1・2番ホーム〉のかしわうどん

地元北九州のソウルフード・かしわうどん。なかでも、小倉駅のホームで味わえる立ち食いうどんは格別です。ランチはもちろん、高校時代の放課後にも友人とよく訪れていました。甘辛く炊かれた鶏肉は噛み応えがあり、やわらかな麺とのコントラストがいい塩梅なんです。高校生のお財布事情にも優しい価格で、体に染み渡る美味しさ。中国でもうどんは食べられるのですが、やっぱりこの味じゃないと。年末に旧友たちと会う予定なので、またみんなで立ち食いしたいと思います。

かしわうどん 570円(税込)

北九州市小倉北区浅野1-1-1 小倉駅 在来線1・2ホーム

営:7:00~L.O.20:30 休:無休



山口銀行 青島支店 江目敬祐



広島県

ふとした時に体が欲する 〈味億〉のニンニクラーメン

背脂たっぷりの醤油スープに、中太の平打ち麺。ただでさえ食べ応えのある尾道ラーメンに、揚げニンニクがゴロゴロとトッピングされているのがこちら。今、中国では健康志向が高まっており、外食でも薄味のお店が増えているため、このラーメンを思い出すと日本が無性に恋しくなります。パンチ力抜群ながら、スープは飲み干したくなるほどの奥深さ。まるで店主ご夫婦の温かい人柄が表れているかのようです。ただし、翌日に大事な予定がある方にはおすすしめません(笑)。

ニンニクラーメン 1,150円(税込)

広島市西区横川町1-5-18 営:11:00~15:00 休:月、木、金



山口銀行 大連支店 向井聡

YMFG社員がリアルに通うランチの名店をご紹介します。今回のテーマは、中国赴任中の社員に聞いた「三都の恋しい味」。偶然にも全員が麺料理をピックアップ! その理由とは?

PHOTO_ 岩原俊一(山口・北九州)、小原実(広島) TEXT_ 片桐絵都 EDIT_ 天本孝憲

あしたのランチ何食べる?

What will you have for lunch tomorrow?



15周年は新たなスタートライン。 変化を前向きに捉え、その先へ。

北九州銀行 頭取 岡田 健吾

山口県出身。慶應義塾大学卒業後、1999年に山口銀行へ入行。2011年の北九州銀行開業時に同行へ転籍。2025年にYMFGの執行役員に就任、同年6月から北九州銀行の取締役を兼務。2026年4月1日より取締役頭取。

達すればするほど、対面でのコミュニケーションの価値は高まるでしょう。

**第2創業期に描く
新たな成長のかたち**

— 5月からは「スマート支店」もスタートしました。アプリ上で各種取引が完結する支店ですが、開設の意図は？

大きく二つで、一つは利便性の向上です。

岡田頭取の “北九州愛”

Q 北九州にはどんな ポテンシャルがある？

ものづくりの街として、技術力を持つ企業が集まっていること。人の繋がりが高く、地域で支え合う風土も魅力です。来年には北九州空港の滑走路延伸で大型貨物の輸送も可能に。ますます面白い街になるはずです。

Q 思い入れのある 北九州のスポットは？

北九州市役所の近くにある勝山公園です。タコをイメージした遊具があり、地元では「タコ公園」の愛称で親しまれています。子どもが小さい頃はよく一緒に遊びましたね。ふと懐かしくなって、先日家族で訪れてみました。

— 新たな飛躍の年となりそうですね。今年はYMFGも設立20周年を迎えます。これを好機にグループの連携も

— 地方銀行の頭取としては最年少での抜擢ですが、どんな役割を期待されていると感じますか？

現場での営業経験に加え、人事やIT部門でのノウハウも活かして、変化に対応できる組織づくりを行うことだと思っています。特にAIをはじめとするテクノロジーの活用は、これからの銀行経営に欠かせません。

— テクノロジーの活用とは？

例えば、YMFGでは全社員が生成AI「Microsoft 365 Copilot」を利用できる環境を整えています。これにより数日かかっていた資料作成が10分程度で対応できるケースもあります。また融資業務でもAIエージェントを活用し、お取引先企業の経営状況や強みを整理する資料作成などに役立てています。

