North East Think Tank of Japan

NETT

No.98
2017
Autumn

スポーツで地域づくり

■羅針盤

ゴールデン・スポーツイヤーズが地方を変える

早稲田大学 スポーツ科学学術院
教授 間野 義之

■特集対談

ラグビーを通じた人材育成と社会貢献

ゲスト ジャパンラグビー トップリーグ
チェアマン 髙島 正之氏

北海道大学総合博物館 （札幌市）

ほくとう総研

羅　針　盤

ゴールデン・スポーツイヤーズが地方を変える

早稲田大学 スポーツ科学学術院
教授　問　野　義　之

世界３大スポーツイベントの第２位と第３位が連続して日本にやってくる。第２位の夏季オリンピック・パラリンピックは2020年に東京ほか８道県で、第３位のラグビーワールドカップは19年に北海道から九州まで12都市で開催される。さらに「する」スポーツの世界最高峰の祭典である「ワールド・マスターズ・ゲームズ」も2021年に関西８府県で開催される。

これらの世界的なビッグイベントが連続して同一国で開催されるのは世界で初めてであり、まさに「ゴールデン・スポーツイヤーズ」と呼ぶにふさわしい。この機運に乗じて、開催都市やキャンプ地に限らず、わが国全体としてゴールデン・スポーツイヤーズを活かしたまちづくりへの期待が高まる。

この機会を捉え、地方都市が抱える積年の課題解決に向けて、これらイベントを活用するのはまたとないタイミングといえる。なぜなら、ビッグ・スポーツイベントは多くの住民にとって、わかりやすく明るい元気が出る共通の話題となるからだ。

国としても、ゴールデン・スポーツイヤーズへの期待の現われとして2015年10月にスポーツ庁を設置した。同庁の鈴木大地長官が「我々の仕事は、スポーツで稼いでいいんだという空気を醸成すること。（それを）国が発信する。」と語っているように、これまでの文部科学行政ではない新しいスポーツ行政を推進していこうという政府の姿勢が明確に示されている。

さらに、2016年６月に閣議決定された「日本再興戦略2016」では「官民プロジェクト10」のうちの一つとしてスポーツの成長産業化が具体的に明示され、市場規模を現在の約３倍の15兆円とする目標が KPI として立てられた。具体的施策として、ⅰ）スタジアム・アリーナ改革（コストセンターからプロフィットセンターへ）、ⅱ）スポーツコンテンツホルダーの経営力強化、新ビジネス創出の促進、ⅲ）スポーツ分野の産業競争力強化の３点が掲げられている。

そして、2017年３月に開催された「未来投資会議」では、スタジアム・アリーナをスポーツ観戦だけでなく、市民スポーツ大会、コンサート、物産展などが開催され多様な世代が集う地域の交流拠点として、2025年までに20か所整備することを安倍総理が明言した。この方針は2017年６月に閣議決定された「未来投資戦略2017」にも引き継がれている。

スポーツを活かした地方創生に向け、課題となるのは「人口問題」である。人口には大きく定住・移住・交流の３つがあるが、要は人口が増えないと地方は活性化できない。

定住人口にスポーツが与える影響については、まだ実証的なデータはないが、移住人口に関しては、総合型地域スポーツクラブとしてサッカー、野球、バスケットボールなど10種目ほどを展開しているアルビレックス新潟を例に、各競技ごとに選手、コーチ、スタッフとして新潟に来た人たちの移動履歴を調べてみると、移住率は一般の新潟県民のそれよりも高いことがわかった。アルビレックス新潟を１つのスポーツ産業として考えると、産業化によって人口増が生じているといえる。

交流人口に関しては、日本の地方の魅力とスポーツ・ツーリズムを結び付けたインバウンドの誘客や、スタジアム・アリーナなどの新設・改修に多機能複合化、民間活力導入や街なか立地といった「スマート・ベニュー」というまちづくりの視点を採り入れた整備を行うことが考えられる。

「ゴールデン・スポーツイヤーズ」はあくまでも通過点に過ぎない。「ゴールデン・スポーツイヤーズ」を契機に、いかに国や地方のレガシーを創り遺すかが問われていると思う。

NETT
No.98 2017 Autumn

CONTENTS

特集 スポーツで地域づくり

羅針盤

・ゴールデン・スポーツイヤーズが地方を変える　間野　義之　早稲田大学スポーツ科学学術院　教授 …… 1

特集対談

・ラグビーを通じた人材育成と社会貢献　ゲスト　髙島　正之氏　ジャパンラグビー トップリーグ　チェアマン　聞き手　桑原　照雄　ほくとう総研　理事長 …… 4

元気企業紹介

・秋田ノーザンハピネッツ株式会社（秋田県秋田市）
バスケで地域づくり　高畠　靖明氏　秋田ノーザンハピネッツ株式会社　専務取締役 …… 12

特集インタビュー

・株式会社いわきスポーツクラブ
スポーツを通じた地方創生の可能性
～いわき市を東北一の都市へ～　大倉　　智氏　株式会社いわきスポーツクラブ　代表取締役　聞き手　株式会社日本政策投資銀行　地域企画部 …… 18

特集寄稿

・スポーツ事業による地域活性化の新展開
～人、企業、自治体の新たな協働～　中村　祐司　宇都宮大学地域デザイン科学部　教授 …… 22

特別寄稿

・アリーナの発展可能性
～地域活性化のエンジンとして～　中村　考昭　クロススポーツマーケティング株式会社　代表取締役社長　ゼビオホールディングス株式会社　副社長執行役員 …… 26

地域アングル

・風土を伝える、酒蔵の可能性　小坂　佳子　…… 31
読売新聞　秋田支局　支局長

地域活性化連携支援事業成果報告

・家計調査から展望する域内経済循環
～岩手県南・奥州市の課題～　中澤　秀雄　…… 32
中央大学法学部　教授

・地産地消結合型滞在ビジネスの可能性
～東北への提言に向けて～　柳井　雅也　…… 36
東北学院大学教養学部地域構想学科　教授

・人口減少社会における災害後の土地利用のあり方に関する研究　澤田　雅浩　…… 40
兵庫県立大学大学院減災復興政策研究科
准教授
（前・長岡造形大学建築・環境ﾃﾞｻﾞｲﾝ学科 准教授）

地域調査研究

・北海道大樹町に新射場を整備した場合の
道内経済波及効果　山川　将人　…… 44
株式会社日本政策投資銀行　北海道支店
副調査役

・日本版 CCRC から「生涯活躍のまち」へ
～進む地方への移住誘致施策と地域活性化政策～　佐藤　賢志　…… 50
日本政策投資銀行　地域企画部
調査役

連載・経済研究　いま、日本経済に何が起きているのか

・第２回　少子化と労働市場　小﨑　敏男　…… 56
東海大学政治経済学部経済学科　教授

連載・歴史研究　幕末・維新 北方の群像

・第１回　世界・日本・奥羽をみつめた仙台藩士　栗原　伸一郎　…… 60
宮城県公文書館　公文書等専門調査員

ほくとう地域の文化資本

・展示リニューアルを果たした北海道大学総合博物館　山本　順司　…… 64
北海道大学総合博物館　准教授
江田　真毅
北海道大学総合博物館　講　師

東日本大震災復興関連情報

・復興トピックス
クルーズ船を活かした東北地域の観光振興の可能性　夏井　恵津子　…… 68
株式会社日本政策投資銀行　東北支店
東北復興・成長サポート室

公開型研究会ご案内

HOKUTOU DIARY／編集後記

ラグビーを通じた人材育成と社会貢献

ゲスト　ジャパンラグビー トップリーグ　チェアマン　**髙島　正之氏**
聞き手　ほくとう総研　理事長　**桑原　照雄**

桑原　地域活性化や街づくりにおいてスポーツが果たす役割が注目を浴びています。

プロ野球やサッカーＪリーグに加え、2015年のワールドカップでの日本代表の活躍以降、ラグビー人気が再燃しています。髙島さんは学生時代からラグビーの世界と深く関わってこられたわけですが、まずはそのあたりからお話を伺いしたいと思います。

髙島　私は東京生まれの東京育ちで、高校からラグビーを始めました。吉祥寺にある成蹊高校に入り、そこで３年間しっかりラグビーを教えてもらいました。３年のときに都大会の決勝まで行ったのですが、武運拙く負けました。対戦相手の主力選手は後に日本代表などで活躍していたので、しょうがないという感じなのですが、高校卒業後、東大でもラグビーをやっていました。

桑原　高校から本格的に始められたそうですが、ラクビーは体力差があると試合するのが危険なことがありますね。

髙島　そうです。日本選手権でトップリーグと大学生が対戦するにしても、体格の差はそんなにありませんが、最終的には体力差がものをいいます。やはりトップリーグで鍛えている選手の方が強い。昔の社会人は会社の仕事をしながら、夜に電気をつけて練習していたのですが、今は鍛え方が違っています。

桑原　日本代表の身体の鍛え方など、尋常ではないですね。そもそも、最近はラグビー自体が変わった印象です。今はまさに「肉弾戦」ですね。

髙島　フォワードとバックスが一体になっています。昔は、フォワードはフォワード、バックスはバックスで責任分担してやっていました。今は、そういう区分はあまりないですね。ただ、ラグビーでは最後は端まで回して、タッチライン際の人がいないところを走り抜けて得点になるケースが多い。だから、両脇にいかにスペースを作るかです。この点は何も変わっていません。

桑原　前回、ラグビーワールドカップ2015イングランド大会では、日本代表の南アフリカ戦でのトライもすばらしかった。

髙島　ヘスケス選手がトライしたのですが、あれはまさしく他の14人が空いたスペースを走れるようにしたのです。相手は一方で押さ

れているとそこで抜かれてしまうから、必死でみんな集まるのだけれども、そうすると当然反対側が空いてきます。そこをついたのです。かつての早稲田の揺さぶり戦法と同じ原理です。

人を結ぶラグビー

桑原　ラクビーには我々が外からファンとしてみても現役もOBも結びつきが強いですし、何かチームやグループを律するところ、単なるスポーツでない部分がありますね。

髙島　ラグビーの場合、試合は激しくやりますが、試合終了後にお互いの健闘を称えて両軍が交流します。これをアフター・マッチ・ファンクションと呼んでいます。グラウンドでももちろん相手の健闘をたたえますが、風呂に入った後に更に相手に敬意を表するのがならわしとなっています。

どういうわけか、出身地、学校あるいは世代が違っていても、「ラグビーをやってました」と言うだけで一挙に通じ合うものがあるのです。それで出身大学や出身地や友人などを聞くと、必ずどこかで接点があります。その辺が一種独特な世界ですね。逆にそれを閉鎖的という人もいますが、我々としてはちっとも閉鎖するつもりもなくて、どなたが来られてもウエルカムです。

桑原　もともとスポーツはラグビーに限らず、人と人との交流材のような機能があります。しかし、日本は非常に特殊で、ラグビーも大学から出てきたように学校教育の中の体育という部分と企業スポーツとして残っている部分があると思います。

髙島　そう思います。私個人的な見方ですが、イギリス発のスポーツはやはりアマチュアスピリットをとても大事にします。勝ち負けを競うのはもちろんですが、ポストプレーヤーになればオックスフォードやケンブリッジに見られるように、元ラグビー選手が様々な分野で社会の上層部を形成して国の礎になっている部分がありますよね。そういう人間をつくるのがラグビーです。卒業したらプロ選手として稼ぐわけではありません。そういうものがイギリスラグビーの伝統だったのです。ところが、2000年あたりを境に今はもう変わってきています。

トップリーグもそうなのですが、社会の動きに合わせて今から変わってゆかざるを得ません。ただ、ラクビーは企業スポーツの形を続けることが重要だと思っています。

桑原　私もラグビーのファンで、特に1970〜1990年代は野球の次ぐらいの人気があったのですが、1990年代に入るとラグビー人気は相対的に低迷しました。これはなぜだったのでしょうか。

髙島　これは相対的で、プロ野球は相変わらずの人気です。サッカーは、2002年にW杯を開催するまでは大変だったと思いますが、Jリーグでの収入をうまく活用したのでしょう。ところが、ラグビーの場合は資金がないのです。だから何かやりたくてもなかなか積極的に打ち出しにくい面があったと思います。

ただ、依然としてオールドファンというか、割と年配のアマチュアラグビー全盛の頃のファンが相変わらず人気を支えて下さっている感もかなりあります。早慶明が最も人気があったのは1980年代ごろでしょうか。スタープレーヤーも何人もいました。それぞれ個性もあって、その時代が一番人気があって、社会人ラグビーよりも上回っていたのです。

トップリーグは2003年にスタートし、今シーズン（８月開幕）が15年目となります。2002年にサッカーW杯があったので、ラグビーも頑張ろうということで社会人大会から移行したのですね。ですから、その辺からだんだんアマチュア色が薄れていく流れだったのだろうと思います。

桑原　私の印象では一つはスポーツのビジネス化が進みました。マスコミがスポーツを増幅させる面があって、人気も出、放映権などでお金も集まります。そうしてビジネス化すると、選手たちのプロ化も進みました。1996

年のアトランタオリンピックでマラソン銅メダルの有森裕子さんがプロ宣言して話題になりました。あの頃はまだアマチュアリズムが主流でしたがその後、アマチュアの潔癖さよりも強いかどうかが求められ、強い人が報酬も得ることも容認する風潮になってきたように思います。

もう一つはグローバル化の影響で、ナショナルチームが強くないと人気が出ません。ラグビーも世界に出ていくとなかなか歯が立ちません。昔は国内でやっていればよかったのですが、やはり世界にも通用することが必要です。だから、前回のイングランド大会はぐっと来るものがありました。そういうプロ化、グローバル化の中でラグビーは翻弄された時代だったという印象があります。

髙島　やはり「失われた90年代」だと思います。グローバル経済やキャピタリズム、マネー資本主義が顕著に出てしまって、もうかればいい、勝てばいいという経済社会になって、その裏側ではアマチュアリズムや情操など、それまで大事にしてきたものがみんな踏みつけられて、なくなってしまいました。それはラグビーだけではないと思います。

ラグビーの場合はまだスピリットだけはどこかに残っているのですが、それだけでは勝てないので、今はっきり目指しているのは日本代表の強化に努めて、2019年大会では世界のベスト８に入ることです。ベスト８に入れば決勝トーナメントに出られます。ですから、選手の供給源でもあるトップリーグとしては、日本代表としっかり連携していく方針です。

野球の世界大会との違いは、ラグビーのW杯の場合は、外国籍の人が日本のチームに所属して、公式戦でしっかり３年間プレーすれば日本代表になれることです。これはワールドラグビー（WR）で決めています。

桑原　外国籍の選手については、前回ワールドカップ以降、見る側としてもだんだん違和感がなくなってきます。

髙島　もう違和感はないですね。2015年イングランド大会の南アフリカ戦でも、最後にトライしたヘスケス選手もジャパニーズブラッドではないわけです。でも、彼ももちろん有資格者です。ですから、外国人選手がいることは違和感はありませんが、あまり増えてくると今度は日本人の子どもたちが育たないという問題があります。オン・ザ・ピッチのルールは決めていますが、体格の違いもあり、やはり外国人に任せなければならないポジションがあるのです。

桑原　2019年大会に向けて抱負をお伺いします。

髙島　ベスト８です。決勝トーナメントに入らなければなりません。予選リーグは４ブロックあるので、予選リーグで２位までになればいいのです。前回、日本は３勝したのですが、スコットランドの方が上に行ってしまったのです。南アフリカには勝ったのですが、南アフリカは奮起して頑張ってしまって、南アフリカとスコットランドがあのグループから出たのです。どちらも実力がありますから。南アフリカは、あれが初戦だったので、「しまった」ということだったのでしょう。日本は勢いづいたし、南アフリカもそれでがっくりするのではなく、「しまった。これはえらいことになるぞ」と思ったのでしょう。

2015年のトップリーグは、W杯が終わって、選手が帰ってきてから開幕しましたが、年間総入場者数は、W杯での勢いそのままに、過去最高の50万人弱に上りました。秩父宮に入れなくなったのは予想外でしたが、あれもW杯効果だったのです。だから、いいゲームを

しっかりとすればお客さんが興味を持ってくださることは間違いありません。

今後もトップリーグのチェアマンとしては、できるだけ多くのお客さんに来てもらいたいし、50万人というラインで足踏みしていては困るので、年間60万～70万人は来ていただきたい。そのための工夫をトップリーグとしてはいろいろやっています。その際、非常に大きな前提条件はW杯で頑張ってもらうことです。そこでプレーする選手は、みんなトップリーグから出るわけですから、当然彼らもそういう意識で頑張るでしょう。いや、むしろトップリーグのためというよりも、選ばれた人はナショナルチームが勝つためにやるわけですが、結果的にはそれがトップリーグにも裨益するのです。

トップリーグの社会貢献

桑原　現在、トップリーグは16チームありますよね。

髙島　トップリーグは16チーム。その下にトップチャレンジリーグがあって、釜石シーウェイブス RFC（元・新日鐵釜石ラグビー部）や三菱重工相模原など８チームあります。これらのチームも地域に根を張りしっかり盛り上げてもらう必要があるので、トップリーグは24チームともいえるわけです。トップリーグとチャレンジリーグとの間で入れ替え戦があります。

もう一つのスーパーラグビーは、南半球の３カ国のチームだけで行っていたのですが、2016年シーズンから日本もサンウルヴズという名前のチームで参戦しました。シーズンがトップリーグの本シーズンとずれているので、参戦が可能となりました。

ジャパンラグビートップリーグ2017-2018			
レッドカンファレンス		ホワイトカンファレンス	
チーム名	練習グラウンド	チーム名	練習グラウンド
サントリーサンゴリアス	東京都府中市	ヤマハ発動機ジュビロ	静岡県磐田市
神戸製鋼コベルコスティーラーズ	兵庫県神戸市	パナソニック ワイルドナイツ	群馬県太田市
NTTコミュニケーションズシャイニングアークス	千葉県市川市	リコーブラックラムズ	東京都世田谷区
トヨタ自動車ヴェルブリッツ	愛知県豊田市	キヤノンイーグルス	東京都町田市
東芝ブレイブルーパス	東京都府中市	NEC グリーンロケッツ	千葉県我孫子市
クボタスピアーズ	千葉県船橋市	宗像サニックスブルース	福岡県宗像市
近鉄ライナーズ	大阪府東大阪市	コカ・コーラレッドスパークス	福岡県福岡市
NTT ドコモレッドハリケーンズ	大阪府大阪市	豊田自動織機シャトルズ	愛知県刈谷市

（出所）各社 HP 等より ほくとう総研作成

【ほくとう総研注：ジャパンラグビートップリーグ】
社会人ラグビーの全国リーグ。各地域リーグと全国社会人ラグビーフットボール大会を継承し2003-2004年シーズンより発足。
開催期間：2017年８月18日（金）～2018年１月14日（日）　試合形式：２カンファレンスのリーグ戦
参加チーム：16チーム

桑原　トップリーグの16チームは日本国内でも概ね大都市に多い感じですね。

髙島　いずれも大企業の主要な事業所があるところが本拠地となっています。例えばパナソニックの場合は、群馬県太田市が本拠地です。昔の三洋電機のグラウンドです。東芝やサントリーは府中ですが、都内はあまり多くありません。基本は企業スポーツですから、企業の社員選手の場合は仕事をしなければなりません。

企業スポーツ、地域密着という観点から、我々トップリーグとしては、大きく三つの目標を掲げています。まず一つ目は「**強化**」です。おっしゃるように、ナショナルチームは勝たなければならないし、日本のラグビー全体のレベルを国際レベルに上げなければなりません。国際レベルとは何かというと、ワールドカップでベスト８に入れる力量です。それはもう明らかなので、それに合わせてレフリーや試合の運営など、単にオン・ザ・ピッチだけでなく、オフ・ザ・ピッチでもいろいろレベルアップが必要ですから、総合的に強化していきます。つまり、全体的なレベルアップです。それを「強化」という言葉で表しています。

二つ目は「**普及**」。プレーヤーの数が減っていて、少子化ということもあって中学生、高校生も減り気味なのです。トップリーグは普通のラグビー経験者ではなかなかプレーできませんし、社会人チームは今でもありますが、選手登録はラグビー協会にしますから、その数だけ数えると減ってきているのです。別に登録しなくてもどこかで好きでラグビーをやる分には関係ないのですが、将来を担うプレーヤーを何とか増やさなければならないので、「普及」を一生懸命しなければなりません。

そのために、いろいろなことをしています。例えばトップリーグの選手が子ども向けのラグビースクールに行って指導したり、学校を訪問したりしています。

三つ目として、「**社会貢献**」があります。社会貢献活動は、基本的にはチームごとにそれぞれの地域（本拠地）で行っています。地域との結びつきを強くするために、自社の本社・事業所周辺で地域貢献活動をやっていこうと考えています。

また、試合を地域に持っていくことを重視しています。たとえばヤマハ発動機ジュビロは静岡。ジュビロはサッカーもやっているクラブです。ジュビロは一つの今後あるべき形態かなと思います。それから、トヨタ自動車はもちろん豊田スタジアムになります。そういうホームを決めて、ホームがあれば広島のカープ女子的な効果も期待できるので、それで地域を盛り上げ、入場者数を増やしていこうという取り組みです。

そうなると当然、地元での行事に積極的に参加することもあるでしょう。それも一つの地域貢献活動です。社会貢献を主体的に行っているのは、選手たちが作っているリーダー会議という組織で、ここがチャリティー試合などを年１回開催しています。

