

彩の国さいたま人づくり広域連合 政策情報誌

Think-ing

特集

シビックプライド ～いま、地域に必要なこと～

特別
寄稿

シビックプライドと コミュニケーションポイント

東京理科大学理工学部建築学科 教授
シビックプライド研究会 代表

伊藤 香織

埼玉に県民が誇りを抱くなら、住宅地に目を向けよ ～持続可能な郊外住環境を目指した取組から～

東京藝術大学美術学部建築科 准教授

藤村 龍至

文化のまちづくりとシビックプライド ～金沢における2つの循環～

埼玉大学人文社会科学部研究科 准教授

内田奈芳美

シビックプライドを育むパブリックスペース ～愛着を育むプレイスメイキングとタクティカル・アーバニズム～

東京大学先端科学技術研究センター 助教
ソトノバ 編集長

泉山 壘威

シビックプライドと共に10年 ～仲間との終わらない旅は珠玉の時間の共有～

特定非営利活動法人
今治シビックプライドセンター 代表理事

友田 康貴

シビックプライドの実践に必要な具体的手順とは？ ～「ベッドタウン」から「グッドタウン」をめざす 郷土愛最下位県の挑戦～

合同会社ローカルデザインネットワーク
代表

齊藤 哲也

非住民にとってのシビックプライド

非営利型まちづくり株式会社
地域協働推進機構 代表取締役

藤倉潤一郎

2018.3 Think-ing VOL.19

特集 シビックプライド ～いま、地域に必要なこと～

■特別寄稿

シビックプライドとコミュニケーションポイント	東京理科大学 理工学部建築学科 教授 シビックプライド研究会 代表	伊藤 香織	2
埼玉に県民が誇りを抱くなら、住宅地に目を向けよ ～持続可能な郊外住環境を目指した取組から～	東京藝術大学 美術学部建築科 准教授	藤村 龍至	9
文化のまちづくりとシビックプライド ～金沢における2つの循環～	埼玉大学 人文社会科学部研究科 准教授	内田奈芳美	19
シビックプライドを育むパブリックスペース ～愛着を育むプレイスメイキングとタクティカル・アーバンイズム～	東京大学 先端科学技術研究センター 助教 ソトノバ 編集長	泉山 聖威	25
シビックプライドと共に10年 ～仲間との終わらない旅は珠玉の時間の共有～	特定非営利活動法人 今治シビックプライドセンター 代表理事	友田 康貴	32
シビックプライドの実践に必要な具体的手順とは？ ～「ベッドタウン」から「グッドタウン」をめざす 郷土愛最下位県の挑戦～	合同会社ローカルデザインネットワーク 代表	齊藤 哲也	39
非住民にとってのシビックプライド	非営利型まちづくり株式会社 地域協働推進機構 代表取締役	藤倉潤一郎	47

■特集論文

広域的なシビックプライドの醸成と活用 ～ショッピングモールの事例から～	行田市 総務部 収納課	石川 恒久	55
みどり・文化・産業が調和したまちづくり ～COOL JAPAN FOREST構想による「誇り・愛着」の醸成～	所沢市 経営企画部 総合戦略推進室長	市川 勝也	61

自由論文

シニアの地域デビューを促す広報戦略 ～自己実現型インフルエンサーによるシニアの心を突き動かす戦略PR～	埼玉県 県民生活部 共助社会づくり課	内田 貴之	67
さいたま市における人材育成所管と自主研修グループとの連携について ～新規採用研修における取組事例について～	さいたま市 都市戦略本部 都市経営戦略部	小澤 剛史	78
人口吸引政策としてのIT産業集積に向けた事例研究 ～IT企業のサテライトオフィスを誘致せよ～	川越市 財政部 資産税課	土井 智喬	84
見過ごすな！子どもの貧困 ～貧困の世代間連鎖防止に向けて自治体ができること～	行田市 環境経済部 環境課	石渡栄一郎	90
今この時代、新しい文化に目を向けた「まちおこし」 ～コスプレイベントが秘める可能性～	三郷市立北公民館	熊沢 優愛	98

インタビュー

対話型自治体経営シミュレーションゲーム「SIMみさと2030」 ～楽しみながら得られる多くの“学び”と“気づき”～	三郷市 企画総務部 プロジェクト推進室 副参事兼室長補佐	諏訪 頼史	105
--	---------------------------------	-------	-----

自主研修・政策研究活動報告

運営者から見た、自主研修活動のリアル ～公務員人生におけるサードプレイスのススメ～	東松山市 教育部	小関 一史	114
「心のバリアフリー」教育の推進 ～知的障害への理解を深めよう～	川口市 平成29年度政策課題共同研究研修 研究メンバー		123
所沢・飯能・狭山・入間 埼玉県西部地域まちづくり協議会における政策形成研修	埼玉県西部地域まちづくり協議会 平成28年度政策形成研修 研修生（A班・B班）		130

広域連合より

彩の国さいたまづくり広域連合 研修紹介（平成29年度新規研修）			140
「産民学官・政策課題共同研究」～共に考え、創る。埼玉の未来。～			144
「政策研究よろず相談所」をご活用ください！			146
SNSで情報発信しています！			148
あとがき			150

-Think-ingの発行目的-

政策情報誌「Think-ing」は、県・市町村職員の政策研究成果や政策提言、有識者の寄稿、事例紹介等を掲載することにより、県・市町村職員の政策形成能力の向上を図り、また、各自治体の政策立案を支援することを目的に発行するものです。

シビックプライド

～いま、地域に必要なこと～

「シビックプライド」とは、都市に対する市民の誇りを指す言葉です。「郷土愛」「まち自慢」など、単に愛着を示す言葉とはニュアンスが異なり、「この都市をより良い場所にするために自分自身が関わっている」「自分がこの都市の未来をつくっている」という当事者意識を伴う自負心のことをいいます^(※)。こうしたシビックプライドを持つ住民には、まちづくりや地域づくりへの積極的な参画が期待できます。

近年、まちづくり・地域づくりに関して、このシビックプライドという言葉が日本でも使われるようになってきました。「シビックプライドを持つ住民は、まちづくり・地域づくりの大きな資源になる」という考え方のもと、シビックプライド醸成のための取組を進める自治体も多く、全国的に関心の高さがうかがわれます。

まちづくりや地域活性化の方針にシビックプライドの考え方を盛り込む例のほか、横浜市と東急電鉄が進める「次世代郊外まちづくり」など、行政が民間企業やNPO等と協働してシビックプライドの醸成に取り組む先進的な事例も出てきています。

今後ますますの進展が見込まれている人口減少・少子高齢社会を背景に、「共助社会づくり」「住民参加のまちづくり」「公民連携・官民協働」「地域・コミュニティ活性化」「シニア活躍」などが自治体の課題として挙げられている今、まちに対する住民の誇りを喚起することが求められています。そうした中で、シビックプライドは多くの自治体にとって一層重要なテーマとなってくると考えられます。

そこで、政策情報誌「Think-ing」第19号では、「シビックプライド」を特集テーマとし、これに関する有識者・実務家の方のご寄稿や政策提案、自治体の取組事例等を幅広く取り上げます。

各自治体における取組のヒントにいただければ幸いです。

(※)参考：シビックプライド研究会「シビックプライド2【国内編】都市と市民のかかわりをデザインする」 宣伝会議、2015年

シビックプライドとコミュニケーションポイント

東京理科大学 理工学部建築学科 教授
シビックプライド研究会 代表

いとう かおり
伊藤 香織

1 シビックプライドとは

「都市に対する市民の誇り」をシビックプライド (civic pride) という。単なる町自慢や地元への親近感ではない。郷土愛という言葉にも似ているが、ニュアンスを異にするのは、シビックプライドは当事者意識にもとづく自負心であるという点だ。シビックプライドという言葉は、近年多くの自治体やまちづくりの現場で使われるようになってきているが、その文脈は多岐にわたっており、捉えられ方には幅がある。たとえば著者等が続けているシビックプライド研究会が2014年に行った調査¹では、全国の公的機関がシビックプライドに言及する際に、「都市の持続可能性や都市整備といったハード・インフラ整備にかかるものから、都市ブランドやシティプロモーションのような内部・外部へのアピール、産業振興、定住人口や地域活性化など幅広い課題が挙げられている」ことがわかっている。

イギリスでは、シビックプライドはヴィクトリア朝 (1837 ~ 1901) の都市の規範であり、建造物、特に公共建築の文化や審美性がその都市のシビックプライドの表現や証しとして捉えられていたと言われている^{2,3}。ヴィクトリア朝末期に衰退したシビックプライドの精神が再び広く取り上げられるようになったのは、特に1990年代及び2000年代のイギリスの都市再生においてであり、首相であったトニー・ブレアは当時、「100年前、公共建物はしばしばイギリスの町や都市の誇りであった。学校、駅、郵便局、図書館などが、建築デザインの高水準の規格となり、民間セクターがそれを見習おうとした。強力なシビックプライドの感覚をこよなく体現するもので



(写真/鈴木 陽介)

あった」と過去を参照し、公共セクターの建築デザインの質向上の必要性を説いている⁴。また、イギリスの旧・建築都市環境委員会 (Commission for Architecture and the Built Environment, CABE) と旧・環境交通地域省 (DETR) による良いアーバンデザインがもたらす価値に関する調査報告書⁵では、様々なステイクホルダーがアーバンデザインの効果としてシビックプライドの強化を挙げており、オープンスペースに関する手引きでは、質の高いオープンスペースのネットワークが「地域アイデンティティとシビックプライドを強化する」⁶と述べられている。このように、シビックプライドはイギリスではしばしば建築、オープンスペース、アーバ

ンデザインなどの質と結びつけられている。

2 シビックプライドの多面性

既往研究では、シビックプライドはどのように捉えられているだろうか。Collins⁷はシビックプライドの概念を整理しており、時代や地域にかかわらず「自己決定、文化アイデンティティ、市民権、所属の概念と結びついている」と述べているほか、都市間競争の歴史との結びつき、「コミュニティ精神」や「シビック・ブースターリズム」といった概念と合わせて捉えられていること、「共有され結束した都市のイメージ」を象徴するといった考え方も紹介している。一方で、強すぎるプライドによって盲目的な態度に陥る危険性も指摘している。また、Collins⁸は、総称としては「地域市民がいかに自分たちを特徴付けコミュニティとして自らを代表せしめるか、地方自治体がいかに場所を治め振興するか、人々がいかに地域に関わり地域に介入するか」に関わり、市民感情の観点からは「特定の場所に対する強いレベルの愛着や忠誠心、そしてそれに付随して、強いアイデンティティと所属の感覚」と述べている。他にも、「自らの市民としての責務に対する個人の誇りの感覚」⁹、「コミュニティの感覚」⁵、「公共善」¹⁰という言い換えもされており、その多面性が垣間見られる。これらを踏まえると、シビックプライドには、地域参画、地域アイデンティティ、忠誠的愛郷心、地域愛着といった側面があるようだ。

では、そうした多面性は、具体的にどのように表れるのだろうか。ヴィクトリア期のイギリスと現代都市のそれぞれに関する言説の内容を見てみよう。

Hunt²は、19世紀イギリスの中産階級が、都市づくりを支える社会的ミッションの徳を信じていたと述べ、マンチェスターのタウンホール（1877）、リヴァプールのセント・ジョージ・ホール（1854）などが公募寄付によって建設されたことや、マンチェスターの美術名宝博覧会（1857）は、商業階級のシビックプライドの誇示ですぐに資金調達され

たことを紹介している。これらは、ヴィクトリア期のシビックプライドの地域参画のあり方を表していよう。ヴィクトリア期のシビックプライドは「コミュニティのアイデンティティの感覚」「アーバン・アイデンティティ」とも言い換えられている²。Briggs³は、特にリーズやブラッドフォードなどヨークシャー西部の多くの都市が連担するエリアで、それぞれの都市の確固たるシビックプライドが19世紀に特徴的であったことを述べ、シビックプライドを「自己主張する自立の態度」と言い換えている。これもアイデンティティの強い表れ的一端と言える。一方で首都ロンドンではシビックプライドが欠如していたと言われ²、中央に対する自立と周辺都市に対する優位を目指す地方都市に特徴的な精神であったことが窺われる。Hunt²は、また、リーズの医師/社会改革者/市民名士のヒートンはタウンホール建設を主導したが、リーズ・マーキュリー紙がシビックプライドの欠如を非難する論調を作ったことで活動がしやすくなった背景にも触れており、新聞というマスメディアを通して地域への忠誠を求めるような一面もあったことを窺わせる。一方で、ヴィクトリア期のシビックプライドと地域愛着との関係に関する記述はほとんど見られない。

現代のシビックプライドに関する議論を、研究の多いイギリスとアメリカを中心に見ていくと、Shapely¹¹が地方自治体の戦略としてのブースターリズムやプレイス・プロモーション、都市再生に関わる建築プロジェクトやイベント誘致がシビックプライドの表れと見なされることを述べている。これらは、ヴィクトリア期の新聞や公共建築が担った役割の現代的展開と解釈できる。投票や政治集会・地域集会への参加などの政治参加⁹、地域の人とのつながりやボランティア¹²などが地域参画の側面として見られる他、クリエイティブ・クラスの個人が公共精神をもって都市の振興を助けることを期待する動き⁷にも触れられている。Wood¹³は、「【都市名】の人」であるというインクルーシヴな感覚に基

つき多様な人々がひとつのアイデンティティを共有すること、という定義を紹介し、地域イベントによる積極的社会参加で共通の市民価値が養われる可能性に触れている。プロスポーツチームや巨大スポーツイベント、付随する施設の議論^{10,14,15}は散見される。これらは都市間競争のわかりやすいかたちであり、熱狂的に支持する忠誠心や、市民ファンが参画して支えるという側面があると考えられる。CABEはシビックプライドを地域コミュニティと結びつけて論じており⁵など、その中で地域愛着に触れている。なお、シビックプライドを都市再生プロジェクトに結びつける議論はイギリスに多く、政治参加に結びつける議論はアメリカに多い。スポーツに結びつける議論はイギリス、アメリカとともに他の様々な地域でも見られる。

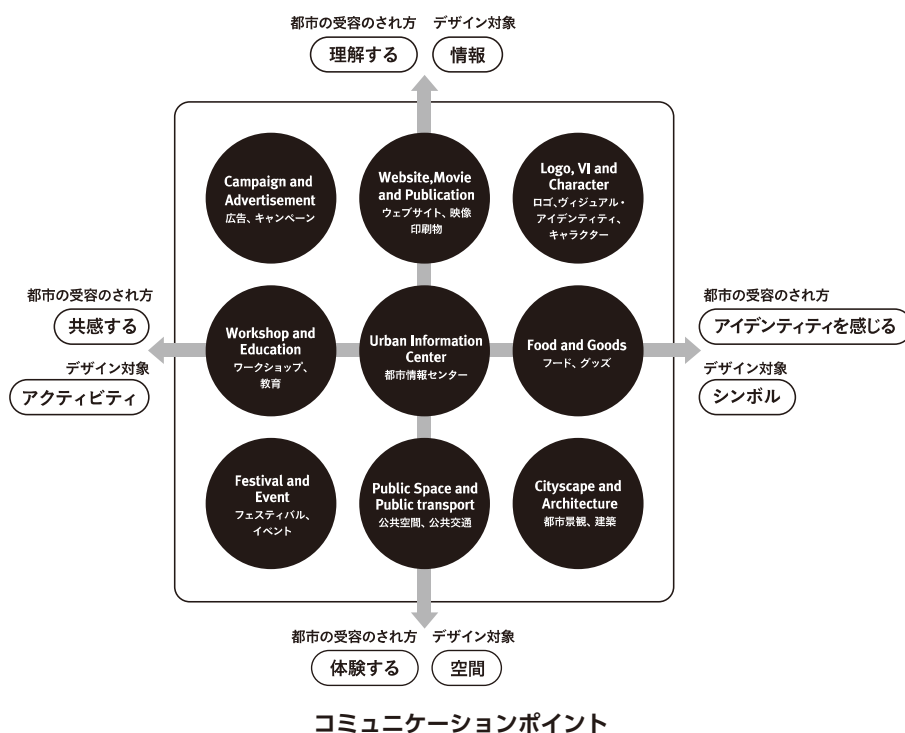
3 コミュニケーションポイント

シビックプライドがどのように捉えられているのかを見ていくと、市民感情にとどまらず、まちのなかに何らかの象徴となるものやことがあったり、市民の行動として表れてくる特性があることがわかる。シビックプライド研究会では、こうした市民と都

市の接点となるものやことを「コミュニケーションポイント」と呼んで、代表的なものを図のように整理した¹⁶。

シビックプライドそのものをデザインすることはできないが、コミュニケーションポイントはデザインできると考え、「都市の受容のされ方」（理解する ↔ 体験する / 共感する ↔ アイデンティティを感じる）及びそれに対応した「デザイン対象」（情報 ↔ 空間 / アクティビティ ↔ シンボル）のそれぞれの観点から2軸上に整理している。シビックプライド醸成のためには、これらのコミュニケーションポイントを意識的にデザインし、戦略的に組み合わせていくことが重要である。たとえば、イベントは参加性が高く非日常的な雰囲気の中で都市の魅力を発見できるので、短期的な効果は高いが、それを持続させ根付かせていくためには、それを理解し直したり、恒常的な要素に定着させたりする方法と組み合わせていく必要があろう。

どのようにコミュニケーションポイントを組み合わせながら、シビックプライドを醸成しまちをより良く変えていくのかを、2つの都市の事例に見てみよう。



4 ニューカッスルゲイツヘッドの事例

イングランド北東地域の中心都市ニューカッスル・アポン・タインとゲイツヘッドは、タイン川を挟んで隣接する人口29万人と20万人の都市である。この地域は豊富な石炭資源にめぐまれ、炭鉱業や造船を中心とする重工業で栄えた。しかし、第二次世界大戦後には主幹産業が急速に衰退し、以降長年にわたる深刻な不振にさいなまれた。

こうした状況に対して、1990年代後半から、文化による都市再生への取組が効果を表し始めた。ゲイツヘッドの閉山した炭鉱の上に建てられた彫刻家アントニー・ゴームリーによる巨大彫像エンジェル・オブ・ザ・ノースの成功が突破口になった。エンジェル・オブ・ザ・ノースには、この地域が誇った造船の技術が用いられていた。キーサイドと呼ばれるタイン川沿いのエリアでは、2000年にゲイツヘッド・ミレニアム・ブリッジ（以下ミレニアム・ブリッジ）、2002年にバルティック現代アートセンター（以下バルティック）、2004年にセージ・ゲイツヘッド音楽ホール（以下セージ）が完成し、工場・倉庫・港湾施設の広がる旧世紀を象徴する景観から、新たな世紀の到来を象徴する印象的な景観へと生まれ変わった。

世界中から観光客が訪れるようになったエンジェル・オブ・ザ・ノースや、都市を象徴するキーサイドの新しい景観は、イギリスで最も貧しい地域の一つとして自信を失っていた人々が誇りを取り戻すきっかけとなった。実際、95%の住民が「キーサイドによって地域イメージが向上した」と感じており、89%が「キーサイドの開発が地域の誇りを生み出した」と感じているという調査結果も出ている¹⁷。そこには、施設建設にとどまらず、人々の誇りに根付いていくための様々な新しい工夫が凝らされていた。その特徴を挙げていく。

(1) 地域の歴史と現代性の融合：ミレニアム・ブリッジは両市を結ぶ初めての歩行者橋で、兩岸のヒ



エンジェル・オブ・ザ・ノース



ニューカッスルゲイツヘッドのキーサイド

ンジを中心に回転することで船を通す斬新なデザインであると同時に、その立面は1928年に建造されまちを象徴するタイnbridgeと相似形をなす。バルティックは、1950年代に建てられた製粉工場のリノベーションである。ともに、産業都市の歴史文化に敬意を払いながら、新旧が融合した現代的な景観を作り出している。

(2) プロセスを通して景観を市民に届ける：ミレニアム・ブリッジは、下流で建造され、欧州最大のクレーン船でタイン川を運ばれてまちにもたらされた。そのスペクタクルを3万6千人の人々が見守ったという。バルティックは、オープン4年前から16号にわたるニューズレターを発行し続けアートへの理解と施設への期待を高めていき、並行して改修のプロセスにアートプログラムを組み込み市民が

体験する機会をつくった。たとえば、古い外壁だけを残し新しい床を入れる前の巨大空間を利用した現代彫刻家アニッシュ・カプーアの作品は、市民にアートの驚きと楽しさを伝えるとともに、世界中にこのまちを発信する役割も担った。

(3) ビューポイントの整備：キーサイドのニューカッスル側にはカフェバーがある。ミレニアム・ブリッジが回転するのを眺める絶好のポイントであり、夕暮れときにはミレニアム・ブリッジに灯りが点りセージが内部の光を放ち始めるのを眺めながらナイトライフの始まりを楽しむ人たちで賑わう。ゲイツヘッド側の土手の上に建つセージでは、1階コンコースが公共通路になっており、前面広場とも連続して、タイン川の水辺のパノラマを見下ろしニューカッスルの街並みを臨む公共空間となっている。キーサイドの印象的な景観を楽しみゆっくりと時間を過ごすことのできる空間が用意されている。

(4) 文化プロジェクトへの市民の参加：ゲイツヘッドとニューカッスルが手を組み地域をプロモートする組織ニューカッスルゲイツヘッド・イニシアティヴが2000年に設立された。ニューカッスルゲイツヘッド・イニシアティヴは、都市空間を舞台に世界レベルの文化プログラムに参加できる数多くの機会を設けた。市民はそれを享受しながら、参加を通してまちの文化をより豊かなものにする担い手にもなった。たとえば、写真家スペンサー・チューニックのプロジェクトではキーサイドの象徴的な風景を背景に地元市民や全英からの1,700人の参加者が裸で様々な編成を作って写真に収まった。ニューカッスル側のキーサイドでは、市民が練習を積んでスペインの大道芸団に参加し空中曲芸を披露した。これらのプログラムの開発部長を務めたキャロル・ベル氏は「都市再生では、物的再生だけでなく、誇りを再生することが大切」と語っている。

5 新潟市上古町商店街の事例

上古町商店街は新潟市の中心市街でも特に建物が

古く、所謂シャッター商店街になっていた。この古い商店街の雰囲気を入り込んだ若者たち「ヒッコリースリートラベラーズ」が、自分たちがデザインしシルクスクリーンで印刷したTシャツなどを売る店を商店街の中に構えたのは、2000年代半ばのことだった。さらに、店の向かいの築80年以上の元酒屋にフリースペースを開いた。フリースペースはイベントなどに使われる他、壁には古本が並べられており、普段は自由に古本を読んで過ごすことができた。

彼らは、商店街組織を再構築する取組にも参加した。組織のあり方検討と並行して、商店街のロゴをデザインしたり、フリーペーパーを発行して商店街のあちこちに置いたフリーペーパー入れ兼貸し傘置き場で配布したり、イベントを企画・開催するなど、商店街をフィールドに、自分たちの考える「日常を楽しむ」ための仕掛けをのびのびと展開していった。ヒッコリースリートラベラーズのこうした活動を受け入れ、温かく見守ってくれた地域の人々の寛容な姿勢があったことも、彼らが活動を広げられた要因だろう。

他方で、彼らは商店街を拠点に新たな商品開発を提案していった。たとえば、商店街の老舗和菓子屋の紅白饅頭に顔を描いて、パッケージをデザインしてウェディング商品として売り出したところ、全国から注文が集まる人気商品となった。地元商店街の質の良い商品を知っているからこそ、そこにヒッコリースリートラベラーズらしいデザインで付加価値を付けて、自信を持って商品化することができた。

新潟産コシヒカリ3合を老舗手ぬぐい工場の手ぬぐいで三角形に包んだ土産商品など、商品化を通して人と人、産業と産業を結びつける役割も担う。前述の商店街ロゴから、マグカップなどの商店街オリジナルグッズも展開した。

ヒッコリースリートラベラーズの出店・活動がヒントになったのか、上古町商店街には出店が相次ぎ、数年後には商店街にシャッターの閉まっている店は

ほとんどなくなった。アーケードも架け替え、光の点る暖かみのある商店街となっている。ヒッコリーストリートラベラーズの店舗は元のフリースペースに移り、現在では、2階を展示に使ったり、ときには店舗空間をイベントに使ったりしている。また、彼らは活動を広げて、2012年の「海港都市にいがた水と土の芸術祭」では広報デザインチームとして関わり、2013年からは新潟市美術館のミュージアムショップ「ルルル」のデザイン、企画・運営を担当している。



上古町商店街のフリーペーパー置き



ヒッコリーストリートラベラーズのオリジナル商品

商店街の規模というのは、個人レベルの創意や励みが地域性に昇華されうるちょうど良い規模なのではないだろうか。上古町商店街を見ていてそう感じるのは、ヒッコリーストリートラベラーズ“らしい”活動やデザインが、上古町らしさの中に漂っているからだ。好きな場所で好きなことをするときに、自分一人でやるのではなく、地域を巻き込みながらやっていく。そこには当然責任が生じるが、自分たちがやってきたことで地域が目に見えて変わることの喜びは大きい。ヒッコリーストリートラベラーズ代表の迫氏は、「シビックプライドという言葉を知ったとき、自分たちがやってきたことはシビックプライドと言えば良いのだとしっくりきた」と言う。

イギリスの初代地域社会および地方政府大臣を務めたデイヴィッド・ミリバンド氏は、2005年の就任スピーチの中で「シビックプライドによって、その動機、ひらめき、報いがもたらされる。シビックプライドは、行動の結集であり、個々人の独創力の原動力である」と言っている。やらされているのとは異なり、シビックプライドが人の創造力を引き出し、さらにそれによってまちがより良い場所になることがその人の喜びとなる。まさに、ヒッコリーストリートラベラーズの活動を説明しているようではないか。

6 シビックプライドを共有する

ニューカッスルゲイツヘッドでは、彫刻・建築・橋など、都市の新たな象徴となる都市景観が整備されたが、その過程でニューズレターやイベントによって新たな都市景観が市民に届けられ、生まれ変わった都市空間を体験化していく文化イベントなどが組み込まれていった。上古町商店街では、ロゴ、商品、イベントなどを通して、結果的に商店街の景観が変化し、その地域らしさを表すようになっていった。ニューカッスルゲイツヘッドの例は、アートの根付かない北東地域にアートを、という国策にも近い始まり方で、公的組織が主導してきた。対照

的に、新潟市の上古町商店街の事例は、自分が気に入った場所で自己実現をする、という非常に個人的な始まり方である。始まり方には様々な可能性があり、立場によって取り組み方も異なる。しかし、シビックプライドはまちのものであると同時に、一人ひとりの市民のものでもあるので、個々人がまちとの関係を築けることと、それをまちの他の人々と共有できることの両方が大事であることは、共通して

いる。シビックプライドが見える・体験できるかたちでまちの中に表れてくること。コミュニケーションポイントという考え方をすることが、シビックプライド醸成への取組の助けになるだろう。

(本稿は、著者の既往論文¹⁸及び既往著書¹⁹の一部に加筆修正して、再構成したものである。)

参考文献

- 1 小島桃子, 片田江由佳 (2015), シビックプライド研究会活動記録, 伊藤香織, 紫牟田伸子 (監修)『シビックプライド2【国内編】: 都市と市民のかかわりをデザインする』, pp. 208-215, 宣伝会議.
- 2 Tristram Hunt (2004), Building Jerusalem: The Rise and Fall of the Victorian City, Weidenfeld & Nicholson.
- 3 Asa Briggs (1963), Victorian Cities: Manchester, Leeds, Birmingham, Middlesbrough, Melbourne, London, University of California Press.
- 4 Department for Culture, Media and Sport (2000), Better Public Buildings: A Proud Legacy for the Future.
- 5 CABE and DETR (2001), The Value of Urban Design.
- 6 CABE and the Greater London Authority (2009), Open Space Strategies: Best Practice Guidance.
- 7 Tom Collins (2016), Urban Civic Pride and the New Localism, Transactions of the Institute of British Geographers 41(2), pp. 175-186.
- 8 Tom Collins (2017), Governing through Civic Pride: Pride and Policy in Local Government, Eleanor Jupp et al., Emotional States: Sites and Spaces of Affective Governance, pp. 191-203, Routledge.
- 9 John Gastil and Michael Xenos (2010), Of Attitudes and Engagement: Clarifying the Reciprocal Relationship Between Civic Attitudes and Political Participation. Journal of Communication 60(2), pp. 318-343.
- 10 Peter Groothuis, Bruce Johnson and Whitehead (2004), Public Funding of Professional Sports Stadiums: Public Choice or Civic Pride?, Eastern Economic Journal 30(4), pp. 515-526.
- 11 Peter Shapely (2012), Civic pride and redevelopement in the post-war British city, Urban History 39(2), pp. 310-328.
- 12 Kevin Leyden, Abraham Goldberg and Robert Duval (2011), The Built Environment, Maintenance of the Public Sphere and Connections to Others and to Place: An Examination of 10 International Cities, Journal of Urbanism 4(1), pp. 25-38.
- 13 Emma H. Wood (2006), Measuring the social impacts of local authority events: a pilot study for a civic pride scale. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing 11(3), pp. 165-179.
- 14 Peter Groothuis and Kurt W. Rothhoff (2014), Surveying the Literature and the People: The Economic Impact of Sports Teams and Civic Pride. Working Papers from Department of Economics, Appalachian State University 14-05.
- 15 S Wyson, PC Rothschild (2009), 'Build It Here!' An Examination of Pride Versus Economic Motivations of Citizens Voting for Public Stadium Financing. Journal of Venue and Event Management 1 (2), pp. 78-83.
- 16 伊藤香織・紫牟田伸子 (監修), シビックプライド研究会 (編著) (2008), 『シビックプライド: 都市のコミュニケーションをデザインする』, 宣伝会議.
- 17 Steven Miles (2005), 'Our Tyne': Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in NewcastleGateshead, Urban Studies, 42(5-6), pp. 913-926.
- 18 伊藤香織 (2017), 都市環境はいかにシビックプライドを高めるか: 今治市を事例とした実証分析, 都市計画論文集, vol.52 no.3, pp. 1268-1275.
- 19 伊藤香織 (2013), シビックプライドをはぐくむ景観再生, 日本建築学会 (編)『景観再考: 景観からのゆたかな人間環境づくり宣言』, pp. 119-126, 鹿島出版会.

寄稿者 PROFILE

伊藤 香織 (いとう かおり)

東京理科大学理工学部建築学科 教授

シビックプライド研究会代表、東京ピクニッククラブ共同主宰、日本学術会議連携会員、一級建築士。

経 歴: 2001年東京大学大学院工学系研究科建築学専攻博士課程修了、博士 (工学)。

東京大学空間情報科学研究センター助手、東京理科大学講師、同准教授を経て、現職。

主な著書: 『シビックプライド2 【国内編】: 都市と市民のかかわりをデザインする』(宣伝会議 2015)、
『まち建築: まちを生かす36のモノづくりコトづくり』(彰国社 2014)、
『シビックプライド: 都市のコミュニケーションをデザインする』(宣伝会議 2008) など。

埼玉に県民が誇りを抱くなら、住宅地に目を向けよ ～持続可能な郊外住環境を目指した取組から～

東京藝術大学美術学部建築科 准教授

藤村 龍至 ふじむら りゅうじ

ポスト・ベッドタウンの埼玉で考える

大都市郊外のベッドタウンとして発展した埼玉県は、新しい住民の多くが利便性やコストとのバランスで埼玉を選んでおり、満足度は低くはないだろうが（コスパがいいので）、歴史ある都市に市民が抱く「誇り」とはほど遠い場所である。同時に「75歳以上の人口増加率が全国1位」という超高齢化が急速に進展する場所でもあり、他県に比べて明るい材料があるわけでもない。そんな埼玉県を舞台に私は2015（平成27）年度より3年間、県や市町村、県内企業の若い職員や社員たちを率いて彩の国さいたま人づくり広域連合の政策課題共同研究に取り組んできた。本稿ではその報告をもとに、この埼玉でシビックプライドを抱くためには何が必要か、考えてみたい。

空き家を都市問題として考える

2015（平成27）年度、私に与えられたのは「埼玉県での空き家問題を考えよ」という課題である。当初期待されていたのは建築家らしく空き家を創造的に活用するアイデアを出すことだったかもしれない。だが私はそのような空き家問題の論じ方について違和感を持っていた。空き家というとだいたい「全国で800万戸」というマクロデータが出てきたあと、突然個別の活用事例が紹介されるというようにマクロとミクロのあいだが飛んでしまい、根本的な課題解決に繋がっていないという印象を持っていたからである。

原因は恐らく単純で、行政では空き家問題を住宅や生活環境の問題として扱うからであろう。もし空



（撮影：新津保 建秀）

き家の問題を発生要因から捉えるならば不動産の視点が欠かせない。そこで本研究は空き家を単体で捉えるだけでなく、立地や周辺環境とセットで都市の問題として捉えることからスタートした¹。

通勤圏から見た埼玉県

具体的に見てみよう。まず埼玉県の地域性の理解の仕方であるが、ここでは通常のような「県南・県央・・・」という行政区分ではなく、大都市周辺のベッドタウンとして急速に発展した歴史を念頭に置き、県内各市町村を東武スカイツリーライン（伊勢崎線）・JR高崎線・東武東上線・西武池袋線の4つの沿線に分けて捉え直す（図1）。これにより、旧街道沿いの前2者と、丘陵地を走り大量の人口流入を招いた後2者とは課題が異なる、というように通勤圏としての埼玉県の実態をより具体的に捉えることが可能になる。

またそれぞれの沿線自治体の都内通勤率に着目すると、大きく3つの段階があることに気がつく（図2）。ひとつめは都内通勤率25%以上の段階であり、現在もベッドタウンとして都心へ通勤する人たちに居住地として安定的に選ばれている「安定通勤圏」

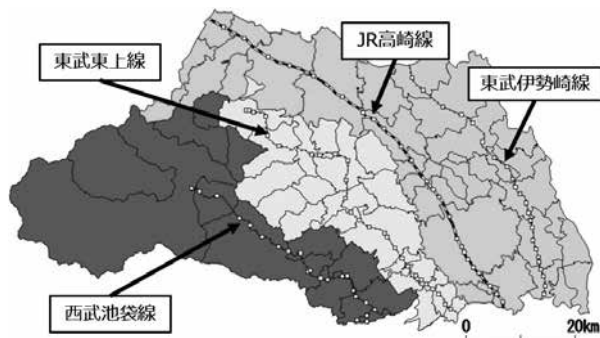


図1 埼玉の通勤圏

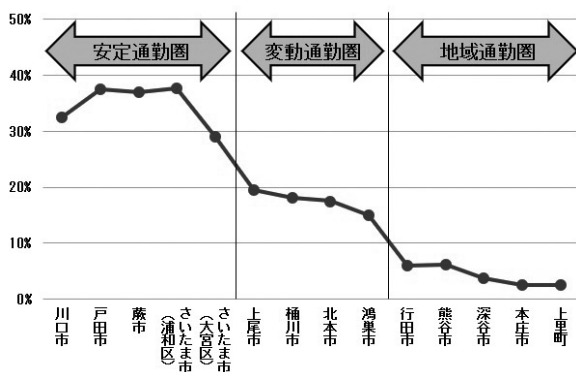


図2 都内通勤率の変化

ともいうべきエリアであると考えられる。JR高崎線でいうとさいたま市内までがそれにあたる。

もうひとつは10%以下の段階であり、通勤圏としては東京からは自立した地方都市のような「地域通勤圏」ともいうべきエリアで、高崎線でいうと行田以遠がそれにあたる。

圏央道沿いの「変動通勤圏」が危ない

そしてそれらの東京通勤圏・非東京通勤圏のあいだにある3つめの段階がかつて1970年代から80年代にかけて東京の通勤圏として拡大し、団塊の世代を中心とした当時の30代のファミリー層によって居住地に選ばれ大きく発展したものの、そこで育った団塊ジュニア世代には居住地としては選ばれず、徐々に新陳代謝が始まっているが若年層の人口は減り続けているため高齢者割合がどんどん高くなっているエリアである。高崎線でいうと上尾から鴻巣にかけてがそれにあたる。

私たちは今後大きな社会変動が予想されるこのエリアを「変動通勤圏」と名付けた。伊勢崎線でいうと春日部から久喜、高崎線でいうと上尾から鴻巣、東上線でいうと川越から滑川、西武池袋線でいうと狭山から日高というように、概ね圏央道沿いのエリアがこれにあたる。欧米諸国の例を見ていれば、こうしたエリアの不動産価値が下落を続け、若い世代の流入が止まり、空き家が空き家と呼ばれ、スラム化していくことは容易に想像されるだろう。

ところが現在のところ、埼玉県が行政として取り組んでいるのは圏央道の開通に伴う企業誘致が中心で、都市政策といってもインター周辺の基盤整備など点的かつ短期的な取組は見られるものの、かつて供給された大量の住宅ストックをどうマネジメントするかという面的かつ中長期的な取組は埼玉県、市町村ともにほとんど見られないのが現状である。

消滅可能性ニュータウンランキング

2016（平成28）年度、将来の急激な社会変動に備えて自立的なタウンマネジメントを図る、という機運を醸成するため、私たちは空き家問題に埼玉県での「75歳以上の人口増加率が全国1位」という背景を重ね合わせ、変動通勤圏のなかでも人口の偏りが大きく、空き家と高齢者の集中発生など政策上の諸課題が先鋭化すると予想されるニュータウンを研究の対象とした²。

また郊外住宅地が自立したタウンマネジメントを果たすためには、人員と予算の縮小が続く都市政策単独ではそれを果たすことは現実問題として難しいと考え、目下のところ各自治体が大量の予算と人員を投下している福祉政策との統合を果たす必要があると考えた。特に厚生労働省版まちづくりとも言える「地域包括ケアシステム」に着目し、各ニュータウンのマネジメントシステムと地域包括ケアシステムとの関係を考えることにした。

課題を可視化するため65歳以上の老年人口を14歳以下の年少人口で割った「老年化指数」からニュー

順位	名称(地区名)	市町村	通勤圏	期間(年)	高齢化率(%)	老年化指数
1	鳩山ニュータウン	鳩山町	変動	11	48.1	854.6
2	ラフィーナ幸手 イトーピア	幸手市	変動	5	28.5	742.1
3	日高市こま蔵蔵台	日高市	変動	10	45.8	711.8
4	西坂戸団地	坂戸市	変動	4	41.9	595.5
5	鶴舞団地	坂戸市	変動	3	45.2	564.3
6	小川パークヒル	小川町	地域	13	33.8	561.7
7	志木ニュータウン	志木市	安定	17	36.9	479.4
8	高坂ニュータウン	東松山市	変動	11	35.7	459.1
9	松が丘	所沢市	安定	22	37.8	379.6
10	さつき平団地	三郷市	安定	8	25.6	364.1

出展:国土交通省『全国のニュータウンリスト』(2013年度作成版)、
埼玉県『町(丁)字別人口調査』(2017年1月)をもとに作成

表1 「消滅可能性ニュータウンランキング」

タウンのランキングを作成し、増田寛也のレポートに倣って「消滅可能性ニュータウンランキング」と名付けた(表1)。1位の鳩山ニュータウン(鳩山町)では老年化指数が854.6ポイントとなっており、14歳以下の子供1人に対して65歳以上の住民が8.5人いるという極端な高齢化が進んでいることがわかる。また鳩山のほかにも同時期に丘陵地に開発されたニュータウンを中心に県西部にそれらのニュータウンが集中していること、1,000戸から3,000戸程度の小中規模のニュータウンが多いことがわかった。

変動通勤圏のニュータウンをあと10年以内に本物のリタイアメントコミュニティに

超高齢社会の研究者である秋山弘子の研究³によると、自立を保ったまま終末期を迎えるいわゆる「ピンピンコロリ」は男性の場合10.9%で、89.1%は平均80歳前後で自立度2＝「電車に乗れない」「銀行で預金を引き出せない」に至り、平均84歳前後で自立度1＝基本的な日常生活動作に援助が必要となるという(図3)。女性の場合は変化は緩やかだが、概ね同じ年齢で同じ割合で自立度が変化する。1980年代に団塊の世代を受け入れた遠郊外住宅団地の住民の自立度が一斉に低下するのは今から10年後の2027年前後である。

都市計画の研究者である後藤純は、高齢者の生涯活躍のためには社会性を維持するための外出機会の創出等が鍵となるが、郊外住宅地では空間もコンテ

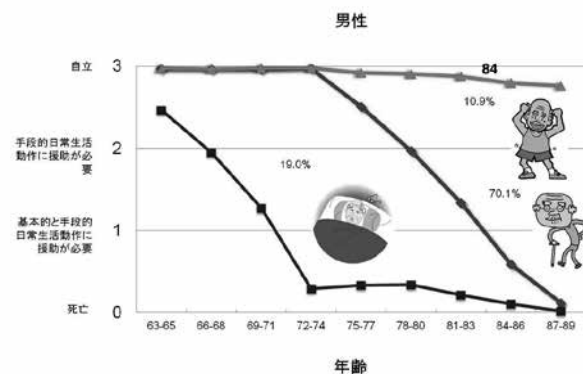


図3 自立度の変化パターン
—全国高齢者20年の追跡調査 (N=5715)

ンツも不足しており、課題解決にあたっては身体能力の低下に伴ってそれをサポートする24時間訪問医療介護の体制を可能にする空間づくりによって「住宅地を病院のように機能させる」ことが鍵であると主張する⁴。具体的には空き家を提供し日常的な交流空間に転用したり、小規模多機能型居宅介護のための拠点にすることなどが必要になるが、「閑静な住宅地」というイメージを抱く住民により反対運動が起こることもあり、事態を打開するためにも早めに課題を共有する必要があると説く。

建築計画の研究者である園田真理子は、郊外ニュータウンの高齢化率は中山間離島地域並みだがその範囲がコンパクトであることと、住民の経済的なポテンシャルが高いことから「自然発生的なりタイアメントコミュニティが発生している」と捉えることもできると指摘している⁵。リタイアメントコミュニティとはアメリカのフロリダにあるような豊かな緑に囲まれ、ゴルフ場やリゾート施設とともにリタイア世代が過ごす高級住宅地のことで、埼玉を含む大都市郊外の丘陵地のニュータウンの多くは豊かな自然環境やゴルフ場、湖などに隣接しており、確かに状況は類似している(図4)。足りないのは24時間の見守り体制や交流空間などであり、住人の豊富な金融資産を活かして適切な再投資を促すことが必要であるとする。

以上のような議論をもとに、変動通勤圏にある



図4 狹山丘陵の豊かな自然とニュータウン
(国土地理院撮影の空中写真 2007年撮影)

ニュータウンを「あと10年以内に本物のリタイアメントコミュニティにする」ためにはどのような再投資がありうるか、以下で考えてみよう。

公共による再投資：鳩山ニュータウン（鳩山町）

ニュータウンに対し、県内で最も意欲的な再投資を公共が行っているのが鳩山ニュータウンである。1974年から1997年にかけて比企丘陵を切り開くようにして開発され、約3,200戸である。東武東上線の高坂駅から約5km離れた高台に立地しており、高齢化率が48.1%と高く、ニュータウンの消滅可能性ランキングでは1位となっている。

こうした背景から鳩山町は地方創生加速化交付金を用い、ニュータウンの空き店舗を再活用して移住推進、高齢者福祉、産業振興の拠点づくりを目的と

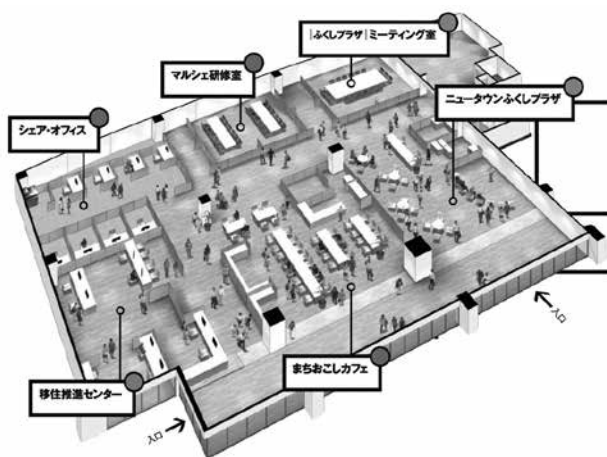


図5 鳩山町コミュニティ・マルシェ

した「鳩山町コミュニティ・マルシェ」を整備し2017年7月1日にオープンした（図5）。また翌7月2日には旧松栄小学校跡地に「地域包括ケアセンター」「デイサービスセンター」を整備し、高齢者の自立度の変化に対応する福祉拠点群（ふくしプラザ・地域包括ケアセンター・デイサービスセンター・介護老人福祉施設）が公共投資によって連続的に整備された。

このように公共が特定のニュータウンに対し積極的に再投資を行うことは稀である。通常は全ての住宅地に対して等しく扱うことが原則とされるからである。鳩山の場合はニュータウンの住民が人口のおよそ半分を占めていることからこそ実現できたと言える。

民間による再投資：かすみ野地区（川越市）

公共によってではなく、民間の医療法人・社会福祉法人が積極的に施設開放し、街と関わることによって再投資が実現されている例が川越市のかすみ野地区である。もともとは埼玉県企業局が開発し1971年に分譲を開始したニュータウンであるが、開発時に病院を構えた医療法人が、徐々に施設を拡充し、ニュータウン内外に病院、リハビリ施設、地域包括支援センター等を、関連する社会福祉法人が介護老人福祉施設等を展開している。

病院の1階にはカフェやレストラン、トレーニング



図6 1階が地域に開放された福祉施設

グセセンターやギャラリーなど街のような機能が備えられて積極的に開放され、ショッピングモールのような。他方で介護老人福祉施設の1階の地域交流スペースには宿題をする小学生の姿もあり、こちらはさながら図書館か児童館かと思えるような公共施設の雰囲気である。しかも民間らしい柔らかさに満ちている（図6）。

そのほかにも通所リハビリの送迎バスを利用した買い物支援や緑道を整備し開放するなど医療・社会福祉法人が地域と積極的に関わっている。意欲ある民間法人がエリアマネジメント的視点を持って街と関わる稀有な例である。

集会所をカフェに：白岡NT（白岡市）での実験

公共にも民間法人にも再投資を期待できない場合はどうすればよいか。ならばそれぞれのニュータウンですでにある空間資産を活かせばよい。私たちは以下の3つのニュータウンで交流空間を創出する社会実験を行った。

白岡市の白岡ニュータウンでは周辺から飲食店が撤退し気軽に集まっておしゃべりを楽しむような交流空間が不足していた。代わりに手頃な大きさの集会所がニュータウン内に3箇所あるのだが、行政が所有し、自治会が管理する集会所施設であるため利用には申請が必要であり気軽に立ち寄る場所とするにはハードルが高かった。



図7 白岡NTでの実験

そこで私たちは高齢化の特に著しい新白岡3丁目の集会所を対象に、集会所の休業日に1日限定でカフェとマルシェを創出する試みを行った（図7）。コーヒーやお菓子などの飲食、野菜や手芸品などの販売を行ったところ13:00から16:00までの3時間でニュータウン住民を中心に約130人が来場した。65歳以上の来場者が多く、1時間以上の滞在も多かった。

空き店舗をカフェに：香日向地区（幸手市）での実験

白岡のような手頃な大きさの集会所がない場合はどうすればよいか。幸手市の香日向地区はニュータウン内に4つの自治会が存在し、幸手市体育協会香日向支部もイベント開催しているが高齢化や団体どうしの交流が課題となっていた。ニュータウンの中央に大きな公共施設「幸手市コミュニティセンター」はあるが、空間が大きすぎてカフェのように使うのはハードルが高かった。

代わりにここではニュータウンの中心部に空き店舗があった。私たちは空き店舗の不動産オーナーと交渉を行い、厚意により1日限定で店舗空間を再活用する実験「かひなたテラス」を実施した（図8）。

地元の事業者に出店を依頼し有料でコーヒーやクッキーを提供してもらい、地域にゆかりのあるゲストのトークセッションとフリートークにより、住民どうしが交流空間や活動の将来像を共有した。



図8 香日向地区での実験

公園をカフェに：椿峰NT（所沢市）での実験

手頃な公共施設も、空き店舗もない場合はどうするか。1970年代に狭山丘陵を造成し開発された所沢市の椿峰ニュータウンは開発時に市民団体による自然保護運動と民間事業者による開発事業が対立した経緯もあり、コミュニティのまとまりに欠ける反面、厳しい緑地協定が設定されたため今日でも豊富な緑地が残っている。

公共施設や保護緑地、空き店舗など利活用の可能性はあるが、中央公園の利活用が最も現実的であった。2017年度の政策課題共同研究のもう1つのテーマである「公共空間の利活用による地域活性化プロジェクト」チームが中央公園にカフェを創出する実験を行ったところ、平日午前には約80人が来場した(図9)。公園を利活用したマルシェを実現し、緑とまちを協働させる新しいまちづくり像が提示された。



図9 椿峰NTでの実験

ニュータウンのマネジメントを進化させる

以上の5つのニュータウンは主に「変動通勤圏」に位置し、主に民間事業者が開発した中規模ニュータウンである(図10)。鳩山NT、椿峰NT、白岡NTおよび香日向に関しては戸建てを中心に住宅の分譲を行って街並みまできちんと作り、必要な公共施設

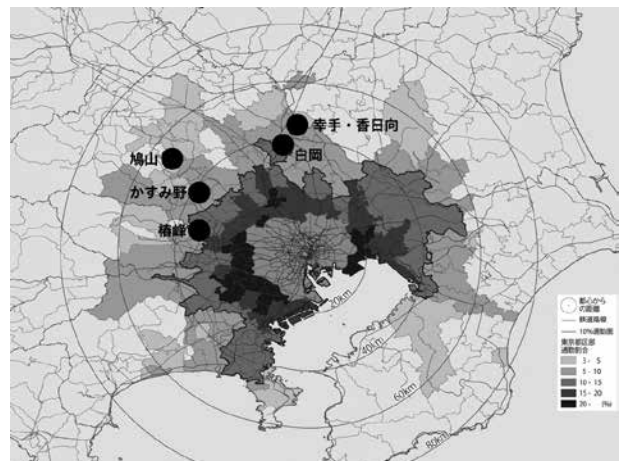


図10 介入を行った5つのニュータウン

も民間事業者が建設して寄付するというかたちが採られていた。いずれも豊かな公共施設や公園、緑地、緑道など上質なストックを保有しているがその維持管理に課題を抱えているのが共通している。

これらを含む県内のニュータウンをいくつか視察すると、それぞれのマネジメント状況に差があることに気がつく。鳩山ニュータウンや椿峰ニュータウンのようにニュータウンにそもそも全体的な話し合いの場がない状態を「ステージ1」とすると、白岡ニュータウンや大宮プラザニュータウン（さいたま市）など継続的で網羅的な組織をしっかりと維持している状態はマネジメント状況として一歩進んだ「ステージ2」であるといえる。ただし表面的には立派な組織を維持しているように見えるものの、高齢化により担い手が不足し、会長が75歳以上で下の世代が引き継ぎたがらない、という例も多い。

いくつかのニュータウンでは既存の自治会の運営が硬直化していることから自主防災組織や助け合い、支え合いの組織を別途に独立させ、独自の活動を行っている例も出てきている。なかでも鶴ヶ島第二小学校区や新狭山ハイツなどではNPO法人化して地域活動をボランティアではなくビジネスとして行う。

これを「ステージ3」とすると、まだ具体的な実現例は埼玉県内では見られないものの、独自の取組によって人口を増加させる「ステージ4」という目

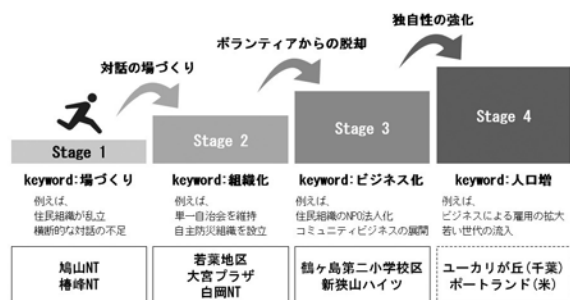


図11 ニュータウンの発達4段階

標も見えてくるが、多くのニュータウンでは、ステージ2の「組織化」からステージ3の「ビジネス化」への移行が大きな課題となっている（図11）。

そこで私たちは持続可能な郊外住環境を実現する主体の創出を目指しシンポジウムやセミナー、対話実験など、いくつかの方法で住民や関係者へ働きかけを行った。特に「ビジネス化」のプロセスを具体的に検証し、持続的に地域経営に関わる担い手の発掘を目指した。

「マルシェ」というプラットフォーム

鳩山ニュータウンがそもそも全体的な話し合いの場がない「ステージ1」の段階と考えた私たちは、2016年度の研究で「コミュニティカフェ・セミナー」と題するセミナーを開催し、担い手の発掘を行おうと講師を招いてワークショップを行った。

偶然にも鳩山町では前述のように地方創生加速化交付金を受け「鳩山町コミュニティ・マルシェ」の準備が進んでいた。2017年7月に実際に施設が稼働を開始し、私の主宰する設計事務所RFA（アール・エフ・エー）が指定管理者となって鳩山ニュータウンと関わるようになると、施設に内包する「移住推進センター」には移住先を探す若い世代から毎日のように問い合わせがあり、「クリエイターズマルシェ」「ナイトマルシェ」など独自のイベントを開催していると鋳金や彫刻など芸術やものづくりに関わる人材が制作場所と子育て環境の充実を目指して鳩山町周辺に多数集まっていることを知った。

そこで2017年度の研究では、コミュニティ・マルシェを舞台として課題のさらなる発見と解決を図るため、ヒアリングから出された「子供が放課後過ごせる居場所がない」という子育て世代の意見に着目し子供の居場所を創出する社会実験「はとやまこどもマルシェ」を実施した。町内のものづくりに関わる住民や企業・団体に店出を依頼、地域の大学生や高校生の協力も得て、こども向けのワークショップを中心に実施した。当日は約200人が来場した（図12）。

鳩山町のポテンシャルである「ものづくり」と地域課題である「子供の居場所創出」を組み合わせ、「こどもマルシェ」という新しい企画が生まれ、親世代や高齢者や大学生、高校生にも幅広く地域と関わる機会が生じ、出店者のなかから他の出店者と連携し新たな高齢者向けサービスを発案する例など積極的な交流が生まれた。ここでは「マルシェ」が単なるコンテンツというよりもプラットフォームとして機能しており、従来の社会教育施設とも福祉施設とも異なる柔らかな新しい公共施設の「型」が創出されていると言える。



図12 子供の居場所創出実験「こどもマルシェ」

住み開きで小さな拠点をつくる

以上のような公共施設の動きに連動した、ニュータウンの他の空間の動きをみてみよう。鳩山町コ

コミュニティ・マルシェのスタッフである菅沼朋香さんは、もともと愛知県で美術系の大学を卒業しデザイナーとしてデザイン会社に勤務していた。体調を崩して仕事を休み、大学院に入り直し現代美術の表現を学ぶなかで、日本の高度成長期を振り返り今後の日本を占う「人生再現ドラマ」を作品として発表する、というテーマにたどり着いた。大学院修了後の制作拠点を探すなかで高度成長期の成果であるとも言える鳩山ニュータウンに出会い移住を決意、現在は週に3日をマルシェのスタッフとして勤務し、残りの日を現代美術の作家として活動を行っている。

最新作は自宅の改修である。オーナーの了承を得て自宅リビングを「多様性の発露」をテーマとする「ニュー喫茶『幻』」として改修、現在は飲食店の営業許可の取得を目指して資金調達の準備を進めている（図13）。鳩山町には住宅の一部を店舗にしたり、塾や工房にしたりというように、人の集まる場に改修する動きが見られる。また自宅を飲み屋にしたいという男性や、趣味のためのサロンにしたいという女性も多い。菅沼さんの「ニュー喫茶『幻』」はそうした住宅の「住み開き」の動きを先取りしたものと言える。



図13 菅沼朋香「ニュー喫茶『幻』」

実際にやってみると、建築基準法への対応（第1種住居専用地域の専用住宅を50㎡未満の店舗等に改造し兼用住宅化する）のは問題がないが、食品衛

生法への対応では「専用区画」解釈が保健所ごとに異なることや住民協定への対応、周辺住民の理解が必要であることなど、課題のありかを具体的に知ることができた。

菅沼さんの移住と住み開きの実践にはニュータウンの新しいあり方のヒントが詰まっている。ニュータウンはベッドタウンというよりも環境に魅力を感じた人がそこで住み、働く「しごとの場所」であるということ、その前提には「閑静な住宅街」の維持よりもストックの柔軟な改変を許容すること、そしてそれらが可能になればニュータウンの豊富な環境で働いたり子育てしたいと思う若い世代は数多くいること、などである。

