

株式会社ものづくり研究所
代表取締役
北條 規さん
(昭54・経済)



ほうじょう ただし●1956年、新潟県生まれ。1979年、専修大学経済学部経済学科卒業。アパレル素材商社を経て、1982年に株式会社コスミックの創業に参画。1994年、夢みつけ隊株式会社に商号変更し、2000年にJASDAQ上場を果たす。2003年、株式会社ものづくり研究所を設立。2014年より大正大学地域構想研究所教授に就任。内閣府・地域活性化伝道師、NPO法人さど代表理事なども務める。

「現在は大学教授という肩書きですが、私の本質はあくまで『実務家』。机上の空論ではなく、常に現場で汗をかくことを大切にしています」。笑顔でそう語る北條規さん。現在、株式会社ものづくり研究所代表取締役、内閣府の地域活性化伝道師、また大正大学地域構想研究所の教授として、全国各地の地域創生プロジェクトを牽引している。

北條さんが所属する地域構想研究所は、従来の大学の研究機関とは一線を画

す。「地域戦略人材」の育成を掲げ、都市と地方をつなぐハブとなることを目指して設立された組織だ。

「地方創生が叫ばれて久しいですが、地域だけで課題を解決するには限界があります。研究所では、東京という『都市』と『地方』が互いのリソースを持ち寄り、新しい価値を生み出す地域間の交流を推進しています。私も研究室に閉じこもることなく、学生たちと共に地域へ飛び出し、その土地の人々と膝を突き合わせて

課題解決に取り組む毎日です」

北條さんの「現場主義」の原点は、専修大学での学生時代にさかのぼる。新潟出身で幼い頃からスケートに親しんでいた北條さんは、高校からはクラブチームでアイスホッケーに熱中し「アイスホッケーを続けたい」という一心で、アイスホッケー部がある専修大学へ進学した。

「スポーツ推薦ではなく一般入試で入り、入部を志願しました。当時のアイスホッケー部は法政や明治と並ぶ強豪で、推

現場主義で地域再生を推進。 「関係性の編集」で都市と地方をつなぐ

通販事業で起業後、株式上場という華々しい経歴を持ち、現在は大正大学で教鞭を執り、地域活性化のスペシャリストとして全国を奔走する北條規さん。

「現場で考え、動く」を信条に、ビジネスとアカデミア、都市と地方を行き来するその原動力はどこにあるのか。学生時代に培った精神と、これからの地域社会に不可欠な「関係性の編集」について、語っていただいた。

薦組の同期は全国レベルの選手ばかり。体力も技術も雲泥の差で、1年生の前期で退部させてもらいました」

アイスホッケーからは離れるが、2年次に体育の授業でシーズンコース(スケート)を選択。「スケートなら単位は完璧」と軽い気持ちで選び、八ヶ岳・清里の屋外リンクのスケート合宿に参加する。

「毎日400メートルのリンクを30周滑り込む過酷なメニューでした。足が棒になり、息が上がる。それでもなんとか食らいつきました」

この経験により、先生方との関係性もでき、3、4年次には補助員として合宿に参加する。

「当時、講師を務めていた松浪健四郎先生(現・日本体育大学理事長)との出会いも、この実習がきっかけでした。学生時代に先生方や職員の方々と現場で共に

汗を流した経験が、今の『現場主義』のベースかもしれません」

米国のカタログに衝撃 通販事業で上場を果たす

1979年に大学を卒業後、北條さんはアパレル素材の輸入商社に入社する。そこで運命を変える出会いがあった。業務で目にした米国のアウトドアブランド、「LL.Bean」や「エディー・パウアー」の通信販売カタログだ。

「単に商品を並べるのではなく、その商品が生まれた背景や物語(ストーリー)が語られ、豊かなライフスタイルが提案されている。当時の日本の通販にはない世界観に衝撃を受け、『これと同じことを日本でやりたい』と考えました」

当時の日本の通販市場は黎明期。「市場性は間違いなくある。特に、人とは違

うものを持ちたいという男性の所有欲を満たすマーケットは空いている。」そう確信した北條さんは1982年、26歳で独立。「株式会社コスミック(現在の夢みつけ隊株式会社)」の創業メンバーとして、富裕層の男性をターゲットにした通販事業を立ち上げた。当初は、資金不足を補うため、卸売りからスタートし、徐々に自社媒体での通販へとシフトしていった。