— 業務の大幅な効率化が実現できているんですね。

— 二つ目は何でしょうか？

全国との新たな接点を構築し、預金基盤を強化することです。これまでは地域でお預かりした資金を地域に還元することを基本としてきましたが、今後は全国にも視野を広げ、そこでお預かりした資金を地元北九州、さらには北部九州エリアの成長につなげたいと考えています。開業15周年の節目を「第2創業期」と捉え、スマート支店を第一歩として全国との接点を広げ、地域の課題解決と成長を支える基盤の強化を進めています。

— 新たな飛躍の年となりそうですね。今年はYMFGも設立20周年を迎えます。これを好機にグループの連携も

— 最後に、地域の方々にメッセージをお願いします。

当行は北九州に本店を置く初の銀行として、地域のお客さまに支えられてきました。これからも、豊かな未来の共創を目指し続けます。どれだけテクノロジーが進化しても、最後に問われるのは人の力です。地方銀行の強みを活かしながら、グローバルな視点を併せ持ち、企業と企業、人と人をつないでいく。北九州銀行とYMFGの新篇章に期待ください。

Instagram もチェック！



@ymfg-official



@yamaguchibank-official



@momijibank-official



@kitakyushubank-official

マガジンの裏話から、暮らしに役立つ情報まで。街のあしたを照らす最新トピックスを配信中！

未来の地方銀行はどう変わる？ 若き新頭取・岡田健吾のビジョン

YMFGが設立20周年の今年、北九州銀行も15周年の節目を迎える。このタイミングで北九州銀行を率いることになったのが、岡田健吾頭取だ。50歳での就任は地方銀行では最年少。豊富な現場経験とデジタル分野の知見を武器に変革に挑むという。これからの時代、地方銀行に求められることは？ 岡田頭取が描く未来を聞いた。



言葉になる前の想いを 人の力で引き出したい

— 岡田頭取は北九州銀行の立ち上げメンバーです。今回の頭取就任も感慨深いものがあるのではないのでしょうか。

そうですね。開業から今日まで北九州銀行の成長に携われていることは、人生の大きな財産です。

— 地方銀行の頭取としては最年少での抜擢ですが、どんな役割を期待されていると感じますか？

現場での営業経験に加え、人事やIT部門でのノウハウも活かして、変化に対応できる組織づくりを行うことだと思っています。特にAIをはじめとするテクノロジーの活用は、これからの銀行経営に欠かせません。

— テクノロジーの活用とは？

例えば、YMFGでは全社員が生成AI「Microsoft 365 Copilot」を利用できる環境を整えています。これにより数日かかっていた資料作成が10分程度で対応できるケースもあります。また融資業務でもAIエージェントを活用し、お取引先企業の経営状況や強みを整理する資料作成などに役立てています。

— 業務の大幅な効率化が実現できているんですね。

最終的な判断は人が担うことが重要ですが、AIは一定の示唆を与えてくれるため、効率化だけでなく質の向上にもつながります。

— 時代の変化によって、お客さまのニーズも変わってきていると感じますか？

大きく変わりました。特に法人のお客さまは顕著で、以前は融資ニーズが中心でしたが、近年は経営のパートナーとして事業成長の相談を受ける機会が増えています。

— 銀行員の資質にも変化が求められますね。

私が若手の頃は財務分析などの専門知識が重視されていましたが、今はそれだけでは不十分です。お客さまの課題を想像し、ともに解決策を考える「伴走力」が求められます。

— 伴走力を育むにはどうすればよいのでしょうか？

お客さまの言葉の裏にある課題や意思を汲み取り、自分事として捉え、ともに解決に向き合い続けること。そのため当行では、お取引先企業同士をつなぐ場を設け、私たち銀行員も同席して対話を重ねていきたいと考えています。経営者同士が事業の強みや構想を語り合うことで、新たなビジネスの可能性が生まれるだけでなく、私たちもお客さまの本質的な課題を理解できます。言葉になる前の想いを引き出す役割は、人だからこそ担えるもの。今後AIが発

トイレだって、
食べてほしい。



地域創生をめざし、産学官連携で商品を開発
NEJI CHOCO LABORATORYの
「トイレットショコラ」

特徴	オリジナルレシピのホワイトチョコ
保存方法	25℃以下の涼しいところで保存
内容量	10g×5個入り
価格	¥864(税込)