その他にも、トライしたら１回1000円を募金（TRY for GREEN プロジェクト）をしています。もちろん選手が財布から出すのですが、そういうものを集めて昨年は網走市に寄付しました。網走市はラグビーの合宿タウンとして国内外から高い評価を受けており、寄付金によって植林等の環境保全が行われています。シーズン終了の式典で水谷洋一網走市長に寄付を差し上げて、お礼のあいさつを頂きました。

そのほかにも、「スクラム・ジャパン・プログラム」という、日本ラグビー協会がラグビー

を通じて子どもたちや青少年の育成・教育を実現するために推進する活動もあります。これは、「強化」というよりもむしろ「普及」や「社会貢献」活動に資するために進めています。

ワールドカップに向けて

桑原　いよいよ2019年にワールドカップが日本で開催されます。地域活性化の観点からも、開催地はもとより、キャンプ地誘致についても関心が高まっているようですが。

髙島　大会はラグビーワールドカップリミテッド（RWCL）によって運営されますから、グラウンド一つとっても基準があって、そのレベルに達していなければなりません。オン・ザ・ピッチだけでなく、決勝を行う競技場は一定の収容規模が必要となります。

　組織委員会（会長：御手洗冨士夫キヤノン会長）と地方自治体との間で、いろいろ相談しながら進めています。各自治体も財政的に必ずしも余裕があるとはいえない状況だと思いますが、W杯は国の一大イベントですし、試合会場も全国12カ所に展開しており地域活性化の効果も大きいと思われますので、開催地の自治体には大いに期待しています。

桑原　ラグビーの国内での人気を今後さらに高めていくためには、全国に試合やキャンプ地を展開することが重要なのですね。

髙島　ラグビーW杯は今まで主にヨーロッパと南半球で開催されてきました。日本が手を挙げても、まだまだそのレベルに達していないのではないかといわれていたのですが、ワールドラグビー（WR）が今回日本で行うことを決めたのは、アジアにもっと普及しないといけないという思いがあったからです。人口や経済規模の大きい日本で開催すれば、今後アジアにもラグビーが普及していくでしょう。

桑原　ビジネス的な観点も重要なことなのですね。

髙島　WRにとってもビジネス的な観点は重要と思われます。資金がなければ活動を持続できません。だから、全てのW杯の主催をはじめとする世界のラグビーに関してあらゆる権限を彼らは握っており、ルール変更なども決定権も持っているわけです。

人をつくる企業スポーツ

桑原　企業スポーツという文化が日本にあって、野球やサッカー、バスケットボール、相撲、ゴルフなどプロ化したものもありますが、もともとアマチュアが多かったものです。その中で、ラグビーも実態としてプロ選手もいますが、企業スポーツとして残っています。ここまでの企業の肩入れは日本独特だといわれています。その長所・短所や見通しはどうお考えですか。

【ほくとう総研注：ラグビーワールドカップ】
国別にラグビーの世界一を決定する大会。４年に１度、約１ヶ月をかけて開催。
日本大会：開催期間　2019年９月20日（開幕戦：東京スタジアム）～11月２日（決勝戦：横浜国際総合競技場）
参加チーム：20チーム　試合形式：48試合（プール戦、決勝トーナメント）
試合会場：日本全国12会場
札幌市（札幌ドーム）、岩手県釜石市（釜石鵜住居復興スタジアム：2018年７月完成予定）、埼玉県熊谷市（熊谷ラグビー場）、東京都（東京スタジアム）、神奈川県横浜市（横浜国際総合競技場）、静岡県（小笠山総合運動公園スタジアム）、愛知県豊田市（豊田スタジアム）、大阪府東大阪市（花園ラグビー場）、神戸市（御崎公園球技場）、福岡県福岡市（東平尾公園博多の森球技場）、熊本県熊本市（熊本県民総合運動公園陸上競技場）、大分県（大分スポーツ公園総合競技場）

髙島　やはり私は人間の問題だと思います。私はラグビーは企業スポーツとして存続すべきと思います。現在のチーム構成は社員選手とプロ選手（契約社員）の混成チームですがこれで全然構わないと思います。当該企業が広告宣伝や福利厚生といった名目でチームを持っているわけですから、予算の許す範囲で選手を集める。そこに来る人が社員でもプロでもよいと思います。だから、選手にプロがいても全然構いませんが、リーグそのものがプロ化するといっても、ラグビーの場合はせいぜい１週間１試合です。相撲のように毎日やることはできないでしょう。その点ではなかなかプロが成り立つのは難しいと思います。

海外ではプロでやっている国もありますが、必ずしもうまくやっているところばかりではないとも聞きます。ですから私は、ラグビーは企業スポーツとして今後も企業に頑張って頂くことを大いに期待しています。

日本経済がどうなるかにもよるわけですが、ラグビーを通じて企業の人気が上がれば企業にとって悪いことではないですし、新聞などに出るときも全て社名が入ります。だから、広告宣伝などの面で考えてもメリットがあるのではないでしょうか。

それから、選手は各チームとも非常に立派だと思うのですが、試合が終わった後、ファンがぜひ選手に会って握手したいとか、サインしてもらいたいとか、一緒に写真を撮りたいとか、いろいろな要望があるのですが、それらに試合後丁寧に応えてくれています。地域によっては、例えばコカ・コーラの社員が地元のお祭りに行ったり、子供たちのラグビースクールの指導に行ったり、非常に積極的に活動している。

桑原　チーム維持にはコストもかかると思います。

髙島　企業が「負担しきれない」というほどではないでしょう。広告宣伝や福利厚生の一環です。試合を見に行くと分かりますが、社員が旗を持って応援に来ていたりします。もちろん選手の励みになるでしょうし、社員の士気高揚や慰労のような形にもなっています。

私は16チーム＋８チームの24チームが、できるだけリーグとしての形を崩さずに10年、20年とやってもらうのが一番いいと思っています。それは、ラグビーがどうのこうのというよりも、ラグビーを通じて日本の社会のリーダー層を形成する人材をしっかり育成していくことにつながると思っているからです。

やはり格闘技でもあるラグビーは苦しいから、やったらやっただけ精神的に強い人間になります。少なくともルールは守るし、言われたことはきっちりやり遂げます。プロは少し違うかもしれませんが、社員選手というのは、コミュニケーションも上手で悪いことはしないという人材を育てる効果があるので、会社にとっても得ですし、社会にとっても意味があると私は思います。

今、世間では盛んに人材育成が叫ばれていますが、そう簡単に人間は育ちません。だから、学校でやっていることとはまたちょっと違って、社会人としてラグビーをしながら社会の常識を学ぶということは大きな意味があると思います。ですから、やはり企業スポーツの形で存続することが私は一番望ましいと思いますし、トップリーグ全体をそういう方向でまとめていきたい。

桑原　アマチュアリズムはもう古いという風潮もあるのですが、チェアマンはアマチュアの良き伝統は守ってゆきたいという立場ですね。

髙島　なぜアマチュアで悪いのか、逆に伺いたい。プロ球団が万が一経営破綻した場合、新たなオーナー企業が現れてくれればいいですが、誰も買わなければ終わりです。選手は路頭に迷ってしまいます。

特定の会社がもうかればそれでいいでしょうというのは、まさしくマネー資本主義のような気がします。人材育成という観点からは十分とは言えません。

日本社会をしっかり構築していくために重要なのは、やはり人材育成だと思います。私たちが高度成長期に大学を出て仕事を始めて、当時は鉄や石油化学などの重工業が頑張っていましたが、高度成長は50年も続いたかというと、私の見方ではプラザ合意の1985年頃までですから、せいぜい30年ぐらいしかないのです。そこから後は、「失われた……年」でずっと来ているだけです。現在では産業構造が変わってしまっていますから、その頃に繁盛した商売をしようとしても駄目なのです。

そういう中で日本を支えられるのは人材ですから、トップリーグでももう少し国際色を出そうと考えています。せっかく外国人選手が来ていますし、ラグビーをする上でコミュニケーションは必須のことなので、オン・ザ・ピッチでは当然、「もっと突っ込め」とか「タックルしろ」と言っていますが、そうではないオフ・ザ・ピッチでも外国語でコミュニケーションできるし、彼らを通じて外国のことをいろいろ学んでいます。そうすれば、ビジネスで国際的舞台に出ても、そういう経験があるから怖くないし、負けないという人間を養成していくことが大切です。それは企業でなければ、そういう目的は持たないでしょう。プロ球団の場合は基本的にはビジネスですから。

桑原　イギリスやオーストラリアでは何が支えているのですか。

髙島　イギリス人は日本人と違って寄付をたくさんするのです。だから、NPOもNGOも、わりと資金は潤沢な場合が多い。それは税制面もあるのでしょうが、もともとそういうスピリットがあるのかもしれません。寄付は彼らのカルチャーからいえば、それこそノブレス・オブリージュ（Noblesse oblige：高貴なるものに伴う義務）で、すべきことなのでしょう。私がイギリスにいた頃にNGOの人たちとの対話に参加した際に、「日本のNGOは、なぜそんなにお金ないの？」と言われました。要するに、日本には寄付の文化がないのです。だから、ノブレス・オブリージュはいい言葉だと思うのですが、それはイギリス社会やヨーロッパでは自然に受け入れられています。

桑原　日本にはそういう基盤はないけれども、企業スポーツの形でそういう文化は残していこうということですね。

髙島　社会に根付いた企業スポーツ、社会を支える企業スポーツであるべきです。だから、「強化」「普及」「社会貢献」をどういった形で実現するかというのが、今のトップリーグのモットーなのです。企業スポーツとしてのラグビーをしっかり守っていくべきだろうと思います。

桑原　ラグビーをはじめとする企業スポーツの持つ人材育成、地域貢献について面白いお話をお伺いできました。ありがとうございました。

（2017年（平成29年）８月25日
ほくとう総研応接室にて。文責：ほくとう総研）

プロフィール

髙島　正之（たかしま まさゆき）**氏**

1940年東京生まれ。東京大学教養学部卒。
1964年三菱商事㈱入社。重機部長、プラント・船舶本部長等を経て、2001年常務取締役欧州支社長兼欧州三菱商事会社取締役社長。2002年代表取締役副社長執行役員金属グループCEO。2005年代表取締役副社長執行役員退任。
2012年横浜港埠頭㈱代表取締役社長。2016年退任。
2013年４月日本ラグビーフットボール協会副会長（2017年６月まで）、2013年７月ジャパンラグビートップリーグ第２代チェアマン就任、現在に至る。

バスケで地域づくり

秋田ノーザンハピネッツ株式会社（秋田県秋田市）

専務取締役　高畠　靖明氏

「秋田さバスケ」を合い言葉に、秋田県初のプロスポーツチームとして誕生した「秋田ノーザンハピネッツ」（以下、「ハピネッツ」）がプロバスケットボールのｂｊリーグへの参入を果たしたのが2010年。チーム運営会社の設立準備期間を含めるとすでに10年近くが経過し、秋田における地域スポーツとして、バスケットボールは大きな役割を果たしてきました。

2017年からは「秋田ノーザンハピネッツ株式会社」へと社名変更、スポーツによる地域づくりという観点からも、ハピネッツに対する秋田市民・県民の期待はますます高まっています。

秋田ノーザンハピネッツの設立の経緯

── まずは、秋田ノーザンハピネッツの設立の経緯からお伺いしたいのですが、地元の方々を巻き込んで支援してくださる企業、個人の方の存在があったかと思います。特に秋田市民、秋田県民の方々の浸透や理解において苦労されたこと、秋田の地元企業のスポンサーの獲得で苦労されたことなどからお聞かせください。──

水野（勇気氏：代表取締役社長）と私とが、秋田市を拠点に「秋田プロバスケットボールチームをつくる会」を立ち上げ、プロスポーツチームの誕生に向け活動を開始したのが約10年前の2008年です。その前に、2007年に秋田県南部の湯沢市で、ｂｊリーグのチームを作ろうという団体ができました。その後、県都秋田市に場所を移して、本格的に活動を開始しようというときに、湯沢の方々がいろいろな事情で活動を継続できなくなり、私と水野で「つくる会」を進めていこうということになりました。もともと秋田にプロバスケットボールのチームがあったらいいよねという話は、私や水野ではなく、地元秋田の方々からあったのです。

── 高畠専務と水野社長は、プロスポーツチーム設立に向けた活動開始以前からお知り合いだったのですか。──

お互い知りませんでした。私のほうが歳も五つ上ですので、学生時代の知り合いだったわけでもありません。水野は国際教養大学の第１期生として2004年に秋田に来て、学生生活を送る中で秋田になじみを持ちました。彼はもともとスポーツビジネスに興味がありましたが、在学中に行った留学先のオーストラリアではプロスポーツが地元に根付いていたようです。自分が現在暮らしている秋田には元気がないので、プロスポーツを秋田でもや

れないかと思っていたときに、湯沢の方が秋田にｂｊリーグのチームをつくろうと動き始めたわけです。

水野は、湯沢の方々に「僕もぜひ話を聞きたいです」という手紙をオーストラリアから書きました。一方私はといえば、妻が秋田出身で、2007年からの秋田での生活の中で、地元のタウン誌でこの活動を知り、以前木下サーカス団で働いていたのと、その後、スポーツビジネスの世界で少し働いていたこともあったため、秋田でのそういったプロジェクトに私の経験が十二分に生かせるはずと思ったのです。新潟アルビレックスBBというチームのバスケを見に行きましょうと私が湯沢の方を誘って、そこに現れたのが水野なのです。以降、現在に至るまで、彼と二人三脚で進んできました。

── 立ち上げにあたり、企業スポンサーや自治体の支援・協力はありましたか。──

プロスポーツでまちおこしというのが、当時からサッカー（Ｊリーグ）の方では結構進んでいたところもあって、当時の寺田典城知事、秋田県は前向きに応援してくれました。市民の方々は、つくる会をスタートして、最初は私たちが「秋田にはプロバスケットボールチームが必要だ。皆さんも賛同してください」という署名活動をしていく中で、手伝ってくれる方もどんどん増え、活動の輪が広がっていきました。

また、地元の名士と呼ばれる㈱サノ・ファーマシーの佐野元彦社長、㈱イヤタカの北嶋正社長、厚生ビル管理㈱の加藤寛社長の３人に最初に出資していただいて、秋田プロバスケットボールクラブ㈱を2009年１月に設立いたしました。佐野社長が当社の会長です。いずれも地元で影響力のある方々なので、皆さんを通じて経済界にもご支援頂けるような場をつくっていただきました。

ホームアリーナ：CNAアリーナ★あきた

── プロバスケットボールのホームアリーナには様々な要件があるようですが、秋田市立体育館（現CNAアリーナ★あきた）に決定した経緯や、使用許可に関して苦労された点などはありますか。──

１部リーグ（Ｂ１）では、5,000人以上収容できないとホームアリーナとして認めないというＢリーグの要件があり、秋田市内の建物でそれを満たすのは秋田市立体育館しかありませんでした。当時3,500人のキャパシティに対して、約1,000席を仮設で増席し、立ち見も含めて5,000人という建て付けにしたのです。

秋田県立体育館も3,500～4,000人は収容可能で、ハピネッツも当初は県立体育館がメインで、そちらの方が馴染みがあったのですが、仮設の席を入れるスペースが全くないのでＢ１の基準を満たさなかったのです。その後、行政からの協力を得て、秋田市立体育館を使わせて頂くことができました。

プロフィール

高畠　靖明（たかばたけ・やすあき）**氏**
秋田ノーザンハピネッツ㈱　専務取締役

1977年　岡山県倉敷市生まれ。筑波大学体育専門学群卒業後、木下サーカス㈱に入社、サーカス興行を担当。その後、㈱スポーツビズにてスポーツマネジメントを学び、2007年、夫人の出身地である秋田に移住。水野勇気氏（現社長）と共に2008年秋田市において「秋田プロバスケットボールチームをつくる会」を立ち上げ、2009年　秋田県初のプロスポーツクラブ「秋田ノーザンハピネッツ」を設立、専務取締役に就任。

── CNAアリーナ★あきたは、かなり特徴がある外観の建物ですね。──

CNA アリーナ★あきた（ほくとう総研撮影）

同アリーナを使用する上で苦労するのは、秋田県民の皆さんが一番よく使うスポーツ会場だということです。例えば高校の大会、中学校の大会、クラブチームの大会で、一番稼働率の高いところをハピネッツが年間24試合使うとなると、そこにしわ寄せが行くおそれがあります。それから、仮設による増席にも当然行政側にご協力頂いて、予算措置して頂く必要がありました。

2017-18シーズンに向けて

── 残念ながらハピネッツは2017年５月に２部（Ｂ２）降格が決定しましたが、2017-18シーズンは当然Ｂ１を目指していかれると思います。Ｂリーグの特に東北のチーム構成、企業、本拠地などをお話しいただけますか。──

私どもは今年（2017年）９月からＢ２ですが、Ｂ２は東地区、中地区、西地区に分かれており、東のチームは全で東北という構成です[注1]ので、主に東北６県で試合をしていきます。Ｂ２の18チームとＢ１の18チーム合せて、36クラブ。Ｂ３は９チームなので、Ｂクラブは全部で45チームとなっています。サッカー同様１、２、３部に分かれており、優勝すればＢ１に昇格しますし、Ｂ１下位チームとの入れ替え戦もあります。

Ｂ１への昇格については、あまり楽観視はできませんが、かなり希望は持てると思っています。

── 秋田県内は、能代工業高校などバスケが盛んな土地柄です。地元あるいは東北一円から選手を獲得していく方針はありますか。──

秋田にゆかりのある選手を積極的に獲得しようという弊社の方針は、チーム発足以降ずっと変わりません。ただ、良い選手を獲得しようとなると、秋田の選手だけというわけにもいきません。東北一円の選手、最終的には出身地等にかかわらずという流れになります。今シーズンは、田口成浩選手が秋田のフランチャイズプレイヤー[注2]で、秋田に残ってくれています。

田口成浩選手

[注1] 秋田ノーザンハピネッツ、青森ワッツ、岩手ビッグブルズ、仙台89ERS、山形ワイヴァンズ、福島ファイヤーボンズの６チーム。

[注2] プロスポーツなどで、長期にわたり同一のチームの第一線で活躍する選手。

バスケットボールを通じた地域貢献活動

── バスケットボールを通じた市民・県民との交流、普及促進活動などの地域貢献活動は有望な選手を育てることにもつながると思いますが、ハピネッツはどんな活動をしていますか。──

私どもは県内初のプロスポーツチームとして、コミュニティ活動に力を入れています。たとえば、地域バスケットボールスクールやチアダンススクールを実施したり、また、地域の野球大会の始球式への参加、3on3の大会参加、小学校を訪問し出前授業でバスケットボール教室をしたり。その他にもハピネッツの選手が読書の啓蒙活動や人権啓発活動に一役買わせて頂いたり、公的機関とのパートナーシップとしては、警察の広報大使として一日署長、フェリーの乗船促進(注3)もしています。

秋田ノーザンハピネッツマスコットキャラクター
「ビッキー」

── ところでバスケットボールというとアメリカでかなり盛んなスポーツというイメージがありますが、ユニークな地域貢献活動をしているチームをご存じでしたら。──

アメリカなどの欧米諸国では日本よりもチャリティーに対する意識が深く、取り組みも様々です。例えば、私どものチームカラーはピンクなので、乳がんの検診促進を過去にも担ったことがあるのですが、米国NBAでもシューズにピンクリボンのマークを入れてとか、そういう社会貢献活動がチームごとにあるようです。私たちハピネッツも、そういった姿勢に学びつつ、今後ますます地域における社会貢献活動に力を入れていきたいと思っています。

経済的効果

── 秋田県内、市内で、地域活性化の、例えば地元の商業が潤って、観戦客の来訪や宿泊が増えるとか、経済的な効果は生まれていますか。──

あると思います。当社の売上高が2011-12シーズンは2億5000万円程度だったのですが、当時県内のシンクタンクが行った調査では、経済波及効果が5億2,000万円と算出されています。昨シーズンの売上は6億円弱ありますので、地元への経済効果はさらに増えていると思います。

── ハピネッツの観客動員数(注4)としては、全国、あるいは東北の中ではかなり高い方ではないですか。その理由は、どこにあるとお考えでしょうか。──

昨シーズン、うちは全クラブ中4番目です。Bリーグの中では上位を保っていると思っています。

理由としては、やはり秋田県が「バスケどころ」というのが大きい。バスケどころというのは、私たちがつくったのではなくて、秋田の諸先輩方がつくったものです。能代工業高校の全国優勝58回や、秋田いすゞ自動車の実業団チームが1984年に日本一になったこと

(注3) フェリー秋田航路（秋田～苫小牧：新日本海フェリー）PR事業。秋田県観光文化スポーツ部交通政策課主催。
(注4) 2016-17シーズン1試合平均観客動員数3,058人（ホームゲーム）。

で、雪国の屋内スポーツであるバスケットボールに対する地元の理解が深かったということです。

二つ目は、私どもは署名活動からスタートしたクラブなので、ある日突然にできたわけではなくて、プロジェクトをスタートしてから開幕まで、準備期間が２年間あったのです。それまでに署名活動をしたり、地域貢献活動をしたりということで、会社のフロントスタッフは当時10人にも満たなかったと思いますが、スタート時から関わっている人は結構多かったのです。もちろんハピネッツに対して強い思い入れを持ってくださる方も大勢いますし、お客さんとして来て頂くという意味では、成り立ちとしてお客さまにお声掛けしやすい体制がありました。

