

R 2 - 3 S

Regional Regeneration
by 3-Sectors

3セクター協働の地域活性化
教育プログラム

地域活性化

ニューズレター
No. 0



サンアントニオのリバーウォーク 撮影 明石芳彦

GSCC 大阪市立大学大学院
創造都市研究科

CONTENTS

00. プロジェクトにあたって

— 中本悟 (大阪市立大学大学院創造都市研究科次期研究科長)

01. 対談：行政×市民セクター×ビジネスの協働にむかって

— 明石芳彦 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授)

× 柏木宏 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授)

× 永田潤子 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻准教授)

02. 国際的な地域活性化事例をたずねて

— コーディネート：中本悟 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授)

+ 明石芳彦 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授)

2-1. 「マキラドーラと双子都市」 中本悟

2-2. 「シアトル」 明石芳彦

2-3. 「サンディエゴ」 明石芳彦

2-4. 「オースティン」 明石芳彦

2-5. 「サンアントニオ」 明石芳彦

03. GISと地域活性化／地域分析

— コーディネート：ベンカティッシュ・ラガワン (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市情報学専攻教授) + 永田好克 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市情報学専攻准教授)

3-1. 「GISと地域活性化—FOSS4G」 ベンカティッシュ・ラガワン・林博文 (創造都市研究科客員研究員)

3-2. 「GISと地域分析：開拓農村の発展をGISを通じて考察する—タイ東北部」 永田好克

04. 地域活性化のニューウェーブ！

4-1. 「梅酒文化による地域活性の事例を目指して」 上田久雄 (有限会社上田取締役)

4-2. 「『創造的企業経営』と美しいまちづくり—小布施堂と小布施町—」

山村和宏 (株式会社創造と協働のまちづくり研究所代表取締役)

4-3. 「ニューツーリズムによる地域活性化—「香」ツーリズムに動き出した淡路島」

渡邊公章 (大阪国際大学)

4-4. 「廃校利用による地域活性化」 白田利之 (大阪市建設局)

4-5. 「眺望と博物館による地域活性化—尾道」 吉川浩・稲田全示 (尾道大学)

4-6. 「観光のバリアフリー化と地域活性化」 中子富貴子 (創造都市研究科博士課程)

4-7. 「(非営利) 社会的企業評価への新しいアプローチ」 中野洋 (中野洋税理士事務所所長)

00. プロジェクトにあたって

— 中本悟 (大阪市立大学大学院創造都市研究科次期研究科長)

日頃は、大阪市立大学大学院創造都市研究科の研究・教育事業に多大なご支援賜り深く感謝申し上げます。

当研究科は、公立大学の使命の一つとして、21世紀型都市再生モデルである創造都市・創造的な経済社会の構築や国内外の地域活性化等の研究を目的として設立された大規模な社会人向けの大学院であり、2003 (平成15) 年より開設の修士課程、2005 (平成17) 年開設の博士後期課程合わせて、毎年120名を超える社会人の方々が各方面から入学し、2009 (平成21) 年までに約1000人が都市ビジネス、都市政策、都市情報学等の視点から研究を重ね、すでに600人以上の課程修了者を送りだしてきました。

研究科のこのような性格から各種プロジェクトを実施し、特に2004 (平成16) 年にはじまった研究科の重点研究『創造都市を創造する』プロジェクトでは、実態調査や関係機関等との共同による国際シンポジウムや各種の出版事業を行ってまいりました。

さらに昨年2009 (平成21) 年からは、全国の社会人向け大学院の中でも公共 (Administration)、ビジネス (Business)、市民 (Citizen) の3セクターの出身者が共同で学ぶというユニークな特徴を活かして、インタラクティブな知識の環流化と大学院=3セクター協働によるシナジー効果誘発による地域活性化の人材育成『3セクター協働の地域活性化教育プログラム』を企画し、国際的な研究の準備をすすめているところです。

いうまでもなく近年、地域活性化の分野では、NPO支援、PPP、PFI、指定管理など「公民協働」の方向が現れており、3つのセクターの協働が大きな課題となりつつありますが、私たちの研究プロジェクトもまたこれに対応する試みです。このニューズレターでは、まず、当研究科で行政、市民セクター、ビジネスの3つのセクターを代表する専門の先生方に、地域活性化の国内外の現場でどのような協働の潮流がでてきているのか、楽しい鼎談を通じて、アップ・トゥ・デートでホットな話題提供をしてい

たきます。

また、世界的にも、グローバル化にともなう産業立地の変動、人口構造の変化により、繁栄地域・衰退地域の地域間格差が拡大し、国際地域経済の観点からも地域活性化は大きなテーマとなっております。アメリカやメキシコの地域活性化事例をとりあげ、その経済的なりたちをご紹介します。

さらにまた最近では、GIS (地域空間情報システム) と呼ばれる地域分析の情報技術が発達し、こうした手法によって地域活性化の研究が進むことが期待されます。これについても、当研究科での専門の先生方と客員研究員の方に興味深いトピックスを提供いたします。

そして最後に、当研究科の関係のみなさまや当研究科の修了・在籍生のみなさまに地域活性化の新しい方向性を示唆するような事例や方法を、地域活性化のニューウェーブと題して御紹介いたします。

このように本冊子は、小論ではありますが、研究科の現在の状況の一端をご報告するとともに、関係者各位に、3セクター協働の地域活性化を今後考える上でヒントとなるようなものをご提供しました。少しでもお役にたてれば、幸いに存じます。

大阪市立大学大学院創造都市研究科
次期研究科長 中本悟





01. 対談：行政×市民セクター× ビジネスの協働にむかって

— 明石芳彦 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授)

× 柏木宏 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授)

× 永田潤子 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻准教授)

いま、地域活性化の分野では、行政、市民セクター、ビジネスの3者の協働が大きな流れとなっています。そこで、今回は、地域活性化事例等を念頭におきながら、「NPOの経営と協働」「PPP (公民協働)」「社会的アントレプレナー/社会的企業」「CSR」などをキーワードについて、明石芳彦 (ビジネス)、柏木宏 (NPO)、永田潤子 (行政) の3名の専門家に語って頂きました。(聞き手：編集部)

■まず、地域活性化のためにNPOなどの市民セクターで必要と思われることについて内外の事例を御紹介ください。

(柏木) 地域活性化におけるNPOなどの活躍を考える上で注目すべきものに、米国で昨年、オバマ政権のもとでつくられた「ARRA (全米復興再投資法)」があります。これは、金融危機脱却をめざす景気対策法ですが、国のお金をNPO等に入れる内容も盛り込んでいます。また、米国では、CDFI (コミュニティ開発金融機関)、CDC (コミュニティ開発法人)、EDC (経済開発法人) などを通じて地域活性化、雇用、まちづくりなどを応援するNPOがあり、地域活性化において、国レベルの大きな政策に位置づけられてい

ます。日本でも鳩山政権が新しい公共などいいだしましたが、それは望ましい方向ですが、財源も含めた国の資金・人材の具体的政策が重要でしょう。

■米国で政党による政策の差というものはあるのでしょうか？

(柏木) 米国では、共和党・民主党とも、NPOを基本として応援していることは同じですが、理念や手法が違いますね。共和党は、ニクソンがオンブズマン制度をつくり、父ブッシュがNPOの表彰制度をつくり、子ブッシュがボランティアを鼓舞したように、金銭的補助よりも精神論を重視する点が特徴です。これに対して民主党は、1960年代の「偉大な社会計画」をはじめ、クリントンの有償ボランティアのよ

うに、お金を付けないといけないという立場が強い。オバマ政権もNPOへの応援を言っていますが、民主党なので、やはりお金が必要ということで、ソーシャル・アントレを支援する基金の創設など、財政面を含めたNPOへの支援の拡大も進めています。



明石芳彦（あかし よしひこ）大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授。専門は事業創造論。著書に『社会を変えるベンチャー』など。

■日本ではどうですか？

（柏木） 日本のNPO政策は、小泉政権以前の1990年代から自民党内でも検討されてきました。加藤紘一さんが会長になったNPO議連の発足もそうした動きの延長という面があります。民主党も伝統的にNPOを応援している人が沢山います。また鳩山政権になり、NPOに期待していることそのこと自体は原則的によいと思いますが、国全体で応援するような制度をもっと充実させる必要があります。

■日米の違いは何でしょうか？

（柏木） 米国では、1960年代の「偉大な社会計画」あたりから始まって、特に医療系NPO分野から、国からNPOにお金が出るルートができました。1960～1970年代にメディケアやメディケイドといった医療保険や補助制度やCDBGといったブロックグラントなどの政府からの資金が提供される仕組みができたのです。日本でも同様なものに、介護保険制度があり、大阪の有名な「フェリスモンテ」というNPOは、この制度を活用し、60代前後の女性が内輪で世話していた敬老活動をベースとし、現在2億円ぐらいの事業規模に発展させました。寄付では、「ドナー・アドバイザーズ・ファンド」などのように、お金をもって人が「こういう目的のために使って欲しい、でも自分が運営するのは大変」という人が、コミュニティ財団等に委託するのです。それで、たとえば青少年の健全育成などの目的を実行してもらい、所得税を控除するというような仕組みです。また企業とNPOとの関係性でいうと、1980年代に「コース・リレイ

ティッド・マーケティング (CRM)」などの手法が出てきました。当時、自由の女神の改修費用を捻出するのに、アメックスが、自社カードを作ったら自由の女神財団に1ドル寄付するという仕組みで、約180万ドル（約2億円）を出したのが例です。日本でも、ボルビックのワンリッター・フォー・テンリッターという試みがあります。



永田潤子（ながた じゅんこ）大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻准教授。専門は行政組織論。著書に『日本型NPM—行政の経営改革への挑戦』など。

（永田・柏木） 「コース・リレイティッド・マーケティング (CRM)」は、ボルビックの1リットル売上げで、アフリカに井戸をほり、10リットルの水を確保するというような例ですね。その他に、星野仙一さんが宣伝しているイオンの幸せの黄色いレシートキャンペーンでは、顧客が指定したNPOなどにイオンが年間2億円相当の商品を寄付しています。

（柏木） このようにCRMは、NPOの資金確保と同時に企業の本来のマーケティングとしても役立つというものです。また「プロポジション」として住民提案で税金の使い方等を決めるという方法もあります。オークランド市の「キッズファースト提案」は、市の非拘束予算の1%が子供関係にまわるというものです。アメリカでは、お金がNPOにまわる仕組みが確立しているというところが日本との最大の違いでしょう。

■永田先生も「コース・リレイティッド・マーケティング」にはお詳しいですか。

（永田） 最近の面白い傾向として、女性視点のマーケティングに活かされることが多くなっており、女性とCSRというテーマが重要になっていることがあります。女性は商品の7割から8割の購買決定権を持っているといわれています（車・住宅で7割、日用品で8割）。さきほどのボルビックの例も、進んで買ったのは女性でした。広い意味での社会変革、特に男女共同参画などは、行政からは行政指導程度し

かできなくても、CSRあるいは企業への評価という視点から社会運動を起こす可能性があるのです。例えば、その企業を評価するのに、社員が一週間のうちに何回家でご飯を食べるのかその回数をインディックス制にする、女性が選ぶ、女性に優しい企業ランキングを出したりするのです。

(明石) 市場に内部化するということですね。

(永田) そうですね。ダメな企業はマーケットが支持しないというようにするのです。「ショッピング・フォー・ベターワールド」ということ、買い物を通じて社会を変えるという発想ですね。結局、行政の協働PPP、NPO、CSRなどについても、日本の場合、仕組みがないということですね。日本では、NPOが行政の下請け的な形しか成り立ち得ないとは違いますね。社会全体でまわしていく仕組みづくりが大事です。



柏木宏 (かしわぎ ひろし) 大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授。専門はNPO論。著書に『NPOマネジメントハンドブック』など。

(柏木) 米国にはCRA (地域再投資法) といって疲弊している地域に貸し付けないと罰せられる仕組みがあります。銀行が貸し出す先をお金を集めた所にも返すように融資しないといけない。ところがすぐ借りられる能力のある人が少ない地域なら、その前に借りられるような人を育てる必要がある、その役割をNPOが担うので、それがNPOを育て、お金がまわる仕組みができるのです。米国には、対企業でも、社会に貢献しない企業とは契約しないなど、企業の経営に間接的に影響を与える仕組みがあります。

