

特集 **起業家×まちづくり**



特集テーマ論文

社会に貢献する社会起業家の育成における大学の役割

武田 丈

「人づくりこそがまちづくり」
一創客創人、そしてこれから

崎田 恭平

まちづくりの担い手としての起業家育成

「まちづくり学校の起業ゼミ」から見てきたもの

金子 洋二

Urban Innovation Japan の取り組み

～スタートアップと行政職員との協働による、新たな地域課題解決プロジェクト～

小野地 光弘

循環型の地域共生圏ネットワークに向けた

「まちづくりラボ」と「地域電力」による「起業」と「今」

加藤 慎康

名古屋発

さかさま不動産で目指す新たな経済モデル

藤田 恭兵

名古屋都市センター事業報告

まちづくりセミナー

調査研究

木曾三川電力みのかも株式会社

・地域新電力による地域内循環・脱炭素社会の仕組みづくり
 ・民間版 地域みまもり支援・福祉サポート機能

未来を
 願い
 電気を
 とどける



合同会社カモケンラボ

(公民連携・地域商社機能をおこない
 持続可能なまちづくりをラボ)

・SDGs研修
 ・インバウンド対応
 ・ワーケーション

川ラボ



中山道太田宿



美濃太田駅前

里山ラボ



蜂屋町広橋地区



「？」が君の力になる
 研究員を募集します！
 対象：小学校高学年～高校生・大学生

KAMOKEN LAB.



堂上蜂屋柿生産 見える化
 熟練者の「目録」で動画撮影
 後継者に残す

No.77 特集 起業家×まちづくり

- A 木曾三川電力みのかも株式会社と合同会社カモケンラボの取組み
- B 関西学院大学人間福祉学部 社会起業学カリキュラムのイメージ
- C Urban Innovation Japan の取り組み (スタートアップと自治体の協働による社会課題解決)
- D さかさま不動産の取組み (既存不動産との比較)
- E Urban Innovation Japan の取り組み (スタートアップと自治体の協働による実証プロジェクト事例)

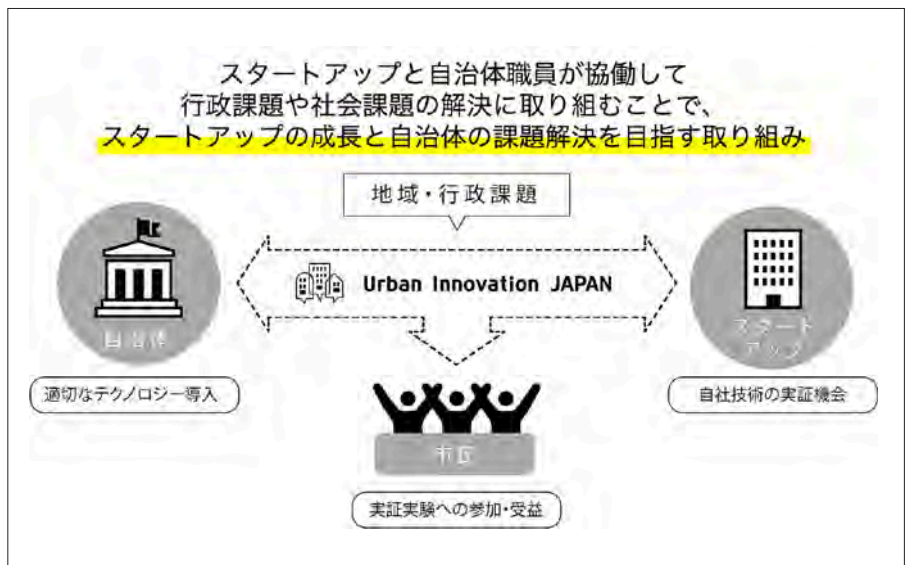
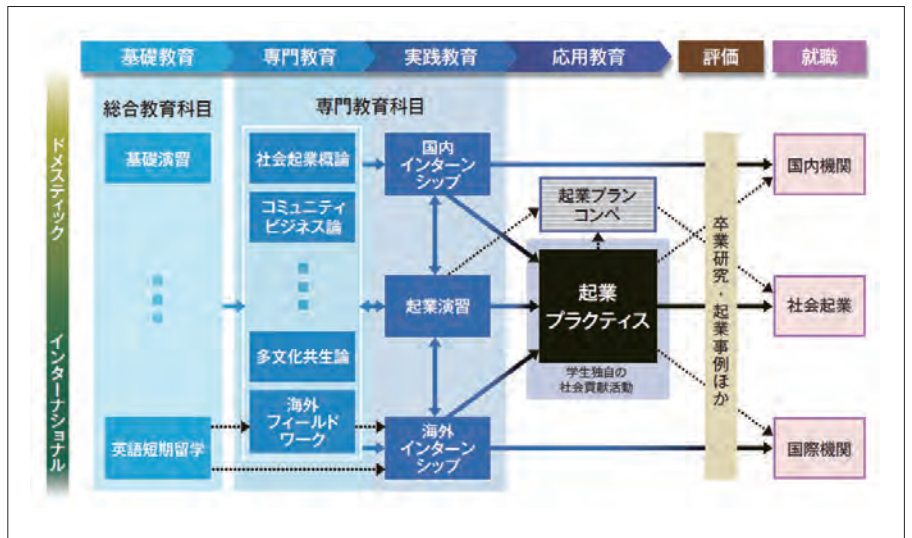


犯罪予測AI「CRIME NABI」と、その技術を活用したパトロール経路決定アプリ「パトロールコミュニティ」

入力データ: CRIME NABI (時間情報による予測, 空間情報による予測)

出力: 警備計画, 警備員配置, 警備員経路, 警備員数

実証プロジェクト
 「犯罪予測による自治体パトロール活動の最適化～日本一安心・安全なまちづくりを目指して～」
 実施主体: (企業・地域団体・自治体の協働実施)
 ・実施者: 株式会社Inspirer Perforations, CN社、東京大学大学院
 ・実施団体: 中央防災対策推進協議会、消防庁、消防庁研究センター
 ・実施地域: スポーツ庁長官府民生活部地域安全推進課



特集

起業家×まちづくり

- | | | |
|---|--|----|
| 1 | 社会に貢献する社会起業家の育成における大学の役割
関西学院大学人間福祉学部社会起業学科 教授 武田 丈 | 5 |
| 2 | 「人づくりこそがまちづくり」ー創客創人、そしてこれからー
株式会社飢肥社中 代表取締役(前日南市長) 崎田 恭平 | 12 |
| 3 | まちづくりの担い手としての起業家育成
「まちづくり学校の起業ゼミ」から見えてきたもの
NPO法人まちづくり学校 理事
大正大学地域創生学部 准教授 金子 洋二 | 19 |
| 4 | Urban Innovation Japan の取り組み
～スタートアップと行政職員との協働による、新たな地域課題解決プロジェクト～
特定非営利活動法人コミュニティリンク
Urban Innovation Japan 事務局 小野地 光弘 | 27 |
| 5 | 循環型の地域共生圏ネットワークに向けた
「まちづくりラボ」と「地域電力」による「起業」と「今」
木曾三川電力みのかも株式会社 代表取締役
合同会社カモケンラボ 代表社員 加藤 慎康 | 35 |

名古屋発

- | | |
|--|----|
| さかさま不動産で目指す新たな経済モデル
株式会社On-Co 代表取締役 藤田 恭兵 | 49 |
|--|----|

名古屋都市センター事業報告

まちづくりセミナー

- | | |
|--|----|
| 藤が丘のいままでとこれから
「建築系愛知16大学共同企画展2021 TALK SESSION」より | 59 |
|--|----|

調査研究(令和2年度都市センター研究報告)

- | | |
|---|----|
| データを活用したウォークアブルなまちづくり
～GPSデータ分析と歩行空間評価による地域特性の把握～
名古屋都市センター調査課 伊藤 亜由美 | 69 |
|---|----|

- | | |
|---|----|
| 産官民の連携による災害に強いまちづくりを目指して
中小企業の地域防災への貢献の可能性に関する調査
名古屋都市センター調査課 濱内 洋孝 | 75 |
|---|----|

- | | |
|--|----|
| ポストコロナのライフスタイル変化を捉えたこれからの名古屋のまちづくりについて
名古屋都市センター調査課 矢野 孝幸 | 79 |
|--|----|

- | | |
|---|----|
| 中川運河沿線地域と産業の新たな価値創出に向けた運河の利活用
元 名古屋都市センター調査課 末富 将之 | 87 |
|---|----|

はじめに

コロナ禍での新しい働き方の定着により、リモートワークやサテライトオフィス等の普及が進み、大都市だけでなく地方においても仕事ができる環境が整ったことは、起業のあり方に変化をもたらすとともに、起業する際のハードルを大きく下げる要因となりました。

近年、注目されている社会起業家は、地域あるいは自身の身近なところにある問題を解決しながら、社会的なミッションを達成するために事業を起こすことから、社会起業家の活動の促進は、今後のまちづくりにおいて重要な要素になると考えられます。

そこで、本号では、「起業家×まちづくり」をテーマに、様々な立場からの起業へのアプローチを紹介しながら、まちづくりにおける今後の展望について考えていきたいと思えます。

2022.03
No. 77

UA
Urban-Advance
・アーバン・アドバンス

特集

社会に貢献する社会起業家の育成における大学の役割

関西学院大学人間福祉学部社会起業学科 教授 武田 丈

1 はじめに：社会起業とは

「社会起業」、「社会的企業」、「ソーシャルビジネス」、「コミュニティビジネス」といった言葉を、皆さんは耳にされたことがあるでしょうか？これらは、営利の追求だけを目的とせず、事業を通じて社会的な課題の解決を目指す取り組みや組織を表すものです。一般企業がどれだけ利益を上げたかで評価されるのに対して、社会起業はソーシャルインパクト、つまりどれだけ社会問題の解決に貢献したかが利益よりも優先されて評価されるのです。

欧米では1990年代から、日本でも21世紀に入ってから次第に注目を浴び、メディアなどでも多く取り上げられるようになってきました。『Newsweek 日本版』は、今から約15年前の2007・7・18号で「世界を変える社会起業家100人」という特集を組み、「社会起業家は今やあらゆる場面で脚光を浴び、社会起業家こそが社会問題の解決と事業の運営を両立する新世代のリーダー」であると述べています。

世界で最も有名な社会起業家といえば、2006年にノーベル平和賞を受賞したグラミン銀行の創設者ムハマド・ユヌス氏でしょう。銀行というビジネスモデルの中で、無担保で少額の資金を貸し出すマイクロ・クレジットを通じて、500万人以上の貧困層の女性たちの生活水準の向上に貢献したことが評価されました。社会起業という言葉を目にしたこ

とがない人でも「フェアトレード」という言葉を聞いたことがある人はいるかもしれません。フェアトレードも、公平な貿易を通じて開発途上国の生産者の生活向上を目指す社会起業の一つだと言えます。

本稿では、さまざまな社会的課題の解決と事業の運営を両立する社会起業家の育成を目的とする関西学院大学人間福祉学部社会起業学科の取組を紹介していきます。

2 学科設立の経緯

社会起業学科、社会福祉学科、人間科学科という3つの学科を有する関西学院大学人間福祉学部は、2008年4月に開設された比較的新しい学部ですが、その起源は1952年に関西学院大学文学部に設置された社会事業学科に遡ります。この社会事業学科は、1960年に社会学部の社会福祉コース（専攻）として独立し、1999年には社会学部社会福祉学科に発展していくのですが、その起源から今



武田 丈
たけだ じょう

専門は多文化・国際ソーシャルワーク。米国やインドでの実践・研究に従事した後、現職。近年は、フィリピンの女性移住労働者や、国内の外国人・LGBTQ+が直面する課題を参加型アクションリサーチや社会的企業といった手法で取り組む。主著『参加型アクションリサーチ(CBPR)の理論と実践』(単著、世界思想社、2015年)、『社会起業を学ぶ：社会を変革するしごと』(共編著、関西学院大学出版会、2018年)。

日に至るまで長年にわたって日本の社会福祉の研究や教育をリードし、日本の社会福祉業界で活躍する多くのソーシャルワーカーを輩出してきました。

2004年頃からの政府の新設学部設置の規制緩和を受けて日本の多くの大学で新学部が設置されるようになったのですが、関西学院大学でもこの社会学部社会福祉学科を核として人間福祉学部が設置されました。1学年の学部定員300名を、社会福祉学科だけで確保するのは難しいということで、白羽の矢がたったのが当時日本社会でも注目され始めていた社会起業でした。社会福祉学科は、社会福祉士や精神保健福祉士という国家資格の受験資格を取得できるカリキュラムを配し、日本の社会福祉制度のもとで社会福祉的な課題に取り組むソーシャルワーカーを養成しています。これに対して社会起業学科は、社会福祉に限定せず、よりウイングを広げて国内外のさまざまな社会的な課題やニーズを、ビジネスを含むさまざまな手法を活用して取り組む人たちの養成を目指して設立されました。つまり、社会起業学科の卒業生の進路としては、福祉機関で活躍するソーシャルワーカーではなく、社会的企業を立ち上げたることに加えて、民間企業、行政機関、教育現場、NPOやNGO、国際機関をはじめとする多様な領域でそれぞれの立場から社会的課題に立ち向かっていくことが想定されているのです。

3 カリキュラムの発展

3-1 設立時のカリキュラム（2008年）

2008年の学科設立時は、日本社会における社会起業の認知度はまだまだ低かったため、受験生確保のために受験生にアピールで

きるカリキュラムづくりを心がけました。その一つが、2年生の春学期に実施する3か月間の英語中期留学でした。海外の社会的な課題に取り組む社会起業の場合、当然英語のコミュニケーション能力が必須となります。当時、関西学院大学では全学的な留学プログラムはありましたが、学部や学科専用の留学プログラムは存在しませんでした。そこで、カナダ・オンタリオ州のクイーンズ大学の英語プログラムと連携し、希望者全員が能力別のクラスで学べる英語プログラムに加えて、現地の社会的企業やNPOを訪問して英語でレポートを作成させる英語中期留学プログラムを設置したのです。また、取り組むべき社会的課題を見つけてもらうために多文共生論、社会問題論、国際問題論、ユニバーサルデザイン論などの講義科目や、社会的課題に取り組む方法に関連するNPO論、NGO論、ヒューマンサービス産業論、非営利マネジメント論、ビジネス・プラン論、CSR論、ソーシャルマーケティングといった講義科目を準備しました。さらに、座学だけでなく、実際に海外の社会的な課題の現場やそうした課題に取り組む団体を訪問する海外フィールドワークや、国内外の社会的課題に取り組む機関でのインターンシップといった科目を準備して、社会起業学科はスタートしたのです。

3-2 文部科学省 GP の獲得（2009～2011年）

日本社会における社会起業への関心の高まり、目新しいカリキュラム、そして新設学科ということもあってか、2008年4月に入学してきた社会起業学科1期生たちの中には非常に学びや実践に対する意欲の高い学生が多くいました。そうした学生たちは、自分たちで学科内に学生団体を立ち上げ、大学1年生

ながら国内外のさまざまな社会的な課題の現場を訪問したり、実際に自分たちでそうした課題に取り組みだしたのです。

こうした学生たちの自主的な活動を学科としてなんとか後押ししたいということで、学科開設2年目の2009年に文部科学省の「大学教育・学生支援推進事業」大学教育推進プログラム【テーマA】（通称GP=Good Practice）に申請し採択されたのが、「社会起業家養成の革新的プログラム開発：基礎-専門-実践-応用教育を通じたウェルビーイングに寄与する社会起業能力の育成」（https://www.kwansei.ac.jp/s_hws/s_hws_000109.html）でした。このGPでは、いわゆる一般教養科目である基礎教育と、社会起業に関連する専門教育で身につけた知識を、実際に現場で活用することで実践能力へと昇華させるための実践教育と応用教育を設定しました。実践教育としては、学科開設時から提供していたインターンシップに加えて、講義で

身につけた知識を実際の課題解決のためのアクションプランの策定に結びつける「起業演習」を、そして応用教育としてインターンシップなどの経験なども活かして自分たちで立てたアクションプランを実行する「起業プラクティス」を正課外の授業として提供したのです（図1参照）。

実践教育や応用教育の充実に加えて、国内外の多くの社会起業家を招いてのフォーラムの開催や、国内の社会的課題の現場や取り組み機関に訪問する「土曜講座」の開催もあって、学生たちはさまざまな課題を抱えて日本で暮らすアジア人女性と協働してのカフェプロジェクト、限界集落を特産品のクレソンを活用して元気で開かれた元開集落に変えようとするプロジェクト、タイの孤児院にサッカーグラウンドを建設するプロジェクト、フェアトレード商品や国内の障害者の作業所の製品を取り扱う実験店舗などを立ち上げていったのです。

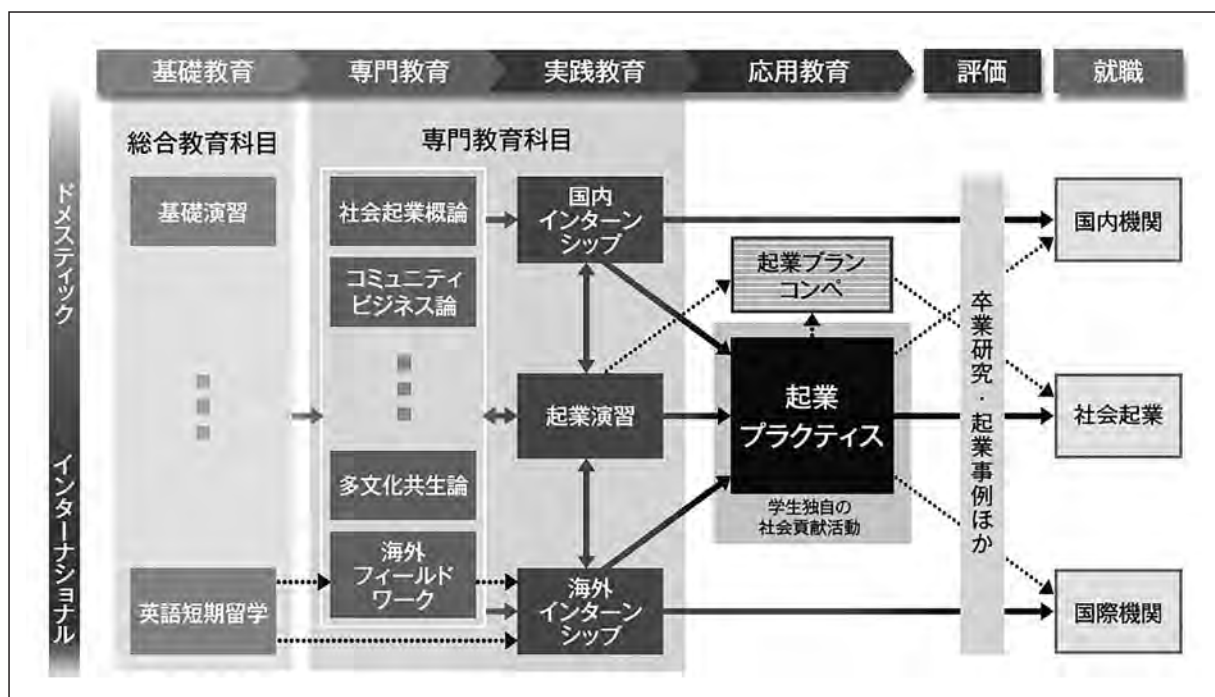


図1：GPのフロー

3-3 ポスト GP の取り組み（2012 年以降）

文部科学省の取り決めにより、新設学部は完成年度を過ぎなければカリキュラムを変更することはできません。そこで GP での成功を基に、完成年度を迎えた 2012 年度入学生より新しいカリキュラムを導入し、土曜講座を国内フィールドワーク（2021 年度入学生より必修化）、起業演習と起業プラクティスをそれぞれ「社会起業プラクティス演習」と「社会起業プラクティス」という正課科目として位置付けるようになりました。また、2017 年度からは学生たちの社会的課題への取り組みをさらに奨励するために「社会起業学科 実践活動奨励金」を制定し、その年度に学生たちが社会的課題に取り組んだ活動の成果を発表してもらい、優秀な活動には 10 万円の奨励金を提供するという取り組みも開始しています。

4 卒業生たちの活躍

開設から 14 年が経過した社会起業学科は、さまざまな社会的課題に取り組む卒業生を送り出しています。フェアトレードやソーシャルビジネスに取り組む企業、バリアフリーではなく障害を価値に変えるバリアバリューを推進する企業、被差別部落問題に取り組む NPO などに就職したり、地方公務員として生活困窮者支援に携わる卒業生もいますが、ここでは自ら事業を立ち上げた卒業生たちの一部を紹介します。

4-1 アジアン食堂バル SALA

(<https://kobe-sala.asia/>)

年々増加傾向にある日本で暮らすアジア人女性の中には、差別や偏見、言語や文化の

壁、国籍や在留資格によって利用できる制度やサービスが制限されることなどで、さまざまな課題に日々向き合っている人たちが少なくありません。学生時代にこうしたアジア人女性たちと出会った 1 期生（2012 年 3 月卒業）の黒田尚子さんが、日本でさまざまな課題に直面しながら暮らすアジア人女性たちの「強み」である「母国料理の調理スキル」を活かして事業化したのが、神戸元町の中華街にある SALA です。黒田さんが店長をつとめ、「Empowerment of All People: 国籍も関係なく、男性も女性も、子供も妊婦さんも、それぞれがそれぞれのお互いの価値を認め合い、自分の価値も認められる社会に。SALA が EMPOWER の場、きっかけとなりますように」をミッションとするこのお店では、4～5 人のアジア人女性シェフが日替わりで腕を振るってアジア各国のエスニック料理を提供しています。それまで一人で電車にも乗れなかった女性、自分の作った料理を他人がお金を出して食べてくれるなんて想像できなかった女性、日本で仕事に就いたことがなかった女性たちが、SALA に関わって一人で電車に乗れるようになり、「美味しい」と言ってお客さんがお金を払って食べてくれる経験を通して、自信を取り戻していています。黒田さんのこうした取り組みは、テレビ番組の 7 Rules (<https://www.ktv.jp/7rules/program/190827.html>) や TED × Kobe (<https://tedxkobe.com/speaker/speaker0049/>) といったマスメディアでも取り上げられています。

4-2 NPO 法人 Homedoor

(<https://www.homedoor.org/>)

黒田さんがアジア人女性たちの強みである「母国料理の調理スキル」を活かしたビジネ

スを展開しているのに対して、3期生（2014年3月卒業）であった松本浩美さんが事務局長をつとめるNPO法人Homedoorは、自転車修理というホームレスの人たちの「強み」を活かした「HUBchari」などの事業を展開し、「ホームレス状態を生み出さない日本の社会構造をつくる」をビジョンに掲げて活動しています。HUBchari (<https://hubchari.com/>) は理事長の川口加奈さんが大学生時代に、ホームレスの人たちを支援の対象者としてみなすのではなく、こうした人たちの持っている自転車修理の技術を生かしてビジネスをできないかという発想から生まれたもので、現在では大阪市内の300のポートのどこで借りて、どこで返してもいいというシェアサイクル事業です。このHUBchariは、ホームレスの人たちに雇用の機会を提供するだけでなく、違法駐輪などの自転車問題の解決にもつながるうえ、ホームレスの人たちに「単に支援される側」ではなく「自転車問題を解決する側/支援する側」にまわってもらうことによって、より働きがいを感じてもらえることが出来ているのです。Homedoorでは、HUBchari事業以外にも、月に一回の夜回り巡回活動「ホームパト」を実施してホームレスの人たちへのアウトリーチを行ない、2020年度には1,104人の新規相談ケースに対応しました。2018年に開設した個室型宿泊施設「アンドセンター」は、恒久的な住宅に移る前の一時的な安心できる住宅を提供する「トランジショナルハウジング」の役割を担うもので、その日に泊まる場所がなく、野宿を望まない人のために、無料で宿泊できるシェルターを個室で用意し、食料や、着替え・歯ブラシなどの日用品も支給しています。一方、2021年にオープンした「おかえりキッチン」(<http://www.okaerikitchen.homedoor.org/>)

は、住まいや仕事を失い、絶望的な気持ちになった時こそ、温かい健康的な食事で明日への活力を取り戻してもらいたいという想いでつくられたカフェです。就労支援員と気軽に会話をしながら、次のステップに向けて相談できる場としての機能に加え、表向きには一般的なカフェとして運営することで気軽に地域の方々にホームレス問題への関心を持ってもらう機会を提供しています。

4-3 株式会社 FREEMONT (<https://freemont.co.jp/>)

4期生（2015年3月卒業）の山本夕紀さんが取締役をつとめる株式会社FREEMONTは、未来の手紙カルチャーブランド事業、クリエイティブ事業全般、小説・エッセイ執筆監修、及びプロダクト開発などを手掛けています。たとえば、「TOMOSHIBI LETTER（ともしびレター）」という事業では、未来への希望と共に、今の自分の気持ちや、考えていること、感じていることを整理したり、言葉にしたり、忙しい日々の中で忘れがちな、自分の素直な気持ちと過ごす時間を届けたいという思いの元に開発された、一年後の未来へ手紙が送れる特別なレターセットの販売を行なっています。また、このFREEMONTの事業であり、山本さんが店長をつとめる東京・蔵前にある「自由丁 (JIYUCHO)」(<https://jiyucho.tokyo/>)では、自由丁セレクトの書籍の販売に加えて、TOMOSHIBI LETTERを書いたり、ノートを広げて考え事をしたり、日々の記録を日記にまとめたり、夢中で仕事や趣味に没頭したり、自分の素直な気持ちと思い思いの方法で過ごせる空間を提供しています。

4-4 Doberman Outfits

(<https://doberman-outfits.com/>)

5期生（2016年3月卒業）の安田直真さんは、生地にオーガニックコットンやリサイクル素材を使用した衣料ブランド Doberman Outfits を設立しています。Tシャツやパーカーなどの生地に、遺伝子組み換えをなくし、化学肥料や農薬を一切用いずに栽培されるオーガニックコットンを用いることで、水質や土壌の汚染を防ぎ、さらには地球の温暖化のリスクの削減にも貢献しています。また、年間800万トン排出される海洋ゴミの大半を占めるプラスチックゴミの原因となるペットボトルなどから出来た「再生ポリエステル」繊維と、廃棄された漁網からできた「再生フィッシュネット」繊維を織り交ぜた、リサイクル素材の生地によるTシャツなども生産し、消費者が海とのつながりを改めて考えるきっかけづくりを行なっています。さらに、Doberman Outfits は取り扱う商品だけでなく、ビジネススタイルとしても環境に配慮した取り組みを行なっています。たとえば、いくらオーガニック又はリサイクル生地を使用しても作り過ぎによる商品ロスがあっては意味がないので、最終加工を受注量に応じて行うことにより、必要とされる量だけを生産しています。また、シーズンや流行のサイクルによる商品ロスを可能な限り削減したり、発送時に使用する梱包資材に100%古紙を使用するといった取り組みを行なっています。

4-5 古民家宿イトグチャ

(<https://itoguchiya.com/>)

8期生（2019年3月卒業）の川原菜緒さんは、奈良県宇陀市に拠点を置く手編み専門ブランド amugu がプロデュースする古民家を改装した宿「イトグチャ」のオーナーです。

amugu では「自分を大切にする方法・機会の提供」をミッションとしており、イトグチャはその機会を宿泊という新たな形で提供しています。イトグチャでは、毎日忙しくて心のメンテナンスができない人のために、以下の4章からなるフローによって自分を大切にする方法を探る機会を提供しています。第1章「はなれる」は、日常から離れ、主人公になるというものです。土間で靴を脱ぎ、居間へあがる時、日々の役割や肩書きも置いてもらい、宿で過ごす間の名前を決めてもらいます。第2章「ひろげる」は、ワクワクするものを手元に広げるというものです。読書・編み物・料理・散歩などを心ゆくまで没頭できる空間と時間を提供しています。第3章「さぐる」では、「心地よい」を探ってもらいます。場所・景色・音・香りとの対話を通して、心地よさを感じる瞬間はいつなのかを探る機会を提供します。そして最後の4章「しまう」では、物語を胸ポケットにしまうように、イトグチャで紡いだ物語の大切にしたい場面を読み返すためのしおりをお渡ししています。

5 おわりに

社会起業の中には「まちづくり」を目的とするものや、「まちづくり」と密接に結びついているものもあります。たとえば、地域の特産品を活用したビジネスでまちおこしを行う事例や、外出や生活に関する困難を抱えた人々への移送サービス・生活支援サービス・地域交流の拠点となるサロンの運営によるまちづくりなどです。本稿で紹介したイトグチャも空き家が増えた集落にある古民家を宿に改装し、近隣のビジネスとも連携し、集落に再び賑わいをもたらすことでまちづくりに貢献しているといえます。また、Homedoorで

あればホームレスとの共存・共創のまちづくりを実践しているともいえるでしょう。

ただ、まちづくりであっても、他の社会的な課題の解決であっても、社会起業は万能というわけではありません。たとえば、障害者に雇用の機会を提供する社会起業を考えてみましょう。雇用機会にもっとも恵まれないのは重度の障害のある人たちですが、事業として持続的に活動していくには生産性を追求する必要があります。生産性を高めるためには、重度な人よりも、軽度の障害者を雇ったほうがよいということになってしまい、もともとのミッションが達成されなくなってしまいます。社会起業も含めて、行政、活動助成金や行政からの受託事業によって活動するNPO、ボランティア活動、一般企業のCSR活動、どれも一長一短があります。どれもその活動だけでは社会的課題を解決することは難しいですが、どれもが社会問題の解決の一助となっており、不可欠です。

だからこそ、関西学院大学の社会起業学科は、「社会起業」という名称はついているものの、社会起業だけにとらわれることなく、学生一人ひとりが熱意をもって取り組みたいと思える社会的課題を見つけたうえで、どのような活動が必要かを考えることが重要だと教育しています。その結果、それが行政の職員として制度を変えるということになるかもしれないし、財団からの助成金による途上国支援の活動にNGO職員として従事することかもしれないし、ソーシャル・イノベーションを活用した社会起業かもしれません。つまり、社会起業を行うことが重要なのではなく、取り組み方の形態がどれであっても、社会的課題の解決や軽減にどれくらい役立っているかということが重要だということを学生たちに伝えるとともに、さまざまな方法で社会的

課題に取り組むための知識や技法を提供しているのが関西学院大学の社会起業学科なのです。

「人づくりこそがまちづくり」

—創客創人、そしてこれから—

(株) 飢肥社中 代表取締役 (前日南市長)

崎田 恭平

1 はじめに

日南市は宮崎県南部に位置する人口約5万人の都市である。温暖な気候を活かした長早場米や柑橘類、完熟マンゴーなどの農業、宮崎牛やみやざき地頭鶏などの畜産業、約四百年の歴史を誇る飢肥杉林業、水揚げ量日本一を誇り今年2月に日本農業遺産に認定されたかつお一本釣り漁を代表とする漁業など、第一次産業を基幹産業としており、広島東洋カープや、埼玉西武ライオンズ、Jリーグなどスポーツキャンプ地としても知られている。

2 地域コンセプト（創客創人）の策定と飢肥藩

平成26年に日本創成会議人口減少問題検討会分科会が発表した、消滅可能性都市に制定された「まち・ひと・しごと創成法」を契機に、人口減少問題が大きくクローズアップされるなか、日南市においても地方公共団体のまちづくりの指針となる総合計画の見直しを図り、人口減少対策や、雇用創出などに対する新たなビジョンや戦略を掲げることになった。現在の日南市は平成21年3月、1市2町の合併により誕生しており、合併後直ちに10か年計画である総合計画を策定した。

