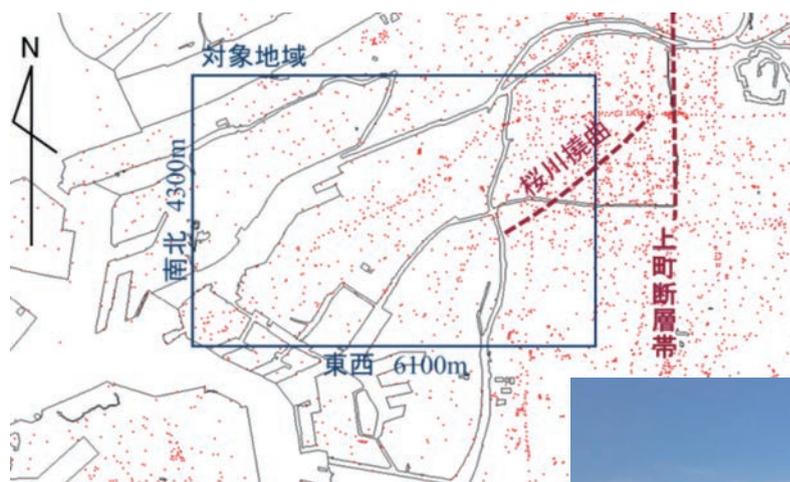


R2-3S

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. 4



写真(左) 大阪平野におけるボーリング調査地点(赤い点: 7357本)と地質構造の可視化対象地域(約6km×4km)(提供米澤)、
写真(右) NPO法人砂浜美術館がおこなう「Tシャツアート展」(提供梅村)

CONTENTS

00. 3セクター協働の地域活性化プロジェクトのご紹介

01. 大学でのコミュニティ・サービス：
インドネシア事例報告

— 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. 「NPO・地域・行政」連携による「農＋食＋教育
循環モデル」の構築—「ノハラボ高槻」の事例から

— 小長谷一之（大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授）

03. 都市の地下構造モデリング

— 米澤 剛（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）

04. 社会的企業から社会的経済の構築へ：
韓国・忠清南道

— 五石敬路（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）

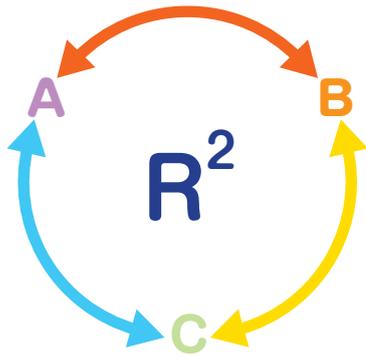
05. 高知県黒潮町・砂浜美術館の展開と進化

— 梅村 仁（公立大学法人高知短期大学教授、NPO法人砂浜美術館相談役、博士（創造都市））

06. 梅田東地区における地域活性化

— 「ファッションタウン」構想を通じての
各セクターの連携—

— 牛場 智（大阪市立大学大学院創造都市研究科客員研究員、博士（創造都市））



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

00. 3セクター協働の地域活性化 プロジェクトのご紹介

創造都市研究科「特色となる教育体制への支援事業」『3セクター協働の地域活性化 教育プログラムー公共・市民・ビジネス部門連携の地域活性化コーディネータ人材育成』プロジェクトの御紹介 [サイト <http://www.gsc.osaka-cu.ac.jp/regional/> 概要 (抜粋)]

【創造都市研究科の概要】

創造都市研究科は、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等の研究と、都市地域活性化を目的として設立された社会人向け大学院です。2003年開設の修士課程3専攻（都市ビジネス、都市政策、都市情報学）および2005年開設の博士後期課程（創造都市）において、2012年までに約1200人が入学し、約900人が課程修了しました。

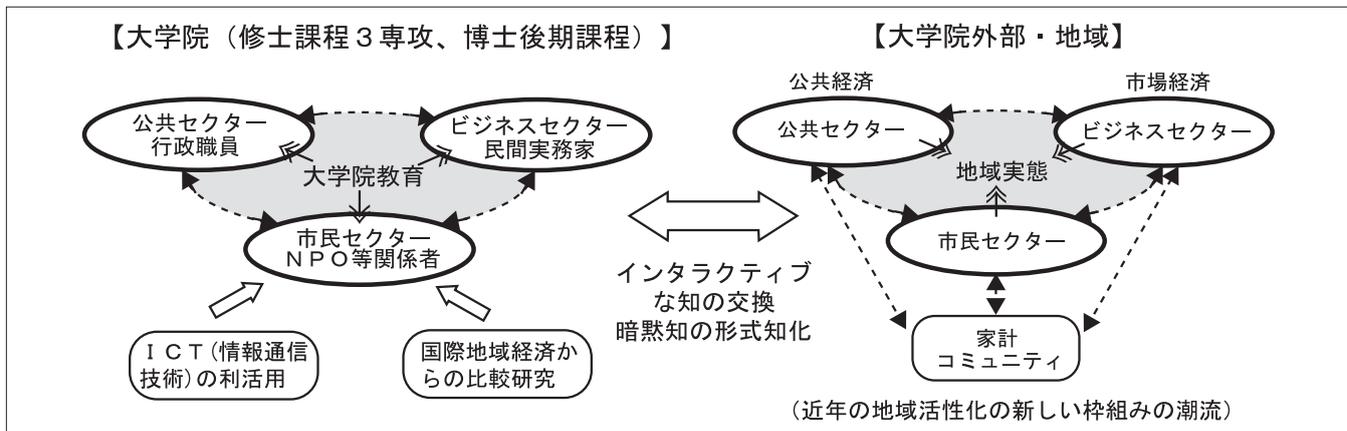
【目的】(現状認識)

地域の疲弊が叫ばれ、地域活性化は日本全体の喫緊の課題となっています。地域活性化の分野においては、PFI・指定管理など「公民協働」の方向が現れていますが、(1) 本プログラムは更に進んで、従来の公共（行政）対民間の2者関係だけでなく「市民

主体のボランティア経済セクター」を入れた3者の総合的戦略と（概念図参照）、(2) 財政自立化のなかで「情報通信技術（ICT）」等を活用した効率良い戦略が中心になりつつあることに注目しています。

当研究科は、地域活性化・地域経営に関する全国の研究科の中でも公共・市民・ビジネスの3セクターの学生が共同で学び、かつ都市情報学専攻があるというユニークな構成をもち、個別の教育研究をおこなってきました。こうした独自性・実績を活かし、個別の取組を更に総合化し、地域／行政／関係機関における公共・市民・ビジネスの3セクターと大学院・研究者の3セクター（最大3×3の組合せ）が協働する融合効果とインタラクティブな知識の環流化により、地域活性化人材を育てる「地域活性化教育プログラム」をおこないます。

【概念図】



【育成される人材像】

このプログラムで育成される「地域活性化コーディネータ」とは、地域活性化の課題に直面したときに、1) 自らの出自は公共・市民・ビジネスのいずれかの1セクターに属する実務家や研究者であっても、他を含めた3セクターの個々の特性を認識し、その長所を活かして協働をデザイン・コーディネートでき、2) 地域のネットワーク化や情報の共有を効率的に実現するICTを活用する知識を身につけ、3) 現場のコーディネートと同時に暗黙知を獲得し形式知に転換することにより仮設定立・検証をおこなって、現場に応用する力(概念図参照)をそなえ、4) 最終的に体系化・一般化をして成果としてまとめる能力により、みずからのキャリアアップと地域への貢献の両者を達成できる実務的研究者・高度専門職業人のことです。

【キャリアアップ】

既存専攻の学生および外部からの人材は、地域活性化プログラムに参加することにより単位履修が可能であり「地域活性化コーディネータ(仮)」の名称を受けることを予定しています。プログラム終了後は、現場の知識を活かし、対立する課題を総合的に調整し各セクターの長所を生かせる創造的な問題解決能力を

もった実務的研究者(大学等研究機関研究者・地域活性化運営者)として活躍が期待されます。

【実績】

創造都市研究科は開設以来、研究科および大学重点研究『創造都市を創造する』『創造経済と都市地域再生』などのプロジェクト研究において、大阪市等との共同による国際シンポジウムを通じた世界的な創造都市研究ネットワークを形成、地元である大阪市・大阪府北区地域開発協議会を応援、同商業活性化協会と提携契約を結び地域活性化プロジェクトを8回実施し、地域活性化計画の立案・支援をしてきました。またプロジェクト型の学生共同研究を重視し、開設以来10年で毎年20数件の教員および学生数名の研究グループを組織して教育研究活動の中で大きな効果をあげてきました。本プログラムでは、このような創造都市研究科のプロジェクト型研究の実績を踏まえて、3セクター(公共・市民・ビジネス)の学生が共同で学ぶ構造および関係機関との連携の上に、新たな知識の統合を目標として、総合的人材「地域活性化コーディネータ」の養成をめざすものです。

01. 大学でのコミュニティ・サービス：インドネシア事例報告

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)



昨今、総務省が地域力創造・地域再生を目的とし「域学連携」に力を入れている。

「域学連携」とは、大学生と大学教員が地域の現場に入り、地域の住民やNPO等とともに、地域の課題解決又は地域づくりに継続的に取り組み、地域の活性化及び地域の人材育成に活動をいう。

本稿では、地域の課題解決を目的とした“学生によるコミュニティ・サービス”を実施している、ガジャマダ大学での取り組みを紹介し、日本における示唆を探りたい。

1. ガジャマダ大学での地域連携

(1) 必修科目としての学生による「コミュニティ・サービス」

ガジャマダ大学は1949年に設立された、インドネシアで最も古い大学で、中部ジャワ地域(ジョグジャカルタに位置)の高等教育の中心的役割を担っている。

18の学部と3つのセンターから構成される総合大学であり、学生数は約40000名(学部生、大学院生)、インドネシアで最も大きな大学である。

学生によるコミュニティ・サービスは「学生に地域の実情を理解させること」を目的とした自主的プログラムとして、1971年に開始された。

全ての学部生必修の履修科目であり、正式名称は、“The Student Community Service-Community Empowerment learning”(SCS-CEL)であり、プログラムは①個人のエンパワーメント、②組織開発、③地域のエンパワーメントの3つの要素からなる。

(2) プログラムの概要

プログラムの目的は、①学生の共感能力と気づきを高める、②大学の実装研究としての取り組み、③学生に対し“ナショナリズム”“倫理観を持って勤勉に働くこと”、“自立とアントレプレナーシップ涵養すること、④国際競争心の涵養 ⑤地域や社会をエ

ンパワーメントするのに必要な調査・分析能力の向上、の5つである。

学部生は4年次に大学が提示するコミュニティ・プログラムの中から希望するものを申請し、大学側が調整する。

1つのプログラム(メインテーマ)は25名~30名からなり、約2か月にわたり農村等に滞在し、その地域の課題解決や活性化の活動を実施する。更に、学生はメインテーマを基に8~10名ごとの小ユニット(サブテーマ)に分かれ、グループ毎に実践する。

プログラムは、基礎講座(2日間)、フィールドワーク(約2か月)、最終発表会(1日)で構成され、実施後はグループ毎の報告書、個人レポートが義務づけられている。

プログラムの内容としては、「農作業の手伝い」「農作物の付加価値化」「食品・主工芸業の生産技術改良と市場開拓支援」「中部ジャワにおける地震復興活動」等である。

(3) プログラムの運営基盤

プログラムを運営・管理するために、Institute for Research and community services (LPPM) が設置されており、関係先からのニーズ把握と調整、学生の割り振り、予算の獲得等を実施している。

