

北海道議会議員
安住太伸
活動報告

アズミライ

azumirai
magazine

特別号

produced by Azumi Takanobu office

旭川を 北海道「元気創造のど真ん中」へ！

フィンランド、デンマーク、オーストリア…
ヨーロッパの一国にも相当する人口や面積、
豊かな資源、可能性に恵まれながら、
それらを十分に活かされず、
未来への展望が描けない北海道、そして旭川。

道民一人当たりの年間所得は、
残念ながら、47都道府県中34番目。
さらに、その本道179市町村中106番目というのが、
私たちの故郷、旭川が置かれている停滞の現実です。

そんな旭川に
「夢」と「元気」と「誇り」を取り戻すには、
皆様の暮らし、その「すべての基盤」となる
「経済を先ず立て直す！」しか道はありません。

いつまでも、
「生き生きと、暮らしていける」
「生涯、自分らしさを活かした仕事に挑戦できる」
「市民であることの誇りと、豊かさを、実感できる」まち、旭川へ…

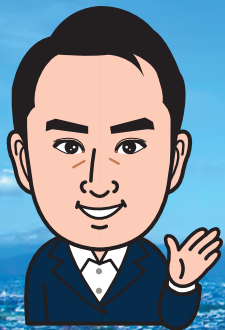
その3つの視点で、あらゆる可能性に挑み続け、

10年後には旭川を、 北海道「元気創造のど真ん中」へと変えてみせる！

それが今、新たな戦いを前に、
皆様にお伝えしたい、安住太伸の「決意」です。

さて、今特別号では、その決意へと連なる、
この4年間の主な取組みについて、
整理して皆様にお伝えした昨年3月の
「政経セミナー」の内容を
「講演録」としてまとめ直し、
ご報告いたします。
具体的に安住が、何を考え、
どんなことに取り組んで来たのか、
その一端をこの報告から、
ご理解、ご賢察いただければ、
とても嬉しく思います。





皆さまとともに創る 安住の未来設計図



令和4年3月26日(土)
アートホテル旭川

皆さん、こんにちは。 お元気ですか。
大変ご無沙汰してしまいました。 私はこの通り、元気です。

皆様のご支援により昨年は、トリプル選挙戦、続く総選挙にも
勝利することができました。

改めて心から、感謝申し上げます。
本当に、ありがとうございました。



結果的に、市政、道政、国政が、政権与党、自民党のパイプで一本に繋がりました。

私も、党旭川支部幹事長、6区支部政調会長、道連政調会副会長として、東代議士、鈴木知事、今津市長、
市議会議員の皆様と総力を結集し、全力で働いてまいります。

次なる戦いは、今年7月の参議院選挙です。

ここでも必ず勝利を掴み、さらに、その先に控える、来年4月の統一地方選大勝利に向け、ぜひとも、皆様には、熱さご支援の程、お願い申し上げる次第です。

さて、コロナとの戦いに明け暮れたこの2年間、微力ながら私も、道民、市民の皆様の、命と、暮らしを守る
ために戦ってまいりました。

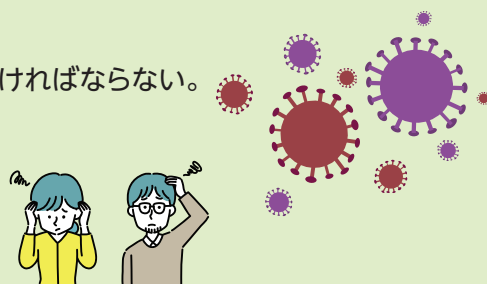
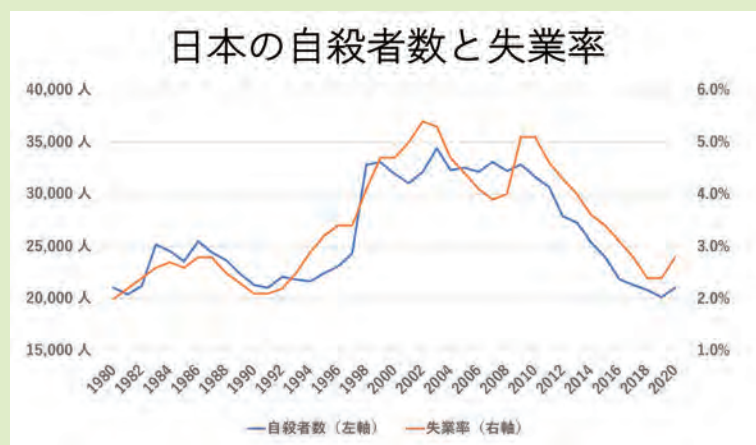
一方で、コロナは、その命や暮らしの、いわば源となる、経済や社会にも、大きな傷跡を残してしまいました。