── 現状のスタッフさんは14人ということですが、選手はもとより、チアリーディングの方などを含めると相当数の関係者がいらっしゃるということですね。──

選手、チアも入れて、所帯としては全部で40人ほどです。

スポーツ全般を通じた地域活性化策･効果

── 今後日本ではラグビーのワールドカップやオリンピック･パラリンピックが開催されますが、スポーツ全般を通じた地域活性化策、あるいはその効果についてのお考えをお聞かせください。あるいは地元の方や企業の方々に「これだけは言いたい！」ということがもしありましたら、お願いします。──

今まではプロバスケットボールのクラブとして、勝った負けたで一喜一憂しながら試合をしてきたのですが、10年近くやってみて、ただ単に勝った負けたとか、優勝を目指すという事にとどまるのではなく、私たちのクラブの存在意義を今一度考え直す時期にきています。

もちろん、バスケットボールが根幹であることに変わりはありません。が、８月２日に社名を変更し、今までの「プロバスケットボールクラブ株式会社」から「ノーザンハピネッツ株式会社」になりました。フェーズを変えなければならないと思った一つの理由は、プロバスケだけの会社ではなく、「当社は秋田の課題解決企業になる必要がある」のではないかということです。人口減少対策や企業採用活動の一助になれないか、スポーツですから健全な子どもの情操教育の一助になれないかなど、秋田が抱える様々な課題に対して、私たちハピネッツの存在が役に立てることがあるはずです。そうなったときに、プロバスケの会社を超えて、「ノーザンハピネッツ」として秋田に深く関わっていくことが大事であると考えます。

私たちの企業スローガンは、「THINK BORDERLESS. MAKE HAPPINESS.」。このクラブをつくったのは、秋田のバスケットボールチームをつくって優勝させたいということ以上に、何よりも、「このまちを楽しくしたい！」というのが、私と水野の発想です。ノーザンハピネッツというネーミングも、最初に、弱そうだとか（笑）、チームカラーもピンクで女の子みたいだとか、いろいろな声がありました。しかし、多数の公募の中からなぜハピネッツを選んだかというのは、私が10年前に秋田に来たときに、自殺者が全国一、がん死亡率が高い、人口が減少しているというようなネガティブなニュースが飛び交っていて、秋田の人たちと話をしても、自分たちで限界をつくってしまっているかのような印象を受けたのです。

── 地元の閉塞感みたいなものを打ち破りたかったということですか。──

私は秋田に拠点を移して生きていくと決めて来たのに、県民の方からは「（秋田に）面白いことはねえ」と言われる（笑）。では、面白いことをつくったらいいじゃないかというのが私の発想です。そんな中で、このバスケッ

トのプロジェクトに出会ったのです。

一方水野（社長）の方は、オーストラリアで体験した、みんなでバーベキューをしながらオージーフットボールを見るとか、数万人規模の都市でもプロスポーツが深く根付いています。彼はそれを目の当たりにし、人口100万人の秋田県でできない理由はないという発想でした。私も水野も面白いことが好きなので。応援するときに、「ゴーゴーデビルズ」とか「ゴーゴーキラーズ」みたいな言葉ではなくて、どちらかというと明るくなる言葉とか、ワクワクする言葉は何だろうかと考えたときに、ハッピーという言葉は誰が聞いても気持ちが高揚するということでチーム名に選んだのです。

「私たちは新しい挑戦を通じて、『自らの限界』と『型にはまった思考』を打ち破り、世の中にかつてないハッピーとワクワクを提供します」。本当にこのとおりで、「限界はない。楽しいことをやっていきましょう！」というのが、私たちの企業理念。地域活性化というのは、課題解決そのものです。秋田の課題が分からない、見えないという方が問題で、課題が人口減少であれば、まちに残りたいとか、帰ってきたいという、まちづくりをする。例えば、アリーナがあれば楽しいまちになるというのであれば、では造ってしまおう。造るためには何が必要かというと、人気のバスケチームが必要だよねと。私たちはクラブとしてお客さんを動員するときに、「１試合平均で5,000人以上もお客さんが入るから、現状のアリーナでは無理だよね」という地域の方々の心を動かさなければいけないと思っています。

たとえば新たにアリーナを造るとなったときに、有識者の方にもアドバイスを頂いて、「こういう造り方なら、地元の負担も軽くできるし、市民・県民の憩いの場になる」という勉強会等積み重ねながら進めなければなりません。課題が分かっているから、次のアクションが取れるのです。そのために私たちは秋田のリーディングカンパニーとして、今まではプロバスケットボールの呼称でやっていましたが、ノーザンハピネッツの方がさらに何かやれるのではないかと。

── ハピネッツを通じて、バスケットボールに限らず、秋田全体を活性化していこうということですね。──

そうです。それは教育分野でも、農業分野でもいいと思います。そういう気持ちを最後に想いとして皆様へお伝えしたいと思います。

── 来シーズンには必ずやＢ１へ復帰されるものと大いに期待しております。本日はありがとうございました。──

（2017年８月６日　文責：ほくとう総研）

会社概要

秋田ノーザンハピネッツ㈱
（旧社名：秋田プロバスケットボールクラブ㈱、2017年社名変更）

設　立：2009年１月30日
資本金：8,000万円
役　員：代表取締役会長　佐野元彦
　　代表取締役社長　水野勇気
　　専務取締役　高畠靖明 ほか
事業内容：プロスポーツチームの運営
　　プロスポーツ選手のマネジメント
　　スポーツイベントの企画・運営・主催など
所在地：秋田県秋田市旭北栄町1-5
　　秋田県社会福祉会館 本館４F
ＴＥＬ：018-865-0521

特　集
インタビュー

スポーツを通じた地方創生の可能性
～いわき市を東北一の都市へ～

株式会社いわきスポーツクラブ
代表取締役　大倉　智（さとし）氏

聞き手　株式会社日本政策投資銀行　地域企画部

人口減少社会のなかで、新しい地方創生のあり方について問われている。「スポーツを通じた地方創生の可能性」について株式会社いわきスポーツクラブの大倉智代表取締役にインタビューした。

いわき市を東北一の都市へ

―― 2017年６月21日、天皇杯全日本サッカー選手権２回戦。いわきスポーツクラブが運営する福島県リーグ１部のいわきFCがＪリーグ１部（Ｊ１）のコンサドーレ札幌に勝利し、話題を集めました。――

私たちは米アンダーアーマー社の日本総代理店である株式会社ドームの100％出資の子会社です。ドームが、なぜいわきスポーツクラブを立ち上げ、いわき市でスポーツを通じた様々な取組をしているのかと言いますと、きっかけは東日本大震災の復興支援でした。私たちは「スポーツを通じて社会を豊かにする」という企業理念を掲げていますので、震災後の雇用を創出して、スポーツを通じて地域経済を活性化したいという純粋な気持ちからスタートしました。

2015年にいわき市にドームの物流センターである「ドームいわきベース」を新設しました。それだけではなく、スポーツを通じていわき市に何か貢献できないかということで、いわきスポーツクラブを立ち上げ、スポーツを通じた地域活性化に向けた取組をスタートさせました。そして、2016年11月にサッカーグラウンドである「いわきFCフィールド」が完成。さらには、2017年にサッカーグラウンドに直結する形で商業施設を併設したクラブハウスをオープンさせました。私たちは、このグラウンドとクラブハウスを「いわきFCパーク」と呼んでいます。この施設を拠点として、スポーツを通じた地域活性化に向けた取組をどんどん進めて行こうと考えています。

―― いわきスポーツクラブが目指すものとは。――

私たちは三つのビジョンを掲げています。そのなかでも一番目に掲げているビジョンが「いわき市を東北一の都市にする」です。いわ

きに住む方、いわき出身の方が、自分の住んでいる場所や故郷に対して本当に誇りを持てるようにする。子どもたちが、ここに住んでいて良かったと誇りに思えるようにする。そのための取組をスポーツという切り口で提供していきたいと考えています。スポーツを切り口に、いわき市が東北の中で一番輝き、活発で元気のある街になるということに貢献できればと思うのです。

もっと言うと、こうした取組が日本全国に広がり、いわき市が地方創生のモデルケースとなることができれば、スポーツを通じて日本を豊かにすることができるのではないかということをみんなで議論しています。いわき市をモデルケースとするためにも、将来的にはスタジアムにチャレンジをしたいとも考えています。欧米では主流となっていますが、スタジアムを拠点としたまちづくりをしていきたいと考えています。最終的には人口で、仙台市を上回るとドームの安田社長は言ったりしていますが。（笑）

二つ目には「日本のフィジカルスタンダードを変える[1]」ということを掲げています。どちらかと言いますとサッカー自体の話にはなってしまいますが、我々が提供しているコンテンツはサッカーの試合ですので、それを演じる選手のフィジカルスタンダードが世界規準でないと興行が成立しないと考えています。選手たちのフィジカルスタンダードが観客を圧倒することで、試合に負けたとしても魅力ある興行になると考えています。

三つ目のビジョンは「人材育成と教育を中心に据える」です。Ｊリーグでは、どのチームもアカデミー活動[2]をしていますが、私たちはプロサッカー選手を育てるというところだけではなく、例えば語学力や睡眠、栄養というような知識も身につけられる環境を整えていきたいと考えています。アスリート育成に特化せずにスポーツを楽しんでもらうということを中心に、地域の子どもたちや若者の人材育成と教育というものに取り組んでいます。

いわきFCパーク正面

スポーツを通じた“人づくり”

―― いわきFCに所属する選手は日中に物流センターで作業をされ、午後からサッカーの練習をされると伺いました。そこにはどのような思いがあるのでしょうか。――

サッカー以外の人たちと接する、話すという機会が非常に重要だと思うのです。他の領域の人々や地域の人々と接するということは競技力にもプラスになりますし、それ以前に、そういった機会が無いと人としても成長しないと思うのです。将来Ｊリーグに入っていく際には、プロ契約の問題もあるので議論にはなるかと思います。ただ、そこで働くのをやめてしまうのではなく、働き方をどのように

[1] いわきスポーツクラブが掲げる「日本のフィジカルスタンダード変える」とは、サッカーの試合（商品）を演じる選手たちの肉体を圧倒的に鍛え上げることで、勝負に関係なく、観客を魅了することができるという考えに基づいている。

[2] Ｊリーグのクラブではプロ選手を育成するために、１種（トップ･サテライトチーム）のほかに２種（ユース）、３種（ジュニアユース）、４種（ジュニアやスクール、クリニック）の育成年代組織であるＪリーグアカデミーを持つことが義務付けられている。

変えていけるのだろうという議論をしています。物流センターに限らず、アンダーアーマーの店舗や飲食店などでも良いわけですし、クラブの営業をしながらであったり、市役所で働きながらプレーするということがあったりしても良いのかもしれません。

── サッカーだけではなく、ゼネラルな人材を育てていきたいと言うことなのですね。──

そうです。ずっと一つのものだけを極めてきて、サッカーをやめたときに他のことは何もわからないということでは困りますよね。ここを巣立っていく子どもたちや選手たちがゼネラルな思考をもっているということが大事なのだと思います。こうした環境を選んでくれる子どもたちを増やしていくことが僕たちのカルチャーを作っていくことに繋がるのだと思うのです。

スポーツを通じた“まちづくり”

── 2017年7月9日にいわき市、いわき商工会議所、いわき地区商工会連絡協議会、いわき青年会議所、いわきサッカー協会、いわきスポーツクラブにて「スポーツの力でいわき市を東北一の都市にする。夢・感動・未来づくり」共同宣言を発表されました。──

共同宣言は、いわき市の次なる50年に向けて、未来を生きる子どもたちの笑顔がキラキラと輝く「夢・感動・未来」に溢れたまちを創っていけるよう、知恵と力を結集し力強く歩んでいくことを目的に発表されました。当然、私たちだけでいわき市を東北一の都市にするということを実現することは難しいので、そういった部分のご理解を頂き、いわき市の皆様にご尽力を頂きましてこの宣言に繋がりました。今後は協議会を立ち上げ、スポーツによる“人づくり”、“まちづくり”に関する議論を進めていく予定です。将来的にはスタジアムについての議論も出てくるでしょうし、地域の様々な団体と連携を深めながら、この地域を良くしていきたいと考えています。

いわきFCフィールドが一望できるVIPルーム

── まちづくりの視点ではどのような取組をされているのですか。──

まちづくりという視点では、様々なイベントや大学のアメリカンフットボール部やユニバーシアードのサッカー日本代表などの合宿誘致はしているのですが、まだまだこれからだと感じています。けれども、私たちはスポーツを軸にして様々なことに挑戦できると思うので、スポーツと地域を結びつけるような取組を進めて行きたいと考えています。

──「スポーツ×地域」という視点ですね。──

もともとJリーグは、そういうところからスタートしたのだと思います。しかし、未だに企業スポーツから脱し切れていない部分があります。そこへの挑戦といいますか、スポーツの持つ無限の意味といいますか、日本を変える可能性がある大きなプロジェクトだと思って取り組んでいます。スタジアムづくりも含めて、いわき市で一つモデルができれば何か生まれるのではないかと思うのです。

いわき市全体の成長サイクルを回す

── 将来的な方向性は見えてきているのでしょうか。──

いわき市全体の成長サイクルを回していきたいと考えています。そのためにはスポーツで収益を上げて、地域やスポーツに再投資する必要があります。スポーツで稼ぐと言いますと、日本ではあまり良いイメージをもたれていないと思います。しかし、お金がなければ“人づくり”も“まちづくり”もできませんよね。

── スポーツで収益を上げるためには何が必要なのでしょうか。──

スポーツで収益を上げていくためにはファシリティ（施設）が必要だと思うのです。いくら立派な理念やビジョンを掲げていても、収益を上げられなければ、最後は行政頼みになってしまいます。しかし、立派なスタジアムを建てたとしても、Ｊリーグでは二週間に一回しかホームゲームがありませんので、それだけでは収益を上げることは難しいです。もっと多目的に使えたり、商業施設などと組み合わせたりする必要があると思います。私たちが検討しているスタジアム構想についても、サッカーのためだけではなく、まちづくりの中心となるための議論をしています。そのためにもスタジアムは街なかである必要があると思うのです。

また、私たちが勝手に進めるということでは駄目だと思うのです。私たちといわき市の方々、スポンサー企業の皆様のベクトルが同じ方向を向く必要があると思うのです。そのために私たちは「スポーツを通じて社会を豊かにする」という理念と「いわき市を東北一の都市にする」、「日本のフィジカルスタンダードを変える」、「人材育成と教育を中心に据える」という三つのビジョン掲げているのです。

スポーツを通じて社会を豊かにするために

──「いわき市を東北一の都市にする」というビジョンの実現に向けて、一番の課題とは何なのですか。──

課題というか永遠の挑戦ではあるのですが、人を呼ぶということです。いわき市の皆様の多くは、何となくいわきFCのことを知ってくれていると思います。しかし、その人たちがまだ私たちが作り出すものに来てくれないという現実があります。もう一つ行動を起こしてもらうための仕掛けが足りないのかもしれません。「スポーツで社会を豊かにする」ことや「いわき市を東北一の都市にする」ということを実現するためには、スポーツでみんなが集まって、汗をかいて、観て楽しむという状況を地域と一緒になって作り上げるということが必要だと思うのです。

── スポーツを通じた地方創生の可能性とは。──

先程、収益の話をしましたが、スポーツは収益に現れない無形の価値を秘めていると思うのです。目に見えないものかもしれませんが、いわきFCがテレビで取り上げられることでいわき市が全国区になるわけですよね。スポーツを通じた地方創生とは、そういうことだと思うのです。無形の価値が上がれば上がるほど、追加での投資も必要になるでしょう。しかし、それは企業が「広告宣伝費を○○億円使います。」というものとは違いますよね。私たちはスポーツを通じて、日本を変えてしまうようなモデルケースをいわき市で作って行けたらと考えています。「スポーツ×地域」にはそれだけの可能性があるのだと思います。

スポーツ事業による地域活性化の新展開
～人、企業、自治体の新たな協働～

宇都宮大学地域デザイン科学部
教授　中　村　祐　司

ポイント

- スポーツ事業は地域活性化の切り札となりつつある。
- 地域活性化には地域に関わる人、企業、自治体の協働が不可欠である。
- 各々の有する資源（知恵、資金、専門性など）を強みとして十分に発揮し合うことが大切である。

1. 地域スポーツ事業の展開と活用

2020年東京オリンピック・パラリンピック（以下、東京五輪）まで残り３年を切る中で、関連事業であるか否かにかかわらず、あるいは規模の大小にかかわらず、スポーツ事業（活動、大会、施設整備など）を活用した地域活性化の活発な動きが各地で見られるようになっている。

それらの特徴は、スポーツ事業がいわば内輪の関係者だけの単発事業や一過性の事業で終わるのではなく、草の根レベルで地道に継続され、それらを支える関係者の広がりが各セクター（分野）を超えた形で見られることである。住民や団体組織、企業、（自治体）の新たな協働事例がスポーツ事業を軸に展開されているのである。

そこで、以下、新聞報道（いずれも朝刊）をピックアップする形で、北海道（旭川市、網走市）、宮城県（石巻市）、山形県（村山市）、栃木県（佐野市）における五つの興味深い取り組みを紹介する。そして、諸事例から見えてくるこれからの地域活性化の方向性について考えてみたい。

2. 住民が担うゴルフ場
―北海道旭川市西神楽地区―[1]

北海道旭川市の「西神楽さと川パークゴルフ場」は大雪山系を望む美瑛川の河畔に36ホールを備え、国際規格を満たしたパークゴルフ場である。コースは、地元の西神楽地区の住民が手作りした。市に開設を要望したところ、２億円の予算確保が難しいことなどを理由に断られた。「ならば自分たちで」と動き出した。河川管理者の北海道開発局から「社会実験」で河川敷を利用することへの同意を取り付けた。住民総出で開墾し、造成会社の技術協力も受けた。市の支援も得て2003年に開場した。

管理運営は住民団体「NPO法人グラウンドワーク西神楽」が担う。「グラウンドワーク」はイギリス発の活動で、住民と自治体、企業の３者が、パートナーとして認め合うことを理念とする。活動の幅を広げ、地域内の空き家の活用策などにも取り組んでいる。

[1] 2017年５月16日付朝日新聞「できることは自分たちで　長野県栄村、独自に『道直し』」。

西神楽さと川パークゴルフ場
NPO 法人グラウンドワーク西神楽ホームページより

3. 大学がもたらす地域の協働
―北海道網走市日体大附属高等支援学校―[2]

2017年４月、北海道網走市に日本体育大学附属高等支援学校が開校した。知的障害の男子１年生19人（北海道から10人、東京、神奈川、千葉、埼玉、長野、愛知から９人）が在籍する。校舎に隣接して新築された３階建ての寄宿舎に暮らす。校舎は、もとは職業訓練校（北海道立網走高等技術専門学院）だったものを日体大が譲り受けて改装した。校舎内には教室と実習室以外に２つの体育館と柔道場、トレーニング器具が置かれたエリアがあり、外にグラウンドと今秋には屋根がかかる150㍍直線トラックが設置される。

学校を支援したのが「地元の活性化に」と奔走した網走市であり、パラアスリート支援に乗り出した日本財団だった。さらには財政的な支えとなった北海道銀行など多くの企業群が支えている。大学、自治体、NPO、企業、メディアなどが、がっちりとスクラムを組んだ取り組みとなっている。

4. 地元企業が支えるスポーツ施設
―宮城県石巻市の水産加工団地―[3]

宮城県石巻市の水産加工団地の一角にあるスケートボード場「Onepark（ワンパーク）」は、もともとは冷凍倉庫だった。壁の一部はブルーシートで覆われたままで、壁の高さ３㍍あたりには津波の浸水を示す跡がはっきりと残る。東日本大震災後、「子どもたちの遊べる場所がなくなった」と伝え聞いた地元の水産加工会社「木の屋石巻水産」が３年間の約束で、津波で使えなくなった倉庫の無償提供を申し出たのである。ワンパークの代表者は仲間と週末に集まり、コンクリートの床をスコップではがし、壊れた壁は青果市場で手に入れた木製パレットなどで覆った。

施設は2013年４月にオープンした。現在は週２回、プロ選手によるスクールも開かれており、徐々に地元の子どもたちが増えている。倉庫として貸し出せば年間1000万円近い収入になるものの、東京五輪の追加競技に決まったことで2020年まで無償提供期間を延長してもらえることになった。

5. 自治体に触発される大手企業
―山形県村山市のホストタウン事業―[4]

毎年、市内の公園でバラ祭りを開催し、ブルガリアは国の中部にある「バラの谷」で知られる共通項を理由に、2016年９月下旬、村山市は食品大手「明治」に東京五輪のホストタウン事業における協力を求めた。ホストタウンは五輪やパラリンピックの開催効果を全国に広げ、地域活性化や観光振興につなげる取り組みである。

村山市は明治の主力商品の一つであるブルガリアヨーグルトに注目したのである。村山

[2] 2017年６月11日付産経新聞「北の国から挑戦が始まった」。
[3] 2017年７月30日付毎日新聞「スポーツが育む絆」。
[4] 2017年６月27日付産経新聞「ヨーグルトの縁が紡ぐ未来」)。

