

人生100年時代の地方創生

～住民による住民のための持続可能な地方創生とは～

中央大学総合政策学部教授

川崎 一 泰

kawasaki.14c@g.chuo-u.ac.jp

地方創生の何が問題か？(1)

- 選挙のたびに繰り返される地方創生政策
 - 参議院選挙、統一地方選挙のたびに地域振興策が打ち出される
 - 地方自治体はそのたびに計画づくりに奔走させられる。
 - 一定期間に計画をつくり、期限内に予算を使い切らなければならない
 - 「やりたいことに対して補助してくれ」ではなく、「補助金が出るからどう使うか」を考えている。
 - 結果、うまく機能しないのは当然

補助金に頼らない骨太な仕組みづくり
が必要

- 東京一極集中をどう考えるか？
 - ジャイアンツとレアル・マドリードの違いは？
 - 大都市の足を引っ張る(国土の均衡ある発展、大都市集中の抑制など)政策はゼロサム・ゲーム

大都市を抑制するスタンスはとらない

- 過度な横並び意識
 - 地元優先の罨、ナショナルチェーン
 - 農業の六次産業化、環境産業など成長分野とされる分野で横並びの計画が量産

多様な産業を内発的に醸成させる環境整備と既存企業の技術革新を促しつつ、地域の資金循環を引き起こすことが必要

地方創生の何が問題か？(2)

- ボランティア、NPOは安価な労働力ではない
 - ただほど高いものはない
 - 町内会や消防団などの成手が減っている

コミュニティビジネスとして地域に仕事を出す

- 硬直化する既存組織
 - 価値観が多様化している中、伝統や前例にとらわれ、身動きが取れない
 - リーダーシップを重視するあまり、トップに忖度し、益々身動きが取れなくなっている

現場に近いところから議論し、意思決定するボトムアップ型組織が必要

- こうした課題認識から
 - (1) 成長産業は市場に委ね、起業を多成起
後押しするが、地域に力点を置き、醸成起
さなれ、地域の資金循環を引き起
こすことが重要
 - (2) ボトムアップ型の地域組織の形成

の2つが我々の考える地方創生の大きな柱となる

日本全体として求められること

- 人生100年時代の生き方の複線化
 - 日本的雇用慣行である新卒一括採用(集団就職)と終身雇用が変わろうとしている
 - アクティブなシニアが増えている
 - 何度でもチャレンジできる
- 持続可能性は公民のWin-Winの関係構築が鍵となり、プラットフォームとなる組織は既存組織を活用するなど多様な方法がある
- 大都市はグローバルマーケットで勝負(リアルマドリッド型)。
- 地域は多様性を生み出す仕組み
 - 大都市を抑制し、地方に資源を回すという発想を切り替え、地域の魅力を磨く
 - 「他にはない」、「他とは違う」もの
 - 棚田、工場夜景など
- 人生100年時代を迎え、生き方、キャリア形成、価値観が多様化する中、複数の選択肢が用意され、試行錯誤する社会になる
- オリンピックを全員が目指すのではなく、地区大会ベスト4でもよい。

「当事者」 という価値観の共有が最重要

- 地域では、当事者という価値観を共有できる力が地域の力と認識
- ステイクホルダーが、地域の一員として「地域をどうしたいか」、「何ができるか」を議論し、共有すること「当事者という価値観の共有」そのものだ。
- 当事者という価値観は滅私奉公(私的利益を犠牲にして、公につくせ)というものではなく、「公の利益が私的利益につながる」という価値観である。
⇒ これが地場産業には不可欠

- 「当事者」という価値観の共有できる プラットフォーム の構築

- 「当事者」という価値観 は滅私奉公というものではなく、地域における「公の利益が私的な利益につながる」という価値観である。
- 事業は基本的に当事者(住民)負担
- 場合によっては税による強制徴収
 - 会費や税を絡めることで統治機構の構築が重要になり、ボスをつくらない
- 地元に戻すという思考からフリーアドレスへ
 - 地元民の定住思想を転換、どこからでもWelcome、デュアラーでもOK