実は、統計上、経済の悪化に伴い、失業率が上がると、自殺する方も増えるということが分かっています。

これは、日本における自殺者数と失業率の推移を示したグラフです。

失業率の動きを追いかけるように自殺者数も、同じ、山谷を描いて推移していることが、はっきり、見て取れる
と思います。

つまり、私たちは、命を守ろうと思うなら、同時に、経済も守らなければならない。
それが、我々、政治家に課された「大命題」だということです。



本日は、その大命題に、安住自身はどう向き合ってきたのか、この間の、様々な活動の中から、特に、3つに絞ってご紹介した上で、その先に安住が描く、「未来設計図」をお伝えすることで、本日の活動報告と、新たな決意表明いたします。

1

アドベンチャートラベルの推進

アズミ 世川
The future of
Azumi Takanobu

アドベンチャートラベル？

思いっきり、分かりやすく言うと、
新型、感動、体験、旅行、です。

え？旅行？コロナで？大丈夫？

と思われますよね。

ごもっともです。

そこで、なぜ、アドベンチャートラベルなら大丈夫なのか、その訳をご理解いただくために、今一度、コロナ感染の仕組みについて、簡単におさらいしておきたいと思います。

Adventure
Travel

コロナへの感染は、基本的に、2つのルートしかありません。

飛沫感染か、接触感染、このどちらかです。

飛沫感染というのは、コロナに感染している人が発する飛沫、くしゃみ、咳、おしゃべりで飛び散る飛沫を、鼻や口などで吸引することにより感染するルートです。

その感染ルートを遮断するのが、マスク、という訳ですね。

一方の、接触感染は、感染者が、飛沫のついた手で触った部分、ドアノブやテーブルなど、を触った方が、その手で、鼻や目などを触ることにより感染するルート。

従って、その感染ルートを遮断するのが、手指の消毒、ということになる。

また、飛沫は、くしゃみ、となった後しばらく、エアロゾルとなって空気中を漂うものも出てきますから、閉じた空間の中では、どうしても、吸引のリスクが高くなってしまいます。

だから、戸外に追い出す、つまり、換気を徹底するのです。

で、これまでの旅行を考えてみてください。

乗り物も、観光施設も、大勢の人が、閉じた空間に密集、密接しながら、飲んで、食べて、おしゃべりして…
飛沫が飛びまくり、その辺にいっぱいついて、しかも、外に出て行かない。

たくさん、漂っている。

まさに、うつしてあげますよ、はい、どうぞ、というスタイルの旅だった訳ですね。➤

新型コロナウイルスの感染経路



出典：HTB「北海道 医Pedia」

一方の、アドベンチャートラベル。

小人数です。

二人とか、数人。

それから、主に**屋外での体験型**。

感動、すなわち、自分の内面に変化がもたらされるような「**感動体験**」ですね。

で、そういう、自分自身の変化や成長に、関心をお持ちの方が、好んでなさる旅、ということからも分かると思いますが、元々、社会問題への関心、意識の高い方々が殆どです。

つまり…

少人数で、密にならない。

屋外での体験活動ということで、そもそも、飛沫の留まりようがない。

また、意識が高いことから、マスク着用や、**他の感染対策への取り組み意識も、高い方々ばかり。**

ということで、これまでの旅とは異なり、基本的に**感染リスクを大きく下げられる**要素を揃え持った新しい旅のスタイル、それが、アドベンチャートラベルだということなのです。