(永田) インセンティブ設計が大事ですね。関西でも、りそな銀行が、地域バンクとして大阪を元気にする資金を約200万円作りました。ところが、当初はNPOに寄付したかったのですが、関西でNPOに寄付するのが難しく、大阪府に寄付したのです。せっかく税金でないお金ができたのに残念なことでした。このように評価にもコストがかかるのですが、その

ようなパフォーマンスの評価・情報を開示するようなインセンティブをデザインすることも重要なポイントですね。例えば、市川市は予算の1%をNPOに振り当てるという有名な政策をとっていますが、この公募制で自然に審査のシステムが入ります。そこで情報開示が行われる「見える化」システムになっているのです。

■単なる志や精神論ではなく、「見える化」でのインセンティブ設計が大事ということですね。

(明石) 日本では、税収の不足とともに、行政がなんでも全部やりたがるという傾向があり、それが故に中間組織が育たないという点も課題ではないでしょうか。アメリカで「このようなことをすることを日本では自治体が許してくれるのか?」という質問を受けたことがあります。

(永田) それから、行政については、このような制度のデザイン問題に加えて、第2の問題として、特に地域活性化の分野では、人材育成の問題がありますね。日本の行政でうまくいっている例は、人材面での民間協働ではないかと思えます。

(明石) 島根県の石見銀山で地域活性化のキーパーソンとなった人の例ですが、地方の旅館が衰退したあとに、旅館もリニューアルして活性化している例があります。喫茶店も改修してビジネスがうまくいった。そこで旅館が足りなくなったので追加した。このようにUターン組はもちろんIターン組やよそ者が活躍している例が島根県には多い。もう一つ、桑畑で桑の葉を捨てていた。そこでお茶の好きな神奈川県の方が来て、桑の葉のお茶(桑茶)にして成功した例もあります。

■長崎のさるく博も民間のキーパーソンが役所に入り推進されましたね。

(永田) いま地域活性化で日本の行政でうまくいっている例は、民間人材ではないかと思えます。特に地域活性化に優れた民間の企業人材が入る仕組みも重要ですね。あるいは、民間マインドをもった行政マンを育てることですね。

(明石) 岩手の商工課の課長さんで地域における人的ネットワーク構築で成果を上げている方を知っていますが、おおよそ行政マンらしくない人です。

(永田) 小樽市の職員さんで木村さんという人がいます。この方は飲み屋でお客様が「ママ明日どこ行ったら良いかな?」などと良く聞くことから、ママさんがキーパーソンであることに気付き、ママさんに観光資源を教えるという「スナックママさん作戦」を展開するなど、ユニークな発想の有名な人でした(このカリスマ公務員も内閣府に引き抜かれてしまい、いまは元の自治体に居ない)。私も著書(注:「地域再生事例にみる行政・民間の人的資源の活用に関する一考察」『創造の場と都市再生』収録論文)で書きましたが、韓国でも任期付き採用で行政マンに活躍してもらっています。専門職採用の評価で、必要な人は全

国公募し、首長が地域再生の人材を雇用するような例があります。これから地方分権となり地方にいろいろやってもらわないといけませんからね。

(明石) 結局、日本で、NPOや公共の問題を考えるとときに一番重要なのは、①財政問題と、②中間組織の独自活動を支援できるのかどうかという点ですね。

■次に、地域活性化において、事業として成功する秘訣を明石先生にお聞きしたいと思います。

(明石) 地域活性化事例を経済学的に考えるとどういうことでしょうか。山村で、地元で取れた農作物、野菜、山や海で取れたものをそのまま売ると100だったものが、加工すると価値が180や200になる。加工作業の結果、地域に仕事ができる。作業所もできる。お客さんも喜ぶということになるのです。一番大切なのは、市場でどのようなものが求められているかを、地方で知るようになることですね。地域活性化では、こうしたビジネス感覚が、非常に大事で、これによって、現地に緊張感が生まれ、対話が生まれ、雇用が発生するということになるのです。

■どのような事例がありますか。

(明石) 今、地方で起きつつある注目すべきことはなにかということですが、島根や高知や徳島の山間部のような交通条件の必ずしも恵まれていないようなところで、こうした新しい試みがもの凄い勢いでできてきているのです。それは、農協を通さず、村営の有限会社の形態などで、商品づくりをする。売れ行きを見ながら、お客さんニーズもわかる、ということになるわけです。

■問題点はありますか。

(明石) 一方、地域にとって良くない方向も出ています。宅配便の形で産地直送が進んだのだが、地元主導でなく、大企業のセットメニュー化があまり進むと、地元に着るお金や雇用もあまり増えないとい

うことになる。カニや野菜のセットを都市の人がカタログで注文すれば良くなると、これまで訪問宿泊して食べに来ていたのが少なくなったりする。地元の空洞化ということですね。地元からも、都会の人が買ってくれるような商品づくりが必要なんですね。地域の中で投票して選んで商品品質を高めたり、評判を作ったり、道の駅に置くなど工夫が要ります。農山村で都会のマーケットに翻訳する人材が必要ということですね。地域で強力な新しいメニューを作る必要があります、それをできる人材が必要ということですね。

(永田) ツーリズムも、ただの単なる旅行ではなく、経験経済論の教えるように体験がセットになってきていますね。

(明石) 岐阜県の白川郷の話ですが、これまでの団体向けの施設がだんだん下火で、さびれてきたそうです。いわゆる観光名所をバックに詰め込むやり方で、観光客の方もだんだん飽きてくる、疲れてくるという傾向がありました。ところがたまたま近くにトヨタの研修場があったのです。ご承知のようにトヨタの研修場といえば世界的に有名で、作業を伴ったり、地元野菜をやったりなどの体験の宝庫であることから、だんだん観光客や自治体の関係者も、そこをゆっくりみてみたいという話になり、そちらを見るときか作業に参加するのも新しい観光や研修として有名になっています。また長野県などの山地や長崎県の離島なども、いわゆる旧来型の修学旅行でなく、高校生などの新たな体験先として有名になってきていますね。

■大変面白い話ですね。今日は先生方からいろいろ興味深い話をいただき、どうもありがとうございました。

02. 国際的な地域活性化事例をたずねて

—コーディネータ：中本悟 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授)

＋明石芳彦 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市ビジネス専攻教授)

【活力がある米国・メキシコの都市】ここでは、メキシコのマキラドーラと、米国で言う「伝統的製造ベルト地域」(ボストンからデトロイトまでの機械、製鉄、自動車などの重工業中心の産業立地地域)以外での活力ある都市事例を見る。マキラドーラは有名な、北部の国境ぞいの外国企業主導の輸出指向型の工業集積地域である。またアメリカでは、1960年代の後半からアメリカの西海岸や東北部を中心にして、まがい物や人工物ではなく、新鮮な野菜や魚、焼きたてのパン、コーヒー豆など、本物・自然食品を指向する人が増え始めていた。概して、本物志向の、繊細で落ち着いた生活文化を重視する傾向があったと理解することができる。高水準の研究機関・大学と人材輩出はこうした「生活の質」へのこだわりと定住指向が強い場所と重なり合ってくる側面が多いと思われる。

【文献】なお、本文では紙幅の制約と文書の性格から引用注を省略している。関心がある方は以下を参照ください。明石芳彦 (2004)「アメリカのイノベーション・クラスター」(松岡憲司編『地域開発と企業成長』日本評論社、第5章)。明石芳彦 (2005)「イノベーション・クラスターとスピノフ連鎖：サンディエゴとシリコンバレー」『季刊経済研究』第28巻3号。明石芳彦 (2005)「ボーダー経済における産業集積と地域イノベーション活動：サンディエゴ・ティファナ地域」/中本悟 (2005)「グローバル競争下のマキラドーラとティファナ経済」/明石芳彦 (2005)「ティファナ地域における日系テレビメーカーの事業経緯と新局面」/明石芳彦他 (2005)「ティファナ地域日系企業工場の訪問調査記録」/中本悟 (2005)「国際ワークショップの概要」『季刊経済研究』第28巻4号の特集「ボーダー経済における産業集積と地域イノベーション活動：サンディエゴ・ティファナ地域」より。明石芳彦 (2006)「シアトル地域経済圏における地域イノベーション活動」/明石芳彦 (2006)「シアトル地域経済圏におけるハイテククラスターと創業文化」/中本悟・明石芳彦他 (2006)「シアトル地域経済圏における日系企業事業所・現地機関の訪問調査記録」『季刊経済研究』第29巻2号の特集「シアトル地域経済圏における地域イノベーション活動」より。明石芳彦 (2007)「テキサス州地域経済社会とマキラドーラ」/中本悟・明石芳彦他 (2007)「テキサス州における日系企業事業所・現地機関の訪問調査記録」『季刊経済研究』第30巻2号の特集「テキサス州における地域イノベーション活動」より。

2-1. 「マキラドーラと双子都市」

中本悟 (創造都市研究科教授)

メキシコの工業化には二つの顔がある。一つはメキシコシティに代表される内陸部の在来型重工業であり、もう一つはマキラドーラと呼ばれる北部の外国企業主導の輸出指向型の工業化である。

マキラドーラ (maquiladora) は、もともとスペイン語のmaquilarに由来する。maquilar とは小麦の製粉サービスを意味する言葉で、転じて財そのものを所有せずそれらを組み立てるサービスを意味する。このマキラドーラ制度は、メキシコ政府が1965年に制定した「国境地帯工業化計画」の一部としてアメリカとの国境地帯の工業化と雇用拡大のために創設したものである。それができたのは、アメリカ政府が第2次大戦中に農業と鉄道業の人手不足を補うためにメキシコ労働者の大量の臨時雇用を認めていた「ブラセロ計画」(The Bracero Program) を1965年から廃止したからであった。この結果、多数のメキシコ人が失業したため、メキシコ政府は国境地帯の雇用拡大を迫られたのであった。制度発足当初のマキラドーラは、メキシコとアメリカの2000kmにおよぶ国境地帯の国境から20km以内に外資100%所有のマキラドーラ工場の設立を認めるものであった。メキシコ商工省 (SECOFI) によって認可されたこれらの工場に対して、メキシコ政府は国有化しないことを保証する。そして、これらの工場で加工・組立された製品はすべて外国に輸出することを義務づけ、反面で生産に必要な機械、設備、原材料、中間財の輸入については輸入関税を免税にする。このような優遇措置によって、外資導入による雇用拡大を図ろうとしたのであった。マキラドーラとは、このように輸出義務を課した外資系企業のための保税加工区と

して出発したのであった。

マキラドーラは、1994年に発足したNAFTA (北米自由貿易協定) によって2001年に廃止された。北米3カ国間の貿易と投資の自由化を図る同協定は、一定比率以上の北米原産地比率を有する財は、北米3カ国間の貿易で関税が免除される。したがって、輸出義務を課すマキラドーラは、貿易自由化および内国民待遇に反するので撤廃すべきものなのである。こうして輸出義務はなくなったが、外資系企業で輸出向けに外国から一時的に輸入される商品を加工・製造する通常の企業は、保税企業として活動できるし、現在ではこうした保税企業をマキラドーラ企業と称している。

このような経緯で発足し、発展したマキラドーラ企業は、在米企業にとって国境の南の低い労賃コストを利用した格好の在外調達拠点となり、メキシコの北部国境地帯を中心に立地する。2009年で2800社が12万1000人の雇用を擁している。マキラ企業は米墨国境を挟んで、両国に工場を設置しトレーラーによる原材料と製品の輸送を行っていたために、その工場は「双子工場」(twin plants) と呼ばれ、またサンディエゴとティファナ、エルパソとシウダッド・ファレス、ラレドとヌエボ・ラレロのように国境を挟んで相対する都市は「双子都市」(twin cities) と呼ばれた。

しかし現在では、アメリカ側の親会社には経営機能しかないケースも多く、また部品の調達は日本やアジアの第3国から輸入したり、マキラドーラ内の外資系サプライヤーからインターマキラ調達するケースが多い。したがって、こんにちではマキラドーラ生産方式を元来の意味での「双子工場」と称するのは正確ではない。そして「双子工場」はなくなったが「双子都市」は拡大・成長しているのである。