いまニュータウンの空間で起きていること

以上のようなニュータウンの新しい動きをまず空間の側面からまとめてみよう。従来ニュータウンのような計画市街地の空間は「施設」の層と「住宅」の層の2層で構成されていた。今ニュータウンの空間では、施設を柔らかく開いて生じる「マルシェ」の層と、住宅を柔らかく開いて生じる「住み開きの層」がそれぞれ生じ、相互に関連し合いながらニュータウンに新しい動きをもたらしている（図14）。

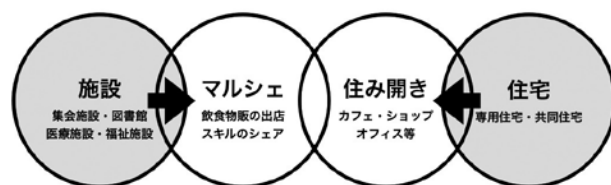


図14 ニュータウンの空間構成

「マルシェの層」は空き店舗等の再活用・公園等の利活用・小学校の空き教室等の利活用によって、公共施設として整備・民間企業が提供・住民有志が自ら開催などの例があり、若い世代にとっては小さな起業の場、高齢者にとっては居場所であり、対外的にはまちのイメージを発信する場となっている。

「住み開きの層」は主に住宅の1階のリビング等を小さく改修して外部に開いていく例が多く、第1種住居専用地域の専用住宅を50㎡未満の店舗等に改造し兼用住宅化するなどの例が見られるが、保健所の対応（「専用区画」の定義等）が必要なほか、協定等の改定など周辺住民の理解が重要となっている。

ニュータウンの組織で起きていること

他方でニュータウンの新しい動きを住民組織のあり方からみると、ニュータウンにはいくつかの組織の型があることに気づく。ひとつは「地縁型」とも言えるフォーマルな組織で、自治会や婦人会などで上の世代から伝わる地域の行事（餅つき・夏祭り等）を受け継ぐ。大きな組織を代々引き継ぎトップは75歳以上の男性、会長OBらが顧問というケースも多く、自らは高い志に支えられているが下の世代が引き継ぎたがらないのが共通した悩みとなっている。

強制的に参加させられる既存の地縁型組織に違和感を感じる団塊の世代を中心としたアクティブシニア層は、自発的なボランティア活動に高い意欲があり「緩やかな連帯型」を形成する。企業等で安定的に雇用されていた世代であり、NPO法人等を設立するなどして組織の体制は整えつつも、地域活動で稼ぐことには大きな抵抗感がある。

近年見られるさらに新しい動きとしては、共有ツールを駆使してネットワークを形成しマルシェなどで積極的に交流する「スモールビジネス型」である。団塊ジュニア世代（1971－74年生まれ）前後の子育て世代が中心であり、もともと非正規雇用が多かった世代でもあるため稼ぐことに意欲的だが持続性のないボランティア活動には強い抵抗感がある。近年のニュータウンでは従来の「地縁型」組織が硬直化し「緩やかな連帯型」が台頭目覚ましいが、地域の活性化に関しては独自のコンテンツを持っており発信力がある「スモールビジネス型」の活躍が

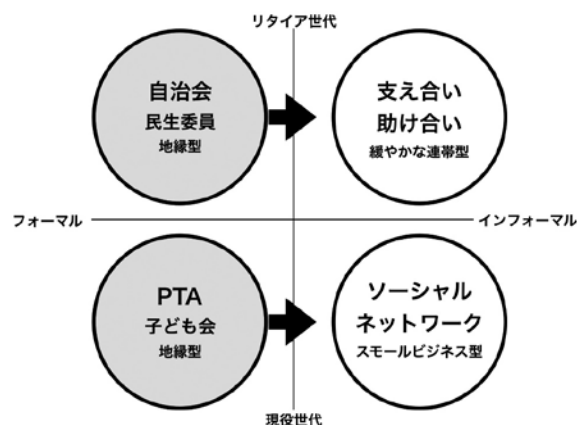


図15 ニュータウンのコミュニティ構成

鍵となるだろう（図15）。

50円か、500円か

各地での社会実験の開催に向けニュータウン住民の方々と意見交換を行っていくなかで、特にふたつの点が議論となった。ひとつめは主催者をめぐる議論である。例えばある企画で当初、自治会を主催とする企画案をご提案していたところ「野菜販売に反対する人がいる」「合意形成に時間がかかる」といった意見が出て開催が危ぶまれる事態となった。そこで「広域連合主催・自治会有志協力」という体裁に変更する提案を行ったところあっさり開催にこぎつけることができた。リスクを取るものの出来ない地縁型組織で実験を行う際のポイントとして広域連合や大学のような公的な機関が責任を取るという前提で話を進めるということがあるだろう。

もうひとつは、価格設定をめぐる議論である。「出店者の採算が合うようにコーヒー 300円、お菓子 200円ぐらいでも仕方ない、むしろ積極的に稼いで貰いたい」という考えで準備していたところ「高齢者には安く提供すべき。お茶は無料で50円のお菓子を添える」と主張する方がいた。

「50円」か「500円」か。10倍の価格差をめぐる2つの考えが対立した。最終的に議論は収束せず、価格設定は各出店者に委ね、2つの価値観が共存す

ることになった。こうした異なる価値観に配慮し、ひとつの空間にうまく共存させることもニュータウンの空間に介入する際に注意しなければならないポイントのひとつである。

もし埼玉で県民が誇りを抱くなら

当初はデータの調査やブレストなど机上の提案に留まっていたのに対し、だんだん具体的な対象地への介入が始まり、最終的には調査、世論形成、実験など対象地域に対して複数回介入を繰り返すことで社会実装に向けて具体的な試みを行うパターンが出来てきた。結果として鳩山ニュータウンと椿峰ニュータウンでは実際に起業しようとする人が現れた。

ニュータウンごとにそれぞれの空間的・人的資源を活かしたタウンマネジメントのかたちがあるが、内閣府による地方創生のコンセプトである「まち・ひと・しごと」でみると、「まち」の創生には公共施設の開放・再編や空き店舗再活用による「マルシェの層」に着目することが、「ひと」の創生には従来型住民組織のみならず現役世代によるインフォーマルな「スモールビジネス型」を起動することが、そして「しごと」創生には地域に根ざした小さなビジ

ネスの起業に着目することが共通した方法であった。それらはニュータウンの「まち」のストックを活かし、単なるベッドタウンから個性的な「ひと」の集まる「しごと」の空間へと転換していく、地方創生の方法論として見ることもできそうだ⁶。

以上の取組から、社会課題が蓄積する埼玉のなかで特に課題が蓄積するニュータウンはいわば「埼玉のなかの埼玉」であり、行政も県民もそこに「誇り」を抱くことは難しい。私はそこに3年間向かい合ってみて、希望というよりは絶望に近いものを感じている。だが同時にある種の覚悟のようなものも芽生え、一見手がかりがなさそうな埼玉の住宅地にも、小さくではあるが現実を動かす方法論のようなものを学ぶことができたとも感じている。もし「埼玉に対する県民の誇り」が抱かれるなら、厳しい現実から目をそらさず、正面から課題解決に取り組むことからのみそれは可能となるだろう。

謝辞：本研究に際して多くの方々にご協力いただきました。特に関係自治体、組織および住民、民間企業等の皆様、そして事務局である彩の国さいたま人づくり広域連合の皆様に感謝致します。

脚注

- 1 『平成27年度政策課題共同研究「埼玉県の空き家」の課題パターン抽出と その解決策の提言 研究報告書』、彩の国さいたま人づくり広域連合、2016
- 2 『平成28年度 政策課題共同研究「サステナブルタウンを目指して -超高齢社会の包括的タウンマネジメント-」研究報告書』、彩の国さいたま人づくり広域連合、2017
- 3 秋山弘子「長寿時代の科学と社会の構想」『科学』2010年1月号、岩波書店、2010、59-64頁
- 4 後藤 純・伊藤 夏樹・似内 遼一・堤 可奈子・小泉 秀樹・大方 潤一郎「超高齢社会のまちづくりのためにーコミュニティ戦略型計画を目指して」『都市計画』316号、日本都市計画学会、2015、58-65頁
- 5 園田真理子「『ごちゃまぜ』をめざして 地域で経済が循環するまちづくりの可能性：超少子高齢化、人口・世帯減少、ブレイク期における後退戦への臨み方」『都市計画』330号、日本都市計画学会、2018、34-39頁
- 6 『平成29年度 政策課題共同研究「持続可能な郊外住環境実現プロジェクト 空き家・高齢者・働き方から考える」研究報告書』として彩の国さいたま人づくり広域連合より2018年刊行予定

文化のまちづくりとシビックプライド ～金沢における2つの循環～

埼玉大学 人文社会科学部 准教授 うちだ なおみ 内田 奈芳美



1 文化のまちづくりとシビックプライドの好循環

私が石川県金沢市のまちづくりに関わりだして、7年近くが経ちます。きっかけは当時金沢の大学に赴任したことでした。「シビックプライド」という言葉の定義は本特集内の他の寄稿で示されると思いますが、金沢はこの言葉がピッタリだと思います。金沢に暮らすと、金沢のシビックプライドとしての市民のまちに対する「誇り」は加賀藩とそれを治めた前田家による城下町としての文化の蓄積に基づくものだと感じられます。これほど端々に藩政期の記憶と藩主に対する意識が現代にまで残っているところは見たことがありません。よく勘違いされることですが、金沢は「小京都」ではなく、武家文化の根付く都市です。もっとも、そういった誇り高き文化も開発が急激に進んだ戦後ある一定の時期には、それほど意識が向けられていなかったように思います。しかし、地域資源の再認識が進み、その後「文化のまちづくり」として、シビックプライドに基づいた地域づくりが蓄積されてきました。

金沢で地域の議論に参加してきた立場として、以下の2点を本稿の論点としたいと思います。

- (1) 「シビックプライドが文化のまちづくりを後押しすること」
- (2) 「文化のまちづくりを通してシビックプライドを醸成すること」

地域づくりには、この2つによる好循環を生み出すことが必要だと考えています。この2つは循環し合うものであり、どちらが先ということはありません。

地域資源の種類は金沢と埼玉ではもちろん異なりますが、こういった好循環を生み出すための要素や必要事項というのは共通していると思います。そういった共通した要素を考えつつ、金沢を1つの好循環事例として本稿で示していきたいと思います。

2 金沢のシビックプライド

まず背景として、金沢のシビックプライドがどのように形成されたのかということについてお話ししたいと思います。

先日、これまで一緒に地域のまちづくりについて議論してきた秋元雄史氏（東京藝術大学教授、前金沢21世紀美術館館長）が「おどろきの金沢」^(参考文献1)という本を出しました。その中で、このようなことを述べています。

「300年以上かけて蓄積してきた文化と精神性が、そう簡単に消えるものではないとうなずける。これが、金沢が今でも『城下町』たるゆえんなのだろう。だから『城下町金沢』はプライドが高い。」¹

少し状況を補足しますと、私も元々城下町の出身ですが、同じ城下町でも金沢は全く意識が異なります。例えば参考文献1でも同様なことが述べられていましたが、今でも金沢市民は「前田さん」と当時の藩主のことを呼び、話題にしますが、私の出身地で藩主の話をしている人はあまり見たことがありません。それくらい金沢では城下町文化に対する身近さが違うということです。

加賀藩は百万石の巨大な領地を持つ立場として、江戸時代には文化振興にお金をつぎこみ、江戸幕府に対して謀反を起こすことはないとのポーズをとり続けてきました。そのような背景もあって当時工芸

をはじめとした文化が華開き、その基盤が現在の金沢のプライドにもつながっています。加えて、戦災に遭わなかったことで藩政期の道路が多くはそのまま残り、町家も京都ほどの数ではありませんが、まちを歩けばあちこちに残存しているのが分かります。そういった、空間として藩政期を意識させられることも現在のまちへの誇りにつながっていったのです。そういう意味では、シビックプライドを醸成しやすい幸運なまちであったとも言えます。

3 金沢市による文化のまちづくり

ただし、幸運だけが金沢のまちを誇り高き空間としたのかというと、そうとは言えません。戦災も大きな自然災害も無かったことで様々な歴史的空間が残る金沢市でしたが、やはり戦後の高度成長期には、旧来型の住居である不便さや基盤整備などから次々と町家が放置されたり、壊されたりしていきました。一方で、中心部には高層のマンションが次々と建設されていきました。そのような中、金沢市がなにを施策として行ってきたかということは、自治体が文化のまちづくりを考える上でのヒントとなると思います。

最初に述べた「シビックプライドが文化のまちづくりを後押しすること」＋「文化のまちづくりを通してシビックプライドを醸成すること」という循環を後押ししたこととして、金沢では景観・コミュニティ・空間づくりという3つのポイントがあったと考えます。

(1) 誇りとしての多様な「景観」

金沢市ではいち早く景観保全のための条例（「伝統景観保全条例」1968年）を策定し、景観保全についての政策を進めてきた経緯があります。これまでに景観に関連した条例として、用水保全条例や夜間景観形成条例などを定め、先進的な景観関連施策を行ってきました。例えば用水保全条例の背景として、用水が高度成長期にはふたをされて暗渠となり、駐車場等に活用されていたということがありました。

条例によってそれらを撤去し、用水をオープンにしたことによって、一時期は途絶えていた美しい用水景観が蘇りました。今の金沢では、用水はひとつのシビックプライドとなり、中心部では用水沿いにおしゃれな新規店舗が並ぶようになりました。



まちなかの用水 （撮影：筆者）

そしてもう1つ金沢での特徴的な景観政策として、「こまちなみ」の保全というものがあります。これは、金沢を特徴付ける歴史的景観の保全のため、市内に現在4地区ある重要伝統的建造物群保存地区（以下伝建地区）の指定だけでなく、伝建地区ほど面的に歴史的建造物が残っていないながらも、重要な景観特性をもつ地区を条例で「こ（子・古）まちなみ保全地区」（＝小さな規模で残る、古いまちなみ）と定義して保全を行ってきたものです。

このような多方面にわたった景観に関する施策の徹底は、地域資源に対しての住民の誇りをさらに高めたといえるでしょう。

(2) 誇りとしてのコミュニティ

また、住民の地域への誇りを高めるコミュニティ面からの施策として、旧町名復活が行われました。これは、住居表示法以前にかつて使われていた地名を復活させ、歴史的な地名を地域に取り戻すものです。このような施策には大きく2つの意味があります。まず、歴史的な地名はその場所の特徴を示すものであり、それを取り戻すことが地域の誇りと愛着を高めることにつながるという点です。次に、旧町

名を復活させようとする住所の変更が伴いますから、全員合意が必要となりますので、コミュニティの結束を高めることにつながるという点です。この施策によって旧町名が復活した地域では、復活後は地域活動が盛んになるなど「まちの様相が変わっていく」²ことにつながったとのことでした。

（３）新たな誇りをつくる空間づくり

ここでの「空間づくり」とは、新たな空間をまちの中に埋め込んでいくということです。歴史的なまちなみの中に新たな空間を調和させ、新たな誇りをつくるというのは、非常にデリケートな計画が必要になります。このような空間づくりの例として、金沢で著名な現代建築としては、まちなかでは金沢21世紀美術館や鈴木大拙館があり、また、郊外では金沢海みらい図書館などのすぐれた公共施設のデザインがあります。また、低容積での再開発を行った「身の丈再開発」の事例としてしばしば参照される近江町市場の再開発もまちの中心部に位置し、新幹線開通後はより一層のにぎわいを見せています。

加えて、空間として地域資源の誇りを伝える手段としてリノベーションも数多く行われてきました。紡績工場をリノベーションした「金沢市民芸術村」（ダンスや音楽の練習、アートの制作・展示などの場所）、豪農の住宅をリノベーションした「金沢学生のまち市民交流館」（学生やNPOが活動拠点として使える場所）などがその事例です。こういった公共施設や公共の空間は必要な公共サービスを提供するだけでなく、新たな誇りや、既に存在する地域資源を地域のプライドをつくる空間として復活させる役割を果たしてきました。これらの空間づくりは、建築を見るために金沢を訪れるという人たちが生み出しました。このような誇りを高めるための空間づくりとしては次のような条件があると思います。

第一に、地域ならではの価値を持つ計画をつくるための仕掛けを行うことです。前金沢市長の山出氏は、近江町市場の再開発の際に「東京のコンサルタントの案を鵜呑みにしてはいけない」³と考え、近

江町市場再開発の計画のために組合と地元の学識経験者が参加する委員会を立ち上げて議論を行ったと述べています^{参考文献2}。地域を熟知した計画づくりのためのプロセスによって、どこにでもあるような計画ではなく、その地域ならではの価値をつくるのが可能になります。近江町市場では低容積での再開発を行い、歴史的な建造物を曳き家（建物をそのままの状況を保って動かすこと）することで保存を行いました。近江町市場は、再開発後も内部は古くからの都市骨格を残し、市場のにぎわいを保っています。

第二に、これまで気づかれていなかった地域資源を慎重に発掘するという事です。例えば「金沢学生のまち市民交流館」となった建物は、中心部で長年空き家のまま置かれていたものでした。再活用の計画を知るまでは、保存状態から言って、この建物はいずれ壊されるのではないかと考えていました。しかし、その建物が交流館としてリノベーションされたことで、内部に伝統を伝える貴重な細工が施されていることを初めて知ることができたのです。こういった伝統的な細工などは、新しく作れるものではありません。このような地域資源の発掘には、すでに地域にあるものについて価値を見極める眼が重要であり、それを判断し、活用できる専門家の存在が必要となります。



金沢学生のまち市民交流館（撮影：筆者）

第三に、住民参加や住民への空間開放など、自分たちの場所であるということを感じさせるプログラムの必要性があります。例えば「金沢市民芸術村」は24時間オープンし、市民による自主運営を行っていますし、「金沢21世紀美術館」は、夜遅い時間にも無料開放部分に入ることができます。自分たちの場所である、という場所への愛着はシビックプライドの形成につながるものです。もっとも、当初この「金沢21世紀美術館」は先述した秋元氏の著書にもあるように、金沢の文脈にない現代美術を扱う場所で会ったが故に「嫌われていた」⁴というのです。オープン後、無料開放部分の存在や子供たちへのプログラムなど、様々な住民との関係づくりがあったことによって、今のようにまちの誇りの拠点となったのです。

これらの条件と事例が示すように、シビックプライドとは古いものを活用するだけでなく、新たな価値を創り出していくなかで形成されるものでもあるでしょう。

4 民間セクターによる行動

一方で金沢では、市役所による施策だけでなく、民間セクターも好循環を後押しする上で大きな役割を果たしてきました。特に経済界の文化的活動が盛んであり、経済同友会による金沢の今後を議論する「金沢学会」や、金沢青年会議所等による浅野川周辺の町家を活用して工芸を展示し、回遊を促す「浅野川工芸回廊」などの活動があります。

中でも、私が一緒にまちづくり活動をしているのはNPO法人趣都金澤というところで、この団体はもともと金沢青年会議所のOBが活動を始めたものです。今では会員が200名を超え、東京にいる会員のための委員会ができるほど活動の範囲が広がっています。活動としての地域の誇りづくりは以下のようなかたちで行われています。

(1) まちの誇りについて問い、広める

まちの誇りについて問い、広めるための活動とし

て、半年をかけて市民と山出前市長がまちづくりの意義について議論し、私も参加して「金沢らしさとは何か」^(参考文献3)という書籍を出版した経緯があります。同著の中で、「金沢らしさ」とは、

「①ヒューマンスケールの親しさ」

「②緑と水のいやし」

「③ハイグレードのこだわり」

「④もてなしと思いやり」

の4点であるとししました⁵。

この時挙げられた「金沢らしさ」をみると、まちにとって「らしさ」を考えることは、まさにまちの誇りを考えることと同義であるようです。こういったことを書籍として出版するなど、まちの誇りについて問い、広めることを行ってきました。

また、現在は「まちひとサロン」と称して、「工芸建築」を考える議論の会や展示会を行っています。これは、金沢の誇りとしての工芸と、町家を含めた建築文化を合わせて考える、新しい文化を生み出すことを目的とした活動です。東京でも同テーマでシンポジウムを行うなど、民間の活動として金沢の誇りを広めようとしています。

(2) まちの誇りの「利活用実験」

また、まちに存在している歴史的資源の「利活用実験」を行ってきました。例えば金沢の都市の発祥の地と言われる「久保市乙剣宮」神社で、地域コミュニティを巻き込んだ市を毎年行っています。もともとこの神社の前で行われていた市場から金沢が始まったという歴史があり、誇りとしての歴史を再認識するべく、こういったことを始めたのです。その後も「金沢宮遊」と題して、地域内に位置する神社で大人が楽しめるお宮遊びを提供する試みを行いました。こういったことは、行政所有でない「公共」空間の利活用であり、かつてコミュニティの中心であった神社という地域資源の活用であると言えます。



都市の発祥地である神社の利活用実験

(撮影：筆者)

これらの「実験」を行う際には、その場所や利活用の内容に前述した「金沢らしさ」があるかどうか、またそういった基準で何を行うべきかという判断が常になされているように思います。

5 循環：埼玉でのまちづくりへの示唆

このような活動に携わりながら、金沢で5年暮らしたあと埼玉県に赴任してきました。その時感じたこととして、埼玉と金沢では「文化」という言葉を聞いたとき、市民が想像するものは異なるのではないかと思います。金沢は城下町文化の存在感の高さもあって、自分の生活の周りに文化の存在を意識しやすいですが、埼玉では、文化というと劇場や芸術といったハイカルチャーのような、どこか毎日の生活とは切り離された、特別な響きを持っているかもしれません。

ただ、地域に対する愛情や誇りは、埼玉の住民も同じだと思います。愛情や誇りを場所に対して持つということ自体が都市文化であると認識することが、シビックプライドとしての文化のまちづくりの入り口ではないでしょうか。もっとも、埼玉は人口が多く、通勤先の関係から地域で過ごす時間が少ない分、それを共有し議論する「場」が見つかりにくいということは感じています。誰とシビックプライドを共有すれば良いのか、それ自体が分からないのです。

シビックプライドは、議論し、共有することで初めて存在すると思いますので、人口が多い埼玉ではそれを実感しにくい状況であるかもしれません。

ただ、ここで言うシビックプライドを醸成する文化は、必ずしも古いものとは限りませんし、ハード面だけに限ったことでもありません。「金沢らしさ」で挙げた4項目も、日々の生活のあり方自体が文化であるということを示唆しています。したがって、「金沢だからできるのだ」ということではなく、埼玉においても文化のまちづくりを考え、共有することがシビックプライドの醸成との好循環を生み出していくと考えます。

以上のことを踏まえて、埼玉において「シビックプライドが文化のまちづくりを後押しすること」＋「文化のまちづくりを通してシビックプライドを醸成すること」という循環を後押しするための示唆として、次の2点を挙げたいと思います。

第一に「自分たちの文化とはなにか」を考える行為自体が必要であるということです。「何もない」というのではなく、それぞれが感じている地域の誇りがあるはずです。地域の誇りを共有し、議論の俎上に載せてみる必要があると考えます。「らしさ」を考えることは、一見遠回りのような、もしくは空中戦の議論のように見えるかもしれませんが、こういった議論を行うことを通じて、筋の通ったまちづくりの判断指針が形成できます。

第二に、住民による意識の共有が進んだ後には、それを実践するための「実験」をやってみることが必要だと考えます。かといって何でもイベントをやるという意味ではなく、シビックプライドを共有するという原則を持った上で、なにをどこで行うべきかという判断をしていく必要があります。こういったとき、前述したように「らしさ」の議論があれば、一つ一つのイベントにもどういった意味があるのかということ価値判断できます。

これらのことは、文化自体のあり方が異なっていたとしても共通する法則だと考えます。埼玉の場合

「地域」と呼べるものが、人口数や市町村数の多さからいって、非常に細分化されることかと思いますが、それは逆に言えば自分の生活圏を地域の範囲として意識しやすくなるということであり、隣接地域

が競り合いながら都市文化として華開きやすくなるということでもあると思います。そういった利点を活かして、文化のまちづくりを支えるシビックプライドが議論されることを期待します。

脚注

- 1 参考文献1 p103より引用
- 2 参考文献2 p.219より引用
- 3 参考文献2 p. 176より引用
- 4 参考文献1 第一章タイトルより引用
- 5 参考文献3 pp. 187-190より引用

参考文献

- 1 秋元雄史『「おどろきの金沢」』、講談社、2017年
- 2 山出保『金沢の気骨』、北國新聞社、2013年
- 3 山出保、まちひと会議編『金沢らしさとは何か』北國新聞社 2015年
- 4 金沢市「金沢の景観」<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/29020/keikan/index.html>
- 5 金沢市「旧町名の復活」<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/22050/kyuchomei/index.html>
- 6 金沢創造都市会議・金澤学会 <http://www.kanazawa-round.jp>
- 7 NPO法人趣都金澤 <http://syuto.or.jp>

寄稿者 PROFILE

内田 奈芳美（うちだ なおみ）

埼玉大学人文社会科学部研究科 准教授

アーバンデザインセンター大宮 副センター長

経 歴：2004年ワシントン大学修士課程修了、2006年早稲田大学大学院博士課程修了。

博士（工学）。専門は、都市計画・まちづくり。金沢工業大学環境・建築学部講師などを経て、現職。

主な著書：『まちづくり教書』・『まちづくり図解』（共著、鹿島出版会 2017）、『自分にあわせてまちを変えてみる力〜韓国・台湾のまちづくり』（共著、萌文社 2016）、『都市はなぜ魂を失ったか〜ジェイコブス後のニューヨーク論』（共訳、講談社 2013）、『まちづくり市民事業』（共著、学芸出版社 2011）

シビックプライドを育むパブリックスペース ～愛着を育むプレイスメイキングとタクティカル・アーバニズム～

東京大学 先端科学技術研究センター 助教
ソトノバ 編集長

いずみやま るい
泉山 壘威

1 パブリックスペースのトレンド

2010年代に入り、日本では、パブリックスペース利活用が注目されている。国による法制度改正や規制緩和なども盛んに行われ、各地域がパブリックスペースを利活用しやすい(自治体が許可しやすい)状況や環境が整いつつある。2000年代の小泉政権以降の「官民連携まちづくり」によって、民間主導、地域主導の都市・地域再生へとシフトし、2010年代に入り、政権交代なども相まって、規制緩和が促進されている。2011年の道路法改正による「道路占用許可の特例」、河川法改正による「河川敷地の許可準則」、2014年には、国家戦略特別区域法（国家戦略特区）、2016年には、都市公園法改正による「都市公園占用許可の特例」、そのほか、都市再生特別措置法の改正で「都市再生推進法人」など、特例制度の活用やエリアマネジメントへの支援制度も拡充されている。

これらの多くは、公物管理者である自治体の占用許可基準の緩和を「特例として認定する」ことで実現できている。この特例の認定を得るために必要となってきたプロセスとして、「社会実験」がある。「社会実験」は、古くは、1969年の旭川市・買物公園歩行者天国のものから各地で行われ、1999年からは国土交通省道路局が補助制度により、各地の社会実験を支援している。ICTや交通などのものも含まれるが、この補助制度の活用以外にも、2010年代に入り各地で社会実験が行われ、近年は民間主導やエリアマネジメント組織などが行う「利活用実験」も行われている。こういった実験的なアプローチから、実現したい将来像の共有や、特例認定を受けた際の日常的な運営のシミュレーション、運営実績の獲得、新たな担い手確保、市民へのエンゲージメン



ト（関わり・関心を探る）などを積み重ね、次の段階や将来的な展開につなげている。

2 愛着を育むパブリックスペース

シビックプライドが地域への愛着だけではなく、「自分自身が関わって地域を良くしていこうとする、ある種の当事者意識に基づく自負心」¹だとすれば、専門家でもない普通の市民がシビックプライドを保つには一定のステップが必要であると考えられる。そのステップをパブリックスペースの役割にも触れながら紹介していきたい。

パブリックスペースでシビックプライドを育むには、まず地域や場所に愛着を持ってもらう必要がある。その上で、①パブリックスペースを使いこなす、②パブリックスペースに参加する、③プログラムに参加する、④パブリックスペースを自らつくる、⑤管理して育てる、⑥愛着のムーブメントを広める、という6つのステップがあるのではないかと考えた。

2-1 パブリックスペースを使いこなす

パブリックスペースは、量的なストックが整ってきたことで「当たり前にあるもの」となっていることや、管理を行政が税金で担ってきたため、市民は

任せきりにしてきたことから、どこか関心もなくなり、他人ゴトになってきている。そこで、「パブリック＝行政」ではなく、「再定義された公共」と捉える必要がある。再定義された公共を纏ったパブリックスペースに、まず利用する、使ってみるところから、市民のシビックプライドへの物語は始まる。椅子や遊具があったら、使ってみるといところからだ。もし、椅子が動かせたら、自分の居心地の良いポジションを発見し、自ら場を使いこなしていく。固定的なベンチであっても、自分のお気に入りの場所を見つけてみよう。そこには花が見えたり、樹木が風にそよいだり、子供がいつも遊んでいたりと、自分の好きな風景を見つけられるはずだ。こういった人々の場の使いこなしが、サードプレイスを育み、人が集まる場が生まれる。



可動椅子と天然芝が特徴的なブライアントパーク²

2-2 パブリックスペースに参加する

お気に入りのパブリックスペースを見つけたら、その人にとってその場所は、なくてはならない存在が都市生活の一部になっているだろう。しかし、パブリックスペースは誰かがつくっているのではなく、自分が払った税金をもとに行政が代行して管理をしている。そのやり方も現代では財政逼迫で限界にきている。お金がないことだけが理由で自分のお気に入りの場所がなくなることは、残念である。

例えば、有名な話として、米国・ニューヨーク市のブライアントパークは、可動椅子を個人寄付で募っている。可動椅子はいつでも動かせ、手軽に移動もできるので、自分のお気に入りの場所や向きに変えたり、利用人数によって椅子を集めたりもでき

る。そのぶん劣化も激しいため、管理側としてはコスト削減の視点になってしまったらアウトだ。個人寄付によって設置した椅子には、寄付者の名前入りのプレートが貼っている。これによって「私の椅子」ができ、誰もが使っても良いが、お気に入りの愛着を持った椅子が生まれる仕組みが素晴らしい。



個人寄付で可動椅子が賄われている。寄付者のプレートも椅子に貼られ、愛着を持つ仕組みがある²

2-3 プログラムに参加する

パブリックスペースへの参加の方法は、他にもある。プレイスメイキング³を行っているパブリックスペースでは、プログラムがいくつか行われている場合がある。例えば、ブライアントパークではヨガや本の読み聞かせ企画がある。その中で人気講師も利用者から生まれている。リピーターも多く、企画プログラムを楽しみに来る利用者も多いだろう。



読み聞かせプログラムなど市民が講師になるプログラムも多彩。参加の機会を増やしている³

2-4 パブリックスペースを自らつくる

これまでの話は、今あるパブリックスペースに対する参加方法だった。しかし、時にはパブリックスペースをつくるタイミングが来る。



プロトタイピング・ワークショップで自らのイメージを具現化し議論をする。PUBLIC MEETING (2015年5月)の様子⁴

まずは自分の身の周りのパブリックスペースの再生の動きがあったら、積極的に参加しよう。参加の機会は様々であるが、場所の構想を考えるときのワークショップは、市民や利用者の声を欲しがっている場合が多い。積極的に自分が使うとしたらどういう場所になってほしいか、みんなと議論をしよう。日本の多くの場合は、残念ながらこれくらいの機会しかないかもしれない。アメリカのプレイランド (Playland at 43rd Avenue, サンフランシスコ市) の事例が参考になる。

住宅地の中にある元小学校の敷地は、「行政的な施設と駐車場になっており、地域のための施設になっていない」と地域団体が市に要望したことから、地域のための場所になるために、地域住民を集めたワークショップを数回行うことから始まる。その中で、本気でこの場所を変えたいという人だけ集めて、再度、プロトタイピング・ワークショップを行った。これは、通常のワークショップが議論やポストイット等での整理のみであるのに対し、粘土やブロックなど様々な素材を用意し、自分の欲しい施設や遊具

などを具現化したものを自ら手を動かして作り出し、議論をするというものだ。もちろん、そこまで展開が進むとワークショップだけでは終わらない。実際に設計案が決まると、ワークショップに参加した住民たちがみんなで、DIYで場所の建設の一部に関わる。ガーデニングエリアやスケートボードパーク、遊び場をペイントするなど、なるべく自分たちでできるものは自分たちで実施するようにする。そうすると、自ずと自分たちが作った場所になるので、普段からも使いたくなるし、人に自慢し、勧めたくなる場所になる。日本では公園を作る際に芝生を植える作業を子供たちと行う事例も増えてきた。子供に遊んで欲しい場所を作りたければ、その当事者の子供がその場所に関わらないと本当に使われる、愛着のある場所は生まれないだろう。



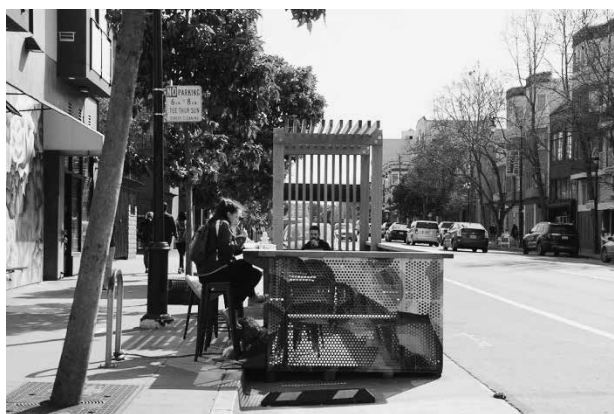
DIY・セルフビルドで自ら場をつくる。COMMUNITY WORK DAY (2016年3月)の様子⁴



COMMUNITY WORK DAY (2016年3月)の様子⁴

2-5 管理して育てる

自分の場所だと思えるパブリックスペースを見つけれられたなら、その場所が継続的にその場所であるために、管理や運営をして育てていく必要がある。例えば、パークレット（Parklet）は、アメリカ・サンフランシスコ市発祥の駐車スペースを人のための空間へと転換するプログラムであるが、これは市への許認可申請の際に沿道のお店や市民が申請し、自ら設置し、管理をする仕組みとなっている。サンフランシスコ市には、現在59基のパークレットがあるとされているが、その多くは飲食店が設置している。飲食店オーナーは、自分のお店の前に座席などを備えたウッドデッキスペースを設置している。安全基準や考え方などのルールはパークレット・マニュアルに掲載されており、その基準を満た



Parklet @Valencia St, San Francisco,CA, Photo by 泉山壘威



Parklet @ 432 Columbus Parklet (Hosted by Cafe Greco)San Francisco,CA⁵

した案だけ承認されている。お店のオーナーは、パークレットではビジネスやサーブをできないと知りつつも、自分のお店の前のパークレットの清掃や植栽の管理などを行い、愛着を持って育てている。大事な点は、①自ら申請し、設置の許認可を受けていること（主体性）、②自ら投資をし、建設していること（自己投資）、③自ら管理をし（自己管理）、④自分のお店の前に設置していること（誇り）だと考える。これは、パークレットに限らず、他のパブリックスペースでも言えることではないだろうか。自ら作っているから、自ら管理できるのだと思う。もちろん、規模が大きくなることや、様々な事情で全てが自分でできるとは限らないが、いかに主体性と自己投資をしているかが大事ではないだろうか。これは民間でも行政でも同じことである。

2-6 愛着のムーブメントを広める

全てのパブリックスペースが自分の場所のように管理できるわけではない。むしろ、レアケースかもしれない。愛着を育むためのツールとして、グッズがある。例えば、米国・ニューヨークのハイライン（The High Line）は好例で、私もいくつかハイラインのグッズは持っているが、デザインされたファッションアイテムやアクセサリ、ステーションナリー、キッズアイテム、そして、植物・プラント系のグッズなどがある。オンラインショップでも購入でき、日本にいても購入可能である。ポイントとしては、高架鉄道の廃線により生まれた緑道空間の管理をするフレンズオブハイライン（Friends of High Line）という住民主体のNPOが、スタッフ及びボランティアの緑道管理やファンづくりに、デザインされたユニフォームとグッズを使用している。パブリックスペースに愛着のある人は、グッズを購入し、身につけ、ハイラインに出かける。グッズを持つことや身につけていることで、誇りに思っている。それを訪れたたくさんの観光客や市民は、グッズを身につけた人々を見て、グッズを購入したり、あるいは寄付会員になったり、またはボランティア

に参加するという展開が起こりうる。ハイレインは、ニューヨーク市からも予算が出てはいるが、フレンズオブハイレインの維持管理の負担も大きい。全てを賄うのにスタッフを雇い維持管理を行うことも厳しいため、ハイレインを支える人が必要なのだ。そして、支える人を増やしていくためにも、ハイレインに対する市民の愛着を育てていかなければならない。そのためには、まずは市民や観光客などからファンを増やし、グッズの購入者やハイレインに関わりたいボランティアや寄付会員を増やす。それらグッズ収入や寄付はハイレインの活動や維持管理につながっていく。

3 愛着あるパブリックスペースのつくり方

これまでは、利用者がパブリックスペースに対して愛着を持つことや参加する視点を示した。それで



The High Line⁶



High Lineのボランティア清掃⁶

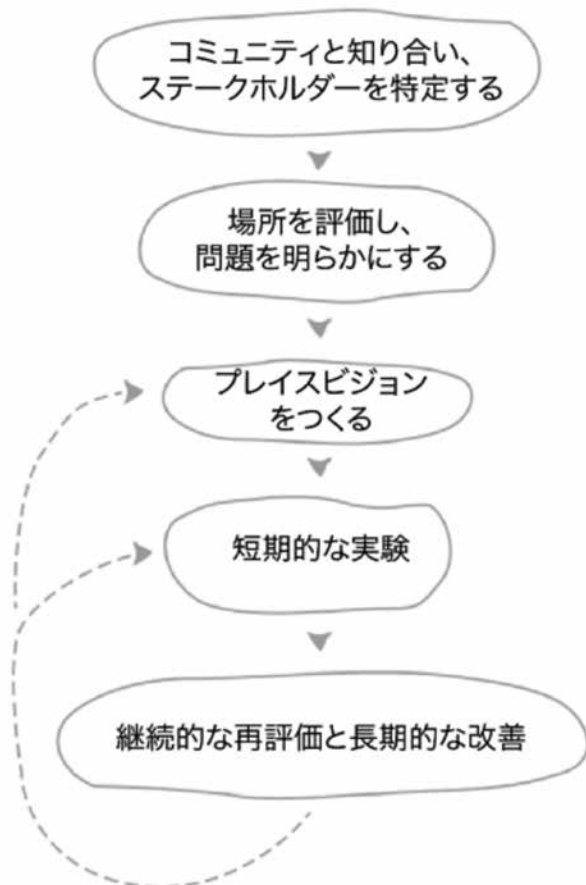


High Line goods⁶

は、そのような愛着のあるパブリックスペースのつくり方を紹介しよう。

3-1 コミュニティ主導のプレイスメイキング

1992年に前述のブライアントパークの再生を図った、PPS (Project for Public Spaces) は、これまでジェイン・ジェイコブスなどが概念として提唱していたプレイスメイキング (Placemaking) を実践において手法化したことで有名である。プレイスメイキングは、パブリックスペースのいくつかのアプローチのうち、コミュニティ主導で愛着を育むアプローチとして有効である。**①**コミュニティと知り合い、ステークホルダーを特定する、**②**場所を評価し、問題を明らかにする、**③**プレイスビジョンをつくる、**④**短期的な実験、**⑤**継続的な再評価と長期的な改善、という5つのステップを提唱している⁷。住民や地域コミュニティ、ステークホルダーなどがしっかりしていて、彼らがそのパブリックスペースを大事にしている場合にはプレイスメイキングが有効だろう。その場合のステークホルダーは、そのパブリックスペースに興味があるか、また自らの資金や能力を提供するつもりがあるか、既に（または将来的に）パブリックスペースを運営するマネジメント組織があるかがポイントになるだろう。



プレイスを作るための5つのステップ⁷

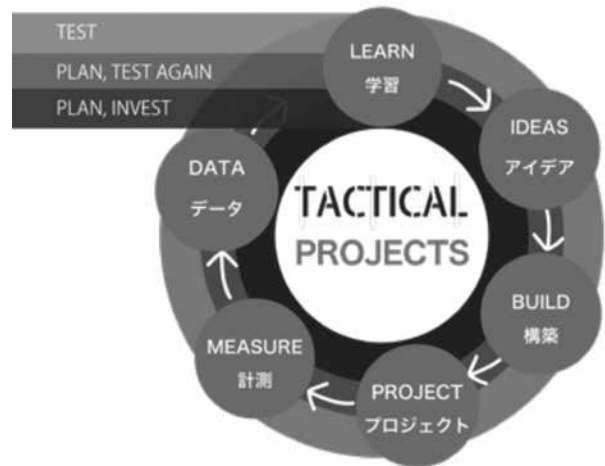
3-2 愛着を生むタクティカル・アーバニズム

全てのケースで、ステークホルダーがしっかりしているケースばかりでもない。その場合は、アクションから始める、タクティカル・アーバニズム (Tactical Urbanism) が有効である。タクティカル・アーバニズムは、2011年にMike Lydon (Street Plans Collaborative) が米国で提唱した。戦術的アーバニズムと訳し、戦術的に都市変化を志向することである。

コミュニティの合意形成がうまくいかないことや、行政の進捗が遅い時、予算がすぐにはない時に、ビジョンやプランづくりから始められない場合もある。その場合は、このプロジェクトがどのような方向性に向かうかが予測不可能な場合が多いため、利活用実験などのアクションから始めて、次の計画や合意形成、ハード整備につなげていくアプローチが適している。米国シリコンバレー発のスタートアップや

起業家のためのリーンスタートアップサイクルも採用され、「アイデアを構築し、プロジェクトを計測し、データから学習する」という一連のサイクルを小さく回しながら進めることを推奨している。次の段階には、実験なども期間を伸ばし、規模を大きくするなど新たなチャレンジを段階的に成長させていく。

タクティカル・アーバニズムは、民間主導に適している。自らパブリックスペースを変えていきたいと思う民間や市民がいる場合、まずは小さなところからアクションを重ねていき、行政との信頼関係を重ねて、ハード整備などにつなげていく。自らプロジェクトを始めることで、自らお金を負担し、運営しようという強固な愛着が生まれるだろう。



BUILD-MEASURE-LEARNサイクル

脚注

- 1 伊藤香織『シビックプライドが地域の価値を再定義する』,worksight, 2016年10月3日(<https://www.worksight.jp/issues/831.html>) 2017年9月1日閲覧
- 2 Bryant Park, Photo by Bryant Park Corporation
- 3 プレイスメイキング (Placemaking) は、言葉としては1960年代にジェイン・ジェイコブスやウィリアム・ホワイトラが議論したが、1975年から米国NPO・PPS (Project for Public Spaces) が徐々に包括的なplacemakingのアプローチを開発し、1992年のブライアントパークの再生で、開発した手法を実践した。ステークホルダーを集め、課題共有やプレイスビジョンを作り、LQC (手軽に、素早く、安価に) の実験をし、Place (意味性のある場所) のあるスポットを、公園を中心に展開している。街の中のある10の目的 (Power of 10) を抽出し、Place のあるスポットを点在させる概念・手法である。
- 4 Playland at 43rd Avenue, Photo by Flickr:San Francisco Planning Department
- 5 Photo by Flickr San Francisco Planning Department
- 6 High Line, Photo by Flickr Friends of the High Line
- 7 「Project for Public Spacesが提唱するプレイスメイキングの5つのステップ」、水野久仁香 (執筆・翻訳) ソトノバ (http://sotonoba.place/20180207placemaking_5steps)
原文: “5 STEPS TO MAKING PLACES” Project for Public Spaces, 2018年1月11日
(<https://www.pps.org/article/5-steps-to-making-places>)

寄稿者 PROFILE

泉山 壘威 (いずみやま るい)

東京大学先端科学技術研究センター 助教／ソトノバ 編集長

博士 (工学) ／認定准都市プランナー／アーバンデザインセンター大宮 | UDCO ディレクター／全国エリアマネジメントネットワーク事務局／認定NPO法人日本都市計画家協会理事／NPO法人まちづくりデザインサポート事務局

経 歴：1984年札幌市生まれ／明治大学大学院理工学研究科建築学専攻博士後期課程修了。エリアマネジメントやパブリックスペース利活用及び規制緩和制度、社会実験やアクティビティ調査、タクティカル・アーバニズムの研究及び実践に関わる。

主な受賞に、「黒石市こみせ再生提案競技・保存修理部門—現存する「こみせ」による歴史的町並みのストリートマネジメント— 優秀賞」がある。

著 書：「市民が関わるパブリックスペースデザイン-姫路市における市民・行政・専門家の創造的連携-」 (共著、エクスナレッジ、2015年)

シビックプライドと共に10年 ～仲間との終わらない旅は珠玉の時間の共有～

特定非営利活動法人 今治シビックプライドセンター 代表理事

ともだ やすたか
友田 康貴

1 今治シビックプライドセンター 誕生の背景

シビックプライドという言葉に冠している団体ながら、「シビックプライドとはこういうことです!」と明確に答えることができません。シビックプライドは『都市に対する誇りや愛着』『特定の場所をよい場所にするために自分自身が何らかの形で関わっていくという、ある種の当事者意識』と定義されています。

特定非営利活動法人今治シビックプライドセンター(以下ICPC)は今治港を再生する「みなと再生プロジェクト」と共に活動をし、より良いみなととしていくためにこれからも関わっていきます。シビックプライドと出会い10年、自分たちの言葉にできるシビックプライドの輪郭が見えてきたのは最近のことです。その言葉とは「後世にどのような港・街を残していくのかを前提として考え行動する」です。ここに至るまでの10年の活動は試行錯誤の連続でした。

シビックプライドという言葉と出会ったのは、平成19年に開催された、みなと再生委員会です。みなと再生委員会は、今治港を再生させるため、市民が新しいみなとのコンセプトやあり方を白紙の状態から話し合う委員会でした。今治市は海に開け、海から発展してきた町で、港が歴史や文化を紡ぎだしてきたという成り立ちから、港がかつてのような活気を取り戻すことは、港のみならず隣接する中心市街地の再生を図る上でも重要でした。一年の間に9回にわたり話し合われた委員会では、『「交通」の港



「みなと交流センター(愛称:はーばりー)」と筆者

から「交流」のみなとへ』というコンセプトを導きだし、市民や来訪者が憩い集う市民広場の実現と併せ、「海事都市今治」の海の玄関口に相応しいアメニティの向上を柱とした【みなと再生構想～今治シビックプライドセンターから始まる交流のみなとづくり～】の市民提言を平成20年2月に行いました。

このみなと再生委員会の終盤に、「ハード整備だけではどうにもならないのでは」という閉塞感が委員の間に漂った時期がありました。その時何か打開策はないかと委員の意見を集約して生まれた発想がICPCという組織をつくり、ソフト事業を市民主導で推進しようというものでした。当時私たちはワクワクしました。何にワクワクしたのかというと、みなと再生を役所任せにせず、市民がきちんと関わってほしいとしたこと、そして従来の手法では先が拓けない課題を解決するために、これまでにない発想や手法を導入しようとしたことでした。

この市民提言の翌年に、みなと再生事業基本計画策定業務委託のプロポーザルにより、A・N・K共

同企業体¹が選定され、今治港の再生事業が動き出しました。

この事業は、港再開発のランドスケープデザインを建築主導で進めるという今治市にとっては非常に珍しいケースであったため、「みなと交流センター（愛称：はーばりー）」が竣工するまでに約8年の歳月を要しました。平成32年に仮の完成を目標として、現在もみなと再生エリア整備事業は続いています。みなと再生事業はリーマンショック等社会情勢の変化による市の方針転換や経済界からの提言等により、大幅な変更を迫られる局面がありましたが、一貫して揺るがない「事業の軸」が存在しました。

一つは市民提言における、市民活動組織 I C P C の継続であり、もう一つは A・N・K 共同企業体のプロポーザル提案における「海のコンコース」の整備でした。



みなと再生事業透視図

海のコンコースは、みなと再生事業エリアを南北に縦貫する形状から、コンコースに付帯する施設・緑地の関連性を保ち、多様なイベントの同時開催が可能です。コンコースでの賑わいが中心市街地に波及することも期待され、船や海のイベントを開催することで、来訪者や市民が交流し、「海とまちをつなぐ」親水空間を目指しました。

この実現のため市民・行政・企業が協働し、持続的にまちづくりに取り組める仕組みが不可欠であり、港はもちろんのこと、中心市街地や島嶼部も含め新

しくなる今治港を起点としたまちづくりや賑わいづくりを推進する I C P C に期待が寄せられました。

プロポーザル公開審査会において I C P C のメンバーがコンコースの位置付けを知った時、「そんなものを造ってどうするのか?」「誰が利用するのか?」というのが率直な感想でした。しかし施設整備前から、港を含めた中心市街地エリアで様々なイベント等の企画運営を継続してきた結果、当初の疑問は、「コンコースという市民広場が完成することにより、どのような風景がみなとに新たに生まれるか、また創っていかないといけないのか」という、期待に満ちた想いに変わっていきました。

この変化こそがシビックプライドの醸成であると考えます。私たちの起点は今治港です。新しくなるみなとをどのような舞台にすれば賑わいが生まれるのか常に考えてきました。コンコースにおいては「日常は市民利用が当たり前の風景として溶け込み、イベント時にはとっておきの“ハレ”の場になる所」と決めました。

私たちの活動はコンコースだけにとどまらず、公園・海・島嶼部にも出かけイベントを開催することで、その過程で生まれる課題を整理し、賑わいのイメージを具体化してきました。“公共空間”を使うことに不慣れであった私たちは、施設整備以前から活動することで、「多様な使用を促すこと」を目的として社会実験を行ってきました。I C P C のこれまでの活動は賑わいづくりのトライ＆エラーの連続です。その中で課題収集・課題解決能力が向上し、ノウハウを蓄積してきました。

2 「新しいみなと賑わい創出計画」

I C P C の活動を進めていく中では、みなと再生委員会で議論した方向性をソフト、ハードの両面から変更しなくてはならない時がありました。

I C P C は平成21年に行政主導の協議会として設立されました。事前承認制や公平性という部分で市では行いにくいことを、市に代わって、市と協働

して行っていく組織を目指しました。新しい発想や従来の手法にとらわれない方法を取り入れようとした結果「地に足がついていない」という議論も内部から生まれました。今振り返ると至極当然なのですが、みなと再生事業の推進のため行政主導で作った組織に、新しい発想の理解の輪を広げていこうという覚悟がないのは当たり前で、メンバー間の議論はなかなか深まっていきませんでした。

また、A・N・K共同企業体のプロポーザル提案には七年都市「海の市民の拠点づくり」というICPCとの連携プロジェクトも盛り込まれていました。平成21年から平成27年の完成までに行うコト（仕組み・仕掛け）や目標として、「プレゼンテーションシッ：世界の海事関係者へみなと再生プロジェクトを広報する手法」、「パブリックコンストラクシオン：市民を巻き込んだ建築の手法」などが提案されており、これらはICPCの活動の指針となり得るものでした。しかし、経済状況の悪化による事業規模縮小などにより、七年都市の考えは宙に浮いてしまい、またメンバー間の議論が深まらないことによるメンバーの脱退もあり、ICPCは進むべき方向を見失いつつありました。

みなと再生事業が停滞している時期に、原広司＋アトリエ・ファイ建築研究所の原広司氏から「遠くに石を投げる」という言葉を教えていただきました。目の前の事象に一喜一憂するのではなく、他者に左右されない自分たちの指針、新しいみなとに賑わいを創造するにはどうすればいいか、自分たちの計画を創ることを考え始めました。そしてこの指止まれの手法による仲間集めから、参加してくれた皆さんと一緒に成長できる方法「一人の百歩より、百人の一步」への転換を模索しました。

行政主導でなく市民主体のみなと再生を目指し、studio-Lのコミュニティデザイナー山崎亮さんに、計画づくりの協力を依頼しました。山崎さんは、有馬富士公園（兵庫県）におけるキャスト²役の地元NPOがさまざまなプログラムを展開することで賑

わいをもたらす仕掛けや、マルヤガーデンズ（鹿児島県）という各フロアに「ガーデン」と呼ばれるオープンスペースを持つ商業施設におけるコミュニティづくりの支援など、全国各地で賑わいづくりのプロジェクトに取り組まれています。このコミュニティ活動をデザインし形にしていく手法を取り入れ、交流のみなと実現のため、平成23年に1年をかけ【新しいみなと賑わい創出計画】を創りました。

「パブリックのために市民に何ができるのか。住む人たちが立ち上がって、自分たちの私益だけでなく公益のために行動を起こさないと、豊かな風景はできあがらない」という山崎さんの考えは当時の私たちの心にずっと入ってきました。

『「交通」の港から「交流」のみなとへ』のコンセプトを基本に、楽しい場所を実現するため、地域の方々に集まっていただき、9回にわたる「新しいみなとの使いこなし」を考えるワークショップを実施しました。港のフィールドワークや周辺団体のヒアリングなども実施し、新しいみなとの活用を考える上で、まず今治の魅力と課題を整理し、将来像を共有、その上で賑わいを創るために必要なコンテンツを考えました。出てきたコンテンツを「交流」、「遊び」、「学び」、「食・売」の4つの視点に絞り込み、活動の具体化を図り、「実現性」「協力者」という指標のもと整理しました。話し合いの中で重きを置いたことは、実現性です。荒唐無稽な案を考えるのではなく、実現可能人数を1人・10人・100人・1,000人と分けて整理することで、まず自分たちができることを考えました。また実現不可能なものでも、どのような協力者がいれば実現可能なのかも考えました。それらを取りまとめたのが「24の賑わい創出コンテンツ」です。この24のコンテンツを含めたものを【新しいみなと賑わい創出計画】としてとりまとめ、賛同してくれる仲間を増やすツールとして利用してきました。この提案書を創ることで私たちは新しいみなとの賑わいづくりのイメージを市民主体で定めることができました。



新しいみなと賑わい創出計画

新しくなるみなとは、人と人・人とコト（仕組み・仕掛け）が繋がる場所と考えました。繋がりが成長することにより、「地域にとってなくてはならない場所」となっていくます。そして新しいみなとで活動することにより、「私」の成長（喜び）が得られ、その喜びが「あなた・他者」に伝わることで社会は成熟していきます。

新しい指針が必要となった局面で、コミュニティデザインという新しい発想を取り入れ、より具体的な提案を創る過程は私たちにとって尊い時間となりました。6年たった今でもこの【新しいみなと賑わい創出計画】を行動の指針として活用しています。計画の進捗状況を、たまにですがメンバーと共有しています。いつでも立ち戻れるお仕着せでない自分たちの指針があることにより、新しいみなとをより良い場所にしていく覚悟が、いつのまにかICPCメンバー間に芽生えていきました。

3 シビックプライドの芽

平成28年7月に中核施設、みなと交流センター（愛称：はーばりー）がオープンしました。現在も工事は継続中ですが、ICPCの役割として、市民の方々に「みなと再生プロジェクトを知ってもらう」という大きな目標がありました。解体前の港湾ビルの一画に「みなと再生プロジェクト情報センター」を構え、知ってもらうスペースを運営しました。



みなと再生プロジェクト情報センター

また、みなと交流センターの愛称募集事業を行政と協働して行い、「はーばりー」という愛称を決定しました。愛称発表会では市民を対象とした内覧会、そして共用前の駐車場にてマルシェも開催しました。これまで、行政と市民の間に立ち、いかにして新しくなるみなとに興味・期待感を持ってもらうか考え、行政が得意な情報の発信・共有を市民目線で行ってきました。現在も工事が進んでいる中、みなと周辺の風景は明らかに変わってきています。ベンチに座る人、歩いている人、自転車で訪れる人が増え、整備前から活動が続けてきた私たちにとっては嬉しい変化です。市民や来訪者が、より豊かさを感じられる空間へどのように変えていったらいいのか、誰と繋がり、誰と連携したら、より良い空間に変わっていくか、知ってもらうフェーズから仲間獲得のフェーズへと移行していっています。

