

North East Think Tank of Japan

NETT



No. **105**
2019

Summer

地域づくりは世界へつながる ～SDGsが示唆する可能性～

■ インタビュー

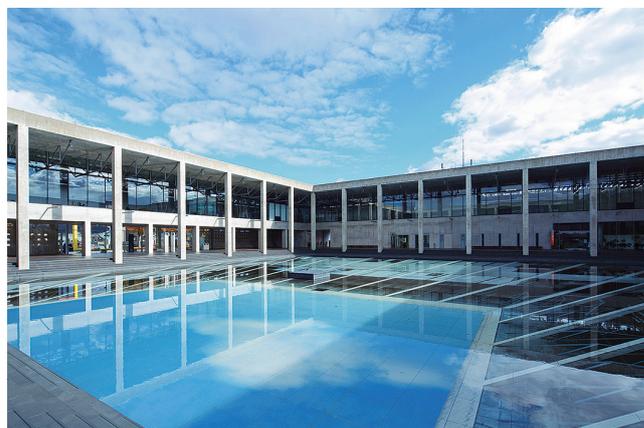
SDGsの視点はすべてにつながる
～持続可能な地域経済社会への貢献を目指して～

ゲスト 杜陵高速印刷株式会社
代表取締役社長 舘川 浩氏

■ 地域トピックス

世界防災フォーラム2019

東北大学災害科学国際研究所 教授
一般財団法人世界防災フォーラム 代表理事
小野 裕一



越後妻有里山現代美術館 [キナーレ]

(新潟県十日町市)

ほくとう総研



一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所
理事長 伊藤 敬 幹



今回の NETT105号では SDGs と地域づくりについて特集を組んだが、SDGs を中核とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」は MDGs の後継として2015年9月に国連持続可能な開発サミットで採択された15年間の国際目標である。

この2015年には SDGs アジェンダ以外にも今後の世界にとって重要な国連の指針の合意がなされており、まず3月に防災行動に関する国際指針である「仙台防災枠組2015-2030」が第3回国連防災世界会議で採択されたほか、12月には有名な「パリ協定実施指針」が国連気候変動枠組条約第24回締約国会議 (COP24) で採択され、国連にとってエポックメイキングな年になった。

私は、第3回国連防災世界会議開催市の仙台市で副市長として会議開催の総括責任者を務めていたことから、国際的な防災行動の枠組の策定を目指す関係者との議論の中でそれら国際合意の関係や裏側の事情を聴くことができたが、実はこの3合意には強い関連性があり相互に影響を及ぼし合っていることが認められた。特に国連防災世界会議は3つの中で最初の会議であったため、その議論がその後の2つの会議の流れを支配するおそれがあり、会議期間中の合意形成が危ぶまれていた。一般的に国際合意策定のためには1年以上も前から各国が集まる準備会合等で議論をこなし、本体会議開会式前には粗々素案が完成しているのが理想である。しかし、この会議では会議期間中も起草委員会で白熱した議論が続いたため、漸く合意ができたのが最終日の夜中で、採択のための本体会議が開催されたのは日付が変わる直前という息をのむような厳しい状況となった。国連防災世界会議は国連国際防災戦略事務局 (UNISDR) の担当であるが、当初の準備会合時点から MDGs を担当する国連開発計画 (UNDP) や COP を担当する気候変動政府間パネル (IPCC) の職員もメンバーとして加わっていた。私の理解するところ、先進国と開発途上国の資金分担に関する問題が、地球課題である防災、開発目標、気候変動それぞれに関わってくるため、最初のこの会議が攻防の最前線だったということだろうと思われる。

ともあれ、世界防災15年の指針が「仙台」の冠がついてギリギリのところまで採択され、SDGs アジェンダもパリ協定もその後無事採択された経緯にある。会議期間中に採択されなければ開催地の冠もなくなるわけで、国連の会議に纏わる世界の情勢と地域との関係を思わぬところで考えさせられた一件であった。

さて、MDGs は2000年に8つのミレニアム開発目標として発表されたものであるが、貧困削減を主とするビジョンであるため地域とのかかわりが薄く、地域が取組むべき明示的な目標がほとんどなかった。一方その後継である SDGs はすべての人に普遍的に適用され、豊かさを追求しながら地球を守ることを呼びかけるもので、国の課題ばかりではなく地域として対応すべき課題が多く含まれている。目標7~9の経済成長、11のまちづくり、12の消費と生産、13~15の気候変動対策・環境資源保護などは地域の目標として具体的な対策に取組むことが要請されるものである。国でも SDGs の理念に沿った統合的取組みにより、経済・社会・環境の持続可能な開発を実現するものとして「自治体 SDGs モデル事業」を選定し支援をしている。また地方自治体及び地域経済に新たな付加価値を生み出す企業、専門性をもった NGO・NPO、大学・研究機関等の広範なステークホルダーとのパートナーシップの深化、官民連携の推進を図るため「地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」を構築している。

地域は最も大きな課題である人口減少がもたらす多くの経済社会に与える影響に直面している。健康・福祉分野の制度の崩壊が危ぶまれ、中山間地域等が活力を失い地域コミュニティの存続が困難になるなど地域の持続可能性が問われる状況に差し掛かっているとも言われている。人口減少を克服し地方の創生を図るには地域の産学官金が連携して本気になって SDGs に取り組む時期に来ていると考える。



特集

地域づくりは世界へつながる

～ SDGs が示唆する可能性～

羅針盤

- ・ 国連の指針と地域の関係 伊藤 敬幹 …… 7
一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所
理事長

元気企業紹介

- ・ 杜陵高速印刷株式会社（盛岡市） 館川 浩氏 …… 4
SDGsの視点はすべてにつながる
～持続可能な地域経済社会への貢献を目指して～
杜陵高速印刷株式会社
代表取締役社長

特集寄稿

- ・ 北海道におけるSDGsの推進について 渡邊 訓男 …… 10
北海道 総合政策部
政策局 計画推進課 主幹
- ・ ニセコ町のまちづくりとSDGs 川埜 満寿夫 …… 14
北海道ニセコ町 企画環境課
- ・ 東松島市におけるSDGs推進の取組み 樽谷 健太郎 …… 19
東松島市 総務部 経営調整監
兼 地方創生・SDGs推進室長
- ・ SDGsとJICA東北の取組み 三村 悟 …… 23
独立行政法人国際協力機構
JICA東北 次長
- ・ 地球規模の課題であるSDGsを
地域で実践するということ 吉中 厚裕 …… 27
酪農学園大学 農食環境学群環境共生学類
国際理解学研究室 准教授

宮城講演会

- ・ 魅力的なコミュニケーションでつくる
女性活躍社会 講師：木場 弘子氏 …… 32
フリーキャスター／千葉大学客員教授

地域活性化連携支援事業成果報告

- ・ 地域における大学博物館の意義 山本 順司 …… 38
北海道大学 総合博物館 准教授
山下 俊介
北海道大学 総合博物館 助教
徳永 陽子
北海道大学大学院 理学院 博士課程

地域活性化連携支援事業成果報告	
・ 地域活性化につながるふるさと納税のあり方に関する研究 ～釧路市におけるふるさと納税返礼品の経済波及効果～	佐野 修久 …… 42 大阪市立大学大学院 都市経営研究科教授
地域調査研究	
・ プロスポーツチームの支援意義とマーケティング調査の概要 ～秋田ノーザンハビネッツとブラウブリッツ秋田の事例から～	坂本 広顕 …… 47 株式会社日本政策投資銀行 地域企画部 参事役
・ 六ヶ所村次世代エネルギーパーク・むつ小川原	三上 雄二 …… 54 新むつ小川原株式会社 取締役常務執行役員青森本部長
海外調査研究	
・ アドベンチャートラベル人材の育成と確保の取組について ～ニュージーランドの事例から～	荒井 一洋 …… 60 吉川 彩香 北海道アドベンチャートラベル協議会 (HATA)
地域トピックス	
・ 世界防災フォーラム2019	小野 裕一 …… 66 東北大学災害科学国際研究所 教授 一般財団法人世界防災フォーラム 代表理事
連載・経済研究 炭鉱・鉱山と地域	
・ 第1回 はじめに：なぜ炭鉱・鉱山をいま取り上げるのか	中澤 秀雄 …… 69 中央大学法学部 教授
連載・歴史研究 幕末・維新 北方の群像	
・ 第8回 一藩士が体験した戦場	栗原 伸一郎 …… 74 東北大学大学院文学研究科 学術研究員
ほくとう地域の文化資本	
・ 「大地の芸術祭」の里 旅のゲート 越後妻有里山現代美術館 [キナーレ]	芝山 祐美 …… 78 NPO 法人越後妻有里山協働機構
東日本大震災復興関連情報	
・ 復興トピックス 東北におけるインバウンド観光の更なる発展に向けて (「東北インバウンド客受入環境調査～東北6県および新潟県の宿泊施設を対象としたアンケート調査～」より)	菊地 慧 …… 82 株式会社日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課兼東北復興・成長サポート室
地域アングル	
・ キーワードはビジネス化 ～新時代に入った地域づくり～	伊藤 祐三 …… 84 ジャーナリスト (前共同通信社編集局企画委員兼論説委員)

SDGsの視点はすべてにつながる ~持続可能な地域経済社会への貢献を目指して~

杜陵高速印刷株式会社（盛岡市）

代表取締役社長 舘川 浩 氏



杜陵高速印刷(株)は、創業60年目を迎えた盛岡市の印刷会社である。デザイン制作から製本加工まで請け負い、印刷物以外にも看板やシール、販促物など様々なプロモーションの支援を行っている。また、これまで環境マネジメントシステム、設備の省電力化などに取組みつつ、新技術の導入にも力を入れてきた（ものづくり補助金の採択4回）。

昨年度からは経営や事業活動にSDGsの視点を積極的に導入しており、その経緯や今後の取組みなどについて、舘川浩社長にお話を伺った。

— SDGsを知られた時の初めの印象はいかがでしたか。

はじめてSDGsを知ったのは昨年9月のことで、涌井史郎氏の「環境革命時代に対応した 東北型グリーンコミュニティの提唱」という講演会です。「人口減少社会」「地球環境」「震災復興」の問題をグローバルではなくローカリズムの視点でお話頂きました。その中でSDGsにもふれられ、「社会と市場の安定による健全な社会が機能しなければ、企業は成功できない。」という言葉が耳に残りました。東日本大震災の経験を思い起こしながら、SDGsは社会基盤を変えるような大きな取組みなのではないかと思いました。ただし、この時点においてSDGsを深く知ろうとは思っていませんでした。やはり国連という組織はどこか遠い印象がありますし、ISO14001に取り組んでいた時に感じたのですが、環境に配慮し法令

を遵守した経営は当然のことなのに、認証を受けるためにかける労力は事業活動とはトレードオフではないかと。SDGsの取組みもそのようなものだろうと漠然と考えていました。後日、外務省のJAPAN SDGs Action Platformのホームページで企業の取組事例を拝見しましたが、連なる上場企業の社名を見たときに、グローバルすぎて関係がないかなと思いました。さらに経済産業省のSDGs経営／ESG投資研究会のホームページを見ると投資家、株主とは無縁のローカル中小企業にとって理解することが難しい内容だと感じました。

確かに理解できた点は、「持続可能な発展」の定義として環境破壊や天然資源を使い果たすことによって将来世代にツケを回さないこと、貧困問題を解決すること、そのために17の目標と169のターゲット、244の指標があることです。

— 貴社がその後、経営においてSDGsを意識された理由・動機は何でしたか。

当社では事業活動をする中で様々な認証マークを取得しております。使用できるロゴマークを整理していた時に、一見一貫性のないそれぞれのマークがSDGsの目標、ターゲットに合致することに気づきました。この時、ひょっとしたらSDGsの視点で物事を考えると新たな気づきがあるかもしれないと思いました。

そもそも、認証マークを取得するに至った経緯ですが、東日本大震災の折、売上高の大幅な減少による経営危機がありました。当時は、仕事をしたくても仕事がないという状況でしたので、数名の社員が当番として会社に残り、他の社員には休みを与えるということを1年間続けました。事業継続のため、雇用調整助成金を申請しなければならず、非常に悔しい思いをしたことを強く記憶しています。「助成金をもらっているのだから」と稼働日の働き方を変え、なるべく就業時間に仕事を集中して行い、時間外労働は極力しないように心掛け、早く帰宅して家族と過ごす時間を増やせるようにしました。当時の私は一社員でしたので、働けることのありがたさと支えてくれる家族の大切さをしみじみ実感しました。管理部門に所属しておりましたので、働き甲斐のある職場を目指すために何が必要かを考えた結果、ワーク・ライフ・バランスへの取組みを行うことにしました。「くるみんマーク」認定、「いわて子育てにやさしい企業等」認定、「いわて女性活躍認定企業等」認定、「いわて家庭の日」への賛同に至りました。さ



らに地方人口減少の中で地元への就業定着につなげるための「盛岡テクノミュージアム」に参加し、いつでも工場見学、企業訪問ができる体制を整えています。

いずれの取組みも震災を契機として「いかに事業を継続するか」「いかに社員の生活を守るか」「いかに地域社会に貢献するか」「持続可能な社会とは何か」といったことを考え始めたことが大きく関わっていると思います。

— SDGsについての社員の皆さんの受け止め方はいかがでしたか。

私自身もSDGsの全体像は掴み切れていないことを社員に伝えた上で、普段の事業活動は全てSDGsの目標に合致するのだということをお話しています。なるべく早く社員と共にSDGsの具体的内容を理解していきたいと思っておりますが、座学による勉強会ではISO14001の時のように〇〇をやればSDGsに取り組んだ事になるというような誤解を与えてしまう

プロフィール

舘川 浩 (たてかわ・ひろし) 氏

杜陵高速印刷株式会社 代表取締役社長

昭和42年3月20日生まれ、岩手県盛岡市出身。

平成16年12月に杜陵高速印刷株式会社に入社、取締役総務部長（平成24年8月）、常務取締役（平成28年1月）を経て、平成30年12月に代表取締役社長に就任、現在に至る。

■省エネルギー化で貢献します。



当社では環境への取り組みの一環として、グリーンサイトライセンスに賛同し、年間10本の植林を行っています。植林とは、木材生産や森林保全を目的として、木を植えることをいいます。樹木は、その成長過程で二酸化炭素を吸収します。一般に、広葉樹を1本植えることで、(環境に左右されますが)10年間で約150~200kgのCO2を吸収すると言われています。また、2012年全社照明をLED化、2016年省エネルギー設備導入補助金で最新印刷機を導入、2017年同補助金で全社空調設備を更新し、電気の省エネルギー化を推進しています。

■サービス品質を「見える化」し、地域経済の活性化を目指します。



当社は「おもてなし認証2019 紅認証」に登録しました。

1. 「お客さま」の期待を元に、共に価値を創ります。
2. 「従業員」の意欲と能力を引き出します。
3. 地域・社会と共生していきます。
4. 継続・発展していきます。

また、過去4回のものづくり補助金の活用で、「顧客と価値を共有できる『印刷デザイン共有システム』、「顧客と消費者のニーズのミスマッチを解消する為の販売促進技術の開発」、「小ロット、多品種製造に特化した製本・加工製品の開発」、「IoT導入による生産力拡大と短納期」の取り組みを進め当社の活力源としています。

さらに、情報セキュリティ対策状況等について、中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン付録の「情報セキュリティ5か条」に取り組み「SECURITY ACTION」二つ星を宣言しました。企業経営においても、IT活用による「攻め」と同時に、情報セキュリティによる「守り」が不可欠です。情報セキュリティ対策は企業における社会的責任の一つです。

のではないかと心配しています。SDGsにはカードゲームがあるようなので、体感的に理解していくような方法について検討しているところです。

— 現在のSDGs関連のお取り組みについてお聞かせください。

現在は、今まで取得した認証マークなどをSDGsの17の目標に整理したものを自社のホームページで公開したり、見学者が関心を持てるようにパネルを作成して展示しています。先ほどのワーク・ライフ・バランスへの取り組みは「5 ジェンダー平等を実現しよう」「8 働きがいも経済成長も」に該当しますし、製造業に就業をしてもらおう盛岡テクノミュージ

アムの取組みは「8 働きがいも経済成長も」「9 作業と技術革新の基盤をつくろう」「11 住み続けられるまちづくりを」「12 つくる責任つかう責任」に該当します。その他にもCSR活動として始めた、乳がんの早期発見等の世界規模啓発キャンペーン「ピンクリボン活動」は「3 すべての人に健康と福祉を」「11 住み続けられるまちづくりを」、ホームページ運用で消費される電力相当分のCO₂を吸収するために植林を行うグリーンサイトライセンスは「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「12 つくる責任つかう責任」「13 気候変動に具体的な対策を」と様々あります。

■女性も男性も力を発揮できる職場環境づくりを目指します。



当社では仕事と子育ての両立支援、介護などのそれぞれの事情に合わせた働き方の実現、男女が共に働きやすい職場環境づくりと女性の活躍推進に向けて積極的に取り組む活動でやりがいを感じられる職場環境の実現を目指しています。
また、いわて家庭の日に賛同し、家族を振り返り、家庭を大切に、ふれあいを深めるきっかけづくりを進めています。

■健康面からお客様を応援し、地域の「健康寿命」を伸ばすことを目指します。



ピンクリボンとは、乳がんの正しい知識を広め、乳がん検診の早期受診を推進すること、などを目的として行われる世界規模の啓発キャンペーンです。
当社は「いわてピンクリボンの会」の活動に賛同し、健康面からお客様を応援し地域貢献に取り組んでいます。

■工業の振興を図り、雇用の確保と地元定着に尽力します。



当社では、製造業に理解・関心を深めてもらうため、本社工場を「盛岡テクノミュージアム」として登録しました。
少人数での職場見学に対応し、学生等の地元定着に繋げていきます。

— その中で、(今後も含めて)特に重視されている分野やお取り組みはありますか。

はじめのうちは、目標の分野をピンポイントに絞って活動しようとするとう無理が生じるように思います。普段の事業活動で当たり前に行っている内容を精査し、どのような目標に貢献できているか、その結び付きを理解することから始めた方が良いでしょう。例えば、製造工程で不要になったものをリサイクルし、ごみの排出量を抑制する取り組みならば「11 住み続けられるまちづくりを」「12 つくる責任つかう責任」に該当するのではないかと、そもそも不要になるものが出ないようにしようという取り組みならば「8 働きがいも経済成長も」「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」に該当するのではないかと、

電気を含めた燃料消費量を節約する取り組みならば「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「12 つくる責任つかう責任」「13 気候変動に具体的な対策を」につながるのではないかと。生産活動以外では、地域の清掃活動は「11 住み続けられるまちづくりを」に、障がい者雇用率の達成は「5 ジェンダー平等を実現しよう」「8 働きがいも経済成長も」に該当するはず。さらに営業車をお持ちの会社なら、交通事故を起こさないという目標が「3 すべての人に健康と福祉を」に関連付けられます。このように自分たちが行っている普段の取り組みがなぜ重要なのかを最初のステップとして社員全員で理解することから始めていき、その後、貢献度を測定する目標を定めたいと考えています。

— SDGsへの取組みを進める中でお感じになっている問題・ハードルはありますか。

SDGsの全体像が見えないので取組みの内容が現状を延長したものにならざるを得ず、ステップアップを目指す目標になってしまいがちです。貢献度を測定すると言いましたが、取組みながら様々なことを自問自答しなければならないのは大変なことです。SDGsの取組みを教示して下さる方がいれば助かります。

地球規模での環境問題や貧困をなくすといった大きな目標は、中小企業単体では何もできないかもしれませんが、他の企業や団体とパートナーシップで取り組むことで目標達成の可能性が広がるのではないかと考えています。

— 逆に、取組みの効果をお感じになった側面はありますか。

ホームページでの公開後、月に一度はSDGsに関連したお問い合わせがあります。取組み内容をブースで紹介して欲しいというものやSDGsに取り組んでいる企業に注文したいので見積もりが欲しいなど、SDGsに注目されている方々が確かにいらっしゃいます。

— 地域企業として、SDGsを意識した経営の要点はどこにあるとお考えですか。

経営の要点をお話するのはSDGsを抜きにしても難しいことですが、念頭に置かなければならないことは人口減少の問題です。最新の人口統計では、この1年で減った日本人は24万人以上です。岩手県では毎年総人口の1%以上が減少し、昨年は1万4千人も減っています。うち3分の1は県外への転出ですが、人口減少は景況感に大きく影響します。ビジョンにはこの問題にどのように対応していくかが不可欠のように思います。今の私達の価値観では売上高も利益も雇用数も右肩上がりが良いとされます。そして得られた利益からど

のような形で地域社会に還元するかが問われています。SDGsを持続可能な「発展」目標と解釈するなら、「地域企業の発展とは何か」を再定義しなければならないのではないのでしょうか。SDGsを意識した経営とはそのようなことだと思います。

— SDGsは認識度向上や各セクター、特に民間での取組み推進が今後の課題と感じますが、推進のためには何が重要とお考えになりますか。

情報発信と情報の共有は重要なポイントになると思います。日本人は不言実行を美德とするところがありますがSDGsは有言実行が重要です。

CSR活動について学ばれた方は耳にされたことがあると思いますが、近江商人の「三方よし」と「陰徳善事」が例えに使われます。「三方よし」は買い手と売り手が満足することにとどまらず社会に貢献できてこそ良い商売という精神ですし、「陰徳善事」は自己顕示欲を捨て見返りを期待せず人知れず人のために尽くしなさいという道徳の規範です。自社の成長に合わせて取組みを増やしていくにはこれでいいのですが、SDGsはスピード感も大切ですので、有言実行が求められます。目標に対して行動を起こすことにより、自社を取り巻くすべての人に影響を与えます。行動を起こす人とステークホルダーが共通の目標を持ち、目標を達成することでみんなが喜びを得る。SDGsを通じて他の企業や団体と問題を共有し一緒に解決していくことでゴールへのスピードが増していくのではないかと思います。

— 今後に向けて、SDGsを踏まえつつ目指されたい貴社の将来像、あるいは望ましい地域経済社会のイメージなどありましたらお聞かせください。

盛岡は今、桜が満開なのですが、もっと見

ごたえのある街並みにしようと植樹をします。桜の木を購入して、人件費をかけて植えるという行為は、今この瞬間では採算の合わないことかもしれません。しかし、10年後、20年後には人が集まる楽しい場所に変わります。環境や経済を見ると、今の利益を優先し将来に負債を残してばかりのように感じます。今損をしても未来に利益が生まれ、それが永続するような会社、地域社会を目指すことができると思います。

— そのほか、SDGsに関する取組みのご感想、推進への提言などはありますか。

一つ目は、繰り返しになりますが、SDGsの全体像が掴みづらいこと。それは、もっと知ろうと思った時に英語表記や難解な和訳がハードルになります。したがって解釈も様々になりがちなので、解りやすくSDGsを解説していただける方がいると広く社会に浸透しやすいのではないかと思います。

二つ目は、目指すべき社会のイメージ像が描けないこと。政府が提唱する「Society 5.0 (ソサエティー5.0)」が近未来のあるべき姿なのであれば、もう少し具体的に中小企業が目指すべき道筋を示唆して欲しいと思います。そこには危機感を持たせるものがあったとしても構わないし役割分担があっても良いと思います。2030年に達成させたい目標であるSDGsはバックキャストによるアプローチが大切ですが、バックキャストは理想の未来を描いたうえで今やるべきことを考えていくと解されています。トヨタ自動車の例ですが、4月にハイブリッド技術の特許を2030年末まで無償公開すると発表しました。その意図は、「地球規模でCO₂排出量を抑制したい。そのた

めには地球規模でのエコカーの普及拡大が必要。」という願いがあり、地球環境の改善が遅れてしまわないようにという判断があったと思います。中小企業は同じことはできませんが、「Society 5.0 for SDGs」に生産性の向上をもって貢献するために、もう少し具体的な情報や企業に期待される役割といったものが示されるといいのではないのでしょうか。そうすることによって、やりがいにもつながりますし、目標を達成するという実感も湧いてくるのではないかと思います。

最後に、個人的な感想で恐縮ですが、SDGsを学ぶ中で、日本において子供の6人に1人が貧困状態に置かれているというショッキングな事実を知りました。国内のことであるにもかかわらず、私達は解決できていません。

また、毎年のように大規模な気象災害が起き、最高気温も更新されていることは周知の事実です。

2030年はすぐにやって来ます。すべての人がSDGsの視点で会話ができるようになると環境・経済・社会が調和した豊かな未来が想像できるようになるのではないのでしょうか。

会社概要

杜陵高速印刷株式会社

創 業：1959年10月
 設 立：1965年5月
 代表者：代表取締役 舘川 浩
 資本金：9,500万円
 本 社：岩手県盛岡市川目町23番2号
 TEL 019-651-2110
 従業員数：55名(2019年5月末現在)
 ホームページ：<http://www.toryokohsoku.com/>

北海道におけるSDGsの推進について

北海道 総合政策部

政策局 計画推進課 主幹

渡 邊 訓 男のり お

はじめに

北海道では、急速に進行する人口減少や高齢化、道民の安全・安心を揺るがす大規模自然災害の発生など、地域の存続に関わる課題に直面しています。また、グローバル化や高度情報化の進展に加え、資源・エネルギー事情の変化は、道民の日々の暮らしや産業活動などに大きな影響を与えています。

今日、かけがえのない地球環境を守り、多様性と包摂性のある社会の実現に向けて、国連で採択された「持続可能な開発目標:SDGs」を共通の指針として掲げ、その実現に向けた取組が世界中で広がっていますが、これから先を見据えた持続可能な社会づくりを進めていくためには、北海道においてもSDGsの達成に向けた取組の積極的な推進(=SDGsの推進)が重要になってきます。

SDGsの推進に当たっては、道庁のみならず、道民や企業、団体・NPO、研究・教育機関など、道内の多様な主体がSDGsについて考え、自らの行動につなげていくことが重要であり、北海道では、SDGs推進の共通の指針となる「北海道SDGs推進ビジョン」(以下「ビジョン」)の策定(2018年12月)や、SDGsの実践者や関心のある者が参画し、情報の共有や連携・協働した取組等を行う「北海道SDGs推進ネットワーク」(以下「推進ネットワーク」)の設立(2018年8月)など、オール北海道でのSDGs推進に取り組んでいます。

北海道におけるSDGs推進の経緯等

(1) 経緯

本道は、自然減と社会減が相まって、全国よりも約10年早く人口減少局面に入り、2010年の人口は、ピーク時より約19万人少ない550.6万人となっています。自然減は、2014年の1年間で約23,000人となっていますが、その主な要因は出生率・出生数の減少であり、理由としては、若者の不安定な雇用状況や核家族化の進行などによる未婚・晩婚・晩産化が考えられます。社会減は、2014年の1年間で約8,900人となっており、進学・就職等による首都圏への転出が主な要因であると考えられます。また、地域からの札幌市への人口集中が進行しており、札幌市の出生率の低さが北海道全体の人口減少を加速させる要因となっています。

国の推計によると、今後、有効な対策を講じない場合、本道の人口は、2010年の550.6万人から、2040年には419万人と、▲23.9%の減少となり、小規模市町村ほど減少が加速すると見込まれ、就業者数の著しい減少による生産・消費の減少や、高齢者人口割合の増加による医療費・介護費負担の増大、地域交通の利便性の大きな低下など、道民生活の様々な場面に大きな影響を及ぼすことが懸念されます。また、近年は道民の安全・安心を揺るがす大規模自然災害が多発していることや、グローバル化や高度情報化の進展、資源・エネルギー事情の変化など、地域の存続に関わる課題に直面しているといえます。

一方で、北海道は、豊かで美しい自然環境や広大な大地と海に恵まれ、安全・安心な食

をはじめ、豊富で多様なエネルギー資源や、アイヌ文化、縄文遺跡群といった独自の歴史や文化を持ち、他の地域には見られない、本道ならではの強みや価値を有しています。

「北海道」命名から150年という節目の年であった2018年を迎え、これから先の50年、100年後に向け、世界の中で北海道の存在感を高め、世界とともに歩む持続可能な地域づくりを進めていくため、北海道においても、国連で採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた取組の積極的な推進に取り組むこととしました。

(2) 推進体制の整備

道では、2018年4月に、知事を本部長、副知事及び全ての部長等を本部員とする全庁横断的な「北海道SDGs推進本部」(図1)を設置し、各種計画の策定や改定においてSDGsの要素を反映するとともに、毎年度の政策展開に当たっても、SDGsに関連する施策の推進に取り組むこととしています。なお、これまで「北海道総合教育大綱」や「北海道グローバル戦略」など、2019年3月末現在で35の各種分野別計画等の策定または改定において、SDGsの要素の反映を行ってきています。

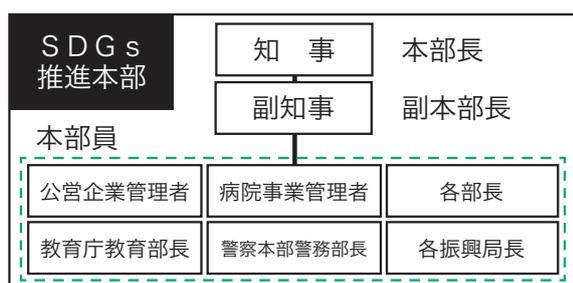


図1 北海道SDGs推進本部の体制

推進本部の下、道内の多様な主体がお互いに共有する基本的な指針として、また各主体の取組目標の理解や各々の活動におけるSDGsの主流化を促すとともに、連携・協働した取組を促進するなど、道内で積極的な取組が展開されるためのガイドラインとして、道民の

皆様やSDGsの実践者、道内市町村、各種団体などからも広く意見を伺いながら、2018年12月にビジョンを策定しました(図2)。

ビジョンでは、「世界の中で輝きつづける北海道」をめざす姿とし、世界に誇れる北海道の魅力や強みを磨き、育て、様々な強みを活かしながらSDGsの推進に取り組むことにより、「世界の中の北海道」としての存在感を高めながら、誰一人取り残さない、将来にわたって安心して心豊かに住み続けることができる地域社会を形成していくこととしています。

めざす姿の実現に向けては、多様な主体が取り組む課題を共有することが重要と考え、SDGsのゴール等や本道の現状・課題、北海道が持つ価値や強みなどを踏まえた優先的に取り組む5つの課題を示しています。優先課題毎に設置する19の対応方向には、それぞれ取組の参考となる事例を紹介するほか、取組の目標や成果を確認するための参考となる指標も設定しています。

なお、SDGs推進に向けたこうした取組により、2018年6月に道は、札幌市やニセコ町、下川町などとともに、国から「SDGs未来都市」として選定されています。

道の取組だけでなく、道内各層へのSDGsの浸透を促すとともに、多様な主体の連携・協働関係を構築するなど、取組の裾野を拡大していくため、2018年8月に推進ネットワークを設立しました(図3)。推進ネットワークにはSDGsの実践者や関心を有する多様な主

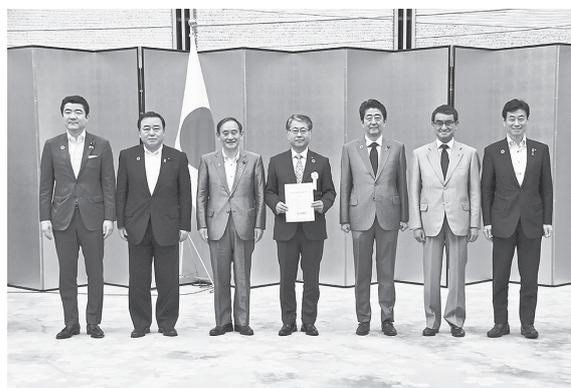
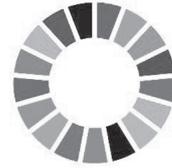


写真1 SDGs未来都市選定証授与式

ビジョンの「めざす姿」

「世界の中で輝きつづける北海道」

～ 世界に誇れる北海道の魅力を磨き、育て、様々な強みを活かし、SDGsの推進に積極的に取り組むことによって、「世界の中の北海道」としての存在感を高めながら、誰一人取り残さない、将来にわたって安心して心豊かに住み続けることができる地域社会を形成していく ～



「めざす姿」の実現に向けた
5つの
優先課題

- I あらゆる人々が将来の安全・安心を実感できる社会の形成
- II 環境・エネルギー先進地「北海道」の実現
- III 北海道の価値と強みを活かした持続可能な経済成長
- IV 未来を担う人づくり
- V 持続可能で個性あふれる地域づくり

ビジョンの位置付け

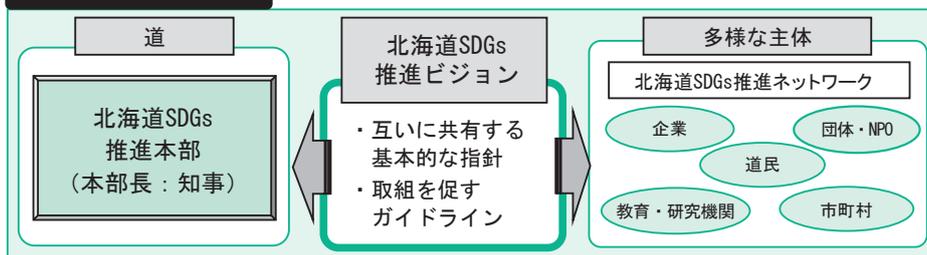


図2 北海道SDGs推進ビジョンの概要

体が参画し、情報の発信・共有、意見交換、普及活動、連携・協働関係の構築などに取り組んでおり、2019年5月末現在、251の市町村、企業、団体・NPOなどが参加しています。

業、団体・NPOなど広範で多様な主体が連携しながら、幅広い分野や地域で様々な取組が展開されることが欠かせません。一方、SDGsに関する道民意識調査では、約7割の方が「知らなかった」と回答するなどSDGsの認知度は低い状況です（図4）。