LPPMのスタッフを兼任する教員は、中央政府との調整、地方政府からの要請やニーズ把握、企業からの寄付金獲得等、年間を通じて全国を飛び回っている。

また、SCL-CELへのインターンシップ制度もあり、海外からの学生を受け入れている。

2. 現地調査: マグランでのココナツプロジェクト

(1) 学生の現地活動

現地に入った学生は、村内で5名程度に分かれ投宿し共同生活する。

最初の1週間は村内をくまなく廻り、現状の把握や聞き取り調査をしながら、村民との信頼関係を築いていく。調査終了後、学生主体で今年度の取り組み計画を作成する。その内容を説明会を開き学生自らが村民に説明。なお、説明会は関係するステークホルダー毎に企画される等、細かい配慮がなされていた。その後、村民と共に実際の活動を約7週間実施、最終報告会を村で実施後、終了となった。

同行したココナツプロジェクトは4年目に入ったプロジェクトであり、初年度は「ココナツを使った農産品の開発(Ex.ナタデココ、ココナツふりかけ)」、2年次は「味の改良及び生産時の衛生環境の改善」、3年次は「パッケージデザインと作成」というプロセスを既に経ており、継続的に実施されていた。

今年度は「市場の開拓・マーケティング」をテーマ

に、ミニ博覧会を実施する計画であった。

また、メインテーマはココナツ・プロジェクトであるが、学生は自身の専門分野を活用した取り組み(サブテーマ)も実施しなければならない。例えば、看護学部の学生は高齢者向けの健康講座の開催、教育学部の学生は子供たちとのハイキング、農学部の学生は有機農法の勉強会等を企画し、毎日のように積極的に村を回って活動していた。

(2) 学生の所感、村民の反応

学生たちのプログラムに対する所感では、「現実を見ることに対する意義」が最も高かった。具体的には、「机上の空論ではない現実」「経済格差の大きいインドネシアの現状」「コミュニティで様々な人々とコミュニケーションを取ることの難しさ」等であった。また、プログラム終了後は、「インドネシアの発展に寄与したい」「格差を解決するために教育の充実を強く意識するようになった」との感想が聞かれた。

プログラムに関わった村民の反応は良好であり、「現実的な利益を生み出す活動である」「自分たち(小さな農家)だけではできなかった内容」との評価が高かった。

プロジェクト活動に関係する村民は一部であり、村に大きな経済発展をもたらしているわけではないが、他の村民も好意的に学生を受け入れており、これは学生たちが村に実際に滞在し、村民たちとコミュニケーションを取りながら活動していることが大きな要因であるように思えた。

3. まとめ

日本においても、総務省が25年度予算で「[域学連携]地域活力創出モデル実証事業」に2.1億円を盛り込むなど、大学を中心とした地域づくりに注目が集まっている。

また、23年度に小樽商科大学、早稲田大学、宮崎教育大学、同志社大学等15の大学が実証研究事業を実施しており、その取り組みの調査結果が「[域学連携]地域づくり活動実態調査結果」(24年度、総務省資料)として取りまとめられている。

その調査結果を見ると、主に現地訪問型であり滞在型のは少なく、ワークショップやイベントの実施が多い。学生が訪れることで、地域に新たな刺激がもたらされている状況も見て取れる。

今後、日本において域学連携による成果を生むためには、ガジャマダ大学でのプログラムのように、①自治体をはじめとした関係者と連携を強化すること ②滞在型のプロジェクトも検討すること ③同様な継続的に取り組み進化させるような設計にすること、何よりも「学生が“自分ごと化”して進められる設計」が必要とされるであろう。



マグララン風景



学生による実施計画の打ち合せ



村の足



看護学生による健康講座



学生企画の有機農法の健康指導



村民向け説明会



投宿先の農家



筆者と学生

02. 「NPO・地域・行政」連携による 「農＋食＋教育循環モデル」の構築 －「ノハラボ高槻」の事例から

小長谷一之（大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻教授）

1. はじめに「NPO・地域・行政」連携による 「農＋食＋教育循環モデル」の構築

行政の自立的財政運営の必要性と市民活動意識の高まりにより、新しい公共、PPPなどの手法があらわれ、NPO・地域・行政連携によるプロジェクトへの流れが加速している。これまで行政セクターがおこなっていたような活動も、その多くがNPOや社会的企業が担うようになってきている。特に、総合的学習の時間などのように教育活動の領域でも、既存の学校システムの枠内では入りきらないように内容が広域化し、創造性をもとめられるようになってきており、NPOがおこなうことが多くなっている。

本稿では、筆者が委員長となった文化庁の補助事業で、高槻市におけるNPO・地域・行政連携による「ノハラボ高槻」プロジェクトの事例を紹介する。ノハラボとは＝野原＋ラボラトリー（研究室）の合成語で、野原を舞台に教育活動を展開するという趣旨である。【1年目】平成22（2010）年度地域文化総合活性化事業「高槻・山岳2地域に伝わる文化を活性化・発信し、継承する事業～ノハラボ高槻～」【2年目】平成23（2011）年度文化芸術振興費補助金事業「文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業～ノハラボ高槻～」【3年目】平成24（2012）年度文化芸術振興費補助金事業「文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業～ノハラボ高槻～」の2010～2012年度の3年間続いた（主催はNPO法人ノート、高槻市や畑中農園、Man Pukuカフェ、神峰山寺などが協力した）。

2. なぜノハラボなのか？－時代背景

このようなプロジェクトが出てくるようになった背景には、以下のような理由がある。

（1）食（エネルギー）不安の時代…筆者が2008年に大阪府のアクティブシニアフェアを企画したとき、外国産野菜問題が起これり「なにわ伝統野菜」が有名になったことがあったが「地産地消」が今後の課題である。

（2）高齢化社会・課題解決型教育社会…高齢者は農・健康・学習に関心が高い。またこれからの子供・若者の教育も課題解決型・総合型学習が求められている。

（3）癒しを求める志向…あらゆる集客や産業で、癒しがブームとなっている（都心のビルの商業でも物販からリラクゼーションへの変化がある。またテーマパークのマーケティング（USJ、ナガシマ）でも、ヤングアダルトの絶叫系から癒しへのトレンドの変化が大きな潮流となっており、全世代的に癒しをもとめる自然回帰・エコ志向が強まっている。

3. なぜノハラボなのか？

－時代背景からトレンドへ

上記の（1）食問題と（3）癒しを求める志向から「農・自然回帰」のトレンドとなっている。これに、

1)「農の市民化」…市民農園、農のブーム、市民参加（以下参照）。

2)「地産地消」＝地域主体・自立型の経済。

3)「第6次産業化」＝第1次＋第2次＋第3次産業→第1次産業の高付加価値化・市民（民間）参加。

上記の（2）高齢化社会と若者の課題解決型学習の要求から、

1)教育の時代→「総合的学習」「生涯学習」

2)「地域個性を知る教育（地域文化・歴史・資源）」という流れとなっており、このような「農＋食＋教育循環モデル」の構築がまさにもとめられている。

4. プロセス…地域教育による一石X鳥の効果

このように、「農」「自然」「食」のトレンドをテーマにして、全世代的な学習プロセスを構築することにより、地域の文化と歴史を学ぶ総合的教育、地域資源の有効利用による地産地消、地域個性の強調による差別化を実現する。その結果、ビジネスを起こし、そのビジネス化のプロセスそのものも学習の教材とすることができる。プロジェクトで開発されたモデルの例をとりあげよう。

ノハラボモデル（1）－「ジュニア向け地産地消・ビジネス体験モデル」（図2-1）

小中学生が、地元のレクチャーに参加し、地元にある地産地消の食材を料理し、それを、イベントや地域のショップで販売する。このプロセスを通し、地域文化・食育・事業企画・販売運営体験などを学習し、最

最終的な「地産地消」「食」「農」「健康」の尊さを知る。
ノハラボモデル（２）－「ヤング向け地産地消コンパ・癒し体験モデル」（図２－２）

20・30代のヤングアダルト層が、自然の中にある癒し型の拠点において、レクチャーに参加し、地域文化を学ぶとともに、地元農家の地産地消の食材を料理し、食す。みずから、参加して、「地産地消」「食」「農」「健康」を学び、また交流して、健康のネットワークを作る。

ノハラボマニュアル

**ノハラボモデル（１）
「ジュニア向け地産地消・ビジネス体験モデル」**

小中学生が、地元のレクチャーに参加し、地元にある地産地消の食材を料理し、それを、イベントや地域のショップで販売できるまでのプロセスを通し、地域文化・食育・事業企画・販売運営体験などを学習し、最終的な「地産地消」「食」「農」「健康」の尊さを知る。

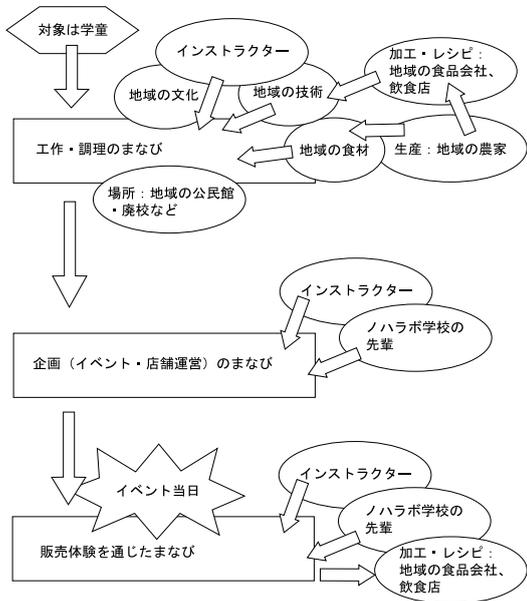


図２－１（左）、図２－２（右）

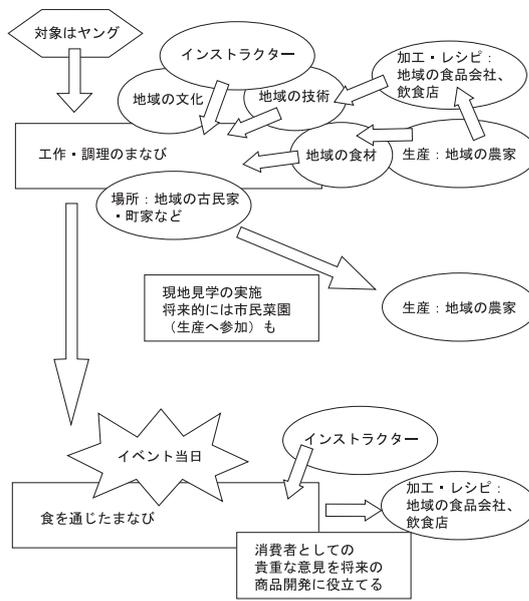
ノハラボモデル（３）－「親子向け地産地消・地域文化再発見モデル」（図２－３）

親子が、地元のレクチャーに参加し、地元にある地産地消の食材を料理し、食す。また、地域文化の読み聞かせ体験などを通じて地域を再発見する。地域文化・食育などを学習し、最終的な「地産地消」「食」「農」「健康」の尊さを知る。（１）と違うところは、参加者で親世代自らが教える立場にたち、教えると同時に学ぶ効果がある。