市はブルガリアのオリンピック委員会を直接訪問し、新体操連盟を紹介してもらい、そこでプレゼンテーションを敢行した。地域のよさに加え、体育館や宿舎の整備もいかに整っているかを訴えた熱意が通じ、ブルガリアの新体操チームの事前合宿地として決定した。「Rose Camp 2017」として選手の受け入れが2017年６月14日に始まり同月28日まで、選手13人が事前合宿を体験した。

この自治体のスピード感に企業がもたついてはいけないと、明治も社員を講師にブルガリアの食や健康に関するセミナーを実施した。この活動はヨーグルトでブルガリアを体験する学校給食や家庭料理にも発展しつつある。ここに、医療や介護、生活支援といった自治体の抱える課題に企業はどう貢献できるのか重要なヒントが見られる。具体的には高齢者の食や栄養に関する課題と企業ができる健康食品の提供と流通である。そこには「地域包括ケアシステム」という新しい目標が見えてくる。大手企業とスポーツの関係も変わろうとしている。

6. スポーツを核としたまちづくり
―栃木県佐野市のクリケットタウン事業―[5]

栃木県佐野市は地域活性化策として「クリケットの聖地」を本格的に目指している。国の地方創生推進交付金を得て国内初の国際競技場を整備し、民間活用による誘客などの総合的な活性策の取り組みを開始した。

地域活性化の柱として「スポーツ立市」を掲げる同市は商工会議所などと推進委員会を設置し、サポータークラブを組織化して積極的に支援する。2014年には旧県立田沼高校跡地（同市栃木町）を県から取得し、専用の市国際クリケット場として整備を進めている。

また、クリケットタウン佐野創造プロジェクト事業を進める中で、誘客策や地域と連携したサービス業（飲食、宿泊、体験事業）の展開を目指し、個人か団体の公募による民間組織を推進主体とした取り組みを進めている。

地域協働のパターン

地域・事業	協働実践の特徴と関係セクター（●）	住民、NPO 等	企業	行政	スポーツ組織
1．北海道旭川市西神楽地区	住民主導のバイタリティーが行政と企業を動かす	●	●	●	
2．北海道網走市日体大附属高等支援学校	大学の熱意に行政と企業が協力		●	●	●
3．宮城県石巻市の水産加工団地	地域のスポーツ環境を企業が支える	●	●		●
4．山形県村山市ホストタウン事業	行政主導の政策が国外組織と企業を動かす		●	●	●
5．栃木県佐野市クリケットタウン事業	「立市」「創造」を全市的に掲げる	●	●	●	●

[5] 2017年６月７日付下野新聞「クリケットで地域活性」。

7. スポーツを通じた人、企業、自治体の相互資源活用を

上記の表は、これまで紹介した五つの事例をもとに、住民・NPO、企業、行政、スポーツ組織の間での協働のパターンを示したものである。

北海道旭川市西神楽地区の場合、住民主導によるエネルギッシュな活動が行政と企業からの支援をバランス良く引き出すことに成功している。企業や行政に依存する姿勢は全くないパターンであり、そのことが生き生きとした協働の実践につながっている。まさに、住民の熱意と生きがいが、行政（北海道開発局）の同意と造成会社の協力の確保へとつながり、さらにパートナーシップの理念にもとづいてNPOが地域の他の重要課題（空き家活用など）にも活動対象を広げている。

北海道網走市日体大附属高等支援学校と山形県村山市のホストタウン事業は、パターンこそ類似しているものの、前者は体育大学がその特性や資源をフル活用する形で強い理念を持って当該地域に入り、企業と行政の後押しにつなげている。知的障害男子生徒のスポーツを通じた学びを自治体や企業などが多元的に後押しする地域づくりとなっている。

それに対して後者は、いわば市の総合力を発揮する果敢ともいえる行政主導により、国外のスポーツ組織をも動かし、こうした動きに刺激された企業による草の根レベルでの協力を引き出している。スピード感溢れる取り組みには、まちづくりをめぐり、役所仕事と揶揄されがちな行政への認識を転換させるほどの勢いがある。自治体と企業は地域活性化の両輪なのである。

宮城県石巻市の水産加工団地では、地域のスポーツ環境を何とか立て直したいという住民の思いが、とくにハード面での採算を度外視した企業による支援へとつながり、2020年東京五輪の追加種目という追い風もあって、子どもや若者の活動を後押ししている。何といっても企業によるハード面での無償提供が大きいことが分かる。東京五輪の追加種目となった追い風もあり、倉庫がまさに「子どもたちの夢を育む場所[6]」に変わったのである。

そして、栃木県佐野市のクリケットタウン事業は、行政主導という点では村山市と類似しているものの、その中心的な担い手を住民・NPOにシフトしようとする顕著な動きが見られる。「スポーツ立市」によりスポーツ事業（クリケット）を地域活性化の核と位置付け、行政主導を超えて民間の活力を積極的に注入しようとしている。

五つの事例に共通しているのは、いずれもスポーツ事業が地域活性化や地域づくりの切り札になっていることである。当該地域のために汗を流し知恵を出し実践する人、それを受け止める企業、待ちの姿勢から攻めの姿勢に転じて積極的にまちづくりを仕掛ける自治体の存在など、各々が有する資源（知恵、財務や財源、専門知識、公共価値など）を相互活用し、地域づくりの相乗効果を協働により発揮できるかどうか。地域スポーツはそのための格好の素材を提供している。

[6] 前掲毎日新聞「スポーツが育む絆」。

特別寄稿

アリーナの発展可能性
～地域活性化のエンジンとして～

クロススポーツマーケティング株式会社　代表取締役社長
ゼビオホールディングス株式会社　副社長執行役員
中　村　考　昭

ポイント

- アリーナは社会公共財としての性質を兼ね合わせた、地域のシンボルとなる可能性を秘めている。
- スポーツ庁を中心に、全国的にアリーナに対する関心が高まっており、アリーナを核とした地域活性化に向けた取組みが加速している。
- アリーナ単体で上手くいく仕組みではなく、エリア全体として経済の好循環を生む仕組みづくりが重要。
- 地域に応じたポートフォリオを描くことで、地域活性化のエンジンとなるアリーナ整備を実現できるのではないか。

ゼビオアリーナ仙台

私たちは、宮城県仙台市で多目的アリーナ「ゼビオアリーナ仙台」を運営しています。ゼビオアリーナ仙台は2012年10月にオープンしました。バスケットボールなどの球技を始め、コンサートやコンベンションなどの多様な用途に対応できる多目的アリーナです。ゼビオアリーナ仙台のコンセプトは（1）興行を前提としたエンターテインメントアリーナ、（2）周辺施設を含めた複合機能の提供、（3）地元企業と連携した共同運営の３点です。

ゼビオアリーナ仙台の外観

（1）については、ハード面で様々な工夫をしています。日本で初めて常設の全６面（４＋２）のセンターマルチディスプレイを導入しているほか、全長213m のLED のリボンビジョン、最新のスピーカーも導入しています。ゼビオアリーナは日本の従来型のスポーツを「観る」だけではなく、欧米型のスポーツを「楽しむ」アリーナになっており、光やディスプレイ、音楽による演出はもちろん、フロアを土間にすることで利用用途に応じてフロアのアレンジを自由に変えることも可能になっています。

周年イベントで盛り上がりを見せる館内

（2）については、周辺が公園になっているほか、ゼビオグループの店舗であるスーパースポーツゼビオあすと長町店、フィットネスクラブや屋内型のテニスコートやフットサル場、バスケットコート、レストラン等があります。また近隣にはIKEA やスーパー、ライブハウス、駅ナカショッピングモールなどがあり、スポーツを中心とした複合タウンとなっています。また、仙台駅や仙台空港からのアクセスが非常に優れており、利便性の高い立地環境になっています。

（3）については、ゼビオアリーナ仙台の運営は弊社を中心に、地元のスポーツチーム、コンサートプロモーター、地元マスコミ、広告代理店、照明運営会社など14の企業団体が出資する「ゼビオアリーナ有限責任事業組合（LLP）」が担っています。

私たちは、コンテンツ（ソフト）の価値を高めていくためにも魅力的なハードが必要になると考えています。しかし、アリーナをハードとソフトの視点だけで考えるのではなくエリア全体としてどのような複合機能を持たせると、地域への価値を最大化できるのかということが重要であると考えています。

ゼビオアリーナ仙台が地域にもたらす効果

ゼビオアリーナ仙台の開設によりスポーツ観戦の機会が増えることはもちろん、地域の皆様がスポーツを「する」場・「買う」場を併設させることで総合的にスポーツを楽しむ場として活用して頂いております。また、ゼビオアリーナ仙台ではスポーツとエンターテインメントとの融合を図り、多種多様なスポーツからアーティストのライブ、地域イベントなど、地域文化発展への貢献を目的として、様々なコンテンツの誘致や企画にも取り組んでいます。

アリーナの運営を担っているLLP に入っている企業の多くは地元の企業です。地域協働体での経営を実現することにより、施設稼働率の向上・利用の質の向上が見込め、地元経済の活性化にも貢献できる仕組みとなっています。私たちは「民設共営」と言っているのですが、このようにアリーナがハブとなって、地域を巻き込んでいくことによって、地域活性化のエンジンとなっていきたいと考えています。

私たちは、もちろんビジネスとしての採算は見込んでいますが、ビジネスとしての側面だけではなく、地域の人々に夢や感動、希望

を与えられるような、そしてスポーツが持つ「本当の楽しさ」を提供することに意味があるのだと考えています。スポーツには経済的な価値もあると思いますが、他の分野との親和性も高く、地域とスポーツを結びつけていくことで多くのイノベーションを興すことができるのではないかと考えています。

ゼビオグループと仙台市は、2013年に大規模災害発生時における帰宅困難者等を支援するため、「災害時における帰宅困難者等の支援に関する協定」を締結しました。ゼビオアリーナ仙台は耐震壁をバランスよく配置し、地震時でも変位が少なく、建物自体が崩れにくい設計となっている災害時にも強い建物構造です。また、井戸水を貯める貯水タンク、トイレへの水の供給用として使用するための太陽光パネル・蓄電池を備えており、災害時にも衛生的なトイレを提供することが出来ます。このようにエリアの賑わいを生む交流施設としての役割だけではなく、災害発生時の防災拠点としての役割を担っています。

アリーナは単なる総合エンターテインメント施設という側面だけではなく、防災拠点としての社会公共財としての性質も兼ね合わせており、まさに地域のシンボルとなり得るポテンシャルを持っていると感じています。

プロバスケットボール試合開催時の館内

アリーナを取り巻く環境の変化

アリーナを含むスポーツ施設、スポーツ産業を取り巻く環境は劇的な変化を遂げています。スポーツ庁の発足以降、スポーツ産業活性化、そのなかでもスタジアム・アリーナ改革に向けた議論が活発に行われてきています。政府では、スポーツ産業を活性化させていくためにスポーツを「コストセンター」から「プロフィットセンター」に転換していくこと、2015年現在で5.5兆円のスポーツ市場規模を2020年までに10兆円、2025年までに15兆円に拡大するという目標を掲げています。目標の実現に向けた１丁目１番地の施策がスタジアム・アリーナ改革です。2016年７月にはスポーツ庁が中心となり「スタジアム・アリーナ推進官民連携協議会」が発足し、施設整備のガイドラインや資金調達手法に関する議論が行われてきました。また、2017年３月に行われた「未来投資会議（第６回）」の場において、安倍首相から「2025年までに地域の核となるスタジアム・アリーナを20カ所整備する。」との発言がありました。さらに、2017年６月にはスポーツ庁から、「スタジアム・アリーナ改革ガイドブック」が公表されるなど、アリーナを取り巻く環境は大きく変化してきています。こうした議論はスポーツの経済的な価値を最大化しようという取組みですが、スタジアム・アリーナは単なるスポーツ施設としてだけではなく、地域活性化や産業活性化の起爆剤として期待されています。

「未来投資戦略2017」では、スポーツ産業、特にスタジアム・アリーナを地域経済好循環システムの構築に向けた重要な柱として位置づけています。スタジアム・アリーナ改革に向けた機運が全国で高まっている中、官民での連携や民間による積極的

な投資を通じて魅力の高いアリーナを地域コミュニティの中核として整備していくことが、スポーツ、スタジアム・アリーナを核とした地域活性化やブランド価値の向上、社会的・経済的な価値の創出に繋がっていくのだと思います。

アリーナを核とした地域活性化の可能性

2019年にラグビーワールドカップ日本大会、2020年に東京オリンピック・パラリンピックを控え、日本のスポーツ界は大きなチャンスを迎えています。日本全体でスポーツ産業の活性化やスタジアム・アリーナ改革に向けた機運が高まっている中で、特に重要となることは、スポーツを通じてどのように地域の特徴や価値、アイデンティティ、存在意義を高めていくかということです。

地域にはそれぞれの特徴的なスポーツ文化があります。私たちは、青森県八戸市と福島県郡山市でアジアリーグアイスホッケー[1]に所属する東北フリーブレイズを運営しています。八戸市では、300程度の草アイスホッケーチームがあり、地域のアイデンティティの１つになっています。例えば、このような地域環境に着目すれば地域独特のスポーツ文化、アリーナ文化を醸成することができるはずです。欧米のアリーナでは、地面の一番下に氷を張り、多目的に利用しているケースが多くあります。八戸のようなアイスホッケーやアイススケートが盛んな地域では、通年で氷が張られているアリーナを整備し、その上にバスケットボールやフットサルのコートを張れる仕組みにしておけば、１年間を通じて賑わいを作ることができ、地域の交流拠点となるアリーナになっていくのではないでしょうか。

また、行政や学校教育との連携という可能性もあるのと思っています。行政が所有する体育館やプールは老朽化が進んでいますが、地方自治体の財政状況を考えると簡単に新設・改修ができる状況ではありません。そこで、私たちのような民間事業者と行政が連携し地域のスポーツ関連施設を整備していくことで、地域経済の活性化と共に市民のスポーツ環境の整備という社会課題の解決に繋げることも可能になると思います。学校教育についても同様です。体育の授業や部活動などをパートナーとして捉え、体育の授業や部活動でアリーナを利用してもらい、アスリートを活用したコンテンツを提供していくということも可能です。このようなモデルが構築できれば、行政が施設を整備するよりも大幅にコストを削減できます。それだけではなく、利用してもらう子どもたちに魅力的なスポーツコンテンツを提供することができ、地域アイデンティティの醸成や地域ブランディングに繋がっていく可能性があります。

今後に向けた展望

現在、地方ではアリーナやアリーナを核とした地域活性化に対するニーズが非常に高まっています。私たちはいくつかの自治体と共にアリーナ整備に向けた議論を進めていますが、その地域の課題やニーズは何なのか、保有するコンテンツは何なのかということを事前に整理したうえで、地域に応じたポートフォリオを描いていく必要があります。これまでの体育施設の多くは、作った後に「さあどうやって使おうか」という議論になってしまっています。作ってからニーズを探すのではなく、企画、設計段階から利用するコンテンツや地域需要がどのくらいあるかを把握し、収益を生む施設とはどのような施設なのかを事前に検討することが非常に重要です。施設の維持

[1] アジアリーグアイスホッケーは日本、大韓民国、ロシア連邦の３カ国のアイスホッケー連盟が参加して行うプロクラブチームの国際リーグ戦である。

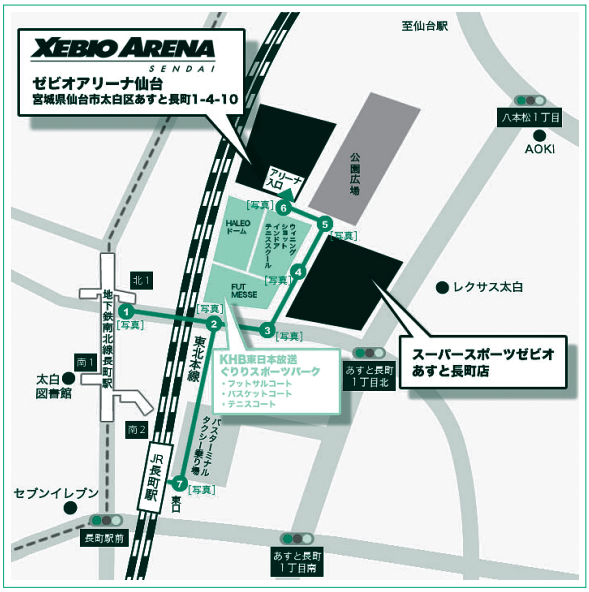
管理にはお金がかかりますので、持続可能な開発とするためにも安定的に収益を上げ、その収益を再投資する仕組みを作っていく必要があります。

私たちは地域、自治体と連携しながら、全国に20ヶ所程度、民間事業としてアリーナを整備して行きたいと考えております。アリーナだけが儲かるという仕組みではなく、地域、そのエリア全体で好循環を生むための仕組みを作って行く必要があると思います。アリーナは地域の交流拠点として、人々の交流や地域経済の活性化、地域アイデンティティの醸成など地域活性化のエンジンとなる可能性を秘めているのではないでしょうか。

アクセスマップ

ゼビオアリーナ仙台

宮城県仙台市太白区あすと長町1-4-10
TEL 022-748-0877
http://www.xebioarena.com/
東北本線　長町駅より徒歩５分
地下鉄南北線　長町駅 北１出口より徒歩５分



風土を伝える、酒蔵の可能性

読売新聞　秋田支局
支局長　小　坂　佳　子

使うのは蔵から半径５㎞の米と水だけ。徹頭徹尾、土地に根ざした酒造りをする秋田県横手市の浅舞酒造には、全国各地からファンが訪れる。この蔵の魅力は、酒のおいしさだけではない。酒造りへの姿勢と、酒が生まれる風土を伝えようとする「もてなし」の心が、人をひきつける。

創業100周年を迎え、９月に行われた記念イベント。各地から集まった参加者は、蔵人と共に横手市内の峠に向かった。眼下に黄金色に輝く横手盆地が広がる。「この風景を瓶に詰めたい」。それが杜氏の森谷康市さん（59）の思いだ。「横手盆地に乾杯！」。参加者は美しい田園風景を眺めながら、グラスを傾け、土地の恵みがもたらした芳醇な味わいに酔いしれた。

「吟の精」や「亀の尾」といった酒米の田んぼも巡った。こうべを垂れて風にそよぐ稲を前に、同じ品種の米の酒を味わう。品種ごとの違いを確かめながら、日本酒が米からできていることを実感する。

酒米の生産農家でもある森谷さんは、蔵を訪れた人に横手のテロワールを体感してもらおうと工夫を重ねてきた。「稲の花見」と称して田んぼの見学会を開いたり、酒粕と地元の食材で手料理をふるまったり。時には民謡も披露する。そうして消費者との結びつきが深まり、蔵開きなどのイベント時には、ファンがボランティアとして運営にも携わる。

量から質へ、モノからコトへと消費のあり方が変わる中で、浅舞酒造の取り組みが県内外から注目されている。

秋田県にとって日本酒は重要な食品産業の一つだ。日本酒造組合中央会のまとめによると、平成28年度の出荷量は２万896kℓで東北トップだった。全国では兵庫、京都、新潟に続く４位で、昨年度より順位を一つあげた。

純米酒など高価格帯の「特定名称酒」の出荷量も東北トップの8123kℓで、全国４位になった。全国１位の新潟県は２万8643kℓ。しかも新潟の酒の66％を特定名称酒が占めるのに対し、秋田は38％にとどまっている。日本酒全体の消費量が減少するなかで、高価格帯への移行が急がれる。

輸出も好調で前年比32％増だったとはいえ、312kℓとまだまだ量が少ない。輸出促進に向け、県と酒造組合が長距離の海外輸送でも香りなど品質が劣化しにくい酵母を開発したが、更なる振興策が必要だ。

一方、日本で最も人口減少が進む秋田県では、交流人口の拡大が課題となっている。浅舞酒造の例に見るように、酒蔵は人を呼び込む核となり、その土地の魅力を発信する可能性を持っている。酒蔵の潜在的な力を引き出し、活用することはできないだろうか。

例えば、フランスのワイン生産者の中には、シャトーと呼ばれる城のような邸宅に、宿泊施設を備えているところがある。ブドウ畑の広がる場所で、シャトーのワインを土地の料理とともに味わい、ゆったりと過ごすぜいたく。

日本の酒蔵でも宿泊できるようにして、地酒と郷土の料理、地域の文化を、田んぼや里山の風景とともに堪能してもらってはどうだろう。地元の人にとって当たり前の自然や食べ物も、外から来た人にとっては非日常の体験となる。冬の雪景色などは格別だろう。１日１組などと限定にすれば、プレミアム感も増す。

日本酒は風土を現す。消費者に蔵まで足を運んでもらい、試飲だけでなく風土をも楽しんでもらえるような仕掛けや枠組みを作っていけば、そこでしかできない特別な体験を求めて人が集まり、ファンがつくのではないか。それは酒蔵のみならず、その地域の生き残りにもつながるはずだ。

秋田の蔵が、米のふくよかなうまみが感じられるおいしい酒を造り続け、国内外から愛され、憧れの存在となることを願っている。

ほくとう総研では、その目的に合致する調査・研究等を行う団体・研究者に対し、資金助成をしています。平成28年度対象事業の成果を報告します。

家計調査から展望する域内経済循環
～岩手県南・奥州市の課題～

中央大学法学部
教授　中　澤　秀　雄

ポイント

- 域内経済循環あるいは貨幣漏出の取り戻しという観点が近年注目されている
- 地域経済循環の観点は六次産業化政策にも重要で、「お菓子」などの目立つ品目ではないところに、注目すべきカテゴリーがある
- 現状を把握するためプレ家計調査を実施したところ、奥州市では家計消費の９割が域外漏出していると推定される。域内調達率を上げることで、雇用創出を見込めるのでは