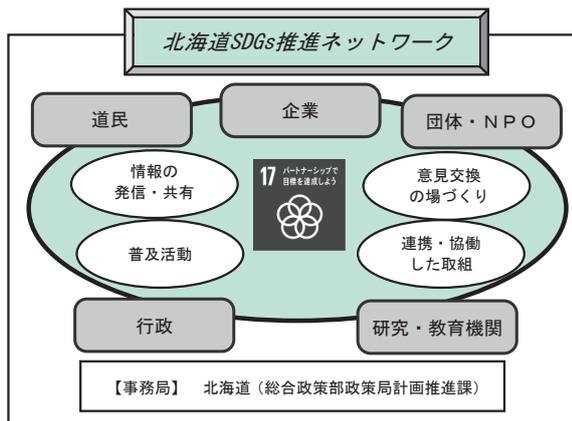


図3 北海道SDGs推進ネットワーク

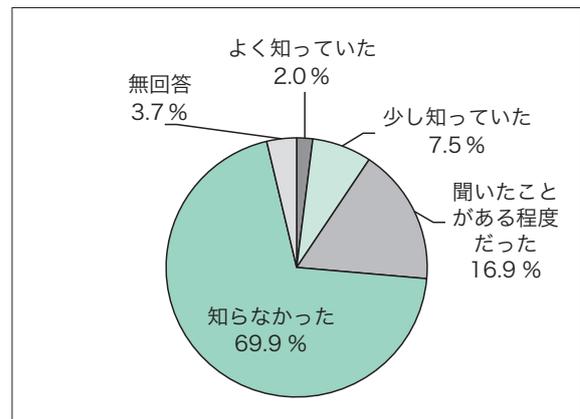


図4 SDGsに関する道民の認知度

ビジョンの特徴

SDGsの推進に当たっては、その理念や意義について皆様の理解が広がり、自治体や企

業、団体・NPOなど広範で多様な主体が連携しながら、幅広い分野や地域で様々な取組が展開されることが欠かせません。一方、SDGsに関する道民意識調査では、約7割の方が「知らなかった」と回答するなどSDGsの認知度は低い状況です（図4）。

8割、「個人」や「企業」「団体」などはいずれも3割程度と、自ら取り組むべき課題との認識は広がっていません。また、取組の意向は強いが「何に取り組めば良いかわからない」との回答が約6割となるなど、SDGsへの理解促進や各主体に期待される取組などを分かりやすく説明していくことが必要と考えられました。

このため、ビジョンにおいては、SDGs推進の意義やメリットを示したほか、北海道の現状・課題は、SDGsに詳しくない方でも分かりやすくなるよう、「生活・安心」「経済・産業」「人・地域」の3つの分野、15の区分により、表やグラフを活用して、SDGsのゴール等に照らしながら示し、北海道の持つ価値や強みについても、8つの分野について整理し、その活用方向についてSDGsの関連するゴールなどに照らしながら示しています。

多様な主体と連携した取組

多様な主体の皆様と連携してSDGs推進を図るため、道では、企業や団体、市町村等と連携し、SDGsをテーマとしたイベント等の開催や出前講座の実施など、様々な情報発信・普及啓発に取り組んでいます。



写真2 吉本興業(株)、札幌市とウォーキングイベントを共催 (H30.8)

また、意見交換や情報の共有などを目的に推進ネットワーク会員を対象としたセミナー等を開催しております。



写真3 「SDGs×北海道 交流セミナー」の開催 (H31.2)

おわりに

北海道が直面する諸課題に向き合い、北海道の持つ価値や強みを活かし活力あふれる持続可能な社会を実現するためには、道民の皆様をはじめとする多様な主体の方々により、幅広い分野や地域で活発にSDGsの取組が展開されることが重要です。

道は、SDGsの推進に取り組んでいくため、引き続き広く道内の多様な主体に対するSDGsの普及啓発を進めていくとともに、道内のSDGsの進捗状況を様々な主体との意見交換の場などを通じて共有し、連携・協働した取組に繋げるなど、オール北海道でのSDGs推進に努め、世界とともに歩む持続可能な地域づくりを進めて参ります。

ニセコ町のまちづくりとSDGs

北海道ニセコ町 企画環境課
川 埜 満寿夫



ポイント

- ・ニセコ町に根づくまちづくりの理念「相互扶助」は、SDGsに合致
- ・これまでのまちづくりの取組が、SDGsと高い親和性
- ・環境を軸とした持続可能なまちづくり＝自然環境などの地域資源を守り・最大限に生かしながら地域経済を豊かに

1. はじめに

2018年6月、ニセコ町が国からSDGs未来都市に選定された。

SDGs未来都市とは、内閣府が中長期を見通した持続可能なまちづくりのため、SDGsの達成に向けた優れた提案をする自治体として選定したもので、今回初めて29自治体が選ばれたものである。

ニセコ町の提案は、「観光業と農業という2大産業を下支えしている環境を住民自らが守り・生かし、再生可能エネルギーを柱とする資源と、地域を豊かにする経済が循環し、住民自治に支えられた、住むことが誇りに思える自治のまち『サステイナブルタウンニセコ』の構築を目指す。」というものであるが、ニセコ町はこれまでも、「住民参加・情報共有による自治の実践」や「環境モデル都市の取組」、「優良な投資を呼び込む独自の開発ルールづくり」などのまちづくりを継続して実践し、取り組んできた。これらの取組みは、「社会」、「環境」、「経済」の取組みであり、SDGsの17の目標に置き換えるならば「パートナーシップ」や「エネルギー」、「住み続けられるまちづくり」である。言い換えればニセコ町のこれまでの取組みそのものが、SDGsが目指す取組みであったともいえるのである。

町では今後も、これまでのまちづくりを更に磨きあげ、前に進めていく。そして、このまちづくりの実践一つひとつが、SDGsの目標達成に貢献する取組み、SDGs未来都市としての取組みであると考えている。

イメージ図-1
 SDGs未来都市ニセコ町の取組イメージ



2. ニセコ町の特徴・地域特性

ニセコ町は、北海道の南西部に位置し、観光業と農業を2大産業とする人口約5,000人の町である。町の人口は1980年まで減少の一途

境創造都市ニセコ」を掲げ、環境を中心にすえた『持続可能なまちづくり』を目指しているところである。これは、「豊かな自然環境をはじめとした地域資源を守るとともに最大限に生かしながら地域経済を豊かにしていく」という方針によるものである。そして、その方針を具現化する地域経済戦略として「自治創生総合戦略」を策定している。

ニセコ町の2大産業である観光業と農業は、豊かな自然環境が基盤である。言い換えれば、今ある自然環境が崩壊すれば、産業基盤が失われる。地域経済を持続していくためには、豊かな自然環境を守り、育て、次世代に引き継いでいく必要がある。

そのため、ニセコ町では早くから町独自の開発ルールを定めた景観条例や罰則規定のある水道水源保護条例・地下水保全条例などを制定し、ニセコ町の価値を失うような開発の防止に努めている。また、1990年比で2050年にはCO₂排出量△86%の目標達成に取り組む「環境モデル都市」ニセコとして環境施策に注力（「4. これまでの取組の実践例」参照）している。これら共通の考えは、景観・環境保全と開発規制の仕組みによって乱開発を規制し、併せて町の環境保全に共感した優良な投資を呼び込むことにより、町と開発事業者等との多様な連携の中で、豊かな自然環境を未来につなげ、あるいは新たな価値を創出していこう、というものである。

同時にニセコ町では、25年ほど前から、「情報共有」と「住民参加」による自治のまちづくりに取り組んでおり、上記のような開発ルールの設定、リゾートエリアでの景観地区の指定、環境施策の推進についても、住民・事業者と議論してきた成果である。このプロセスにより、住民・事業者と一緒に将来に向けた価値ある開発等が形成されるのであり、ニセコ町は、持続可能性とは、経済の自律、自然環境の継承のみならず、地域住民・関係者の自治意識が欠かせないものであると考えている。

これらのニセコ町の取組みはSDGsと高い親和性がある。例えば、環境モデル都市としての取組みは、目標7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」と、「情報共有」と「住民参加」による自治の実践は、目標17「パートナーシップで目標を達成しよう」などである。

つまりSDGsは、これまでのニセコ町のまちづくりと同一線上にあるものと考えている。

4. これまでの取組の実践例 (CO₂削減対策など)

環境施策においてCO₂排出量△86%という高い目標に取り組んでいるニセコ町だが、町内のエネルギー需要量と自然エネルギー供給可能量を調べた過去の調査では、供給可能量のポテンシャルが需要量予測の4倍以上との結果となった。徹底した省エネによる需要の見直しと、設備の最適化、さらには自然エネルギー・再生可能エネルギーの賢い活用により、その目標達成に向けた取組を実施している。

これまで自然エネルギーの面で重点を置いて取り組んできたものの一つが、寒冷地に適した地中熱ヒートポンプの導入である。町民センターの大規模改修（写真-3参照）の際には、外断熱により断熱性能を向上したうえ、これまでの重油ボイラーから地中熱ヒートポ

写真-3 断熱性能向上と地中熱ヒートポンプ導入し、大規模改修した町民センター



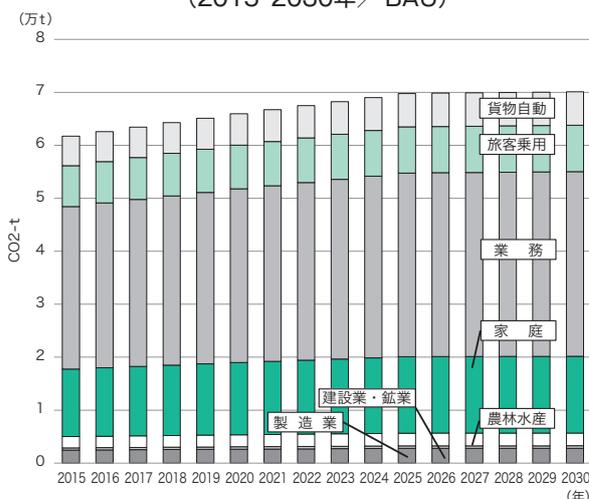
ンプに切り替えた。これにより平方メートルあたりの冷暖房コストが△45%、CO₂排出量が△35%と大きく減少した。現在は、コミュニティFM局、文化拠点施設、高齢者福祉施設、学童保育施設など6箇所で稼働している。

省エネルギー等の取組については、環境モデル都市第1次アクションプランにおいて、①「観光分野での省エネ・再エネ導入促進」、②「エネルギー転換」、③「家庭での草の根的な取組の推進」の3つを重点分野に定め、着実なCO₂排出量の削減に取り組んできた。また、公共施設については、率先した省エネ化を進めている。新しい学童保育施設である「ニセコ子ども館」の整備にあたっては、前述の地中熱ヒートポンプの導入のほか、アルゴンガス注入3層窓ガラスを設置し、また、建材として地域木材の利用を進めるなかで、吸湿性能もある「木」由来の断熱素材も採用し、環境性能を高めた施設としている。

しかし、直近のCO₂排出量の数値では、住民一人当たりでは減少(△1.7%)となるものの、町全体では人口増と観光入込増などによる経済活動の活性化により増加(+1.6%)となっている。町全体での環境対策、エコ意識の向上が進んできているものと考えているが、CO₂排出量△86%という高い目標の達成に向けては、更なる取組みが求められるところである。

そこで、2018年度に策定した環境モデル都市第2次アクションプラン(2019年度～、5ヵ年)においては、増加圧力が強まっている町全体のCO₂排出量(グラフ-1参照)を減少傾向に展開させ、同時に住民生活・地域経済の向上と持続可能性を阻む課題を解決する、つまりは、「低炭素化と持続可能な発展」の両立を目指すものとしている。策定にあたっては、住民説明会やワークショップを繰り返しながら議論を進め、組織横断的な8政策分野、37の取組を定めた。この取組みもまさにニセコ町としてのSDGsの取組みといえるものである。

グラフ-1 ニセコ町温室効果ガス排出量推計(2015-2030年/BAU)



5. 今後の展開(現在、進行中のもので)

2018年度より、町で定める性能基準(断熱・防音等)などを満たした民間賃貸住宅の建設に対する補助制度を創設した。人口増や人手不足により、ニセコエリアでは民間賃貸住宅の建設が増しているが、この補助制度により民間レベルでの高気密・高断熱、あるいは将来ストックとして質の高い住宅の建設を促進するものである。また、併せて建築業者などを対象とする研修会を開催し、環境効率の高い住宅建設に関する認識・スキルの啓発に取り組んでいる。

2019年度から2か年をかけ建設する防災施設を兼ねた新庁舎(イメージ図-2)について

イメージ図-2 環境配慮型象徴的新庁舎イメージ



では、外皮の高断熱化及び高効率な省エネルギー設備を備えた建築物とし、環境モデル都市・SDGs 未来都市としての環境配慮型象徴的建物と位置付け整備する。

さらに、今後のSDGsの取組みの中心に据えた事業で、自治体SDGsモデル事業に選定された「NISEKO 生活・モデル地区構築事業」を展開する。人口増加傾向が続くなか、住宅不足・労働力不足の解消にむけ、市街地近郊に「ニセコ町らしい」暮らしを体現した、持続可能な生活空間（住宅街区）を新たに形成するものである。2018年度に策定した事業構想において8つのコンセプト（イメージ図-3）を定め、単なる住宅地ではなく、地域経済の活性化に資する環境配慮型住宅の建設、域外流出しているエネルギーコストの削減と地域エネルギー会社による電熱供給、「相互扶助」が息づく活発な自治活動、などの実現を目指している。

イメージ図-3 モデル地区の8つのコンセプト



つまりこの事業は、経済、社会、環境ともに網羅した暮らしの質の向上を図る事業でもある。具体的には、コンセプトの一つ「超省

エネの建物」では、これまで外部流出していたエネルギーコストを高性能住宅の建設コストに振り向け（地元工務店を介して域内還元）、消費エネルギー・CO₂排出量の削減を図るものである。同時に遮音、防犯、防災機能の基準を付加することで、建設投資がただの消費に終わらず、暮らしやすさの向上と将来に向けた堅実な投資・資産として継承され、暮らし全般の質を向上させる取組に繋げるものである。

このモデル地区の形成により、ニセコ町のブランド価値を向上させ、住みたくなるまち・住むことが誇りに思えるまちニセコ町を、より一層高めていく。

6. おわりに

文豪、有島武郎が私たちのまちに残してくれた遺訓「相互扶助」は、歴史を刻んできたまちづくりのキーワードである。そして、ニセコ町の「まちづくり基本条例」制定への歩み、「環境モデル都市」の実践、そして、これまでの総合計画の目標「小さな世界都市」から「環境創造都市」づくりや「自治創生」は、まさにSDGsの取組でもあったと考えている。

これからも町の取組を一つひとつ丁寧に実践し続けていくことが、ひいてはSDGsにより世界が掲げた目標の達成につながっていくものと考えている。また同時に、SDGsのアプローチによりニセコ町のまちづくりを更に磨き上げながら、持続可能なまちづくり『サステイナブルタウンニセコ』の実現を図っていく方針である。

東松島市におけるSDGs推進の取組み

東松島市 総務部 経営調整監
 兼 地方創生・SDGs推進室長

くれ 谷 健太郎



ポイント

- ・東日本大震災の甚大な被害により、持続可能なまちづくりが喫緊の課題になった。
- ・持続可能なまちづくりのための「環境未来都市」構想、そしてSDGs未来都市へ。
- ・SDGs未来都市として、庁内推進体制の確立、市民意見の反映、ステークホルダーとの連携等を図りつつ普及啓発を推し進めている。

1 はじめに

2018年6月、東松島市は内閣府よりSDGs未来都市に選定されました。同年度に選定されたのは全国で29自治体ですが、東北からは本市を含む3自治体が、東日本大震災の被災地としては唯一本市が選定されました。

私たち東松島市は、全国のみなさまの温かいご支援のもと震災からの復興に取り組んでいるところですが、復興後のまちづくりを見据えた地方創生の取組みにSDGsの理念を反映し、今後のまちづくりに生かしていくことにしました。

SDGsの理念のもと、2030年までに達成すべき目標を「人口減少を食い止め、地域社会・

経済を成長軌道に乗せること」と設定し、「全世代グロウアップシティ東松島」をスローガンにこども・若者・高齢者の全世代に住みよいまちづくりを目指してため「SDGs未来都市計画」を策定しました。

2 東日本大震災による影響

少子高齢化・人口減少、地域の経済・社会の縮小は全国的な課題ですが、この課題が本市では東日本大震災により顕在化することになりました。

震災による人的被害は1,133名にも及びました。また、津波により市面積の45%・市街地面積の65%が浸水したこと、半壊以上の家屋被害が全世帯の72%にのぼったこと等により人口が市外へ流出しました。この結果、市内人口は震災前の約43,000人から約40,000人へ減少しました。

また、震災の影響で地域経済は深刻な打撃を被り、被災者の方が居住していた地域コミュニティも従来の形態を維持することは困難な事態となりました。

このように、人口減少を食い止めること及び地域社会・経済を回復軌道に乗せることで、将来にわたり持続可能なまちづくりを行うことが本市における喫緊の課題となったのです。



平成30年(2018年)6月15日
 SDGs未来都市選定証授与式

3 環境未来都市からSDGs未来都市へ

震災後、本市では人口減少を食い止め、地域社会・経済を回復軌道に乗せるため様々な事業を実施してきました。

そのなかに、環境未来都市としての活動があります。2011年12月、本市は内閣府より環境未来都市選定を受け、創造的震災復興を進めてきました。例えば、日本で唯一の自治体が整備した自営線による「スマート防災エコタウン」事業が挙げられます。災害により広域停電があっても、エリア内にある災害公営住宅や病院等の社会インフラへの電力供給を絶やさないことで、市の防災力を高める役割を担っています。

また、「地域新電力（PPS）」事業により、地元事業者が発電供給する電気を購入し、地元産業や市民に安価な電力を供給するとともに、地域内の雇用創出を実現しました。

これらの事業が目指すものは、地域の経済発展と超高齢化への対応、防災機能の強化による住み続けられるまちづくり、自然環境と生活環境への配慮等であり、経済・社会・環境の三側面において持続可能なまちづくりを目指すSDGsの理念と軌を一にしています。こうして本市は、環境未来都市からSDGs未来都市へ変容し、SDGsの理念に基づきより包括的で持続可能なまちづくりに取り組んでいるところです。

4 SDGsを推進する体制

SDGs未来都市に選定されたことで、SDGsの推進体制を構築・強化しました。

(1) 庁内の体制

庁内に市長をトップとし、部長級職員で構成されるSDGs推進本部員会議を設置し、意思決定と情報共有の体制を整えました。

また、本部員会議での意思決定を受けて具体的方針を決定する課長級職員で構成される職員分科会、取組み案の作成や調査分析を担

う班長級職員で構成される庁内ワーキンググループも設置しました。

さらに、担当分野におけるSDGsの取組みを庁内外に発信することで普及啓発活動を担うSDGs推進員を各課から選出し、庁内一丸となってSDGs推進に取組む体制を構築しました。

そして、「人口減少を食い止め、地域社会・経済を成長軌道に乗せる」というSDGsの目標は、「まち・ひと・しごと創生」を推し進める地方創生の取組みの一部となることから、地方創生とSDGsの双方を市の重要政策として一体的に推し進めるためSDGsの担当部署として地方創生・SDGs推進室を設置しました。

(2) 市民等の意見の反映

市の地域課題の総合的解決と魅力あふれる地方創生を実現するため、前述したSDGs推進本部員会議の諮問機関として「東松島市人口ビジョン・総合戦略市民委員会」を設置することとしました。この「市民委員会」は、市民や学識経験者、産業界、金融機関、教育・福祉・防災関係者等から構成されます。「市民委員会」の議案等において、本市のSDGsへの取組みを取り上げてもらうことで、SDGsへの取組状況が共有・保存・引き継ぎされていくことになります。

(3) ステークホルダーとの連携

SDGs推進においては、市役所のみならず数多くのステークホルダーとの連携体制が確立しています。

東松島市には、2012年10月に市・商工会・社会福祉協議会の三者により産学官民連携の中間支援組織として設立された一般社団法人東松島みらいとし機構（HOPE）があります。HOPEは東松島市をフィールドとした新しい事業を数多く実施しており、スマート防災エコタウンの維持管理や市内顧客への電力供給（新電力）事業をはじめ地域の産業創出や情報発信、国際事業にも取り組んでいます。

このHOPEを中核とし、商工会や地元金融機関（七十七銀行、石巻信用金庫、石巻商工信用組合）、東北大学・東北文化学園大学・石

巻専修大学という地域の大学、さらにはこども・高齢者を対象とする場合には社会福祉協議会や市内8地域のまちづくり協議会などの機関と緊密に連携しながら地域一体となってSDGs推進に取り組む体制を構築しています。

また、東日本大震災直後に青年海外協力隊員を避難所に派遣して頂いて以降、連携協定関係にあるJICA東北の協力のもとJICA地域復興推進員が市役所内に常駐しており、SDGsに関する国内外の先進事例等を入手することも可能です。

なお、この他にも連携協定関係にある東北大学やKDDIグループからも助言等を頂いております。

(4) 東北SDGsサミット

2019年1月25日、東松島市において、SDGs未来都市の選定を受けた東北地方の3都市（秋田県仙北市、山形県飯豊町及び本市）で、連携を密に情報を共有し持続可能なまちづくりに向けた取り組みを加速させるため、東北SDGsサミットが開催されました。

東北SDGsサミットでは、各都市の持続可能なまちづくりにかかる事例や先進施策等の取組が紹介され、情報共有のみならず相互に学び切磋琢磨する相乗効果を生み出すことができました。

なお、東北SDGsサミットは2019年度には仙北市で、2020年度には飯豊町で開催される予定です。



※東北SDGsサミット
（左から飯豊町議会議長・飯豊町長、東松島市議会議長・東松島市長、仙北市長・仙北市議会議長）

5 普及啓発活動

ここでは2018年度に実施した主な普及啓発活動を紹介します。市報やホームページでの情報発信のほかに下記の活動を行いました。

(1) 地区自治会でのワークショップ

東松島市は震災前から「市民協働のまちづくり」をめざし、行政と市民が一体となりまちづくりを進めてきました。このように、まちづくりに欠かせない市内8地区の地区自治会に対し、11月から12月の期間で複数回にわたりSDGsのワークショップを開催し、SDGsへの理解を深めていただく機会を設けました。

(2) SDGsカードゲームの実施

SDGsの理念を実感していただくため、12月から3月にかけて、外部講師をお招きしてSDGsカードゲームを実施しました。

カードゲームには市民、自治会長のほか、市議会議員や市職員も参加し、幅広い層の方にSDGsの理念を体感していただくことができました。

また、市内にある石巻西高等学校にも出前講座の形式で伺い、高校生にもカードゲームに挑戦してもらいSDGsの理念を紹介することができました。

(3) ピンバッジの配布

17のゴールを表すピンバッジを購入し、市の関係者約600人に貸与しました。ピンバッジの配布は、行政と市民が一体となってSDGsを推進していく機運を高めることになりました。

6 東松島市におけるSDGsの取組み

(1) 2030年までに優先的に取り組む課題を「経済」「社会」「環境」の3つの側面からご紹介します。

企業誘致、雇用対策といった経済面では、単に安価な労働力の供給にとどまるのではなく、労働者に適正労働対価を支払える、競争力のある、足腰の強い地域産業を誘致・育成することが重要施策となります。安心して子

育て・介護ができる基礎的な収入を、過度な労働によらず人間的な労働環境のなかで実現できるよう事業者に働きかけていきます。

また、少子高齢化の現状を踏まえ、高齢者への積極的な経済活動参加を促し、「生涯現役」社会を実現することで地域内経済の活性化を図ります。

「経済」

ゴール、ターゲット番号	KPI (重要業績評価指標)	
 8, 3	指標：企業誘致や雇用対策に関する市民満足度	
	現在(2017年7月)： 17.9%	2030年： 40%
 3, d	指標：高齢者の生活に関する市民満足度	
	現在(2017年7月)： 47.6%	2030年： 54.0%

社会面では、これまでの「市民協働のまちづくり」の実績を生かし、8つの地域自治組織にSDGsの概念を普及することで、市民全員が地域の課題に自発的に取り組み地域社会を活性化することをめざします。

また、市内に11校あるすべての小中学校をコミュニティ・スクール化した実績を生かし、子どもと地域の方がともに学びともに成長する社会の実現を目指します。

「社会」

ゴール、ターゲット番号	KPI (重要業績評価指標)	
 17, 17	指標：地域活動事業への市民参加述べ人数	
	現在(2018年3月)： 38,583人(単年)	2030年：480,000人 (40,000人/年×12年)
 4, 7	指標：教育に関する市民満足度	
	現在(2018年3月)： 55.3%	2030年： 60.5%

環境面では、スマート防災エコタウン、地域新電力をこれまで以上に推し進めることで、地域のレジリエンスを向上させ、再生可能エネルギーの普及拡大を進めます。最終的には地域内名目自給率100%を達成することを目指

します。

「環境」

ゴール、ターゲット番号	KPI (重要業績評価指標)	
 11, b	指標：再生可能エネルギー導入量	
	現在(2018年4月)： 23,328kW	2030年： 41,000kW
 13, 1		

(2) SDGsに資する新たな取組み

全寮制私立高校の誘致

東松島市では全寮制の私立高校の誘致活動を行っています。現在、2020年4月の開校を目指し関係機関と協議を行っています。全寮制の高校が開校することで、人口の増加、経済的波及効果が見込まれます。

矢本パークゴルフ場の開設

市内東部にある矢本海浜緑地内に、2019年4月に、県内最大級6コース54ホール(2019年秋までは暫定36ホール)のパークゴルフ場が開設されました。近年人気の高いパークゴルフ場には市外からたくさんの利用者が訪れることが予想され、健康増進をはじめ、交流人口の増加、経済波及効果に加え、パークゴルフ場内での地域雇用創出も見込まれます。

宮城オルレ「奥松島コース」の開設

2018年10月、韓国版トレッキングコンテンツである宮城オルレ「奥松島コース」がオープンしました。「奥松島コース」は、縄文からの歴史と海と大地の恵みに育まれた数多くの景勝地が存在する奥松島・宮戸島を一巡するコースです。国内はもちろん、海外からのインバウンドも期待できるため、交流人口の増加、経済波及効果、地元雇用の創出が見込まれています。

このように、東松島市は、「人口減少を食い止め、地域社会・経済を成長軌道に乗せる」という2030年までのゴールに向け取り組んでいます。

SDGsとJICA東北の取組み

独立行政法人国際協力機構

JICA東北 次長 三 村 悟

ポイント

- ・すべての主体は、自らの課題としてSDGsに取り組むことを求められている。
- ・特に企業に対しては、ビジネスを通じた貢献が期待されている。
- ・JICA東北は、パートナーシップにより東北と海外を結んでSDGsを推進する。

1. 地球の将来に向けた取組みの始まり

地球や人類の将来に対する懸念を国際社会が話し合う初めての機会となったのが、1972年の国際連合人間環境会議（ストックホルム会議）でした。会議では環境保全に関する取組みを進める「人間環境宣言」と「環境国際行動計画」が採択され、これらを実施に移すための機関として国連環境計画（UNEP）が設立されました。

その後のUNEP総会の提案を受けて設立された「環境と開発に関する世界委員会（ブルントラント委員会）」は、1987年に、経済優先で環境を顧みない人間の活動に警鐘を鳴らし、経済・社会の開発と環境保全の両立が、世代を超えて必要であることを訴えました。ここに、「将来世代のニーズを損なうことなく現在の世代のニーズを満たすこと」という「持続可能な開発」の概念が示され、その後の環境保全や国際協力の基本理念となりました。

2. 地球規模課題とMDGsの取組み

1992年ブラジル・リオデジャネイロで国連環境開発会議（地球サミット）が開催され、持続可能な開発に向けた地球規模での行動計画「アジェンダ21」が合意されました。この

会議では「気候変動枠組条約」「生物多様性条約」も提起され、ここを起点として、いわゆる地球規模課題への取組みが進められていきます。しかし地球環境に関する取組が進む一方で、開発途上国の貧困問題に対する取組みはなかなか進まず、保健医療や教育などの分野で多くの課題が残されていました。

そこで2000年9月の国連ミレニアム・サミットで合意されたのがミレニアム開発目標（Millennium Development Goals, MDGs）でした。MDGsは2001年から2015年までの間に、極度の貧困や乳幼児の健康、衛生状態など8分野の状況を大きく改善する目標を設定し、実際に15年間で多くの目標が達成されました。しかしながら、アジア地域では目覚ましい成果を上げた一方で、赤道以南のアフリカでは



写真1 気候変動の影響を受けやすい小島嶼（大潮で島の各地が浸水するツバル）

乳幼児や妊産婦の死亡率が引き続き高く、またテロや紛争、難民問題、気候変動に伴う災害の頻発など、新たな課題が立ちはだかるようになります。

3. MDGsからSDGsへ

MDGsでは行き届かなかった取り組みや、気候変動、紛争、経済のグローバル化など国際社会の変化に伴う地球規模課題に取り組むため、新たに設定されたのが持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals, SDGs）です。2015年9月の国連サミットにおいて全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に示された、17分野の目標と169のターゲットがSDGsです。

MDGsとSDGs、これら二つの違いはどこにあるのでしょうか。まず、MDGsは貧困を中心に開発途上国の課題を解決する、先進国はそれに協力する、という構造になっていますが、SDGsでは17の目標について開発途上国、先進国の別なく、すべての国々が取り組むものとされています。

またSDGsは、地球上の「だれ一人取り残さない」ことを基本理念としています。これまでの取り組みでは貧困から抜け出すことができなかった赤道以南のアフリカの人々や、日本を含む先進国の中での格差や貧困の問題、男女の不平等など、多くの「取り残された」人々にフォーカスをあてて、その原因を明らかにして対策を立てることが求められています。先進国は開発途上国の抱える問題の解決に協力するだけでなく、自らが抱える課題にも正面から向き合わねばなりません。

4. 多様な主体による取り組み

世界を取り巻く状況が複雑化する中、政府や行政、国際機関だけでは環境問題や貧困のような社会問題への対応が難しくなっています。その一方で、企業活動が世界に与える影

響や社会的責任は近年、非常に大きくなっています。企業の強みは革新的な技術やサービスを提供できることであり、ビジネスを通じてSDGsの達成に貢献することが期待されています。SDGsでは、開発問題を政府、国際機関の責務として狭くとらえるのではなく、企業や市民社会といった多様な主体により取り組むべき課題としています。

またSDGsには、17の目標が相互に関連し影響しあう相関関係がある、という特徴があります。例えばターゲット5のジェンダーの平等性が高まることで、教育水準が上がり、栄養や衛生、健康に関する知識が普及して乳幼児の健康状態が改善し、また働きがいがあって適正な収入が得られる職業につけるようになる、など様々な目標に良い影響を与えると考えられています。SDGsでは、目標相互の関係に留意して、ひとつの取り組みが他の目標にもよい影響を与えるように工夫し、また場合によっては悪影響（例えば新たな産業が環境を破壊するなど）を与える可能性があることに注意しながら取り組みを進めることが求められています。

5. JICAとSDGs

（独）国際協力機構（JICA）は、日本政府による政府開発援助の実施機関として、これまで60年に及ぶ開発協力の経験を持ち、開発途上国の貧困削減や乳幼児死亡率の低減、安全な水の提供などに実績をあげてきました。

SDGsには人間の安全保障の概念や防災の主流化をはじめとして、日本やJICAがこれまで重視してきた考え方が取り入れられています。私たちJICAは、各国でのSDGs実現に協力するだけでなく、日本国内でSDGsを共有することで、多様な方々にもっとJICA事業に参画していただくとともに、日本が抱える課題解決にも貢献したいと考えています。このためJICAは、日本国内でのSDGsの理解の促進や、国内外のパートナーを結んで相互の課題解決に結びつける活動を行っています。

図表1 SDGs達成に向けたJICAの取組方針

1. JICAは、国際社会の平和、安定、繁栄を目指し、人間の安全保障と質の高い成長を実現する。SDGsは、この理念を加速、推進するものであり、JICAはリーダーシップを発揮しゴールの達成に積極的に取り組む。
2. JICAは、我が国自身と開発協力の経験を活かし、SDGsの10のゴールについて中心的役割を果たす。
【10のゴール：飢餓・栄養、健康、教育、水・衛生、エネルギー、経済成長・雇用、インフラ・産業、都市、気候変動、森林・生物多様性】
3. JICAは、SDGs達成を加速するため、国内の知見の活用、国内外のパートナーとの連携、イノベーションを図り、SDGsの達成に向けてインパクトを確保する。

6. JICA東北とSDGs

JICA東北では、東北地方の自治体、大学、民間企業や、地域で活動する市民団体のみなさんと連携して、開発途上国そして東北地方のSDGsに貢献すべく活動しています。

例えば、2018年6月にSDGs未来都市に選定された宮城県東松島市とは、東日本大震災からの復興や防災、環境保全の経験を、フィリピンやインドネシアの災害被災地と共有する「相互復興」の取組みをともに進めてきました。



写真2 インドネシア被災地の生業支援（東松島市での漁業研修）

以下に、JICA東北が東北のみならずと連携して取り組むSDGs推進の活動を3つご紹介します。

(1) 東日本大震災の経験をジェンダー配慮の視点で伝える

（Goal 5 ジェンダー平等を実現しよう）

課題別研修「ジェンダーと多様性からの災害リスク削減」では、アジア、中南米の災害頻発国の行政官やNGOスタッフが、宮城県内の自治体や市民団体を訪問し、女性や子ども、高齢者、障がい者など、多様な人たちのニーズに配慮した災害対策を学んでいます。また、各国からの研修員と一般の参加者が参加する公開ワークショップを開催し、災害時の多様な人々のニーズについて、日本の参加者も学ぶ機会を設けています。



