

## パネルディスカッション

## 「地域資源のリノベーション戦略を考える ～地域交流人口の増大を目指して～」

コーディネータ	鐘ヶ江秀彦 氏 (立命館大学 政策科学部 教授)
パネリスト	佐藤友美子 氏 (公益財団法人サントリー文化財団 上席フェロー)
	以倉 敬之 氏 (まいまい京都事務局)
	酒井恵美子 氏 (メディアシステムソリューション(株)代表取締役)
	松尾 勝代 氏 (「ひらコン」実行委員会 委員長)
	金野 幸雄 氏 (一般社団法人ノオト 代表理事)

鐘ヶ江： 皆さん、こんにちは。それでは、佐藤先生の基調講演を引き継いで、パネルディスカッションに入りたいと思います。

「地域資源のリノベーション戦略を考える」というテーマで、「地域交流人口の増大を目指して」という副題が付いています。

約2時間ですので、眠くなるかも知れませんが、是非、しっかりと聴きいただいて、後半はパネリストのお話を受けて、フロアを挟んで議論等々を進めたいと思っています。それにも、ご参加いただけますよう、よろしくお願いいたします。

佐藤先生のお話を伺いましたので、まず、それぞれの先生方に15分くらいずつ、現在行っている取組の概要や地域資源、あるいは、取組の戦略等々についてお話いただきたいと思います。

それでは以倉先生、よろしくお願いいたします。

## ●取組概要の紹介

## ＜「まいまい京都」の取組について＞

以倉： 皆さん、こんにちは。私は「まいまい京都」事務局の以倉です。よろしくお願いいたします。

本日は我々が開催している「まいまい京都」について紹介をさせていただきます。

先ほど、佐藤先生の基調講演で、日本で初めてのまち歩き博覧会「長崎さるく」が紹介されましたが、「長崎さるく」の完全民間版と考えていただくと、ご理解いただきやすいのではないかと思います。

まず、我々が設置しましたパンフレットはお取りいただきましたでしょうか。それが「まいまい京都」

2013年春のチラシですのでご覧ください。

## ➤ まいまい京都とは

「まいまい」とは「ウロウロする」という意味の京言葉です。子どもの頃は「まいまいしてくるなや＝ウロウロしてくるな」というように、否定的に言われた言葉ですが、大人になってもう一度ウロウロしようということで、この言葉を使うことになりました。

これは京都の住民がガイドをして、京都のまちをぶらぶら歩くというミニツアーです。ガイドがたくさんいるのも特徴で、京都らしい老舗の店主の方から地元の主婦やお坊さん、京町家大工の棟梁、少し変わったところではキノコライターや、京都府内の風呂屋をすべて浴覇したという風呂屋マニアの方とか、占い師、妖怪の子孫、植物園の名誉園長などいろいろの方がいます。今年の春には80名強になりました。

また、距離が短いのも特徴です。1.5km～2kmくらいに設定されたまち歩きコースを、2時間くらいかけてぶらぶら歩くような設定になっています。

## ➤ まいまい京都のミニツアーの概要

ミニツアーの概要を説明しますと、まず、集合して、まち歩きツアーがスタートしますが、職人の方の工房を訪ねたり、普段、何気なく通っているまちの物語に驚いたり、ガイドお勧めの和菓子屋に立ち寄り、そういうことを2時間行いながらツアーが終了するという形です。

このツアーの特徴として、終了後にガイドの方と一緒に参加者がお茶を飲みに行ったり、昼食に行っ

たりすることが多いので、参加者同士や、参加者と地元のガイドの方が仲良くなるという傾向が多くあります。始めてから今年で 3 年目ですが、「まいまい京都」で出会って結婚されたという方もあり、披露宴の案内をいただいた際に、Facebook に「披露宴のご案内をいただいてとても嬉しかった」と書いたところ、「実はうちの夫も(まいまい京都で出会った)」という人が現れたので、そのような出会いが何組かあったようです。

#### ➤ コース例

「まいまい京都」のコースをいくつか紹介したいと思います。

#### ① 京町家大工棟梁による町家コース

まず、京町家大工棟梁がガイドをして、自分の手掛けた京町家を紹介するというコースです。自身が施工を手掛けられているので、造られた時の思いや工夫などの説明があり、とても面白くて人気のあるコースとなっています。

#### ② 廃線マニアによる N 電コース

そのように地元の方がガイドをする以外に、趣味人と行くコースもたくさんあります。

例えば、かつてチンチン電車が通っていた跡等が大好きな廃線マニアと言われる方がおられて、そういう方にガイドしていただくツアーもあります。

京都市電の北野線「N 電」の痕跡は橋の痕跡などが残っていますので、それを愛情いっぱいガイドしていただき、コースが終わった後は、皆が廃線マニアになっているというようなコースです。

#### ③ 商店街のコース

地元の商店街の方がガイドするというコースもたくさんあります。例えば、京都の北東にある出町商店街の方にガイドしていただくコースは、ガイドの人にとって地元の商店街ということで、他のお店の方も友人なので、友人の店を冷やかしに行って試食させてもらうなど、つまみ食いをしながら歩くというコースでした。

参加費は 2,000 円程度ですが、2,000 円分すべて食べものに払っているのではないかと思います。たくさん食べさせていただいたので参加者に非常に喜んでいただきました。そのように、地元の方がガイドをすると、サービス精神旺盛なのでとても喜ば

れます。そういうことが人気の一つではないか思います。

#### ④ 西陣織のコース

織屋のぼん(息子さん)と行く西陣帯の工房めぐりもあります。普通に観光で西陣へ行っても、西陣織の工房の中に入ることはなかなか難しいのですが、地元の方がガイドをするからこそ、中へ入れてもらえたり、普段は見られない工程が見られたりすることです。

#### ⑤ バックヤードのコース

最近増えてきたのが、施設のバックヤードを見学するというツアーです。テレビでもそのような番組は人気がありますが、我々もそういうコースが増えています。

例えば、月桂冠の工場を探検するというコースがあります。普段は公開されていませんが、月桂冠の方に懇意にいただいているので、中を見せていただくことができました。

その他、最近行っているのが飼育員の方と歩く動物園のバックヤードや、学芸員と行く近代美術館のバックヤード等、そういうものも人気があります。

#### ⑥ 風呂屋のコース

また、普段の観光ではなかなか行くことのない、お風呂屋さんの中にまで潜入するようなコースもあります。

#### ➤ 参加者について

「まいまい京都」は一昨年の春から始まって、当初はコース数が 31 コースでしたが、年を追うごとに 56 コース、94 コース、126 コースと増え、今年の春は 170 コースほどになりました。

お陰さまでとても人気をいただいております。総定員に対する参加率が今年の春で約 88%となっています。予約率では 100%を超えますが、当日のキャンセルなどで参加率は定員を少し下回っています。昨年の秋はとても人気で、参加率は 97%とほとんどのコースが満員になり、今年の春に慌ててコース数を増やしたという経緯があります。

参加者の属性は、年代では 20~60 代を中心に満遍なく、平均年齢で 42 歳となっています。これも非常に珍しいようで、通常、このようなまち歩きのツアーや、旅行会社のツアーなどは平均年齢が高い

傾向がありますが、我々は割合平均年齢が若いという傾向があります。

また、意外に思われますが、住まいを見ますと、地元の方が非常に多いのが特徴で、京都の方が 6 割となっています。最近では遠方の方も増えており、日本語でガイドをするので「日本語がわかること」が限定ですが、外国の方や、北海道の方、沖縄の方、それから東京の方は京都が好きということでたくさん来られています。

性別は少し女性の方が多く、もう一つの特徴としてリピーター率が非常に高くなっています。一度来られると嵌って何度も何度も参加されているということです。例えば、個人別参加回数で「まいまい京都」2013 春に参加された方が 1 人当たり平均何回くらい参加されているのかというのを見ますと、5 回以上の方が非常に多いことがわかります。平均 3 回くらいは参加していただいています。お陰さまで満足度が非常に高く、8 割くらいの方に「大変良かった」と言っています。

#### ➤ まいまい京都の運営体制

運営の組織は、有志が運営しています。事務局員が 3 人、有償のボランティアスタッフが 3 人、無償のボランティアスタッフが 4 人の全部で 10 人です。他はガイドの方と一緒に開催しています。

参加者が「まいまい京都」を何で知ったのかというと、昨今の時世を反映して、一番多いのは Twitter でした。特に 30 代、40 代の方は「Twitter で知った」という方が多く、50 代になると知人の紹介や新聞が出てきます。新聞やテレビにも取り上げていただきますが、最近ではマスメディアで知ることが少なくなっており、Twitter や Facebook 等で知ることが多いようです。このような時世なので、これからはこのような傾向が強くなっていくと思います。