ノハラボマニュアル

**ノハラボモデル（２）
「ヤング向け地産地消コンパ・癒し体験モデル」**

20・30代のヤングアダルト層が、自然の中にある癒し型の拠点において、レクチャーに参加し、地域文化を学ぶとともに、地元農家の地産地消の食材を料理し、食す。みずから、参加して、「地産地消」「食」「農」「健康」を学び、また交流して、健康のネットワークを作る。



ノハラボマニュアル

**ノハラボモデル（３）
「親子向け地産地消・地域文化再発見モデル」**

親子が、地元のレクチャーに参加し、地元にある地産地消の食材を料理し、食す。また、地域文化の読み聞かせ体験などを通じて地域を再発見する。地域文化・食育などを学習し、最終的な「地産地消」「食」「農」「健康」の尊さを知る。モデル（１）と違うところは、参加者で親世代自らが教える立場にたち、教えると同時に学ぶ効果がある。

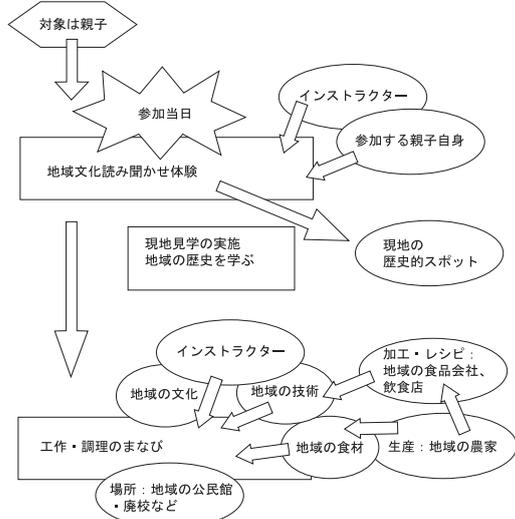
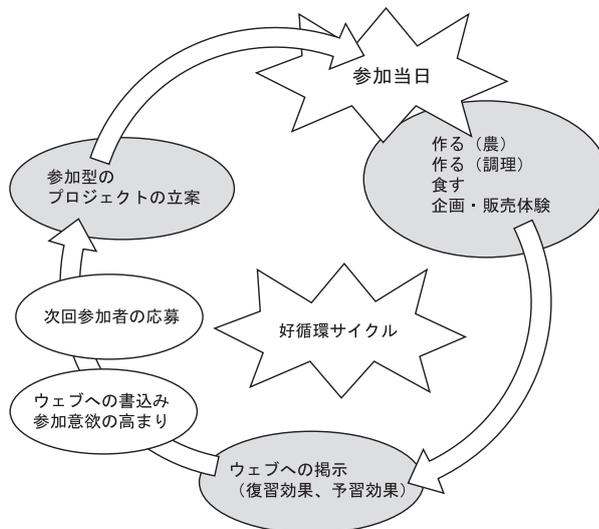


図２－３（左）、図２－４（右）



高槻とかいなかふえ

NOHA LABO NPO法人ノート×○○○
～ノハラボ高槻発表会～



平成25年
2月24日(日曜日)
午前の部:10:34~12:30
午後の部:13:00~16:00

場所 原公民館(旧清水小学校分校)
(大阪府高槻市大字原813)

定員 午前の部:先着20名(要申込)
午後の部:100名

参加費 午前の部:1500円(昼食付き)
午後の部:無料

午前の部(とかいなか遠足)
・現地エクスカーション どぶろく試飲付き
・昼食「畑中農園そば処秀」蕎麦かんでん御膳

午後の部(とかいなかふえ)
・ノハラボ取組発表
・クロストーク

①ノハラボ×ミーツファーム(MeetsRegional)
蔵 均さん(Meets Regional編集長)
小長谷 一之さん(大阪市立大学大学院)

②ノハラボ×地域資源(寒天・どぶろく)
川畑 貴弥さん(Man Pukuかふえ代表)
畑中 秀子さん(畑中農園惣介蔵 蔵元代表)

③ノハラボ×食育
藤本 勇二さん(武庫川女子大学)
勝野 美江さん(筑波大学大学院)

映像上映:国立民族学博物館映像資料
「高槻の寒天づくり」(撮影1988年)

主催:NPO法人ノート 後援:高槻市 協力:畑中農園、Man Pukuかふえ

図2-5 (NPO法人ノート)

高槻とかいなかふえ NPO法人ノート×○○○○ ～ノハラボ高槻発表会～



平成25年 **2/24(日)**
午前の部:10:34~12:30
午後の部:13:00~16:00

プログラム

定員:先着20名(要申込)
午前の部(とかいなか遠足) 参加費:1,500円(昼食代含む)

- 10:34 (バス乗降開始) 高槻市営バス神峰山口バス停集合、受付
- 10:40 出発 NPO法人ノートが案内する原地区みてあるき
ガイド:小柿 正武さん
(NPO法人森のプラットホーム高槻理事長)
- 11:30 「畑中農園 そば処 秀」
蕎麦かんでん御膳(どぶろく試飲付き)
- 12:30 終了(その後午後会場に徒歩移動)

定員100名
午後の部(とかいなかふえ) 参加費:無料

- 12:00 開場・受付開始
- 12:30 映像上映
国立民族学博物館映像資料
「高槻の寒天づくり(17分/撮影1988年)」
- 13:00 開会
高槻市長挨拶
- 13:15 「ノハラボ高槻」の取組について
- 13:30 とかいなかふえ(クロストーク)
かふえマスター:杉本 真一(NPO法人ノート)
①ノハラボ×ミーツファーム
蔵 均さん(Meets Regional編集長)
小長谷 一之さん(大阪市立大学大学院)
- 14:05 (休憩・展示説明)
- 14:20 ②ノハラボ×地域資源(寒天・どぶろく)
川畑 貴弥さん(Man Pukuかふえ代表)
畑中 秀子さん(畑中農園惣介蔵 蔵元代表)
- 14:55 ③ノハラボ×食育
藤本 勇二さん(武庫川女子大学)
勝野 美江さん(筑波大学大学院)
- 15:30 総括(小長谷 一之さん)
- 15:45 今後の「ノハラボ高槻」の展開
- 15:55 閉会

ゲスト

①ノハラボ×ミーツファーム

蔵 均さん(京阪神エルマガジン社)
1962年生まれ。高槻市在住。京阪神エルマガジン社「Meets Regional」編集長。編集プロダクションや広告代理店等勤務を経て1996年に京阪神エルマガジン社に入社。「SAVVY」副編集長、「Lmagazine」編集長を経て、2010年12月より現職。暮らしをデザインするクリエイティブ集団「graf」との共同企画「ミーツファーム」を展開。

小長谷 一之さん(大阪市立大学大学院)
1959年生まれ。京都大学卒、東京大学大学院理学系研究科修士課程修了。大阪市立大学経済研究所を経て、現在、大阪市立大学大学院創造都市研究科教授。ノハラボ高槻プロジェクトチーム委員長。著書に「地域活性化戦略」ほか。

②ノハラボ×地域資源(寒天・どぶろく)

川畑 貴弥さん(Man Pukuかふえ代表)
1972年生まれ。高槻市出身。寒天販売メーカーの営業を経て、高槻の寒天発祥の歴史と寒天のおいしさを伝えるために、寒天の食事メニューとスイーツを提供する「Man Pukuかふえ」をオープン。

畑中 秀子さん(畑中農園惣介蔵 蔵元代表)
高槻市原地区在住。畑中農園惣介蔵(そうすけくら)蔵元代表。2007年から「高槻・とかいなか創生特区」を活用し、原地区で収穫した新米を使った「どぶろく原(はら)いっばい」を製造。

③ノハラボ×食育

勝野 美江さん(筑波大学大学院人間総合科学研究科生涯発達専攻)
徳島県出身。社会人大学院生として仕事の傍ら、現場の農家の方や先生たちのヒントになるように、心理学の観点から、子どもたちの農業体験学習の効果などについての研究を行っている。

藤本 勇二さん(武庫川女子大学専任講師)
1962年生まれ。武庫川女子大学専任講師。徳島大学教育学部卒、鳴門教育大学大学院修士課程修了。県内小学校教員を経て現職。文部科学省「環境教育指導資料小学校編」「食に関する指導の手引き」作成委員。

かふえマスター(NPO法人ノート)

杉本 真一(NPO法人ノート)
1976年生まれ。高槻市在住。
NPO法人ノート理事長。
2010年からノハラボ高槻を主宰。
その他青少年教育プログラム
「摂津峡・芥川わくわく探検隊」を主宰。
淀川管内河川レンジャー(支援:国土交通省淀川河川事務所)。



会場案内

- ・午前の部(とかいなか遠足)
集合:神峰山口バス停(高槻市営バス)
 - ・午後の部
会場:原公民館(高槻市大字原813)
- ※会場に駐車スペースはありますが(事前予約のみ30台)、できるだけ公共交通機関をご利用下さい。



「ノハラボ高槻」とは?
「ノハラボ高槻」は、高槻北部の歴史や文化をよく理解したうえで、どうやったらここで楽しく遊ぶことができるかをマジメに研究する集団です。



高槻の地域の伝統文化の調査、体験プログラムの実施、情報発信に取り組んでいます。
地域の資源と、地域で活動する人たちのつながりを活用した「ノハラボスクール」を開催しています。
<http://npo-note.com/>

- お問合せ先 TEL/FAX: 072-672-5173(NPO法人ノート)
- 参加希望の方は、下記に必要事項を記入の上、E-mailまたはFAXにてお申しください。申込メ切:2月22日(金)
- 参加申込 E-mail info@npo-note.com FAX 072-672-5173

参加申込書(FAX:072-672-5173)				
氏名		住所		午前の部 とかいなか遠足 (先着20人・有料) <input type="checkbox"/> 参加する
参加人数	名	電話番号		駐車場利用 (先着30台) <input type="checkbox"/> 希望する
※ご提供いただきました個人情報はこの企画の運営のみに使用し、法律に基づき適正に管理いたします。				

図2-6 (NPO法人ノート)

5. ICTの利用による情報の循環をつくる

ICTを駆使する予習・復習を一般に広報し参加効果を高める。次回参加者の応募→参加型のプロジェクトの立案→参加当日→作る(農)、作る(調理)、食す、企画・販売体験→ウェブへの掲示(復習効果、予習効果)→ウェブへの書込み→参加意欲の高まりという「好循環サイクル」を作る(図2-4)。

6. 高槻という郊外都市の魅力

このようなプロジェクトは、これから都市間競争が激化する郊外都市の活性化に有効である。特に高槻は、「市民力」があり、自然を愛し、健康に意識の高い人が多いまちであり、プロジェクトにふさわしい特質があった。

(1) **歴史都市であること**…古代(「日本国初代天皇(実質)の陵(実質)がある」今城塚古墳は実際の継体天皇陵といわれている)+中世(「瞬間の幕府」足利将軍が滞在した普門寺、「富田が一向宗(浄土真宗)北摂布教の拠点」)+近世(高山右近)など名所が多数。