写真3 石巻市の復興住宅で住民から話を聞く研修員

(2) 産学連携で産業技術者を育成

（Goal 9 産業と技術革新の基盤をつくろう）

JICAは開発途上国の持続可能な開発に役立つ製品や技術、サービスを持つ企業の海外展開を支援しています。岩手県一関市の株式会社モディーは、一関工業高等専門学校や岩手県工業技術センターとの産学連携により、電動車両組立分解キットを用いた職業訓練プログラムを開発し、ベトナムでの技術者育成に貢献することが期待されています。



写真4 ㈱モディーが開発した電動車両組立分解キット

(3) 企業の技術でスクラップの再生利用 (Goal 12 つくる責任つかう責任)

多くの開発途上国では、自動車の台数が急増する中、廃車の処理が適切に行えず、環境問題を引き起こしています。青森県弘前市の株式会社青南商事は、このような悩みを抱えるモンゴルで、廃自動車の処理改善と再資源化の促進に取り組んでいます。

7. SDGsへの対応を迫られる企業

株主、投資家は企業に利益を生み出すことを求めますが、短期的な利益を求めあまり環境を破壊したり、顧客の健康を損なったり、ということがあれば、長期的には利益よりも損失が大きくなります。社会の持続可能性を高めるような事業や経営を進めることが中長期的な利益を生み出し、ビジネスを持続可能にし、全体として企業価値を高めることにつながるという考え方が、徐々にではありますが広まってきました。事業機会の増加と収益向上を図り、長期的な事業リスクへの対応を

可能とする、事業戦略上欠かせない基本理念として、経営方針の根幹にSDGsを取り入れる企業も出てきています。

資本市場でも、環境（Environment）、社会問題（Social）そして企業統治（Governance）に配慮した責任ある投資（ESG投資）に大きな注目が集まっています。環境や気候変動、人権問題などへの配慮を欠く企業の製品やサービスは敬遠され、投資資金も集まらなくなるかもしれません。一方で、SDGs関連のビジネスは年間数兆ドル規模の巨大市場になると期待されていて、SDGsは企業にとって大きなビジネスチャンスでもあります。

8. おわりに

SDGsでは、まず理想とする未来に向けた高い目標を設定し、そのために必要な行動や活動を考える「バックキャストिंग」という思考方法が取り入れられています。このように、現在の取組みを積み重ねるだけでは実現できない高い目標に到達するためには、新しい技術やビジネスモデルを作り出す「イノベーション」が必要です。さらに、そのようなイノベーションを実現するには、企業、研究機関、市民社会、政府など多様な主体が連携しあう「パートナーシップ」が欠かせません。

JICA 東北はこれまで培った開発協力の経験をもとに、国内外の多様な主体を結ぶパートナーシップを促進し、東北地方のみなさんによるSDGsの取組みを支援して参ります。

地球規模の課題であるSDGsを 地域で実践すること

酪農学園大学 農食環境学群環境共生学類国際理解学研究室

准教授 吉中厚裕¹



ポイント

- ・目指しているのは「誰一人取り残されない」「経済・社会・環境が調和した」持続可能な社会。
- ・そのためには世界の変革が必要。個々のSDGsの達成だけが目的ではない。
- ・地域での行動と地球規模の課題とを結びつけるためにも、自分の周りで「取り残されている」ものを確認することから始めよう。

1. SDGsと2030アジェンダ

2015年9月、「普遍的な平和の強化を追求する」ことを目的として「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ²（2030アジェンダ）」という「人間、地球及び繁栄のための行動計画」が国連総会で採択された。持続可能な開発目標（SDGs）はその一部である。2030アジェンダの後半に記載されている17個のSDGsそれぞれにカラフルなアイコンが与えられ、訴求力があるためか、それだけが独り歩きしているような嫌いもあるが、その前段に置かれている「前文」と53の段落からなる「宣言」とを含め包括的に取り組むことが求められている。

2030アジェンダは「すべての人々の人権の保護」「地球と天然資源の永続的な保護」「ジェンダー平等とすべての女性と女児の能力強化」「包摂的で持続的な経済」などを目指しており、「持続可能な開発の三側面、すなわち経済、社会及び環境の三側面を調和させるもの」

とされている³。また、すべての国及びすべてのステークホルダーが協同的なパートナーシップの下、「世界を持続的かつ強靱な道筋に移行させるために緊急に必要な、大胆かつ変革的に手段をとること」、その「共同の旅路に乗り出すにあたり、誰一人取り残さないこと」が誓われている⁴。

最も大切なのは、誰一人取り残すことなく、経済・社会・環境の三側面が調和した持続可能な社会に向けて世界を「変革」することであり、個々のSDGsの達成そのものだけが目的なのではないと言える。

2. 2030アジェンダの実施にあたって 欠かせないもの

2016年3月、「RCE（Regional Centre of Expertise on Education for Sustainable Development）北海道道央圏協議会」が設立された。同協議会は「『北海道』と命名後の激動の歴史と開発を踏まえ、今後100年にわたり

¹ a-yoshinaka@rakuno.ac.jp

² 国際連合広報センター「2030アジェンダ」https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/（2019年5月17日閲覧）

³ 同上

⁴ 同上

持続可能な地域社会を実現することを目指すこと」を共通のビジョンとしている。本学環境共生学類は、同協議会の構成員であるとともに、その事務局を北海道大学大学院環境科学院と（公財）北海道環境財団と共同で務めている。

2019年3月に同協議会が発行した「RCE北海道道央圏がお届けする『SDGs』の要素と実践⁵⁾」に同協議会構成員のSDGsへの取り組みが紹介されている。本学類が行っている「活動の主要テーマ」としては、SDGsの4（質の高い教育をみんなに）、7（エネルギーをみんなにそしてクリーンに）、13（気候変動に具体的な対策を）、14（海の豊かさを守ろう）、15（陸の豊かさを守ろう）が挙げられている⁶⁾。実際、同学類では北海道はもとより、マレーシア、中国、モンゴル、フィリピンなどアジア諸国においても、環境保全、生物多様性保全に関する調査研究等の活動を幅広く行ってきているところである。

本年4月、新入生を対象とした「建学原論」という講義の最初のクラスで本学学長が「建学の精神とSDGs」というテーマで話をしたが、その際にも本学各学群・学類毎の教育・研究分野に関連するSDGsのアイコンを示すスライドがスクリーンに映し出された。

このように、既に行っている自らの事業や活動を個々のSDGsに照らし合わせる作業（マッピング）は、多くの団体や企業、自治体等でも行われてきている。そのこと自体は2030アジェンダの目的達成に向けた第一歩であるとも言えるが、そこで止まっているは「世界を変革」することはできない。むしろ、「SDGsにも取り組んでいますよ」という各主体の「アリバイづくり」「SDGs ウォッシュ」に利用さ

れてしまい、それ以上の取り組みが進まなくなってしまう危険性を孕んでいるとも言える。

2030アジェンダの目的達成のためには社会の仕組みの変革が必要だ。過去を振り返り、現状をしっかりと認識し、そして将来の「あるべき姿」を具体的にイメージした上で、そこからバックキャストする形で、その実現のために、大胆、変革的な取り組みを着実に包摂的に実行していくことが重要だ。まずは、2030アジェンダの柱である「誰一人取り残さないこと」及び「経済・社会・環境の調和」に照らして、自らの取り組みが遅れているところをしっかりと分析・認識し、それに対する対策を、（個々のSDGsという具体的な目標・指標を必要に応じ用いながら）効果を常時評価しつつ、包括的・包摂的に着実に強力に講じていくことが求められている。

3. 「誰一人取り残さない」ために

RCE北海道道央圏協議会では、同協議会の会員組織へのアンケート調査を基にSDGsに欠かせない要素の一つとして「活動において重視している『取り残されている存在』」を抽出しビジュアルに取りまとめている⁷⁾（図1）。

では本学で「取り残されている存在」はないのだろうか。

本学の構内、建物におけるエレベーターや車椅子対応のスロープ、多目的トイレ等の整備状況を示す「バリアフリーマップ⁸⁾」というものが公表されている（図2）。名前は「バリアフリー」だが、このイラストを見ると、逆に当キャンパスは至るところバリアばかりの「バリアフル」だというのが良くわかる。講義や実習が行われる建物の多くは車椅子でアク

⁵⁾ RCE北海道道央圏「【お知らせ】冊子「RCE北海道道央圏からお届けするSDGsの要素と実践」を発行しました」<http://rce-hc.org/2019/03/31/report-sdgs/>（2019年5月22日参照）

⁶⁾ 同上

⁷⁾ 同上

⁸⁾ 酪農学園大学「アクセス・バリアフリーマップ」<https://www.rakuno.ac.jp/access.html>（2019年5月22日参照）

図1 活動において重視している「取り残されている存在」(RCE 北海道道央圏「RCE 北海道道央圏がお届けするSDGsの要素と実践」¹⁶より)

貧困。子供。	保健医療に関わるのが難しい人々。化石燃料に頼らざるを得ない地域。
国内外の社会的弱者。性的マイノリティ。女性。因果関係が明確でない環境問題。若者。教員。	
障がい者。	科学の客観的知見を得られない人々。働きづらい環境にある人々。中小企業。
差別。生産者。	平和。働く世代の健康対策。ひとり親家庭。法整備。考えを主張できない。DV被害者。
自然資源を無制限と考える企業。	都市でのエコなモビリティの整備。ESDを理解しない行政関係者。人権。海。教育を受けられない子ども。妊婦。
開発途上国。情報弱者。	農村。森林。長期的視点が弱い政策。高齢者。難民。絶滅危惧種。小さなNPO。
過疎化が進む地方。交通弱者。	保護対象から外されている人。エネルギーに関しては日本在住の人すべて。環境曝露に対して弱い人々。
先住民族。ジェンダー。在住外国人。	現在の評価基準では評価しきれていない価値。精神疾患患者。コンプライアンスから外れた企業と従業員。支援を求めない要支援者。
地域住民。北海道の自然・野生動物。	気候変動により影響を受ける人々。外来種。

セスできない。手話を母語とする学生や視覚障害者、乳幼児を持つ学生への対応などは皆無なのが現状である。本学類の環境GIS研究室では、本学が立地する江別市大麻地区において、特に災害時に、車椅子を使っている人や高齢者が取り残されないよう、既存のハザードマップにバリアフリー情報を加えそれを地図化した「誰一人取り残さないSDGsハザードマップ」を作成し、江別市に対し必要な施設の整備や改善を提言している⁹。本学内でも同様の対策が急がれる。

全教員177名のうち女性教員は27名(全体の13%)である。教授職だけで見ると、男性教

授の78名に対し女性教授はわずか4名と全体の5%にも満たない¹⁰(図3)。

「環境との調和」という観点からの取り組みも甚だ心許ない。「平成26(2014)年度酪農学園大学自己点検評価書¹¹」によると、環境への配慮事項として記載されているのは「省エネルギーへの取組みとして、未使用教室等の消灯や冷暖房温度の見直し、クールビズの奨励等」だけであり、例えば、廃棄物や温暖化ガス排出量の削減、生物多様性の保全等については一切触れられていない。

2030アジェンダの実施のために、教育研究活動をより一層強化していくとともに、「誰一人取り残さない」「経済・社会・環境の調和」した大学を目指して包摂的な取り組みを今後強力に推進していかねばならない。

4. 2030アジェンダの地域での実践

2030アジェンダは、個人から自治体、国、国際と全てのレベルで、全てのステークホルダーが協同して実行していかねばならない。

筆者は、「北海道SDGs推進ビジョン¹²」を策定するに当たって北海道庁が開催した北海道SDGs推進懇談会の座長を務めたが、2030アジェンダに照らしつつ、北海道の2030年の「あるべき姿」を北海道民の間でじっくりと話し合い、共通イメージとし、それに向けての取り組みが遅れているところ、取り残されているところはどこかを皆で再確認し、「あるべき姿」の実現に向けて包括的・包摂的な取り組みを強力に推進していくのに役立つ「ビジョン」にしたいと言う多くの懇談会委員の思い

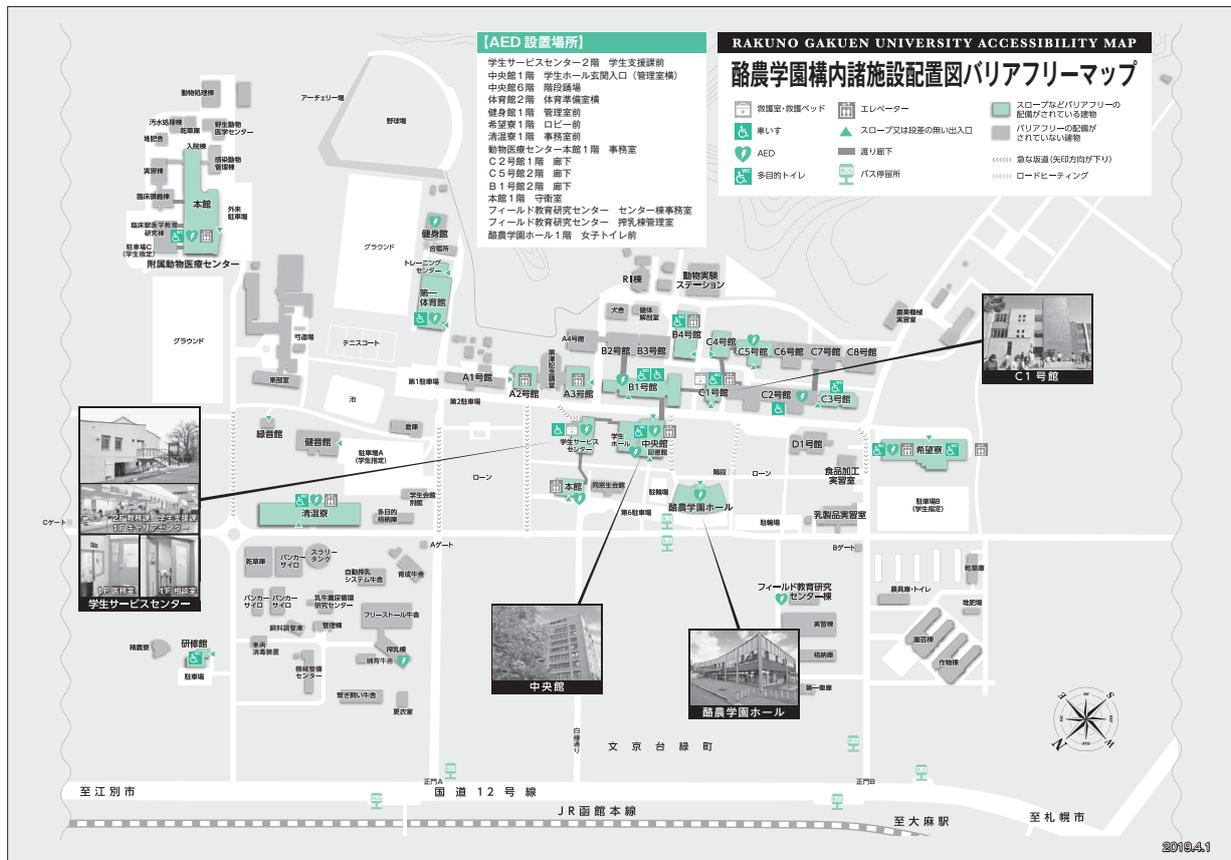
⁹ 酪農学園大学「ニュース 環境GISゼミ生が考案「誰一人取り残さないSDGsハザードマップ」
<https://www.rakuno.ac.jp/article-61870.html> (2019年5月27日閲覧)

¹⁰ 酪農学園大学「職階別教員数」
https://www.rakuno.ac.jp/wp-content/themes/SHZ001/pdf/teacher2018_04.pdf (2019年5月16日閲覧)

¹¹ 酪農学園大学「第三者認証評価」
<https://www.rakuno.ac.jp/wp-content/uploads/2015/03/1728459f7f5e19e65bdd30b3e6e5ec38.pdf> (2019年5月16日閲覧)

¹² 北海道庁「北海道SDGs推進ビジョン」
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/sks/SDGs/hkdsdgs-suishinvision.htm> (2019年5月16日閲覧)

図2 酪農学園構内諸施設配置図バリアフリーマップ¹⁷



を時間的制約等から満たすことができず、既に北海道庁を中心に行なわれている事業と個々のSDGsとの「マッピング」をちょっとやってみましたと言うレベルに止まるものになってしまい、忸怩たる思いをしているところである。

2018年、北海道庁を中心に、北海道と命名されてから150年目を記念する事業が数多く行われた。この事業は「積み重ねてきた歴史や先人の偉業を振り返り、感謝し(中略)未来を展望しながら、互いを認め合う共生の社会を目指して、次の50年に向けた北海道づくりに継承していく」ことを「基本理念」としていた。北海道庁のホームページには、一年間

で実施された「記念事業」の報告は掲載されているが、過去150年についての総括や評価、「次の50年に向けた北海道」に対する具体的なイメージ等は示されていない¹³。

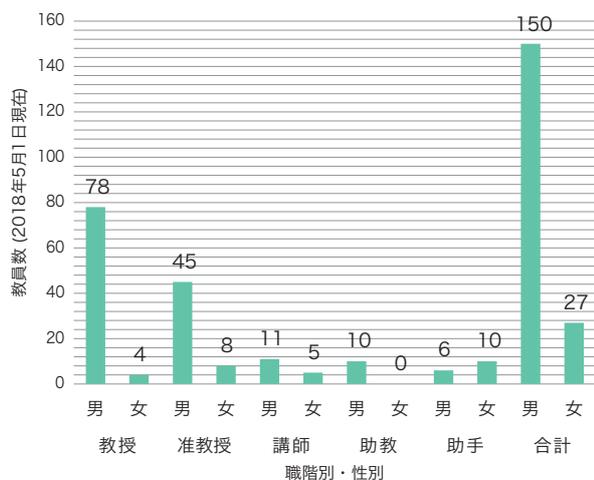
今までの150年は、別の観点からは自然破壊の歴史でもあったとも言える¹⁴。この間に多くの森林や湿地が農地や都市に変えられてきた。先人の多大なる尽力によって北海道の食料自給率は今や生産額ベースで200%を超えるようになった¹⁵。その一方で自然環境は大きく改変・破壊されてきたのだ(図3)。北海道の先住民族であるアイヌの方々にとっては、自らの文化が衰退させられていった150年であったとも言える。

¹³ 北海道庁「北海道150年事業」<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/sho/index.htm/> (2019年5月16日閲覧)

¹⁴ 小野誉行(2019)「アイヌ民族の自然観と文化の伝承」(2018年度酪農学園大学卒業論文 未発表)

¹⁵ 北海道農政事務所「食料自給率」<http://www.maff.go.jp/hokkaido/kikaku/FAN/FANhokkaidonojikyuuritu.html> (2019年5月16日閲覧)

図3 2018年度酪農学園大学職階別教員数



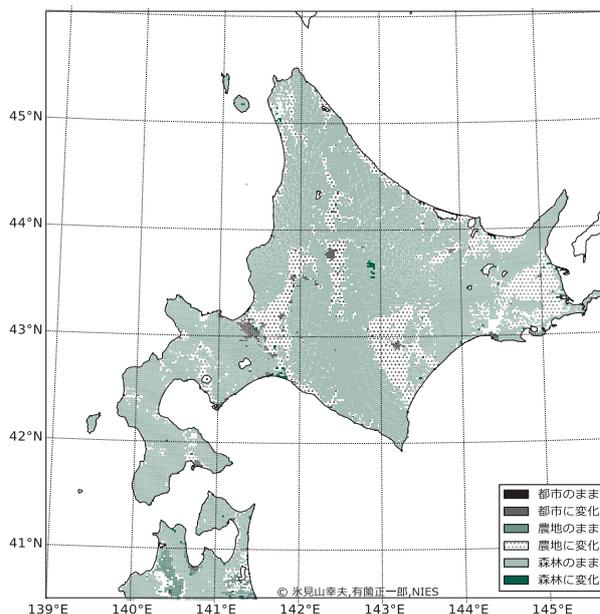
(酪農学園大学職階別教員数¹⁸より吉中作成)

いま一度ここで立ち止まり、「2030アジェンダ」に照らして、「取り残されている」人たち、分野はどこなのかを、全員で議論し、確認し、我々の未来に向けて「誰も取り残さない」包摂的取り組みを全てのレベルで強力に進めて行くことが何より求められている。

それは、何も北海道という一自治体レベルだけでの話ではない。2030アジェンダのような地球規模の課題を、国、自治体、団体、企業、個人といった全てのレベル、主体において具体化、実践し、同時に一人ひとりの具体

図4 土地利用の変化

(近世末：1850年頃－昭和末期：1985年頃¹⁹)



的な行動をいかにして地球規模の目的達成につなげていくのか。この命題への簡単な解はなく、「誰も取り残さない」ように丁寧なプロセスで、なおかつ迅速に進めていくしかない。我々に残されている時間は余りに限られている。「Festina Lente」、ゆっくりと急ぎたい。

¹⁶ RCE 北海道道央圏【お知らせ】冊子「RCE 北海道道央圏からお届けする SDGs の要素と実践」を発行しました」<http://rce-hc.org/2019/03/31/report-sdgs/> (2019年5月22日参照)

¹⁷ 酪農学園大学「酪農学園構内諸施設配置図バリアフリーマップ」<https://s3-ap-northeast-1.amazonaws.com/www.rakuno.ac.jp/wp-content/uploads/2016/06/22093852/af98e32854719beab0fed4236cdc7a6f.pdf> (2019年5月23日参照)

¹⁸ 酪農学園「2018年度酪農学園大学職階別教員数」https://www.rakuno.ac.jp/wp-content/themes/SHZ001/pdf/teacher2018_04.pdf (2019年5月16日閲覧)

¹⁹ 使用した全国土地利用データは北海道教育大学 氷見山幸夫教授および愛知大学 有蘭正一郎教授によって作成され、国立研究開発法人 国立環境研究所 地球環境研究センター 地球環境データベース上の LUIS Web から提供されたものである。

有蘭正一郎 (1995). 1.2 近世末 (1850年頃) の国土利用 (pp.4-5), 1.3 明治大正期 (1900年頃) の国土利用 (pp.6-7), アトラス ー日本列島の環境変化 (西川治監修, 氷見山幸夫他編, 朝倉書店).

氷見山幸夫 (1995). 1.4 昭和中期 (1950年頃) の国土利用 (pp.8-9), 1.5 現代 (1985年頃) の国土利用 (pp.10-11), 1.6 明治大正期～現代の国土利用の変化 (pp.12-13), アトラス ー日本列島の環境変化 (西川治監修, 氷見山幸夫他編, 朝倉書店).

魅力的なコミュニケーションでつくる 女性活躍社会

講師：フリーキャスター／千葉大学客員教授

木場弘子氏



(本稿は、平成31年2月7日に仙台市で行われた宮城講演会の要旨を事務局でまとめたものです。)

1. 魅力的なコミュニケーションとは

私は、コミュニケーションは一方方向ではなく、双方向がかみ合っ初めて素敵なコミュニケーションになると思っています。新人の頃、ニュース原稿を読んでいるときに、息が苦しくなったらそこで息継ぎをしていました。ですが、それでは聞いている人には伝わらないんですね。どんなに苦しくても意味を取って切ってはいけないところは頑張らなければなりません。対象者をきちんと意識することが大事なんです。

例えば、私が農林水産省の食料自給率向上推進委員会にいたときも同じようなことがありました。日本は食料の4割しか自給しておらず、6割は輸入に頼っています。なのに、1,900万tもの食品が廃棄され、そのうちの1,100万tが家庭から捨てられています。農水省は国民に、この量を知らせて食品廃棄を減らそうと広報しようと考えていましたが、1,100万tがどのぐらいの量なのか、なかなかピンと来ません。そこで、当時の人口でその数を割ってみると、年間1人当たり84kg、ひと月では1人当たり7kgという分かりやすい数字となりました。会場の皆さんも想像がついて、ああ、あの量ね、と実感なさった様子ですね。こうした広報の内容が腑に落ち

て、動機付けができて、行動に移す、このサイクルができて、初めて情報が伝わり、コミュニケーションは円滑になるのです。

私は1987年、TBSに入社後、同局では初の女性スポーツキャスターになりました。1992年には、当時現役のプロ野球選手だった与田剛と結婚しました。プロ野球選手と女性アナウンサーの結婚は初めてだったようです。また、2001年には運良く、民放の女性アナウンサーとしては初めて、国立大学である千葉大学の講師になりました。同年からは、千葉県では当時最も若い女性の教育委員を2期8年務めました。私は「初めて」「1番」が経歴的に多いようです。

魅力的なコミュニケーションの鍵は、運と縁とタイミングです。私は千葉大学の学生に、「チャンスの神様には前髪しかないのよ」と最初の講義で言っています。チャンスの神様は決してリッチなおじさんではありません。どちらかというと、よれよれのジャケットを着て、パツとしないおじさんで、声を掛けられても、知らん顔をしてしまいがち。ところが、そのおじさんがずっと隣を通り過ぎようとしたときに、「あれ、もしかして、今のはチャンスの神様だったのかしら。おじさん、待って」と声をかけても、後ろ髪がないので二度と捕まえられないのです。ですから、どんなことでも、声をかけられたらチャレンジしてみることが大切で、私の人生はその繰り返しだと思っています。



2. これまでの歩み

～人生や仕事での運・縁・タイミング～

なぜ私がTBSで初めての女性スポーツキャスターになったかということ、男女雇用機会均等法元年の採用だったからです。TBSが「うちのスポーツアナウンサーは男性しかいないというのは、まずいのではないか。今度入ってきた木場君にやらせよう」と考え、運と縁とタイミングで私はスポーツの世界に入ってしまったわけです。もし私が前年や翌年に生まれていたら、この「初めて」はありませんでした。TBSでは私の1期先輩は4歳年上で、その間の採用はゼロです。2期先輩は10歳年上の三雲孝江さんや吉川美代子さんなのです。

次は、出会いの話です。それまでは球場に行っても女性がいなかったのが、いるようになりまして。私はもしTBSの試験に落ちていたら関西テレビに就職が決まっていた。そうしたら結婚相手は阪神タイガースの選手だったかもしれません。(笑)

さらに、私が千葉大学で講師ができたのも、国立大学が2004年から法人として独立運営し、文部科学省からの補助金が毎年1%ずつカットされる厳しい時代に入る直前だったからで

す。千葉大学は、学生を集めるためにOB・OGが目玉になるような講義ができないかと考えました。そして、木場さんはフリーだから、非常勤講師をしてくれないかなと思ったのです。私は元々、教員免許を持っていて、先生を志したこともあったので、またとないチャンスに「やります」と即答しました。

次は、タイミングの話です。2001年6月、大阪府の大阪教育大学附属池田小学校で児童殺傷事件が起きました。衝撃的な出来事で、学校の安全神話は崩れました。このとき息子は小学1年生で、被害児童とほとんど同じ年でした。私はいても立ってもいられず、市役所や教育委員会、学童保育などに5つぐらいの対策を提案しながら回ったら、あるとき市長から「そんなに熱心なら、あなたが教育委員会に入りなさい」と声が掛かったのです。これらは一例ですが、そういう運と縁とタイミングが、私のその後の人生や仕事に作用している気がします。

また、私はお仕事を断らないので、キャスターの仕事の他に、国の審議会などに多数参加しています。現在七つの省庁の委員を務めています。私が仕事を断らない理由は大きく二つあります。一つは、私も与田も結婚以来26年間、翌年の仕事さえ分からないというフリーランスの生活を続けてきました。与田が初めて複数年契約をしていただいたのが東北楽天ゴールデンイーグルスでした。3年間ちゃんと生活できるという安心した気持ちで暮らせたのは、結婚して23年も経ってからのことです。それで、二人ともせっかく頂いた仕事を断るなんてもったいないことはできず、そのお陰で仕事の幅を広げることができました。

海上保安庁の政策アドバイザーなどを仰せつつかると、自分でも不思議に思う時があります。でも、どの審議会も自分の立場から言えることを言っていくしかない。何年前かに中国船がサンゴを密漁していたという事件がありました。そのことは大きく取り上げられて大騒ぎとなりました。しかし、対策を打っ



で激減したことは皆さんに伝わっていませんね。そういう広報も大事だということを言っています。

私が仕事を断らないもう一つの理由は、こういう国の委員会に入ると、最新情報を頂くことで、世界の幅を広げ、全く知らなかったことを勉強する機会を頂けるからです。

審議会に出るときには、国民の皆さんにどうしたら伝わるかという広報的視点と、生活者としてこれはおかしいという視点でなるべく多く発言するようにしています。私はあるとき、北九州市長と対談する機会があり、全日空のチケットを頂きました。羽田空港では、全日空は第2ターミナルです。当然、私は第2に行ってチェックインしようと思いました。ところが、いくらチケットを入れてもエラーが出ます。地上係員に聞くと、笑いながら「そういうお客さまはよくいらっしゃいます。これはスターフライヤーの便で、第1ターミナルなのです」と言われました。

慌てて第1に走りましたが、仕事に穴を開けるところでした。市役所に向かうタクシーの中から事務所に電話でいきさつを報告し、その電話を切った瞬間、運転手さんが「このタクシーで皆さん同じことをおっしゃっています。先週はお年寄りのご夫婦が乗り遅れてしまって、当日券を買ったので、大変な金額がかかったと嘆いていらっしゃいました」と言うではありませんか。

私は、これはいけないと思って国交省の航空分科会に出た時にこのことを詳しく申し上げ、状況を改善して欲しいと訴えました。数カ月たって、全日空がホームページを改善し、スターフライヤーの東京―北九州便のところは、「羽田空港第1ターミナル」の字が太字になって強調されていました。さらに良かったのは、それを確認した、とチェックを入れなければ予約に進めないようにしてくれた点です。私のような乗客が第2ターミナルで怒っても、「お客さまは間違いなく、ここにチェックを入れて、予約して買っていますよね」と

エクスキューズができるので、これは乗る側にとっても売る側にとってもウインウインの関係になるのではないかと思います。

3. 女性活躍社会に向けて思うこと

今日の講演会で皆さんが興味があるのは、TBS初の女性スポーツキャスターとして、男社会でどういう苦労があったかということだと思います。とにかく先輩がいないのが大変で、現場に行ってもどこに立っていたらいいのか、どんな格好をして行ったらいいのか服装からして分かりません。そこで私は、余り目立たない審判を見習うのが一番いいと考えました。ですから、洋服は白、ベージュ、グレー、紺しか着ませんでした。

そして、私がスポーツの仕事をするということは先輩の仕事を奪うということにもなったので、風当たりは強かったですね。ジェラシーという言葉は恋愛でよく使いますが、仕事においては男性の方がジェラシーがきつかった印象があります。TBSの先輩アナウンサーは石の上にも3年で、3年間はただ修業して、電波に乗ることはありません。球場で実況した声を録って帰り、自身で反省会を開いて、「先輩、どうかご指導ください」という地道な修行を2～3年しています。なのに、私は入社半年でキャスター席に座りました。すると、「全国ネットのスポーツニュースを読むのは、我々の歴史の中では50代になってから。なぜ右も左も分からない22歳の木場がやっているのか」と反発されました。

彼らは3年たってようやくリポーターの仕事をするのに、「木場はなぜ入ってすぐにやっているのか。勉強もしていないのに」となるのです。私が希望したことなく、会社が決めたこととはいえ、逃げ出すわけにもいかず、中々辛い日々を過ごしておりました。

そして、入社2年目に回ってきたリポーターの仕事で私は大きな失敗をしてしまいます。失敗した相手は、テニスの松岡修造選手でし



た。当時、松岡選手は破竹の勢いで世界ランキングを駆け上がっていたのですが、右膝の半月板を損傷して1年もリハビリが続き、復帰戦の全米オープンで膝の痛みで途中棄権してしまいました。その翌月、私がリポーターをすることになった「セイコー・スーパー・テニス」に彼は出場しました。休んでいる間にランキングは300位以下に。対する相手は30位。圧倒的な試合で松岡選手が負けてしまうと誰もが予想していました。

ところが、予想を裏切って勝負はフルセットまでいってしまったのです。私は、もしかしたら勝つのではないかという前提でインタビュー原稿を作っていました。ところが、最後の最後、惜敗してしまいました。その瞬間、若いディレクターから「木場ちゃん、行け」と言われ、独占取材ができるTBSのインタビュールームに走っていきました。

私はあまり嘘を言えないので、本音で「私は勝ってしまうのではないかと思ってインタビューを作っていたのですが、惜しかったですね」と心から申し上げたら、彼の琴線に触れてしまって泣き出してしまったのです。普通の男性なら、泣いてもしくしくする程度なのですが、彼は喜怒哀楽が激しいですから、おいおいと泣いてしまいました。私は、こんな号泣した姿を全国ネットで流してはいけないと、淡々と試合を振り返り、彼はだんだんと落ち着いて、最後はさわやかな修造スマイルで、「また応援よろしく願いいたします」と言って終わったのです。私は無事終了と思ったのですが、若いディレクターが「木場ちゃん、何やってんのよ。どうして泣かせておかないの。おいしかったのに」と言うのです。

確かにテレビ局は視聴率が大事です。企業がCMを打つときも、コストパフォーマンスを考えれば視聴率が高い方がいいはずです。つまり、松岡選手が泣いて、視聴率がうなぎ上りになっていけば、スポンサーも喜ぶし、視聴率が良ければ会社の利益にもつながる。そこまでは慮れなかったのです。

その後、松岡選手の共同記者会見がありました。集まったのは、世界から来た記者です。その様子を家に帰って自分のテレビで見ましたが、私はここで大きな失敗に気付いたのです。共同記者会見の場でも、松岡選手は相変わらず号泣していました。しかし、インタビューの内容を聞いていると、目の前が真っ暗になりました。私は、松岡選手は悔しくて泣いていると勝手に思い込んでいたのですが、会見を聞いていると嬉しくて仕方なくて泣いていることが分かったのです。