簡単ですが、このような形でイベントを開催しています。

鐘ヶ江： ご質問等は後でまとめてお受けしたいと思います。次は酒井さんをお願いします。

#### <「えふえむ草津」の取組について>

酒井： メディアシステムソリューション(株)の酒井

恵美子です。

メディアシステムソリューション(株)の紹介をする前に、私はコミュニティ放送局として「えふえむ草津」というラジオ局を立ち上げていますが、そのようなコミュニティ局を全国に増やそうという活動をしており、実際にこのラジオ局を 2009 年 3 月 20 日に滋賀県の草津市に開局しました。これについては非常に珍しい開局の仕方をしていきますので、紹介したいと思います。

ご覧いただくのは、日本で初めて作った知的資産経営報告書です。経済産業省が資金面で見るとは違い、会社そのものが持っている地域的なものや特徴を知的資産として実践し、それを書面にまとめたもので、日本の放送局では初めて「えふえむ草津」が作成しました。私が支援者と一緒に作ったものですが、開示していますので、後ほど、ご覧いただきたいと思っています。

#### ➤ 開局までの経緯

私は元々プロダクションでタレントのマネージャーをしていましたが、草津市が防災のためにラジオ放送局をつくりたいということで、事業者を募集したので、それに応募し、最終的に私を含めて 1 企業と 2 個人が残りました。そして、選定委員の全員一致で私が選ばれましたが、お金も地位もない、普通の OL をしていた私が選ばれて、以降、草津市とともに放送局を立ち上げたという、これも日本で初めての珍しいケースです。

会社自体は第 3 セクターではなく、私が個人的に立ち上げた会社に対して市が支援をしているという形です。

私が放送局を立ち上げようと思ったのは、2000 年に名古屋にいた時にゲリラ豪雨に遭い、その時に助けてくれたのが、テレビでもケータイでもなく、ラジオだったからです。それにより、阪神淡路大震災もありましたが、ラジオの重要性、情報発信の重要性が分かりました。例えば、いくら自分たちのまちでいろいろことが行われていても、情報を発信する人がいなければそれが伝えられないと分かったので、それを何とか伝えたいと思い、ラジオ局をつくらうという形になったわけです。

会社の設立については、2,000 万円で立ち上げて

くれというのが市側の条件でした。私は知り合いもいませんでしたので、一生懸命に地元を回って 2,000 万円の資本金を集めました。したがって、普通は出資した人たちが発起人設立をしますが、選ばれたのが私一人でしたし、私は 2,000 万円も持っていなかったのに、募集設立という、今ではかなり珍しい設立方法で会社を立ち上げました。

パーソナリティやサポートしてくれる方たちは、ほぼボランティアで集めました。琵琶湖の南周辺をエリアとした、本当に小さな放送局です。

### ➤ アナウンススクールの設立

普通、放送局というと「タレントが話をしている」と思われる方が多いと思いますが、私は元々プロダクションのマネージャーをしていたので、タレントに話してもらう方が、連れてくればよいだけなので楽です。しかし、それではコミュニティ放送局にはなりません。それは、タレントが草津のことを知らないからです。いくらうまく話をしても、地元のことを分からなければ、何も伝えることができません。

そこで、私は放送局が立ち上がる 1 年前に、アナウンススクールを立ち上げました。プロダクションのマネージャーをしていたのでタレント養成所には多少の関わりがありましたが、これは地元の方たちを養成して、地元の代表として話していただくという取組です。

実はこれに成功しているラジオ局はほとんどありません。なぜなら、開局してから養成所を始めるからです。私はそれを逆にしました。先に養成所をつくることによって、養成所に来た人たちの口コミで、開局前に「ラジオ局ができる」ということを宣伝していただけるわけです。それで、その方たちが発信源となって、デビューします。今もそうですが、第 1 期生、第 2 期生、第 3 期生くらいの方たちは、もちろんレギュラーとして出ていますし、別途、アナウンススクールの卒業メンバーの時間枠が取られていて、その中でデビューもできます。そのような形で、大半は地元の方たちに関わっていただきながら放送局をつくっていきました。

### ➤ 行政とのネットワーク

この中で、特徴的なのが行政とのネットワークです。元々、草津市自体が放送局をつくりたいという

ことでしたので、第 3 セクターではありませんが、行政の情報発信拠点として、行政から比較的簡単に情報を入手することができます。普通の放送局はこのようにはいきません。特に京都のコミュニティ放送局などは、市からの情報がほとんど直に入っていないので、この点で非常に苦労されています。

したがって、今一番問題になっている防災の部分に関しても、「えふえむ草津」や滋賀県の局は、行政が協力的なので、ダイレクトに情報が入るシステムができていますが、京都の放送局は、独自に情報を取り行かなければ流せないという状況です。大阪の方も似たような傾向で、単独で立ち上げている局に関しては行政の情報があまりないので、この辺りの対策が今後の課題になっています。

### ➤ 防災情報の発信

「えふえむ草津」は市と防災協定を結んでいます。実は日本で初めて市内一斉緊急放送システムを取り入れたのが、この「えふえむ草津」です。今まで、防災情報は放送局と全く関係のない防災行政無線を使って発信されていました。これは電柱等に設置されたスピーカーを使って流されるもので、放送とは連携ができませんでした。そこで、緊急時に限って、この「えふえむ草津」の電波を外部のスピーカーから流すことができるように、近畿通信局、総務省の方に掛け合い、取り付けられたのが東日本大震災の 1 週間前でした。その 1 週間後にあの地震が起こったので、一気に関係者から注目される放送局になりました。私はこのシステムを日本全国に広めたいと考えています。

この報告書を作成した時点で、草津市内の 79 ヶ所の電柱のスピーカーから FM の電波を飛ばして緊急情報を伝えるようになっていきます。スピーカーは 1 本ずつも流せますし、市内だけの地域ごとに違う情報も伝えられます。

このシステムは徐々に広がり、今では高山市や三重県のいなべ市等、いろいろなところで行われています。

これによるメリットは、今、ラジオがあまり使われなくなった中で、ラジオがなくても外部のスピーカーが生きていれば、緊急の情報を外から流すことができるという点です。このスピーカーから流すと

いう部分について、総務省からなかなか許可が出なかったのですが、許可を取ることができて、その部分が備えられた放送局になったわけです。

### ➤ 民間と行政をつなぐ

情報を発信する設備だけを整えても、人の命を助ける情報や、他のイベントなどの情報を伝えることができなければ、結局は楽しいイベントも知られずに終わってしまいます。では、誰が発信するのかと考えた時に、それを行っている方があまりなかったのです。それで、たまたま行政とも知り合うことができたので、私が PR することによって民間の方と行政をつなぐ道ができるのではないかと思います、そのような形を模索しているところです。

最後に、放送局という部分では、今話題になっている佐賀県の武雄市でも、コミュニティ放送局をつくりたいという話があり、単独で、いま立ち上げに行っているという状況です。

このように、私はいろいろな仕事をしています。知的資産経営報告書を開示していますので、ご覧いただければと思います。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。それでは、松尾先生、よろしく願いいたします。

### ＜「ひらコン」の取組について＞

**松尾：** 皆さんこんにちは。松尾と申します。

私は広告代理店をやっており、女性ばかり、パート社員ばかりの会社ですが、女性目線、「お母ちゃん」目線で、いろいろな会社の良いところ、悪いところを聞き出して、面白い広告を作ることを本業としています。

「ひらコン」の実行委員会は、メンバーが皆ボランティアで、「地元を盛り上げよう」という趣旨で、地元の活性化に興味のある主婦から、私のように会社を立ち上げている者、市議会議員、府議会議員など、約 30 名で構成されています。

### ➤ 「ひらコン」とは

「ひらコン」は「街コン」のことですが、「街コン」とは、昨年の流行語大賞にノミネートされたほど、爆発的に流行っている街なかの婚活の略語です。

第 1 回の「ひらコン」は、東日本大震災後の七夕

の日に開催しました。その仕組みは、男女 100 人ずつ、20 歳以上の独身者であれば年齢制限なしで募集し、決められた日にこちらが用意をした街なかの居酒屋を自由に行き来して交流してもらおうというものです。スタートの店だけは決まっていますが、2 店舗目以降は、できるだけ順番に回っていただきたいのですが、基本的には好きな店に行くことができます。そこにいる人は皆、独身なので、気になる方がいれば話しかけて仲良くなってもらうという催しです。

第 1 回は、実行委員会内で「100 人对 100 人も集まるのか」「50 人对 50 人でよいのではないか」という心配がありましたが、結果的には 150 人对 150 人と 50 人オーバーの人数が集まって、盛大に開催することができました。

