



令和4年10月21日

岩倉市議会

議長 伊藤隆信 様

会派名 創政会

代表者名 須藤智子

全国都市問題会議「個性を活かして『選ばれる』まちづくり
～何度も訪れたい場所になるために～ 報告書

このことについて、下記のとおり実施しましたので報告いたします。

記

- 1 実施日 令和4年10月13（木）～14日（金）
- 2 研修先 出島メッセ長崎（長崎県長崎市）
- 3 出席人数及び氏名

3名	梅村 均	片岡健一郎
	伊藤隆信	

- 4 復命事項

別紙のとおり

【開催期日】 令和4（2022）年10月13日（木）・14日（金）

【場 所】 出島メッセ長崎（長崎県長崎市）

【参加者】 伊藤隆信 梅村均 片岡健一郎

【主な内容】

議題：個性を活かして『選ばれる』まちづくり～何度も訪れたい場所になるために～

基調講演 「民間主導の地域創生の重要性」

講師：（株）ジャパネットHD代表取締役社長兼CEO 高田旭人氏

1 ジャパネットと地域創生

- ・地域創生のきっかけは、J2のVファーレン長崎の再生で100%グループ化したこと。
- ・通信販売のほかに事業体制の一つとしてスポーツ・地域創生事業を展開している。
- ・「見つける」、「磨く」、「伝える」これがジャパネットの仕事のすべてである。
- ・スタジアム建設では、ボランティアではなく事業として持続できるようにしていきたいと考えた。腹をくくった。発信していくことで地域貢献していきたい。
- ・バスケットボールチームも立ち上げた。

2 行政と民間の役割

- ・行政＝公平性：一つだけ突出した競技場やVIPルームなどはつukれないなど。
民間＝幸福の最大化 トータルの量の最大化 VIPルームつくる。
- ・世界のワクワクを長崎へ、スポーツでの声援応援などで盛り上がりをつくりたい。
- ・地方競技場で2万人来場満席にするのはむずかしいかもしれないが工夫次第でできないことはないと考えた。
- ・お金を払ってでも楽しみたい人のVIPルームを民間はつくれる。

3 私たちが目指す長崎スタジアムシティ

- ・この建設、プロジェクトで長崎から出る人を食い止めること。また長崎へ戻ってこれるようなまちをつくること。
- ・選ばれる長崎の強みはあるので、現状をつかむことから始める。
- ・長崎スタジアムシティプロジェクトの概要検討中
 - ・部屋からスタジアムが観れる。ホテル併設のスタジアムである。（例がない）
 - ・試合がない日は子供たちの保育として芝を走らせてもよいのではと考えている。
 - ・アリーナ：335日はイベントをやりたい。1000人でも5000人でも満員感の出せるアリーナづくりをしていく。人数が少ないときはテーブル出してディナーショー形式で行うといったように可変式の会場を考えている。

- ・医療ホテル：医療受けながら旅することができる。
- ・塾：親が待つ時間カフェでくつろいでもらう。帰りに親子で夕食でも食べてもらうのはどうか。平日の昼間はシニア向けに活用したい。
- ・スタジアム：おいしいビールの提供。車の交通量を減らし渋滞緩和にもなる。

VIP ルームの活用→上からベッドが降りてくる。試合がない日はホテルとして活用できる。

荷物の持ち込み制限、入り口にコインロッカーを配置し I C T 連動年間シート購入者へ高速 wifi を提供する。

- ・語学とスポーツを両方学べるスクール：サッカーやバスケットを習いながら英語を学ぶ。楽しく学ぶことができるのがよい。
- ・非稼働日の演出をどうするかがポイント。試合がない日も日常的に活用する。
- ・サッカーやバスケの特集番組をつくる。スタジアム内で放送する。試合直後にやることで帰りの人の集中を分散する。試合だけでなく1日楽しめる場所になる。
- ・スタジアムの空（上）があいているのでジップラインをつくる。（露天風呂諦めてでも）

- ・出庫時間に応じて駐車料金を変更する。

スマホの活用（行政では、スマホ持っていない人がいるからなかなかできないこと）渋滞分散、スタジアム全体を楽しんでもらうように考える。

例えば、試合後1時間で出ると3000円、2時間で2000円、3時間で1000円として滞在してもらう。

- ・オフィス棟：

会議室等の共同利用入居企業方式にして、賃貸料を抑え、貸し主は坪単価を上げることができる。例えば、これまで200坪の会社に対し、150坪できてくれないか。

会議室などは周りの施設を使ってほしいと考える。

- ・長崎大学大学院の誘致

- ・福山雅治氏との取り組みあり

- ・過去の例ではなく、正しいと思ったことをやっていきたい。

- ・この地方創生の取組がうまくいくかどうかわからないが、失敗談も全国に公開していきたい。全国が盛り上がるために。

4 住み続けたくなる地方都市になるために

- ・働き方改革：月水金はノー残業デーとする。勤怠ルールを改善している。18:30以降に残ることを徹底して許さない。仕事の成果が出ないも許さない。そうならないようにアイデアを出し、みんなが考えるようになる。