新しいみなと、そして港とつながる商店街には、郷愁や郷土愛など、港に対する想いという種を持っている人はたくさんいます。その種を新しいみなとに蒔き、芽を育て、根を張り、色とりどりの花や木を咲かせることが賑わいづくりだと考えました。花や木が育ちやすい環境づくりがICPCの役割で、そこに育つ花や木であるソフト事業が幾重にも重なることが、市民そして来訪者が憩い集う心地よい公共空間の実現です。現在はいくつかの芽が新しいみなとそしてその周辺に育ち始めています。

みなと再生事業が始まる以前から、港にある広場でスケートボードの練習をしているグループがありました。彼らとの出会いは7年前に遡り、きっかけは「港でスケートボードの大会を開きたいがどうすればいいか」というものでした。現在は任意の団体ながら「今治スケートボード協会」を立ち上げ、協会の代表を務める廣川君は、I C P Cの副代表を務めています。彼らは港にある公園を主たる練習場所としていました。しかし公園という公共空間とスケートボードというマッチングはなかなか行政の理解を得られるものではありませんでした。港での大会から廣川君はI C P Cに入会し、様々なイベントでスケートボード教室という形で仲間とともに活動を進めてきました。彼らには、港にある公園で仲間とともに練習をしてきたという、港への愛着という種があります。その種をみなとに蒔き花を咲かせることを彼ら自身が考え始めた時、オフィシャルな団体へ移行し公にコミットしていくことに動きだしました。彼らに寄り添い、「新しくなるみなとに関わっていきたい」という彼らの想いをどのように形にしていけるか、月に2回開催している定例会で一つの議題として話し合っています。

また「ミナトいまばり音楽横丁」という地元ミュージシャンが集う音楽イベントが、みなと交流センターのオープン後に始まりました。みなと、商店街の複数の会場で開催されるこのイベントは月に1回開催され、毎回20組前後の今治を中心としたミュージシャンが集まり、その輪は広がっています。みなとを含めた商店街に音楽で賑わいを創ろうという活動は、1年が経ちましたが継続して行われています。このイベントを主催している方にもみなとを含む中心市街地への想いが色濃くあります。

スケートボードや地元ミュージシャンの想いをどのようにしてみなとに定着させ、そして成長させていくのか、個の喜び、公の喜びを整理し話し合いを重ねています。

また、【新しいみなと賑わい創出計画】に盛り込

んでいる24のコンテンツの中で2つの事業に新たな展開が始まりました。「自転車観光客の立ち寄りスポット 自転車カフェ」と「漁師の波止場フィッシャーメンズワーフ 来島の魚と人を結ぶ拠点の設置」です。24のコンテンツは今治市、そしてみなとの持つ背景と連動しており、新しいみなとの賑わい創出には欠かせないものでした。

今治市はしまなみ海道をサイクリストの聖地として打ち出しており、年々サイクリング観光客が増えています。サイクリングを目的とした外国人観光客も増加しており、みなと交流センターに当初から計画されていたレンタサイクル施設も、オープン後は多くの方が利用しています。また、日本三大急潮の1つである来島海峡を有し、急潮にもまれた鯛は逸品として知られており、今治港に隣接する今治漁業協同組合と連携した魚を主体とした賑わい創りも重要な要素として考えていました。

施設整備前からのイベント開催において、協力者獲得を目指し、サイクルカフェ・底引き網漁体験・海鮮バーベキュー等行いましたが、なかなか具体的な進展がない中、平成28年に商店街に2つのお店がオープンしました。自転車をモチーフとしたインテリアの「ナカムラコーヒー」、そして、地元でとれる新鮮な魚介類を使ったランチが食べられる「Café warm 魚夢」です。ほぼ同時期に開店した2つのお店の店主は商店街の息子さん、娘さんです。みなとに繋がる商店街で育った方々が24のコンテンツと連動したお店を開店することは嬉しい出来事であり、連携して活動しています。

みなとに賑わいを創るという事業は終わりのない事業だと実感しています。みなとを心地いい空間にしていけることは、活動する楽しさや関わっている感に裏打ちされた喜びだと分かり始めました。

4 これから

新しいみなとは、市内・市外の人が自然に集まり、そこに行けば楽しいことが起きているザワザワとし

た賑わいのある場所を目指しています。こうしたイメージで参考となるのが、欧州の都市に見られる広場です。ICPCではみなとを多様性の確保された広場ととらえ、平成28年度から「はーばりーマーケット」を開催しています。海のコンコースをメイン会場として、毎月の開催を目標としています。みなと交流センターには多目的ホールやキッチンスタジオ等の施設があることから、マーケットというプラットフォームをつくることで、同時開催を行っていただける行政・民間・大学等に幅広く声掛けしています。展示会、講演会、各種イベント等を単独で開催するよりもマーケットと同時開催することで、集客や満足度の向上につながることをアピールしています。毎回同時開催しているスケートボード教室やミナトいまばり音楽横丁のようなソフトを増やすことで人が自然に集まってくるマーケットの広がりイメージしています。まだまだ始めたばかりでトライ＆エラーの段階ですが、継続していくことで仲間は増えていくと信じています。

そしてはーばりーマーケットのもう一つの大きな目的として、「子どもたちに体験を通じ、みなとでの楽しい思い出を創る」ということを考えています。私たちの世代は港が交通の拠点であった頃を知っており、港には出発、別れ、出会い等人生の節目に寄り添った思い出があります。みなと再生には終わりが無いということを考えると、次世代の子どもたちにみなとでの思い出を創り残しておく必要があります。「交通」の思い出から「交流」の思い出を創るには、公共空間での楽しさと体験というキーワードが次世代のシビックプライドに繋がると考えています。

昨年「親子で家をつくってみよう」というワークショップを開催しました。6か月間に4回のワークショップを募集したところ20組の定員に40組以上の応募がありました。木材について勉強し、製材を見学、墨出しを行い、切り出し、そして建前までの一連の行程を体験しました。実際木材を使っ

た体験は子どもたちにはドキドキの連続で、墨出しや切り出しを行う際には尻込みする子もいました。組み立てはみなとにある公園で行い、建前後餅まきも行いました。建前までのワークショップでしたが、参加した子どもたちからは満足の声があがっていました。体験している子どもたちの目の輝きを見ると、思い出を残していくには、こちらも知恵をしばり真剣に舞台を作ることの重要性を改めて感じました。子どもたちの心の中にこの体験がどのように残っていくのかは私たちにはわかりません。しかしこのような体験を繰り返すことが、次世代の思い出そして担い手作りに繋がっていくことだと信じています。



ワークショップの様子

最近考えることは、10,000人訪れるイベントを年に1回開催するより、はーばりーマーケットを毎月開催しリピーターを増やすことの必要性です。体験を通した色濃い思い出を子どもたちに残すためには、同じことを実直に飽きずに続ける必要があると感じています。

新しいみなとには水族館やショッピングセンターはありません。しかし公共空間があり目の前には素晴らしい海の景色が広がります。天気の良い日に海辺で過ごす心地よさは誰もが感じるのだと思います。また楽しそうに活動している人がいる空間は心をウキウキさせます。心地よさ、ウキウキのグレードを上げることができれば、市内・市外の人が自然に集まり、常に楽しいことが起こっている賑わいの

ある場所に成長していきます。

みなとを心地いい空間にしていくことを、ああで

もないこうでもないと言っている時間はホント

に珠玉の時間です。

脚注

- 1 原広司+アトリエ・ファイ建築研究所・西沢大良建築設計事務所・金箱構造設計事務所による共同企業体
- 2 プランニング（計画）やマネジメント（運営）に参加する人たち（市民）

寄稿者 PROFILE

友田 康貴（ともだ やすたか）

特定非営利活動法人今治シビックプライドセンター 代表理事

経 歴：1989年 株式会社トモダ入社
1995年 株式会社トモダ代表取締役就任
2008年 今治シビックプライドセンター運営会議 参画
2010年 今治シビックプライドセンター協議会 代表就任
2012年 今治市商店街協同組合副理事長就任
2012年 今治市中心市街地再生協議会 理事就任
2015年 特定非営利活動法人今治シビックプライドセンター 代表理事就任

シビックプライドの実践に必要な具体的手順とは？ ～「ベッドタウン」から「グッドタウン」をめざす 郷土愛最下位県の挑戦～

合同会社ローカルデザインネットワーク 代表 さいとう てつや 齊藤 哲也

1 シビックプライドへの期待と憂鬱

地域経営の文脈で「シビックプライド」を目にする機会が増えてきた。企業経営に例えるならば、企業利益の源泉・基盤をなす組織の「風土改革」に類する取組と言えるだろう（図表1）。とりわけ「ベッドタウン」や「ダサイたま」と言われ続け、持ち前の寛容さと包容力で受け止めてきた埼玉県にとっては、深層心理レベルで欲してきた新しい概念に期待が高まるのも無理はない。

一方で、ビジネスマーケティングの分野では、新たな概念（その多くはカタカナ用語）が次々と生まれては消えており、問題の本質を見誤ると過熱気味のPR動画やキャラクター合戦のように「儲かるのは広告業だけ」となりかねない。しかしながら、本気で地域経営を考えるなら、経営の担い手にとって、利益の源泉を生み出す地域の風土改革、いわばシビックプライドの醸成は、表面的な改革では解決困難な、避けて通れない最も本質的な課題である。



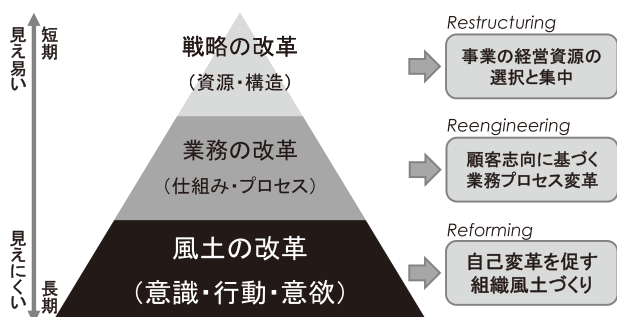
過去に日本創成会議座長・増田寛也氏は、「埼玉県においては、市町村ごとの課題が多様である。（中略）きめ細かく市町村ごとの対策を考えなくては行けない」¹と発言したが、本テーマは市町村の規模や特性に左右されない共通の課題と言えるだろう。

シビックプライドは、シティセールスやシティプロモーションとは違う。シティセールスやシティプロモーションは地方自治体が地域の長所を外に発信するのが主目的であるのに対し、シビックプライドの醸成は、住民自身がその地域に属する愛着や誇りを育む内なる働きかけである。前者が一方向の広報的要素が強いのに対し、後者は双方向のコミュニケーション戦略の意味合いが強いのが特徴だ。

近年、シビックプライドが注目される理由は、いくつかある。人口減少や都市間競争が激化してきたことに加え、2014年に発表された消滅可能性自治体の指定が追い打ちをかけた。まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定において、人口の維持を目標に掲げる自治体が多く、人口の奪い合いが加速している。シティセールスの結果、どんなに流入人口が増えたとしても、流出人口が減らなければ、せっかくの活動も無駄になる。また、中には実態以上に前評

▼図表1. 組織を変える3つの改革

組織を変える3つの改革（出典：堀公俊著、『組織変革ファシリテーター』、東洋経済新報社、2006年）



出典：堀公俊著『組織変革ファシリテーター』

判があがり、住民との温度差が露呈する事態も発生している。ある意味、シティセールスの先進地域が、失敗や課題に直面し、その反動としてまちを「離れない理由」が必要となっており、地域への帰属意識、愛着や誇りといったシビックプライドへの関心は益々高まっている。

ところがいざ、その必要性を理解した当事者が取り組もうにも、「どうしたらシビックプライドを醸成できるのか?」「何から着手したらよいのか?」その具体的な手順や手がかりがわからない。国内外の事例集や、理論をまとめた文献は存在するものの、結局は「その地域だから実現できた」と感じたり、当事者や研究者がまとめたレポートでは、活動内容や分析・評価は書かれていても、読んだ人が即実践に活かせるような内容にはなっておらず、いま一つわからないというのが本音ではなかろうか?

そこで本稿では、国内各地の地域活性に産・官・民の様々な立場、研究者・支援者・実践者という異なる役割で関わってきた自身の経験を踏まえ、シビックプライド醸成において特に注目すべき県内の事例を紹介しつつ、具体的手順について言及したい。なお、シビックプライドに関する県内の事例としては、自治体の広報誌として日本一となった三芳町や、シティプロモーション自治体等連絡協議会のメンバーでもある戸田市などが知られているが、既に他のメディアで紹介されているため、ここでは割愛する。むしろ実際に自分の足で通い、他地域の参考になると高く評価する春日部市と熊谷市を取り上げることとする。

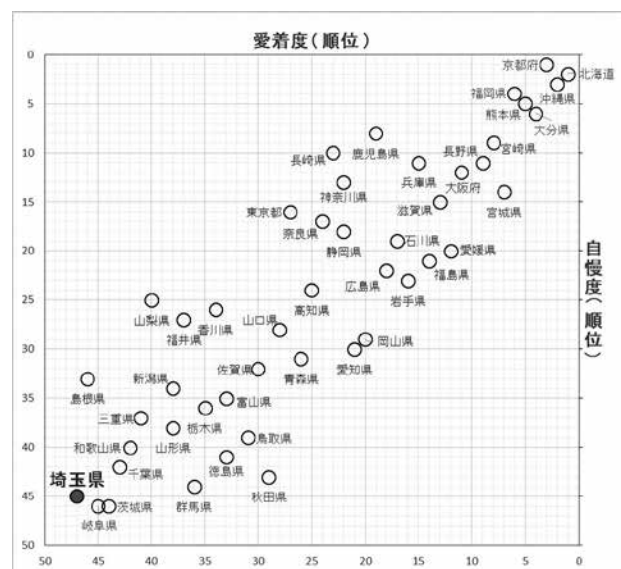
2 危機を迎える埼玉県、その現状と課題

事例の前に、まず埼玉県の現状を見てみよう。毎年実施される民間の調査結果によると、2016年は、埼玉県民による地元の「自慢度」が45位、「愛着度」が47位となっており、両者を合わせた郷土愛は残念ながら47都道府県中、最下位である（図表2）。県内の市町村で温度差はあるにせよ、総じて地元

に対する愛着もなければ自慢もしないのが埼玉県の特徴である。誤解を恐れずに言えば、最も地元に着着がなく、ゆえに県外への流出可能性が高い地域と考えられ、危機的な状況にあると言えよう。

また、埼玉県の課題として、「埼玉ってどんな地域?」と質問された場合、自信をもって明快に説明できる人は少ないだろう。その原因は、「埼玉と言えば○○」と県民の多くが同じ事物を挙げるような決め手となる地域資源を絞り込むことが難しく、ある人は「アニメの聖地」と言い、ある人は「自転車王国」と答えるなど、人によって様々な捉え方をしているためだ。「群盲象を評す」と同様に、説明のすべてが正しくても、聞く側にとっては「よくわからない地域」「個性がなく印象に残らない」という残念な事態を招いている。地域資源の豊かさが裏目に出てしまい、埼玉県のPRを考える上で、横串を刺す共通項を見出すことが大きな課題となっている。

▼図表2. 都道府県の郷土愛ランキング



出典：ブランド総合研究所「地域ブランド調査2016」²を基に作成。

3 事例1. 県内随一のブランド認定事業で市民の誇りに火をつける春日部市

このように課題の多い埼玉にありながら、急速にメディア露出が増加している地域の一つが、東部エ

リアの春日部市だ。春日部と言えばクレヨンしんちゃんが海外でも有名だが、アニメだけで地域への愛着が増すほど甘くはない。鍵を握る取組として最も注目するのが、春日部市のブランド認定事業「かすかべフードセレクション」である。2013年に始まり、市内の食品28品が選出されている。現在は第2弾を経て、改良が加えられ、洗練されたラインナップは大手小売業からも評判が良い（写真1）。



▲写真1. かすかべフードセレクション

この事業が生まれた背景や現在に至る経緯、選出後の波及効果を知るため、当時の責任者であった元・総合政策部長の種村隆久氏と、現担当課の商工観光課の関係者、セレクションに選ばれた事業者にヒアリングを行った。さらに様々な関係資料に目を通してわかったのは、フードセレクションはあくまで同市のシティセールスの一環で、手間と時間をかけて推進された計画の一部であるということだ。遡ること2010年、自治体の政策立案に精通した牧瀬稔氏（（一財）地域開発研究所研究部・上席主任研究員（当時））を春日部市シンクタンク設置アドバイザーに迎え、2011年に「かすかべ未来研究所」を開設。これと連動するように、シティセールス戦略プランやシティセールス広報課が新たに生まれている。これらの取組は、同市の財政危機脱出に大きく貢献した。

契機となったのは、移住促進を目的とする情報誌『春日部で暮らそう』の存在が大きい。一般的に自治体がつくる広報物は、文字が多くメリハリがないものが多い中、この冊子は文字を減らしてビジュアルを大きく使い、図解や統計データを多用しながら、生活イメージが湧く内容となっている。三世代近居を推奨するこのビジュアル冊子は、市内外の反響も良く、のちの広報物の手本となった。冊子作成にあたっては、さいたま市の区政要覧や越谷市のブランド認定事業の配布物を参考としつつ、もっといいものを作ろうと、「背景」「ストーリー」「顔を見せる」といった要素を強化したという。その意図が明確に出たのが、まちの情報誌『かすかべプラス』と『かすかべフードセレクション』だ。年2回発行する『かすかべプラス』では、表紙や中面に市民やボランティア団体、時には企業の素顔が登場するのが特徴だ。他方の『かすかべフードセレクション』では、2009年に共栄大学が実施した「『春日部の魅力』に関するイメージ調査報告書」が、課題設定の絞り込みに役立った。この調査結果によると、他の地域資源に比べ、「食」に関する評価が市内と市外いずれも最も低く、食に関するイメージの向上が必要であることが明らかになった。同時に、種村氏自身の経験からも旅先での食の重要性を痛感していたことから、食のブランド認定事業を行うこととした。

シビックプライドの観点から春日部市の取組の優れた点を挙げると、以下のようなことが言える。

- ①食をテーマとしたことで、老若男女誰もが関心を持てること。
- ②食材そのものよりも加工品に着目したことで、1次産業だけでなく2次3次産業も含む地域経済のプラスになること。
- ③商品の選考委員は単なる有識者というだけでなく、外部の目線（よそ者）を入れたこと。
- ④商品の魅力だけでなく、その商品の背景にいる人物や物語に焦点を当てたこと。

- ⑤テーマを絞った理由と裏付けがあり、計画性をもって活動していること。
- ⑥認定商品をベスト30のような切りのいい数字に合わせることはせず、基準に満たないものは選ばない潔さがあること。

以上のように様々な長所があり、4年間で44回の催事に出店した他、数多くのメディアで紹介された。特に都内では、日本橋のコンビニで埼玉県物産コーナーの一角に「かすかべフードセレクション」の棚が設置され、このことは、春日部市民の誇り醸成に大いに役立った。事後アンケートでは、認定された事業者の満足度と商品売上がいずれも高まっており、掲載店の従業員が「地域活性化のイベントをやりたい」と熱く語る場面にも遭遇した。

また、食以外の取組で評価したいのが、生涯学習における出前講座の豊富さだ。市職員による出前講座は、シティセールス広報課以外にあらゆる部署が、「どんな業務をやっているか?」「それが住民の何に役立つか?」を伝えており、101種類のメニューが用意されている。これに市民がいつでもアクセスできることは、行政に対する理解が深まることに加え、地域への帰属意識を高めることに繋がる。

余談になるが、子育てしやすい地域をアピールする同市では、シティセールスの担当者自身が、地元で結婚・出産・育児をしており、これほど説得力あるセールストークはないだろう。

4 事例2. 住民参加のガイド本制作で市民を本気にさせる熊谷市

ラグビーワールドカップ2019や全国ご当地うどんサミットの開催地となり、ドラマのロケ地で勢いを増す行田市と共に注目を集めるのが熊谷市だ。うどんサミットでは、30ある出店者の中で見事2位を獲得し、今や「ラグビーとうどんの街」としても知られる。日本三大聖天の一つで国宝にも指定される妻沼聖天山歓喜院は日光東照宮とも比較され、「埼

玉日光」と呼ばれるものの、熊谷に観光地のイメージはなく、「うちわ祭」などの催事以外はなかなか行く機会はないだろう。

ところが、一度地元のキーマンを通じて複数の地元民に繋がると、熊谷の人材の厚みに感嘆する。同市の観光協会は2017年に法人化すると、住民参加のまちづくりで北本市観光協会の土台を築いた時田隆佑氏を迎え入れ、熊谷の勢いが加速している。その弾みとなったのが、デザインを切り口としたトラベルガイドブック『d design travel SAITAMA』の制作だ。『d design travel』シリーズは、ロングライフデザインをテーマに活動する著名なデザイナー／ナガオカケンメイ氏率いるD&DEPARTMENT（以下、D社）が、47都道府県にあるその土地に長く続く「個性」「らしさ」をデザインの視点から選び出し、観光ガイドとして都道府県単位でまとめたものである。その埼玉版が全国で21番目、昨年3月に全国発売となり、誌面の随所に熊谷が登場している。

この本の制作過程が実にユニークだ。埼玉県に所縁ある人が集まってワークショップ（筆者も参加）を行い、掲載すべき事項を議論した後、編集メンバー達が2か月間住み込みながら取材をして作り上げる。掲載する項目は6つのカテゴリーをそれぞれ4つずつ、枠や掲載分量はあらかじめ決められている。6つのカテゴリーとは、「sights」「restaurants」「cafes」「shops」「hotels」「people」。これを「デザイントラベル編集の考え方」および「取材対象選定の考え方」に則って候補の中から絞り込む（図表3）。そのため、同じ観光ガイドでも、流行物を載せた大手出版社の本とはまったく違う。どの地域も従来のガイド本にはないその土地ならではの個性が浮き彫りになるのがおもしろい。

熊谷市では、このデザイントラベルの取組を熊谷市だけに焦点を絞った熊谷版を制作する。主催者となる熊谷市観光協会は「完成した冊子を市内全戸に配布する」ことを事務局長が英断。制作に協力する

▼図表3. デザイントラベル編集の考え方 (抜粋)

- 必ず自費でまず利用すること。実際に泊まり、食事し、買って、確かめること。
- 感動しないものは取り上げないこと。本音で自分の言葉で書くこと。
- ロングライフデザインの視点で、長く続くものだけを取り上げること。

取材対象選定の考え方

- その土地らしいこと。
- その土地の大切なメッセージを伝えていること。
- その土地の人がやっていること。
- 価格が手頃であること。
- デザインの工夫があること。

D社は「市町村単位のデザイントラベルは他県でも2例あるが、全戸配布は前代未聞」と熊谷の本気度に驚いた。さらに埼玉版と最も違う点は、D社編集部が制作するのではなく、D社の指導・協力の下、地元住民自身が自分達の手で作ることにある。全戸配布で市民全員が見るとなれば、下手なものは作れないと制作を志願した参加者に自然と熱が入る。



▲写真2. dデザイントラベル熊谷 制作の様子

この制作はナガオカケンメイ氏によるトークイベント1回と、D社による3回のワークショップで行われる（実際には各回とも宿題が出るため、ロケハンや取材、グループ毎の打合せを必要に応じて実施）。トークイベントには定員の60名を超え、立ち見が出るほどに地元の期待も大きい。意見交換で議論が白熱し、初回で既に熊谷のアツさぶりが全開。

アツいのは気温以上に熊谷人の情熱ということに納得したスタートとなった（写真2）。熊谷でユニークに感じたのが、農業関係者が複数参加していたこと。実は熊谷版の仕掛け人は、埼玉版の「people」欄に登場する地元飲食店グループの経営者・加賀崎勝弘氏で、仕事柄、地元生産者との人脈が豊富。さらに地元熊谷高校の出身ということで、地元に残る同校の人脈と結束力を活かし、プライド醸成の下地を形成している。

シビックプライドの観点から熊谷市の取組の優れた点を挙げると、以下のようなことが言える。

- ① dデザインをキッカケに、知っているようで知らない地元の宝探しからスタートしたこと。
- ② 熊谷版の制作メンバーに、よそ者やよそ者目線を持った市民が適度に参加していること。
- ③ 参加意思と情熱を持つ人だけで構成され、やらされ感がないこと。
- ④ 誰もが関心を持つ食を介して、地域の気候や風土と密接に関係する生産者も参加していること。
- ⑤ 熊谷らしさをテーマに、期限付きの具体的な成果物＋全戸配布により、参加者を短期間で本気にさせていること。
- ⑥ うどんサミットやラグビーW杯、県の観光戦略など、追い風や外部の推進力を活用していること。

以上のように、熊谷の場合は、シビックプライドの核となる「地域の個性」や「地元らしさ」に焦点を絞り、外部のリソースを使いながら短期間かつ最小の労力で効果の最大化を図っているところが素晴らしい。プロのデザイナーが協力してはいるものの、取組そのものや活用している人脈は、どの地域でも真似ができるものだ。他の地域ができないような特別なことをする必要は何もない。熊谷の事例は地域づくりの本質を私達に教えてくれる。

5 シビックプライド実践の手がかり

本稿の主題に戻ろう。ここまで県内2つの事例を見てきた。県内の多くの地域がそうであるように、共にベッドタウンと揶揄されてきた地域である。そのような地にありながら、「どうしたらシビックプライドを醸成できるのか?」「実践するために、私達は何から着手したらよいのだろうか?」。そのヒントがこの2つの事例の中にあるはずだ。

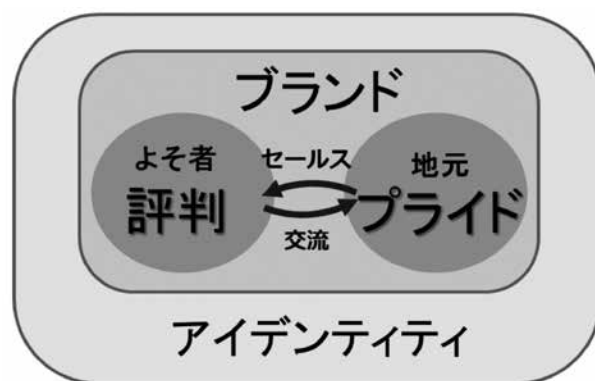
シビックプライドに関する書籍を読むと、プロセスの始まりは「誇りの種を探す」ことが掲げられている。しかし、実践の段になると、実はこれが容易ではない。いくら「新しい視点で」と言われても、その土地で生活をする人々にとって、地元の風景は当たり前すぎて、何を手がかりとしたらその「種」を再発見できるのかわからない。

そこで実践の手がかりとして提案したいのが、「地

域再発見の技法」と「地域ブランドの3要素」³である（図表4・6）。地域ブランドが登場すると難しく感じるかもしれないが、シビックプライドと地域ブランドは密接な関係にあり、セットで覚えると理解が早い（図表5）。ここでは難しい理論は省き、誰でも平易に理解できるよう単純化・抽象化した。

シビックプライドの前段階で最も大事になるのが、

▼図表5. 地域ブランドとシビックプライドの関係



▼図表4 地域再発見の技法

その土地らしさを見つける地域再発見の技法

		よそ者（風の人）	
		見聞きした価値	未知の価値
地元（土の人）	気付いている価値	A)内外に知られた地域資源	B)外部に気付かれない地域資源
	気付かない価値	C)地元が気付かない地域資源	D)未開の地域資源



		よそ者（風の人）	
		見聞きした価値	未知の価値
地元（土の人）	気付いている価値	A)内外に知られた地域資源	B)外部に気付かれない地域資源
	気付かない価値	C)地元が気付かない地域資源	D)未開の地域資源

1. 地域には、地元（土の人）には「B」気付かない価値がある。
2. 地域には、よそ者（風の人）には知られていない「C」未知の価値がある。
3. 土の人と風の人が「交流」を図ることにより、風の方は土の人から価値を学び、土の方は風の人の目を通して地域の価値を発見する。
4. これにより、「A」内外に知られた地域資源が増大し、地域外からの認知度が向上するとともに、地元における地域資源の認識が深まる。
5. 地域資源の認識が深まることにより、縮小した「D」未開の地域資源から、新しい未開拓の地域資源が出現する。
6. 以上を繰り返すことにより、「A」内外に知られた地域資源は持続的に増大し、地域の再発見が蓄積されることで、その土地ならではの個性（風土）＝【地域ブランド】が創造される。

※「対人関係における気づきのグラフモデル」として、心理学やキャリア開発で活用される「ジョハリの窓」を基に作成。

その土地らしさ（その土地ならではの個性）を意味する地域のアイデンティティを如何に発見するかだ。

この「らしさ」が積み重なることにより、地域ブランドが創造されていく。地域のアイデンティティすなわち地域を再発見する具体的手順を示したものが図表4である。考え方の詳細は図中テキストを参照いただきたいが、ここで鍵を握るポイントは、「よそ者（風の人）」の存在だ。通常、地域資源の掘り起こしは、地元メンバーだけで始めてしまうことが多いが、自身のアイデンティティを発見する時と同様、己の個性に気づかせてくれるのは、異なる個性や文化を背負った「よそ者」である。この視点を忘れると、「らしさとは何か」の堂々巡りから抜け出せなくなる。春日部の事例では「かすかべフードセレクション」の認定に関する有識者会議のメンバーに、熊谷の事例では『d design travel』熊谷版を制作する参加メンバーに、程よく「よそ者」が混ざっている。

次に大事なポイントは、ただやみくもにその土地らしさを探すのではなく、対象物を絞ることだ。対象を絞ることで、地域のアイデンティティが見つかりやすくなるだけでなく、シティセールスのヒントも見えてくる。事例で挙げた春日部では「食」が、熊谷では6つの要素が対象となっていた。また、全国的に知名度が高い地域を眺めてみると、共通点を持っていることに気づく。「粉もん文化と通天閣」と言えば大阪、「蔵とラーメン」なら喜多方、「栗と北斎」なら小布施…。その地域をイメージできるキーワードがあると記憶されやすい。しかし、キーワードが4つも5つも必要だと覚えてもらえない。多くてもせいぜい3つ。キーワードの共通項で最も訴求力を持つものが何かを調べて辿りついたのが、「ソウルフード（食）」「ランドマーク」「エンターテイメント（エンタメ）」の3要素である（日本が外国に認知された時も、「寿司・天ぷら」「富士山」「芸者」の3要素）。

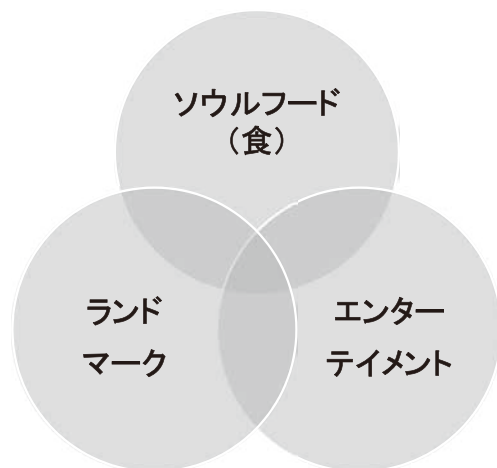
中でも「食」は最も重要な要素と言える。ご当地

出身の芸能人が地元自慢を競うテレビ番組が人気なように、最も盛り上がるテーマが「食」である。特に幼少期から当たり前のように食べてきたソウルフードがあれば、世代を超えて理屈抜きでわかりあえるキラコンテンツとなるだろう。

次に重要なのが、「ランドマーク」の存在だ。横浜における「ベイブリッジ」や、湘南における「江の島」のように、シビックプライドが高い地域は必ずランドマークになるものを持っていることに気がつく。埼玉県3大観光地とも言うべき川越・秩父・長瀬には、それぞれ「時の鐘」「武甲山」「岩畳」のように、地名と併せて紹介されるランドマークが必ず存在する。シンボルとなる造形物がない場合は、一面に広がる「ネギ畑」や「麦秋」といった心象風景でも構わない。

3つ目の要素が「エンターテイメント（エンタメ）」だ。エンタメと言っても娯楽施設や楽しいだけのイベントに限らず、祭などの行事や無形物も含む。春日部の「大風あげ」や熊谷の「うちわ祭」も一例だ

▼図表6. 地域ブランドの3要素



3要素の例

	ソウルフード	ランドマーク	エンタメ
川越	芋菓子、鰻、コエドビール	時の鐘、蔵の街並、氷川神社	川越祭、縁結び玉
秩父	わらじカツ、小汁飯、蕎麦、ホルモン	武甲山、雲海、三峰神社、	秩父夜祭、札所巡り
長瀬	かき氷、豆、鮎飯	岩畳、宝登山、SL	川下り、キャンプ

ろう。エンタメ要素で大事なものは、自ら参加し体験できるものであること、そこに行かねば経験できないことで、一体感を感じられるものがあると更によい。

以上の3要素に共通するのは、いずれも単なる風景ではなく、喜怒哀楽といった感情や五感を通じて記憶に焼き付いた風景になっていることである。綺麗なものだけの絶景やお洒落なものだけの空間は必要ない。大事なものは当事者にしか見えない「情景」があるかどうかだ。3つの要素がないなら、これから創るのも遅くはない。たとえ短期間であったとしても、そこに数多くの地元民の情熱が詰まったものなら、おのずと愛着は生まれる。多くの住民を巻き込んで一

緒に創るプロセスに参加してもらえれば、仲間意識が高まるだけでなく、ありきたりの風景は唯一無二の情景に変わる。その時こそ、シビックプライドが立ち上がると言えるだろう。そして、このシビックプライドの醸成を加速させるには、「ソウルフード」「ランドマーク」「エンタメ」の3要素を必要とする『観光』こそが、地域づくりを推進するキッカケになる。2020年は、東京オリンピック・パラリンピックを追い風に、埼玉に国内外の旅行者を招くビッグチャンス。そして今こそ、埼玉の「ベッドタウン」は「グッドタウン」に生まれ変わる絶好機だ。そのためにも観光を通じた地域づくりにチャレンジし、県内が魅力ある地域で溢れることを切に願いたい。

脚注

- 1 政策情報誌『Think-ing』、2016年3月（第17号）に掲載された2015年人づくりセミナー「地方創生 埼玉の課題と展望」日本創成会議座長 増田寛也 講演抄録を参照。
- 2 株式会社ブランド総合研究所が行った「地域ブランド調査2016」のことで、1,047の地域（1,000市町村、及び47都道府県）を調査対象とし、全国3万人が各地域のブランド力を徹底評価する日本最大規模の消費者調査。2006年に調査を開始、毎年実施し今回で11回目の実施。調査はそれぞれの地域に対して魅力度、認知度、情報接触度、各地域のイメージ（「歴史・文化のまち」など14項目）、情報接触経路・コンテンツ（「旅番組」など経路14項目、「ご当地キャラクター」などコンテンツ9項目）、観光意欲度、居住意欲度、製品の購入意欲度、地域資源の評価（「街並みや魅力的な建造物がある」など16項目）などを質問。また、出身都道府県に対する愛着度、自慢度、自慢できる地域資源など出身者からの評価などを調査。調査項目は、全103項目に及び、各地域の現状を多角的に分析している。
- 3 本稿で使用する「地域ブランド」は、「地域団体商標」のことではなく、ブランド総合研究所の調査で使用している用語と同様に、あくまで地域が相対的に持つイメージや旗印のことを指す。

参考文献

- ◎堀公俊著、『組織変革ファシリテーター』、東洋経済新報社、2006年
- ◎伊藤香織+紫牟田伸子監修、シビックプライド研究会編集、『シビックプライド』、宣伝会議、2008年
- ◎『春日部市のシティ・コミュニケーション力向上策』、かすかべ未来研究所、2009年
- ◎ウエルカムガイド『春日部で暮らそう』、春日部市、2012年
- ◎『春日部市シティセールス戦略プラン（戦略指針）』、春日部市シティセールス広報課、2014年
- ◎『春日部市シティセールス戦略プラン（アクションプラン）』、春日部市シティセールス広報課、2014年
- ◎『kasukabe+（かすかべプラス）』、春日部市シティセールス広報課、2013年～
- ◎『かすかべフードセレクション』、春日部市商工観光課、2013年
- ◎『Kasukabe Food Selection 2nd』、春日部市商工観光課、2017年
- ◎『かすかべ未来研究所 活動報告書 5年間の記録』、春日部市、2017年
- ◎ナガオカケンメイ監修、『d design travel SAITAMA』D&DEPARTMENT PROJECT、2017年
- ◎都市生活者データベース『CANVASS-ACR 2015調査結果』概要より「あなたの住む街の評価『シビックプライド』ランキング」、読売広告社、2016年

寄稿者 PROFILE

齊藤 哲也（さいとう てつや）

合同会社ローカルデザインネットワーク 代表

経歴：（財）自治体国際化協会→（財）日本総合研究所→（株）地域活性プランニングを経て、PRとプロジェクトマネジメントの力で響奏型地域経営を支援する（同）ローカルデザインネットワークを起業。2016年12月、観光を通じた地域経営を実践すべく（一社）埼玉県物産観光協会のDMO担当に着任。埼玉の物産と観光の振興に奔走する傍ら、地域プロデューサーとして「埼玉まちづくり未来塾」「埼玉みやげラボ」等の活動を展開。日本PR協会・日本PM協会会員、日本総合研究所客員研究員、ロケなび！パートナー。

非住民にとってのシビックプライド

非営利型まちづくり株式会社 地域協働推進機構 代表取締役

ふじくら じゅんいちろう
藤倉 潤一郎

特別寄稿

1 郷愁・郷土愛とシビックプライド

「シビックプライド」を「都市の住民としての誇り」と捉えるならば、僕が所沢でやっていることは「シビックプライド」とはあまり関係がないと思われるかもしれない。所沢で僕が取り組んでいるのは、所沢に縁もゆかりもない自分自身が、いかにして所沢を好きになれるかという試みのようなものだ。

僕が考える都市性、あるいは市民性は、そこで暮らしているから、働いているからといったことだけで感じられるものじゃない。むしろ、その都市といかに遊ぶか、どのように関わるか、その都市が好きかということに本質がある。だから、僕のように所沢に住んでいなくても、気軽に都市と関わる事が出来る場として「所沢ノード」というシェアスペースをつくった。

「ノード」とは「結節点」のこと。もともとは様々な有機物が混じり合い、変化を生み出す生態学上の「場」を意味する。情報通信の分野では「ネットワークとネットワークの結び目」にあたるハブとなる機能を、まちづくりの文脈では「地域に変化を生み出す拠点や区画」を「ノード」と呼ぶ。僕は「所沢ノード」に集い、所沢という都市と能動的に関わろうとする人たちのことを、勝手に「所沢ノーダー」と呼んでいる。

本稿では、僕を含めた所沢ノーダーたちが、いかにして所沢で遊び、都市と関わっているかを紹介することで、原稿を読んでくれている方々が「シビックプライド」について考える上でのヒントを提供できればと思う。しかし、それとともに、僕自身のことについても少し紹介をして、そもそも僕がどうし



てこんなことをやるに至ったのかについても説明したい。きっと僕と同じように、自分が住んでいるわけではない都市とどう付き合っていけば良いのか悩んでいる人もいると思うから。

さて。人に色々な性格があるように、人の集まりである都市にも色々な性格がある。協調性の高い都市もあれば、外向的な都市もある。人の性格と都市の性格がマッチすると、その人は幸せを感じ、高い生産性を発揮することが知られている。もちろん、その逆の場合もある。人間の幸せにとって、どんな都市に生きるかということはとても大切だけど、自分が幸せになれる都市を見つけることは意外に難しい。都市の性格は、外から眺めているだけでは分かりにくい。付き合ってみて初めて感じる良さもあれば、初めは小さかった違和感が日々を重ねるごとに大きくなることもある。

僕は国内外の様々な都市に住んだり、仕事をしたりしてきた経験から、そのことを強く実感している。

幼少期を過ごしたメキシコやアルゼンチンでの暮らしを感じさせるものには、何故だか無性に、反射的に切なさを纏った愛情が込み上がる。このような都市への淡い感情が僕にとっての「郷愁」だ。一方で、同じく幼少期を過ごした鶴ヶ島に対しては「郷愁」を感じたことがない。今では少し年老いてきた両親がお世話になっているこの都市（鶴ヶ島を都市と呼ぶことには少なからず抵抗がある）に対して、僕が抱いている感情は「郷土愛」または「愛郷心」と呼ぶべきものだろう。そこには、ある種の義務感や責任感のニュアンスが伴っている。

「シビックプライド」とこれらの感情とは、強く結びつくことはあるだろうけど、本質的に別物だと思う。僕自身が強くシビックプライドを感じる都市は、恵比寿から池袋までの東京の西側（より絞り込むなら外苑前から千駄ヶ谷あたり）と千代田区の神田から市ヶ谷の周辺、そして横浜の関内地区だ。どの場所でもそれなりに長い時間を過ごし、仕事を通じて地域との様々な関わりを持った。でもそれだけが理由じゃない。そのような土地は他にもある。これらの都市は、いずれも僕にとって気持ちが開放される居心地の良い場所だ。

自分の性格を客観的に分析するのは得意じゃないけど、都市の性格との相性で幾つか分かることがある。その1つは僕が、心理学で言うところの「経験に対する開放性」を好ましく感じるということ。この性向は創造性と強く関係している。「経験に対する開放性」を好む人たちが集っている都市は、自由で開放的な雰囲気に溢れ、創造的な刺激に満ちた寛容な都市だ。そのような都市では、人々は好きに自己を表現したり、失敗を恐れずに新しいことに挑戦できる。僕自身は決して創造的な人間ではないけど、そんな都市やそこに集う人々と良い関係を築きたいと思っている。

2 所沢とどう関わるか。

では、所沢は僕にとってどんなところか。所沢の

駅に初めて降り立ち、商店街を高層マンションが林立するエリアに向かって歩きながら感じたのは、創造的な刺激とは無縁な印象。軒を競い合うナショナルチェーンの無秩序な看板が、うるさく目に突き刺さる。200メートルほどの短い通りなのに、延々と続くロードサイドのように感じる無個性な商業空間。何でもあるようで、何も無い。川越のクレアモールを歩いているのと錯覚しそう。関係者の皆さん、ごめんなさい。でも、それが正直な感想。そんな郊外都市の商店街の典型的なイメージを目の前にして、さて、ここで何をするか。この都市とどう関わるか。

初めからシェアスペースをつくることは決めていた。その中にコワーキングスペースを設けることも、デジタル・ファブリケーション機能を設けることも、ビジネス版のライブハウスのように開放的なステージ（イベントスペース）をつくることも最初から決めていた。それらは、僕にとって都市との関係をつくるための道具だ。道具の進化はあれど、千代田でも、横浜でも、その他の都市でも同じ道具を使って都市との関係をつくってきた。これらの道具を使って、僕は、僕と同じように所沢と関わろうとする人たちがお互いに関係を結び合う場をつくった。どんな場にするかということは、どんな関係を結びたいか、その考えを表現して関係性をデザインする上でとても重要ではあるけれど、場をつくること自体が目的じゃない。目的はあくまでも関係をつくること。どんな関係を結ぶかということが大事だ。

初めに紹介したい所沢ノーダーは、「所沢ノード」の空間をデザインしてくれた太田浩史君だ。最初に所沢に来てくれたとき、彼は「都市とは社交である」といった趣旨の話をしていた。ユニークな実績のある建築家だけど、むしろ「東京ピクニッククラブ」の主宰者として知られている。「東京ピクニッククラブ」は、実に都市的な組織・活動で、そのあり方そのものが一つの現代アートとして評価されている。僕の専門分野から少し偉そうに言わせてもらうならば、モデルとして学ぶべきところの多いコミュニ

ティビジネスでもある。僕は東京ピクニッククラブのあり方を、現代版の連・座の類いだと思っている。

東京ピクニッククラブは、「都市の緑地や公共空間の活用の可能性を追求する」との目的のもと、折々に"Fight for the Picnic（ピクニックのために闘う）"とか、"Picnic Right（ピクニックをする権利）"とか、それらしい活動のテーマを掲げている。でも、そのような目的やテーマを掲げることは彼らにとって表現行為の1つであって、実際にはこの組織に一般的な意味での活動目的とか、達成目標などがあるとは思えない。クラブのメンバーは各々が様々な専門分野のバックグラウンドを持っていて、ピクニックを題材に多種多様な創作活動を楽しんでいる。例えば、料理研究家がピクニックフードを、音楽家がピクニックサウンドを、イラストレーターやデザイナーがピクニックに纏わる様々な道具をつくるなど。つくりたいものを、つくる。そのことに理由や目的など必要ない。

年嵩を重ねているもんで古い話で恐縮だが、80年代末か90年代の初頭、カルチャークラブのボーカルとして知られたイギリスのミュージシャン、ボーイジョージは、ある雑誌のインタビューで「モア・プロテインにはもう、バンド内での地位の押し退けあいなどのエゴの問題は存在しない」と語っていた。モア・プロテインは、彼が設立したレーベルの名前。そしてこの発言は、当時のイギリスの音楽シーンで広がりつつあった新しい組織とその可能性について語ったものだ。その頃は、イギリスで展開され始めた「POSSE（ポシ）」と呼ばれる新しい組織形態が日本でも知られるようになっていた。ソウルⅡソウルというグランドビートのバンドはクラブやブティックの経営を手がけ、バンド（ポシ）のメンバーにはファッションデザイナーや店舗経営者、フロアマネジャーの名前が紹介されていた。808ステイトというテクノバンドに至っては、彼らが経営していたレコード店の常連客までも、バンド（ポシ）のメンバーとして紹介していた。

音楽バンドの一員になるのに、もはや音楽の才能は必須じゃない。「レコードよりもTシャツが売れてるなら、そのバンドの中心はデザイナーだ」とまで言われたほどの徹底してフラットでオープンな組織は、当時大学を中退して起業したばかりの僕にとって非常に新鮮だった。幾つものバンドの活動を掛け持ちするのも自由だし、外部の人間の出入りも自由。ミュージシャン以外でも参加できるようになった音楽バンドの活動は、その後より一層ダイナミックに変化した。ビデオクリップは、バンドのメンバーをツアーから開放した。デジタル技術の恩恵で、もはや音楽を奏でるのに楽器を弾ける必要すら無くなった。ソウルⅡソウルや808ステイトが、演奏以外の領域にも活動を広げていったのには、DJのために昼間の仕事をつくるという現実的な側面があった。しかし、今日の創造的な組織は、テクノロジーの進化によってさらに大きな自由と可能性を獲得している。

"All of us are makers.（私たちは、みな作り手である。）"今日のメイカームーブメントの牽引役として知られるデール・ダハティのこの言葉が好きだ。自らの好みや必要に応じて日用品を手づくりするDIY = "Do It Yourself.（自分でつくる。）"文化は、オープンデータやオープンソースのソフトウェア・ハードウェアなどを使いながら技術や経験を他人とシェアし、よりアクティブに社会と関わろうとするDIO = "Do It Ourself.（自分たちでつくる。）"あるいは、"Do It with Others.（他人と一緒につくる。）"文化を生み出した。その世界的な潮流の中心にあるのが、彼の発行する「Make:」という雑誌であり、「Make Fair」というイベントだ。「Make Fair」は新しいテクノロジーを使ってものづくりを遊ぶ、2つの意味での「もの好き」たちの一大祭典だが、僕はそれを、所沢の地でまちづくりに接続させるカタチで展開できないかと考えた。

3 .Make ところざわ2017

「所沢ノード」のオープンから1年。所沢駅前の再開発で、数か月後には取り壊しが決まっている3階建ての小ぶりのビル（写真1）を安価に借り受け、約1か月にわたってみんなで1周年の記念祭（文化祭）を楽しんだ。それが「.Makeところざわ2017」だ。分かる人には分かるが、分からない人には、たぶん一体何をしているのか全く分からなかっただろう。そのイベントのオープニングアクトとして、太田君をはじめ、経産省の大臣官房政策企画委員として「成熟した大人が圧倒的に楽しめる社会」を構想する浅野大介さん、所沢市の総合戦略推進室長として「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を所管する市川勝也さん、横浜などでエリアリノベーションを展開する岡部友彦さん、2020年には所沢でクールジャパンの一大拠点となる「サクラタウン」をオープンするKADOKAWAの玉置泰紀さん、そして、自身の出身地でもある所沢のニュータウンをフィールドに調査研究活動を行っている東京藝大の藤村龍至さんを招いて、シビックプライドをテーマにしたセッションを開催した。

セッションの内容は、各々の方々がこれまでどんな形で都市と関わってきたか、今後どんな関わり方をしていこうと考えているか、など。参加者に対して、幾つかの具体的な提案も為された。この時の提案から、今日では幾つかのプロジェクトが生み出され、動き始めている。市川さんと藤村先生以外のメンバーは、所沢に馴染みがあるわけじゃない。そうした人たちを呼んで、所沢についてディスカッションしていることについて、来場者の一人からクレームがあった。どうして市に関係のない人ばかり集めるのか、と。むしろ、こちらが聞きたい。というか、聞いた。所沢のことについて考えるイベントだからといって、なぜ所沢の人ばかり招かなければならないのか、と。回答はなかった。この方は、最終日に開催した藻谷浩介さんの講演会にも来場され、似た



（写真1）.Make ところざわ2017の会場となった廃ビル

ようなクレームを繰り返した。

アドバイスのつもりでクレームをしたのかもしれない。が、それなら言い方や、言うべき場・タイミングがあるはずだ。他の人たちの時間や楽しみを奪うやり方は適切じゃない。このように、自分の価値観や考え方をプッシュして、他の人たちが盛り上がりようとしている場を壊す人たちのことを「スケルチャー（潰し屋）」と呼ぶらしい。スケルチャーはどんな都市にも必ずいる。良かれと思って、意図せず、自分がスケルチャーになってしまうこともある。気をつけよう。スケルチャーは否定的な言葉を使い、断定的な言葉を好む。曰く、「上手くいくわけがない」「それじゃダメだ」「こうすべきだ」といった具合に。

まあこうした話はさておき、「.Makeところざわ2017」では「つくるを楽しむ」を合言葉に、100人を超える作り手たちが様々な創作活動に取り組んだ。もとは学習塾として使われていた会場には13の大小様々な教室があり、その各々で様々な参加型の企画が展開された。美大出身のお母さん二人組（篠原ひろみさんと大道あゆみさん）は、地元の塗装会社からペンキを提供してもらって、子供たちと一緒に教室の壁をキャンバスにしてお絵描き（写真2）をしたり、木材の端材を使って工作を楽しんだりしていた。後述するポスターやチラシの制作にも尽力した北条恵都子さんはプラ板作りのワークショップを催し、まちづくりNPOを率いる市議の大石健一

さんは、風船のプールをつくって子供たちを楽しませていた。完成度とか、正しいとされるやり方、他人の目などを気にせず、とにかく自分のつくりたいものを形にしてみる。そんな子供たちの無邪気に遊ぶ姿は、眺めている大人たちにも良い刺激になったと思う。これらの教室の脇には、そうした刺激を促すように、様々な歴史上の偉人たちの名言が書かれた幾つものビラが貼り付けられていた。例えば「子供は誰でも芸術家だ。問題は大人になっても芸術家で居られるかどうかだ。- パブロ・ピカソ」とか、「完璧を恐れるな。どうせ完璧になどなれないのだから。-サルヴァドール・ダリ」とか、「未来は予測するものではない。自ら創造するものだ。- アラン・ケイ」とか。



(写真2) 壁をキャンバスにしてお絵描き

災害救援ドローン部隊の活動で知られる青山学院大学の古橋大地さんは、教室の床面いっぱいに所沢の航空写真を繋ぎ合わせて広げ、その上で子供たちにミニドローンを飛ばさせていた。その子たちは、知らず知らずのうちに災害時の救援活動をシミュレート(写真3)している。ウェブやプログラミングの専門家である常田卓磨さんや原木正志さんたちは、毎月所沢ノードで開催しているプログラミング道場で子供たちが作ったゲームを紹介したり、沿線の幾つかの道場と一緒に拡大版の「デカドジョー」を開催したりしていた。そこでゲーム作りに熱中している子供たち(写真4)は、自然とロジカルシンキングが鍛えられ、自分の工夫やアイデアについて分かりやすく教えたり、やりたいことを説明して手

助けを求める力を磨いている。子供たちは遊びを通して、道具の使い方やテクノロジーの新たな可能性を感じ取り、手探りで自分の可能性を拡張している。人と都市との関係にも、そのような手触りが欲しい。

会場のあちこちには、一見すると無秩序な感じで様々なポスターやチラシが貼られていた。「勝手にポスター展」という企画の一環として制作されたものだ。自分の企画を告知・案内するために、自分で制作したものがあるのは当然だけど、他人の企画について勝手に宣伝しているポスターが数多ある。3Dプリンタで出力した幾つもの多面体を展示していた長田隆さんの企画は、誰かによって「愛と情熱の多面体 - 初めての3Dプリンタ展」と勝手に名付けられ、勝手にそのポスターが作られた。この一連の企画には、北条さん(イラストレーター)や遠藤みさきさん(手書きPOPクリエイター)のようなプロたちも関わっていた。また、千田泰宏さん(映像クリエイター)は、カメラに映り込む来場者が作品の一部となるアプリケーションを開発し、それをフ



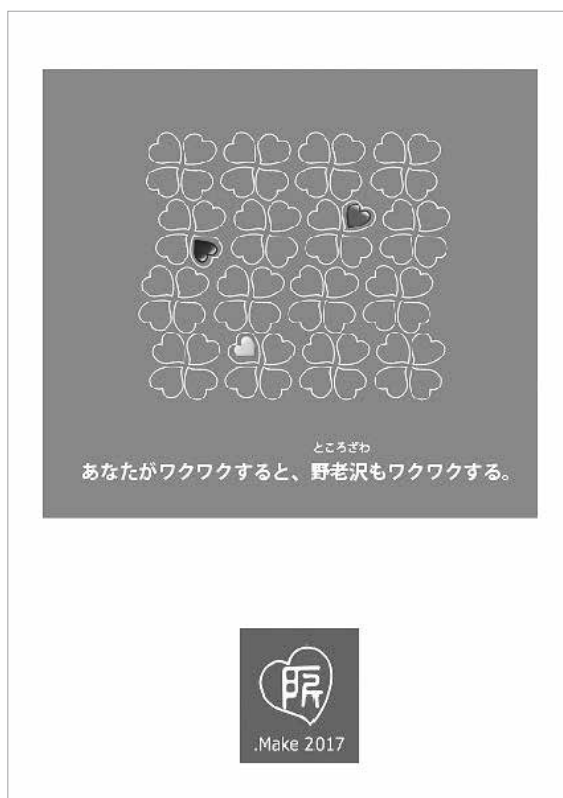
(写真3) ミニドローンによる災害救援シミュレーション



(写真4) ゲーム作りに熱中している子供たち

リーウェアとして公開していた。いきなり表で楽器を演奏し始めた見ず知らずの人もいた。

所沢という都市の名前は、ヤマノイモ科の蔓草である「野老（ところ）」の群生する「沢」に由来する。この「野老」の葉の形がハート型であることから、「ワクワクする野老沢」などのキャッチコピーがつけられた幾つかのイメージポスターも制作された。この葉形のモチーフは「ぶん」の愛称で知られる、地域メディア「所沢なび」のボランティアライターが筆書きしたものを別の人がデジタル化し、また別の人が作成したコピーを付けて、いつの間にか完成されたものだ。こんな具合に、あらゆる企画のプロセスがソーシャルメディアを通じて共有され、誰かがつくったものに他の誰かが手を加えたり、アレンジしたりしながら、1か月にわたってイベントがつくり上げられていった。また、これらの様子は、高橋和巳さんと延与とも子さんがインターネットラジオで放送したり、成田知栄子さんらが記事にして配信したり、園田健彦さんらの広報チームがウェブやSNSに発信したりしていた。



イベントのイメージ・ポスターの1つ



(写真5) 参加型のアート作品になったゴミ集積所

イベントで出たゴミは、アートがあしらわれたゴミ袋によって集められ、その集積自体が1つの参加型の作品(写真5)になった。トイレの張り紙や階段の注意書き1つにまで、何らかの作り手の創意や楽しんでいる様子が窺える造作が施されていた。誰が、どんな理由で、そんなことをしたのか。個々の意図やその全体像は誰にも分からない。主催者の代表を務めた僕自身にすら。会場には、そんなイベントの成り立ちを説明するチラシも貼られていた。「それぞれが必要だと思うことを主体的に推進する。リーダー不在の完全に自走式の参加型の組織。それが"ドットメイクところざわ"です。- 常田卓磨」と。そして、出口には来場者への御礼の言葉とともにひっそりと、所沢の中心市街地を舞台にしたアニメ「ローリング・ガールズ」に登場するハート形の「月あかりの石」のイラストが添えられた、名言集の1つが貼り付けられていた。「感謝は、過去を意味あるものにし、今日に平和をもたらし、明日のための展望をつくる。- メロディ・ビーティ」