でも、それで終わりじゃあないのです。

安心なだけじゃない。

最初に申し上げました、もうひとつ、重要なこと。

地域が、壊れた経済、失った利益を取り戻せるもの、それが、アドベンチャートラベル、もうひとつの大きな特徴です。

客単価が高い。

加えて、**長く、地域に滞在してくれる。**

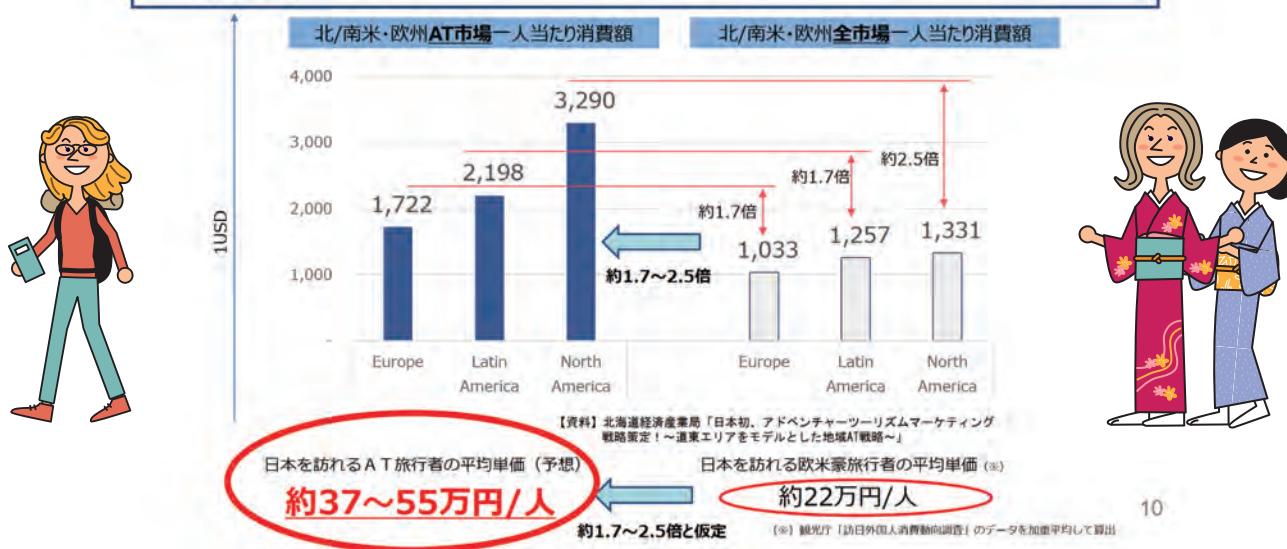
要は、地域にたくさん、**お金を落としてくれる旅**だという点が、実は、決定的な違いです。

例えば、こちら。

1-8 A T旅行者は消費額も高い

国土交通省
北海道運輸局

- 3極全てのエリアにおいて、AT市場顧客の単価は全体の1.7～2.5倍程度。
- この倍率が日本においても当てはまると仮定した場合、AT旅行者の一人当たり消費額は37～55万円程度。



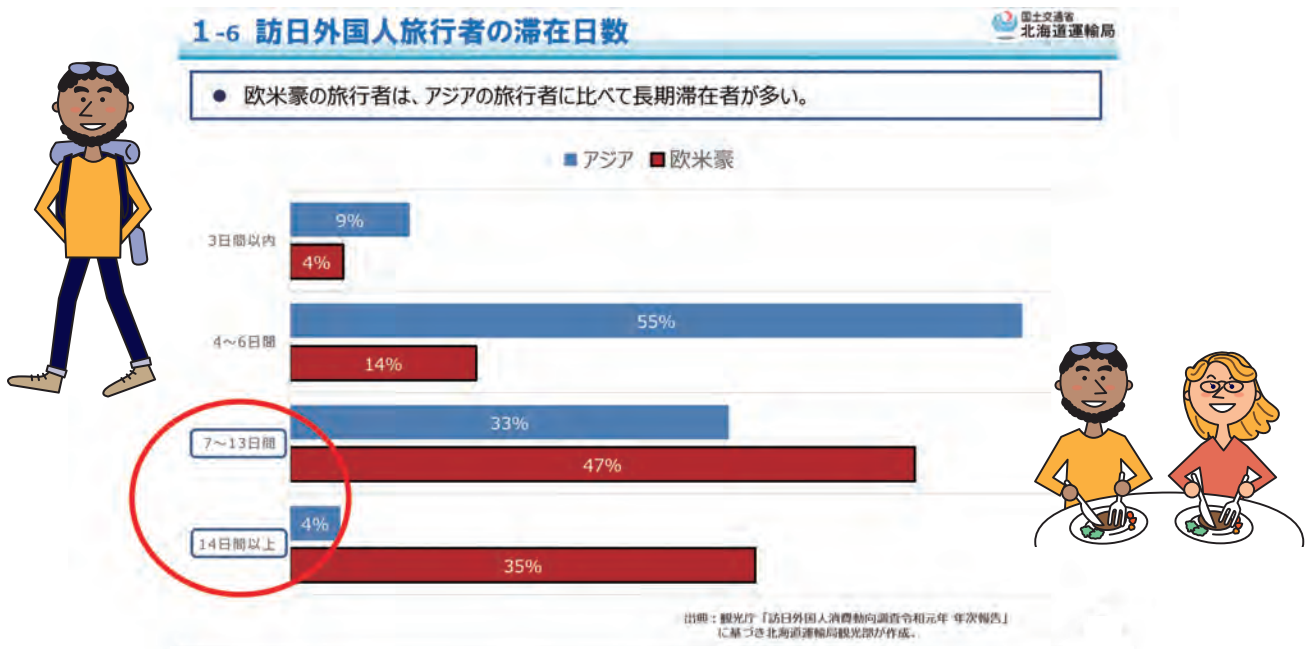
ヨーロッパやアメリカなどから、アドベンチャートラベルで訪れる方々の一人当たり観光消費額は、**およそ37万円から55万円。**