- ・休日改善：スーパーリフレッシュ休暇を絶対取得する。会社のPCや携帯電話も持

ち帰らせない。抜き打ちで電話かけてチェックしている。

- ・この休日をとることで仕事をしたくなるようだ。
- ・また、個人だけの仕事にならないようになる。上司がしていた仕事が部下がわかることにもなる。
- ・離職率も下がってきた。(以前は高かった)
- ・福利厚生：会社が社員のランチプレゼント。アプリを使って無料で食べれる。
- ・卵子凍結費の補助：最大40万円補助している。社員がこの意味を考えてくれることにつながりよかった。
- ・長崎県の労働生産性は38位である。
- ・断捨離：不要な資産70tの断捨離を実施。
キャビネットのある机を廃棄した。資料をため込まないようにした。→探す時間が減らせた。また、フリーでスク化を実施。
- ・フリーデスク化：手元にデータ置かない。フォルダーに置くこととした。
- ・備品スペースの設置 文具、備品などを部屋の真ん中においた。自宅用で持ち帰らないか心配であったが、禁止の貼り紙をした。(持ち帰ることはないようだ)
- ・個人キャビネットの整理
- ・会議：ノー会議タイムを導入 9～10時、12～14時、18時以降はやらない。
時短の人、時差通勤、お昼休憩後等の理由からこの時間を設定した。
- ・社員は一人もさぼっている人いない。と言われた。しっかり仕事をして報酬や休みの権利を得る意識がついている。

5 全国を盛り上げる地域創生の展開

- ・ジャパネットは全国展開している会社である。
- ・国内クルーズ乗船を販売している。横浜から高知、福岡など1周して戻ってくる。
(ジャパネットのお客様対象)
- ・人が動いてこそ幸せをつくれるのではないか。
- ・今後、いろんな地域との連携とりたい。
- ・難しいと言われていた食品通販に取り組む：
想像以上に反響があった。毎月、地域の名産品が届く頒布会をやっている。現在、15万人の会員がいる。
- ・3月、BS局を立ち上げた。無料で聞ける。263CH
アプリをつくったのでここから見る事が出来る。
お散歩して地域を紹介していくという内容。たまに地域のを販売している。
- ・睡眠研修、禁煙研究、子育てに悩むパパママ研修もやっている。知らない損をなくすようにしたい。

- ・スターフライヤーとの資本業務提携：150人乗りの航空機であるが、機内での販売や旅行パッケージをつくりたい。飛行機で荷物を預けたらホテルにそのまま届いているようなしくみを考えている。機内映像では、離陸前の安全避難の映像をもう少し楽しめるにしたいなどの想いがある。

6 最後に

- ・行政と民間が連携したら地方創生はうまくいく。若手経営者において地方に貢献したい人はいる。盛り上げたい人はいる。ただパワーが持続しないので、行政と連携することで動き出すのではないかと。伝わらない、理解してもらえないなど難しさを感じたことはある。しかしそれは、コミュニケーションの取り方、助け合いの気持ちがいなかったのかもしれない。

主報告

「長崎市の魅力あるまちづくり」～100年にいちどの長崎～

報告者：長崎県長崎市長 田上富久氏

長崎市の概要：人口 399,142 人（R4.9.1 現在）面積 405.86 km²

平地が少ない（80%が5度以上の傾斜あり）

埋め立ててきた街であり、人口密度が減ってきた。130人→70人

交通政策をどうしようなど人が減ってきたことによる課題あり。

- ネットワーク型コンパクトシティを目指すことに。
- ・都心部の機能（都市機能）は落とさないことが大事。
- ・それぞれの地域拠点にも個性があり文化がある。都心部と結んでおくことが大事
- ・長崎駅周辺（陸の玄関）、スタジアムシティ、まちなか（母屋）、松が枝周辺（海の玄関）をポイントにしている。
- ・長崎駅は単なる交通施設だけではなく、夜景にも貢献できるように建設した。
- ・MICE施設：出島メッセ長崎をつくり活用。コロナ禍でお祭りができなかったのここで展示会を行った。長崎くんち展の開催。
- ・訪れる人のためだけでなく市民にも貢献する施設となっている。
- ・政府系の国際会議もできる。
- ・松が枝国際観光船埠頭の拡張：2バース化（2025年完成予定）
- ・長崎の歴史から交流：港があったから、交流しながら歩んできたまちである。
- ・昭和の観光都市から21世紀の交流都市を目指す。学術都市など。
- ・住む人、訪れる人、仕事人（事業者）のみんながWINWINの関係になるように観光まちづくりパートナーDMOと長崎市でとりくむ。民間の手法で、民間の専門家をお願いする。

●まちの価値とは？

・OSの書き換えが必要である。新しいアプリでいろんなことができる。いろんな人、企業、大学が提案できるまちにしていく必要がある。

・まちの価値、魅力を今一度考えてみるとよい。

→母屋の取組＝湯布院のまちづくり（由布市）：

別府温泉が栄えていた頃、湯布院は静かだった。奥別府とまで言われていた。ドイツを見に行き、当時湯布院を研究した人がいて、ドイツのバーデンバイラのようにと文献にあり、そこを視察した。そのまちでは、温泉に浸かって保養をしていた。

静けさに価値があった。高度成長時代に発想するのはむずかしいが、それをつくりあげた。実は良さを持っているのだが、気づいていないものがあるのではないか。

・モナコの例：

→犯罪ゼロのまち：端から端まで2kmしかない。世界三代夜景のまち。たくさんお金持ちが住むのは安全だから。犯罪が起きたら秒単位で封鎖できるようだ。犯罪ゼロの街を目指す。

→F1のまち：こんな狭いところでやるのとみんなが思う。だから来る。近くでみれるのがよい。できないことをやるからそこに価値が生まれる。個性を強みにする。国の面積の小ささはプラスマイナスでなく個性である。