→ よそ者を拒まないが「当事者」という価値観を共有する組織

- 仕事を地域に出す=コミュニティビジネスの育成

- 地域の仕事をビジネスとして地域組織に出す
- 地場産業の強みは何か？(情報と信頼)
- 稼いだ金を再投資し、事業を拡大
- コミュニティビジネスで成功した人材、多世代と渡り合った人材をグローバルカンパニーや公共部門で登用せよ
 - 言われた仕事をするのではなく、段取り(management)を学ぶ
- 利益を出し続けることは持続可能性の必要条件である。
- 出した利益を地域で再投資(教育投資も含む)する方向に向ける⁶

地場産業は市場を育てる発想が必要

- 地場産業は地域がマーケット
 - 地域を育てないとマーケットが縮小していく。
 - 地銀の規模はほぼその地域のGDPで決まっている
- 鉄道事業者が沿線開発をするのはこの考え方
 - 東急、阪急
 - JRの観光事業、商品開発
- つまり、地域に投資をし、人を育てていかないと持続可能性は低くなる
- 地域人教育
 - 人生の複線化を進めていくにはロールモデルが複数必要
(初等教育)
 - 特に、子供たちが接する大人は自分の親か学校の先生になり、ロールモデルに限られる。
 - 多様な大人と接する機会を増やす
(中高等教育)
 - 地域貢献=ボランティアではない
 - ビジネスで利益を出し続けることも大きな地域貢献
(大人に対する教育)
 - プラットフォームへの参加で醸成
 - ビジネスで培ってきた知識や技術、経験を地域資源として活用

元気のいい商店街は民間主導の投資が行われている

丸亀町商店街(高松市)



長浜市黒壁



BIDsの概要

- 商業地区の発展のための施策を行うための資金を(強制徴収の)会費でまかなうもの。
 - 地域美化：ごみ収集、清掃
 - 治安維持：防犯カメラ
- 会費は(財産)税に1~2%上乗せし徴収
- BIDsへは利益の及ぶ範囲において加入義務あり。



具体的な施策

- ‘Clean and Safe’
 - 1970年代アメリカで誕生したBIDの基本コンセプト。ロンドンでも基本サービスとしてこの2つがなされている。
 - 清掃、防犯カメラの設置など
- 追加的サービスは地区によって様々
 - アメリカなどでは、コミュニティバスの運行やイベント実施などの地域振興事業などを行っているところも存在する。
 - マーケティング事業：農産物市、フリーマーケットなど
 - 商業的なニーズのあること(駐車場の整備、携帯電話のアンテナ設置など)



大阪版BID



資料：Google Mapより作成



グランフロント大阪

- 大阪梅田北地区の再開発地区で分担金制度を利用したまちづくりを実施

うめきた先行開発地区における分担金対象事業

【巡回バス・イベント等】

A 自主財源で行う事業

・巡回バス等

うめくるバス～梅田地区を約30分で巡回



運行時間/10:00～21:00
運行間隔/10分～12分
運賃/100円 (小児50円)
1日乗車券/200円 (同100円)
コンバスシステムでロケーション情報をリアルタイム配信

うめくるチャリ～30台のレンタサイクル



設置場所/うめきた広場
利用時間/貸出8:00～20:00
返却24時間可能
料金/最初の1時間100円
以降1時間毎100円
カード決済可能
台数/30台
(うち15台は電動アシスト)