マキラドーラ企業に関して、労働者の技能形成、地場企業への技術移転と地域経済への波及、中国産品との競争、などが論じられている。また「双子都市」における深刻な交通渋滞、大気汚染、地下水汚染、不法移民問題、犯罪など、国境をまたぐ諸問題に両国は取り組んでいる。そして「双子都市」になる両国の大学では、マキラドーラや「双子都市」の問題の研究が行われている。



2-2. 「シアトル」

明石芳彦 (創造都市研究科教授)

シアトル市は人口55万人ほどの中規模都市である。運河や湾岸を抱きながらの緑多い街並みは風光

明媚であり、水郷、「エメラルド・シティ」、「常緑都市」(エバグリーンシティ)という呼称がある。登山、湖上活動、海浜活動、歩行活動等、一年中、屋外活動やスポーツができる気候にあり、住環境もよい。シアトルは国境に近く、木材や水産物などの積出や人の集散など取引中継地であり、日本から最も近いアメリカという理由からも日本郵船が最初の北米支店を設けるなど海運拠点でもあった。19世紀末にはシアトルがアラスカやカナダの金鉱に向かう中継地としてにぎわい、大陸横断鉄道の敷設などにもつながった。またそれらを契機に商業取引や金融がいっそう発達し、シアトルでは新事業が生まれた。例えば、ノードストローム(百貨店)、UPS(運送)、エディ・パウアー、コストコ(会員制卸売業)、エクスペディア(旅行代理業)、スターバックス、アマゾン・コムなど商業や運輸関連が多い。それはシアトルの立地特性や歴史の変遷が事業機会の捉え方や事業展開の地理的視野を特徴づけるとともに、地域文化と異文化の交流機会が多いことが深くかかわってきたと考えることができる。

1920年代からボーイング航空輸送社が空輸を開始したが、W.ボーイングが他州に広大な土地を探している中、当時のジョージタウン競馬場を譲り渡し、制作中の航空機飛行訓練場(ボーイング・フィールド)への転用となった。さらに、第2次世界大戦中と1960年以降は航空機製造の拠点となった。その意味では、航空機製造関連産業の集積を期待させた。けれども、最終出荷物に対する現地製造の割合が低く、実体として、航空機製造関連産業の地域産業集積の度合いはさほど高くない。労働力だけが景気に応じて変動してきた。ボーイング社への依存度あるいは被影響度がなお高く、それゆえに、同社が受注状況に応じて大規模な追加雇用とレイオフを実施するため、この地域での雇用数が時節ごとに相当に変動している。1960年代にシアトル地域経済は雇用機会の面ではボーイング社への依存度を高めたが、沿岸地域企業はボーイング社からの下請業務を受注することは少ない状況(同社業務の5%以下)であり、地域経済への生産誘発的なインパクトは小さかった。そして、SST(超音速輸送機)開発の予算案が連邦議会で否決された1970年12月3日以降、シアトル地域はボーイング不況に陥った。だが1970年-1971年の「ボーイング不況」時でも、多くの人々はシアトルを離れたくなかった。雇用機会を見つけることができなければ、自ら仕事を始める(自営する)という選択肢が取られたという。

1971年4月スターバックス・コーヒーは第1号店(Pike Place Market店)を開店した。当時のシアトルは「アメリカの辺地(isolated corner)にある異国情緒豊かな町というイメージが定着しはじめたばかりだった」。

1979年にはマイクロソフト社がシアトル近郊のベ

ルビューに本社を移転させてきた(本社は後にレッドモンドに移転)。マイクロソフトとの取引を望む企業がシアトル地域経済に事業所を構えるなど、事業誘発効果という意味で、シアトル地域におけるソフトウェア産業の事業展開にマイクロソフト社の本社立地は無視できない影響を持っている。ソフトウェア開発をこのシアトル経済圏に立地する企業だけで実施すべき理由はまったくないが、マイクロソフト社からのスピノフとともに、同社との取引を想定した新興企業もシアトル近辺に立地している。また、優秀なスタッフを同社にスカウトされる側面も観察されている。

1970年代にはバイオ医薬品関連で新たな事業が展開されてきたが、現在でも、ワシントン大学やフレッド・ハチンソン癌研究センターが生命科学領域で連邦政府から全米トップクラスの多額研究資金を獲得している。シアトル地域に關係する教育水準は高いのである。研究大学と高度な研究機関の集積、有力企業の本社・研究所の立地とそれらに関連して現れてくる具体的「成功事例」の存在感、そして優秀な人材が定住したい要素がシアトルには整っている。

1981年以降、ワシントン大学、イースタン・ワシントン大学、フレッド・ハチンソン癌研究センター、バツテル太平洋沿岸西北部国立研究所、フィリップス・ウルトラサウンドなどからバイオ医薬品・医療機器産業における新しい企業(Immunex社(1981年)、Epoch社(1985年)、Targeted Genetics社(1989年)など)が創設され、さらに、それら機関からのスピノフが続いた。2002年、アムジェン社がImmunex社を買収し、研究所を設立するなどの動きも続いた。こうして、1980年代からシアトルではバイオ産業とソフトウェア産業で産業展開してきた。

シアトルは風光明媚な場所であり、洗練された質素な生活スタイルと都市の落ち着いた雰囲気がここに長く居住したいと希望する人達を引きつけるのであろう。また、一年中アウトドア活動を楽しむことができる気候である。あるいは、「生活の質」を高め、それを保つことにこだわる気質や、異文化を融和させる生活環境・事業感覚、ときには進取の気性が形成されてきたようである。それらが高質のサービス業を求める素地となってきたと考えられる。

これら居住性が高い地方都市としての魅力が、シアトル近辺に居住し続けるためにも、この地域で仕事を探すと自ら事業を開始するという行動に至るようである。あるいは、事業を興した後も、企業家精神に溢れている人を引きつける良好な生活環境がシアトル近辺にはあるのだろう。だが、バイオベンチャー企業は成長した段階でカリフォルニア州南部やメキシコ国境地帯などに事業所を移転する。つまり、バイオ医薬品の研究成果が出ていることと、バイオ企業が当地で継続して輩出され事業展開に至る関係がなお明確な軌道を示す段階に至っていないの

かもしれない。

シアトルにはもともと創業精神が強く、「創業文化」がある。それは、地域住民に共有されている創業への考え方や価値観、生活と事業創業の結びつき方や地域内での創業連鎖の実態をさす。それは創業への積極的姿勢と支援姿勢のありようや事業の失敗に対する寛容な態度を含み、地域内に生じる経済社会関連の問題を解決するために新たなスキームを編み出そうとする前向きな姿勢や実践の習慣などが関係するかもしれない。それらの考え方は個人間で伝播するし、世代間で継承される。



2-3. 「サンディエゴ」

明石芳彦（創造都市研究科教授）

サンディエゴの事例は「知的クラスターから産業クラスターへ」、つまり、世界的な研究拠点からイノベーション・クラスターとなったという興味深い特徴をもつ。また、地域の発展に貢献したい人々の献身の歴史と地域起業家が連鎖的に登場した。

サンディエゴは晴天が多く、一年中地中海性気候と温暖であり、かつ風光明媚ゆえに観光拠点でもある。こじんまりとした街の感覚 (small-town feel) も残る。一方、メキシコとの国境、交通の要所などの地政学的な優位性を保つ。サンディエゴは軍事拠点として太平洋西岸における天然の軍港としても著名である。だが、冷戦終了後、基地経済の機能低下が顕著となり、軍需依存型都市から自立型経済構造への転換が進んできた。けれども、近年においても、サンディエゴ郡では人口の1割が軍事関係の仕事に就いている。地域にもたらされた軍需関連支出（地元企業との契約額、基地の軍人給与と基礎支出）も約100億ドル前後と巨額である。

1908年ルーズベルト大統領の訪問等をきっかけに海軍の航空基地 (Navy Air Station) となったが、1940年代には、海軍研究所 (Navy Lab.) (現、航空海軍交戦システムセンター (Space and Naval Warfare Systems Center : SPAWAR) もできた。1922年、航空学校が設立され、1932年、フリート合資航空会社がサンディエゴ市内に工場を作ったことがサンディエゴの航空・防衛産業や宇宙事業の出発となった。同社はコンベア (Convair) 社となり、さらにジェネラル・ダイナミクスの一事業部として展開したが、同事業は1990年代にマーチン・マリエッタ (後のロッキード・マーチン) 社やヒューズ社に売却された。ただし、ロッキード・マーチン社における旧ジェネラル・ダイナミクスの事業部門は今もサン

ディエゴに拠点を置き、そこに海軍の航空海軍交戦システムセンター (SPAWAR) と関わりを持つグローバル・ビジョン・センターを開設している。こうした面で、サンディエゴは軍需活動との関係が緊密である。

他方、1960年、カリフォルニア大学サンディエゴ校 (UCSD) がカリフォルニア大学機構の7番目のキャンパスとして設立されたが、その際、エンジニア養成のための工学部設置を強く要望する地元軍需産業関係者を振り切り、物理学と医学を中心とする知の殿堂を目指し極め付きの優秀な学者を集めた。その後、大学の近隣地区にソーク研究所、バーンハム研究所、神経科学研究所 (Neurosciences Institute : NSI)、ラホヤ・アレルギー免疫学研究所 (La Jolla Institute for Allergies and Immunology)、シドニー・キメル癌センター、ベックマン・センター (Arnold and Mabel Beckman Center for Chemical Sciences)、ノバルティス農業発見研究所 (Novartis Agricultural Discovery Institute) が設立された。これら世界的水準の大学と研究機関がラホヤ市トリーパーズ・メサ地区の直径4キロ内に立地し、実質上のリサーチパークのように「知的クラスター」が高密度に形成されている。

1978年UCSD教授が医薬品開発会社 (Hybritech) を設立したことが契機となる。同社が従業員800人超に成長した1986年、ハイブリテックをイーライ・リリー社に3.45億ドル (4.8億ドルという資料もある) で売却した (現Beckman Coulter社)。その際、大企業の風土に合わない人がスピノフして創業した。その後もスピノフ連鎖は継続され、Gen-Probe, Idec (現Biogen Idec), Genesys, Aurylin Pharmaceutical, CancerVaxなど、ハイブリテックからの広い意味での関連スピノフ企業は50を越す数となっている。そして、バイオ企業は約1000社の集積があるという。

さて、サンディエゴは、バイオ・クラスターの形成とともに、移動体通信などテレコム産業でも著名である。とくに、第3世代携帯電話の基本的技術仕様 (CDMA) を提案したクアルコム社の存在がサンディエゴにおける情報技術の水準を世に知らせた。クアルコム (Qualcomm) 社もUCSD教授らが設立した会社である。1985年UCSD教授がリンカビット社を設立したが、設立当初は、多くの企業と同様に、サンディエゴの防衛関係事業 (SPAWAR) の仕事を受注していた。その後、CDMAを開発する。

リンカビット社が経済的に成功した段階で同社を売却したが、その際に、大企業的風土を嫌った技術者の多くが退社し、近隣に新会社を設立した。そうしたスピノフが継続してソフトウェア・IT企業約1000社からなるクラスターが形成されていった。

1985年カリフォルニア大学サンディエゴ校に設立されたコネクト (CONNECT) は地域のネットワーク

を構築し、サンディエゴのクラスター機能を強化し、イノベーションを促進する役割を担った。コネクト (CONNECT) のスタッフは事業化の仕組みを自ら構築し仕掛けていく「アグレッシブ」なようである。コネクトはスタートアップ企業およびその経営者を、アイデア創出、事業計画書作成、創業、資金調達、経営・マーケティング、事業売却あるいは株式公開 (IPO) など事業のライフサイクルに応じて総合的に支援するプログラムを実施している。

こうして、サンディエゴでは1980年代からバイオ産業とソフトウェア産業で産業展開してきた。そして、企業が拡大すると従業員がスピノフし、それが連鎖してクラスターが形成されていった。バイオテク産業とテレコム産業のスピノフの契機となる新規創業企業の創始者が共にUCSD教授であった。これはサンディエゴのイノベーション文化を示すものといえる。サンディエゴの北部にはロサンジェルスという大都市があり、サンディエゴの南部にはメキシコ国境がある。サンディエゴの西側は太平洋であり、風光明媚である。温暖 (やや暑いくらい) で開放的な土地柄である。ここに定住することを希望する人々が多い。