まだまだお名前を記してない大事な所沢ノードーたちがいるけど、ごめんなさい。紙幅の都合で本稿ではここまで。またの機会に改めて。とにかく、「Makeところざわ2017」には、気づくかどうかは別にして、膨大なメッセージやソーシャルアクションのタネが仕込まれていた。

4 いま、所沢が変わろうとしています。

このイベントの参加者＝作り手たちにも、当然ながら色々な考え方がある。来場者に不親切で、稚拙とも言える組織・運営体制に疑問を呈したクリエイターもいた。1か月という期間を通じて、参加者が来場者と一緒に何かを作り上げていくプロセスを楽しむこと。それがこのイベントの本旨だったけど、初日の段階から非常に完成度の高い展示が出来上がっていて、期間中それが全く変化しなかった企画もあった。それはそれで最初から分かっていたし、それで良かった。結果として色々なことが浮き彫りになった。

実は、所沢ノードも同じで、利用者をお客さんとして扱うようなことをしていない。もちろん初見さんには丁寧に接するけど、所沢ノードには、むしろ気を使わない友人ぐらいのつもりで接している。お互いにそうして欲しい。そんな施設の雰囲気づくりが決定的に重要だ。その結果、ボランティアとして受付や運営を手伝ってくれている人たちが出てきたり、勝手に掃除をし出す人も見かけるようになった。それが都市、それこそが都市に於ける市民性だ。

手が回らないから、お金が無いからそうしてるだけだろうと思う人がいるかも知れない。でも、そうじゃない。千代田に作った拠点では潤沢な運営費を稼ぎ出すことができたけど、(僕が代表でいる間は)同じ考え方を貫いた。ホテルライクなサービスを理想とするスタッフや利用者とは、そのことで何度も意見を戦わせた。お互いに理想とする形、実現したい関わり合い方が違うんだからしょうがない。

「.Makeところざわ2017」には幾つかのお手本があった。もちろん「Make Fair」はその1つだけど、最も意識したのは、ダウンゴが開催している「ニコニコ超会議」と飯田市の「丘のまち・フェスティバル」だ。前者には大手広告代理店が絡んでいるが、あえて彼らの高い完成度の仕事を排し、例えば、会場には子どもが殴り書きしたようなポスターが散見され、

素人的な雰囲気演出されている。出演者とスケジュールだけが書かれた案内板が置かれ、誰一人スタッフが配置されていない、参加者に任せきりの区画(ステージ)も多い。自動車メーカーの展示なのに、あえて来場者に手押しで車を動かさせる企画もあって、さすがにこれには笑った。主催者は、毎年何億もの赤字を出しながら、どうしてこんなイベントをやってるのか。

そんな「ニコニコ超会議」の元ネタとも言われている飯田市の「丘のまち・フェスティバル」では、まちづくりのシンボルである「りんご並木」を取り巻く中心市街地一帯がサブカルチャーのカオスと化す。イベントの実行委員会に名を連ねる数十の構成組織が各々勝手に企画を展開していて、誰一人として全体像を把握していないと言われている。道路をキャンバスとして子どもたちが落書きをしたり、火を噴く大道芸人の脇では、ヤギやニワトリと戯れることができる動物コーナーがあり、その横ではジビエの焼肉料理が振る舞われている。痛車の展示やペイントの実演会が行われ、アニメキャラを施された市の公用車やタクシーがそのまま今も走っている。どちらのイベントも出店が居並ぶ類のイベントとは根本的に何かが違う。

僕は元来あまりイベントが好きじゃない。行くのも、やるのも。特に商業的なそれは。だけど、何かと一緒に体験するという事実は、お互いの関係を深めるのに大切な意味を持っている。地域コミュニティや都市の性格を形づくるのも、その共通体験だ。それと同じ意味で、「.Makeところざわ2017」は参加者に共通の記憶資産となり、僕の中でも大切な意味を持った。そして、そこから幾つかのプロジェクトが実際に動き始めてもいる。今のところ、初めて所沢駅を降りた時と街の風景は変わっていない。だけど、所沢ノードたちとの出会いや共通体験を通じて、僕は少しだけ所沢という都市が好きになった。

40年ほど前に都心郊外のベッドタウンとして一応の完成を見た所沢は、今また再開発の第2波に

よって大きく変わろうとしている。シビックプライドは、古い建築物などによって高められるとする考え方がある。また、ジェーン・ジェイコブスは「新しいアイデアには、古い建築が必要だ」と語っている。それはその通りだろう。

しかし、KADOKAWAの「サクラタウン」は、早くも所沢の表現や行動する文化に刺激を与えている。「.Makeところざわ2017」の舞台が、再開発によって都市の創造性を高める場になれば、この街の景色

や手触りが変わる。そうすれば、住民が寝に帰るだけの場所、受動的な消費の街に見えた所沢が、非住民にとっても遊べる都市、関わりの持てる都市、興味の持てる都市になるはずだ。

「シビックプライド」は都市と主体的、積極的に関わろうとする姿勢の中に宿る。だからそのうち、僕にも所沢に対する「シビックプライド」が生まれるに違いない。

寄稿者 PROFILE

藤倉 潤一郎（ふじくら じゅんいちろう）

非営利型まちづくり株式会社 地域協働推進機構 代表取締役

経 歴：1968年生まれ。私立武蔵高等学校卒業。早稲田大学在学中、参加型メディア・システムの開発などを主な仕事とするマーケティング会社を起業。

インターネット関連企業の事業協同組合を設立し、代表理事に就任するなどを経て、2004年、千代田区の不活性な公共施設を活用して複合的なまちづくりの課題を一体的に解決する地域拠点を開設し、運営会社の代表取締役に就任。

2007年、鶴ヶ島市協働政策幹、内閣府地域活性化伝道師に就任。

2008年、第三セクター方式の非営利型まちづくり会社、地域協働推進機構を設立し、代表取締役に就任（現職）。

2012年、法政大学大学院政策創造研究科「非営利組織特論」兼任講師、2014年、同「コミュニティビジネス論」兼任講師に就任（現職）し、現在に至る。

広域的なシビックプライドの醸成と活用 ～ショッピングモールの事例から～

行田市 総務部 収納課 いしかわ つねひさ 石川 恒久



1 はじめに

現在居住し生活している地域だけでなく、生まれ育った故郷、通勤・通学している都市、休日に買い物に出かける街など、一人の人の中に複数の都市や地域へのシビックプライドが共存している。近年では、ショッピングモールを中心とした新たな広域的なシビックプライドが形成されつつある。

本稿では、埼玉県広域消費動向調査報告書から新たに広域商圏都市となった都市に注目し、その商圏の変化の中心にショッピングモールがあることを確認する。また、商店街と百貨店との比較から、ショッピングモールが街にいる感覚と建物内にいる安心感が同時に存在する、これまでにない空間を創出しており、家族で買い物を楽しむ場所以上の場になっていることを示す。さらに、具体的な事例を通して、ショッピングモールが地域性を発信する場となっていて、広域的なシビックプライドを形成しているこ

とを考察する。そして、このような広域的なシビックプライドを醸成し、うまく活用していくことが、いま地域で必要であるということを本市の取組事例を通して示したい。

2 埼玉県における商圏の変化とショッピングモール

ここでは、埼玉県広域消費動向調査報告書に基づいて、埼玉県における商圏の変化とその変化の中心にショッピングモールが存在することを確認したい。¹ 埼玉県広域消費動向調査は埼玉県が独自に実施している調査であり、調査対象を埼玉県内公立小学校に通学する第2学年児童のいる世帯としており、小学生の子どもがいる家族の消費動向を表している。商圏の設定は、買い物動向を最も典型的に反映していると考えられる洋服・衣料品等についての購買地調査結果を踏まえて行っている。広域商圏都市の基準は、地元購買率²が70%以上かつ外部からの吸引³

が外部5市町村以上からそれぞれ10%以上。もしくは、地元購買率が80%以上かつ外部からの吸引が外部3市町村以上からそれぞれ10%以上となっている。準広域商圏都市の基準は、地元購買率が60%以上かつ外部からの吸引が外部2市町村以上からそれぞれ10%以上。もしくは、地元購買率が70%以上かつ外部からの吸引が外部1市町村以上からそれぞれ10%以上となっている。

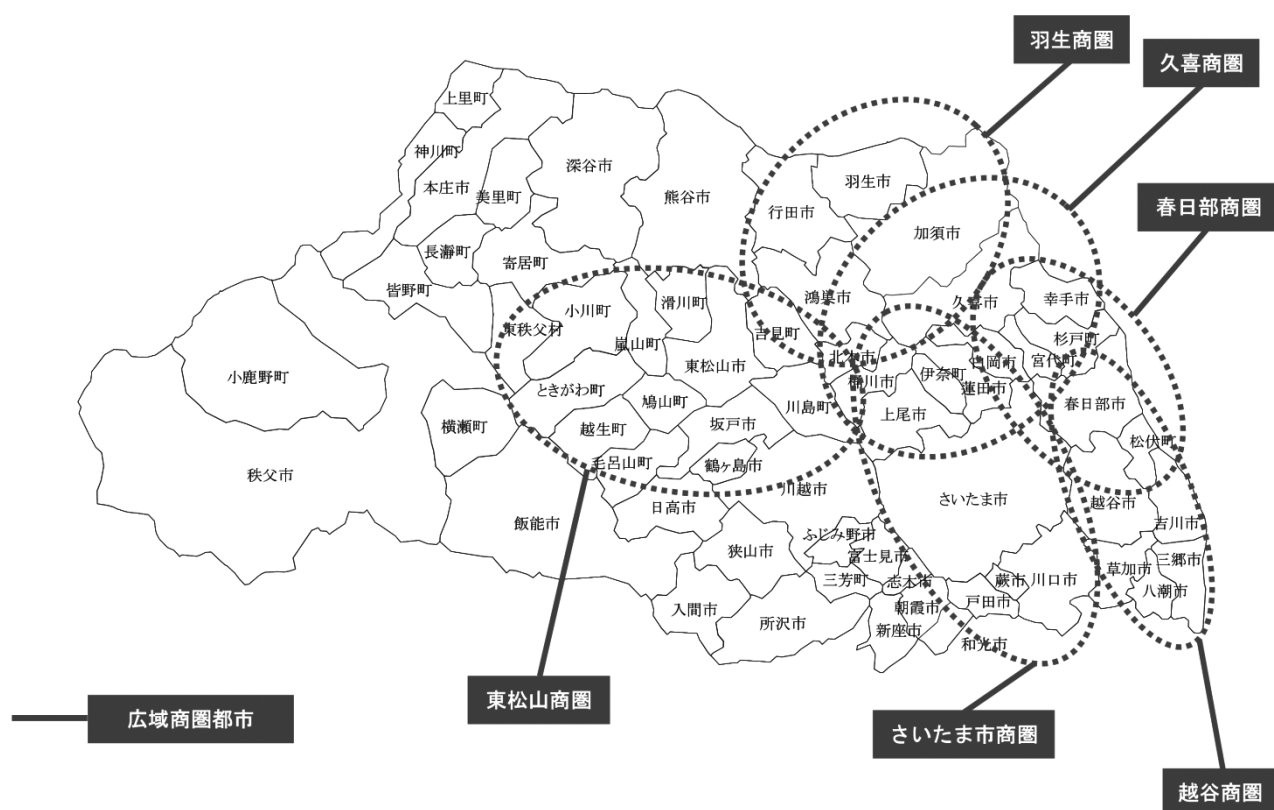
平成27年度の調査結果による

【商圏の中心都市の類型設定基準】

① 広域商圏都市		
(A)	ア. 地元購買率	: 70%以上
	イ. 外部からの吸引	: 外部5市町村以上からそれぞれ10%以上
(B)	ア. 地元購買率	: 80%以上
	イ. 外部からの吸引	: 外部3市町村以上からそれぞれ10%以上
② 準広域商圏都市		
(A)	ア. 地元購買率	: 60%以上
	イ. 外部からの吸引	: 外部2市町村以上からそれぞれ10%以上
(B)	ア. 地元購買率	: 70%以上
	イ. 外部からの吸引	: 外部1市町村以上からそれぞれ10%以上
③ 地域商圏都市		
	ア. 地元購買率	: 60%以上
	イ. 外部への流出	: 外部特定都市への流出率が20%未満

(平成27年度埼玉県広域消費動向調査報告書P.9より引用)

【主要商圈（広域商圈都市）の商圈分布】



(平成27年度埼玉県広域消費動向調査報告書P.119より引用)

と、広域商圏都市はさいたま市商圏のさいたま市、春日部商圏の春日部市、越谷商圏の越谷市、東松山商圏の東松山市、羽生商圏の羽生市、久喜商圏の久喜市の6都市となっている。このうち、平成22年度の調査では広域商圏都市ではなかったが、平成27年度調査で新たに広域商圏都市となったのは、羽生市と春日部市である。広域商圏都市の基準は多少異なるが、平成17年度の調査と比較すると、越谷市も新たに広域商圏都市になった都市である。これらの新たに広域商圏都市となり商圏を形成するようになった都市をみると、ショッピングモールが新規オープンしていることが確認できる。羽生市には「イオンモール羽生」が平成19年にオープンし、春日部市には「イオンモール春日部」が平成25年にオープンし、越谷市には「イオンレイクタウン」が平成20年にオープンしている。広域商圏都市の基準は洋服や衣料品等の購買地であり、洋服・衣料品等の購入場所は埼玉県内全体でみると、ショッピ

ングセンターが32.6%でファストファッション店の29.4%を超えて1位となっている⁴。このことから、羽生市、越谷市、春日部市が新たに広域商圏都市となったのは、ショッピングモールのオープンが大きく関係していると考えられる。他の広域商圏都市については、さいたま市であれば「コクーンシティ」や「イオンモール浦和美園」、「ステラタウン」など、久喜市では「モラージュ菖蒲」や「アリオ鷲宮」、東松山市では「ピオニウォーク東松山」などのショッピングモールが立地しており、従来の商業施設に加えてショッピングモールが立地することにより、広域商圏都市として定着しているといえる。

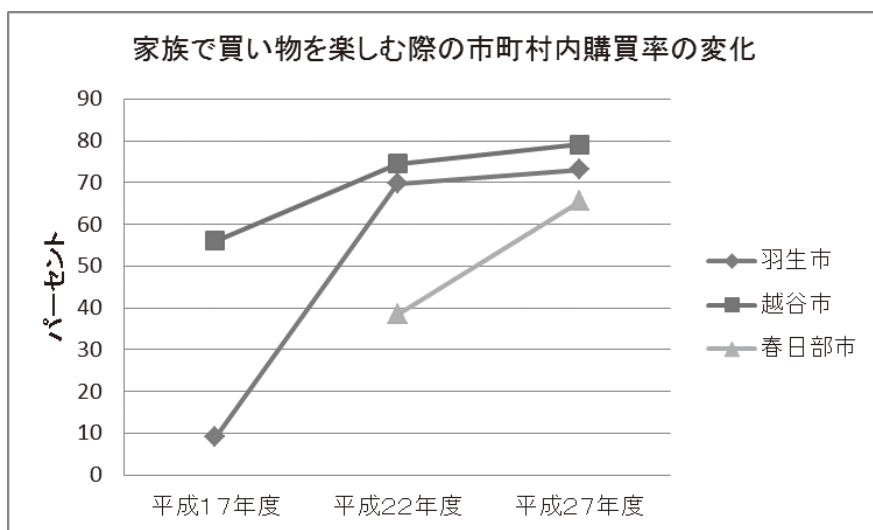
また、家族で買い物を楽しむ時の市町村内購買率をみると、羽生市では平成17年度9.1%だったのが、平成22年には69.8%と激増し、平成27年度も73.1%と増加している。越谷市では平成17年56.1%だったのが、平成22年度には74.5%と大幅に増加し、平成27年度も79.2%と増加してい

る。春日部市では平成22年度38.5%だったのが、平成27年度には65.6%と約倍近く増加している。これらの変化も新たなショッピングモールのオープンが大きく関係しているといえる。県内の新たなショッピングモールのオープンといえば、平成27年4月にオープンした「ららぽーと富士見」が記憶に新しいが、富士見市の数値を見てみると平成22年度14.7%だった

のが、平成27年度には55.7%とやはり激増している（調査の実施期間は平成27年9～10月）。なぜ、家族で買い物を楽しむ際の市町村内購買率の変化にもショッピングモールが大きく関係しているといえるのか。次に、ショッピングモールの特徴について商店街と百貨店のそれぞれの特徴を比較しながら考察し、家族で買い物を楽しむ場所として、また多くの人々が訪れる場としてのショッピングモールについて考えていきたい。

3 ショッピングモールの特徴 —商店街と百貨店との比較—

ショッピングモールは、商店街と百貨店の特徴を併せ持っているといえる。商店街は街路（モール）を中心に飲食店や日用品店など様々な店舗が立ち並び横長の構造になっている。外の空間にあり、天気や気温、季節を感じるとともに、外にいる解放感があり、新たな店舗や空間を拡大すること、また逆に縮小していくことなど、ある程度の自由度がある。百貨店は建物を中心とし、フロアごとに食料品や紳士服、婦人服などの分野別に商品を展示する縦長の構造になっている。内の空間になっており、天気によって左右されることなく、温度やセキュリティなどを制御し、トイレや休憩所、駐車場などの環境を整備している。また、内の空間のため、新たな店舗や空間



（平成17～27年度埼玉県広域消費動向調査報告書より作成）

の拡大や縮小の自由度は小さいが、建物内の演出を統一的に行うことができる。

ショッピングモールはこれら商店街と百貨店の特徴を併せ持っており、建物の中に街路を中心とした店舗が立ち並び横長の構造のフロアを積み重ねて、縦長の構造も兼ね備えている。さらに、街路部分を吹き抜けにすることにより、内の空間の中に外の空間を創出し、横長の構造と縦長の構造を組み合わせることで、街にいる感覚と建物内にいる安心感を創り出し、これまでにない空間を生み出している。また、トイレの数と質を向上させたり、コインロッカーを設置したり、街路部分に休むことのできるソファを適切に配置したりすることにより、長時間ショッピングを楽しめる環境を整備している。

ショッピングモールは建物を運営する企業が、建物内の環境の整備やイベントを運営していく中央集権型であると同時に、店舗については各テナントに貸し出す分権型になっており、経営的観点からみても商店街の分権型と百貨店の中央集権型の特徴を併せ持っているといえる。

商店街は店舗の土地と建物を所有するオーナーがおり、オーナーと店舗を営む経営者が同一の場合と、オーナーが経営者にテナントとして貸し出している場合があるが、そのオーナーたちと店舗の経営者たちが、地元の商工会議所などにより、商店街の組合

をつくり、商店街の方向性を協議し、イベントや環境整備などを行っている。

一方、百貨店は百貨店を運営する企業がすべて運営をしている。百貨店内にテナントとして店舗を貸し出してはいるが、百貨店内を取り仕切っているのは百貨店を運営する企業である。

以上のように、ショッピングモールは商店街と百貨店の特徴を併せ持っており、これまでにない空間を創出し、訪れる人にとって買い物を楽しむ以上の場となっている。さらに、ショッピングモールは地域性を意識し、地域性を取り入れ、地域のイメージや特色を発信する場ともなっている。次に、それらの事例について見ていき、その中から広域的なシビックプライドが形成されてきていることを考察したい。

4 ショッピングモールにみる地域性とシビックプライド

ここでは、ショッピングモールにある地域性の事例についていくつか見ていきたい。イオンモール羽生は、利根川の流れをモチーフに建物全体が設計されており、川の流れのように緩やかなカーブを描いた設計となっている。また、1階フロアのモール部分には「利根川の生き物道しるべ〜片道280mのモールウォーキング〜」として、利根川周辺に棲む生き物たちの写真を約50メートル間隔でマイルストーンとして床に埋め込んである。藤、ゴイサギ、チョウトンボ、蓮、コミミズク、カワセミ、キンモクセイと利根川周辺の生き物の写真に触れ、利根川を感じながらモールウォーキングを楽しむことができる。利根地域の地域性だけでなく、立地する羽生市のゆるキャラであるムジナもんとその仲間たちが壁に描かれていたり、ムジナもんの誕生日イベント等が開催されるなど、羽生市の地域性も発信している。このほか、毎年父の日や母の日に、周辺地域の幼稚園や保育園の児童たちが描いた絵を展示するなどしている。

埼玉県外のショッピングモールでも地域性を発信している事例がある。神奈川県「テラスモール湘南」では、フードコートに地元の名産であるシラス井の店などの湘南ならではの飲食店やショップがある。また、イベントスペースで地元のアーティストのミニライブなどを開催している。同じ地域にある「ららぽーと湘南平塚」でも湘南の食材を使ったレストランが入店している「湘南キッチンストリート」があり、海やサーフィンを切り口としたライフスタイル・カルチャーを提案する、海の家をイメージした設計の「湘南シーサイドストリート」などがある。⁵ どちらのショッピングモールも湘南の地域性を発信する場となっている。

東京都でも、「アリオ亀有」では、こち亀のキャラクターの等身大のフィギュアや舞台となっている派出所を再現した施設などがある「こち亀ゲームば〜く」があり、亀有という地域性を発信する場となっている。

以上のように、ショッピングモールは地域性を発信する場となっている。そのため、その都市・地域に住んでいる市民や住民にとっては、ショッピングモールは地域のアイデンティティの再発見・再構築の場となり、市民・住民としての自覚とシビックプライドの醸成を促すものとなっている。

さらに、ショッピングモールは、広域的な範囲から人々が訪れるため、立地する都市・地域外の人々にもその地域性を知り、感じてもらえる場となっており、広域的なシビックプライドの醸成と形成を促すものとなっている。次に、このようなショッピングモールを中心とした広域的なシビックプライドの醸成・形成とその活用について考察したい。

5 広域的なシビックプライドの醸成・形成

ショッピングモールには市町村という枠を超え県の枠をも超えて、広域的な範囲から人々が訪れている。ショッピングモールの駐車場の車のナンバーを見てみると、立地する自治体のナンバーを中心に、

周辺地域のナンバーの車も多くあり、中には県外ナンバーの車もあったりするのに気づくだろう。そのようなショッピングモールでショッピング、飲食、カフェ、イベント、有名人のステージ、また、モールウォーキングなど、様々な体験を共有することにより、ゆるやかなつながりを感じることが出来る。このようなショッピングモールでの体験が、地元の学校や、職場などで共通の話題となることもある。また、近くのショッピングモールは地元感があり、少し離れたショッピングモールはお出かけ感があり、観光地のショッピングモールはリゾート感を感じるといったこともある。

ショッピングモールの店舗で働く人は、立地する自治体だけでなく、周辺地域の人も多いため、そこでは広域的な人的ネットワークが形成される。また、友人や知人がショッピングモールの店舗で働いていることで、ショッピングモールに対し親しみやなじみを感じるようになる。それだけでなく、施設管理やリニューアル工事に地元の職人などが携わることで、自分たちの手でショッピングモールを維持管理しているといった自負心を持つようになる。

以上のように、ショッピングモールは立地する都市・地域の内外を問わず、広域的な範囲から人々が訪れたり、仕事などで関わったりすることで、広域的なシビックプライドを醸成・形成している。そのことにより、ショッピングモールを中心とした周辺地域についても注目や関心が大きくなり、地域性について発信の場となっているショッピングモールが大きな交流の拠点となっている。そのショッピングモールを通して地域性を体感した人々の中には、自治体の枠を超えて、広域的なシビックプライドが醸成・形成されている。

6 おわりに

～広域的なシビックプライドの活用へ～

本稿では、ショッピングモールを中心とする広域的なシビックプライドについて述べてきた。しかし、このような広域的なシビックプライドは、ショッピングモールを中心とするものだけでなく、数多くある。広域的な範囲から人が集まる場所、イベントなどがある場合に、このような広域的なシビックプライドは醸成されやすい。

本市における、ギネスに認定された田んぼアートやこの度日本遺産に認定された「和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田」の取組も広域的な範囲から多くの人が訪れ、広域的なシビックプライドを醸成し、活用している好例といえる。

田んぼアートについては、準備の段階から多くの人が関わり、田植えの時には市内外から多くの人が参加をし、見頃の時期を迎えると古代蓮タワーの展望台から田んぼアートを鑑賞しようと多くの人が市内外から訪れている。今年度で10周年となった田んぼアートは、平成27年度にはギネスに認定され、平成28年度にはドラゴンクエストとコラボするなどさらに注目を集め、地域性を発信する場となり、広域的なシビックプライドの醸成・形成する場となっている。

また、日本遺産についても、日本遺産魅力発信推進事業として講演会を開催したり、様々なイベントでPRを行ったりと、市内外において地域性を発信しており、広域的なシビックプライドを醸成・形成するものとなっている。

このような広域的なシビックプライドを醸成し、うまく活用していくことが、いま、地域に必要なことではないだろうか。

脚注

- 1 以下、平成12～27年度埼玉県広域消費動向調査報告書を参照
- 2 ①県内購買率：県内の消費者が県内で買い物をする割合 ②地区内購買率：地区内の消費者が地区内で買い物をする割合 ③市町村内購買率：市町村内の消費者が市町村内で買い物をする割合

【算式】
$$\text{地元購買率（％）} = \frac{\text{①県内（②地区内 ③市町村内）で買物をする回答した数}}{\text{①県内（②地区内 ③市町村内）の有効回答数}} \times 100$$

（平成27年度埼玉県広域消費動向調査報告書より）

- 3 ある市町村で買い物をする他市町村の消費者の割合（平成27年度埼玉県広域消費動向調査報告書P. 8より）
- 4 平成27年度埼玉県広域消費動向調査報告書P.94より
- 5 現地調査による。「ららばーと湘南平塚 フロアガイド」参照。

参考文献

- ◎シビックプライド研究会 編著『シビックプライド2【国内編】都市と市民にかかわりをデザインする』宣伝会議、2015年
- ◎若林幹夫 編著『モール化する都市と社会 巨大商業施設論』NTT出版、2013年
- ◎近森高明、工藤保則 編『無印都市の社会学——どこにでもある日常空間をフィールドワークする』法律文化社、2013年
- ◎東浩紀、大山顕『ショッピングモールから考える ユートピア・バックヤード未来都市』、幻冬舎新書、2016年
- ◎清水健朗『都市と消費とディズニーの夢——ショッピングモライゼーションの時代』、角川oneテーマ21、2012年

みどり・文化・産業が調和したまちづくり ～ COOL JAPAN FOREST 構想による「誇り・愛着」の醸成～

所沢市 経営企画部 総合戦略推進室長 いちかわ 市川 かつや 勝也



1 所沢市というまちへの「誇り・愛着」

「シビック・プライド」という言葉には明確な定義はない。

直訳すれば「市民にとって誇りに感じる有形・無形の文化」といったところだろうか。

私が生まれ育ち、奉職している所沢市は、都心から30kmの首都圏に位置しており、昭和30年代から50年代にかけて急激な人口増加を示し、住宅都市として発展してきた。

現在の人口は約34万人。鉄道を使えば30分程度で新宿・池袋といった都会の街に到着することができるし、渋谷や横浜まで直通運転の乗り入れもある。

タワーマンションが立ち並ぶ中心市街地では、毎年10基を超える山車が競う「ところざわまつり」が盛大に行われる。その市街地からほど近くには、50.2haのみどり豊かな所沢航空記念公園が市民の憩いの場となり、市内西部には狭山丘陵・狭山湖といった自然豊かで風光明媚な風景が広がる。

北には、柳沢吉保が開いた三富新田が「農」の伝統を伝え、国内に12か所しかないプロ野球チームの本拠地であるドーム球場を擁し、埼玉西武ライオンズのフランチャイズタウンとなっている。

交通利便性が高くて市民文化やスポーツが盛ん。都会と田舎がほどよく混在した、さまざまな価値観が満たされるまち…。

「なんと魅力的な『まち』ではないか！」

2 目の前に迫る超高齢化の波

所沢市の概要を文章で表すと前段のようになる。

実際に平成28年度市民意識調査では、所沢市へ

の愛着度は85.2%、定住意向は78.8%という結果が出ている。多くの方が所沢市を「好き」であるし、「住んでいたい」と感じていることが表れており、おおむね良好な結果と言えるし、市民の皆さんは十分に誇っていい「まち」であると言える。

しかし、そんな所沢市も課題がないわけではない。人口動態を見れば、40代以上が半数以上を占め、平成27年の合計特殊出生率は1.45であり、日本の人口置換水準となる2.07を大きく下回る。20年後の人口推計では、全体の人口が漸減していく中、高齢化率は30%を超える見込みであり、年少人口は10%程度に落ち込む見込みである。

全国で叫ばれる地方創生の必要性は、所沢市においても例外ではない。

それどころか、埼玉県及び県内市町村の多くは、他の自治体と比較しても非常に急激な超高齢化が進むことが見込まれており、地域経済への影響が看過できないレベルとなることが懸念されているのである。

人口減少・超高齢化といった課題に対応するうえで、本市が示している方向性が、「郷土愛や市民同士の一体感を高め、まちへの誇りや愛着を醸成し、定住促進を図ること」である。

特に生産年齢人口の確保を重視しており、「所沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、2060年までの期間における「人口27万人の維持」「生産年齢人口50%確保」「年少人口割合の回復」を掲げている。

同総合戦略の計画期間である平成31年度までは、みどりや文化などの「魅力」と、産業や経済活動の「元氣」に磨きをかけ、将来的な子どもの幸せや、地域

の絆といった「安心」に繋げていくための土台づくりを進めることとしている。

では、どのようにして、「魅力」「元気」を磨いていくのか。

総合戦略策定に当たり、基礎資料として実施した窓口アンケートでは、転出・転入先の市町村を選択した理由として「就職・転勤・転職」を挙げた方は45%を占めており、「働く場」が居住地を選択するうえで大きな要素となることが表れている。

こうした状況を見ていく中で、本市への移住を進め、定住に繋げるうえでは、本市が持っている資源のポテンシャルをさらに磨くとともに、かつての「住宅都市」「ベッドタウン」という姿から、「文化都市」「職住近接のまち」へと変化していく必要があるのではないかと考えたのである。

3 文化の力でまちづくりに挑戦

(1) COOL JAPAN FOREST構想

現在、本市は、「まちへの誇りや愛着の醸成」を進めるうえでの最優先事業として、株式会社KADOKAWAとの産官共同プロジェクト「COOL JAPAN FOREST構想（クールジャパンの森）」を進めている。

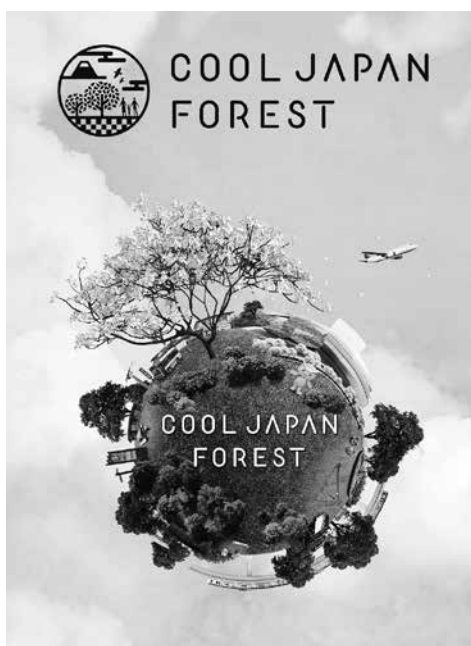


図1 構想パンフレット表紙

本構想は、文化と自然が共生した、誰もが「住んでみたい」「訪れてみたい」地域づくりを進めるもので、その策定に当たっては、国の地方創生交付金を活用し、地域経済波及調査及び集客調査等を実施するとともに、推進方針や具体的なアクションをまとめている。

平成28年3月の構想策定に続き、同年6月には同社と「COOL JAPAN FOREST構想の推進に関する協定」を締結し、相互に緊密な連携と協力をし、「みどり・文化・産業が調和したまち」として発展していくことを目指している。

開発事業や包括的なまちづくりについて、官民による協定を締結する事例は、さまざま見られるが、企業の経営ノウハウと、行政の地域マネジメント力を活かして地域づくりを全体的にコーディネートしていく取組は全国的にも珍しいのではないだろうか。

その舞台となるのが、本市東部に位置する重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST」である。



図2 所沢市と株式会社KADOKAWAとのCOOL JAPAN FOREST構想の推進に関する協定 締結式（平成28年6月10日）

（左から、松原 眞樹（株）KADOKAWA代表取締役社長、角川 歴彦（株）KADOKAWA取締役会長、藤本 正人 所沢市長）

(2) 構想の中心「ところざわサクラタウン」

重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST」とは、JR東所沢駅（武蔵野線）から徒歩10分の約40,000㎡の土地に株式会社KADOKAWAが建設する「ところざわサクラタウン」（以下「サクラタウン」）を中



図3 COOL JAPAN FORESTエリアイメージ

心とした半径約500mのエリアのことである。

その中心施設となる「サクラタウン」には、いわゆる「事業棟」と「角川ロックミュージアム」が建設される。

書籍製造・物流工場及びオフィスを備えた「事業棟」には、イベントホール「ジャパンパビリオン」、同社のコンテンツショップ「ダ・ヴィンチ ストア」、フードコートなども設置される。

これに併設する形で建設されるのが、クールジャパンを世界に発信する拠点となる、「世界初の図書館・美術館・博物館の融合施設」＝「角川ロックミュージアム」である。

本構想では、同社が建設・運営する「サクラタウン」を中心とする重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST」において、市の事業としてエリア内の交通円滑化や景観の整備、産業用地創出・企業誘致等を進めることで「みどり・文化・産業が調和した」地域づくりを進める。



図4 ところざわサクラタウン完成予想図

この場所から同社が得意とするアニメ・ゲーム等のポップカルチャー、本市が誇るみどり、農の伝統、市民文化といったものをクールジャパンでパッケージ化して世界に発信する。

それによってインバウンドを含む多くの人たちが「所沢」を訪れ、その人たちがまた口コミで本市の魅力を広めていくことで「観光誘客」「流入・定住促進」に繋がていきたいと考えている。

同社から、「工場を建設するに当たり、公共貢献の機能を備えたい」という申し入れがあったことがきっかけであるとはいえ、構想の立ち上げ段階から企業と行政が会議体を組織し、企画を練り上げていった手法は、官民連携の取組としても先駆的であったと考えている。

サクラタウンは、2020年7月開催の東京オリンピック・パラリンピックに照準を当ててオープンを目指しており、現在は建設工事が進められているところである。

サクラタウンの東側には、自然林を活かしたみどり豊かな「東所沢公園」が接しており、北側は桜並木が連なる東川に面している。

サクラタウンの敷地内は、単なる工場や集客施設として整備するだけでなく、自由に往来できる遊歩道や広場等を配置し、周辺環境と連動しながら市民の「憩いの場」としても機能していくこととなる。

さらに東川を挟んだ北側には、約8,000㎡の市有地「旧所沢コンポストセンター跡地」があり、ここには、本市の地場産品をPRする施設を建設する予定である。

民間の施設に頼るだけではなく、市としてもサクラタウンとの相互作用によって、都市ブランドの向上や積極的な発信を図り、さらなる誘客を狙っていく。

(3) ジェネラルプロデューサーとアドバイザーボード

本構想の推進に当たっては、所沢市長・藤本 正

人と株式会社KADOKAWAの取締役会長・角川 歴彦氏の2人が「ジェネラルプロデューサー」となり、それぞれの立場で事業の統括を行っている。

地域の中で果たす役割が異なる「民間企業」と「行政」が連携するうえでは、双方のトップマネジメントを行う2人がそれぞれの統括役を担うことで、相互理解を深めながら、ぶれない理念に基づき円滑な事業運営を図ることを可能にしている。

また、構想を推進するうえで、様々な分野からアドバイザーボードを迎え、「文化の力」で街づくりを進めることに対して意見をいただいている。

角川ロックミュージアムを構成する3つの機能について、美術館を南條 史生氏、博物館を荒俣 宏氏、図書館を松岡 正剛氏が、それぞれ監修することが公表されており、この3名もアドバイザーボードを務めている。

こうした様々な分野のトップランナーから知見をいただくことは、これまでの行政運営の考え方では叶わなかった、文化的視点と経営的視点の融合を生み出すきっかけとなっている。

◇幅広い分野の知性が集うアドバイザーボード

- ・南條 史生（美術館監修）
森美術館館長・美術評論家
- ・荒俣 宏（博物館監修）
作家・博物学者／小説「帝都物語」の著者
- ・松岡 正剛（図書館監修）
編集工学研究所所長・イシス編集学校校長
- ・隈 研吾
建築家・東京大学教授。近作にサントリー美術館、根津美術館、歌舞伎座、新国立競技場など。
- ・後藤 高志
株式会社西武ホールディングス代表取締役社長、株式会社西武ライオンズ取締役オーナー、西武鉄道株式会社取締役会長
- ・山本 マーク 豪
ヴァージン・シネマズ・ジャパン社創業。コ

ンティニューム株式会社代表取締役

・川上 量生

カドカワ株式会社代表取締役社長、株式会社
ドワンゴ代表取締役会長

（４）文化の発信拠点「ロックミュージアム」

サクラタウンにおいて、文化の発信機能を持つのが、角川ロックミュージアムである。松岡 正剛氏、南條 史生氏、荒俣 宏氏が監修する図書館・美術館・博物館が融合した三位一体型の文化施設である。

新国立競技場の設計者として知られる隈 研吾氏によってデザインされた、悠久の歴史を伝える巨大な「岩の塊」といった建造物であり、圧倒的な存在感で本市を代表するランドマークとなるに違いない。

◇図書館パート

日本のポップカルチャーを牽引するKADOKAWAグループの刊行物を中心にした「書籍」や、クールジャパンの中心的コンテンツである「ライトノベル」や「コミック」を配架。電子図書館の機能も備える。

◇美術館パート

前衛的な現代アートの企画展示、高山辰雄やロダンなどのファイン・アートも展開する。

◇博物館パート

荒俣 宏氏の貴重なコレクションやオートマタ（自動からくり人形）、妖怪など神秘的に富んだ企画展示、全国にあるアニメ聖地の一番札所となるアニメミュージアムなどを展開する。

同ミュージアムは、単なる展示・収蔵に留まらず、KADOKAWAグループの編集力・事業構想力を活かした、新しい文化を創造・発信する人材の活動拠点としても機能していくだろう。

４ 所沢シリコンバレーの実現に向けて

さらに、産業振興の面からも見てみたい。

サクラタウンの北側に接する東川の対岸は、本市が進める土地利用転換推進エリア「松郷工業団地周辺地域」となっている。

関越自動車道・所沢インターチェンジから車で約10分。国道463号線、県道練馬所沢線に囲まれた産業用地として恵まれた立地である。

この区域では、将来的には、みどりあふれる環境を維持しながら、IT・コンテンツ等の分野に特化した企業を積極的に誘致し、先端産業の集積地を構成するため、用途地域変更等の手続きを進めるとともに誘致支援策の導入を検討している。

一方、サクラタウンの印刷・製本工場では、最新鋭のデジタル印刷機と製本機を導入することで「プリント・オン・デマンド」を実現する。世界に1冊しかないオリジナル書籍や品切れのない製造を実現するなど、従来の概念を打ち破る夢のような製造工場が整備されるのである。

さらに、約10,000㎡のワンフロア・オフィスは、KADOKAWAの「ワークスタイル改革」のフィールドとなるだけでなく、ベンチャー支援やポップカルチャーの創出・発信を担う人材育成の拠点として機能していくこととなる。

最新鋭の工場・オフィス、先端産業に特化した関連企業の集積、ベンチャー育成等をこのエリア内に集中することで、サクラタウンを中心に、工業団地という概念をはるかに超えた「所沢シリコンバレー」とも呼ばれる産業集積エリアを生み出そうとしているのである。

働く場の創出は、昼間人口比率を向上し、活発な地域交流を生み出すきっかけになる。地域の小売業・飲食業などに大きな影響を与え地域経済の活性化にも繋がるものと考えられる。

5 インバウンドを呼び込むツーリズム展開

COOL JAPAN FORESTエリアが提示していくのは、まちの魅力と文化の発信基地、先端産業の集積地だけではない。

2020年にサクラタウンがオープンした暁には、この場所がアニメツーリズムのゲートウェイとなり、国内からの観光客に留まらず、多くの海外観光客を呼び込むことを想定している。

平成28年に公開された映画「君の名は。」。アニメーションだからこそ実現できる精美かつ抒情的な風景描写によって、国内にとどまらず海外においても興行的な大成功を収めた。

作品内で舞台あるいはモデルとなった「アニメ聖地」、実在する風景や店舗に多くの観光客が訪れる「聖地めぐり」という考え方の認知度を一気に引き上げるとともに、地元でも予期していなかった観光ムーブメントによって、地域に様々な影響を与えたことも記憶に新しいところである。

アニメ聖地を訪れるために海外からやってくる観光客を、聖地めぐりツアーや地域一体型イベント等のプログラムで「もてなす」ことで、多くの観光客を誘致し、リピーターを生み出していこうとする「アニメツーリズム」という動きが、国のインバウンド政策とも相まって、全国各地で加速している。

そうした中、アニメ聖地を繋ぐ広域周遊観光ルートを造成することで日本全国に観光客の送客を図り、地域と企業、コンテンツホルダーを結び付けることで、観光立国の実現及び地域活性化を目指す「一般社団法人アニメツーリズム協会」が平成28年に設立された。

同協会では、国内外から集めたアンケート結果な



図5 アニメツーリズム展開のイメージ

どを参考にして、平成29年8月に「2018年版 日本のアニメ聖地88」を発表した。

今回は惜しくも所沢市を舞台にした作品は選定されなかったが、サクラタウンに建設されるロックミュージアムやジャパンパビリオンは、アニメ文化を世界に発信する強力な拠点として、「2020年版」では必ずリストアップされると期待している。

重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST」の最寄り駅となるJR東所沢駅は、羽田空港、成田空港のいずれからも90分程度でアクセスできる立地であり、両空港からの直通リムジンバスが発着している。



図6 サクラタウンへのアクセス

多くのインバウンドが訪れる交通基盤は、既にある程度整っているところではあるが、エリア内の交通円滑化を考えれば、ラッピング電車やシャトルバスの運行など、出来るだけ公共交通機関を利用してもらうような仕掛けも必要になるであろうし、駅からサクラタウンを結ぶ経路にKADOKAWAコンテンツを配置して、観光客が住宅区画に足を踏み入れない工夫も必要になるだろう。

エリアへの来訪者をリピーターに転換していくためには、その土地を楽しめるだけでなく、「ストレスなく過ごせる」ことが大きな要素となる。無用なストレスは、近隣トラブルの原因にもなるため、ストレスフリーへの対応は、特に留意していく必要がある。

サクラタウンのオープンに向けては、エリア内の動線設定、フリー Wi-Fi、案内表示等の多言語対応といった設備の整備を進めるだけでなく、地域商店等でのコミュニケーション等への対応が重要であり、今後の重点的な課題になると見込んでいる。

6 おわりに

本市においてシビック・プライドを考えると、[COOL JAPAN FOREST] 及び「サクラタウン」が、大きな要素になっていくのは間違いないことである。

生活・仕事・趣味…様々な価値観を満たすことができ、国内だけでなく海外にも注目されるまちは、当然市民にとって「誇れるまち」になっていくだろう。

まずは、そのモデルとなる「COOL JAPAN FOREST構想」を実現し、それを市域全体に広げ、さらに周辺自治体も巻き込んで、本市を含めた地域全体が持っている多くの魅力をできるだけ多くの人たちに届けたいと思う。

しかし、見失ってはいけないことは、立派な建造物や観光客の数が「誇り」や「愛着」を生むのではないということである。

たとえ都市の知名度が向上して、一度訪れてみようとする人たちを生み出したとしても、内容が伴わない人気は普遍的なモノにはなり得ない。

そこに暮らす人々が培った伝統・文化が、背景として積み上げられていくことで、はじめて「誇り・愛着」といったものが育っていくことを忘れてはいけない。

「市民一人ひとりの存在こそが〔シビック・プライド〕を醸成していく」ということを感じられる、意識できるまちづくりを進めていきたい。

シニアの地域デビューを促す広報戦略

～自己実現型インフルエンサーによるシニアの心を突き動かす戦略PR～

埼玉県 県民生活部 共助社会づくり課 うちだ たかゆき 内田 貴之

1 シニア活躍こそが日本の未来の原動力

少子高齢化が進む中で、減り続ける生産年齢人口。社会を動かす担い手が確実に減っていく中で、いかにして社会の活力を維持していくのか。

日本が抱える社会構造の大きな課題に対応しようと埼玉県が取り組んでいるのが、シニア活躍施策である。

シニア¹が蓄積した経験や知恵を社会の大きな力ととらえ、シニアが元気なうちは働いたり、地域社会活動²などで社会を支える側に回ってもらい、地域社会の活性化、発展に振り向けようという考え方である。

私が所属する共助社会づくり課では、地域社会活動という側面からシニアの活躍を推進している。いわゆる「地域デビュー³」の推進である。

企業戦士として会社組織の中で長い人生の大半を過ごしてきた人は、何も準備をしていなければ地域との接点を全く持たずに定年退職を迎えてしまう。

このような人たちは、定年退職後に居場所をつくることができず、家の中に引きこもるか、何もすることがなく暇を持て余すことになる。

これでは本人にとっても、社会全体にとってもあまりにももったいないではないか。

こういう方たちに地域デビューしてもらい、自己実現と社会課題の解決の両方を実現しようということだ。

県が行う「地域デビュー」の推進施策の事業体系は2つある。

1つはモデル市町村に対する財政支援だ。還暦式やボランティア見本市など、地域デビューのきっかけづくりなどを行う市町村の先進的な取組に対し助



ちいきデビューひっぱりガールズのメンバーと筆者
(写真右から3人目はリーダーの村田綾さん)

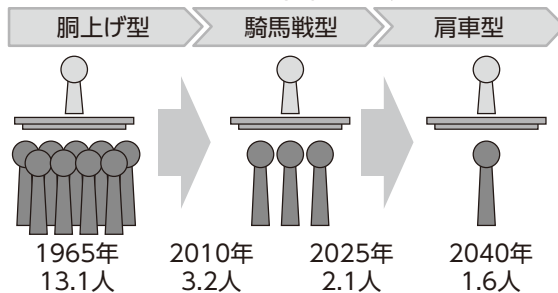
成するとともに、企画立案の支援も行っている。

2つ目はシニアに地域社会活動に関心を持ってもらうとともに、社会全体でシニアの地域デビューを後押しする空気づくりを行うことである。

本稿では、私が担当する後者の部分、シニアの地域デビューを促すための広報戦略を紹介していくこととしたい。

■ 胴上げ型社会から肩車型社会へ

シニア1人を支える生産年齢人口の数



※埼玉県シニア活躍推進課調べ

2 シニアの地域デビューの実態とは

シニアの力を生かすという考え方は、おそらく総論で賛成する人は多いだろうが、各論では他人事に陥りやすい。

埼玉県が毎年行っている県政世論調査によれば、過去1年間に地域社会活動を行ったことがある60歳以上の人は39.3%で残りの60.7%の人は地域社会活動を行っていない。いわゆる地域デビューができていない人たちだ。その理由としては、地域社会活動そのものに関心がない人が16.9%いる。

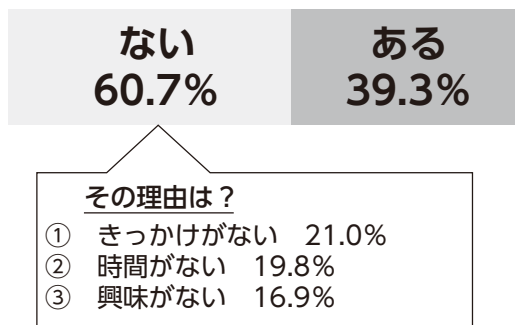
一方で、地域社会活動に関心があるもののきっかけがない人が21.0%、時間がない人が19.8%いる。

私たちのミッションは、関心のある人にもない人にも、それぞれターゲットごとに適したPR戦略を打ち出すことだ。

■ シニアの地域社会活動の参加経験

※平成29年度埼玉県県政世論調査

(過去1年)



3 地域デビューを促すマーケティング戦略

これまでの一般的な自治体広報は、ターゲットに伝えたい社会テーマそのものを発信するという方法が主流だ。

そこで成果が出ないときに、「相手の意識が低い」と嘆くのは時代遅れだと思っている。

広報の成果が出ないのは、目線が発信者目線だからだ。目線を受け手目線に変えることで、訴求力は格段に高まる。

このことは、マーケティングの考え方を取り入れることで理解しやすくなる。

私は、シニアに地域デビューしてもらうことは、「地域デビュー」という名の商品、サービスを売ることでであると捉えている。つまり、地域社会活動を促すためのマーケティング戦略ということだ。

人が数あるメーカーの商品の中から特定のメーカーの商品を買うにあたり、それを選ぶに至る「動機」が必ず存在する。

その「動機」を提案することこそが「地域デビュー」を売るPR戦略のポイントだと考えている。

地域社会活動の競争相手とは、他の時間の過ごし方だ。

24時間という1日の中で、仕事や家事、趣味や自己啓発などの様々な時間の過ごし方の中から、「地域社会活動」を選ぶという、その「動機」を提供できるかどうか鍵となる。

そこで、我々は、「人生を楽しむ」というテーマをシニアが行動する動機として提案することにした。

人生100年時代と言われる中、定年退職後の長い時間を楽しく、健康に、生きがいを持って豊かに過ごすということは、誰もが願うことだろう。

そういったシニアのニーズを「人生を楽しむ」というわかりやすい概念に落とし込み、「地域社会活動を行うことは人生を楽しむことにつながる」という関連付けを行い、それをPRのメッセージに乗せる。

これにより「人生を楽しむことができるから、地域デビューする」という動機のロジックが生まれる。

「地域社会活動は面倒で大変だ、自分に関係ない」という既存のネガティブイメージを払しょくし、「地域社会活動は楽しい人生を送るための魅力的な時間の過ごし方だ」というポジティブイメージを前面に押し出すことで、地域社会活動が他人事ではなくジブンゴト化され、行動につながるのである。

■ 発信者目線から受け手目線への転換

一般的な自治体広報	筆者が考える広報
発信者目線	受け手目線
依頼・呼び掛け・意識啓発	動機の提供
責任を受け手に設定する 地域デビューしないのは、シニアの意識が低いからだ	責任を発信者に設定する 地域デビューしないのは、シニアに動機を提供できていないからだ
社会テーマそのものを伝える 地域デビューしてください 社会貢献が重要だ 困ってる人を助けるべきだ ボランティアしてみませんか	受け手の関心事にフックさせる 楽しい人生を送ろう 自己実現が幸せの秘訣だ 人の笑顔を見るのは幸せだ 知識や経験が活かせる嬉しい

■ 地域社会活動の「動機付け」のロジック

広報実施前 動機がない	広報実施後 動機がある
他人事	ジブンゴト
ネガティブなイメージ	ポジティブなイメージ
面倒だ 大変だ 辛い 魅力が感じられない 長続きしない	楽しい いきがいだ 自己実現 魅力的な時間だ 止められない
押しつけられる	自発的に取り組む
優先順位 低い	優先順位 高い

4 インフルエンサーの徹底活用

ここで私がこだわるのが、行政が自分でしゃべらないことだ。行政が自分でしゃべることは県民から「行政からの押しつけ」に見えてしまう可能性が高いからである。

ここで登場するのがインフルエンサーだ。

インフルエンサーとは、ターゲットの行動に強い影響を与える人のことで、一般的には著名人や学識経験者、ブロガーやインスタグラマーなどを指すことが多いが時には身近な友人でさえもインフルエンサーになりうる。

第三者であるインフルエンサーに我々が伝えたいメッセージや理念を託し、行政側の代弁者として語ってもらう。

これにより客観性が生まれ訴求力が格段に高まり共感を得やすくなるとともに、意識変容、行動変容につながりやすくなるのだ。

ホテルを予約するときに口コミサイトを参考にしたり、友人に薦められた商品をついつい買ってしまうのは、私たちの生活がインフルエンサーに強く影響を受けていることを如実に物語っている。

こうした考え方から、2つのインフルエンサーグループを結成することとした。

5 「地域デビュー楽しみ隊」の結成

インフルエンサーグループの1つ目は、シニア世代で構成される「地域デビュー楽しみ隊」だ。

このグループが働きかけを行うターゲットとミッションは、大きく2つある。

1つ目は、地域社会活動に関心がないシニア層あるいはプレシニア層⁴に対し、地域デビューすることは「人生を楽しむ」ことに直結するということをわかりやすく伝えることで動機づけを行い、意識を変えてもらい、地域社会活動のジブンゴト化へつなげていくことだ。

2つ目は、地域社会活動に関心があるものの、どうやって地域デビューしたらよいのかわからず一歩を踏み出せないシニア層あるいはプレシニア層である。

この層に対しては、地域デビュー先の探し方、地域との接点づくりや仲間づくりのノウハウを伝え地域社会活動への一歩を踏み出す後押しをする。これにより「地域デビューを果たす」という具体的な行動変容につなげることが成果目標となる。

グループの名称は、「地域デビュー」と「人生を楽しむ」という2つの概念を合わせたワードである「地域デビュー楽しみ隊」に決定した。

グループの存在やメッセージを県民に浸透させるためには、シニア世代の県民の誰もが知っているメインインフルエンサーの起用が不可欠だ。

そこで、川越市出身の俳優の市村正親さんに総監督をお願いし、秩父市出身の落語家の林家たい平さんには隊長になっていただいた。



左から地域デビュー楽しみ隊隊長の林家たい平さん、上田知事、ちいきデビューひっぱりガールズリーダーの村田綾さん



地域デビュー楽しみ隊と、ちいきデビューひっぱりガールズ

市村さんは60代であるが、林家さんはまだ50代。2人を起用することにより、シニア世代と定年退職前のプレシニア世代の両方にインパクトを与えられるようにした。

一方、隊員と呼ばれるインフルエンサーは一般県民から集めた。

29名の県民の隊員のうち16名は、すでに実践活動を行っている県民を中心に、さまざまな人的なネットワークを頼って候補者を絞り込んでいった。

残る13名は、公募により募った。

こうして総監督1人、隊長1人、県民の隊員29人の総勢31名からなるインフルエンサーグループ、「地域デビュー楽しみ隊」が編成された。

県民を29名も集めたのには理由がある。

一つは、各隊員が市町村のエリアを単位に地域密着型の広報活動を展開することを想定していたため、県内全域に隊員が分散するように配慮したためである。

また、地域社会活動の多様性にも配慮した。まちづくりや福祉、環境、観光、文化芸術、自治会活動など、多彩な分野を設定することで県民が自分にあった地域社会活動のスタイルを見つけやすくする狙いがあった。

さらには地域社会活動の経験度合いに応じて、3段階程度のバリエーションを設定した。

NPO法人の代表者など実践活動経験の長い隊員には、地域社会活動の師範として、地域社会活動の



地域デビューを とことん楽しむ宣言

私たち、地域デビュー楽しみ隊は、次の5つのことをとことん楽しむことを通じて、アクティブシニアに向けて地域活動の楽しさを発信し、地域の人々の笑顔を生み出していくことを宣言します。

- 一、地域活動を通して、自分の知識や経験を生かすことを楽しみます！
- 一、地域活動を通して、様々な人との出会いを楽しみます！
- 一、地域活動を通して、充実した時間を過ごすことを楽しみます！
- 一、地域活動を通して、心も体も健康でいることを楽しみます！
- 一、地域活動を通して、地域の課題を解決することを楽しみます！

平成29年8月24日

地域デビュー楽しみ隊 隊長 林家 たい平

地域デビュー楽しみ隊の「地域デビューをとことん楽しむ宣言」

ノウハウの発信を主に担当してもらうこととした。

地域デビューを果たしているものの、その経験が浅い隊員には、地域デビューによって自分のライフスタイルがどう変化したか、自らの体験談や習得したノウハウを語ってもらう。

そして、まだ地域デビューを模索中の隊員には、悩みや苦悩の気持ちをそのまま発信してもらったり、地域デビュー先を探す過程そのものを現在進行形で発信することを期待した。

隊の活動は平成29年8月24日に知事公館で行われた発足式によりスタートした。

発足式は知事や林家たい平隊長（市村正親総監督はビデオ出演）、県民の隊員が出席する中、テレビや新聞などのメディア関係者を招待して行われ、その模様はテレビニュースや新聞、インターネットニュースなどで報じられた。