1. 地域経済循環という視点

もともと今村奈良臣・東京大学名誉教授が提唱した「六次産業化」は、いまや農林水産省の看板政策となり、現政権の「地方創生」政策においてもキーワードの一つとなっている。ここで、「内発的発展」がキーワードだった1980年代以前から継続した取り組みをして成功した事例――宮崎県綾町の「一戸一品運動」や鳥取県智頭町の「CCPT」、北海道下川町のクラスター産業化等が代表例――を検討すると、むしろ域内循環の促進こそが自治体の六次産業化政策を成功に導く鍵ではないかと筆者は考えている。例えば宮崎県綾町の産業連関表を分析すると、一般的な市町村に比べて町内最終需要の創出力が高い。これは、郷田實町長時代から続く「一戸一品運動」により町内個人レベルで生産される品数が多く、かつそれらが町立の直販施設「ほんものステーション」等で町内に再販売されている経済構造に由来すると推測される（入谷 2012）。

域内循環の発想に経済学的基礎づけを与えた成果として、島根県中山間地域研究センターや、その統括監だった藤山浩氏が提唱してきた「田園回帰１％戦略」がある（藤山 2015）。中山間地で漏出している貨幣を何割か取り戻すだけで地域内雇用が創出できることを家計調査データや、それに基づく経済モデルの開発を通じて説得的に明らかにしている。また、同センターも参考にしている英国 New Economic Foundation は“Plugging the Leaks”というパンフレットを出し[1]、地域からの貨幣漏出の穴を塞ぐことの意義を直観的に分かりやすく示している 。

実際、花巻から一関までの岩手県南という範域で筆者が試算したところ、外貨を年間1.64兆円稼いでいるものの、1.67兆円が地域外に漏出しているという結果になった（平成17年の数字）。いかに六次産業化して地域外に売り込んでも、貨幣が漏出し続けているのでは意味がない。このような観点から、地域経済循環の実態を把握する手がかりを掴もうと、本研究を企画し、2016年度「ほくとう総研」の地域活性化連携支援事業に採択された。

2. 奥州市と六次産業化の課題

本研究のフィールドとした奥州市は、岩手

[1] http://www.pluggingtheleaks.org/

県の内陸南部に位置し、一関市・北上市・花巻市・平泉町等に隣接する。市内に東北新幹線の「水沢江刺」駅があるが、同駅は在来線と接続していない。一方、昭和期には「盛岡に次ぐ県南中枢都市」と言われたJR東北本線の水沢駅前は衰退が著しく、県内でも地価下落率が突出したシャッター通りである。

奥州市の総面積は、993.30平方キロメートルと広大であり、市域の中央を北上川が貫く。水沢市・江刺市・前沢町・胆沢町・衣川村の５市町村が合併し平成18年に誕生した。農業に関していえば市人口の三分の一が農家人口にカウントされ、胆沢扇状地を中心に生産される米とピーマンは県内１位、きゅうりは県内２位の収穫量を誇っている。典型的平場農業地帯であるから、六次産業化に向けた取り組みは合併前から、とりわけ胆沢町などで始まっていた。『NETT』誌にも再三登場している、休耕田で栽培した肥料米を発酵させた㈱ファーメンステーションの取り組み（酒井2017）は、胆沢町役場やJA婦人部などを巻き込んだ取り組みが結実したものである。合併後は、㈱ファーメンステーションにも関与しているIT企業の「デジアイズ」と蔵元の「岩手銘醸」「前沢牛オガタ」（牧場）の異業種三社が連携し、日本酒「奥州光一代」の生産も開始された。

行政レベルとしても、農業を基幹とした異業種連携による地域一体的な産業振興が必要と考えた市当局が平成28年度に『奥州市地域６次産業化ビジョン　食の黄金文化奥州～う米！きれい田！行きた稲！～』を策定し、「奥州市にとって農業は基幹産業であり、精神的支柱としての地域の基盤の役割を持っており、この元気こそが奥州市の活力ある発展に寄与する」と宣言、「地域経済循環を基本として、地域一体的な地域振興・産業振興を考えることが重要」と述べる。このように、市としても地域経済循環を重視する姿勢を打ち出しているので、課題を数値として明らかにできる家計調査の意義は大きいと筆者は考えた。

3.（プレ）家計調査の経緯と結果

まずは、六次産業化製品のリストが必要と考え、地元の新聞やフリーペーパーを参照しつつ奥州市内の主体が、市内の農業資源を利用して開発した製品の網羅的リストを作成しようと試みた。それを「六次産業化データベース」[2]としてオンラインで閲覧できるようにしてある。最も多く製品開発に取り組んだのはJAだったので、奥州市域の半分をカバーする「JAいわてふるさと」が経営する産直施設「産直来夢くん」の売場において、2016年12月の平日に20名程度の消費者に対して売場調査を実施し、購入動機や日常での使用シーンなどをインタビューした。その回答から印象づけられたのは、今風の意匠を凝らしたお菓子等ではなく、伝統や生活に根ざした製品が重要という、考えてみれば当然の結果である。六次産業化データベースには洋風菓子などが多く、それは確かに「メディア受け」するのだが、改めて地元生活者の生活スタイル・生活リズムに根ざした商品開発でなければならないと認識した。

こうした示唆も意識しつつ、家計調査を企画した。既存の公的統計（「家計消費状況調査」「家計調査」「全国家計実態調査」など。いずれも総務省統計局実施）は本研究の目的にとって不十分で、一から調査を企画する必要があった。本格的なサンプリング調査の前に調査手法や結果を検証すべく「プレ調査」を実施した。標本数は個人的な伝手および市内店舗でのポスター掲示により協力を承諾してくれた８世帯、調査実施期間は2017年１月から３月の３ヶ月間である。

プレ調査の単純集計結果は**表１【ア】**に示した通りである。８世帯分の家計３ヶ月の消

[2] http://www.nakazawa-lab.net/rokuji/database.php

費額合計は350万円弱、そのうち市内資本店での購入額は32万円程度、市内製造品・サービスの購入となると消費総額の７％に過ぎない25万円強であった。この３ヶ月分の集計結果に４をかけて１年分とし（季節変動は無視）、更に奥州市の世帯数44,875を考慮して5,500をかけた数字の「490億円」が、今回のデータから論理的に足し上げられる市内年間家計消費額ということになる。この数字は捕捉率２割程度と考えられ、反省が残った[3]。総務省「全国消費実態調査」岩手県分データから推計しても、今回のプレ調査による捕捉率が真の値の２～３割に止まることは確認できた。

ともあれ推計された数字を、島根県中山間地域研究センターが蓄積した家計調査データと比較してみた（紙幅の都合で表は省略）。市内生産物購入額が占める割合だけに注目して比較すると、典型的な中山間地である鳥取市鹿野町と比較して、市内生産物購入割合が高いのは、パン・めん類・穀類・生鮮野菜・生鮮果物・卵・お菓子の各品目であった。平場農業地帯である以上、これら主食・生鮮品の域内調達率の高さは当然であり、逆に注目したいのは、付加価値の高い加工製品（六次産業化製品と言えるもの）で域内調達率が高いカテゴリーは「お菓子」に限られるという点だった。とりわけ地元企業・個人が参入しやすいカテゴリーである「野菜加工品」「肉加工品」「調味料」「総菜おかず・弁当等」の各区分における地元調達率は、スーパーや企業の少ない鳥取の中山間地よりも低かった。

このように域内調達率が低く、とりわけ菓子以外の加工品において改善余地が非常に大きいと根拠を伴って示せたことは、「食の六次産業化」政策に大きな示唆を与えるものと言える。ここから更に進んで⑴域内消費による経済波及効果が現状どの程度であるのか、⑵域内調達率を何割か改善することでどの程度の経済波及効果や雇用創出効果が見込めるか、を示すと説得力が高まる。そこで、奥州市産業連関表及び各種係数表を作成し、それに基づいて経済波及効果を推定することにした[4]。岩手県は「平成21年経済波及効果簡易分析ツール」という excel ファイルを産業連関表データと同時に提供している[5]。この excel に入力されている岩手県の各種係数（粗付加価値率、雇用者所得率、自給率、民間消費支出構成比、就業係数、雇用係数）を奥州市のデータにすべて入れ替えれば、家計消費の奥州市経済への波及効果は算出できる。その結果を**表１**に反映させている。

表１、とりわけ【イ】表、【ウ】表からは多くの示唆が得られる。今回の８世帯分のデータを44,000世帯分へと単純に増幅した場合、消費額192億円に対して域内調達額は14億円、経済波及効果は32億円程度に止まり、11万都市の消費なのに誘発されている雇用は215人分に過ぎない。せっかく200億円近く消費しても９割以上の貨幣が、消費と同時に域外流失しているということになる。かりに域内調達率が全項目で10％改善した場合、【ウ】表が示すように波及額は70億円と２倍以上になる。雇用誘発効果も522人分となるので、差し引き307人分の新規雇用が創出できる。従業員三百人規模の企業誘致は、現在の地方都市を取り巻く状況から現実的とは言えない。それよりも域内調達率を１割上げることは、現実的な政策目標たりうるのではないだろうか。

---

[3] 岩手県南（平成17年時点の総人口約52万）全体で、住民消費額は9500億円。奥州市はその23％の人口を抱えるので、住民の推定年間消費額は約2185億円となる。

[4] なお、地方創生政策の一環として開発された国の RESAS（Regional Economy Society Analyzing System）のうち、第二期開発として環境省が平成27年に発表した「地域経済循環分析」プロジェクトでは、全市町村について産業連関表を作成したという。しかし素データの提供をうける権利を持つのは市町村のみなので、本事業では自前で分析してみた。参照：「『地域経済循環分析用データ』の提供開始について」http://www.env.go.jp/press/files/jp/28652.pdf

[5] http://www3.pref.iwate.jp/webdb/view/outside/s14Tokei/bnyaBtKekka.html?C=B0303&R=I015

【表１】 2017年１月～３月に実施したプレ家計調査の集計結果

【ア】８モニター家計の１～３月消費の単純集計

	B	C	D	E	F
単位円	金額	うち市内資本店	うち市内製造者	市内割合	波及市内総生産額
食品等	¥805,068	¥62,107	¥53,907	6.7%	¥138,000
インフラ・エネルギー	¥723,590	¥159,028	¥106,736	14.8%	¥282,000
消耗品等	¥224,297	¥3,500	¥1,237	0.6%	¥6,000
耐久品・クルマ・家具	¥409,309	¥20,300	¥20,300	5.0%	¥45,000
手数料・家賃・保険等	¥1,017,446	¥53,001	¥53,001	5.2%	¥78,000
趣味その他	¥316,004	¥25,978	¥22,290	7.1%	¥47,000
小計	¥3,495,714	¥323,914	¥257,471	7.4%	¥596,000
		＊市内に本社がある店での消費額	＊市内の個人・企業が製造・提供した財・サービスが購入された額	D列／B列で算出	（B列の消費により市内で創出された GDP）奥州市産業連関表及び「経済波及効果簡易分析ツール」（岩手県）に基づく試算

【イ】モニター家計集計（上表）を44,000世帯分に単純増幅した場合

単位円	金額	うち市内資本店	うち市内製造者	市内割合	波及市内総生産額	雇用者誘発量（人）
食品等	¥4,427,874,000	¥341,588,500	¥296,488,500	6.7%	¥759,801,000	95
インフラ・エネルギー	¥3,979,745,000	¥874,654,000	¥587,048,000	14.8%	¥1,551,628,000	54
消耗品等	¥1,233,633,500	¥19,250,000	¥6,803,500	0.6%	¥38,034,000	3
耐久品・クルマ・家具	¥2,251,199,500	¥111,650,000	¥111,650,000	5.0%	¥249,636,000	26
手数料・家賃・保険等	¥5,595,953,000	¥291,505,500	¥291,505,500	5.2%	¥430,440,000	13
趣味その他	¥1,738,022,000	¥142,879,000	¥122,595,000	7.1%	¥264,210,000	24
小計	¥19,226,427,000	¥1,781,527,000	¥1,416,090,500	7.4%	¥3,293,749,000	215

【ウ】イ表の状態から市内調達割合（E列）が全項目10%上昇した場合

単位円	金額	うち市内資本店	うち市内製造者	市内割合	波及市内総生産額	雇用者誘発量（人）
食品等	¥4,427,874,000	¥784,375,900	¥739,275,900	*16.7%*	¥1,772,143,000	223
インフラ・エネルギー	¥3,979,745,000	¥1,272,628,500	¥985,022,500	*24.8%*	¥2,257,630,000	80
消耗品等	¥1,233,633,500	¥142,613,350	¥130,166,850	*10.6%*	¥317,635,000	33
耐久品・クルマ・家具	¥2,251,199,500	¥336,769,950	¥336,769,950	*15.0%*	¥776,266,000	86
手数料・家賃・保険等	¥5,595,953,000	¥851,100,800	¥851,100,800	*15.2%*	¥1,256,754,000	39
趣味その他	¥1,738,022,000	¥316,681,200	¥296,397,200	*17.1%*	¥638,777,000	61
小計	¥19,226,427,000	¥3,704,169,700	¥3,338,733,200	17.4%	¥7,019,205,000	522

4. 今後の展望

本プレ調査により、注目すべき加工食品のカテゴリーなど、六次産業化政策への示唆も得られたが、何よりも市内家計消費の９割以上が域外に漏出しているという結果は予想外であった。奥州市に限らず、多くの地方都市にこのような構造があると考えられ、域内循環を意識するだけで、豊かさの実感の改善がはかれるのではないだろうか。

もちろん、以上の数字は多くの制約・限界を抱えたプレ家計調査の結果なので、暫定的である。説得的かつ政策立案に活かせる数字を得るためには、本格的なサンプリング調査が不可欠だ。そこで、筆者は奥州市当局と共同して、2017年９月から11月にかけて、層化サンプリングした約90世帯を対象に、本格的な家計調査を実施することとしている。その成果は適切な時期・媒体に発表したいが、このような展開の契機を与えて頂いた「ほくとう総研」、また協力いただいた奥州市民、「産直来夢くん」、関係各位に改めて謝意を表する。

文献

藤山浩　2015『田園回帰１％戦略』農文協

入谷貴夫　2012『地域と雇用をつくる産業連関分析入門』自治体研究社

酒井里奈　2017「株式会社ファーメンステーション（岩手県奥州市）米で、無農薬で、手づくりで、香りのよいエタノール」『NETT』（ほくとう総研）96：pp.26-29.

地産地消結合型滞在ビジネスの可能性
～東北への提言に向けて～

東北学院大学教養学部地域構想学科
教授　柳　井　雅　也

ポイント

・誰に来てほしいのかというターゲットを決めて事業を行うことが重要。
・事業のマネジメント力とプロモーション力を高めよう。
・地産地消は市場原理。滞在ビジネスは受け皿。相互の関係を動かすのは人である。

1. 地産地消結合型滞在ビジネスとは

ここでは「地産地消結合型滞在ビジネス」とは、地産地消（市場原理）と滞在ビジネス（その受け皿）との相互関係（人の役割）と捉えることとする。

前者の「地産地消」は、いまや地域づくりに関わる人だけの専売特許ではなく民間企業でも積極的に推進されている。そのような事例と受け皿も取り込んで表１を作成した。ここでは大きく拠点型と地域型に分け前者は実践的経営者や企業が取り組んでいる例、地域型が従来の地域づくりとした。

まず拠点型はリゾート型と農業テーマパーク型に分けられる。リゾート型は保養を目的としたものが多く、贅沢さを演出するために高級食材等がおしゃれに提供されることも多い。更に施設のコーディネートや施設の工夫、周辺景観との連携も行われることが多い。これはブランドイメージを高める付加価値戦略を意図している。リゾナーレ八ヶ岳（山梨）やカーブドッチ（新潟）等がある。これに対して農業テーマパーク型は体験や学習といった視点が強調され、食材もウィンナー、ジェラート、海鮮など、より大衆的な食材の提供がなされる。ここでは広大な敷地内のレストランや、海の駅、道の駅等で食事ができるだけでなく、農業テーマパーク内では観光農園やパオや瀟洒なコテージ等の宿泊施設が併設されていることも多い。これには、もくもくファーム（三重）、グラノ24K ブドウの樹（福岡）、おおむら夢ファームシュシュ（長崎）等が該当する。

次に地域型について説明する。まず実践コンサルタント型がある。これは、コンサルタントやデザイナーが中心となって企業連合等を組んで投資を行うものや、行政等の依頼を受けて取り組むタイプで、「健康」・「環境」・「観光」等、クライアントの希望に応じて地域活性化を目指すものである。そのため食材の宣伝と販売が行われることも多い。また既存の設備や施設を活用してイベント等を行うことも多い。例えばファミリア（宮城）は、関係する建築、飲食業等のノウハウを持ち寄って道の駅の運営を行ったり、後述するように素材広場（福島）のような取り組みがあったりする。

地域資源活用型は地域住民等が中心となって行う取り組みで、廃校跡や古民家等の地域の価値もこれと連携しながら使用される。群言堂（島根）、遠野（岩手）、里山十帖（新潟）等もこれに該当する。特に四万十ドラマ（高知）は、環境に負荷をかけない取り組みとして古新聞の紙バッグを製作して販売する等、

表１　地産地消活用型滞在ビジネスの諸類型

	タイプ	経営主体	考え方	地産地消結合	主な活用施設	主な事例
拠点型	リゾート型	実践的経営者・企業	保養	ワイン、高級食材等、高級感を演出するツールとして	リゾートホテル・スタイリッシュな建築物等	星野リゾート（リゾナーレ）、カーブドッチ
	農業テーマパーク型		体験・学習	ウインナー、ジェラート、海鮮等の人気食材をツールとして	レストラン・海の駅・道の駅・観光農園等施設活用	もくもくファーム、グラノ24Kブドウの樹、おおむら夢ファームシュシュ
地域型	実践コンサルタント型	コンサルタントやデザイナー等が委託を受けて支援	「健康」・「環境」・「観光」等による地域（産業）活性化	米、野菜等の食材や郷土食で市場競争力があるものを提供	既存施設活用型（飲食店・ホテル、旅館等）	ファミリア、素材広場（あいづ食の陣）
	地域資源活用型	地域住民・篤志家・NPO等が自ら発見	ライフスタイル		廃校、古民家・農漁家（旅館・民泊への転換等）等	群言堂、遠野、里山十帖、四万十ドラマ（地域産業連関形成型）、五城目町シェアビレッジ
	施設整備イノベーション型	公民連携等、実践型コンサルタント等は後景に	地域課題解決		施設整備（体育館と宿泊施設との連携等）	オガール

雇用創出を兼ねた取り組みと地域内経済循環の形成（栗の販売等）を目指した取り組みとなっている[1]。施設整備イノベーション型は、行政と地域等が協力する公民連携による取り組みである。ここでは公的整備を、コストを下げやすい民間の経営手法で行い、ついでに無駄を排除するような一石二鳥の取り組みである。例えば、オガール（岩手）では、市場調査を基にニッチマーケットに勝機があると考えて建てられたバレーボール専用体育館によって、全国から多くの人々が大会や練習をかねて集まってくる。そこに宿泊施設を連動させて稼働率を上げている。最近ではオーケストラなどの合宿にも使用されているなど思わぬ副次効果も出ている。

このようにみていくと拠点型にも参考となる視点があることに気付く。地産地消について一見、市場原理による競争にはなじまないコトに価値があるとみなされる風潮があるが、地産地消として販売される商品は押しなべて、市場原理に巻き込まれている。別の言い方をするならば「この味なら、別の商品のほうがもっとおいしい」等で表現されることである。さらに滞在ビジネスにとっても拠点型の事例は参考になる。例えば、夕陽が沈む瞬間のレストランの光景の演出等、ピンポイントでの「場」の際立たせ方や、年齢制限を設けて大人の空間を演出する工夫などである。地域型ではそういった取り組みはまだ十分とはいえない。

2. 拠点型の参考事例

ここでは拠点型の事例を取り上げて考察していく（聞き取り調査は2016年秋）。事例は、山梨県のリゾートホテルA社である。ここは、北イタリアの山岳都市を参考にした建物を所有している。リゾートホテル経営にとって当地は「ブランド化されていない目的のない場所」（関係者）だった。そこで、調査を行ってみたところ日本人が「旅行に行きたい」目的は温泉保養が圧倒的に１位で、その次が観光・史跡だった。しかし、当地はこのような「思い出をつくる場所」がなかった。さらに調べていくと、小学生未満のファミリー層だけが「温泉」を１位にしなかったことに気付いたそうである。首都圏からJR特急「あずさ」でくれば２時間以内で、その層がターゲットにできることに気付いた瞬間だった。A社の考え方は子ども中心ではなく、30代、40代のお

母さん世代に圧倒的に支持されるホテルになろうと「切り口」を変えたことだった。つまり、レストラン、Café、スパなどである。子どものためにがまんをしないホテルづくりだった。子供が乗馬や季節ごとのイベントに参加している間に、親はスパに行き、そのために託児所も設けた。また、提案型滞在を徹底して２－３日間を事前にイメージさせる仕掛けも行っている。