本計画では市内の均衡ある発展や協働型社会の実現を目標としていたが、ほとんどの地方公共団体の総合計画がそうであるように、

市の事業全般に対して網羅的に扱っており、重点的に取り組むべき事業が不明瞭。職員の日常の業務との密接度が低く、活用されていないのが現状であった。もともと厳しい財政状況の中、少子高齢化に伴う社会保障の増大や東日本大震災を教訓とする防災、津波対策経費など行政需要は年々増大しており、限られた行政資源（ヒト・モノ・カネ）をどのようにまちづくりに活かしていくのか、これまで以上に「選択と集中」を念頭に課題解決に臨む必要があった。

総合計画の見直しにあたっては、当時総務省地域力創造アドバイザーで新日本有限責任監査法人経営専務理事の大久保和孝氏に協力を依頼した。多くの自治体運営に外部専門家として携わってきた大久保氏がまちづくりを進めていくうえで重要だと説いていたのが「地域コンセプト」の策定。市民一人ひとりが地域の課題を自分事化するためにも、地域の良さや独自性を語れるような地域コンセプトの策定は必要不可欠であるとの理由からで



崎田 恭平

さきた きょうへい

1979年生まれ、宮崎県日南市出身。九州大学工学部卒業後、宮崎県庁、厚生労働省を経て、2013年4月に33歳で日南市長に就任。2期8年を務め、3期目は出馬せず、2021年4月で退任。

「日本一組みやすい自治体」をキャッチコピーに掲げ、ベンチャー企業並みのネットワークの軽さで、民間人の登用や官民連携による地域課題の解決策を積極的に実行に移し、その行政手腕は全国から注目を集めた。

あった。

しかしこの地域コンセプトの策定は難航を極めた。大久保氏のファシリテーションのもと市職員や市民代表者、有識者を中心に協議を行うが方向性さえも見いだせず、協議メンバーを入れ替えても進展しない状況が続き、スタートから3か月ほどが経過したあたりで郷土史に詳しい専門家を招き、日南市のこれまでの歴史を振り返ることによって何かヒントを得ようということになった。

現在の日南市は、江戸時代に約280年間続いた飢肥藩とほぼ同じ領域に属している。

この飢肥藩は約51,000石の小藩であったが、通常の倍以上である約2,200人の家臣を抱え、薩摩藩をはじめとする周辺の脅威を受け続けながらも、長きにわたり藩を保ち続けることができた。また、古くからの家臣を大事にし、人は宝であるという考えのもと、任務や役割を与え、さらに藩校「振徳堂」では、当時主流であった儒学ではなく、実務に役立つ学問である実学を取り入れ、後にポーツマス条約を結ぶ明治の外交官、小村寿太郎をはじめとする優秀な人材を次々と輩出していった。

さらに飢肥藩は人材育成に力を注ぎ、人を育てて人に役割を与えることによって、藩財政を支えていくことになる新しい産業（飢肥杉やカツオ節、砂糖など）を興した歴史もあることから、これらを足掛かりとしてようやく地域コンセプト「創客創人」が決定した。

創客創人とは、様々な分野において「客＝新しい需要」を創り出せる人材を創り出すことを意味しており、かつての飢肥藩と同じように様々な課題に直面しているなか、「人づくりこそがまちづくり」であるとの考えのもと、市民一人ひとりが力を高めていくことで明るい未来を見出していくことを目指すもの

であった。

さらに新しい総合計画を「日南市重点戦略プラン」と名付け、創客創人の地域コンセプトのもと、「働く場創出戦略」、「移り住みたくなるまちづくり戦略」、「住民による住民のための地域づくり戦略」、「次世代育成戦略」の4つの戦略で重点施策を整理し、市内全世帯約24,000世帯に配布した。職員の使いやすさと、市民への分かりやすさを追求した結果、旧総合計画が約250ページだったのに対して日南市総合戦略プランは10分の1以下の20ページとなり、当時としては日本一薄くて軽い総合計画だったのではないかと思っている。当時、農林水産省から出向していた副市長と夜遅くまで協議を重ね、市内9地区で開催したワークショップなどを経ながら、半年足らずの期間でコンサルタント会社に頼らず職員手作りで策定できたことは非常に感慨深いものであった。

3 働く場の創出(田鹿倫基氏の登用)

市長就任後、真っ先に取り組んだのは「働く場の創出」である。これは毎年度実施する市民アンケートの満足度調査で最も市民ニーズが高かった項目でもあったため、最重要課題に掲げ、市役所内部に部署横断的な組織である「マーケティング推進室」を設置。そこにリクルートなどに勤務経験を持つ田鹿倫基氏を「マーケティング専門官」として登用した。(田鹿氏は私が県庁職員時代、厚生労働省へ派遣された時に東京で主宰した宮崎の未来を議論する若者の会のメンバーであった。)

マーケティング推進室で最初に手がけたのは、日南市を「日本一組みやすい自治体」と企業に感じてもらうマーケティング戦略。ここで言う「日本一組みやすい自治体」とは、

予算が潤沢で仕事をたくさん発注できる自治体という意味ではなく、企業のリソースと地域資源の強みと弱みを活用し、共に新しい事業を作り上げることができる自治体を意味している。当時、自治体の取り組みとしては前例がないことに積極的に取り組むことによって「企業とコラボしやすい日南市」というイメージ発信を展開した。

実際に企業と組んで行った事業例として、クラウドファンディングを活用したニューヨークギフトショーへの飴肥杉工芸品の出店や、国内最大級のお笑いWEBサイトへの題材提供などがある。クラウドファンディングはテレビ番組「ガイアの夜明け」などに取り上げられたが、とにかく「自治体で初」という点にこだわり、「日本一組みやすい自治体」のブランディングを構築していった。

企業と組んで事業を展開するときに重視したのは、しっかりと下準備してから事業を始めるのではなく、まずは小さく始めてみることに。とりあえず未完成のまま走り出し、必要に応じて随時、軌道を修正。はじめは小さな成功を積み重ねることを意識した。結果、このスピード感と柔軟性が評価され、企業側から続々とアイデアが持ち込まれるようになった。

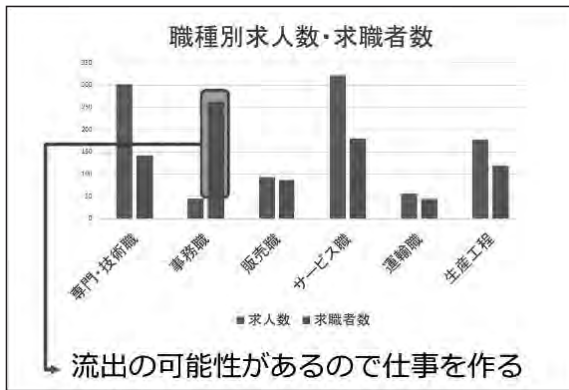
さらに、公共施設のインキュベーションオフィスへの転用や、国登録有形文化財「油津赤レンガ館」をITワーカーのためのコワーキングスペースとして活用するなど、ベンチャー企業が進出しやすい環境づくりにも努め、日南市とコラボすることでwin-winの関係が構築できるという企業へのイメージ戦略を展開した。

このように企業とのいい関係性を仕組み化することで、企業合宿や起業家の育成が日南発の新たなビジネスやオフィスの設立につな

がり、雇用の創出のきっかけとなっていた。また、日南市が誘致した企業にはIT関係が多いがこれにも明確な理由がある。日南市だけに限ったことではないが、地方の若者が就職で他所へ流出してしまうケースは、全国どの地方においても深刻な問題となっている。しかし当時の日南市管内における有効求人倍率は上昇傾向にあり約1.2倍程度であった。100人の求職者に対して120人分の求人があるという状況であるにも関わらず、若者の流出は止まらない。その原因を探るべく、日南市管内の職種別求人倍率に着目すると、事務職への求人が極めて高いことが分かった。つまり、地元の若者の多くは市内の事務職を希望しているが、その求人数の少なさゆえにやむを得ず地元を離れている傾向にあることが分かった。

このことから、雇用創出のカギは、事務職を希望している若者が地元に残って仕事ができるような環境づくりをすることだと確信し、IT企業の誘致に注力した。そして平成28年、ついに市内初のIT企業となる「株式会社ポート」の進出が決定。それまで県内において県庁所在地である宮崎市以外の自治体がIT企業の立地に成功することは極めて珍しいことであったが、これはスピード感のあるIT企業向けの独自補助決定などが決め手であったと感じている。このとき新規雇用は3年間で56名であり、この事例は「5万人の市の奇跡」として時事通信社の官庁速報でも紹介された。

さらに、自治体の企業誘致でよくありがちなのが、誘致するまでは企業に一生懸命アプローチし、誘致が決まった途端、企業との付き合いが希薄になってしまう、いわゆる“金の切れ目が縁の切れ目”のケース。しかし、日南市においては誘致後の採用のサポートや



職場内での相談事のみならず、日南市に住む企業社員の衣食住の日常生活のサポートまで徹底して行った。それが都心にいる経営者たちの間で話題となり、最初のIT企業進出が決まった平成28年以降も次々と進出の話が舞い込み、結果、8年間で合計13社の進出と130名の雇用が生まれた。このようにIT企業誘致を進めたことで、全く新しい雇用が生まれることとなった。仮にここで工場等を誘致していたら、既存の地場工場の人手不足問題に拍車をかけるだけで、働き手不足の根本的な解決には至らなかったであろう。

4 油津商店街の再生。(木藤亮太氏の登用)

日南市の油津地区は江戸時代以来、木材の積出しやマグロの漁業基地など、漁業と商業で発展してきた港町である。当該地区は重要伝統的建造物群保存地区に認定されている飢肥地区や、市役所が立地する吾田地区と並び、市の中心的な役割を担う地域である。また商業、金融、医療、公共交通等の施設が集積し、国道・鉄道・港を有する交通の要衝であることに加え、堀川運河の保存再生や赤レンガ館の買い取り保存など、市民のまちづくりに対する思い入れが深い地域である。

しかし、かつて賑わいを見せた油津地区も

車社会の進展による居住の郊外化や、少子高齢化が進むにつれ、ほかの地方都市と同様に賑わいが薄れていった。

そのような中、当市においては今の時代にあったまちの賑わいを作るべく、平成24年に国の認定を受け、油津地区における中心市街地活性化基本計画を策定。郊外店とは異なる市街地の魅力形成事業に取り組んだ。

中心市街地活性化基本計画は平成24年から28年の5年間にかけて実施した。平成25年には中心市街地活性化の重要課題である油津商店街の再生に向けた事業として、補助金を投下する従来型の再生事業ではなく、油津商店街再生事業に専従できる専門人材を外部から登用する「テナントミックスサポーター事業」を展開した。

このテナントミックスサポーター事業は“月額90万円の委託費”等の条件で、再生事業に専従する人材を全国から公募するものである。公募の結果、全国から333人の応募が寄せられ、その後テナントミックスサポーター事業委員会による2回の審査を経て、木藤亮太氏が選定された。一般に商店街再生と聞くと、いわゆる“商店”の再生を想起させられるが、油津商店街では主にIT企業の誘致を推し進めた。昭和型ともいえる、大きめの空き店舗で事業をスタートするのは、新規事業者にはハードルが高い。しかし、その油津商店街内の空き店舗にIT企業オフィスを誘致することで、シャッターを開けて空き店舗が埋まり、若者を地方に戻すという2つの課題を同時に解決できた。

5 飢肥まちなみ再生(民間利活用)

飢肥地区は江戸時代から約280年続いた城下町で、現在も城下町の中に武家屋敷が点

在する景観が残っている。1977年には九州で初めて文化庁の重要伝統的建造物群保存地区に選定され、九州の小京都とも称されている。

しかしこの城下町に残る飫肥城由緒施設等の歴史的建造物の老朽化が問題となっている。当時、飫肥城由緒施設等の状態を診断したところ、今後必要となる建物の維持管理や修繕にかかる経費は20年間で約40億円と推定された。それまで飫肥城由緒施設等は指定管理制度で運営していたが、入館者が年々減少していることに伴い、平成30年では指定管理料5,800万円に対し入館料が約2,500万円。つまり約3,300万円が赤字であり、赤字分は市が負担していた。このような状況の中で算出された約40億円という額は市の財政的にかなり厳しいもので、老朽化が進む全ての施設の維持管理や改修を行うのは困難な状況であった。しかし飫肥には多くの魅力があり、食・自然・文化など他所へ誇れる観光資源が豊富にある。この飫肥のポテンシャルを引き出すことができれば、攻めた戦略ができるはずと考えた。攻めた戦略とは、稼ぐ体制への転換であり、多くの観光客を呼び込み、稼げる城下町にすることで、経済が活性化すると考えた。

そして従来の指定管理制度から一転し、新しい管理体制を構築した。これは維持管理が難しい武家屋敷に民間のノウハウを導入し、民間主体で施設を管理・運営してもらう方法である。こうすることで、建物の修繕・維持管理に係る費用はすべて民間負担となり、改修費も既存の補助金を除き、民間事業者の自己資金で改修してもらえるようになった。さらに、庭園管理や清掃等の維持・管理費などもすべて民間事業者が負担するようにしたため、市側の負担は最小限となり、逆に賃貸収

入が入ってくるようになった。

さらに、建物の歴史的価値を維持するために改修には厳しい規制を設け、専門家によるチェックが入る仕組みも整えた。

ここで民間運営の象徴的な事例として旧小鹿倉邸の活用を紹介したい。現在、旧小鹿倉邸は京都で旅館業を営んでいるNAZUNAが運営し、5つの部屋すべてに温泉が付いた温泉旅館となっている（温泉は汲み湯）。通常、庭園管理や電気料等で年間110万円の維持管理コストがかかるが、民間に貸し出すことで逆に年間約150万円の賃貸収入が入るようになった。また旧小鹿倉邸の旅館改修等に係る費用は総事業費で約2.1億円であったが、民間事業者が国の補助金（経済産業省の商店街活性化・観光消費創出事業）約1.4億円を獲得し、残りの約7,000万円は自己資金で投資した結果、市の実質経費負担はほぼ0となった。（2.1億円のうち街路灯の整備事業費の約400万円のみ市が負担した。）

旧小鹿倉邸以外にも、飫肥の歴史的建造物である旧勝目邸、旧合屋邸、旧伊東邸、空き家（個人所有）などが民間事業者によって利活用されている。さらに、市所有の歴史的建造物7施設について公募を行ったところ、5施設が民間事業者によって利活用されることが決定した。事業を手掛けるのはJR九州などの企業群で、飫肥の魅力がより向上することが期待されている。このうち、JR九州は歴史的建造物を活用した宿泊事業の第一弾として、日南市所有の「旧伊東伝左衛門家」を利活用。約4,100万円をかけて歴史的建造物が高級旅館へと変わる。（名称は「茜さす」（2021年冬開業予定））こちらはぜひ読者の皆様にも見ていただきたい。

Before



After



小鹿倉邸 Before-After



4 これから

8年間、日南市長として、がむしゃらに駆け抜けてまいりました。たくさんの心ある仲間にも恵まれ、前例主義にとらわれない様々な政策を実行に移し、地方創生の先進事例として全国的な注目を集めることとなりました。

その舞台裏では、日南の様々な場所・場面で、次々にリーダーが生まれ、育ち、悩み苦しみながらも仲間と力を合わせて、現状を打破していきました。

地域のリーダーは市長だけではありません。

商店街や城下町、医療や福祉、教育、一次産業、観光の現場でリーダーが生まれ、育っていきました。

そしてそれは、地域・民間・行政、市内外を問わず、様々なところから生まれていきま

した。

私が市長時代に一貫して掲げてきたのは、「人づくり」です。

現在、株式会社飢肥社中という会社を立ち上げ、自治体や企業の支援・コンサルティングをしつつ、「始動塾」というリーダー養成塾もスタートさせました。

これからも変わらず、「人づくり」に邁進していきたいと思っています。

まちづくりの担い手としての起業家育成

「まちづくり学校の起業ゼミ」から見えてきたもの

NPO法人まちづくり学校 理事

大正大学地域創生学部 准教授 金子 洋二

1 まちづくり学校について

NPO法人まちづくり学校は、2000年に設立されたまちづくりの人材育成を目的とする市民団体です。主たる事務所は新潟市西区にあり、理事6名（うち一人が事務局長を兼務）、事務局員2名、そのほかに「コーディネーター」と称する様々な職能を有した非専従のスタッフ（本稿執筆時点で18名）を中心に運営されています。筆者は法人発足当初から理事として関わってきました。

当初は新潟県内で先駆的に活動していた有志による任意団体で、「やぶへびの会」「参加のまちづくり研究会」という名称でイベントや講座運営などの活動をしていましたが、徐々にネットワークが全国へと広がり、本格的な事業展開を見据えて21世紀に入る直前に法人化に踏み切りました。現在ではまちづくり関連の講座・研修やワークショップ、計画策定、コンサルティング、講師派遣、書籍の出版などの事業を新潟県内を中心としつつ全国的に行っています。

1-1 理念と校則

まちづくり学校の組織の理念には以下の3点が掲げられています。

- ・ 自ら行動する人を育て、共に学び合う関係を築く
- ・ 現場に寄り添い、足りない仕組みを提供する
- ・ 個性あるまちと人が輝く社会を創る

NPOとは、自分たちの究極の目的を会の中で共有し、そこに向けた組織づくりや事業展開をしていく社会的な事業体です。本法人では、基本的な想いは設立当初から変わらないものの、社会の変化に鑑みると共に、より明確なミッションステートメントを目指して議論を積み重ね、現在はこのような理念とその想いを集約したキャッチコピー「まちをつくるひとをつくる」を掲げ活動しています。

さらに、「学校」と称していることからこの団体には3つの「校則」があります。

やりたい人がやる《やぶへび精神》

「やぶをつついた人が宝物を得る。」言い出しっぺが責任を持って旗を振る。みんなが進んで実行部隊になるからこそ前向きな活動ができる。この精神は私たちの強みです。

お互いに助け合う《根性よし精神》

「自分の利よりも他人の利を優先する。」互いに助け合う根性よし精神は、まちを育てるチーム力を最大限にしてくれます。縁に包まれて生きている私たちが忘れてはならない精



金子 洋二

かねこ ようじ

大学時代に参加した国際協力ボランティアの活動をきっかけに市民活動のプロを志す。イギリス留学と二度の会社勤めを経て、非営利組織の経営をアメリカの中間支援組織に学び、帰国後新潟NPO協会を設立。数々の市民組織やまちづくりの現場を支援する傍ら、自らもあらゆる分野の市民活動に携わる。2018年から大正大学地域創生学部准教授

神です。

みんなが生徒、みんなが先生《めだかの学校精神》

「誰もが生徒になり、誰もが先生になる。」互いに教え合い、学び合えば、より多様に多角的な気づきが生まれます。そして、この気づきの連続が場を盛り上げ、力強く支え、仲間を心強くします。

(まちづくり学校ホームページより)

これらの校則は、より簡潔な言葉で言い換えるなら「自発性」「共助」「共育」と表現することもできるでしょう。ここには私たちがめざすまちづくり人の姿：「自ら自発的にまちづくりを推し進め、仲間と共にハードルを越えながらみんなが幸せになれる社会をめざし、謙虚に学んで進化し続ける人」が表されています。

1-2 未来デザイン

まちづくり学校のメンバーが共有する、まちづくりを進めていく上での基本的な一連の思考ステップが「未来デザイン」です。この手法はまちづくり学校の発起人の一人である清水義晴氏が開発したもので、団体が行うあらゆる事業活動の理論的支柱となっているものです。

具体的には、「理念設定」「現状把握」「未来予測」「要所解明」「方法立案」「計画編成」の6つの局面からなり、順を追って明らかにしていくことにより、より確実に生産性の高いまちづくりのビジョンが描けるようになる、というものです。ここで言う「理念」とは、そのまちづくり活動が到達すべき究極の未来像のことであり、全てをその未来の視点から解き明かしていくことにより、様々な利害が存在するまちのステイクホルダーたちが心をつなぐ協力し合い、ブレることのない計

画の策定と活動の展開を可能とする「考程(＝考え方の手順)」ということができます。

私たちが各地でまちづくり計画策定のコーディネーターなどに携わる際には、この未来デザインの考え方に沿って策定プロセスを提案し、住民ワークショップなどのプログラムをその中に組み入れていきます。また、本稿で採り上げる「まちづくり学校の起業ゼミ」も、基本的にはこの考程に沿ったカリキュラムが組まれています。

1-3 まちづくりコーディネーター

まちには多様な価値観と利害が存在し、それらは時代の変化と共に多様化・複雑化しています。今求められるまちづくりのリーダーとは、旧来の独断専行型のリーダーではなく、様々な人々の声を聴いて有志の輪をつくり、資源と人材をつないで新たな価値を創出していくコーディネータータイプのリーダーであると言えるでしょう。まちづくり学校が法人として発足する前から、私たちの事業展開の柱として行っているのがそうしたまちのコーディネーターの育成を目的とした「まちづくりコーディネーター養成講座」です。2021年で26期(2013年より「地域づくりコーディネーター養成講座」と改称)を数え、これまでに600人以上のコーディネーターを輩出してきました。

プログラムの基本的な構成は、まちづくりの考え方やコーディネーターの役割、計画策定のポイント、まちづくりワークショップの手法などを、講義と演習、ゲームなどを通して4日間かけて学ぶというものです。新型コロナウイルスが流行する前は一泊二日×2クルールの合宿形式が定番となっていました。2020年度はオンラインのみの特別編、2021年度はオンラインと対面を組み合わせたハイブリッド方式を採用し、工夫を凝らし

て学びの場をつないでいます。

講座の受講者は多様で、新潟県内外から市民団体や地域組織の関係者、公務員、議員、会社員、まちづくりコンサル、地域おこし協力隊員など、老若男女が集い、濃密な4日間を共にすることで、まちづくりを志す仲間とのネットワークの構築にもつながっています。

また、この講座の内容をベースとした地域版養成講座を自治体などからの委託事業として行うケースも多々あり、私たちが活動開始以来大切にしているまちづくりコーディネーター育成の動きが全国に広がっています。

2 「起業ゼミ」とは

まちづくりには様々なアプローチがありますが、中でも地域経済の活性化は欠かすことのできない要素です。地域のお金が地域で循環し、自立的で強い経済をつくることは豊かで魅力的なまちづくりに直結する課題であると言えるでしょう。地元の起業家がまちづくりという公益的な活動に目を向け、事業としての継続性も兼ね備えて活躍してくれたならこれに勝ることはありません。

また、この講座を企画するにあたり意識していたことのひとつに格差社会の進行があります。富裕層と貧困層の差が拡大しているという点もさることながら、格差は地域の間でも拡大しています。人口と富とが地方から流出し、東京を中心とする首都圏に集中することにより、地方経済の衰退が加速しています。2018年の一人当たり国民所得を都道府県別に見てみると、東京は5,415千円で、東京を除く46府県の平均は2,951千円となっています。2位の愛知県(3,728千円)とも大きな差があり、最下位の沖縄県(2,391千円)

とは2倍以上の開きがあります。

また、人口動態の方に目を向けてもその傾向は顕著です。2018年の東京圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)の人口は3,658万人で、日本の全人口の約3割に上り、さらに増加し続けています。東京以外の地域では、大阪圏と名古屋圏が横ばいかやや減少、それ以外は減少が続いていて、東京一極集中の傾向がはっきりと見て取れます。海外の大都市圏と比較してみても、東京への人口集中と人口流入のスピードは最高のレベルにあると見られています。

こうした問題・課題に対し、私たちのような小さなまちづくりNPOができることは何か?そんな問いから生まれたのが「まちづくり学校の起業ゼミ」でした。本来、地方には豊かな海山の恵みがあり、顔が見える関係を基盤とした強いソーシャルキャピタルも存在します。そうした強みを生かし、地域に拠点を置く自立したビジネスを育てることにより、経済の従属構造を弱める効果があるはずです。また、顔の見える商売は「自分だけが儲かればいい」という発想にはなりにくく、そこに関わる人々が共に豊かになるような事業展開を志向していきます。さらには、ビジネスの手法を用いて地域の課題を解決するコミュニティビジネスやソーシャルビジネスをその中に含めれば、福祉や貧困対策、教育、環境保護、防災などの面で、社会的リスクへの対応力が高い持続可能なまちづくりにも寄与することができるでしょう。これらを満たすには、まちづくりを志す人々に自立的で継続的な活躍の場を立ち上げるお手伝いをすることが、筆者や組織の経験を活かしてやれる最善の策なのではないかと考えました。こうして「まちづくり学校の起業ゼミ」は2014年の秋にスタートしました。

講座は年に一回、主に冬の間に行われ、2021年までの7期で57人が受講しました。受講生は新潟県内が中心ですが、1割ほどが県外（東北・北陸・首都圏）から参加しています。「起業」を謳っているため無職の方や学生、退職者、主婦の受講もありますが、現職を持ち、そこからの独立や新規ビジネス／プロジェクトの開業を目指している人も多く参加しています。また、本業とは別に、副業としてまちのための非営利事業を立ち上げた、と考える受講者が多いのもこの講座の特徴のひとつです。まちづくりへのアプローチは人によって様々ですので、一人ひとりの想いにしっかりと向き合い、その人に合ったオリジナルな起業プランへと導くことが重要となります。そこから大学のゼミのような少人数制の講座という形をとることとなりました。

まちづくり学校の事業展開上の意義としては、これまで事業の核としてきたコーディネーターの育成に加え、自らの興味関心を最大限に生かして活躍する「プレイヤー」の育成を自主事業の中に位置づけた、という点が挙げられます。そこには、収入の9割程度が外部からの委託事業に頼っていることから、自主事業収入の割合を高めたいという経営的な課題も反映されていました。私たち自身が、自分たちが本当にやりたいこと、やるべきことを、外部資金に頼らず自立した事業として確立したいと考え、そんな私たちなりの起業マインドがこの講座の発端にあったとも言えるでしょう。

3 カリキュラム

初年度のカリキュラムは1回3時間の講座を6回かけて計18時間で行うというもので

した。その後検討を重ね、直近3年間は5時間半の終日の講座を4日間行い、計22時間のカリキュラム構成となっています。大まかなプログラムの内容は以下の通りです。

第1クール

(2月初～中旬の土日 各日 10:00～16:30)

- ・まちづくりにおける起業の基礎知識
- ・ビジネス領域の設定と経営資源の整理
- ・仕事と地域の未来デザイン

第2クール

(3月初～中旬の土日 各日 10:00～16:30)

- ・組織と顧客のデザイン
- ・資金調達とマーケティング
- ・アクションプラン作成とプレゼンテーション

プログラムは講義が全体の2割程度で、それ以外のほとんどの時間はフォーマットを使った演習やプレゼンテーション、ディスカッションなどによる、受講者主体の内容になっています。

初日の講義では、まちづくりの基本的な考え方とトレンド、起業プラン策定の手順、経営における営利モデルと非営利モデルの比較、社会的起業に関する基礎知識などに焦点を当てて解説します。受講者の属性が極めて多様なので、所々に様々な具体例を散りばめてわかりやすくすると共に、まちづくり（公益性）とビジネス（収益性）の両立という視点で起業を捉えた時、重要なポイントはほぼ共通しているという理解をここで作りま

す。講義の次は、早速各自の起業プランを形にしていく作業に入ります。最初に行うのは「想いの棚卸し」というプログラムです。未来デザインの最初の局面に出てくる「理念」とは、起業家にとって「本当にやりたいこと」と「まちへの思い」を掛け合わせたものに他なりま

せん。自分はどんな人生を送りたいのか、何を実現したいのか、その行為を通してどんなまちにしたいのか、等々といった想いを思いつくままに全て書き出し、整理していくことで起業理念とビジネステーマを明らかにしていきます。

次のステップでは、ここで出された起業理念とビジネステーマを中心に、インプット（ヒト・モノ・カネ・情報などの経営資源）を洗い出すと共にアウトプット（成果目標）を設定し、それらをつなぐ商品やサービス、さらにはそれらを展開する上での工夫を書き出します。これらの要素を一枚のフォーマットにまとめると「コンセプトマップ」が完成します。これは言わば起業プランの基本設計と言うべきものであり、第1クールの最も重要な成果品です。

ここで重要なのは、未来デザインの考え方と同様に方法（商品やサービス）ありきで考えない、ということです。ビジネスの中心にあるのはあくまで理念であり、全ての要素をそこから展開していきます。例えばコンセプトマップの「成果目標」には、単に売り上げや販売数、粗利といった経営的な指標だけではなく、地域のどんな課題を解決したいのか、誰に喜んでもらいたいのか、誰に幸せになってもらいたいのか、といった、理念と直結し、自分のビジネスによって影響を受けるまちや人のより具体的な未来像を書き込みます。そこから改めて「方法」としての商品やサービスを考えるのです。

受講者の中には、自分の想いと向き合うことで本当に大切にしていたことに気づき、涙を流す人もいます。実際のところ、様々な想いが可視化されることで二日間で整理しきれない人もいますが、そこは第2クールまでの宿題としてコンセプトマップの精度を上げ



マーケティングゲーム

ることをお願いし、スタッフの方ではクール間の個別相談にも対応してフォローします。

第2クールの初日は、コンセプトマップの内容から経営面の諸課題を可視化し、起業プランの実現可能性を高める作業を行います。まず取り組むのは顧客の明確化です。この講座では、顧客を非営利経営モデルで用いられる「第1の顧客」と「第2の顧客」の二種類で捉えていきます。第1の顧客とは、事業活動によって利益を受ける人（受益者）のことであり、第2の顧客とは理念に共感し事業活動をサポートしてくれる人（協力者・支援者）のことであります。ペルソナやカスタマージャーニーマップの作成を通し、この二種類の顧客の姿を明らかにしていきます。

その後、資金計画や収支計画など一般的な財務の基礎知識を学んだ後、二人ペアになって互いの起業プランをプレゼンし、感想や質問をフィードバックし合う「ゲーム」を行うことでプランのブラッシュアップを図ります。

講座最終日は起業に至るまでの工程表の作成と起業プランです。発表会にはまちづくり学校の役員や過去の卒業生にも参加を呼び掛け、受講者一人ひとりのプレゼンテーションに対してアドバイスや励ましの言葉を送ると共に、必要に応じて人・モノ・カネなどの情報を紹介する場にもなります。大抵はこの日の講座が終わった後に交流会をセットするの

で、ちょっとした同窓会のような様相も呈します。



起業プラン発表会

4 卒業生の活躍

先述の通り、この講座はこれまでに57人の卒業生を送り出してきました。その後の活動は実に様々で、実際に起業を成し遂げた人もいれば、単発のプロジェクトであったり、何らかの組織に所属してまちづくりに関わる人も少なくありません。また、自らがまちづくり人たちの支援者となって、まちづくり計画策定のワークショップや起業セミナーといった事業を立ち上げた人たちもいます。

この度、卒業生のうち連絡先がわかる51人に対してアンケート調査を行ったところ18人から回答がありました（回答率35.3%）、以下に結果の一部を紹介します。

受講後にまちづくりに関する活動をしたかどうかの問いには、14人が「した（している）」、2人が「準備中」、2人が「していない」と回答しました。（図1）実際にビジネスを立ち上げた人は5人で、組織に所属してまちづくりに関わっている人が13人、単発のプロジェクト（イベントや講座、情報発信、商品開発、表現活動など）を行った人が12人、などといった結果になりました。（図2）アンケート未回答者の中にも起業や活動を行っている人たちが確認できているため、実際の