その後の隊員たちは、普段は各人が自分の住む地域で自分が地域社会活動をする様子などをSNSや口コミなどで発信しているほか、地元の市町村の主催のイベントや県主催のイベントなどでトークセッションや講演などへの出演を通じて発信している。

6 地域デビューを応援する女子グループ 「ちいきデビューひっぱりガールズ」の結成

2つ目のグループが、日本で初となる地域デビューを応援するための女性グループ「ちいきデビューひっぱりガールズ」である。

シニアの地域デビューはシニアだけの問題としてとらえるのではなく、社会全体でシニアの地域デビューを後押しする空気づくりが重要である。

特に地域デビューを果たせていない男性などは、比較的地域に溶け込んでいる奥さんなど家族が地域デビューを後押しするなどの支援が有効だ。

こうした問題意識のもとで、シニアの地域デビューを後押しする女性グループを結成しようとの共助社会づくり課の女性職員の発案で結成されたものの。

さいたま市出身でさいたま市在住の女優、村田綾さんにリーダー就任をお願いし、県職員、市町村職員、県や市町村の社会福祉協議会の職員、彩の国いきがい大学を運営している公益財団法人いきいき埼玉の職員あわせて23人によりスタートした。

メンバーは公募により集めた。メンバーになるには、まず自ら地域デビューを果たすことを条件にした。

メンバーのモチベーションを高めることを最大の配慮事項とし、自分たちのミッションは自分たちで考え、自らの意思で行動することを基本コンセプトにした。

このコンセプトに賛同して自ら手を挙げて集まってきたのが現在のメンバーである。

メンバーたちの主な発信ツールはInstagramとフェイスブックで、メンバーたちが所属する自治体の垣根を越えて共同運用している。

プライベートでの地域社会活動の様子や仕事で関わったシニアの地域社会活動の様子、参加したイベントの体験談などを発信し、そのこと自体を楽しんでいる。



リーダーの村田綾さんとちいきデビューひっぱりガールズのメンバー



地域デビュー動画に出演するメンバー

また、彩の国いきがい大学でシニア向けに地域デビューに関する講義を行ったほか、地域デビューをPRする動画を制作し、市町村が行う地域デビュー講座などの教材として使用している。

テレビでのインタビューにも応じているほか、コミュニティFMのレギュラー番組も持ち、交代で出演。電波を通じてシニアに地域社会活動の楽しさやノウハウを発信している。

市町村職員に至っては、市町村の広報部門と組み、広報紙で特集記事を組んで活動を発信している者もいる。

このグループの結成の狙いは、シニアの地域デビューの応援だけにとどまらない。

職員の意識改革とスキルアップも重要な要素だ。

仕事に誇りを持って楽しんでモチベーションを上げることを体感しながら、仕事を深掘りする力、問題を見つけ出す力、そしてニュースを自分で作り出す力、県民ニーズをキャッチする力、情報を積極的に発信し世論づくりを行う力、新しい企画を構想する力などを身に付けてもらっている。

また、県庁内の縦割の破壊も狙いの一つだ。

県庁の組織は巨大で業務が細分化され、横軸連携が生まれにくい土壌にある。フォーマルな庁内連絡会議を設けてもなかなか縦割を排除しづらいのが現状だ。

一方、緩やかでインフォーマルな人間関係を残したちいきデビューひっぱりガールズのような集団は、横の連携につながりやすく、職員の交流が生まれやすい。

庁内の部局連携、職員交流のための新たなスタイルとして定着させていきたいと思っている。

また市町村とのネットワークづくりも見据えている。

地域デビュー施策は、住民に最も身近な市町村と足並みをそろえることが欠かせない。

市町村連絡会議のようなフォーマルな形とあわせ、職員同士の緩やかなネットワークを作ること、市町村との情報交流がより活発化していくことを期待している。



7 効果的なパブリシティ活動

こうして立ち上がった2つのインフルエンサーグループによるスムーズな情報発信活動が行われるよ

うマネジメントし、後方支援をするのが、私の役目である。

とくに私が行う重要な仕事の一つがパブリシティ活動である。

1つでも多くのニュースをつくるようにし、週1回程度は記者発表資料や取材案内資料を県政記者クラブに持ち込んで直接記者に説明するようにしている。

もちろん、ミニコミ誌やフリーペーパー、市町村の担当課や広報担当課への情報提供は欠かせない。

ニュースづくりの一例をあげると、例えば次年度に入庁する予定の新規採用職員向けの内定者の集いにおいて、ひっぱりガールズのメンバーが出演して活動をPRするとともに県のシニア活躍推進施策についてプレゼンを行うという演出を仕掛けた。

これにより参加した200名弱の若者に向けてPRできたほか、パブリシティにより記事化につなげることができた。

また、毎月21日に行われる県庁の中庭でのラジオ体操では、ひっぱりガールズリーダーの村田綾さんが飛び入り参加し県職員とともにラジオ体操を行うというサプライズを演出し、その模様を「ラジオ体操 地域デビューの第一歩」と書かれた横断幕と職員の掛け声とともに動画配信した。

地域デビュー楽しみ隊隊員向けのスマホ講座も企画し、動画撮影してSNSで配信した。



内定者の集いで県のシニア活躍施策についてPRするメンバー



県庁の中庭でラジオ体操の後に動画でPRを行うメンバー

これは隊員のSNSリテラシーを高めることはもちろんのこと、スマホの活用が仲間づくりや地域デビューのための情報収集手段として有効であることをシニアに向けてPRすることにも役立った。

パブリシティ活動は記事として露出することも重要であるが、それよりも、常にプロジェクトがアクティブに進行していることをアピールすることの方がより重要であると考えている。

隊が発足して4か月がたち（本稿作成時）、徐々にメディアの間では認知されてきており、取材の申し込みなども増えてきている。

メディアが取り上げることで、それを見たメディアからの取材の問い合わせが入るという好循環が生まれることを期待して日々取り組んでいる。

8 「自己実現型インフルエンサー」という新しい情報発信の仕掛け

地域デビュー楽しみ隊やちいきデビューひっぱりガールズの活動は、隊員やメンバーの高いモチベーションを土台にして成り立っている。

マネージャーとして私の重要な役割は、隊員やメンバーたちのモチベーションを最大限に引き出すこと。そして、隊員ひとり一人が地域社会活動を楽しむことや隊員活動を通じて自己実現を図ることと県の政策実現を重ね合わせることにある。

モチベーションを高めるために、まずは隊員への情報提供を頻繁に行った。



スマホ講座でフェイスブックの使い方の特訓を受ける隊員

県からは隊員向けのメールマガジンを随時配信。隊員の活動に関する情報やイベントの参加の呼びかけ、メディアでの露出情報などを提供している。

個別の電話連絡によるコミュニケーションも頻繁に行っている。

また、隊員同士のグループでの活動として交流の場を重視した。

月1回の交流会のほか、スマホ講座やワールドカフェなどを開催し、隊員の情報交流活動を推進した。

隊員同士の交流会は月1回程度開催し、県からの情報提供のほか隊員同士の情報交換の場を設けている。もちろん夜の懇親会も重要なコミュニケーションの場だ。

隊員は、他の隊員の考え方や活動内容に多くの刺激を受け、隊員が出演するイベントと一緒に参加して応援したり、一緒にセミナーに参加して勉強したりと、活発な交流を楽しんでいる。

こうした交流を通じて隊員相互の仲間意識が次第に醸成されていき、隊としての一体感が育まれていく。

また隊員の活躍ぶりが新聞やテレビ、ラジオなどで紹介されることで、さらにモチベーションが増幅されていくという好循環につながっている。

地域デビューしていなかった隊員の地域デビューも徐々に進んでいった。

ある隊員は、これまで何もしてこなかった自分を



地域デビューに向けてワールドカフェに初めて挑戦する隊員（右）



秩父夜祭・まち歩きツアーに参加する地域デビュー楽しみ隊とちいきデビューひっぱりガールズのメンバー

見つめながら、隊員になったことをきっかけに地域の様々なイベントに顔を出すようになった。

その後、自分の関心のある分野の市民団体に所属し、見事に地域デビューを果たした。

こうした過程を、この隊員は「これまでの自分自身にあり得なかった行動が起きており、何かが自分の中で変わっている。化学反応が起きている」などと、その思いをSNSで発信した。

さらに隊員が自らイベントを企画し、情報発信活動する動きも出てきている。

ある隊員は、キャリアコンサルタントとしてのスキルを生かし地域デビューに一步踏み出せないシニアに向けたワールドカフェを企画した。

ある隊員は、ボランティア落語で地域貢献したいとの夢を現実にしようと、自主企画により高齢者住宅でお孫さんとともに「まごとじーじの落語会」を実施。たくさんの観客の笑顔を集め、地元のケーブルテレビで紹介された。



高齢者住宅の入居者を招いて開いた「まごとじーじの落語会」

また皆野町在住の隊員は、隊員とひっぱりガールズのメンバーを募って秩父夜祭見学と秩父まち歩きツアーを自主企画。その様子が新聞にも紹介された。

自らがガイドを務め、秩父夜祭をはじめとする秩父の地域資源や歴史文化を隊員たちが体感することで、地域の魅力を知ることの重要性を隊員たちが再発見する機会となった。

こうした隊員の自主企画については、県は広報活動やパブリシティ活動などで全力でバックアップしている。

隊員の自主企画は、隊員たちの交流やディスカッションにより次から次へと新しいアイデアが生まれしており、その可能性は無限大だ。

隊員は地域社会活動や隊としての活動を楽しむことを通じて、県がシニアに伝えたいメッセージを見事に代弁し、必要なターゲットに向けて持続的に発信する「生きて成長するメディア」として動き始めたのだ。

これを私は「自己実現型インフルエンサー」と呼ぶことにした。

すなわち、インフルエンサー自身がインフルエンサー相互の交流を図りながら情報発信活動を自発的に行うことで、自らの自己実現を図るとともにその発信力を先鋭化していき、県の政策実現のためのPRが効果的に進められていくという仕掛けである。

こうした仕掛けは、これからの日本の構造的な諸問題を解決するための自治体広報の戦略モデルとして、様々な分野で応用ができるものと考えている。

9 SNSを徹底活用したコミュニケーション戦略

インフルエンサーグループの情報発信ツールとして欠かせないのが、SNSである。

シニア層やプレシニア層にはスマートフォンが急速に浸透してきており、SNS運用の重要性は増している。

地域デビュー楽しみ隊の認知を図り、伝えたいメッセージを広く拡散するため、フェイスブックとInstagramによるコミュニケーションを展開している。

SNSユーザーは、SNSサイトがどれだけアクティブで楽しい記事を配信しているかという点に着目してフォローを決めるため、投稿は1日最低でも2～3本は必ず行うアクティブさを保ちながら、多様なコンテンツを配信することを心掛けている。

記事は、隊員が個人アカウントで発信する日々の活動に関する記事に解説コメントを付けてシェアするという方法を基本としつつ、事務局からもイベント情報の投稿や参考となるページのシェアなど、積極的に投稿を行っている。

「いま起きている出来事」をリアルタイムに記事にして発信する即時性、画像や動画を多用したビジュアル性、イベント情報などユーザーの行動を誘う情報の充実、印象に残る「キャッチコピー」の多用など、さまざまな工夫を散りばめた。

テレビや新聞、雑誌などのメディアでの露出情報も積極的に掲載し、世論全体がこのテーマに関心を寄せている点をアピールした。

不特定多数のフェイスブックユーザーのタイムラインなどに広告が表示されるフェイスブック広告も展開。埼玉県やその近隣の都県に住む50代以上のユーザーを中心にターゲティングを行い、積極的なファンの獲得を行った。

10 重層的な発信による効果的な情報拡散

限られた予算で効果的な情報発信を行うため、1つのコンテンツを様々なチャンネルを通じて重層的に発信することを心掛けている。

例えば、幸手市が県の補助金を活用して県内で初めて開催した「還暦式～三回目の成人式～」では、シニアライフアドバイザーの講演とともに地域デビュー楽しみ隊隊員による講演を行い、60歳を迎えた市民に向けて、地域社会活動に参加することが定年後に充実した毎日を送るための秘訣であることをアピールした。

イベントの結果はパブリシティによって新聞記事に取り上げられ、参加しなかった人にも講演内容が伝わるようにした。

また、当日の様子は写真と短い記事によりフェイスブックとInstagramで即日投稿したほか、イベントの参加者の感想を発信しているブログを探し、その投稿をフェイスブックでシェアした。

さらにイベント中は動画も撮影し短く編集してYouTubeで配信した。

参加者のインタビューも動画撮影し、ポジティブな感想をフェイスブックで配信したほか、ほかの市町村の地域デビュー推進担当者にも動画を提供。県内初の取組を他市町村に波及させるためのPRを市



幸手市主催の還暦式でシニアの前で地域デビューの体験を語る隊員
この写真が新春バラエティ番組で全国ネットで放映された

町村担当者向けに展開した。

その後、隊の存在を知った在京テレビ局からこの隊員の新春バラエティ番組への出演要請があり、幸手市のイベントで活躍する隊員の様子などが全国ネットで放映された。

これが一つのコンテンツを重層的に発信して拡散させるパッケージの一例である。

11 今後の展望

平成29年度から始まったこの事業だが課題も多い。今後の鍵は2つあると考える。(本稿作成時には予算が確定していない段階なのであくまで展望である)

1つは、情報発信のための強い武器を持つことである。

現在のインフルエンサーグループの発信は、隊員やメンバー個人の経験に基づく体験談が中心となっており共感を生みやすいが、地域デビューが「人生を楽しむ」ことにつながることを科学的に説得できる根拠が情報として少ないのが難点だ。

「人生を楽しむ」ためには健康でなければならない。地域デビューすれば「長生きする」、「認知症になりにくい」、「寝たきりになりにくい」など健康に良いという科学的なエビデンスを訴求できれば、地域デビューが「人生を楽しむ」ことにつながるものがより明快に説得できるのではないかな。

世の中には、こうしたエビデンスに関係する研究成果が山ほどあるが、それらは散逸し体系的に整理されていない。

これらのエビデンスを収集分析し、PRテクノロジーと融合させ、シニアの心を突き動かすより説得力のあるプレゼンテーションを行う手法を体系化することが次のステップだと考えている。

いわば「地域デビューPR学」を創造するようなものだ。

そして2つ目の鍵は、上記で創造した「地域デビューPR学」を県と市町村でタッグを組んで実践

していく手法を確立することである。

それは、県と市町村が役割分担の下で、川上から川下までスムーズに流れるような地域デビューPR戦略を展開していくことに他ならない。

県の役割は、インフルエンサーグループの編成と「地域デビューPR学」に関するすべてのデータやノウハウを市町村にまるごと提供することだ。

例えば「地域デビューPR学」に基づいて制作するシニア向けの啓発チラシや啓発冊子、シニア向け講座で使用する教材のほか、効果的な勧誘方法や家族がシニアを誘う方法に関する実践マニュアルまでも制作し提供する。

一方、市町村に期待する役割は、県のインフルエンサーをPRに有効活用してもらうことはもちろん、県が提供する「地域デビューPR学」に基づくコンテンツを徹底活用し、地域単位でシニアに対し草の根のPR活動を行うことだ。

さらに、意識変容や行動変容を起こしつつあるシニアが地域活動に流れ込みやすくするよう、ボランティア見本市や体験イベント、地域デビュー講座などのリアルな接点の場を作るなど、確実に地域デビューにつなげる仕掛けを用意することである。

これがシニアの地域デビューを促す広報戦略の理想形であると考えている。

PRというものはターゲットの行動変容につながる、すなわち、シニアが地域デビューすることをもって初めてその成果が評価される。

具体的には、本稿で述べた地域社会活動を行うシニアの割合が高まることだ。

しかし、その効果が出るのに一定の時間がかかる。すぐに効果が出なくてもあきらめずに、数年間のスパンでじっくりと取り組み、じわじわと効果が波及することを狙っていきたいと思っている。

シニアの地域デビューというテーマは、今の日本が抱える数多くの社会問題のひとつの切り口に過ぎない。

この広報プロジェクトでしっかりと成果を出し、

やがては少子化対策や男女共同参画、人権問題、地域活性化など、日本が抱えるあらゆる構造的な社会

問題をPRの力で解決する手法を確立し実践することが、私が目指す方向である。

脚注

- 1 本稿でいうシニアは60歳以上と定義する。
- 2 本稿でいう地域社会活動とは、自治会活動（清掃活動や防犯パトロール、地域運動会への参加など）やPTA活動、子供会活動、学校応援団（読み聞かせボランティアなど）、障がい者や高齢者の方々のための活動、青少年健全育成のための活動、みどりと川の再生活動など、地域活動やNPO・ボランティア活動などをいう
- 3 本稿でいう地域デビューとは、はじめて地域社会活動に参加することをいう
- 4 本稿でいうプレシニアとは50歳～59歳をいう

参考文献

本田哲也『戦略PR 世の中を動かす新しい6つの法則』（ディスカヴァー・トゥエンティワン 2017）

さいたま市における 人材育成所管と自主研修グループとの連携について ～新規採用研修における取組事例について～

さいたま市 都市戦略本部 都市経営戦略部 おざわ たけし 小澤 剛史



1 はじめに

本市においては、平成18年度より、人材育成所管である人材育成課の派遣研修の一つとして、政策研究大学院大学（National Graduate Institute for Policy Studies：略称GRIPS [グリプス]。以下「GRIPS」という。）に職員派遣を行っている。

本論文では、本市人材育成課とGRIPSに派遣された職員により構成している自主研修グループ「GRIPSAITAMA [グリップサイタマ]」が連携して実施している新規採用研修の「政策形成課程入門『さいたま未来創造図』」（以下「さいたま未来創造図」という。）における取組事例について紹介するものである。

なお、本論文の構成は、次のとおりである。

- 1 はじめに
- 2 さいたま市の人材育成の概要
- 3 新規採用研修の概要
- 4 GRIPSの概要
- 5 支援講師就任とGRIPSAITAMAの結成
- 6 「さいたま未来創造図」における取組
- 7 今後の展望

まず、本論文で紹介する取組事例のバックグラウンドとなる基本事項として、第2章においてさいたま市の人材育成について、第3章において新規採用研修について、第4章においてGRIPSについて、それぞれ概要を説明する。

そのうえで、第5章において「さいたま未来創造図」の支援講師就任とGRIPSAITAMAの結成の経緯について、そして、第6章において本論文の主題である人材育成課と自主研修グループとの連携として、

「さいたま未来創造図」における取組事例について説明し、第7章において今後の展望を説明する。

2 さいたま市の人材育成の概要

（1）「さいたま市人材育成指針」

本市では、平成25年度に、それまでの人材育成基本方針を全面改定し、「さいたま市人材育成指針―人材育成基本方針 平成25年度改定版―」を策定した。

人材育成指針の基本理念は、「職員は、職場で仕事を通じて成長する」である。職員一人ひとりが責任を持って自己成長することを基本としながらも、力量の高い職員の「単なる集合体」では組織力は決して向上しないということを職場は理解する。そして、成長を職員個々の取組に任せるだけでなく、組織・職場において人を育てるという意識を職員が持ち、行動に移すことができる市役所の実現を掲げている。

この基本理念を実現させるための基礎として、「誇り」（自覚と自律）、「貢献」（愛着と感謝）、「挑戦」（熱意と変革）、「協働」（多様性とネットワーク）、「前進」（使命、仕事を楽しむ）、「伝承」（今を真剣に、次の世代へ）を成長のための6つのキーワードとする「さいたま市がめざす職員像」と、「すべての職員が、さいたま市職員として地域と組織に貢献することに誇りを感じることができる市役所」という「さいたま市役所のあるべき姿」を定めている。

（2）研修方針と研修体系

平成29年度の研修方針は、これら基本理念、「さいたま市がめざす職員像」及び「さいたま市役所のあるべき姿」に基づき、重点項目が定められている。

「仕事の実効性と組織力を高めるために『管理監督職のマネジメント力を強化する』」、「職場における人材育成力を高め、職員個々の成長を図るために『OJTを着実に推進する』」、「将来にもわたって地域を支える強力な組織をつくるために『若手職員の成長を促進する』」、そして、「チーム力、マネジメント力強化に不可欠な『コミュニケーション能力の向上を図る』」の4つであり、それらの重点項目のもと、各研修が体系化されている。

各研修は、「自己研修」（自学）、「所属内研修」（OJT）、「所属外研修」（Off-JT）の3つに大別されるが、所属外研修については、さらに、人材育成課による研修と主管課による研修の2つに大別される。

この内、人材育成課による研修については、対象職員に求められる能力や意識・意欲の向上を図るための「基本研修」、行政課題のテーマ別に能力や意識・意欲の向上を図るための「課題別研修」、外部の研修に派遣し、実務・専門能力や意識・意欲の向上を図るための「派遣研修」に分類される。本論文で取組事例として取り上げている「新規採用研修」は、この内の「基本研修」に位置づけられており、GRIPSへの職員派遣は、言わずもがな「派遣研修」に位置づけられている。

3 新規採用研修の概要

新規採用研修は、新規採用職員が公務の特性を理解し、市職員に求められる心構えや接遇マナーを身につけるとともに、職場に適応し、即戦力として能力を発揮するために必要な基礎的知識を習得することを目的として、入庁後すぐに行われる前期課程（平成29年度については6日間）と、11月中旬に行われる後期課程（平成29年度については4日間）の2回に分けて行われている。

平成29年度については、前期課程において、「地方公務員制度」、「行政組織と市の仕事」、「地方自治制度」、「災害対策」、「さいたま市職員のコンプライアンス」、「さいたま市の歴史」、「接遇と職場におけ

るマナー」、「さいたま市の財政・税制」等の講義や本市研修センターを中心に市内の各地域・各所を巡るフィールドワークが行われている。

そして、後期課程において、「文書事務」、「さいたま市の広報・広聴について」、「情報公開・個人情報保護」、「さいたま市の計画行政」等の講義とともに、「さいたま未来創造図」が行われる。¹

「さいたま未来創造図」は、本市の総合振興計画の基本構想及び後期基本計画から成る「2020さいたま希望（ゆめ）のまちプラン」の後期基本計画で示す5つの重点戦略を踏まえ、新規採用（若手）職員の強みである「分野の枠にとらわれない考え方」を活かし、イノベティブな具体的政策のアイディアを出し合い、業務における政策形成の必要性和総合振興計画の重要性を理解することを目的とした科目であり、横浜国立大学の小池治教授（以下「小池先生」という。）が全体を総括する講師を務めている。

構成としては、小池先生による基調講演から始まり、講演終了後、1グループ5～6人、年度により差異はあるが全体で約50のグループを作り、グループワークを行い、グループごとに政策案及び発表方法を作り上げ、予選会・発表会（本選）を実施するものであり、2日間で行われる。

4 GRIPSの概要

GRIPSは、1977年に設立された埼玉大学大学院政策科学研究科（Graduate School of Policy Science：通称GSPS）を前身として、1997年に設立された大学院大学であり、「政策及び政策の革新にかかわる研究と教育を通して、我が国及び世界の民主的統治の発展と高度化に貢献すること」を目的としている。

その目的を達成すべく、国内外の政府部門で働くミッドキャリアの行政官等を主な対象に政策研究に関する大学院教育を行っているため、学生の約6割が外国人留学生で、残りの約4割が日本人となっている。

この日本人のほとんどは、中央省庁や全国の地方公共団体、政府関連機関、民間企業等から派遣されたミッドキャリアの職員等であり、その多くは修士課程に在籍し、1年（1年3か月の場合もあり）で必要単位の取得及びポリシープロポーザルまたは修士論文の作成を行うことで、修士の学位を取得するプログラムに所属している。

日本語で行われる修士課程のプログラムは、1997年の設立以降、追加、統廃合等がなされているが、平成29年度現在、「公共政策」や「まちづくり」など5つのプログラムがあり、その内、多くの地方公共団体職員が在籍する公共政策プログラムは、「地域政策」、「文化政策」、「インフラ政策」、「防災・危機管理」、「医療政策」、「農業政策」、「地域振興・金融」の7つのコースがある。

本市においては、現在のプログラム設定に即した場合、平成29年度までに、公共政策プログラムの「地域政策」（旧地域政策プログラム含む）に9名、「防災・危機管理」（旧防災・復興・危機管理プログラム含む）に2名、まちづくりプログラムに2名（旧知財プログラム含む）の計13名が派遣されている。



写真1：政策研究大学院大学（GRIPS）

5 支援講師就任とGRIPSAITAMAの結成

（1）支援講師の就任

「さいたま未来創造図」は、グループワークを中心とした科目であるが、平成22年度までは、小池先生が全てのグループを巡回し、指導を行っていた。

人材育成課が研修の運営と並行しながら、それをサポートする形であったが、政令指定都市移行等に伴う採用人数の増加もあり、小池先生及び人材育成課の負担は非常に大きいものであった。

そのような状況の中、当時、GRIPSの派遣修了職員の間では、当該大学院で得た知見・情報・ネットワークを、各人の所属業務を含め、「いかにさいたま市に還元できるか」という議論があった。

GRIPSへの派遣研修の効果の一つとして、派遣修了職員の庁内での活用という側面もあり、それらの課題解決及び更なる展開を図るために、最初の派遣から5年が経過した平成23年度に、人材育成課から依頼があり、GRIPSの派遣修了職員が、「さいたま未来創造図」のグループワークの運営を行う支援講師を務めることとなる。

（2）GRIPSAITAMAの結成

平成24年度になり、引き続きGRIPSの派遣修了職員が「さいたま未来創造図」における支援講師を務めていく方向となり、派遣修了職員による研修体制の更なる強化が必要となる。

人材育成課による自主研修グループの支援という施策もあり、当時の担当者から、「GRIPSでの経験をより活かすために、自主研修グループを結成したらどうか。」という提案をもらい、同年度、GRIPSAITAMAを結成することとなる。

以後、派遣研修職員による市政への具体的な還元策として、支援講師の任務を継続していくこととなる。

また、それに合わせて、支援講師を務めるのに必要な知識やスキルを含め、政策形成力や業務遂行力など、各人の能力向上のために、定期的に自主勉強会を開催するとともに、派遣修了職員間の交流や更なる人的ネットワークの構築²に努めている。

6 「さいたま未来創造図」における取組

（1）事前準備

① 研修による知識・スキルの向上

i 政策形成研修講師養成講座

彩の国さいたま人づくり広域連合自治人材開発センターが実施する講師養成研修の一つである「政策形成研修講師養成講座」を受講し、政策形成に係る研修を行ううえで講師に必要とされる基本的な知識やスキルの習得に努めている。

当該研修は、「グループ演習講義解説」、「コミュニケーション概論」及び「講義実施」の3つの科目をそれぞれ1日ずつ、全3日間で学習する。

まず、1日目の「グループ演習講義解説」では、政策形成研修における講師としての指導ポイントや講義資料の活用方法などを学ぶ。

次に、2日目の「コミュニケーション概論」では、政策形成の基本である、他人に自分の意見を説明し説得する交渉技法、大勢の人に意思を伝える発表技法、講師としてのグループ演習を円滑に進めるためのコーディネート技法を学ぶ。

そして、3日目の「講義実習」では、1日目及び2日目で学んだことを活用し、全受講者が講義シナリオの発表を行い、講師技術についての指導を受ける。

当該研修については、基本的な知識やスキルの習得のみならず、講義実習を通して、全受講者が考えてきた講義を観ることができるとともに、研修講師及び他受講者から良かった点や改善したほうがよい点等についてアドバイスをもらうことができ、短期間ながら講師力を向上させることが可能である。

ii もっと魅せる講師になる研修

人材育成課が実施する課題別研修の一つである「もっと魅せる講師になる研修」を受講し、講師を務めるうえでの全般的な知識やスキルの習得に努めている。

内容としては、内部講師の役割と心構え、研修までの準備、研修の技法、効果的なテキストの作成、受講者を引き込む話し方等について学習する。

当該研修については、研修講師及び他受講者の前で実際に短時間でのプレゼンテーションを数回行う

ことにより実践力を高めるとともに、「受講者が寝てしまう」、「反抗する受講者がいる」、「場が盛り上がらない」など、「こんなときにどうすればよいか」という問題や悩みに関する質疑応答を行い、受講者の前で話すうえでの細かいスキルや心構えも学ぶことが可能である。

② 人材育成課との協議

「さいたま未来創造図」の実施にあたっては、次のとおりPDCAサイクルを回し、研修の充実を図っている。

* Plan：今年度研修における改善策の提案

* Do：研修の実施

* Check：研修の評価・検証

* Action：来年度研修における改善策の検討

特に、研修の評価については、研修の当日、研修終了後すぐに実施状況や率直な感想等を支援講師間で共有を行い、後日、それを踏まえて改めて評価・検証を行っている。

なお、平成29年度については、新規採用（若手）職員の強みである「分野の枠にとらわれない考え方」をこれまで以上に引き出すことを目的に、「評価（採点）方法の変更」、「（仮称）プレゼン賞の新設」、「（支援講師による新規採用職員に向けての一言での）マイNo. 1の発表」を人材育成課に提案し、お互いの信頼関係のもと侃々諤々の議論を行い、実際に改善を行っている。

（2）研修の実施

基調講演

小池先生が、後期基本計画で示す5つの重点戦略を踏まえ、現状の政策課題やトピックスを紹介するとともに、グループワークに臨むうえでの心構えを説く。

グループワーク（1日目／前半）

まず、各支援講師が、「自己紹介」や「リーダー・サブリーダー・書記の決定」を通して、アイスブレイクを行う。また、グループワークの「目的」（何のために行うのか。）と「目標」（終了時の状態や成

果（物）は何か）を明確にする。

次に、「事前課題の発表」を通して、自分の考えを話すこと、そして、他者の考えを聴くことにより、意見を共有し、グループ内の親和性を高める。

支援講師は、ここまでのステップを通して、共有＝話し合いの場をつくり上げる。

グループワーク（1日目／後半）

「政策案及び発表方法の検討」を行うが、特に、政策案の検討については、支援講師は可能なかぎり直接的な意見を抑え、「問いかけ」や「投げかけ」を通して、意見の述解や議論を促進し、グループごとにオリエンテーリングを行う。

支援講師は、このステップを通して、共感＝話し合いを活性化させ、各グループの進行状況に応じて、共鳴＝話し合いを構造化させる。

そして、1日目終了時まで、政策案の仮完成及び発表方法の概略³を決定する。

グループワーク（2日目）

1日目に仮完成した政策案のブラッシュアップを図るとともに、同じく1日目に決定した発表方法の概略に基づき、詳細な構成、役割分担、シナリオ等を作成していく。

このステップでは、時間的な制約があることから、グループ内で役割分担・分業し、同時並行的に各作業が進められる。この内、政策案については、支援講師が、5W1H（＋3H）など、新規採用職員でも理解しやすいフレームワークに当てはめ、政策案の長所と短所を明確にし、ブラッシュアップを図る。

支援講師は、このステップを通して、共創＝対立解消・合意形成を図り、政策案の完成に導く。

また、発表方法については、各グループは、一通りの準備が整ったところで、最低1回、必ず支援講師の前でリハーサルを行い、政策案同様、ブラッシュアップを図るとともに、時間の許すかぎりシナリオ等の改善や発表の練習を行う。

そして、政策案や発表方法は、ワークシート及び発表シートとして完成させ、提出期限（時間）まで

に人材育成課に提出する。

予選会

研修会場である本市研修センターの講堂や講義室の状況等に応じて、約50あるグループを5つに分けて予選会を実施する。

予選会は、発表6分、質疑応答4分で実施し、全グループが行う。予選会ごとに、各グループが最も良かったグループに1票を投じ、最多得票のグループが発表会（本選）に出場する。

発表会（本選）出場グループ決定後、支援講師は、担当した各グループに対して、講評を述べる。

発表会（本選）

各予選会から選出された5グループにより、実施する。

発表会（本選）は、発表6分、質疑応答7分（小池先生による講評含む）で実施する。

本選結果発表・総括

発表会（本選）出場の5グループによる発表終了後、小池先生、人材育成課長及び各支援講師の採点により、受講職員を最も楽しませたグループを表彰するプレゼン特別賞と当該年度の優勝チームを決定する。

その後、小池先生による全体講評と支援講師による新規採用職員に向けての一言が行われる。



写真2：研修終了後の記念撮影

（３）新規採用職員の声

新規採用職員は、研修終了後の振り返りとして、研修を受講して理解したこと、その内容から学んだこと等を、「研修の記録」にまとめることとなる。そこでの感想としては、「国の分身ではなく、さいたま市らしいことができる可能性を見つけることができ、期待感が大きくなった。」「自分の考えた『さいたま未来創造図』と全く異なる、同期みんなの創造図があり、とても視野が広がった。」「グループで、さいたま市の未来を思い描くことができ、モチベーションが大いに上がった。」「グループワークのときのように、住民ともこのような意見交換をしていきたい。」「同じ課題が与えられたにも関わらず、最終的には違う政策案になったのは、みんなが様々な考えを持っていることだと感じた。」「この研修の発表会を観て学んだことを活かして、職場でも説明できるようにしたい。」など、数多くのポジティブな意見が寄せられている。

また、新規採用職員が、研修終了後、庁内メールや担当の支援講師のもとを直接訪れ、謝辞を述べることも多い。

7 今後の展望

「さいたま未来創造図」については、PDCAサイクルが非常に良い形で回っており、人材育成課と

GRIPSAITAMAとの連携も上手くいっていることから、今後も、必要な修正を加えながら、当該研修の充実を図っていく。

その一方、本市においては、平成25年度まで、複数の職員がグループをつくり、年度数回にわたり講師による指導及びグループワークを行い、政策案を形成し、全庁に発表する「政策形成実践研修」を行っていたが、以後、これに代わる研修がなく、政策形成に係る比重が低くなっていると感じている。

今後、職員のニーズ、人材育成課のニーズ、そして、本市職員としての政策形成力の向上に真に資するような新たな研修について、人材育成課と更なる連携を図っていききたいと考えている。



写真3：GRIPSAITAMAのメンバー

脚注

- 1 新規採用研修の各科目は、その大半で本市職員が講師を務めているが、平成29年度現在、自主研修グループという立場で務めているのは、GRIPSAITAMAだけである。
- 2 埼玉県は、埼玉大学大学院政策科学研究科の時代から数多くの職員を派遣しており、近年の派遣修了職員を中心に、埼玉県と本市の交流が行われている。
- 3 発表方法についても、新規採用（若手）職員の強みである「分野の枠にとらわれない考え方」に基づいており、お笑いを取り入れたもの、ニュース番組やドラマ風の寸劇形式など、様々な発表が行われている。

参考文献

- ◎政策研究大学院大学『政策研究大学院大学 2018』（※同大学院パンフレット）、2017年
- ◎さいたま市『さいたま市人材育成指針－人材育成基本方針 平成25年度改定版』、2013年
- ◎さいたま市『平成29年度職員研修概要』、2017年

人口吸引政策としての IT産業集積に向けた事例研究 ～IT企業のサテライトオフィスを誘致せよ～

川越市 財政部 資産税課 土井 智喬



1 はじめに

現在わが国では、人口の偏在が問題となっている。都市部への人口一極集中は、都市部においては保育所不足による待機児童問題などを引き起こし、地方では労働力不足や地域共同体の崩壊などが問題となっている。国家全体としても、労働可能な若年人口が子育ての環境が恵まれていない都市部へ集中するため、人口の再生産力が下がっている。この現状のままでいくと社会減に加えて自然減も加わり、人口減少に歯止めがかからなくなってしまう。

ではなぜ、都市部に人口が一極集中しているのだろうか。増田寛也「地方消滅」によると、戦後日本の高度経済成長期において、都市部では製造業が中心に発展し、その産業を中心としたクラスター¹が形成された。そして、そのクラスターを取り巻くように居住区画が形成されたため、そこに人口が集中したとしている。

また、給与水準も原因の一つである。吉田他(2011)では、高度成長初期の1961年において、一人当たり所得水準と人口流入超過率の間には正の相関があったことが示されている。厚生労働省の賃金構造基本統計調査によると平成28年度の東京の賃金²は373.1千円に対し埼玉県の賃金は299.3千円となっており大きな差がある。東京の高い給与水準を目的として労働人口が東京へ出ていくのだ。

増田寛也の研究では、戦後日本の人口移動を3期に分けている。1期目は1960年代であり重化学工業が隆盛し地方の若者の集団就職により東京に若年人口が集中した。2期目は1980年代でサービス業・金融業が成長を遂げ地方の製造業が停滞した

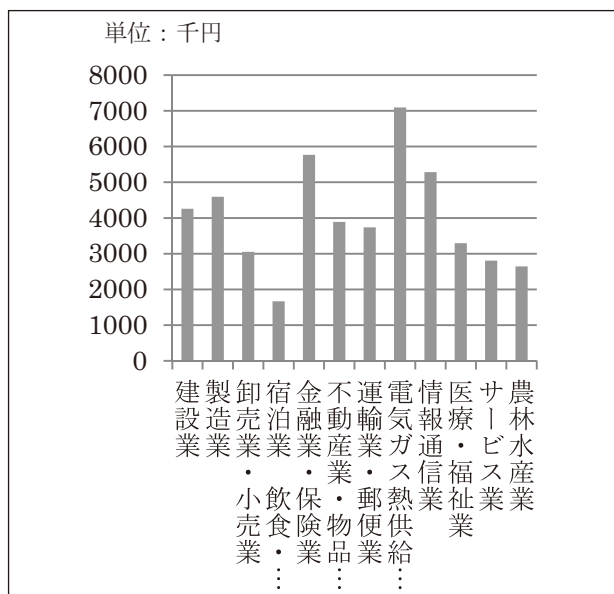
ため仕事を求めて人口が東京へ集中した。3期目は、2000年以降の円高による不況で、地方の有効求人倍率が軒並み下がりまた都内への人口集中が起こった。以上の3期である。この内、第1期と第2期の東京への人口集中は都内の雇用が増えたことが理由であるが、第3期は地方の雇用が落ち込んだことが原因である。つまり、現在起きている東京への人口移動は地方に居住したい人までも東京に送り出しているのである。

以上のように、都市部には産業が集積しているため雇用が多く、給与水準が高いため地方から都市圏に人口が集中するのである。

このような現状を打破するために、私は、県内にIT産業のクラスターを形成することによって県内の賃金を向上させ労働人口の流出を防ぎ持続的な人口の流入を狙うことを提案する。

IT産業を標的にする理由は、2つある。1つとして現在では一部のIT産業に地方回帰がみられるということがある。製造業やサービス業が中心であった日本の産業構造が、IT産業にシフトしつつありインターネットの普及により既存のクラスターに縛られない働き方ができるようになり、都市圏以外の土地に新しいIT産業の進出が進んでいるのである。この傾向を積極的に利用していくことが出来ればIT産業のクラスターを形成することができる。

2つには、産業別の平均収入を比較すると図表から分かるように情報通信産業つまりIT産業の平均給与額が他の産業に比べて高い水準にあるということが挙げられる。



各業界の平均給与額

(出典) 国税庁

<https://www.nta.go.jp/kohyo/tokei/kokuzeicho/minkan2015/pdf/02.pdf>より、筆者作成。

また、IT産業のクラスターを目指すべき理由であるが、クラスターの形成は、小池（2016）によると情報のスピルオーバー効果³や人材集結の効果があるとしている。人材集結は経済的に考えれば労働人口増加であり税収の増加につながる。また、文化的に考えても地域コミュニティの維持活性化など非常に利益が大きい。

本稿では、IT産業誘致成功事例の共通項を考察し、埼玉県を中心的な都市にも応用可能かを検討していく。

佐伯悠（2014）では、企業誘致の必須条件を導出するため、徳島県神山町、三好市、美波町の3自治体を例に挙げ前田（2003）で提唱された産業集積形成・促進の20要素モデルを用い分析した。産業集積の必要条件仮説として①経済活動拠点が特定地域に固まって存在できること、②地域が厳しい経済状況にあるか、または、その危惧があり対応意識を持って行動しているか、③地域に根付くサポートプレイヤーの存在があるか否か、④長期的構想力を持ったリーダーが存在するか否かの4点を挙げているので、この条件で調べていく。

しかし、この研究では徳島県の企業のみを対象としており他県でもこの条件が妥当するか不明であるため、まずは、事例研究にて県外の例を挙げこの条件が妥当するか検討したい。

また、本稿では、4点目の長期的構想力を持ったリーダーの存在を証明することは困難であるため割愛する。

2 事例研究

(1) 福岡県飯塚市の取組

飯塚市は人口が12万8千人であり、福岡市から電車で一時間の距離に位置している。主要産業は製造業であり、飯塚アジアIT特区の指定を受け先端産業に注力している。

この自治体では、ベンチャー企業の支援や官公庁向けの政策実行支援を行っているデロイト トーマツ ベンチャーサポートと組みITベンチャーのサテライトオフィスの誘致を目指している。誘致の標的としているのは福岡市内に本社を置くベンチャー企業だ。

誘致した企業に対して製造業や医療、農業分野において経営資源を提供することで、地域に存在する今まで活用されてこなかった資源を掘り起こし活用を図る意図もある。

また、飯塚市では、e-ZUKAトライバレー構想として、頭脳集約型企業の集積を図り、「知の連鎖」による内発型企業の創出を推進するため、従来存在していた学園都市構想にIT企業を巻き込み産官学の連携を重視した取組を行っている。

また、飯塚市アジアIT特区の認定によって、外資系企業の進出などの規制に特例を適用できるようになり、外資系IT企業の参入障壁⁴を低く設定している。

(2) 京都府南丹市の取組

南丹市は、人口が3万2千人であり、京都の市街地より電車で1時間の距離に位置しており、主要産業は観光業である。

同市では人口減少により空き家の増加が問題と

なっていた。そこで、都市部に本社を構える企業を中心に空き家にサテライトオフィスの設置を奨励することで解決を図った。その際に、企業選択に関して住民に参加してもらい住民の同意を得ることとした。結果として、地域住民の協力を得ることも出来、働くために移住してきた人が地域に溶け込みやすくなった。この事業は、行政が主導して行っており市の空き家バンクに登録している物件を利用しているため様々な条件の空き家を探すことができるようになっている。

また、古民家の賃料を無料にするなど、古民家利活用に対する助成・雇用助成など金銭的なサポートも行っている。更に、情報のサポートとして、国の補助事業の情報提供や、顧客開拓のためのビジネスマッチングの支援を行うことでサテライトオフィス設置の付加価値を高めようとしている。

(3) 静岡県藤枝市の取組

藤枝市は、人口14万6千人であり、静岡市から電車で40分の距離に位置している。主要な産業は茶と食料品である。

同市は、ベッドタウンとしての要素が強く、子育て世帯は転入超過だが、若者は転出超過であり新たな産業が根付きにくい。そのため、産官学による「ふじえだICTコンソーシアム」を設立し静岡産業大学を中心としてIT人材の集積及びIT企業のサテライトオフィス誘致を図ることで、同市内でIT人材を育成しその人材が同市内のITをメインとしている企業に就職するという人の流れを形成する試みが行われている。

更に、市は、地方創生推進交付金の交付対象事業として内閣府地方創生推進事務局から1千万円の補助金を受け、空き店舗改修費補助（最大50万円）、空き家改修補助（最大50万円）、空き家転居費補助（最大50万円）、住宅用太陽光発電システム設置補助（最大4万円）などの支援を行っている。

(4) まとめ

以上の3例について、先の3条件をそれぞれ見て

いく。まず、1点目の特定の地域に固まって存在できるかについては、各市とも大都市の市街地から1時間の位置に存在していることから各企業がドアトゥードアでつながることが可能であるため条件を満たしている。

2点目の厳しい経済状況にあり対応意識を持って行動しているかについては、どの自治体とも人口の減少や主要産業の衰退などで経済的に非常に厳しい局面に置かれていることは疑問の余地がない。

3点目の地域に根付くサポートプレイヤーの存在があるかについては、飯塚市の場合はデロイト トーマツ ベンチャーサポートが行政と連携して活動しており行政自身でも製造業や医療、農業分野といった経営資源の提供など十分な支援体制が整っている。南丹市では、地域の住民が企業の選択に直接関わることで地域全体が企業のサポートを行う態勢がある。藤枝市では、産官学連携で地域の大学と行政のバックアップのもとIT企業の誘致と同時にIT人材の育成を行っている。

総じて考えると、どの自治体も、デロイト トーマツ ベンチャーサポートに代表されるような、IT企業とサテライトオフィスの呼び込みに力を入れる自治体のマッチング支援をしている企業を積極的に利用している。

飯塚市以外の例において行政が主導して、空き家改修費用や人件費などに対して補助金を交付することとしており、その財源を国の特区を利用して地方創生推進交付金を利用しているものが多かった。

どの自治体でも課題となっていたのは移住してくる人々が地域に溶け込みやすい環境づくりであった。誘致を行っている自治体の多くは都市部から1時間以内の範囲内に存在していた。

また、南丹市、藤枝市の例に共通しているのは空き家の活用である。全国的に空き家の増加が問題となっており、如何に空き家を活用して行くべきかが重要課題となっている。その解決策の1つとして、2市ではサテライトオフィスの設置場所として空き

家を活用している。なお、自治体の補助金支給要件にも空き家を利用することが明記されている自治体も多く存在した。

3 企業側から見たサテライトオフィスのメリットとデメリット

実際に、サテライトオフィスを設置した際のメリットとデメリットには、どのようなものがあるだろうか。

企業としてのメリットは、3点ある。

1点目としては、人件費やオフィスの賃料などのコスト対策である。地方では、オフィスの賃料と人件費を都市圏に比べて安く抑えることができる。また、行政からの補助金に加え地域の情報提供を受けることができるなどビジネス上の利点を得ることもできる。地方だからといっても都市部に比べ労働者の質に大きな違いがあるわけではなく、カスタマーセンターなどに多い例であるが、電話によるオペレーターやデータの入力などの作業はどこで行っても作業内容に違いは出ない。

2点目としては、ビジネスの安定した継続の保証である。日本では各地で大地震の可能性があるとされており、1か所に集中してオフィスを構えていると有事の際に会社の機能が停止してしまうことになる。そこで、本社から遠く離れた場所にサテライトオフィスを造っておくことにメリットがあると考えられる。

3点目としては、ワークライフバランスの向上である。企業側でも働き方改革が積極的行われてきており、リモートワークを採用する会社も増えてきた。このような社会の要請に応えることにも繋がるのである。

次にデメリットとしては、主に2点考えられる。

1点目として、事業所や拠点が増えると給与体系や評価基準など、社内制度の革新が必要となるため、それらの調整にかかる費用が非常に大きいことである。

2点目として、営業のようなある程度競争意識を持って取り組む必要のある職種においては、競争相手の不在など仕事へのモチベーションの低下も懸念される。

このほか、企業のリモートワーク推進というサテライトオフィス設置の本来の趣旨から外れ、その企業を誘致した自治体のPR色が強くなっているケースもあることや、物理的に距離が離れていることによるコミュニケーションロスなども課題として挙げられている。

4 埼玉県にクラスターは形成されうるか

以上に見てきたように産業の集積には一定の条件を満たす必要があることが分かった。では、埼玉県でIT産業のクラスターを形成することは可能なのだろうか。既にサテライトオフィスの誘致活動を行っている飯能市と中核市である川越市、越谷市を例に取って先の事例で行った分析を行う。

(1) 飯能市の取組

飯能市は、人口が約8万人で主要産業は製造業である。東京から約2時間の場所に位置しており交通の便としては難点がある。同市が具体的に誘致しようとしている業種はIT産業だけでなくデジタルコンテンツ制作会社や音楽アート関係も含まれている。

飯能市は県内で初めてサテライトオフィス誘致のために補助金制度を創設した。補助の内容は、サテライトオフィスの設置に係る改修費用の1/2で上限50万円、市内在住の労働者を雇用するか社員が市内に転居した場合1人につき10万円で上限が40万円などとしており、前者は初年度のみで後者はサテライトオフィス設置後3年間の補助である。集積の必要条件を見ていくと、1点目の「経済活動拠点が特定地域に固まって存在できること」については、市は補助対象エリアとして市内の山間地域を指定しており、条件をクリアしている。また、2点目の厳しい経済状況に対する対応意識があるかという点であるが、国立社会保障・人口問題研究所『日本の地

域別将来推計人口』（平成25年3月推計）によると、少子高齢化が今後加速度的に進行することが示されており、生産人口の減少により厳しい経済状況に至ると考えられる。市では、人口問題対策プロジェクトチームを立ち上げるなど対応意識を持って取り組んでいる。次に3点目のサポートプレイヤーの存在であるが、同市には駿河台大学があり産官学の連携を構築できる基盤は十分に備わっている。

（2）川越市の現状

川越市は、人口が約35万人で主要産業は観光業と製造業である。東武東上線や西武新宿線などの3つの鉄道駅が存在しており、川越市内や東京へのアクセスは良好である。交通の便が良いことで人材の交流拠点となることが出来、産業集積の核⁵を有しているといえる。そこで1点目の「経済活動拠点が特定の地域に固まって存在できること」の条件はクリアされている。2点目の厳しい経済状況にあり対応意識を持って行動していることについては、周囲の市に比べて人口も多く産業基盤も存在しているが、高齢化の傾向が顕在化しつつある現状から対応意識がある。3点目の地域に根付くサポートプレイヤーの存在であるが、同市には東洋大学の川越キャンパスや東京国際大学など多くの大学があり、市と密接に関わりながら活動を行っている。県内最古の市であるという特性上地域の地縁集団も比較的残っているため地域住民からの理解が得られれば、企業を包括的にサポートしていくことも可能である。

（3）越谷市の現状

越谷市は、人口が約34万人で都心部から30分以内の位置に存在しており、主要産業は観光業となっており、東京のベッドタウンとしての性格が強い。その為、主要な産業が育ち辛い現状がある。同市内には埼玉県立大学や文教大学が立地しているため、IT企業と連携した人材育成などを行うポテンシャルが存在している。人口が増加傾向にあるため、現地での採用も容易である。集積の必要条件を見ていくと1点目の「経済活動拠点が特定地域に固まって存

在できること」については、埼玉県圏央道・外環道ゾーン地域産業活性化協議会を作り計画的に産業の集積を行っている。

また、2点目の厳しい経済状況にあり対応意識を持って行動しているかという点であるが、現在は人口は増加傾向にあるものの国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』（平成25年3月推計）によると、飯能市と同様に、少子高齢化が進行することが示されており、生産人口の減少により厳しい経済状況に至ると考えられる。

次に3点目のサポートプレイヤーの存在であるが、同市には埼玉県立大学や文教大学があり産官学の連携を構築できる基盤は十分に備わっている。

（4）まとめ

以上の3市を考えると、産業クラスター形成条件の第1、第3条件はクリアしていることは疑問の余地がない。第2条件についてであるが、わが県では、2040年には人口が89万人減少するといわれている⁶。よって、今後低迷する可能性がある経済活動の起爆剤を早急に模索しなければならないのだ。よって、2点目についても今後当てはまってくるとみて良い。

よって、埼玉県において、十分にIT産業がクラスター化される余地があるとみて良いのではないかな。

5 結論

現状、産業育成の観点から企業の本社や工場の誘致に力を入れる自治体は多い。しかし、従来行われてきた製造業の誘致施策だけでは、ITなど高度な技術を持ち賃金が高い企業の進出が進まず、工場での単純労働者の増加は見込めたものの高収入好条件の仕事を求めて若年人口が都市部に流出することを防ぐことはできなかったのである。若年人口の流出を食い止めるためには、埼玉県全体の平均収入額を向上させることが重要なのだ。

IT関連企業のサテライトオフィスの誘致は、過疎化が進む自治体にとって住民の賃金の上昇による税収の増加が期待できるだけでなく、空き家の活用や

資産課税関連の税収の増加にもつなげることができ
る。また、企業にとっても地方創生、地域活性化が
重要視されている時代に社会貢献を果たすこともで
きる。つまり、自治体と企業がwin-winの関係を築
くことも可能なのである。

今後、各地で人口減少が進み、一層厳しい経済環
境が見込まれる中で、各自治体にとってIT産業クラ
スターの形成を目指すのは1つの手である。サテラ

イトオフィスの誘致という潮流は全国的に加速して
いくものと考えられる中では、自治体間でIT産業の
サテライトオフィスの誘致競争となることは想像に
難くない。その際に有利に誘致を進めるためには自
治体が受け入れ態勢をしっかりと整え、早急に誘致
の取組を開始することで周囲の県や自治体に先んず
ることが重要であると考ええる。

脚注

- 1 クラスターとは、マイケル・ポーターによると「特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業界に属する企業、関連機関（大学、規格団体、業界団体など）が、地理的に集中し、競争しつつ同時に協力する状態」と定義されている。
- 2 ここでの賃金とは、六月分の所定内給与額である。「所定内給与額」とは、労働契約等であらかじめ定められている支給条件、算定方法により6月分として支給された現金給与額（決まって支給する現金給与額）のうち、超過労働給与額を差し引いた額で、所得税等を控除する前の額をいう。
- 3 公共サービスの便益が、給付を行なった自治体の行政区域を超えて拡散し、費用負担をしていない周辺の公共体もその便益を享受する現象である。
- 4 企業が業界や地域に参入する際の障害を言う。
- 5 「地域を牽引する日本型の産業集積拠点の形成に向けて」国土交通省国土計画局、によると、産業集積に成功する例の中には人材や組織のネットワークが重要だとしている。交通アクセス網の整備がネットワーク構築に大切だとしている。
- 6 国立社会保障・人口問題研究所の『日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）』より

参考文献・URL

- ◎増田寛也『地方消滅』、東信堂、2014年
- ◎小池拓自『地域経済活性化の方向性と課題』、国立国会図書館 調査及び立法考査局、2016年
- ◎徳島県神山町『地域活性化シリーズ全国の地域活性化事例紹介：サテライトオフィス誘致の取り組み』、リージョナルバンキング、2016年
- ◎谷垣雅之・加藤真也『移住者誘致による地域経済効果に関する考察：徳島県神山町サテライトオフィスプロジェクトを事例として』、School of Economics, Osaka Prefecture University、2016年
- ◎吉田素教『地域人口の長期将来推計並びに人口変動と経済変動の相互関係に関する研究』、2010年
- ◎佐伯悠『新たな企業誘致における必要条件の仮設導出－徳島県神山町を軸にした比較事例研究－』、2014年
- ◎内閣府<http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr11/chr11040102.html>
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/pdf/h280802suisin.pdf#search=%27%E8%97%A4%E6%9E%9D%E5%B8%82+%E3%82%B5%E3%83%86%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%88%E3%82%AA%E3%83%95%E3%82%A3%E3%82%B9+%E5%AE%9F%E7%B8%BE%27>
- ◎国立社会保障・人口問題研究所 <http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson13/3kekka/Municipalities.asp>
- ◎国土交通省 <http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/suishinchousa/pdf/h15/kyousouryokukoujou.pdf#search=%27%E7%94%A3%E6%A5%AD%E9%9B%86%E7%A9%8D+%E4%BA%A4%E9%80%9A%E7%B6%B2%27>
- ◎厚生労働省<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/z2016/dl/08.pdf>
- ◎国税庁<https://www.nta.go.jp/kohyo/tokei/kokuzeicho/minkan2015/pdf/02.pdf>
- ◎飯能市http://www1.g-reiki.net/city.hanno/reiki_honbun/e310RG00001059.html
- ◎飯能市役所 <https://www.city.hanno.lg.jp/article/detail/1949>

見過ごすな！子どもの貧困

～貧困の世代間連鎖防止に向けて自治体ができること～

行田市 環境経済部 環境課 いしわた えいいちろう
石渡 栄一郎



1 実は貧困な国 日本

厚生労働省では、「国民生活基礎調査」の中で3年おきに子どもの貧困について調査を行っている。この調査において、貧困状況にある17歳以下の子どもの割合を示す「子どもの貧困率」は平成24年のデータで16.3%と、データを取り始めた昭和61年以来、過去最悪となった。平成27年のデータでは13.9%と改善したものの、依然として約7人に1人の子どもが貧困状態にある。

貧困には重要な2つの定義がある。絶対的貧困といわれる飢餓状態のような貧困と、相対的貧困といわれる先進諸国における貧困だ。

相対的貧困とは、標準的な生活様式や慣習、活動に参加できない低い水準の所得を指し、相対的貧困率とは、等価可処分所得¹がその中央値の半分（貧困線）に満たない世帯員の割合のことである。現代の日本で貧困と言われてもピンと来ないのは、皆が思い描く貧困のイメージが絶対的貧困であることが多いからだと思われる。