なお、特定個人が地域に対して寄贈した施設や機関がその後のサンディエゴにとり計り知れない資産となっている。それは施設や土地という有形資産であり、同時に、それらの資産に関連して設けられた機関に招かれた世界最高水準の人々という無形資産でもある。そして、何よりもサンディエゴという地域をよくしようという強い思いが継承されたことである。とくに、E.B.スクリプスは、スクリプス病院とスクリプス・クリニック (病院5、クリニック)、スクリプス海洋学研究所、ラホヤ女性クラブ、ラホヤ図書館、子供プール、サンディエゴ動物園などを設置した。さらにラホヤ市トリパイノズ地域等を買上げて公共用地としてサンディエゴ市に寄付した。また、ロサンジェルス郊外に、クレアモント大学 (Claremont Colleges) の一部となるスクリプス女子大学 (Scripps College) を1926年設立した。

彼女自身は、地域コミュニティのための投資という気持ちから、資金や有形資産を提供した。



2-4. 「オースティン」

明石芳彦 (創造都市研究科教授)

オースティンはテキサス州の州都でもあり、人口66万人とコンパクトな都市である。オースティンには緑が多い。街には坂があり、丘 (hill) がある。

オースティンは地価は安いし、生活環境もよく、米国の生活の質 (QOL) や生活費 (cost of living) の水準に関する調査において常に上位の位置にある。「住むにはよいところ」という定義にぴったりの要素を多数持つ。ここに住み続けたい、他に移動したくないという人が多く、それがボランティア活動への自発的参加を引き起こす。メキシコとの独立戦争という歴史的経緯の中でテキサス州は一時期、「独立共和国」であったという地元の解釈も関係して、州議事堂はホワイトハウスより高く立派であることも地元の自慢でもある。

一方、ビジネスや研究の面でも、ここは「人と情報の集積地」であるという。地理的にみても、東海岸や西海岸まで航空機で2~3時間の移動ですむという意味で「米国の地理的中央地」という理解ができる。さらに、オースティンの地価はやや高くなったとはいえ、テキサス州全体をみると、土地は広大であり、地価は割安か絶対的に安い。シリコンバレーの不動産価格は高すぎる状態となり、1979年AMDなどシリコンバレーで創業して成長を果たした企業が新規事業所をオースティンに作る事例が多い。テキサス州は低賃金、法人税がゼロ、卓越大学の存在、高い生活水準 (QOL) というのが地元のアピール表現である。たしかに、生活の質がよく、良い人材を集めやすい、テキサス大学も近くにある。いまや、オースティンはシリコンバレーに次いで、IT、半導体関係の企業、技術者、情報が集まる場所になってきた。

オースティンの事例に固有な特徴は、微細電子技術とコンピュータに関わるMCCと半導体製造技術に関するSEMATECHという米国産業政策のシンボリック研究機関の地元招致に成功したことである。つまり、この街はアメリカでも数少ない連邦レベルでの産業政策 (性格とすれば科学技術政策) の影響を受けた「珍しい」都市である。

テキサス州中央部では、ダラスにハード機器製造工場群があった。オースティンは、設計やソフトウェアなど「煙・公害がない」ハイテク産業の集積をねらっていた。そうした中、サンディエゴ等との競合の末、1983年5月にオースティンがMCC (Microelectronics and Computer Consortium) 本部の誘致に成功した。その際、マスコミが、シリコンバレーに次ぐのはオースティンと全米レベルで報道した。以後、コンピュータおよびマイクロエレクトロニクス研究の中心地というイメージが高まった。さらに、1988年SEMATECH (Semiconductor Manufacturing Technology) が初めての本拠地をここに定めた。それは評判形成の面では絶大な効果があり、それがオースティンの全国的・全世界的な名声を高めたと考えられる。また、多数の優秀な技術者をオースティンの地に招いたことは間違いない。とはいえ、MCCやSEMATECHを誘致したことの経済的な影響度や、

それらからのスピノフ連鎖や技術移転の効果がどれほどであったかは明確ではない。

MCCは大学が立てたビルに年間1ドルの賃貸料で入居した。SEMATECHは市の工業団地に入居した。しかし、市の中心部から車で約20分の距離にトラコア、IBM、モトローラ、その他ハイテク企業が立地する工業団地に到着できる近接性が確保された。そうした背景も手伝い、地元商工団体が他地域に立地していた企業やその事業部に働きかけて、いくつかの事業拠点をオースティンに移転させることに成功した。1984年3Mなど、1983-1993年の間に、技術に基礎をおく20以上の企業が立地した。

テキサス大学は研究予算獲得金額でも全米で屈指である。とくにテキサス大学オースティン校は電子工学、IT、半導体関連などが目に付く有力大学である。また、テキサス大学経営大学院にはテラダインを共同で設立した故コスメツキー教授が各種の創業支援制度を設けるとともに、卒業生が地元テキサス州で職を得ることができるよう努力を重ねた。またマイケル・デルをはじめ創業希望者が集う場づくりに力点を注いだ(明石[2004]参照)。テキサス大学IC2(アイシースクエア)のギブソン教授は「地域振興を目的として企業家精神を高めるには、大学は超一流である必要はなく、一流であればよい。これまでのテキサス大学オースティン校のレベルでよい。重要なのはオースティンの町の雰囲気だ」と説明してくれた(2007年8月30日)。オースティンでも1960年代以降、研究成果を事業化した企業が拡大し、さらに独立・創業というスピノフ連鎖を含む企業集積現象が見られるようになった。



2-5. 「サンアントニオ」

明石芳彦(創造都市研究科教授)

サンアントニオは、テキサス州の東南部(オースティンの南)に位置し、サンアントニオの人口は114万人(全米9位の規模)である。サンアントニオの歴史的展開として、1835年の「アラモの砦」におけるメキシコとの戦争がある。その後、成立していたテキサス共和国は1845年、法案が批准され、テキサス州は28番目の州としてアメリカ合衆国に併合された。

さて、1921年洪水が襲い大きな被害が出た。1925年、洪水対策手段として川の保全を検討する際、市当局は「金の卵を生むガチョウ」の寓話を考えて検討を重ねた。1927年に建築家のハグマンが欧州やニューオーリンズなどの現地事例調査を踏まえて、水路を保全する計画を持ち出した。不況のため、その

計画は棚上げされたが、1938年連邦事業計画管理局が資金援助する形となり、運河沿いに石を敷き、レストラン、小売店、娯楽施設を設ける「リバーウオーク」を建設したが、商業的参画を申し出る事業者は現れず、1946年に初めてのレストラン(Casa Rio Mexican)が入居した。けれども、サンアントニオ市の中心部であるにもかかわらず、一帯はなお荒廃し危険でさえあった。1968年、同市にコンベンションセンターができ世界展示会が開催されたとき、リバーウオークを歩行者通行量が多い市街区の通りとつながるよう0.5マイル延伸し、歩行道路との入口・出口の階段を付けて、警察官も配置した。それ以降、リバーウオーク一帯は観光の人気の的と変化していった。

サンアントニオは「アラモの砦」を目玉とする観光客はいたが、それ以外にさしたる特徴がない町だった。また、洪水を契機として市街地に作られた運河にメキシコ人がレストランを作った当初は、外観、安全性、清潔感、イベント性がないなどで人があまり近づかなかった時期もあった。その後、数十年をかけてさまざまな試行錯誤や改善を重ねて運河沿いの飲食店が次第に好評を呼ぶようになり、今は「リバーウオーク」という名前で、運河沿いを散策できる集客力のある観光地に変化している。ダウンタウンにはかつて隆盛を誇った古いホテルの建物などが残り、またメキシコ産品市場(marketplace)もある。

2005年でもみたサンアントニオMSA(都市圏統計地域)の産業構造は、サンアントニオに牽引産業がないことが特徴である。サンアントニオは、「アメリカの軍隊都市(Military City)」である。1897年アメリカ軍がフォート・サム・ヒューストン(Fort Sam Houston)を設立した。1910年、アメリカ人による最初の軍事飛行訓練を開始した。1917年以降、1941年までに、4つの空軍基地を設け、サンアントニオは軍事拠点としての特徴を強めた。そのうち、ケリー空軍基地はアメリカ最古の空軍基地でB52の母港でもあった。また数十年の間、世界で最大の軍事補修・保守施設を抱えていたが、2001年7月13日に正式に閉鎖された。2005年現在、この地域への年間経済効果は66.5億ドル、軍人・職員は7万人である。

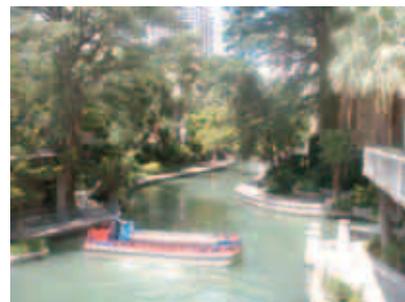
同市のサウス・テキサス・メディカルセンターは、テキサス大学サンアントニオ校ヘルス・サイエンスセンター、ヘルスケア機関12、独立研究センター2など30機関・施設からなり、25,000人の雇用があるという。総合病院28、国防省病院2、退役軍人局病院1、テキサス州立病院2、テキサス伝染病センター1でベッド数は約8000床という。

一方、2003年、同市南部ベア(south Bexar)地区にトヨタ自動車トラック組立工場建設を表明した。それまでは大規模な製造業の経験はあまりない都市であったが、トヨタが生産を開始して以降、都市における産業としての新展開に期待がふくらんだ。

2006年11月17日、ピックアップトラック「タンドラ (Tundra)」の生産が開始した。

以上における事例では、ビジネスに関する条件が適度に成立している中、それに加えて、街の雰囲気を代表とする「住むのに適した条件」が共通してよい。筆者は住むのに良い場所 (best place to live) に人材が集まるといった仮説を示してきたが、「居住したい都市・街」仮説に対して、スタンフォード大学ミラー教授は「皆が (温暖で風光明媚な) サンタバーバ

ラに集結するか」と問われた (2007年3月9日)。私は「経済的自立が可能」を前提とする話と応えたが、今後もこうした見地を含めて都市・地域の活性化条件を検討していきたい。



03. GISと地域活性化／地域分析

ーコーディネーター：ベンカティッシュ・ラガワン (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市情報学専攻教授)
＋永田好克 (大阪市立大学大学院創造都市研究科都市情報学専攻准教授)

3-1. 「GISと地域活性化－FOSS4G」

ベンカティッシュ・ラガワン
(創造都市研究科教授)

・林博文 (創造都市研究科客員研究員)

FOSS4Gは“Free and Open Source Software for Geospatial”の略称で、地理情報分野用途で、無償でソースが公開されているソフトウェアを意味し、誰でも自由にソフトウェアを利用する事が出来ます。地球上のほぼすべてのオープンソースの地理情報ソフトウェアがこれに参加し、各プロダクトを利用・開発しているメンバーは2万5000人を越えます。代表的なソフトウェアとしては、GRASS、Mapserver、MapGuideOpenSource、OpenLayers、PostGIS、QuantumGIS、GDAL/OGRがあります。

2006年、これまで個々の活動であったFOSS4Gの高品質のオープンソース地理空間ソフトウェアの支援と構築の目的でOSGeo財団 (The Open Source Geospatial Foundation) が設立され、コミュニティが先導して、オープンソースプロジェクトの利用と開発を促進することが可能となりました。利用者の多くがOSGeoコミュニティを通じFOSS4Gツールの改善に参加しており、お互いの研究成果を高めFOSS4Gカンファレンスで交流を深めています。オープンソースに対する投資成果の持続性と費用対効果は非常に高く、フランスなどのように国の事業として政府機関がFOSS4G技術開発に資金を提供しているケースやオバマ大統領の選挙支援活動に利用された事例もあり、今後急速に発展する傾向にあります。

国際的な活動の概要

2006年より毎年開催されている、FOSS4G国際

カンファレンスでは、お互いのFOSS4G技術の研究発表や事例の紹介、ワークショップを通じた技術習得が行われています。2009年シドニーで開催されたFOSS4G 2009は、「Climate Change」地球温暖化防止をテーマにした発表が行われました。地球シミュレータの各国の取り組みの中で、先進国ほど解析プログラムやデータの公開がされておらず、シミュレーション結果の検証が行われていない現状が紹介され、データ、ソフトを公開することの大切さが報告されました。オーストラリア政府の「Gov2.0」に、地理情報システムにFOSS4G技術を使用して作られたオープン＆フリーの地図データ「Open Street Map」が採り入れられ、情報の用途に応じて柔軟に対応する新しい政府のあり方が注目されました。