松岡選手は1年間ずっとけがと闘い、復帰戦は途中棄権をし、さぞや落胆したことでしょう。ところがこの大会ではフルセットまで走り切って、俺の膝は大丈夫だ。勝ち負けはどうでもいい。やった！」という涙だったので。こんなことも気付かなくて、私はこの先やっていけるのだろうかと思込みました。しかし、まだ20代という若さがあったので、二度とこの失敗を繰り返さないよう、失敗から学んでこの先頑張っていこうと思いました。

縁やチャンスはそう簡単には巡ってきません。私は結婚して4年間、テレビの仕事を全くしておらず、子どもを産んだ後の32歳のとき、TBSから情報番組をやってほしいと言われたことがありました。そのとき与田から、「自分は成績が悪くてトレードに出されたばかりだし、テレビに出ると、いろいろなことを言われるぞ。それが嫌だったら、人前に出ない方がいい」とかなり強く言われました。夫は確かに成績も落ちたし、年俸も下がりましたが、若い選手よりも早くグラウンドに行って頑張っている姿を家族だけは認めてあげたいと思いました。だから、私も堂々と世間に出ようと思ったのです。いろいろ言われるのが嫌だからといって、やめてしまったらそこまでですが、チャンスはそんなに巡ってきません。人目を気にしてやりたいことをやらないようではいけません。人は人、自分は自分でやっていって欲しいと思います。

4. コミュニケーションの基本7か条について

私が考えるコミュニケーション7か条の一つ目は、「相手の背景を知ること」です。把握する努力をすることは大事です。インターネットは30年前にはありませんでしたが、今はあります。皆さんも、お得意さまに会いに行く時には前もってホームページを見たり、お得意さまに会った同僚がいたら、「あの人は楽天ファンだ」とか「コーヒーが苦手だ」といった情報を共有して、相手をわかってもらう努力は非常に大切だと思います。

二つ目は、「何を伝えるのか目的をはっきりさせること」です。せっかくお得意さまが時間を取ってくれたのに、世間話で終わってしまったら、楽しかったけどあの人は一体何をしに来たのかと思われまいます。そうではなくて、伝えることをできれば三つ以内に絞ることが重要です。たくさんあり過ぎると散漫になって、相手の印象に残らずに終わってしまうので、整理して人に会うことが非常に大事だと思います。

三つ目は、「固定観念を持たないこと」です。決めつけは失敗のもとです。人はややもすると「あの人はこうに違いない、こういううわさがある」と色眼鏡で人を見てしまいがち。そうではなくて、もし私がおっとフラットな状態で松岡選手を見ていたら、「悔しいと言いつつも、口角が上がっている。これはうれしいのではないかなど、いろいろとすくい取ることができたのではないかなと思うのです。だから、うわさではなくて、ニュートラルに人に会うことは大事だと思います。

四つ目は、「信頼されるよう日頃から努力すること」です。大前提として、信頼していない人に本音を話す人はいません。やはり自分のことをよく知ってもらおうと、相手は安心します。一つだけ例を挙げると、入社間もない新人アナはTVに出ていないので、球場に行くから熱心に足を運んでも、選手からは「この人はどこの誰？」と思われてしまいがち。あ

る日、入社2年目のA君は、思い切ってベテランバッターのB選手に話し掛けました。「今日、バッティング練習を拝見しておりましたら、いつもよりバットのグリップを持つ位置が2cm程度短いようにお見受けしたのですが、いかがでしょうか」。B選手は、驚きます。彼は、昨夜の試合で速球についていけなかったため、この日は短く持ってコンパクトに振る練習をしていたところでした。B選手は「よく見てるなあ。こいつにだったら、本当のことを話してみようか」と思ったに違いありません。この場面に遭遇したとき、私はとても感動しました。アナウンサーだからといって、取材者として認めてくれるわけではないのです。双方向の原理でいえば、選手も取材者が足繁く通っているのかをよく見えています。

五つ目は、「自分ではなく、相手のペースに合わせること」です。私のように早口で話す人もいれば、ゆっくりとよく考えて言葉を選ぶ人もいます。仕事の相手には、お年寄りもいるでしょう。語彙力も違うし、専門用語が分からない人もいます。そういう方々のペースやレベルに合わせて、どのように説明したら伝わるか、日頃から訓練して、頭を柔らかくしておくといいと思います。

六つ目は、「結論から言うこと」です。皆さんも3分間スピーチやトークをする機会があると思います。私はママ友から「どうやったら話がうまくできる？」とよく相談を受けるのですが、「まず文法を英語にしてください」





と言っています。日本語は最後に述語が来るので、結論がなかなか分かりません。ところが、英語は主語のすぐ後に述語が来ます。「私はこうです」とまず言ってしまった後に、「なぜならば」という風に優先順位を付けて箇条書きしておくといいと思います。

七つ目は、コミュニケーションの醍醐味ともいえるのですが、「意外性の発見」= ニュース性があるということです。私の仕事でなくとも、職場やご家族、友人との間で新たな一面を発見することは嬉しい出来事となりますよね。

5. 諦めずに伝え続けることの大切さ

最後に、環境を変えるのは自分であり、諦めずに言い続けることの大切さについてお話しします。子どもが1歳の時、移り住んだ浦安市では、保育園の待機児童が150人もいました。私の母と与田の母が同じ千葉県内にいたので面倒を見てもらいましたが、それでも駄目なときは無認可保育園にも行きました。さらに誰もいな時には、日本ハムの2軍の鎌ヶ谷球場に与田が子どもを連れて行って練習することもあったのです。私は、浦安市に9年間ずっと待機児童のことを言い続け、やっと担当の方が「木場さん、保育園が三つ建ったので、待機児童はゼロです」と言いに来てくれました。子どもは中学間近でしたが、言い続けないと変わらないのです。

与田は4球団を渡り歩き、最後は阪神に在

籍しました。大阪に単身赴任です。しかし、大阪の街なかではマンションの家賃が高く、20万を下らず、年俸もダウンしていたので、困った私は阪神の独身寮に空きはないかと考えました。球団に聞くと、「前例がありません」と残念な言葉が返ってきました。しかし、浦安でマンションのローンも発生しているし、諦めるわけにはいかないので、2カ月粘った末にやっと許可が出たのです。結果、敷金・礼金はなく、管理栄養士の食事が朝晩付いて家賃は20万の数分の1となりました。やはり環境を変えるのは自分であり、諦めずに言い続けることが重要です。

与田は、楽天イーグルスに大変お世話になりました。楽天はじめほとんどの球団がキャンプ地として沖縄にお世話になっています。しかし、彼が常に心苦しかったのは、キャンプが終わったときに沖縄の皆さんから「真剣勝負の公式戦はテレビで見ているからね」と言われることでした。

亡くなった楽天の星野元監督と共に10年以上前から「美ら島沖縄大使」を務めさせて頂いており、沖縄に集客できる球場を造るため、微力ながらいろいろなところに働き掛けました。そして、2017年にパ・リーグでは54年ぶりに沖縄で公式戦をお見せすることができました。しかも、そのカードは、与田自身がコーチとして所属した楽天とオリックスの試合だったので。これらのことも諦めずに言い続けた結果なのではないかと感慨深くとらえています。

プロフィール

木場 弘子(きば・ひろこ)氏

フリーキャスター／千葉大学客員教授

千葉大学教育学部を卒業後、1987年TBSにアナウンサーとして入社。在局中は同局初の女性スポーツキャスターとして、『筑紫哲也ニュース23』など多数のスポーツ番組を担当。

1992年プロ野球・与田剛氏(現・中日ドラゴンズ監督)との結婚を機にフリーランスに。妻、母、キャスターの三役をこなす存在として、テレビ出演、コメンテーター、シンポジウムのモデレーター、講演など多方面で活躍。教育や環境・エネルギーに関わる活動が多く、エネルギー施設等への取材は50を超え、最もヘルメットを被っている女性キャスターとして現場主義がモットー。また、各界TOPへのインタビューは300人を超える。

2001年千葉大学教育学部非常勤講師、2006年に同学部初の特命教授に就任、現在客員教授。2007年第1次安部政権の規制改革会議メンバーをはじめ、歴代政権、省庁等で公職を多数歴任。最近「予防医学指導士」の資格を取得。

地域における大学博物館の意義

北海道大学 総合博物館

准教授 山本 順 司
助教 山下 俊 介

北海道大学大学院 理学院

博士課程 徳永 陽 子

ポイント

- ・大学の広報機能を担う博物館的施設が全国に約300館展開している。
- ・来館者調査から域外の来訪者を惹きつける力があるとわかった。
- ・大学博物館をハブにすれば、地・産・学の情報を受発信できる。

研究概要

日本には700校以上の大学が存在し、専門性や先進性、発信能力、教育研究能力など地域活性に貢献し得る潜在能力を有する。しかし、現状ではそうした潜在能力を活かすような地域と大学との交流や協働が十分盛んであるようには見えない。原因の一つは地域と大学を結びつけるインターフェースの欠如にあるのではなからうか。そこで本研究では、大学が地域にとってどのような機能を果たせるのかを考えるため、基礎的調査として、大学の顔とも言える大学博物館の利用者（来館者）属性を調べることにした。

1. 大学博物館のポテンシャル

地域活性化事業において常に意識される要素の一つは消費動向の変化と対応であろう。モノ消費からコト消費への変化（例えば、渡辺，2013；消費者庁，2017）に応じて、地域から発信する素材も柔軟に変えていく必要がある。既に多くの地域でコト消費的体験型施設が展開されているが、次第にコモディティ（汎用品）化し、各地域の特徴が薄れてしまう

とされる（東，2013）。そのため、コト消費を地域に呼び込むには観光客に対して彩り豊かで新鮮な知の刺激をコンテンツとして不断に提供し続ける必要がある。地域に根ざす公共博物館はそのスパイスになり得る存在であるが、昨今の財政状況や硬直した評価も影響し、研究機能や柔軟性を発揮できる博物館は多くはない。もし脱コモディティを主眼に置くのであれば、大学博物館にも大いに可能性があると思われる。なぜなら、大学には数百人～数千人の研究者が所属し、日々多様かつ専門的な知を生み出し続けており、地域の自然・文化環境や社会課題を対象にする研究者も少なくなく、大学博物館はそれらの知見を発信する権能を持つからである。また大学博物館は研究活動の多様さや自由さに根ざした柔軟性を有していることが多い。さらに、大学は構成員（教職員や学生）からなる相当規模のコミュニティを形成しつつも、そのすべてが大学を抱える“地域”の住民でもある。もし大学博物館をインターフェースに地域と大学を結束できるならば、大学のモノやヒトも絡めたこれまでにないコトを地域に提供できるであろう。加えて、大学博物館は大学における研究の窓口として、地域からのニーズも含

めた情報を受け取ることができる位置にもある。

ここに日本の大学博物館の概略を記す。北海道大学の附属植物園内にある博物館のように100年以上の歴史を持つ館もあるが、多くの大学博物館は1995年に文部省学術審議会学術情報資料分科会学術資料部会から発信された「ユニバーシティ・ミュージアムの設置について（中間報告）」以後に設置されている。現在、大学博物館は全国に281館あり（明治大学博物館，2006）、学術標本の収集や継承、展示、そして研究や教育を行っている。日本には768校の大学が存在するため2～3校に1館は大学博物館的施設が設置されていることになり、数的にも各地域の活性化拠点として十分貢献できる可能性がある。では、大学博物館はどのような方に利用されているのであろうか。残念ながら多くの大学博物館はまだ歴史が浅いこともあり、大規模かつ体系的な来館者調査は行われたことがない。一体どのような人が何を目的に訪れているのかすら明らかでない状態では地域活性化を志向する事業も興しやうがない。そこで本研究では、大学博物館のステークホルダーを把握することを目指し、来館者の属性調査を行うことにした。

2. 北海道大学総合博物館の来館者属性

来館者調査を実施したのは著者らが所属している北海道大学総合博物館（以後、北大総合博物館と呼ぶ）である（写真1）。2001年に展示公開を開始し、施設や組織を整えつつ順調に来館者数を伸ばしている。調査を実施した2018年度の来館者数は22万人強であった。全国的に知名度が高い札幌市時計台に匹敵する利用者数であり、広く認知されるレベルの観光施設へ成長しつつある。全国的にみても大学博物館として有数の規模であるため、まずここにどのような人がどのような目的で訪れているのかが分かれば、地域や大学における大学博物館の意義や価値を評価でき、地域



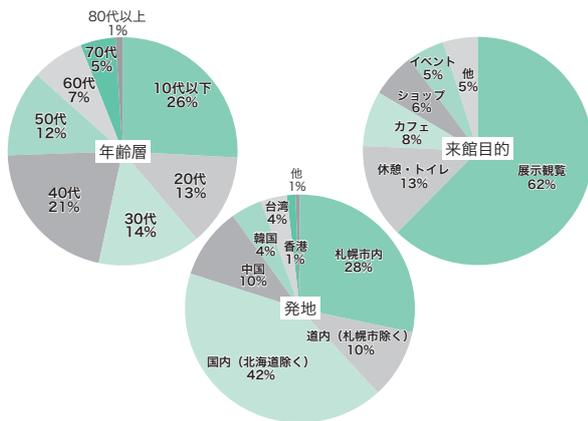
【写真1】1999年に設立された北海道大学総合博物館。建物は1929年に理学部本館として建造された。入館無料。

活性化に向けた知の活用の糸口が見えてくるかもしれない。

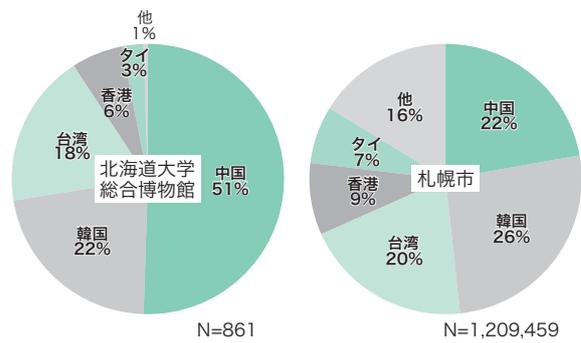
調査は2018年8月の4日間に悉皆方式で実施した。調査票には性別や年齢層、職業、発地など単純な質問の他に来館目的やショップで販売を希望する商品など今後の事業展開に直結する問いも含め14種類の設問を記した。調査票は日本語版だけでなく、英語やハンゲル、中国語（繁体・簡体）版も用意し、調査員も日本語だけでなく英語や中国語の話者を含む調査員を常時4人配し、博物館の玄関において退館する全ての来館者の属性把握に努めた。

調査は8月2日（木）、4日（土）、9日（木）、12日（日）の4日間行い、4,053票の回答を得た（有効票は4,047票）。この4日間の開館時間に退館した方の総数は述べ4,729名であったため、85%以上の方から回答を得たことになる。来館者属性を調べる上で必要な回答数は500票と言われているため（Caulton, 2000）、十分な回答を得たと言える。

本調査により、来館者の世代や住まい、国籍構成、来館理由など、来館者属性に関する様々な情報を得ることができた（図1）。年齢層については大きな偏りは見られない。4日間のうち平日であった2日間の壮年層（30～50代：会社員が多く含まれる年齢層）の割合



[図1] 北海道大学総合博物館の来館者調査結果（一部抜粋）。



[図2] 北海道大学総合博物館（平成30年8月）及び札幌市（平成30年度上期）における外国人来訪者の国別集計結果。

は他の2日間と比べて2割ほど低下するが、それでも壮年層の来館割合は4日間に渡って4割以上を保った。発地に注目すると地元（札幌市内）の方は3割にも満たず、さらに2割の来館者は中韓圏から来られていることがわかった。来館目的としては展示観覧が最多であるが、休憩所としての利用も目立つ。これらから見える平均的な来館者像は、北海道外の旅行者が博物館展示の観覧や大学キャンパスの散策の途中に来館されているということであろう。なお、詳細な調査データは <https://www.museum.hokudai.ac.jp/outline/data/> で公開しているので、種々に利用いただきたい。

3. 北大総合博物館来館者の特異性

本調査によって北大総合博物館に来館している方の属性は把握できた。では、調査地である札幌市において、得られたデータはどのような特徴を持つのであろうか。それを知るには札幌市の観光統計と比較することが有用であろう。札幌市では観光データをまとめた「札幌の観光」が毎年度発行されている。本調査を実施した平成30年度の「札幌の観光」はまだ発行されていないが、暫定版として平成30年度上期（4～9月）のデータが公表されていた（札幌市, 2018）。それによると道内客

と道外客の割合はそれぞれ66%と34%となっている。これは今回の調査で得た38%と62%の真逆である。ところが札幌市のデータでは、道外客に占める外国人の割合は37%となっており、本調査の32%と大きく変わらない。この結果を単純に解釈すると、北大総合博物館は近隣（市内・道内）よりも他地域（道外・国外）から観光客を呼び込む力が強いということになる。

ここで外国人の発地分布には興味深い特徴が見られる（図2）。今回の調査では外国人来館者の半数は中国本土からであった。しかし、上期において札幌市に来訪する外国人発地1位は前年度から引き続いて韓国である。札幌市にはタイをはじめシンガポール、インドネシア、マレーシアなど東南アジアやアメリカからの観光客が多い。この来訪者分布を勘案すると、北大総合博物館に来館する外国人は漢字圏の方が多く見える。今回の調査では〈北大総合博物館の情報を得た媒体〉についても質問調査を行ったが、漢字圏における顕著な傾向は見いだせなかった。今後、質的調査によって旅行行動をさらに明らかにする必要がある。ちなみにこの理由を北海道大学の留学生に訊ねたところ、漢字圏の方は博物館展示に記されている日本語解説から漢字を拾い読みできるため、日本語表記に抵抗が小さいからではないかとのことであった。こ

れが真実であるならば、展示解説の多言語化によって、より多様な国から来訪者を呼び込むことができるかもしれない。一方、近隣地の潜在的利用者への訴求方法に課題があることも調査によって明らかになった。

4. 大学博物館の地域交流拠点化は可能か

北大総合博物館は2016年7月に大規模なリニューアルを行い、展示面積を増やしたり、カフェを誘致したり、入館料無料を維持したり、開館時間を伸ばしたり、さらに館内のスペースを時間貸ししたりする事業を開始した。これらはリニューアルのコンセプトとして掲げた「より市民に愛される博物館になる」に沿った措置である。つまり、大学の情報を一方的に発信する大学博物館を目指したのではなく、市民と来館者、学内者が交流できる機能を備えることで地域に溶け込み、そして地域の魅力を受発信できる拠点になるよう注力したものである。そのリニューアルから3年を迎え、国内外から多くの来館者を迎えることができるようになった。さらにカフェや貸しスペースを利用して、地域に関係する式典や展示会、写真展、コンサート、結婚式など地域発のイベントが続々と展開されるようになってきている。大学博物館の様々な利用可能性に気付いた利用が増えはじめている状況と言えよう。このような状況は北大総合博物館に限られたことではないであろう。これらの、展示を観覧するだけではない博物館利用者は、普及学における分類をひくならば博物館利用のイノベーターとアーリーアダプターというところになるだろう。イノベーターやアーリーアダプターの新しいニーズに柔軟に応える博物館活動を続けつつ、アーリーマジョリティを含む潜在的利用者に効果的に訴求し、出会いの可能性を高めていくことで、地域と大学の相互のニーズ・シーズに根ざした協働が生まれることが期待できる。

日本に大学博物館が急増し始めてから約20

年が経ち、年間来館者数が10万人を超える大学博物館も出始めている（東京藝術大学・北海道大学・東京農業大学・明治大学）。この度、それらの来館者情報の一端を初めて把握することができたことにより、大学側がブランディング拠点として大学博物館の価値を査定したり、地域や産業界が地域活性化拠点としての利用価値を探ったりするための基礎情報を提示できるようになった。

国内の大学博物館数（約300館）は、地方公共団体数（1,700余り）と比べるとかなり少ないが、各都道府県に数館は存在するため、地域に少なからず影響を与え得るポテンシャルを有している。今後、本調査の継続や他の大学博物館との連携調査を通して、地域活性化拠点としての大学博物館の可能性を詳らかにすることで、さらなる利用を促していきたい。

最後に、このような考察を深める機会を与えて下さった本事業に心より御礼申し上げます。

引用文献

- ・文化庁（2018）「平成30年度文化庁予算の概要」39ページ。
- ・Caulton T. (2000) 「ハンズ・オンとこれからの博物館—インタラクティブ系博物館・科学館に学ぶ理念と経営」東海大学出版会、256ページ。
- ・東利一（2013）「新たな需要を創造するコト・マーケティング～未来起点の顧客対応～」『マーケティングジャーナル』32, 33-46ページ。
- ・明治大学博物館（2006）『明治大学博物館研究報告』11, 15-39ページ。
- ・札幌市（2018）「2018年度上期（2018年4月～9月）の来札観光客数の状況について」『札幌市観光統計データ』4ページ。
- ・消費者庁（2017）「平成29年版消費者白書」362ページ。
- ・渡辺綱介（2013）「効果的に付加価値を高める小企業の経営：プラスαの取り組みでトレンドをつかむ」『日本政策金融公庫調査月報』61, 4-15ページ。

地域活性化につながるふるさと納税のあり方に関する研究 ～釧路市におけるふるさと納税返礼品の経済波及効果～

大阪市立大学大学院 都市経営研究科
 教授 佐野修久

ポイント

- ・地域らしい多様で魅力的な返礼品メニューの拡充と共感の獲得
- ・地域内で生産された商品、中でも地域資源を原材料等に活用した商品の主力化
- ・返礼品の提供をきっかけとして当該商品の販売増につなげるための仕組みづくり

1. はじめに

「ふるさと納税」は、お世話になった地方自治体、応援したい自治体などに寄付（＝ふるさと納税）をすることを通じ、その地域を応援しその発展に貢献することを目的に創設された制度である。しかし、昨今では、肉、カニ・魚、米、酒など、寄付をすると送られてくる返礼品に関心が集まり、自治体間の返礼品競争の様相を呈する状況となっている。

自治体にとって返礼品の提供はふるさと納税にかかる収益を縮小させる一方、多くの地域資源を活用した返礼品を提供した場合には、それが、当該地域に、

- ①返礼品の生産増
- ②返礼品を受け取ったことをきっかけに同商品の購入者が増えることによる生産増
- ③これらの生産に必要な原材料等の生産増
- ④これらにより増加する従業員の所得増が消費の増加をもたらすことによる生産増などの経済効果をもたらすことになる。

しかしながら、自治体においては、こうした地域における経済効果を検証した上で、ふるさと納税の返礼品による経済効果を高め地域の活性化に結びつけるという視点に立った取り組みを必ずしも推進し得ておらず、これらを検証した研究も少ない現状にある。

本研究では、北海道釧路市をモデルに、返礼品が当該地域に及ぼす経済波及効果を算出し、その特徴を明らかにした上で、その結果を踏まえ、今後、ふるさと納税の返礼品を地域活性化につなげていくための課題について考察することを目的とする。

なお、本研究は、(株)北海道二十一世紀総合研究所の専任研究員三上知也、同主任研究員富田学及び筆者で構成する地域経営研究会として実施したものである。

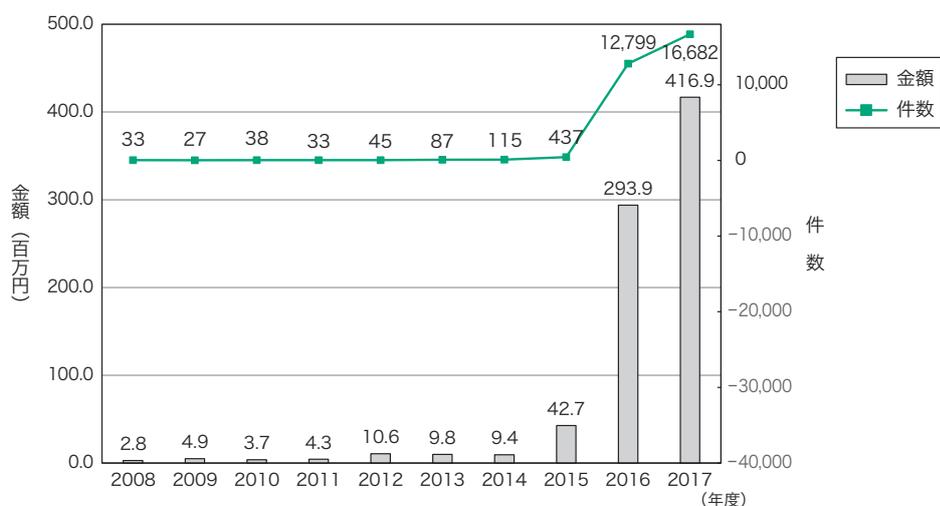
2. 釧路市におけるふるさと納税と返礼品の動向

2-1 釧路市におけるふるさと納税の現状

釧路市におけるふるさと納税は、図1のとおり、返礼品メニューの充実、返礼割合（ふるさと納税額に対する返礼品金額の割合）の引上げ（1割→3割）等により2015年度から大きく増加し、2017年度には16,682件、416.9百万円を集めるに至っている。

これを他自治体と比較すると、表1のとおりであり、釧路市の位置する北海道釧路根室管内においては、北海道内1位の根室市（3,973.3百万円）や同3位の白糠町（1,855.6百万円）の影響で管内平均（573.4百万円）を下回る格好になってはいるものの、道内平均

(図1) 釧路市におけるふるさと納税の推移



(出所) 釧路市資料をもとに筆者作成。

(表1) 釧路市におけるふるさと納税額の位置 (2017年度)

(単位: 百万円、円/人)

	ふるさと納税額 (2017年度)	人口一人当たり 金額
釧路根室管内		
釧路市	416.9	2,385.6
釧路町	132.0	6,654.0
厚岸町	297.2	30,397.2
浜中町	100.2	16,535.5
標茶町	0.5	58.8
弟子屈町	104.7	13,499.3
鶴居村	4.7	1,853.6
白糠町	1,855.6	229,996.3
根室市	3,973.3	147,614.8
別海町	32.2	2,105.3
中標津町	38.1	1,600.6
標津町	127.8	24,384.0
羅臼町	371.6	68,620.3
平均	573.4	23,806.6
北海道市町村平均	203.9	6,782.4
全国同規模自治体平均	379.3	2,148.3
〈参考〉		
苦小牧市	147.4	853.2
帯広市	51.5	303.9

- (注) 1. 人口一人当たり金額は、国勢調査人口(2015年)をもとに算出。
 2. 全国同規模自治体とは人口15万人以上20万人未満の市町村(50団体)である。
 3. ふるさと納税額の平均は単純平均値、人口一人当たり金額の平均は加重平均値である。

(出所) 釧路市資料、総務省資料をもとに筆者作成。

(203.9百万円) や全国の同規模自治体(人口15~20万人、(参考) 釧路市国勢調査人口(2015年): 17.5万人) 平均(379.3百万円) を上回る金額を集め、道内で人口の近い苦小牧市(人口17.3万人、147.4百万円) や帯広市(人口16.9万人、51.5百万円) と比較しても多くの金額を獲得する現状にある。

2-2 釧路市におけるふるさと納税の収支

次に、釧路市におけるふるさと納税の収支(2017年度) をみると、ふるさと納税額416.9百万円に対し、返礼品関連等の費用として、商品費(返礼品調達費) 120.9百万円(納税額に占める割合29%)、送料22.8百万円(同6%)、ふるさと納税の広報・受付・決済や返礼品の発注を含む手続き等の費用52.8百万円(同13%) がかかり、市の手元に残るのは納税額の半分程度(53%) の220.4百万円となっている。

また、釧路市民が他の自治体にふるさと納税をすることにより、市が得られるはずの税が流出することになるため、この流出分68.0百万円を差し引けば、実質的に市の得られる額は152.5百万円(同37%) となる。

(表2-1) 釧路市におけるふるさと納税返礼品の商品構成 (単位：百万円、%)

	金額	
	金額	構成比
水産品	112.3	92.9
肉・酪農製品	7.3	6.0
その他	1.3	1.1
合計	120.9	100.0

(出所) 釧路市資料をもとに筆者が推計し作成。

(表2-2) 釧路市におけるふるさと納税返礼品の提供企業等 (単位：百万円、%)

	金額	
	金額	構成比
水産関連企業等 (15社)	114.9	95.0
うち上位3社	102.4	84.7
その他	6.0	5.0
合計 (35社)	120.9	100.0

(出所) 釧路市資料をもとに筆者作成。

2-3 釧路市におけるふるさと納税の返礼品の現状

釧路市におけるふるさと納税の返礼品の商品構成 (2017年度) について、釧路市から入手した資料をもとに筆者が推計した結果は表2-1のとおりであり、水産品が112.3百万円と群を抜き (構成比93%)、肉・酪農製品7.3百万円 (同6%) と合わせると99%を占める状況にある。また、水産品の中でも、特にカニとウニの占める割合が高く、商品構成に偏りがみられるものとなっている。

実際に返礼品を提供した企業等 (35社) は、すべて釧路市に事業所を有する企業等であり、水産関連 (15社) が全体金額の95%を占め、上位3社 (いずれも水産関連) で85%に達するなど、釧路市のふるさと納税返礼品市場はいわば寡占状態にある (表2-2)。

3. 釧路市におけるふるさと納税品返礼品の経済波及効果

ふるさと納税の返礼品は、釧路市内に水産品や肉・酪農製品を中心とする商品や送料にかかる需要を生み出し (最終需要)、

- ①この最終需要が釧路市内の企業の生産増をもたらす「直接効果」
- ②これらの生産に必要な原材料やエネルギー等の需要が釧路市内の企業の生産増を生み出す「第一次波及効果」
- ③これら①②の市内企業の生産増に伴い従業員の所得が増え、それが釧路市内における

消費を促し、さらなる市内企業の生産増を生み出す「第二次波及効果」という経済波及効果をもたらす。

また、ふるさと納税の返礼品を受け取り、その良さを認識した納税者が同商品を購入することになれば、新たな需要が生まれ、それによる市内企業の生産増 (直接効果)、その原材料やエネルギー等の需要増による生産増 (第一次波及効果)、従業員の所得増に伴う消費増による生産増 (第二次波及効果) がもたらされる。

本研究においては、ふるさと納税の返礼品が釧路市に及ぼすこれらの総体である経済波及効果 (「総合効果」) を算出した。算出に当たっては、まず、釧路市から提供を受けた資料等をもとに、釧路市のふるさと納税の返礼品について商品別にふるさと納税額と返礼品提供額 (調達額) を推計し、これを返礼品提供企業等に対するヒアリング調査の結果を踏まえ産業連関表の産業部門別に振り分けた。さらに、この数値 (購入者価格) を産業連関表の前提とする生産者価格に変換することにより最終需要額を求め、それをベースに「平成23年釧路市産業連関表」を用いて経済波及効果を求めている。

算出した結果は表3のとおりであり、主に以下の点が明らかになった。

- 釧路市におけるふるさと納税返礼品が生み出した需要 (2017年度最終需要額) は144百万円であり、これが釧路市内にもたらした経済波及効果 (総合効果) は188百万円である。

(表3) 釧路市ふるさと納税にかかる返礼品の経済波及効果 (2017年度) 【47部門】

(単位：千円、%)

釧路市産業連関表47部門	最終需要額	経済波及効果				構成比
		直接効果	第一次波及効果	第二次波及効果	合計 (総合効果)	
1 農業	69	69	80	123	272	0.1
2 林業	—	—	14	12	26	0.0
3 漁業	1,190	12	2,195	49	2,255	1.2
4 石炭	—	—	12	4	16	0.0
5 その他の鉱物	—	—	38	13	52	0.0
6 と畜・肉・酪農	4,948	2,557	30	39	2,626	1.4
7 水産食料品	81,533	78,866	5,441	177	84,484	44.9
8 その他の食料品	752	752	251	159	1,162	0.6
9 飲料	162	162	2	7	170	0.1
10 飼料・肥料	—	—	4	39	43	0.0
11 繊維工業製品	—	—	15	2	17	0.0
12 衣服・その他の繊維製品	—	—	6	9	16	0.0
13 製材・木製品	—	—	34	6	40	0.0
14 家具・装備品	—	—	2	1	3	0.0
15 パルプ・紙製品	—	—	193	14	207	0.1
16 印刷・製版・製本	—	—	153	21	175	0.1
17 化学製品	146	146	6	5	157	0.1
18 石油・石炭製品	—	—	47	12	58	0.0
19 プラスチック・ゴム製品	—	—	195	11	205	0.1
20 窯業・土石製品	—	—	31	8	39	0.0
21 鉄鋼	—	—	14	2	16	0.0
22 非鉄金属	—	—	0	0	1	0.0
23 金属製品	—	—	385	27	412	0.2
24 一般機械	—	—	35	10	44	0.0
25 電気機械	—	—	2	9	12	0.0
26 輸送機械	—	—	46	22	67	0.0
27 精密機械	—	—	0	0	1	0.0
28 その他の製造工業製品	—	—	8	14	22	0.0
29 建築	—	—	501	301	802	0.4
30 土木	—	—	—	—	—	—
31 電力	—	—	1,033	344	1,376	0.7
32 ガス・熱供給	—	—	318	116	435	0.2
33 水道・廃棄物処理	—	—	732	349	1,081	0.6
34 商業	30,205	25,348	7,806	3,221	36,375	19.3
35 金融・保険	—	—	1,282	1,754	3,036	1.6
36 不動産	—	—	3,124	5,553	8,678	4.6
37 運輸	24,678	24,357	4,639	1,010	30,006	16.0
38 情報通信	—	—	1,341	1,008	2,349	1.2
39 公務	—	—	101	88	189	0.1
40 教育・研究	—	—	199	423	621	0.3
41 医療・保健	—	—	41	1,098	1,139	0.6
42 社会保障	—	—	—	484	484	0.3
43 その他の公共サービス	—	—	235	349	584	0.3
44 対事業所サービス	—	—	4,353	1,109	5,462	2.9
45 対個人サービス	—	—	65	1,656	1,721	0.9
46 事務用品	—	—	171	31	202	0.1
47 分類不明	—	—	786	103	889	0.5
合計	143,683	132,269	35,969	19,788	188,026	100.0