100万超えというケースも珍しくありません。

ちなみに、旭川の、観光に係る様々な計画の基準とされている、2017年度、旭川市における一人当たり観光消費額の実績は4万3千円。

実に、その**8.6倍から、12.8倍**ものお金を落としてくださるのです。

そして、こちら。



大体の方が、1週間から2週間弱は「その地域」に留まってくれる。

仮に、低めに見積もって、3.5万で10日間としても、お一人で1日当たり3万5千円を地域に落としてくださる計算になる。

こういうお客様をぜひ、通年で、今の実績値の、少なくとも、4分の1程度を置き換えるぐらいまではお迎えしたい、それが、私の狙いです。

はい、実はこれ、旭川、最大の弱点となっている、個人所得の低さをカバーする戦略でもあるんですね。

皆さん、がっかりされるかもしれませんが、あえて、申し上げます。

残念ながら私たちのまち旭川の、一人当たり年間所得額は、**全道179市町村中106位**。

ちなみに、北海道は、**全国47都道府県中34位**。

ですから、もっと稼げる街へ、稼げる未来へと、若者を中心に人の流出が止まらない。

人がいなくなるということは、その分、一緒に、これまで旭川の中で使われていたお金も出ていくことを意味しますので、地域全体としての売上、経済規模は縮小します。

旭川に、入ってくる方と出ていく方の人数の差、ここ最近では、年700人前後の転出超過ですから、**お金に換算すると8.8億円**。

およそ10億円規模で、毎年お金が流出し、経済が、どんどん、どんどん縮小しているというのが、実は、現在の旭川の姿なのです。

だからこそ、出ていった分を、外から引っ張ってこなければならぬ。

ことあるごとに、旭川産品の「市外」への売り込みや、旭川の「外から」お客様を連れてきて、お金を使ってもらうことが極めて重要、と申し上げてきたのはそういう意味です。

ちなみに、先程、今の実績値の4分の1と申し上げました。

具体的な数字に置き換えると、**毎日200人を、年間延べ250日、お迎えする**といった規模感です。

年間延べ250日。

週休二日に、盆暮れ正月、クリスマス休暇も取れちゃう位の日数です。

なんとか行けそうですね。

毎日200人。

アートホテルさんだけで約200室ですから。

これも行けそうですね。



それでも客単価は、少なくとも8倍から12倍です。

数が4分の1でも、金額は8倍以上、単純に言って、所得がほぼ倍になるということです。

観光関連の事業者の裾野は広い。

広い範囲で携わる皆様の所得を、大きく引き上げることが可能になるでしょう。

はい、計算してみました。

200人×250日×3万5千円=17億5千万円！

どうですか。

人口流出に伴うお金の流出、つまり、経済の規模縮小、マイナス8.8億円を、倍近く、カバーできる経済効果を上げられる。

当面は続くであろうウィズコロナ社会において、その流出を、補って余りある経済効果を、安全に、得られる戦略、それが、アドベンチャートラベルの推進なのです。

2

次世代型グリーン・データセンターの誘致

アズミ旭川
The future of
Azumi Takenobu

データセンター？グリーン？

ご説明いたします。

皆さん、殆どの方がスマホをお持ちですよね。

で、そのスマホは、もはや単なる電話ではない。

ラインでメッセージのやり取りをする。

YouTubeでお料理の動画を見る。

Instagramで旅先の美しい風景を堪能する。

といった具合に、若者から年配の方まで実に多くの皆さんが、スマホや申し上げたようなサービスなしでは、もはや、日常生活が成り立たなくなっている。

こうしたやり取り、これは、突き詰めて言えば、すべて、

データの送受信です。



それら、データや、データの送受信・解析を行う機械、要するに、コンピュータですね、が格納された大きな建物。

分かりやすく言うと、それが、データセンターです。

21世紀は、データの時代、と言われています。

大量のデータを手に入れ、それを分析、活用する力を持ったものだけが生き残る、とさえ言われています。

私が旭川にデータセンターを、と取り組んできているのは、そうした時代をリードする、最先端の企業と技

術、データを、しかも、その本社を、旭川に集めていく、ということです。