日本の活動

日本のFOSS4Gは大阪市立大学創造都市研究科の重点研究の一つとして取り組みが行われており、OSGeo財団日本支部が設立されました。2008年からは東京大学空間情報科学研究センターも参画して大きな組織の広がりになりつつあります。これまで日本国内で個別にFOSS4Gツールを利用していたユーザーが、OSGeo財団日本支部が主催する「FOSS4G Tokyo/Osaka」イベントを通じ、相互に交流を行う事ができるようになりました。特に大阪では、大阪市立大学の中野秀男教授 (KOF代表) の協力で開催される「関西オープンフォーラム」のご厚意で「FOSS4G Osaka」を同時開催しており、毎年多くの来場者にFOSS4Gのプロダクトを知っていただけようになりました。2009年からは、積極的にFOSS4Gの製品を使用したシステムを構築する地方公共団体もみられるようになり、今後の展開が楽しみです。

大阪市の中での活動

大阪市は「水の都」であり、水の管理と地理情報

ソフトウェアは密接な関係にあります。上下水道、港湾、河川、橋梁など防災のための情報や施設の維持に関する情報集約管理において、地理情報ソフトウェアは有効な視覚化手段として利用する事が出来ます。以前は個々のメーカーソフトウェアはそのデータの互換性や相互利用について、かなり閉じた環境にあり、一つのソフトウェアを選択するという事は、ユーザーにとって将来をも左右する重要な選択となっていました。今では、FOSS4Gのツールが発達し、データの互換性や相互利用についてかなりオープンな環境にあり、構築したデータのほとんどを失うことなく次のシステムへ更新する事が出来るようになりました。メーカーソフトウェアもこれに追随し、FOSS4Gのソースを多く取り入れて互換性を確保しています。我々はFOSS4Gのツールの紹介や研究、利用事例の発表活動を行う事で、大阪市の中に積極的にFOSS4Gツールを取り入れて頂き、大阪市らしいシステムのあり方を実現する若い力の発現を求めています。

大阪発のFOSS4Gツールを生み出す試み

大阪市立大学にはインキュベータ施設があり、大阪市立大学と企業が共同で将来の事業のための研究活動を行う事が出来ます。2010年2月、OSGeo財団日本支部の会員である応用技術株式会社とGeorepublic Japanは、FOSS4Gツールを利用した、緊急情報システムやモビリティマネジメントシステムの開発研究を大阪市立大学と共同で開始しました。大阪発のFOSS4Gツールが世界に羽ばたくチャンスがやってきたのです。そして、大阪市立大学の支援によって、このような積極的な試みが若い力による大阪の地域再生への弾みになることを期待しています。



ラガワン



林

3-2. 「GISと地域分析：開拓農村の発展をGISを通じて考察するータイ東北部」

永田好克（創造都市研究科准教授）

1. なぜタイ東北部か

タイ東北部は、北海道の二倍強に相当する面積があり、タイ総面積の3分の1弱を占める。人口も常

にタイ総人口の3分の1を占めてきた。一方で経済指標では、一人当たり総生産で全国平均の3分の1しかなく、特に首都バンコクと比較すれば10分の1しかない地域である。

土地利用からみると、2001年時点で面積の55%が農地、15%が森林とされる、農村地域である。しかも、1960年代からの30年間で、農地面積は約2倍、森林面積は約3分の1になった。過去半世紀の間に急激に開拓され、もはや開拓余地がない状況にあるとあってよい。このような大きな土地利用変化の中で、新しい農村が数多く誕生してきた。農村一村を対象とした人口移動の実態について、開拓移住はこの地域に根付く生活維持様式のひとつであると説明している[1]。森林消失のメカニズムを土地利用動態の諸相をもとに説明した研究も存在する[2]。いずれの研究でも、農民は活発に移動するのだという指摘は共通である。

過去半世紀以降に誕生した村を対象にして、何を期待できるであろうか。一つ大きな点は、初期の様子を知る開村者集団、あるいは両親と苦勞を共にして成人した人たちが健在することである。

2. 村落増加の実態と一農村の発展過程

この地域における村落増加の実態を、5万分の1地形図から読み取った結果は大変興味深い。村落名が付された村の数を1956年と1986年で数えると、100平方kmあたり4村弱から13村強へと、3倍以上にも増えている地域があれば、同じ期間で16村前後とほとんど変化がない地域もある。増えた村には既存の村の拡大によるものも少なくないが、それでも前者の範囲内では、既存の村に近接しない村だけでも100平方kmあたり6村も誕生している。このような新しい村では、構成する住民の出身地が多彩であり、しかも300km以上もの遠方であることが珍しくない。

このような興味から調査したN村でのデータを整理すると、この開拓農村の発展段階を4区分できる明瞭な線が浮かんできた。4区分は名称をつければ「開村期」「発展前期」「発展後期」「成熟期」とそっけないが、移住者がどこから来たか、結婚相手がどこから来たかなど、それぞれの時期での村の発展の様子は明らかに異なるのである[3]。

現在取り組んでいる課題の中ではGISが華々しく登場する場面はない。もし積極的にGISをアピールするならば、現場で集めたデータの整理には不可欠であるという点であろう。といっても何か特定の強力なソフトウェアツールが必須であるという高度なものではない。空間情報という点をアドバンテージにした方法で、開拓農村の発展過程とネットワークを説明してみたい、と試みているところである。

このN村の例を出発点に、まだ歴史の浅いS村、歴史ある村と比較しても遜色がないまでに発展したNC村などとも今後比較を進めたい、というような研究課

題としての難しい説明は脇に置くとして、現場で知りえる個々の情報は、それだけでも大変興味深い。飽きるまで通ってみたいというのが現場の面白さである。

- [1] 福井捷朗：ドンデーン村東北タイの農業生態，創文社（1988）。
- [2] 倉島孝行：タイの森林消失，明石書店（2007）。
- [3] 永田好克：開拓農村の発展と人の移動—タイ国東北部の事例から—，情報処理学会研究報告 Vol.2009-CH-83，pp.159-174（2009）。



地図：ある老女の移住歴は5回で計700km以上に及ぶ。



写真：みなさん協力ありがとう（後列右から4番目が筆者）。

04. 地域活性化のニューウェーブ！

4-1. 「梅酒文化による地域活性化の事例を目指して」

上田久雄（有限会社上田取締役、創造都市研究科修士課程修了）

ヨーロッパには自国のお酒をスピリッツ（精神）と呼ぶ習慣があります。厳格なルールと長い歴史に裏付けられた文字通り魂の酒。九州の焼酎、沖縄の泡盛、新潟の清酒、各地方に根ざした酒は、その地域に無くてはならない日本版「スピリッツ」です。和歌山県南部の梅林、奈良県月ヶ瀬の梅林、大阪城の梅林、京都青谷の梅林、地元で収穫された梅の実を、その地域の酒蔵が自前の酒で仕込む。酒蔵の個性ある酒とその地域に根ざした梅の味わい、妥協することなくぶつかり合い、完成していく琥珀の液体。関西が誇る梅酒の文化「関西のスピリッツ」。関西から、大阪から、自分たちの「スピリッツ」を発信するために梅の花が咲き誇る歴史ある舞台、大阪天満宮から梅酒文化を発信する。「天満天神梅酒大会」の前身「梅酒コレクション」はそんな想いからスタートします。

小さな酒屋が全国の梅酒をみんなに知ってもらいたい。そう考えても人脈や資金力のない個人商店の話聞いてくれる人はいませんでした。飛び込みで伺った天満宮の方には「もうイベントは決まっているから」、「そんなイベント聞いたこともない」そう答える酒蔵さんには「多くの方に、これだけたくさん梅酒があることを知ってもらいたいです」と答えても「周りの様子を見てからじゃないと」と暗に断られました。メディアの方に協力を依頼しても

「イベントと形にならないと伝えられない」、まさに出来ない理由だけが残りました。

それでも関係者の方々に教えていただいた出来ない理由は、宝の山でした。なぜなら出来ない理由は基準を与えてくれたからです。「イベント内容が決まっている」と断られた天満宮の方には「他のイベントと共催でもいい。もし駄目なら境内の端っこでもいい」と話し、なんとか了解を得ることが出来ました。「周りの様子を見る」との声には「全国の梅酒を造る酒蔵さん全てに連絡します。ですから御蔵の答えを教えてください」とお願いし十数蔵の参加を得ることが出来ました。「形にならないと協力できない」と教えていただいたメディアの方には企画書を作成し、イベントの主旨を説明しました。大手メディアは駄目でしたが、地方紙や業界紙の記者の方々が、一緒に形をつくるお手伝いをしますと協力してくださいました。

天満宮に足を運ぶこと十数回、数百件の酒蔵さんに電話をし、プレスリリースも全て自分たちで作成しました。そんな動きに少しずつ協力者が現れました。「ホームページを作ってやるよ」とWEB製作会社が声を掛けてくれ、大阪の酒蔵さんは「ウチは地元名物の梅酒を造ってやる」と言ってくれ、デザイナーは「じゃあそのラベルは俺が考える」。出来ない理由を塗りつぶしていくと、出来る楽しさが芽生えてきました。出来る楽しさを共有するために色々な人に話しをすると、どんどんネットワークが広がっていきました。2006年2月23日から一週間開催された「梅酒コレクション」は予定通り、大阪天満宮境内



の端っこで開催されました。

2006年3月、小さなカタチで開催された梅酒のお祭りは天神橋筋商店街の土居会長と大阪市立大学大学院・創造都市研究科の教授や学生の協力でそのカタチを大きく変えていきます。1997年JR東西線が開通したときに再整備された国道一号線、その際天神橋筋商店街連合会は国土交通省に街路樹として梅の木を植えることを提案されました。「天神さんが近くにあるとすぐ分かりませ。街路樹で街の風景を表現することも大切や」とお願いし、大阪天満宮周辺の街路樹は全国でも珍しい、梅の木として実現しました。

天神橋筋商店街、大阪天満宮、街路樹の梅、梅酒のイベント、創造都市研究科の教授と学生、散らばっていたパズルがひとつのカタチを描くように天満天神梅酒大会実行委員会が設立されました。実行委員会では天満周辺のクリエイターへポスターのデザインを依頼したり、酒蔵へ参加以来をしり着々と準備を進め、参加酒蔵54社、参加梅酒81銘柄と前回とは比べ物にならない大きなイベントとして開催されることになりました。

第4回を数える2010年大会は当初の予想を大きく超える参加酒蔵151社、242銘柄、1週間の期間来場者4800人と過去最大の盛り上がりを見せました。豪華なホテルでもなく、有名なテーマパークでもない、大阪天満宮の境内に遠くは北海道、新潟、高知、九州から「天満天神梅酒大会」を目指して人が集まってくれるようになりました。このイベントは業界内でも大きく注目され、その年の梅酒のトレンドを大きく左右するようになりました。その理由は酒蔵という生産者、小売や卸をする流通業、飲食店というサービス業、そして梅酒を楽しむ一般消費者、つまり梅酒にかかわる全てのマーケット情報が大阪天満宮に集まるからです。

このイベントには大きなテーマが2つあります。まず1つ目は「小さな酒蔵、エネルギーあふれる若者、歴史ある商店街、元気なシニアの経験を集結し、大

きな力に変えていく。天満天神梅酒大会を単に日本一の梅酒を決めるイベントにするのではなく、酒蔵、若者、地域、シニアの魅力を再発見し、小さな力を大きな力に変える地域活性化のイベントにすること」そしてもう1つは「補助金や助成金を必要としない地域活性化の事例になる」ということ。実際、このイベントは酒蔵が大阪天満宮へ奉納する梅酒のお下がり振舞い、運営は大学生とシニアの方々がボランティアで運営するというスキームで運営されています。チケット販売収益や梅酒の販売収益で、イベントにかかわる経費を支払う。自らのイベント収益でイベントを成立させることはもちろんのこと、その効果を全ての関係者と地域に還元していくことが、この天満天神梅酒大会の最大の魅力です。2011年以降は、このイベントの効果を一時的なものではなく年間を通じた地域の魅力に変えるために「天神橋梅酒ストリート計画」に発展させていきます。全長2.6km、日本一長い天神橋筋商店街に集積する多種多様な数百年の飲食店にオリジナル梅酒を仕込んでもらい、梅酒の好きな人たちが集まる街にしていきたいと思っています。