・長崎：小さく、端の県でも一番大陸に近い。時代によって個性が活かせる。

・価値を見つけ、活かすことが大切である。

・「見つける」の取組例：

・長崎市から恐竜の化石を発見。H16発掘 H22公表

恐竜の化石があると思ってるから見つかる（発見者）この意識が大切である。

・恐竜博物館をつくる。できるだけ価値をプラスすることを考えた。

軍艦島がみえるようにガラス張りの壁にした。

オランダの化石（レプリカ）を置いた。つながりがあることがわかる。

子供広場、丘など子供たちが楽しめる空間も併設した。

軍艦島資料館 GAOGAOという飲食施設もつくった。恐竜バーガー（鶏肉をつかったハンバーガー）の開発、販売。

・軍艦島は、みんながみる施設になるとは思っていなかった。世界遺産登録になるなんて。

・長崎さるく：まち歩く。まち中に散らばる魅力を見つける。訪問客がまち全体を楽しむ。コースづくりはするがガイドはしないといていたが、みんなガイドになった。あまりにもおもしろすぎてこれは人に話さずに入られないから。1/3 観光のため、2/3 まちづくりのためにやっている。

はじめは住民のみなさんで実験した。発見があった。3年で訪問客へもステップアップした。この取組は、街の魅力を掘り出す良い方法である。

別府八湯のまち歩きを参考にした。

素通りのまちからストーリーのまちへという言葉がある。長崎S T O R Yで新しい観光まち歩きを行うようになった。

・「価値をみがく」「新しい価値をつくる」の取組例

- ・市に景観専門監制度の導入した。そのミッションは①職員育成②公共デザインの指導と管理である。

(専門監の取組事例)

- ・鍋冠山展望台：展望スペースが狭かったので展望スペースを拡張し、バリアフリー化を行った。夜景がきれいなところであるのを生かした。
- ・出島表門橋の架橋：出島に負担をかけないこと。川に橋脚はNGであったこと。出島より目立たないこと。という3つの制約条件があった。これをクリアして橋をかけることができた。設計を工夫し出島側には橋脚はない。みんなの基金でつくったみんなの橋となった。完成後は、橋ふき（掃除）の市民活動が実施されている。市民で大切にしている。
- ・喫茶アンシャンテ：自分の心と対話する空間にした。自分の内側がみえる。
→遠藤周作文学館「思索空間アンシャンテ」に。

すごく大きな予算をかけてやっているわけではない。工夫をしながら取り組んだもの。

- ・まちぶらプロジェクト：1本の（通りのような）まちに色々な顔（文化、特徴）があり活かしていきたい。

町家の修復：補助金を出して実施。眼鏡橋。

マリア園：この外観をどう残すか検討した結果、ホテルに再生した。外観残したままハイクラスのものにした。再来年開業予定。ホテル開発森トラスト。

- ・高度安全実験施設：2021年7月竣工した。医療関係の大学企業誘致に影響を与えている。
- ・h a f h：旅のサブスク。新しいライフスタイル、宿泊、（若者活動）
- ・さかのうえん：老朽危険空き家を農地に（若者活動）コミュニティも生まれる。

若者中心で地域活性化している。中心人物は市職員である。当時市が募集した人が市役所に就職した背景あり。仕事外の活動として行っている。実現性に疑問の声もあったがやり遂げた。

- ・地域課題が資源になる。と言う発想の転換を。

空き家、空き地（課題 資源）→若者の住まいやコミュニティになる。地域活性化に貢献している取組となっている。

- ・価値に気づくために交流は欠かせない。
- ・風の人（外に出た人）と土の人（ずっと住んでいる人）が合わさって交流することで知恵、ネットワークを加えることが重要である。
- ・ここにしかないちょうど良さで考える長崎ライフを創り出していきたい。
- ・選ばれる21世紀の交流都市へ、交流により栄えるまちになるには、天（時代の流れ）、土地の利、歴史文化、人の和がポイントである。

一般報告 「何度も訪れたいくなる場所 都市の新たな魅力と関係人口」

島根県立大学地域政策学部准教授 田中輝美氏

1 何度も人が訪れている事例

① もちがせ週末住人の家（鳥取市用瀬町）

- ・空き家を使ってゲストハウスの運営
- ・週末になると学生や若手社会人が通いコミュニティメンバーとなる。

週末住人's = 120人

- ・住民との交流を楽しんでいる。鍋を囲む。地方同士が人口を奪い合っているは仕方がない。地方どうしシェアしていこうというのが若者の考え。

② 草刈応援隊（島根県雲南市）

- ・年に3回定期的に50人が通ってくる。若い世代。松江市や県外から。
- ・50人で一斉に草刈りする。きれいになる。その後一緒に米を食べたり、食事するのが楽しい。汗をかいたあとの食事が楽しい。コロナ禍でも対策するから行きたいと言って行っている。迎える方も若い人が来てくれるおかげでモチベーションがあがった。

③ 舞台は過疎の最先端（島根県邑南町） 天空の駅があるところ

- ・人口80%減、高齢化率56%
- ・天空の駅、廃除になるかもというところからライトアップ、イルミネーションを実施したところ、人が通ってくるようになった。通って来る人が準備、片づけまでしてくれる。稲穂のイルミネーションとともに。INAKAイルミの運営。
- ・宇都井駅を中心としたイベントが多彩に。流しそうめんなど竹を切り出すところから実施している。ばかばかしいことを一生懸命にやるのがよい。
- ・今では関係人口の聖地に。廃線後のトロッコ運行までである。

2 関係人口 これからを考えるヒント

① 名前が覚えられる規模（量より質）の人数での実施。→また来ようとなる。

② 準備から片づけ、打ち上げまで一緒に行く。（脱お客様は神様）

③ 住民の思いや背景も伝える。(ストーリー化が必要)

なぜここで米を作り続けるのかなどストーリーを伝えることで、通って手伝ってくれるもの。単純労働型の忝意分けではなく、その意義に協力する、共感してやってくれている。役に立っていることが感じれるからやる。