(2) **食・健康都市**…実は食品産業都市でもあり、健康産業への志向有り。駅前にオーガニックカフェが集積している。市民は健康が好き。

(3) **自然都市**…都市経済論では、都心の居住者は家の広さや自然の美しさよりナイトライフを楽しむ人であり、郊外の居住者は自然の美しさを選択している人である、高槻ジャズストリートなどにみられるように「市民力のまち」であり郊外の気質がある。

7. 高槻市内における市民農園の立地

高槻市民が「農」「自然」に関心が高いことは、市民農園が多いことから分かる。前田(2011a)によれば、高槻市内の市民農園は、1)芥川・檜尾川の水系に沿う形で多数存在している→水利が必要、2)商業中心地であるJR・阪急の主要駅周辺にはあまり存在しない→高い地代の商業中心からは遠いところ、3)土地利用的に、他の有力な用途が安定しない、新幹線沿線の土地か、住宅地の周辺である山麓線に立地、の3条件をみたし、以下の4つのエリアに集中しているという。[エリアA=(檜尾川水系)×(新幹線沿線)][エリアB=(芥川水系)×(新幹線沿線)][エリアC=(檜尾川水系)×(山麓線)][エリアD=(芥川水系)×(山麓線)]。住宅地に近い周辺部に市民農園が多数立地している。

また、農のITベンチャーも巣立っている。同じく

前田(2011a)によれば、大阪府高槻市のインキュベータ「miniマッチ箱」を卒業し、農地活用の独創的なビジネスモデルを提案し、急成長しつつあるベンチャー「株式会社マイファーム」がある。耕作放棄地の「幹旋と教育IT」で急成長。「農家・地主」は「所有者」として、「マイファーム」は「管理者」として管理指導、「市民」は「営農者」として農業をおこなう三者契約を、「マイファーム」が「農園利用方式」に則る形で幹旋をおこなう

このように、市民農園のモデル(前田)は、(1)ICTの活用=農の見える化=①農に対する情報開示と不安の解消+②双方向コミュニケーション。(2)教育産業としての農=①農に関する知識の伝達機能+②教えられる側から教える側への進化(卒業生がリーダーに)+③コーディネートとナビゲートである。

【参考文献】

小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・本松豊太(2012)『地域活性化戦略』晃洋書房。

前田浩成(2011a)「住宅地型産業振興としての新世代農業のあり方—市民参加型農業を中心として」『都市経済政策』第7巻。

前田浩成(2011b)「住宅地型産業振興としての新世代農業のあり方—企業による農業(植物工場等)を中心として—」『創造都市研究e』6号。

<http://creativecity.gsc.osaka-cu.ac.jp/ejcc>

ノハラボ高槻ホームページ

<http://npo-note.com/nohalabo/>

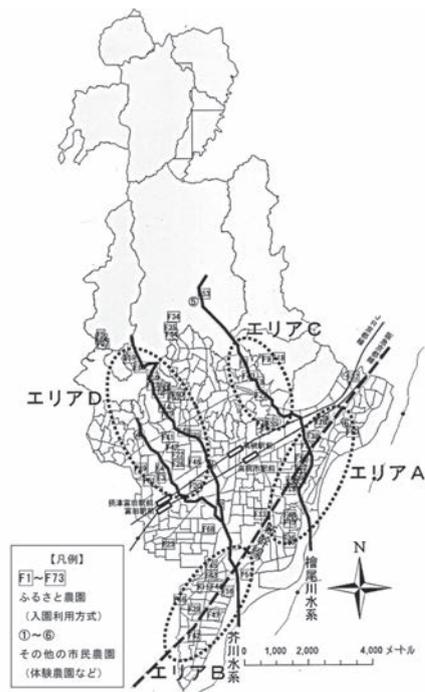


図2-7 (前田2011a)

03. 都市の地下構造モデリング

米澤 剛 (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)



1. 地下と地上の情報

私たちが毎日何気なく歩いている地面。その下が一体どのような構造になっているかなどは普段あまり想像することはない。地面の下には、上水道や下水道、ガス管、電線、通信ケーブル、地下道、地下鉄など都市にとって重要なインフラ機能がたくさんある。都市には多くの人々が暮らし、無数の建築物や構造物も集中している。これらすべてが地面の下の地層の構造、つまり地質構造に支えられている。日本の都市の多くは海岸平野に立地し、大きな河川の河口の広い低平地に形成されることが多い。関東平野、濃尾平野、大阪平野などがその例である。このような平野の地質構造は河川の堆積物がつくった新しくて柔らかい地層で構成されており、地質学的には沖積層と呼ばれている。日本も含めて太平洋沿岸の都市は、沖積層が形づくる平野、沖積平野の上に形成されていることが多い。

沖積平野を形成する地質構造から読み取り可能な情報は、地震や地盤沈下などの災害や地下水汚染などの環境問題にかかわる重要な要素であるだけでなく、都市の持続的な発展や都市環境問題の解決にもつながる。都市は現在、地震による災害対策、大雨による冠水問題、地盤沈下、水質汚濁、過密住宅、交通渋滞などさまざまな分野において、さまざまな問題をかかえている。これらの問題解決には地質情報を含めた、都市の空間的なモデリング、とくに3次元モデリングがそれぞれの分野で共有できる基盤データになるのではと考える。このためにはGIS (地理情報システム) 上で都市の地下と地上の空間を3次元的に表現し、その間をつなぐために地表の情報を利用することが大変有効となる。

2. 地下のモデリング

都市の地質構造は、たいてい構造物やアスファルト、コンクリート、表土などに覆われ、私たちが直接観察できる機会は少ない。地下の情報を得るには、直接的に地面に穴を掘って地質構造を調べるボーリング調査や、物理探査装置を使った重力調査や地震探査、電磁気探査などの間接的な調査方法がある。ここでは比較的多くの分野で用いられているボーリング調査結果から地質構造を推定し、コンピュータ処理によって3次元的に地質構造を可視化する方法を紹介する。これは

空間や時間を3次元的に取り扱う地質学独特の方法に対して、離散数学を中心とした数学的な理論を地質学に融合し、GISなどの技術を使って地質構造を可視化する情報地質学的手法である。具体的には、対象地域の地層と境界面の論理的な位置関係を表現した「論理モデル」とボーリングデータや野外調査データにもとづいて作成された地層の「境界面のデータ」(地形面も含む)の2種類を組み合わせて、GISや地質図表示ソフトウェアを用いて可視化する。

境界面のデータは、DEM (Digital Elevation Model : 数値標高地図) という形式で表現される。DEMは、一般的に長方形の領域上に両辺に平行な直線を等間隔で引いた格子模様のそれぞれの交点の値 (ここでは標高値) で近似したものであり、メッシュデータや格子データとも呼ばれる。地層の境界面のDEMは、ボーリングデータの各地層の厚さから面として推定することができるが、それにはいくつかの方法がある。曲面推定の原理に3次B-スプライン関数を用いたBS-Horizon (野々垣ほか、2008) もその一つである。図1はボーリング調査データにもとづき、BS-Horizonを用いてDEMを作成し、GRASSというGISを用いて可視化した例である。

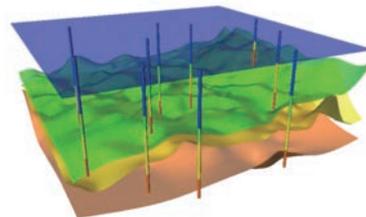


図1 : ボーリングデータから推定した地質境界面の表示

論理モデルは、対象地域の堆積作用や浸食作用による地層の追加や削除あるいは断層運動や地すべりによる地層の切断や移動などを表形式で構成したもので、これは一定の規則で変化していくものと定義している (米澤ほか、2005)。表1に生賀ほか (2009) によって作成された大阪平野の西部地域の論理モデルを例として示す。+はその地層が境界面より上側に位置していることを表し、-は下側に位置していることを表す。空白は無関係を表している。論理モデルの作成方法としては、米澤ほか (2005) で定義した漸化式を用いて計算的に作成することもできるが、そのアルゴリズムを組み込んで開発されたGeomodelという地質図描画ソフトウェアを用いることで自動的に作成することもできる (図2)。

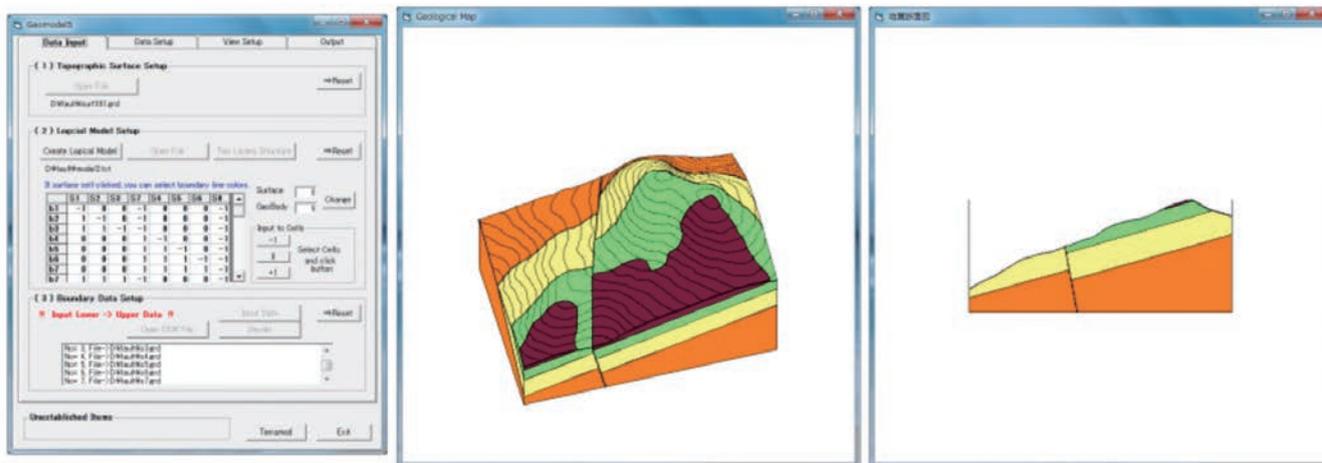


図2：地質構造の3次元可視化ソフトウェア (Geomodel5) の表示例

	S_1	S_2	S_3	S_4	S_5	S_6	S_7	S_8
上部空間 α								+
b_8 :表土							+	-
b_7 :難波累層(上部)			+	+	+	+	-	-
b_6 :難波累層(中部(Ma13層))			+	+	+	-	-	-
b_5 :難波累層(下部)			+	+	-		-	-
b_4 :難波累層(最下部)			+	-			-	-
b_3 :田中累層(Ma12上位層)	+	+	-				-	-
b_2 :田中累層(Ma12層)	+	-	-				-	-
b_1 :田中累層(Ma12下位層)	-	-					-	-