イメージターゲットは、代官山や山の手に住まわれている人を想定し、彼らが好むのはワインととらえている。こうして2007年からワインリゾートを始めた。造り手としっかりコミュニケートするようなツアーを行っている。ワイナリー散歩という土日限定のイベントがある。６か所のワイナリー（長野１、山梨５）と提携しバスツアーを開催している。バスの定員が20名で毎回満車になっている。通年で来訪客の約20％の目的がワインになっている。

近くには提携農家（５、６か所）があり、ナスだけでも７、８種類が手に入る。東京で見かけないものも多い。野菜だけのフルコースもはじめている。農家との関係性は大事にしている。夏のマルシェにしてもいい場所を提供したり、出展後に、自社の HP の中で彼らの専用ページを作ったり、ビジネス上の相乗効果をいかに出すかを大切にしている。

サービスの質としては、宿泊客の評価をすべてにしている。これを月に１回、社員が集まる会議で CS（顧客満足度）の変化を把握し、事業活動にフィードバックしている。

3. 東北の事例

ここでは、東北の参考事例を紹介する（聞き取り調査2016年秋）。１つ目は会津若松市の素材広場（代表：横田純子理事長）の取り組みである。ここは、生産者と宿泊施設をつなぐために、地産地消の食材の探索や栽培なども同時に行っている。金山町の天然炭酸水の商品化などを手掛けてきた。ここの特徴は、商品（料理も含む）ができた時点で情報感度のいい人たちに意見を聞いたりしている。また、宿泊施設で料理の提供を行うときは素材勉強会という、素材の説明や栽培地の説明を行っている。さらに事業の PR も兼ねた「見える化」を行っている。

例えば、過剰生産で廃棄される会津のリンゴの廃棄を相談されて、社員が「ねずみ小僧」に変装して農家に行って、リンゴを「盗む」姿がテレビ中継されたりもした。宿泊施設でも頂いたリンゴを料理に出すだけでなく、リンゴ風呂に入れたところ、それがきっかけで地元農家に宿泊客が訪ねていくこともあったそうである。

ここでは、商品やサービスの磨きの手段としての情報収集と勉強会の開催、そしてプロモーションの手法を見ることができる。

素材広場

２つ目は、秋田県五城目町の事例である。古民家の修繕費をクラウドファンディングという手法で募って地域づくりに展開している。「年貢を納めて村民に」を合言葉に、築140年近くの古民家を維持し、ここに宿泊客を寄合（東京で会員同士で交流会）、里帰り（古民家訪問）、一揆（現地交流会）などで呼びよせている。既に移住を決めた若者や地域住民の中からも会員が出てきている。SNS の巧みな活用で注目されている。

シェアビレッジ（秋田県五城目町）の取り組み

一方、せっかく補助金を付けても、その後すぐに消滅した取り組みもある。ある温泉では、ワインツーリズムを行おうと官民一緒に取り組んだ。補助金を元手に専門のコンサルタントがやってきて指導をして、地元産の和牛とワインで構成されたお膳の試食会と意見の交換会を行ったりした。しかし、補助金が切れるとともにワインツアーもほぼ終了してしまった。筆者の現地聞き取り調査ではワイン生産・販売所の中にはまだワインツーリズムを行っていきたいと希望するところもあったが、地ワインフェスティバルというイベントのほうが手っ取り早く集客できるというが意見が多かった。また、地元旅館は客数の減少に悩まされているものの、「何かをしなければ」という切迫感もないことも分かった。

4. おわりに

これらの事例を通じて、東北における地産地消型滞在ビジネスの可能性について以下の事を提言したい。

１つ目は誰に来てほしいのかというターゲットを決めて、それを中心に施設の整備やサービス、食材（ワインと野菜）等のラインナップを整えることが重要だということである。「地元にあるからとりをあえず作る」という姿勢は的外れになる可能性が高い。また、市場調査やデータの収集とその分析力も必要になってきている。２つ目は、五城目の取り組みのように会員を維持・拡大していくための様々な仕掛けやイベント等のマネジメント力と、３つ目に、モニター、PR 等のプロモーション力も必要だということである。

また、単体のビジネスの洗練度を高める中で、これらのつながりについても考えていく必要がある。１つ目は、地域内でつながる意味である。A社は事業持続性を担保するために提携農家との連携にこだわっている。２つ目は、外部の人（来訪者、視聴者等）が興味を持てるような「見える化」を行うことである。

失敗例から言えることは、ステークホルダー（利害関係者）の意思と置かれている経済環境が地域づくりに向いていない状態での取り組みでは、成功は覚束ないということである。

これらの事例は東北だけに当てはまるものではなく、広く国内の地域づくりの参考に資すると考える。要は、地産地消は市場原理に左右されるので、しっかりと経営感覚を持つことである。そして滞在型ビジネスは、地産地消の受け皿（人や景観、食材の供給源）としての役割がある。その相互の関係を動かすのは人である。よって、それがよく見える時に地域の価値は上がり、ブランド化が進むことになる。そのためにもよき人材の育成が欠かせない。

注）

１．拙稿「交流型地域づくりの時代と可能性」『地域づくり別冊』p6-7, 2016.12.

人口減少社会における災害後の土地利用のあり方に関する研究

兵庫県立大学大学院減災復興政策研究科
准教授　澤　田　雅　浩
（前・長岡造形大学建築・環境デザイン学科　准教授）

ポイント

・自然災害からの復興に際しては土地利用が大きく変化する
・人口減少社会においては土地利用の拡大は復興時の課題となる
・暮らしの形を考慮した暫定的土地利用や利用権の共有などの可能性を検討するべきである

1.「防災集団移転促進事業」による高台移転

東日本大震災で津波浸水被害を受けた沿岸部の各地では、住宅地の高台移転に目途がつきつつある。これは、浸水被害の大きかった箇所を中心に「災害危険区域」かつ「移転促進区域」と設定することで防災集団移転促進事業という手法を用いて事業化されたものである。

「防災集団移転促進事業」はその発端を40年前にさかのぼる。各地で相次いでいた豪雨災害の被害の甚大さを憂慮し、議員立法によって「防災のための集団移転促進事業に係る国の財政上の特別措置等に関する法律」が成立した。これは建築基準法39条１項で定められる災害危険区域指定に対して、住居の用途に適さないエリアの住民を集団で移転させるための各種措置を定めたものである。この事業は主として風水害被害を受けた地区で活用されたが、1990年に発生した雲仙普賢岳の噴火災害でも活用事例がある。しかし、津波や高潮といった東日本大震災の被災に類似する状況下でこの事業を実施したケースとしては1993年に発生した北海道南西沖地震で大きな被害を受けた奥尻町青苗地区の事例を含めて３事例しかない。

防災集団移転促進事業は、災害により大きな被害を受ける恐れがある地区に対して、より安全な場所への移転を促す事業である。そのため事業実施に際しては、従前の土地に対して移転促進区域の設定をする必要がある。加えてその区域を含む形で災害危険区域の指定を行うことで将来にわたる一定の用途規制が行われることが一般的である。指定された災害危険区域はすべての建築行為が規制されるというわけではなく、詳細は条例で規制されることになるが、ほぼ例外なく居住用途は制限されている。一方で生業に関連する用途に関しては認められているケースも多い。

また、災害時の危険性を根拠とした移転再建を伴う事業であるため、対象となる世帯に対して移転費用等の補助が行われる。さらには移転先用地の基盤整備は市町村の予算で賄われ、その費用を踏まえて分譲価格を決定することになる（ただし、東日本大震災被災地の場合、復興交付金事業として防災集団移転促進事業が位置づけられ、原則国費で賄われており、分譲価格は周辺地価相当である）。加えて住宅を建設する際の借入金への利子補給などもある。自然災害によって被害を受けた私有財産に対して、公的資金による直接支援は原則行われないが、各種施策の組み合わせで間接的に支援を行う仕組みとなっている。また、今回の事業実施地区の場合、土地買収

費用が災害前の市場価格に基づくと低額となり、売却費用ですべての再建費用を賄うことは難しく、資金調達は一つの課題であった。

2. 災害危険区域の取り扱いと将来の活用可能性

多くの防災集団移転促進事業地区では、災害危険区域の指定はこれまでより一層慎重に検討されていく必要があった。移転対象となる土地は津波浸水被害を受けるまでは住宅が立地していただけでなく、漁業関係の小屋など生活に欠かせない場としても使われていたからである。災害危険区域が設定された場合そこでの建築行為およびその用途に関しては条例で規制されることは先述したが、その際、十分な配慮を加えることで安全な住まいと生業や生活環境の持続性を獲得することが可能になるはずである。たとえば新潟県中越地震被災地において全世帯が防災集団移転促進事業で移転再建をした小千谷市十二平地区では、あらためて条例を制定するのではなく、新潟県条例６条を援用し居住制限はかけるものの、農地としての利用や小屋・倉庫としての利用を可能とした。土砂崩れ等を原因とする道路寸断による孤立はしたものの、建物被害はさほど大きくなかった。結果として、残存する比較的被害の軽微な住宅を除却せず、周辺の農地を継続的に耕作するための農機具倉庫やちょっとした休憩場所として活用することが可能となっている。事業に参加した住民としては、安全かつ利便性の高い移転地に住宅を確保したうえで、通いでの作業とはなるものの生業としての農業を継続することができる環境が整えられたことになる。

3. 大船渡市での高台移転事業と災害危険区域の設定

それでは、東日本大震災被災地における具体的な動きはどのようなものだろうか。ここでは岩手県大船渡市の状況を取り上げてみたい。大船渡市では、津波により甚大な被害を受けた三陸沿岸部ではいち早く災害対応の専従部署としての災害復興局を2011年４月１日に設置し、復興計画の策定に取り組んでいる。当時はまだ被災者が避難所で生活している時期であり、より迅速に先の見通しを示すことこそ、被災者の生活再建への希望につながるという意図のもと、積極的な取り組みが行われてきたといえる。計画本体には組み込まなかったものの、並行して浸水地区の土地利用計画も検討し、その時点で高台移転の候補地が数か所示されている。復興計画は2011年11月に議会に諮られ、正式な計画として位置付けられた。その計画を受け、各地区でも具体的な再建についての話し合いや計画づくりが行われ、最も先行した地区では2012年７月に大臣同意（事業化）となり、2013年３月時点で事業予定の22地区全ての大臣同意が得られている。この時点で防災集団移転促進事業によって移転再建をする世帯が確定したことになり、その後具体的な調査、設計、移転先用地の買収という手続きが取られる流れとなる。なお、移転促進区域や災害危険区域の設定は最後に行われることになっている。中越地震被災地などの流れとは順序が逆になっているが、これは移転前の土地が津波によって壊滅的な被害を受けており、建築行為もしばらく発生しないという予測および住宅再建をなるべく迅速に進めていかなくてはならないという事情も大きい。

その結果、従前の土地に対してどのように災害危険区域を設定するかという問題に関しては丁寧な検討が加えられる時間的猶予が生じた。三陸沿岸部の津波浸水被災地では、数十年から百数十年周期で発生する頻度の津波（Ｌ１と呼ばれている）に関しては防潮堤で浸水をほぼ完全に防ぐものの、今回の津波のように数百年周期の大津波（Ｌ２と呼ばれている）に関してはある程度の浸水を認めるという設計思想によって防潮堤が計画されている。

さらには国交省の調査で明らかとなった津波浸水深が２ｍを超えると倒壊、流出が飛躍的に増加するという結果をもとに、Ｌ２レベルの津波襲来時の浸水シミュレーション結果に基づき、市独自の段階的な用途制限、建築制限を条例として制定している。浸水想定が２ｍを超えるエリアに関しては建築禁止としながらも、それ以下の浸水想定の場合には構造の制約等はあるものの居住の用に供する建物も建築可能とするものである。

大船渡市に限らず、防災集団移転促進事業の実施地区のうち、とくに沿岸部に立地する地区では、何らかの形で漁業に携わっていた住民が多い。住宅は安全な高台に移転したいという希望があったとしても、生業としての漁業は何とかして継続したいという要望も多いはずである。その際に、今回の被害状況のみを反映してすべての建築行為を禁止することは、安全は確保するものの地域の持続性、自律性を担保するという意味においては逆効果ともなりえる。建築基準法39条による危険区域指定によって、将来的な地震津波による被害（リスク）を念頭に置きながら、海と共生した暮らしを維持することができれば、地域の本当の意味での復興にむしろ大きく寄与することにもなる可能性が十分にある。

さらに、防災集団移転促進事業を行う際に設定する必要のある災害危険区域の用途規制に関して、市独自で制定した条例に基づき指定を行うという手法がとられたことは、今後の同様の事業実施の際に非常に参考となる。これまでにも伊勢湾台風の被害を契機として指定された名古屋市の事例や河川災害の危険性を背景とした事例も存在するが、地震災害が懸念されている地域における事前防災、事前復興対策としての可能性なども検討の余地があろう。その際、規制を決める「条例」に関する議論がひとつのツールとして有効に機能する可能性も見えてくる。大船渡では、第一種（住宅の建設を完全に制限）、第二種Ａ～Ｃ（それぞれに許可される建築形式を満たせば住宅の建設も可）という災害危険区域設定を実施している。第二種として指定された区域では、現地でも再建可能な規制内容である。ただしこれは津波浸水想定を受け、危険性はさほど高くないものの、すでに高台への移転を意思決定した世帯への配慮も含まれている。

4. 跡地利用の実情

大船渡市では、移転に伴い市が買収した移転促進区域内の土地に対して、暫定利用、恒久利用に関わらず、その土地の売却および賃貸を進めている。集団移転を実施した地区に対して、跡地を含む土地利用計画を策定すると、そこで決められている用途に対して土地の借用、もしくは払い下げを受けることができるという形である。大船渡市では26カ所で集団移転が実施されているが、そのうち12地区が土地利用計画の改訂を行い、移転跡地の活用ができる状況となっている（図１に代表的な例を示す）。なお、表１に示しているように、事業に伴い公的資金によって市が買収可能な土地は約36ヘクタールにも及び、そのうち買収を実際に実施したのは約22ヘクタールとなっている。残りの土地は所有者が買い取りを求めなかったこととなる。さらに買収を済ませた土地のうち約6.5ヘクタールで公募が行われているが、実際に公募をおこなっている中で土地利用が進んでいるのは約0.5ヘクタール、実に買収を実施した土地の約２％に過ぎず、その用途も駐車場や定期借地権を設定した上での事業用地（資材置き場など）であり、暫定利用の範囲を超えていないのが現状である。被災者の生活空間としての再利用はあまりみられていない。

しかし、ようやく移転に伴う住宅建設もほぼ完了し、今後、より一層の土地利用が図られることが予想される。実際に、例えば一部地域では民間企業がトマトの高度生産施設を立地させるために約3.2ヘクタールの土地を調達している事例も出てきている。ただし、そ

れが沿岸部の従来の暮らし方を補強するようなものとなるのか、新たな暮らし方を支援するようなものになるのか、それともほとんど手がつけられず放棄されていくのかは今後継続して調査研究を進めていく必要がある。それによって、例えば南海トラフ地震の発生によって似たような環境の地域が被災した場合の暮らしの再建に資する移転事業のあり方を検討することができるだろう。

図１　大船渡市末崎地区における土地利用方針図（変更後のもの）

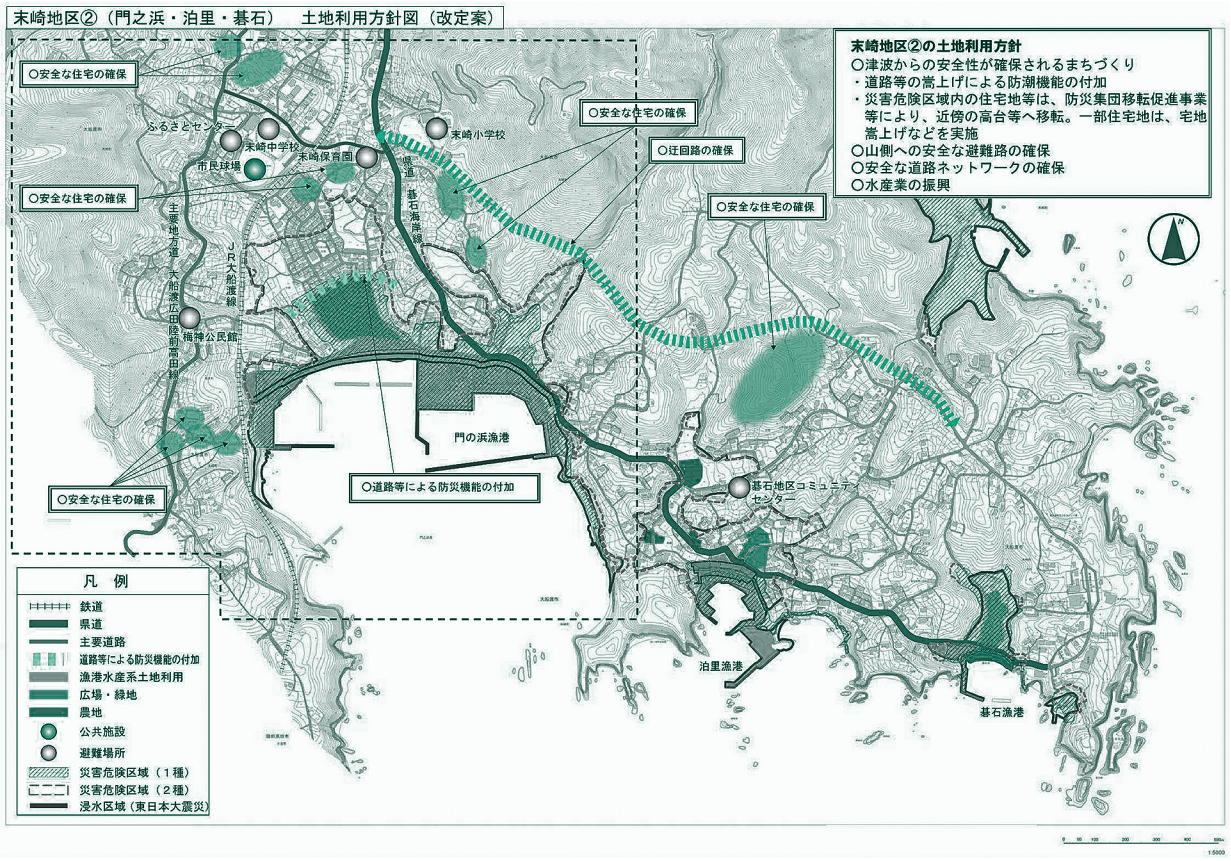


表１　大船渡市における移転元地の活用状況

H29.3.31現在

地区		買取状況						公募の状況				Cのうち貸付等を実施している土地（F）		
		買取対象（A）		Aのうち買取予定（B）		Bのうち買取済（C）		第４回公募地（D）		Dのうち貸付け等を決定した土地（E）				
		筆数	面積（㎡）	筆数	面積（㎡）	筆数	面積（㎡）	筆数	面積（㎡）	筆数	面積（㎡）	筆数	面積（㎡）	利用目的等
土地利用方針図の改定を行う12地区	大船渡	81	23,121	66	17,219	52	11,212	14	3,391			8	1,695	譲渡１件　店舗駐車場 貸付７件　駐車場、区画整理事業代替地、現場事務所
	下船渡													
	細浦	88	26,747	81	24,768	63	20,096	34	12,005			19	4,767	譲渡１件　畑 貸付18件　現場事務所、資材置場、水産工場駐車場
	小河原	163	45,319	160	44,257	154	40,903	60	16,556	1	400	4	2,045	貸付　資材置場、現場事務所
	泊里	18	7,538	16	6,208	13	5,246	5	2,021			2	984	貸付１件　畑 所管替１件　農林課
	碁石													
	赤崎	263	89,545	155	50,807	109	35,927	18	5,769	1	466	28	8,089	貸付　トレーラーハウス店舗、駐車場、郵便局
	綾里	70	18,053	66	17,124	63	16,433	31	7,920	4	946	15	3,181	譲渡１件　駐車場 貸付６件　駐車場、現場事務所 所管替８件　水産課
	泊	33	15,464	32	14,913	29	13,447	18	7,456	3	797	3	797	譲渡２件　駐車場 貸付１件　現場事務所
	甫嶺	18	6,561	18	6,561	18	6,561	7	2,639	4	2,163	19	4,939	貸付　資材置場、看板及び花壇設置
	浦浜	115	43,665	108	36,845	92	33,167	22	6,672			5	1,349	貸付　現場事務所、資材置場
	崎浜	43	11,448	40	10,142	37	9,363	5	1,072			25	6,678	貸付12件　水産工場駐車場、現場事務所、資材置場 所管替13件　水産課
	小　計	892	287,461	742	228,844	630	192,355	214	65,501	13	4,772	128	34,524	

北海道大樹町に新射場を整備した場合の道内経済波及効果

株式会社日本政策投資銀行　北海道支店
副調査役　山　川　将　人

ポイント

・我が国では、既存ロケット射場の老朽化や災害・テロに対する抗湛性という課題に加え、世界的な小型ロケット打上需要の増加を背景に、種子島・内之浦に次ぐ新射場の整備が検討されている。
・30年以上にわたって航空宇宙産業誘致を行ってきた大樹町に新射場を整備した場合の道内経済波及効果は、年間267億円と試算された。
・さらなる経済波及効果の拡大には、①観光客・出張者の受入拡大、②開発型企業・研究機関の立地促進、③衛星データを用いた情報サービス産業の創造・育成が重要であろう。