(このようになるための背景にある2つの変化)

①地域の変化：人が減ったことで開放性を持つ。素直に喜んで受け入れる。

+

②若い世代の変化：つながりに関心を持つ。大きいこと、成長という概念よりもつながりに関心あり。

この二つの変化によって、新しい潮流が生まれている。

- ・東京で起こっているふるさと難民が発生している
 - ・近所に顔見知りがない。愛着がもてない。
 - ・ふるさとがほしい。
 - ・ふるさと＝つながりに憧れがある。お帰りただいま！みたいなもの。

◎つながりこそ価値であり資源である。

第一世代：自由を求めて地方から都市へと流出した。

ふるさと難民：自由すぎてつながりがない。ふるさと＝つながりに憧れる。

さらに次世代：地域資源を活かした持続可能性や循環を大切にする。

- ・人口66万人と1300万人、どちらがうらやましいか。
→1/66万人と1/1300万人として考えると、大東京では自分の存在、役割が薄く寂しくなる。INAKAの方が存在感を感じれるのではないか。
- ・ふるさと難民の行動としては、休学して半年や1年地域インターンへ。旅と移住の間がよい。旅は物足りない移住はちょっと大きいという考え。関係人口になる。
- ・双方の課題としては、都市では、つながりの喪失、地方では、担い手不足、地域づくりの担い手がほしいという課題がある。お互いがWINWINになるように築く。
- ・人口減少時代の到来が到来している。毎年60－80万人減少している。社会の担い手は減る。
- ・短期的に来る＝交流観光、長期的に住む＝移住定住といった2つの選択肢しかなかった。この間の関係人口＝継続的に関わる人 に着目している。
- ・繰り広げられる移住定住合戦は、誰かが勝ち、誰かが負けるゼロサムゲームに。固定的に考えなくていい、人生やキャリアに応じて可変的に考える。
- ・地域での交流疲れがおこった。おもてなしの連続に疲れて、活動を終えるパターン。
- ・観光交流、消費活動において、観光以上定住未満＝関係人口が第3の柱になる。
- ・関係人口、交流人口との違いは、お客様ではなく地域の担い手が関係人口である。

例) トロッコ列車のお客は交流人口、トロッコ列車の運営のお手伝いする人が関係人口。

- ・ 関係人口の意義は、どの組織でも増やせて過剰に奪い合わなくてよいこと。限られた担い手を共有（シェア）する考え方である。
- ・ 関係人口の関わりのパターンとしては、買う（応援消費）、アンテナショップや地域食材を使っている飲食店に行く、ふるさと納税、クラウドファンディングなど
- ・ おてつたび（全国各地）：一緒に汗を流そう。これをサービス化したもの
- ・ 空き家リノベーション（スキルも磨く）
- ・ リトルフクオカ（東京でフクオカ）
- ・ 難しく考えずにやりたい人がつながりを作っていくでよいのでは。
- ・ 人口が減る中で考えていく。残念ながら人口は増えない。
- ・ よそ者に何ができるか：
 - ① 地域の再発見効果②誇りの醸成効果③知識移転効果④地域の変容を促進⑤しがらみのない立場からの問題解決
- ・ 関係人口の候補者（予備軍）としては、ゼロから無理やり創出しなくてよい。
 - ①地域に関わりたい都市の若者②生まれ育った出身者③転勤や進学で住んだ人たち④繰り返し訪れるリピーター⑤過去のイベントで関わった人つながりこそが資源
- ・ 関係人口が生まれる新しいインフラとして、関係案内所、ゲストハウス、カフェ小ワーキングスペース、シェアハウス、シェアオフィスがある。
- ・ 必要な機能として、
 - ・ 関係案内人を中心としたコミュニティがあるとよい。
 - ・ 公共交通機関（特に鉄道）は必要なものである。※インバウンド、若者にとって車を持つ若者が減っている。若者はバスは乗りにくいと感じている。インバウンドも考えると鉄道大切である。
 - ・ 最低限のインターネット環境 wifi とコーヒーがあれば若者は来る。
- ・ コロナ時代だからこそ大切にしたいこと：
 - ①とりあえずの関係人口は避ける。地元の人にも失礼。
 - * アプローチの仕方はこれだけではない、無理にやることはない。
 - ②近く（県内、市内）の関係人口に目を向ける
 - ③通う以外の関わり方も実験してみる。
 - 通うのが難しければ通わなくても関わられるような方法も検討してみる
- ・ 地域（都市＝個性）ってなんだろう？：それは人の集合体である。楽しく魅力的な人が多ければそれは美しく魅力的な地域であり個性となる。

- ・「時代は変わった」：つながりがほしい、地域と関わりたいと言う人たちがいる。活かすか活かさないか、それは地域次第である。
*六本木に行って・・・の嗜好の人はいなくなった。たまにはいるけど。
- ・若者は、お金があるより、つながりがある方がこれからは生きていけると考えているのではないか。
- ・野球で言うなら、関係人口は助っ人外国人である。関係人口を考えるポイントは、
①弱いところはを考える。(投手力 打撃 守備 → 農業? 観光?)
② どう補強する (トレード 外国 育成)
③ どうやった呼べる (年棒 モノ あなたの役割があるで説得)
一緒にチームをつくってこそシビックプライドが醸成される。

一般報告 「ビジョンを活かしたまちづくり」～『選ばれる山形市』を目指して～

山形県山形市長 佐藤孝弘氏

(取組の特徴)

- ①他にはない町の魅力を磨いて発信している。
- ②それを加速するための市としてのビジョンを内外に示した上で具体的な施策を打ち出している。
- ③ビジョンと具体的な施策のリンクに徹底してこだわっている。