	直接効果	第一次波及効果	第二次波及効果	合計 (総合効果)
経済波及効果	132,269	35,969	19,788	188,026
うち粗付加価値誘発額	52,647	20,088	12,992	85,726
うち雇用者所得誘発額	29,163	9,854	5,356	44,372

効果倍率 (総合効果/最終需要額)	1.3086
-------------------	--------

- 前記のとおり釧路市におけるふるさと納税返礼品は、カニ・ウニを中心とする水産品に偏在しており（93%）、返礼品提供企業等も水産関連数社の寡占状態にある。このため、返礼品が生み出す最終需要額（産業別）は、水産食料品、商業、運輸の上位3業種で93%にのぼり、経済波及効果においてもこの3業種で8割を占めるなど、釧路市内の多様な産業の生産増に寄与するものとはなっていない。
- 返礼品を提供する企業等については事業所等が釧路市内に存することを条件としているため、返礼品の最終的な生産と出荷の大半は釧路市内でなされており（最終需要額の92%）、返礼品（送料を含む）の需要は直接的な釧路市内の生産増（直接効果）につながり得ている。
- 一方、返礼品の主力であるカニ・ウニといった水産品において、釧路市産の原材料（漁業）は極めて少なく、返礼品生産における原材料等調達による釧路市内の生産増にはつながっていない。
- このため、経済波及効果（188百万円）の内訳をみると、
 - ・返礼品の最終需要が釧路市内の企業の生産増につながった「直接効果」は132百万円（構成比70%）
 - ・それが市内における原材料等の生産増につながった「第一次波及効果」は36百万円（19%）
 - ・これらの生産増が雇用者の所得増をもたらし、それが市内での消費増を促し市内企業の生産増につながった「第二次波及効果」は20百万円（11%）であり、直接効果を生み出した後、第一次波及効果、第二次波及効果に十分結びついているとは言い難い。
- こうしたことから、返礼品の生み出す需要

がもたらす経済波及の度合い（総合効果／最終需要額＝効果倍率）は1.31倍にとどまり、返礼品需要が大きな経済波及を生み出すには至っていない。

- 加えて、返礼品の提供をきっかけとする同商品の販売増にもつながっていない。

4. おわりに

以上の検証結果を踏まえれば、今後釧路市においては、

- 水産品に限定されない釧路らしい多様で魅力的な返礼品メニューの拡充を図ることとあわせ、商品の魅力やストーリー等についてわかりやすく説明・PRすること等を通じ、納税者から共感を得られるよう努めること
 - 引き続き返礼品を市内で生産されたものにするに加え、市内の資源を原材料等に活用した商品を返礼品の主力とすること。また、こうした商品の開発をこれまで以上に積極的に進めること
 - こうした地域資源を活用した商品については、相対的に返礼割合を高めるなど、納税者に選択してもらいやすい仕組みを整備すること
 - 返礼品の提供をきっかけに当該商品の販売増につながるよう、ふるさと納税で集めた資金を使った納税者に対するPR（イベント開催を含む）、ふるさと納税者が購入する場合における商品の割引制度の導入といった仕組みづくりも図ること
- 等の取り組みが必要となろう。

他の地方自治体においても、こうした釧路市の現状と課題を参考に、ふるさと納税の返礼品が地域に多くの経済効果をもたらすことを重視した、地域活性化につながる取り組みを推進していくことが求められる。

プロスポーツチームの支援意義と マーケティング調査の概要

～秋田ノーザンハピネッツとブラウブリッツ秋田の事例から～

株式会社日本政策投資銀行 地域企画部

参事役 坂本 広 頭

1. はじめに：プロスポーツチームの 支援意義について

現在の日本が有する課題のひとつに「地域経済の活性化」が挙げられる。人口減少による定住人口の減少とそれに伴う消費市場の縮小や産業の衰退は、地方自治体においてより顕著であるとされている。各地域では「地方創生」のもとに「地方を元気にする産業をつくる・拡大する」よう志向し、注力している状況にあると言えよう。

地域を元気にする産業の例としては、域際資金収支を改善できる観点から、農林水産業、観光業などが挙げられる¹。そうした中で、近年はスポーツ産業にも注目が寄せられている。スポーツ産業は、国の「日本再興戦略2016」以来、現在の市場規模約5兆円を2025年には約15兆円に拡大するとの政策目標が掲げられ、国の成長戦略の中でも重要な位置を占めている。スポーツ産業の市場拡大の内訳をみると、とりわけスタジアム・アリーナ改革は「一丁目一番地」とも形容され、スポーツ産業市場拡大に貢献する期待が高い領域となっている。多機能・複合型のスタジアム・アリーナ、いわゆる「スマート・ベニュー」は、施設の建設・管理、プロスポーツ興行団との一体的な

運営及び周辺エリアのマネジメントも含めた「街づくり」の交流拠点となり得る。加えて、スポーツ観戦や運動を実施する機会の創出、音楽ライブ等多様なエンタテインメントや当該施設における健康・医療サービスの提供、行政による住民向けのサービス提供など、多面的な機能が発揮されることによる経済的効果が見込まれている²。

複合型スタジアム・アリーナに地元住民や域外来訪者が訪れる動機には、上記にみられる様々な要因が考えられるが、とりわけ「プロスポーツ観戦」は、一度に数千から数万人の集客を可能とするスタジアム・アリーナのメインコンテンツであり、観戦前後の滞留・滞在による飲食や宿泊などの消費拡大はもとより、周辺エリア開発のインセンティブにもなり得る³など、経済的効果に及ぼす影響は高い。従って、スタジアム・アリーナを本拠地とするプロスポーツクラブの集客力の強化は、クラブの経営基盤の強化にとどまらず、地域経済の活性化の文脈においても重要な意義を有していると言えよう。

そこで本論考では、地方を拠点とするプロスポーツクラブに着目し、観戦者の拡大と定着のための知見を得ることを目的に実施したマーケティング調査についての概要を紹介すると

¹ 「フィンテックと地方創生～鍵は「地域共通ポイント事業」と「電子版地域通貨」によるデータ活用」価値総合研究所（坂本：2018）参照

² 「わが国スポーツ産業の経済規模推計～日本版スポーツサテライトアカウント～」日本政策投資銀行 地域企画部（2018）参照

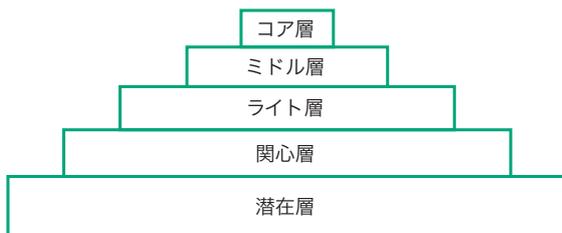
³ 欧米ではスタジアム・アリーナを核とした街づくりが進んでいる。域外からの交流人口増による税収増等の経済波及効果を見越して、行政がプロスポーツチームの誘致やスタジアム・アリーナの建設支援等を行っている。

共に、他地域におけるプロスポーツチームと一体となった「街づくり」の示唆ともなるよう、ポイントについて概説することとしたい。

2. 調査スキーム：顧客を観戦頻度別に5つの層で捉え、複数の調査を実施

調査対象のクラブは、Bリーグに所属する秋田ノーザンハピネッツ（以下、秋田NH）、およびJリーグに所属するブラウブリッツ秋田（以下、BB秋田）とした。両クラブが所在する秋田県は全都道府県の中で人口減少率が最も高く、人口減少に伴う諸課題が日本国内の中でも顕在化しているともいえる。また、県庁所在地の秋田市の人口規模は約30万人であり、他都道府県の県庁所在地や中核都市の規模に類似しており、本調査で得た知見の他地域への適用や展開も比較的容易と考えられることから、両クラブの了解・協力を得て選定した。

なお本調査の分析を進めるにあたっては、プロスポーツクラブの観戦者の拡大と定着を考えるうえで、下記のピラミッド形状のモデルを想定し、その枠組みをもとに複数の調査を実施した。



3. 調査結果：

まずは、新規観戦者の獲得に向けたターゲットの特定を目的として実施した、下記調査①の結果について概観する（表1参照）。

調査①：社会調査モニター対象アンケート

調査対象：秋田市内在住の社会調査モニター
調査期間：2018年1月下旬～2月上旬

調査手法：同アンケートの専用ウェブサイト画面閲覧・任意回答

主な設問項目：基本属性、両チームに対する印象、観戦意図、観戦に行く条件など。

分析視点：観戦未経験層の両クラブに対する感情・観戦意図・観戦行動条件／観戦意図が高いセグメントの抽出

[表1：調査① 回答者の概要]

		n	%
性別	男性	308	56.1%
	女性	241	43.9%
	計	549	
年代	10代	5	0.9%
	20代	32	5.8%
	30代	86	15.7%
	40代	150	27.3%
	50代	152	27.7%
	60代	99	18.0%
	70代以上	25	4.6%
計	549		
職業	会社員	138	25.1%
	会社経営	11	2.0%
	公務員・教職員・非営利団体職員	51	9.3%
	派遣社員・契約社員・パート・アルバイト	95	17.3%
	自営業・農林漁業	31	5.6%
	専門職	16	2.9%
	専業主婦・主夫	86	15.7%
	学生	8	1.5%
	無職	33	6.0%
	その他の職業	80	14.6%
計	549		
未既婚	独身	156	28.4%
	既婚（子どもなし）	68	12.4%
	既婚（子どもあり）	275	50.1%
	離別・死別	50	9.1%
計	549		
年収	1,500万円以上	6	1.1%
	1,000～1,500万円未満	10	1.8%
	800～1,000万円未満	13	2.4%
	600～800万円未満	39	7.1%
	400～600万円未満	59	10.7%
	300～400万円未満	53	9.7%
	200～300万円未満	73	13.3%
	200万円未満	143	26.0%
	なし	69	12.6%
	答えたくない	84	15.3%
	計	549	
居住形態	一戸建て（自己所有）	329	59.9%
	マンション（自己所有）	23	4.2%
	賃貸マンション・アパート・借家	114	20.8%
	公営団地	10	1.8%
	寮	9	1.6%
	その他	64	11.7%
計	549		

有効回答数は549件で、回答者の概要は、性別比は男性が約56%で女性が約44%、年代は40代と50代がともに約27%で最も多い結果となった。

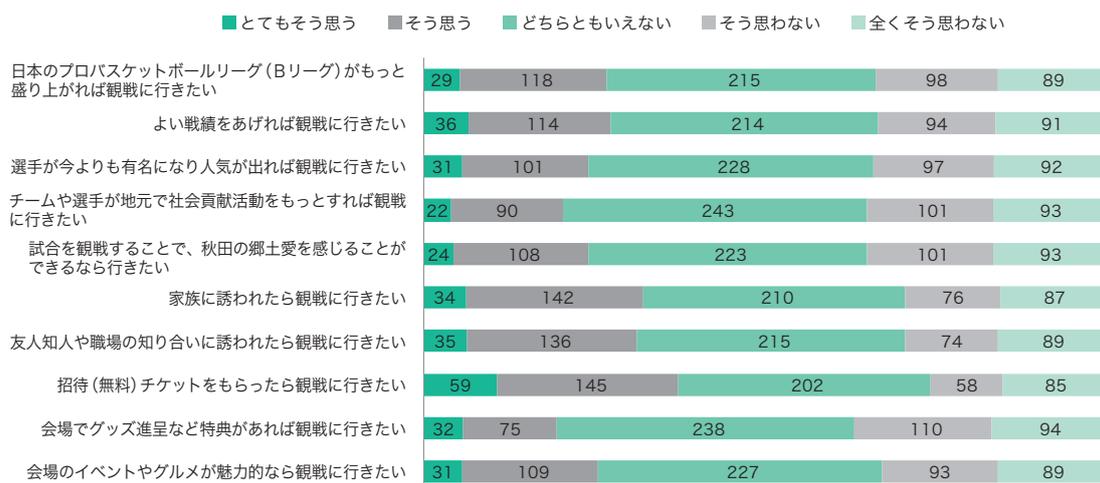
潜在層における観戦意図の程度を明らかにするために、設問「あなたは今年、秋田市内で行われる秋田ノーザンハピネッツの試合を観に行こうと思いますか?」、および「あなたは今年、秋田市内で行われるブラウブリッツ秋田の試合を観に行こうと思いますか?」を用意し、「5 とてもそう思う」から「1 全くそう思わない」の5段階選択式で回答を得た。また、観戦に行きたいと思う諸条件を選

択肢で用意し、同様に5段階選択式で回答を得た。

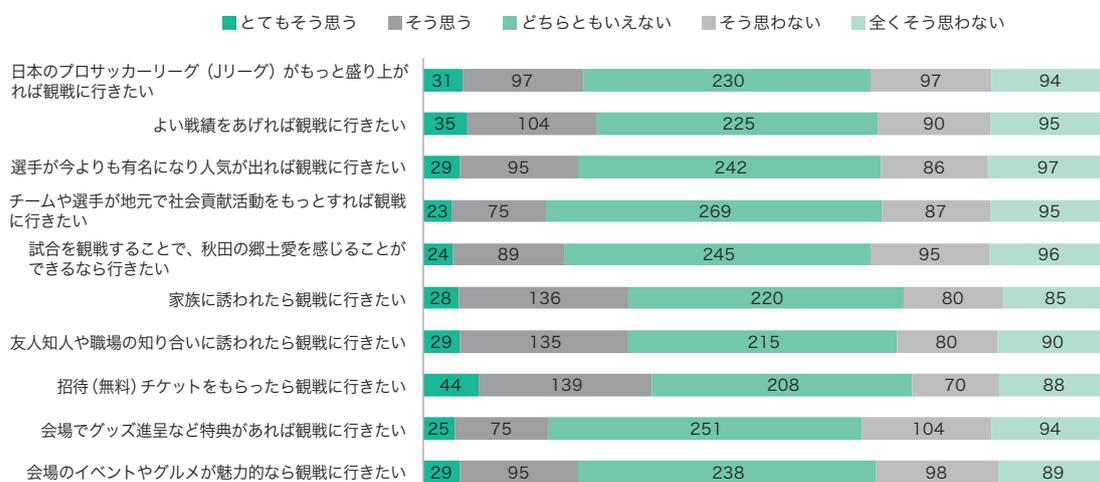
観戦意図の結果は両クラブで類似した結果を示し、観戦意図を有する群（とてもそう思う・そう思う）は全体の約10%を占めた。また、観戦に行きたいと思う諸条件も両クラブで類似しており、「家族に誘われたら」「友人知人や職場の知り合いに誘われたら」「招待（無料）チケットをもらったら」の割合が、他の諸条件よりも高いことを示した（表2及び3）。

次に、潜在層のなかで観戦意図や観戦意向が相対的に高いセグメントを特定するために、

[表2：秋田 NH：観戦に行きたいと思う条件]



[表3：BB 秋田：観戦に行きたいと思う条件]



回答者の諸属性により群分けを行い、群間での観戦意図・条件の平均値の差を検証した（一元配置分散分析）。群分けに用いた変数は、性別、年代、職業、未既婚、居住形態とし、各変数をかけ合わせた合成変数も用いた。分析の結果、下記のセグメントが観戦意図・意向が相対的に高いことが明らかになった。

【秋田 NH】

観戦意図：〈年代×未既婚〉30代既婚・子どもなし

観戦条件：〈年代〉30代
〈性年代〉20代男性女性・30代男性
〈居住形態〉マンション居住

【BB 秋田】

観戦意図：〈性別〉男性 〈年代〉30代
〈性年代〉20代男性・30代男性女性
〈年代×未既婚〉30代既婚・子どもなし

観戦条件：〈年代〉30代 〈性年代〉20代男性女性
〈居住形態〉マンション居住

秋田 NH については、観戦意図で性別や年代など単体の変数による有意差は見られず、「30代既婚・子どもなし」のセグメントが唯一、有意差が認められた。観戦条件は20～30代を中心に高い傾向を示し、「グッズ進呈」や「イベントやグルメの魅力」が観戦に行こうと思う条件として挙げられた。

BB 秋田では、観戦意図において男性が女性よりも高く、20～30代で観戦条件も含めて有意に高い結果となった。観戦条件は性年代により異なっており、「よい戦績」（30代男性女性）、「郷土愛」（20代男性）、「友人・知人・職場の誘い」（20代男性・30代男性女性）、「グッズ進呈」（20～30代男性女性）という傾向が確認された。

また、サンプル数が限られている（n=23）ものの、「マンション居住」が、両クラブともに有意差が認められた。

次に、両プロスポーツチームに関する情報収集を既に行っている「関心層」から、実際に試合に足を運んでいる「ライト層～コア層」の概観を把握するために行った、下記調査②の結果について概観する。

調査②：チーム公式 SNS フォロワー／ファンクラブ会員アンケート

調査対象：各クラブの SNS 公式アカウント（ツイッター、フェイスブック等）の情報フォロワーおよびファンクラブ登録会員

調査期間：2018年2月上旬

調査手法：同アンケートの専用ウェブサイト画面閲覧・任意回答

（SNS 投稿やメール送信によるアンケート回答依頼を各クラブより告知）

主な設問項目：基本属性など

分析視点：関心層からライト層まで各層ごとの属性等の特徴

各層を区分する尺度として妥当であるのは「観戦頻度」であると考えられる。試合観戦に出かけることは、相応の時間的・金銭的コストを要し、そのコストに見合う、あるいは上回る価値を見出して高い頻度で観戦する層を「コア層」と定め、それに準ずる層を「ミドル層」、「ライト層」とし、クラブと接点は有するものの観戦していない層を「関心層」とする。観戦頻度が高いファンを数多く有することは、アリーナやスタジアムが常に満員に近い状態を維持することであり、「関心層」から「ライト層」や「ミドル層」、ひいては「コア層」とピラミッドの階層を上方向に顧客を導くことが、プロスポーツクラブのマーケティングにおいても重視されるべきであろう。

今次調査において、各層を区分する観戦頻度の具体的な回数は、「コア層」は秋田 NH が2017-18シーズン、BB 秋田が2017シーズンにおいて「10回以上」とし、「ミドル層」は同じく「6-9回」、ライト層が「1-5回」、関心層が「0回」とした。本調査の実施時点

では、秋田 NH が B リーグ 2017-18 年シーズンのホームゲーム 20 試合を消化し、BB 秋田は 2017 年の公式戦 18 試合（J リーグ・天皇杯）を終えて新シーズンに備えるオフの時期であった。秋田 NH が 20 試合、BB 秋田が 18 試合であることから、おおむねホームゲーム 2 試合のうち 1 試合以上は観戦している層を「コア層」とみなし、「10 試合以上」を区分の基準とし、ミドル層とライト層の区分はその半数の 5 試合を基準とみなした。結果、秋田 NH は 1,188 件、BB 秋田は 751 件の有効回答が収集された（表 4 及び 6）。

秋田 NH のファン・観戦者の特色としては、関心層やライト層は男性 30-50 代、ミドル層

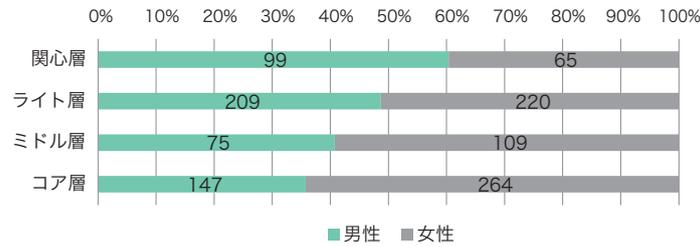
やコア層は女性 30-50 代が中心に切り替わり、20 代の独身の女性もコア層には一定程度の存在が認められた。なお、職業に関しては各層で大きな差異は見られなかったものの、男女比では関心層からコア層に向かうにつれて女性の割合が一貫して高くなっていることなどが明らかになった（表 5）。

BB 秋田は、ファン・観戦者は男性 30-50 代が中心を占めるものの、その特徴は関心層からミドル層に特有であり、コア層に関しては男女の 30-50 代と若年層が中心を占めた。さらに各層の未既婚の割合も踏まえると、関心層からミドル層にかけては 30-50 代の既婚男性、コア層は独身の 10-40 代と 30-50 代の

[表 4：秋田 NH・調査② 回答者の概要]

		全体 (n=1188)		関心層 観戦回数 0 回 (n=164)		ライト層 1-5 回 (n=429)		ミドル層 6-9 回 (n=184)		コア層 10 回以上 (n=411)	
性別	男性	530	44.6%	99	60.4%	209	48.7%	75	40.8%	147	35.8%
	女性	658	55.4%	65	39.6%	220	51.3%	109	59.2%	264	64.2%
年代	0-10 代	49	4.1%	6	3.7%	20	4.7%	4	2.2%	19	4.6%
	20 代	161	13.6%	25	15.2%	64	14.9%	27	14.7%	45	10.9%
	30 代	332	27.9%	55	33.5%	131	30.5%	53	28.8%	93	22.6%
	40 代	361	30.4%	42	25.6%	130	30.3%	57	31.0%	132	32.1%
	50 代	233	19.6%	33	20.1%	72	16.8%	35	19.0%	93	22.6%
	60 代	51	4.3%	3	1.8%	11	2.6%	8	4.3%	29	7.1%
性別年代	男性 0-10 代	21	1.8%	2	1.2%	10	2.3%	-	-	9	2.2%
	男性 20 代	65	5.5%	12	7.3%	34	7.9%	8	4.3%	11	2.7%
	男性 30 代	131	11.0%	34	20.7%	48	11.2%	23	12.5%	26	6.3%
	男性 40 代	167	14.1%	28	17.1%	71	16.6%	24	13.0%	44	10.7%
	男性 50 代	112	9.4%	22	13.4%	36	8.4%	16	8.7%	38	9.2%
	男性 60 代	34	2.9%	1	0.6%	10	2.3%	4	2.2%	19	4.6%
	女性 0-10 代	29	2.4%	4	2.4%	11	2.6%	4	2.2%	10	2.4%
	女性 20 代	96	8.1%	13	7.9%	30	7.0%	19	10.3%	34	8.3%
	女性 30 代	201	16.9%	21	12.8%	83	19.3%	30	16.3%	67	16.3%
	女性 40 代	194	16.3%	14	8.5%	59	13.8%	33	17.9%	88	21.4%
女性 50 代	121	10.2%	11	6.7%	36	8.4%	19	10.3%	55	13.4%	
女性 60 代	17	1.4%	2	1.2%	1	0.2%	4	2.2%	10	2.4%	
未既婚	独身	479	40.3%	70	42.7%	166	38.7%	68	37.0%	175	42.6%
	既婚（子どもなし）	131	11.0%	19	11.6%	48	11.2%	17	9.2%	47	11.4%
	既婚（子どもあり）	578	48.7%	75	45.7%	215	50.1%	99	53.8%	189	46.0%
職業	会社員（一般・管理職）	561	47.2%	78	47.6%	211	49.2%	85	46.2%	187	45.5%
	会社経営（経営者・役員）	22	1.9%	4	2.4%	8	1.9%	5	2.7%	5	1.2%
	公務員・教職員・非営利団体職員	138	11.6%	18	11.0%	50	11.7%	21	11.4%	49	11.9%
	派遣社員・契約社員・パート・アルバイト	157	13.2%	17	10.4%	59	13.8%	25	13.6%	56	13.6%
	専門職	50	4.2%	14	8.5%	17	4.0%	6	3.3%	13	3.2%
	自営業・農林漁業	78	6.6%	10	6.1%	22	5.1%	14	7.6%	32	7.8%
	専業主婦・主夫	68	5.7%	8	4.9%	22	5.1%	12	6.5%	26	6.3%
	学生	62	5.2%	10	6.1%	28	6.5%	7	3.8%	17	4.1%
	その他の職業	21	1.8%	3	1.8%	5	1.2%	2	1.1%	11	2.7%
	無職	31	2.6%	2	1.2%	7	1.6%	7	3.8%	15	3.6%

[表5：秋田 NH 各層別の性別]



既婚男女が中心を占める調査結果となった(表6)。

当該調査②では、調査①で「潜在層」が観戦に行きたいと思う諸条件として「家族に誘われたら」「友人知人や職場の知り合いに誘われたら」などが挙がっていたことから、観戦

の際に「誰かに誘われた」あるいは「誰かを誘った」経験の有無と、誘われた・誘った相手と観戦頻度との関係にかかる設問を用意し、回答を得た。

両クラブに共通する特徴として、「誘われた経験」は各層による違いは見いだされないが、

[表6：BB 秋田・調査② 回答者の概要]

		全体 (n=751)		関心層 観戦回数0回 (n=205)		ライト層 1-5回 (n=275)		ミドル層 6-9回 (n=74)		コア層 10回以上 (n=197)	
性別	男性	475	63.2%	139	67.8%	180	65.5%	50	67.6%	106	53.8%
	女性	276	36.8%	66	32.2%	95	34.5%	24	32.4%	91	46.2%
年代	0-10代	35	4.7%	13	6.3%	11	4.0%	1	1.4%	10	5.1%
	20代	69	9.2%	20	9.8%	25	9.1%	4	5.4%	20	10.2%
	30代	205	27.3%	59	28.8%	84	30.5%	18	24.3%	44	22.3%
	40代	256	34.1%	74	36.1%	92	33.5%	30	40.5%	60	30.5%
	50代	146	19.4%	35	17.1%	54	19.6%	16	21.6%	41	20.8%
	60代以上	40	5.3%	4	2.0%	9	3.3%	5	6.8%	22	11.2%
性別年代	男性0-10代	25	3.3%	9	4.4%	8	2.9%	1	1.4%	7	3.6%
	男性20代	—	—	16	7.8%	15	5.5%	—	—	9	4.6%
	男性30代	118	15.7%	34	16.6%	50	18.2%	10	13.5%	24	12.2%
	男性40代	178	23.7%	58	28.3%	65	23.6%	23	31.1%	32	16.2%
	男性50代	88	11.7%	19	9.3%	34	12.4%	12	16.2%	23	11.7%
	男性60代以上	26	3.5%	3	1.5%	8	2.9%	4	5.4%	11	5.6%
	女性0-10代	—	—	—	—	3	1.1%	—	—	3	1.5%
	女性20代	29	3.9%	4	2.0%	10	3.6%	4	5.4%	11	5.6%
	女性30代	87	11.6%	25	12.2%	34	12.4%	8	10.8%	20	10.2%
	女性40代	78	10.4%	16	7.8%	27	9.8%	7	9.5%	28	14.2%
	女性50代	58	7.7%	16	7.8%	20	7.3%	4	5.4%	18	9.1%
	女性60代以上	14	1.9%	1	0.5%	1	0.4%	1	1.4%	11	5.6%
未既婚	独身	288	38.3%	88	42.9%	95	34.5%	24	32.4%	81	41.1%
	既婚(子どもなし)	91	12.1%	26	12.7%	33	12.0%	5	6.8%	27	13.7%
	既婚(子どもあり)	372	49.5%	91	44.4%	147	53.5%	45	60.8%	89	45.2%
職業	会社員(一般・管理職)	354	47.1%	99	48.3%	135	49.1%	32	43.2%	88	44.7%
	会社経営(経営者・役員)	39	5.2%	10	4.9%	16	5.8%	5	6.8%	8	4.1%
	公務員・教職員・非営利団体職員	98	13.0%	22	10.7%	35	12.7%	13	17.6%	28	14.2%
	派遣社員・契約社員・パート・アルバイト	82	10.9%	26	12.7%	26	9.5%	7	9.5%	23	11.7%
	専門職	33	4.4%	12	5.9%	10	3.6%	6	8.1%	5	2.5%
	自営業・農林漁業	35	4.7%	6	2.9%	17	6.2%	3	4.1%	9	4.6%
	専業主婦・主夫	32	4.3%	10	4.9%	9	3.3%	1	1.4%	12	6.1%
	学生	37	4.9%	12	5.9%	16	5.8%	1	1.4%	8	4.1%
	その他の職業	27	3.6%	5	2.4%	5	1.8%	4	5.4%	13	6.6%
	無職	14	1.9%	3	1.5%	6	2.2%	2	2.7%	3	1.5%

「誘われた相手」は、ライト層が「家族（子ども・孫を含む）」に誘われて観戦に行くことが目立った。「誘った経験」はコア層で有意に多く、「誘った相手」については、コア層が「友人」や「職場の同僚・関係者」をより積極的に誘っているとの結果となった。

秋田 NH では、「誘った相手」において、コア層は年代が比較的高い夫婦による観戦に特徴があり、その夫婦が友人や職場の同僚・関係者にも声をかけて、一緒に観戦するケースが多いとみられる。

4. まとめ：観戦頻度の向上と消費時間・金額の拡大に向けて

以上の結果から、両クラブに共通した観戦頻度の向上に関する考察を試みると、(1)30-40代の子連れファミリーの観戦頻度を高める促進・阻害要因の分析、(2)コア層に誘われた「友人」や「職場の同僚・関係者」の定着、が課題として挙げられよう。

まず(1)に関して、30-40代の子連れファミリーがライト層（観戦頻度：1-5回）に多いということは、同ファミリーの観戦頻度を上げる余地のあることを示している。観戦の意思決定は第三者に誘われることが契機というよりも、家族の中での誘い合いで決められている傾向があり、他の用事がある、なんとなく今日は気が向かないなど家族内での状況や気分が左右されることも多いと推察される。30-40代の子連れファミリーが留まるライト層から、ミドル層・コア層へと観戦頻度を向上させるには、子連れファミリーをターゲット化した来場促進の施策が求められよう。ファミリーでくつろげる席種（ボックス席等）の整備・用意やファミリー観戦（及び雨天時などの）割引施策などが考えられるのではないか。

次に(2)に関して、ライト層の観戦同伴者として、「友人」や「職場の同僚・関係者」の割合が決して高くない点が挙げられる。コア層に誘われて一度は観戦に来た人々が再観戦する割合が低いことも示唆され、友人や職場仲間と一緒にまずは数回観戦する傾向が定着すれば、その先のミドル層やコア層につながる可能性も拓かれる。この点については、例えば「友だち3人×3回分」の企画チケットを一緒に応援できるグッズ等とセットで販売するなど、友人や職場仲間というカテゴリに着目した来場促進の施策が期待されよう。

最後に、全国でスタジアム・アリーナを「多様な世代が集う交流拠点として、2025年までに20拠点」整備することが重点施策として掲げられている中であって、スポーツ庁で取りまとめたモデル⁴や本調査の手法などを雛形として、類似する他地域に調査対象を広げることも必要であろう。こうした調査等を通じて、スポーツをひとつの核とした地域経済活性化のシナリオが具体的に描かれることになるよう期待したい。

【調査・執筆協力】（以下：調査時）

水野 勇気	秋田ノーザンハピネッツ株式会社 代表取締役社長
岩瀬 浩介	株式会社ブラウブリッツ秋田 代表取締役社長
菅 文彦	株式会社スポーツ&ソーシャル総合研究所 代表取締役 早稲田大学スポーツビジネス研究所 リサーチ・アシスタント
平下 治	株式会社ゼンリンジョインテリジェンス 顧問 早稲田大学スポーツビジネス研究所 招聘研究員
桂田 隆行	日本政策投資銀行 地域企画部 参事役
稲垣謙治郎	同 地域企画部 副調査役
藤田 麻衣	同 地域企画部 副調査役

⁴ 「社会的インパクト評価の手法を用いたスタジアム・アリーナ効果検証モデル検討 報告書」 スポーツ庁 (2019)

六ヶ所村次世代エネルギーパーク・むつ小川原

新むつ小川原株式会社

取締役常務執行役員青森本部長 **三上雄二**

(令和元年6月17日寄稿)



ポイント

- ・むつ小川原開発地区は、国内有数の大規模産業立地スペースとして我が国に残された貴重な産業エリア。
- ・我が国のエネルギー政策上重要なエネルギー関連施設が立地。
- ・今後は、次世代エネルギーである水素活用事業の具体化を図る計画で、当面の目標として再生可能エネルギー由来の水素を利活用した街づくりの実現をめざす。
- ・先進的なプロジェクトによるイノベーションを生み出す可能性のある地域。

I 開発のあゆみ

むつ小川原開発地区は、青森県の太平洋側に面した下北半島の付け根にあり、六ヶ所村の尾駸沼（おぶちぬま）から三沢市の小川原湖北部まで南北約15km、開発地区中央に大型港湾（鷹架沼を開削し掘り込む）を持つ面積約5,180ha（JR東日本の山手線内側の面積に匹敵＝六ヶ所村総面積の約20％に相当）の臨海

型大規模産業エリアです（図1 位置図、写真1 開発地区全景）。このうち、分譲対象面積約3,290haは、日本国内の産業団地の全分譲対象用地の10.3％を占めています（2017年度産業立地ガイド・日本立地センター）。

「むつ小川原開発」が始動したのは、1969年（昭和44年）5月に閣議決定された「新全国総合開発計画」（以下、新全総）を契機とするものであり、当時は高度経済成長の影響から、大都市圏での環境の悪化や公害の発生等が社会問題として深刻化した時代であり、国は国土の均衡ある発展を狙いとする国土政策の中で臨海型工業を全国へ分散立地することとし、新たに臨海型大規模工業基地開発プロジェクトを進めることとしました。この中で、むつ小川原開発は、「小川原工業港の建設等の総合的な産業基盤の整備により、陸奥湾、小川原湖周辺、八戸、久慈一带に巨大臨海コンビナートの形成を図る」と主要開発構想に位置づけられています。

この構想は、国にとっては国土政策上の施策であり、産業界にとっては大都市過密問題や公害問題等による新たな生産拠点の新設・移転再配置の受け皿であり、また、青森県にとっては下北半島等の地域振興の新たな機会