ターゲットを「中高年の富裕層男性」に絞り、他では手に入らないユニークな商品をカタログで提案する。例えば、『徳川家康の守り刀』、『フェラーリ ディーノ(実車)』、『恐竜の卵の化石』……売れなくても話題になることを目的としてカタログに載せたが、不思議と売れていったという。読み物としても楽しめるカタログ誌面と、独自の審美眼で選ばれた商品は、またたく間に富裕層の支持を

集めた。北條さんは自ら全国の産地を回り、埋もれた名品を発掘。「男の隠れ家」的なアイテムに独自の物語を付加して紹介する手法は、バブル崩壊後の市場でも幅広いユーザーの心をつかんだ。

『自分たちが欲しいもの、語れるものしか売らない』という方針が支持されたのかもしれない。同時期に監査役の会社が店頭公開したのを見て、『うちも財務体質を強化して上場を目指そう』と一念発起し、2000年にJASDAQへの株式上場を果たしました」

上場企業の経営陣として多忙を極める中で、北條さんの心境に変化が生まれる。商品ラインナップを求め、全国の生産地を巡っていくうちに、地方が抱える深刻な課題と、それを上回る「可能性」に気づいたからだ。

「素晴らしい技術や食材があるのに、売り方を知らないだけで衰退していく産地を数多く見てきました。商品開発やブランディングの段階から地域に関わり、彼らを支援したいという思いが強くなっていったのです」

産地との関係性が深まるにつれ、自治体からも商品開発や販路開拓の相談が舞い込むようになった。ビジネスとして商品を売るだけでなく、その背景にある地域の課題解決に取り組みたい。そんな思いが強まり、2003年、「株式会社ものづくり研究所」を設立。上場企業の役員という立場を離れ、地域資源をプロデュースする立場となり、ビジネスの軸足を「モノを売ること」から「地域の価値をつくること」へシフトさせた。

北條さんが特に力を注いだのが、新潟県五泉市のニット産業再生プロジェクトだ。かつては出荷額800億円を誇る一大産地だった五泉は、安価な海外製品に押され、ピーク時のおよそ8分の1にまで規模が縮小していた。

「素晴らしい技術を持ちながら、長年OEM（相手先ブランド生産）に依存してきたため、『五泉で作られたニット』としての顔が見えていなかったのです。そこで私は、組合の皆さんと膝を突き合わせ、『五泉ニット』という統一ブランドを立ち上げることを提案しました」

北條さんが主導したのは、単なるロゴマーク作りではない。厳しい品質基準をクリアした製品だけに許される認証タグの導入だ。これにより「五泉ニット＝高品質」という信頼の証を市場に浸透させた。さらに、普段は閉ざされた工場を開放する「五泉ニットフェス」を仕掛け、産地そのものを観光資源へと転換。作り手と使い手が直接触れ合う場を創出することで、職人たちの意識改革とファンの獲得を同時に実現してみせた。

「工場から聞こえるミシンの音や、職人の手仕事を目の当たりにすることで、製品への愛着が生まれる。モノを売る前に、産地の『ファン』を作る。それが結果としてブランドの価値を高めるのです」

この成功体験は、その後の北條さんの地域活性化における流儀「関係性の編集」へとつながる重要なステップとなった。こうした数々の実績が評価され、大正大学から「地域構想研究所」の設立メンバーとして声がかかり、2014年より実務家教員としての新たなキャリアをスタートさせている。

「当時、地方創生という言葉が生まれる少し前でした。私は実務家教員として地域の課題を分析、学生と共に汗をかきながら実践し、ビジネスの世界で培ったマーケティングの視点で商品や地域の魅

力を伝えていく。これを活かすことが、新しい使命だと感じ、教育と研究の場に参画することになったのです」

成功の鍵は「ハコ」ではなく「関係性の編集」にある

現在、北條さんは全国の自治体と連携したプロジェクトを数多く手がけている。北條さんが最も重視しているキーワードがある。それが「関係性の編集」だ。

「これまでの地域活性化は、移住者数や観光客数といった『量』を追い求めがちでした。しかし、人口減少が避けられない今、右肩上がりを目指すのは無理があります。大切なのは地域と多様に関わる人々、いわゆる『関係人口』をどう育むか。地域内外の人々がどのように関わり合い、つながるかという『関係性』をデザインし直すことを目指すべきです」