(山形市の概要、特徴、取組事例) 人口 247,590 人 (R2 国勢調査)

- ・医療資源がある①3つの公立の総合病院が立地している。②山形大学医学部、東日本重粒子センターがある。ガン患部への照射治療の先端技術。③健康医療の充実、豊かな自然と安心安全の食材、温泉がある。
- ・文化・芸術：山形交響楽団は東北でもっとも古い。50年経過。全国6位（1位はNHK交響楽団）

山形国際ドキュメンタリー映画祭の開催は、継続する事が難しいが続いている。アメリカアカデミー賞の認定あり。

東北芸術工科大学とリノベーションまちづくり。

舞子、料亭文化や伝統工芸（仏壇、うちものはもの 桐箱など）

全国各地より茶道愛好家が集まる鈍翁茶会の開催。

2017年ユネスコ創造都市ネットワーク加盟認定

- ・山形市の2大ビジョン：「健康慰労先進都市」、「文化創造都市」を位置づけて、選ばれる山形市に向けて外に発信していく。
- ・健康医療先進都市の具体化：①市立病院済生館の充実と山形大学医学部との連携

②健康については、市民の健康寿命の延伸が最大の課題。「歩くこと」とそれを補完する公共交通の充実をまちづくりの中心にしている。

中核市になって保健所をもつことになった。所長、副所長にお医者さんを充てた。

健康ポイント事業 SUKUSK の実施→楽しみながら歩く

ウォークアブル推進都市に参画。中心市街地での歩行者空間滞在空間づくり

- ・歴史資産：山形五堰がある。長らくフタをされてきた。そのひとつの御殿堰を活かしていきたい。堰沿いを歩ける魅力的なまちにしていきたい（超長期的）
こうしたものは、市がビジョンを出すことで民間事業者が協力してくれる。区画整理の手法で今取り組んでいる。
- ・冬期間でも安全・快適に歩行できるよう消雪道路の整備
- ・地下水はある程度掘ると 14 度という絶妙な温度がでる。冬は溶かす夏は冷やす。
- ・冬に子供を遊ばせる、自由に遊ばせる施設がなかった。シェルターインクルーシブプレイスコパルの建設。車いすのまま乗れるブランコなど障害ありなし分けへ立てなく遊べる施設。
- ・新しい地域公共交通計画をつくった。山形と蔵王の間に新駅の計画や山形駅周辺に循環バスを走らせる。東西南北にぐるりんばすがある。
- ・電動シェアサイクルの導入 r4.10。ポートからポートの乗り入れ自由。学生も気軽に使えるものとなっている。
- ・車の便利さから乗り換えてもらうには、徹底してやらないと簡単には変わらないのではないか。
- ・「文化創造都市」の具体化として、市民の更なる参加・共有をはかる。
 - ・山形市文化創造都市推進条例（R4.4）の制定
 - ・まちのあちらこちらに・・・
 - ・やまがたクリエイティブシティセンター（昭和 2 年 2 月に作られた学校をずっと歴史的に保存してきたが、活用することにした。文化創造都市の拠点とした。様々な企業、アーティストが入居している。イベント、マルシェなどしていく。カフェ洋菓子、美容室、彫刻アトリエ、海外から人を呼ぶ旅行会社、ギャラリーなど入居している。
 - ・やまがた秋の芸術祭では、ストリートピアノやアンサンブルコンサートの開催
 - ・学生にもっと中心市街地に住んでもらいたいことから、準学生寮プロジェクト「やまがたクラス」シェアハウスをどんどん増やしている。
 - ・アーティストインレジデンス：アーティストが山形に移住して活動してもらっている。中心市街地のシャッターに絵を描いている。蔵王温泉では壁画を描いてもらった。

◎ビジョンを掲げた上でそれを具体化する事業・政策を次々と展開している。
それに呼応して市民、企業などがその方向性に合致する取り組みを始め、全体としてまちの個性がより濃くなる。まちづくりの共通言語としてのビジョンの重要性である。

- ・ 市政懇談会（毎年30カ所）や経済団体会議での講話などでビジョンを伝えている。丁寧に説明している。かなりやらないと浸透しない。
- ・ 職員1500人研修を実施した。市長やゲスト講師の話。職員どおしでも。（1500人を4回に分けて実施。市長等は4回出席して同じ話をする）

一般報告 「『交流の産業化』を支える景観まちづくり」

～長崎市景観専門監の取り組み～

報告者：一般社団法人地域力創造デザインセンター代表理事 高尾忠志氏

- ・ 一人官産学の取組みであるかのよう。
- ・ マズローの欲求段階説：自己実現、承認、社会的
安全、生理的の昔はこの2つでよかった。今はこの3つの欲求を満たす必要がある。
選ばれるまちになるためにも。
- ・ オリジンをオリジナリティへ：交流を産業化していくこと。交流で食べていけるようにするのがミッションであった。その場所に行かないと教授できない価値が重要である。それがどうかで選ばれる地域に。
- ・ 9年半でこれまで100以上の事業を監修してきた。どこの部局にも属さない。庁内横断的に関わる。現場に行き、同じものを見ながら一緒に考えることをしてきた。決められた予算と工期で行うこととしている。どうしても妥協できない点はある。