このイベントを通して地域活性化に必要なものを数多く学ぶことが出来ました。地域活性化に必要なものは資金でも補助金でも大きな設備でもなく、その街をどんな街にしていきたいかという想像力と行動力。天満天神梅酒大会の取り組みはまだスタートしたばかりです。これからも様々な困難やハードルがおそらく待ち構えていることだと思います。それでも、このイベントのスタートがそうだったように「出来ない理由を、出来る基準」として捉え商店街活性化、地域再生の事例となれるよう、実行委員会一丸となって取り組んでいきたいと思ひます。

4-2. 『創造的企業経営』と美しいまちづくり—小布施堂と小布施町—

山村和宏

(株式会社創造と協働のまちづくり研究所代表取締役、創造都市研究科博士課程修了)

1980年から1987年にかけて実施された小布施町並み修景事業(以下、「町並み修景事業」と言う。)は、国からの補助金等に頼ることなく、住民主体で新旧建築物の調和する美しい町並みを形成する方法として後に「小布施方式」と呼ばれ、今日に至るまで公共、民間、学術分野で幅広く注目され続けてきました。この「町並み修景事業」をはじめ、小布施町では「うるおいのある美しいまちづくり条例」の制定や、町民による「花のまちづくり」等さまざまな取り組みが展開されています。

本稿では、小布施堂界隈での「町並み修景事業」で主導的役割を果たした小布施堂¹⁾の独創的な企業哲学に基づく事業経営(以下、「創造的企業経営」と言う。)に着目し、それが小布施町の美しいまちづくりとどのような関わりを有するのかを概観します。

1. 「逆張り」²⁾の経営手法

小布施堂は、「町並み修景事業」ばかりでなく、「小布施ッショ」ン、「小布施見にマラソン」等の文化事業をはじめとする地域に根ざした事業を実施しています。特に、小布施堂が主導した「町並み修景事業」の取り組みは、インフォーマルな形で町民全体に伝播し、やがて町全体の「修景運動」へと発展していきました。(株)小布施堂代表取締役市村次夫氏は、その要因について、「小布施は地方の町でもあり、小布施堂界隈で行われようとする修景手法を自ら慮った面もあるのではないかと。また、そのような修景を取り入れることは、自分の代だけでなく、子の代への資産と考えたのかもしれない。修景に配慮することは、古くからある無形の資産を守り、受け継ぐこと³⁾」と語っています。

過剰投資とも評された小布施堂の小布施堂界隈への経営資源の集中投資や、単独の事業としては採算

の合わない「小布施ッショ」ン等の活動は、一見、企業経営としては非効率と見受けられる面があります。しかしながら、小布施堂の地域に根ざしたこれらの事業経営は、持続可能な競争優位のポテンシャルを獲得しています。なぜなら、「町並み修景事業」や「小布施ッショ」ン等を通じて形成されてきた経営資源は、「顧客にとってのかけがえのない魅力」を創出するものであり、その結果、「顧客を囲い込む」ことに成功しているからです。加えて、(株)榊一市村酒造場の蔵人をはじめとする伝統的な技術を重用することで、「職人の技」によって支えられた希少な製品づくりが行われています。「職人の技」の希少価値が高ければ高いほど、競合他社の追従は困難なものとなります。経営効率化をめざす経営手法とは「逆張り」の事業展開を小布施堂は実践してきました。

2. 小布施堂の企業哲学 — 「旦那文化」

小布施堂の企業哲学は、企業利益の最大化にあるのではなく、先代から受け継いできた家業(=「旦那文化」)を継承発展させ、現代におけるサロン文化として復活させることにあります。そのことに関連して、「単に企業ブランドや地域ブランドの形成、保全を意図することとは異質であり、より積極的に新しい『何か』を創り続けることに意義がある⁴⁾」と市村次夫氏は述べています。小布施堂が創出してきた小布施堂界隈の「町並み修景事業」や、「小布施ッショ」ン等の文化事業は、本業の栗菓子や酒造に深く根ざした経営資源であると同時に、それ自体が新たな「何か」を創造する場となっており、これらを「創造的資本」と位置づけることができるのではないかと考えます。小布施堂の「創造的企業経営」とは、この「創造的資本」の創出を通じた家業の継承発展(持続可能な企業経営)と小布施町の美しいまちづくりへの貢献として定義することができるでしょう。

3. 美しいまちづくりの要 — 「創造的資本」

小布施堂が創出してきた「創造的資本」は、「修景」にかかわる資本と「文化」にかかわる資本に2分することができます。「修景」にかかわる資本を構成する要素とは、小布施堂界隈で繰り広げられてきた「町並み修景事業」であり、それは、(株)修景事業の古民家修復事業に継承発展されています。「町並み修景事業」では、小布施堂は施主としてその事業に関わってきましたが、(株)修景事業の取り組みは、古民家・町並みの再生を職人の技で継承発展させる小布施堂の新たな事業(家業)の一つと考えられます。一方、「文化」にかかわる資本を構成する要素は、「小布施ッショ」ンに象徴されるソフト事業や小布施堂のWeb・編集出版事業があり、さらに、「修景」、「文化」の両方に関連する資本として「工芸デザイン」があります。小布施堂界隈の町並み修景と一体となって現代的な伝統工芸美を形成する商品や店舗デザインの意匠性の高さは、小布施堂の「創造的資本」を構成する大きな要素となっています。小布施堂の「創

「創造的企業経営」によって創出されてきた「創造的資本」の概念は、わが国の次世代のまちづくり、地域活性化に新たな示唆を与えていると言えます。

4. 「創造的企業経営」から「創造的企業連携」へ

小布施堂の「創造的企業経営」は次なる段階に進もうとしています。㈱文化事業部代表取締役セーラ・マリ・カミングス氏が仕掛けた「桶仕込み保存会」の取り組みは、全国の造り酒屋に木桶仕込みの復活を呼びかけ、現在は30歳以上が参画することとなり、わが国の職人技の協業化を企図する伝統産業再生の新たな概念として注目できます。この協業化の概念は、「酒屋の旦那は、地域文化のリーダーであるべきです。その酒屋が桶を捨てたがために、日本の醸造文化から桶という多様な魅力の詰まった玉手

箱が消えてしまったら——今こそ酒屋の旦那が踏ん張って、酒屋から味噌・醤油屋への桶の循環や、技術を伝える人を支える仕組みづくりなどに取り組むときではないでしょうか⁵⁾というセーラ・マリ・カミングス氏の言葉に象徴されると思われます。「桶仕込み保存会」は、「木桶仕込みの復活から、さらに醗酵文化（酒屋、味噌屋、醤油屋、漬物屋や他の食文化と桶）を繋ぎ、将来への伝承⁶⁾」に取り組もうとしています。それは、わが国固有の伝統産業を現代に復活する営みにとどまらず、伝統文化の再興をも見据えた協業の試みとなっています。一企業の事業活動の枠組みを超えた創造的な協業化の取り組みは、わが国の伝統産業に根差した地域活性化のあり方をも示唆するものになると考えられます。



「榊一市村酒造場本店の看板」



「小布施堂本店」



「栗の小径（雪景色）」



「榊一客殿」

出所) 小布施堂HP

- 1) 「小布施堂」と記す場合は、(株)小布施堂及びその親会社である(株)榊一市村酒造場、関連会社である(株)文化事業部、(株)修景事業を含む4企業を指す。
- 2) (株)文化事業部編「町並み修景事業の記録」(2006年) 101頁参照
- 3) 4) (株)小布施堂代表取締役市村次夫氏へのインタビュー (2008年5月12日筆者面談)
- 5) 桶仕込み保存会HP (2008年6月30日閲覧)
- 6) (株)文化事業部HP (2010年2月20日閲覧)



4-3. 「ニューツーリズムによる地域活性化—「香」ツーリズムに動き出した淡路島」

渡邊公章 (大阪国際大学、創造都市研究科修士課程修了)

1. 観光地としての淡路島

淡路島は、南北約40km・東西約20km、その大きさはシンガポールとほぼ同じと言われ、古くは伊弉諾尊(いざなぎのみこと)・伊弉冉尊(いざなみのみこと)の産んだものとされ、国産みの神話の『記、紀』にも登場する島である。現在、淡路島は2005(平成17)年の市町村合併によって、淡路市、洲本市、南あわじ市の3市体制となっている。島の中央部に位置する洲本

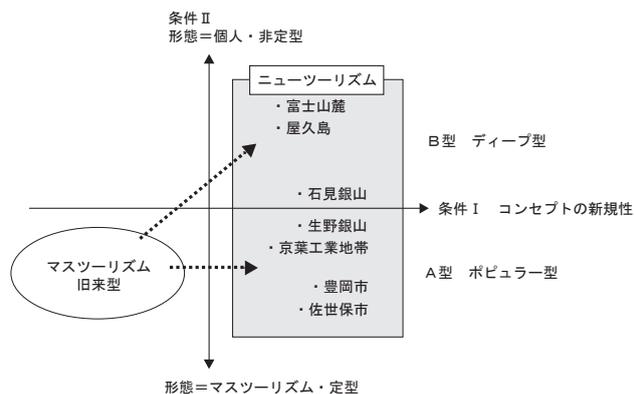
市は、かつて宿泊客で賑わった温泉旅館やリゾートホテルが数多い洲本温泉を有する地域である。島の南部に位置し、徳島と近接している南あわじ市は、うずしお・水仙卿などの観光資源や特産品のたまねぎは全国区ではあるが、観光客の誘客においては、まだまだ全国区ではない。これら2市と本州をつなぐゲートインの役割をなすのが、島の北部に位置する淡路市であるが、淡路市の生活圏は、明石海峡大橋を通じて神戸市と隣接しているため神戸都市圏に含まれていると言える。

1998(平成10)年に、明石海峡大橋を含む神戸淡路鳴門自動車道が全線開通したことで、淡路島内の交通は便利になったものの宿泊客は減少し京阪神地方の日帰りゾーンとなってしまった。平成20年10月、淡路島が一体となって滞在促進をする「淡路島観光

圏」が観光庁に認定され、「おかえりなさい～神話のふるさと淡路島～」と銘打って、御食国であった歴史を生かし「食」に着目した取り組みを展開しているところである。また、それに伴い、数々の誘客事業が展開されている。なかでも、淡路市における「香」の取り組みは、国内70%のシェアを占めているとされている線香産業「香」を活用した取り組みであり、同市一宮地区の線香産業に着目した「香」一流の島づくりを目指し動き始めているものとして着目している。

2. 線香のまち「淡路市一宮地区」

今回紹介するのは、いわゆるニューツーリズムに属する取り組みであろう。ニューツーリズムとは個人の趣向に立脚した新しい観光形態で、図のように今後の発展が期待できる。この淡路市の取り組みも、世界的観光立国淡路市プロジェクトにおける観光分野での実践取組として試験的に実施されるものであり、視覚による淡路島の印象づけ、一般来訪客にも提供できる体験プログラム整備と「香」素材のツーリズムへの活用による地域資源を生かしたニューツーリズムの推進と考えられる。



図：ニューツーリズムモデル（渡邊2009）

淡路市は、もともと旧津名町から引き継いだ1億円の金塊や、阪神・淡路大震災による震災遺産ともいわれる野島断層保存館や世界最大の明石海峡大橋などで知られていた。他聞に漏れず、明石海峡大橋の開通やあわじ花博覧会などの大規模な公共イベントによる集客（行政投資の過多時代・繁栄）を経験した地域である。しかし、他の地方都市と同様、人口流出による人口減少、少子高齢化は避けられず、地域資源と産業を見直すことで地域を活性化し交流人口の増加を図るため、観光が最重要施策とされている。

淡路市一宮地区における「香」の取り組みは、以前から実施されており、2001（平成13）年には、環境省選定の「香り風景100選」にも選ばれ、日本国内の香りにゆかりのある土地を紹介した書籍「訪ねてみたい日本・かおり風景100選」にも紹介されている。国内線香生産量の約7割を占めている淡路市一宮地区内には線香事業所や下請け業者が多数並び、お香が暮らしの中に溶け込んでいる。地域の特性を活か