また、運良く、この時にテレビ局の取材が入りました。震災後で、人々が絆を考えるようになり、結婚を迷っていた人も「やはり家族がほしい」という気持ちになったのか、とても人気が出たので、それも含めてテレビ局から「『ひらコン』の開催中の様子を取材させてほしい」という申し出があり、ニュースになりました。

これがニュースになったことにより、各地に「我々のまちでもできるではないか」と思うところが出てきて、いろいろなまちで開催が計画されました。実際、1 回目の「ひらコン」を開催した後、「方法を教えてほしい」とか「見学に行かせてほしい」という電話の問い合わせがたくさんありました。その方々が実際に各地で開催されて、またその実績を他の方に話すことによって、この取組が段々と広まっていると思います。

### ➤ ひらパーで七夕「ひらコン」を開催

「ひらコン」は今までに 6 回開催しており、今回は 7 月 7 日に「ひらパー」で開催します。

実は、枚方市は日本における七夕伝説の発祥の地であり、それを PR したいということもあって、七夕に「ひらコン」を開催することになりました。スタートも七夕「ひらコン」でしたし、2 回目の 7 月 7 日にも「ひらコン」を開催しましたので、今回も 7 月 7 日の日曜日に「ひらパー」で開催します。

場所が「ひらパー」ですから、街なかの街コンとは違って、500 人对 500 人で 1,000 人の街コンにし

ましたが、結果的に 1,000 名の方が参加されることになっています。

「ひらパー」は、遊園地が続々と潰れている中で生き残りましたが、その要因は、持ち込みのお弁当を OK にしたこと。他の遊園地は持ち込みを禁止しているところが多いようですが、お弁当を持ち込めるようにして生き残ったと伺いました。したがって、「ひらパー内」にはあまり飲食店がありません。

そこで、我々は「ひらコン」スペシャル弁当なるものを地元枚方の仕出屋さんにつくっていただくことにしました。それを早く受付に来た人の順に、好きな弁当を選んでもらうことにしたので、地元の PR もできるのではないかと考えています。

それから、「ひらパーひらコン」ミッションというものをしています。参加者は「ひらパー」内の乗り物に乗り放題ですが、「ひらパー」は晴れの日是一般客が 8,000 人ほど来るそうで、そのうちの 1,000 人が「ひらコン」参加者なので、500 人対 500 人が「ひらコン」参加者とわかるように印を付けています。今回は 2 人 1 組の参加をお願いしており、ペア同士で声を掛け合って、4 人でこちらが提示したミッションをクリアしてもらうというゲーム性を持たせています。

ミッションの内容は、例えば、「ひらパー」内の指定された場所を 4 人で一緒に写真に撮ってきてもらうというものや、私も「スーパーひらパーおばさん」という名称で、アフロヘアに割烹着姿で園内にいますので、「スーパーひらパーおばさんと変顔で写真を撮ってください」というミッション等を考えています。ミッションをクリアするとシールがもらえて、そのシールが一定量溜まると、最後に行われるダイヤのネックレスが特賞の大抽選会に参加できます。そのような仕掛けをしています。

### ➤ 「バル」の仕掛けづくり

私はずっと「ひらコン」に携わっているわけですが、その中で、まちの皆さんから『「ひらコン」は独身者しか楽しめないの、既婚者も楽しませてほしい』という声がかかるようになりました。そこで、次に企画したのが「バル」です。

「バル」とは何か、第 1 回目の「バル」を例に説明しますと、参加者はまず、ミシン目が入って切り

取れるようになっている「バルチケット」を 3,000 円で購入します。そして、「バルマップ」に掲載している約 70 店舗の中の好きな店にこの「バル」チケットを持って行くと、その日のバルメニューを食べることができます。それにプラスしてお酒も飲めるという、食べ歩き、飲み歩きができる催しです。

「バル」は大阪市内でも行われているので、行かれた方もいると思いますが、大阪市内の「バル」は土曜日の夜の一夜限定のところが多いです。しかし、枚方市で行う「バル」は、地元の家族連れに来ていただくことを目的としていますので、平日を含めた 4 日間の開催としています。1 枚ずつちぎって 4 日間行っていただいても構いません。

これは、我々の熱い思いを感じ取っていただいた枚方市の飲食店の方々が、頑張ってメニューを考えていただいた結果、2 店舗も行くとお腹がいっぱいになるほどの料理を出していただいたので、2 日に分けて行くことができるようにしたわけです。

「ひらコン」も「バル」もそうですが、地域活性化で新しいことをする時は、絶対に他の地区の企画をそのまま真似てはいけません。枚方には枚方のやり方、枚方の地域性があります。そのように思って、他の地区が同じようなことをしても、違う要素を常にプラスして考えています。

例えば、今回の「バル」は 7 月 18 日～21 日に開催しますが、他の地域がしていない企画として「バル総選挙」というものを行います。今回のチケットは 5 枚綴りで、1 人で使えば 5 店舗行くことができるので、70 店舗近いお店の中から 5 店舗を選び、一番気に入ったお店に投票してもらいます。

投票方法は使い終わったチケットに、一番好きな店舗名と、自分の住所、電話番号、そして選んだ商品名を書きます。それを、枚方市、交野市のローソン、ファミリーマートの協力を得て、コンビニに投票箱を設置させていただき、「バル」が終わった後で「何か当たるかも知れない」と期待しながら、その投票箱に用紙を投函していただくという仕組みです。このように、他の地区で行っていない「バル総選挙」を行います。

この企画の本当の狙いは、やはり、まちの活性化です。私は、枚方には本当に美味しい飲食店がある

と思っています。それは、枚方が大阪や京都から 20 分程度で行き来できる位置にあり、京都や大阪で修行をして腕を磨いた方が、枚方に戻って自分の店を持っているからだと思います。枚方は、環境が良く、子どもも育てやすいし、自然もたくさん残っているので、実は今、人口が増えています。そのようなこともあって、枚方市には美味しい店が多いのではないかと考えています。そのようなお店にこの総選挙をしてもらうことによって、「もっと頑張ろう」と思っただけなのではないかと考えています。

もう一つ、今、飲食店は景気が悪くて広告費を出すのが困難な状況であり、そういう状況下で、例えば、雑誌や「ホットペッパー」等のフリーペーパーに広告を出せば 10 万円単位のお金が飛んで行き、大きな負担となります。その点、「バル」のメニューで頑張って美味しいものを提供し、本当に美味しいと分かってもらえれば、ナンバーワンシェフになれば、「バル」の方で「ナンバーワンシェフ」としてインターネットで紹介しますし、フリーペーパーの「ぱど」にも取材をしてもらいますので、最高の広告になるのではないかと考えています。そういうことから飲食店の方は頑張られるのではないかとということで、「バル総選挙」をプラスしました。

### ➤ 地域活性化を目指して

「ひらコン」に 2 年間取り組み、十分に集客できるようになりましたが、準備が大変ですので、次の「ひらパーひらコン」を最後に、私は「ひらコン」の実行委員長を降りる予定です。あとを継ぎたいという人がいるので、その方にお任せします。

「バル」に関しては、まだ定着していません。1 回目は赤字が出て、当時の「バル」の実行委員会メンバーで 3 万円ずつ出して補填しました。それで、2 回目は絶対に黒字を出そうと思い、市役所の方々にも手伝っていただいて、手売りでチケットを売って回り、黒字となって、3 万円の補填分を皆さんに返すことができました。今回が 3 回目になります。

7 月 7 日の「ひらパーひらコン」が重なったこともあり、今回の「バルマップ」はようやく来週の月曜日にできあがり、実質 18 日間しかチケットを売る期間がありません。切羽詰っていますが、良い仕組みができたので、きっと売れると確信しています。

このように、私がボランティアで地域活性化の活動をしていると、「何のために活動をしているのか」「余程好きなのか」と思われるかもしれません。私自身は 3 人の子どもを育てているシングルマザーで、15 年ほど前に夫と離婚しました。そのため、それまでは専業主婦でしたが、何かをして食べていかなければならなくなったわけです。しかし、小さな子ども 3 人を抱えて再就職するのは容易ではありません。いろいろと考えていた中で「インターネットなら移動せずに、女性でも仕事ができるのではないかと」思い、それで広告代理店を始めました。しかし、最初はすぐに稼げるわけもなく、建てたばかりの家も手放さなければならなくなりました。その家には頭金や、いろいろと注ぎ込んでいたので、貯金もゼロの状態になってしまったのです。

その様子を見て、その頃知り合った人が「あなたのような人のためにセーフティネットとして生活保護がある。受けるのを恥ずかしいと思うかも知れないが、そこから脱すればいい。脱するために受けなさい」と声を掛けてくれました。その言葉に納得し、離婚当初、生活保護を 10 ヶ月間受けました。そして、死に物狂いで働いて、10 ヶ月後に生活保護を受けなくても大丈夫という状況になり、今の生活に至っています。