（事例紹介）

- ①平和公園爆心地ゾーンエントランス改修：→つながりが悪く一体的なものにしたい。
また、エントランスには滞留空間が必要だった。交差点を修学旅行性が1回で渡れないため。メタセコイヤの木を伐る案がつけられたが、当時の公園ビジョンが見つかり、シークエンス効果や聖地へのゲート性が考えられ、防音やメタセコイヤの木を植樹したという経過があった。この想いをどうするかである。もし初めから今回の土地があったら当時はどうしていたかを考え、30回ぐらい打ち合わせした。結果、メタセコイヤの木は残した。
- ・ 職員研修として、専門監と一緒に仕事をした感想を職員の前ではなす機会を設けた。
- ・ 予算がないコスモス畑を作る相談をうけることになった。小さいの作っても見栄え悪いとアドバイスした。でも予算はない。職員は考え、学童クラブに種を植えるイ

ベントをもちかけ、協力してもらい、予算を抑えてそ作ることができた。

②鍋冠山公園展望台のリニューアル：

- ・目的意識の限定化は職員の悪い癖である。バリアフリーだから、とにかくスロープを作ればよいと考えている。この公園に市民が行って本当に楽しいのかを考えることが重要である。→様々な名所が見えるようにした。
- ・現場をよく観察すること→良いところを見つけること→それを具現化する。
- ・バリアフリー導線を特別にしない。みんなと一緒に移動できるように。メイン導線とした。
- ・私の風景が集まるとみんなの風景となる。

③稲佐山山頂の電波塔ライトアップ：

- ・商工会が実施したライトアップがよかったので行政が取り上げ持続化することにした。ただのライトアップでなく、この山に来て、みんながライトを照らせるような取組にしてはどうか。時報を知らせるために行ってはどうか。季節によって色が変わる。長崎の祭事によって色を変える。市民にとってのふるさとの風景になっていくようにと考えた。300万円から400万円の小さな事業であった。全体を変える事業はなかなかできないが、部分を変えていく事業になることが多い。部分を変えていくことで全体がどう変わるかを考えていくとよい。
- ・昼の光はおテントウさまが決めるけど、夜の光は人が決めれる。
- ・眼鏡橋や平和祈念像では、それらがぼんやりとみえる程度であった。また、街路灯が目立っていた。→対象物がその大切な部分が照らされるようにしたり、稲佐山のライトアップと併せて効果のあるライトアップとなった。

④長崎駅周辺整備事業：

- ・駅は地域の玄関口である。鉄道会社任せにせず、自治体や地域が考えること。
- ・長崎駅周辺まちづくり推進協議会の設立。実証実験などマネジメントの役割も
- ・出島メッセの屋上でイベントができるようにした。稲佐山をバックにした龍踊はここでしかみれない風景である。それを創り出した。

◎これまで、生活基盤と生産基盤に都市財政を投資していればよかった。

今後は、環境的資本、そこにいかないと手に入らないこと。生態系、景観、社会関係資本、つながり、信頼関係、ネットワーク、人的資本。人が持つ能力。一人一人が力を発揮する社会、これらが市民の幸福になっていく

※景観専門監とは、

インハウススーパーバイザーのようなもの。職員に伴奏する家庭教師のようなもの。

地域づくりの要は自治体職員である。やりがいのある仕事を

パネルディスカッション 「『選ばれる』まちづくりに向けた都市自治体のアプローチ」

コーディネーター：東京都立大学法学部教授 大杉 寛氏

パネリスト：ゆとり研究所所長 野口智子氏

山梨大学生命環境学部教授 田中 敦氏

NPO法人長崎コンプラドール理事長 桐野耕一氏

岐阜県飛騨市長 都竹淳也氏

兵庫県伊丹市長 藤原保幸氏

(昨日の内容や取り組んでいる事について)

大杉) ひとが動くことで幸せがつくられるという意見があった。①人の移動と
②コミットしていくことである。人は幸せを得るために積極的にコミットしていく、
活動していくことではないかと感じた。③誰かがひとりではなく、シェアしていく。
そのときの行政の役割は、訪れる人のための幸せのためにもコミットしていくこと。

野口) 成功事例が紹介されたが、現場はそんなにうまくいくことばかりではない。合
意形成できない、ひとりでしゃべりまくることもある。

人を人で磨くこと。自分自身を磨くこと。を考えており、サロンの開催をしている。

サロンの開催について、市役所の会議室での開催はよくない。アイデアがでにくい。

伝統野菜を使っの料理を行っている。

知ってるようで知らない人とつながる。かけ算でまちづくりの取組効果が出てくる。

紀ノ川フルーツツーリズム博覧会というものがある。

フルーツがテーマで自分自身ができることを考えた。

お菓子ができた、お菓子を使ってお茶会の開催(フルーツ流派の誕生)に繋がる。

お弁当やポン酢づくりにも発展した。

農家が春に枯れ枝を燃やす習慣があった。→やきいもやってイベントにする。

田中) ワークーションの意味の拡張と変異

ワーク+バケーションで休みが取れない人が仕事もちょっとしながら休むことから
アメリカで生まれたもの。国内ワークーション事業は拡大が続く。

休暇の分散化と新しい旅行スタイルの普及が見られる。

ワークーションには地域課題解決型になる例も考えられている。

N T T : 勤務場所は自宅出勤は出張扱いの新ルールができている。

大杉) ワークーションについて悩むのは、言葉の意味が違ったり変遷してきているこ
とが影響しているかもしれない。

桐野)「長崎さるく」

長崎さるくをなぜやったか？92年旅博覧会では多くのお客が来ていたが、それ以降は下降していった。危機感が生まれた。市民の基幹産業観光がこのままではまずい。2003年から始めたが、お金がなかったため、人を呼ぶ方法としてただ長崎市民が自慢をしていく、それをまちを使って行う、それが長崎さるくであり、それを博覧会にした。誰がやるの？となったが、市民でしょ。市民がやるのは、危険な賭けでもあるが、お金にはならないけど心意気にかけて。過去の歴史からまちの人と交流していく遺伝子をもっていかもしれない。まちに来た人をただただおもてなししよう。暮らし営みのあるところを案内するとして実施。