相対的貧困率は、最新のデータでは低下が見られたものの、近年は緩やかな上昇傾向が続いてきた。これは、総人件費削減政策の一環として平成7年に経団連が発表した「新時代の『日本の経営』」²によって、収入が低く抑えられてしまう非正規の職員・従業員の割合が全国で増えたためと思われる。

このような状況であっても、相対的貧困が近年までそれほど問題視されてこなかった理由は2つある。それは①問題が見えにくいことと、②自己責任論が蔓延していたことによる。

まず、①問題が見えにくいということについてで

あるが、大阪府の行った調査³では、相対的貧困の状態にある世帯（困窮度Ⅰの世帯）では大きく分けて「物的資源の欠如」、「つながりの欠如」、「教育・経験の欠如」があることがわかった。

1つ目の「物的資源の欠如」についてであるが、相対的貧困の状況下にある世帯では一般世帯と比べ、「子どもを医療機関に受診させることができなかった（中央値以上：0.4%、困窮度Ⅰ：4.2%）」、「子どもに新しい服や靴を買うことができなかった（中央値以上：3.2%、困窮度Ⅰ：24.9%）」といった項目で差異が認められた。一方、「スマートフォン・タブレット機器」の保有は困窮度Ⅰの家庭が62.4%と、中央値以上の家庭の保有率（58.5%）を上回っていた。このほか、「ゲーム機」の保有（中央値以上：83.2%、困窮度Ⅰ：80.6%）や「自転車」の保有（中央値以上：94.0%、困窮度Ⅰ：90.6%）、「テレビ」の保有（中央値以上：79.0%、困窮度Ⅰ：76.5%）といった、子ども同士の付き合いやコミュニケーションに欠かせないものについてはほとんど違いがなかった。

2つ目の「つながりの欠如」についてであるが、相対的貧困の状況下にある世帯では一般世帯と比べ、親子で朝食を一緒に食べることが全くない人が多かった（中央値以上：10.1%、困窮度Ⅰ：17.1%）ほか、「家族旅行ができなかった（中央値以上：8.3%、困窮度Ⅰ：41.0%）」、「子ども会、地域の行事（祭りなど）の活動に参加することができなかった（中央値以上：0.3%、困窮度Ⅰ：5.3%）」といった項目で差異が見られるなど、親子が触れ合える時間や家族以外の人とのつながりが少ないことが分かった。

そして3つ目の「教育・経験の欠如」についてで

あるが、「子どもを学習塾に通わすことができなかった（中央値以上：4.3%、困窮度Ⅰ：27.0%）」、「子どもを習い事に通わすことができなかった（中央値以上：3.6%、困窮度Ⅰ：28.8%）」といった項目で差異が認められたのはもちろん、「子どもの誕生日を祝えなかった（中央値以上：0.2%、困窮度Ⅰ：5.2%）」、「子どもの学校行事などに参加することができなかった（中央値以上：0.4%、困窮度Ⅰ：6.5%）」といった項目についても大きな差異が見られた。

次に、②自己責任論の蔓延についてであるが、当事者に選択の自由があって初めて、自己責任を問う余地が生まれる。現在の日本は、自己責任論の適用領域について、きちんと線引きできている健全な社会であるとは言えない。なぜなら、自己責任論の前提である、「他の選択肢があって、それを選べたはずなのにあえて選ばなかった」という部分が成り立たないような状況下にいる（＝必死で努力している）貧困の人たちにまで自己責任論を振りかざしているからだ。

また、貧困を放置することは税収減や生活保護費の増大などのコストにつながる。厚生労働省のナショナルミニマム研究会では、①高校を卒業した若者に2年間の就労支援プログラムを受けさせ、その若者が正規職員となって65歳まで社会保険料や税金を納付した場合と、②若者が就労支援プログラムを受けずに65歳まで生活保護を受給し非課税となった場合について、それぞれ行政の収益や費用について試算した。その結果、両者で最大1億円の差があるとされ、貧困への対応次第でこれだけの収益機会の損失（＝コスト）になり得るということがわかった。

2 世代間で連鎖する貧困

貧困の世代間連鎖は、様々な角度から推し量ることができる。学歴・学力・進路といった学びの面や、経済力のほか、意識・行動・生活習慣・子育て環境といった日常生活の観点からも観察される。

まず、お茶の水女子大学が行った調査⁴によれば、概ね世帯収入が高いほど子どもの学力が高い傾向が見られた。また、保護者の学歴については、学歴が高いほど子どもの学力が高い傾向が見られた。さらに、保護者自身の生活や行動が、子どもの学力と深く関係していることも見てとれた。

次に、親の経済力が子どもの精神面と相関関係にあることも分かってきた。東京都大田区が「子どもの生活応援プラン」を策定するにあたってまとめた「大田区子どもの生活実態に関するアンケート調査報告書」⁵では、頑張れば報われると思うかを尋ねた設問に対し「あまり思わない」「思わない」と答えた子どもの割合は、非生活困難層で16.4%だったのに対し、生活困難層では23.7%に上った。また、自分は価値のある人間だと思うかを尋ねた設問に対し「あまり思わない」「思わない」と答えた子どもの割合は、非生活困難層で36.3%だったのに対し、生活困難層では46.8%と半数近くに上った。

また、東京大学大学院教育学研究科 大学経営・政策研究センターの調査⁶からは、4年制大学への進学予定者の割合は、両親年収が多くなるほど高くなる傾向にあることがわかった。このように、親の経済力が子どもの進路に影響を与えてしまうことについては、教育費にかかる金額が大きいのに対し、わが国における高等教育への公的支出の割合が低いことに起因していると考えられる。

3 ひとり親世帯の現状

ひとり親世帯においては、とりわけ深刻な現状がある。

まず、母子世帯についてであるが、厚生労働省が行った平成28年度全国ひとり親世帯等調査によれば、母子世帯となった理由の8割は離婚である。また、内閣府男女共同参画局が発行した平成27年版男女共同参画白書によれば、婚姻関係事件における申立ての動機別割合で最も多いのは妻・夫とも「性格が合わない」であるものの、妻に関して

は「暴力を振るう（24.7%）」、「精神的に虐待する（24.9%）」、「生活費を渡さない（27.5%）」といった、肉体的・精神的・経済的な虐待が多くを占めている。

先述の全国ひとり親世帯等調査によれば、母子世帯では8割が就労しているものの、児童扶養手当や養育費も含んだ母自身の平均年間収入は243万円と低い。

これは、雇用社会のなかのジェンダーによるものだと主張する学者もいる。法政大学大原社会問題研究所の藤原千沙は、その共著書⁷の中で次のように述べている。

『戦後、日本が雇用社会化するなかで徐々に作られてきた正社員という働き方モデルは、男女ともに“新規学卒一括採用”で正社員として入社するものの、女性は早期に退職して男性に経済的に扶養される存在となり、男性は妻と子どもを扶養家族とする、性別役割分業をベースとした家族モデルを同時に形成しました。』

同氏は、男女雇用機会均等法成立から30年経過した現在でも「総合職（旧・男性職）」に占める女性の割合は1割に満たず、「ジェンダーニュートラル」になったのは言葉だけである、と主張している。同氏の指摘が正しければ、出産により早期に退職した母親が夫と離婚後、再び労働市場に参画しようとすると、大半は相対的貧困の状況下に置かれてしまう。

その状態から少しでも脱しようとして副業する母親も多く、結果として育児時間の減少を招いてしまっている。周燕飛の行った調査によれば、母子世帯では不登校の経験を持っている割合もふたり親世帯の3倍以上に上がることがわかる。

いずれかの子どもが不登校の経験を持っている割合(%)

母子世帯	父子世帯	ふたり親世帯
12.1	5.6	3.8

出典：周燕飛（平成24年）

また、先述の全国ひとり親世帯等調査によれば、養育費の取り決めをしている人は42.9%にとどまる。養育費を現にもらっている人は24.3%、もらったことがある人は15.5%しかおらず、もらったことがない人が56.0%と、平成23年度の調査からはやや改善したものの、大変厳しい状況である。

続いて父子世帯についてであるが、こちらは母子世帯に比べ父自身の平均年間収入こそ高い（420万円）ものの、父子家庭になった途端、残業・出張・早出が困難になり、転職を余儀なくされ、非正規雇用になるケースが多い。これを避けるため、父子家庭の父親は仕事中心の生活にならざるを得ない。

このため、子どもたちと過ごす時間も十分になく、先述した周燕飛の調査⁸では、週に何回子どもと一緒に夕食をとっているか聞いた設問で「一緒に夕食をとることがほとんどない」と答えた割合はふたり親世帯で1.5%だったのに対し、母子世帯では3%、父子世帯では7.1%であった。

4 自治体における取組事例

こうした貧困の世代間連鎖を防ぐために、子どもとの関わりを持つための様々な取組が各地で行われている。

①生活保護受給者チャレンジ支援事業（埼玉県）

筆者は平成28年10月24日、公開で行われた「学習支援事業特別研修」に参加した。埼玉県では、生活保護受給者の自立支援のため「学習・就労・住宅」の3分野において平成22年9月から「生活保護受給者チャレンジ支援事業」を開始した。この中の「学習支援事業～貧困の連鎖の防止～」は、平成27年度から施行された「生活困窮者自立支援法」の中で任意事業として位置づけられたが、その法制化に当たってモデル事業となったものであり、生活保護受給世帯の中学生・高校生を対象としている。

事業の柱は2本立てである。1つ目の柱が学習教室である。中学生に対しては定期テスト対策のほか、高校入試を見据えた苦手科目克服と基礎固めを行う。

高校生に対しては定期テスト対策・苦手科目克服のほか、進路相談・就職試験対策・就労体験などを行っている。特別養護老人ホームや公民館、大学等の協力を得て会議室等を無料で貸してもらい、そこで大学生等がボランティアでマンツーマンにより勉強を支援している。

平成27年度の登録者数は学生ボランティアが37大学から503人、そして元教員など社会人ボランティアが41人となっている。県内では、元教員等で構成される「彩の国子ども・若者支援ネットワーク」が最も多くの市町村で事業を受託している。

もう一つの柱が、家庭訪問である。事業に参加する子の約6人に1人が不登校（年間30日以上学校を休む）だ。平成25年に文部科学省が行った学校基本調査によれば、全国平均は約37人に1人であることを考えると、著しく高率であることがわかる。福祉・教育の専門知識を持った支援員が訪問し、保護者や子どもと話し合いながら、勉強や生活の悩みを解決していく。通常自立支援は、世帯主またはその配偶者等の大人に対して行うが、この事業は子どもを主役にした支援を一貫して実施する。

前述した彩の国子ども・若者支援ネットワークの統括責任者である白鳥勲氏が家庭訪問をしたA君（当時中学3年生）は、母子家庭でトラックの運転手の母親の収入は不景気とともに途絶え、給食費も払えなくなり電気も止められ、新聞紙を重ねて寒さをしのがなければならぬ貧しさの中、中学1年の途中から不登校となった。2年間で外出したのは、事業参加のために着ていく洋服の購入と床屋のわずか2回。スタッフが何度家に行き説得しても、A君は暗がり顔で顔をそむけたままだった。だが、将棋を教えたり、まだ高校へ行けると説得したりしていくうちに、A君は徐々に心を開いていった。学習支援教室に行くまでにかかった期間は3か月。この事業の先生が、A君が機械を分解することが好きだと聞いて、はんだごてをやらせてみる。それがきっかけでA君は工業高校への進学を希望するようになる。

その後A君は見事工業高校に合格し、首席で同校を卒業。介護ロボットを手掛ける会社の、大卒しか採用しないという入社試験をパスし、現在は技術者として働いているという。母親も鬱が改善し、就労を始めたそうだ。

この事業が始まる前の平成21年度、県内の生活保護受給者の高校進学率は86.9%だったが、平成27年度には98.3%となり、一般の高校進学率（約98%）とほぼ同水準となった。

②「地域は子どもの貧困・社会排除にどう向かい合うのかーあらかわシステム」(荒川区)

筆者は平成29年1月16日、荒川区を訪ね、子育て支援課長の伊藤節子氏と、(公財)荒川区自治総合研究所副所長兼事務局長の檀上和寿氏に話を伺った。

荒川区では、平成21年に公益財団法人荒川区自治総合研究所を設立し、「子どもの貧困・社会排除問題研究プロジェクト」をスタートさせた。まずは貧困・社会排除状況下と思われる子どもとその世帯の実態把握のため、区内の保育所、幼稚園、小学校、中学校、高等学校、学童クラブ、子ども家庭支援センター、母子生活支援施設、保護課（現生活福祉課）、保健所などの担当者、スタッフの話から全61のケースの情報を収集した。そしてそれを経済的貧困（5ケース）、非経済的貧困（19ケース）、それらの複合的貧困（37ケース）に分け、経済的貧困と複合的貧困を合わせた42ケースについて、子どもの貧困・社会的排除に至るリスクと決定因子及びそのプロセスを明らかにした。

そのうえで、その解消に向け、多様な施策と組織体制・人材の強化、地域力の活用などにより子どもの貧困・社会排除のシグナル発見に努めているという。その中で、ヒアリング時に資料をいただいた「子どもの居場所づくり事業」を紹介する。

この事業は、様々な支援を必要とする子ども（生活困窮世帯やひとり親世帯、虐待のある家庭、引きこもりやいじめを受けた子ども等）に対して、食事

や学習支援、団らんを提供し、地域での居場所を作り、子どもの生活面から学習面までを多面的に支援するというもので、具体的には週1回以上この事業を実施した団体に対し、1回15,000円、子ども1人参加ごとに1,000円を加算するというものである。1回に5人の子どもが参加すれば2万円の補助となる。中高生を中心に3か所分の予算を確保していたが、平成27年度には2団体だったものが、平成28年度は5団体にまで増えたという。

団体の構成員は10代から70代までの地域のボランティア、塾の経営者や講師経験者、商店街連合会など様々だそう。ボランティアにはボランティア保険や交通費を含め、1回1,000円が区から支払われる。荒川区によれば、「中学なら教えられる」というボランティアが「雨後の筍のように（檀上氏）」増えているのだという。

③「未来へつなぐあだちプロジェクト 足立区子どもの貧困対策実施計画（平成27年度～平成31年度）」（足立区）

筆者は平成29年1月27日、足立区を訪れ、子どもの貧困対策担当課長の岩松朋子氏から話を伺った。

足立区では平成12年から平成26年までの14年間、人口はほぼ横ばいで推移しているが、生活保護受給者数はおよそ40%増加したという。児童扶養手当も急増し、就学援助率も全国平均の2倍以上だそう。高校中途退学者数や、歯科検診で未処置のむし歯があると判定された子どもの割合も、23区内で最も多いのだという。

そのことに危機感を強めた同区では、区立小学校在籍の1年生全員5,355名にアンケート用紙を配り、「子どもの健康・生活実態調査」を実施した（平成27年度）。そして①世帯年収300万円未満の世帯（489世帯）、生活必需品の非所有世帯（子どもの生活において必要と思われる物品や、急な出費に備えた5万円以上の貯金がないなど。670世帯）、③水道・ガスなどのライフラインの支払い困難経験世帯（389世帯）を抽出し、それらに当てはまる1,047

世帯（全体の24.8%）について生活困難世帯と定義した。

そして調査の結果、子どもの健康リスクは、親の経済力だけでなく、困ったときに相談相手がいるかどうかによって左右されることがわかった。調査結果は、並行して策定を進めていた「未来へつなぐ あだちプロジェクト 足立区子どもの貧困対策実施計画（平成27年度～平成31年度）」の中に反映されたのだという。

プロジェクトは3本の柱を打ち立てており、それぞれ「1 教育・学び」、「2 健康・生活」、「3 推進体制の構築」を謳っている。

そのうち、「1 教育・学び」と「2 健康・生活」の柱はさらに4つずつ施策が設けられており、そこからさらにたくさんの事業が割り振られている。ここではその中から、足立区が重点事業に指定しているものの一部について簡単に紹介する。

まず、「子どもの居場所づくり」事業は、「学習習慣の定着と学習意欲の向上を図るため、NPO等への委託により、経済的に苦しい家庭の中学生に学習場所を提供し、高校進学を目指すとともに、他者と交流できる緩やかな居場所を提供する（足立区の説明）」もので、平成27年度にスタートしたという。拠点はスタート時には1か所だったものが、平成28年度には3か所、平成29年度には4か所となったのだそう。このほか、地域で活動する団体の学習支援の場の紹介事業を行っており、区やNPO団体等が行う「居場所」の情報を集約し、ホームページ等で広く発信・紹介している。これらの団体には委託費は出しておらず、各団体において自主運営がなされているという。

また、「そだちチューター」事業は、臨床心理士等の資格を有する「そだちチューター」が、公立保育園における子どもたちの観察を通して、発達課題の早期発見や適切な対応を行う。保育現場での専門的知識や多角的な支援方法を保育者が学ぶことにより保育内容の充実を図るというものである（足立区

配布の資料「未来へつなぐあだちプロジェクト 年次別アクションプラン（5カ年計画）」より）。また、小学校には「そだち指導員」を配置して、国語や算数の授業において定着度が不十分な児童に対し、別教室などで個別学習指導を行う。さらに不登校児童・生徒の学校復帰を促す「適応指導教室（チャレンジ学級）」、生活保護世帯への塾代支援など、計画には数多くの事業が盛り込まれている。

5 貧困の世代間連鎖防止に向けて

このように様々な施策があるが、それらの中には、支援対象を就学後の児童・生徒に絞っていたり、行政が支援に消極的だったり、学生ボランティアが集まらなかったり、対象となる子どもが集まらなかったり、支援側の都合で支援をやめてしまったりしているケースもあり、さまざまな限界もあるようだ。

子どもの成長には、周囲の人たちの子どもとの関わり方が大きな影響を与えている。成長の過程で親や保育者による積極的な、子どもの言葉を受け止める肯定的なコミュニケーションの積み重ねにより自信や自己肯定感が育まれ、親や保育者への信頼感をベースとして、相手を思いやる気持ちや信念が育まれていき、それが行動につながっていくのではないだろうか。

相対的貧困の状況下における世帯では、周囲の人たちの関わり、親や保育者の関わりいずれもが十分でないことが多い。親や保育者の子どもへの関わり方が将来の所得を左右するというデータ⁹もあり、政策の方向性は人とのふれあいに軸を置いたものとするのが望ましい。

子どもだけでなく、親への支援も重要である。だが、現状では生活保護を除くと、深刻な貧困状態にある世帯を丸ごと支援する手段は乏しい。このため、介護保険のような、個々のひとり親世帯に着目したケアプランの作成・実施の仕組みを市町村などが地域住民と協力して作り上げる必要がある。

これまで見てきたことを踏まえ、筆者は次の3つ

の提案を行う。①対象年齢や世帯収入を限定しない居場所づくり支援、②キッズサポーター制度の創設、③親子ケアプランの作成・妊娠届におけるアンケート用紙の封入である。

まず①の居場所づくり支援であるが、筆者は居場所づくり支援の現場に何度か足を運んでいる。居場所づくり支援を行っているNPO法人「キッズドア」の教育支援事業部コーディネーター・玉木絵梨氏の話によれば、ここに通う前と後で多くの子どもたちに変化が見られるという。

まず、決まった曜日の夜6時から8時までは机に向かう習慣をつけさせ、ボランティアが教えているため、学校のテストの成績が良くなるという。中には同じ教科で6点から71点に上がる子もいたそう。また、通い始めの頃は10分座っていられない子、歌を歌い始める子、自分のことしか考えていない子がいるが、職場体験をさせることで仲間を考えた行動をするようになるという。最初は学習開始時間を守れなかった子も、時間を守れるようになっていくのだそうだ。

ただ、「キッズドア」とは別の場所であるが、支援対象が限定されていたり、周知が十分でなかったりする場所もあった。これを踏まえ、居場所は対象を絞らないこととし、広報誌への掲載や民生委員への情報提供など、支援を必要とする子どもたちにその情報がきちんと届けられるように配慮する。

次に②のキッズサポーター制度であるが、親の時間的ゆとりが特に少ないひとり親家庭について、子どもの遊び相手になってくれるお兄さん・お姉さん（大学生を想定）ボランティアを行政が募集し、登録・派遣制度を作り、人間関係の醸成を図る。勉強を教えるとなると、尻込みしてしまう大学生が出てくることも考えられるが、遊び相手というのであれば心理的なハードルが下がるのではないだろうか。

さらに③の親子ケアプランの作成・妊娠届におけるアンケート用紙の封入であるが、現在市町村が運営している地域包括支援センターの親子版である

「親子支援センター」を創設し、その職員（ケアマネジャー）として保健師・社会福祉士・親子保健支援専門員などを配置する。配置が困難であれば保健師の増員で対応する。そして妊娠届に添付されたアンケート用紙から養育リスクのある家庭を抽出し、個別具体的な支援を行っていく。

筆者がこのような提案を行うのには理由がある。というのも、貧困の連鎖を断ち切るにはもちろん自治体は国とも協力する必要がある。ただ、その役割は両者で全く異なり、国が担うべきは税制や社会保障、雇用面といった制度改革である一方、自治体が担うべきは個々の世帯における見えにくい貧困の可視化、そして支援する側・される側の双方向のコミュニケーションだと筆者は考えている。だからこそ、自治体の施策は筆者が提案するような、人とのふれあいに軸を置いたものとするのが望ましい。

見えにくい貧困を可視化し、支援員を配置して子どもと向き合うことで、時間はかかっても子どもは必ず、自分が大切にされていることを実感できるはずだ。子どもの心から無力感・虚無感が消え、自己肯定感を育むことができれば、学習や社会的な活動に意欲的に取り組もうという気持ちが芽生えてくるだろう。教育費や雇用の問題への対応は国に譲ると

しても、自治体はこういったアプローチで粘り強く子どもと向き合うことが必要なのではないだろうか。

筆者の提案は、短期間で効果が表れる性質のものではないため、事業化への道筋が立ちにくいという課題はある。また、そもそもこのような施策は、効果測定が難しいという側面もある。なぜなら、そのためには事業に参加した子どもたちと参加しなかった子どもたちを、その後長期にわたってフォローアップする必要があるうえ、正確に検証をするためには、質的に処置群と差のない対照群が必要となることから、せっかく事業に参加したいと手を挙げた子どもたちが対照群として事業に参加できず、事業の検証のためだけに使われてしまうという道義的・倫理的な問題があるからである。

だが、検証が難しいからといって手をこまねいて良いわけではない。自己責任論からもわかるように、貧困対策への予算投入に必ずしも世間の合意形成ができていないわけではないため、行政は積極的に問題提起をして世論を喚起する必要がある。それと並行して、支援が必要な貧困世帯を早期発見し、適切なケアを行っていく。そうした取組こそが、今の自治体に求められているのではないだろうか。

脚注

- 1 世帯の所得から税金や社会保険料などを引き、児童手当などの政府からの公的な援助（社会保障給付）を加えたものを可処分所得という。世帯に複数の構成員がいる場合、OECDや厚生労働省などでは単純に世帯の人数で割らずに、家族の人数の平方根（家族2人なら $\sqrt{2}$ ）で割るという方法を取る。これは、冷蔵庫やテレビなど家財道具を共有することで生活費を節約できるという、規模の経済が人数に比例して働くという考え方によるものである。こうして計算された家族1人あたりの可処分所得を、等価可処分所得という。あくまで個人単位の基準だが、子どもたちの場合には働いて収入を得ることがほとんどできないため、親たちの収入を合算する。子どもの全体数に対する、貧困線に満たない所得の子どもの割合を算出したものが「子どもの貧困率」である。
- 2 雇用の3グループ化（①「長期蓄積能力活用型グループ」、②「高度専門能力活用型グループ」、③「雇用柔軟型グループ」）が提唱された。25～34歳の雇用労働者（役員を除く）に占める「非正規の職員・従業員」の割合は、1990年代の半ばまでは横ばいだったが、1990年代の後半から増加し始め、2000年代に入って一気に拡大した。
- 3 公立大学法人大阪府立大学（平成29年）。大阪府内全43市町村における小学5年・中学2年の生徒と保護者、約5万世帯を対象に行われた国内最大規模の実態調査。
- 4 国立大学法人お茶の水女子大学（平成26年）
- 5 平成28年に行われた「子どもの生活実態調査」と「ひとり親家庭の生活実態に関する調査」の結果を報告書にまとめたもの。

「子どもの生活実態調査」は保護者票と子ども票に分かれており、保護者票の結果をもとに、「家庭からみた生活の困難」「子どもからみた生活の困難」「世帯収入からみた生活の困難」の3つの要素に着目し、いずれか1つ以上に該当する場合を生活困難層と定義した。また、子ども票は区立小学校のすべての小学5年生、4,544名を対象に実施し、子ども自身がアンケートに回答した。

- 6 東京大学大学院教育学研究科 大学経営・政策研究センター（平成19年）、同（平成21年）
- 7 秋田・小西・菅原（平成28年）
- 8 周燕飛（平成24年）。末子が18歳未満のふたり親世帯及びひとり親世帯（各2,000世帯）に生活状況を聞いた調査。
- 9 西村和雄ほか（平成26年）

引用・参考文献

- ◎ 明石千衣子『ひとり親家庭』岩波新書、平成26年
- ◎ 秋田喜代美・小西祐馬・菅原ますみ『貧困と保育 社会と福祉につなぎ、希望をつむぐ』かもがわ出版、平成28年
- ◎ 朝日新聞取材班『子どもと貧困』朝日新聞出版、平成28年
- ◎ 足立区「未来へつなぐあだちプロジェクト 足立区子どもの貧困対策実施計画（平成27年度～平成31年度）」平成28年
- ◎ 阿部彩『子どもの貧困—日本の不公平を考える』岩波新書、平成20年
- ◎ 大田区『おおた 子どもの生活応援プラン』平成29年
- ◎ 同『大田区子どもの生活実態に関するアンケート調査報告書』平成29年
- ◎ 荻谷剛彦『階層化日本と教育危機—不平等再生産から意欲格差社会へ』有信堂高文社、平成13年
- ◎ 吉川徹『学歴と格差・不平等 成熟する日本型学歴社会』東京大学出版会、平成18年
- ◎ 鯨岡峻『子どもは育てられて育つ—関係発達の世代間循環を考える』慶應義塾大学出版会、平成23年
- ◎ 公益財団法人荒川区自治総合研究所『地域は子どもの貧困・社会排除にどう向かい合うのか—あらかわシステム 子どもの貧困・社会排除問題研究プロジェクト最終報告書』平成23年
- ◎ 公益財団法人荒川区自治総合研究所編『子どもの未来を守る 子どもの貧困・社会排除問題への荒川区の取り組み』平成23年
- ◎ 厚生労働省「平成28年度全国ひとり親世帯等調査」
- ◎ 公立大学法人大阪府立大学『大阪府 子どもの生活に関する実態調査』平成29年
- ◎ 国立大学法人お茶の水女子大学『平成25年度全国学力・学習状況調査（きめ細かい調査）の結果を活用した学力に影響を与える要因分析に関する調査研究』平成26年
- ◎ 子どもの貧困白書編集委員会『子どもの貧困白書』明石書店、平成21年
- ◎ 埼玉県福祉部社会福祉課・埼玉県教育局県立学校部特別支援教育課『学習支援事業特別研修 第2部 アスポート学習支援事業～未来に羽ばたく子どもたち～研修テキスト』平成28年
- ◎ 周燕飛『子どものいる世帯の生活状況及び保護者の就業に関する調査—世帯類型別にみた「子育て」、「就業」と「貧困問題」』独立行政法人労働政策研究・研修機構、平成24年
- ◎ ジェームズ・J・ヘックマン『幼児教育の経済学』東洋経済新報社、平成27年
- ◎ 東京大学大学院教育学研究科 大学経営・政策研究センター『高校生の進路追跡調査 第1次報告書』、平成19年
- ◎ 同『高校生の進路と親の年収の関連について』平成21年
- ◎ 東京大学社会科学研究所・ベネッセ教育総合研究所共同研究「子どもの生活と学びに関する親子調査2015」
- ◎ 中室牧子『学力の経済学』ディスカヴァー・トゥエンティワン、平成27年
- ◎ ナショナルミニマム研究会『「貧困・格差に起因する経済的損失の推計」作業チーム中間報告』平成22年
- ◎ 西村和雄ほか『基本的モラルと社会的成功』RIETI Discussion Paper Series 14-J-011、平成26年
- ◎ ベネッセ教育総合研究所『教育格差の発生・解消に関する調査研究報告書』平成20年
- ◎ 山野良一『子どもに貧困を押しつける国・日本』光文社新書、平成26年
- ◎ 湯浅誠『反貧困—「すべり台社会」からの脱出』岩波新書、平成20年
- ◎ JILPT『子育て世帯のウェルビーイング—母親と子どもを中心に—』
<http://www.jil.go.jp/institute/siryo/2015/146.html>

今この時代、新しい文化に目を向けた「まちおこし」 ～コスプレイベントが秘める可能性～

三郷市立北公民館 くまざわ ゆあ 熊沢 優愛



1 はじめに

昨今、人口減少や若者離れ等の言葉が示すように、人口の偏りが多くみられる。この現状が続いてしまえば、一番割を食うのは地方都市に住む人々である。それぞれのまちには良い点が沢山あるだろう。自然が豊かである、交通の便が良い、安全性が高い等々、自慢できる特色があるとも思う。

だが、利便性も安全性もその他の「良いまち」になり得る要素も、そもそもそこで生活をする人がいなければ無用の長物だ。このままでは各々の持つまちの良い点が活かされないまま、廃れていってしまう危険性すらある。そこで私が提案するのが、まちおこしによる地域の活性化だ。

まちおこし、と聞いて思い浮かべるのはどのようなものか。各地域の名所か、歴史ある建造物、名物の食べ物、それとも祭り等の行事だろうか。そのどれもが今までにそれぞれのまちを様々な形で豊かにしてきた実績があるだろう。では今回提案するまちおこしのためにはどのようなことを行うか？現在の少子高齢化や国際化を考慮し、その方法はこれから減りゆく若者を中心とした幅広い年代に向けたもの、かつ海外からも観光客が訪れるようなものが望ましい。

ここで挙げたいのが世界的に有名な日本文化である、アニメ・漫画文化だ。日本国内はもちろんのこと、フランスで行われるJapan Expo（日本文化総合博覧会。アニメや漫画も数多く取り上げられる）、アメリカで行われるANIME EXPO、台湾で行われる漫画博覧会、ブラジルで行われるAnime Friends等の多数のイベントからもわかるようにアニメ・漫

画は諸外国からも注目されている。更には対象となる年代も幅広い。幼児向けのものから始まり、十代～三十代ほどの若い世代が大多数を占めるだろうが、有名なもので言えば『ガンダム』や『ドラゴンボール』『ベルサイユのばら』といった作品のファンである四十～五十代以上の方も多いのではないだろうか。つまり、この文化はそれだけ多くの人が親しみのあるものだということになる。諸外国からの人気、若者を中心とした幅広い対象。まちおこしにうってつけだ。また、近頃では選挙の啓発や行政の事業の広報等にも既存・オリジナルを問わずアニメや漫画、イラストが利用されている。例としては文部科学省のいじめ・自殺防止や障害者理解を求める施策の一環として行われたアニメ映画「聲の形」とのタイアップが挙げられる。



文部科学省による啓発特設ページ¹

アニメ・漫画を介することにより、同じ「行政によるまちおこし政策」でもいわゆる「役所のお堅い印象」を和らげることができ、より多くの人に興味と親しみをもってもらえるだろう。そこで、本稿で

は幼児から年配の方、国内外を問わず人気の高いアニメ・漫画文化によるまちおこし、特に行政が共催・後援して行うコスプレイベントによるまちおこしについて提案する。

2 まちおこし、その手段とは

まちおこしの理想的な結果としては産業振興、人口増加などがあるが、アニメや漫画で人口増加、というのも現実的ではない。となれば、人が多く訪れ、自治体の名を広く知ってもらえるような観光によって集客数の増加を図り、賑わいのあるまちを目指すのも一つの手だろう。

アニメ・漫画による観光といえば、ファンが作品ゆかりの土地を回る、いわゆる「聖地巡礼」があるが、それにはその地域が何らかの作品に関わっていることが前提である。では作品とのコラボはどうか。それも作品に関係のある地域が選ばれやすいことは否めない。それも双方共にある程度特定された方（対象となる作品や作者のファン）が主な対象となる。特定の県や市ではなく「地域」に必要なこととしてまちおこしを挙げるのなら、より広範囲の方の興味を引き、特定の条件や縛りがなるべく少ない方法が好ましいのではないだろうか。

それでは、アニメ・漫画文化の中でも近年注目されるようになった『コスプレ』はどうだろう。

コスプレ、という言葉の特に関心ようになったのは、ここ数年のハロウィンだろうか。10月の終わりに渋谷や新宿に魔女やゾンビ、果てはハロウィンには関係のない仮装で祭りのようにはしゃぐ人々がよくテレビに映されるようになった。コスプレといえばこちらのイメージが強い方もいるかもしれない。

だが今回挙げるコスプレとは漫画やアニメ、ゲーム等のキャラクターに扮することである。以前から各作品のファンの間で行われていたが、昨今のインターネットやSNSの急激な発展により、一気に注目されるようになった。コスプレを行う人はコスプレイヤー（略してレイヤー）と呼ばれ、最近ではコ

スプレ専門雑誌の発売やテレビ特集が組まれるなど、漫画やアニメに興味のない人の目にも留まりやすく、注目されつつある。国内最大のコスプレ専用SNSの登録数は2014年の時点で延べ40万人を超えている²。また、名古屋で開催されている『世界コスプレサミット（通称コスサミ）』では撮影やステージイベント、パレード等の他にも世界規模のコスプレチャンピオンシップが行われている。このチャンピオンシップへの出場をかけて各国のレイヤーが自国で代表選考会に挑む大規模なイベントとなっており、2017年には世界34か国からレイヤーが参加した³。

3 なぜコスプレイベントはまちおこしになりうるのか

では、何故コスプレイベントが「特定の条件や縛りが少ない」まちおこしになりうるのか。それは、コスプレイベントを開催するのに特別なものが必要ないからである。『ある程度の交通機関』と『着替え、準備用の施設』『普通のまち』、そして『理解』。これだけで基盤は十分だ。

まず『ある程度の交通機関』。これは言うまでもないだろう。多くの人に集まってもらうには、交通機関が重要になる。ではある程度とはどの程度か？ イベントを行う自治体の最寄り駅から会場へ向かう際に、駅から歩いてすぐのところにある、というのがもっとも望ましい条件だろう。だがそれも都合のいい自治体ばかりではない。駅の近くに適した開催場所がないことも多いだろう。その場合は、バスで移動できる範囲に開催可能な場所があれば、十分ではないだろうか。しかし、例えばバスが1時間に2本しか来ないようでは参加者にとって非常に不便である。また、参加者が数百人にも上るような大規模なイベントを行うとしたら、普段バスを利用している近隣住民が多大な迷惑を被ることになるかもしれない。そのような自治体ではシャトルバスの運行等が必要となるだろう。一般のバス利用客や住民に迷惑をかけず、参加者が不便を感じずに参加できる程

度の交通機関。これが私の想定する『ある程度の交通機関』である。

次に『着替え、準備用の施設』。参加者は、地元からコスプレをしたまま会場に来るわけにはいかない。また、荷物が多くキャリーバッグなどで参加する方もいるため、荷物の預かりを行う可能性もある。そのため、こうした施設が必要となるが、これも体育館や公民館の利用や、民間施設を借りるなどすれば大抵の地域では既存の建物で賄えるのではないだろうか。

続いて『普通のまち』。これは読んで字の如く、公園やプール、ステージ、神社、工場やチェーンのレストラン、そのような普通のまちでいい。普段コスプレの撮影を行う方は室内や人目のつかない場所を選ぶことが多く、セットではない日常的な風景のもとで撮影する機会は少ない。だが、イベントとして街中での撮影を後押しすることにより、日常風景のもとでの撮影がしやすくなる。街中を会場にするのが難しくとも、学校や神社など「撮影場所」になり得る場所さえあればいいのだ。そして春は桜、夏は水場、秋は紅葉、冬は雪。これらはあくまで一例だが、自治体により春夏秋冬目玉となり得るものがあれば、そこを押し出せる。ある程度参加者の増減はあれども四季を問わないのもコスプレイベントの利点である。もちろんイベント内でパフォーマンスステージや特殊な企画を行うことも楽しめると思うが、撮影という点に関しては普通のまちであれば十分に開催地としての条件を満たすと考ええる。

そして最後に、『理解』。恐らくこれが何よりも大切なことではないかと考えている。何かしらのイベントを行おうとしたとき、その影響を一番受けるのは地元住民である。人が来ればそれでいい、というわけではない。地元で沢山の人が来るのをよく思わない方もいるだろうし、治安やマナーを心配して反対する方もいるだろう。また、コスプレが広まってきた、と言ったところでまだまだもの珍しいのも事実だ。コスプレ特有の問題点などもある。

参加者側の問題を挙げると、例えば街中での極端な露出や、周囲への危険を伴う小道具の利用等がよく耳にする問題行動だ。これらは街中のイベントに限ったことではないが、一般の方の目にも否応なしに入り、場合によっては不快感や恐怖心等を与えかねない。

参加者以外の問題としては、例えば通行人が本人に無許可でコスプレイヤーの写真を撮り、更にはネットにアップするということがある。これに関しては街中で撮影を行う以上、完全に防ぐことは難しいだろうが、見過ごしてよいものではなく、対策は必要だ。しかし、このように少々特殊な問題もあるがために、スタッフや運営の準備・想定が足らず参加者や住民からの批判的な意見に繋がってしまうこともある。

このような問題に主催側が直面していることを知り、その上でこれらの問題を共催・後援者として行政はどう解決していくか。そして地元の人々のイベントに対する理解をどのように得ていくか。これこそ参加者が楽しかったね、また来たいねと帰路につけるような、地元の人々が楽しんで「うちではこんな行事があるんだ」と自慢できるようなイベントにするための鍵である。

長くなったが、『ある程度の交通機関』『着替え、準備用の施設』『普通のまち』『理解』。以上が必要となる大きな4点だ。見てのとおり、特別なものはない。

そしてコスプレが縛りの少ないまちおこしになるもう一つの理由、それは作品のゆかりの地巡りやコラボよりも多くの人を対象となりうる事である。「コスプレ」という行為そのものが好きであればそれだけで参加理由になる。その楽しみ方は様々であり、コスプレイヤーとしての参加者はもちろん、それを撮るのが好きなカメラマンや、コスプレイヤーを見るのが好き、という人もいる。様々な作品のファンが様々な形でコスプレを楽しむために訪れるのだ。

4 『コスプレ』でまちおこし、その現実味

さて、ここまでコスプレイベントによるまちおこしについて書いてきた。しかしこれを読んでいる方の中には、そうは言っても本当にそんなものでまちおこしなどできるのか、と思われる方がいるかもしれない。だが、実際に行政がコスプレイベントを共催・後援することによって、そのまちに多くの人が訪れている例はある。

その例に一番適しているのは、大阪で行われている『日本橋ストリートフェスタ（通称ストフェス）』だろう。今年で開催13年目となるこのイベントは毎年大阪市日本橋の電器街「でんでんタウン」で行われており、浪速区長を委員長とした実行委員会によって運営されている。地元の商店街を中心に始まったこのストフェス、2017年にはなんと25万人を動員し、先述のコスサミなどに次ぐ日本有数のコスプレイベントとなっている。



日本橋ストリートフェスタの様子⁵



ストフェスコスプレ参加者

まだ課題は多いとのことではあるが、行政が関わって行うコスプレイベントによる集客という点では成功の代表例とも言えるだろう。大型のイベントのため、遠方から予定を合わせて大人数のグループで参加する方も多い。そのため宿泊用のホテルや開催地域周辺での買い物等、多くの経済的な効果を見込むことができる。また、コスプレイヤー、カメラマン、一般参加者が一緒になって楽しめるイベントでもあるため、毎年開催後にはストフェスの名称を掲げてインターネットやSNS上に参加者のレポートやコスプレイヤーの写真が多くアップされる。こうしたレポートや写真を誰もが気軽に見ることのできる現代では、イベントのことを全く知らなかった人がそのようなレポートや写真を見てそのコスプレイベント、ひいてはそのまちの名前を知ることにも繋がりがやすくなる。

ほかにも、ストフェスほどの規模でなくとも自治体がコスプレイベントのバックアップに携わり成功した例がある。それが北海道苫小牧市の『苫小牧コスプレフェスタ』だ。

これは既存のイベントに苫小牧市が後援（現在は共催）となって行われているイベントで「苫小牧市が全力でコスプレイヤーを応援！」のフレーズを掲げており、市内十数か所を撮影ロケーションとして開放したり、パフォーマンスステージや乗馬撮影を始めとする様々な体験・撮影ができるイベントである。



苫小牧コスプレフェスタの様子⁶



開会式での宣誓⁶

2014年から始まったこのイベントは、2日間の参加者延べ7,000人から始まり、第4回となる2016年には延べ14,000人が参加するほど大きくなった。アニソンパーティーや怪談ライブ、有名漫画の展示リバイバルなど、コスプレに興味がなくとも楽しめるような企画も多く、ストフェスよりも規模は小さいながら、コスプレイベントを主体としてアニメ・漫画が好きな参加者が様々な角度から楽しめるイベントとなっている。

ここまで多くのロケーション開放や様々なコンテンツを盛り込んでの開催は、市の共催や後援がなくては難しいのではないだろうか。「自治体が共催・後援となっていく現実的なコスプレイベント」としての理想はこのような形だと感じている。

5 コスプレイベントによるまちおこしの成功のためには

ここに挙げた2例以外にも、成功したコスプレイベントはいくつかある。埼玉県内の例では、企業で行っているイベントではあるが、さいたまスーパーアリーナを利用しているものもある⁷。では、このような成功例に続くためにはどうすればいいのか。コスプレイベントを成功させるために何か特別なことが必要なのか。そんなことはない、私は考えている。当たり前のことを行えばよいのだ。

まず「参加者本位のイベントにする」ことである。確かに今回提唱しているコスプレイベントの第一の

目標は地域の活性化にある。しかしあくまでも参加者が楽しんで、次に繋げてこそそのまちおこしであるということを忘れてはいけない。人が継続して訪れなければまちおこしにはなり得ない。また昨今のインターネット・SNSの普及により、物事は良しにつけ悪しきにつけすぐに広まる。問題が起こった際に、些細なことだと軽く見ていればすぐに悪評として広まってしまうのだ。

次に「知って理解する」こと、つまりは事前調査である。これはイベントを共催する際に特に必要なことである。理解というものは馴染みのないものを扱う際、とても大切なことだ。見当のつかないことや予想外のことが多いからである。たとえば更衣室に関することとしては、着替え・メイクにはどれくらいの時間がかかるものなのか？小道具に関しては、アニメ、漫画の世界では規格外の武器や道具を持っているキャラクターも多いため、規定をしっかりと行わなくては、周囲の参加者の迷惑になってしまうかもしれない。参加者にイベントの問題点を指摘されたときは、運営側の対応がイベントそのものの印象・評価に大きく影響する。理解不足で対応が出来なければ、イベントそのものをいくら良いものにしようと、悪印象が染み付いてしまうかもしれない。その分野に関する知識を得て、その問題が起きている理由をつかめなければ、動けないのだ。幸い、基本的な規約、ルールは企業が行っているコスプレイベントを参考にできる部分も多い。下調べを行い、しっかりと事前準備をしておくことが大切なこととなる。

例えば、イベントの実施に当たって必ず押さえておかなければならないことの一つに、参加者による問題行動がある。イベントでは禁止行為（更衣室以外での更衣、禁止物の利用、サイズ規定外の小道具の持ち込みなど）や撮影による通行妨害、人目を憚らない言動などといった問題行動が見受けられることがある。これらの行為が横行すれば、次のイベント開催が危ぶまれるだけでなく、まちおこしの可能

性を秘めたコスプレそのものが非難的的にされてしまうことにも繋がってしまう。

しかし、これはほんの一部の参加者によるもので、大多数の参加者はモラルを守り、むしろそのようなルール違反に対して目を光らせている。自分たちの好きなイベント・趣味を守ろうという意識から、違反者の報告など違反行為の取り締まりへの協力を積極的に行う参加者も多い。

こうしたことから、イベント運営側が迷惑行為の報告窓口や対策室の設置、会場内への十分なスタッフ配置など、参加者が問題行動の監視・通報をしやすい環境を整えた上で、問題行動に対して厳格な対応を行っていけば、きっと参加者がリピートしたくなるような、まちおこしにつながるようなイベントにすることができると考える。現に「運営側に報告をしたらすぐに対応してくれた／報告をしたのに対応してもらえなかった」という参加者の声はよく聞く。

こうした実態をよく把握しておくことが、イベントの成功につながる。

これも、「当たり前のことを行う」だけで、難しいことはない。繰り返すが、コスプレとはまだもの珍しいものという認識が強いだろう。行政で共催や後援をしているイベントともなれば尚更例は少ない。だが、周到な事前準備やその分野の実態を調べるのは、事業を行う際は当然のことである。まちおこしの手法として馴染みのないものだからといって、コスプレイベントだけが敬遠される謂れはない。しっかりと必要な点さえ押さえれば、どのような自治体でも実践できるものなのだ。

では、ここまで難しくない、どこでもできると述べてきたコスプレイベントが、何故全国の自治体であまり行われていないのか？それは、アニメ・漫画というものへの印象があるのではないかと考える。例えば、私が「現在コスプレイベントについての記事を書いている」と言うと「楽しそうだ」「それって仕事なの」と言われることが多い。これに関して

は私の周囲の話でしかないため一概には言えないが、アニメ・漫画に関わるものは趣味や遊びである、というイメージが未だに強いのではないだろうか。そのため、行政で行うという案が出づらい、もしくは案が出たとしてもそれを通し、実行に移すまでに至らない。そもそも事業立案に携わる職員が「コスプレイベント」というものの自体を知らない可能性も多分にある。そのような自治体ならば尚更であるが、もしこの論文が目止まったならば、是非ともコスプレイベントによるまちおこしについて御一考いただきたい。

6 むすび

始めに述べたように、インターネットやSNSの普及をきっかけにコスプレ人口が増えている。すると必然的にコスプレが好きな人同士が会うのはインターネット上であることも増えていく。しかし、やはりネット上で知り合った相手がたまたま近くに住んでいる、などということは多くはない。同じ趣味を一緒に楽しもうにも、それが難しい距離であることも多い。そんな人たちが会うきっかけになるのが、コスプレイベントである。もちろん個人で企画を立て、全国から集まった人たちと撮影やイベントを行うこともあるが、やはり自分が主催者として予定を立てるより、気軽なのはどこかの団体が主催となって行っているイベントに参加することだろう。

一人で参加して楽しむ方はもちろん、日本の遠く離れた地で暮らす人たちが「〇〇のイベントで会おうね」と予定を合わせて、その日イベントに参加するために、同じ趣味を持つ者たちで楽しむために集まることになる。そして、良し悪し問わずにイベントを評価するのは、殆どが参加者となる。そしてその批評の場は、やはりネット上である。日本だけではなく、世界にも手軽に発信できる時代だ。コスプレイベントが成功し、多くの人に「このイベントは楽しかったから、今度はもっとたくさんの人と楽しみたい!」と思ってもらえたら。そしてそんな人

たちの繋がりによって日本各地から大勢の参加者が訪れるようなものになれば。世界にも発信され、日本の外からも注目されるようなイベントになれば。自分たちの県が、市が、どこに行っても「ああ、あの有名なところだね」などと言われる日がくるかもしれない。

このように、イベントが注目されれば、イベントだけでなく自治体の名も広まる。人の足も向くようになる。訪れる人が増えればまちは豊かになり、さらに発展していく。自治体の名が広まることにより、まちなみの誇れる点も今まで以上にアピールしやすくなる。コスプレイベントによるまちなみの振興、まちなみおこしの成功である。

甚だ以て馬鹿らしい空想に聞こえるだろうか。しかし、有りえないとも言い切れないはずだ。未だコスプレイベントは多くはない。今ならば行政が共催・後援となるイベントは注目されやすいだろう。その内容が参加者にとってよいものであれば、次へ繋がる。既存の施設と既存のまちなみを開放し、まちなみおこしとなる新しいことを行う。デメリットは少なく、成功すれば全国から人が集まるイベントになるかもしれない。

ここまで長らく本稿を読んでくださった方のまちなみでも出来うるものではないだろうか。少しでも興味をお持ちいただけたら、是非これからの事業検討の視野に入れて頂きたいと思う。

脚注

- 1 文部科学省特設ページより抜粋 <http://www.mext.go.jp/koenokatachi/>
- 2 コスプレイヤーズアーカイブ 公式通知
http://www.worldcosplaysummit.jp/press/files/WCS2015_PR150401_%E7%B5%8C%E5%96%B6%E7%B5%B1%E5%90%88.pdf
- 3 世界コスプレサミット 公式HP <http://www.worldcosplaysummit.jp/>
- 4 日本橋ストリートフェスタ運営者より確認
- 5 日本橋ストリートフェスタ 公式HP <http://nippombashi.jp/festa/2017/>
- 6 とまこまいコスプレフェスタ 公式HP <http://tomakomai-cos-fes.com/>
- 7 acosta! 公式HP <http://acosta.jp/>

対話型自治体経営シミュレーションゲーム 「SIMみさと2030」 ～楽しみながら得られる多くの“学び”と“気づき”～

インタビュー

三郷市 企画総務部 プロジェクト推進室副参事兼室長補佐
諏訪 頼史^{すわ よりふみ}

最近、自治体職員の間で徐々に広がりを見せている「SIM2030」。「自治体財政シミュレーションゲーム」「対話型自治体経営シミュレーションゲーム」などと言われるこの「SIM2030」は、各地でご当地版が作成されており、体験会が開催されるなどしている。

三郷市ご当地版の「SIMみさと2030」を作り、市の職員研修にも導入した三郷市企画総務部プロジェクト推進室の諏訪 頼史 氏に、「SIMみさと2030」について伺った。

——最近、自治体職員の間で広がりを見せているという「SIM2030」について、お話を伺いたいと思います。

最初に、「SIM2030」とはどういったもののか、概要を教えてください。



三郷市企画総務部プロジェクト推進室
諏訪 頼史 副参事兼室長補佐

近未来（2030年問題）を体感する「対話型自治体経営シミュレーションゲーム」（ゲーム式ワークショップ）です。

参加者が架空の自治体の幹部となって、超高齢社会の到来により社会保障に必要な予算が増え続けるなか、何の予算を落とし、何の予算を残していくのか、そして残された予算・事業でいかに幸せな街を作っていくかを、ゲーム形式で体験していきます。

この「SIM2030」の発祥は、平成26年に熊本県職員自主活動グループ「くまもとSMILEネット」が作成した「SIM熊本2030」です。

ここから派生してご当地版のSIM2030が各地で作られています。「SIMみさと2030」も、ご当地版「SIM2030」の一つです。

——聞くからに、どのような内容なのか気になりますが、「SIMみさと2030」は具体的にどのようなルールなのですか。

参加者は6人1グループで架空都市M市の各部長に就任します。2030年までの5年ごとに迫りくる課題に対して、他の部長たちと対話しながら、「市としての判断」を下していくゲームです。

ルールはこうです。参加者が各部の部長に就任した架空都市M市は、高齢化率の上昇、社会保障費の増加、近い未来に人口減少に転ずる、税収の漸減見込み・・・といった課題に直面しています。また、M市はベッドタウンとしての特徴を有していたり、第三次産業の就業者が多いなどといった設定も

あり、これらも踏まえながら判断をしていくこととなります。

各グループには各部が所管する「事業カード」が配られています。これらは、現在M市で行っている事業を意味していて、どれも重要かつ必要性のあるものという設定です。どの事業もわかりやすく1億円規模としています。



事業カード

そんな中、市を挙げた大きなイベントがあったり、一方で緊急的な整備の必要性が生じたりなど、新たな財源を確保しなければならない状況がやってきます。しかし、歳入を増やす手立てはなく、財源捻出の方法は既存事業を廃止することのみです。では、どの事業カードを切る（事業を廃止する）のか。参加者が架空都市M市の各部長となって、「対話」を通じた政策選択を行ってもらいます。

これを、2017～2030年の間に合わせて3ラウンド実施します。各ラウンドでは、社会保障費の増加に対応するために固定的に1事業を削減しなければならないほか、「東京オリンピック・パラリンピックへの取組か、または保育環境の整備か、どちらかを1つ選んで実施。そのために1億円捻出（1つ事業を削減）」…といったような具体的なシナリオが与えられます。このシナリオに基づいてどの事業を切って財源を捻出するのか、1ラウンド当たり25分



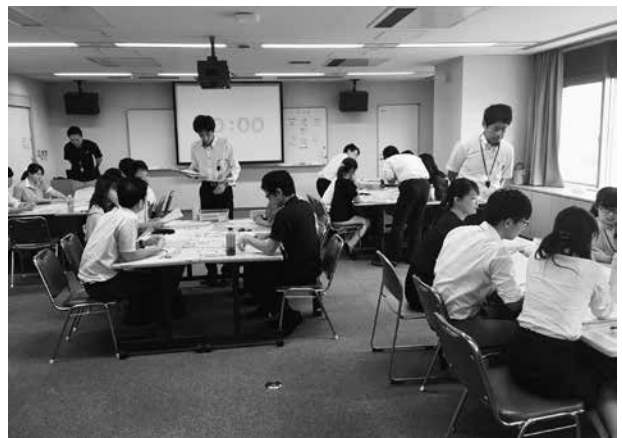
グループでの対話の様子

という制限時間の中での決断が迫られます。

一度廃止した事業は復活できないため、ラウンドが進むにつれて手持ちの事業カードが少なくなっていくます。また、ラウンドによっては事業カードを複数枚切らなければならないようなシナリオが設定されているため、次第にどの事業を廃止するかという判断が苦しくなっていきます。

そして、各ラウンドの終わりには、なぜその選択をしたのか、事業を廃止した理由や事業廃止による代替案なども含めて、査定役（議会）へ説明してもらいます。予算案の議会への説明ですね。査定役（議会）は、その説明を聞き、質疑応答を行って、その判断が妥当かどうかの審議をします。

査定役（議会）が市（各グループ）の説明に納得せず、その事業を廃止することを承認しなかったら、



査定役による質疑

つまり予算案の否決ですが、その場合は事業廃止による財源捻出ができません。必要な財源は借金、つまり地方債を強制的に発行して賄うことになり、そのグループには「地方債カード」が渡されます。これはレッドカードのような役割を果たします。3ラウンドが終わるまでにこの地方債カードが一定数以上たまると、財政破綻（ゲームオーバー）となります。



地方債カード

まとめますと、「財源確保の必要性が発生→対話しながら既存事業を取捨選択→その判断について査定役（議会）に説明→査定役（議会）の審議」の流れを3回行うということです。

厳しい財源不足の中、M市ではどんな選択をし、どんなまちを目指していくのか。3ラウンド終了後、つまり2030年には、自分たちの判断・選択の積み重ねでつくられたM市は、どんな姿になっているのか？

3ラウンドが終わったあと、各グループのM市の姿を見てみると、子供の教育に力を入れていたり、福祉に力を入れていたり、特段の特徴がなかったり…とそれぞれのグループの色が出ていて面白いです。

限られたものの中から取捨選択をし、その理由の説明責任を果たしていく。それをグループの対話の中で決めていく。これらをゲーム感覚で楽しみながら学ぶことができます。

——とても斬新で、面白いですね。他にも「SIM

2030」のご当地版があるとのことでしたが、他にはどんなものがあるのでしょうか。

例えば、私が体験したものだけでも、「SIM熊本2030」、「SIMかながわ2030」、「SIMちば2030」、「SIMふくおか2030」、「SIMもばら2030」などがあります。発祥の「SIM熊本2030」などをベースとして、それぞれアレンジが加えられています。

その他にも各地でご当地版「SIM2030」がすでに開催されていたり、新たにご当地版の作成が進んでいるところもあると聞いています。

——SIMは各地に広がりつつあるんですね。

はい。各地で体験会が開催されているほか、一昨年（平成28年）には全国のSIM好きの自治体職員などが集まって意見交換会を行うなどしています。

——なぜ三郷市で当地版の「SIMみさと2030」を作ろうと思われたのですか？

平成27年8月に浅草で開催された「SIM熊本2030 関東体験会」に参加したのがきっかけです。

体験会が開催されるということを知り、参加しましたが、ホントに面食らいましたね。自分でも恥ずかしくなるぐらい何も出来ず、どっと疲れたという記憶が強く残っています（笑）。そのときは、ご当地版を作ろうとかそういう特段の目的意識はなかったですね。