表1：大阪平野西部地域の論理モデル（+は境界面よりも上側に位置し、-は下側に位置し、空白は無関係を表す）

3. 大阪平野の地質構造

大阪市のボーリングデータベースを用いて、大阪平野の西部地域の地下構造を可視化した例を示す。具体的な作成手順は、升本(2009)によって示されている。図3は対象地域(約6km×4km)とボーリングデータの位置を示しており、赤い点がボーリング調査地点(7,357本)である。ボーリング調査により、大阪平野のさまざまな地質学的特徴が見えてくる。この地域は平均標高が5m以下の低地であり、対象地域の東側には上町台地と呼ばれる高まりがある。上町台地の西側には南北にのびる上町断層があり、その派生である桜川撓曲は西に向かって延びている。対象地域の表層にはおもに砂からなる厚さ7mから10mの地層が広がる。その下には10m前後の粘土層があって、即方に連続して分布している。その下にはまた砂層が広がっており、表層からこのあたりまでを難波累層と呼び、これらは沖積層である。標高-30mから-40mには砂よりも粒子が大きい礫層が分布している。対象地域の標高-50m付近にある粘土層が、上町断層の上下のずれにともなって変形・断ち切られて、上町台地では標高10m付近に位置している。-30mから-50mあたりまでを田中累層と呼んでいる。実際はさらに詳細な考察が必要だ

が、以上のような調査結果より、この地域の論理モデルは表1のように表すことができる。また、地形面と境界面のDEMはボーリング調査データから2節で述べたDEM作成方法を用いて作成することができる。

論理モデルと各面のDEMをGISに入力することで、地質構造を分かりやすく可視化することができ、図4はこの大阪平野西部地域の地質構造をGRASS GISを用いて可視化した例である。このコンピュータ処理方法で構築した地質構造は、ダイナミックに任意の断面を可視化でき、その地域の地質構造を詳細に把握することができる(図5)。

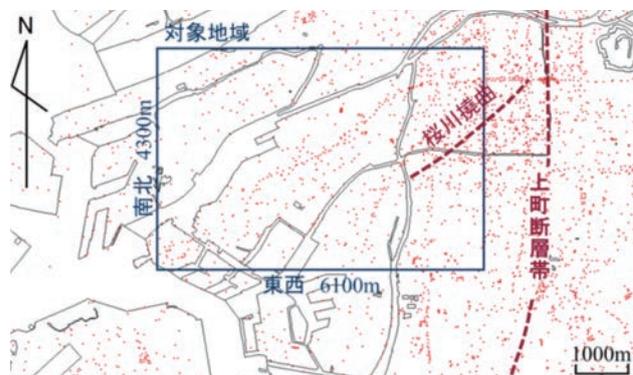


図3：大阪平野におけるボーリング調査地点(赤い点：7,357本)と地質構造の可視化対象地域(約6km×4km)

4. ベトナム・ハノイの地表と地上データの作成

地面そのものの情報、つまり地形の標高情報もまた、土木や建築の分野における基盤データとして必要不可欠であるだけでなく、広くは環境問題、自然災害、資源開発など人間生活に密着した諸問題の評価や解決にも重要な役割を果たす。これら都市の地形データ(DEM)は、どのようにして得ることができるのだろうか。日本の場合、国土地理院が発行している「数値地図50mメッシュ(標高)」などがある。主要都市部では「数値地図5mメッシュ(標高)」があるが、それを有するのは限られた都市部のみである。それ以外にも人工衛星データや航空測量、野外測量の結果をもと

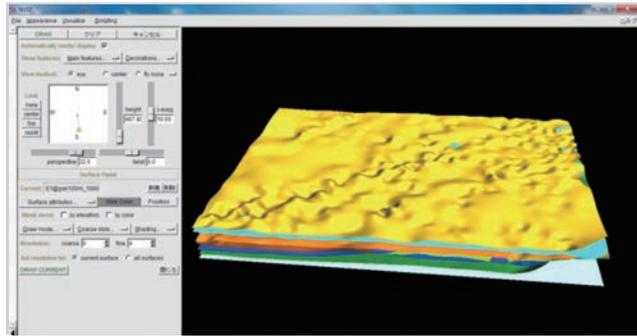


図4：大阪平野の西部地域における地質構造の表示例1（GISによる可視化例）

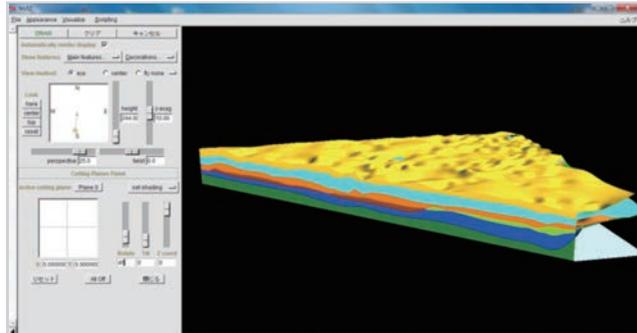


図5：大阪平野の西部地域における地質構造の表示例2（GISによる可視化例）

に作成することができる。ここでは、ベトナムのハノイという都市の野外標高測量データから作成した2mメッシュのDEMを紹介する。

ハノイには国土地理院が発行しているDEMのようなものは存在しないため、研究者自らDEMを作成する必要がある。DEMの元になったものは、ハノイ市が発行している紙の2,000分の1スケールの都市計画図（2005年版）に掲載されている標高測量値を利用して、中心部10km×10kmの範囲のDEM（解像度2m、等高線間隔50cm）を作成した。作成方法は2のBS-Horizonに約24,000点の標高測量値を入力して、地形面のDEMを出力した。図6はハノイの都市計画図をつなぎ合わせたもの（上側）と地形面のDEM（下側）をGRASSで表示した例である。このDEMは現在も発展し続けるハノイの都市研究の基盤データとなりうるだけでなく、旧河道や湖・池の跡を調べる地形分析をおこなうことで都市の変容過程の指標となる。また、非常に深刻な都市環境問題である地盤沈下はこのDEMと別の時期、時代の地形図からDEMを作成し、その差分をとることで特定することができる（米澤、2010）。さらに、作成したDEMと衛星画像から抽出した洪水分布を重ねることで洪水常襲地域の特定や洪水ハザードマップを作成することができる。

2005年に発行されたハノイの都市計画図には、標高測量値以外にもハノイの建築物すべての建物階数が掲載されている（約100,000個）。これらの情報を利用して、都市の景観を可視化することができる。

実際の手順としては、都市計画図をデジタル化してGISに入力し、建物の区画を1区画ずつポリゴン（多角形）データとして抽出し、建物の階数をGISデータベースに入力する。この作業はQuantum GISというソフトウェアを用いておこなった。GISは2次元のポリゴンデータを3次元データに変換することができたため、建物の3次元表示が可能である。ハノイの都市計画図（3枚）に掲載されている建物すべてをGISで表現した例を図7に示す。図の左側が建物の2次元の表示例であり、右側が3次元に変換したデータである。

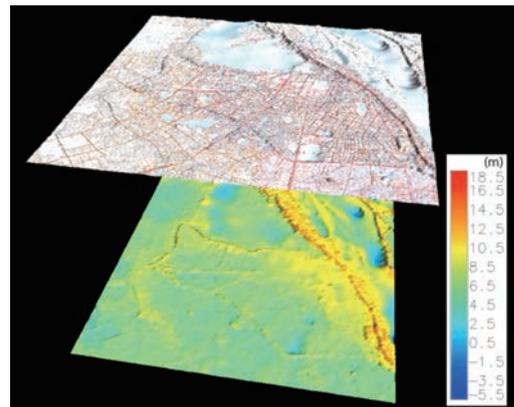


図6：GISによるベトナム・ハノイの地表情報の可視化例（上は2005年版の都市計画図48枚をつなぎあわせて、作成したDEMに重ねたもの。下は作成した2m解像度のDEM）

5. 都市の3次元モデリングの可能性

地質学の分野において、これまで地下構造を知る基礎ともいえる地質図は、紙面に描いた情報として取り扱われ、デジタル化されていても関連する他の分野への提供・共有・アプリケーションを優先的に考慮されてはこなかった。ここで紹介した3次元都市モデリングの地質構造のコンピュータ処理のスキームによれば、地下構造は①論理モデルと②境界面のDEMのセットで提供できることになる。これまで両者とも専門的な知識が必要とされてきたが、GISやそれらに関連したソフトウェアの発展にともない、いずれもコンピュータを通じて提供・共有できるものとなってきた。さらには、都市空間の大部分を占める建物情報もGISの技術を用いることで、簡単に3次元データとしてストックすることができるようになった。そして、ここで紹介したように地形の起伏をDEMで表現することができれば、地下と地上の空間を無理なく結合することができる。これにより3次元都市モデリングの出力結果は、他の分野で開発されたコンピュータ処理システムに無理なく組み込むことができ、都市がかかえる多種多様な問題を解決するために必要な基盤データになり得るものとする。

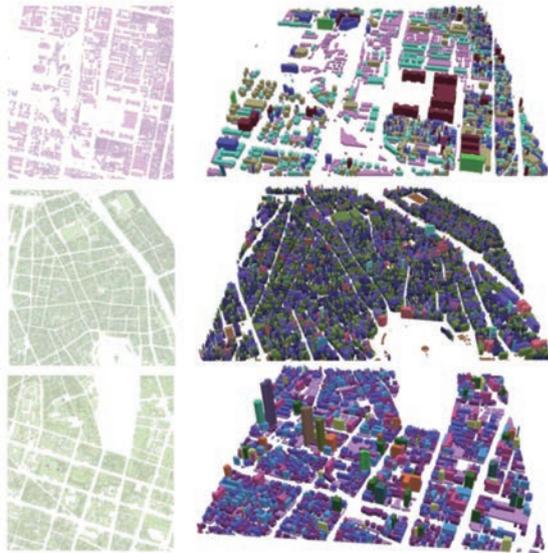


図7：GISによる建物の3次元表示例（左側は2次元のポリゴンデータ、右側は3次元に変換した建物データ）

【参考文献】

- 生賀大之他 2009「ボーリングデータを用いた大阪平野西部表層部のWeb-GISによる3次元地質モデリング」『情報地質』Vol.20, No. 2, pp.100-101
- 野々垣 進他 2008「3次B-スプラインを用いた地層境界面の推定」『情報地質』Vol.19, No. 2, pp.61-77
- 藤田和夫 1984「アジアの変動帯」海文堂
- 升本真二他 2009「Web-GISを用いた3次元地質モデル構築システム」『情報地質』Vol.20, No. 2, pp.94-95
- 米澤 剛他 2005「断層を含む地質構造の表現方法」『情報地質』Vol.16, No. 3, pp.177-189
- Yonezawa, G. 2009 “3-D Topographical Analysis of Hanoi, Vietnam”, Vol.46, No. 4, pp.519-531
- 米澤 剛 2010「地形変化から見るハノイの都市変遷」『SEEDer』No. 2, pp.70-73

04. 社会的企業から社会的経済の構築へ： 韓国・忠清南道

五石敬路（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）

韓国は変化が速い。半年ごとに大きな変化があり、驚かされることがよくある。それに比べると日本は慎重だ。石橋を叩いてもなおお渡らない。日本人の目から見ていると、韓国人は渡る前に石橋を本当にちゃんと叩いているのか心配になることがあるほどだ。

1998年、筆者が韓国に住んでいた頃、韓国は経済危機の真只中にあった。ソウル駅前にはホームレスで溢れていたが、当時の韓国にはまだ十分な社会保障がなかった。雇用保険も1995年にできたばかりで、カバリッジも限られていた。ところが、それから、あれよあれよと言う間に、韓国の社会保障は急速に充実した。