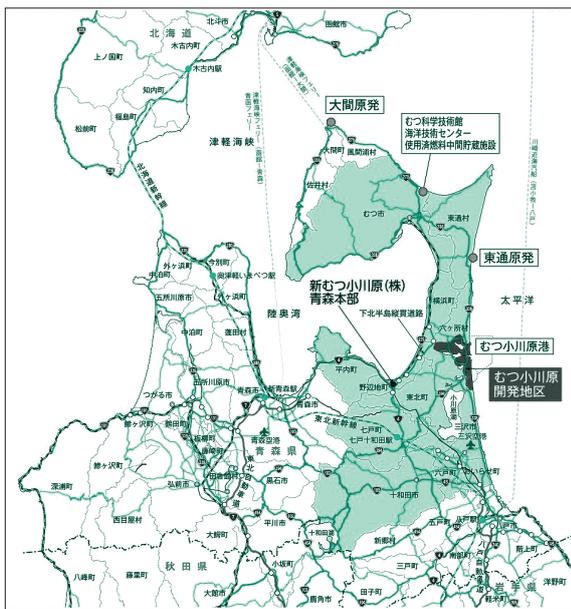


図1 位置図



写真1 開発地区全景

となりました。

この広大で水資源に恵まれた地域の開発の歴史は、古くは藩政時代における牧畜（馬）や森林資源等開発に遡ります。その後、明治期には小川原湖（面積約6,200ha、国内の湖沼面積ランキングで全国第11位）を開削し一大軍港・貿易港にする構想、そして1942年（昭和17年）の大日本帝国海軍による三沢飛行場の開設に続きました。戦後も引き続き開拓を中心とする振興策が続けられる中で、産業開発の観点からもいくつかの構想、施策が実施されてきましたが、いずれも所期の成果を挙げられた施策は少なく、住民からは生活水準向上につながる地域開発が長年の課題として強く要請されてきたところでした。

新全総決定を受けて、関係省庁、青森県及び財界はむつ小川原開発の構想実現に取り組み、1971年（昭和46年）3月に開発主体として、北海道東北開発公庫（現株日本政策投資銀行）、青森県及び民間企業が出資する第3セクター「むつ小川原開発株」（以下、旧むつ会社）が設立されました。

また、青森県は「地元住民に喜ばれる開発」、「大規模開発と住民福祉の向上とが両立出来る開発」として、1972年（昭和47年）6月に「むつ小川原開発第1次基本計画」を決定し、併せて開発地区住民の用地取得の前提となる開発地域全般にわたる産業振興、雇用

促進、福祉対策等を内容とする「住民対策大綱」を発表しました。国はこれを受けて、同年9月閣議口頭了解を行い、これにより具体的な住民対策事業が進められ、同時に開発用地の取得も本格化していきました。

その後、開発基本計画（マスタープラン）は石油ショック等の国内外の経済社会情勢の変化や経済環境の悪化等を背景として逐次見直され、1975年（昭和50年）12月には「むつ小川原開発第2次基本計画」が策定されました。この頃より、むつ小川原港や幹線道路等の工事が着工され、企業受入れのための基盤整備が本格的に進められ、1979年（昭和54年）10月には国内初の国家石油備蓄基地の立地が決定されました。

さらに青森県は、電気事業連合会から青森県と六ヶ所村に対して受入要請のあった核燃料サイクル施設について、1985年（昭和60年）4月に、これまでの石油精製、石油化学工場の立地を目標とした第2次基本計画に、核燃料サイクル事業関連企業を含めた多角的な企業立地を図るため、「付」をつけて計画を修正し、施設立地を受け入れることとしました。

そして、現在の開発は、1972年（昭和47年）の「むつ小川原開発第1次基本計画」から数えて4代目となる「新むつ小川原開発基本計画」（2007年（平成19年）5月、青森県策定）と「むつ小川原開発について」（2007年（平成

19年) 6月、閣議口頭了解) を基礎に国家的プロジェクトとして推進されています。

この基本計画では、環境、エネルギー及び科学技術の分野における研究開発機能の展開と成長産業等の立地展開による、世界に貢献する新たな「科学技術創造圏」の形成を目指すとしています。

一方、2000年(平成12年)8月に旧むつ会社が清算され、その事業を継承する新たな事業主体として、第3セクター「新むつ小川原株式会社」(以下、新むつ会社)が設立されました。新むつ会社は、旧むつ会社と同様に開発用地を一体的に保有し、土地造成、分譲、賃貸等の事業を行っています。また、開発の推進にあたっては、国土交通省、青森県、六ヶ所村、(一社)日本経済団体連合会、(株)日本政策投資銀行、新むつ会社にて構成された新たな推進体制「むつ小川原開発推進協議会」(六者協)が設置され、関係機関それぞれの役割を担いつつ、緊密な協力のもと、官民プロジェクトを始めとした企業立地等の促進や計画のフォローアップ等の検討、調整を実施することとしています(図2 むつ小川原開発の推進体制)。

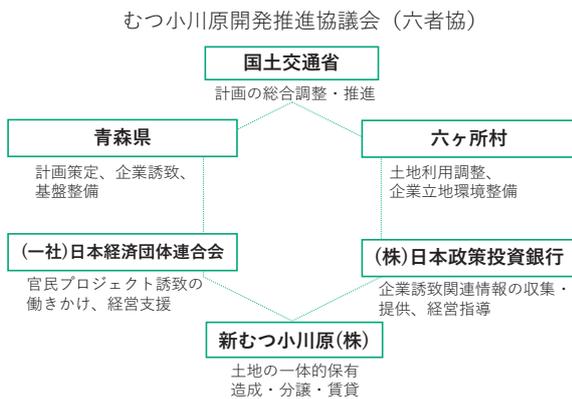


図2 むつ小川原開発の推進体制

II 立地企業と次世代エネルギーパーク

これまで開発地区に立地した施設等には、国内初の国家石油備蓄基地をはじめ、原子燃

表1 六ヶ所村次世代エネルギーパーク施設

施設名	施設概要
風力発電施設群(六ヶ所 IC 周辺)	約90基あまりの大型風車が集中立地している風力発電施設を間近に見られる。
むつ小川原国家石油備蓄基地	国家石油備蓄基地第1号。国内消費量の約2週間分を備蓄。
未来創電上北六ヶ所太陽光発電所	発電出力 51MW、約143ha。
EES トレーニングセンター	日本初の風力発電施設のメンテナンス要員育成施設。
原子燃料サイクル施設	再処理工場等、MOX 燃料工場を建設中。
国際核融合エネルギー研究センター	核融合発電施設の開発に取り組む国際研究開発拠点。
青森県量子科学センター	量子科学分野の人材育成及び研究開発拠点施設。
六ヶ所原燃PRセンター	「原子燃料サイクル施設」のPR施設。
先端分子生物科学研究センター	低線量(率)放射線の研究施設。
ユーラス六ヶ所ソーラーパーク	国内最大級のメガソーラー。発電出力 115MW (253ha)。
エネワンソーラーパーク六ヶ所村	発電出力 2,293kW。
六趣醸造工房(太陽光発電システム)	六ヶ所村特産品の長芋を使った本格焼酎「六趣」製造工場。
睦栄風力発電所	2,000kW×5基。総発電出力 10,000kW。

料サイクル施設、蓄電池併設型の大規模風力発電施設、国内有数規模の太陽光発電施設(メガソーラー)、国際核融合エネルギー研究センター、環境科学技術研究所、量子科学センターなど、我が国のエネルギー政策上重要なエネルギー関連施設があります(表1 六ヶ所村次世代エネルギーパーク施設)。



写真2 立地企業

このように多様なエネルギー施設が集積している地区は全国でも珍しいため、六ヶ所村は東北地域では初となる「次世代エネルギーパーク」の認定を経済産業省・資源エネルギー庁から受けました（2010年（平成22年）5月）。六ヶ所村は、次世代エネルギーパークの整備を通じて、村民をはじめ国民に将来のエネルギーの在り方に関する理解を図ると共に、村の観光・地域振興に結びつけることを狙いとしています。

なお、当地区は、冷涼な気候に加え比較的自然災害リスクが低いため、エネルギー施設に加えて、液晶関連工場、大規模花卉工場、寒冷地型データセンター、車両整備工場、メンテナンス関連施設等、約100社余りの企業や研究機関等が立地しています（写真2 立地企業）。

2019年（平成31年）4月現在の分譲用地の利用率は、計画面積3,290haの約5割であり、今後利用可能な面積は、約1,690haとなっています。

Ⅲ 期待される先進的プロジェクト

今後、当地区で事業展開が期待される主な計画は、構想段階を含め、以下があげられます。

1) CO₂フリー水素活用モデルプラン

むつ小川原地域は、大規模風力発電やメガソーラー等再生可能エネルギー施設の国内最大の集積地です。今後、さらなる再生可能エネルギーの拡大により、電力系統への出力抑制等による大量の未利用電力の発生が予想されるため、青森県は、その余剰電力を効率的に集約し、さらに今後発生するFIT制度認定期間終了後の電力等も活用することにより、CO₂フリー水素を地域内で製造・貯蔵・活用を行う構想を検討しています。また、水素製造時に副生される酸素についても、有効活用することで関連産業創出を図ることとしています。



写真3 尾駈レイクタウン

六ヶ所村は、この水素を「地域内新エネルギー」と捉えた水素導入構想の実現に向けて、エネルギーの地産地消の観点から、この水素を基に寒冷地における低コストで効率的な水素供給・活用モデルを構築することとしています。六ヶ所村内の尾駈レイクタウンに集積している一般住宅の他、小中学校、医療センター、屋内温水プール、図書館等の公共施設とショッピングモール等の商業施設等への燃料電池等からの電熱供給や、水素ステーションの設置及び燃料電池によるモビリティの展開が計画されています（写真3 尾駈レイクタウン）。

2) ITER計画における先進技術等を活用した産業創出

国立研究開発法人量子科学技術研究開発機構（QST）六ヶ所核融合研究所は、国際協定に基づくITER計画（国際熱核融合実験炉）に必要な、様々な核融合研究開発を実施しています。

① リチウム分離回収技術を活用した産業創出事業

核融合は、重水素と三重水素の反応で起こります。燃料の重水素は海水中に無尽蔵にあり、三重水素は核融合炉の中でリチウムを反応させて作られます。なお、現在、リチウムは全量、南米からの輸入に頼っています。

QST 六ヶ所核融合研究所では、イオン伝導

体を用いて海水や使用済みリチウムイオン電池などからリチウムを効率的に回収する世界初の技術についての特許を取得しており、現在その実用化を目指し、リチウム分離回収パイロットプラントを研究所内に整備する予定としています。また、QSTは民間企業との共同研究により、商用化に向けた検証を進めています。

なお、リチウム分離回収プラントでは、リチウム生産の副産物として水素が生成されるため、この水素を前項の「CO₂フリー水素活用プラン」のエネルギー源として一体的に取り扱うことも考えられます。

今後、QSTのリチウム回収技術を利用したリチウム生産の商用化・量産化が実現することで、使用済みリチウム電池収集拠点（リチウム以外の鉱物ニッケル、コバルト等の資源も回収可能）として蓄電池等の再利用工場の立地や、さらにはリチウム電池の組立・製造工場の立地につながる可能性があり、国内における次世代自動車関連産業の一大拠点が形成されることが期待されます。

また、青森県は、このリチウムを大量に回収する技術を核として、2019年度にむつ小川原開発地区に関連産業の創出策を検討する検

討会を設置することとしています。

②（展望）「ニュートロンフォレスト構想」

核融合炉の材料開発のためには、核融合反応で発生するエネルギーと同じ量の中性子を材料に当てて、材料特性の健全性の検証が不可欠となります。QST六ヶ所核融合研究所では、現在開発中の原型加速器の技術を基に世界に類のない大電流加速器となる核融合中性子源「A-FNS（電流値125mA、イオンビームエネルギー40MeV）」を開発することとしています。建設開始は2025年（令和7年）頃の予定です。

この先進的核融合中性子源 A-FNS は、核融合の材料・機器試験だけでなく、国内の基礎研究・エネルギー・産業・医療までを網羅する汎用性の高い高速中性子照射場を提供するもので、半導体の製造や材料の内部分析、がん細胞の治療、農作物の品種改良などあらゆる分野に威力を発揮します。A-FNSでしか出来ない技術をもとに関連産業を集積し、新たな産業を興す、次世代産業創生イノベーション拠点「ニュートロンフォレスト構想」の展開が期待されます（図3 ニュートロンフォレスト構想）。

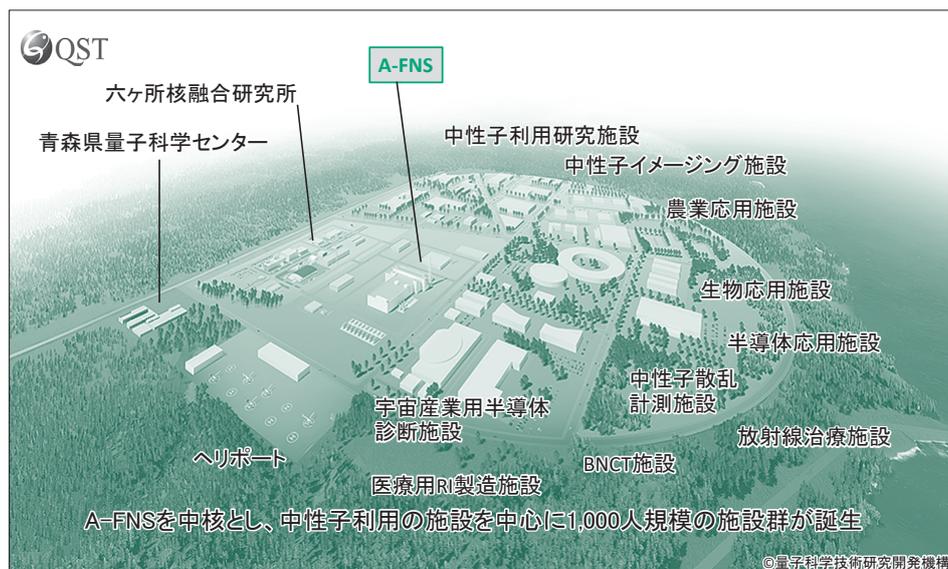


図3 ニュートロンフォレスト構想

IV 企業誘致に向けた地域の強み

企業誘致への取り組みについては、地域発展の役割を意識し、前述したように国、青森県及び関係機関が「むつ小川原開発推進協議会」（六者協）のもと、一体となって連携、協力し実施しています。

誘致ターゲットの分野は、エネルギー関連、情報産業関連、原子燃料サイクル関連、科学技術プロジェクト関連を設定しており、当地区の優位性・特性をしっかりとPRし、立地実現に向けた活動を展開しています。

また、企業立地の決め手として、暮らしやすさが大きな要素と認識しています。

（開発地区の特色）

- ① 環日本海と環太平洋の結節点
 - ・地理的優位性を活かし、北米・北極海航路の物流拠点としての可能性、広い背後地をもつ大型港湾
- ② すぐれた交通アクセス
 - ・首都圏から高速道路で約8時間
 - ・県都青森市（約29万人）から約1時間40分、北東北一の工業都市八戸市（約23万人）から約1時間20分、下北半島の中心都市むつ市（約6万人）から約1時間
 - ・新幹線 東京—七戸十和田間 約3時間
 - ・空 港 東京—三沢間、東京—青森間とも約1時間20分
- ③ 冷涼で低い災害リスク
 - ・冷涼な気候と少ない降雪量 年平均気温9.2℃
 - ・落雷や台風が非常に少なく、自然災害リスクが低い
 - ・地震に強い地盤、地下5m～20mに堅固な基盤
- ④ 広大な用地とスピードある立地対応
 - ・新むつ会社一社による土地保有、事業ニーズや分譲地の自由なレイアウトに的確に対応
 - ・100ha規模の用地提供が可能
- ⑤ 立地企業約100社が集積
 - ・地域の発展（産業連携・まちづくりなど）

の資源として機能

- ⑥ 最先端の研究開発拠点
 - ・核融合や原子力関連の研究施設が立地
 - ・国内外の研究者の交流
- ⑦ 安い電気料金
 - ・補助金や電気料金の割引等、各種優遇制度が充実（電気料金が約8割戻るケース、土地取得費が約3割戻るケースがあります）
- ⑧ 地方交付税不交付団体の村
 - ・豊かな財政力を活かした、住みよい魅力あるまちづくり、人づくりへの積極的支援。

V おわりに

「むつ小川原開発」は、1969年（昭和44年）の新全総により国家的プロジェクトとして端を発し、本年（2019年5月）で50周年となりました。元号も「令和」となり新たな気持ちで一歩を踏み出しました。

これまでに基本計画は、日本のエネルギー政策に大きく関わりつつ見直されて来ましたが、半世紀にわたる時代を乗り越え、開発を粘り強く継続できたのは、地域住民の理解と協力、輝く未来への希望と期待の表れだと思います。これからは、先進的なプロジェクトによりイノベーションが生み出される新産業の集積地となっていくことが期待されています。

また、六ヶ所村では、様々なエネルギー施設を地域資源と捉え「次世代エネルギーパーク」として観光・地域振興に結びつけていますが、当地区の周辺自治体にも原子力発電所やLNGターミナル基地、国内最大級のバイオマス発電所、水力発電所など、より多様なエネルギー施設があり、産業観光エリアが形成されています。これらのエリアと当地区の「歴史」、「食」を一体的に組み合わせ、観光、研修、学習の「場」としての「エネルギーツーリズム」の実現を進めて参りたいと考えています。

まずは、多くの人に来て、見て、知ってもらうことが大切です。ぜひとも、当地区にお越しください。

アドベンチャートラベル人材の育成と確保の取組について ～ニュージーランドの事例から～

北海道アドベンチャートラベル協議会 (HATA)

荒井 一 洋
吉 川 彩 香

ポイント

- ・アドベンチャートラベル（以下、「AT」）の先進地ニュージーランドでも、旅行者の著しい増加に伴う人材不足や季節変動性に帰する人材確保が課題となっている。
- ・この課題に対し、ニュージーランドでは高等教育機関とAT産業の双方で人材育成に注力しており、インターンシップの活用を通じて産学連携も図っている。
- ・ニュージーランドの取組事例を北海道に応用する上で考慮すべき相違点は、①アウトドアレジャーの身近さ、②キャリアの捉え方、③ガイドの社会的地位、④法整備、である。
- ・北海道でATを推進するにあたっては、インターンシップの活用、海外OJT支援、ガイド職の社会的認知向上を通じてAT産業発展を支える人材育成を図ることを提言する。

1. はじめに

本稿は、国土交通省北海道運輸局が2018年度に行った事業「訪日外国人旅行者受入環境整備 緊急対策事業に係る調査」（アドベンチャートラベルの推進に係るガイド育成に関する実証事業）の一環で、2018年11月にニュージーランド（以下「NZ」）のAT事業者及び教育機関を訪問し人材育成の取組についてヒアリングを行った調査に基づくものである。

(1) アドベンチャートラベルとは

「アドベンチャートラベル」と聞くと、ヘリスキーやラフティング等ハイリスクな野外活動を連想させるかもしれないが、アドベンチャートラベルの国際機関「ATTA」¹が定義するATは、①アクティビティ、②自然、③異文化体験の3要素の内、2つ以上が盛り込まれた旅行を指す。つまり、北海道を訪れ

る外国人旅行者がウィンタースポーツやアイヌ文化を体験する、といった余暇の過ごし方をATとして広義に解釈することができる。2009年からATTAが実施してきた市場調査では、世界全体の国際観光客到着数の70%近くを占める北米、南米、欧州の3エリアを主要ターゲットとしている。これら3エリアにおけるAT旅行者の比率は2009年の26.3%から2012年の41.9%に達し、その顕著な成長率が報告されている。AT旅行者の特徴は、パスポート保持率が高く、平均滞在日数が10日以上と長い。さらに、ガイドやインストラクター等のサービスを利用する傾向があり、インターネットで情報収集を行い利用する業者を自ら選び手配する傾向があるため、地域にもたらず経済効果の高い旅行者といえる。本稿では、北海道でATを推進するにあたり、AT先進地であるNZの現状を共有し、北海道への応用可能性について提言する。

¹ Adventure Travel Trade Association の略

2. NZにおけるATの現状と発展の背景

(1) NZの基礎情報

NZは人口約450万人、国土面積は日本の約4分の3、乳製品をはじめとする第一次産品を主要産業とするが、外貨獲得の観点では観光業が最大の輸出産業となっている。雨林から氷河まで多様性に富んだ自然生態系を有し、国土面積の約33%が国立公園や自然保護区に指定され、自然観光資源の保全と活用の両立に取り組んできた。1999年、政府観光局は「100% Pure New Zealand」キャンペーンを打ち出し、国を挙げてクリーンでグリーンなイメージを核としたブランディングを図ってきた。その結果、2018年3月時点における観光産業での直接雇用は人口全体の8%に相当し、前年度からは2.6%の伸びとなった²。

(2) NZにおけるAT

2016年にATTAが報告したアドベンチャーツーリズム開発指数(ATDI)³では、NZはアイスランド、ドイツに続き、世界3位にランクインしている。NZ政府観光局は、同国を訪れる外国人旅行者の2人に1人が何らかのアドベンチャーアクティビティに参加したと報告した(2013年)。それらの旅行者が国内

で消費する平均消費額は一人あたりNZ\$3,200(およそ24万円)。人気のアクティビティはジェットボート、氷河ハイキング、ルージュ、バンジージャンプ、スカイダイビングと多種多様なメニューがあり、その大半が南島に集中している。NZにおけるATのトップマーケットは、オランダ、ドイツ、シンガポール、英国、カナダ、オーストラリアの順に並び、20代の客層が最も多く、日本を含むアジア人旅行者はアドベンチャーアクティビティに参加する傾向が低いと報告されている。

3. 教育機関における人材育成及び確保

AT産業においては、受付スタッフから経営層、政策立案者まで官民両セクターで幅広い人材を必要とする。NZでは、職業訓練学校から大学院までATに関連した様々な教育プログラムが提供されている。本調査では、図表1の4機関に対しヒアリングを実施した。

ヒアリング内容は、カリキュラムの概要、卒業後の就職先、取得できる資格等とした。図表1で例に挙げた以外にも学科によっては修士号が取得できるコースも提供されている。

(図表1) ヒアリングを行った教育機関

(ヒアリング実施順)

	学校名	公立・私立	取得できる学位例 ⁴	卒業後のキャリア像
1	Queenstown Resort College	私立職業訓練学校	Diploma of Adventure Tourism	AT事業者のマネージャー
2	Tai Poutini Polytechnic	公立職業訓練学校(ポリテクニク)	Diploma of Outdoor Instruction & Guiding	アウトドアガイド、インストラクター、野外教育の教育者
3	Lincoln University	公立大学・大学院	Bachelor of Tourism Management	官民両セクターの観光マネジメント職
4	Ara - Institute of Technology	公立工科大学・大学院	Bachelor of Sustainability & Outdoor Education	アウトドアガイド、インストラクター、環境教育の教育者

² 出典：NZ政府観光局

³ 持続可能なアドベンチャーツーリズム原則に基づき世界各国のアドベンチャーツーリズムの潜在力をランキングで示した数値。

⁴ Diplomaは日本の短大及び専門学校卒業資格、Bachelorは学士号に相当する。

(1) 高等教育の明瞭な棲み分けとキャリアパス

ヒアリングを実施した教育機関は4機関と限定的であるものの、取得できる学位や学科の種類は多様で、進路を決める側にとっても、卒業生を雇用する側にとっても、理解しやすい棲み分けとなっている。具体的には、アウトドアガイドとして現場で活躍したい、そのために必要な実地スキルを身に付けたい者は職業訓練学校に進学し、将来、民間事業者の経営、又は、行政や業界団体等の制度設計やマネジメントに携わりたい者は、大学や大学院に進学する。カリキュラム構成は、ヒアリングを行った全ての教育機関で、実地と理論が混合するが、職業訓練学校では実地の比重がより高く、反対に大学では理論の比重がより高い。大学で学びながら、野外での実地スキルも身に付けたい学生は、空き時間に学外で習得しているとのことだった。

(2) インターンシップ

ヒアリングを実施したいずれの教育機関においても、一定期間のインターンシップをコース修了の必須条件としていた。インターンシップは、斡旋を必要とする学生は学内のサポートを受けることができるが、基本的には、学生自身が働きたい事業所と直接交渉し、受入先のアレンジを行う。多くの場合、AT産業がピークシーズンを迎える夏休みにインターンシップを行う。無償のトレーニング期間があったとしても、大抵の場合は報酬を受けることが



Tai Poutini Polytechnic の教員と学具

できるため、学費や生活費の一部を稼げることは学生にとって利点大きい。他方、インターンシップを受け入れる事業者側にとっては、短期的には繁忙期の人材確保、長期的には、卒業後即戦力となる人材確保が可能となり、AT産業界と教育界の連携が図られている。

4. AT事業者における人材育成及び確保

AT事業者の育成と確保の方法や事例については、図表2の7事業者に対しヒアリングを行った。

ヒアリング内容は、スタッフやガイドの求人方法、雇用状況（季節／通年、専業／副業）、働き方、研修の実施方法を主とした。1～3の事業者はある特定のアクティビティを所在地限定で提供するガイド会社、4～7はサイクリングやハイキング等をメインアクティ

(図表2) ヒアリングを行ったAT事業者

(ヒアリング実施順)

	会社名	主なアクティビティ	所在地	創業年	人員数(季節)
1	Ziptrek Ecotours	ジップライン	クィーンズタウン	2009	24 (20)
2	Dart River Adventures	ジェットボート	グレノーキー	1993	48 (16)
3	Franz Josef Glacier Guides	氷河ハイキング	フランツ・ジョセフ	1990	40 (不明)
4	Adventure South	サイクリング	クライストチャーチ	1992	35 (30)
5	Cycle Journeys	サイクリング	クライストチャーチ	2012	35 (不明)
6	Moa Trek	ハイキング	オークランド	1971	17 (5)
7	First Light Travel	オンライン旅行会社	オークランド	2001	25 (0)

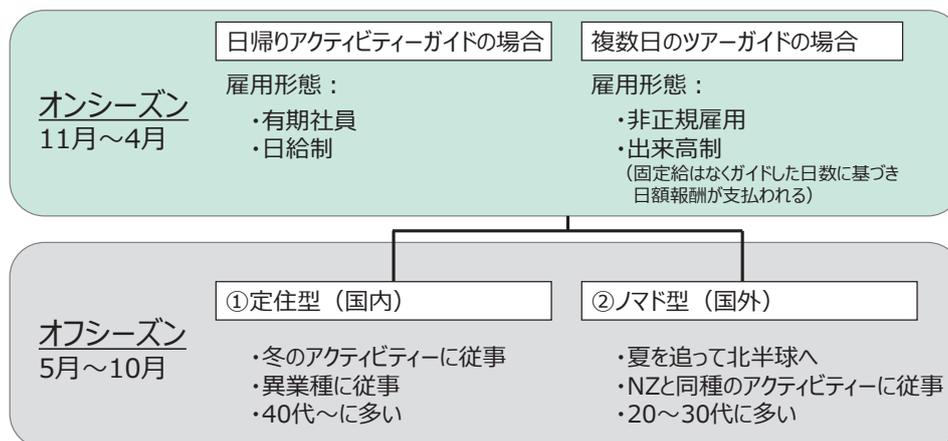
ビティ―とし、活動しながら旅行する広域展開のツアーオペレーターである。日本のような旅行業法の法整備がないNZでは、後者のツアーオペレーターが多数存在し、募集型企画旅行を催行している。運送や宿泊、ガイド人材の手配も代行業者に外注せず自社で行っている点が特徴的であり、AT旅行者の滞在長期化に貢献していると考えられる。

(1) 季節変動性に帰する課題と現状

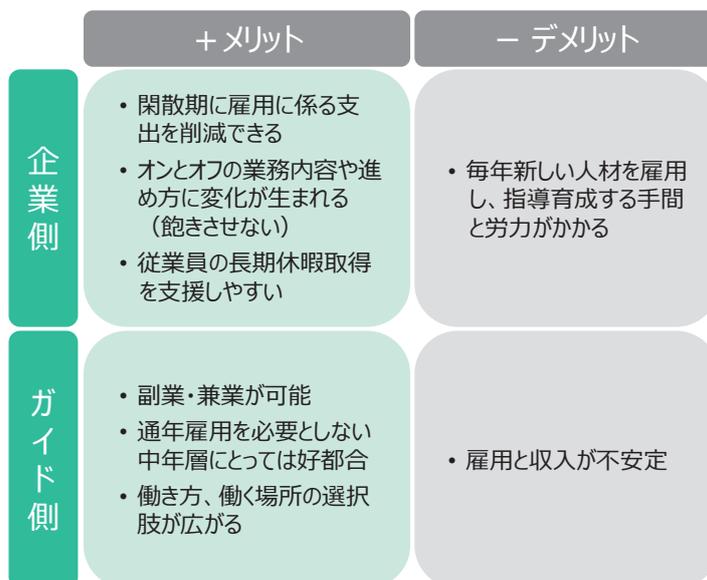
観光の季節変動性、旅行者急増に伴う人材確保に関しては、北海道と類似した課題が見

受けられる一方で、多様な働き方や働く場所の選択がなされることにより、繁忙差に帰する問題が北海道に比べて軽度に留まっている状況を確認した。NZの観光シーズンは、比較的暖かい11月～4月とされ、クリスマス休暇と夏休みが重なる12月にピークを迎える。このため、季節雇用のガイド及びスタッフは11月～4月に渡る約半年間、一社の雇用主の下で働くケースが多く、残りの半年間の働き方は、図表3で示す通り①国内に留まる定住型と②国外に出るノマド型の2通りに分類できる。これらの季節雇用者は、家庭を持つ前

(図表3) NZにおけるATガイドの就業形態



(図表4) 季節変動性のメリット・デメリットに関し聴取した意見





Dart River Adventures 社が催行する Funyak Tour の様子

の20代、30代の世代に多く、ライフステージを重ねると共に、通年雇用を求職する傾向にある。世界を股に掛けるノマド型の生活に憧れ、アウトドアガイドを志す被雇用者にとって、ガイド不足で重宝される現状では、季節変動性が問題視されることは少ないと考えられる。また、雇用者にとっても、オフシーズンを含め通年一定数のガイドを抱えることは経済的に困難であるため、季節変動性の利点があまく働いている状況が見受けられた。他方、毎シーズン新しい人材を雇用することは避けられず、その度に指導することが負担になっている面もあり、メリット、デメリットの両方が混在している状況である（図表4）。

(2) 多様な人材の確保と育成

AT 事業者向けに行なったヒアリング全体を通して、興味深かった点は、リファラル採用、中年層や外国人人材の活用、自社トレーニングの実施が多い事である。「ツアー」＝「会社」の評価はガイドの良し悪しが決め手である、という見解はどの事業者においても聞かれた。また、類は友を呼ぶ方式で、ガイドがガイドを紹介する人材集めにも非常に積極的であった。顧客の年齢層が高めの事業者では、体力がある若手を優遇することはかえっ

て少なく、人生経験やアウトドア経験が豊富でコミュニケーション能力が高いベテラン層の需要が高い印象さえ受けた。第二の人生の活躍の場としてガイドやドライバーに転身する50代、60代の層には、通年雇用ではなく季節雇用の希望者が多いため、雇用側にとってもメリットが大きいということであった。外国人についても同様で、有期条件が双方にとって好都合な場合が多く、外国人材の受入に積極的な姿勢を示す事業者が多かった。

5. NZと北海道の違い

ここまでAT産業界及び教育界での課題と対応策について記してきたが、北海道への応用策を検討する前に抑えるべき相違点を4つ挙げたい。第一に、アウトドアレジャーの身近さである。アウトドアフィールドへのアクセスが良く、NZでは基礎教育から野外教育や環境教育を受けることができ、幼少期からアウトドアに慣れ親しんでいる人が多いと言える。このためATを「仕事」として選択する抵抗が少なく、就職のハードルも低いと考えられる。

第二に、柔軟なキャリアの捉え方である。そもそも、NZには「新卒採用」や「終身雇用」を重んじる日本的雇用慣行はなく、高等教育卒業後、数ヶ月～数年の間、ワーキングホリデーや就職で海外経験を積み、その後のキャリアステップにつなげる、という概念がある。また転職することによりスキルアップを図る社会人も少なくない。実際、アウトドアとは無関連の職種に就いていた社会人が、アウトドアガイドに転身するために職業訓練学校に再進学することも珍しくないとのことだった。

第三に、確立されたガイドの社会的地位である。NZでは、AT産業界を中心とした経済力によりガイドが活躍できる社会環境のバックアップが図られている。季節雇用という不安

⁵ 出典：求人情報サイト「Careers NZ」

⁶ Accident Compensation Corporation の略

⁷ Adventure Activity Regulations 2011

定な面も否めないが、生活水準は低くなく、時給1,500円～2,000円、月給にして平均約28万円相当⁵である。また、対人関係能力、問題解決能力、リーダーシップ等の技能が必要な職業として認知されており、異業種へのキャリアパスとしても有効であるとの意見も聞かれた。

第四に、法整備の違いである。NZには旅行業法がなく、起業しやすい法整備がなされている点に加え、1974年に導入された事故補償制度⁶（通称「ACC」）がある。ACCは過失訴訟の原則禁止と引き換えに、事故による身体傷害等を、労災、交通事故等の原因に限定せず、包括的に補償する制度である。対象の範囲が広い点が特徴で、旅行で一時的にNZを訪問している外国人旅行者が事故にあった場合の医療費も適用となる。アウトドア環境におけるスポーツやレジャーが盛んなNZでは、過去に外国人旅行者の死亡事故も発生している。その際に制度が見直され、ハイリスクなアクティビティを提供するガイド会社に対しては外部監査を必須とする法律⁷を施行する等してAT旅行者の安全確保に一層注力してきた。他方で、AT旅行者の大半が外国人であるNZにとって、過失の判断基準や訴訟に対する考え方が異なる国との国際訴訟は、ATの事業化、発展の妨げになるとも考えられ、ACCのような法整備によりAT事業者が間接的に受ける裨益は大きいと考えられる。