自分たちも驚くほどの成果があった。人は以外と青っぽい。自分たちが自分たちのまちを振り返る機会となった。ガイドは普通の市民がやった。認定をしていった。そのガイドが長崎自慢を徹底的にやった。我が町の良さに気づく。暮らしの良さに気づく。

今、全国300カ所以上で行われている「まち歩き」であるが、「まち歩き」はまちを見つめ直すことになる。市民は何かまちに関わりたいという気持ちがある。何をしてもよいかわからないだけである。長崎市民3万人がこのさるくに関わった。10人に一人の計算になる。後になって市民が関わるまちづくりであることに気づいた。「まち歩き」はまちづくり。何かまちの役に立ったことに後で気づいた。まちそのものがパビリオンとなり、モノをつくらなかったのがよかった。人は残った。ずっと続けていくことができる。さるくからまちぶらへ

大杉) 気づきを交換することが良いことと思う。

都竹)

- ・今増えている自治体であっても今後は減っていく。我が町を「人口減少先進地」と捉えた。
- ・映画の聖地となったが交流する手段がなかった。
- ・映画の聖地がきっかけで、多くの市のイベントを手伝ってくれる県外の人が3人いて、一人は移住することになった。
- ・飛騨市ファンクラブは5年半経ち、10183人の会員数である。
- ・ふるさと会員と〇〇会員があり、飛騨牛がもらえる？。
- ・ファンの集い「お出かけファンクラブ」を開催した。開催はみなさんが10人など一定数そろって飲み会を開けば、市長たちが飛騨牛と酒をもって伺うとした。会場設営の負担などお互いに負担が重くならない手法である。
- ・「クーポンの発行」

- ・飛騨市にお手伝いに来てくれるようになった。ホームページ上にマッチングで助けに来てもらうことを公表した。
→「ヒダスケ」2020年4月から開始：参加したら特典もある。年間170万の予算
例) 稲刈り体験、保護猫の活動、環境保全作業などあり
石積補修作業や草刈りで延べ189名の参加があった。
- ・MYみょうが畑の取組 *桜でできないか岩倉市
- ・関係人の多くは移住しないというデータがある。移住対策を取るの間違い。
「うれしい」、「たのしい」、「おもしろい」の追求が関係人口づくりのポイント

藤原)

- ・伊丹市：清酒発祥の地
- ・人口は減ってもまちの元気活力をどう続けていくかを考えていかなければならない。
- ・伊丹市を愛している著名人を活用して良さを宣伝してもらう。→伊丹大使制度
田中将大、坂本勇人、南野陽子など声をかけて引き受けてもらった。有村架純にも。
花村想太(ダンス)を若い世代は知っている。この人の等身大パネルを作っておいたら、写真を撮りたいと人が訪れた。*若者に来てもらうには若者に有名な人にPRを頼むとよいのでは。
- ・市役所で委嘱するとき踊ってくれて、それをユーチューブで流したら反響があった。
イメージ戦略、PR戦略が必要である。
- ・日本最古の酒蔵がある。国指定重要文化財となっている。

(これまでの発言に対してや補足事項について)

野口) 現実には、来てくれる人はいい人ばかりではない。迎える側も人情があってよい人ばかりではない。そこは注意が必要。ある例では、参加者が一人演説して、会議が進まない。あの人がいるのでつまらないということも。誰が来てもよいわけではない。また、行政は世話をしすぎないこと。よい黒子になればよい。よい関係づくりのためやらなければならないことはある。

田中) ワークーションづくりには、移動しながらのコミュニティもある。回遊している人もいるので、停留所的な受け止め方も大事である。

徳島県美馬市：泊まれる工場

山梨県：週末は山梨にであったが、週中も来てもらうように企業のサテライトオフィスを誘致。

富士吉田市：まち中のカフェにサテライトオフィス。「まちじゅうサテライトおふ

いす」の取組

- ・補助金が一緒になっている。総合的な政策としての実施が必要。事業をくっつけて総合的に取り組むとよい。
- ・今後、デジタルノマドは35億人に。

桐野) まちづくりは他の事例のマネをすることも大事。外側の視点をみて自分たちのまちを考えることが大事

- ・自分のまちに来てと思うなら自分たちも出かけよう。出会った人のまちを訪ねてみてはどうか。全国に友人がたくさんできる。これが関係人口ではないか。
- ・食べに行きたい、見に行きたいもあるが、最終的には人に会いに行くということになるのではないか。
- ・コンプドール：外国と日本の間を取り持つこと。ポルトガル語でコンプドール。私たちが仲介人になればと思いこの名称にした。

都竹) ファンの集いの失敗：アンケートで二度とこないというものもあり。たくさん申し込みがあって定数以上の60人を入れた。食べれないもあったが、不満の原因は人と話ができないことだった。そこで、交流タイむをいれた。人と話す機会をつくったらほぼ良いアンケート結果の5点回答になった。人の交流を求めて来ていることがわかった。関係人口、ファンづくりのポイントはいろんな人と交流ができること、話ができること。

藤原) 伊丹市新庁舎の特徴：世界的建築家隈研吾氏による設計であること。西日本初の大規模ZEB庁舎であること。市民サービスのデジタル化。

フリーデスクを採用、使用エネルギー減らす、楽しめる空間など

野口) 迎える側の体制づくり：いつまでに誰がどうやるのかを決める。みんなの前で。

そうすると具体的に動く。結果をみんなで見れる。

訪れた側も、多少汗をかいて、つらい思いをして、その土地で育って（成長して）帰っていく。お互いに育っていく関係になれるとよい。

都竹) まちの中でもお互いに知り合っていないという課題はある。

空き家を改修して交流結節点をつくっている。外から来なくてもまちの中でも気づきはある。行政の目線で上から言うことはよくない。悪いところをあげつらっても役に立たない。良いところを見つけて言っていくことで成長するのがよい。