・イベント等

ミュージックバスカー



ピアガーデン



(写真提供) グランフロント大阪TMO

3Dプロジェクションマッピング



大阪クラシック



【都市利便増進施設※の管理】

B 自主財源で行う事業

・オープンカフェ・広告の管理

オープンカフェ



バナー広告



C 分担金で行う事業

・歩道空間の管理

施設の点検



清掃



放置自転車対策



巡回

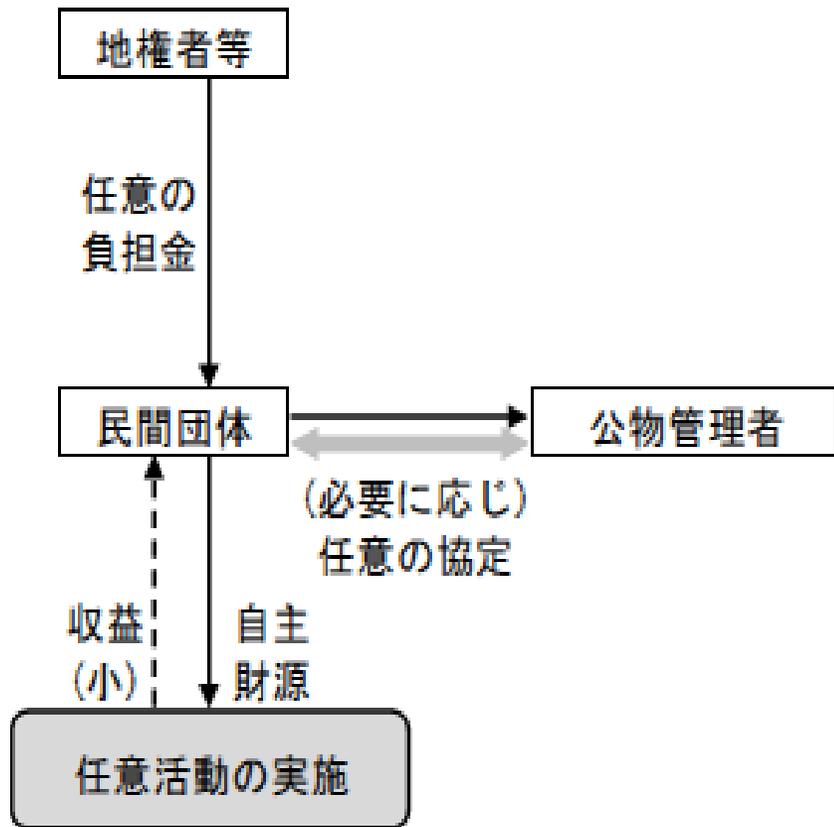


※協定に位置付けられた都市利便増進施設にかかる道路占用料について免除

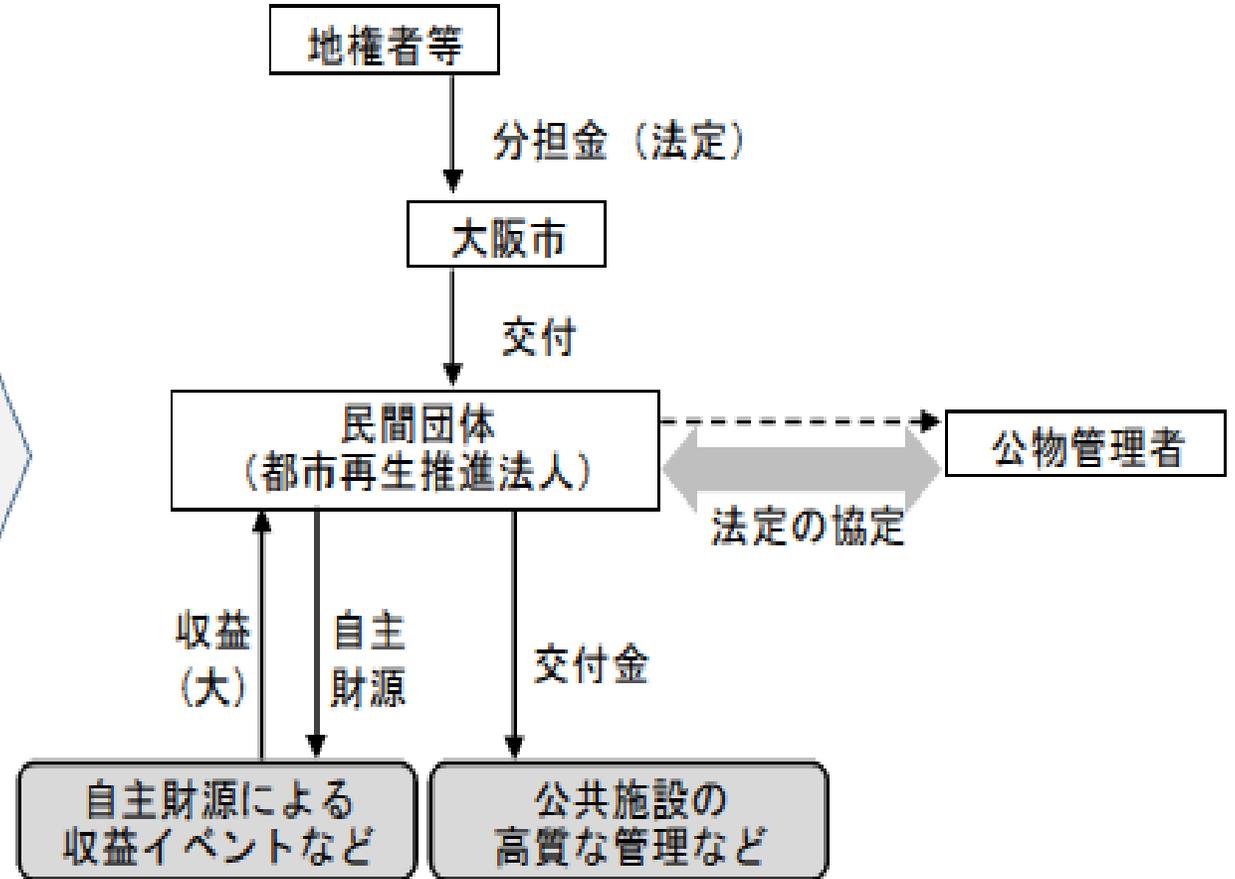
(出典) 第2回検討会大阪市資料

BIDによるエリアマネジメント

＜従来の民間団体の活動イメージ＞



＜エリアマネジメント活動促進制度によるエリアマネジメント＞



出所) 大阪市「大阪市エリアマネジメント活動促進制度活用ガイドライン」(2015年4月)より抜粋

公共部門の役割

- 基本はルール作りと運用
 - その気になれば現行制度でもいろいろなことはできる
ex) 予算の複数年執行、BID
- 定住思考からフリーアドレスへ
 - 定住人口の獲得競争は基本的にはゼロサム
 - 関係人口
- 行政組織を課題解決型に切り替えよ
 - 中央省庁対応型組織を課題対応型フリーアドレス組織へ
 - 課題解決のためのプロジェクトチーム編成
- 人生100年時代のガバナンス
 - 民意を代表する新しい公聴システムの導入
 - 議会の通年開催、夜間もしくはネットで議論
 - 住民票でランダムに選ばれた人の意見聴取
 - サービス提供者からプラットフォームビルダーへ
 - 公共部門はサービス提供者から地域の人たちを巻き込む仕掛けをつくりつつ、サービスの担い手に委託する
 - フリーアドレス型税制にシフトせよ
 - 居住地主義の住民税、交付税の算定基準偏重を資産税、消費税に移す