申し上げたように、データセンターは、政府にとっても、企業にとっても、自らの命運を握る重要な施設です。

にもかかわらず、その多くが、今後30年以内の巨大地震到来が確実視されている首都圏、大阪圏、に集中しています。



出典：NHK「ビジネス特集」

➡ **データセンター**



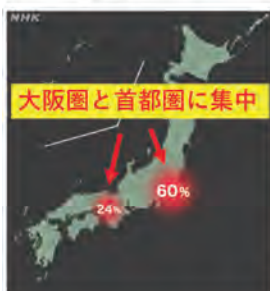
そこで、今、国では、その地方

移設支援のために500億円もの基金を設けるなど、少しでも安全安心な地方都市に、データセンターを分散させるための動きを加速させています。

鈴木知事を筆頭に、道も、まさに今、その動きに乗ろうとしている。

全国各地で競争が激化している訳ですね。

その点、旭川は、今後30年間で震度6弱以上の地震が発生する確率は、東京の47%、名古屋の46%、大阪の30%に対し、わずか、**0.76%です。**



出典：NHK「ビジネス特集」番組HP

★ **震度6弱以上の地震が起こる確率**
(今後30年間)

東京 ~ 47%
名古屋 ~ 46%
大阪 ~ 30%
旭川 ~ **0.76%**

※ 地震調査委員会「全国地震動予測地図2020年版」

また、いざという時にも、交通の結節点、要衝として、就航率、99.7%の旭川空港をはじめ、アクセスの良さにもかなりのものがあります。

旭川は、地理的な優位性を持っている訳ですね。

加えてなんと、旭川は、データセンターなど、デジタル系企業なればこ

そ直面している、深刻、かつ大きな課題に解決策を提示し得る、もうひとつ別な地理的優位性を合わせて持っているのです。

それは…

旭川でなら、**地球温暖化対策**にもなるということです。
どういうことか。



気温です。

昨今、夏場は、熱帯地獄と化しつつあると言っても過言ではない、首都圏、中部関西圏と異なり、温暖化とは言え、まだまだ冷涼な気候を保っているのが旭川です。

皆さん、パソコンでも、スマホでも、使い過ぎて、熱くなっちゃった、という経験、ありませんか。

そのまま放っておくと、動かなくなるか、下手すると、ショートしたりして、大変危険でもあります。

つまり、パソコンなどは、使えば使う程、放出される、その熱を冷ますことが欠かせず、そして、そのためにもまた、電気を使わなければならないという、本当に電気を食う厄介な道具なのですね。

つまり、**涼しい、**ということは、**データ、デジタルの時代において、それだけで、地理的に優位性がある**ことを意味しています。

私は、さらに、そこに、冬の間に降る雪を集めて、夏場も含めた空冷エネルギーとしての、循環利用まで視野に入れたセンターにしていきたい。

これまで、厄介モノでしかなかった雪を、お金を生む資源に変える、ということです。

皆さん、ご案内の通り、これからの時代、どんな企業も、職種も、温暖化対策を無視しては、成長はおろか、存続を図ることすら困難になってまいります。

実は、先程申し上げたようなデータの利活用、デジタル化がどんどん進む社会、そうした社会へと移り変わることを政府は「**Society 5.0**」への移行と称し、積極的に進めています。

ところが、ここで問題となるのが温暖化との関係です。

というのも、そうやって、データの利活用が進めば進む程、**使用する電力エネルギーも、また比例して、右肩上がりです。上昇していく**ことになるからです。

つまり、今の電力エネルギー、その、発電、利用の仕組みを変えない限り、デジタル化の進展は、逆に、地球温暖化対策を大きく後戻りさせかねない、という訳ですね。

温暖化を食い止め、私たちの社会を、真に、未来に向かって**持続可能なものとするためには、その使用するエネルギーを、極力、持続可能な、すなわち、グリーンなものへと変えていかなければなりません。**

ということは、遠からず、そうしたグリーンなエネルギーを、大量に利活用できる地域が、とりわけ、デジタル系企業の進出先として脚光を浴びようになる。

皆さん、旭川をはじめとする道北、そして、北海道は、まさに、そのための、**再生可能な自然エネルギー、再生可能エネルギーの宝庫です。**

これまでの、どうしても、既存の大消費地である首都圏、大阪圏などに電気を送る前提でしか、電力の発電、送配電システムは考えられてきませんでした。後段、申し上げるように、これからは、その逆をいく企業の動きも加速していきます。