6. 北海道におけるAT推進に向けた提言

以上の相違点を踏まえ、北海道におけるAT推進に向けて次の3点について提言したい。まず、大学生や専門学校生のインターンシップを通じた人材育成の試行である。人材確保に関する目指すべき姿は、AT産業に関心のある学生がその専門性を高め、北海道内のAT事業者就職する機会が充実することである。しかし、北海道では当該分野の高等教育機関が少なく、事業者も安定した就職先として選ばれる事業規模には至っていない。そこで、

大学や専門学校の長期休暇期間に、学生のインターンシップ受入先となり得る事業者に対して、理解と協力を働きかけ、人材育成と将来の人材確保に同時進行で取り組んでいくことを提唱する。このためには、現地での短期住居提供も含めた受入体制の整備等において公的機関との連携が必要となるだろう。

次に、北海道の現役ガイドが海外のAT事業者にOJTに行くための支援体制の構築である。外国人AT旅行者の対応、ニーズの理解、コミュニケーション能力を向上するために必要なことは、AT旅行者と触れ合い、ガイドの一連の流れを練習することである。まだAT旅行者が少ない北海道においては、練習機会が少ない。AT先進地へ赴き、1ヶ月でもAT事業者でOJTを行うことができれば、他言語でのコミュニケーションの練習ができ、事業発展に向けたアイデアも得ることができよう。

最後に、ガイド職の社会的認知向上を目指した情報発信方法の検討である。NZでは、アウトドアガイドが有するスキルセット（一連の技能）が社会で広く認知されており、自己成長やキャリアステップに有効であるとの意見を幾度も聞いた。アウトドアガイドという職業に求められる技能、さらに、暮らし方、働き方、事業の発展可能性も含め、魅力的な職業としてより広く社会で認知されるための効果的な情報発信方法の検討が必要である。

北海道を訪れる外国人旅行者の中には、都市と伝統文化が共生する日本のイメージと反し、広大な自然風景、アクティビティ、食、温泉、アイヌ等の異文化を発見し、北海道ファンになる方が多い。一方で、そうしたサービスを提供し、本質の良さをインタープリテーションするガイドがリピート客や口コミを増やす上で大きな役割を果たしていることを本調査で再確認した。北海道という地が、ATデスティネーションとして世界で認知されるためには、産業としての発展と産業を支える人材の育成が鍵となるといえるだろう。

世界防災フォーラム2019

東北大学災害科学国際研究所 教授
一般財団法人世界防災フォーラム 代表理事

小野 裕一

「世界防災フォーラム」は、東北・仙台で隔年開催されることが決まった市民参加型国際会議です。2017年、初めての「世界防災フォーラム」が開催され、42の国・地域から947名の方々が会議登録者として参加し、関連イベントを含むと延べ参加者数は1万人に達しました。そして第2回世界防災フォーラムも、今年11月の開催が決定しています。

私は本フォーラムの言い出しっぺであり、第1回フォーラムでは事務局長として働きました。2018年には、フォーラムの運営をしやすくするため「一般財団法人 世界防災フォーラム」を設立し、現在、同法人の代表理事をつとめています。本稿では、この世界防災フォーラムの背景と意義、特徴について述べ、ぜひ皆様にも興味を持っていただければと思います。

日本では、2011年東日本大震災の後も多く、海外でもさまざまな大規模災害が毎年発生しています。世界の災害死者数は頭打ち傾向にある一方、災害数や被害額は大幅に増えています。地球温暖化の

影響で、自然災害の激甚化も懸念されており、災害が地球規模課題となっている現在、世界防災フォーラムの場で国際的に災害教訓や防災手法を共有し、国籍を超えて防災に取り組むことには、大きな意義があると考えられます。

そして世界防災フォーラムを提案したのは、個人的な思いもありました。私は気候学・風災害を専門とし、大学院生時代に発展途上の竜巻防災をテーマに研究を行った後、国連職員として国際防災政策に携わるようになりました。2005年第2回国連防災世界会議には事務局側で参加し、インド洋津波警報システム整備やアジア・太平洋地域の防災政策の立案の責任者もつとめました。

国連で、日本の防災の優れた面を世界に広げたいと思いながら働いていた私にとって、約2万人の死者・行方不明者を出した東日本大震災は、本当に衝撃でした。このような大災害が、防災先進国・日本で起こるとは予想していなかったのです。その後、東北被災地調査に赴きましたが、被災者の方から、経験された悲惨な出来事について直接話を伺いながら、防災で飯を食べていた者として、つらく、申し訳なく、ただ恥じ入る思いでした。

東北のために何かできることはないか悩んだ結果、国連職員を辞し、2012年、東北大学の教員として第二の人生を歩むことに決めました。東北が震災復興のまさに途上にある2015年、仙台にて第3回国連防災世界会議が開かれました。東北大学は全面的に支援を行いました。私も、会議の前段階で開催される国連専門家会合を東北大学に誘致するために働きかけたり、会合に出席して新たな防災指



第1回世界防災フォーラムの口頭セッションの様相

針に入れ込むべき内容について具体的な主張を行ったりなど、東北大学側として尽力しました。

第3回国連会議では、2030年まで有効な世界の防災指針「仙台防災枠組」が策定され成功裡に終了し、会議をホストした地元・仙台でも防災機運が高まりました。しかし、この後何もしなければ、年月とともに機運は過去のものになってしまうかもしれません。この会議を打ち上げ花火に終わらせてはいけない、この成果を東北の地で受け止めて発展させ、東北復興にもつなげられるような仕組みができないかと考えました。その末に提案したのが世界防災フォーラムでした。

たとえば、「仙台防災枠組」は各国の大まかな防災方針を示すのみで、それをどう具体的に実施していくかは、防災の当事者たちがそれぞれ考える仕様になっていますが、この仙台防災枠組を具体的に実施するアイデアを、世界防災フォーラムで創出していくのはどうか。このフォーラムの場に、世界中の最新の防災の知恵を集めると同時に、東日本大震災の教訓も世界に伝えていくのはどうか。そうすれば、東北、日本、そして世界の防災に寄与することができ、最終的には、東日本大震災という災いを転じて福となせるのではないか。

この考えを夢物語と捉えた人もいましたが、幸い多くの方が賛同くださいました。実現に



フラッシュ・トークの様

至るまで多くの紆余曲折はありましたが、さまざまな方々のご支援・ご協力をいただき、第一回フォーラムは大盛況のうちに閉幕することができました。皆が良いと考え、できると思えば、本当に実現するのだ、とわかった瞬間でした。

世界防災フォーラムには、ほかの国際会議と違う特徴があります。まずは参加者の多様性です。多くの会議は、専門家のみが議論する場となっていますが、世界防災フォーラムは、産・官・学・民の、およそ防災に関心・関係がある人すべてを対象とします。この多様性を生かした自由闊達な意見交換を特に重視しています。理論ではなく、具体的な解決策の創出を目指すのも特徴です。また、私は、防災にはソフト面・ハード面双方の施策とともに「ハート」も不可欠で、理性だけでなく感性も重要と考え、第1回世界防災フォーラムには、防災に関係する東北の地域芸能や文化芸術要素も盛り込みました。

第2回世界防災フォーラムは、11月9～12日、仙台国際センターおよび東北大学萩ホールにて実施予定で、現在鋭意準備中です。今回は特に、海外からの会議登録者の割合を大幅に増やす目標を立てています。「国際」と銘打ってはいても、実質は国内参加者が大勢を占め、内輪の議論に終始する国際会議は多々あります。世界防災フォーラムが真に発展するためには、今後どれだけ多様な国・地域の



ポスターセッションの様



人々が、東北で開催されるこの会議に価値を見出し、実際に参加を決めてくださるか、が

勝負です。そして、第2回のは、東日本大震災からの復興10年、その後の第3回フォーラムを見据えて、尽力していきたいと思いません。

第2回フォーラムの本体会議登録は有料（高校生以下は無料）で、基本的に英語ですが、どなたでも参加可能です。本体会議とともに、「震災対策技術展」「仙台防災未来フォーラム」も同時開催され、こちらは日本語で無料です。第2回フォーラムには、すでに、国際機関、ドナー、各国政府、学術関係者、企業、NGO、メディア、一般市民等、さまざまな方々が参加予定です。本稿をお読みの皆さまにも、ぜひ興味を持っていただき、お越しいただきたいと願っております。

最後になりますが、世界防災フォーラムの運営は、企業や個人の方々からのご理解と温かいご支援により、非営利で行っております。応援してもよいと思われる方は、ぜひ、一般財団法人・世界防災フォーラムまでご一報いただけましたら幸いです。

炭鉱・鉱山と地域

第1回 はじめに：なぜ炭鉱・鉱山をいま取り上げるのか

中央大学法学部

教授 中澤秀雄

筆者らが昨年上梓した書籍『炭鉱と「日本の奇跡」』（中澤・嶋崎 2018）に注目下さった NETT 編集部のご好意により、今号より 8 回にわたって連載させて頂くことになった。北海道・東北地方は歴史的には鉱山資源に恵まれているが、大部分の地下資源は昭和期までに掘り尽くされ、閉山後の地域再生に苦勞している自治体も多い。その極端な例として、かつての炭都・夕張の苦境は周知の通りである。しかし世界的には、鉱山の長い歴史を文化資源として捉える動きが 21 世紀になって盛んで（産業考古学という分野の活況がその裏付けとなっている）、ユネスコ世界遺産認定の範囲は自然・文化のみならず産業遺産に拡張されるに至った。イギリス（ブレナボン製鉄・炭鉱遺構など）、ドイツ（ツォルフェライン堅坑槽など）、フランス（ノール・パ・ド・カレ鉱業盆地）、ベルギー（ワロン地方の鉱業遺跡）、そして日本（石見銀山および「明治日本の産業革命遺産」）で 2015 年までに相次いで鉱山遺構が世界遺産に認定されている。またユネスコには文書資料等を対象にした「世界の記憶（Memory of the World）」という枠組み

もあり、福岡県田川市の山本作兵衛炭坑画コレクションが 2011 年に日本で初めて、登録されている。北海道・東北地方では、釜石市の橋野鉄鉱山が上記「明治日本の産業革命遺産」23 資産の一つに含まれている。また、やや対象を拡張して言えば、三陸諸金山から運ばれた黄金で飾られた金色堂が奥州藤原氏の繁栄の象徴となった中尊寺なども「平泉－仏国土（浄土）を表す建築・庭園および考古学的遺産群」として世界遺産に登録されている（2011 年）。国内レベルでは、文化庁選定の「日本遺産」令和元年の認定 30 件に北海道・東北の鉱山関係 2 テーマが含まれている（本年 5 月）。「本邦国策を北海道に観よ！一北の産業革命『炭鉄港』一」（赤平市、小樽市、室蘭市、夕張市、岩見沢市、美唄市、芦別市、三笠市、栗山町、月形町、沼田町、安平町）および「みちのく GOLD 浪漫－黄金の国ジパング、産金はじめりの地をたどる－」（気仙沼市、南三陸町、涌谷町、陸前高田市、平泉町）である。日本遺産に認定された資産と部分的に重なるが、経済産業省の「近代化産業遺産」に選ばれた鉱山遺産・遺構は北海道・東北に多く存

表 1 「近代化産業遺産」に選出された北海道・東北の鉱山関係資産

名称	認定枠組	構成資産所在地
我が国の近代化を支えた北海道産炭地域の歩みを物語る近代化産業遺産群	METI 近代化産業遺産群 33（平成19年度）	夕張市、羽幌町、釧路市、小樽市、札幌市東区、岩見沢市、室蘭市、三笠市、美唄市
有数の金属供給源として近代化に貢献した東北地方の鉱業の歩みを物語る近代化産業遺産群	METI 近代化産業遺産群 33（平成19年度）	小坂町、鹿角市、北秋田市、湯沢市、八幡平市、栗原市
京浜工業地帯の重工業化と地域の経済発展を支えた常磐地域の鉱工業の歩みを物語る近代化産業遺産群	METI 近代化産業遺産群 33（平成19年度）	いわき市、（茨城県北茨城市・日立市）

出所：経済産業省 HP から筆者作成。

在する（表1）。

筆者たちの研究グループ「産炭地研究会」は、鉱山・炭鉱の長い歴史がもつ文化的意義を掘り起こし、文化資源として学問的に体系化することを目指して2008年に結成された。10年にわたって研究を継続してきた成果の一部を連載として整理する機会を頂いたので、地域再生に奮闘する方々に何らかのヒントとなるような材料を提供できればと願っている。したがって次回以降の連載の内容は、しばしば北海道・東北地方から飛び出して西南日本やときには海外の実践を紹介することになるが、ご了承頂きたい。今後予定している内容は以下の通りである。

第2回 炭鉱と高度成長：常磐炭田の閉山タイミング

第3回 圧縮された盛衰サイクル：自然に取り返された北海道の諸炭田

第4回 千年の持続と東北金属鉱山：三陸金山を中心に

第5回 都市基盤と炭鉱：釧路・赤平を中心に

第6回 産業史と労働者コミュニティ：ショーケースとしての三池

第7回 文化資源としての鉱山：九州と台湾

第8回 まとめ：鉱山から照射できる東アジア産業史

連載初回となる本稿では、そもそも炭鉱・鉱山はどのような経済学的・経営学的特質を持っているのか、それを受けて産炭地や鉱山の地理的・歴史的配置はどうなっているのか、これら炭鉱・鉱山の近くに形成された集落がどのような性質を持っているのか、先行研究を踏まえ概説しておきたい。なお、本連載では「鉱山」といった場合には主として炭鉱（石炭鉱山）と金属鉱山（金・銀・銅・レアメタル等を掘り出す鉱山）を包括する概念として使用するが、炭鉱を論じる回が多いので、強調の意味で見出しレベルでは「炭鉱・鉱山」と表記する。なお、非金属の資源鉱山として硫黄鉱山などがあり、東洋一を誇った松尾硫

黄鉱山（岩手県）など東北日本には非金属鉱山も多いが、本連載では扱わない。用語法に関してもう一つ付言すると、「炭鉱」「炭坑」「炭硯」も今後使い分ける。一般に機械化された戦後の比較的大きな石炭鉱山は「炭鉱」、それ以前の小規模炭鉱は「炭坑」と使い分ける（したがって、筑豊炭田や、筑豊を念頭に置く文学畑では今も「炭坑」の字がよく用いられる。山本作兵衛炭「坑」画コレクションという表記は、この事情を反映している）。「炭硯」の字は、社名などの固有名詞としてのみ用いられるが、石炭が石の一種であることを考えれば、最も妥当な漢字選択ではある。

炭鉱・鉱山産業の経営的特質

有限の地下資源を扱う産業は、いつか終掘する宿命にあるのは当然であるが、たとえ地下深くに鉱脈が残されていても、それを掘り出し地上まで運搬するコストとリスクを考慮した時、切羽（掘り出す現場）が一定以下に深くなると閉山を決断せざるを得ないことが、一般的である（日本の炭鉱の場合、北海道・幌内炭鉱の標高マイナス1kmが限界で、それより深く掘った例はない）。日本石炭産業の場合には近代技術と資本を投下して20世紀末まで坑内採掘を続けたので（なお、例外として釧路コールマインKCMは現在でも採掘を続けている。連載第5回）、この閉山決断が大きな政治的・経営的争点となり、労働組合等が「閉山阻止闘争」を組んで新聞の見出しを飾ることが多かった。

これ以外にも、石炭産業には以下のような経営学的リスクがある。(1)長期保存に向かず、市場の需要変動に対応しきれないこと。石炭は採炭・選炭後に長期にわたり貯蔵しておくとも自然発火しやすいので、需要者である電力・鉄鋼産業の意向・動向にあわせてリアルタイムに採掘量を調整できれば理想的であるが、実際には地下採掘は様々な職種が関わる複雑なプロセスで、簡単に生産量の調整が

できない。そのため、需要者に対する価格交渉力が弱く、市場変動に対して脆弱である。

(2)資本投下量と生産システム、それに伴う社会生活の体系が巨大・複雑であること。先述したように坑内掘り炭鉱は坑内・坑外で多くの職種が絡み合う複合産業で「総合商社」とも言われる。どの炭鉱にも存在する職種として、掘進、採炭、坑道維持（仕線）、測量、電気・機械、選炭、運搬、労務人事など幅広い専門性を持っており、また坑外にも炭鉱の投資と富をあてにした生産・生活サービス業が幅広く展開した。それゆえ炭鉱社会には自己完結性があった（生産・生活に必要な大抵の事柄は、炭鉱社会が自前で処理できた）。これは経営側から見れば、必要な投資額と日常のランニングコスト及び損益分岐点が高く、何かトラブルに遭遇したときに財務的に脆弱であるということの意味する。

(3)需要地と採掘地が離れている場合が多いこと。地殻変動の影響を受けて（豊富に植物遺骸が含まれる特定の地層に、ある条件の高温・圧力が持続的にかかった場合に石炭化する）石炭層が形成されている以上、石炭層が大都市の近くにある確率は低く、日本列島の場合には、山脈周辺や海底下といった場所が炭田となる。このような遠隔地から需要地である大都市や発電所まで石炭を輸送する仕事は、基本的に炭鉱会社の責務となる。このため、石炭採掘業は輸送コストとセットで考えねばならず、輸入炭など他資源との価格競争上、不利となりがちである。

今はなき北海道拓殖銀行調査部が1955年に発行したレポート「石炭鉱業の問題点」（北海道拓殖銀行調査部 1955）では、以上の点を含め石炭産業の経営的不利を端的に以下の5点にまとめ「石炭の敗北」という見出しの下で論じている。A 労務関係事項の至難な企業であること B 石炭は取扱上不利な商品であること C 経営に弾力性がなく景気変動を最も不利に受ける企業であること D 石炭の生産原価は毎年上昇する傾向があること E 石炭

は今後大幅な価格上昇を期待できない商品であること。このように、坑内掘り石炭産業の行き詰まりは昭和30年代には既に見通されており、常磐・宇部などの炭田では早期に産業転換が図られた。しかし北海道では良質の鉱脈が眠っていたことから、「スクラップ・アンド・ビルド」のうち後者のビルド炭鉱と位置づけられた大規模な機械化炭鉱が操業を続け、それゆえ昭和末期には炭鉱に関する社会問題は北海道に集中することになる（本連載第3回等で論じる）。

一方、金属鉱山については炭鉱と状況が異なり、希少金属であればあるほど、代替資源もないことからコストをかけても掘り続ける意味が生まれる。貴金属山やレアメタル鉱山はその典型であり、現役鉱山は国内になお複数存在する。ただし、金銀山などは古代からその存在が注目され、ときの権力者が経営に力を注いだので、歴史上の早い段階で掘り尽くされ、今日では痕跡・記録を確認することが困難なものも多い。とりわけ奈良大仏を覆い平泉を飾った黄金の供給源となった東北地方の金山は、おおむね近世までに終掘しており、近年ではその歴史を遺産として復活させようとする市民運動も展開されているものの（本連載第4回）、記録・記憶の掘り起こしは容易ではない。

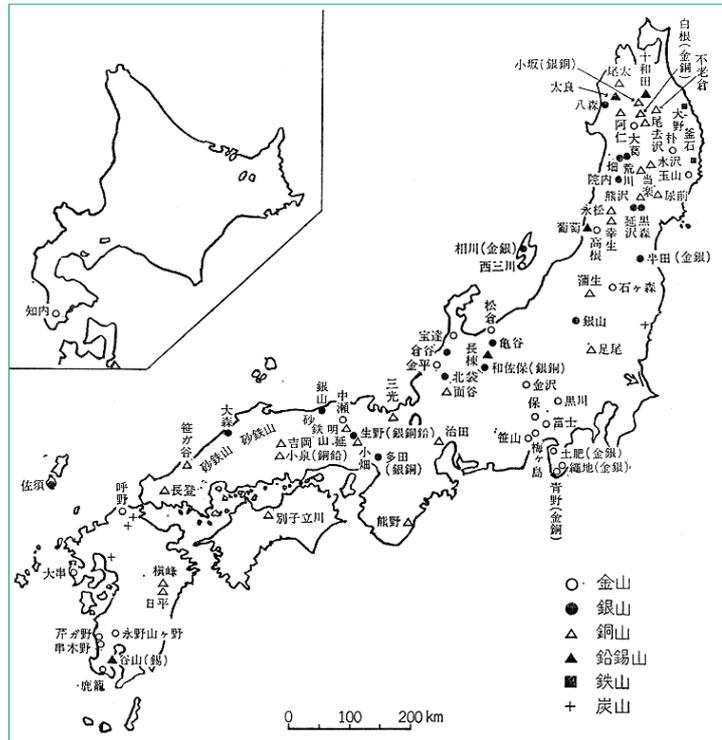
炭鉱・鉱山の地理と歴史

図1は近世における重要鉱山の分布を示したものの、図2は近現代の炭田（炭層・炭鉱の存在する地域）の分布を示したものである。先述のように金属鉱山は早くに終掘したのも多いので、図1では19世紀中期までの鉱山を示している。図1にも今日の三池・筑豊・常磐に相当する「炭山」は示されてはいるが、江戸期までの石炭の重要性の低さを反映して命名されておらず（近世までは、地元の農漁民が地面にごく近い部分を「狸掘り」といわれる原始的な手法で採掘していた場合が多く、

石炭鉱山として経営されているとは言えない状態であった)、また図2にある石狩・釧路・大嶺宇部等の炭田は未発見のため図1には記載されていない。

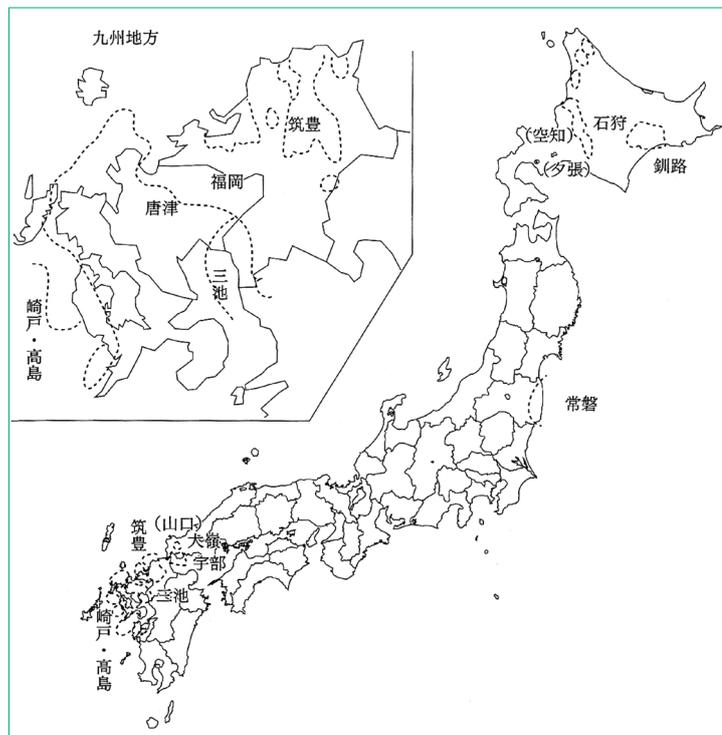
なお東北地方では炭田は常磐及び南秋田の一部以外には、存在しない。しかし、亜炭(泥炭とも言われる。純粋な石炭よりもカロリーが低く、不純物が多い)炭鉱は東北各地に広く見られ、高度成長期以前までは露天掘りに近い形で細々と採掘されていたようだ。その記憶を復元することは学術研究上の課題の一つである。せんだいメディアテークがアーティスト伊達伸明のプロジェクトとして『亜炭香報』と題する情報紙を10号ほど発行した試み(2012-2016年)は、この未完の課題への挑戦として興味深い。

図1 16-19世紀中期の重要鉱山分布図



出典：小葉田 淳『日本鉱山史の研究』, P4.

図2 日本の主要産炭地



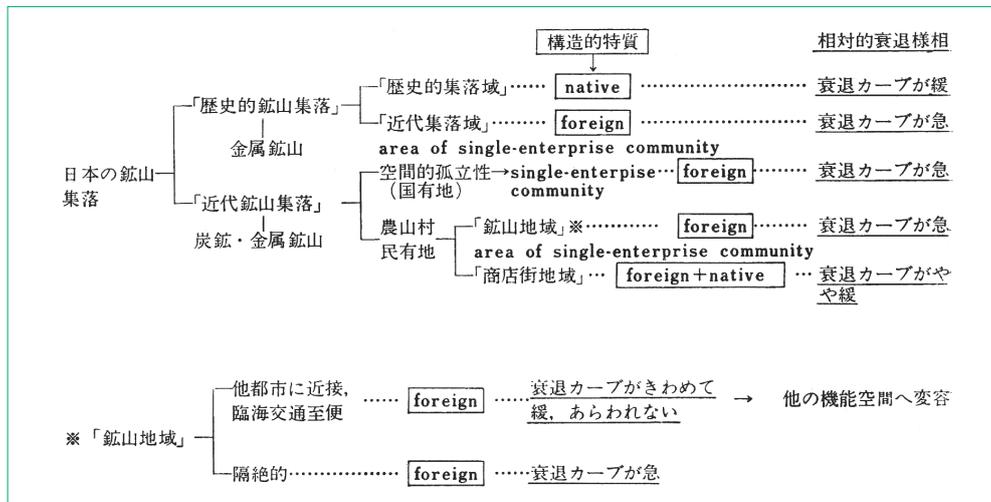
* フランス鉱山試験協会編『日本石炭鉱業に関するソフレミン報告書』(通商産業省石炭局/日本石炭協会訳、日本石炭協会、1958年)をもとに改訂。
出典：中澤・嶋崎 (2018)、P16。

炭鉱・鉱山集落の特徴

前述のように日本の鉱脈は山地や海底下に存在することが殆どなので、地下資源を掘り出すための坑口も、人里離れた場所に設定されることが多い。一方で20世紀前半まで鉱山・炭鉱は典型的な労働集約型産業であり、多くの労働力を必要としたから、必然的に労働者のために坑口近くに人工的に集落を設定する必要が生じる。

これら炭鉱・鉱山集落には顕著な特徴がある。既に論じた自己完結性と、資本依存性と、独特の連帯感である。とりわけ近現代の炭鉱においては、国から鉱区の設定を受けた巨大資本が山深い土地に一から町を設定する 경우가多く、図

図3 日本の鉱山集落の衰退パターン



出展：川崎（1978），P460.

3にいう“single-enterprise community”（単一企業都市）、いわゆる企業城下町となる。その繁栄に引き寄せられて立地する一部商店や、人が住むことで設置される公的サービス以外は、鉱山企業が住民生活を丸抱えする。すなわち企業と住民の生産・消費に関連する裾野の広いサービスが鉱山企業から提供される。この総合商社としての特徴は、次回取り上げる常磐炭田などが閉山後産業転換していくにあたり、大きな手がかりとなった。

ところで図3の本来の目的は、炭鉱・鉱山集落が閉山後、どのような衰退パターンを示すかを分類することである。作図者の川崎茂によれば、近世以前に開発された「歴史的鉱山集落」の中でも古くから存在し内発的（native）な性格をもつ「歴史的集落域」では、鉱山の閉山後も集落が維持され緩やかな衰退となる場合が多い。生野銀山集落はその典型であろう。これに対し、近代になってから開発された「近代的鉱山集落の鉱山地域」または「歴史的鉱山集落中の近代集落域」では、閉山後の衰退が著しい。とくに前者は、地下資源を掘り出すために、外来的（foreign）性格を持つ資本が町そのものを構築した single-enterprise community という側面を持つので、鉱山閉山と同時に消滅する事例すらあ

る。我々はその例を、連載第3回で北海道において目撃するだろう。ただし鉱山地域の中でも、他都市に隣接したり交通至便であったりすると、例外たりうる。炭鉱マンたちが「都市炭鉱」という言い方をする赤平や釧路、常磐、宇部がこれにあたる。常磐や宇部は高度成長期に閉山した上に、太平洋ベルト地帯に近接している立地論上の有利があったので、産業転換が容易だった（本連載第2回）。赤平や釧路は、炭鉱以外の要素も持っている地方都市だったので、やはり例外的に、衰退カーブが緩やかだった（本連載第5回）。このように、立地によって衰退パターンが異なる点も、旧産炭地の再生を考えるうえで、まず押さえないといけない点である。旧産炭地をひとしなみに論じる雑な議論がよく見られるので、本連載では予め注意を促しておいた。それでは次号より、個別具体的な炭鉱・鉱山と地域社会について紹介・分析していきたい。

文献

北海道拓殖銀行調査部（1955）『調査資料 第31集 石炭鉱業の問題点』北海道拓殖銀行
 川崎茂（1978）『日本の鉱山集落』大明堂
 中澤秀雄・嶋崎尚子編（2018）『炭鉱と「日本の奇跡」』青弓社

幕末・維新 北方の群像

第8回 一藩士が体験した戦場

東北大学大学院文学研究科

学術研究員 栗原伸一郎

戊辰戦争では、新政府の主導者だけではなく、奥羽越列藩同盟の中心になった人々も新国家のあり方を論じ、互いの大義名分を掲げて戦った。だが、実際の戦争に動員されたのは、名もなき藩士たちや百姓たちであった。

仙台藩に田丸千代之輔たまるちよのすけという藩士がいる。禄高は36石2斗5升で、本吉郡大島村（宮城県気仙沼市）に在郷屋敷を有していた。田丸は仙台藩直臣部隊の中核を担う大番組に属する大番士（侍）である。

田丸が属していた五番の大番組を率いていたのは、瀬上主膳せのうえしゅぜん（景範）という人物である。瀬上は奥羽に戦火が拡大していく重要な局面に登場する。瀬上隊に属した田丸は、どのような体験をしたのか。ここでは、田丸が残した「陣中日誌」（宮城県図書館所蔵マイクロフィルム）を追いながら、一藩士の目から見た戦場の様子をみていこう。

1 出陣

慶応4年（1868）3月、新政府から会津征討出兵を命じられていた仙台藩は、藩内に陣触れを出した。仙台藩は兵を分散し、会津藩境にある複数の峠から進攻する計画を立てた。その第四陣を命じられたのが瀬上主膳である。

3月13日、大番士の職務である仙台城警備に関する命令が来ないことに不審をいだいた田丸は、在郷屋敷から親類の家に向かった。そこで藩主伊達慶邦だてよしくにに会津征討が命じられたことを知った田丸は、帰宅して出陣の準備を整えた。19日、村人30人に見送られ、田丸は仙台へと向かった。

4月4日、田丸たち五番の大番組の面々は、

瀬上の屋敷に集合したのち、隊列を組んで仙台城に登城した。瀬上隊の主な陣容は、組頭（小隊長）4人、目付使番2人、軍目付2人、「大炮方」（大砲隊）18人、一番小隊40人、二番小隊41人、三番小隊42人、鼓手9人、旗添2人、四番遊撃隊54人、徒目付20人、陣場方5人、勘定人3人、兵糧方1人、作事方横目1人、医者2人、徒卒202人、足軽組頭15人であった。

このうち、一番から三番小隊は「西洋銃隊」、遊撃隊は刀・槍・弓・鉄砲・長刀など各人の得意なものを武器とする部隊で、田丸は三番小隊に属する銃士である。

本丸は出陣者でござった返し、畳や襖を取り除いていたため「籠城同様のありさま」であった。4月6日、田丸は慶邦に拝謁したのち、土湯口（福島市）に向け出陣した。出陣の際、数十本の旗が風になびき、「勇勢」の堂々たる出陣であったと田丸は記している。23歳の田丸は、これが初陣であった。

田丸は藩境を越えて伊達郡を行軍するなかで、道中にある「古跡」に目を奪われた。4月12日、藤田宿で田丸は南にそびえる霊山りょうぜん（福島県伊達市・相馬市）を眺めた。田丸は霊山について、南北朝時代に「正統の天子」に味方して忠勤を励んだ「奥州の探題」（実際は陸奥守・鎮守府將軍などを歴任きたばたけあきいえ）の北畠顕家の城であるとした。田丸は、祖先が仕えた旧主君が北畠であるとして、「古をおもへいたし考、涙袖をしばり申候」と記した。

また、田丸は桑折宿に逗留し、源義経の従者であった佐藤繼信・忠信兄弟の菩提寺とされる医王寺（福島市飯坂町）に出向き、ゆかりの品々を見物した。そして、万正寺村（桑



折町)では、伊達家の始祖で源頼朝に従った朝宗(念西)を供養する五輪塔を見ている。

伊達家は奥州探題を務めたこともあり、幕末期には鎮守府将軍を自任していた。田丸は伊達家・田丸家・奥羽の歴史に思いを寄せた。

2 討つべき相手

4月17日、田丸たちは信夫郡荒井村(福島市)に到着した。土湯口には大番組のほか極楽院の農兵隊も布陣していた。極楽院とは伊達植宗の息子・宗栄が天文3年(1534)に入嗣した伊達郡の修験寺である。戊辰戦争では伊達家ゆかりの人々が仙台兵として参戦した。

その夜、夜襲が計画された。田丸たちは残雪が見られる険しい山道を行軍し、「敵国要害」にたどり着いた。砲戦が始まるも会津兵が撤退したため、田丸たちは土湯へ帰陣した。

4月19日、三番小隊は隣接する岳湯口から進軍した。土湯口を進軍した一番小隊は会津兵と交戦したが、三番小隊は行路の地形が険しく、兵が疲労し、加えて兵力不足であったことから撤退した。

その夜、現地に到着した長州藩の野村十郎は仙台兵の行動に激怒した。泥酔した野村は「仙藩は腰抜け」「臆病」と罵りながら、刀を抜いて縁側の柱を切り込み、庭の植木を切り散らした。側にいた仙台兵は、戦になるかどうか実際に検分してほしいと野村に提案した。

翌日、仙台兵が「険道」を野村に案内した。すると野村は、聞きしに勝る「おそろしき険道なり」と漏らし、攻撃路の変更を命じた。「すごすご戻りたるとぞいとおかしく」というのが、田丸の感想である。