そういうこともあって、私の中には「枚方市に助けられた」という思いがあり、それに加えて、今はお陰さまで仕事も安定しました。そのような中で、面白いこともさせていただける喜びが私を突き動かして、地域活性化に力を入れるようになったということです。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。それでは最後に、金野先生にお願いいたします。

### <空き家活用等による地域再生の取組について>

**金野：** 金野です。よろしくお願ひいたします。「47 行政ジャーナル」という共同通信社の Web サイトに寄稿したものを資料として用意していただきましたので、ご覧いただければと思います。

本日のテーマは「地域資源のリノベーション」ですが、我々にはいろいろな地域資源があります。

まず、空き家です。空き家を地域資源として活用します。我々が取り組んできた空き家活用実績を一覧表にまとめていますので、合わせてご覧ください。

### ➤ 地域資源と「暮らしの再生」の概念

地域資源とは何か。我々は丹波篠山を中心に活動していますので、その中で「このようなものが資源になるのではないかと皆で話し合いながら並べてみました。「たたみ・土間・縁側・客間、いろり・おくど、来客・もてなし・しつらい、陶磁器・漆器・布・和紙・木工・竹細工、里山・農地・薪炭、虫の声・鳥の声、気配・闇・畏敬の念、五感・祈り・土地の神様、食文化、集落・商店街・まつり、コミュニティ・子ども・家族」など、よく見ると、日本が捨てたもの、捨てようとしているものばかりです。このようなものに逆に価値を見出して、光を当てると良いのではないかと、無根拠に思って活動しています。

その代表格が空き家です。空き家といっても伝統的な建築物、いわゆる古民家などで、それらを使って地域再生に取り組んでいます。田舎で空き家になると管理ができなくなって家が荒れてしまい、ガラスを割られて不審者が入るなど、負の遺産になっているので、これがプラスの価値に転換することにインパクトがあります。その上で、その地域に元々あった食文化、それから生活文化などを一緒に再生するという考え方をしています。一言でいうと、暮らしの再生をして、人が行き交うようにするということです。

我々の観光の概念は、例えば、人生を旅のようなものだとすると、その中の一区切りをそこで暮らすということ。日帰りの観光から移住、定住までを考えます。それが、暮らしの再生や人の行き交いのベースになる考え方です。したがって、我々は観光事業について、暮らしを体験するツーリズムをつくれればよいと考えるわけです。

### ➤ 空き家再生の事例

#### ① 集落丸山

例えば、我々の一つの作品として、篠山の谷奥の集落の例があります。12戸の集落のうち7軒が空き家で、5世帯19人が残っている、いわゆる限界集落です。

このようなところで集落の人たちと一緒に「どうするか」という話をします。基本的に、我々が「どうするか」というのは「空き家をどうするか」という意味です。地域の方々としつこくワークショップなどを行い、その空き家をどうしたいのかという方向性を決めるわけです。

結果的に、ここでは2軒が宿泊施設になりました。一見すると、どれが宿泊施設かわかりません。そこが大事です。新しいログハウスか何かを建てて、車で来てすぐに「あそこだ」とわかるようではだめなのです。暮らしを体験するわけですから、集落の一員になったような気分にするという演出の意味でも、元々あったように直します。

そういう趣旨に沿って宿泊施設とフレンチのレストランができています。集落NPOの理事長でもある自治会長の家や、事務局長でこの集落の宿を運営する女将さんの家もあります。

空き家を改修して、そこで食文化と生活文化に触れられるようにします。篠山には美味しい野菜がいくらでもあるので、地元の野菜を使った食事を出します。米ももちろん地元のもので、また、イノシシやシカを、フレンチなどの料理にして食べてしまいます。

ただ、あまり原理主義的に「昔はこうだった」とやり過ぎるとビジネスにならないので、その辺のさじ加減が難しいところです。例えば、日本の暮らしを体験すると言っても、外に汲み取り式のトイレがあるという形ではお客さんは来てくれませんので、今風のトイレ、今風のキッチンをつくります。浴室も新しいものにします。したがって、料理も地域の食文化にはこだわりますが、フレンチでも構わないということです。

また、私の場合は、注連縄は大晦日かその前日にスーパーへ買いに行き、選ぶほど残っていない中から買うのですが、地元のお婆さんは、正月が近づくと自分で注連縄を編みます。そこで、それをそのままワークショップにすると、お客さんが来るわけです。

これは「集落丸山」という宿で、人数によって変わりますが、1泊2食付で1人3万円前後です。農家民宿としては高いと思いますが、それでもたくさ



んのお客さんに来ていただいています。

## ② 天空農園

その他にも、同じように山の中で一軒家が崩れかけているのを見ると、我々は燃えます。屋根が落ちかけていた一軒家を見るに見かねて直し、その上で、セミナーハウスにすると楽しめるのではないかと考えました。

周りに素晴らしい里山があるので、学生の合宿や、企業の研修などに使われています。1棟貸しで1泊4万円ですので、10人で利用すると1人4,000円になります。

## ③ ささらい

次は大きな庄屋を再生した例ですが、庄屋のような大きな建物が維持できなくなって潰されています。それをどのように使うのかは難しい課題ですが、ここは複合店舗になっています。

合併した旧町の中心地にある庄屋で、そこをリノベーションし、土蔵にあった器を使って、地場の食材で和の創作料理を出しています。

また、いろいろなイベントを行って人が来るという仕組みになっています。このような形で我々は空き家を再生しています。

### ➤ 古民家の魅力と空き家活用による地域再生

古民家の魅力は、自然との対話、緩やかな時間の流れなどにあります。その土地の土や木などに抱擁されているという安心感があるのかもしれませんが。それは動物的な感覚ではないかと思っています。

改修の方法としては、その建物が一番輝いていた時に戻しますが、ただし、現在の生活にマッチするように、水廻りなどは必要な改変をすることとを基本的に考えています。

要は、空き家を使って、地域の本物の暮らしを空間化していくということです。実際には、カフェ、レストラン、物販、宿泊施設、住宅、シェアハウス、シェアオフィス、福祉施設などいろいろなものに使えるので用途は広いと思います。

また、思いがけないことですが、前述の集落は人が行き交うようになったことによって、たくさんあった耕作放棄地が段々となくなってきました。人が行き交うことで、「ここで農業がしたい」という若い人が通ってきたり、篠山は黒豆が名産なので「黒豆

を育てたい」という都会の方が畝を一つずつ借りて札を立てたりして、勝手に市民農園ができていきました。

それから、NPO や企業の里山ボランティアのグループが、自主的に里山整備をしてくれるということもありました。

これは、本当に最初は思いもしなかったことで、国が大きな網を打って耕作放棄地の対策を講じても効果が上がらないのに、非常に小さなエリアでも血が通い出すとそのようなことが起きるとというのが、我々、現場の者の感覚です。

### ➤ 取組の成果

この取組について、いくつかのノウハウを簡単に説明します。

#### ① 改修費を抑える手法

改修費は安く抑えられます。古民家はとても高く、贅沢だというのは誤解です。それは工務店がつくった誤解であり、仕事をしやすくするために言っているだけなので騙されないでください。例えば、我々の宿泊施設は坪単価 30 万円ほどでできるので、新築の約半分です。しかも実際は、その施設をもう一度建てようと思うと億単位の建築費がかかります。そのように比較にならないものができるということです。

したがって、非常に安くなっているわけですが、その上、あまり直しすぎないで、風合いを重んじて壁などをそのまま使うようにすると、値段はもっと下がりますし、その方がお客さんも喜ぶます。ボランティアに手伝ってもらおうと更に安くなります。これでも高くペイしない場合は、補助金を入れることも考えます。

このようにして、我々は 10 年間で採算が取れるような改修スキームを組みます。

#### ② 空き家の流動化

田舎では、空き家は流動化しないという問題があります。空いても貸したり、売ったりしてくれないのです。

これには、いろいろな理由がありますが、「変な人に貸すとコミュニティに迷惑がかかる」というのが大きな理由のようです。都会では考えられない理由ですが、田舎はこれが重視されます。

また、売ったり、貸したりすると「あの家はお金に困っているのではないかと噂をされます。いずれにしても世間体が大事なのです。

このような田舎の物件を流動化させない要因に対しては、地域コミュニティの中で「それをどのように使うのか」ということについて合意形成をするプロセスを持ち込むと、問題が消えて、「どうぞ使ってください」という話になります。そこが大きなポイントです。

その他、「仏壇が残っている」等、いろいろな問題がありますが、そのようなことは細かく調整して、知恵を出せば解決できます。

### ③ 事業スキームの構築

このようにして、我々は所有者から空き家を 10 年間無償で借ります。「使ってください」と言ってくれるので無償で借りられるわけです。固定資産税分は、こちらで負担しています。