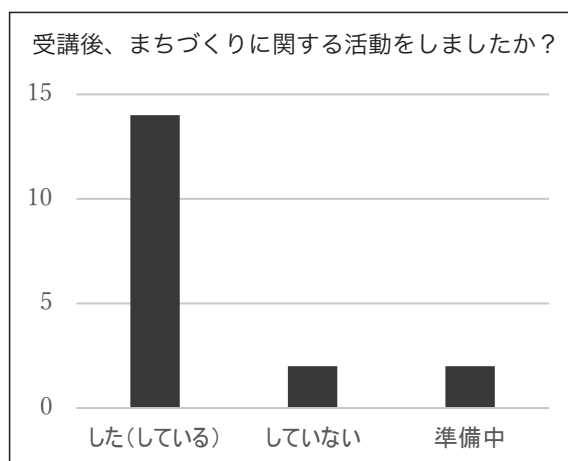


図1

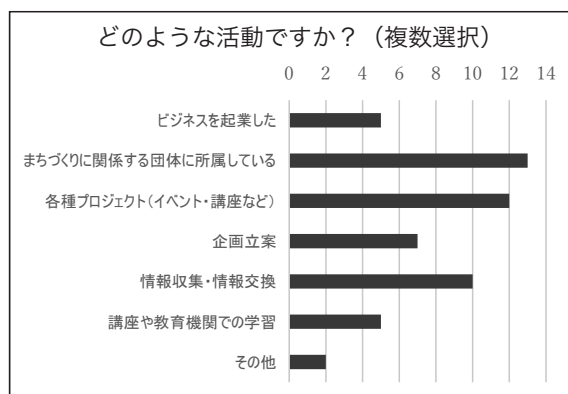
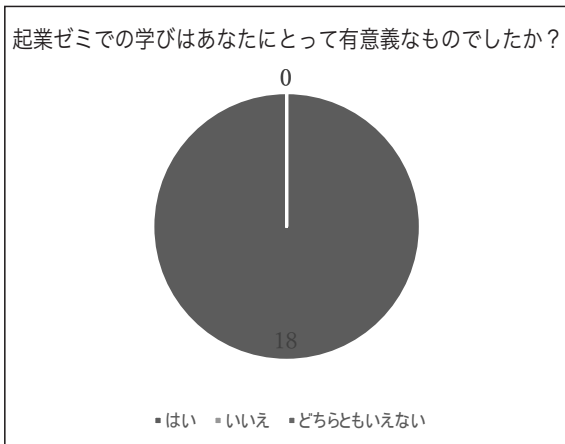


図2

成果はこの数字以上のものがあります。また、活動のテーマとしてNPO法の特定非営利活動の種類に準じた選択肢を設けて聞いたところ、「まちづくり」が12件で最も多く、次いで「社会教育」が9件、「保健・福祉・医療」が8件、「子どもの健全育成」が7件、「観光振興」「農山漁村または中山間地域の振興」「他の団体の活動に対する助言や支援」が何れも6件という結果でした。「まちづくり」が突出しているのは当然として、全体の結果からは卒業生が多様な分野で活躍していることが見て取れます。（図3）

各々が携わっている事業所・団体やプロジェクトの名称を書き出してもらったところ、全部で40件が挙げられました。そこに



のお知らせが流れたりして、情報交換の場として活用されています。また、期によっては独自に SNS グループをつくったり、同窓会を開いたりして同期の絆を温めている人たちもいて、この講座の目的のひとつである「互いに応援し合う関係をつくる」が自発的に行われています。

5 幸せを増幅する働き方

まちづくりに方程式はありません。自分(たち)の理念を掲げ、その地域ならではの資源を活用して、次々と押し寄せるハードルを知恵と情熱とネットワークで乗り越えていくのがまちづくりです。どこかで成功したやり方をコピーしてやろうとしてもうまくいかないのは、そこにオリジナルの理念(=「自分」と「まち」の理想の未来像)がなかったり、地域固有の資源を活かす手立てが描かれていなかったりすることに大きく起因します。このことは、活動の形がビジネスであっても市民活動であっても同じことだと私たちは考えています。

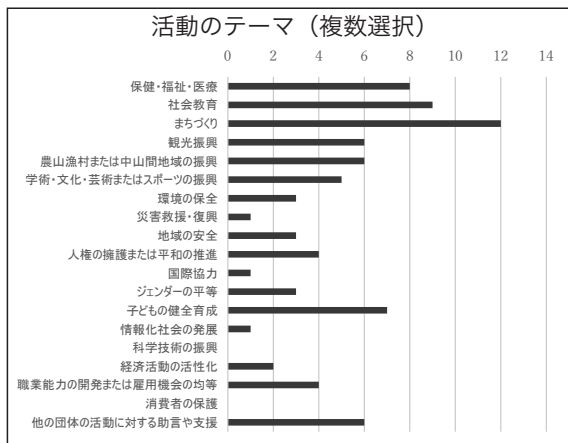


図 3

は自らが立ち上げたビジネスの名称はもちろん、NPO、地域組織(〇〇協議会など)、行政組織(教育委員会など)、フリースクール、まちあるきガイドの会、地域おこし協力隊、各地で行われている祭りやイベント、各種プロジェクトの名称がずらりと並び、ここからも実に様々な形で活躍されていることが明らかになりました。

また、「起業ゼミでの学びはあなたにとって有意義なものでしたか?」という問いには、18人全員が「はい」と回答してくれました。

講座を卒業すると、フェイスブックのアカウントを持っている人には「まちづくり学校の起業ゼミ OB・OG 会」というグループへの招待が届きます。ここには時折卒業生の活動の様子が投稿されたり、まちづくり学校から

一方で、私たちには一人の人間として幸せに生きる権利があります。その権利を実現するための有力な手段は「よい仕事」と出会うことです。しかし現実には、自分が情熱を注げたり、やりがいを感じたりできる仕事と巡り合うことができる人は限られています。多くの人は確実に収入を得ることを優先し、周囲から与えられた選択肢の中で仕事を選んでいるのでしょ。ただそこで、収入を得る選択肢を自分でつくることのできるとしたら、その人の可能性は大きく広がるはず。まちづくり学校の起業ゼミは、地域をより良くしていくことに「情熱」と「やりがい」を感じる人たちに、「理念」を中心としてそこから

携わっている（いた）団体またはプロジェクトの名称

さかた男塾	オレンジガーデニングプロジェクト	新潟下町フロンティア
NPO 法人はぐハグ	西蒲区北国街道まち歩きガイドの会	鵜川だ一すけ
NPO 法人まちづくり学校	角田山麓観光まちづくり研究会	にいがた総おどり
たねとうず	フリースクール居学処「水野谷塾」	新潟ユニバーサルまちあるき "
やまのみのり舎	ふくちゃ部	胎内市地域おこし協力隊
NPO 法人まちづくり学校	MEWDG(村上教育福祉開発グループ)	NPO 法人ヨリシロ
NPO 法人はぐハグ	NPO 法人はぐハグ	発酵教室
壁画プロジェクト	おらだり育援隊(金屋小学校存続事業)	西海地区地域づくり
水と土の芸術祭	連合自治会	糸魚川おまんた祭り
自治協議会	コミュニティ協議会	糸魚川ジオパークカレッジ
教育委員会	自治協議会	起業におけるコミュニケーションスキ
学校運営委員会	文化振興会	ルアップの提言など…
美術館運営委員会	人権擁護	通船川中流交流会
文化振興会	鯉車プロジェクト	新潟県女性財団
食生活改善推進委員会	ソネタク改めマキエキマエ開発	西川まち歩きの会カラコロ
公民館協力員	まちづくり学校	
まちづくり学校	地域インフラ研究会	
ながおかオレンジプロジェクト	新潟エキナン会	

収入を得る方法と手順を学んでいただき、幸せに生きるための選択肢を広げる場であると言えるでしょう。

「はたらく」という言葉は、「傍」にいる人を「楽」にするという意味から成っているという考え方があります。自分が働くことにより周囲にいる人が幸せになり、次々と伝播していく、それこそが仕事や労働の本質であると私たちは感じています。

昨年、まちづくり学校に傍楽方相談室（はたらきかたそうだんしつ）という新しい部署がつくられました。まずはまちづくり学校自体が、活動に関わる人々から幸せを感じてもらえるような組織になることを目指し、NPOの内外にある小さな声に耳を傾けることを目的に立ち上げたものです。ここでは一般的な労働環境やハラスメントに関する相談にも対応しますが、組織運営や事業活動に関する疑問や違和感などの相談も受け付け、まだ開設

間もないながらも多くの利用者があり、スタッフや会員同士の円滑な関係づくりに役立っています。

「はたらく」ということは、人にとってもまちにとっても幸せを増幅してくれる行為であるはずで。地方の一都市からの挑戦はこれからも続きます。

参考文献

大滝聡、金子洋二他 2018『マチダス まちをつくるひとをつくる』NPO 法人まちづくり学校

佐無田光 2020「東京一極集中の構造と地方分権の課題」月刊『住民と自治』2020年9月号, 自治体問題研究所

内閣府経済社会総合研究所 県民経済計算年報

NPO 法人まちづくり学校ホームページ：
<https://machikou.com/>

Urban Innovation Japan の取り組み

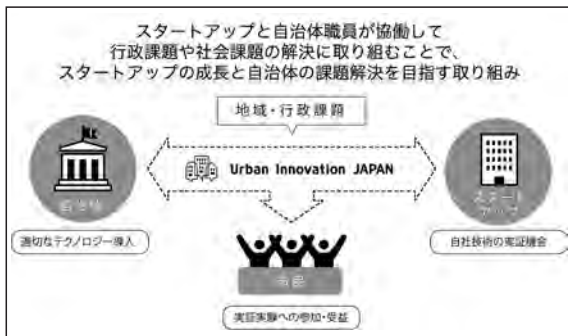
～スタートアップと行政職員との協働による、新たな地域課題解決プロジェクト～

特定非営利活動法人コミュニティリンク

Urban Innovation Japan 事務局 小野地 光弘

1 Urban Innovation Japan とは

Urban Innovation JAPAN（以下、「UIJ」と表記）は、日本全国の自治体の課題と、スタートアップ・民間企業をマッチングするオープンイノベーション・プラットフォームである。具体的には、自治体内の各部署から集めた課題を公開してその解決策を企業から募り、実証実験を通じて行政課題や社会課題の解決を図っていくプロジェクトだ（図表1参照）。



図表1：UIJの概要

2018年に神戸市でUrban Innovation KOBEとしてスタートし、これまでに名古屋市を含む全国15の自治体で取り組まれている。地域や社会の課題に詳しい自治体職員と、柔軟な発想や優れた技術を持つ企業が協働し、最適な解決策・サービスの開発・検証を行う。企業に対してはビジネスチャンス、自治体に対してはテクノロジーを活用した解決策を提供することで、日本全国の地域・社会課題の解決を目指し、市民サービスの向上を図る取り組みである。

2 取り組みの背景

私たちを取り巻く社会においては、人口減少・少子高齢化が進み、環境問題や自然災害への対応、地域コミュニティの希薄化など、自治体が直面する課題は複雑化・多様化している。従来と同じ方法や考え方では解決が難しい局面が増えつつある。

他方、情報技術やインフラの進歩は目覚ましく、AIやブロックチェーン、仮想現実などといった新たなテクノロジーが生み出されている。こうしたテクノロジーを、行政が上手に活用し、地域や社会課題の解決に活かすことができれば、地域社会はもっと良くなるはずだ。

こうした課題解決の場面に、イノベーションを起こし得るスタートアップや先進的な企業の参画が必要なのだが、実際のところ活発に参画が進んでいるとはまだまだ言い難い。参入の障壁としては、次のようなものが挙げられる。

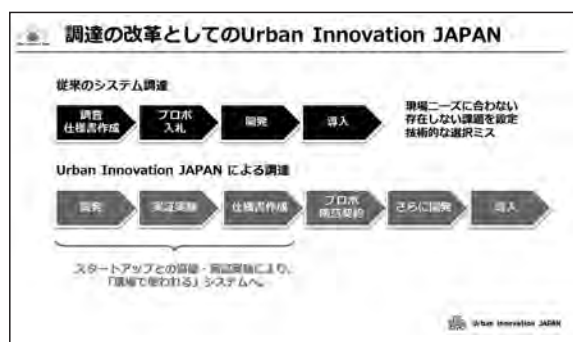


小野地 光弘

おのち みつひろ

特定非営利活動法人コミュニティリンク
Urban Innovation Japan 事務局。

民間企業に5年勤務の後、2000年4月に名古屋市役所入庁。企業誘致やスタートアップ支援等の産業振興に長く従事。2020年度にはUIJに名古屋市役所職員の主担当として携わる。2021年3月に名古屋市を退職、同年4月からUrban Innovation Japanに参画、行政とスタートアップの橋渡し役としてその経験値を活かす。



図表2：調達改革としてのUIJ概要図

【新たな企業が参入しづらい理由】

- ・自治体業務の実績がある事業者が高く評価される傾向にある
- ・既存システムが足かせとなり、新たなシステム等の発注も従来の事業者が発注せざるをえない（いわゆるベンダーロックイン）
- ・新しく参入したい企業に情報が届かず、いつも同じ企業しか入札しない、また自治体職員もどういった企業に頼んでいいかわからない

加えて、現状の行政のシステム調達方法は、柔軟性に欠け、非常に硬直的だ。

これまで自治体が行ってきた企画提案型の公募の方法では、一定の調査を行ったうえで自治体職員が仕様書を作成し、企業を公募するのが一般的だ。このとき、ICTやシステム開発に関する専門知識をもたない職員が行う調査や仕様書作成には限界がある。結果として、現場ニーズに合わない、存在しない課題設定をしてしまったり、技術的な選択ミスを生んでしまったりすることも多い。

調査の過程で企業の話聞いてみようと思っても、どういった企業にヒアリングを行っていいかわからない、繋がりが無い。仕方なくすでに取引のある企業にヒアリングすると、結果的に新たな企業との繋がりがますます生まれにくくなる。

さらに、一度仕様書を固めて、プロポーザルや入札を行えば、あとは開発、導入まで一直線というのが通例だ。途中で変更したいと思ってもそれがかなうことはない。こうしたことが各自治体の現場で実際に起こっている。

私たちは、UIJの取り組みにより、こうした問題を解決できると考えている。従来の調達とUIJによる調達の違いを図表2で表している。

一番の大きな違いは、システムやサービスの導入前に実証実験を行うことで、その効果を検証できる点だ。そのシステムやサービスがどの程度効果的か、あるいはどのような開発を行えば効果が出せるかを検証できるのは大きい。また思うような効果が得られなければ導入しないという選択もできるし、仕様書の作成に検証結果を反映できる。結果として現場で実際に使われるシステムやサービスの導入につながる。

さらに、UIJの取り組みでは、実証実験を行うにあたり、自治体の課題を公開して広くその解決策を募集する。従って、これまであまり自治体と接点をもてなかった企業も提案や受注の機会が得られる。一方、自治体においても様々な企業の技術やアイデアに触れることができる。まさに「調達改革」であり、これがUIJの大きな特徴の一つと言える。

3 UIJプロジェクトの進め方

では、UIJが実際どのようなプロセスで進められているのか紹介したい。実施する自治体によって若干の違いはあるものの、一般的には次のような手順でプロジェクトを進めていく。

①自治体内から課題を募集

- ・庁内の各部署から業務を進めていく上で困っていること、課題と感じていることなどを募集する。

②課題の選定・ブラッシュアップ

- ・集まった課題について、市民や職員の困り度や課題の発展性、各自治体の施策の優先順位などの観点から、一定数の課題を選定する。
- ・選定した課題は、企業が応募しやすいように課題をより明確に、募集記事の表現が分かりやすくなるようにブラッシュアップを行う。

③課題の公開・企業募集

- ・ブラッシュアップした課題を、UIJのウェブサイト等で公開し、解決策を提案するスタートアップ・民間企業を広く募集する。

④企業選定・マッチング

- ・書類選考、一次面談を経て、応募企業を一定数に絞り込む。その後、課題を提案した担当課の職員との面談を行い、最終的に協働するスタートアップ企業を選定する。

⑤協働による実証実験

- ・選定した企業と担当課職員との協働により、課題解決に向けた実証実験を行う。期間は約4～6か月間。この間、自治体と企業は協定等を締結し、対等な関係で協働して課題解決に取り組む。

⑥まとめ・報告・次年度へ向けた取り組み

- ・自治体は単年度で事業を実施・終了することが多いことから、UIJも年度内で完結するケースが多い。実施した実証実験についてそれぞれ振り返りを行い、とりまとめ・報告を行う。自治体によっては、庁内外に向けて成果報告会を行うこともある。
- ・並行して、実証実験の結果、課題解決につ

ながる製品やサービスであると判断された場合は、次年度に本格導入するべく、予算化に向けた手続きを進める。実証実験を行っていることで、効果検証が済んでいることもあり、予算確保につながりやすい傾向がある。

さらに、企業と担当課職員の協働による実証実験について、もう少し詳しく説明する。図表3は名古屋市の企業向け説明会で使用した資料である。自治体によって、またどのような製品やサービスを実証するかによっても進め方は違ってくるが、おおよそ以下のような流れになる。



図表3：企業と担当課職員の協働による実証実験の進め方

まずは**方向性の決定**。企業と担当課職員とでコミュニケーションをとりながら、協働期間中に何を実証するのか、その成否はどういう指標で測るのか、どういうスケジュールでどのようなことを実施するのか(あるいは「しないこと・できないこと」は何か)などを明確にする。

続いて**開発**。図表ではα版、β版とあるが、話し合ってから決めた方向性に従ってまずは企業側がプロトタイプを用意し、それに対して担当課職員が意見や使用感をフィードバック、改修を重ねていく。このようにアジャイル的な開発ができるのもこの事業の利点のひとつ

である。

そして**実証実験**。市民の方など実際のユーザに触れてもらい、実用性の確認・検証を行う。また図表にあるように、マスコミに対してニュースリリースを流すなど、広報も積極的に実施する。市民に対して自治体の姿勢をアピールすることに加え、企業にとっても自社の技術やサービス等のPRにつながる。

最後に**まとめ**として、実証期間中、何ができて何ができなかったのか、その結果をふまえ、自治体、企業それぞれがこの事業を次年度以降どのように取り組んでいくか、ふりかえりを行い報告書等にまとめていく。以上が、おおまかなUIJの流れである。

4 UIJで取り組まれている課題の概要

では、各自治体において、UIJのスキームを活用してどのような課題に取り組まれているのか。UIJでは、各自治体がこれまでに解決策を募集した課題について、独自にタグ付けをして分類し、ウェブサイト公表している。次頁の図表4は、その分類ごとの課題数と主な課題の概要（タイトル）等を集計したものだ。ご覧のとおり、非常に幅広い課題が提示されていることがお分かりいただけるだろう（ただし、一つの課題に複数のタグが付されているケースがあること、募集した課題すべてについて実証実験を行っているわけではないことに留意）。

複数の自治体で同じような課題が挙がるケースももちろんあるし、その自治体特有の課題が提示されているケースも多い。企業募集のユニークな事例として、岐阜県大垣市では、防災施策に特化して課題を提示し、その解決策の募集を行った。また山口県では、県

下の自治体の課題と、山口県庁の課題の2種類を提示して解決策を募集している。そのほか、どのような課題の解決策が募集されているかについては、ぜひUIJのウェブサイトをご覧ください。

（URL：<https://urban-innovation-japan.com/>
又は、検索サイトで「urban innovation japan」と検索）

5 筆者とUIJとの関わり

ここで、筆者とUIJの関わりについて少し触れさせていただく。筆者は、令和3年3月まで名古屋市役所に勤務していた。自治体職員として最後の年であった令和2年度、スタートアップ支援室という部署に配属され、そこでHatch Technology NAGOYAという社会実証支援事業を担当し、UIJと連携することになる。

自治体職員としてUIJを経験し、この取り組みに非常に魅力を感じた。また業務を進める上で、特に次の3点についてはUIJのサポートが大変心強いと感じたことを覚えている。

① 提示課題に対する応募企業の多さ・多彩さ

私が担当した令和2年度は、名古屋市として10個の課題を提示し、解決策を募集した。結果として70以上の企業から応募をいただいた。名古屋市では、企業の所在地や規模等を制限せず幅広く募集したこともあり、バラエティに富んだ企業から様々な技術やアイデアを駆使した提案があった。実はこのことは名古屋市に限ったことではなく、他の自治体がUIJのスキームで企業募集をする場合でも、同じように多くの企業からの応募が集まっている。

分類用タグ	課題数	主な課題タイトル(都市・実施年)
交通	13	・with/afterコロナを見据えた、公共交通の利用促進プロジェクト(神戸市・2021) ・画像認識AIを使ったバスのODデータを取得し、利用者ニーズにあわせた路線設定を実現したい！(名古屋市・2021)など
人事・人事委員会	4	・保育士の勤怠管理、給与支払をデジタル化し、事務作業を大幅に減らしたい！(川西市・2020)など
企画	4	・豊橋が『選ばれるまち』になるように。移住、定住、関係人口を増やすためのパートナーを見つけたい！(豊橋市・2021)など
住宅・都市	13	・「最先端モビリティ都市」の実現に向けて、先進技術を活用して人の動きを調査したい！(名古屋市・2021) ・官民連携で空き家のデータベースを構築・活用し、今までにない空き家の流通基盤をつくりたい！(川西市・2020)など
保険・福祉・介護	10	・聴力の弱い方もスムーズな意思疎通ができる相談支援ツールの開発(山口県・2021) ・介護認定はいつわかるの？～要介護認定進捗状況照会(検索)用ツールの開発～(姫路市・2020)など
健康・医療	4	・ICT×高齢者！？誰もが健康になれるまちを目指すために(神戸市・2019)など
国際	1	・多文化共生のまち豊橋で、外国人市民へのタイムリーな情報提供を実現したい！(豊橋市・2020)
子ども	11	・運動の日常化で体力UPを目指す！～「GIGAスクール構想×SPORTS」(神戸市・2021) ・コロナ禍でも豊岡の子どもたちにオンラインでものづくりの楽しさを伝えたい！(豊岡市・2020)など
市民参画	3	・NPO法人の諸手続きを電子化し、多くの人に活動を知ってもらえる機会を創出したい！(神戸市・2020) ・女性の社会参画に向けたリカレント教育のニーズ検証(神戸市・2018)など
広報・広聴	4	・SNSを分析し、もっと多くの声を名古屋市の市政に取り込みたい！～名東区の魅力発見から始めてみよう！～(名古屋市・2021) ・脱・市役所WEBサイト！市のWEB・FAQサイトを見直し、リニューアルに向けて優れたUX/UIを実証検討したい！(神戸市・2020)など
建設・土木	11	・全長1,200kmの市道メンテナンスを官民まるごとDXしたい！(山口県・2021) ・目視チェックはもう限界…！建築工事の積算チェック作業の効率化ツール実証開発！(神戸市・2021)など
教育委員会	7	・小中一貫校開校に向け、非認知能力を育む教育カリキュラムをつくりたい！(豊中市・2021) ・小学校教員向けプログラミング教育指導者研修プランの開発(神戸市・2018)など
文化スポーツ	6	・神戸のパン文化を新しい方法で、全国に届けたい！(神戸市・2021) ・withコロナ時代、山歩きアプリで六甲全山縦走大会を安心安全に開催したい！(神戸市・2020)など
水道	2	・水道法改正や脱プラで話題！「水道水」をみんなが飲む時代を創りたい！(神戸市・2019)など
消防	6	・時代遅れの在庫管理を改善！消防資器材の在庫管理をデジタル化し、業務効率化を実現したい！(春日井市・2020) ・ICT×消防学校！テクノロジーで『市民を守る強い消防士』を養成したい(神戸市・2020)など
環境	11	・ナッジやゲーミフィケーションで、子どもたちの環境学習を行動変容につなげたい！(山口県・2021) ・「もったいない」の心で創る循環型社会の実現(豊中市・2021)など
産業振興	15	・起業支援オンラインイベントでの参加者同士のマッチングを活性化したい！(仙台市・2020) ・Withコロナ時代の飲食店モデルの実証開発！混雑回避を実現した飲食店の持続的な経営を支援したい！(藤枝市・2020)など
窓口	8	・行政窓口をスムーズに案内できるツール(区役所UX/UI改善実験)(神戸市・2018) ・日本語のわからない市民でも理解しやすい、スムーズな児童手当の申請手続きを構築したい！(名古屋市・2020)など
行財政	5	今までにない！業務フローを楽しく描けるツールがほしい！(神戸市・2019)など
防災	16	・避難に支援が必要な市民への迅速な情報発信と安否確認(豊中市・2021) ・震災の経験を次代へつなぐ スマホで検索！被災者支援制度の案内ツールの開発(熊本市・2020)など
選挙	1	・期日前投票所の混雑を解消し、快適な投票環境を作りたい！(豊橋市・2021)
農業	3	・衛星・ドローンを活用し、農地の作付状況をスマートに把握したい！(山口県・2021)など
まちづくり	15	・「テクノロジー×新長田」まちのにぎわいづくりを新しい切り口で見える化したい！(神戸市・2020) ・誰一人置いていかない！地域コミセンのデジタル化で、地域活動を活性化したい！(熊本市・2020)など
防犯	1	・AI・音声解析など、新しい技術で特殊詐欺被害に立ち向かいたい！(名古屋市・2021)

図表4：UIJで取り組まれている課題の概要

※ UIJ ウェブサイト (<https://urban-innovation-japan.com/>) より集計 (令和4年1月末現在)

自治体の力だけでこれほど多くの企業に情報を届け、かつ応募してもらうことは難しいと考える。これにはUIJのもつ企業ネットワークやマーケティング力が大きく作用している。

そして企業の方々からも、自治体職員と協働して、地域や社会の課題解決に向けた実証実験を行うというこのUIJの取り組みが評価

され、期待を寄せられているからこそ、たくさんの応募につながっているのだと考えている。

②企業選定における目利き力

たくさんの企業から応募があったことはありがたいが、名古屋市として令和2年度は6件の実証プロジェクトを選定すると決まっていた。従って、70以上の企業の中か

ら6つの提案に絞り込む作業が必要になる。ここで重要なのが企業を選定する際の目利き力だ。

70以上の企業となると玉石混交に近い状況と言えなくもなかったが、各企業が有する技術の評価はもちろん、取り組み姿勢や課題の理解度、提案内容がそれぞれの課題の解決方法として適切か等の観点から、協働パートナーとしてふさわしい企業を選定について、UIJから目利き力を発揮しての提案やサポートがあったのはとても心強かったと感じた。

③実証プロジェクトの伴走支援

企業と担当課をただ引き合わせるだけでは、実証プロジェクトが成功する確率は高くない。仕事の進め方や意思決定の方法、両者においては、組織の文化が全く違うことから、プロジェクトが進んでいくうちに、コミュニケーション不全を起こすことがあるからだ。

そこで両方の立場を良く知る者が間に入り、同じゴールを描かせつつ、時にペースメーカーとして、時に脱線しそうなプロジェクトの軌道修正役として、伴走支援を行うことが重要となってくる。UIJでは実証プロジェクトそれぞれにマネージャーを配置して、スムーズにプロジェクトが進むようサポートしている。

筆者はこの経験がきっかけで、現在はUIJの事務局の一員として活動している。自分が魅力に感じたこれらの価値を、UIJに取り組む各自治体の職員や企業の方々に同じように提供できるよう、日々奮闘中である。

6 起業×まちづくりの観点から

ここ最近、新たな技術やビジネスの手法を用いて、様々な社会課題の解決を図る起業家

の存在が注目されつつある。市民活動の分野においてICT等の新たな技術を活用して地域課題の解決を図る「CivicTech（シビックテック）」や、行政の分野にICT等の技術を活用してその課題解決を図る「GovTech（ガブテック）」といった動きも活発化している。こうした活動の促進は今後のまちづくりにおいてますます重要な要素になるだろう。

しかしながら、先にも述べたように、自分たちの技術やビジネスを通じて地域や社会のために役立ちたいと思っても、どのように実現したらいいかわからない企業の方々も多いように見受けられる。名古屋市役所時代、あるいは市役所を退職してからも、企業の方から相談をお受けすることが多い。企業の方とお話しして思うこととして、次の2点が挙げられる。

①行政や地域社会の課題をよく理解する

企業の方のお話を聞いていると、プロダクトアウト的な発想が多い印象を受ける。自社のこの製品が何かに使えないか、この技術が課題解決に何か役立つのでは、という相談をよくお受けする。このような視点では、自治体や地域の課題感とマッチするのは難しい。

まずは、行政や地域が何に困っているのかに着目し、その解決に自社の製品やサービスをどう活用できるのか、という観点が必要だろう。そういう意味でUIJは、自治体から課題を提示するので、地域課題の解決に参加したい企業にとって取り組みやすいプロジェクトだと思う。

②価値観の違いをよく理解する

基本的に営利追及を目的とする企業と、市民サービス提供を目的とする自治体、地域や社会の課題解決をミッションとするNPO・地域団体とでは、物事を進めるスピード感や価

価値観が大きく違うことに理解が必要だ。地域の課題解決の現場では、効率よりも、困難を抱える人々に寄り添い、一緒に悩み考えながら行動することを時に優先する。この点 UIJ の取り組みにおいては、行政と企業の両者の立場を理解するプロジェクトマネージャーが伴走支援することから、企業の方にとっても安心してプロジェクトを進められるだろう。

7 具体的事例の紹介

～犯罪予測 AI を用いた市民防犯活動の活性化～

ここで具体的な事例として、昨年度名古屋市が取り組んだ「犯罪予測による防犯ボランティア活動の最適化～日本一安心・安全なまちナゴヤを目指して～」の事例を紹介したい。

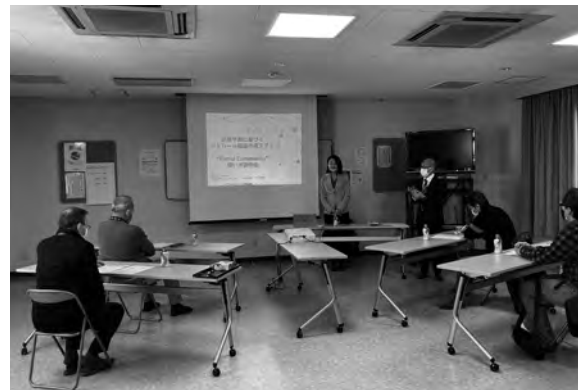
このプロジェクトは、市内の防犯ボランティア計 5 団体の協力のもと、犯罪予測 AI により最適な防犯パトロール経路を策定できるモバイルアプリ「パトロールコミュニティ」を用いて、実際に徒歩及び青パトによる防犯パトロールを実施してもらい、①地域の防犯ボランティア活動の活性化・効率化・安全性向上に繋がるか、②地域全体のパトロール活動をデータ化して将来のパトロール効果の評価に繋げられるか、について検証を行ったものだ（次頁図表 5 参照）。

この「パトロールコミュニティ」は東京都千代田区を拠点に活躍するスタートアップ企業、株式会社 Singular Perturbations(シンギュラー・パータベーションズ)が開発したもので、パトロールする距離と必ず回りたい地点をいくつか選択すると、過去の犯罪情報等をもとに自動的に最適なパトロール経路を作成する。