その潮流をしっかりと捉え、再生可能エネルギーの域内調達、域内利用の引き上げを視野に入れた投資や制度設計に力を入れていくこと。

そのこともまた、いわば、未来を創造する責任を課された、まさに、政治の使命だと信じ、取り組んでいくことを、申し添えておきたいと思います。

3

旭川国際総合大学化構想の具現化

アズミ旭川
The future of
Azumi Takano

最後に、この間の取り組みのみつつめ、旭川国際総合大学化構想の具現化です。

私たちの故郷、旭川、実は、経済的に見て、もうひとつ、大きな弱点を抱えています。

それは、せっかく皆さんの稼いだお金が、外に漏れ出しているという現実です。

どういうことか。

例えば、先程申し上げたような、人の流出や、企業の流出に伴うもの。

それ以外にも、お金に余裕のある方が、例えば、ショッピングや、コンサート、劇を観に札幌や東京へ出掛けていくに伴う流出。

最近で言うと、ネット通販なんかもそうですね。

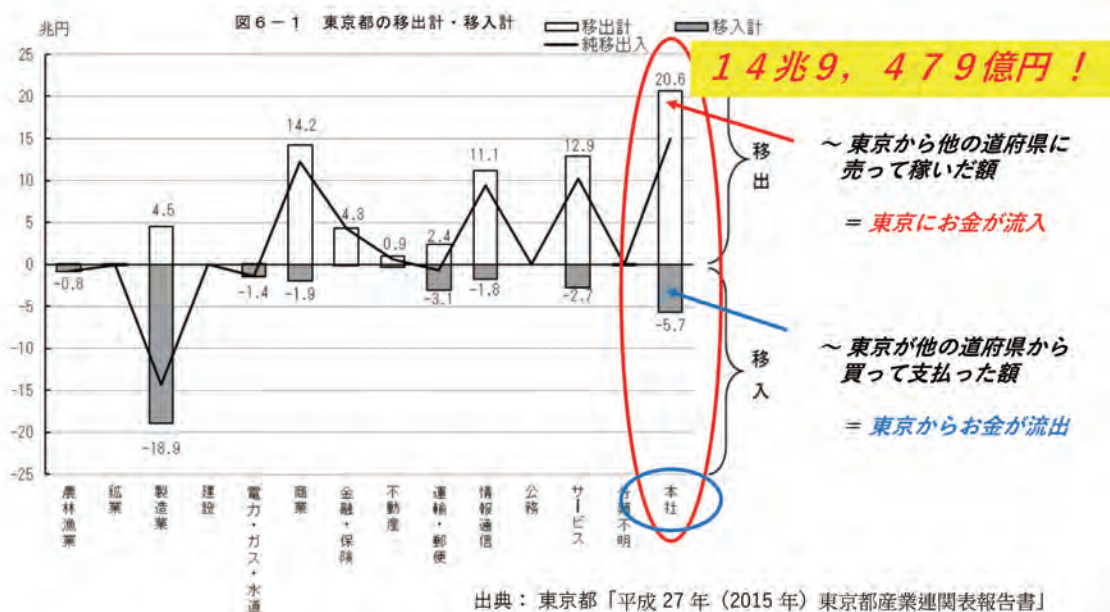
まあ、あらゆるモノやサービスを、すべて旭川だけで揃えることはできませんから、それはそれで仕方のな

いことです。

その分、先程申し上げた通り、例えば、アドベンチャートラベルで、外からいらっしゃるお客様に、たくさんお金を使ってもらえれば、プラスマイナスで、ちゃんと、お釣りが来ます。

問題は、企業なのですね。

こちらをご覧ください。



都道府県間の、産業分野ごとのお金の流れ、出入りを表すグラフからの抜粋です。東京都に対する出入りを表したものです。

この線から上側が、お金の入ってくる方。

下側が出ていく方ですね。

ここで、最も入ってくる金額が多く、しかも、突出している項目、どうなっていますか。

本社、となっているでしょう。

このグラフには、それぞれの産業ごとに、他の道府県との間の売り買いの総額で、いくら出て行って、いくら入って来たのかという収支差が表されており、入りが大きいというのは、その分野で、東京都としては稼いでいる、ということを意味しています。

で、東京都では、その、最も稼いでいる分野というのが、「本社」だということです。

その金額、なんと、およそ15兆円近くにも上ります。

そうなのです。

東京は、全国各地から、年間15兆円ものお金を、「本社がある」というだけで稼いでいるのです。

ちなみに、北海道からは、およそ7,000億円が、東京に流出していると推計されます。

経済の規模や産業構造から類推して、そのかなりの部分を、旭川からの流出が占めているであろうことは想像に難くありません。

つまり、どんなにアドベンチャートラベルで外貨を稼いでも、どんなに国や道から補助金を引っ張ってきても、稼ぐそばから、東京本社の企業の売上として私たちの稼ぎが吸い上げられてしまっていては、それっきり、地域にお金は回らない。