そして、我々が資金投下をして、それを回収するわけですが、10 年間誰かに貸すとか、宿を共同経営する等の方法で事業を展開し、10 年間で借金を返せば良いという話です。

このようなサブリース手法で展開しています。リスクはありますが、今のところはすべての物件がうまくいっています。

### ④ 中間支援体制の構築

それから、地域で何か夢を実現しようとした時に、地域コミュニティだけではリソースが足りないので、我々 NOTE が中間支援をします。専門家がいなければ連れてくる、資金がなければ借りてくる、ノウハウがなければ注入するというように一緒に取り組みます。これを 10 年間続けていくと、これが地域に内部化すると考えています。

そのように、我々の会社はいろいろなコミュニティと一緒に取り組む、そこに外部の事業者などを連れてきますが、外部の事業者もそこに移り住んで事業をするので、内部化していきます。そのようにして、もう一度コミュニティをつくるという活動をしています。

#### ➤ 最近の取組事例

最近、竹田城の麓の酒蔵を、同じ考え方で宿泊施設にリノベーションして、その暮らしを体験し

てもらおうという取組を行っています。現在工事中で、この秋にオープンします。

豊岡では、銀行の建物をリノベーションしてプチホテルにします。中心市街地の真ん中にあるので、同じように宿泊やレストランの施設にして、そこでその土地の文化を楽しんでもらう考えです。

結果として、ヘリテージな雰囲気のものをつなげて、広域観光圏を形成してはどうかと考えています。これらの繋がりがまず 1 本できて、そこから横につないで多面的に観光圏をつくってはどうかという活動です。

時間が来ましたので、情報発信と推進体制については、後ほど時間があればご紹介します。

鐘ヶ江： ありがとうございます。

### ●フロアとのフリーディスカッション

鐘ヶ江： 当初は、この後、順番にパネリストの方々にご意見を伺おうと思っていましたが、少し方針を変えて、一気に五つの話を伺って、本日の話題の中心は何か、皆さん、それぞれ違うことが頭に入って触発されたことと思います。その点も含めて会場の皆さんと対話をしたいと思います。何が出てくるのかわかりませんが、質問や自分の考え方等をフロアの方から振っていただいて、それに関して自由にお答えいただきたいと思います。

時間の関係上、1 人 1~2 分で質問をいただいて、返答はパネリストを指定されても構いませんし、また、他のパネリストも答えたい方はお答えいただいて構わないという形にしたいと思います。

理論等々を話せと言われればいくらでも話しますが、むしろ皆さんと議論をしたいと思いますので、気楽に手を挙げて質問をお願いいたします。

#### ➤ 活動の継続性について

Q： 私もしろいろと地域活動をさせていただいて、本日は酒井さんを紹介させていただきましたが、酒井さんの話が打ち合わせた内容と少し違うので、「それでよいのか」と思いながら聴いていました。

佐藤さんの話は、不勉強で本を読んでいませんでしたので、帰ったら購入したいと思います。

それで、大事だと感じたのは、居場所をつくるという話です。不確実な時代にどのようにして居場所をつくるのか、パネリストの方々のいろいろな取組も、そういうことの断片だと思いますが、私が気にしているのは継続性をどのように担保していくのかということです。未来を見つめてどのように継続していくのか、どのように考えればよいか、ご意見を伺いたいと思います。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。まず、佐藤先生をお願いします。

**佐藤：** 継続性については、同じものを続けようと思うと難しいと思いますが、変わっていくものだと思えばよいのではないかと思います。先ほど紹介した事例も、次々に変わっていると思います。何かに関わらず、その時々ベストを柔らかくできればよいのではないのでしょうか。逆に形にしてしまうと面白くありません。

本日は紹介できなかったのですが、横浜トリエンナーレでとても活性化した時期がありました。ボランティアの人たちが自分たちで広報をするなど、とても面白かったのですが、一度成功したので、次は行政が民間に委託し、それによって取り組む方は全く面白くなくなったということがありました。やはり、常にクリエイティブがあって、それが面白いから人がついてくるのだと思います。

サントリーの地域文化賞を見ますと、次世代が活性化しているところは、いつも変化しています。面白い課題や厳しい課題が次々と上から飛んできて、それを皆が苦勞しながら取り組んでいるところが活性化しているのです。守るだけではつまらないし、無理がでるのではないのでしょうか。地域はクリエイティブにどれだけ変えられるのか、逆にその部分の余裕こそが必要なのではと思いますが。……

**Q：** ただ、居場所と言った時に、人間はすぐには変わらないのではないのでしょうか。

**佐藤：** それは柔らかい関係性であって、離れていても構わないと思います。離れている人のサポート

は意味があって、「いつも見てくれている」というように、居場所と言ってもそれほど堅いものではないと思います。私は居場所感知能力のようなものがどこかにあって……

**Q：** 状況が変われば、ノマドのように移っていく感じになると思いますが、それにはそのような場所がたくさんなければならないし、たくさんあることが地域の豊かさなるのではないかと思います。

**佐藤：** それぞれの人にとってそれが必要だと思います。例えば、ここに集会所をつかったから居場所になるというものではなくて、自分がそこにいることに意味を見出してくれる人たちのいる空間、あるいはもっと柔らかいものだと思いますが、そういうものがあればよいと思います。

ここは計画行政学会なので、場所にこだわられるのかも知れませんが、必ずしも場所そのものではないように感じています。

**Q：** ありがとうございます。

**鐘ヶ江：** 今の居場所等々について、何かご意見はございませんか。

**Q：** 松尾さんが「ひらコン」をどのように継続していくかが気になります。変わっていくのだと思いますが、どのように変わっていくのでしょうか。

**松尾：** 私の場合は「ひらコン」に2年間取り組んで、次の人にお譲りするという話をしましたが、「ひらコン」を始めた時は、「このようなことするので、一緒にやらないか」と声をかけて知り合いをかき集めました。ところが、人気が出ると、「自分も加わりたい」という人が増えて、実行委員会がすごい人数になり、実行委員会かどうかわからない人も来ているような形になったことがありました。そのような経緯もあって、規約を作って実行委員会メンバーを固めようということになり、ここまで来ています。

ところが、このような地域活性化事業というのは、成功すると内部でいろいろと言う人が出てきます。

私は広告代理店なので、ホームページからチラシまで全部私のところで請けていますが、私は安く請けているつもりでも、一部に「松尾さんだけが儲かる仕組みになっている」と言う人が出てきて、その火消しが大変でした。それで、「次にやりたいという人がいるので全部差し上げます。私はもう関わりません。その代わり継続してください」という形で抜けさせていただくことにしました。

もちろん、私が自分でやりたいと思って、思いを持ってここまで来た「ひらコン」ですから、愛着はあります。しかし、そのような結果になってしまいました。ただ、引き継いでくれる人は一緒に汗を流した人ですし、「松尾さんはアイデアのある人だから、次ができる。我々がこれを守るから次をやってください」と言われたので、「それなら、もう私は飛び出る」と判断した、良い形での終わり方です。新しいことも考えています。

ただ、街コン自体は流行り過ぎて、本当を言えば継続が難しくなっています。そこで、今回、「ひらパーひらコン」を企画したわけです。

街コンに来る人は、最初は良かったので、実際に結婚した人もたくさん出ています。ただ、負け組み男子と勝ち組女子が来るのでバランスが悪く、「行っても良い人がいない」とか、このご時世、男性が少し草食系で、目の前の女性が「日曜日はあいている」と言っても誘わないというのが現実です。

したがって、街コン自体がこれから続くかどうかは少し疑問がありますが、形を変えて継続してほしいと思っています。男女の出会いの場を創出するのは大切なことですし、これからも必要なことだと思うので、街コンという形以外で、また考えたいと思っています。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。どのようにして継続していくのかという、持続可能性には、経済的な問題もあり、人のモチベーションの問題やリーダーシップ、メンバーの問題もあると思います。この話は後ほどまた大命題として出てくると思いますが、一旦、他の質問に切り替えたいと思います。

## ➤ 空き家を借りる合意形成と資金面について

**Q：** 金野先生にお伺いします。私は今、高知県庁と一緒に移住促進の支援などを行っていますが、空き家などの対策をどのように変えるかが難しい問題になっています。

そういう中で、本日は中間支援組織など、非常に良い事例を教えていただいたと思っています。そこで、二つ教えていただきたいことがあります。一つは、古民家を借りることについて、どのように説得しているのかということです。もう一つは、資金の面で、中間支援組織に対する何らかの融資、あるいは支援などの制度があるのかどうか、あれば教えていただければと思います。