移住か観光かという二項対立ではなく、週末だけ通う人、特産品を買って応援する人、副業で関わる人など、多層的な関わり方をデザインする。北條さんはそれを「関係性の編集」と呼ぶ。その好例が、北條さんが手がけた「東京・巣鴨」と「地方」をつなぐプロジェクトだ。巣鴨の大正大学直営のアンテナショップ「ガモールマルシェ」では、地方の特産品を販売。学生と地元の商店街が協力して「すかも

江戸時代より漢方医を業とした北條家（佐渡市泉）。主屋は国の重要文化財、敷地内の蔵などは国の登録有形文化財に指定されている。長年の課題であった保存・活用に向け、2025年より大規模な再生プロジェクトが始動。歴史的な価値を残しつつ、宿泊施設や地域交流の拠点として2027年の開業を目指し、計画が進められている



プリン」などの新商品を開発・販売する。「すかもプリン」を開発し、商店街で販売しました。すると、単にモノが売れるだけでなく、学生と商店街、そして生産者の間に会話生まれ、新たなコミュニティができます」

この経験から、「地域活性化を、遠い場所の出来事や、行政の仕事だと思わないでほしい」と北條さんは力を込める。「特別なことをする必要はありません。地元の商店で買い物をする、旅先で店主と言葉を交わす、気に入った特産品を友人に贈る。そんな小さな『関わり』の積み重ねが、地域を『自分ごと』に変えていきます。その一人ひとりの行動が、これからの日本を支える土台になるのです」

故郷・佐渡への恩返し「北條家住宅」の再生

研究と実践の日々を送る北條さんが、自ら「最後の挑戦」として情熱を注いでいるプロジェクトがある。それは、自身のルーツである新潟県・佐渡島の「北條家住宅」の再生プロジェクトだ。

江戸時代から続く漢方医の家系である実家は、国の重要文化財に指定されている貴重な建築物。しかし、茅葺き屋根の維持管理は困難で老朽化が課題だった。「実家が朽ちていくのを見るのは忍びなく、兄と私の代でなんとか道筋をつけたいと、10年以上前から行政に働きかけ

てきましたが、なかなか前に進みませんでした。しかし、佐渡金山の世界遺産登録の動きと連動するように、ようやく国や自治体も動いてくれるようになりました」

現在、主屋の保存修理に加え、敷地内にある米蔵や味噌蔵などの登録有形文化財を宿泊施設や交流拠点として再生する計画が進んでいる。特徴的なのは、単なる改修ではなく、DAO（分散型自律組織）の仕組みを取り入れ、地域住民や世界中の支援者が運営に参加できるスキームを構築している点だ。「文化財をただ保存するのではなく、人が集い、語り合う『生きた空間』として次世代に残したい。これが私なりの、故郷への恩返しであり、地域活性化の集大成だと考えています」（2027年6月開業予定）

最後に、これからの社会を担う次世代と、校友へのメッセージを伺った。

「社会や地域の課題は、机上の理論だけでは解決できません。数字の向こう側には必ず『人』がいて、関係性の積み重ねがあって初めて物事は前に進みます。私が専修大学で学んだのは、まさにそうした『現実社会と向き合い、自ら考えて動く』姿勢でした。校友の皆さんも、ぜひ身近な地域や人に関心を持ち、小さな一歩を踏み出してみてください。そのアクションの積み重ねが、これからの日本を支える大きな力になるはずですよ」

(2026年2月取材)

北條 規さんの活動情報

五泉ニットブランド化事業

日本一のニット産地である新潟県五泉市。2015年から、「普段見ることが出来ないニット工場で、ニットづくりの技術と工夫、その奥深さを学ぶ」ニットの祭典『五泉ニットフェス』が開催されてきた。北條さんはそのブランド化事業に立ち上げ当初から携わっている。

五泉ニット工業組合
公式ウェブサイト



地域を活かす人材育成を行う学生の実習の場「ガモールマルシェ」

大正大学のお蔭元・巣鴨地蔵通り商店街に立地し、日本各地の自治体や事業者と連携して特産品を販売するアンテナショップ。「地方との共生」を掲げ、学生が主体となって企画・運営している。巣鴨駅から大学までの約2kmを「すかも街なかキャンパス」と位置付け、学生が接客や商品企画に携わる実践的な学びの場であると同時に、地域の魅力発信と交流を生む拠点となっている。



ガモールマルシェ
公式ウェブサイト