1. はじめに

2017年７月30日16時31分、北海道のベンチャー企業インターステラテクノロジズ㈱が開発した全長10メートルの観測ロケット「MOMO 初号機」が北海道大樹町から打ち上げられた。MOMO 初号機は正常に離昇したが、66秒間の飛行の後、ロケットからのデータ受信途絶によりエンジンを停止したため、到達高度は20㎞程度にとどまったとみられ、目標としていた高度100㎞超の宇宙空間には到達しなかった。

しかしながら、これまで宇宙航空研究開発機構（JAXA）の主導で進められてきた日本の宇宙開発に一石を投じるものであり、30年にわたって航空宇宙産業誘致に取り組んできた大樹町にとっても夢の実現に向けた大きな一歩となった。

本稿では、世界的な宇宙産業の動向を概観した上で、大樹町の射場候補地としての優位性・課題を整理すると共に、同町に新射場を整備した場合の経済波及効果を試算し、その効果をさらに拡大させるための方策について考察する。

2. 宇宙機器業界の潮流

小型衛星の増加

近年、打ち上げられる人工衛星数は小型衛星の増加を背景に劇的に増加している。増加している小型衛星は、資源探査、災害監視、農業利用、漁場推定等を目的とした地球観測衛星が中心である。地球観測衛星では、広範囲の観測や同一エリアを頻繁に観測する等の付加価値の高いサービスを顧客に提供するため、相互に通信可能な数十～数百の小型衛星を周回させるコンステレーション方式が増加しており、小型衛星増加の一因となっている。さらに、高速通信用に数百～数千機の衛星をコンステレーションさせる計画も複数進行しており、今後も地球観測用衛星及び通信用衛星の増加により、打ち上げられる小型衛星数は高い成長率を継続すると見られている。

（図表１）小型衛星の打上計画（一部実績）

企業	国	用途	概要
Planet　Labs	米国	リモセン	2017年２月に88機を打上済
アクセルスペース	日本	リモセン	2020年までに50機を打上予定
OneWeb	米国	通信	2020年までに648機を打上予定 更に1,972機の追加を検討中
Boeing	米国	通信	約3,000機を打上計画
SpaceX	米国	通信	2025年までに4,425機を打上予定 更に7,518機の追加を計画中
LeoSat	米国	通信	2021年までに120～140機を打上予定
Iridium	米国	通信	2018年までに66機を打上予定
Telesat	カナダ	通信	117機を打上予定
SKY AND SPACE GLOBAL	英国	通信	2018年より約200機を打上予定

出所：各社公表資料・報道資料、Federal CommunicationsComission（FCC）資料

小型ロケットメーカーの出現

現時点では小型衛星専用ロケットが実用化されていないため、小型衛星は大型ロケットに積載される主衛星と相乗り（ピギーバック方式）で打ち上げられている。一方、ピギーバック打上には、打上時期や投入軌道が主衛星の打上時期・投入軌道によって制限されるというデメリットが存在するため、それを解決する手段として小型ロケットの開発が世界中で競うように進められている。

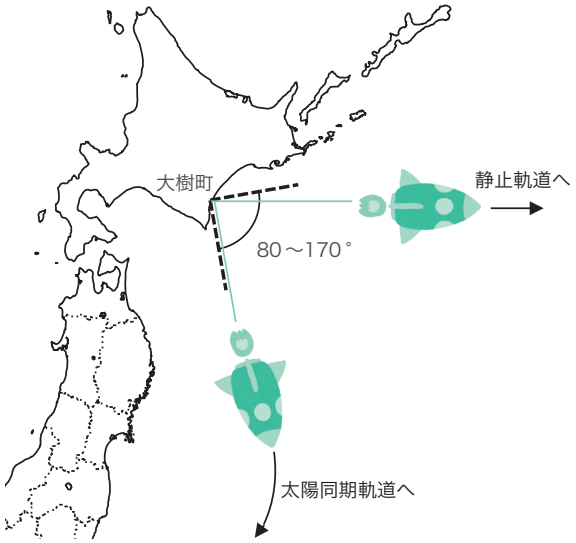
3. 大樹町の射場としての優位性

前述の通り、世界的に小型ロケットの打上回数増加が見込まれているため、これに対応する射場の整備ニーズが存在し、わが国においても既存射場の老朽化や自然災害・テロに対する抗たん性への対応の観点から新射場の整備が検討されている。かかる状況下、長年に亘り航空宇宙関連の実験を受け入れ、射場誘致を行ってきた大樹町の射場立地としての優位性と課題について整理したい。なお、以下で想定している射場はNPO法人北海道宇宙科学技術創成センター（以下「HASTIC」）の北海道スペースポート計画を参考にしている。

東・南方向への広い打上方位角

通常、静止軌道へ人工衛星を投入する場合は、低緯度地点から真東（発射方位角90°）方向へのロケット打ち上げが高効率であり、地球観測衛星によく用いられる太陽同期軌道の場合は、ロケットの発射方位角を南南西（180°以上）に取ることが望ましいとされている。

（図表２）大樹町射場の発射可能方位角



HASTIC によれば、大樹町射場からは、真東への打ち上げが可能なことに加え、南方向へも広い範囲に打ち上げられるため、静止軌道・太陽同期軌道共に高効率に打ち上げを行うことができる。

拡張余地のある広大な敷地

新たな射場を整備する場合、目的別に複数の射点を整備できるスペースがあること、打ち上げ時の保安距離確保等の観点から、広大な敷地を確保できることは重要な要件となる。

大樹町に所在する「大樹町多目的航空公園」の面積は0.7㎢であるが、広大な後背地を有しており、HASTIC によれば種子島宇宙センターの約７倍以上となる60㎢以上の敷地を確保可能であるなど、将来的な発展性を有している。

航空宇宙実験施設として30年を超える実績

大樹町は、1984年に北海道東北開発公庫（現㈱日本政策投資銀行）が「北海道航空宇宙産業基地構想」を発表した翌年より航空宇宙産業基地の誘致を開始し、以降30年超に亘り活動を継続している。これまでの誘致活動の中で、1,000m滑走路を備えた「大樹町多目的航空公園」、成層圏プラットフォーム定点滞空飛行試験のための大型格納庫・飛行管制塔、JAXA との連携による「大樹航空宇宙実験場」、観光客・視察者向け施設「宇宙交流センター SORA」などの整備を行ってきた。

「航空公園」や同じく町内にある旧防衛省エンジン試験場跡地では、JAXA をはじめ、国、大学、民間企業により各種の航空宇宙関連実験が行われている。近年は、北海道大学・㈱植松電機（赤平市）やインターステラテクノロジズ㈱（大樹町）がロケットの打上げ実験やエンジン燃焼試験を繰り返しているほか、ドローンや固定翼小型無人飛行機等の飛行実験、各種落下実験等が行われている。

（図表３）大樹町多目的航空公園

出所：大樹町 HP

射場に対する地元の理解と協力体制

前述の通り、大樹町では長年に亘って宇宙の町づくりを推進しており、JAXA 等から講師を招いて宇宙セミナーや子供向け宇宙イベントの開催など、地域住民向けに宇宙産業への理解を深めるための活動を継続している。

JAXA、大学、民間企業等がロケット等飛翔体の飛行実験を行う際には、大樹町役場が広報、交通規制、周辺漁協との調整等の支援を行っている。

また、十勝管内の市町村・経済団体等による「とかち航空宇宙産業基地誘致期成会」、北海道経済連合会における「航空宇宙産業整備促進特別委員会」の設置など、全道的にも射場受入、航空宇宙産業誘致の機運が醸成されつつある。

ロケット打上に適した気候条件

大樹町は、晴天が多い、冬季でも雪が比較的少ない、風が弱い等、ロケットを打ち上げるにあたり気象的に優れた条件を有している。

平均気温が低く、寒暖差が激しい点については、低温条件に対応した機材・部材を用いれば問題なく機器類は動作することに加え、冬期も打ち上げを行っているバイコヌール宇宙センターの気象条件等も勘案するに、激しい寒暖差も射場運営に大きな支障をきたすものではないと考えられる。

宇宙機器輸送の容易性／アクセス利便性

衛星の輸送は射場の近隣空港に空輸することが国際標準となりつつあり、射場選定の際には衛星輸送のハンドリングの容易さが重要視されている。大樹町多目的航空公園はとかち帯広空港から約50㎞、車で約40分の立地にあることに加え、射場エリア内には専用滑走路を整備することも可能な広大な敷地を有している。海上輸送を想定する場合も、重要港湾である十勝港（広尾町）まで国道経由で約30㎞の距離にある。

観光客・出張者のアクセス利便性については、とかち帯広空港は羽田空港への直行便が就航（JAL・AIRDO、７便／日、105分）していること、帯広から札幌へは鉄道で約150分で移動が可能であるなど、東京・札幌から帯広へのアクセスの利便性は比較的高いものの、空港・駅から大樹町までの二次交通は利便性の向上を図ることが課題である。

4. 経済波及効果

経済波及効果計算の前提となる射場

経済波及効果算出に当たっては、今後の増加が見込まれる小型ロケット及び一定の需要が見込まれる観測ロケット用の射点を整備した場合を想定した。

なお、小型ロケット及び観測ロケットについては、射場近接地に立地するロケット開発会社が以下のスペックで開発・製造を行う想定としている。

小型ロケット：LEO 投入能力が数百 kg 以下であり、価格は５億円程度、年10回の打ち上げを想定

観測ロケット：大気観測や微少重力実験等を目的とし、価格は３千万円程度、年２回の打ち上げを想定

射場経済波及効果の算出プロセス

経済波及効果は、打上サービス提供・射場運営に必要な経費支出および道内に来訪した観光客等（以下、「観光客」）による消費支出により発生する「直接効果」と、直接効果に誘発される「間接波及効果」の合計として算出している。なお、今回の経済波及効果の試算にあたり射場整備に要する初期投資費用は含めていない。

直接効果のうち打上サービス提供・射場運営に必要な経費支出は、ロケット打上費用、射場の運営・維持管理に必要な雇用費用及び維持更新投資等を推定して算出した。

直接効果のうち観光客による消費支出額は、想定される観光客数を「国内宿泊客」、「外国人宿泊客」に分類し、それぞれに宿泊費、飲食費、交通費、買物代等の消費支出単価を掛けて算出した。

間接効果は、直接効果に伴う原材料等の購入（投入）によって誘発される財・サービスの生産額である「間接一次効果」と、直接効果や間接一次効果による雇用者所得増加により消費支出が増加することで誘発される財・サービスの生産額である「間接二次効果」の合計として算出した。

経済波及効果試算結果

上述の方法に従い試算を行った結果、大樹町に射場を整備した場合の道内経済波及効果は、年間267億円となった。

これは道内総生産を151億円押し上げ、2,299人の新規就業を誘発するものである。

また、試算の過程において、射場整備による観光客（宿泊客）の増加人数を17万人／年と推計した。

（図表４）大樹町に射場を整備した場合の道内経済波及効果

	直接効果	間接一次効果	間接二次効果	合計
経済波及効果	155億円	66億円	46億円	267億円
粗付加価値額誘発額	86億円	37億円	28億円	151億円
雇用者誘発人数	1,568人	428人	303人	2,299人

5. 経済波及効果の拡大のために

本調査では大樹町に射場を整備した場合に北海道内に及ぼす経済波及効果を試算したが、その効果をさらに拡大させる方策について検討する。

観光客・出張者の増加

本調査の過程で、射場に関連して直接需要（＝消費支出）が発生する産業部門について着眼したところ、「その他の対個人サービス」（＝土産品・身の回り品等）、「飲食サービス」、「道路輸送」（＝バス、タクシー）といった産業部門の道内自給率が高く、かつ生産誘発効果が大きいことが分かった。何れの部門も観光客やロケット関連事業の出張者による消費支出項目であることから、観光客・出張者を増加させることが、最も効果的な経済波及効果の拡大策と考えられる。

（図表５）射場整備にかかる生産誘発額上位の産業部門

	産業部門	道内自給率	生産誘発額	総生産誘発額に占めるシェア
1	その他の対個人サービス	99.5%	48億円	18.0%
2	宿泊業	66.9%	28億円	10.5%
3	飲食サービス	92.8%	24億円	9.0%
4	研究	62.2%	20億円	7.5%
5	道路輸送	91.0%	15億円	5.6%

観光客を増加させる方策としては、射場見学を十勝・道東地域の観光周遊ルートに組み込むなど、魅力ある周辺観光地との組み合わせにより、潜在的な観光客への訴求力を高める誘客策が考えられよう。

また、交通インフラが乏しく、観光・ビジネス面でのアクセス面の利便性は低い状況にある大樹町においては、より多くの観光客・出張者を受け入れるため、ゲートウェイとなるJR帯広駅や帯広空港からの移動手段の多様化、輸送量拡充等のアクセス向上が必要になると考えられる。更に、宿泊客の増加に備え、大樹町周辺における宿泊能力の増強や、既に宿泊施設が集積している帯広市や音更町等との間のアクセス拡充などが課題となろう。

７月30日のMOMO初号機打ち上げでは、延べ4,200人超（十勝毎日新聞推計）の見学客が大樹町を訪れるなど、道内外から非常に注目度の高いイベントとなった。筆者も見学に訪れたが、見学場へのアクセス手段が自家用車／レンタカーのみであったこと、宿泊施設の確保が困難であったことなど、二次交通や宿泊施設不足など観光面での脆弱さが改めて浮き彫りとなった。

開発型企業・研究機関の誘致

本調査の過程で、射場に近接してロケット開発会社が試験研究・開発等を行った場合、「研究」等の産業部門において、道内自給率はさほど高くはないものの、生産誘発額が大きいことが分かった。

宇宙機器の開発には試験を繰り返し実施できる環境が必要であることから、エンジン燃焼・ロケット打ち上げ試験が可能な実験場が所在する大樹町には既にロケット開発会社が拠点を設けている。開発型企業や研究機関が立地すれば、雇用創出や出張者の増加による経済波及効果の拡大が見込まれる。

射点と開発拠点の近接という大樹町の優位性を活かし、自治体が中心となって開発型企業や研究機関の誘致を推進する必要がある。また、道路、通信、水道、電気等の社会インフラの整備に加え、住居・商業施設等の生活インフラの充実など、立地企業の円滑な企業活動や人材確保に繋がる支援策を継続することも重要であろう。

現在、北海道において宇宙関連の製造業の集積は殆どないが、射場近隣でロケットの開発・生産が増加すれば、長期的には、ロケット部材・部品の製造・加工を中心とする宇宙機器産業の集積化も期待できる。

（図表６）観光客が100人／日増えた場合の経済波及効果の増加（感応度分析）

直接効果	＋27億円
間接一次効果	＋12億円
間接二次効果	＋７億円
経済波及効果	＋46億円

（図表７）小型ロケット打ち上げが１本増えた場合の経済波及効果の増加（感応度分析）

直接効果	＋４億円
間接一次効果	＋２億円
間接二次効果	＋１億円
経済波及効果	＋７億円

衛星情報サービス産業の創出・育成

地域産業振興の観点からみて、観光客等の増加、開発型企業等の進出のみでは経済波及効果としては限定的であり、北海道としては、射場を軸とした宇宙産業の創出・育成を目指すべきである。

宇宙産業のバリューチェーンを俯瞰した場合、今後は衛星で収集したリモートセンシングデータ等を解析・統合、アプリケーション化してエンドユーザーに提供する衛星情報サービスの創造・発展が期待される。

衛星情報サービスの創造に当たっては、官需中心の宇宙開発から民間による宇宙利用への事業構造の転換に伴い、これまでの技術に合わせたサービスを提供するプロダクトアウト型から、エンドユーザーが必要とするサービスを提供するマーケットイン型へ発想の転換が求められる。

北海道は、急速な人口減少・高齢化の進展や広大な土地における人口・産業の分散等を背景に、基幹産業たる一次産業における労働力不足、交通・物流ネットワークや社会インフラの維持・管理、災害対応の脆弱化等の様々な課題を抱えているが、衛星データの活用によりこれらの課題に対するソリューションを提供できる可能性がある。

また、道内においては札幌市を中心にIT産業が集積しており、情報サービス産業の土壌があることに加え、北海道大学や室蘭工業大学などの研究・教育機関において宇宙開発にかかる研究シーズを保有している。

これらの事業環境や優位性を最大限に活かし、産学官が連携してエンドユーザーのニーズの掘り起こしを行うと共に、衛星情報サービスの創造・育成を促進することが、更に経済波及効果を拡大すると共に、射場を軸とした北海道における宇宙産業の集積・拡大に資すると期待される。

（本稿は株式会社日本政策投資銀行（DBJ）及び北海道経済連合会の調査レポート「大樹町に新射場を整備した場合の道内経済波及効果～経済波及効果推計　年間267億円～」を加筆・要約したものです。詳細はDBJウェブサイト（http://www.dbj.jp/investigate/area/hokkaido/）をご参照願います。）

日本版CCRCから「生涯活躍のまち」へ
～進む地方への移住誘致施策と地域活性化政策～

日本政策投資銀行　地域企画部
調査役　佐　藤　賢　志

ポイント

- 「生涯活躍のまち」は自治体を中心とした移住まちづくり政策として期待される
- 移住に対する環境が、IT 技術の進歩や交通・情報インフラの整備で整いつつある
- 「生涯活躍のまち」は地域の様々な創意工夫で地域活性化策の新しい手段となりつつある

はじめに

本稿は、1.「生涯活躍のまち」構想の概要で、当該構想のあらましを整理した上で、当該構想を取り巻く環境を踏まえた各自治体の取組事例をみることで、事業を進める主体が実績のある民間事業者等、地域にとってうまくいく手法を選択したり、自然環境や観光地、大学、医療機関等の地域資源を活かして移住者を呼び込もうとするなど各自治体の多彩な特性を活かそうとする姿を紹介し、3. まとめにおいて、先行事例の取組、事業環境などから浮き彫りになった当該構想の現状や課題を整理したものである。

1.「生涯活躍のまち」構想の概要

団塊世代が間もなく後期高齢者となると、日本全国、とりわけ首都圏等の都市圏において高齢者の実数が大幅に増加し、現行の医療・介護の体制では十分に対応できないことが想定されている。このため、少子高齢化対策の一環として、かねてより日本版 CCRC（Continuing Care Retirement Community）の実現が地方創生等の政策課題の一つとして挙げられてきていた（「まち・ひと・しごと創生基

図１：米国における高齢者施設の分類

施　設	入居者	主たるサービス
IL （インディペントリビング）	健康で自立した生活を送る高齢者	・共有エリア ・高齢者の各種活動に対する支援
AL （アシステッドリビング）	日常生活において軽度の介護を要する高齢者	・食事、入浴等の軽度の介護 ・高齢者の各種活動に対する支援
NH （ナーシングホーム）	日常生活において重度の介護を要する高齢者	・24時間体制の介護・看護
MS （メモリーサポート）	認知症等の高齢者	・認知症支援
CCRC	健康な高齢者から要介護の高齢者まで	・健康な生活から要介護の医療、介護支援まで全てを包含

（出所）各種資料より日本政策投資銀行作成

図２：米国の CCRC と日本の高齢者施設

施設	CCRC					米国版CCRCの範囲
	高齢者向けマンション等	サービス付き高齢者向け住宅	各種老人ホーム（健康型有料、住宅型有料等）	グループホーム	特別養護老人ホーム	日本の高齢者施設の範囲
主たる入居者	主に前期高齢者		主に後期高齢者			
主たるサービス	介護予防・軽度の介護支援		軽度の介護支援	認知症対応	重度の介護	

（出所）各種資料より日本政策投資銀行作成

本方針2015」）。

これらを受けて、平成27年２月より内閣府まち・ひと・しごと創生本部による「日本版CCRC 構想有識者会議」が開催され、有識者による議論が積み重ねられた末、同年12月に「「生涯活躍のまち」最終報告」として取り纏められている。