後日、この体験会を振り返る中で、あらためて、SIM2030はゲームを通じて様々な“気づき”が得られ、「対話」「納得」「合意形成」「政策選択」「説明責任」といった自治体職員に必要なエッセンスが盛り込まれていると感じました。

ちょうどそのころ私は前年の平成26年度から三郷市の階層別職員研修の一メニューである「政策形成研修」の講師を務めていました。この研修を2年間同じ形で実施したので、次年度は少し形を変えて実施したいと考えていたところ、SIM熊本2030を体験し、かつてない衝撃を受けたことから、

SIM2030をこの政策形成研修と繋げる形で導入できないかというアイデアが思い浮かびました。そして、その後様々なSIM体験会に参加していくうちに、三郷市ご当地版の「SIMみさと2030」を作ろうという思いが徐々に強くなっていきました。

当市の研修担当の協力のもと、何度も調整を重ね、平成28年8月に階層別研修として「SIMみさと2030」の試験的实施にこぎつけました。実施後、参加者にアンケートをとったところ予想以上の高い評価をいただくことができ、平成29年度からの階層別研修への正式導入が決定しました。これについては、月刊ガバナンス2017年3月号にも掲載されています。

ちなみに、今年度も平成29年8月4日に実施しましたが、今回も参加者からなかなかの好評を得ることができたと思います。

【参考】平成29年度 階層別研修（中級研修）

※入庁6～7年目程度の職員を対象とした研修
(1日目)

(午前)	(午後)
政策形成研修	政策形成研修

(2日目)

(午前)	(午後)
政策形成研修 2h	財政講座 1h
	SIM みさと 2030

①政策形成研修

政策（事業）をゼロベースで作り上げるプロセスを学ぶ

②財政講座

政策を実施するために必要な「お金」について学ぶ

③SIMみさと2030

政策（事業）はすでに存在し、様々な制約条件のもと“対話”を通じた政策（事業）の取捨選択による政策決定プロセスを体感する

——正式に、三郷市の職員研修の一メニューになっているんですね。確かに、自治体職員の研修に馴染む要素が盛り込まれていると思います。職員研修としては、例えば既存の「SIM熊本2030」を行うことでも「SIM2030」を経験することはできるかと思いますが、あえてご当地版を作ろうと思ったのはどういったことからなのでしょう。

SIM熊本2030を体験してみて、シナリオにおける地域課題への認識の違いを感じた、という点があります。例えば農業分野などの地域課題への認識には大きな違いがあったので、三郷市の研修でそのまま実施するのはどうなのか？という気持ちがありました。自分の地域のことではないので、何となくピンと来ないという感じもありましたね。そのほかにも、「もっとこうしたほうがよいのでは？」と自分なりに感じる点があったので、思い切ってご当地版を作ってみようか、という気持ちになりました。

また体験会を通じて、SIMでは振り返りの時間がとても大切だと感じていたので、SIMみさと2030では構成もアレンジして振り返りの時間を長く取るなどの工夫もしています。



振り返りの様子

体験会後は関東近辺で開催されたSIM体験会において査定役としてお手伝いをしていたこともあり、査定役のノウハウも徐々に蓄積されていきました。

また幸運にもSIMちば2030の策定に参加させていただく機会に恵まれ、SIMを“ゼロ”から策定す

るプロセスを経験させていただきました。

これらの経験を整理すれば自分でやれるかな？という思いが少しずつ芽生えていきました。

そして自分が策定に参加したSIMちば2030の体験会が行われたときに、参加者がとても楽しんでる姿を見て大きな満足感があったというのも、ご当地版をつくる動機として大きかったと思います。

——各自治体では、みんなで議論しながら政策立案をし、そのプロセスを学ぶという政策形成研修はよく行われていると思いますが、事業の取捨選択とその説明に特化した研修はあまりなかったと思います。この点でも新しいですね。

確かに仰るとおりで、SIM2030は今までにない斬新なシミュレーションゲームであり、それゆえ体験者に与えるインパクトは大きいと思っています。

強烈な「学び」や「気づき」を呼び起こすには大きなインパクトが必要かと考えますので、その点ではSIMみさと2030を開催できたことは非常に良かったと思っています。

——「SIMみさと2030」に参加された方からは、こういった声がありましたか。

実施後のアンケートでの声を少しだけ紹介しますと、「SIMのグループワークはこれまでの市役所内の研修の中で一番参考になったと思う」「職員一同の共通意識や目標を持たないと政策は迷走してしまうと感じた」「自分の頭で考え、メンバーで共有すること、そして判断を行うことの重要性を体験的に学べた」「リアルなので『本気』で取り組むことができた」「事業削減の責任の重さを感じることが出来た」「SIMを通じて、未来に対して何ができるのかを考えるきっかけとなった」などがありました。

SIM2030の狙いである楽しみながら様々な“気づき”や“学び”を得るということが概ね達成できているのではないかと感じています。アンケートでは、内容が難しいという回答も多かったのですが、

一方で満足度も非常に高いという結果になりました。これは、職員研修が目指す姿としては一つの良い形なのかなと思っています。

——平成29年7月に自治人材開発センターの研修室をお貸しして開催された「SIMみさと2030」体験会に私も参加させていただき、とても充実した時間を過ごさせていただきました。とにかく議論が活発で、体験中は常に考えたり話したりしていなければいけませんでした。終わったあとは、楽しかったという感想と満足感、そして心地よい疲労感がありました（笑）。随所に夢中になれる仕掛けが施されていましたし、ゲーム形式なのでとっつきやすかったですね。参加者から満足の声が多いというのは、実際に参加してみて頷けます。



——「SIMみさと2030」のねらいや、参加者が経験できることをもう少し詳しく教えてください。

“ねらい”については大きく分けて3つあります。

1つ目は、近い将来に自治体が必ず直面する状況、ドラッカーは「すでに起こった未来」と言っていますが、それを認識すること。具体的には、人口減少による税収減、超高齢社会による社会保障費増などについて、「自分ごと」として捉えてもらうということです。SIMみさと2030を通じて、すでに起こった未来に対して「今から自分が意識できることは何か」ということに思いを巡らせてほしいと思っています。

2つ目は、グループワークの中で「対話」「納得」「合意形成」を通じた「政策選択」、「説明責任」を実際に体験すること。つまり、みんなで「対話」を通じて「納得」する結論を導き、そのグループの「合意形成」によって得られた「政策選択」について、議会等の他者への「説明責任」を果たす。このプロセスの中で、「対立」を「対話」で乗り越えるということを感じてほしいと思っています。

そして3つ目。「これから創っていく未来」をより良いものにするための“気づき”を得ること。SIMみさと2030では、体験を通じて様々な気づきを得ることができます。その気づきは、参加者それぞれによって様々です。

過去に選択したことが現在へ、そして現在選択したことが未来に繋がっているということを感じられる内容になっています。そして、選択を積み重ねた結果、「未来は、自分が思い描く『ありたい姿』になっているか？」を最後に振り返ってもらっています。

——若手職員でも、部長の立場を疑似体験できるところにも面白みがありますよね。

そうですね。アンケートでも、「部長の視点で物事を考える研修は新鮮な体験だった」「幹部職員の考え方が少しだけ理解できた」「広い視野を持つきっかけになった」といった声もありました。また、苦しい状況の中で事業の取捨選択をしていくという内容から、今後の自治体運営の厳しさを肌で感じ取ってくれたのか「SIMを通じて危機感を覚えた」ですとか「近い将来、不安。できることをどんどんやらねば!」といった声もあり、若手職員がこうした気づきを得るきっかけにもなると思います。

——研修を盛り上げるグッズにも目を見張りました。事業カードに一億円札カードが挟まれているなど、こうしたことも雰囲気盛り上げますね。

はい。この事業カードが、ゲーム性をグッと高めていると思います。これについてはSIMちば2030

の特徴をそのまま引き継いでいます。

——ご当地版の作成や、市の研修への導入に当たっては、ご苦労もあったのではないのでしょうか。

ほとんどの場合、参加者はSIM2030の内容を知りません。私自身、過去に初めて参加した関東体験会でルールを理解に時間がかかった経験がありましたので、SIMみさと2030を作るに当たっては、ゲームの内容とルールが参加者に分かりやすいよう心がけました。研修なのに、分かりにくかったらいけませんからね。実際にご当地版を作ろうとすると、作成者としてはいろいろな意図や仕掛けを盛り込みたくなるのですが、それよりも参加者の理解を重視しました。

職員研修への正式導入を目指すとなると中途半端な内容ではいけませんので、各地で開催される体験会に足繁く通い、様々な経験を蓄積し、情報を集めたうえで、市の研修担当課と何度も調整を重ねました。今年度の正式導入に当たって平成28年8月に試験的实施をしたというのは先ほどお話しのとおりですが、これでうまくいかなかったら研修の企画としてはボツになってしまうというプレッシャーもありましたしね。

私自身が平成26年度から政策形成研修の講師として研修枠を2日間持っていたということも、SIM2030を職員研修に導入するのに大きかったのですが、何より市の研修担当の理解と、後押ししてくれた上司の理解があったからこそだと思っています。

——なるほど。体験会でSIM2030の可能性をお感じになり、これを三郷市の職員研修になじむようにアレンジされて、研修効果を高めたというわけですね。特に意識されたことはありましたか？

さきほど少しお話ししましたが、「振り返り」を大事にするようにしています。さらに振り返りの導入を紙芝居形式で行うなど、ここでも飽きさせない

工夫をしているつもりです。ちなみに、私は茨城県水戸市の須藤文彦さんが取り組まれている「紙芝居」を使用したプレゼン手法に大変感銘を受けまして、試行錯誤を繰り返しながら、研修の振り返りにおいて須藤さんの紙芝居を自分流にアレンジ？してやらせていただいています。振り返りの時間になると突然私が紙芝居を持って前に出るので、受講者の方は大変びっくりするのですが（笑）、皆さんの視線が紙芝居に集中しているのがよくわかります。



振り返りの紙芝居

——先日諏訪さんの紙芝居振り返りを拝見しましたが、確かにあれはびっくりしました（笑）。聴こうという気持ちになる印象深い振り返りだったと思います。面白いですし、集中するからか内容がしっかり頭に残るんですね。

ほかにも、体験会を開催するたびに、実施内容やアンケート結果などを記載した結果概要を報告書の形でまとめるようにしています。これによって自分自身の振り返りにもなりますしね。

——運営面についても聞かせてください。SIM2030には「査定役」がいますが、これをSIMの経験がない人が担うには少し難しそうです。どのような方が担っているのですか。

職員研修では、人事課と企画調整課の職員にSIM2030を体験してもらったうえで、査定役を担ってもらうようにしました。査定役用のマニュアルの

ようなものも作成していますので、ある程度行政経験を積んだ職員であれば、未体験でも担えると思います。一旦質疑応答が始まれば、あとは自然なやりとりになると思っています。

ちなみに、平成29年7月に自治人材開発センターで開催したSIMみさと2030体験会では、これまでのSIM体験会で知り合ったSIM仲間のうち、関東近辺在住の方をお願いをしました。

例えば「SIMふくおか」や「SIMもばら」など、専従の査定役を置かず、各グループがお互いに査定をする、というパターンのもものもありますので、運営側の都合などでなかなか人手が得られない場合には、こうしたやり方もありだと思います。

——三郷市さんのように、SIM2030を自治体の職員研修として実施することについてどう思われますか。

とても意義のあることだと思っています。先ほどお話ししましたとおり、SIM2030には自治体職員に必要なエッセンスが盛り込まれています。そして、SIM2030ほどそれらを疑似体験できるものというのはなかなか他にはないのではないのでしょうか。疑似体験により得たものは、大きなインパクトとしていつまでも心に残ります。「対立を対話で乗り越える」ことの疑似体験を、ぜひ多くの方にSIM2030で味わってもらいたいと思います。

——多くの自治体職員がSIM2030を体験することはとても有意義だと感じますが、「SIMみさと2030」は、市の職員研修以外で開催された実績はありますか。

さきほどちょっと出てきましたが、何度か体験会を開催しています。例えば、平成28年12月と平成30年2月に、獨協大学の太田基道教授ゼミの学生を対象に体験会を開催しました。また、平成29年7月には、東松山市の小関一史さんが主宰する「職員べんきょう会Team比企」（※本誌P.117参照）でも

体験会を開催しました。

各地でSIM2030の体験会がこれからも開催されると思います。他の自治体職員との出会いや、様々な気づきや学びが得られると思いますので、少しでも興味を持った方はぜひ情報収集していただいて、参加してもらいたいと思います。



——大学生でもできるんですね。自治体職員以外がSIM2030を体験することも意義がありそうですね。今号のテーマは「シビックプライド」なのですが、内容のアレンジ次第によっては、自分の市のことを考える市民向けワークショップの場などでSIM2030を活用できるのではないかという可能性を感じました。

——各自治体で、オリジナルのSIMができることについてどう思いますか。また、SIMに興味を持たれた方へのメッセージをお願いします。

それぞれの地域に合わせた、特色あるSIMが出来てくればいいなと思います。

楽しみながらゲームを通じて様々な“気づき”や“学び”が得られるというのがSIM2030だと思うので、まずはどこかでSIM2030を体験してみて、自分自身が良いと感じたら是非仲間を募ってご当地版のSIM2030の作成や職員研修への導入を検討されてみてはいかがでしょうか？

これからも全国で体験会が開催されていくと思いますので、少しでも興味を持たれた方は参加して

ることをお勧めします。

——最後に、「SIMみさと2030」の今後の展開について教えてください。

まだ6回（平成30年2月現在）しか開催していないので、もう少し開催実績を積んでいきたいと思っています。

これまでのアンケートの中で、内容等についても今後の参考になる意見をいただいていますので、例えばゲームルールの追加や修正、新しいシナリオの作成などなど、ブラッシュアップしていきたいと思っています。

また、自治体と大学の連携ツールとしての可能性も大いにあると感じています。多くの自治体が大学と連携協定を結んでいますが、行政側から大学への提供として、例えば公務員志望の学生にSIM2030を体験してもらい、自治体が直面している課題を知ってもらう、ということなども考えられますね。

同時に全国のSIMの動きにも注目しながら今後の可能性を模索していきたいですね。

最後に、「SIMみさと2030」の開催にあたり、「くまもとSMILEネット」の皆さまはじめ、SIMを通じて出会った皆さまにあらためて感謝申し上げます。

——今後の展開、楽しみにしています。本日は、ありがとうございました。

【インタビューを終えて】

私（聞き手）自身、平成29年7月に諏訪さんがファシリテーターを務めるSIMみさと2030の体験会に参加しましたが、他の参加者とグループワークする中でたくさんの“学び”と“気づき”を得ることができ、とても貴重な体験になりました。

今後も、各地でSIM2030の体験会が行われると思われます。

この記事をお読みの方、機会があったらぜひ体験

会に参加してみてもいいでしょうか。

各自治体の研修担当さんの中には、毎年の職員研修の企画に頭を悩まされているところもあると思います。職員研修へのSIM2030の導入、いかがですか？

運営者から見た、自主研修活動のリアル ～公務員人生におけるサードプレイスのススメ～

東松山市教育部 小関 かずし



1 自主研修活動のリアル

「会場に、比企地域から参加されている方がいたら、手を挙げていただけませんか？」

私は、平成26年2月6日に埼玉県県民健康センター大ホールで開催された「平成25年度政策研究交流大会」の発表の場で、ステージ上から約150人の参加者に投げかけました。

主宰している自主研修グループ(以下、自主研)「職員べんきょう会」の活動報告の中で、「比企地域の公務員が比企地域を考える場づくり」の活動開始宣言と同時に、賛同者を募ったのです。きっかけは、この発表に際して過去の参加状況を調べたところ、比企地域からの参加者が少ないことでした。東松山市を取り囲むように7町1村が位置するこの地域は、比企一族が平安から鎌倉時代に栄えた、文化、経済、生活の関わりが強く、かつて大きな商圈をもっていた地域です。比企というローカルな地域での展開を考えたのは、地域の公務員が顔の見える関係になり、共に比企を考えることが地域をよりよくすると考えたからです。この発表を機に、挙手してくれた仲間と「職員べんきょう会Team比企」がスタートしたのです。

(1) 業務としての活動支援

彩の国さいたま人づくり広域連合(以下、広域連合)では、人材育成の観点から県下の自主研修活動を支援しており、当会も活動の支援や運営の転機となる機会をいただいています。当会発足当初の平成22年当時、自主研情報はまだまだ少なく貴重なものでした。その様な状況下、広域連合では「県内自主研修グループ意見交換会」を開催。県内の自主研運営

者を一堂に集め、情報交換会を開催したのです。この交流が後に、自主研の相互交流が生まれる契機になりました。更に、その場で出会った仲間とはイベント実行委員や新しい団体の立上げに繋がっています。「自主研運営に仲間が必要」とはよく言われることですが、オフィシャルな業務として、オフサイト活動の仲間づくりに支援をいただいた貴重な機会です。

また、既にご存知の方も多いと思いますが、広域連合には自主研活動を支援する制度「彩の国さいたま人づくり広域連合自主研究活動支援要綱」があり、研究活動に必要な「会場の提供」「資料の提供や貸出し」など、自主研修活動を「始める」「続ける」「広める」為の支援が揃っていますので、是非ご覧ください(文末にURL掲載)。

(2) 自主研修活動とイメージ

本稿では、自主研修の定義を「行政職員としての気付きと学びの場であること」「自主的に運営又は参加をしていること」「職務時間外の活動であること」とします。現在、全国各地で自主研活動が活発に行われていますが、このような課外活動は民間企業でも行われており、勤務時間外に情報収集や人的ネットワーク形成、自己研鑽をすることは、社会人として一般的な行動なのかもしれません。

ところで、皆さんの周囲で自主研修活動をしている職員はどのように映りますか?よく聞こえてくるのは「意識高い系」「変わった人」「自分には関係ない」などの一線を引いた意見です。一方、各地の自主研運営者達に目的を問うと、「〇〇をよくしたい(〇〇には、地域、職務などに関係するワードが入る)」や「危機感から学びたい」という積極的な想いを聞

くことができ、両者の意識に隔たりを感じるのも事実です。実は、筆者自身も、あるきっかけに出会うまで課外活動への関心が低かったのが正直なところ。しかし今では、自主研への参加は読書のように自然なものと考えています。人は、きっかけで変わるものなのです。

2 職員べんきょう会Team比企について

平成22年に「職員べんきょう会」を設立、学習会を重ねながら平成25年には「職員べんきょう会Team比企」として発展。平日夜間や週末に月1回のペースで学習会やフィールドワーク等を開催し、東松山市職員の他、県内外の行政職員、大学教員、学生、NPO主催者など約400人が登録・参加している活動8年目の自主研です。



学習会での記念撮影

(1) 活動目的

自主研修イベントが各地で開催される昨今、100人を超える集合写真や、県単位の交流会、全国を飛び回る公務員の活動から自主研修活動に華やかなイメージを持つ方もいるかもしれません。しかし、当会は「比企地域のことを、比企地域の公務員が考える」を活動コンセプトにする、ローカルな自主研です。私は、庁内の人的な「つながり」は仕事や人間関係を潤滑にする財産になる一方で、庁外の「つながり」は、客観的な視点と実績を踏まえた「知恵」

を授けてくれる、定年まで続く公務員生活の財産になると考えています。当会では、参加者が新しい気付きや発見、刺激によるモチベーションの向上を受け、それを職場へ持ち帰ることで組織の活性化につながり、その組織の成果として結果的に東松山市や比企地域が良くなることを期待して、「気付きとつながりの場」を作ることを目的に活動しています。

(2) 設立経緯

当会は、私の個人的な想いである「2つの危機感と1つのヒント」により設立されました。1つ目の危機感は、学校教育課から政策推進課へ人事異動した際のことです。「役所の人事異動は、転職並み」とよく言われますが、情報を吸収しながら新たな業務に取り組むことは、刺激的でありながらも初めて聞く言葉や制度の多さに戸惑ったものです。そんな中で私がとった行動は、セミナーや研修にできるだけ多く参加して知識を得ることでした。そして、そこで出会った他団体職員の豊富な知識や高い志に圧倒され、レベルの差を感じるとともに「自分はやっていけるのか？自分の組織にはこのような知見を持った職員はいるのか？」と、危機感を感じたのです。

2つ目の危機感は、当市は計画的な人事採用の結果、職員不採用の数年間が存在するため、先輩職員が少ないことから従来よりも短い職務経験にもかかわらず早く役職につく将来を知ったことです。

そして、2つ目の危機感を感じた頃に出会ったのが、先輩職員に誘われて参加した、所沢市で開催されている「行政政策研究会」でした。しかし、研究会の内容は当時の自分には高度であり、ここでもレベルの差を感じて肩を落としたものです。そして帰路に思いついたのが、「内容のレベルを落として誰でも参加しやすく」「各職場の業務説明会をすることで互いに教え合う」「参加者の年齢層を広げて、経験に基づく縦の継承を期待する」というアイデアでした。早速、職員に声を掛けて賛同者を募った結果、23名の有志が集まり、自主研修グループ「職員べんきょう会」がスタートしたのです。

(3) メンバー

当初は参加者の希望により固定メンバーで学習会を開催していましたが、2年目からは偶然の産物からオープン参加に変更、参加者数も増加しました。現在の登録者数は約400名で推移しており、その4割が臨時職員から市長までの東松山市職員、残り6割は埼玉県や東京都、群馬県などの県や市町村職員、消防職員、大学教員、大学生、NPO主宰者などの幅広いメンバーが参加しています。公務員全体を参加対象としているので、例えば準公務員である消防団員も参加可能です。消防団と地域を描いた映画「ふるさとがえり」の上映会を開催した際には、25名の消防団員や消防署職員が参加し、行政職員と一緒に学習会を開催しました。様々な参加者が東松山市の学習会会場に訪れることにより、当市の職員にとっては、庁舎を飛び出さなくても各地から仲間が集まることで刺激とネットワークを得る「場」になっています。

なお、参加者の属性の拡大については、時間外における庁舎利用という観点から、事前協議を行っています。職員の自己研鑽にとって多様な考え方を吸収できる場をつくることを目的に、主催者の適切な管理を前提に許可を得ています。

(4) 活動内容と実績

「毎月の学習会」と「メーリングリスト(以下、ML)による情報提供」の2つを活動の柱にしています。学習会の内容についてはフリートーク、視察、動画作成、フィールドワークなど、座学に拘らない活動も特徴です。また、学習会のテーマやスタイルについては、参加者の希望や他自主研との交流から得たヒントを採用し、試行錯誤をしているところです。

学習会の内容については、設立した平成22年から約3年間は主に内部職員による持ち回り発表とし、職務や制度紹介、予算説明や被災地派遣報告、副市長講話などの学習会を開催していました。

平成25年は内容の見直しを図り、大学教授の講義、市のプロジェクト紹介など専門性を深めたテ-

マを取りあげる一方、起案書作成、接遇、メールやマナーなど、若手職員にも馴染みやすいよう、テーマの2極化を図りバランスを取っています。また、自主研相互交流による外部職員講師の登壇、付箋や模造紙を使用したワークショップの導入、学習会告知のチラシや開催レポートの報告など、運営方法を見直すとともに、冒頭の「Team比企」の展開につながった年でもあります。

平成27年度からは、ワールドカフェ、比企地域の将来人口と合計特殊出生率について、地域を考える上映会、ユネスコ登録に合わせた細川紙の紙漉き体験学習会、細川紙PRの為の動画作成とWeb投稿、県地方庁舎職員との交流会など、地域を知り地域を考える活動を活性化させています。



細川紙PR動画 タイトル



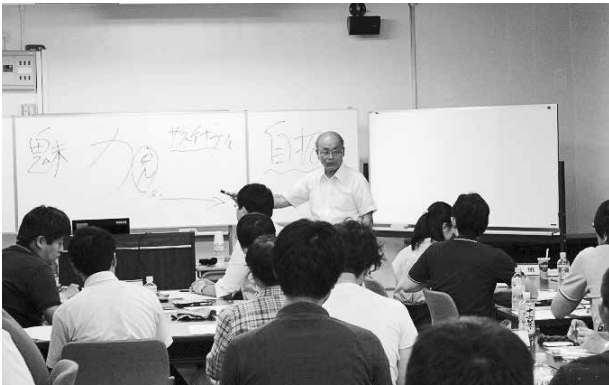
学習会の様子

しかし、全ての回が地域を考える学習会だけではなく、職務に役立つ幅広い知識を身に付けることも会の目的であることから、学習会を3つのシリーズ「Team比企シリーズ：地域を考える」「入門シリーズ：基本を知る」「+αシリーズ：スキルアップ」

に細分化、バランスを見直した年でもあります。

更に、世田谷区や静岡県への視察や廃校活用学習会、公共施設シミュレーションゲームの体験などの新しい試みに挑戦した年でもあります。特に、3月の学習会ではHUG（避難所運営ゲーム）を開催し、震災の記憶と災害への準備を改めて学ぶ場としました。消防署や保健所職員の参加により、一段とリアルな体験となった学習会です。

平成28年度は、地域を自分の足で更に知ることをテーマにフィールド学習会を充実させました。郷土史家による「比企学」講座、比企の各地を訪問すると共に、ご当地観光アプリ『Holiday』を活用して地域の魅力を発信する手法を実践するなど、地域資源の学習に重点を置いた1年です。また、初めての試みとして広域連合の研修室を借用し、「行政に頼らない『むら』おこし」で有名な、「やねだん」の豊重哲郎氏を講師に招き、関東各地から参加者を募る学習会を開催した年でもあります。



豊重哲郎氏 講演の様子



「やねだん」学習会での記念撮影

平成29年度は、これからの公務員に必要な知識を考えることをテーマの中心に開催し、仕事の意義を考える学習会、大学院講師による「自治体補助金の見直し」学習会、近未来の自治体経営を体験するゲーム「SIMみさと2030 in 土呂」体験学習会などを開催しています(※本誌P.111参照)。「SIM2030」とは、熊本県職員が開発したゲームで、超高齢化による社会保障費増・人口減による税収減・インフラの老朽化が進む将来の自治体運営を、参加者が所管部長になりきって、「対話」を通じて事業の取捨選択を決断する疑似体験ゲームです。今回、講師を依頼した三郷市の諏訪さんは、自治体の仕組みを知っているが故に考える要素の多いこのゲームを体験し、自らご当地版である「SIMみさと2030」を完成させていました。管理職に就く前から自治体の将来を考えるマインドを持つことがこれからの自治体職員に必要と考え、「自分ごと」として捉える経営視点を県内の多くの職員にも体験して欲しいと考えた私は、4時間を超える学習会の講師を諏訪さんに打診したのです。当会用にアレンジされたこのゲームは、参加した自治体職員から研修講師として依頼が生まれるほどの反響がありました。

このように、従来の研修の枠にとらわれずに、新たな学習会を導入するなど、学習会のテーマは変化を続けています。

【参考】近年のテーマとサブタイトル一覧

- ちょっとマズイぞ!!比企 人口と出生率からみる比企の現状～人口減少と若者の恋愛離れ～
- 「子供が金魚を欲しがると本当の理由は?!」～本質を捉えて課題をブレイクスルーする方法～
- 30年後、あなたが部長なら、どう判断する?!
～財政・公共施設シミュレーションゲームを体験しよう!～
- 政策の窓理論～婚活の問題を分析しましょう～
- HUGで体験する、避難所運営のスピード感～
もし突然、避難所の運営を任されたら…～

- 『Holiday』で東松山の魅力を発信しよう！～
あなたのおでかけが、誰かのおでかけに～
- 小さな社会現象を分析して、論理的思考を鍛えよう！～仕事や恋愛の分析に必用なのは「足し算」「掛け算」と「謎の棒」？～
- 仕事をする意味 ～どうしたら、役所でイキイキと仕事ができるのか～
- 「SIMみさと2030 in 土呂」～ある日突然、架空都市M市のまちづくりの世界へ～

MLについては、前述の学習会開催予告のチラシと開催レポート、筆者の目に留まった他の自主研修会や大学、各種機関等が開催するセミナー等を案内しています。また、比企地域6町のイントラネットにMLの内容を掲載いただいています。滑川町、嵐山町、小川町、ときがわ町、吉見町、鳩山町のご厚意によるもので、この場をお借りして感謝申し上げます。その他、自主的に庁内イントラに掲載いただいている団体を含めると、1回あたり2,500人前後の自治体職員等の目に触れる機会をいただいている計算になります。マイナーな存在である自主研活動をPRし、少しでも多くの方が自己啓発としての自主研に関心を持つ機会になればと願っています。

（５）庁内での立ち位置と職場の活動支援

当会は、東松山市人事課の活動許可を受けて活動をしています。当市では、自主研修活動を支援する「東松山市職員自主研修グループ助成要綱」があり、資料の印刷や会議室、各種機器、メールやイントラネットの利用について活動支援を受けています。皆さんが自主研を立ち上げようとした際に課題になるのが、これらのリソースではないでしょうか。当会は、設立前に人事研修担当に相談し、既存の自主研修支援要綱に勤務時間外に活動する自主研への支援を盛り込む改正をしていただくことで、「会場」「設備」「資料」「周知手段」などの運営の課題をクリアしています。

3 事務局運営について

当会の特徴のひとつに、ひとりで事務局運営を担っていることが挙げられます。重い作業と思われることありますが、「テーマ設定」「講師依頼・調整」「当日準備」が主な内容ですので、少し手の込んだ飲み会の幹事程度の仕事量です。ひとりで運営することは、判断と展開の速さがメリットです。

これから自主研を始める方のために、事務局の具体的な作業をご紹介しますと、会員名簿管理、学習会テーマ企画、会場手配、講師依頼、内容調整、チラシ作成、開催告知、会場設営、司会進行、アンケート回収、記録写真撮影、懇親会開催、開催レポート作成等を行っています。

（１）運営の工夫

運営上の工夫としては、できるだけ多くの人に伝え、参加者にとってメリットのある学習会を簡素な運営で実現することを心がけています。

①より多くの人に伝える工夫として、「内容を伝える告知チラシの作成」「告知に講師の顔写真、趣味やモットーなど横顔を掲載」「テーマに親しみやすいサブタイトルを設定」「開催レポートの作成」「メンバーへMLで周知」「MLに他団体のイベントを掲載」「比企地域1市6町のイントラネットに掲載」「SNSグループやSNSイベントページによる学習会告知」などがあります。

②参加しやすくする工夫として、「臨時職員や準公務員、大学生、NPO主催者など、幅広い参加者の受入れ」「開催レポートに笑顔の集合写真を掲載」「名札で互いに名前を呼びやすく」「アンケートで参加者満足度を調査・公表」などがあります。

③楽しく参加して身につく工夫として「ネットワークに繋がる自己紹介や名刺交換タイム」「講義を忘却させない振り返りのダイアログ」「発言しやすい5人単位のグループワーク」「自分事として考える時間」「付箋出し、説明、共有を自然に行うワークショップ」「更に話したい人のための、講師慰労



ワークショップの様子

の懇親会」などがあります。

④簡素な運営のための工夫として「ML管理から、当日の運営、開催レポートなど一連の事務をフォーマット化」「内容を限定しない自由度の高い研修テーマ設定」「年間学習会テーマと講師を前年度に計画」「学習会テーマの公募」「学習会テーマ選定メンバーの公募」などがあります。

(2) 気を付けていること

気軽に誰でも参加できる敷居の低い場になるよう心がけています。また、難しく感じるテーマ設定をした回後は、参加しやすいテーマを設定してバランスを取ることで幅広い参加者の関心と、負担なく参加できる場づくりを心がけており、参加にあたり特別な知識や予習は不要としています。最後に、参加の勧誘をしないことにしています。理由は、「1回のお付き合い」で参加いただくよりも、自主的に継続参加することを願っているからです。

(3) 運営者としての想い

「ひとりでこの会を運営し続ける原動力は何か?」。時々受ける質問です。自問から整理された言葉は「恩送り」でした。自然と湧いてくるこの想いは、縁も所縁もなかった地域に就職し、受け入れてもらったことや、職場や既に退職された先輩、運営に協力していただく皆さんへの感謝の気持ちなのかもしれません。少しでも役に立つ情報をみなさんと共有したい。その成果として、少しでも地域が良くなること

を期待し、遠い先の為の「きっかけ」づくりとしての「場」を用意し続けようと思っています。

その一方、運営者として辛く感じることもあるのも事実です。「派閥を作ろうとしている」などの心無い言葉に傷ついたときや、参加者が少数で登壇した講師に対し申し訳なく思ったとき、急な仕事で会に十分な対応ができないときなどです。

しかし、参加者からのアンケートコメントや、つながりが役に立った報告など、運営者としては得がたい言葉を受け取るのも醍醐味のひとつです。そして、「大抵のことはどうにかなる」と思える余裕ができたのが、運営者として得たものだと感じています。

(4) 今後の展望

「学習会テーマの枯渇」について質問を受けることがあります。行政職員としての課題は多く、それを学ぶためのテーマは活動する中で次々と湧いてきます。また、自主研活動のメリットとして「所管外の業務」「以前担当した職務」「職場の研修にはないテーマ」など、自分として知りたい研修を設定することもあげられます。

当会の新たな展開としては、比企地域の観光に関わる官民の担当職員が、オフサイトで連携し、企画・実践する「比企リズム（比企×ツーリズム）」が発足しました。更に、東松山市職員が職場や職位を離れて普段感じていることを自由に語り合う場である「かたら部（語らう&語るLOVEをかけた造語）」が入庁1年目の職員の主催でスタートしています。当会は、課外活動に関心のある行政職員のプラットフォームのような存在として、新たなオフサイト活動の支援や企画も進めています。

(5) 自主研の成果と課題

「自主研活動の成果」についての質問も少なくありません。研究型の会であれば、政策提言などの成果発表の機会もあるかと思いますが、自主研修に参加して得る体験や経験に基づいた知識やスキルアップ、個人の内面の変化を成果として尺度で測るのは

難しい面があります。自主研に参加して得られるものには、非日常的な刺激（モチベーション、不安解消）、情報（知識、他団体の状況、他者の行動）、ネットワーク（仲間、連携、相談）などがありますが、その中で、特に即効性があるのがモチベーションの変化ではないでしょうか。一例として、意欲ある職員が組織には必要だと思いますが、どんな職員も常に意欲を維持し続けることは困難だと思います。気持ちが下がったときに刺激を受ける、意欲を持続できるなど、身近な刺激を受ける場になり得るのも、自主研の良いところだと思っています。

また、運営者として活動成果を感じることは多々ありますが、有志の輪を広げるという意味で自主研活動の普及があり、当会に参加した後に自らの職場で自主研を立ち上げた例が数件あります。昨年、当会は愛知県にある自治体協議会の業務視察を受けました。その直後、参加者の1人である中島邦彦さんは自らの職場で自主研を開催したいという想いを実現させ「ワンスタ（職員ペンきょう会in犬山）」を設立、主宰しています。更に、研修講師や業務視察の依頼など、人事サイドでも自主研を人材育成の要素として検討対象にしていることは、活動の成果だと感じています。

一方、課題にも事欠きません。参加者数が少ない、当市職員の参加が少ない、リピーターが少ない、伝えたい方に参加していただけないなどの運営のリアルもあります。

4 人材育成の視点からみた自主研修会

自主研は本来業務を進めるうえで個人の能力を高める作用があると考えています。また、庁内での仕事に完結しがちな行政職員にとって、庁外の考え方を知り、視野を広げて物事の本質を考える機会になることで、従来と異なる角度で担当の職務を見つめる機会にもなるとも考えています。特に、情熱を持って仕事に取り組んでいる同業者や、公務員志望の学生に出会うことは、自身を奮い立たせ、初心を思い

出す貴重な場になっているのではないのでしょうか。

各団体の人材育成基本計画の中で、積極的な地域交流や、自己研鑽の推奨を掲げているかと思います。国の策定指針において、「基礎自治体における研修は、自己啓発、職場研修、職場外研修の3つが柱」とされており、「自己啓発は人材育成の基本である」とされているものの、現実には、職位や制度毎の研修が中心で、自己啓発については本人のモチベーションに委ねざるを得ない現状があるのではないのでしょうか。昨今の行政運営には職員に様々な能力が求められていますが、個人の自主性に頼るだけではなく、その受け皿も必要ではないかと考えています。

そういった意味で自主研は公務員としての資質を高めて組織に貢献できる、広い意味での研修のひとつだと考えています。特に、予算を必要とせずに職務研修では手が出ない分野を自ら企画運営する自主研は、組織内ベンチャー的なマインドを持っており、職務への積極的な関わりを産み出すなど、安価で効果のある人材育成の手法だと考えています。自主研を職員研修に活用する、業務の一部を連携するなど、活用や支援をすることでより得られる人材育成の効果があるのではないのでしょうか。

5 自主研修会を開催したい方へ

これから自主研を始めたい方からいただく質問について、経験談から何点かお伝えしたいと思います。

- 誰と始めるか：有志3人と始めることをお勧めします。想いを形にする企画の段階から運営上の悩み事まで、立ち上げ時のメンバーは会を「自分のもの」として共に歩んでくれる仲間です。
- 誰かに相談をしたい：庁内外から人望のあるベテラン職員をメンターをお願いするのも一案です。
- やり方がわからない：外部の自主研に参加して運営の流れを掴むことをお勧めします。参加者目線で確認し、終了後に主催者に質問をしましょう。
- テーマが決まらない：初めは、参加者の職務紹介やテーマを設定しない自由な会話の場も一案です。

その中で、参加者のニーズを掴みましょう。

- 人が集まらない：2、3人集まれば共感者として十分な人数です。当会では最少10人を参加の目標にしていますが、参加者数については活動8年目を迎えた今でも開始直前までドキドキする心配事です。
- 続かない：当初の目標回数を2～3回にして心のハードルを低くし、ニーズを見て継続開催するのも一案です。
- 後継者がいない：引継ぐ必要はないと思います。当初の目的を達成したら解散し、新しい会として再開するのも一案です。当会は、いつか解散式を行う予定です。
- 運営が負担：回毎に担当替えや、分業する方法があります。運営負担をかけない程度の開催クオリティに設定することも大切です。
- 講師が見つからない：庁外職員に依頼する方法もあります。まずは、外部の自主研に参加して知り合いを作りましょう。
- お金がない：会場や資料作成費用は、参加者から100円単位で徴収する方法があります。また、当会では外部職員による講師には謝礼金ではなく懇親会費用を参加者で分担して慰労することで承諾をいただいています。
- 敷居が高い：肩肘張らずに、お酒を飲まない飲み会、読書会を開催する程度に気軽に考えてはいかがでしょうか。

自主研の運営は、まず、一步を踏み出すことが大切です。次に、3回の学習会開催を目標に活動続けることです。やってみて、初めて見えるものもあると思います。

なお、これから自主研のスタートを考えている皆さんの運営や事務負担の軽減を願い、私が運営に使用している書式類をご参考に提供したいと思います。例えば、前述の「ワンスタ（職員べんきょう会in犬山）」の学習会チラシの配色やレイアウトは見覚えのあるもので、当会の資料を活用しています。主宰

者の中島さんは、作業時間を要する開催告知や結果報告の作製にテンプレートを利用することにより、企画や運営準備などの労力をかけるべき部分に注力をすることで、魅力的な会の運営をされているのです。これらの資料をご希望の方は所属、氏名、検討中の自主研について添えて、ご連絡ください（連絡先は文末掲載）。

6 自治体職員のみなさんへ自主研参加のススメ

自治体職員の傾向として、自分の時間を仕事とプライベートに明確に線を引き、自らの世界の「外」を知ることには消極的または、不必要と考える傾向を感じることがあります。そしてそれは、残りの職員人生を考えたときに大変勿体ないことだとも思っています。

経験がなくとも失敗が許されない環境、予算がなくとも実現を求められるミッション、協働に求められるファシリテーションや組織のマネジメントなど、今後、自治体職員や管理職に求められる能力はより高くなると考えられます。しかし、現実には目の前の日々の仕事に追われ、OJTがうまく機能しない環境下でこれらの必要なスキルを身に付けることは、以前より難しくなっているのではないのでしょうか。もちろん、自主研活動が全てを解決するわけではありませんが、「仕事」と「プライベート」に跨る「場」を社会学のそれとは異なる意味で「サードプレイス」と呼び、「職場では得難い体験ができる場のひとつ」と考えています。

また、庁外職員のネットワークには継続性があり、将来に続く財産と感じています。その作り方は、まず、自主研等に参加して名刺交換と会話を楽しみ、後にSNSでつながることで日々の活動や相手の状況を知り、「いいね」や、短文コメントを送ることです。簡単に継続的なつながりを維持でき、情報収集だけでなく相談や相互協力の関係発展も期待できる、SNSは自主研修活動をする上で有効なツールなのです。

仕事への投資という言葉には義務感を感じますが、職員人生のみならず自分の幸せのための投資と考えると、「自主研」に対する見方が変化するかもしれません。松下幸之助氏の「百聞百見は一験にしかず」という名言があります。自主研に連続して参加する必要はなく、時々参加であっても人と直接会う空間から得られるものが、そこにはあると考えています。まずは、名刺を持って「一験」をしてはいかがでしょうか。

7 みなさんへ

自主研修活動をどこ職場にもある普通の存在にしたいと考えています。公務員の世界では、現在約1,700ある市町村が同じカテゴリーの仕事をする一方、組織や人口規模の違いによりスキルの蓄積やノウハウの差があるのも事実です。勤務時間外に活動をする自主研修活動を通じて、近隣自治体との連携

により担当者レベルの情報交換を「顔」の見える関係にしておくことは個人、組織、地域の財産のひとつになり得るのではないのでしょうか。

自主研を立ち上げてみたい、自主研のことを知りたい、このテーマで開催をしてほしい、学習会の開催を手伝って欲しいなど、お気軽にお声がけください。一緒に考えましょう。参加者のモチベーションが上がり、組織が活性化して、地域が良くなる活動の「場」で、みなさんとお会いすることを楽しみにしています。

ML希望、お問合せ等連絡先

職員ベンキョウ会Team比企 事務局

東松山市役所 小関 一史（こせき かずし）

メール：k-koseki@city.higashimatsuyama.lg.jp

彩の国さいたま人づくり広域連合「自主研究グループの支援」

URL： <http://www.hitozukuri.or.jp/jinzai/seisaku/81sien/05/jihatsu.htm>

「心のバリアフリー」教育の推進

～知的障害への理解を深めよう～

川口市 平成29年度政策課題共同研究研修

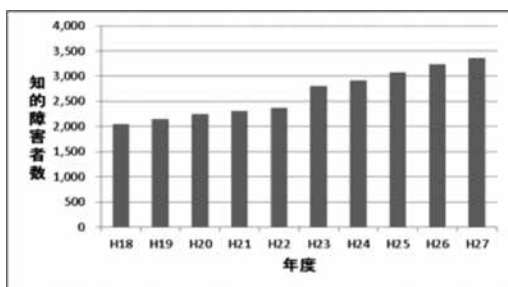
研究メンバー

佐々木 啓昭・石塚 健太・清水 匠・
宮部 美和・加藤 和彦

1. はじめに

障害者をはじめ社会的弱者の快適な日常生活や社会活動の確保を目標に、「バリアフリー」や「ユニバーサルデザイン」の取組が行われてきた。障害者数は増加傾向にあり、本市でも特別支援学級を設置する学校が年々増えている。このことから、今後もより一層の障害者支援が求められると考えられる。

障害者に対する支援は、以前と比較して改善されている点が多く見られ、特に、主要な公共交通機関や公共施設については、身体障害者に配慮した機能や建物の構造とするなど、ハード面の整備が進んでいる。また、教育や啓発の観点からも「車椅子体験」や「目隠しと白杖による視覚障害体験」などを行い、障害者に対する理解や思いやりを培うソフト面での支援も推進されている。しかし、身体障害に比べ、知的障害の分野については当事者意識を持ちにくく、擬似的な体験もできないことから、なかなか理解が深まっていないと考えられる。本研究では、知的障害への理解推進に焦点を当てて政策提言を行う。



(川口市統計書のデータを使用しグラフを作成)

本市の知的障害者数)

2. 現状分析

①知的障害者へのバリアフリーについて

バリアフリーには、ハード面とソフト面での支援がある。知的障害者に対するハード面での支援については、「わかりやすい案内表示」や「直感的に危険か安全か判断しやすいデザイン」などが挙げられる。例えば、地下鉄の各線での色分けや駅ごとに番号を付けることにより、乗り換えや降りる駅を覚えやすくする取組がある。

しかし、一言で知的障害と言っても個人差がある。わかりやすい案内表示を行っても理解できない人や、慣れない場所でパニックになってしまう人もいるなど、ハード面の支援が効果を発揮できない場合もある。知的障害者に対するハード面でのバリアの解消も重要ではあるが、地域での共生と自立した生活ができるよう配慮するためにも、ソフト面での支援がより重要と考えている。



(ソフト面での支援例：声掛けによるサポート)

②知的障害への理解推進を図る啓発活動

知的障害に対して理解を深めるための本市における啓発活動について、学校教育関係者と福祉関係者への聞き取り調査を行った。その結果、就労施設によるイベント参加や子供向けワークショップの開催、ボランティアを募集して交流を図るなどの取組が行われていた。そのほか、川口市産品フェアやたたら祭り¹でブースを出展するなど、地域活動へ積極的に参加している就労施設もあり、ブースでは手作りの様々な食品や雑貨を販売している（図表1）。

市内の施設で作られる商品は、埼玉県内の福祉作業所の焼き菓子コンテストである「Premium Quality Cup in SAITAMA²」で優勝するなど、高い評価を得ている。

【図表1】

店舗名	販売内容
らいぶ	餅盛りみそ、豚汁、みそ焼きおにぎり、ビーズアクセサリー等の精工
餅れ餅れ	クッキー等菓子販売、紙紮品等精工品販売
きじばと	わりばしセット、ビーズ等、さをり織り、メッセージカード等販売
パンラッポ	パン、クッキー等販売
川口市心身障害福祉センターわかゆり学園	皮革製品、スリッパ、陶芸品等販売
カフェ＆ふれあいショップ ふらっと	ホットコーヒーの販売、各種喫茶品販売
ぽっとずてーしょん	パン、クッキー等販売
あさひあーと	陶芸品、ガラス工芸品等販売
ネットワークあゆみ	クッキー等販売
みんと、えいる	和紙製品、ビーズアクセサリー等販売

（川口市産品フェア2016：障害者施設産品コーナー）

③現在の学校での取組

市内の小・中学校における知的障害者の理解推進に関する教育状況について調査を行った。その結果、障害者への理解を推進する教育の中で、知的障害に焦点を当てた教育は本市では行われていなかった。現状の取組として、特別支援学級のある学校については、行事や休み時間を通常の学級の生徒と過ごすことや、特別支援学校に近い学校では、合同で行事やイベントを実施するといったことが確認できた。

障害者への理解を推進する教育とは別に、きらり川口夢わ〜く（中学生向け職場体験）では、「川口市心身障害福祉センターわかゆり学園³」（以下、「わかゆり学園」）と連携し職場体験の場を設けている。また、埼玉県独自の取組としては、小・中学校を対象とした「支援籍学習」という制度がある。これは、特別支援学校や特別支援学級に通う生徒が通常の学級へ一時的に籍を置く制度であり、お互いを理解し、共生認識を深める取組となっている。（図2）

【図2】



（埼玉県教育委員会：一人一人が輝く支援籍学習）

3. 問題点

知的障害に関する教育内容の不足

学校生活の中で、知的障害を持つ生徒と接することは、知的障害に対して理解と関心を深めることにつながる。しかし、現状では、知的障害を持つ生徒との交流の機会は、学区内に特別支援学校へ通う児童生徒がいる学校や特別支援学級のある学校のみに限られており、知的障害に焦点を当てた教育は本市

で行われていない。実際に学校関係者へ聞き取りをした結果、知的障害については教育内容に組み込むことが難しく、深く触れることができていないという実態が確認できた。

また、川口市社会福祉協議会に聞き取りをした結果、既に偏見や嫌悪感を持っている大人に対して啓発活動を行うよりも、幼少期からの教育でしっかりと学ぶ機会を設けたほうがより効果的であるという意見が聞かれた。そのほか、以前は、障害を持った家族を外に出すことが恥ずかしいとの考えや風潮から、保護者が家から出すことを拒む傾向もあったが、現在ではその意識も変わりつつあり、障害者が家から出て地域住民と関わる機会も少しずつ増えているという意見があった。

教育と福祉それぞれの立場から、「知的障害への理解推進について、学校教育の中でより積極的に取り組むべき内容である」という認識を確認できた。

4. 政策提言

学校教育の中で今まで深く教えられていなかった「知的障害者に関する教育方法」について政策提言を行う。なお、幼少期からの教育が効果的という意見もあり、小学校での教育方法として考案した。

① 知的障害に関する小学生向け教材の作成

今まで小学校教育で知的障害に関して焦点を当てていないこともあり、「知的障害とはどのようなものか」「接する上でどのように対応すべきか」といった内容をまとめた児童向けの教材が不足している。全国の自治体の児童向け教材について調査をした結果、他の自治体では知的障害者に関してわかりやすくまとめたガイドブックが作成されていたが、多くが一般市民向けのものとなっていた。特に、名古屋市が発行している「障害のある人を理解し、配慮のある接し方をするためのガイドブック」(図3)が知的障害に関してもわかりやすく書かれており、知

的障害以外の内容についてもまとめられていた。このようなガイドブックを参考に小学生が理解しやすい簡易な教材の作成を行い、教育の一助にする。

【図3】

⑤ 知的障害

知的障害とは、生活や学習面で現れる知的な働きや発達が同年齢の人の平均と比べゆっくりとしていることをいいます。先天的・後天的さまざまな原因による脳の機能障害です。脳内の障害のため、見た目にはわかりづらい障害です。発語がなく身の回りの全面的支援が必要な最重度障害の人から、職業生活をほぼ送れる軽度障害の人まで、障害の現れ方にさまざまな違いがあります。しかし、どんな重度の障害の人でも、それぞれの障害特性に合わせた教育・配慮と支援を受けながら、社会経験や学びを積み重ねることにより社会参加しています。



【知的障害の特徴】

知的障害は、知的能力の程度により、また、ダウン症や自閉症など他障害との合併障害により、ひとりひとりの障害の状況が大きく異なります。共通しているのは知的能力と環境への見通しの弱さを要因とする障害特性です。感性はとても豊かな人達です。

- 「社会生活への参加が難しい」
- 「コミュニケーション能力が低い」 そのため、生活に必要な情報が得られなかったり、他人とトラブルになったり、困ったことが起きて自分から助けが求められなかったりします。
- 「抽象的な概念、複雑なことは理解しにくい」 そのため、ルールや約束事を理解できなかったり、見通しを立てることが苦手だったりします。 そのため、落ち着きがなかったり、人の話が聞けなかったりします。
- 「自己コントロール能力が低い」 そのため、我慢できないこと、泣いてしまうことがあります。
- 「状況を判断することが苦手」 そのため、自分のことを決めることができなかったり、新しい環境や体験に、混乱してとまどったりパニックになることがあります。
- 「読み書きや計算が苦手」 そのため、いろいろな書類や説明書きが理解できない、お金の計算ができないなど、ご本人が生活を営む際に困ることがたくさんあります。

【知的障害特性と社会参加】

このような知的障害者の障害特性は、社会参加が難しい要因(社会的障壁)となります。環境整備も重要ですが、知的障害者の社会参加には、人による支援、ソフト面の支援が特に重要です。住み慣れた地域で自立生活を送れるような合理的配慮と支援が必要です。

事例1. 大声で注意されるとパニックになる人がいます。注意が必要な場面では、優しい声かけと穏やかな対応が必要です。

事例2. 注文や金銭の支払いが苦手な人には、わかりやすい写真メニューで選んでもらうことや、紙幣や硬貨が書いてあるボードなどを置くなど、丁寧にひとつひとつご本人の意思を確認しながら対応することが大切です。

事例3. 会員登録など契約が必要な場合に、本人だけでは理解が難しいようなら、保護者等に連絡することが大切です。また、一般的な問合わせならば、各区にある障害者福祉相談支援センターに相談することもできます。



＜ボードの使い方＞
店員の話をききながら、どの様子が明瞭かを説明します。



(名古屋市：障害のある人を理解し、配慮のある

接し方をするためのガイドブック 抜粋)

②知的障害者に関する教育の方法について

小学校では「総合的な学習の時間」を利用し、福祉教育を行っている。その時間を活用し、福祉施設の利用者(知的障害者のことを指す。以下、「利用者」)からものづくりを教わり、直接交流する機会を設け、理解を深める取組を考案した。また、直接交流以外にも事前学習として、障害者全般に関わる教育と知的障害者に焦点を当てた授業を行う。

障害者全体についての授業
(身体障害なども含む)



知的障害者に関する授業
(就労施設の様子なども紹介)



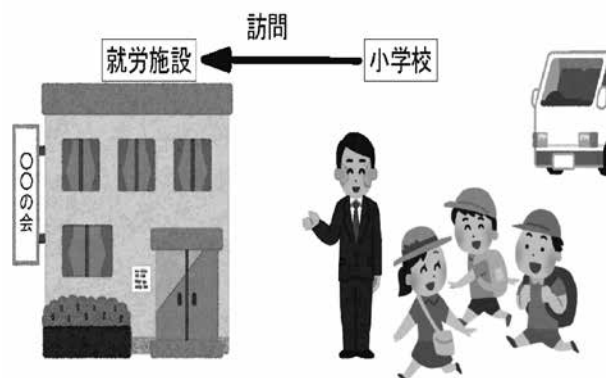
知的障害者との直接交流授業
(ものづくりを通じた交流)

③直接交流授業について

直接交流授業では、福祉施設と連携し、利用者が普段施設で行っているものづくりを児童に教えるといった取組を行う。本市では、大規模な市立の施設であるわかゆり学園を運営しているため、同施設の活用も考える。また、知的障害者の地域での共生と自立という考えから、各地区の民間福祉施設と連携した交流についても検討した。その結果、交流授業については福祉施設から学校へ利用者と施設職員を派遣してもらう「派遣型」と学校が福祉施設へ訪問する「訪問型」を考案した。



(派遣型イメージ)



(訪問型イメージ)

④わかゆり学園との連携について

本研究にあたり、小学生とわかゆり学園で働く利用者とのものづくりを通じた直接交流の可否について調査を行った。

現状、民間福祉施設では障害程度が重い障害者を受け入れられないケースも多いが、わかゆり学園では症状の重い人も多く受け入れている。実際に施設を見学させてもらい、直接交流授業について検討と相談を行った。

わかゆり学園では、「派遣型」授業の対象とならうる軽度の障害者がいないことから、「派遣型」授業については困難であるとのことだった。しかし、施設規模が大きいこともあり、「訪問型」については受入れが可能と考えられる。また、交流の際に行うものづくりについては学園内で比較的軽度の障害者と共同で作業できる縫製などがある。



(わかゆり学園 縫製品)

⑤ 民営福祉施設との連携について

直接交流の連携相手として民営福祉施設の協力が可能かどうか、NPO法人「障害者の地域生活をひらく会」へ調査を行った。

民営の福祉施設は規模や運営内容が多岐にわたっており、条件次第では「派遣型」と「訪問型」のどちらも実施できる可能性があるとのことだった。各施設との具体的な連携の可能性については、市内の福祉施設関係者が集まる定例会でアンケートを実施するなどの方法を勧めていただいた。

「障害者の地域生活をひらく会」の調査から、民営福祉施設では障害程度の軽い利用者が比較的多いと考えられ、「派遣型」授業の実施も可能であると推測される。

また、「訪問型」については、民営福祉施設はわかゆり学園と比べ小規模であり、一度に1学級の生徒全てを受け入れることは困難だと考えられる。この場合、近隣地区の複数ある福祉施設と連携し、各施設に訪問人数を分散するなどの対応が必要であると推測される。

民営福祉施設と連携することにより、施設によって設備が充実していることで、ものづくりのメニューが増え、より一層小学生に興味を持ってもらえる授業内容が期待できる。また、学校近隣の福祉施設と連携することにより、これまで以上に「利用者と地域の結びつき」が深まることも期待できる。

(ものづくりの例)

パン、クッキー、アクセサリ（ビーズ、ストラップ、シルバー）、皮革加工、木工製品、ローソク、石鹸作り 等

⑥ 「派遣型」・「訪問型」の留意点について

当初、「派遣型」授業を政策提言の要として考えてきたが、福祉施設の意見や現場視察から、「訪問型」授業についての検討も必要となった。それぞれに注意しなければならない点があり、また、授業内容を充実させるために、可能であれば「派遣型」と「訪問型」の両方を実施できると教育効果が高まる。