従来のパトロール経路は、これまでの経験

や申し送りを頼りに、過去犯罪が発生した地点や気になる地域などを通る経路をボランティアの方々が自ら作成していたが、このアプリを活用することで、より防犯効果の高い経路を自動的に作成してパトロールを行うことができる。

実際に防犯ボランティアの方々にアプリを使っていただくにあたり、まず地域団体ごとに説明会を開催した。アプリのインストールや経路作成方法を説明し、経路を各自で作成してみた。



パトロール当日は、リーダーの方が代表してアプリで作成した経路を確認しながら先導した。使用した感想としては、「思ったよりも簡単に使えた」「普段は通らないような経路をアプリが提案してくれた」「自動で経路作成をしてくれて便利」など前向きな感想が聞かれた。





図表5：実証プロジェクトの概要

一方で、改善点についてのコメントも数多く出され、企業側にとって、その後のアプリ開発を進めるうえでの貴重な意見となった。

防犯ボランティアのような自主防犯組織が、このような犯罪予測AIを活用してパトロールを行うのは世界でも類を見ない取り組みで、筑波大学と共同した調査研究も並行して行われた。

実証実験の成果として、このアプリの活用がすぐさま犯罪抑止といったパトロール効果に現れることは難しいものの、参加したボランティアの方々へのアンケートで、パトロールがやりがいのある仕事だと感じた人の割合が10%向上したとの成果報告があり、ボランティア活動の活性化につながる事が検証できた。企業のもつ先進技術をまちづくりの現場に活かすことができた好事例であると考えられる。

なお、名古屋市ではこの結果をふまえて、

令和3年度において「AIを活用した防犯対策推進事業」として正式に予算化し、この活動を他の地域に拡大して実施している。また株式会社 Singular Perturbations は、令和3年11月に総額1億円の資金調達に成功したことを発表している。

8 今後の展望

2018年にスタートしたUIJも今年で4年目を迎え、少しずつではあるが、取り組んでいただける自治体も増えつつあり、また関心を寄せていただく自治体からの問い合わせも増えている。まずは、より多くの自治体にUIJの取り組みを実施していただけるよう努めていきたい。

起業×まちづくりの観点でいえば、UIJで実証を行った企業のソリューションを、他自治体への横展開をサポートすることで、日本全国の地域課題の解決を後押ししていきたい。加えて採択はされなかったもののユニークで優れた技術や製品・サービスを有する企業にも、数多く出会うことができている。こうした企業が別途行政や地域とつながり、課題解決に貢献できるようなサポートもしていきたいと考えている。

私たちは、「自治体を、社会の一人ひとりの違和感が期待に変わっていく場所に」することを目指し、「挑戦する自治体職員・企業に伴走し、違和感が期待に変化していくことを促す新しい手法や技術の活用効果を最大化させる」ことをミッションに、今後もUIJの取り組みを展開していきたいと考えている。

循環型の地域共生圏ネットワークに向けた「まちづくりラボ」と「地域電力」による「起業」と「今」

木曾三川電力みのかも株式会社 代表取締役
合同会社カモケンラボ 代表社員 加藤 慎康

岐阜県美濃加茂市は、人口5万7,000人のまちで、江戸時代は中山道51番目の宿場町として栄えた「美濃太田宿」、堂上蜂屋柿などの逸品などで歴史を重ねてきました。昭和に入り、山之上地域の果樹園地帯、日本ライン下りなどの観光産業も盛んであったほか、JR高山線、JR太多線、長良川鉄道が通る交通の要衝として栄えた。ダムができる前は、水上交通・水上運送が盛んで、木曾檜・東濃檜や杉材を木曾川・飛騨川両方から来た材木を筏にして運ぶなど、流通においても活発な場所であった。

日本昭和村のオープンの後、日本ライン下りの休止などもあり、観光産業は衰退した。

一方で、木曾川・飛騨川の大河川が合流する木曾川の緩やかな流れ、長良川水系の自然豊かな河川、河岸段丘や東西南北の多様な種の生き物や植物が集う多様性、濃尾平野の端として、針葉樹林が密集する直前の広葉樹や雑木の多い多様な里山資源など、豊かなまちである。

筆者は、2014年より、この地域が「みのかも定住自立圏」という、合併協議の不成立に伴い総務省の施策として美濃加茂市を中心市とする8市町村が連携する協議会に「首長へご意見を伝える」諮問委員として招聘いただいて以来、ご縁ができ、2016年から美濃加茂市の特定期限付採用の公務員として「まちづくりコーディネーター」の任をいただき、美濃加茂市に移住をしたことから、5年の契約満了前の三年目を終える時に、「起業」を

決意し、2つの会社を創業した。

この起業に至る契機とともに、その連携、そして「現在」の状況を伝えたく、執筆させていただきました。先となりますが、このような機会に感謝し、お伝えしようと思います。

1 はじめに

美濃加茂市の「まちづくりコーディネーター」として、「まちづくり協議会の立ち上げ・運営のサポート」「果樹園地帯の再生」「過疎地域の空き家対策」などのほか、「名古屋圏との連携」「市長からの特務事項」など、多岐にわたる仕事を市役所内の「まちづくり課」に所属しながらも縦横無尽に動かさせていただける形で業務にあたらせていただくことができました。



加藤 慎康
かとう しんやす

合同会社カモケンラボ 代表社員、木曾三川電力みのかも株式会社 代表取締役
一般社団法人 中濃地域内循環イニシアチブ 理事

名古屋出身。成城大経済学部卒。リンナイ株式会社入社。

2009年、(NPO法人)「大ナゴヤ大学」初代学長 就任。2013年「名古屋テレビ塔株式会社」にてテレビ等開業60周年プロジェクトと久屋大通再生社会実験 事務局を担う。

2016年「美濃加茂市 まちづくりコーディネーター」就任を機に岐阜県美濃加茂市に移住。2019年、地域商社機能とまちづくりラボを担う「合同会社カモケンラボ」、コミュニティ支援に向けた地域電力「木曾三川電力みのかも株式会社」を設立。

3,000坪の土地を購入し、里山での資源を活用した新たな場づくりやヤギのミミ・モモとの暮らしを楽しんでいる。

以前のキャリアが、民間企業、NPO 法人の代表、第3セクター的企業（名古屋テレビ塔株式会社での「まちづくり事業」、農業見習いという形で経験をしてきましたので、行政職として、公務員の立場からの視点を持ちながら、民間・NPO・農家など「市民」の目線でも見渡すことができることは、その後の展開でも大いに役立ちました。

また、2010年のCOP10会議の時には環境省の関連事務所での経験、「みのかも定住自立圏」の委員として、できる限り地域内を訪れる場を作り続けてきたことから、「美濃加茂市の役割・価値」というものを意識することができていましたので、それが活動にも反映させることができました。

（3年間の経験については、その多くをFacebookに記載しており、場所や参加者、活動内容などタグ付けして記録しておりました。本論文の段階ではまだ公に公開をされておりませんが、ある研究機関が私の3,000件近い3年間のFacebookデータを文字や関係性で分析を行なっていただき、取り組んだ分野（頻出の件数）、プロジェクト単位の状況などで、「まちづくり研究」として研究・上梓いただく予定です。詳しくはそちらが公開されましたらご紹介させていただきます。）

3年経った時、自分の中に虚しさといいますが、「このまま継続しても、地域に根づくことができなことが多いのではないか」という気持ちになりました。

「所詮サポート」「コーディネート」という役割といったらいけません、自分自身としては、役割以上のことを行なってきたつもりです。それこそ、多岐に渡る取り組み・活動のきざしなどに目を配り、最善のことを案内させていただいたり、企画に関わって進め

たりしていました。一方で、「適正な担い手の不在」ということが理由で、数多くの市町村が参加して取り組む活動が、企画倒れになってしまうことを目の前で見てきました。「シンヤスさんが受け皿となってくれたら」という声をいくつか聴きましたが、公務員という立場上、手を出し続けることができず泣く泣く見送りとした案件がいくつかありました。

また、「まちづくり協議会」の新規の立ち上げ以外に、協議会やボランティア団体を立ち上げて数年経った段階の次のフェーズに行こうとする段階での「後継者問題」「認知度不足」「担い手不足」などで活動が収束していく団体をいくつか見ることとなり、行政からの補助や支援がなくなってしまう迄の間に「自立」「持続可能」にすることができない現状をなんとかしていきたいと考えました。

さらには、「市庁舎移転」のような話もあり、公民連携の観点で活躍する「プレーヤー」が不在の中で、まちの大事な移転が本当にできるのか？という思いもあり、自分自身が「公民連携プロフェッショナルスクール」へ自費で通い、不安視している部分の視点が間違っていないこともわかってきました。

「みのかも定住自立圏」の取り組みでは、市民団体などの新規の立ち上げや取り組みを伴走支援する制度が終了した段階であり、こ



カモケンラボと電力の連携のまちづくり

の地域にお金や資源を回していく「成長エンジン」の仕組みが必要である、という認識も高まっていました。

「誰かがリスクをとって行わなければ」

所属組織の上長と4年目の更新について協議する際に、「会社を立ち上げます」ということで、退職の決意と、「起業家」・「(公務員ではなく、委託業務の)まちづくりコーディネーター」として取り組ませていただきたい旨を伝えました。

2 「まちづくり」で起業する

1-1 場所との出会い

コーディネーターとしての3年目の後半、2018年12月、「空き家バンク」の窓口であった私たちの部署に、ある方が訪れてくださいました。

「3,000坪の土地と古民家を空き家バンクに登録したい」

内容と場所を聴いてイメージしたものがありませんでしたので、業務外の時間に訪問させていただきました。そこで見た景色がたいへん素晴らしく、しばらく風の雰囲気を楽しみました。

「農家レストランができると良いですね」と思い伝えましたが、さすがにそのイメージを共有する人は居ませんでした。なぜなら、私がイメージした景色とは、奈良県でお会いした三浦雅之・陽子ご夫妻が営む「清澄の里粟」というお店のオリジナルイメージがありまして、美濃加茂市の農政講演会にお招きしたことがありましたが、そのイメージや五感で感じたことを周りに共有することができていませんでした。

空き家バンクに持ち込んだオーナーさんからは、「お兄様が亡くなられて、立場上引き

継いだが年齢もあって管理することができない」ということで、何人かは過去に引き合いもあったがその都度『土地が大きすぎる』ということ諦められる結果だったそうでした。

2ヶ月半ほど悩みましたが、自分なりになんとかできるのではないかと、思い至り、「私が買います」ということを伝えたところ、既に「外国人が購入したい」と申し込みを受けた、ということをおオーナーがおっしゃられていました。

詳しくお聞きすると、「資材置き場」「ソーラー施設」などにしたいという意向だと聴き、せっかくの景色・自然が壊れてしまうということから、俄然意欲が沸き、オーナーを説得して取得させていただくこととなりました。

これが、「(仮称)シンヤス村(ビレッジ)」と言われるようになった土地・スペースです。

ここを拠点に、里山の取り組みや、地域づくりをしながら進めようと決意しました。

幸いなことに、「住み開き」させていただいたゴールデンウィーク3日間は、150人を超える人たちが来てくださり、順調なスタートを迎えられるぞと確信しました。



1-2 地域電力との出会い

まちづくりコーディネーター以外の活動として、岐阜県美濃加茂市周辺の「加茂圏域」(旧

加茂郡。岐阜県の中濃地区で、下呂市の飛騨金山あたりまで)の地域の風土や風習を学び、これからの未来を考える「カモケン(「カモ研」「カモ圏)勉強会」を何度か開催しました。

周辺市町村の「地域おこし協力隊」スタッフや自治体職員も手弁当で参加するこの会では、「地方創生(十六総研 田代達生氏)」、「耕作放棄茶園の再生(奈良県の事例:健一自然農園)」、「地域電力(郡上エネルギー株式会社)」、「里山の活用(田園社会イニシアティブ株式会社)」など、ゲストを自分たちの参加費で招待し、テーマの意見交換をし、最後はこの地域の食文化を楽しむ勉強会&交流会として運営をさせていただき、名古屋へもイベント的な形で「カモケンご飯」などを振る舞いながら、この地域の魅力を伝える会などを開催してきました。

「地域の成長エンジン」には、「その地域から流出するお金」に着目し、「漏れバケツ理論」に喩えられる大きな資金移動を止めていき、それを地域還元していく基金などの存在が必要となります。

名古屋・栄地区の再生で久屋大通公園のまちづくりを担当させていただいた時に、「札幌大通まちづくり会社」などを参考に、プロパティマネジメントで得た収益を、地域に還元する仕組みをつくろうとした際に、この視点を知りました。

岐阜県には、「郡上エネルギー株式会社(岐阜県郡上市)」、「みの市民エネルギー株式会社(美濃市)」と、2つの地域電力会社が民間出資で立ち上がり、「地域内循環」を目指す取り組みが始まっていました。

この「成長エンジン」の取り組みを、すぐ近くのまちで取り組んでいる起業家達が居る!ということを知り、勉強会に招きました。

お話を伺い、美濃加茂市とその周辺町村で

構成される「みのかも定住自立圏」にこそ、この地域電力の可能性はあるのではないかと思ひ、早速市役所内に持ち込み、今度は庁内の幹部の方々に講師をお招きして議論を重ねました。ちょうど議員さんの中にも、議会で「地域電力」について言及された質問などもあり、フォローの風が吹いたと思っていました。

結論は「総論賛成」、ただし、その電力の目的として、地域還元を行なっていくには、「基金」をつくること、地域づくりや庁舎の電力切り替えなどに取り組む必要があり、それには時間がかかってしまう。民間で行なってもらった方が、やりたいことが進むのではないか。

多様な意見を集約していくと、「誰かがやらねばならない」という結論になりました。

では、誰がやるのか?それが自分の役割ではないか、という思いとなり、2社の電力事業をサポートしていた「ワタミエナジー株式会社(旧:当時はワタミファーム&エナジー株式会社)に立ち上げのサポートをお願いさせていただきました。これが大きな出会いとなり、ワタミグループとの出会いや、この事業の中心的人物である小池代表(現在は会長職)が、元々NPOやNGOの支援のために考えてつくった事業であったことを知り、躍動することとなりました。木曾川・長良川・揖斐川の流域に広げていきたいという思いから、屋号を「木曾三川電力」、そこに最初のスタート地として「みのかも」の言葉を入れた社名としました。「みのかも」の名前にしたのは、定住自立圏事業のように広い「圏域」を示す意味で「木曾三川電力みのかも株式会社」と名付けました。

1-3 公民連携とまちづくりを行う「まちづくりラボ」

電力会社が「お金の流れ」を変え、それらを本来「まちづくり支援員」もしくは「民間版の民生委員」として地域をサポートするスタッフの運営に充てながら、スタッフが契約先のご家族・地域の背景・課題をヒアリングして、それらを共有し、地域課題として「まちづくりコーディネーター」の私が自治体にフィードバック・助言をしていく仕組みを目指したのに対して、「公民連携」「行政と起業・市民の橋渡し役」として具体的に動く存在をつくろうと思いました。地域電力が「株式会社」であったのに対し、どんな対応も素早くできる「合同会社」を会社形態とし、「合同会社カモケンラボ」という名称を付けました。

当時、起業準備期間として多数の書籍を読んでいた中に「仕事は楽しいかね？」シリーズ（デイル・ドーデン著。きこ書房）が私の中で一番ヒットしました。それは、「実験」こそが失敗を恐れずチャレンジし合い成果を出すことができる、というものでした。

地域のためになることをなんでもチャレンジしながら、リスクを実験として取り組む「まちづくりラボ（実験室）」の意味で、加茂圏域の勉強会「カモケン」の延長として名付けました。

この意味の中には、もう1つ、「地域おこし協力隊」で関わった仲間たちの中には、隊員期間を終えチャレンジの継続ができなくなり、赴任した地域への定着ができなくなったことを課題認識として持っており、できるだけ「協力隊」スタッフの定着として本来やりたいことを実現できるまでの準備期間として、仕事をお繋ぎすることを目標としたほか、圏域の自治体職員が「民間企業体験」できるような機会を提供したいという思いがありま



カモケンラボと電力のそれぞれ

した。

この「協力隊」支援、自治体職員の民間企業体験は今のところ実現していませんが、「まちに一番近い存在」だからこその可能性は今もあると思っています。

当時の私の記録や、いくつかのシンポジウムに招いていただいた時に「THINK タンク × DO タンク」という言葉があります。都市部では、「シンクタンク」の調査・助言に基づいて実際に社会実験などに取り組み、まちづくりや都市計画に反映させていきますが、多くのまちのような人口規模 10 万人以下のまちでは、実際に在り方を提言し、そこに向かって自ら実践していく主体的な存在が必要と考えました。

「地域電力会社」・「まちづくりラボ」ともに令和元年となる 5 月の最初の申請ができる日に設立しようと決めました。本当は、自分を育ててくれた母親の誕生日である 5 月 6 日にしたかったのですが、GW 中であり、令和元年 5 月 7 日が両社の設立日となりました。本社所在地は、前述の「(仮称) シンヤス村 (ビレッジ)」です。

現在、合同会社カモケンラボは、「まちづくりラボ」×「地域商社」という形で進めています。「稼ぐ主体」として産業や「まちづくり観光」に積極的に出て、関係人口の創

出と（域外からの）外貨獲得、来訪動機の醸成に向けてワンストップで取り組もうと意図しています。

1-4「想定範囲外」の連続

起業では、「Aプラン」「Bプラン」「（最悪の）プラン」なども想定しながら、リスクを減らしてステークホルダーにアプローチしていく必要があります。

この点、元来の自分の甘さがありまして、もちろん最悪のパターンは考えていましたが、「それ以上」のものがありませんでした。

1つは、「外部」の存在になったこと。公務員として在籍していた当時に進めていたことでは、あたかも「民間」になっても一緒になって取り組んでいけるだろう、と目論んだことでした。実際「やって欲しい！」「応援する」という声をいただいて決意した面もありました。これについては大きく外れまして、私の意図がきちんと伝えきれていなかったこともあります。一民間企業として捉えられる事が多くなり、「公平性」をうたう行政組織として、話のテーブルにつくまでが1つ「雲」ができたように感じる事が多くなりました。また部長職から定年退職による異動や、職員の異動もあり、一からスタートということが多くなりました。特に苦労したのが「地域電力」です。「地域電力」としての存在の必要性、そこから生み出す「寄付」「地域貢献」の考えには原則賛成いただきながらも、一方で、「価格競争力がなければ、削減効果の高い企業に発注する」「地域内循環の考えはわかるが、財政の健全化のためには、歳出を減らすことが優先」という、財政担当の考えとバッティングすることとなり、「価格競争力が同じだとしたら、『地域内企業』が優先されることもできよう」ということを

指摘いただき、最も大きな削減効果や地域内循環の「柱」として行政施設の電力切り替えの目標は進みませんでした。

もっと難しいことに、管内には大手電力会社の事業所や発電施設などがあり、それらから得ている企業貢献部分を断ることができようか？という議論もありました。

それでも、元職場の同僚の方々などで経緯を理解して下さった方などは、自部署の施設利用電力の契約変更・切り替えの際に相見積もりを要求いただけるようになりました。

さらに向かい風となったのが、「コロナ禍」です。消費や契約という面での難しさではなく、「電力小売事業」としての認可を得るためのプロセスが、官公庁自体の「職員のリモートワーク」が多くなり、書類審査や認証までの期間が予定していた期間より数ヶ月、音沙汰もなく進みませんでした。これは本当に苦しいことで、ただただ事業費を費やす結果となりました。

結果として、電力卸売市場（JPEX）から購入して自らが販売する「販売事業者」ではなく、「代理店」としてエネルギー事業者（ワタミエナジー株式会社）から電力供給していく形での継続となりました。

契約を思うように増やす事ができないジレンマと、行政の入札機会などをみすみす見過ごさなければならない事態となりました。当然ですが「代理店フィー」では、拡大のために雇用したスタッフを継続雇用することができないまでに、自己資金を追加していく形となりました。

一方で、「まちづくりラボ」については、会社設立後、月に数万円程度の売上が数ヶ月続きましたが、「地域商社」としての存在価値、「まちづくりコーディネーター」として取り組んできた行政組織内外での信頼から、国の

地方創生交付金を用いた「インバウンド観光の素地育成」業務を行政ともに取り組むこととなり、市長・副市長・行政組織のバックアップを得て採択をいただくことになりました。

当時、インバウンド観光が地域のこれからの生きていく鍵になる、ということをおっしゃっており、実際に JR 高山線には多くの外国人観光客が乗っていました。また「長良川鉄道」に乗り換えする外国人観光客が乗り換えまでの時間を美濃太田駅周辺でブラブラしているということを目撃し、何度かまちのオススメスポットを紹介しました。

美濃加茂市では、人口の 1 割近くとなる外国人居住者がおり、この人たちを「活躍する市民」になる後押しをしていこう、ということから、「外国人居住者との共生と共創のまちづくり」というテーマでのインバウンド素地づくりの業務を美濃加茂市より受託することとなりました。

「地域電力」事業がナカナカ思うように進まない中での、「インバウンド事業」の受託により、当初、電力に力を入れようとしていた力を「カモケンラボ」の方に注力する方向に傾いていきました。

「大ナゴヤ大学 はたらく課」の事業として、ローカルな取り組みを行う企業と人をマッチングするサービスを立ち上げたばかりのメンバーに持ちかけて、第一号の求人記事を、「地域電力」「まちづくりラボ」の 2 社それぞれ制作していただいたところ、予想していたよりはるかに多くの応募がありました。それも、今後取り組んでいく上で関わってもらいたい、才能があり思いも共有できるメンバーばかりでした。

本来であれば、「地域電力会社」で 1 名、「まちづくりラボ」で 1 名～2 名という募集枠であったはずでしたが、「まちづくりラボ」は

週に 2・3 日程度の多様なはたらき方も含めてフルタイムのスタッフ 2 名・パートタイムスタッフ 2 名を含む 4 名を雇用する決断をしました。

これがその後、「ふるさと納税」などのような大型の案件の事業全体を受けていけるような組織になろう、という伏線となりました。

今思えば、事業規模以上のスタッフを雇用するということが、経営者として間違いの元でしたが、それでも多様なスタッフが働くことでの可能性は無限大でした。

2 「まちづくり」を維持するための仕組みづくり

2-1 美濃加茂市「里山千年構想」と「里山×STEAM」事業の立ち上げ

美濃加茂市には、鳥獣害対策をきっかけに藤井浩人市長の里山を守り活用していこうという指示から、「里山千年構想」を起草し、平成 26 年より市の政策の柱へと育てていきました。

濃尾平野の端であり、多様な植物・生物が育つ美濃加茂の「里山の恵み」を、さらに里山の課題の掘り下げ、学ぶ場所としての人材育成や未来を形作っていく取り組みとして、「里山× STEAM MINOKAMO2030」プロジェクトを、美濃加茂市・加茂森林組合・田園社会イニシアティブ株式会社・合同会社カモケンラボの 4 者で立ち上げました。

2019 年 9 月のフォーラムには、Google 米国本社の副会長 村上憲郎さん、里山活動や「大和伝統野菜」の発掘・普及に取り組む「プロジェクト粟」の三浦雅之さんをお招きし、美濃加茂の未来について、多くの企業人・学生とともに考えることができました。ここから AI やデジタルマンダラを活用した里山の

課題の解決に、学びとともに企業の「本気」の参加を呼びかけた取り組みが今も続いています。カモケンラボの2つ目の事業の柱となり、その後「SDGs」の普及啓発の中で、岐阜県でも先進事例として紹介いただくほどになりました。これには田園社会イニシアティブ株式会社の代表 榎木隆彦さんの子どもたちや地球への未来に対する思いとソリューションの力が大きく働いています。

里山の未来を考えながら、子どもたちに最先端の学びと多様な価値観を考える機会を提供することが、未来の産業創出、担い手づくりにもつながり、ここで学んだ学生が、森林組合に就職するという嬉しい成果も出ました。

「里山」の叡智を活用した、地域循環に、もう1つ、奈良から「耕作放棄茶園の再生」を全国で手掛ける若き茶師 伊川健一さんをお招きして、美濃加茂市と加茂郡七宗町のプロジェクトに育て、美濃加茂市の里山整備で出た間伐材を薪として、耕作放棄茶園で生み出された茶の葉や枝を破碎して「薪火」で製法する「三年番茶」づくりで重油などではなく「薪」を用いることでCO₂排出を抑制し、消費地である美濃加茂と生産地である七宗町の連携事業として、合間を森林組合が関わることで進めていくことにつながっており、これらも自走し始めています。

2-2 「ふるさと納税」をきっかけに、ワンストップでリピート販売、来訪動機まで育む

「外貨の獲得」と「関係人口の創出」「域外からの担い手」をつくる構図として、「ふるさと納税」に着目し、この返礼品のオーダー数などが上位ランクとなっている事業者で、自社で独自のネット販売ができていない事業者、特に農産品などの生産者などの商品を扱

う EC アンテナショップ「シェアみのかもオンラインストア」を「楽天」に出店しました。美濃加茂市の公認 EC アンテナショップとして、また将来には美濃加茂市以外の圏域の商品についても、セット販売、あるいは「体験」として提供できるような機会を準備しようとしています。

また、「インバウンド事業」では残念ながらコロナ禍で海外からの観光客は居ないものの、観光におけるさまざまな手段でのコース設定や、電動アシスト自転車「チャリカモ」を活用した自転車ツーリズムのコース設定ができたことで、体験プログラムの要素も増やすことができました。

EC アンテナショップの方は、ネットへの掲載する細かな設定、キーワードや広告枠の準備、さまざまなデータなどを駆使して方針をたてる必要があり、試行錯誤を重ねながら結果が出始めるようになりました。

次に「ふるさと納税」です。「ふるさと納税額増税のためのワークショップ」を美濃加茂市役所の税務課職員向けに実施させていただいたことがありました。突き詰めていくと、この業務は、民間に業務委託できる分野でもあり、事業者とのダイナミックな連携ができる業務でもあります。ノウハウが蓄積できる業務でもあるほか、「域内の雇用創出」にもつながる可能性もありました。返礼品に同梱する内容や掲載分によってはリピートの機会などもあります。

この分野については、先行事例が多数ある一方で、専門としている事業者やシステムベンダーが複数の市町村の業務委託を受託し、コストメリットとして提供している事例もあり、如何に「域内で」ということを伝えるかだと思い、EC アンテナショップの立ち上げなどに取り組みました。初年度として、「ふ

るさと納税の業務支援」を委託業務として受託することができ、新規で2名雇用し、勤務いただく形となりました。

他にも、「道の駅プロジェクト」としてオープンした「フィールド・バイ・マリOTT岐阜清流里山公園」のお土産・飲食コーナーの一部を地域商材として紹介する形で運用させていただくことも始めました。

2-3 「まちベンチ美濃太田ラボ」「活版印刷跡地の引き取り」

JR美濃太田駅から歩いて80m程度の超・好立地の場所が、ちょうど私たちがインハウンドの素地づくりをしていくためにまち歩きしている最中に、大掃除をして退去しようとしていることがわかりました。すかさずにオーナー企業にアプローチして、「まちづくりの拠点」として活用したい旨を伝えました。

坪単価としてはかなり高めでしたが、電動アシスト自転車の運用や、まちの情報発信の拠点になることを考え、全体の事業の予算枠からこの場所の費用も捻出していこうと考え、賃貸契約を交わしました。

周辺には飲食店などもある為、提供するメニューをまず「ソフトクリーム」に決めました。世代を超えて楽しんでいただけるメニューで、ソフトクリームの素材にもこだわりました。

美濃白川茶や、周辺の喫茶店が休日営業を休止したことから地元の人気の焙煎コーヒー豆を仕入れて提供し始めました。

「まちのベンチ」として、「まちベンチ」、美濃加茂ではなく拠点をいくつか持ってその土地からの発信をしていくという意味で駅前の「美濃太田」+「ラボ」で、「まちベンチ美濃太田ラボ」と名付けました。

市の若者連携事業と一緒に「冬だからこそ

食べたいソフトクリーム」コンテストを皮切りに、「夏メニュー」など毎年参加する高校生や大学生など範囲を広げてメニューづくりをおこない、コンテストを実施していく過程で、たくさんの人が来てくださるようになりました。また、スタッフがさまざまな関係性を育もうと、「軽音楽部」「IT部」などの活動を、お店の終了後に行うようになり、さまざまな関係性が生まれました。

また、「シンヤスさん、来週で辞めちゃう活版印刷の会社があるから、なんとかして欲しい」という地域の人たちからの相談を受け、何度も廃業する社長と話し合いの上、建物と印刷機械一式を譲渡していただくこととなりました。こちらは中山道の太田宿と「太田の渡し」につながる道沿いで、今後に期待しています。



地域共生圏ネットワーク

3 機会の終焉と「再び」を定めるまで

地域の「まちづくり会社」として取り組んでいる企業を調査していきますと、やはり「自治体との連携」が、多岐に渡りとれていることが重要と感じました。例えば、観光協会を止めて、その機能を新たな組織に委譲するケース。第3セクター的な企業に委託を出していくケースなどもありました。公益的な部

分も大きい為、人件費の部分を「地域おこし協力隊」の制度と合わせてスタッフ運営していくケースなどもありました。

ただ、私個人が危惧するところとして、「マッチポンプ」のように、そのつくられた「まちづくり会社」を維持するために、制度の活用を「ズブズブ」にはしてはいけない、という思いがあり、ある程度の自由度も高めていて、公明性を高めていたいという思いもありました。

この点において、私自身が行政組織として「握れて」いたかということ、後述のように「こうしていただけるはずだ」ということが多くなっており、行政組織内部・外部の変化とともに、我々にとっての「思い」「予定」が共有できていないケースが出てきました。

その際たる例が、「ふるさと納税」の業務支援です。単年度の契約としてスタートしていましたが、スタート当初～半年にかけては三年先、数年先という形で「全体を」意識した打ち合わせをさせていただいていました（と、思っていました）。もっとも忙しくなる時期を控え、まだまだ伸び悩んで居た頃に、業務監査や議会からの指示で「外部委託業社に委託して成果を出しているのか？」という質問があり、私たちも手探りのままでいた状態だったような効果は出ておりませんでした。それよりも、業務を正確にこなす次年度につなげていく事が我々としては優先順位でした。

12月になる頃には、成果が出ていないことで「来期は一人にまで減らしていただくかもしれない」という声もあり、私たちもリスクをとって2名を雇用したのであるから、難しいという話をしていましたが、最終的には2月半ばに「今期で業務終了」という話になりました。

この点は双方にとって感覚の違いはあったと捉えますが、大きな枠で進められたはずのことが、まったく共有できていなかった、という最大の経営上の窮地に陥る自体となりました。

当然ですが、「将来への投資」として人材の育成を重ねながら取り組んできた経営も、運転資金は常に赤字であり、なんとか経費を削減しギリギリのところまでやりくりしようとしてきましたが、採算性がナカナカとれない事業の数々で、大幅に縮小の決意をしなければ、と考えていたところ、国のテレワーク交付金を活用して整備している「里山サテライトオフィス」の整備費用の補助部分の融資に関して（これまでの経営状況や経営改善報告ができていなかった部分が最大の課題でしたが）、融資をいただけるためのかなりの厳しい改善要求をいただき、「まちベンチ美濃太田ラボ」の2022年3月末での閉店と、雇用していた人材の全員解雇を選択せざるをえない状態となりました。

この原稿を書いている2～3週間前後で、気持ち的には「絶望」「お先真っ暗」を経験し、さまざまな人に助けをもらいながら、なんとか工事費の支払いを止めないような形で進めることができました。