社会保障だけではない。ヨーロッパで見られた中道左派の新しい政策のながれは、従来の社会保障の枠組みを大きく変えようとしていた。英国のブレア（1997～2007）の「第3の道（the Third Way）」、ドイツのシュレーダー（1998～2005）の「新たな中道（die Neue Mitte）」、オランダのウィム・コック（1994～2002）の「ポルダー・モデル（Polder Model）」、デンマークのポール・ラスムセン（1993～2001）の「フレキシキュリティ（Flexicurity）」などが代表的である。韓国でも金大中（キム・デジュン、1998～2003）が「生産的福祉」を、盧武鉉（ノ・ムヒョン、2003～2008）が「参与福祉」を唱え、これらヨーロッパの動きを積極的に取り入れようとした。

1999年には国民基礎生活保障法が制定された。こ

れは日本で言う生活保護である。扶助の内容はどちらかと言うと日本の方がより充実している点は今でも変わりはない。しかし驚いたのは、このなかで自活支援活動が義務化された点だった。これは日本で言う自立支援で、受給者に自立を促すためのプログラムを指す。日本ではようやく2005年に国の補助事業として導入されたが、今でも法律上の根拠をもたず、参加は任意である（義務化すれば良いというわけではない）。ところが韓国では、稼働層の場合、自活支援活動に参加しなければ、扶助の一部または全部が中止されることとなった。

これだけ書くと、随分と締め付けが強くなったかのように聞こえる。実際、そのように受けとった研究者も多かった。しかし、現場ではかなり印象が異なる。これらのプログラムを受託していたのは、かつては民主化運動の一翼を担っていた活動家が多く、運動の一環として貧民街で行われていた零細な協同組合運動をそのまま発展させたようなところが多かったのである。参加者には女性が多く、安定した仕事で、仕事の内容もリサイクル等社会的に目的を持つものだったので、筆者が調査した限りでは、かなり満足度が高かった。

2007年には、この自活支援事業が発展して、社会的企業育成法が成立した。これにもかなり驚かされた。社会的企業はイタリアで1990年代に法制化されて

いる等、ヨーロッパで活発で雇用者数も少なくない。日本も韓国も、ヨーロッパの水準に達するには、まだかなり時間がかかるだろうと筆者は漠然と思っていた。ところが韓国で法律ができたのだから驚いた。ちなみに法律では、社会的企業とは、「脆弱階層に社会サービスまたは仕事を提供し、地域社会に貢献することにより、地域住民の生活の質を高める等の社会的目的を追求しながら、財貨及びサービスの生産・販売等の影響活動をする企業」と定義されている(第2条)。「脆弱階層」とは、世帯月平均所得が全国世帯の月平均所得の60%以下、あるいは高齢者、障害者等のことである。日本のソーシャルビジネスはサービス提供型が多いが、韓国における社会的企業の特徴は、低所得者等を雇用することを主な目的とした。そんなことが可能なのだろうか?先述した自活支援事業が発展して、受給者が自ら設立した企業体として一般市場で競争できるレベルにまで達したケースもあるにはあるが、数はそれほど多くなかった。政府は社会的企業に3年程度人件費補助を行うこととした。

保守の李明白(イ・ミョンバク)政権でも社会的企業は育成された。金銭を支給するという従来の福祉とは違い、雇用の促進という目的もあるので、保守にも受け入れられたのだろう。これはヨーロッパでもそうである。韓国では、受け入れられたどころか、中央の各省庁が類似した事業に競って参画するようになった。コミュニティビジネス(韓国ではマウル企業と言う)も急速に広まった。各自治体は社会的企業に関する条例を制定するようになった。落選運動でも有名な元検事の朴元淳(パク・ウォンスン)が市長となったソウル市は、予備的社会的企業という制度を独自につくり、将来社会的企業になる可能性のある事業の発掘、育成に乗り出した。また、この時期から、社会的企業が当初の仕事づくりだけでなく、まちづくりの領域にまで活動を拡大していく傾向が見られるようになった。

2012年1月には協同組合基本法が成立した。同法のなかで、「社会的協同組合」が「地域住民の権益・福利の増進と関連した事業を行い、脆弱階層に対し社会サービスまたは職を提供する等、営利を目的としない協同組合」(法第2条)として規定された。これは先述したイタリアの制度を参考にしたものである。この法律は、日本でも、労働者協同組合や生協系のワーカーズコレクティブが長年制定を目指し運動を続けているもので、いまだに実現できていない。韓国は、あっという間にここまで来たかのような印象である。日本の歩みは実にゆっくりとしている。

社会的企業や協同組合などの育成に熱心な自治体は、ソウルだけでなく、京畿道、江原道原州(ウォンジュ)市がよく知られているが、近年、なかでも体系的な支援を行っていることで注目を集めているのが、忠清南道である。

忠清南道は、韓国のほぼ真ん中に位置する。大田(テジョン)広域市と接し、首都(行政機能)の移転先として知られる世宗(セジョン)特別自治市も、もともとは忠清南道の一部であった。世宗特別自治市は50万人都市として設計されているが、昨年筆者が訪れた時はまだ何もなかった。昨年、忠清南道は道庁の移転も果たした。道庁はもともと大田広域市にあったが、現在は、内浦(ネポ)新都市という道庁移転のためにつくられた人工都市にある。内浦新都市には、世宗特別自治市以上に本当にまだ何もない。モダンな道庁の周囲は一面空き地の状態である。今後急速に開発が進むだろうが、こんな大工事は日本ではとても考えられない。

2010年に道知事選挙に当選した安熙正(アン・ヒジョン)は、故盧武鉉の側近として知られるが、社会的企業、コミュニティビジネス、協同組合基本法にもとづく協同組合等をひとつの政策にまとめ、「社会的経済」と名付けた。2012年には、従来の「社会的企業育成支援に関する条例」に代え、「社会的経済育成支援に関する条例」を制定した。同条例によれば、「社会的経済」の定義は、「生活の質の増進、貧困、疎外克服等、公共の利益という社会的価値の実現のため、協力と互惠にもとづき、社会的経済組織の生産、交換、分配、消費がなされる経済システム」であり、同条例の目的は、「忠清南道知事が社会的経済組織の設立・運営を支援し、社会的経済の生態系をつくり、新しい職を創出し、社会サービスを拡充することにより、社会統合と住民の生活の質の向上を支えること」とされる。

率直的に言って、筆者には革新的すぎて、その意味するところが十分にまだよく理解できない。しかし、日本では社会的企業の議論や研究は盛んに行われているものの、なかなか制度化されないのに対し、韓国では、社会的企業の法制化から、まちづくりへの事業拡充、各自治体の条例化、協同組合基本法の制定、そして社会的経済の条例化へと、この数年の間に矢継早に新しい政策が打ち出されてきた。そのスピードは眩いばかりである。

韓国の社会的企業家たちに会うと、「アイデア」という言葉をよく耳にする。社会的企業は、生活困窮者が従業員の3割以上等の条件を満たしてはじめて政

府から認証を受け、支援を受けることができる。ただでさえ開業間近の零細企業は事業の存続が厳しいところ、社会的企業はこうした条件を満たしながらであるので、さらに事業経営が難しい。人件費支援にも期限があるので、そればかりに頼ることはできない。社会的企業でありながら自立経営を果たしていくためには「アイデア」こそが必要だと言うのである。

たとえば、忠清南道にある(株)ドゥレマウルのアイデアは「エアガン」であった。同社は2009年に社会的企業として認証された。もともとは、国民基礎生活保障の自活支援事業として始められた。つまり、生活保護の受給者が始めた会社である。2010年時点での売上額は69億ウォン、当期純利益は17億ウォン、全雇用者数(正規職)は27名、このうち13名が低所得者、8名が高齢者であった。現在、韓国各地にフランチャイズ店を展開させている。

同社の主な業務は洗車だが、一般的な洗車ではない。ここに成功の秘密がある。写真にあるように、同社は洗車の際、ガソリンスタンドなどでよく見られる大きな施設を使わず、「エアガン」と呼ばれる小さな噴射装置を使っている。同社はこれを「フェオリ(旋風)」と名付け商標登録を果たした。この装置を使えば、大量の水を使わなくとも綺麗に洗車可能だと言う。大規模施設の設置も必要なく、水道代も節約できるから、コスト的にも効率的である。一定の研修を受講すれば、誰でも働くことが可能らしい。

この洗車方法は、同社の「アイデア」である。と言ってもエアガンそのものを開発したわけではなく、日本製だと言う。たまたまテレビで、このエアガンが半導体の微細なほこり等をとる際に使われているのを見て、洗車に応用することを思いついたとのことである。フランチャイズ契約を結ぶ際には、特に広い場所をとる必要もない。日本ででも開業可能ではないかと筆者は思った。



手に持っているのがエアガン



研修をしているところ



通常よりも設備投資費は格段にかからない



半導体用なので車体はもちろん傷つかない



エアガンにも数種類がある。用途に合わせて使う

もうひとつ紹介したい事例が、同じく忠清南道にある(株)WITA(ウィタ)である。同社オフィスは芸術家の工房の様な雰囲気であり、このような田舎で商売が成り立っていくのだろうかとても不思議な気持ちになる。ところが、同社は2009年に設立され、現在の収益は3億ウォン、正社員9名(うち6名が生活困窮者)を抱え、順調に成長してきているらしい。



パク・ウンボムWITA所長(左)とアクセサリー・ディスプレイの前で。



自然石鹸などの材料は海外からの直輸入。香りもオーダーメイド。



アクセサリーを作成中。



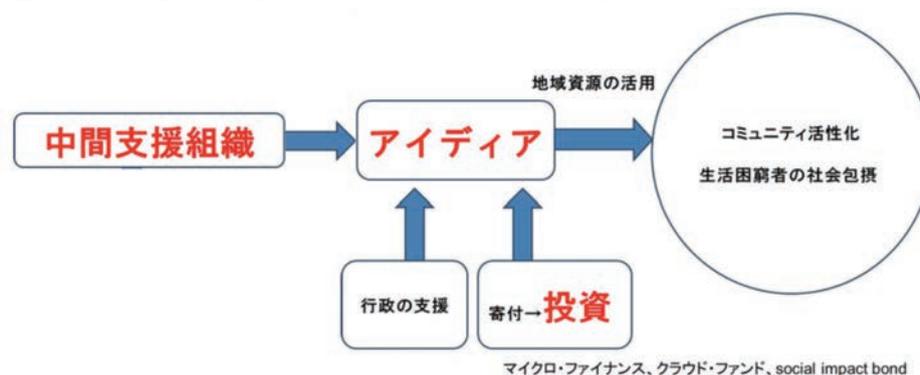
WITA職員、記念撮影。

同社の成功の秘密も「アイデア」にあった。事業内容は、①各種のデザイン（農産物のパッケージ、民家の壁画、瓦の加工・修復など）、②デザインに関する教育（金属、石鹸の加工の仕方等）、③WEB、マーケティング支援（金属のアクセサリー、天然石鹸の製造・販売等）などである。創業者のパク・ウンボム所長は大学院で経営学を専攻しており、自身にこれらの技術や知識をもっていたわけではない。彼が持っていたのは「アイデア」だけだった。

地域に行けば、金属アクセサリーを作成する芸術家、天然石鹸の製造知識を持っている人、さらに近くの都市にある大学にはデザインに詳しい先生や、多くの芸術家志望の学生達がいる。しかし、芸術家は作品を売るチャンネルを持たず、大学の先生は地域との接点を持っていない。パク所長は、自分が地域に行き、この人達を結び付け、販売する場所を提供すれば、きっと面白いことができるに違いないとひらめいた。政府は彼の事業を社会的企業として認め、支援を行った。今