**金野：** 篠山市が市内にどのくらいの空き家があるかを調べたところ、680軒ありました。回答のない自治会もあったので、多分1,000軒くらいは空き家があります。我々は市から委託を受けて、この680軒のうち、了解の得られた380軒について「貸す」か「売る」か意思を訪ねたのですが、空き家バンクに登録できたのは0軒でした。それほど流動化しないのです。

しかし、前述のように、丸山集落でワークショップを行い、「この空き家が地域のために使われて、このような人が使います」と説明して、「それは良いことだ」という理解が得られれば、向こうから物件が出てきます。空き家にしているのにワークショップに来ていた人達がいて、その人達は事情が全部わかっているのが即OKです。もちろん無償です。

事情のわからない人に電話をしてもすぐに切られてしまいます。いかがわしい電話が掛かってきたと思われるようで、それほど「空き家を貸せ」というのはいかがわしい話が多いのだと思います。そのような状況です。

そのように、我々が行っても必ず借りられるような話になるわけではありません。日本の地方は良い意味でも、悪い意味でも閉鎖的です。閉鎖的だからこそ、あのような環境が守られているという面もあります。したがって、受入れない地域は、まだタイミングではないと考えて無理に話を進めません。受け入れられるところへ行きます。

今はある程度実績が出てきたので、オファーが来

ます。こちらが応えられないくらいのオファーが来て、充分に対応できないという状況になっています。

もう一点の資金面については、例えば、丸山集落の場合、「ボランティアに手伝ってもらって、5年くらいかけて3棟直そう」という話から始まりましたが、そのタイミングで国から補助金の募集があり、それに応募したところ3,500万円の補助金が得られることになりました。総工費が7,000万円ですから、結果的に1/2補助になります。それで、ある一定の稼働率を設定して計算すると、10年間でペイするかどうかわかります。それで判断をして進めることになり、一気に3棟を改修して旅館を始めたわけです。ところが、1棟は「帰って住みたい」と言われたのでお返しすることになりました。

そういう行き当たりばったりの取組で、その都度、それなりの計算をして、「これなら何とかやっけていけるのではないか」と判断しながら進んでいます。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。他のご質問をございませんか。

#### ▶ 地域活性化に取り組む組織体制について

**Q：** 私は兵庫県職員で地域活性化を担当していますが、その観点から、活性化のための仕組みをつくられていると実践されていますので、それを維持していくための組織のあり方について伺いたいと思います。

篠山では一般社団法人の組織を作られているようですが、ビジネスとしては継続していかなければならないと思います。そのためにどのような組織の形が良いのか、ご自身の例も踏まえて教えていただければと思います。

**金野：** これも制度設計を最初から作ったというよりも、成り行きでできた組織です。篠山市の第3セクターを整理統合・民営化した時に、その組織を何とか夢の持てる、地域に貢献できる会社にしようと思ったのが最初です。そのような経緯も踏まえながら今があるので、どのような組織体が良いかというのは分かりません。

先に現実があるのであって、理論は後から考える

ことです。右往左往しているのが現実で、その中から「このようなことではないか」と、その都度、自分の中で理論化しては次へ進み、また理論化するというように進みます。したがって、何が正解かは分かりません。

そのようにして理論化したところによると、我々はコミュニティに足りないリソースやプレーヤーを補填する中間支援だと思っています。

よく中間支援組織は、講座を開いたり、NPO化するための申請書の作成事務を手伝ったりすることに留まってしまっていますが、それではだめです。例えば、集落の代わりに資金調達するような、もっと身の入った中間支援でなければなりません。

プレーヤーを引っ張ってくる、ボランティアに来てもらうといったネットワークを常に用意しておかなければサポートはできません。もちろん、最初からそのようなものがあつたわけではなくて、必要に応じて、例えば「誰か宿の専門家はいるか」と探すわけです。そのような感じで右往左往しているうちに、相応しい組織ができてくるのではないかと思います。

**鐘ヶ江：** 先生方、他のところはいかがでしょうか。

**以倉：** 我々のところは組織があるような、ないようなところですが、お金の流れでいうと、個人事業という形になっています。

自分自身の経験から言いますと、かつてはNPO法人や株式会社、合同会社、社団法人等、いろいろとつくって経営もしましたが、最終的に、今はこのような形になっていて、何が良いかと考えた時に、コストがかからないという面が挙げられます。会社などは非常にコストがかかります。組織は維持だけでコストがかかるからです。税理士も依頼しなければならぬし、雇用が生まれれば保険や給与の支払いが必要となります。そういう中で、私が今取り組んでいる「まいまい京都」というイベントは、多分、他の方々のイベントに比べて収入が少なく、お金も回らないので、コストの削減が重要なポイントになります。そう考えた結果、個人で活動するのが一番コストがかからないと思われるので、法人にはせず

に個人で行っているというのが、今の体制です。

**酒井：** 私のところはメディアシステムソリューションという株式会社ですが、「えふえむ草津」を立ち上げた時に、草津市の方から株式会社で立ち上げることが最初から決められていました。それは、私に資金のないことが分かっていたので、「株式会社なら出資金が集まるだろう」と考えられたわけです。しかし、私自身は「ラジオ放送局は公共のものである以上、株式会社というのはどうか」と思う部分があります。

それで、株式会社えふえむ草津という会社を立ち上げて、組織については、一応、株式会社の形式をとっていますが、運営の中身は大半がボランティアで回しています。その理由は、コミュニティ放送局は、元々という言い方はどうかと思いますが、あまり儲かりません。「地域のため」と思ってやりますし、大学の先生にも「地元住民を巻き込みなさい」と言われています。私もそれが然るべきと思いますが、そうすると放送レベルが下がるので、それを商品として売り出せるのかどうかという問題があり、一般企業は「プロのタレントの方がよい」という話になりかねません。そうすると、広告宣伝費、アナウンススクール、イベント関係の企画等が収入源でしたが、結局、その辺りのバランスをとるのが非常に難しく、今も苦慮している部分があります。

そういう中で会社を設立したのは、まずはいろいろなところで広めたいと考えた時に、行政と組んだ形を取らないと防災面で情報が抜けてしまうという問題があったからです。個人で立ち上げて、自分たちの好きな音楽番組を流すだけのコミュニティ放送局もありますが、そのような形ではない形式をつくらうとすると、信用度も含めて考えた時に、行政と組んで互いに仕事をしようという部分では、株式会社でなければ難しいところがありました。

ただ、先ほど少し紹介した武雄市に関しては、また新たにメンバーを集めようとしています。まだ発表していないので詳しくは説明できませんが、実は行政と一緒に財団法人で立ち上げようとしています。

したがって、その時々で、その土地柄やいろいろなことを考えた時に、何が相応しいのかという判断

になると思います。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。松尾さんのところは先ほどボランティアと言われましたが、法人化の話はあるのでしょうか。

**松尾：** 全くありません。ここに座っていてよいのかと思うほど、行政とつながろうとか、補助金をもらおうという発想がなく、民間レベルでやりたい人が手を挙げてやればよいと考えています。地域活性化とは、本来、そのようなものではないかと思っていて、「ひらコン」に関しても、1回目は失敗した「バル」に関しても、ゼロスタートです。ホームページなどは自分たちでできるので、そのような点では恵まれているのではないかと思います。

ただ、毎回、少しずつプール金を残していて、「ひらコン」に関しても 100 万円くらいのプール金がありますので、初めて結婚の報告をいただいた方には、5 万円の商品券をプレゼントする等、そのようなことに使っていければよいと思っています。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。

ところで、佐藤先生にも伺いたいのですが、たくさん事例を調べられた中で、組織化や、組織体が法人化した例、あるいは、法人化が逆に瓦解した例など、傾向があるのでしょうか。

**佐藤：** そのような観点では見ていないのですが、組織になると動きにくいのではないかという感じはあります。越後妻有の例も、人気が出ると、皆が「会社が行うのはどうか。自分たちがやらなければならない」というような話になっているように感じます。「リスクは取らないけれど、成果は取りたい」という傾向があるので、それは良くないと思います。したがって、参加している人たちがそのような意識を持たないように、そもそものことを考えなければならぬのではないかと思います。

それから、「このゆびと一まれ」などをみていると、助成金等に縛られると、今を越えることはできないのではないかと思います。新しいものをつくるということは、今は無い仕組みをつくるということです。

彼女はとても苦勞をしてあのようなシステム作ったわけであり、だからこそ、皆が面白いと思えるのです。「先にそれありき」では、それを越えられないという縛りになると思います。

越後妻有も、最初は地域興しということで補助金を受けていますが、補助金をもらいながら、全員が反対するようなことをしているわけです。結局は志の高さが人を動かしていると思います。行政の補助金制度も変わるので、本当に面白いことをするには、そういうことをしないと 10 年、20 年、30 年と持たないと思います。