幸いにも、いくつかの実績や経験のストックができ、継続事業の一部と新規に取り組む案件でなんとか、まずこれまでの融資資金を返却しながら事業を継続する目処をつけようとしています。

「地域電力」については、幸か不幸か、「代理店」であったことが幸いし、電力価格高騰のあおりを受けることなく、過ごすことができました。ただ、季節調整の価格交渉や、市場調達価格の変動に左右されない「固定価格」

や「非化石エネルギー」を進めようとしています。

美濃加茂市の「SDGs 未来都市」「モデル事業」採択に微力ながら関わらせていただき、地域循環の取り組みに、域内事業者の方向性を定めるような関わりを持つことができました。

この採択にあたっては、里山千年構想、里山×STEAMなどの実績と、カモケンラボ、木曾三川電力という存在があるということ申請用紙にも記入いただきましたが、我々のような企業は全体が動いてからでないと実際の売り上げや事業費に加算されることはなく、「空白の1年」を代表である私自身が過ごした結果、事業の全体が回らなくなってしまいました。

思いをもって集ってくれたスタッフを継続雇用できない悲しさと、またいづれ力になってもらえるような形の取り組みに再起をしていこうという思いで今は居ます。

今回の寄稿では、本当に一部を切り取ったものとなりました。なぜ名古屋圏を中心とした連携を進めていくべきか、地域循環の取り組みを「共生圏」として相互のネットワークをつくっていくべきか、これまでの「大ナゴヤ大学」での学長経験や、名古屋での都心のまちづくり、地域でのまちづくりを経験して積み上げたものですが、この背景や課題意識について、いつか機会がありましたらお伝えさせていただきます。

貴重な機会をいただき、ありがとうございました。

2022.03
No. 77

UA
Urban-Advance
・アーバン・アドバンス

名古屋発

さかさま不動産で目指す新たな経済モデル

株式会社 On-Co 代表取締役 藤田 恭兵

1 さかさま不動産の原点

1-1 自由の下にあったもの

先日、1周年記念イベントを終えさかさま不動産は現在2期目を迎えます。

元を辿れば約10年前、共同代表の水谷達が名古屋駅近くの則武エリアで、空き家を自分たちで探しシェアハウスを始めた時から僕たちの活動は始まりました。

「シェアハウスをやりたい!」そう思いながら不動産サイトを探すもお金も社会的信用もない学生だった僕達は「広くて、安くて、立地が良くて、自由にできる物件」を借りることができませんでした。しかしそこで目に着いたのは街に眠る空き家でした。「どうしたらこれらの空き家を借りることができるのだろうか?」そんなことを考えながら道を歩くおじいちゃんおばあちゃんに話しかけ町内を歩き回り、最終的には大家さんとお話することで物件を借りることができました。最初はシェアハウスだけでしたが、作業する場所が欲しいという声からレンタルスペースができ、美味しいご飯屋さんがやりたいという声から飲食店ができ、気づけばシェアハウス3軒、飲食店1軒、レンタルスペース3軒と活用した空き家の数が増えていきました。僕たちは楽しく暮らしていただけでしたが周りの方々からは「名駅近くに村ができたらしい!」と社会から段々注目をしていただけるようになりました。



そして、やりたいことをやっていたら空き家問題やシティプロモーション、コミュニティづくりなど相談をいただくようになりま



藤田 恭兵
ふじた きょうへい

1992年生まれ / 愛知県大口町出身
21歳に合同会社 Memotime を設立。学びの場作り事業を展開
22歳からの空き家7軒を自分から改装し運営
27歳に株式会社 On-Co を設立。空き家リノベ、PR事業を展開
一番注目されるさかさま不動産はメディア掲載40回以上。不動産を中心に新しい資本の分配モデルを目指す。

した。

「自分も物件を借りて事業をやりたい！」そんな声も集まってくる中で今の不動産システムではやりたいことを自由にできない課題があることを感じ始めました。そこで「どうしたらみんながやりたいことを不動産を使ってできるようになるだろうか?」と思い始め、解決策として出てきたものが「さかさま不動産」でした。

1-2 既存の不動産システムに対する違和感

敷金礼金、保証人保証会社、火災保険、現場復帰など今僕たちが不動産を借りようと思ったら必要になるプロセスです。

何か問題があった時はこのプロセスが守ってくれることもあります。しかしこのプロセスのせいで諦めないといけない人もいます。貸さずに空き家になってしまっている物件があるのはこのプロセスが大きく関係しているのではないかと僕達は考えています。

そして既存のシステムは経済発展の中で大量の取引を処理するのに最適化されたものだと思っています。

だからこそ空き家やシャッター商店街という形で歪みが生まれたと考えています。

そんな中で不動産を手に入れるプロセスに注目しながら、必要なのは不動産を中心とした①大家②借主③街の人(④投資家)との新しい信頼関係構築のためのシステムが必要だと思い始めました。

さかさま不動産ではお金や法などによる既存の取引だけではない、意志や雰囲気、パッションという不明確なものを中心とした新し

い大家さんと借主、街とプレイヤープロセスを作っていけたらと思っています。



1-3 実験という名の戦い

さかさま不動産では現段階でお金を一円もいただいていません。僕達は社会実験という名の下にたくさんの方にサービスを利用していただき、どうやったら空き家の課題を解決することができるのか? 模索しながら進んでおります。それゆえに他の事業をやりながら運営していくことが本当に大変で多くの方にビジネスモデルを作った方がいいよと言われるます。

しかし僕達はビジネスモデルを作ることだけが社会課題を解決する手段ではないという仮説の下、誰からもお金をもらわずに社会に解決策の1つとして投げかけています。そして社会に本当に必要なサービスであればお金は自然と回り出すと考えています。

2 サービス創世期

2-1 かき集めた信頼

さかさま不動産の構想自体はシェアハウスなどをやりながらずっと考えていました。そこで実験的に僕が立ち上げたのが SAN-DO-FU (不動産を逆にしています。) というサイトです。SNS にて広報しましたがあまり理解されずに消えていきました。

その後、水谷が「さかさま不動産」という形でクラウドファンディングを始めました。

これが見事に成功して280万円の支援金が集まりました。その資金をもとにサイトの制作や初期の運営費にあてていました。

初期の頃さかさま不動産に掲載してくれた人はクラウドファンディングで支援してくれた人から集めました。10人くらいよくわからない中で掲載してくれた人たちのことを忘れません。

また掲載に限らず、支援してくれた皆様にこの場を借りて改めて感謝します。本当にありがとうございました。

そしてそんな素晴らしい支援者の皆さんのおかげでなんとかさかさま不動産は形を作っていきました。



2-2 「パブリックリレーションズ」という魔法

さかさま不動産は借主と貸主の両者が使ってくれないと成り立ちません。しかし、クラファンが終わった段階でさかさま不動産は僕と水谷のSNSで繋がっている人しか広報できていませんでした。これではマッチングサービスとして機能させることはできず、サービスが終わっていたはずでした。

しかし、形骸化せずに済んだのは弊社執行役員の福田のPRによるものでした。

サービス創世記のタイミングでお金をかけずに認知度をあげることができたことがさかさま不動産の存続につながります。1年経っても注目していただきメディアの方々からお話しをいただき、メディアをとおしてたくさんの方に事業内容を伝えることができることはまさに魔法のようなPRのなせる技でした。さかさま不動産はどうやって借りる人、貸す人を見つけているんですか？と言われたら福田のPRのおかげです。と答えます。

2-3 想像を超えたマッチング1軒目

クラファンでは多くの方に支援していただき、メディアにもたくさん掲載していただいたのですが、「本当にこの仕組みでマッチングするのか！？」とっていました。

もちろんサービスの裏には原体験があるのでなんとなくイメージはついていたのですが、どんな大家さんと借主が使ってくれて、マッチングするのか？ということ全く想定していませんでした。

だからこそ、これだけ多くの人に関わってもらっている中で1軒もマッチングしないなんてこともあるんじゃないか。。そんな不安も抱えていました。

そんな中で2020年9月に名古屋市金山エリアにてTOUTN BOOK STOREの古賀さんが初マッチングを果たします。

その時の喜びは今でも忘れることができません。僕たちの仮説が確信に変わった瞬間でした。



おもしろかったのは古賀さんがすぐに本屋さんを始める予定ではなかったけど理想の物件だったから急遽お店をやることにしたこと、そして他の不動産サイトで見た上で借りなかった物件だったけど、さかさま不動産で連絡をもらって契約しようと思ったことの2点でした。

既存のシステムを逆さにするだけでユーザー体験が大きく変わるということに気付かされました。

今でも古賀さんと大家さんが仲良くしているその姿を見て「さかさま不動産のサービスは間違っていなかった。」と思わせてくれます。

3 プラットフォーム型 PR 事業として

3-1 1年で9軒のマッチング

1軒目のマッチングからはじまり1年間で掲載者は約70名、マッチング者は9名、メディア掲載数は40軒以上となりました。

最近ではいたるところでさかさま不動産の話をしていただき、認知度も上がってきました。

そんな中で出てきた現状とそこから見える課題を共有します。

3-1-1 マッチング掲載者の傾向

- ・20代後半～30代前半
- ・まちづくりに対する意識がある。
- ・SNSの使い方が上手で立地を気にしていない。
- ・クラウドファンディングで資金調達をする。
- ・インフルエンサーのように影響力がある。
- ・DIYで店舗を作る。
- ・やりたいことがあるけどいつかやろうと思っている。

最近人気店舗や街づくりをしているプレイヤーに見られる傾向がさかさま不動産の借主ユーザーからも見受けられました。口コミでさかさま不動産のサービスが広がっているのはこういったユーザーのおかげと思っています。また都市部からローカルに移動したユーザーは自分だけじゃなく友達や家族を引き連れてエリアを盛り上げる傾向にあります。インフルエンサーがエリアに行くとそのエリアの課題が一気に解決していくことがわかりました。

3-1-2 大家さんの傾向

- ・不動産投資運用だけではなく、「不動産投資＋事業投資」の視点をもっている。
- ・借主に寄り添ってプランニングしてくれる。
- ・30代後半～50代と幅広い
- ・自分で事業をしている。
- ・無料で貸してもいいと思っている。
- ・誰にでも貸したいと思っているわけではない。

おもしろかったのは普通に貸すのではな

く、おもしろいやつに貸したいと全員が思っていたことでした。

本来届けていきたい空き家として数十年使われずにいる状態の空き家オーナーにはまだまだサービスを届けられていない状況です。

3-1-3 その他現状

- ・ 大家さんは①検索②街のキーマンからの紹介③メディア経由で当サービスを知ることが多い。
- ・ 借主は①口コミ②メディアを見てサービスを知ることが多い。
- ・ 不動産は水物なのですぐにマッチングする人もいれば、1年経ってもマッチングしない人もいる。

3-2 プラットフォーム型 PR 事業として
ここでさかさま不動産という実験的な取り組みがなぜ形になってきたのか？その見解を共有します。

3-2-1 コミュニティ

さかさま不動産ではユーザーとファンコミュニティで成り立っております。ユーザーコミュニティからは主に掲載者を紹介していただいたり、ファンコミュニティからはメディア記事掲載、大家さんの紹介など基盤となるコミュニティがあるからこそ自分たちだけではできない現象がたくさん生まれています。

3-2-2 共創的 PR

そんなコミュニティを作る上で大事にしていることがあります。「ユーザーと一緒に物語をつくっていくこと」です。そこに存在する物語を丁寧に追いかけて言語化し多くの人に

伝える努力をしています。そうすることで借主ユーザーがローカルヒーロー化し自分たちの事業がうまく行く傾向があります。また借主ユーザーの事業がうまくいくとさかさま不動産の認知度も上がっていきます。こうしてプロモーションのグッドサイクルが生まれていきます。これを僕たちはPRの視点をもって地道にやっていくことが少しずつさかさま不動産のサービスが広がっていく最善の方法と考えています。

また、このようにユーザーと一緒に共創しながらPRしていくやり方がさかさま不動産のようなコミュニティを形成するプラットフォームに適したPR方法ということがわかりました。

このやり方を僕たちはプラットフォーム型PR事業と名付けました。

3-3 関東、そして全国へ

この1年間東海エリアで回してノウハウが溜まってきました。このノウハウを活かし関東エリアにて展開していきたいと思えます。

さかさま不動産は従来の所得や肩書に比例していい物件が借りられるサービスではなく、やりたい想いやその人の人柄にいい物件が集まる不動産サービスとなっています。

人口比の問題で関東の方が人口が多く、若くてエネルギーのある人が多いので次の一手として関東に展開していき、最終的には全国で広げていけたらと思っています。

関東に展開するということが関東にいるけど東海地域の物件を持っているという人の心を動かし、流動性を上げることにつながれば

と思っています。

4 さかさま不動産の頂点

4-1 儲かるものしか残らなかった時代

近代以降、経済発展を迎えた日本は国として非常に儲けました。その結果、儲かるモデル＝善、儲からないモデル＝悪としていきすぎた結果、「お金を稼ぐことは悪」という認識が生まれたりもしました。そんな認識も少しずつ改善されて今、イノベーションが求められる時代に儲ける仕組みは継続性という免罪符をもって最良とされています。

しかし時代は繰り返していく中で今、儲からないけど社会に必要なことが今一度求められ作られているような気がしています。さかさま不動産もその一つと感じています。

ではそんな儲からないモデルの「継続性」はどのように考えたらいいのでしょうか？

4-2 新しい経済モデルとビジネスモデルの片鱗

さかさま不動産は2021年11月現在もビジネスモデルがないままです。そのため、どれだけがんばってユーザーを集めても、マッチングを増やしても丁寧にプレスリリースを打ってPRしても弊社にお金が入ってくることはありません。

さらにはこれからマッチングした人には1人30万円ずつプレゼントするシステムを導入しようかと思っています。それはマッチングした後にどうしてもお金が課題になってやりたいことができなくなってしまうからです。

「どうしたらみんなが空き家でやりたいこ

とを実現できるか？」そんなことばかりを考えていたら、やりたい想いのある人にリソースが集まるような仕組みにしないといけないと思い始めました。

しかし、そんなお金は僕たちにはありません。そこで基金を集めたらいいんじゃないか？と思いました。そのお金を意志のある人に分配するモデルをつくったらいいのではないかと。

これが実現できればまるで生態系のようにやりたい想いがある人が増えていく仕組みができるんじゃないかと思っています。

またその経済モデルの中から運営費として数%いただくという形がいいんじゃないかと思いました。

まだ不明確なことはたくさんありますが、そんな挑戦もしていけたらと思っています。

4-3 目の前の人間を一瞬で信頼できる社会

10年前のあの頃、空き家を貸して下さった大家さんは何も持っていない僕らを信頼し、自分たちの財産を貸して下さいました。

その時に「人を信じることができれば、無駄にお金やプロセスが生まれることもなくなり、経済はスムーズに回る。」と感じました。

だからこそ僕はさかさま不動産で「目の前の人間を一瞬で信頼できる社会」を作りたいと思っています。

そのためには冒頭でお話ししていた意志や

人柄といったのを可視化し、関係性を作っていくことが重要だと考えています

5 最後に

さかさま不動産の仕組みは至ってシンプルです。やりたいという意志を集めてそれを多くの人につなげて、大家さんに届けるための仕組みです。

重要なのはこの仕組みを使ってどんな世界にしていきたいのか？という思想性だと思っています。

そしてシンプルな仕組みが故にどのエリアでも展開できるモデルだと僕達は思っています。

そしてこれからは人の強い思想や意志にリソースが集まる時代と思っています。そんな中でさかさま不動産というプラットフォームを使ってみなさんのエリアのまちづくりのお手伝いができればと思いますので、お気軽に相談していただければと思います。

みんなで空き家問題を解決し、挑戦を応援できる豊かなまちづくりを目指していきたいです。

2022.03
No. 77

UA
Urban-Advance
・アーバン・アドバンス

名古屋都市センター事業報告

建築系愛知16大学共同企画展 2021 TALK SESSION

「藤が丘のいままでとこれから」

日時：2021年12月18日(土) 16:30 - 18:30

場所：愛知県芸術文化センター

基調講演者：

瀬口 哲夫氏 名古屋市立大学 名誉教授

トークセッション登壇者：

瀬口 哲夫氏 名古屋市立大学 名誉教授

柴田 達雄氏 藤が丘まちづくり協議会会長

久保 久志氏 株式会社 東畑建築事務所名古屋オフィス

片桐 好章氏 藤が丘中央商店街振興組合理事

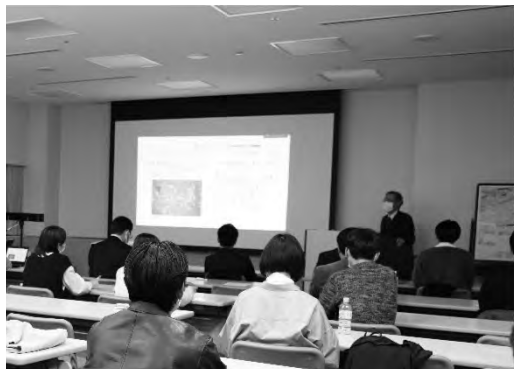
コーディネーター：

恒川 和久氏 名古屋大学 教授

基調講演 「藤が丘のいままでとこれから」

瀬口 哲夫氏 (名古屋市立大学 名誉教授)

【恒川】瀬口先生は、名古屋、愛知県、東海地域の都市計画についてたいへん造詣が深く、長久手やりニモ沿線地域づくり会議でも委員長をされています。今日は「藤が丘のいままでとこれから」ということでご講演をいただきます。瀬口先生、よろしくお願いいたします。



【瀬口】「藤が丘のいままでとこれから」ということで、まず何を思い出すかというと、黄色い車体の電車です。今はシルバーの車体に黄色いラインが入っていますが、黄色い電車が藤が丘を象徴していると思います。なぜか。名古屋の地下鉄をつくる時に、最初の計画では、昔の国鉄の1番線にホームがあって、堀川のところを過ぎてから地下に入って、新栄から地上に出て、ずっと走るということだったそうです。そこで車体のデザインをどうするか。画家の杉本健吉さんに相談をしてデザインを選んでもらいました。地上に出るから黄色が目立つと。名古屋東部郊外の緑の中を黄色い電車が走る、菜の花みたいに見えるということでした。地上に出るのが上社の近くになり、その先に最終的な車両基地をつくるということで、そこが終点となる。そこで藤が丘の地元の人たちが藤が丘まで伸ばしてほしいと運動をしました。地下鉄がないと農業をやっても生産性が悪いですから、土地を持っている人たちがずいぶん議論をして、最終的に藤が丘に延長されたということです。黄色い地下鉄が上社から地上に出る、まさに藤が丘を象徴したわけです。

区画整理をしていくわけですが、ちょうど今名古屋の一番端の区画を整備するときに、問題がありました。ターミナルになったときに、どういう駅をつくるか。駅の市街地をどう形成するかというのは区画整理の設計になるわけです。今、高層の市営住宅やUR住宅がありますけど、大きい画地をつくらないと

誘致できませんので、当時の地権者の方たちが広い画地をつくって、当時の公団住宅や市営住宅を誘致した結果、今のような集合住宅が駅前に並んでいる。ひとえに地元の人たちが、こういうまちづくりをしたいと進んできたということ、黄色い電車を見ると思い出す。今思い出す人はほとんどいないと思いますけど（笑）、思い出してほしいなど。

地上に出てきた電車が藤が丘に延長されて、駅前のまちづくりをどうするかを地元の人たちが考えて、区画整理をするときに権利者の土地を集合換地して、大きな画地をつくったと思うんです。そうすると街の中に商業施設がどれくらいできるか。UR、市営住宅、戸建住宅、あとは民間の集合住宅でボリュームが決まるわけです。長久手はまだその頃は区画整理をしていませんので、藤が丘だけで商圈を形成している。だからあとで市街地が大きくなることによって、駅前の再整備が必要になってくるわけです。

私は1994年の商業地整備モデル事業に関係しました。当時の名古屋市経済局の仕事ですが、名古屋市内に150ぐらいの商店街があって、ばらばらに商店街の援助をしていると成果が出ないので、集約したい。元気のある、やる気のある商店街に補助金をつけて、まちづくりをしようということで、藤が丘、今池、大須とか、みなさんが思い浮かべるような商店街に名古屋市がお金をつけました。委員をしていましたが、藤が丘の場合はどういうイメージをつくるかというときに、全国的に活躍している商業デザイナーとか建築家に頼んで、名古屋市としてはちょっと変わった提案の仕方をしました。今池に行くときアーチの門が残っていますが、ああいうのができました。藤が丘のまちづくりに直接関係したことはないんですけど、ちょっとかすったかなと思っています。

リニモ沿線地域づくり会議は10年ぐらいになります。愛・地球博のときですが、地下鉄での輸送力とリニモの輸送力は違うわけです。1時間で何人運べるかという輸送力ですが、一方が10万だと一方は2万ぐらいしか運ばないので、1時間あたり8万余り藤が丘駅で滞留することになります。長久手の開発として、区画整理が進む前に愛知県が力を入れました。今の愛・地球博公園のところとか県立芸大、愛知県農業センターとか、そういうものを足がないのにつくっていく。だから当初は、藤が丘からバスで行くしかないわけです。

今、リニモ沿線には10の大学があります。長久手市の街自体、緑が多い。今全国でも平均年齢が若い都市です。つまり若い人たちが住んでいて、お子さんたちもたくさん生まれているということで、名古屋圏の中では非常に元気があります。しかも文化的に特徴があって、トヨタ博物館、愛知県陶磁美術館もあります。

リニモはマナカが使えなかったんですが、2016年3月に使用可能になりました。沿線にアピタ、イオンモール、IKEAという大型店が3つあります。イオンモールもIKEAも区画整理のところに集合換地をして入れました。藤が丘にはないものがこちらにできたわけです。藤が丘は大型店が出店の経過からできなかった。それが車時代になって、かなり買い物行動が広がったということで、大型店が沿線にできて、長久手の商業環境は抜群によくなりました。大きい公園もある。ちょっと乗り換えが不便だが足もあります。

小牧の桃花台ニュータウンは人口4万人ぐらいですが、新交通システムが廃線になりました。そうすると桃花台団地は足がないので車で動くしかない。ここもそうなのは沿線の大学も困るんです。それで愛知県が力を入れて各方面に協力していただいた。リニモの利用者数が2019年度は2006年度の1.8倍ぐらいになって、利用者の利用料金の収入でいちおうペイするようになりました。これは重要です。赤字

だったら持続しませんから。長久手の場合は少しずつ東の方に開発をしていこう、駅から1km圏内で、コンパクトシティにするという形でずっと考えています。

2021年6月にリニモ長久手古戦場駅近くにリニモテラスという施設ができました。設計は東畑建築事務所で、大学、研究機関、市民の交流ができればということで実現をしました。4つの目標が①大学連携、②観光交流、③多文化共生、④子育て支援。さらに長久手の古戦場公園の整備があります。小牧・



長久手の戦いをご存知だと思いますが、徳川家康が天下を取ったひとつのきっかけが小牧・長久手の戦いだと言われています。小牧山はずっと徳川家の所有でした。長久手は山じゃなくて丘ですが、それぞれ戦死した人の記念碑があります。その公園を整備しようと整備計画ができました。実現まで4、5年かかると言われています。一方でジブリパークが動き出したわけです。そうすると今までの藤が丘の存在が長久手の変化によって変わってきた。藤が丘自体は居住者の

の人口で商業施設ができていくわけです。長久手の人たちが藤が丘に行くかということ、大型店には行かない。何のために行くか。私の年代で考えると、隠れ里の飲食店というか、ちょっと高級なレストランとかですね。通勤族の方が多いので、ちょっと食事してみようかということがあるのではないかと思います。藤が丘に対してリニモと一緒に提案してくれるといいと思います。

例えば、MaaS (Mobility as a Service: 公共交通機関をITでつなぐ、次世代移動サービス) を使うということも考えています。ホテルも必要になるかもしれません。滞在型の観光にしようとする、できるのは藤が丘の方になるのではないかと。藤が丘の良さというのは、商店街組織があるということです。長久手にはない。これは重要です。人間が重要。長久手は大型店だから、お金はあるかもしれませんが、自分たちの汗を流して地域を支えていこうというのとはちょっと違う。藤が丘はずっと50年近く住んでいる人たちがいらっやって、その人たちが担っていけると思うので、性格分けができると思うんですね。長久手の良さもある。今のコロナ禍で在宅勤務、オンライン授業など、働き方や大学の授業、研究の仕方などの変化を捉えて、藤が丘あるいはリニモ沿線のそれぞれの駅で工夫してもらいたいと思います。

藤が丘地区への期待として、何か新しい切り口をつくってほしい。ジブリパークへの玄関口として、玄関口にふさわしい華やかさ、楽しさのある街。長久手のリニモ沿線の大学や研究所、ジブリパークや観光施設と違う形ができるのは、藤が丘しかないということです。結節点として、どうしても乗り換えなくてはいけないので、学生がすぐそこで帰らないで、過ごす空間があってもいいと思います。今日は学生さんからの提案にもありましたが、居場所がある、人が交流できる、そういう場所を駅前につくるというのはとても重要だと思います。

最後に、集合住宅の建て替えがきつとあるかと思いますが、今の新しい時代の要素をどれだけ入れられるか。私は歴史的な建築は好きです、基本的に建物を建て替えるのは嫌いです。しかし建て替えになったときに、それぞれの時代の良さを、今の藤が丘の弱点を克服するようなことを提案してもらったらいいなと思ったので、期待そのものを今日は学生のみなさんにも提案していただいて、ありがとうございました。

■トークセッション

【恒川】最初に自己紹介もかねて、藤が丘にどんな思いをもち、どんな活動をされているのかお話いただけますか。柴田さんからお願いいたします。

【柴田】藤が丘まちづくり協議会会長をさせていただきます。私はもともと名古屋市の職員で、まちづくりや市政全般を担当しておりました。退職するとすぐに地元か



左から、恒川和久氏、久保久志氏、瀬口哲夫氏、片桐好章氏、柴田達雄氏

ら自治会長をやってくれといわれて4年務め、次は藤が丘学区の区政委員長をやってくれということでやりました。来年の秋に長久手の愛・地球博記念公園に「ジブリパーク」が完成するということで、愛知県知事から西の玄関口の藤が丘に受け皿を作ってほしいという申し入れがあり、急ぎよ昨年、地元の自治会長や商店街の役員たちで、藤が丘まちづくり協議会を作りました。都市計画と建築の先生のご指導もいただきまして、活動を始めております。

藤が丘は地下鉄の終点駅で、朝は2分間隔で地下鉄が出る非常に便利なところです。地盤も、農業には適さないですが、粘土層で建築物には非常に安全な場所です。大きな河川もありませんし津波の心配もないということで、最近人気が出ております。特に困ったことはありませんが、URあたりの区画整理から50年が経ち、URの公団住宅もそろそろ建て替えの話が出ています。長期的な観点で、これから藤が丘の街をどうするか。今日いろいろ参考になるご提案をいただきました。今後また機会がありましたら、学生さんの意見も聞きたいと思っております。よろしくお願ひします。

【片桐】私は、藤が丘で洋服のセレクトショップとライフスタイルの提案をする雑貨店を営んでいます。中村区の出身ですが、上京して東京の代官山の洋服屋で働いていました。その後転勤で戻ってきて藤が丘に住み始めました。2007年に洋服店を夫婦で開店しまして、「藤が丘は僕たちが好きだった東京の中目黒みたいな街だね」なんて言いながら、小さな店から街を見ていました。そしてお店に来てく



れる様々な方とご縁をいただきまして、商店街のバックアップで地元の同世代の多業種のお店が集まるマルシェを始めました。また小学校の体育館で映画祭を催したり、昨年度は名古屋市の経済局商業課の方々と共に「On the hill」という藤が丘のフリーペーパーを作りました。今は藤が丘中央商店街振興組合の理事として携わっております。よろしくお願ひします。

【久保】東畑建築事務所に勤務しております。主に公立の小中学校の設計をしておりますが、最近は他の公共施設も手掛けており、先程ご紹介があったリニモテラスの設計もさせていただきました。出身は奈良ですが、三重の大学に行っていてこちらに住みはじめて、

長久手にはかれこれ12年くらい住んでいます。今は家も建てまして、こちらで長く住んでいこうと思っております。藤が丘駅は通勤でずっと使わせていただいている、朝と夜はすごく賑わっているんですが、昼はわりと閑散としているというイメージです。

瀬口先生のお話や学生さんの提案を聞いていて、長久手と藤が丘で課題になっていることは割と似ていると感じました。長久手も転入転出がとても激しいところですよ。リリモテラスを作ったきっかけも、住民同士のつながりを大切にする施設を建てようということでした。学生さんの提案にもありましたが、そういう「つながり」とか「交流」というものが、藤が丘で広まっていくといいのかなと思いました。よろしくをお願いします。

【恒川】 今日何か結論が出るわけではないと思いますが、みなさんで明るい未来へ向けてエールを送って締められればと思っています。

では、それぞれのお立場から現在の藤が丘がどのように見えているのか。今後に向けて何をしたいかなければならないかということも踏まえて、お一人ずつコメントをいただきたいと思っています。

【瀬口】 ポテンシャルがありますよね。地下鉄東山線の駅はそれぞれ特徴があって、それを上手く活かしながら発展してきました。藤が丘は一番端のターミナルということですが、URや市営住宅など公共の集合住宅が先行して建てられたところですよ。そういう意味では歴史が新しい。覚王山など他のところとは少し違って、新しい挑戦ができると思います。



先程、ちょっと道が狭いというお話がありました。私は、それも良いことだと思っています。道を広げたら車は便利になるけれど、人間性がなくなる。ですから、今日のテーマのように、「改良していく」。学生さんたちの提案で、歩道を何とかしたいとか、そういうのは実はもう可能になってきています。なぜかという、もともとは歩道に物を出させないというのが国の方針でした。占用許可と言いますが、それがもう緩和されています。したがって、まちづくりの理由があれば、そのことが実現していく。みなさん、世の中の流れとともに動いているわけですね。すごいなと思いました。一方で、狭い所ではなかなかできないので、建築敷地の側と歩道空間の広場を上手くミックスしながらまちづくりをしていくことが必要だと思っています。今日の提案は、そういうことにヒントを与えるものがいくつもありました。

高架下の空間については、私が最初に大学の教員になった時に、リ・デザイン——街の中の設計をし直そうという設計課題を出しました。その時の学生が高架下の提案をしました。それは、新幹線などが通過するときのダーツという振動を使って、高架下の空間で音楽空間を提案したものでした。当時はそういう発想もあるなと思いましたが、今日うかがうとやはり時代が変わっていて、みなさんの提案は「コミュニティ」や「人のふれあい」というところに力点がありました。

それから、リリモテラスの話が出ました。リリモテラスの設計は部屋に分かれていなくて、通路があっ

てコーナーになっている。あれは、建築がもう街路化しているんですね。屋外空間も建築化していると考えて、みんな飛び込んでいこうというのが今の流れなのかと思います。何をやっているかという、敷居がなくなってきた、もちろん権利とかはありますが、使い方で空間を再編成するという動きになっている。今日の提案はかなりそういうものがあつたので面白く、期待できます。みなさんが就職したら、そういう世界に遭遇する機会があると思います。