派遣型の留意点

(1) 派遣してもらう利用者への負担

小学生相手とはいえ、大人数を目の前に授業を行うということは障害者に限らず健常者でも緊張する。特に知的障害者は、普段とは異なる環境では過度なストレスによって冷静でいられず、パニックになってしまう人が多い。そのため、利用者には下見をしてもらうなど、派遣先の環境に慣れてもらうなどの事前準備をするといった配慮が必要となる。

(2) 派遣してもらう利用者が障害程度の軽い利用者に限定される

ものづくりの指導を行える利用者は、小学生にとって健常者との違いがわかりにくく、知的障害者と認識されない可能性もある。しかし、障害が軽い人でも交流することにより理解を深めるきっかけとなる。

訪問型の留意点

(1) 授業のイベント化、遠足化

福祉施設の見学のみとなると単なる遊びやイベントとなりうる可能性がある。理解を深めるために訪問型の際は直接交流を欠かさず行う。

（２）利用者へ対する配慮

研究班でわかれり学園を見学した際、４人で施設内全てを回らせてもらえたが、「学校の訪問の場合、１クラス30～40人単位で見学をすると利用者がパニックを起こしてしまう可能性があるため、作業場所へ一度には案内できない」とのことであった。見学する班を分け、複数の作業場所を見学するなど、利用者への配慮が必要となる。

⑦政策提言により期待される効果

●幼少期に行う効果的な啓発効果

障害者に対して凝り固まった偏見や差別意識が少ない幼少期において、知的障害者に関する教育を新たに行うことで、高い啓発効果が期待できる。また、将来的に教育を受けた子供が増えることにより、偏見の少ない社会をつくることにつながる。

●周囲に波及する啓発効果

子供が親や周囲の人に対して直接交流授業での経験を話すことにより、知的障害者へのイメージを改善することができる。これまでは「なんとなく怖い」「どこか近づきにくい」というマイナスイメージを持たれがちだったが、交流をした知的障害者であれば「この間一緒にものづくりをした人」といった地域での共生認識が芽生え、周囲にも波及する啓発効果が期待できる。一人でも多くの人に知的障害

に対する配慮や支援について知ってもらうことにより、これまで以上に知的障害者が暮らしやすい環境をつくることにつながる。

●直接交流を行った福祉施設と学校の新たな連携

今回の取組により、今までつながりのなかった福祉施設と学校とで、相談や協力が可能となり、新たな地域連携が図れる。学校と福祉施設双方の行事やイベントにお互いが参加するきっかけとなるなど、地域の活性化にもつながる。

５．おわりに

本研究を通し、学校側と福祉側の意見を聞いたところ、共通して「知的障害者に関して学ぶ機会を設けたい」という意見があった。その反面、どうしても教えることの難しさから敬遠されている問題であることがわかった。

しかし、障害者差別解消法の施行や、「内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局」においても障害者に関する教育指導内容の充実させる方針が規定されているため、これから積極的に取り組まなければならない内容だと感じる。本研究が知的障害に対する理解推進につながることを期待したい。

脚注

- 1 川口市で毎年８月に開催される夏祭り。平成29年に開催が第39回を数え、２日間で約29万5千人の来場者を記録した。
- 2 埼玉県内の福祉作業所を対象に、毎年開催されている焼き菓子コンテスト。平成29年に開催が第8回を数え、第5～8回は川口市の就労支援施設が作製した焼き菓子が優勝している。
- 3 心身障害児から成人まで一貫した体系のもとで年齢や障害程度に応じた適切な指導等訓練を行い、障害児については早期療育の効果をあげ、障害者については社会的自立の促進を図ることを目的とする市立の施設。

参考資料

- ◎川口市 川口市統計書
- ◎川口市産品フェア2016 ガイドブック
- ◎埼玉県教育委員会 一人一人が輝く支援籍学習

※川口市政策課題共同研究研修は、入庁5～11年目の主事・技師級の職員を対象として、5月から8月にかけて実施しています。課題やテーマ等を各グループで設定し、政策提案を行う研修となっています。なお、平成29年度は全部で17グループが本研修において研究を行いました。当論文はその一つです。

『埼玉県西部地域まちづくり協議会』（ダイアプラン）を構成する4市（所沢・飯能・狭山・入間 以下「ダイア4市」とします。）では、職員が市域に限定しない広い視野に立ち、行政のあるべき姿について研究を深めることを目的に平成9年度から研修を行っています。

所沢・飯能・狭山・入間 埼玉県西部地域まちづくり協議会における政策形成研修

平成28年度 研修生（所属は当時のもの）

A班

所沢市 もり た 森田 くわ た 和希 かず き（文書行政課）
飯能市 あき だ 栗田 さ と み 聡美 さと み（生涯学習課）
狭山市 やまぐち 山口 りょうすけ 亮輔 りょうすけ（収税課）
入間市 やまぎし 山岸 リーナ リーナ（議会事務局）

B班

所沢市 まる やま 丸山 くりし ま 朋子 とも こ（財政課）
飯能市 あき だ 栗田 ゆうすけ 祐介 ゆうすけ（道路公園課）
狭山市 お の 小野 しず か 静香 しず か（市民課）
入間市 やまもと 山本 よしひろ 祥広 よしひろ（生活福祉課）



前段 研修生
後段 ダイア4市の市長とアドバイザーの方々

1 研修期間

平成28年8月～平成29年3月（全9日間）

2 対象

ダイア4市の主事・主任級職員
（男女1名ずつ計8名）

3 研修の概要

この研修は、ダイア4市から8名の職員が集い、2班に分かれて、年度ごとに掲げる「政策テーマ」に沿った政策研究を行うものです。研究に際しては、政策形成講師のほか、知識経験者等の3名からなるアドバイザーの方々から助言が受けられるため、多様な視点から研究の検証ができます。約8か月をかけて練り上げた政策は、「埼玉県西部地域まちづくり協議会」の総会においてダイア4市の首長や県・市議会議員の面前で発表します。主目的である政策形成能力が身につくほか、プレゼン力の向上、市を越えた職員間の繋がりができるなど、多くの成果が得られる非常に充実した研修となっています。

平成28年度の政策テーマ

ダイア4市の知恵と和で乗り越える

人口減少社会のこれからを

～人、自然、地理、文化が活きるまちづくり～

A班 【創業者に選ばれ隊】

ダイアマーケット2017

～創業応援プロジェクト～

1 はじめに

創業者には人を呼び込む力があります。魅力的な商店や飲食店などが創業されて増えれば、そのまちを訪れてみたいと思う人が増えます。そして、そのまちに住みたいと思う人が増える可能性が広がります。また、そこで創業をしようという人が生まれる可能性にも繋がります。

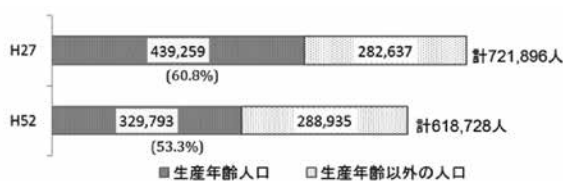
安定的、中流的な思考が定着し、自身で創業するという選択が容易なことでない今こそ、「ダイア4市で創業したい」と多くの創業希望者に思ってもらえたなら、それはダイア4市の強みとなります。

魅力ある創業者が集まった結果として、ダイア4市の地域としての魅力が高まれば、ダイア4市に住住したいと考える方も増えていくと考えます。

2 現状

(1) 人口について

将来推計では、4市を合計すると、平成27年の72万1,896人から約25年後の平成52年には61万8,728人まで減少し、このうち生産年齢人口は60.8%から53.3%になると推計されます(図1)。

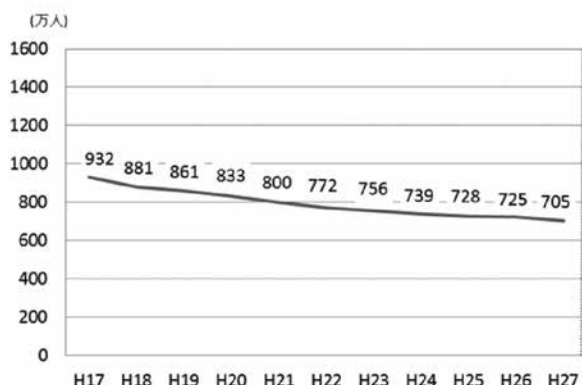


(図1 ダイア4市の将来推計人口《総務省「国勢調査(平成27年)」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月推計)」より作成》)

人口減少社会に対応した自治体運営を模索しながらも、生産年齢人口の確保を巡る自治体間の競争は今後更に激しくなっていくものと考えられます。

(2) 創業について

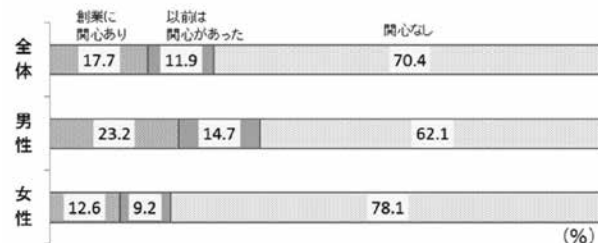
自営業者の数は年々減少しており(図2)、就業者に占める割合は11%程度となっています。



(図2 自営業者数の推移《総務省統計局「労働力調査(平成27年)」より作成》)

では、創業を考えている人はどれくらいいるのでしょうか。

現在自営業ではない人のうち、創業に関心のある人は約18%です。



(図3 創業に対する関心の割合《日本政策金融公庫総合研究所「2015年度起業と起業意識に関する調査」より作成》)

(3) ダイア4市の創業支援について

現在ダイア4市では、それぞれが下表のように創業者等への支援を行っています。

創業者等への支援策	
所沢市	所沢市新規創業支援資金融資制度 (創業者に対する資金融資)
	所沢市新規創業ビジネスプランコンペ (事業可能性を有するビジネスプランコンペ)
	所沢市空き店舗活用・新規創業支援出店補助事業 (店舗の改修工事等に係る費用に対する補助金)
飯能市	新規出店等促進事業補助金 (市内出店者に対する補助金)
	創業支援事業補助金 (創業者に対する補助金)
	西川材使用住宅等建築補助金 (飯能産の西川材を使った店舗等の建築に対する補助金)
狭山市	一般小口資金・特別小口資金 (事業者に対する運転資金・設備資金の融資)
	狭山市商工業開発資金 (事業者に対する運転資金・設備資金の融資)
	店舗・住宅改修工事費補助金 (空き店舗の改修などに係る費用に対する補助金)
入間市	創業支援資金融資 (創業者に対する融資)
	入間市空き店舗活用創業支援補助金 (空き店舗の改修などに係る費用に対する補助金)
	創業支援奨励金 (創業者への補助金)

(表1 ダイア4市の創業支援の現状)

このように、既存の支援策のほとんどは補助金や融資に関するものです。

3 政策目標

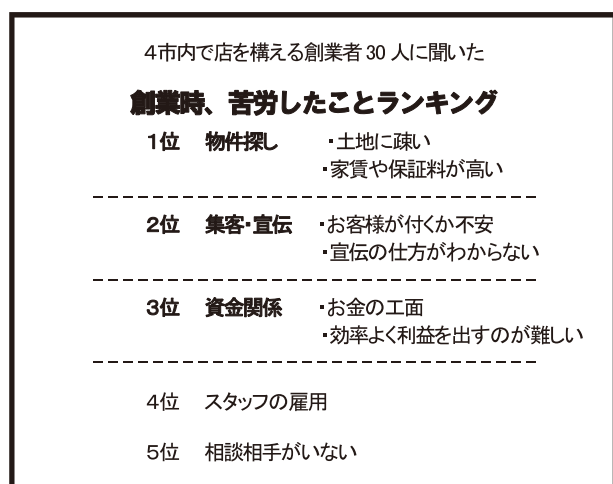
より多くの人に4市で創業してもらうためにはどうしたらよいのか、4市内の創業者・創業希望者に

インタビューを行いました。

行政に期待することは何か聞いたところ、「補助金」という声が多数でした。創業者にとっては、「行政の支援＝補助金」のようです。一方で、創業時に苦労したことを聞くと内容はいくつかあり、主なものは「物件探し」「集客・宣伝」「資金関係」でした(図4)。

補助金や融資については4市で各種実施しているところですが、「少なかった」、「要件に該当しなかった」という話がありました。しかし、財政状況の厳しい中、補助金額の増加や、要件を拡大することは容易ではありません。

そこで、資金援助とは別の方法で、上記の創業者の苦労を軽減できる応援メニューの提案を行い、多くの創業希望者に「選ばれる自治体」となることを目指します。



(図4)

4 事業提案

事業提案①「空き家、空き店舗情報の紹介」

創業場所を探すにあたり、知らない土地で一から物件を探すことが最も労力がかかった、という声や、不動産屋から地域に根付いた本当に知りたいと思う情報を教えてもらえなかった、という実例がありました。

また、十分な資金がなく、理想とするような立地での創業は難しく、妥協を繰り返しながら物件を決

めていったという方もいました。創業者にとって、少ない家賃や購入費で済む空き家は、費用面で十分にニーズがあり、加えて、市が持っている地域に根付いた情報を併せて紹介することで、立地のニーズも満たす可能性が広がります。

事業内容

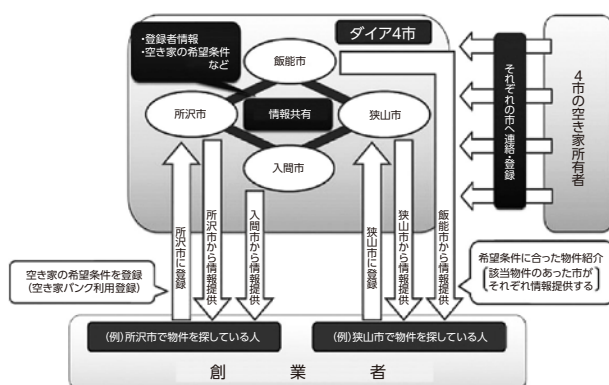
創業において最も重要と言っても過言ではない物件探しについて、創業希望者にとって、より条件に合った物件を見つけることのお手伝いをします。

(1) ダイア各市で空き家相談窓口の開設

現在空き家バンクの制度があるのは飯能市のみですが、各市で空き家相談窓口を開設します。平成29年10月には、国土交通省が「全国版空き家・空地バンク」の試行運用を開始したところであるため、絶好のタイミングです。

(2) 創業者向け 空き家の希望条件登録制度

空き家を利用したい創業希望者に、創業希望の地域、規模等の希望条件を登録してもらう制度を設けます。希望に合致する空き家物件がある場合は創業者へ連絡をします。また、創業者の希望に応じて、登録した市以外にもダイア圏域に希望と合致する物件があれば、各市から連絡をします。



事業提案②「不用品譲り合いシステムの提供」

創業にあたり必要なものを中古品の中から購入しようと検討する創業者が多くいました。しかし中古業界が飽和状態であるため、中古品でも価格設定が高価であり、結局、備品等の購入には想像以上のお

金がかかってしまうそうです。

そこで、不用品を無償もしくは安価で譲り合える制度を市が提供すれば、創業者にとって、必要物資の入手が少ない経費で済むという大きなメリットになります。

事業内容

中古品の活用でうまく創業できたという方も少なくないため、創業希望者の設備投資資金節約のお手伝いをします。

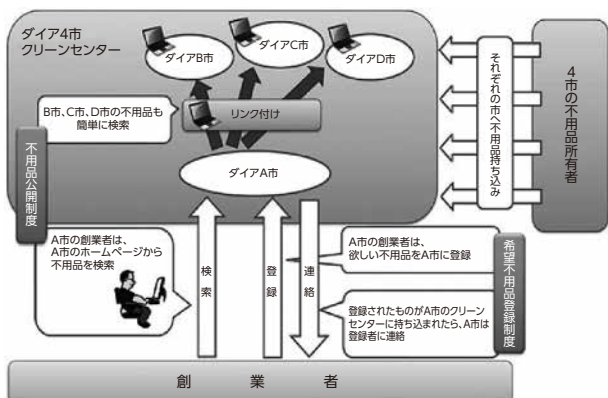
(1) 不用品公開制度

クリーンセンター等に持ち込まれた不用品を、各市公式ホームページにて公開する制度を開設します。創業者は欲しいものが登録されているかどうか、各市公式ホームページから調べることができます。

この制度はダイア4市で連携することで、より利便性の高いものにすることができます。各市の公式ホームページ上に、ダイア4市のそれぞれのページをリンクとして表示させ、創業者がダイア4市全体から簡単に検索できるようにします。

(2) 希望不用品の登録制度

創業者が譲ってほしい不用品を、創業者に登録してもらいリストを作成します。市は、そのリストに登録された不用品がクリーンセンターに持ち込まれた際、優先的に登録者に連絡をします。登録者はクリーンセンターで実物を見てから、購入するかどうか決めることができます。



事業提案③「広報活動支援」

来店のきっかけ提供や、継続的な集客に不安があるという創業者の方や、資金が十分でないため、効果的な広告が打てないと感じている創業者の方が多いいました。また、イベント等で出店する機会が欲しいという意見がありました。

創業者の方にとって、少ない費用での広告やイベント出店ができることは、費用面で確かなニーズがあり、加えて、その後の集客に繋がる可能性が広がる大きなメリットがあります。

事業内容

(1) ダイア4市合同折り込みチラシの配布

創業者へのインタビューの中で、クーポン券を付けてでも広報誌などに載せたいという方や、広報誌を見る人はたくさんいるので広報効果が期待できる、地域とのコミュニティづくりのきっかけになる等、好意的に考える方が多くいました。

そこで、ダイア4市各市で新しくオープンしたお店の記事をチラシとし、各市で配布されている広報誌に挟んで広報します。

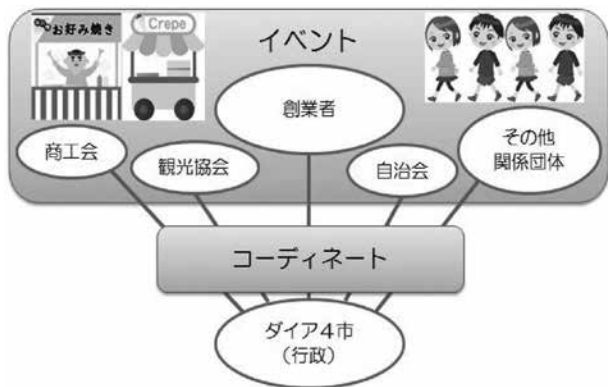
(2) ダイア4市合同イベントの開催

インタビューによって、イベントの場を最大の宣伝機会と考えている創業者はとて多いことがわかりました。一口にイベントと言っても、音楽フェスイベント、自然観賞イベント等、様々なイベントがあります。これらに共通して言えることは、人が来る仕掛け作りや、来た人にお金を多く落としてもらう仕掛け作りは、行政よりも実際に商売を行っている創業者の方々のほうが上手であるということです。

創業者の方たちはアイディアや企画力に満ち溢れています。私たち行政は、創業者の方たちの大きな力を借りながら、イベントを企画し、更に場所の提供や関係者間の調整など、言うなれば交通整理業務も担います。プロのコーディネーターである行政の腕のみせどころです。

創業者と行政で、それぞれの得意分野を活かせば、素晴らしいイベントとなります。

魅力的な宣伝方法を創業者と共に考え、実現させ、お店の宣伝活動のお手伝いをします。



5 おわりに

創業者・創業希望者から聞き取りを行った結果から、私たちが考えている創業応援メニューは、創業される方たちにとって魅力ある支援策であるということが導き出せています。

そしてそのような支援策だけでなく、ダイア4市には元々地域としての強みもあると考えています。

交通面で見れば、圏央道や関越自動車道など道路アクセスが良く、鉄道でも1時間あれば都心に出られます。地震に強い地域とも言われています。また、豊かな自然があります。米軍が在住していた地域や、有名ミュージシャンが無名時代に住んでいた地域があります。少し足を延ばせば、これらの特色ある歴史・文化を感じることや、自然や公園を満喫することができます。

自然、地理、文化の面でも強みがある4市が協力して創業者支援策を打ち出すことで、魅力ある創業者が来てくれると考えます。自治体単位ではなく、地域で連携した施策として、マスコミに売り込めば大きな宣伝効果が生まれます。結果としてダイア4市圏の賑わいが創出され、ブランド価値も高まるのです。

これらにより、ダイア4市に移住したいと思う

人々、中でも若い世代の移住が増えることも期待できます。間違いなくダイア4市の更なる活性化に繋がると期待して、この施策を私たちの事業提案とします。

6 研修を終えて（所沢市 森田 和希）

日々自分の業務に追われていた中で、今回の研修に参加できたことで、市の現状や将来を考える良い機会となり、また共に研修に参加した近隣市のことも知ることができました。そして4市全体を一つの地域としてとらえて、それぞれの特色を活かした施策を模索したことで、地域としての大きな可能性を感じることができました。

私たちの事業提案に至るまでには、飲食店、小売店など多くの事業者の方に意見をいただきました。沢山の意見を集めるには、研修の時間以外にもインタビューを行い苦労しましたが、こうして集約した当事者の声によって、私たち独自の提案になったと思います。

自治体職員として市のためにどのように考え行動すればよいのか、今回学んだことを常に意識して、今後も業務に臨みたいと思います。

B班【チームDSS】

Diamond Support System 育児のスキマおうめします

1 はじめに

近年、日本は著しく人口減少が進行しており、日本経済の先行きへの懸念が高まりつつあります。人口減少の進行によって、働き手の不足や高齢化による介護の担い手不足など、直面する問題は深刻です。世代を超えて皆が活き活きと生活できる地域の創造、次代を担う子どもを育む環境の充実が喫緊の課題となっています。こうした現状において、人口減少に歯止めをかけるべく、子どもを生んで育てたい人の

支援や、地域で子どもを育てる仕組みづくりなど、国を挙げて取組が強化されています。

私たちは、「地域で子どもを育む」という視点に立ち、地域において子育ての援助を受けたい人で行いたい人が会員となり、会員相互による仕事と育児の両立を支援する助け合いの仕組みである「ファミリー・サポート・センター事業」に着目しました。地域のつながりを育みつつ、子どもの成長を地域で見守る、それが助け合いの連鎖の芽吹きとなって、安心して暮らせるダイア4市のまちづくりに貢献することを期待し、提案するものです。

2 現状と課題

(1) 人口減少社会への対応

国勢調査の結果によるとダイア4市の人口は、平成22年をピークに減少に転じています。若年層を含めた人口減少問題への取組がダイア4市喫緊の課題となっています。

(2) 子育て支援と環境整備の必要性

人口減少の流れをストップするための基本方策の1つは「若者が自らの希望に基づき結婚し、子どもを産み、育てることができるような社会をつくること」です。しかしながら、未婚の若者からは、核家族化や地域住民同士の関係の希薄化等を理由に、妊娠、出産、子育てへの不安に関する意見が多くあります。2015年の「出生動向基本調査」(国立社会保障・人口問題研究所)での未婚者(18歳～34歳)の平均希望子ども数は、男性1.91人、女性2.02人となっています。この数字に対し、2015年の合計特殊出生率が1.45であることから、このギャップを埋めるべく若年世代の子育て等への不安を解消することが、人口減少に歯止めを掛けることにつながると考えられます。

さらには、女性の社会進出が進み、共働き世帯が増加している現状があります。ダイア4市においても共働き世帯数が専業主婦世帯数を上回っており(図1)、不安を持つ若年世代とともに共働き世帯が

安心して子どもを育てられる環境整備を進める必要があります。

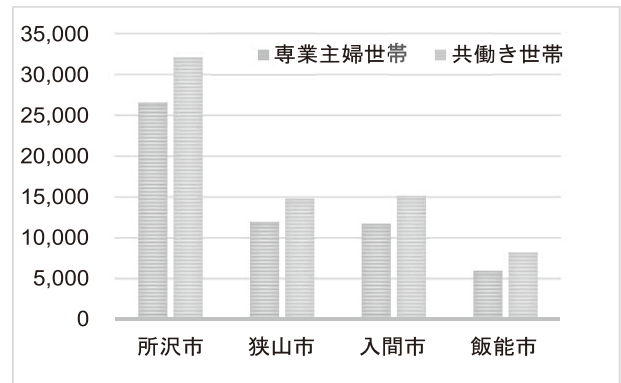


図1 ダイア4市における平成22年の専業主婦世帯数と共働き世帯数(国勢調査結果／総務省統計局)

(3) 地域で子どもを育むために

近年、保育所建設反対のニュースが取りざたされるように地域住民の子育てへの関心の低さや、住民同士の関係の希薄化が目立ちます。子育てを家庭だけの問題にせず「地域で子どもを育む」という視点が必要となります。そこで私たちが注目したのが、住民参加型の保育サービスである「ファミリー・サポート・センター事業」です。

(4) ファミリー・サポート・センター事業

ファミリー・サポート・センター事業(以下、「ファミサポ事業」という。)は、育児の援助を受けたい人(依頼会員)と育児の援助を行いたい人(提供会員)が会員となり、市民が地域において子育ての助け合いをする活動であり、センターに配置されているアドバイザーが依頼会員と提供会員のマッチングを行います。援助依頼から援助活動までの流れは図2のとおりです。

ダイア4市でファミサポ事業の拡充を図ることにより、地域で子どもを育むこと、地域のつながりと思いやりを育むこと、そして、将来に繋がる「子育てって素敵だな」という想いの連鎖を築くことが目標です。

そこで提案するのがファミサポの相互利用、題して『ファミサポシェア』です。私たちは、狭山市のファ

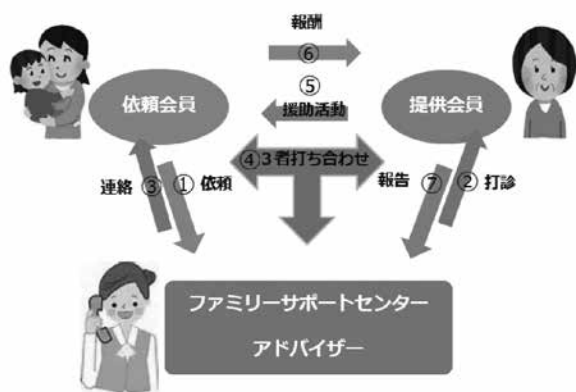


図2 ファミサポ事業 援助依頼から援助活動までの流れ

ミリー・サポート・センターと、県内で先駆けて相互利用を開始した越谷市のファミサポ事業所管課にお話を伺った結果、ダイア4市のファミサポ事業は、提供会員の慢性的な不足に加え、新規提供会員の確保が困難な状況であること、さらに、相互利用の実績が伸びていないという越谷市の実情から、相互利用の仕組みを機能させるためには情報の共有と手続き負担の軽減を図ることが必要であり、このような課題解決に取り組むことで、ファミサポシェアの効果을最大限に引き出す具体策を提案します。

3 提案内容

地域における相互の援助活動が地域のつながりを深めるきっかけとなり、日頃から相談できる、気軽に頼れる関係づくりとしても発展することを期待し、「ファミサポシェア」を提案します。

『ファミサポシェア』とは

具体的にはファミリー・サポート・センターがダイア4市に登録された提供会員の中からマッチングする人への仲介を行うという方法をとるものです。

このファミサポシェアを実現することによって、依頼会員と提供会員のマッチングの幅が広がります。育児サポートの想定事例を以下に紹介します。



4 具体策

前述のように、依頼会員の登録する市内に提供会員がいない場合でも、隣接市にはニーズにマッチする提供会員がいる場合があります。このような場合に、ダイア4市でファミサポ事業の相互利用を可能にすることで、提供会員不足の解消と子育て支援の充実を図ります。

(1) 共有リストの作成

現在、多くのファミリー・サポート・センターでは「ファミサポくん」という会員情報の管理システムが運用されています。しかし、現在のシステムの運用方法では、各ファミリー・サポート・センターごとのデータ管理となっています。そこで、この「ファミサポくん」のシステムを利用し、お互いのデータを共有、管理できるようにし、ダイア4市が相互に提供会員の情報を把握でき、より円滑に自市の依頼会員と他市の提供会員とのマッチングを図る

(2) 申込みは住んでいる市でできるように

申込み手続きについては、住民登録のある市で行い、職員がその場で相手の市に面談の予約の電話をいれます。依頼会員は面談の日到他市に赴き、提供会員、ファミサポとの三者面談を行った後に利用開始となります。これにより、依頼会員になりたい方は三者面談時の一度だけ他市に行くことになり、負担が軽減されます。また、土日の面談実施を可能にすることにより、平日は仕事などで忙しく申込みすらできない、といった方にも利用しやすいような環境づくりを目指します。

提供会員として活動するためには、預かる子どもの安全対策のため、9項目24時間を概ね満たした講習の受講が必要とされています。しかし、ダイア4市間でも講習内容や時間数が異なります。現状のままファミサポシェアを行うと、知識や安全対策への認識などにずれが生じてしまう可能性が考えられます。

また、ダイア4市間で同じ内容の講習を実施することで、講習の相互受講も可能となり、受講日の選択肢が増え、これまでより短期間で講習を修了できるようになるため、提供会員としての資質・能力の向上が早まります。また、講習は保育付きで実施するなど、子供を抱える方の受講にも配慮する必要があります。さらに、現在各ファミリー・サポート・

(4) 大学・専門学校などの教育機関等への周知

現在、各市のファミリー・サポート・センターでは、チラシの配布・広報誌への掲載等、様々な方法で制度の周知を図り、会員数の増加に努めています。行政では対応できないスキマの育児ニーズに対してより柔軟に応じるためには、積極的な制度の周知と会員数の確保に向けた取組がこれまでに必要となります。私たちは、大学、研究機関等の連携により独自のファミリーサポート室を設置している東京女子医大、東京医大ファミリーサポート¹の取組を参考に、制度の認知度向上と会員数の確保に向けた取組として、ダイア圏域内の大学、専門学校等に対する周知が有効であると考えています。



ダイア圏域内の大学、専門学校とその専門性

- ・早稲田大学（人間科学部・スポーツ科学部等）
- ・西武文理大学（健康福祉マネジメント学科、看護学部等）

- ・武蔵野短期大学、秋草学園短期大学（保育士・幼稚園教諭などの養成等）
- ・国立障害者リハビリテーションセンター学院（発達障害児等を対象とする高度な福祉職の養成等）など

具体的には、まず、ダイア圏域内の大学等において、ファミサポ事業に関する登録説明会を実施します。ファミリー・サポート・センターのアドバイザーが大学等に赴き、教職員、学生、周辺住民等を対象に制度の説明を行うものです。

参加者に会員登録を促すと同時に、特に大学等の教職員や学生に対して、提供会員としての登録を呼びかけます。そして、提供会員となるための講習を修了した方や提供会員として積極的に活動している方（特に学生の提供会員）に対して、認定や表彰を行うことで、将来、保育士や幼稚園教諭等を目指す学生にとって、育児支援の実際を体感するとともに責任感の醸成を図る場となることも期待されます。

さらに、ダイア圏域内の大学、専門学校等の特長として、福祉や保育、看護等の分野における高い専門性があることから、大学等の有する専門的知識や技能を地域住民に対して広く伝える場として、提供会員等を対象とした講習会等の開催を依頼します。講習会を通じて、提供会員がその活動において応用できる知識を習得し、様々な状況により柔軟に対応することを目指します。

5 将来への展望

ファミサポ事業は住民同士の支えあいにより、育児のスキマを埋めるものです。少子化とともに高齢化が深刻な問題となるなか、育児のみならず高齢者や障害者の介護・支援に関しても、行政サービスの需要は増加しています。

しかし、高齢者・障害者支援に関してもやはり、介護保険や障害サービスの制度では対応困難なスキマが存在します。こうしたスキマを埋めるためには、

ファミサポ事業の手法を応用した、住民同士が助け合う制度の導入が有効ではないかと考えています。

6 おわりに

DSS「ダイヤモンド・サポート・システム」（ファミサポ事業のダイア4市相互利用等）の実現を通じて、まずは、行政では対応困難な育児のスキマを住民同士の助け合いによって埋めることを目指します。「育児に対する関心が高く、子育てしやすい」という地域風土を作り上げることが、次代を担う子どもを育む環境の充実につながるものと考えます。

さらに、住民同士がお互いに支え合うという共助社会の構築は、地域のつながりを醸成し、育児や介護といった場面にとどまらない「地域による問題解決力」を向上させることとなるでしょう。

子育て世代に対する求心力の高い地域づくりを行うとともに、住民同士が思いやりでつながる安心・安全なまちづくりを目指すことが、日本の将来を支え今後の自治体間競争を勝ち抜き、人口減少社会を乗り越えるうえで重要なことであると考えています。その一助となることを期待して今回の提案としてまとめたものです。

7 研修を終えて（入間市 山本 祥広）

“Think globally. Act locally.” 訳せば「夢はでっかく、地道な努力を一步一步」といったところでしょうか。今回の研修では、「人口減少社会への対応」という壮大なテーマの下、施策の提言を行いました。

普段、研修生たちは各市において目の前の仕事に忙殺されています。近視眼的になりがちな我々が、いかに全国規模で押し寄せる人口減少という潮流に対処するか。

思うに、主体となるべきは国ではなく、地域です。地域が抱える課題やニーズ、それらに対処しうる人員やインフラ等の資源、実践のノウハウ等を把握しているのは、我々、地域で働く自治体職員だからです。地域で課題解決の手法を考え、実施する。その

連鎖が国レベルでの問題解決につながると信じています。

そのためには、分野横断的かつ自治体の境界線に

囚われない考え方が必要です。勉強しなければならないことはまだまだ多く、「一步一步」着実に進んでいきたいと思います。

脚注

- 1 大学、研究機関等の連携による独自のファミリーサポート室の設置事例。東京女子医科大学・東京医科大学の在籍者（教職員、医師、研究者等）が仕事と家庭を両立するための一環として、地域の人々（提供会員）から子育て支援を受け、家族の福祉の向上を図ることを目的とした、会員相互の援助活動。また地域に対して医学的な知識・技術の提供を通して、地域全体の保育能力の向上を図り、地域と医療従事者との協力体制を構築することも目的とする。提供会員に対しては、小児救急に対する知識、病児に対する保育看護の技能などの講習会を開催し、地域全体の育児能力の向上を図ること、さらに、医学生や医療福祉関連の専門学生などの提供会員には、ロールモデルを身近に感じていただき、将来の勤務継続の意志や具体的なイメージを培うことを期待し、設置された。

彩の国さいたま人づくり広域連合 研修紹介（平成29年度新規研修）

「グローバルマインド養成」（県・市町村共同）

「ゲームで学ぶ・自治体経営シミュレーション ～公共政策の創造・発展に向けて～」（市町村）

1 はじめに

彩の国さいたま人づくり広域連合では、自治体の仕事に誇りを持ち、地域社会と真摯に向き合い、明日の地方自治を担う人材を育成するため、公務員に求められる基本的知識の習得、分権型社会に求められる能力の向上、変化を捉えて対応する力の獲得などをねらいとした様々な研修を実施しております。

とりわけ、超少子高齢化・人口減少社会の本格的な到来、グローバル化の進展、地方自治制度の改革など自治体を取り巻く環境が大きく変化する中で、職員の専門性を高めることは必至となっております。

そこで、当広域連合では、多様化する行政ニーズに対応するべく時代の潮流を捉えるカリキュラムを検討し、現在職員に求められている専門的なスキルの習得を目的とした研修を平成29年度も新設しました。

今年度、新規開設した研修のうち、専門力の向上を目的とした研修を御紹介します。

2 グローバルマインド養成（県・市町村共同）について

埼玉県は、2019年に「ラグビーワールドカップ」、2020年には「東京オリンピック・パラリンピック」という国際的なイベントを控えており、県内市町村にも多くの観光客や関係者などの外国人が訪れることが見込まれています。また、観光客だけでなく、日本に定住または長期滞在している在留外国人はリーマンショックの影響などにより一時期減少傾向にあったものの、2013年以降増加傾向が続き、

2015年・2016年には2年連続で過去最高を更新しています。

そのような状況を受け、県・市町村の職員がグローバルな視点と幅広い価値観を身に付け、それぞれの自治体で活躍できるよう、外国人対応力及び施策立案力の向上を目的とし、平成29年度の新規研修として主事主任級の職員を対象に「グローバルマインド養成」研修を実施することになりました。

1日目の研修では、まず研修生自身が日本及び埼玉県を取り巻く国際的な状況について現状をどれほど把握しているか認識するため、自己診断テストを実施し、それぞれの情報感度について確認しました。

続いて、講師より、在留外国人の増加傾向が近年続いている理由について講義がなされました。研修生によっては、肌感覚で既に各自治体における外国人数の増加を感じている方々もいましたが、国際経済の状況や為替レートの変動がその数に大きく影響しているとの講師の説明は、国際的な感覚を養うために大きな示唆を与えるものでした。

その後、「日本（人）と外国（人）で異なるもの・異なること」をテーマにグループワークが行われました。バックパッカーとして30カ国以上外国を回ったことのある方や過去に海外勤務を経験している方、逆にほとんど海外旅行の経験がない方など、様々なバックグラウンドを持つ研修生が参加していましたが、活発なグループワークにより相互啓発が図られました。

研修2日目は、訪日外国人や在留外国人に対する施策立案をテーマにグループワークが行われました。所属団体で実施されている施策をそれぞれ持ち寄り、

それをもとに課題や解決策、そしてより良い施策にするための提案などが議論されました。県職員・市町村職員のそれぞれの視点から様々な意見が出され、非常に白熱した時間になりました。

また、講師からは全国の自治体や民間企業等における外国対応の先進施策や、アメリカと日本の危機管理への意識の違いなど、それぞれの自治体で今後政策を形成していくにあたり参考になる事例などが紹介されました。

本研修を受講した研修生からは、「経済や人口の面において、職員に限らず日本人としてグローバルマインドを養っていくべき時期になってきていることを痛感しました。」「幅広い視点で様々な知識を得ることができました。多文化共生の意味と必要性を感じ業務に生かしたいと思いました。」など、参考になったという意見が多く寄せられました。

本研修で学ぶことのできる、広い視野と多様性への深い理解は、外国対応の場面のみならず、今後各自治体が直面すると思われる様々な問題を解決するための一助になると確信しております。当広域連合では、本研修を来年度も引き続き実施していきます。ぜひ御活用ください。

○カリキュラム

日 程	内 容
1 日目	○地域国際化の現状と分析 ・地域国際化の経緯と現状 ・在留外国人はなぜ増え続けるのか ○国際交流拠点の形成 ・交流拠点形成のための環境づくり ○異文化とのコミュニケーション ・国際化に直面した場合の日本人の問題点 ・日本人の意識構造・価値観 ・食・歴史・宗教と文化の関係

2 日目	○日本と外国の思考技術の違い ・各国が注目する日本の対応 ○世界を理解する能力 ・自己認識・外国の知識・語学能力など共生のための地域国際政策の構築 ・外国籍住民に対する施策・各自治体の取組 ・諸外国における外国籍住民に対する政策 ○地域にマッチした独自の国際政策づくり ・外国籍住民と共生する地域づくり ○まとめ ・多文化共生の地域づくりと自治体の役割
------	---

3 ゲームで学ぶ・自治体経営シミュレーション～公共政策の創造・発展に向けて～（市町村）について

戦後に生まれた団塊の世代が高齢化し、日本の社会構造は大きな変化が起こりつつあります。今後の人口減少社会における『右肩下がり予算』によって生じる問題を認識するとともに、『将来を見据えた事業計画』の必要性を理解することが、これからの市町村の運営にとって必要となっています。

それを理解するための効果的な研修方法として、当広域連合では、『SIM2030』という自治体経営シミュレーションゲームを活用した研修を実施しました。

研修は、9時から16時半の日程で行われ、午前中は講師による講義を行い、午後、グループに分かれ、ゲーム『SIM2030』を実施しました。

午前中の講義は、変わりつつある現状を認識するとともに、これからの公共政策の創造・発展に向けた視野の拡大を目指すため、元東京都副知事を務められた青山侑講師に御登壇を頂きました。

青山講師には、講師が実際に訪れた海外の事例や都庁職員時代の実体験を取り上げながら、今後求められる行政の役割について御講義頂きました。経験豊富で、現在も海外視察など精力的な活動を続けられている青山講師の講義は、研修生の興味を引くと

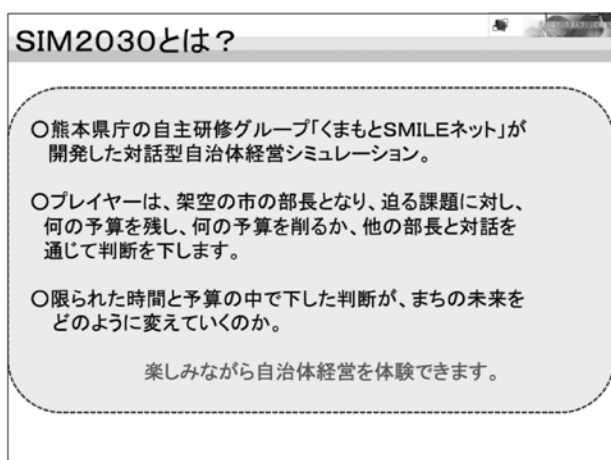
ともに、行政に関する視野を拡大する内容でした。

午後は、自治体経営シミュレーションゲーム「SIM2030」を使ったグループワークを行いました。

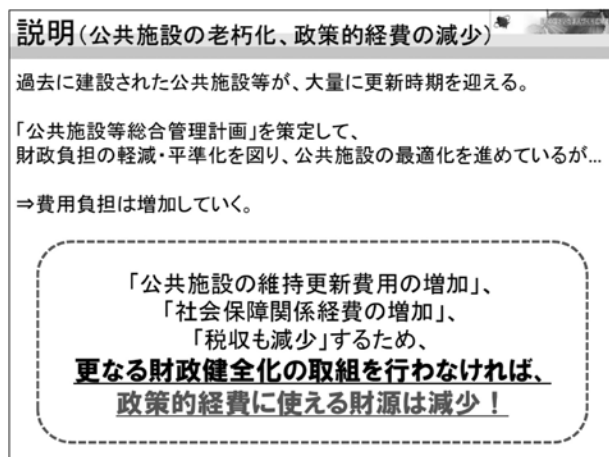
初めて触れるゲームで、最初は手探り状態でしたが、徐々に活発な意見交換が行われ、非常に活気にあふれた研修となりました。自分たちで解決策を考えながら話し合い、取り組んでいくゲームは、一般的な講義やワーク以上の効果が得られるように感じられます。

短時間でのルール・設定の理解に時間がかかる等、今後の研修に向けた課題は見受けられますが、自団体に持ち帰り、研修に活用したいという研修生もあり、研修受講生だけでなく、更なる広がりが期待できる研修となりました。

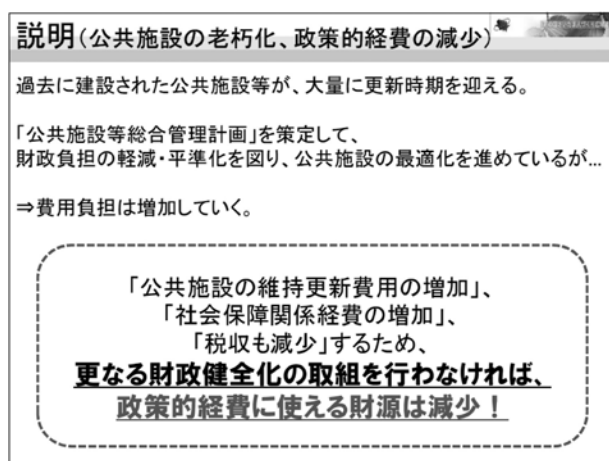
当広域連合では、次年度も引き続き同研修を実施し、これからの公共政策の創造・発展に向けた視野を持つ次代のリーダーを育成し、各団体の躍進の一助となるよう努めてまいります。



研修で使用したスライド①



研修で使用したスライド②



研修で使用したスライド③

○カリキュラム

日 程	内 容
午前	○自治体経営と公共政策 ・自治体経営とは ・公共政策とは ○現代における自治体の重要性 ・時代の変化と行政の役割 ・地方自治の歴史と考え方 ・欧米の自治体と日本の自治体 ○市場化と公共関与の問題 ・相次ぐ市場の失敗 ・市場に対して公共がどう関与するか ○NPM（ニュー・パブリック・マネジメント）とガバナンス ・NPM（新しい行政経営） ・公平性と格差 ・公共政策

	○市民の役割、行政の役割 ・地域ガバナンスとは ・現代社会の諸問題と自治体の役割 ・経済社会のグローバル化と市民や行政の関与
午後	○自治体経営シミュレーションゲーム (SIM2030) ・グループに分かれ、架空の自治体経営を行うシミュレーションゲームを実施 ・演習後、振り返り・まとめ

「産民学官・政策課題共同研究」 ～共に考え、創る。埼玉の未来。～

◆産民学官・政策課題共同研究とは

県・市町村・企業・NPO及び大学等の協働による「政策研究」です。様々な主体が集まり、埼玉の未来を共に考えています。

産民学官それぞれの主体が持つ人材や情報、ノウハウ等を活用、組み合わせ、地域課題の解決に真に役立つ政策提言を行います。（多様な主体の連携による新たな取組や行政の政策立案等を支援します。）

また、研究を通して、企画力や課題解決力等に優れた人材の育成を目指します。

◆政策研究活動の概要

○ 期間

5月～2月（約10か月）

○ 頻度

月1回程度

○ 主なスケジュール

5月 オープニングセミナー（研究会コーディネーターによる講演、第1回研究会）

6月～ 研究活動（グループ討議、フィールドワークなど）

9月～ 中間報告（中間段階での情報提供、意見交換による研究のバージョンアップ）

2月 研究成果発表（政策提言を発表）

◆報告書

彩の国さいたま人づくり広域連合のホームページで、これまでの政策課題共同研究の報告書を公開しています。ぜひご覧ください。

<http://www.hitozukuri.or.jp/jinzai/seisaku/80kenkyu/01/top.htm>

◆平成29年度の研究成果について

各市町村へ意見交換や概要説明に伺います！

平成29年度の研究成果（①持続可能な郊外住環境実現プロジェクト、②公共空間の利活用による地域活性化プロジェクト）について、「意見交換をしたい」「概要を説明してほしい」などご希望がありましたら、下記までお問い合わせください。

彩の国さいたま人づくり広域連合 政策管理部 政策研究担当

TEL：048-664-6685 Mail：jinzai03@hitozukuri.or.jp

◆最近の研究テーマ

- 平成23年度**
- ① 都市部における緑地の保全
 - ② より良い被災者支援のための自治体のあり方
～東日本大震災を受けて～
- 平成24年度**
- ① 歴史的景観を生かした地域の活性化
～粕壁宿を事例として～
 - ② 自治体 I T 戦略
～ SNSによる住民サービスの向上の可能性～
- 平成25年度**
- ① 観光資源としての農業の可能性
～久喜市をフィールドにして～
 - ② 自治体 F M 戦略
～公共施設管理の最適化に向けて～
- 平成26年度**
- ① 地域ブランドプロモーション
～ Road to 2020オリンピック・パラリンピック～
 - ② ビッグデータ・オープンデータ活用戦略
～「宝の山」の活かし方～
- 平成27年度**
- ① 人口減少社会突破戦略
～ 2040年 埼玉県民705万人の安心に向けて～
 - ② 「埼玉県の空き家」の課題パターン抽出とその解決策の提言
- 平成28年度**
- ① 「サステイナブルタウン」を目指して
～超高齢社会の包括的タウンマネジメント～
 - ② 多様な働き方「埼玉スタイル」の推進
- 平成29年度**
- ① 持続可能な郊外住環境実現プロジェクト
～空き家、高齢者、働き方から考える～
 - ② 公共空間の利活用による地域活性化プロジェクト
～公民連携で多様な「場」をつくるには～

「政策研究よろず相談所」をご活用ください！

当広域連合では、県や市町村の政策研究や政策形成研修を総合的に支援するため、「政策研究よろず相談所」を開設しています。

皆さんの政策研究・政策形成研修を広域連合職員があらゆる方向からお手伝いします。

政策研究や政策形成研修のことなら「いつでも」「何でも」「お気軽に」にご相談ください！

◆平成29年度の主な実績

○政策形成研修の企画相談

政策形成研修の立ち上げ支援・講師紹介



「川越市行政課題政策形成研修」(H29.10～)
・立ち上げに当たり、企画内容について助言
・指導講師として芝浦工業大学の長原徹先生を紹介

○講師派遣

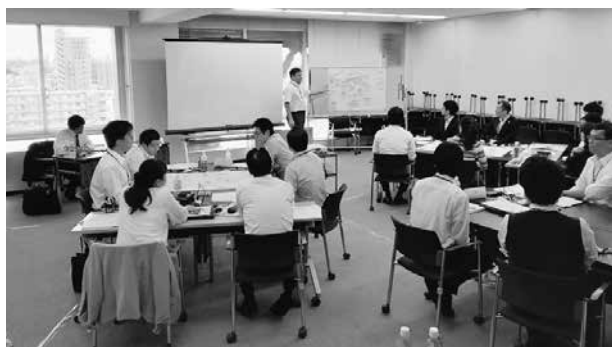
①広域連合職員による講義を実施（半日・2日間コース等）



H29.5.23,25
中級職員研修「行政課題討議」(入間市)



H29.5.30,31
主事研修「問題解決技法」(狭山市)



H29.10.4
行政課題政策形成研修「政策形成講義」(川越市)

②外部講師の派遣

埼玉県西部地域まちづくり協議会が実施する「平成29年度ダイアプラン政策形成研修」へ、有識者講師を派遣

上記のほか、政策研究会の運営相談などについてもご相談をお受けしています！

◆Q&A

Q 相談の申込期限はありますか？

ありません。いつでもご相談ください！

いつでも相談可能ですが、年度末等になると支援が間に合わなくなることもありますので、早めのご相談をお願いいたします。

Q 何が相談できますか？

政策研究や政策形成研修のことなら何でもご相談ください！例えば、次のようなご相談をいただけます。

○職員研修の一環として政策研究グループを立ち上げる予定。どう運用したらよいか？

⇒広域連合で実施している政策課題共同研究の運営ノウハウに基づきアドバイスします。

○新しい政策課題に対処するための勉強会を行いたい。

⇒有識者のご紹介や、共同での企画づくり等をします。

○広域連合の政策課題共同研究の政策提言の具体化に取り組みたい。

⇒政策提言のご紹介や、研究過程で得た人的ネットワークから適切な助言者のご紹介をします。

Q 相談の申し込み手続き等は？

申し込みに手続きはありません。また、支援の内容や進め方は、政策研究担当職員と皆様に相談しながら決定していきます。力を合わせて政策研究(研修)を推進し、地域課題の解決を図っていきましょう！

お問い合わせは、彩の国さいたま人づくり広域連合 政策研究担当まで！

電話：048-664-6685

E-mail：jinzai03@hitozukuri.or.jp

SNSで情報発信しています！

彩の国さいたま人づくり広域連合では、TwitterとFacebookで政策課題共同研究の様子や、職員採用や研修に関する情報などを発信しています。

Twitterの「フォロー」や「リツイート」、Facebookの「いいね！」や「シェア」による皆様の応援をよろしくお願いいたします！

1 政策研究担当

◆発信している情報

- ・産民学官・政策課題共同研究の研究会の様子
- ・各イベント（政策研究交流会や成果発表会）の告知、レポート など

◆Twitter

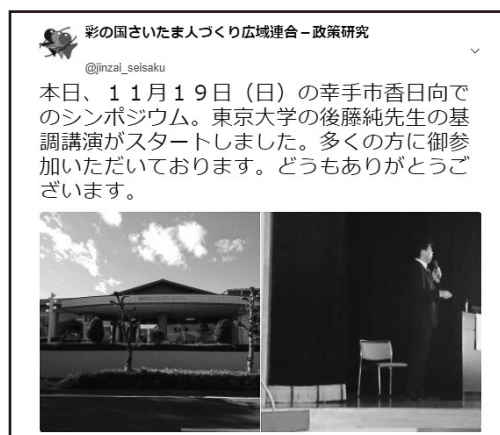
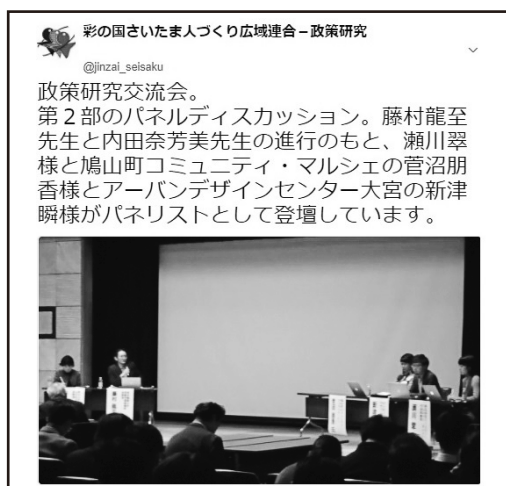
アカウント名：彩の国さいたま人づくり広域連合 政策研究 (@jinzai_seisaku)

【研究会の様子】



このQRコードからアクセスできます

【各イベントのレポート】

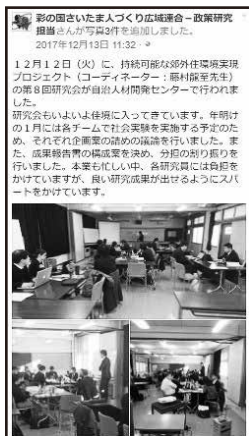


◆Facebook

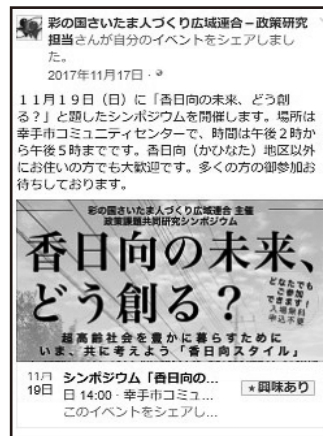
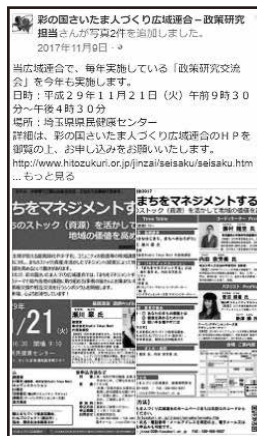
Facebookページ：彩の国さいたま人づくり広域連合－政策研究担当

<https://www.facebook.com/1593552130955555/>

【研究会の様子（詳細）】



【各イベントのお知らせ】



2 人材開発部

◆発信している情報

- 埼玉県内市町村、一部事務組合の採用情報
- 採用合同説明会や採用情報フォーラムの開催情報
- 当広域連合での研修情報

◆Twitter

アカウント名：彩の国さいたま人づくり広域連合－人材開発 (@sai_hitozukuri)

https://twitter.com/sai_hitozukuri



このQRコードから
アクセスできます



あとがき

彩の国さいたま人づくり広域連合政策情報誌「Think-ing」は、県・市町村職員の政策研究成果や政策提言、有識者の寄稿、事例紹介等を掲載することにより、県・市町村職員の政策形成能力の向上を図り、また、各自治体の政策立案を支援することを目的として、平成11年度に発刊しました。

今回も、多くの皆様から論文をお寄せいただき、ありがとうございました。

また、今号のテーマを募集した際に、様々なテーマ案をお寄せいただきました皆様にも、心より感謝申し上げます。

本誌は、来年度も時宜を得たテーマを設定し、発行する予定です。

本誌に対する意見、感想、次号へのアイデア、掲載論文の活用例などを下記メールアドレスまで是非お寄せください。今後の誌面づくりに反映させていただきます。

(彩の国さいたま人づくり広域連合 事務局 政策管理部 政策研究担当)

彩の国さいたま人づくり広域連合政策情報誌

Think - ing 平成 30 年 3 月 第 19 号

編集・発行 彩の国さいたま人づくり広域連合

事務局 政策管理部 政策研究担当

〒331-0804

埼玉県さいたま市北区土呂町 2 - 24 - 1

電話 : 048-664-6685

E-mail : jinzai03@hitozukuri.or.jp

URL <http://www.hitozukuri.or.jp/jinzai/seisaku/seisaku.htm>

※本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

※本誌に掲載されている論文等は、執筆者の知見、自由な発想に基づいて執筆されているものです。



彩の国さいたま人づくり広域連合は、

地方が主役となる分権時代の「人づくり」を目指して、埼玉県と県内全市町村が設立した
地方自治法に基づく「広域連合」（特別地方公共団体）です。

「人材開発事業」「人材交流事業」「人材確保事業」を3本柱として事業を展開しています。