行政の人はどのようにして補助金を取るかということに長けていると思いますので、逆にそこをうまくつくると良いのではないかと思います。面白いところには、もう一步先へ進んで「どのようにこれを騙してやろうか」というくらいの感じがあるのではないかと思います。

20 くらいの事例を調べましたが、本にしなかったものは、行政色が強く、行政の言われたとおりのまちづくりはできていても、「それは市長のリーダーシップだ」「政治力だ」というのが分かり、面白くないと思ったものです。それは、多分、空気が出ていないので居場所になっていないと思います。マスコミはその方を書きますし、まちづくりで名前のあるものもありますが、行った時に「違う」というのは、見る人が見れば分かると思います。

丸山が良いところだとは知っていましたが、それほど古いものが良くなっているとは知らなかったの、凄いなと思いました。

私は石見銀山を調べていますが、石見銀山は世界遺産に登録された時よりも、今の方が良くなっています。人が増え過ぎて、バスしか入れなくなり、車では入れないようにしていますが、少しまちを歩くにも案内人が連きます。そこが凄いなと思います。特別なことをしているわけではないのですが、数百 m の通りを歩くだけでもガイドが付くのです。しかも有償ボランティアです。

もう一つ面白いのは、二人の古い家をリフォームして頑張っているオーナーの方々がいるのですが、一つは「群言堂」という洋服屋です。「他郷阿部家」は旅館になっていて、数組しか泊まれません、オ

ナーでデザイナーの女将さん(松場登美)や旦那さん(松場大吉)と一緒に泊まってくれて、晩御飯と一緒に食べ、いろいろな話をしてくれるのです。それがとても良くて、「暮らしの学校」というのをやりたいと言われていました。

単に場所があるだけではなく、篠山でも注連縄づくりなどがありましたが、そういう知恵、人間のソフトのようなものが一緒にあると、参加できます。単に空間的な良さだけではなくて、暮らしの中で時間を大事にする、季節を大事にするということが身に付いてくるように思いました。したがって最近、まちづくりは町並みから段々と暮らしにシフトしているという感じがしています。

**金野：**丸山をつくる時に、今言われた大吉さんや登美さんにも指導していただきました。ですから、今の私のコンセプトにも、多分、お二人の考えが入っていて、自分が考えついたことのように話していますが、きっと誰かに教えてもらっているものです。松場登美さんのところは本当に素晴らしくて、登美さんが実際にそこに住んでいて、非常にセンスが良くて、生活観が丸ごとあって、その中に行かせてもらうというのは、真似できないものです。それくらい素晴らしいので、皆さんも是非行ってみてください。

今の話をもつて、私なりの考えですが、補助金は遠慮なく取ればよいという考えです。取るのは面倒なので取らなくても構わないのですが、我々のような活動は、多分、外国なら寄付が集まります。しかし、日本の社会システムはそうになっていないので、寄付の代わりに補助金があるわけです。そのような社会になっていて、補助金があつて寄付制度が育っていない面があると思います。

諸外国ではそれが民ベースで、皆がビジネスとして成り立っているということではなく、志に対する出資を誰かがしていて、その主体が誰かということだけです。決して、それを国や県や市がするのが良いとは思っていませんが、現実の社会をベースに活動しなければ仕方がないので、取れるものは取っても構わないという立場です。

ただし、そこで志が曲がっているようではダメな

ので、そうならないようにするという感じです。

**松尾：** 嘘をついていました。「ひらコン」に関しては補助金をいただいていませんが、「バル」に関しては商工会議所に共催として広告費を出していただいていますし、民間企業から協賛金をいただいています。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。リソースの中でも、資金はどこから出てくるのか、どうやってつないでいるのか等、ケースによって違うと思います。組織化や法人化は、社会的な責務も含めてある種のリスク取らなければなりません。そういう時に資金調達があると金野さんは言われましたが、そのような時にはどうしても出てくることがあると思います。この話は一旦置いて、他にご質問があればお願いいたします。

#### ➤ 行政支援のあり方について

**Q：** 民間のシンクタンクですが、この学会は計画行政学会で、堅苦しく言うと、計画行政は行政計画ではありません。平たく言うと、地域の運営や経営をきちんとしようという観点で考えています。

それで、皆さんのいろいろな活動に対して、資金の問題やそれ以外も含めて、行政がどのように応援すればよいのかということ伺いたしたいと思います。「こんな応援をしてもらって良かった」とか「してほしい」、または逆に、先ほど佐藤さんが言われたように「行政が委託したら面白くなくなった」とか「こういうものは要らない」「横で見ている変だった」など、経験されたことを話していただければ有難いと思います。

**以倉：** 我々と行政の関わりを紹介しますと、京都市に後援していただいている、例えば、チラシを地下鉄の駅や区役所に設置していただいています。

その他、共催で行っているイベントがあります。例えば、学芸員の方と行く京都市美術館のツアーや、飼育員の方と行く京都市動物園のツアーは、京都市職員の方にガイドしていただくこととなります。その場合、通常支払っているガイド料を個人では受け

取ることができないので、市に納めることとなりますが、普段入れないような行政施設のバックヤードに入れてもらえる等、我々としては非常に有難いと感じています。

我々の立場から言うと、例えば、外国に売り込む等は別として、このような観光イベント的なものは、行政側が予算をかけて行うことではないと思うので、むしろこのような民間の活動に、補助金以外でいろいろと協力してくれるというスタンスは有難いと思っています。

**酒井：** 私は、最初、ラジオ局を NPO で立ち上げたかったのですが、結局、株式会社だからこそ、いろいろな事業ができたという部分があります。

ラジオ局と草津市は、互いに情報を出したり、受けたりするという部分で Win-Win の良い関係になっていると思います。補助金も最初の立ち上げの時にいただきましたが、それ以外は広告宣伝費として通常の企業と同じ形でいただいています。防災の情報だけは協定がありますが、他の事業は大半が何をしても自由です。そのような中で、自由にさせていただいたということです。

草津市からの最初の補助金は、立ち上げに関して 2/3 という微妙な料金だけで、資本金、運営費など、あとは自力で集めなければなりませんでしたが、今は自力で運営しています。そういう意味では、全面的に市が出しているわけではないので、その辺りは互いにうまくいったのではないかと思います。

また、今、滋賀県とメディアシステムソリューションには、県庁対会社という部分ではないつながりがあります。滋賀県庁の中には、フィルムコミッションの滋賀ロケーションオフィスという独立した組織があり、滋賀県の良さを知っていただくために、映画会社やテレビ会社に滋賀県を売り込む活動をしています。そして、NHK 大河ドラマの「江～姫たちの戦国～」の頃から滋賀県は制作ラッシュで、今はいろいろな映画会社が入って来ています。

私自身は滋賀ロケーションオフィスからお金をもらっていませんが、今、どこで映画のロケをしているかという情報発信を自分のサイトで PR すると非常に良い反響があります。県庁が活動しているよう



なことに対して一般の方が食い付くことは少ないのですが、我々のような一般人が「滋賀県はこんなことをしている」と PR すると反応があるわけです。例えば、滋賀ロケーションオフィスがエキストラ募集をした時も、私が発信した間に 40 人くらいが登録する等、面白い状況になっていて、そこから別の仕事につなげていくという感じです。

このように Win-Win の関係ですが、それはあくまでも個人のつながりに依ります。滋賀県庁の職員の一人与私が友だちだからできることで、バックの会社はあまり関係がないと思います。そういう関係性が最近では増えていて、〇〇市の首長が Facebook で発言されたことをたまたまキャッチして友だちになり、私が PR することによってそのイベントに行く人が増えたというように、これからは組織よりも個人的なつながりの方が増えていくのではないかと思います。先ほど、関係性の話もありましたが、個人でも組織でも、その場その場で変化しているのが今の世の中ではないかと思います。

**鐘ヶ江：** 松尾さんはいかがでしょう。

**松尾：** 街コンの仕組みがこれだけ爆発的に各地にできたのは、先に参加費を振り込んで、資金が貯まってから店舗数を決められるので、赤字になることがないという理由があります。したがって、「ひらコン」に関しては、金銭的な支援はあまり必要ではありません。

ただ、1回目から後援していただいております、「枚方市後援」という一行が有るか、ないかは大きいことで、一般の方からすれば「枚方市がしているのか」と誤解を招くほど信用度が上がるので、とても有り難いことです。

してほしい事といえば、宣伝を手伝ってもらいたいのですが、残念ながら、枚方市は男女の出会い創出の場に関して非常にナーバスで、手伝っていただけません。責任が枚方市にかかるので、宣伝はできないということです。