して製品の魅力・価値を高め、全国さらには海外のマーケットにおいても通用する高い評価（ブランド力）を確立すべく、商工会・商工会議所等が中心となって地域の企業等をコーディネートするなど、プロジェクトとしてJAPANブランドを総合的に支援している。そのプロジェクトを通して、国内における線香の伝承イメージを払拭し、アロマとしての活用方法の普及と商品展開を行い、日本の優れた伝統技術から生み出される線香に対する認知度の向上と「あわじ島の香司」ブランドの確立を目指している。

香司とは“香りを司る者”、いわば香りのマイスターであり、調合から仕上げまで自らのプライドと磨き上げた技を持つ15名のオーナーである。線香工場の中の、「淡路梅薫堂」では線香づくり見学や、「薫寿堂」では自分だけのお香作りを体験できる。近くには香りをテーマにした「パルシェ香の館」があり、150種類のハーブを植栽する香りの体感施設として、香りだけでなく見た目にも美しい香草や香木を楽しみながら香りを学ぶことができる。お香作り以外にも「香」にちなんだ24種類のエッセンシャルオイルから作る香水作りなどが体験でき、女性観光客に人気がある。

3. 「香」の拠点づくり

世界的観光立国淡路市モデルプロジェクトにおいて、日本一の「香」地域づくりをすることが提案され、行政によるモデル事業実施に向けた動きがある。集客施設、公共施設はもとより、島内で最も利用者の多い道路施設のトイレ等でお香を焚き、市民と来訪者に「香」のイメージを五感から定着、記憶させようという試みである。これは公共施設に「香」の拠点をすることで、「香」の普及を図り、美しい島生活へと繋がるのが期待できる。同じく島内の主要な地場産業である「瓦」を活用して「お香器」を作成し、地域の産業を融合することで定着を図りたいと考えている。これらの新しい取り組みに加え、地元の受け入れ施設も徐々に動き始めている。

さらに、宿泊施設がきめ細やかな体験メニューの充実を図りつつある。淡路市の宿泊

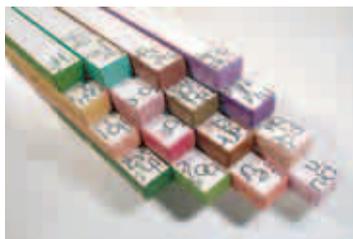


パルシェ香りの館・香りの湯



線香各種

施設の特徴は小規模、施設分散型である。これは、宿泊施設が小規模であるがゆえ、きめ細やかな来客対応が可能であることが後押ししている。中山間地域として国から補助をもらっている地域もあり、すでに都市と農村交流を10年ほど前から実施しているため受け入れに対するノウハウも蓄積されている。これらがうまく組み合わせられ、連携することで、まちが香を通じて一体感が保たれ、調和するようになってくると多くの来訪者が期待できる。



16種厳選セレクション



パルシェ（加工体験）

4. これからの淡路島の観光

淡路市の持つ多彩な観光資源に、このような新しい魅力が加わることで観光客誘致に弾みがつけばいい。今後は、伊弉諾神宮で“パワースポット”でスピリチュアル・パワーに触れる。たまねぎ料理で“血液がサラサラ”で健康になる。香りで“癒される”ことでリフレッシュする。これらは、旅の持つ大きな魅力である。伊弉諾神宮を中心とした街歩き、午後はパルシェへ行き体験教室をする。温泉に浸る。さらに、香司や語り部からのまちの魅力の発信は、旅の楽しみ方をあつくさせることができる。さらに、神宮を参拝することで、縁結び、子授け、安産、夫婦円満、家内安全などご利益があることはもちろん、伊勢と奈良を結ぶ太陽信仰や巨石信仰に関連する神社が一線上に連なるミステリーゾーンとして近年脚光を浴びる“太陽の道”に繋がる。（このことは、別の機会に譲る）。旅をしてご利益に授かることは、女性のみならず娘・子のよい縁談、孫の誕生など3世代がターゲットにもなる。“香り、癒し、縁結び、良縁”をキーワードに「日本最古の神宮参拝と香りに浸る旅」が注目される日は近いように思う。

【参考文献】渡邊公章「ニューツーリズムによる地域活性化」『まちづくりと創造都市2』晃洋書房。



4-4. 「廃校利用による地域活性化」

白田利之（大阪市建設局、創造都市研究科博士課程修了）

1. 少子化による都心部の小学校の統廃合

わが国では少子化が急速に進んでいます。特に大都市の中心部では少子化とともに周辺部への子育て世帯の移動などによる人口のドーナツ化現象が進み、小学校の児童数が大幅に減少しています。児童数の減少は

教育環境の変化につながります。クラス替えや満足なクラブ活動ができず、運動会などの学校行事にも影響を及ぼすこととなります。小規模校化が進むと、教育環境の改善のために、近隣の小学校と統合されることとなります。一方で、閉校される学校があります。都心部の学校は貴重な用地であり、この廃校を地域の活性化のために、いかに活用していくのが大きな課題となります。

関西の大都市である京都市、大阪市、神戸市の廃校活用の取り組み事例について紹介したいと思います。

2. 京都・大阪・神戸での廃校活用の取り組み

(1) 京都国際マンガミュージアム（元京都市立龍池小学校）

京都国際マンガミュージアムは京都市営地下鉄京都御池駅すぐの交通至便な場所にあります。

このミュージアムは、博物館的機能と図書館的機能を併せ持つ新しい文化施設で、2006（平成18）年に開館しました。所蔵されているマンガ資料は、明治の雑誌や戦後の貸本などの貴重な歴史資料や現在の人気作品、海外のものまで、約30万点にのぼっています。「マンガの壁」にある約5万冊のマンガは、自由に元校庭の芝生に持ち込んで読むことができます。また、ワークショップや似顔絵、紙芝居など、様々なイベントが開催されており、子どもから大人まで楽しむことができる施設になっています。開館から2年間で50万人が訪れる京都でも有数の観光施設となっています。ミュージアムは京都市と京都精華大学により運営されています。ミュージアムは1927（昭和2）年と1929（昭和4）年に建てられた旧龍池小学校の校舎を改修して活用しています。

龍池小学校は1869（明治2）年に開校した歴史のある小学校でした。昭和30年代には800人を超えた児童数が1994（平成6）年には110人まで減少し、1995（平成7）年に近隣の小学校とともに統廃合され、廃校となりました。

龍池小学校は、教育に熱い思いを寄せる地域住民の寄付によって建設されました。そのため、地域との結びつきが非常に強くなっています。現在のミュージアムの中には、地域住民の集会所があります。元校庭では夏祭りや運動会など地域イベントの開催などが行われています。廃校となった現在でも、元龍池小学校は地域コミュニティの重要な場になっています。

(2) 精華小劇場（元大阪市立精華小学校）

精華小劇場は、大阪市営地下鉄難波駅から徒歩3分の場所にあり、大阪市の中心部である「ミナミ」に位置しています。浪速五座と呼ばれたわが国芝居文化の発祥地である道頓堀にも近く、芝居・劇場文化に慣れ親しんだ地域性をもっています。そのため、体育館は市民と芸術が触れ合う場として、2004（平成16）年から小劇場として利用されています。精華小劇場は、体育館（地上4階の1階部分）を改修した約200席の客席をもつ劇場です。大阪市、大阪都市協

会、地域の代表者及び演劇関係者で構成される精華小劇場活用実行委員会により運営されています。

精華小学校は1873（明治6）年に開校した歴史ある小学校でしたが少子化の影響により1995（平成7）年に閉校しました。1929（昭和4）年に建設された校舎も現在生涯学習ルームとして利用されています。

(3) 神戸北野工房のまち（元神戸市立北野小学校）

神戸北野工房のまちは、三宮駅から徒歩で20分ほどの異人館の近くにありま。その名のとおり、職人たちのモノづくりの様子を来館者が見て、体験できる施設です。ガラス工房や手縫いの靴、和ろうそくなどのクラフト関連のお店や神戸の老舗洋菓子やパン、ワインのお店などがあります。また、チョコレートやパンづくり、とんぼ玉づくりなど、さまざまな体験ができるようになっています。年間の入場者は80万人を超え、神戸有数の観光施設になっています。施設は神戸市と神戸市都市整備公社、神戸ファッション協会、入居テナントで構成されるテナント会によって運営されています。

この北野工房のまちな元である旧北野小学校は1908（明治41）年に開校しました。大正時代には児童数1400人を超える小学校でしたが、閉校時の1996（平成8）年には119人となっていました。そのため、近隣校区の小学校と統合され、87年の歴史に幕を閉じました。現在の施設は1931（昭和6）年に建築された校舎をそのまま活用しています。館内のいたるところに小学校時代の写真や卒業記念品が展示されており、小学校時代の面影を強く残しています。

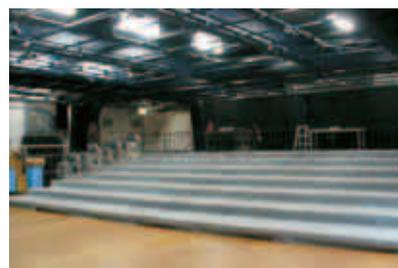
工房の中にあるギャラリー（もと理科室）や講堂では地域住民が地域活動などに利用するとともに、駐車場において夏祭りが開催されています。元北野小学校は地域コミュニティの交流拠点としての役割を今も果たしています。

3. 廃校利用による地域活性化

京都ではミュージアム、大阪では劇場、神戸では工房として、廃校はさまざまな形で活用されています。3つの施設に共通するのは地域とのつながりや歴史を受け継ぎ、その場でしか体験できないものを提供していることです。また、集客施設として地域の活性化に寄与するとともに、地域コミュニティの拠点として



京都国際マンガミュージアム



精華小劇場

の役割も果たしています。

元精華小学校では昨年1956（昭和31）年以降、実に50年ぶりに夏祭りが開催されました。地域の同窓生は久しぶりに顔を合わせて、思い出話を花を咲かせた



神戸北野工房のまち

ことでしょうか。閉校により学校としての機能は失われたとしても、その学びやで過ごした記憶と思い出は消え去ることはありません。新たな役割を果たす学校たちも訪れる人々にさまざまな思い出を与えてくれることでしょうか。これらの施設に一度訪れていただきたいと思ひます。



4-5. 「眺望と博物館による地域活性化—尾道」

吉川浩（創造都市研究科博士課程）・
稲田全示（尾道大学教授）

はじめに

「坂の町」として全国に知られる広島県尾道市は、山地が尾道水道までせまり、平坦な海岸線沿いの市街地と、社寺仏閣・住宅地が山肌を埋め尽くすように広がる傾斜地がおりなす独特な景観とその眺望が、今も昔も主要な観光資源となっています。しかし、傾斜地住民の高齢化の進展と共に、古民家の空き家の増加などによる住環境の悪化や、町並み景観への影響などで、魅力ある観光資源を脅かす問題が顕在化してきています。このような状況のなかで、尾道傾斜地域にこれまでほとんどなかった店舗業種が現れ、今や雑誌やテレビなどでも取り上げられるほどの新たな観光資源として注目されています。今回は、「坂の町」尾道に古民家を再生・利用して現れた、新たな観光スポットをご紹介します。

1. 尾道傾斜地域の眺望の良い地理的特性

新たな観光スポットが生まれた尾道傾斜地域とは、山陽本線より北側の長江通りの西側斜面地域で昔から尾道水道を臨む代表的な眺望地域です。観光ルートとして「文学の館めぐりコース」「文学のこみち」「古寺めぐりコース」などが設定されており、この地域が中心に位置しています。また、標高約100mの千光寺公園へロープウェイが通じており、千光寺に続く三本の参道のような坂道があります。かつては、お正月の千光寺参り、春の桜見物など人で賑わう時期は限られていましたが、2000年ごろから立地を活