藤原) 地域づくりは女性、自営業、農業者が担ってきたが、賄いきれなくなってきた。

自治会活動の集金などはやりたくないという声もよくある。若い人がシビックプライドを持って参加してくれる環境づくりが必要。また、事務負担をかけないような工夫が必要である。地域活動のデジタル化で LINE の情報交換などやっている。デジタル化をうまく活用して住民活動をよい方向にもっていきたい。

(質疑応答)

越谷市議会議員) 派手な名物はない。愛着はあると思うが どうしたらよいか。

桐野) ださい、だって埼玉と言われてますが、自分たちのまちをどうやって魅力をつくるかのとき、まちは誰のものかを考える。自分たちのものであることを取り戻すとして「長崎さるく」をやった。自分たちで楽しもう。外国人居留地に住んでいるが、居留地祭りをやっている。今は地元で運営している祭りとなっているし、若い人たちがチャレンジの場所として何かやろうとなってきた。どこにでも、何か歴史はある。費用対効果がないからやめるという話もあったが、それならグッズをつくろうかなどアイデアを出してやってきた。若い人と地域の人をつなぐ役目を中堅年齢世代はやってあげれるとよい。まちを取り戻すことに気づくことが第1歩である。

新座市議会議員) 田辺聖子を大使にしたときの詳細は。

藤原) まちの歴史を調べPRできることを見つけ、大使に任命した。

まずリストアップをする。マークしてその人が何をしてきた、している人か調べる。

伊丹との関わりを調べる。会う機会があったとき話をした。声かけもしてもらったからできた。名前を挙げるとほとんどの人がわかる人をお願いした。いろんな情報をかき集めること、候補をつくっておいて、ブレイクしたときをお願いする。

銀しゃり・・・も。

大杉) 伊丹市には、よい図書館もあるが。

藤原) 文化を大切にした図書館である。文献も多くあった背景もある。市民による運営協議会もつくった。田辺聖子を名誉館長にした。

岩倉市議会議員) 一生に一度は行ってみたいという考えもあるが、今回なぜ、何度も訪れたいとしているのか。

都竹) これまでの観光との概念はちがうもの。また、良ければ何度も行きたくなる。

それだけ自己の満足も高くなると考え、そんなまちを目指したいところである。

(補足)

大杉) 職員は、公平性を堂々と言えると良い。現在のみならず、過去や未来のに向けての公平性も考えていかなければならない。

【所感】

今回、「個性を活かした選ばれるまちづくり」について、複数の取組事例をお聞きすることができ、考える機会となりました。また、選ばれる魅力を考える上では、様々な視点での考察が必要になり、例えば「にぎわい」が魅力になることもあれば、「何もない静かなところ」でも魅力になりえることを学びました。何もない静かな場所では、自分を見つめ直す心の場所として捉えれば、そのまちの魅力になるというものです。

本市において選ばれるまちの要素を考えてみると、一例として、コンパクトな面積、交通・移動の利便性、五条川と桜並木の誇れる環境などがあげられます。選ばれるための要素をいくつか挙げ、精査した上で、それらを磨き、発信していくことが必要であると感じました。

さて、将来に向け人口が減少していく中、こうした魅力を基に人口対策も考えていく必要があります。今回の議題では移住・定住での人口増加策というよりも、次の柱として「関係人口」をいかに増やすかという内容でありました。この先、今増えている自治体でも人口は減少していく、そうした前提に立って政策を講じていく必要があるとのことで共感したところです。

関係人口が本当に住民に受け入れられるものだろうか、市税のしくみからどうだろうかという疑問は少々ありますが、人口減少社会の中で、自治体間の人口の奪いあいではなく、人口をシェアする考えに基づくものであることには良さを感じます。また、その地域の課題解決につながるような関係人口の増加であれば、有効な対策の一つになるのかと思います。関係を築くためには、一定の日数訪れてもらうことが必要であると思うので、そのしくみづくりも考えていきたいところです。

関係人口増加策を考えるにあたり、そもそも住民に地元への想い（ストーリー）がなければ始まらないことを感じました。その上で、訪れてくれる人への特典や動機づくりなど仕組みを考えていかなければなりません。特典といっても、過剰なおもてなしをするわけではなく、予算やこれからの若者志向の面からも「気持ちの面で役立ち感や生きがい得られるような特典」を考えていく必要があると事例から感じました。

旅は、モノやコトに対する満足感を味わうものでもありますが、1番は人と交流するためのものであるという意見がありました。人は移動することで幸せになるという意見も印象的でした。既に、地域の課題解決のためにその地を訪れる人が存在しているとのことでもあり、受け入れ自治体は、従来の観光のようなおもてなしを考えるの

ではなく、一緒に汗をかいて、課題解決の役立ち感やその土地の人と交流した充足感を共感できるようなしくみをつくる必要があると感じました。

その他、選ばれるまちづくりには、民間の力が必要であることも改めて感じました。選ばれるためには、魅力が必要であり、魅力づくりにおいては、突出したものが必要になる場合もあります。行政には公平性の観点があることから取り組みやすく、民間の方が長けているのではないかという考えです。

様々な考え方、取組事例が紹介され参考になったものはいくつかありますが、本市が選ばれるまちになれるかどうかという視点を持ち、引き続き、行政によるまちづくり政策をチェックしていきたいと思います。