4月24日、三番小隊は二番小隊と交替し、田丸は荒井村へ帰陣した。休息を与えられた田丸は「風土見分」のため、近くの鳥渡山王に参詣した。26日、瀬上主膳から各小隊長へ、会津藩が歎願のため白石本陣に使節を派遣してきているとの通達があった。これによって、戦闘は休止となった。以降、田丸は信夫郡上

名倉村(福島市)の長勝寺に宿陣し、閏4月19日まで交替で土湯口の番兵を務めた。

この間、事態は劇的に転換していた。水面下で会津藩と交渉を展開していた仙台藩は、会津藩と手を結ぶことを決め、薩長兵を打ち払うことを視野に入れ、会津救済のための白石会議を開いた。そして、瀬上の指揮のもと、一番小隊の姉齒武之進(景隆)と投機隊(剣術の練達者の部隊)の赤坂幸太夫・田辺蘭吉らが福島城下で参謀の世良修蔵を襲撃し、閏4月20日未明に殺害したのである。田丸は日記に、世良は仙台藩に会津を討たせ疲労させた後、薩長軍が仙台を攻撃する「密策」を立てていたと記した。

閏4月20日、土湯口の瀬上隊に引き揚げが命じられた。世良を討ち取ったことを受けて、「残賊」に用心するため福島城下の番兵を務めることになったのである。翌21日、田丸たちが福島町外の関門を警備していると、馬に乗った野村十郎がやってきた。田丸たちは野村を町内に誘導し、合図とともに田辺蘭吉が抜き打ちに切りかけ、打ち取った。

閏4月25日には、会津藩隊長の一柳四郎左衛門が福島城下に到り、仙台藩の福島軍事局に援軍を要請した。「薩長の賊軍」が「奥州方を討亡さん」ために白河に迫りつつあるというのである。一柳隊は土湯口で瀬上隊が交戦した相手であった。1ヶ月の間に討つべき「敵」は会津から薩長に一転していた。



仙台藩の軍事局が置かれた長楽寺(福島市)

(筆写撮影)

3 白河の戦い

瀬上隊は一柳隊と隊列を組んで出陣し、閏4月28日に白河に到着した。白河城の城門には、25日の戦闘で討ち取られた薩長兵の首が晒されていた。29日、仙台兵は戦闘で疲弊していた会津兵と交代し、白河城周辺の街道に布陣した。本道である白坂口（稲荷山付近）には一番小隊・三番小隊・大砲隊、棚倉口（雷神山・桜町関門）には二番小隊や伊達極楽院隊など、城西に位置する天神山（立石山）には総指揮官である参謀の坂本大炊（隆中）や狙撃隊などである。なお、銃隊以外は藩境や海岸の警備に変更されていたためか、土湯口に出陣した遊撃隊の兵士は、半分以上が参謀していない。田丸たちは篝火を焚き、夜を徹して警備にあたった。

5月1日（太陽暦6月20日）の朝、白河は雨であった。田丸たちが兵糧を準備しようとしていると、南方の小丸山から放たれた「ライフルカノン」の砲弾が、陣屋後ろの大杉に命中し、田丸は「雷の落懸る如く地響」を感じた。大砲を合図として、新政府軍は小丸山より「雲霞のごとく」銃撃を始めた。田丸はこれを「ミニル鉄砲」（前装式ライフル銃）であったとしている。「すわや、敵兵寄来るぞや」と、田丸は戦場に向かった。



白河小峰城

閏4月20日、会津軍と旧幕府軍が奪取するが、5月1日の戦いで陥落した。以降、列藩同盟軍が奪還を目指して幾度も進攻し、白河は奥羽戊辰戦争の最大規模の激戦地となった。（筆写撮影）

仙台兵も応戦し、田丸は40～50発ほど銃弾を撃った。初めて体験した戦場を、田丸は「敵味方手負死人泣叫ぶ声、胸を轟し、目も当られぬありさまなり」と記している。

戦いのなか、「田丸、田丸……」と呼ぶ声が聞こえた。声の方に向かうと、斥候に出ていた青木惣平（三番小隊）が仰向けに倒れていた。青木は田丸が兄弟同様に交わっていた大番士である。胸から背中に弾が貫通し、身動きが取れなくなっていた青木は、白河町に設けられた病営に運んでほしいと田丸に懇願した。他の味方は青木に見向きもせず、銃撃戦を展開している。「武士の義道、黙止しがたきとは此の場所なり」と、田丸は青木を肩にかけ、地を這うように銃弾の下を病営に運んだ。病営には兄の青木長十郎（三番小隊）もやってきて、この恩は生涯忘れないと田丸に感謝した。

田丸はこのまま病営にいては、戦場から逃げたと吹聴されると考え、藩の医師に後事を托して、戦場に戻った。途中、会津兵の陣で、ごま塩の握り飯を作っているのが目に入り、仙台兵であることを申し出て、兵糧として鮭の塩引きを分けてもらった。更に行くと、会津兵を追ってきた薩長兵に遭遇した。薩長兵の銃弾が会津兵に命中していく。薩長兵に「あれ（は）仙藩、逃すな」と追いかけられた田丸は、町裏の土蔵の陰に身を隠した。

周囲を見れば、各方面の防衛線は破れて、新政府軍は周辺の山を占拠し、銃弾を撃ちかけていた。新政府軍は田丸たちがいた稲荷山から攻めると見せかけ、左右から進攻していたのである。坂本大炊や姉齒武之進も戦死し、仙台兵は総崩れとなっていた。

田丸は梶田運太夫・目々沢貞治・鈴木喜七郎（いずれも三番小隊）と行動を共にし、敵兵が少なく見える本天神山（稲荷山）を目指すことにした。途中の藪のなかで、桑原覚左衛門（一番小隊）に遭遇した。桑原は目が「きょろり」としており、土色の顔をして全く話さない。そこにやってきた内崎忠之助（一



常宣寺の阿部内膳の墓（白河市）

棚倉藩の阿部内膳は、のちに「十六ささげ」と称される藩兵を率いて桜町関門を守ったが、戦死した。
（筆写撮影）

番小隊）は、桑原を「臆病の印、腰抜ものなり」と断じ、敵に捕まり、なぶり殺しになっては不憫だと言った。5人は相談し、内崎が桑原の首を斬った。田丸は涙を流した。内崎は桑原の家への「土産」だとして、その髪を切り、本天神山へ登った。しかし、内崎もまた戦死を遂げた。

白河の町は三方より火をかけられ、炎上していた。田丸たち4人は藪のなかに身を隠し、会津藩より分けてもらった兵糧を食べていた。そこに、敵の番兵が近づいてきた。戦うべしという者もいたが、田丸は命あつての物種ではないかと説得した。番兵は藪に向かって発砲し、目々沢の体を銃弾がかすめた。

4人は意を決し、本町の関門に抜刀して切り込んだ。田丸たちは「飛鳥の如く」関門を破り、白河城の後背の阿武隈川へ走った。そして、田丸は3人とはぐれながらも、阿武隈川の浅瀬を渡り切った。田丸は日記に記す。

漸く仙台の生国へ無事にて罷帰り、両親へ只今罷帰り候と今見る様に思われ、蘇生の心地、飛び立つばかりに悦び申候

二本松は白河より撤退した敗残兵で溢れていた。青木も会津兵によって二本松の陣に運ばれてきていた。そこで田丸はさまざまな話

を聞く。会津兵と思しき人物は、田丸に「命よりおしきものは世にこれ無し」と話した。また、会津兵が敵兵に生け捕りになり、「思い知れ」という言葉とともに腹を切り捌かれ、肝を食べられたという噂も耳にした。

瀬上隊は引き揚げを命じられ、田丸は無事仙台に帰還した。青木惣平を助けたことで、田丸は慶邦から褒美を与えられた。15日間の暇が与えられた田丸は、塩竈神社に御礼参りをし、戦死した兵士から預かっていた品を届け、6月8日に大島村の在郷屋敷に帰宅した。

帰宅すると田丸は、見聞したことを筆記しはじめた。

猶又急に出張仰せ付けらるべきにつき、

荒々日記を子孫に書き残し伝えるもの也
こうして田丸の体験は、「陣中日誌」として後世に伝わることになった。



会津藩士の戦死墓（白河市）

激戦地である稻荷山の山麓に建つ。5月1日の戦闘で、会津藩は副総督横山主税や一柳四郎左衛門などが戦死した。戦死墓は地元住民が戦後間もなく建立したもので、その隣には明治17年（1884）に建立された銷魂碑がある。
（筆写撮影）

主な参考文献

平重道『伊達政宗・戊辰戦争』（宝文堂、1969年）
保谷徹『戦争の日本史18 戊辰戦争』（吉川弘文館、2007年）

『戊辰白河戦争』（白河市／白河戊辰150周年記念事業実行委員会、2018年）

「大地の芸術祭」の里 旅のゲート 越後妻有里山現代美術館 [キナーレ]

NPO法人越後妻有里山協働機構
芝山 祐美

1. はじめに

越後妻有里山現代美術館 [キナーレ] (以下キナーレ) は、新潟県十日町市にある美術館施設です。施設名の「越後妻有」とは、新潟県南端の十日町市と津南町からなるエリアの呼称です。世界有数の豪雪地で、過疎高齢化が進む一方、国宝「火焰型土器」が遺された縄文の時代から、人々が暮らし、農業を通じて土地と関わってきた「里山」の歴史や文化と、四季の変化に彩られ、山河によって育まれた日本の原風景が今も残っています。

施設の構想のきっかけは、平成の市町村合併に向けた新潟県の地域振興計画「ニューにいがた里創プラン」です。十日町・川西・中里・松代・松之山・津南の6町村に採択された「越後妻有アートネットワークス構想」の中で、



原広司+アトリエファイ建築研究所
越後妻有里山現代美術館 [キナーレ] photo: Anzai

各地域の拠点となる施設を新設する「ステージ整備事業¹」の一環としてキナーレは誕生しました。十日町市の名称の由来にもなった「節季市²」をイメージし、圏域全体の人・モノ・情報が交差する場として計画されました。

建物は、建築家・原広司により設計され、2003年に竣工しました。JR 京都駅や梅田スカイビル、札幌ドームなどを手掛けた原の建築は、コンクリート打放し仕上げとガラスを多用し建造されています。一辺が72mの正方形形で、2階建ての回廊が屋根のない吹き抜けの中央部分をぐるりと囲んでいます。回廊の中央には池があり、水を湛えています。中東の市場から着想を得て、建築自体が自然を包括するものとして設計されました。池の水を排水してオープンエアの会場に転用し、イベントを開催することも可能です。また、正方形の一辺に接地して、奥行き76mの平屋の温泉棟が併設されています。日本でも珍しい“温泉付き”の美術館です。この「明石の湯」には、地域住民が多く訪れ、憩いの場となっています。

地域では、ここに来て下さいという「来なされ」と、地域の特産品の着物を着て下さいという「着なされ」の意味をかけた「キナーレ」の愛称で親しまれています。

2. 現代美術館としての再スタート

オープン当時、建物内には、「きもの歴史館」や「和荘工芸館」など、着物の町として

¹ ステージ事業の一環で作られた施設としてほかに、まつだい雪国農耕文化村センター「農舞台」(旧松代町)、「森の学校」キョロロ(旧松之山町)がある。

² 農家の人々が、主に冬期間の副業として民芸品などを持ち寄り開かれた歴史ある市

知られる地域ならではの工房や店舗が並び、十日町の着物について学ぶスペースにもなっていました。2012年に、現代美術館としてリニューアルオープンしました。2階の回廊を1周するように現代アートの常設作品が設置され、ミュージアムショップやカフェを備えた総合文化施設になりました。

2012年のオープン記念企画展は、クリスチャン・ボルタンスキーによる「No Man's Land」で、およそ16トンもの膨大な古着の山が、クレーンでつかみあげられ落とされる、壮大なインスタレーションを展開しました。その後も、施設内外を会場に、季節毎に企画展覧会を開催しています³。

2018年には、常設作品として、池にレアンドロ・エルリッヒ「Palimpsest : 空の池」が加わりました。

近年では、夏は、池の水を活かした「水あそび博覧会」を、冬には、池が雪で覆われ、雪をテーマに作品やあそび場を提供する「雪あそび博覧会」を開き、子どもたちにも好評を得ています。



クリスチャン・ボルタンスキー「No Man's Land」(2012)
Photo: Osamu Nakamura

3. 常設作品紹介

館内には、越後妻有の自然や風土をテーマに、国内外のアーティストが手掛けた体感型のアート作品が並んでいます。それぞれ、信濃川、豪雪、新潟の土、落葉広葉樹、集落、トンネルなどをモチーフに制作されています。トンネルをくぐり、木々の合間を縫って、まるで自然の中を散策する気分鑑賞できます。アートを通じて、越後妻有地域を紹介する展示空間になっています。

その中で、いくつかの作品をご紹介します。

レアンドロ・エルリッヒ

「Palimpsest : 空の池」

視覚トリックを使った作品で知られるアーティストが手掛けたダイナミックな作品。回廊中央の池に、空や建物が映っています。一見すると何の変哲もない光景が、鑑賞者が建物の2階に上がって池を眺めると、建物の鏡像が複層化している不可思議な現象に気づきます。そしてある地点から見た時、複層化した鏡像は完全に一致します。

ゲルダ・シュタイナー&ヨルク・レンツリンガー

「ゴースト・サテライト」

エントランスの吹き抜け空間を見上げると、アーティストが滞在中に収集した多様な「要らないもの」を織り交ぜて作られた、大小さまざまなオブジェが吊られています。それぞれのオブジェは、「人工衛星」を表しています。越後妻有を日本の中心から遠く離れて存在する衛生のようだ、と感じたアーティストは、「都市と越後妻有」の関係を、「地球と役

³ 主な企画展覧会

「大地を包む～繊維からの再考」展 (2013) アーティスト：眞田岳彦 ほか

「Lights in Snowland」(2014) アーティスト：大巻伸嗣、木村崇人、高橋匡太、中村敬、松尾高弘

「全ての場所が世界の真ん中-1/100,000の妻有」(2014) アーティスト：日比野克彦 ほか

「Beyond the Clouds-雲の向こうに」(2015) アーティスト：KOSUGEI-16 ほか

「蔡國強 蓬莱山-Penglai / Hōrai」(2015) アーティスト：蔡國強

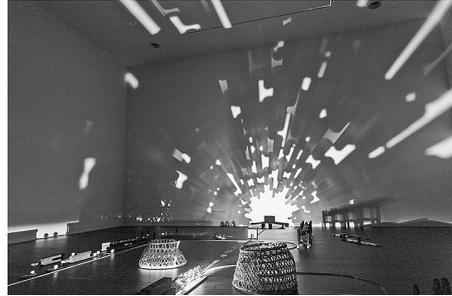
「物質の夢想」(2016) アーティスト：田中奈緒子

割を終えた無数の人工衛星」との関係になぞらえました。よく見ると、懐かしい古い道具や日用品を組み合わせて作られていますので、じっくりと楽しめます。



ゲルダ・シュタイナー&ヨルク・レンツリンガー
「ゴーストサテライト」 Photo: Osamu Nakamura

知られる地域にちなみ、使われなくなった機織りの道具や部品が配置されています。その影が壁面を移ろい、まるでこの地域を旅する車窓からの風景のように、映像として現れます。



クワクポリョウタ
「Lost#6」 Photo: Osamu Nakamura

マッシモ・バルトリーニ feat. ロレンツォ・ピニ 「○ in □」

カフェでもある空間は、地域の資源である信濃川をテーマに、デザインされています。真四角の建築に対し、丸の要素を取り入れました。天井の丸いモビールは信濃川の水面のきらめきを、球状の照明は、雲を表します。丸いテーブルにはひと筋の線が描かれ、全てのテーブルをつなげると、信濃川の軌跡が現れます。弧を描く本棚には、地域の人から寄せられる民具、資料、本で構成されています。



マッシモ・バルトリーニ feat. ロレンツォ・ピニ
「○ in □」 Photo: Osamu Nakamura

クワクポリョウタ 「Lost#6」

暗室の中、小さな灯りを灯した手のひらサイズの電車が走っています。線路の周りには、かつて繊維業が盛んで、「着物のまち」として

4. 「大地の芸術祭」のメインステージ

キナーレは、越後妻有地域で行われる「大地の芸術祭」のメインステージでもあります。ここで、キナーレ誕生の背景ともなる「大地の芸術祭」について触れておきます。

「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」は、2000年から3年に1度、夏に開催される世界最大級の国際芸術祭です⁴。「人間は自然に内包される」を基本理念として、里山に内在する価値をアートを媒介に掘り起こし、その魅力を世界に発信し、地域再生の道筋を築くことが目標です。

東京23区よりも広い760平方キロメートルの里山全体に、現代アートの彫刻作品、空家や廃校を作品としてリニューアルした施設、キナーレをはじめ、レストランやミュージアムショップを備えた拠点となる建築作品、あわせて約200点が点在しています。来訪者はエリア内で有効のチケット「パスポート」を手に、各作品を鑑賞します。

作品をつくるアーティストは、世界中から集まり、滞在制作を行ないます。地域を下見して取材し、地元の文化や自然をテーマに、自分の活動とリンクさせて、作品をつくりま

⁴ 主催：大地の芸術祭実行委員会 共催：NPO 法人越後妻有里山協働機構 総合ディレクター：北川フラム

す。そのため、ここでしかできない、オリジナルの作品になります。

制作過程では、地域住民や全国からのボランティアが手伝い、近年では海外からのサポーターも加わり、「地域・世代・ジャンルを超えた協働」が生まれています⁵。

さらに、世界の文化芸術機関が関わり、拠点施設⁶が設立され、国境を超えた交流が深まっています。

「大地の芸術祭」は、アートを通じた地域づくりのモデルとして、世界から注目を集めています。

2000年から、回数を重ねるにつれて作品の数も増加し、長く息を続けていけるように、現在では、3年に一度だけではなく、間の年にも、「大地の芸術祭」の里として、常設作品を公開し、季節ごとに、小規模のイベントを開催しています。

5. 美術展から「旅行型アート」へ

「大地の芸術祭」の里は、2018年夏の第7回 大地の芸術祭には、延べ約54万人が訪れる観光地となりました。

来訪者の目的はアートだけではありません。人々が守り耕す棚田、信濃川の流れによって生まれた河岸段丘、豪雪から生活を守るスノーシェッドやトンネルなど、人と自然が織りなす豊かな里山の風景が広がります。来訪者は作品から作品へ、車やバスに乗ってめぐります。春は残雪と新緑、夏は深い緑に覆われた山々、秋は黄金色の棚田と紅葉、冬は3メートルにも積もる雪景色と、作品に辿りつくまでの、車窓の風景が四季ごとに移ろいます。

また、旅の途中で出会う食事も、楽しみの

ひとつです。アーティストが手掛けた空間で、棚田でとれた魚沼産コシヒカリに、郷土食をアレンジしたメニューを提供するカフェやレストランをオープンしています⁷。

作品の中には、アーティストが手掛けた宿泊施設もあります。光のアーティスト、ジェームズ・タレルの「光の館」、マリナ・アブラモヴィッチの「夢の家」や、鞍掛純一+日本大学芸術学部彫刻コース有志の「脱皮する家」はまさに、「泊まれるアート」です。

「大地の芸術祭」の里で体験する旅は、アートを道しるべにした「旅行型アート」として、人気を集めています。

キナーレは、「大地の芸術祭」の里の旅のゲートとして、インフォメーションセンターの機能を備えています。ぜひ、キナーレを起点に、「大地の芸術祭」の里を訪れてみてください。

〈参考文献〉

- ・「美術は地域をひらく 大地の芸術祭10の思想」北川フラム著、現代企画室（2014）
- ・越後妻有里山現代美術館 [キナーレ] 2012作品図録（2012）

■「大地の芸術祭」の里 ツアー情報

「大地の芸術祭」の里のアート作品をめぐるバスツアー（ガイド、食事つき）を運行中！
詳細は「大地の芸術祭」の里 HP へ

www.echigo-tsumari.jp

お問合せ

「大地の芸術祭の里」総合案内所

TEL 025-761-7767

info@tsumari-artfield.com

⁵ キナーレの展覧会、蔡國強「蓬萊山」の制作では、地元の方と一緒に藁細工の船や飛行機をたくさんつくりました。地元の方の伝統技術など、得意なことが活かされる場合もあります。

⁶ オーストラリア・ハウス（2012）、中国ハウス（2016）、香港ハウス（2018）

⁷ フランスのアーティストがデザインした空間で、地元野菜を使った料理を提供し、ビュッフェスタイルも人気の「越後まつだい里山食堂」、地元のお母さんたちの手料理を陶芸家の器で提供する古民家レストラン「うぶすなの家」、地元の女性たちがお芝居風に地元食材の料理を提供する「上郷クローブ座レストラン」など

復興トピックス

東北におけるインバウンド観光の更なる発展に向けて

(「東北インバウンド客受入環境調査～東北6県および新潟県の宿泊施設を対象としたアンケート調査～」より)

株式会社日本政策投資銀行 東北支店

企画調査課兼東北復興・成長サポート室

菊 地 慧

本年9月にラグビーワールドカップ、2020年には東京オリンピック・パラリンピックを控え、近年、日本を訪れるインバウンド客数は毎年増加傾向にある。東北地方（新潟県を含む）においても、2011年時点では東日本大震災の影響もあり約30万人であったインバウンド延べ宿泊客数は、2018年には約180万人まで伸長している¹。

また、震災から8年を迎え、復興需要剥落による東北の経済成長の停滞が懸念される中、観光産業は東北各県の総合戦略に組み込まれる等、東北復興の新たな柱のひとつとして位置づけられている。

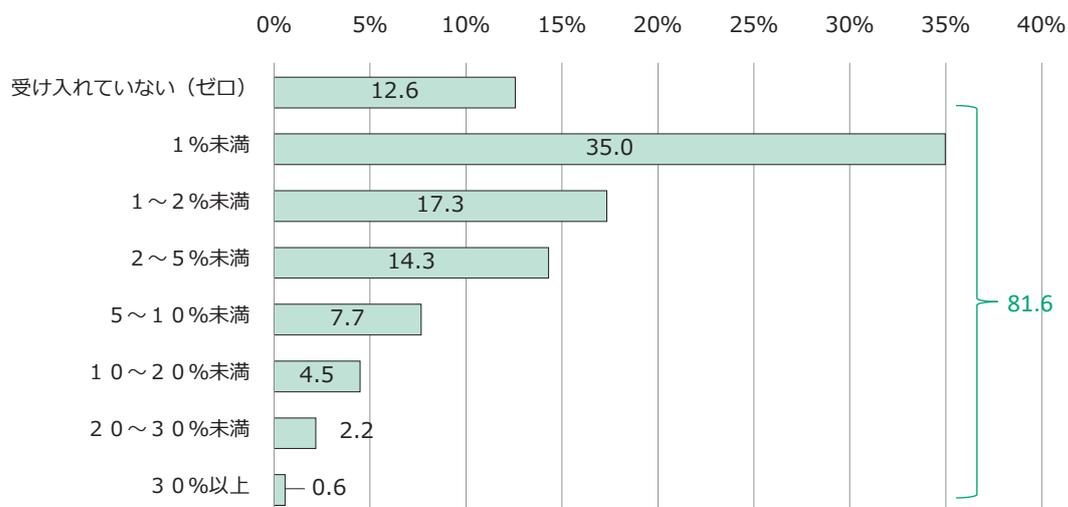
そのような背景の下、株式会社日本政策投資銀行は、2019年3月に国土交通省東北運輸局および一般社団法人東北観光推進機構と共

同で「東北インバウンド客受入環境調査～東北6県および新潟県の宿泊施設を対象としたアンケート調査～」と題した調査レポートを発行した。当レポートは、東北6県および新潟県の主要な宿泊施設を対象として、インバウンド客受け入れの取り組みに関するアンケート調査を行ったものである。当レポートでは東北の宿泊施設のインバウンド客の受入実態を明らかにするとともに、今後の方針や課題を整理している。

本調査結果の概要は以下のとおりである。

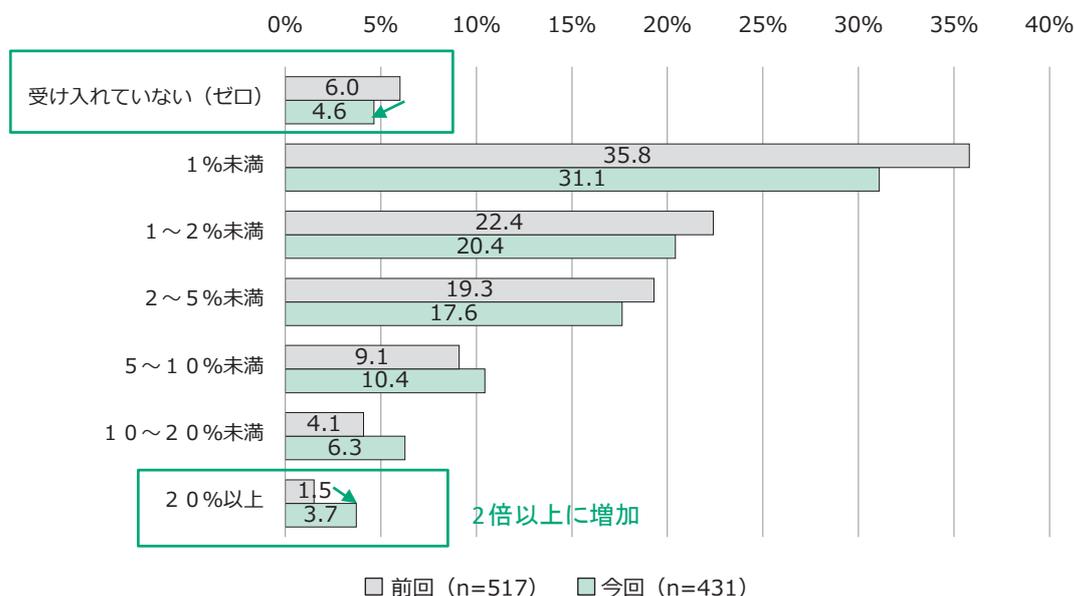
(1) 従業員数10人以上の主要な東北の宿泊施設のうち、2017年度にインバウンド客を受け入れたのは81.6%であった（図表1）。前回調査対象先のみを抽出して比較すると、インバ

図表1 インバウンド客の受入比率



¹ 観光庁「宿泊旅行統計調査」より

図表2 前回調査対象先のみ抽出した前回比較



インバウンド客を受け入れていない施設は6.0%から4.6%へ減少し、受入比率20%以上の施設の割合も2倍以上に伸びていたことから（図表2）、東北の宿泊施設において、インバウンド客受け入れの裾野が広がるとともに各施設における受入比率も高まっているといえる。

(2) インバウンド客の受け入れによる収益性への貢献状況は「(大きく・ある程度) 貢献した」という回答が41.6%となった。収益への貢献割合は受入比率の上昇に伴い高くなる傾向にあり、インバウンド客の受け入れを進めることが収益に貢献する可能性は大いにあるといえる。

(3) 今後インバウンド客を「(積極的・自然体で) 受け入れていきたい」という回答は全体の71.6%と肯定的な傾向を示す結果となった。「自然体で受け入れていきたい」理由として「受入体制の不十分さ」を懸念する声が多く、

「(あまり) 受け入れたくない」理由としては「外国語対応可能な人材不足等、ソフト面での受入体制の未整備」が最多であった。

(4) 災害時の情報提供や避難誘導にかかる取り組みを行っている施設の割合は12.1%に留まり、県ごとに対応率の差も大きい。

東北におけるインバウンド客の受け入れは進んでおり、宿泊施設側も受け入れに肯定的ではあるものの、前述のとおり従業員教育といった人材面の整備や災害時対応についての取り組み等の課題も依然残っている。災害時対応については、東日本大震災を経験した被災地として全国的にも一歩進んだ対応ができるような取り組みが進むことを期待する。また、宿泊施設側と支援側が一体となって課題解決に当たり、インバウンド客の満足度向上につなげ、東北の観光産業が益々活況を呈することを期待したい。



キーワードはビジネス化 ～新時代に入った地域づくり～

ジャーナリスト (前共同通信社編集局企画委員兼論説委員)

伊藤 祐三

各地を訪ねると、地域づくりが新時代に入ったことを感じる。キーワードの一つは「ビジネス化」だ。ボランティアや国の補助金に頼る「地域おこし」は、自らの足で立ち課題解決へ挑む取り組みへと進化しつつある。人口減少時代に入り取り巻く環境は厳しさを増しているが、新たな時代を開く手がかりは、あちこちで芽吹き始めている。

「心と心とつなぎたい。それが出発点だった」。沖縄県の池間島で介護事業所を開いた「いけま福祉支援センター」の前泊博美理事長は話す。きっかけは「最後まで島で暮らしたい」というお年寄りの声だった。施設がないため、体調を崩したお年寄りは島外の病院などへ移らざるを得ない。回復せず「遺骨になって戻る例も見てきた」と振り返る。お年寄りに寄り添い、ともに考えた解決策は自分たちで介護施設をつくることだった。

施設があれば、お年寄りを受け入れられる。同時に介護士らを雇用することで地域に新たな職場が生まれる。お年寄りや活動することは地域にもプラスになると、同級生の主婦らと立ち上がった。社会保険の仕組みを勉強し提携する医療機関も探し、2006年に開業にこぎ着けた。

活動のもう一つの柱、民泊事業でもお年寄りは主役になった。訪れる修学旅行生らに戦中や戦後の自身の体験を伝える。前泊理事長が、お年寄りの話を聞き、これこそ地域資源だと感動したことがきっかけだ。ほかの地域とひと味違う民泊は島に活気を呼んでいる。

沖縄の離島では、空き家をゲストハウスに改修し、宿泊客を招く事業を行うNPO法人にも出会った。福岡県出身の代表の男性は、住む人がなく伝統の民家が崩れていく現状を打破しようと05年、住民らと法人を設立。大工や電気工事などメンバーそれぞれの技を生かして作業を重ね、外観は伝統の古民家、内

部はエアコンや最新式のバス、トイレ付きのゲストハウスをオープンした。主婦らによる手料理や、三線や民謡の演奏のサービスも頼める。地域挙げてのもてなしが売り物だ。

目指すのは小さな経済圏の確立だ。沖縄には住民が運営する共同売店がある。規模は大きくないが食料品や日用品を扱う欠かせない存在で、売り上げや雇用に伴うお金が地域内で循環することが強みだ。こうした役割をゲストハウスが果たせば、島の住民の収入源となる。新たな小さな経済圏を増やそうと、これまでに4棟をオープンした。

島で見た二つの活動は、高齢者や空き家といった地域の課題と向き合うことが出発点となった。嘆くことなく、むしろ資源として生かす方策を工夫する。さらに、その解決策をビジネス化することで、地域として持続的に取り組める仕組みを構築する。担い手のボランティア精神や行政の補助金に頼らず、事業としての可能性を考えたことが、活動を軌道に乗せる鍵となっている。

より重要なことは、経済的な合理性を優先基準としていないことだ。介護施設を始める動機は、お年寄りが島で最後まで暮らせる環境をつくることであり、空き家の改装は島の伝統的な風景を守ることだった。そろばんをはじけばためらう活動に駆り立てたのは、携わった人の思いだ。コミュニティービジネスとも呼ばれる地域づくりは、いわば志が原動力といえる。裏返せば、志があるからこそ、経済合理性の観点だけでは見つからなかったチャンスをとらえることができた。

地域づくりは、住民によるオーダーメイドの取り組みだ。永田町・霞が関をはるかに超える知恵や工夫も生まれている。やりがいを得ようと地方を目指す若者も出てきた。地域の未来はいよいよ楽しみになっている。

ほくとう総研の活動内容などについてご紹介します。

〈総務事項〉

- 2019年6月7日 第1回理事会
平成30年度事業報告・決算などを審議しました。
- 6月24日 定時評議員会
平成30年度事業報告と決算の承認、評議員・理事の選任を行いました。
- 6月24日 第2回理事会
顧問の選任を行いました。

〈役員等異動〉（敬称略）

2019年6月24日に開催された評議員会・理事会において、それぞれ選任されました。

【評議員】

評議員 海津尚夫（新任）

【役員】

理事 柳正憲（新任）

理事 緒形秀樹（新任）

【顧問】

顧問 足立慎一郎（新任）

※評議員 関根久修、理事 荒木幹夫、理事 高橋良規、顧問 高田佳幸は退任致しました。



「視野を広げて」

日々の仕事やいろいろな用事にかまけていて、ふと我に返ると、つつい目先のことだけ考えてしまいがちなことに気づきます。時には立ち止まり、視野を広げ、物事を掘り下げてみなければならぬと改めて思う時があります。

地域活性化に向けての取組みも、当該地域に留まらず、国内他地域、さらには海外との関係性や連携など、視野を広げて考え取り組むことの重要性は改めて論を待ちません。また、10年後、20年後の将来の当該地域のあるべき姿をイメージして、そこに向かって連携して取り組んでいくことも重要です。それはいわば、「時間軸の視野を広げて」考えることとも言えそうです。

今号では、「地域づくりは世界へつながる～SDGsが示唆する可能性～」というテーマで特集しました。寄稿頂いた方々は各々の立場でSDGsに大変注力されていますが、現状の地域経済社会一般では、まずは「SDGsとは何か」から知る……そのような場面も多いかと想像します。

SDGsは遠い世界の話ではなく、地元の地域づくりそのものが——SDGs（世界の持続的開発目標）とその達成に——つながっていくということが、地域活性化を担う多くの主体に着実に浸透していくことが期待されます。

ほくとう総研情報誌 **NETT**

No.105 2019 Summer

発行日 2019年7月1日（通巻105号）
発行所 一般財団法人 北海道東北地域経済総合研究所
〒100-0004 東京都千代田区大手町1丁目9番2号
大手町フィナンシャルシティ グランキューブ15階
電話 03-3510-6821（代表）
E-mail info-nett@nett.or.jp
URL http://www.nett.or.jp
印刷所 株式会社 イーフォー



一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所