かしたユニークな店舗が増えるに従い、春や夏や秋に通り過ぎるだけであった観光客が、お店を目当てに足を止めて訪れるようになりました。



尾道傾斜地の新たな観光スポット

2. 坂の町の高齢化と空き家問題

尾道傾斜地域に何故店舗が出現したか、その背景を見てみましょう。まず、尾道傾斜地域の高齢化率は、現在40%以上に達しています。高齢者にとっては利便性が悪く、住み続けることが困難な状況です。尾道傾斜地域の「高齢化」の問題は深刻です。次に、「空き家」の維持や処理の問題があります。2008年には、空き家率は約20%に増加しています。そして、老朽化した空き家は、放置すると崩壊する危険性が高く、また、景観を害する場合があります。賃貸物件として利用する場合は、補修費に数百万円が必要で、それらを投資しても改修できる家賃設定で借り手はなかなかいません。解体して撤去する場合も傾斜地域の狭い小路と急な坂道の解体作業のほとんどが手作業のために解体費用だけでも一戸数百万円ほどかかる場合があります。維持するにも、処分するにも費用がかかる。空き家の持ち主もどうして良いものか、思案に暮れる状況でした。

3. 古民家を観光ミュージアム型店舗へ再生

このように、高齢化と老朽化する古民家の空き家問題等を背景に、古民家を無料で借り受けて自ら修復し観光ミュージアム型店舗に蘇らせた園山春二氏(キーパーソン)の実績を知る家主が、古民家の無償活用を依頼するようになってきました。貸す方も古家の維持が無料で出来る、利用する方は固定費のかからない店舗を手に入れることが出来る双方のメリットがあったのです。絵師である園山氏は、1997年から尾道に暮らしはじめ、同時に古民家を活用して、雑貨やカフェなどの店舗とミュージアムという複合型業種店(観光ミュージアム型店舗)を開設して尾道の地域再生を行っています。

(1)「招き猫美術館」 1997年、園山氏が全国から集めた招き猫の約3000体のコレクションを一堂に展示した「招き猫美術館」は、尾道を訪れる猫好きの観光客を対象に、招き猫に関するグッズの販売や、マスコット猫の「小梅」の有料ファンクラブを結成。また、美術館内には「おみくじ」などの古いグッズや、招き猫



招き猫博物館

を祭った「賽銭箱」などを設置しています。入場料は200円で、2009年時点での年間入館者数は、約3万人です。

(2)「梟の館」 1997年に、当時空き家になっていた見晴らしのよい別荘を補修し、「梟の館」を開設しています。2002年に、カフェをオープンするまでは、月に一度の「満月ワインパーティ」(2200円)のみを開催していました。また、2007年に園山氏の「梟」のコレクションを展示公開する「梟美術館」を併設しています。入場料200円です。

(3) 観光ミュージアム型店舗 そして、「尾道アート館」2002年開設。「ブーケ・ダブル」2008年開設。「SAKA BAR」2009年開設。2009年には、5店の観光ミュージアム型店舗が坂の町に隣接して立地しています。

4. 地域資源を活用した地域再生事例

斜面傾斜地の立地が不利な条件を「眺望の良さ」や「環境条件」で克服し、観光ミュージアム型店舗に不可欠な「テーマ性のある博物館という専門性の導入」という条件をキーパーソンである園山氏が実現していることが特徴といえます。尾道傾斜地域の観光ミュージアム型店舗による新たな観光スポットの形成は、地域の問題を、新たな地域資源、観光資源として捉え、地域を再生した事例といえます。尾道以外の歴史的な地方観光都市でも「高齢者の増加」や「老朽化する空き家の増加」など同様の問題がありますが、古民家や自然環境などの地域資源を活用した「店舗展開」は、地域再生の可能性がある方法と期待できます。



坂道からの瀬戸内海



吉川



稲田

4-6. 「観光のバリアフリー化と地域活性化」

中子富貴子(創造都市研究科博士課程)

近年、観光による地域活性化が注目される中、地

域観光推進の現場ではNPOやボランティア団体など市民活動の活発な関わりが増えている。観光は、地域全体の課題、活性化の方策として位置づけられ、地域社会の自律・自立的な発展を目指すという着地型観光の考え方も浸透してきた。また、高齢者層の増大をはじめとした消費者層の拡大、国の観光立国推進政策を背景に海外からの旅行者への対策など、消費者層やニーズの多様化への対応が進められている。

障がい者への観光支援もこのような動向の中で取り組みが増えつつある。これまで対応が十分でなかった障がい者や高齢者への支援も、地域観光の現場が変化し、細かな対応が可能になってきたことでさまざまな支援組織が活動できる素地もできつつある。駅や公衆トイレ、建物といった工学的な設備改修は、法律や行政の施策である程度一元的にできるが、細かな観光地の情報、観光客それぞれへの個別対応を考えると、単にバリアフリーマップを作るなどだけでは不十分といえる。ここで紹介する三重県鳥羽市のNPO法人伊勢志摩バリアフリーツアーセンターは、このような課題への対応として注目できる組織であり、障がい者や高齢者への観光支援をNPOが担う先進的な事例として評価も高い。

このNPO組織は、地元のバリアフリーの店舗のガイドブック発行をしていた団体が前身となり、2001年からの三重県の集客交流推進事業の一環として組織化され、2003年にNPO法人として認証を受けた。伊勢・鳥羽・志摩市を対象に、宿泊施設、観光施設などのバリアフリー状況の調査、ホームページ上での情報提供、旅行者に対しての個別相談やアドバイス、宿泊施設紹介などを行っている。また無料で車いすやベビーカーの貸し出しも行っている。当初の集客交流推進事業のプロジェクトが終了した後も、自立的に活動を継続しており、現在ではこの地域の観光バリアフリー情報収集と提供を一手に引き受けているといってもよい。地元の施設のバリアフリー化についてのアドバイスやコンサルタント、地域観光推進会議のメンバーになるなど、行政や観光事業者との連携も強めながら活動を継続している。

こうした活動への地域内外からの評価も高い。たとえば、2008年には国土交通省の「第一回バリアフリー化推進功労者大臣表彰」を受賞した。また、地域内でヒアリングを重ねた中でも行政の担当者や宿泊施設の経営者から、伊勢志摩の観光推進に貢献しているとの評価があり、地域観光推進の役割の一端を担う組織に成長していることがわか



伊勢市おかげ横丁

る。

これらの活動や成果を見ると、観光のバリアフリー化は、通常言われるような金銭的な、あるいは「手間」などのコスト負担を強いるマイナス要素ではなく、地域活性化を促すプラスの要素として考えることができる。バリアフリー化された観光地そのものをアピールする岐阜県高山市などの例もあり、むしろ観光のバリアフリー化は地域の付加価値となりうるものである。また、住民の生活の質、環境への配慮も必要とされる昨今の観光の背景を考えてみても、このような活動は不可欠である。

加えて、NPOへの期待の一つに地域社会におけるソーシャル・キャピタル形成機能があるが、このNPO法人でもインフォーマルな人間関係や地域社会でのつながりを基盤にしながら組織の存続や事業者との連携が保たれている。このように地域への視点を失わず観光サービスを提供するためには、行政や営利的な観光事業者だけで対応するのは不可能である。NPOの機能をうまく取り組み、地域観光を展開していく地域が、活性化への歩みを強くしていくものと考えられる。



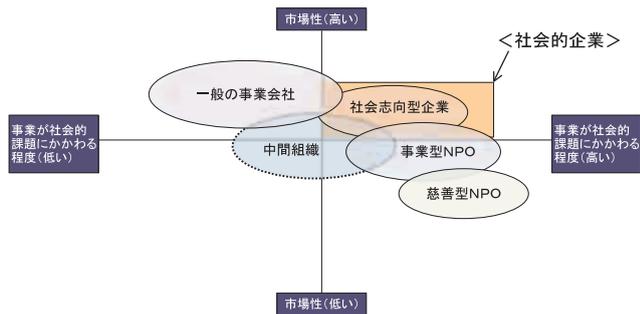
伊勢志摩バリアフリーツアーセンター



4-7. 「(非営利) 社会的企業評価への新しいアプローチ」

中野洋 (中野洋税理士事務所所長、創造都市研究科修士課程修了)

NPOの社会的役割が増大するのに伴い、社会的・経済的整合性を持つ「NPO評価」が要求されている。さまざまな立場からの「NPO評価」があるが、それらは、まだまだ未熟なNPOの実情を無視した評価にもつながりかねない。NPOの活動の成果が、受益者の満足度等、金銭的に測れないものであるため、事業の成功が財務データに直接反映されとは限らず事業の成果の測定が難しいことがその理由である。ここでは、NPOのタイプとしては「事業型」に注目し、介護事業のような、必ずしも完全な市場対応ではなく、より公共部門と連携した「社会的企業」の事業継続性・可能性について、どの様な評価が求められるかを、その表示の手法と非会計データによる管理手法の視点から、バランス・スコアカード (BSC) の活用を検討してみる。

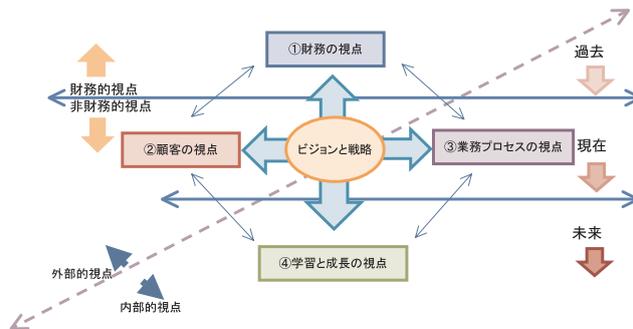


<社会的企業の領域> (出所) 経済産業省 (2008)

営利企業の場合、売上げや利益によってその経営状態が判断されるという外部チェック機能が働くが、NPOの場合にはそうしたチェック機能が制度化されていない。しかし、非営利組織も営利企業も共に社会的存在であることに違いはなく、必要な情報公開を行って多くの受益者やステイクホルダーから信頼を獲得することが重要である。特にNPOの場合、税金や寄付金といった公金を使う場合が多いため、納税者や寄付者に対する説明責任が必要とされる。また、営利企業以上にステイクホルダーが多いことから、積極的に情報を公開し、地域住民の批判を仰ぐ姿勢が必要となる。そして、NPOの活動に対して多くの参加者を確保し、さらに支援の輪を広げるために、事業活動によってどのような効果が得られたのかを誰が見ても分かる形で説明することが組織存続の重要なポイントとなる。

次に、NPOが社会の中で大きな役割を果たし、その存在が認められるには、ルール化された比較可能な評価が条件となる。ここでは、「NPOの評価」を事業評価と組織評価の2つの観点から評価の目的と問題点、評価の在り方、評価のポイントを論じる必要がある。非営利組織に求められる情報公開を考えると、会計情報には事業の安全性が示されているが、そこでは表せない事業の有効性については会計情報以外の情報(事業報告書)ということになる。従来の経営分析手法がコスト分析に基づいた業務改革手法であるのに対して、BSCは、ビジョン・戦略を始点として、それを実現するための改善点を抽出することが可能である。この評価プロセスを開示することで、非営利組織が抱える事業の安全性のみならず真の効率性の開示の問題、すなわち説明責任や透明性

が確保されるのではないかと考えられる。すなわちBSCは、組織の戦略策定と業績評価指標の策定を効果的に達成する手法であり、「財務」「顧客」「業務プロセス」「学習と成長」という互いにトレードオフ(背反)を引き起こしかねない経営管理の側面をバランスよく再編し、組織業績を財務だけでなく、非財務の側面から多面的に評価することを狙いとしていることが理解できる。



<ビジョン達成への4つの視点とそのバランス> (出所) 筆者作成

「組織のミッション」を最上位の目標として掲げる非営利組織の活動においても、財務目標・非財務目標とそれらの達成度を測る定量的成果指標をバランスよく設定することが可能である。このことから、「顧客」の観点こそがミッションに直結する視点であり、「財務」の視点はミッションを遂行するための手段で組織の中心をなすものではない、という非営利組織の業務プロセスが評価の対象となり得ると考えることが出来る。

このように、非営利組織の情報開示・組織管理の手段として、BSCは、それぞれの視点ごとに戦略テーマを設け、それに見合う業績評価指標を設定するマネジメント手法であることから、非営利組織の内部評価(マネジメント)ツールとして極めて有効な手法であり、今後、我が国の非営利組織に対する評価手法として導入されることが期待される。



地域活性化ニューズレター 第0号
2010年(平成22年)3月30日 発行
 大阪市立大学大学院創造都市研究科
 「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」準備委員会編
 発行人：中本悟
 編集人：小長谷一之
 〒558-8585 大阪市住吉区杉本3-3-138 大阪市立大学大学院創造都市研究科