【恒川】学生の提案についても述べていただきました。可能性がどんどん広がっているの、そのポテンシャルを活かしていくべきだというお話でした。



【柴田】1つは、コロナをふまえて将来的なまちづくりをするうえで、避難場所でもあり集いの場でもある公共空間、広場をいかに確保すべきか。次に、藤が丘は日中、閑散としているというのは、藤が丘には事務所や事業所が少なく、みんなが通勤のために使っているからです。藤が丘に職場ができれば、昼間人口も増えます。3つめは、藤が丘は終点駅で、長久手や豊田などから人が集まります。でも、そこに公共施設が全くない。藤が丘ができたときには商品生活センターも県の施設もあつたのですが、今は全くございません。これが大きな問題で、これから愛知県と名古屋市に要望していく必要があると考えます。4つめは、ジブリパークが来年秋にできますので、藤が丘を降りたらジブリパークのイメージが出るようなまちづくりをしていくことが大事だと考えています。

そして瀬口先生もおっしゃいましたが、最初の区画整理の時は長久手がこんなに発展するとは思っていなかったものですから、それ用の道路や施設になっております。しかし、今や長久手は愛知県で一番住みやすい街ということで、どんどん人口が流入しております。長久手と藤が丘の良さを発揮して、いかに連携を取るかということも課題になるかと思っております。

【恒川】ありがとうございます。具体的にやるのがたくさんあるというお話でした。

【片桐】藤が丘は今、この少子化の中、子どもの数もどんどん増え続けています。うちも子どもが3人いますが、小学校に入学した当初は3クラスだったのが、来年は5クラスになります。時代に逆行して、人口が増えています。

藤が丘はすべてが事足りていまして、利便性ももちろんあります。商業としては、駅を中心に円形に広がる形状が今後の成長をすごく感じさせてくれますし、商売をやっている人間としてはすごく期待が持てる部分であります。その反面、人口の増加に対して駅のホームの広さが足りていなかったり、駅近くに授乳スペースが少なかったり、ハードの部分が追いついていないのが現実で、そういうところが課題かと思えます。

これからは様々な人が集える場所として、多様性を受け入れながら、私は商売をやっていますが、住む人間としては、商業的なだけじゃなくて、街の中心にみんなが集まれる場所ですね——学生さんたち

もおっしゃっていた公的な場所、例えば図書館、ワーキングスペース、スポーツアクティビティなどがあればいいなと思っています。また、藤が丘と言えば桜が名所になっていまして、春になると桜がすごくきれいで、人も集まりやすい場所になっています。しかし50年経って寿命が近づいて伐採の時期になっているんです。その再整備も商店街では課題になっています。また、駅前に桜の木があるのはとてもきれいなんですが、桜の木は根っこがすごく深く、歩道がけっこうガタガタになっています。お年寄りの方がつまづくことも結構あります。ですから、今後、開発に向けて、桜を残しつつも、そのあたりもクリアできる仕組みができたらいいなと思っています。

【恒川】ありがとうございました。ハードの面でもいろいろ課題があるというお話でした。

【久保】藤が丘駅前には商店街がありますが、長久手にはなくて、ずっと憧れでした(笑)。リニモテラスがちょっと商店街っぽい雰囲気もあるのはそういうところもあったりします。商業的な部分で、藤が丘駅周辺を使わせていただいている、ふらっと立ち寄ってそこが居場所になるような場所がないなというのはずっと感じていました。コロナ禍ではテレワークが増えました。先程、藤が丘には職場がないというお話がありましたが、家から近い居場所が藤が丘にあるといいなあと思いながら生活しています。

お話を聞き進めると、本当に長久手と課題が一緒だと思います。ただ瀬口先生がおっしゃったように、持っているポテンシャルが違うので、差別化をいかに図りながら、お互いにどう発展していくのかはすごく大事だと思います。藤が丘では、駅裏でマルシェをやって



いますね。長久手も、リニモテラスでマルシェをやりだしたんです。そうしていくと、その街にいなかったジャンルの人たちが集まりだした。普段施設を利用している近所の人たちだけじゃなくて、今まで来ていなかった人たちが集まる場ができた。そういうところはもっと活かしていくところなのかなと思っています。

【恒川】ありがとうございました。みなさんから、ポテンシャルはあるし、やるべきことはたくさんあるというお話をいただきました。じゃあ誰がやるのか。行政に頼んでやってもらうことなのか、商店街か、まちづくり協議会か、あるいは学生たち、大学に期待するのか。そして、どこからやるのか。ジブリパークの開業が来年に迫っていることもあって、今すぐにでもやった方がいいこともあるかと思うんですね。何をすべきか、誰がやるべきかについて、皆さんにコメントをいただければと思います。

【瀬口】私、若い時に大須新天地商店街などに付き合っていて、商店街振興組合というのは課題があると思うんです。まちづくりをする組織じゃないんですね。だから大須の場合は別動隊を作って、大道芸な

どは商店街組合の若手の人に、お金をつけてやってもらう。5年間なら5年間、その人たちが中心になってやる。5年経つとマンネリ化するし、年をとってくるので、違うグループの若い人たちがやっていく。こういうリレーでできています。商店街がだめというわけではなくて、なんというか知恵の使い方ですよ。まちづくり協議会ができているのであれば、そちらもどう回っていくかという人間の問題がまず一つ。どこからやるかといえば、どこでもいいんです。とにかく成果を見せてほしい。そうすれば、動いているということがわかるので、みんながやろうという気になる可能性がある。現実的になってしまって、若い人には申しわけないんですが、まず動かす。動かすためには、タイミングをしっかりとつかんで、小さなことでも成果を見せる。学生提案NO.8のプロローグが面白いと言ったのは、そこなんです。リニモの会社がその気になりさえすればいいんだから、特別列車はすぐやれる。今日の提案からでも何か見つけて、やればいいんじゃない？

先週の日曜日、豊橋の駅前に再開発ビルができたんです。そこに新しい図書館ができた。話してもいいです、声を出してもいいです、という図書館です。テーブルがあちこちに置いてあって、コーナーもたくさんある。高校生や若い人が来て、居場所に使っています。ちょうど今日のNO.1の提案ですね。あちこちに人が集まって語れる場所がある。そういう場所を試験的にどこかに作っていく。社会実験でやっていただけるといいかなと思います。

【柴田】まちづくり協議会は発足して2年目に入っています。ジブリパークがオープンするということですが、なかなか地域の盛り上がりが出ない。ですから、オープンして少し賑やかになったところで、藤が丘の13自治会にまちづくりのアンケートを実施したいと思っています。その結果をふまえて、本構想を2年か3年後に作って機運を高めるということで考えております。

【恒川】まちづくり構想というのは協議会としての構想ということですか。誰に対して、どういうためにやる構想ですか。

【柴田】まちづくり協議会は商店街と関連自治会で構成しておりますので、基本的には藤が丘にお住まいの方と事業者の方にお知らせするという事です。基本的なことしか書けないのか、今学生さんから提案があったような具体的な提案を織り込めるのかまだ決まっておりますが、そんなことを考えています。

【片桐】今後開発が進むにあたり、住む人を増やす取り組みではなく、今住んでいる人、働く人が暮らしやすいまちづくりを望んでいます。建築学科のみなさんがこういったお仕事にも携わるのであれば、机に座って考えるだけじゃなくて、こんな時代だからこそ、対話ですとかコミュニケーションを大切にしてほしいと思っています。瀬口先生のお話にありましたように、商店街というのは古い体質で、斜に見ている人も多い。僕なんかも、どちらかというと距離を置いてきた方ですが、マルシェを主催することによって、商店街の人たちの気持ちを汲み取ろう



と中に入っていったわけです。私自身、地域の方たちにご縁をいただきまして、商店街のみなさんとお祭りのために水風船を作ったり、盆踊りで曲の紹介をやったりとか、コミュニケーションを取ることで信頼関係ができたということが実際ありました。ぜひ、コミュニケーションを取ってものづくりを進めていただけたらと思います。誰かの一言にはとても大きな結果を生むヒントが隠されていると思いますので、そのへんを今後も課題にして取り組んでいただけたらと思っています。



【恒川】ありがとうございます。名古屋の都市計画マスタープランに「地域の人が担うまちづくり」ということがかなり強く謳われるようになっていて、中心部でもエリアマネジメントをやる場所がいろんなところでできつつあります。藤が丘はまちづくり会社とまでは言いませんが、そういう組織や、大学などと連携して何かをやるという動きはないですか。

【片桐】そうですね。だんだんコミュニケーションが取れてきている状態ですが…。

藤が丘はご覧いただくとわかるように、大手ナショナルチェーンが多いんです。昔はここにしかない個人店がたくさんありました。本屋さんとか文房具屋さんとかコロケの美味しいお肉屋さんとか。それって、ここにしかない文化ですよ。それがすごく大事だったんです。今、駅前には個人店が入れるような家賃じゃありません。ただ藤が丘というのは人が多いので、シャッター街にはならないんです。そして便利ではあるが、どこにでもある表情の街になってしまった。このご時世でだんだん物販が減って、飲み屋さんが増えていって、繁華街化している。僕らみたいな物販の屋間のお店は、隅の方にポツンポツンとある状態です。今後は文化を感じるまちづくりをやっていっていただきたいですし、そういうセンスを容認できる街の人間でもありたいと思っています。

【久保】意外にいろんなことにチャレンジする場所がないんですね。確かに地価は高いし、気軽にあそこで物を売り買いするのは難しいのかもしれませんが。瀬口先生から、「小さな成功体験の積み重ね」というお話がありました。まさに長久手のリリモテラスは市民を巻き込みながら設計を進めて、実証実験的なこともたくさんやってきました。これをやりたいと言った市民の人たちが小さなことをやって、それが成功を重ねることで主体的になっていった。まだできてすぐですが、運営側に市民が「こうやって使いたい」と自発的に言ってくるが増えてきたらいいです。そういう体験ができる場所がもっと増えるといいと思います。そうすることで、自分たちの街にもっと愛着を持つでしょうし、藤が丘のファンがもっと増えてくると、もっと楽しい街になるんじゃないかと思いました。

【恒川】ありがとうございます。いろいろお話をうかがいました。ポテンシャルがある街だ、住みやすい街だ、でも意外にチャレンジする場所がないとか。来年ジブリパークが開園するということで、名古屋市も都市計画的にやるべきことが山積みだと思います。

しかし、瀬口先生がおっしゃったように、ここにはプレイヤーがいっぱいいる。今日は幹事をしていた

だきました愛知淑徳大学もそうですし、愛工大、県立芸大ほか、藤が丘を拠点にしている、あるいは近い大学の方がたくさんいらっしゃる。できることもたくさんありそうだ。今日学生さんからもたくさんアイデアをいただいて、その中にはすぐにでもできるものがあるかもしれない。ぜひ、今日の議論を今後につなげてほしいと思います。そして、これから藤が丘のまちづくりに対して意見を発信して、それを形にしていく。まちづくり協議会や商店街振興組合や様々な方と、また大学も建築だけでなく様々な大学と連携していく場を設けて、できることは何かをより具体的に議論できるようにしていけたらいいと思います。今日はありがとうございました。

データを活用したウォーカブルなまちづくり ～GPSデータ分析と歩行空間評価による地域特性の把握～

名古屋都市センター 調査課 伊藤 亜由美

1 はじめに

近年、全国で多様な人々の交流・滞在を促進するウォーカブルなまちづくりが進められている。昨年度には、国が都市再生特別措置法を改正し、「居心地が良く歩きたくなる」まちなかを創出する制度を盛り込む¹⁾など、これからのウォーカブルは単なる歩きやすさだけでなく、滞留を創出する居心地のよい空間が求められている。

名古屋市でもウォーカブルなまちづくりを推進しているが、具体的な検討をするためには、その道路環境や利用状況など地域特性や、歩行者ニーズを把握する必要がある。歩行に関するデータとしては、歩行者通行量調査が行われてきたものの、各地点での量を把握するのみで、広域な歩行行動を把握することはできない。また、歩行者ニーズを把握できるような滞留空間も整備されていない。

そこで、本研究では、今後まちづくりが進展する中でウォーカビリティの導入が求められる金山駅周辺エリアをフィールドとして、GPSデータやアンケート結果等を活用し、地域特性を踏まえたウォーカブルな空間デザインの方向性を導きだした。

本稿では、歩行空間評価と、GPSデータ分析による地域特性の把握を中心に紹介する。

2 金山駅周辺の概要

金山駅は、市営地下鉄、JR、名鉄の3社5路線が集まっており、鉄道乗降客数が名古屋駅に次いで多く、バスターミナルやタクシー乗場、シェアサイクルもある交通結節拠点である。金山駅800m圏は、北は東別院駅、南は西高蔵駅付近まで広がっている。駅周辺や幹線道路沿線は商業施設が多く、専門学校が点在している。



図1 金山エリア建物用途別現況図²⁾



図2 道路軸に隣接する街区と周辺施設

業務施設は駅周辺から広く立地しており、周辺部には住宅施設が広がっている(図1)。

名古屋市では、平成29年策定「金山駅周辺まちづくり構想」に基づき、名古屋市民会館の機能更新やアスナル金山の再開発の検討など、まちづくりを推進している。この構想では、駅に直結する南北の通りをシンボル軸、駅に隣接する幹線道路の大津通をにぎわい集積軸と位置づけ、駅を起点としたウォーカブルな空間形成を目指している(図2)。

3 歩行空間の評価

(1) 評価の概要

駅周辺の主要な歩行空間の居心地のよさを把握するため、シンボル軸、にぎわい軸の4つの軸について、「まちなかの居心地の良さを測る指標(案)³⁾」を参考に調査票を作成し、まち歩きによる現況評価を行った。

ハード環境は、歩きやすさ、アクセスのしやすさ、滞留のしやすさ、景観・雰囲気4分類(表1)について、例えば、気軽に座れる段差やイスがあるかは、あちらこちらにある場合は4点、どこにもな

表1 ハード整備調査票の概要

分類	項目
歩きやすさ	アスファルト以外の化粧材が整備されている 車両進入口が設けられていない など
アクセスのしやすさ	エリアの情報案内板が整備されている 近くに公共交通がある など
滞留のしやすさ	気軽に座れる段差やイスがある 日陰となる動線や場所がある など
景観・雰囲気	植物が設けられている 街灯/街路樹に装飾が設けられている など

表2 快適性調査票の概要

分類	項目
歩きやすさ	自分のペースで立ち止まらずにずっと歩ける 夜一人で歩いても不安にならない など
滞留のしやすさ	すぐに座れる場所が見つかる 体感温度による不快感がない など
景観・雰囲気	まちの景観が整っていると感じる まちの雰囲気を良くする工夫を感じる
建物の多様性・雰囲気	オシャレだと感じる建物・お店がある 子供連れでも入りやすいお店がある など
人の交流・雰囲気	楽しそうにしている人が多いと感じる

い場合は1点と、滞留するための空間が備わっている状態を4点として4段階評価で採点した。快適性は、歩きやすさ、滞留のしやすさ、景観・雰囲気、建物の多様性・雰囲気、人の交流・雰囲気の5分類(表2)について、訪れた人が居心地がいいかという視点で歩いてみた現場の環境から感じられることを「そう思う」から「そう思わない」の4段階評価で採点した。

(2) 評価結果

全項目の合計を100点換算した点数と、分類ごとに項目を平均した値で評価した(図3)。

シンボル軸北は幅員15mで、駅からアスナル金山を通り市民会館につながる軸で、幹線道路から一本入った落ち着いた通りである。沿道に大型商業施設、飲食店が立地しており、並木や公園があるなど、緑の多い空間である。滞留できるハード環境は整備されていないが、快適性での滞留のしやすさ評価が他の通りより高い。

シンボル軸南は幅員10mで、金山南広場からつながる。ホテルや保育園、薬局、多国籍料理の飲食店など多様な施設が立地しているが、沿道は緑が少ない。ハード環境の整備の評価が最も低く、沿道に植物がないなど、他の通りに比べて景観・雰囲気の評価が特に低い。

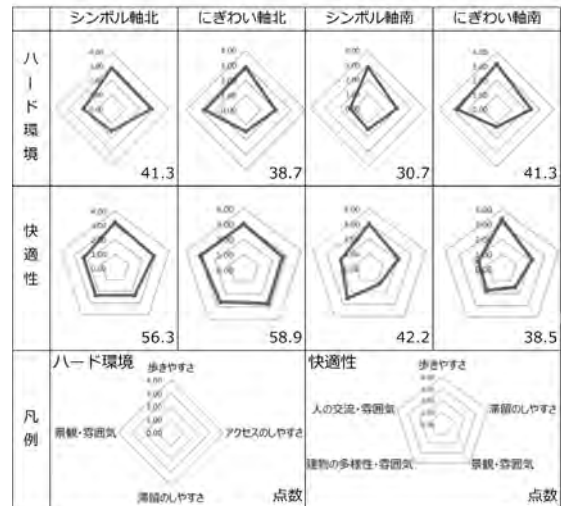


図3 軸別評価結果

にぎわい軸の天津通は幅員30mほどで、北は栄、南は熱田神宮につながる。北から南まで、無電柱化、街灯デザインなど景観に配慮されているが、車の騒音が滞留のしやすさの評価を下げている。にぎわい軸北は、西側に市民会館、東側に専門学校や飲食店が立地し、専門学校に滞留できるオープンスペースが整備されている。楽しそうに歩くグループが多く、人の交流・雰囲気の評価が他の通りより高いなど、快適性の評価が最も高い。

にぎわい軸南は、沿道に飲食店が立地しているが後背地は住宅施設である。駐車場を含む車両進入がないなどハード環境はにぎわい軸北より高評価なもの、快適性の評価が低い。

本研究で調査した4つの軸は、歩きやすい環境が整っているが、一部座れる場所があるものの滞留しやすい空間は整備されているとはいえない。緑の量や人通りの違いで歩いて感じる快適性は北エリアの方が高い傾向があった。

4 GPSデータ分析

(1) データの概要

歩行行動の現状を把握するため、詳細な位置情報が取得できるGPSデータを使用した。株式会社Agoopが提供するGPSデータ「ポイント型流動人口データ⁽¹⁾」には、デイリーID、年月日、時刻、緯度、経度、GPS精度(m)、移動速度(m/s) (一部のみ)などのデータ項目がある。コロナ禍の影響を受ける前の2019年10月のデータを使用し、金山地域が含まれる中区と熱田区の1日当たりの平均ログ数は、2区合計で2~3万人であった。分析データは、雨天の影響を除くため、昼間時間帯に降雨量がゼロの日を対象とした。

(2) 移動の傾向

駅周辺の主要な歩行空間の移動の傾向を見るため、シンボル軸、にぎわい軸の各区間を利用したユーザーが同日、他に利用した道路区間を集計した(図4)。

同一ユーザーの2地点間の距離と時間差から区間ごとの移動速度を算出し、移動速度が1,67m/s(分速100m)より小さいポイントの並びを「徒歩」と判断した。また、徒歩のポイントを道路中心線⁽²⁾の最近傍のリンクに割り当てて集計した。

移動の傾向として、北エリアへ大きく広がっており、どちらも軸に隣接する街区に移動が広がっていることから、軸周辺の施設の利用者が多く、北エリアの施設を利用する人のメイン通りとなっていると考えられる。シンボル軸北の利用者は伏見通と天津通に挟まれたエリアを中心に広がっていることから商業施設や業務施設の利用者が多く、にぎわい軸北は北東エリアにも広がっており、特に専門学校周辺の利用者が多いことから、学生や社員の利用が多いと考えられる。

一方、南エリアへの広がり小さい。シンボル軸南の利用者の移動もシンボル軸北と同様に

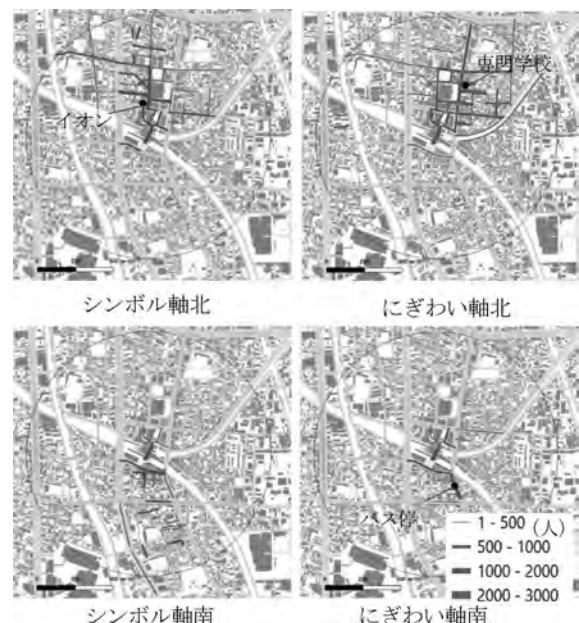


図4 軸別の移動軌跡

伏見通と大津通に挟まれたエリアに多少広がっているが、移動量の多いリンクが連結していない。区画が細かく細道路も多いことから、移動が分散していると考えられる。にぎわい軸南の利用者は、駅周辺しか利用しておらず、バス停利用者が多いと考えられる。

全体的に、移動範囲は駅周辺の商業施設に集中しており、南北は、シンボル軸をつなぐ駅内の連絡通路橋までの移動に留まっている。

(3) 滞在の傾向

エリア内の滞在の傾向を、既存分析事例⁴⁾を参考に把握した。停止状態(移動速度ゼロ)が5分以上継続している点を「滞在」と判定した。

金山駅800m圏内の時間帯別滞在人数は、

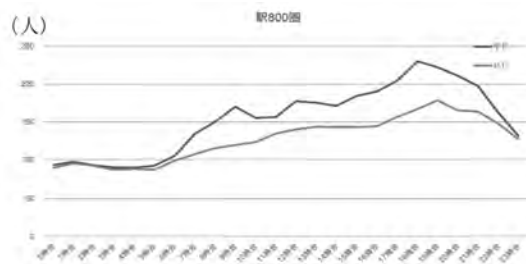


図5 時間帯別1日当たり滞在人数

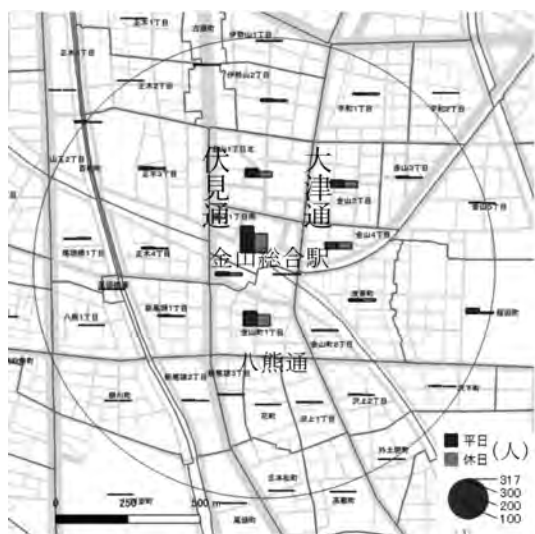


図6 主な町丁目別1日当たり滞在人数

平日が多く、移動時間帯の朝、昼、夕方に増加し、18時~19時台がピークとなっている(図5)。

1日当たりの滞在人数を主な町丁目別に見ると、金山駅やアスナル金山を含む金山1丁目南(中区)のエリアが最も多く、滞在者は、ほぼ駅周辺に集中している。次いで、シンボル軸南とにぎわい軸南の西側を含む金山町1丁目(熱田区)、シンボル軸北、にぎわい軸北の西側を含む金山1丁目北(中区)のエリアの滞在も見られる(図6)。これは、夕方の時間帯に滞在者が多いことから、駅周辺の飲食店に訪れていると考えられる。

軸に隣接する街区の滞在人数は、にぎわい軸北が最も多く、次いでシンボル軸北、シンボル軸南、にぎわい軸南の順となっている(図7)。街区

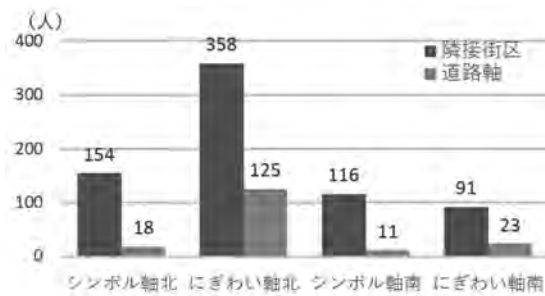


図7 軸に隣接する街区の滞在人数

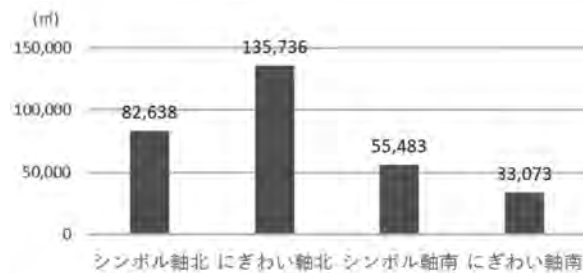


図8 軸に隣接する街区の建物延床面積

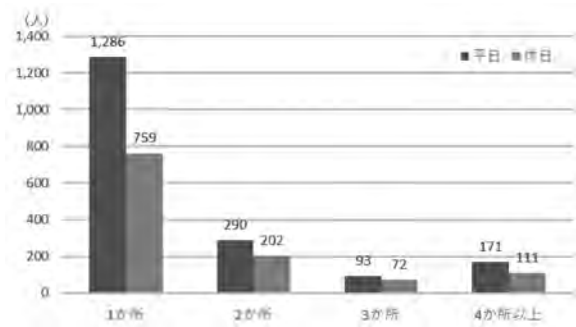


図9 1人当たりの滞在メッシュ数

内建物の延床面積が広いほど滞在人数も多い傾向にあり、専門学校や市民会館など目的性の高い施設が影響していると考えられる(図8)。軸上での滞在は、にぎわい軸北以外ではほとんどみられない。にぎわい軸北は、沿道の専門学校に滞留スペースがあり、学生の滞留があると考えられる。

また、回遊の傾向を把握するため、同一メッシュ内に5分以上滞在したポイントデータについて、滞在地点をつなぐ動きをトリップとして100mメッシュで集計した。1人当たりの滞在メッシュ数は平休共に1か所が最も多く、2か所以上回遊するのは30%程度であった(図9)。目的地と金山駅周辺での滞在に留まっており、地区内の回遊は少ないと考えられる。

5 地域特性の整理

歩行空間の評価とGPSデータを用いた歩行行動の分析結果から、金山駅周辺の地域特性を整理する。

歩行空間の評価では、軸毎の歩きやすさや滞留のしやすさを点数化し、歩行空間のハード環境や快適性の実態を把握することができた。GPSデータ分析では、軸や南北での移動傾向の違い、エリアや時間帯による滞在状況の違いなど、地区スケールの歩行行動の実態を把握することができた。

地域の特徴としては、交通の利便性の高さから多くの駅利用者が訪れるものの、滞在は商業施設が集まる金山駅近くに集中しており、周辺への広がりが小さいことが確認できた。飲食店のあるエリアは、夕方時間帯になると滞行者が増える傾向にある。また、回遊は駅周辺と目的地との往復が多く、線路を跨いだ南北の回遊はほとんどみられない。

歩行空間の快適性の評価が高いシンボル軸

北、にぎわい軸北は、軸に隣接する北や東の街区に利用が広がっており、北エリア利用者のメインの通りとなっている。しかし、現状は通勤や通学など目的地との往復で通行するのみと考えられる。滞行者は、目的性の高い施設が多く立地するにぎわい軸北周辺の方が多く、沿道の滞留スペースの活用も想定される。

にぎわい軸南は、快適性が低く、目的性の高い施設が少ないためか、移動の広がり小さく、滞行者も少ない。バス停利用者の利用が中心で、昼間時間帯は特に人が少ないと考えられる。

シンボル軸南は、他の通りと比べて建物の多様性・雰囲気は高いが、他の評価は低く、軸に隣接する街区への移動や滞在は少ない。さらに南エリアへの利用もあるが、街区が細かく他の道路へ分散し、広がりが限定的である。

同水準で整備されている空間でも、訪れた人が居心地がいいかという視点に立った評価には差があり、GPSデータの分析からも、快適性の評価が高い通りの方が移動の広がりが大きい傾向があることがわかった。また、隣接街区の目的性の高い施設や歩行空間の滞留スペースの有無も影響があると考えられる。

6 おわりに

本稿では、近年のICT技術の進展や国の動向などを踏まえた地域特性の把握方法を紹介した。

居心地の良さを測る指標による歩行空間の評価により、その空間に不足しているウォーカビリティの要素を把握することができ、緯度経度を持つGPSデータを分析することにより、移動や滞りの傾向など行動実態を把握することができた。

このように、まちづくりの計画段階でデータを活用することは、感覚で捉えていた特徴や課題を視覚的・定量的に見せることができ、まちづくり

を検討する上での基礎資料として有効である。

GPSデータ活用の留意点としては、取得頻度や精度にバラつきがあり、精度の高いデータを使用する場合はサンプル数が少なくなる、移動の傾向や少しまとまったエリアの滞在傾向の把握は有効だが、道路空間など狭い範囲の分析は精度面でやや限界がある、という点があげられる。

本研究では、このように把握した地域特性と、webアンケート調査を組み合わせ、ウォーカブルな空間デザインの方向性を導き出した。アンケート調査からは、属性による歩行空間の価値観の違いや、ウォーカブルな街並みのデザイン要素が屋外の過ごし方に与える影響などを明らかにした。詳細は、研究報告書⁵⁾にまとめてあるので、参照いただきたい。

本研究が今後のウォーカブルなまちづくりの一助となれば幸いである。

付録

- (1) 本データは、キャリアは問わず、スマートフォンのアプリから収集した位置情報等であり、情報収集と第三者提供を許諾したユーザーのデータのみ収集され、秘匿化処理を施し製品化されている。
- (2) 道路中心線2020データ、地理院地図Vector（仮称）提供実験（国土地理院）をもとにコンソーシアムGISコンソーシアムジャパンが作成。

参考文献

- 1) 国土交通省：「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくり～ウォーカブルなまちなかの形成～,2020.
https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_tk_000072.html
- 2) 名古屋市住宅都市局：名古屋市都市計画基礎調査・建物用途別現況, 2016.
- 3) 国土交通省：「まちなかの居心地の良さを測る指標

(案)」,2020.

https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_fr_000009.html

- 4) 清水光輝・西宏章・岸本達也：スマートフォンの時空間情報を用いた街路網における歩行者密度および速度の推定, 日本都市計画学会都市計画報告集No. 18, 2019.
- 5) 伊藤亜由美：データを活用したウォーカブルなまちづくり～金山エリアをフィールドとして～, 調査研究報告書, 2020.