では、100名を超える大学生の会員がおり、そのうちの何人かはこの過疎地に移住を希望していると言う。パク所長の今後の計画のひとつは、こうした若者の定住を進めることだ。

下図のように、従来の福祉が行政からの給付金を生活困窮者に支給していただけだったのに対し、現在では、「アイデア」が事業の基盤となり、地域資源を活用することにより、コミュニティを活性化し、生活困窮者を社会的に包摂する。従来、福祉活動を支えるのは行政による補助金のほかは民間の寄付だったが、福祉に「アイデア」が活かされる制度が構築されることにより、寄付はむしろ投資に近いものとなる。これが社会的投資 (social investment) と呼ばれるものである。さらに、このアイデアを発掘し、育てる、「中間支援組織」の役割が重要である。現在、ソウル市が設置した中間支援組織では、オープン・イノベーション方式のインキュベーションが実施されている。



05. 高知県黒潮町・砂浜美術館の 展開と進化

梅村 仁 (公立大学法人高知短期大学教授、
NPO法人砂浜美術館相談役、博士 (創造都市))



1. コンセプト：美しい砂浜が美術館

砂浜美術館は、高知市から西へ約100km、高知龍馬空港から約3時間、人口13,000人の高知県黒潮町の入野浜にあり、建物を持たない美術館である。

入野浜の前には、黒々とした黒潮が流れ、太平洋が威圧するかのよう存在している。しかし、それ以外余計なものはなにもない。ただただ美しい砂浜があるだけだ。多くの人がこの浜に魅了され、毎年すっかりおなじみとなったTシャツアート展に多くの方が県内外から訪れる。

砂浜美術館が生まれたのは、1989年に遡る。当時はバブル経済の真ただ中であり、他のまちでは、豪勢な公民館や多大な経費をかけたイベント等の実施で話題になったものである。しかし、そのようなまちづくりに疑問を感じたまちが大方町 (現・黒潮町) であった。「地域を誇りに思い、地域の個性を活かす」ことこそ重要なのではないのだろうかともちのあり方について議論が活発になされていた。そうした中、町主催の「松原サミット」のイベントとして、「Tシャツアート展」の提案があった。この企画者である高知在住のデザイナー梅原真氏より、Tシャツアート展を行うにも、しっかりした考え方が必要であることが示唆された。

こうしたことを契機に、「私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です。」というコンセプトの砂浜美術館が生まれた。ちなみに、現在の館長は、土佐湾の沖を泳ぐ「ニタリクジラ」である。

2. 砂浜美術館の展示物の考え方

砂浜美術館の展示物はどのようなものがあるのだろうか。入野浜は約4キロ。浜をよく見ながら歩いていると、様々なものに出会う。

砂浜が美術館だとすると、例えば「美しい松原」、沖に見える「クジラ」、砂浜に咲く「らっきょう」、卵を産みにくる「ウミガメ」、裸足で走る「子どもたち」、流れ着く「漂流物」、波と風がデザインする「模様」なども作品となってくる。つまり、「砂浜美術館」の5つの文字こそが、「考え方」のキーワードとなっているのである。やや哲学的ではあるが、本気度で取り組んでいるからこそ、NPOが継続し、人が集まるのだろう。ものの見

方を変え、複眼的に地域をみることの重要性について砂浜を通して気づき、頭の中を「美術館」にすることで創造力がかき立てられる、こうした気づきを与えてくれるのもこの砂浜美術館の魅力なのではないだろうか。

3. 砂浜美術館のコンセプトに沿った 主なイベント展開

(1) Tシャツアート展

Tシャツをキャンバスとみたと、浜辺に杭を打ち、ロープを張り、洗濯物を干すようにTシャツを並べヒラヒラさせる。毎年、5月のゴールデンウィーク期間中に開かれ、既に23回目を数える。全国から写真やイラストなど原画を募集し、砂浜美術館でTシャツにプリントして展示したあと、潮風の香りとともに応募者に返すシステムとなっている。応募料は4,000円。毎年、約1,000枚の作品が応募され、会場にも会期中10,000人を超える人たちが訪れる黒潮町の名物行事である。

(2) ホエールウォッチング

温暖で豊かな海域である土佐湾には、およそ40頭のニタリクジラが生息している。これまで地元の漁師にとって、漁の対象ではなかったクジラはあまり価値のないものとされていた。しかし、クジラを見る作品と考えることで、新しい観光産業が生まれ、クジラは砂浜美術館の一大傑作となった。ニタリクジラは、海の貴婦人ともいわれ、巨体ながらもその美しさで館長としてその存在感を発揮しているのであろう。

(3) 漂流物展とビーチコーミング

これまで海岸に流れ着いた物はゴミとしか見られていなかった。しかし、流れ着いた物を拾い、それらがこの浜に辿り着いた旅に思いを寄せて文学的に楽しんだり、環境・自然科学・民族・芸術と様々な角度から漂流物をみることができるとの発想から、漂流物展が開催され、2012年で19回目となった。これらを引きかぎに全国の砂浜で漂流物を集めている人たちとの漂着物学会というネットワークができ、設立10年が経過し、230名の会員が登録されている。砂浜美術館ではその事務局を担当している。

また、砂浜美術館の事業として、入野浜に打ち上げられた流木や貝殻、サンゴ、丸石、ウニ、ヒトデ、ま

た、海外から流れ着いた空き瓶などの漂流物を対象として、拾った漂着物から標本にしたり、細工を施したりして楽しむ「ビーチコーニング」が人気となっている。

4. 砂浜美術館からのお届け物：すなびてんぼ

すなびてんぼでは、黒潮町で作られた食品やちょっとやさしい、ちょっと楽しい、ちょっとオモシロイ、ちょっとずつ手づくりで、イロイロものを届ける取り組みとして、2012年スタートした。商品は、入野浜の公園管理事務所とWEB (<https://sunabitempo.jp/>) にて販売している。特に、黒潮町で揃う和食の基本である砂糖・塩・酢・しょうゆ・みそを使った「さしすせそ食品」の開発に取り組んでいる。黒潮町では、黒糖や天日塩、ブシュカンなどの香酸柑橘や魚醤、天日塩を使ったみそなど、天然由来の安全安心の基本調味料があり、これらを地域資源として捉え、産業振興を積極的に推進している。2008年に策定した「第一次黒潮町総合振興計画」において、『「黒潮印」の商品開発』を町のシンボルプロジェクトとして、黒潮町産品のブランド化を図ることとしており、その基本的な計画として「さしすせそ計画」がある。黒潮町にある「さしすせそ」の地産地消を図り、それらを活用した商品づくりと販売（地産外商）の推進の一翼を担う手段として「すなびてんぼ」がある。



ホエールウォッチング



Tシャツアート展

5. 砂美スタイルの進化

砂浜美術館は、NPO法人砂浜美術館によって企画、運営され、創設23年目を迎えている。スタッフも15名を抱えるNPOとしては大きな規模の部類であろう。スタッフの出身は、高知県内8名（うち、黒潮町出身者7名）、県外7名となっている。また、現在の理事長である村上健太郎氏は、県外出身者であり、絵ハガキで見た黒潮町の風景にあこがれ、このまちに移住してきた方である。スタッフの方のインタビューから、皆さんがこのまち、この砂浜が大好きというかたばかりで、真剣にこの砂浜美術館の持続的発展を願っている。そのために多彩なイベントを企画し、WEBショップすなびてんぼ等で情報発信に努めている。しかし、決して営利優先の都会タイプではなく、「私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です。」というコンセプトに従って、着実に邁進している。つまり、砂美スタイルとして、まちに浸透し、地域の内外に共感を呼び、ファンを作り、伝播しているのである。



黒潮町・入野浜



ビーチコーニング

一方、NPO法人砂浜美術館も財政的課題などクリアすべき点は多々ある。しかし、砂美スタイルは、大きな可能性を持つものと確信している。それほど、この砂浜には大きな魅力がある。それはやはり砂浜という無限のキャンパスの圧倒的な存在感であろう。そして、



漂流物による作品づくり

自身や地域の未来を描こうと集まる地域住民やスタッフ、県内外のファンがワクワク感とともに自由にデザインできる楽しさが何よりも素晴らしいのではないのだろうか。砂浜美術館は、まだ進化の過程にある。



図5-1：黒潮町「さしすせそ商品計画」

【参考文献】

飯盛義徳 (2009)『社会イノベータ』慶應義塾大学出版会。
 梅原真 (2010)『ニッポンの風景をつくりなおせ』羽鳥書店。
 村上健太郎 (2011)「砂浜美術館」『海岸』第50号、全国海岸協会。
 黒潮町WEB <http://www.town.kuroshio.lg.jp/>
 NPO法人砂浜美術館WEB <http://sunabi.com/>

06. 梅田東地区における地域活性化— 「ファッションタウン」構想を通じての 各セクターの連携—

牛場 智 (大阪市立大学大学院創造都市研究科客員研究員、博士 (創造都市))

1. はじめに

これまで大阪市立大学大学院創造都市研究科は、キタの駅前開発を契機に設立された「(財)大阪市北区商業活性化協会」と提携を結び、協働して「商店街調査研究支援助成金交付制度」を実施し、すでに8年目の実績となりました。この事業は、大阪市北区の商店街における課題を、大阪市立大学大学院創造都市研究科が一緒になって解決していくというものであります。

近年、大阪市北区では、2013年を目標に進められている「うめきた」(北ヤード再開発)をはじめ、大規模開発が相次ぎ、これにより、梅田東地区に大きな人の流れが生まれることが予想されています。こうした変化に対応し、なおかつ活用することが梅田東地区には必

要であります。

こうした点を踏まえて2012年度におきましては梅田東地区の活性化をテーマに事業に取り組みました。

2. ファッションタウン構想

本調査は「梅田東地区の活性化」を主眼としており、近年街の変容が著しかった地区でもある芝田商店会が推進母体の1つとなっております。

芝田町周辺地区では2011年の大阪駅再開発にともなうファッションビル「ルクア」・JR大阪三越伊勢丹、2012年の阪急うめだ本店と商業施設の開業が相次いでおります。1980年代後半から大阪市北区における若者向け商業施設の中心は芝田町周辺地区、特に茶屋町

地区でありました。1989年にMBS本社、梅田ロフト、1992年にちゃやまちアプローズなどが開業し、1990年代には、第1次の茶屋町開発ブームとなり古い家の多かった茶屋町に突然大きな交通流動が生まれ、街が変容していきます。

特に1998年の茶屋町市街地再開発事業の都市計画決定により、2000年代に第2次の茶屋町開発ブームとなりました。2005年に「梅田東・中崎・北天満レトロストリート」の起点ともいべき芝田地区の東に向かう通りにNUちゃやまち、またアーバンテラス茶屋町などが開業、若者の流れができておりました。

しかしながら、前述のファッションを中心とする新しい商業施設や2013年に開業予定のグランフロント大阪(北ヤード)によって人の流れ、特に若者の流れが大きく変化する可能性があります。そのためには、現在の梅田東地区のポテンシャルを活用し、多くの人々を魅了するブランド力が重要であります。こうしたブランド力で最も高付加価値なものが「ファッション」であります。