「バル」に関してはそうではないので、宣伝も手伝っていただいています。しかし、「バル」は数が読めないで、終わってから黒字か赤字かがわかると

いう危険な綱渡りをしています。したがって、こちらに関しては助成金がほしいと思っておりますが、今のところは特に申請もしていません。2回目から商工会議所に共催になっていただいているということもあり、助成金という話にはなっていません。

ただ、隣の寝屋川市は、「寝屋川バル」を1年ほど前からやっていますが、市が400万円も補助を出しているそうです。行政が全額を出して、その代わり大手広告代理店が行うので、各店舗の看板1枚が5,000円という金額になっており、「これは何だ」と思うような運営になっているのが現実です。

それに対して、私たちは、やらされているのではなく、地元でやりたいことをやらせてもらっています。地元のお店を「一緒にやりましょう」と説得して協力してもらっているという形です。熱い思いを持っている人たちの集団だから、できているのではないかと思います。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。

**金野：** 計画行政としては二つあって、ひとつはサイズの問題、地方分権です。補完性の原理という言葉がありますが、市町村の中でももっと細分化して、各地域に下ろすような仕組みがあつて然るべきです。

例えば、耕作放棄地の問題等は国が関わるような話ではなく、各地域で考えることです。なぜなら、市民が動かなければどうしようもないことだからです。そのような制度を日本社会が持たなければなりません。

少子化の問題も、国はエンゼルプランに取り組んでいます。子どもが増えた試しがありません。無理なのです。しかし、田舎では、IターンやUターンをして来た若い人たちには子どもが2-3人います。つまり、若い人が安心して住める社会をつくれればよいということです。そのように、自分たちが責任を持てる小さなエリアで、きちんとコミュニティをつくって、「この地域をこのようにしよう」と思うと実現できるわけです。そのようなことを各地で行うこと、それが一つです。

もう一つは PPP です。パブリックとプライベートがパートナーシップを組むわけですが、その関係

性をどのようにするのか、行政はほとんど理解していません。行政側には民間とパートナーシップを組むことに対する作法がまだ全然できていません。そこが問題だと思います。

鐘ヶ江： ありがとうございます。

### ➤ 活動に向けた思いについて

佐藤： 行政のことは分かりませんが、できることを持ち寄るにはどうすればよいのかということを考えて、それがまだうまくできていないのではないかと思います。

例えば、「まいまい京都」はとても面白い取組だと思いますし、理想だと思います。なぜ始めたのかという話をされなかったの、それをお聴きしたいと思いますが、見ていると、今は京都だけで活動されているようなので、本当は他所から来る人がこれをもっと享受できれば良いと思います。例えば、私が誰かに紹介するというように、広めるためにはお節介な人が必要だと思います。

それほど大きな声で言わなくても、「この仕事を、このようところに紹介すれば、絶対に相手にとっても良い」ということに気が付いて、誰かに誰かを紹介するように皆が動き始めると、段々と回っていくような感じがします。

「まいまい京都」もこれからもっと出て、皆がそれを楽しめるようになるのではないかと、見ていると思います。逆に言うと、皆ができることがあるのに、まだうまくできていないと感じました。

鐘ヶ江： 以倉さんはどうして始められたのですか。

佐藤： それも含めて、これからどのような形で進めようとしているのでしょうか。

以倉： 最初の方に金野さんが言われたように、民間ベースなので、きちんと計画して始めたというよりは、何となく始まったという感じです。「こんなことをすれば面白いのではないか」と思ってやってみると、参加者に喜んでいただいたということです。

コース数も、今は 170 コースほどありますが、「こ

のようなペースで増やそう」と思っていたものは全然ありません。そういう意味では、「長崎さるく」は「3 年間でこのように増えていく」という計画があったと思いますが、我々は本当にそのようなことはなくて、昨年の秋に 120 コースほど企画した時に予約率が 140%になり、「参加したくても、できない」という苦情がたくさん来たので、「それはあまりのことだ」と思って増やしたということです。

したがって、なぜ始めたのかというと、何となく始めたわけですが、敢えて言うなら、自分が旅行へ行った時に「こういうものがあれば参加したいなあ」と思ったことが始まりかと思っています。

佐藤： 自分が遊べないと、なかなか面白いことは発想できません。それは、自分の欲しいものをつくるということですが、行政はそうではなくて、「人のために」という部分があるのかも知れません。

企業も同様です。「こんなものが売れるのか」と思いながら作っていると売れません。やはり、自分の欲しいものは皆も欲しいと思うような、行政側はそのような仕事のやり方ができればよいと思います。「このホールをつくっても誰が使うのか」というのではなく、「自分も欲しい、だから皆も使うだろう」と思えるようなホールをつくれれば、きっと使われると思います。そういうことについてはいかがでしょうか。

松尾： 私は枚方の生まれではありません。徳島県生まれで、結婚してから枚方に住みました。したがって、子どもたちは枚方市が地元です。よく「よそ者、ばか者、若者が何かを変える」と言いますが、私は「若者」以外は当たっています。

それで、先ほど言われたように、「こんなことをしたい」と考えて、遊びをいろいろと企画している中で思いついて、皆に話をして、それを皆がまた返してくれて、段々と形ができて、このようなイベントになりました。そのため、実行委員会メンバーは笑いながら「松尾勝代被害者の会」と言っていますが、そのようなメンバーが集まっています。それが先ほどのお話の最後にいただいた「リスクと信頼」だと思っています。私は自分がやると決めた以上、リスクも

負います。だめなら自分がリスクを負うつもりです。それを「被害者」の人たちは分かっているのだから、きっと信頼してくれているのだと思います。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。そろそろ終わりにしなければならない時間です。どうしても言いたいというパネリストの先生がいらっしゃいましたらよろしくをお願いします。

**金野：** 私は別に役所が嫌いなわけではなく、とてもシンパシーを持っていて、何とか形を変えなければならないと、当時は当事者として思っていて、今は外部の人間として思っています。その中でいろいろな関係性をつくっていくのが、まちづくりには非常に重要だと思います。

先ほど見ていただいた朝来や豊岡の施設は、市が持っている文化財です。市が持っている文化財を、市がきれいに維持管理をすることはとてもコストがかかって、官だけでは担えません。そこに民をどのように入れるのかということです。これは民だけでやるという発想でもできないことであり、どうしようもありません。官を交えなければできない事業というのもあるので、そこでどのようなパートナーシップを組むかというのは、とても大事なのです。

したがって、とても期待をしていて、よく裏切られて腹が立ちますが、シンパシーを持っていると弁解しておきます。

**鐘ヶ江：** ありがとうございます。

## ●最後に

**鐘ヶ江：** 本日はまち興しなのか、まちづくりなのか、地域再生なのかを明確にしないまま話が始まり、怒涛のように日本の事例や身近な事例を伺いました。最初に発言をやめたのは、日本人のコモンズやノマドの状況、あるいは、昔ながらの構造を共有されている状態等、いろいろな話があり、さらには、地域の話の理論としては地域開発や地域再生の理論も関わってきます。PPP（公私連携）についてもいろいろな議論あり、いわゆるコミュニティ・ベースド・マネジメントと呼ばれているものの理論も出てきま

したが、そのような事例や理論の話はもうよいのではないかと思ったからです。放棄したわけではありませんが、本日は皆さんに自由にお話いただくことができたので、良かったのではないかと思います。

ただ、昨年のこの会に参加された亀岡市の田中さんのように、市の職員であり、住民であり、どちらの立場なのかよくわからない行動をされている地方公共団体の職員の方もおられますし、WHO の再認証等々を通り、いろいろなことをされている市の職員もおられるでしょうし、佐藤さんの話にもありましたが、自立とは、最後はリスクを取るのだと思いました。

私の尊敬する上杉鷹山は、最終的には、皆に心の火を点すこと、そして、大変なことを少しずつ共有して、最終的には変わっていくことが大事だということを行っています。共有して変わっていく、しかもそれは必ずしも仲良しクラブではありません。

本日の話は、皆さんが善意の人で、活動をしたい人たちが集まって、責任も取るという自立した人たちばかりのような話でしたが、多分、大変苦勞されて、苦悩しているという話は、次の夜の部で何うことにしたいと思います。

いずれにしても、「自立して何かをする」という実例が確実に始まっていることは分かりましたし、そのような取組が日本全国に広がる中で、行政が何かをするというよりは、皆が何かをできる時代になったということがお分かりいただけたと思います。

私の時代は、専門家としてのプロフェッショナルプランナーという教育を受けましたが、私が今教えている政策科学部では、コミュニティプランナーを育てています。全員がプランナーという時代の教育に入っているということです。つまり、民度がとても上がっている時代であり、しかも、それが成熟した社会のプランニングに変わりつつあるという点では、本日は、私もよく学ばせていただきました。どうもありがとうございました。

最後に、パネリストの先生方に拍手をお願いいたします。本日は、どうもありがとうございました。

以上