中小企業の地域防災への 貢献の可能性に関する調査

名古屋都市センター調査課 濱内 洋孝

1 はじめに

2021年で平成23年東北地方太平洋沖地震（東日本大震災2011年）より10年が経過した。本地域においては、今後30年以内に70～80%の確率で南海トラフにて大地震が発生すると予想されている。

南海トラフ巨大地震のような甚大な被害を及ぼす地震に備え、行政は公共インフラの耐震化といったハード面の対策を進めるとともに、事業者を含めた地域の住民同士の助け合いの体制を構築しソフト面における防災・減災の取り組みを進めていく必要がある。

阪神淡路大震災（1995年）において救助された住民の約80%は、消防、警察及び自衛隊といった公的な救助ではなく、地域住民によるいわゆる「共助」により助かった命であったと指摘されている。（出典：内閣府防災白書）

しかしながら、行政における現行の取り組みは市民の啓発、自治会等の住民を主体とした地縁組織の活性化に偏重しており、地域の企業を巻き込むことが十分にできていないのではないかと。

そこで、事業者を含めた、産官民の連携による災害に強いまちづくりの取り組みを推進する第一歩として、地域社会とのつながりが強いと思われる地場の中小企業の持つ社会貢献の意識を明らかにするとともに、地域防災力の向上を目指す取り組みへの参画の可能性を明らかにすることを試みた。

2 現況整理

①名古屋市内における中小企業の割合

大企業に比べ中小企業の事業所は住居地域や準工業地域でも住宅などと混在しており、地域社会や住民にも身近な存在であり、地域防災力の向上に寄与する可能性が高いと思われる。

そこで、名古屋市内の事業所数の中で、中小企業が占める割合について示す。

名古屋市が発行する「産業の名古屋2018」によると、市内の事業所総数約11万5千事業所のうち98.6%が、中小企業に定義される（従業員数要件により算定）事業所である。また、市内事業所の従業員の総数は約140万人で、そのうちの約103万人が中小企業で働いている。このように、大都市と言える名古屋市内においても中小企業の割合は高く、地域社会や住民に近い存在であると言える。

②用途地域と災害危険度の可視化

市内の事業所の多くは中小企業であることが分かったが、地域内に事業所があることで、働く現役世代である従業員が、地域の高齢者など要配慮者を助ける側に回ることも期待できる。しかし、会社の事務室や工場の建物など働く場所の施設が安全でないと、従業員も被災することになり、市外からの従業員は帰宅困難となる可能性も高い。

そこで、南海トラフ巨大地震の揺れによる建物の倒壊の危険性や津波による浸水被害の想定など、災害の危険性が高いエリアに立地してい

る事業所の数を調べた。

南海トラフ巨大地震の揺れが震度6強となる範囲と津波の浸水が想定される、おおよその範囲を示す太線を、名古屋市の用途地域を下図にして重ね合わせたものを次の図1示す。



図1 用途地域とハザードの重ね合わせ

名古屋市では、東部の丘陵地には住居系の用途地域が指定されており、市内の中心部は商業系が指定されている。2つのハザードが重なる南西部には工業系の用途地域が指定されており、南海トラフ地震における災害の危険度が高いことがわかる。また、立地する事業所は、製造業



図2 建物全壊率と立地する事業所数

等の事業所が多くを占めていると推察される。

図2は、名古屋市の用途地域を下図に、「建物全壊率」を重ね合わせ、区ごとの事業所数を表示したものである。建物全壊率が20%を超える範囲が広がっている北区、西区、中村区、中川区、港区、南区、熱田区に立地する事業所数を集計すると、市内事業所の約11万5千事業所のうち、5万2千事業所がこのエリアに立地している。このように、土地の用途とハザードを重ね合わせ可視化することで、住居系の用途地域に比べ、工業系の用途に指定されている地域ほど災害の危険度が高いことがわかる。

市内では、約140万人が働いていることから、自宅以外で被災する可能性も視野に入れ、勤務先事業所の土地や建物の災害危険度を調べることで、勤務先での災害について、経営者と従業員の各自が備えておく必要がある。

3 調査内容

①アンケート調査の概要

働く場所としての事業所の災害リスクの認知と災害への備え、地域とのコミュニティの関連性を調べるため、「愛知中小企業家同友会」の協力を得て、市内に事業所を置く会員企業2057社の経営者を対象に、災害危険度（ハザードマップ）の認知状況、自社における防災・減災の取り組み状況、地域交流の現状と今後の地域との交流の意向について、アンケート調査を実施した。

（246社が回答、回答率12%）

回答企業の属性は、従業員規模が50人以下の事業所が225社で、全体の91%であった。そのうち10人以下の小規模事業所が141社と最も多く、全体の57%を占めていた。

本稿では、その調査結果をもとに、中小規模の企業の地域防災への貢献の可能性について簡単な考察を行った結果を報告する。

②災害危険度の認知状況とレベル分類

まず、名古屋市が公表している、南海トラフ巨大地震の発災時に想定される、1震度、2液状化のおそれ、3津波浸水と、4大雨、台風等による内水・洪水の4つのハザードマップの災害危険度の認知状況を調べた。次に、それらの認知数により意識レベルを「意識高：3,4項目知っている」、「意識中：1,2項目知っている」、「意識低：いずれも知らない」の3段階で分類したものが図3である。

全体として、約8割の中小企業の経営者は災害の危険度について、いずれかの項目を知っていたが、回答企業の20% (50社) は「いずれも知らない」と回答しており、まだまだ依然として、災害に対する意識が低いこと、災害危険度の周知が足りていないことがわかった。

次に、その認知状況をもとに、自社における事業継続計画 (BCP) 等の策定など災害への備え、地域との関りの現状、今後の地域との関りの意向についての調査結果とクロス分析することで、災害への意識レベルとそれらの関連性について調べた。

③事業継続計画 (BCP) 等の策定状況

災害への意識レベルと事業継続計画等 (以下BCP等) の策定状況との関連について示す。

災害に対し意識が高い「3,4項目知っている」中小企業では、BCP等を策定している割合が約20%と相対的に高いのに対し、「何も知らない」と答えた中小企業では、策定済みは6%にとどまり、今後の予定についても「策定する予定もない」と回答した割合が26%と最も多かった。

このことから、中小企業の経営者層が自社の立地場所の災害危険度を知っていることが、BCP等の計画を策定する動機となり、実際の策定にもつながっていると考えられる。(図4)

④立地する地域との関りや交流の状況

災害への意識レベルと地域との関りや交流の現状の状況との関連性について調べた。(図5)

災害に対して意識が高い中小企業ほど「交流している」と回答した割合が高いことがうかがえる。一方で、災害に対し意識が低い中小企業では地域と「交流している」と回答したのは、26%にとどまった。

⑤今後の地域での防災訓練や、

その他地域活動などへの参加の意向

災害に対し意識が高い中小企業は、自治会や町内会にも加入し、地域と積極的に交流している割合が高く、平時からも良好な関係性を築いていることがわかったが、今後の地域活動への参加の意向に対しても、現状と同様に約9割の企業が前向きな意向を持っていた。(図6)

しかし、災害に対し意識が低く、現状の地域交流も希薄であったグループにおいても、災害を見据えた、今後の地域での防災訓練やその他地域活動への意向としては、約8割の企業が前向きな意向を持っていることが分かった。

現状は、災害への意識が低い中小企業の経営者も、災害を見据えた防災訓練等の活動や立地する地域との助け合いの必要性について感じていると言える。

4 おわりに

「安心・安全なまちづくり」を行政だけで進めることには、限られた人員と予算の中で限界がある。災害の危険性を認知している中小企業の経営者ほど、災害に対する備えを行っており、また日ごろの地域との交流も多く、地域貢献に対する意識や地域防災への意識も高いことが明らかになったことは、注目すべき点と考える。

大規模災害の被害を完全に防ぐことは難しいが、民間企業が保有している資産や資源を、災害時のリソースとして活用することを考え、企業と地域住民と行政がつながり、平時から連携を強化しておくことで、地域防災力の向上につながり、災害が起きても速やかな復旧と復興が実現できることが期待される。

本研究が、中小企業や産業界の防災力の向上と地域防災力の向上、今後の減災・防災まちづくりの参考となれば幸いである。

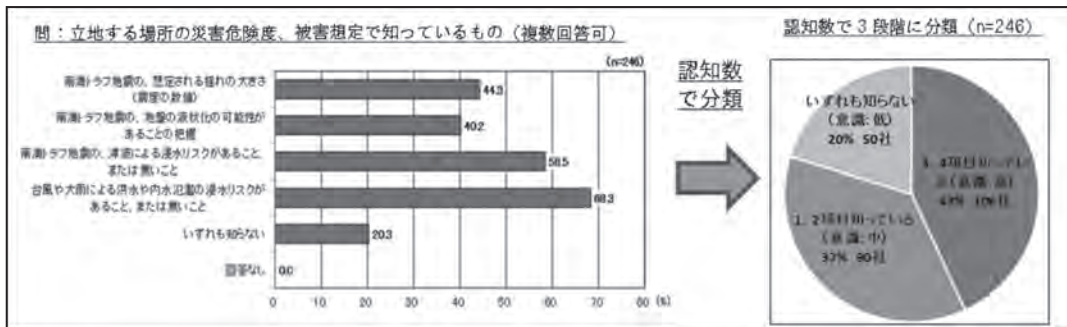


図3 災害危険度の認知状況とレベル分類

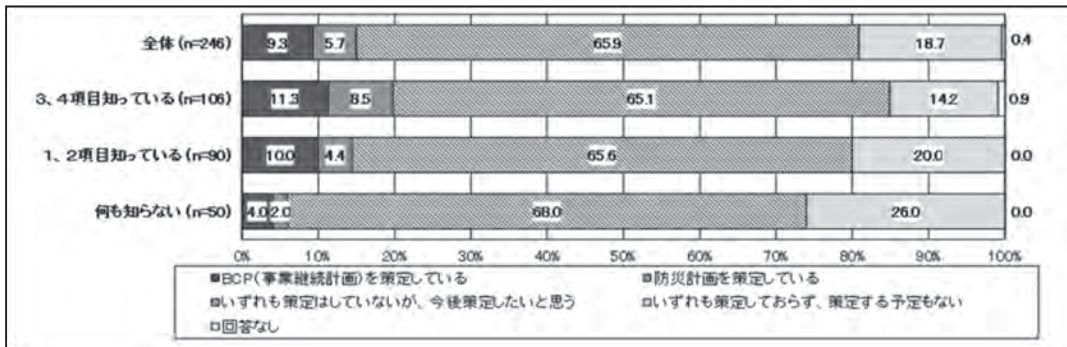


図4 事業継続計画等の策定状況

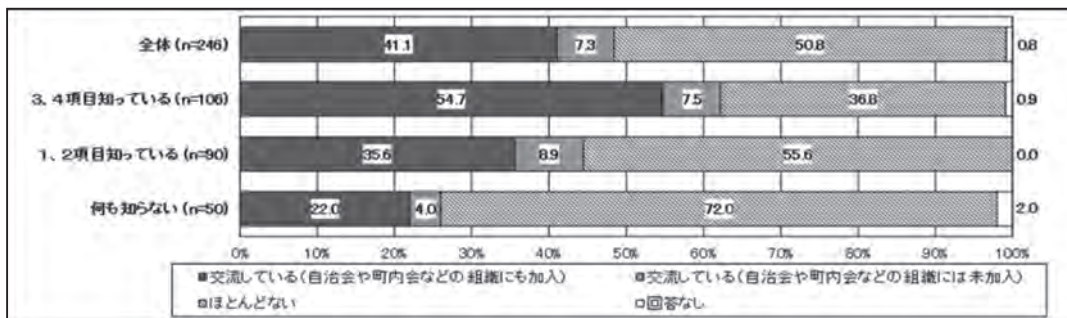


図5 立地する地域との関りや交流の状況

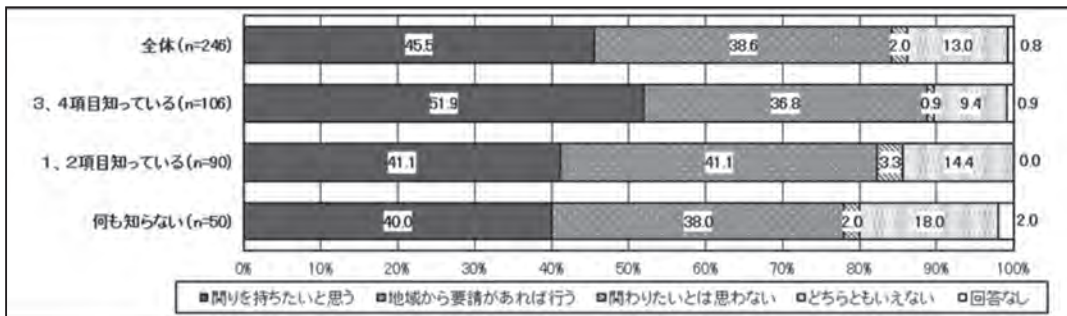


図6：今後の地域での防災訓練や、その他地域活動などへの参加の意向

ポストコロナのライフスタイル変化を捉えた これからの名古屋のまちづくりについて

名古屋都市センター 調査課 矢野 孝幸

1 はじめに

1.1 調査研究の背景・目的

新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」とする）の拡大に伴い、新しい生活様式に基づく日常生活、在宅勤務や時差出勤、オンライン会議といったこれまでに経験したことのなかったライフスタイルの実践を余儀なくされた。内閣府調査では、仕事への向き合い方が変化した人の割合が約60%に上るなど、自身の働き方や生活に対する意識変化があったことも報告されている。¹⁾

こうした意識変化を捉え、これからのまちづくりを考えていくことは肝要である。そこで、本調査研究では、コロナ感染拡大に伴う人々のライフスタイル、特に「働く（ワークスタイル）」の観点から、ポストコロナにおけるまちづくりにおいて考慮すべきことを把握する。そして、リニア中央新幹線開業に伴うスーパー・メガリージョンの形成を見据えた三大都市圏の中での名古屋の役割の観点から成長し続ける名古屋のまちづくりについて提案することを目的とする。

1.2 調査研究の進め方

本調査研究は、ポストコロナのワークスタイル/意識変化を各種統計データ、企業ヒアリング、アンケート調査から考察し、把握した変化と名古屋のリソースを組合せ、ポストコロナにおける名古屋のまちづくりを提案する。

なお、本稿では紙面の都合により、アンケート調査の結果を中心に掲載し、触れられなかった

内容もある。本編は名古屋都市センターホームページに掲載している研究報告書をご参照いただきたい。

(<https://www.nup.or.jp/nui/user/media/investigation/reporttr02/04honnpenyano.pdf>)

2 ワークスタイルに対する意識とその変化・ニーズの把握

2.1 アンケート調査の概要

コロナを契機とした就業者の意識・ニーズを把握することは、これからのまちづくりを検討するにあたり肝要である。そこで、名古屋市内及び東京23区内の就業者（以下、「名古屋ワーカー」または「東京ワーカー」とする）を対象として、働き方に関するアンケート調査を表1のように実施した。

表1 アンケート調査の概要

調査方法	インターネットによるアンケート調査（調査会社・調マクロミル）
調査期間	2021年1月14日～18日
調査対象	名古屋ワーカー（愛知・岐阜・三河から名古屋市へ通勤している就業者）及び東京ワーカー（東京・神奈川・千葉・埼玉から東京23区へ通勤している就業者）※20～50代の男女、職業（公務員、経営者・役員、会社員）を対象
サンプル数 n=1,062	名古屋ワーカー1 n=638（名古屋市336、その他豊田県168、岐阜県488、三重県48） 東京ワーカー2 n=424（佐世川1区1東京23区148、その他東京23区88、神奈川県188、千葉県188） ※年代4区分での均等割り及びテレワーク経験の有無によって均等ずつ割り ※居住内訳は、平成27年国勢調査における就業者の居住地割合を参考に割り
調査項目	1. 回答者属性/2. 働き方について/3. 働く場所について/4. その他

2.2 アンケート調査の結果

(1) スクリーニング調査

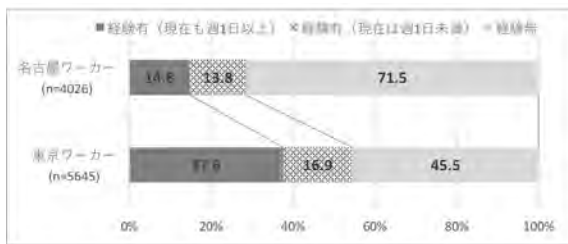
回答対象者の絞り込みを行うため、スクリーニング調査（n=9,671）を実施した。これよりコロナ禍における名古屋/東京ワーカーの働き方の大きな傾向を把握する。なお、調査項目は“居住地/職業/テレワーク経験の有無と現在の実施頻度/所属する会社の業種/職種/主なワークスタイル（内勤、外勤、接客等）/あなたの仕事についてオフィスへの出勤・テレワークをどちらで

も選択できるとしたらオフィスへの出社は週に何日必要か”について調査を行い、その結果の一部を表2及び図1にそれぞれ示す。

表2 回答者属性 (スクリーニング調査)

		名古屋ワーカー (n=4,026)	東京ワーカー (n=5,645)
性別	男性	62.9 %	59.9 %
	女性	37.2 %	40.2 %
年代	20代	20.9 %	24.0 %
	30代	26.5 %	25.9 %
	40代	26.4 %	26.0 %
	50代	26.2 %	24.1 %
主なワークスタイル	内勤	55.2 %	69.7 %
	接客	11.4 %	9.7 %
	運送・販売・清掃	19.3 %	8.5 %
	接客・その他	13.2 %	17.1 %
会社の形態	製造/出版/印刷業	78.2 %	17.6 %
	情報通信業	3.4 %	9.9 %
	サービス業	8.3 %	14.3 %

図1 テレワーク経験の有無と現在の実施頻度



名古屋ワーカーは“製造/出版/印刷業”の回答割合が、東京ワーカーの“情報通信業”、“サービス業”の回答割合がそれぞれ相対的に高い。

「テレワーク経験の有無と現在の実施頻度」より、名古屋ワーカーの約30%、東京ワーカーの約50%がテレワークを経験し、経験者のうち“現在も週1日以上実施している”割合は、東京ワーカーは約70%に対し、名古屋ワーカーは約50%に留まっており、相対的に東京ワーカーの方がテレワークは浸透している。

(2) 本調査

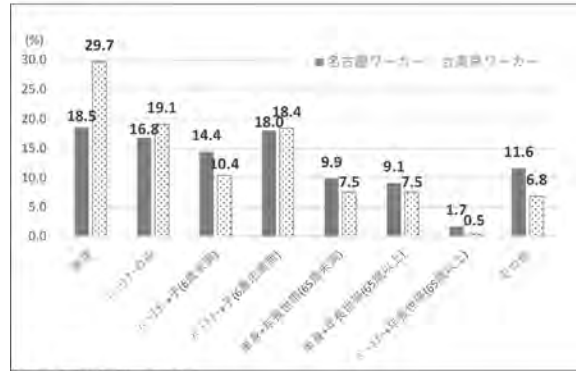
①回答者属性

本調査における回答者属性を表3及び図2にそれぞれ示す。居住形態は、名古屋ワーカーの一戸建ての割合が約50%に対し、東京ワーカーは約30%に留まる。東京ワーカーの“単身”の割合は約30%と名古屋ワーカーに比べ約10%大きい。

表3 回答者属性 (本人調査)

		名古屋ワーカー (n=4,285)	東京ワーカー (n=4,241)
性別	男性	60.9 %	60.1 %
	女性	39.2 %	39.9 %
会社の形態	製造/出版/印刷業	19.9 %	13.2 %
	情報通信業	6.7 %	12.3 %
	サービス業	12.4 %	14.2 %
居住形態	一戸建て (持家)	51.4 %	32.1 %
	集合住宅 (持家)	12.9 %	21.5 %
	集合住宅 (賃貸)	33.4 %	43.2 %

図2 同居者 (家族構成)



注) 単身: 同居者はいない世帯
 単身・年長世帯: 親や祖父母との同居世帯 (パートナーはいない)
 パートのみ: 夫婦等のみの世帯 (子どもはいない)
 パート+子 (6歳未満): 夫婦等と子ども (6歳未満) の世帯
 パート+子 (6歳未満無): 夫婦等と子ども (6歳以上) の世帯
 パート+子 (6歳未満)・年長世帯: 夫婦等と子ども (6歳未満) と親 (祖父母) との同居世帯

②「働き方」、「働く場」の現状

名古屋/東京ワーカーの現状の働き方や働く場の結果を図3に示す。「通勤時間」は、“45分未満”と回答した名古屋ワーカーは約50%に対し、東京ワーカーは約25%に留まる。「主な通勤手段」について、東京ワーカーの約90%が“電車・地下鉄”を利用しているのに対し、名古屋ワーカーは約60%である。一方、“自動車・バイク”を利用している名古屋ワーカーは約30%に対し、東京ワーカーでは約6%である。「余暇時間」は、名古屋/東京ワーカー間の違いはほとんど見られない。「テレワークの実施頻度 (1週間当たり)」について、“5日以上 (完全テレワーク含む)”との回答割合は東京ワーカーが名古屋ワーカーよりも約10%高く、相対的に東京ワーカーは高頻度でテレワークを実施している。

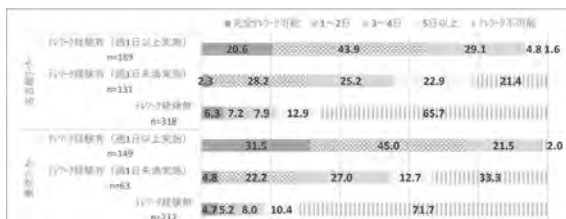
図3 働き方/働く場の現状



注) 対象者は、スクリーニング調査において、“現在も週1日以上テレワークを実施している”と回答したワーカー

名古屋/東京ワーカーともに“テレワーク経験有(週1日以上実施)”の約95%がコロナ収束後においてもテレワークを希望しており、“テレワーク経験有(週1日未満実施)”の約55%がテレワークを希望している。また、東京ワーカーの“テレワーク経験有(週1日以上実施)”のうち、“完全テレワーク可能”との回答割合は30%を超えており、名古屋ワーカーに比べ約10%高い。現在もテレワークを実施しているワーカーほどその継続意向が高く、東京ワーカーは完全テレワークを希望する割合が名古屋ワーカーに比べ相対的に高い。これらより、テレワークによる通勤時間の削減のメリットが、オフィスでの業務効率性を上回ると考える東京ワーカーが多いことが示唆された。また、テレワーク経験がないワーカーのおよそ20%がテレワークは可能であり、希望していることは特筆すべき点である。

図4 理想のテレワーク頻度(オフィスへの必要出社日数)



【理想のテレワーク場所】

先の3区分のうち“テレワーク経験有(現在も週1日以上実施)”を調査対象とし、理想のテレワーク場所を“自宅/サテライトオフィス/コワーキングスペース・シェアオフィス/喫茶店・カフェ

/公共空間(図書館・公園・その他)”から選択(複数回答可)してもらい、その回答を“自宅のみ”、“自宅+α”、“自宅以外”の3つに整理したものを表6に示す。なお、ここでの調査対象は、“現在も週1日以上テレワークを実施している”と回答したワーカーのうち、コロナ収束後の理想のオフィス出社日数を“テレワーク不可能”と回答した人を除いている。さらに、理想のテレワーク場所を選んだ理由について自由記述で回答してもらい、その結果をアフターコーディングし、“自宅のみ”、“自宅+α”、“自宅以外”に整理したものを表7に示す。

表6より、“自宅+α”もしくは“自宅以外”の回答割合は、名古屋/東京ワーカーとも約40%に上り、現状使用してはいないが、自宅以外での場所のニーズが示唆される。

表7より、「自宅のみ」を選んだ理由は、名古屋/東京ワーカーともに“通勤負担の軽減”が最も割合が高く、東京ワーカーの方が約8%高い。次いで、“リラックスできる/快適”、“設備・セキュリティ面の充足”との回答割合が高い。「自宅+α」を選んだ理由は、名古屋ワーカーは、“リラックスできる/快適”と“オンオフの切り替え”が同割合で最も高く、次いで、“集中できる”の割合が高い。東京ワーカーは、“リラックスできる/快適”の回答割合が最も高く、次いで“集中できる”の割合が高い。「自宅以外」を選んだ理由について、名古屋ワーカーは、“集中できる”の回答割合が

表6 理想のテレワーク場所

(単位:%)	自宅のみ	自宅+α	自宅以外
名古屋ワーカー(n=186)	56.5	21.0	22.6
東京ワーカー(n=146)	62.3	21.9	15.8

表7 理想のテレワーク場所を選んだ理由

(単位:%)		1.通勤負担の軽減	2.リラックスできる/快適	3.設備/セキュリティ面の充足	4.集中できる	5.自前/自給自足の利便	6.オンオフの切り替え	7.コワーキングスペース/シェアオフィス/喫茶店/カフェ	その他	なし
名古屋ワーカー	自宅のみ (n=105)	39.0	26.7	17.1	3.8	5.7	0.0	1.0	3.8	9.5
	自宅+α (n=39)	5.1	20.6	15.4	17.9	5.1	20.5	0.0	15.4	7.7
	自宅以外 (n=42)	2.4	11.9	9.5	21.4	0.0	4.8	0.0	23.8	40.5
東京ワーカー	自宅のみ (n=91)	47.3	22.0	12.1	4.4	9.9	0.0	6.6	4.4	6.6
	自宅+α (n=32)	15.6	31.3	12.5	18.8	6.3	12.5	0.0	9.4	6.3
	自宅以外 (n=23)	8.7	13.0	8.7	39.1	8.7	17.4	8.7	8.7	8.7

最も高い。

自宅でのテレワークを希望する割合は高かったものの、自宅でのテレワーク実施にあたり、集中できない/オンオフの切り替えができないといった課題もみられ、自宅以外での場所に対するニーズの可能性が示唆された。

⑤ワークスタイルの変革意向

「あなたはこれまで（コロナ感染拡大前（2020年2月以前）のワークスタイルを変えたいと思いますか。」の設問に対して、4段階（強く思う/思う/思わない/全く思わない）でその意向を調査した。この結果から、これからのワークスタイルに対する変革意向を把握する。“強く思う・思う”との回答割合について、属性別（性別/年代/テレワーク3区分/同居子どもの有無と6歳未満かどうか）の項目間による差の検定を行い、その結果を表8に示す。なお、検定は㈱マクロミルの提供する集計ソフトを用いて分析を行った。

名古屋/東京ワーカーともにこれまでのワークスタイルを変えたいとの回答割合は約60%であり、多くのワーカーがその意向をもっている。性別による違いは、名古屋/東京ワーカーともに女性のワークスタイル変革意向が男性に比べ

相対的に高い。また(男性)名古屋ワーカーの変革意向は54%に対し、(女性)名古屋ワーカーは62%と変革意向は女性の方が高い。名古屋/東京ワーカーともに「テレワークの経験があり現在も週1日以上実施している」ワーカーの変革意向はそれぞれ77%と他の2区分と比べ高い。また、「テレワークの経験があり現在は週1日未満実施」と「テレワーク未経験」の項目間について、名古屋ワーカーは有意な差があることにに対し、東京ワーカーには差がみられなかった。

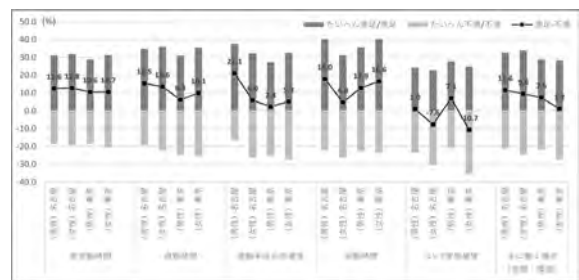
次に、性別による違いに着目して、名古屋/東京ワーカー及び性別による実労働時間や余暇時間といった各種ワークスタイルの満足度（たいへん満足/満足/どちらでもない/不満/たいへん不満）の結果を図5に示す。なお、5段階評価のうち、“たいへん満足”と“満足”、“不満”と“たいへん不満”の回答割合をそれぞれ合計し、その差分を“満足-不満”で示している。これより、（女性）名古屋ワーカーは、“余暇時間”と“テレワークの実施頻度”の満足度が男性に比べ相対的に低く、（女性）名古屋ワーカーのテレワークニーズの高さや余暇時間の充実を求めていることが示唆された。

表8 属性別のワークスタイル変革意向

属性	(単位%)	n	強く思う・思う	全く思わない・思わない
名古屋ワーカー		838	57.4	41.4
東京ワーカー		424	62.0	37.0
性別	(男性)名古屋ワーカー	388	54.1	44.8
	(女性)名古屋ワーカー	250	62.4	36.0
	(男性)東京ワーカー	255	61.6	37.6
	(女性)東京ワーカー	169	62.7	36.1
年代	(20代)名古屋ワーカー	158	62.0	33.9
	(30代)名古屋ワーカー	160	61.9	38.1
	(40代)名古屋ワーカー	160	55.0	44.4
	(50代)名古屋ワーカー	160	50.6	49.4
	(20代)東京ワーカー	106	64.2	33.0
	(30代)東京ワーカー	106	65.1	34.9
	(40代)東京ワーカー	106	63.2	35.8
	(50代)東京ワーカー	106	55.7	44.3
テレワーク3区分	(テレワーク有1日以上)名古屋ワーカー	189	77.8	21.7
	(テレワーク有1日未満)名古屋ワーカー	131	58.0	40.5
	(テレワーク無)名古屋ワーカー	318	45.0	53.5
	(テレワーク有1日以上)東京ワーカー	149	77.2	22.1
	(テレワーク有1日未満)東京ワーカー	63	58.7	41.3
(テレワーク無)東京ワーカー	212	52.4	46.2	
同居子どもの有無とその年齢	(同居子ども有6歳未満)名古屋ワーカー	96	68.8	31.3
	(同居子ども有6歳以上)名古屋ワーカー	153	55.6	44.4
	(同居子ども無)名古屋ワーカー	354	55.6	42.4
	(同居子ども有6歳未満)東京ワーカー	47	68.1	31.9
	(同居子ども有6歳以上)東京ワーカー	84	69.0	31.0
(同居子ども無)東京ワーカー	278	59.7	38.8	

注1) 軸の項目間の検定（有意水準） *：5%有意
 注2) 割合の合計が100%にならないのは、「コロナ感染拡大前は仕事をしていたが」の選択肢があったものの回答割合は1%程度であったため表中では省略

図5 性別間の各ワークスタイル満足度



(3) まとめと考察

これまでの結果より、ポストコロナのワークスタイルニーズをまとめ、名古屋/東京ワーカーとの比較を通じ、名古屋の特徴を踏まえたまちづくりの方向性を考察する。

①ポストコロナのワークスタイルニーズ

- ▼今後テレワークは一定程度浸透
- ▼オフィスの重要性はこれまでと変わらない
- ▼業務目的や使用シーンに応じた柔軟なワークスタイルを支える空間へのニーズ
- ▼自宅だけでないテレワークを支える場も必要
- ▼時間的/空間的「ゆとり」へのニーズ
- ▼女性の働きやすい環境を構築

②名古屋のまちづくりの方向性

名古屋の通勤時間は東京と比べた時に相対的に短く、通勤がしやすい自立的な都市構造が特徴である。通勤モードも鉄道のみならず、自動車利用も多いことから、ソーシャルディスタンスを確保しやすく、感染症に対するリスクも比較的低い。テレワークの継続状況や実施頻度をみると、東京ワーカーの方が名古屋ワーカーに比べより継続し、高頻度で実施している。これより、東京はテレワークしやすい産業構造であり、ワーカーにとっても長時間通勤をしなくてもよいことから、テレワークを受け入れやすい環境である。こうした動きを踏まえると、東京におけるセンターオフィスの位置づけは縮小し、郊外部の生活圏における働く場の充実が重要となる。一方、名古屋はテレワークのしにくい産業構造、通勤しやすい環境であることから、テレワークは一定程度浸透していくものの東京ワーカーに比べ限定的であると考えられる。これらを踏まえると、現在働いているオフィスの場所をより魅力的で快適な空間へしていきつつ、テレワー

クもしやすい多様なワークスタイルを支える環境を構築していくことが必要である。

4 ポストコロナにおける名古屋のまちづくり

これまで把握してきたポストコロナにおけるワークスタイルに対する意識と名古屋の進めるべきまちづくりの方向性、そこへ名古屋のリソース(魅力・資産)を組み合わせ、都市の将来像を描いていくことが重要である。本章では名古屋のリソースについて整理するとともに、提案の参考となり得る事例を紹介し、これからのまちづくりを提案する。