プラットフォームを通じた地方創生

- プラットフォームの機能
 - 様々なシェア
 - 責任、仕事、負担に加え、リスク
 - 一人では背負いきれない負担をシェアする機能
 - ロードサイド開発
 - ローカル線、バス路線
 - ロードサイド開発も個々の事業者がそれぞれで投資するのと、景観やイベントなど(これが当事者意識)を共有して投資するのではイメージが全く異なる。
 - そうした価値観を共有する場がプラットフォームである。
- 地場の市場を育てる
 - 人材、地域人教育を育てることで市場が育つ
- プラットフォームの担い手
 - 「地域に帰れば一住民」
 - 個人がそれぞれの持つ技術や知識を地域で活用するスタイル
 - 地域課題に対して行動する人が自ずと地域リーダーになっていく
- プラットフォームの役割
 - 個々の主体では解決できない課題をそれぞれの力を集結することで解決する
- こうしたプラットフォームを通じた地方創生を提案

南信州観光公社

案内人と行く探訪：桜守の旅



資料)牧野光朗委員提供資料

農林業体験：稲刈り



松本ヘルス・ラボの取り組み

社会的課題の解消！⇒産業化！

商品名
「スポーツボイス大学院」
定年退職後の男性限定の
「ボイストレーニングとエクササイズ」を組み合わせ
た健康講座を3か月間、開催

行政課題（社会的ニーズ）

- ・定年退職後の男性の閉じこもりの解消
- ・男性シニアの外出機会とコミュニティ創出
- ・男性シニアの地域の担い手への期待（生涯現役）
- ・自分の父親に受けて欲しい講座（カッコいいオヤジ）



『スポーツボイス大学院』
発表会
平成28年2月21日
@ザ・ハーモニーホール

資料) 平尾勇委員報告資料より抜粋

市民参加によるテストフィールドの提供 ～森永乳業(株)～

<ねらい>
既に市販化されている牛乳から取り出す乳タンパク質「ペプチド」を配合した飲料の健康増進効果を実証

- ・期間 平成28年4月～7月(3か月間)
- ・対象 35歳以上の男女 60名
- ・内容 粉末にした製品を見ずに溶かして、1日2回摂取し、筋肉量、膝痛改善などを検証
- ・研究機関 松本大学人間健康学部

松本ヘルス・ラボ
「健康パスポートクラブ」のメンバーになって
話題のペプチド配合健康飲料の摂取体験をしてみませんか。

参加者募集

健康飲料で気になる体調を改善できるチャンス！
松本ヘルス・ラボ「健康パスポートクラブ」に入会して、森永乳業のペプチド配合飲料の摂取体験をしませんか。あなたの体験データが森永乳業株式会社の商品開発に役立つと同時に、自身の健康改善に役立つ可能性があります。

ペプチドって何？
アミノ酸の一種で、たんぱく質を構成する基本単位。消化しやすいため、高齢者や病後・手術後の栄養補給に効果的。また、腸内環境を整える効果も期待されています。

「森永乳業ペプチド配合飲料」摂取体験が実施期間

●実施期間 2016年4月中旬～7月中旬の12週間
●参加対象 35歳以上の男性・女性 ※健康パスポートクラブの入会（無料）が必要ですが、参加費は0円です。定員に限りあるため先着順となります。
●体験内容 ①1日2回の摂取 ×12週間
②摂取前後および期間中に身体測定（体組成計）による体組成測定
③ペプチドの摂取による膝痛軽減、筋力増強、尿糖・尿蛋白・血圧測定などの検査
●参加条件 「健康パスポートクラブ」に入会
※1日2回、1回100mlのペプチド配合飲料を摂取し、1ヶ月間の経過を記録してください。
●お申し込み 松本大学人間健康学部 事務局
※詳しい内容は下記連絡先までお問い合わせください。

松本ヘルス・ラボ
健康パスポートクラブ
クラブメンバー募集中！

TEL.0263-50-9797
https://m-health-lab.jp/

グラウンドワーク三島

環境が悪化した汚れた源兵衛川の水辺を再生し、観光資源として活用



「水の都・三島」の原風景・原体験

湧水が豊富な源兵衛川(昭和30年代)

汚れた源兵衛川(昭和38年～平成元年)



環境再生された源兵衛川



長伏小学校ビオトープ

資料) 渡辺豊博委員報告資料より抜粋