穴の開いたバケツに、漏れていることを気づかず、ジャブジャブと、水を注ぎ続けるようなものでしかないのです。



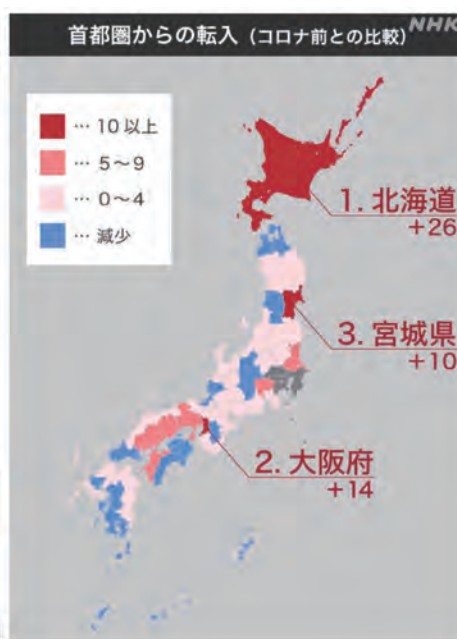
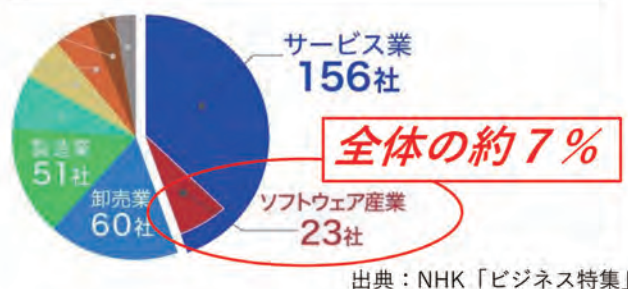
そこで、考えなければならないこと、方法は2つしかありません。

ひとつは、**旭川本社の全国企業を次々と創業する。**

もうひとつは、企業の、それもできれば**全国企業の「本社」を旭川に引っ張ってくる。**

さて、ウィズコロナ時代になり、企業の動向に大きな変化がありました。

それは、東京、首都圏から、地方部への本社移転の動きです。



つい先日、2021年に首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）から本社・本社機能を地方に転出した企業は、351社にのぼり、データが残る1990年以来、最も多くなったとの報道がありました。

中でも、コロナ前と比べて、首都圏から転入してくる企業が一番、増えたのは、なんと、北海道！その数33社で、コロナ前の2019年と比較すると26社増え、およそ5倍となっています。

リモートワークの普及、さらには、地方移転に対しては、逆に足かせとなる大規模な工場などを持たない、といった点からでしょう、ソフトウェアやシステムの開発、保守・管理といった「ソフトウェア」まさに「データ産業」が、この2年の間に次々と地方に本社を移しているのですね。

その数、全体のおよそ7%、1割近くに上ります。

さあ、どうですか。

そこでまた出てくるのが、データセンターですよ。

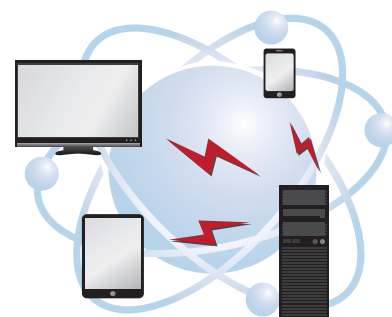
つまり、ウィズコロナ時代、ソフトウェア産業やシステム産業など、データを扱い、開発、管理や保守を行う企業が、移転先の地方を、目の色変えて探す時代になったということです。

その時に、温暖化対策もできる、最先端のデータセンターが北海道、旭川にある。

しかも、首都圏とのアクセスも悪くない。

どうなりますか。

データを扱うこと自体を生業とする会社としては、この際、本社を旭川に移してしまおう、となりませんか。



そして、そうした**企業、産業が求めてやまない、もうひとつ重要なもの。**
「知識」です。

どんな業界よりも早いスピードで変化する市場で戦い、1年も経てば、最先端だった技術すら、あっという間に陳腐化してしまうような競争環境に置かれている彼らが、何より必要としているもの。

絶え間ない、イノベーションを起こし続けられるような「知識」。

問題解決のための新たな「視点」「思考」。

それら、価値や解決策を生み出す源となる「場」。

皆さん、そうした「知識」や「視点」「思考」、「場」を提供するものこそ、街中サテライトキャンパスを拠点とした、「旭川国際総合大学」なのです。ご説明いたします。



皆さん、全国的に見て、首都圏を除き珍しい位、地方都市である旭川に、いくつもの大学や高等教育機関が集積しているのはご存じですね。

ところが、これまでは、その稀有ともいえる「街の財産」が、それぞれ郊外に、単科専門の大学としてバラバラに存在しているだけで、一部の取組を除き、必ずしも、まちづくりのために連携されたり、十分に活かされてはきませんでした。