4.1 名古屋のリソース

名古屋のリソースは、「名古屋市都市計画マスタープラン2030」(2020年、名古屋市)において名古屋の特徴としても整理されているように、「空間的」、「時間的」、「経済的」の3つのゆとりである。この3つのゆとりに加え、リニア開業による最大の2時間圏人口をもつ名古屋の「新しい立地条件」である。²⁾このリニア開業による名古屋の「新しい立地条件」を前提にこれからの名古屋の役割とまちづくりを考える必要がある。一方、東京、名古屋、大阪それぞれのオフィス貸室面積はそれぞれ、東京7,840,000坪/名古屋973,000坪/大阪2,170,000坪となっており³⁾、名古屋は東京のおよそ10%、大阪のおよそ50%に留まる。オフィス供給が不足している状況及びリニアによる新しい立地条件を見据えると、オフィスの供給量は十分とは言い難い。

このように、名古屋にはポストコロナのワークスタイルに対応できるだけの素地があり、リニア開業による新しい立地条件、お値打ちなエリアであることなど、圧倒的な立地ポテンシャルを有する。しかし、今後選ばれる都市となるためにはその環境に甘えず、3つのゆとりを軸とした積極的な仕掛けが必要である。

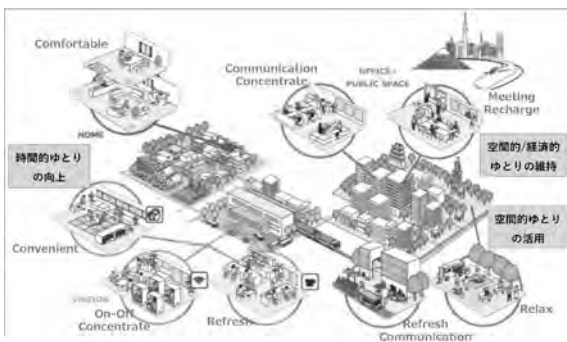
4.2 ポストコロナにおける名古屋のまちづくりの提案

(1) 提案の参考事例

近年のオフィスづくりとして、「ABW (Activity Based Working)」^{*1}が注目を集めていることを企業ヒアリングから把握した。ABWとは、オフィスに多様な場を用意し、ワーカー自身が仕事内容に応じてその環境を選ぶことができる概念である。ABWの導入により、「集中できる」、「仕事の効率が上がる」などワーカーのパフォーマンス向上に加え、働く場所を多様化することによって、ワーク・エンゲイジメント^{*2}の向上が報告されている。⁴⁾ワーカーにとって働きやすく、魅力的な環境を整えることが、生産性向上や優秀な人材確保のための企業戦略上重要な要素である。

これから選ばれる都市として成長していくためには、都市にも同様の視点が必要であり、名古屋のもつ3つのゆとりを軸として、このABWの考え方をオフィスの中に留まらず、まちの中にも展開し、目的に応じた柔軟なワークスタイルを支える「まち版ABW」を提案する。

図6 まち版ABWの展開イメージ



(2) 「まち版ABW」の提案

まち版ABWの展開イメージを図6に示し、その内容について触れる。

① 公共空間をアメニティ空間として活用

ABWは、固定席を廃止し、集中作業やディスカッションなどの多様な執務空間を生み出すだ

けでなく、同僚との気軽なコミュニケーションやリフレッシュのできるアメニティ空間も生み出していくものでもある。そこで、オフィスビルの中だけに限らず、その周辺環境も働く場の一つとしてのアメニティ空間と捉え、名古屋の豊かな道路空間をはじめとした公共空間を、ワーカーニーズをはじめとした多様な目的をもって“活用”する視点が重要である。

具体的な取組みは、名古屋市が推進している自動車を中心であったこれまでの道路空間を、人が主役の賑わいや憩いの空間として変えていく「みちまちづくり」の中で、オフィスワーカーが気分転換でき、前向きに仕事に取り組めるような緑陰のあるリフレッシュ空間、さらに道路空間のみならず、民地側の建物や公開空地と一体となった魅力的な空間として整えていくことが考えられる。

② 面的なオフィス供給を促進

ポストコロナにおいて、名古屋における立地環境が良いオフィスの価値はこれまで同様変わらず、お値打ちで利便性の高いオフィスニーズが高まる可能性があることに触れた。さらに、リニア開業に伴う新しい立地条件への移行、企業立地にかかるコストメリット、ワーカーにとっても通勤時間をはじめとした生活しやすい・働きやすい環境をもつ名古屋にオフィスを構える合理性は十分にあるものと考えられる。しかしながら、名古屋における現状のオフィスストックは十分とは言えない状況もある。

こうしたことを踏まえ、ポストコロナにおいてもリニア開業を見据えたオフィス供給を促すことで、経済的なゆとりを“維持”し、ワーカーの活躍機会を増やす企業の受け皿を用意することが、名古屋の成長戦略ひいては東京一極集中の是正の観点からも重要である。ここで注意しなければならないことは、名古屋のもつゆとりを圧

迫し、トレードオフとなるようなことは避けなければならない。オフィス供給にあたっては、空間のゆとりを“維持”する観点から、名古屋駅からアクセスのしやすい伏見や金山、鶴舞といった利便性の高いエリアに着目し、ゆとりを阻害しないようにコントロールをしながらも供給を促していくことが重要である。

③テレワーク環境の充実

今後テレワークは浸透し、その場所の中心として自宅が考えられる。しかし、自宅の広さや戸建てといったテレワークのしやすい環境が名古屋にはあるものの、“オンオフの切り替えが難しい”、“集中できない”といった自宅での環境に課題を有する可能性も確認できた。そこで、自宅でのテレワークを補完する環境を生活圏内に整えることを提案する。

具体的な取組みは、地下鉄駅等に付随するバスロータリーや駐輪スペースの上部空間といった未利用空間に着目し、オンライン会議にも対応できる個室ブースや作業スペース、そしてOA機器が使えるような空間、一人で集中できるといった機能を持たせることが考えられる。

5 おわりに

コロナ感染拡大は、私たちのワークスタイルとその意識に大きな変化を与えた。特に人や企業が集中し、通勤をはじめとした様々な場面において負担を強いている東京型ワークスタイルに変化の兆しがあることも示唆された。

こうした意識やニーズの変化とリニア開業を見据え、東京のもつ高度な業務機能の一端を担い、名古屋が成長していくための仕掛けとして、「まち版ABW」を提案した。名古屋のもつリソースをいかに人々にとって活動しやすいものへと使いこなしていけるかが、これからの名古屋のまちづくりにとって大切な視点である。

しかしながら、これだけでは不十分である。その実現のためには、多様な企業の集積、働き方の柔軟性を許容する企業理解や風土の醸成といったハード面の対応だけではもちろん対応しきれない。さらに、名古屋内外問わず、名古屋に「行きたい」、「働きたい」と思えるような、都市魅力の向上や市民の愛着や誇りといったシビックプライドの醸成といった観点も併せて重要ではあるが、これは今後の検討課題としたい。

本調査研究では、様々な角度からコロナ感染拡大に伴う人々の行動や意識への影響について俯瞰して見てきた。今回お示しした調査内容や視点が今後のまちづくりの参考になれば幸いである。

— 謝 辞 —

本調査研究に際し、研究会等の場において貴重な知見を多くいただき、ご指導いただきました皆様、そして大変ご多忙の中でも快くヒアリングを引き受けていただきました企業・団体の皆様に心より御礼申し上げます。

参考文献 等

- 1) 「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」内閣府(2020.6)
- 2) 「リニア時代の国土形成」三菱東京UFJリサーチ&コンサルティング、季刊政策・経営研究(2018.12)
- 3) 「オフィスマーケット情報(2020.1月~2021.3月分)」三鬼商事株式会社
- 4) 「WORK MILL RESEACH ISSUE01 はたらくを自分で選ぶ」株式会社オカムラ(2019.11)

※1 Activity Based Workingの略。オフィスに多様な働く場を用意し、ワーカー自身が仕事内容に応じてその環境を選ぶことができるもの

※2 「令和元年版労働経済の分析」(厚生労働省)に、仕事に関連するポジティブで充実した心理状態として、活力・熱意・没頭の3つの揃った状態として定義

中川運河沿線地域と産業の 新たな価値創出に向けた運河の利活用

元 名古屋都市センター 調査課 末富 将之

1 はじめに

中川運河は昭和7年(1932年)に全線開通し、運河沿線地域には工場が誘致され¹⁾、工場で使用する原料や石炭などが中川運河を利用し船で運ばれた²⁾。現在は物流が陸送へとシフトし水運が衰退したが、令和3年5月に開催された「世界運河会議NAGOYA2020」においては、名古屋の都市戦略として中川運河の利活用が市民参加で議論されるなど、中川運河の再生に向けた機運醸成が進められている。

しかし、新たな土地利用の展開を図るため平成27年に策定された「中川運河再生計画に基づく沿岸用地の土地貸付に関するガイドライン」³⁾ (以下、「土地貸付ガイドライン」とする。)が定めた公募対象のうち、「多様な産業」の募集実績が無いなど、再生計画に位置付けられた産業分野に係る具体的な動きは依然としてみられていない。

本調査研究では、過去の調査研究にて得られた、モノづくり産業ゾーン沿線地域 (以下、「沿線地域」とする。)における産業集積などの特性や課題などの知見を踏まえながら、中川運河の生み出せる価値を利活用し地域と産業に新しい付加価値を創出する方策について検討し、提案する。検討にあたっては、産業構造や時代潮流の変化を踏まえ、将来の沿線地域と産業の価値向上に貢献する新しい可能性を探り、地域の独自性と先端性のあるものを目指していく。

2 立地特性調査

本調査は、現状における沿線地域の土地に対する産業系ニーズ、ポテンシャル、および問題点といった産業立地の特性を把握するため、当地域の産業系不動産事業者2社、当地域外へ移転または事業拡大した製造業企業2社へそれぞれヒアリングを行った。(表1)

表1 ヒアリング結果概要

不動産事業者 (◆地元産業系不動産仲介業 ◇地元不動産鑑定業)	
◆ 関西・四国エリア、関東・東北エリアの製造業が大企業に納品する中継地点として名古屋地域へ工場を立地したいニーズが高い。	
◆ 企業の求める用地規模は 500~600 坪が多いが、売りに出される土地は 200~300 坪が多い。	
◇ 中川運河周辺は不動産取引が少なく、土地を求めるのは、地元の従来型の物流施設や製造業。	
◆ 売却元は鉄工関係が、購入先も鉄工関係及び住宅建売会社が多い。	
◇ 中川運河のイメージが変わることで(賑わい系だけでなく)産業系でも立地したいという企業が増えてくる。	
◇ 新たな産業とかイノベーションとはいうけれど、新たな企業を名古屋に呼び込むのは難しく、既存の地元企業からのイノベーションを期待した方が良い。	
沿線地域から地域外へ移転(立地展開)した製造業企業	
移転理由	A社:生産拡大で工場も広くする必要があった(移転後面積 600 坪)。郊外の方が、地価が安かった。 B社:量産のため、広い敷地、24 時間稼働が必要だった。中川区内では夜間操業が難しい。
沿線地域の問題点	A社:住宅が多い。地価が高い。 B社:以前貸工場を探したが見つからなかった。 事務所兼工場用地を探す企業はある。

現状の立地ニーズは地元物流業および製造業企業が中心であり、名古屋圏域の都市部とし

ては関西・四国エリア、関東・東北エリアの製造業企業から広域的製造・配送拠点としての立地ニーズがあるものの、これらの企業が求める土地の規模（500～600坪）に対し、現状の売地の規模（200～300坪）はミスマッチである。

この点において、中川運河沿岸用地および沿岸用地に道路を挟んで接する街区（以下、「隣接街区」とする）は、用地の規模が数百～数千坪程度と比較的大きいことから、上述の企業の立地ニーズをカバーできる可能性はあると考えられる。

製造業企業が地域外へ移転（立地展開）する要因としては、用地の確保が難しいこと、地価が高額であること、住宅が事業所に近接して立地し操業に少なからず制約が発生することが挙げられた。この点において、中川運河沿岸用地の貸付料は周辺地代と比較し安価となっており⁴⁾、また、中川運河沿岸用地および隣接街区は産業用地の割合が高く⁵⁾、住宅地から比較的距離を置くことができる。

また、一部の製造業企業からは、中川運河の水辺空間がもつ魅力を活用して事業所を立地したいという意見も聞かれた。

沿線地域は今後も製造業企業の立地ニーズをカバーできる可能性があると考えられる。

3 産業当事者の意向調査

本調査は、中川運河再生計画⁶⁾が再生方針として掲げる「モノづくり産業振興への貢献」を具体化するため、沿線地域とモノづくり産業振興において求められる具体的なニーズ、シーズ、および実施すべきことについて、産業の当事者（経営者・従業者）の立場からの意見を把握することを目的として実施した。

中川運河と地域産業の新たな可能性を探索するという観点から、当地域の既存製造業企業

のほか、スタートアップ企業、および行政機関・団体の3者からなるワークショップにより、それぞれのニーズおよびシーズ（強み・課題）を共有しこれらを活かした取組みについて議論・提案するものである。（表2）

表2 意向調査ワークショップ概要

名称：中川運河×モノづくり×スタートアップ 共創ワークショップ
日時：令和2年12月3日（木）17:00～20:00
場所：名古屋都市センター 11階ホール
参加者：
①中川運河沿線地域の既存製造業企業 （経営者3名、若手従業者2名）鋳物製造・金属加工・切削 工具製造・板金加工・合板／繊維板加工
②モノづくり関連スタートアップ企業 （経営者4名）AI、ロボット制御システム等開発・デザイン・ 企業の新規事業創出支援・IoTシステム等開発
③中川運河再生および産業振興関係行政機関・団体 （担当職員4名）名古屋市（住宅都市局・経済局）・名古屋 港管理組合・名古屋商工会議所
上記の3者が入った6～7名×2グループにより議論
進行メニュー：
1 趣旨、進め方の説明
2 アイスブレイク（グループ内で自己紹介）
3 ワーク①【各参加者のニーズやシーズをシェア】 ○現在の仕事の内容、作っているモノ・システム ○会社や仕事に関して自慢できること ○仕事やモノづくりに関する悩み、課題 ○他の参加者に対する興味・感想・共感
4 ワーク②【ニーズやシーズを活かした取組を検討】 ○共有する「強み」を活かしたり、「課題」を解決すること ○参加者の興味・感想が多かったこと ○実施すべきこと、できそうなこと ○中川運河を活かせそうなこと
5 グループワーク②の成果を全体共有
6 全体での意見交換

ワークショップでは様々な取組の可能性が挙げられた中、中川運河は地域の企業コミュニティの基軸になり得ることが示唆された。（表3）

また、全体の意見交換および事後の企業アンケートでは、提案された事業、取組を実行し実現していく仕組みを求める趣旨の意見が多かった。議論に終始することなく、実行に移すことのできる枠組みを構築するとともに、各者の立場

表3 ワークショップにて提案された取組案

テーマ	概要	ポイント/課題	中川運河の活かし方
A. 「集まる」「つながる」！ ⇒ 課題や知識を「シェア」する！	経営者の集まる課題共有の場や地域で働く若手社員の集まる研修の場を提供する。	自社だけでは賅えない部分の教育を提供し、切磋琢磨し同志ができると、この地域で働き続けられる。	「中川運河」という共通のシンボルのもとに集まることで、連帯感をつくる。
B. 有志でチームをつくり、新しいプロジェクトを企画！実施！	沿線地域の有志企業が新しいプロジェクトを立上げ実行までやり切る。	誰かが動かないと変わらないので、動けるような仕組みをつくる。	中川運河の活用がやりたいようにできるよう規制緩和して欲しい。
C. 中川運河発「モノづくりのアップデート」	中小の製造業が抱える悩みを解決し、現在のモノづくりを、次世代に通じるモノづくりへとアップデートする。	中小企業とテックベンチャーの両者がこの価値観の違いを認めつつ、協力関係を築いていくことができるよう継続的に両者を「渡す」支援。	中川運河沿線の空き倉庫などを場として活用。
D. 『中川運河モノづくりコミュニティ』の設立	エリアとしてオーダーを受けるシステムを構築、難しいオーダーに総合力でチャレンジする。	<ul style="list-style-type: none"> まずは2〜3社からはじめ、道筋を定めて、徐々に拡大。スモールスタートが大事。 コーディネーター、旗振り役が重要。 魅力的なコミュニティができれば、発注したいだけではなく立地したいと考える企業も出てくる。 	<ul style="list-style-type: none"> 『中川運河』というキーワードでコミュニティを作れば、企業も集まりやすく顧客にもわかりやすい。 中川運河の水面・水上、周辺の空間を試作品の実験に活用。

や価値観の違いを互いに受け入れ、意思統一できる取組内容としていくことが、企業等の意欲を引き出すために重要である。(表4)

表4 参加者アンケート回答 (抜粋)

<ul style="list-style-type: none"> 今後の進展に期待している。ゴールを決め、全体像が見えるように進めていただけると良い。 討議内容が机上的話し合いだけで終わるのではなく、具体的に行動に移るようにしてほしい。 目的、目標、全体のロードマップがあり、見えている状態であれば(今後も)参加したい。

一方、参加者から、やりたいように出来るよう規制緩和を求める意見があったが、規制緩和の検討につなげるにはさらに具体的な企業等の要望、意向を掘下げ分析する必要がある。

4 沿線地域への立地等を求める産業および機能の検討・中川運河の新たな利活用策の提案

4-1 目指す「産業振興への貢献」の方向性

本調査研究において運河を利活用し目指す「産業振興への貢献」の方向性は以下3つの視点から整理した。

■産業をまもる

工業系地域として工場誘致が行われた沿線地域に立地・創業し、今後も現在地で操業継続する理由があり地域への思い入れもある製造業企業は、人口減少の時代において貴重な地域特有の資源であり、イノベーションの源泉ともなり得るものである。これらが抱える様々な課題の解決をサポートすることで、産業集積の維持および発展につなげ、地域の産業の持続可能性を高めていく。

■産業を生み出す

地域のモノづくり産業集積が保有するポテンシャルと、全国的にも貴重なインフラ資源といえる中川運河の特性・価値にマッチした新たな活用を地域内外から誘導し、新たな事業などの創出につなげ、地域のモノづくり産業にイノベティブな方向へのシフトを促していく。

■産業をひらく

産業を「まもる」「生み出す」ために併せて、地域のモノづくり産業を見て触れられて、交流する機会を創出し、開かれたものとしていく。

4-2 中川運河の新たな利活用策の提案 (優先的に立地または活用を誘導すべき産業・機能)

本項では利活用策を提案するにあたり、優先的に進めるべき項目を抜粋する。その理由としては、中川運河再生計画策定後、現在までにモノづくり産業ゾーンにおいて多様な産業の誘導に関し実績がない状況を踏まえると、より実現性の高いものを優先的に進め、産業ゾーンの知名度やブランディング向上を徐々にでも顕在化していく必要があると考えられるためである。

(1) 地元製造業の立地受け皿/企業価値向上

モノづくり集積は中川運河を特徴づける貴重な地域資源でもあり、また、製造業企業の多くは地域への思い入れや運河活用への意欲がある。今後の中川運河再生を進める上でも重要な存在である。

一方、製造業企業の操業継続にあたっては、住工混在および移転・事業拡大用地の確保難が課題となっている。これに対し、中川運河沿岸用地は住宅と離れることができるなど課題解決に繋がり、また、水辺を活かしたイメージアップ等により企業としての価値向上に貢献できる可能性がある。

そこで、中川運河沿線地域にて地域のモノづくり産業を支え、今後も現在地で操業し続ける理由および意欲がある製造業企業の事業所の移転・事業拡張または企業価値向上を目的とした立地ニーズの受け皿として、中川運河沿岸用地および隣接街区を対象とした立地誘導を提案する。

この実現に向けての課題は、土地貸付ガイドラインの変更が必要となることのほか、沿岸用地の貸付にあたって一件あたりの用地規模の精査が必要となることが挙げられる。

(2) 水上実験・研究開発拠点

中川運河は都市部ながら水位一定で広大な静水面を有し、水面利用の輻輳も少ない稀少な空間であり、この構造的特性に適応度が高い実証実験・研究開発フィールドとして活用することで、新たな産業創出に貢献できる可能性がある。

例えば、自動運航船や水上ロボットはその実用化に向けては多くの課題があり技術開発の途上にある。(写真1) その中で、閉鎖水域は潮汐の影響も無く、流れや波の影響も無視できる程度であり、技術的には可能な段階にあると考えられている⁷⁾。中川運河は実験フィールドとしての環境条件に適しているだけでなく、実用化にも有利な条件であり、中川運河において実験およびその実用化が実現した場合は、運河の独自性をアピールするとともに先進性あるイメージを打ち出すことにつながり、地域および産業空間としてのブランディングにも大きく寄与するものとなると推定される。

自動運航船等の技術進歩は海事産業の振興にも多大に貢献し得る可能性があり、港湾施設の再活用によってこれに貢献することは意義があると考えられる。

以上のことから、中川運河の静水面・大空間といった構造的特性を活用し得る水上実験・研究開発機能の誘導を提案する。

この実現に向けての課題は、研究機関が実験フィールドとして水面や護岸等の施設を円滑に使用するための管理面および航行安全面

写真1 自動追跡型運搬ドローンと
自動運航筏の連携実証実験 (竹中工務店他)⁸⁾
<https://www.youtube.com/watch?v=wd5SI7csZZk>



におけるガイドラインといったルール策定、および使用に必要となる許認可手続きおよび運河を使用している関係者との調整といったサポートを行う体制の構築が挙げられる。

(3) 地域モノづくりコミュニティの形成

歴史的には中川運河沿線に製造業企業が集積し、垂直・水平分業体制によって地域単位での企業間のつながりが構築されてきたが、産業構造の変化によってサプライチェーンが広域化したことにより、地域における企業間コミュニティは希薄化してきていると推察される⁵⁾。

一方、近年増えつつあるインキュベーション施設の成否においては、施設自体もさることながらコミュニティの存在が大きく影響すると言われている。地域または施設を基軸としたコミュニティを形成するとともに、そのコミュニティと外部の企業とが「出会う場」が求められている。これによって、沿線地域の産業に関わる企業および企業間連携が増加し、新たな事業創出や付加価値向上が期待され、また、各企業の沿線地域への立地意欲を高めることにつながる可能性がある。

そこで、沿線地域への立地誘導または運河の水面等の活用について実現性を高める手段として、沿線地域の製造業企業同士、または地域外・異業種企業等が垣根を越えて集まる場「地域モノづくりコミュニティ」の形成促進に向けた中川運河の活用を提案する。

この実現に向けて課題となるのは、担い手と進め方である。多様な主体によるネットワークをもとに新たなまちづくりに取り組むマネジメント体制としては、過年度調査研究においても提案されてきた⁹⁾¹⁰⁾中、本項ではさらに実行性を高めるべく整理し提案したい。過年度調査研究から開始した地域モノづくりを発信する実証実験「中川運河宝探しin factory」⁵⁾⁹⁾¹⁰⁾に参加した製造業企業のネットワークはこのコミュニティづくりの

土台となり得るものであり、沿線地域で操業しモノづくりを共通項とする企業が中心的存在となることがこのコミュニティ最大の特長である。これらの製造業企業の意識高揚や活動がなければコミュニティは成立しないため、コミュニティ形成ありきではなく、企業の発意をベースとしたボトムアップ的な活動に行政を始めとした関係者が伴走支援するパートナーシップ体制を構築していくことが必要である。

4-3 中川運河の利活用による将来イメージ

将来の中川運河モノづくり産業ゾーンにおけるまちのイメージとしてビジュアル化を行なった。(図1,2)

図1 将来イメージ1 (俯瞰)



① 沿岸用地

- ▶ 引き続き物流倉庫が立地。
- ▶ 倉庫跡の沿岸用地には製造業企業の事業所（工場兼事務所）などが立地。
- ▶ 運河が窓から見える事業所は従来からの製造業のイメージを変え企業価値向上にも貢献。
- ▶ 事業所の一角に工作機械や作業スペースをシェアする工房を備えた企業も立地。未来のモノづくりを志す人達が集まり利用する。
- ▶ 名古屋エリアのモノづくり製品を展示するショールームが立地。運河側プロムナードからも展示が鑑賞できる。

② 沿岸用地隣接街区

- ▶ 引き続き工場、倉庫が立地。
- ▶ 製造業企業の移転・事業拡大目的の受け皿となり、操業環境を確保。

図2 将来イメージ2 (地上)



③ 未来のための実験場

- ▶ 運河の水面空間を利用した自動運行船や水上ロボット・ドローン、環境・防災などの社会実験フィールド。“水上実験の聖地”と称される。
- ▶ 実験船用の栈橋は災害時に水上輸送・搬出入用としても機能。

④ 住と工をつなぐ場

- ▶ 沿岸用地のオープンスペースで、企業有志が組織した団体が地元住民と連携してモノづくり体験イベントを開催。子供にモノづくりの面白さを広める。
- ▶ 水面には製造業企業の廃材からつくられたアートオブジェが浮かんでいる。みんな楽しんでやっている。

⑤ 産業の交流と出会いの場

- ▶ 倉庫・工場の事務所スペースを借りて企業同士や産学官の交流会を開催。
- ▶ 経営者同士の交流やモノづくり系スタートアップ企業、アーティストとの交流など、地元企業を中心としたコミュニティの場。
- ▶ ここを発端としたプロジェクトを多数輩出。

5 おわりに

本調査研究は、中川運河再生の取組促進を主目的としてきたこともあり、まちづくり(都市再生)からのアプローチではあるものの、産業活性化という面においては、地域経済・産業振興政策からのアプローチが欠かせないと考える。沿線地域には中小規模の事業所が多く、業種としては鉄工業・金属加工業が多いといった地域の特徴や実態を、更に可視化して発信すると

もに、これらを構造的に分析した上で有効な方策を検討し実行していくため、経済団体や産業振興関係機関、および識者らとの連携が求められる。すなわち、まちづくり(都市再生)と産業振興とは不可分の問題として取り上げるべき主題であったと言える。そして、これらの両者の境界領域にこそ地域と産業の新しい価値を生み出すヒントがあるのではないだろうか。

本調査研究が、中川運河の再生促進に寄与し、名古屋市の産業競争力の強化や都市としての魅力向上、および名古屋港の発展の一助になれば幸いである。

参考文献

- 1) 堀田典裕『〈水〉と〈土〉のデザイナー—中川運河と河岸地域を巡る低地の開発について』
- 2) 瀬口哲夫・河合正吉『名古屋市における中川運河の変容に関する研究』
- 3) 名古屋港管理組合『中川運河再生計画に基づく沿岸用地の土地貸付けに関するガイドライン』
- 4) 名古屋都市センター『中川運河の新たな活用に向けて』
- 5) 名古屋都市センター『中川運河地区における住工共生まちづくりに関する研究』
- 6) 名古屋市・名古屋港管理組合『中川運河再生計画』
- 7) 清水悦郎『国内における自動運航船の現状と動向』
- 8) 株式会社竹中工務店『平成30年度省エネルギー等に関する国際標準の獲得・普及促進事業委託費(新規分野の国際ルールインテリジェンスに関する調査(都市型水上ロボットの社会実装と国際標準化戦略策定に向けた課題分析に関する調査)報告書』
- 9) 名古屋都市センター『中川運河から創造する産業活性化に向けた新たな仕組みについて』
- 10) 名古屋都市センター『中川運河地区における産業空間の価値向上に関する研究』

編集後記

世界各国の起業活動の活発さを図る「総合起業活動指数(成人人口100人に対して、起業準備中の人と起業後3年半未満の人の割合):Global Entrepreneurial Monitor発表」によると、日本の起業活動は他の主要国と比較してまだまだ低い水準となっています。

起業する際の資金やリスクの問題が、起業しない理由の上位にあげられるため、これらの要因を解消したうえで、社会起業家の活動が今以上に評価される風潮に変えていくことが必要なことであると考えられます。

本号では、社会起業家を育てる教育機関やNPO団体、プレーヤーとして活躍されている社会起業家、行政の立場で起業家の側方支援に携わってこられた方々から、貴重なご経験や知見を紹介していただきました。多様な主体の参加と協働を伴うこれからのまちづくりにとっても、社会起業家の存在は今後もますます重要視されてくると考えられます。

最後になりますが、ご多忙の中、また、新型コロナウイルス禍にもかかわらず、本誌のために快く執筆いただきました皆様に、この場を借りて心よりお礼申し上げます。(服部)

賛助会員のご案内

これからのまちづくりを進めていくには、市民、学識者、企業、行政など幅広い分野の方々の協力と参加が不可欠です。名古屋都市センターでは、諸活動を通してまちづくりを支える方々のネットワークとなる賛助会員制度を設けています。趣旨にご賛同いただきまして、ご入会いただきますようお願い申し上げます。当センターの事業内容については、ホームページ (<http://www.nup.or.jp/nui/>) をご覧下さい。

年会費 ◇個人会員 … 一口 5,000円 ◇法人会員 … 一口 50,000円

(期間は4月1日から翌年の3月31日までです。)

なお、当社は税法上の「特定公益増進法人」となり、賛助会員については税制優遇措置が受けられることになりました。(ただし、確定申告が必要です。)

▶アーバン・アドバンス No.77

2022年3月発行

編集・発行 公益財団法人 名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター

〒460-0023 名古屋市中区金山町一丁目1番1号

Tel : 052-678-2208 Fax : 052-678-2209

印刷 丸善印刷株式会社

アーバン・アドバンス バックナンバーのご案内

号数	発行年月	テーマ
No. 60	2013.02	「新しい公共」によるまちづくり
No. 61	2013.09	老いと向き合う都市
No. 62	2014.03	都市とビッグデータ／オープンデータ
No. 63	2014.09	都市の更新
No. 64	2015.03	民間主体・官民連携まちづくり
No. 65	2015.10	「道」のデザイン
No. 66	2016.03	広域連携によるまちづくり
No. 67	2016.12	名古屋都市センター設立25周年記念特集号
No. 68	2017.10	ランドスケープ
No. 69	2018.03	シェアリングとまちづくり
No. 70	2018.09	モノづくりとまちづくり
No. 71	2019.03	交流拠点の新たなかたち
No. 72	2019.09	ICTを活用したまちづくり
No. 73	2020.03	スポーツとまちづくり
No. 74	2020.09	水辺を活かしたまちづくり
No. 75	2021.03	パブリックスペース
No. 76	2021.09	名古屋都市センター設立30周年記念特集号

まちづくりに携わる広範な人々の論文、都市センターの研究成果、名古屋のまちづくり情報などを掲載（A4版、100ページ程度）。名古屋都市センターまちづくりライブラリー、名古屋市立図書館などにて閲覧可能。

次号予告



2022.09 No. 78

アーバン・アドバンス

【特集】 地域主体のまちづくり

住民による地域主体のまちづくりやコミュニティ活動は、子育てや福祉、災害時の助け合いなど、住みやすいまちの要素として欠かせません。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大の中では“ソーシャルディスタンス（社会的距離）”を保つことが必要とされ、行事の消滅や住民同士のコミュニティの希薄化など、課題もあったと考えられます。そこで、次号では、地域に住む人、営む人による「地域主体のまちづくり」について特集します。

2022年9月 発行予定



Urban・Advance
2022.03
No.77

定価 700 円



名古屋都市センター
Nagoya Urban Institute