石原(2006)は、ショッピングセンターの様な1つの巨大な施設について、その内部において全ての機能を完結することを目指しているとし、しかしながら現実にはその全てを内部で完結することは不可能であります。そこで、こうした巨大な施設の外部に集積する小売業が、施設との有効な依存関係を構築し、消費者が回遊する仕組みを作り出すことの重要性を主張しています。

我々大阪市立大学大学院創造都市研究科は、早くからこの回遊性の重要性を認識し、2007年度には「梅田東・中崎・北天満レトロストリート構想」のプロジェクトなど様々なプロジェクトを実施してまいりました。こうした街の回遊性を高めるために、今回の梅田東地区でのプロジェクトでは「ファッションによる街のブランド化=ファッションタウン構想」を提唱しました。

3. 各セクターとの協力

先にも述べたように、現在の梅田東地区のポテンシャルを活用し、多くの人々を魅了するブランドとして

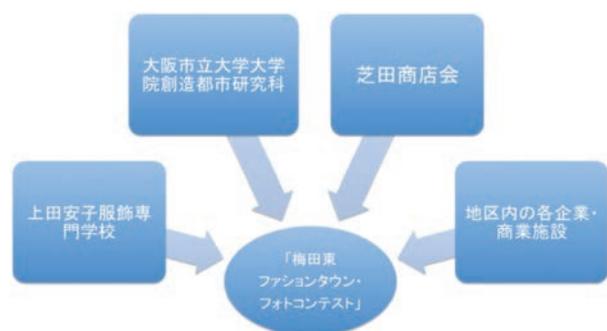


図5-1：各セクターの協力関係

「ファッション」を設定しました。

そこで、ファッションのプロフェッショナルとして、梅田東地区内にある上田安子服飾専門学校との連携をはかりました。上田安子服飾専門学校は1941年の開校以来69年もの間、一流のファッションクリエイターを生み出し続け、トータルにプロデュースできるプロフェッショナルな人材を育成しているファッションに関して高い実績のある専門学校であります。

塩澤由典・小長谷一之編(2007)『創造都市への戦略』(晃洋書房)の第2章「創造都市と創造都市の戦略」、第10章「ファッション・デザイナーの育つまち」、および小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・本松豊太(2012)『地域活性化戦略』(晃洋書房)の第9章で小長谷らがのべているように、専門家ネットワークとくに学校機関同士の連携が、いまの地域づくりにおいて中心的な重要性をもちます。

芝田商店会・大阪市立大学大学院創造都市研究科・上田安子服飾専門学校の担当者が2012年10月にミーティングを数回開き、今回のプロジェクトの実施案をまとめました。

それが、「梅田東ファッションタウンフォトコンテスト」であります。具体的内容としては、(1)プロジェクト委員会にて2013年2月5日(火)を「ウメダヒガシファッションタウンの日(オシャレの日)」として設定。当日、上田安子服飾専門学校を中心に多数の参加者が、オシャレな服装で梅田東地区を回遊することで梅田東地区のイメージアップをはかる、(2)参加者は、梅田東地区内の協力店舗などに立寄りスナップ撮影を行う、(3)スナップ写真を2013年2月12日(火)に審査委員会にて審査。各賞を決定する、(4)2013年2月26日(火)に上田安子服飾専門学校内ライラックホールにて、受賞式を開催、(5)受賞作品を、2013年3月8日(金)→18日(月)の期間、ヤンマービル建て替え工事外壁部分(大阪市北区茶屋町1-32)にて展示をおこないました。

梅田東地区内で、上田安子服飾専門学校生が回遊し、写真を撮影するには地元の人々や商業施設の理解が必要です。こうした地元の協力を得るには、商店街

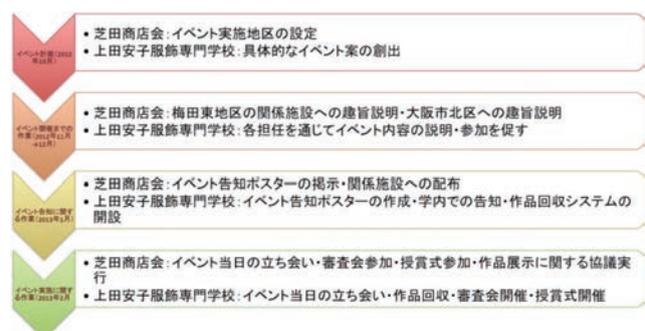


図5-2：プロジェクトのスケジュール

が大いに力を発揮します。特に梅田東地区では、芝田商店会長三島氏が日頃から地元住人や商業施設と密な関係を築きあげていました。こうした密接なコミュニ

ケーションが、「梅田東ファッションタウンフォトコンテスト」の理解を得られた要因です。

UMEDA HIGASHI 梅田東地区で
Fashion town Street Snap
Photo Contest 2013 2/5
ウメダヒガシ・ファッションタウン写真コンテスト

2月5日(火) 写真撮影
学生が街に出て撮影します

2月26日(火) 授賞式・発表
上田女子服飾専門学校
6Fライラックホール

3月上旬 写真展
ヤンマーの壁面

上田女子服飾専門学校の学生がオシャレを競って梅田東地区のストリートで写真を撮影します

撮影場所：梅田東地区

芝田2丁目 芝田1丁目 茶屋町 鶴野町

▼各賞
大阪市北区区長賞
大阪市北区商業活性化協会賞
芝田商店会：梅田東連合町会賞
上田女子服飾専門学校賞
大阪市立大学大学院創造都市研究科賞
・受賞5本（各賞状と賞金2万円）
・佳作5本（各賞状と賞金5千円）

▼審査委員
小長谷 一之 大阪市立大学大学院創造都市研究科
三島 保 芝田商店会
三原 道子 上田女子服飾専門学校

▼コンテスト応募作品発表・展示
4月以降大阪市北区役所内1階ホールにて展示予定
学生作品も含む。

主催：大阪市北区商業活性化協会
芝田商店会
後援：大阪市立大学大学院創造都市研究科
上田女子服飾専門学校

図5-3：告知ポスター



イベント当日の様様



授賞式の模様



作品展示風景



【入賞者】

(1) 大阪市北区区長賞：坂手咲穂さん、(2) 大阪市北区商業活性化協会賞：井藤恵さん、(3) 芝田商店会・梅田東連合町会賞：有本愛さん、(4) 上田女子服飾専門学校賞：丸田泰造さん、(5) 大阪市立大学大学院創造都市研究科賞：角彩希さん

4. おわりに

一般にブランド力を高めるには、1) 競合他社品に比べてブランドコンセプトそのものを高める、2) ブランドコンセプトを伝え切る、の2点が重要であると言われています。

まず我々は梅田東地区のブランドコンセプトを「ファッション」と設定するところから始めました。なぜならば「ファッション」の持つ付加価値は非常に高く、例えば2011年度においてあべの筋の地価は、大型商業施設「キューズモール」内にあるファッション施設「シブヤ109」の効果によって大阪国税局管内でも最大の前回比3.6%上昇したと言われています。また消費者を吸引する力も非常に大きなものがあります。

通常、こうしたケースでは地域に集積している小売業を整備しファッション関連のものへと転換を促していくことが考えられます。しかしながら、こうした仕掛けは、合意形成が難しく期間も長期に渡ります。

そこで我々は、街のブランドイメージの転換を行うことに致しました。ブランドイメージには心理的なアプローチが非常に重要です。例えば、初期のパンパースは「漏れない」ことをキャッチコピーとし、それに基づくCMを流していました。残念ながら、そのCMでは、なかなか、ライバル企業との競争に打ち勝つことは出来ませんでした。しかし、消費者へのアンケート結果によって「漏れない＝固いイメージ＝赤ちゃんを大事にしていない」というイメージが有ることが分かり、「柔らかさ・高級感」を訴求するCMへと転換しました。その結果、消費者からパンパースは赤ちゃんを大事にしているイメージが伝わり、ライバル企業との競争に打ち勝つことが出来ました。

ブランドは「ライフスタイル (価値観)」、「キャラクター (人格化)」、「消費者便益 (能力)」、「プロフィール (属性)」の4つの要素から成り立つとされます。つまり、ファッション関連の店舗で地域内を再整備するという「消費者便益 (能力)」もさることながら「ライフスタイル (価値観)」も重要であることがパンパースの事例から示唆されます。これを梅田東地区に当てはめると、ファッションを訴求する効果的なプロモーションを行ない、人々に梅田東地区がオシャレな場所であるという価値観を共有してもらうことと言えます。

そこで2013年2月5日(火)を「ウメダヒガシファッションタウンの日(オシャレの日)」と設定し、当日は上田女子服飾専門学校を中心に多数の参加者がオシャレな服装で梅田東地区を回遊することで梅田東地区のイメージアップをはかりました。多数のオシャレな若者が街に飛び出すことで、他の訪問者の視覚に対して強気に訴求し、心理的な印象を残しました。

また、3月8日(金)からは、旧ヤンマー本社ビルの建て替え工事外壁部分に優秀な写真作品を展示することによって、この「価値観」はますます浸透していくと言えます。

今回のケースは、地元商店街・大学院・専門学校・各企業の提携協力といった枠組みにおいて、各々のセクターの得意分野や出来る範囲がうまく作用しています。今後の地域活性化の1つのモデルケースを示したとも言えます。

【参考文献】

- 石原武政・石井淳蔵 (1992)『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社。
- 石原武政・加藤司編 (2005)『商業・まちづくりネットワーク』ミネルヴァ書房。
- 石原武政 (2006)『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣。
- 牛場智 (2008)「eリテイルと「新しい街」」『流通研究』第11巻第1号、日本商業学会。
- 木沢誠名・牛場智・吉川浩 (2008)「クリエイティブな商業とまちづくり—ミナミ・堀江・中崎町」(塩澤由典・小長谷一之編『まちづくりと創造都市—基礎と応用—』) 晃洋書房。
- 牛場智 (2010)「共分散構造分析による「新しい街」の魅力要素と来訪者満足度の関係—商業集積における地域マーケティングの視点から—」『創造都市研究』第6巻第1号、大阪市立大学。
- 小長谷一之 (2005)『都市経済再生のまちづくり』、古今書院。
- 小長谷一之・北田暁美・牛場智 (2006)「まちづくりとソーシャル・キャピタル」『創造都市研究』第1巻創刊号、大阪市立大学。
- 小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・本松豊太 (2012)『地域活性化戦略』晃洋書房。
- 小宮一高 (2007)「商業集積マネジメントにおける「仕掛けづくりの考察」」『流通研究』第10巻第1・2号、日本商業学会。
- 塩澤由典・小長谷一之編 (2007)『創造都市への戦略』(晃洋書房)における第2章「創造都市と創造都市の戦略」、第10章「ファッション・デザイナーの育つまち」。
- 塩澤由典・小長谷一之編 (2008)『まちづくりと創造都市—基礎と応用—』晃洋書房。
- フィリップ・コトラー (2010)『コトラーのマーケティング3.0—ソーシャル・メディア時代の新法則』朝日新聞出版。
- ジム・ステンゲル (2013)『本当のブランド理念について語ろう「志の高さ」を成長に変えた世界のトップ企業50』阪急コミュニケーションズ。

地域活性化ニューズレター 第4号

2013年(平成25年)2月20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」運営委員会編

発行人：弘田洋二

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