しかし、現実の社会はどうでしょう。

課題は入り組み、複雑化、多様化し、例えば、医療が抱える問題を解決するのにも、医大の力だけではどうすることもできなくなってきています。

例えば、そこで今、必要とされているのは、実は、経営の視点だったりする訳です。

ひとつの専門分野、領域だけでは解決不能、ということですね。

同様に、教育の問題を解決するためには、例えば、福祉の視点や知識が、そしてその福祉が抱える課題解決のためには、今度は工学やデザインのノウハウが、それぞれ必要とされている、というのが今の世の中で起きていることです。

だったら、それらを全部、相互に行き来、橋渡しできるよう、1か所にまとめてしまえばいい。

誰もが訪れやすい街中の便利な場所に、1か所で必要となるすべての知識を、学際的知識を、受け取り、融合させられる場を設ければいい。

それが、街中サテライトキャンパスを拠点とした、旭川国際総合大学化の意味するところです。

そこには、分野が異なる様々な専門家が集い、日常的に行き交いますから、学際的な課題の解決に資するばかりか、異分野の知識、経験の融合により、ひとつの分野に閉じこもっていただけでは生まれることのなかった、まったく新しい技術や商品が開発されることにもなるでしょう。

さて、皆さん、カンブリア宮殿、という番組、ご存じでしょうか。

他の追従を許さない、独自の素晴らしい手法で、成果を上げ続けているような企業とそのトップを取材した、テレビ東京系のドキュメンタリー番組です。

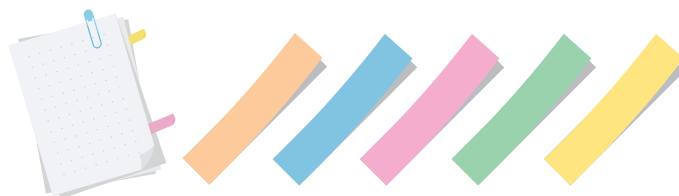
先月、2月17日の放送は、こちら。

3Mジャパンという外資系化学メーカーの日本法人と、その社長、宮崎裕子さんでした。

ポストイット、って、ご存じでしょう。

あれを作っている会社ですよ。

とにかく、その商品開発力がズバ抜けている。



このね、スポンジなんかも、あっ使ってる！という方、いらっしゃるかもしれませんが…
台所用スポンジだけで60種類。

文具、便利グッズから、交通標識などの看板、医療器具から果ては宇宙ビジネスまで。

製品総数、5万5千種類以上ですから。

そして、そのいずれもが、人気商品として、売れ続けているという、経営の教科書なんかにも出てくるような会社です。

で、その3Mのズバ抜けた商品開発力が、まさに、申し上げてきたような異分野の技術や知識が、常に、行き交い、融合されるような仕掛けによって生み出されているといったことが、番組の中で紹介されておりまして。

ちなみに、宮崎社長さん、私の大学時代の同級生、同じサークルの仲間です。

さあ、旭川に置き換えると、こういうことです。

人通りも減り、閑散となって、あたかも、衰退する街の象徴のようではなかった旭川の中心市街地が、異なる知や技が、行き交い、融合される、街中サテライトキャンパスを拠点とした国際総合大学によって、**最も活気に溢れ、新たな価値や可能性が次々と生まれてくる、文字通り、未来創造の中心地へと変貌を遂げる。**

どんな業種よりも、**新たな「知識」や「視点」、価値を生み出し続けられる「場」を求めてやまないデジタル企業**にとって、これ程、魅力的な街はなかろうと思いますが、さて皆さん、いかがでしょう。

まとめに入らせていただきます。

ひとつ、

アドベンチャートラベルなど、外貨を稼ぐ体制づくりを通じ、札幌や東京に出なくても、十分に稼げるだけの**市民所得向上**、すなわち、旭川経済の活性化を実現する。

ふたつ、

データセンターの誘致などを通じ、温暖化対策と経済成長を両立させた、21世紀の世界標準モデルとなるような、最先端の**環境調和都市**を実現する。

みつ、

国際総合大学化などによる、異なる知や技の融合を通じた、究極的には、人類の幸福と、世界の平和にまで寄与し得る、**未来創造都市**を実現する。

皆さん、これが今、**安住の描く近未来、旭川の未来設計図、アズミライ旭川です。**

その実現に向け、これからも、たゆまぬ努力と、止まらない歩み続けることを、ここに改めて、お誓い申し上げ、本日の活動報告と、決意表明に代えさせていただきます。

皆さん、どうか、これからも、お支え下さいますよう、ともに、歩んで下さいますよう、心からお願い申し上げます。

本日は、誠にありがとうございました。

令和4年3月26日(土)
アートホテル旭川



文具、便利グッズ、看板、医療器具、宇宙ビジネス etc.

製品総数 **55,000種類以上!**

次々と新たな商品を生み出す**開発力!**



台所用スポンジだけで**60種類!**



出典：テレビ東京「カンブリア宮殿」