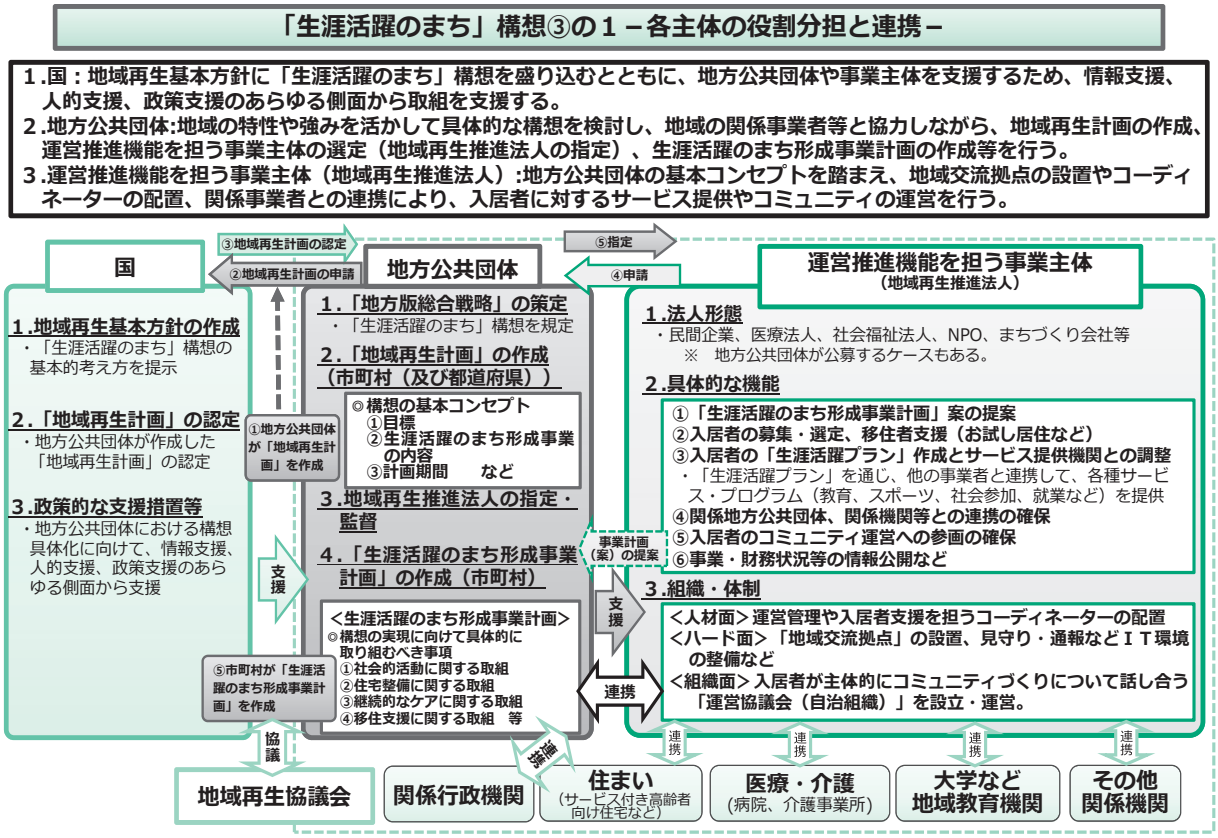
CCRC は米国発祥の高齢者居住生活スタイルであり、米国においては介護保険制度が無いために介護予防のオプションとしての側面が大きいものとなっている。一方、日本では、アクティブな老後生活を送る場所の提供というような、日本の社会・制度に適合し、かつ地域社会に開放された「日本版 CCRC」の実現が期待されている。

このように、「日本版 CCRC」が日本の超高齢化社会への新しい処方箋として期待されている中、本稿は、自治体が取り組む日本版CCRC である「生涯活躍のまち」の概要やこれを取り巻く環境を俯瞰しつつ、まち・ひと・しごと創生本部事務局を中心とする「生涯活躍のまち形成支援チーム」がフォローする先行事例の取組の一部を紹介することによって、地方創生につながる「生涯活躍のまち」の特徴を整理する。

前述の「最終報告書」において生涯活躍のまちの「構想の意義」として、①高齢者の地方移住の希望実現、②地方への新しい人の流れの推進、③東京圏の高齢化問題への対応、が示されるとともに、「構想が目指す基本的方向」として、①東京圏をはじめ地域の高齢者に希望に応じた地方や「まちなか」などへの移住支援、②健康でアクティブな生活の実現、③地域社会（多世代）との協働、「継続的なケア」の確保、などが示されている。「生涯活躍のまち」構想は、こうした主に大都市圏の高齢者の移住希望を実現して、新しい生活をつくり、健康寿命を延ばすことによって、人生を充実したものにするための機会を提供する取組としての意義を有している。

また、構想における各主体の役割と分担については、「地域再生計画」の作成・認定のプロセスを経るスキームに基づいて、自治体が中心となり国や事業主体と連携しつつ実施されることとなっている。さらに、国においては、内閣官房「まち・ひと・しごと創生本部事務局」をコアに経済産業省、厚生労働省、国土交通省、文部科学省とも連携し、支援対象となった自治体に対して、情報、人的、政策的支援等のフォローアップを実施している。

なお、内閣府の「生涯活躍のまち」構想に関する意向等調査結果（平成28年10月現在）によると、推進意向のある自治体が236団体に達しており、自治体の関心の高さを窺わせるものとなっており、「地域再生計画」においても既に認定された自治体が16箇所（平成29年８月現在）に達するなど、今後の進展が期待されているところである。



（出所）まち・ひと・しごと創生本部資料より引用

2. 先行事例の紹介

(1) 石川県輪島市

【目的】

・当市の主要産業は三大朝市で有名な輪島朝市などの観光と漆器産業（輪島塗）である。

また、世界農業遺産に認定された「能登の里山里海」の代表的な棚田「白米千枚田」等があり、知名度の高い輪島塗など地域資源を活かした雇用創出を企図している。しかし、年間宿泊者数や輪島漆器生産額は平成３年をピークに衰退傾向にある。人口減少・少子高齢化進展や平成19年の能登半島地震による影響により、空き地、空き家の増加で市街地空洞化が懸念されているため、中心部の道路拡幅に合わせて沿道建物の建て替えが進められ、和風で統一された町並みが整備されているが、今後、移住者を中心に空き地・空き家の利活用を図り、中心市街地の賑わいを取り戻すことを企図している。

【具体策】

①手厚い「移住促進制度」による受入環境づくり

・当市では国の合同庁舎を買い取り「輪島市移住促進住宅」を整備したほか、「移住定住促進奨励金」や「住宅賃貸支援」制度などがあり手厚い支援を実施している。

特に「起業・新規出店支援事業」では最大360万円が支給され、移住者の起業を促進している。また、「空き家データベース」の充実も図っており、市内の空き家の情報を、利用希望者へ提供するデータベースを構築している。

②実績のある事業者との連携

・石川県内の高齢者向け事業等でユニークな実績・ノウハウを持つ事業者（社会福祉法人佛子園：金沢市で「Share 金沢」を運営）

「生涯活躍のまち」構想⑦－構想実現に向けた支援－

◎国は、地方自治体が主体的に「生涯活躍のまち」構想の実現・普及に向けた取組を円滑に進めることができるよう、「情報支援」「人的支援」「政策支援」のあらゆる側面から、地方公共団体や事業主体が実施する事業を支援。各種支援を通じて浮かび上がるニーズ・課題を政策支援等に反映し、取組を進めていく。

■情報支援

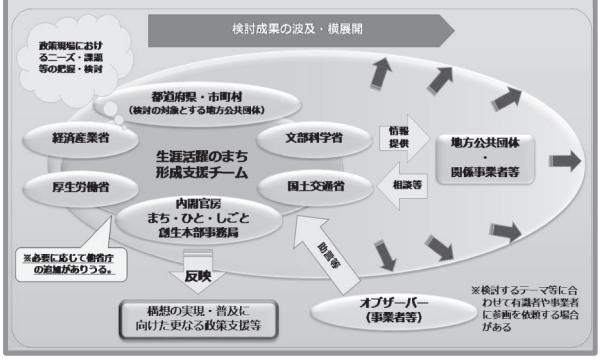
○構想の具体化プロセスに関する「手引き」を策定

⇒構想の具体化にあたって参考になりうる具体的な事例や活用しうる施策の周知・活用促進

■人的支援

○構想に関する取組の普及・横展開を図るため、「生涯活躍のまち形成支援チーム」を立ち上げ、関係府省が連携して積極的な支援を実施

⇒「生涯活躍のまち」構想の推進意向がある地方公共団体の取組を通じて、地域における課題やニーズを把握・検討し、必要に応じて政策支援等に反映していく



■政策支援

①構想の実現に向けた制度化

⇒中高年齢者が多世代と交流しながら活躍できる地域づくりを進めるため、「生涯活躍のまち」構想を制度化（地域再生法改正）

②既存制度・事業の活用促進

⇒移住相談からソフト面・ハード面の環境整備まで既存制度等の活用を促進

③財政的支援（地方創生推進交付金）を通じた先駆的な取組の支援

⇒「地方創生推進交付金」を活用し、地域に合った構想の実現を財政面から支援

④円滑な住み替えに向けた中古住宅の流通の促進

⇒中古住宅市場の活性化により、住み替え先における比較的安価な居住の場の確保、住み替え前の住居の円滑な資金化を推進

⑤構想の実現において大学等の教育機関に期待される役割

⇒大学においては、生涯学習・学び直しの機会の提供や、大学の人材・知見・研究成果等の活用などの取組が期待される

⑥介護保険制度における財政調整の見直し

⇒現行の調整交付金の配分効果を検証しつつ、次期制度改正に向け調整交付金の配分方法の見直しを検討

（出所）まち・ひと・しごと創生本部資料より引用

と連携することより、当法人の有するノウハウを積極的に活用した事業構想になっており（「輪島 KABULET プロジェクト」）、実現可能性の高い事業となり得ている。

【事業の概要】

・事業対象エリアは、当市の中心部に位置する「河井地区」で、近隣に幼稚園、小学校、健康センターがあり、エリア北側は「まんなか商店街」に接している。有名な輪島朝市も徒歩圏内にあり、同地区で事業者が空き家等を活用して施設の整備・運営を行うことを想定し、輪島朝市を含む中心街エリアを一体的に整備・活性化し賑わいを創出することを目指している。

【評価】

・当市の「生涯活躍のまち」構想は、当市において少子高齢化・過疎化が進む中で、自然や観光を中心とした地域資源を活かし、充実した制度による飲食施設等の起業などもあり一定の移住の成果を挙げている。また、実績のある事業者との連携で多様な施設展開を図る構想により、町の賑わい創出の実現性が高まったものと考えられる。

輪島朝市

(2) 山梨県都留市

【目的】

・当市では、かねてから「シルバー産業の振興」に重点的に取り組んできた。こうした経緯もあり、「生涯活躍のまち」構想を通じて新たな成長産業である医療・介護産業などをより充実させることで、新たな雇用の創出や地域経済の発展を企図している。

・かねてより移住政策を実施してきたが、アクセスの良い東京圏からの移住者をさらに積極的に受入れ、大学を核とした地域活動等を通じて、地域住民との交流を盛んにして、地域住民・移住者ともに暮らしやすい地域づくりをしていこうと企図している。

【具体策】

①大学を核とした構想

・平成27年10月に都留文科大学、健康科学大学看護学部、山梨県立産業技術短期大学校の３校が連携し、「大学コンソーシアムつる」を組成、相互交流や地域貢献事業を展開している。また、各大学の特色を活かした生涯学習プログラムを実施しており、都留市の最大の強みである大学を核に様々な生涯学習プログラムや地域住民と学生との合同サークル活動など地域に深く根ざし、相互に学ぶ機会が数多く設定されている。

②民間事業者の巻き込み

・「都留市 CCRC 構想研究会」は行政、地域金融機関が連携して施設の整備・運営や多様なサービスプログラムの担い手を市内、県内外から募るため民間事業者を対象とした研究会を設置したものである。平成28年２月に第１回研究会を開催し、参加者は介護福祉、建設、福祉、金融、大学、IT 関連など多岐にわたる。これによって当事業の事業主体となる組織の立ち上げを狙うものである。幅広い業種から地域内外の50～60社が参画して、熱心に議論を継続している。

【事業の概要】

・東京との往来に都合の良い中央自動車道都留 IC に近く交通利便性が高い地域にある雇用促進住宅２棟を市が買い取り、事業者に賃貸する「サービス付き高齢者住宅」（80戸）を当市「下谷地区」に整備する。小規模な地域交流拠点も整備する予定である。

・学生と住民・移住者との交流も視野に入れ、徒歩５分以内に都留文科大学が立地する当市「田原地区」に複数の「サービス付き高齢者向け住宅（約150～180戸）」を段階的に整備し、事業者に賃貸する予定である。介護付き有料老人ホームや多世代交流施設等の併設も検討している。

【評価】

・当市の「生涯活躍のまち」構想は産業振興の点では端緒に着いたところだが、大学を核とした地域交流を活かした円滑な移住者受入体制の構築には一定の成果が認められる。

都留市八朔祭

3. まとめ（注目すべき特徴）

(1) まちづくり政策としての「生涯活躍のまち」構想

日本版 CCRC の意義の一つである医療・介護政策は、厚生労働省による「地域包括ケアシステム」などが政策の中心となっていると

ころであり、長期的に取り組まざるを得ない状況にある。こうした中、「地方へのあたらしい人の流れをつくる」観点から始まった日本版 CCRC 構想は、地方創生政策の一つである移住政策と相まって継続的なケア確保の前段階として、前期高齢者を中心とした医療・介護を含む移住まちづくり政策としての性格を持つに至り、当該政策は「生涯活躍のまち」構想と名称を変え、よりその性格を強める方向となった。

⑵ 地域資源を活用して多様な「生涯活躍のまち」構想が進展中

先行事例をみるとおり、移住者のターゲット、事業対象エリアの立地、地域資源の活用や事業内容について多様な構想が進展し、一定の移住等の成果に結びつけている。

地域が持つ資源は、外部の目を通すと、多種多様であり、それらをうまく情報発信することで新しい見方や利用法が出てくる可能性を持っている。地域がその特性や優位性を再認識し、地域資源の新たな洗い出しや活用法が進展・展開することで、移住希望者にとって多様な魅力を持った「生涯活躍のまち」が実現されることが期待される。

⑶ 情報技術の進歩や社会インフラの整備等により増す移住の実現可能性

首都圏での情報発信拠点の整備など移住に関する情報発信が以前より強化されてきており潜在的な移住希望者が職や住まいなど移住に必要な情報を入手しやすい環境が生まれてきている。加え、最近の IT 技術の進歩による都市圏と地方圏での情報格差の縮小、コンビニエンスストア進出や通信販売の普及、高速道路、新幹線整備など交通の利便性の向上などにより一部の地方圏での生活利便性が向上してきており、移住という行為に対する垣根が低くなってきているという側面もみられてきている。

⑷ 地域課題解決のためのてこ入れに活用が可能

少子高齢化が進展する中で進められている「生涯活躍のまち」構想は、従来の短期的効果を狙った施策ではなく、移住政策を中心に少子高齢化への対応を行うものである。そのため、自地域に移住者を呼び込むというより深い目線での地域資源や自地域の強みの分析・調査などを行う機会となっており、地域内外を問わず様々な主体を巻き込むことで、既存の移住政策や産業振興政策へのてこ入れ策になってきており、地域課題解決の新たな手段たり得るものになりつつある。

⑸ 継続的ケアの確保の必要性

日本版 CCRC 構想として始まった「生涯活躍のまち」構想は、医療・介護機能を合わせ持つ移住政策として成果を挙げつつあるが、継続的なケアの確保は依然として課題として残されている。今後は、「地域包括ケアシステム」との連携を図りつつ、医療・介護分野での独自の取組をより一層重視することで、「生涯活躍のまち」構想の魅力、価値および構想の実現性をも高めることが期待される。

生涯活躍のまち移住促進センター

いま、日本経済に何が起きているのか
第２回　少子化と労働市場

東海大学政治経済学部経済学科
教授　小　﨑　敏　男

ポイント

・少子化の最大の原因は晩婚化である。
・晩婚化をまねく社会システムにメスを入れない限り、少子化は止まらない。
・保育園や学童保育には、女性の労働参加率を高める大きな効果が認められる。

はじめに

少子化が労働市場に与える影響は、最近、ますます大きくなってきた。前回取り上げた労働力不足も少子化とは無縁ではない。人口減少の最大の問題は、少子高齢化による生産年齢人口比率の低下である。非労働力人口を減少させることにより、一時的には労働力人口を増加させることが可能である。しかし、15～64歳の労働力人口は生産年齢人口を超えて増加することはない。今回は、生産年齢人口の減少をもたらしている少子化の現状を考察し、その原因と対策を考える。とりわけ、出生率と女性の労働参加率（労働力率）を中心に考察する。

1. 少子・高齢化の現状と将来展望

今年（2017年）の４月10日に「日本の将来推計人口」（平成29年推計）が発表された。その結果（中位推計）によれば、2015年のわが国の総人口は約１億2,710万人だが、2065年には約8,808万人となり、約3,902万の減少が見込まれている。今後50年間で総人口は約30.7％減少することになる。年率約0.6％の減少である[1]。わが国の経済にとり非常に困難な時代に突入したと言わざるを得ない。なぜなら、総人口の減少分の約８割が生産年齢人口の減少分に相当するためである。人口オーナス（負荷）の時代である。

■少子化の原因

少子化に関する研究は、わが国において多数の論文が提出されている。少子化と労働市場の関係となれば、さらに複雑で多くの要因が関係することになる。はじめに、少子化を考察した後、労働市場との関係を考察することにする。

少子化の主な原因は、未婚化・晩婚化・第３子の出生数の減少にあると考えられている（伊達・清水谷2004）。こうした未婚化・晩婚化をもたらす要因は、①女性の就業機会の拡大、②結婚相手の探索コストの上昇、③男女の人口比の変化、④結婚により退職した際の機会費用の上昇、⑤女性の高学歴化による男女間の賃金格差の縮小などが考えられる（小﨑2006）。また、日本的雇用慣行がもたらす長時間労働も少子化の一因であると考えられている（山口2009）。さらに、都市部での保育施設の不足や核家族の拡大、通勤時間の長さな

[1] 前回推計（平成24年推計）と比較すると、2065年時点で生産年齢人口が約１割、年少人口が約２割増加している。その原因は、合計特殊出生率の仮定の上昇にある（内閣府2017：７頁）。

どもその一翼を担ってきている（八代1999）。家庭内に目を転じると、夫の子育て支援の不足が第２・第３子の誕生と関係していると考えられている（内閣府2017；26頁）。

少子化の指標として、阿藤（2017；36頁）と同様に合計特殊出生率（TFR）[2]を使用する。婚姻率と TFR との間には正の相関が確認される。別言すれば、未婚率の上昇は TFR を低下させ、婚姻率の上昇は TFR を増加させる。晩婚化もまた TFR を低下させる。2010～2015年では、40歳以上の女性の婚姻件数が大都市部、地方部いずれも増加している（原2017；29頁）。

TFR の決定因を探るため、次式の関数を対数で回帰分析を行い考察する。TFR は婚姻率と婚姻年齢に依存すると仮定する。それゆえ、

$$TFR = F(\text{婚姻率、妻の初婚年齢}) \quad \text{推計期間(1970～2015年)} \qquad (1)$$

その推計結果は、

$$\ln(TFR) = \underset{(3.91)}{4.82} + \underset{(2.92)}{0.31}\ln(\text{婚姻率}) - \underset{(-4.61)}{1.51}\ln(\text{妻の初婚年齢})$$

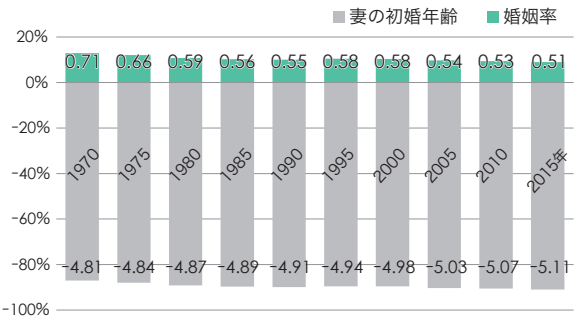
$$\bar{R}^2 = 0.75 \qquad (2)$$

括弧内の数字は t 値

各係数は弾力性を示している。婚姻率１％の増加は、TFR を0.3％増加させる一方、妻の初婚年齢が１％遅くなると、TFR は1.51％減少する。この結果から、TFR に晩婚化が大きな影響を与えていることが分かる。(2)式を基に、TFR の寄与率を提示したものが、図１である。圧倒的に晩婚化が TFR に与える影響が大きい。TFR 低下の８割以上が晩婚化に帰せられる。但し、(2)式は結婚した人々が持つ子供の数を考慮していないので注意が必要である[3]。

金子（2017）は、出生数の減少を①人口構造・年齢構造の効果（親となる年齢層の人口）、②結婚行動変化の効果（結婚した人々の割合）、③夫婦出生行動変化の効果（結婚した人々の子供の数）として、解析している。その結果によれば、2000～2006年では、①の効果が51.2％、②の効果が27％、③の効果が21.8％となることを明らかにしている（金子；５頁）。

図１　TFR への婚姻率と妻の初婚年齢の寄与率（1970～2015年）



資料：厚生労働省「人口動態統計」。

2. 少子化と女性の労働参加率

労働力人口の減少を緩和する政策の１つとして、女性の労働参加率を増加させる政策が考えられる。本節では、結婚・出生と女性の労働参加率の関係を考察する。

■ TFR と就業状態・雇用形態

労働市場における女性の就業状態や雇用形態が出生率に影響を与える（小崎2010；2011；2012a;b）。女性の失業率の増加は出生率に負の影響を与える。失業と出生率の関係は、所得効果と代替効果で説明される。失業が増加し賃金が低下すれば、所得効果は出生率にマイナスの効果を持ち、代替効果（魅力的職場が少なくなり、退職して子供を持つ）は出生率にはプラスの効果として働く。所得

[2] 阿藤（2017）は、少子化を「出生率が人口置換水準を継続的に下回っている状態」とした人口学研究会（2010）の定義を紹介している。また、TFR は「一人の女性が生涯に産む子供の数の平均値」と解説している。TFR＝2.1が「人口置換率（replacement level）」人口の増減がない状態である。詳細は阿藤（2017；36頁）参照。

[3] 夫婦の完結出生率に関しては、守泉（2017）を参照されたし。

効果が代替効果を上回れば出生率が低下する。さらに景気の悪化により婚姻率が低下し、出生率が低下すると考えられる（小﨑2012b；164－165頁）。非正規労働者の増加も出生率に影響を与える。非正規労働者は婚姻率が低いため、非正規比率が増加すれば出生率が低下する（小﨑2012b）。

ミクロデータからは、子供を２人以上持つ女性は、正社員よりパートの雇用形態でより高い確率を持つ。また、妻が無業の方が、妻が有業より子供２人以上持つ確率を高めている[4]。子供の数を増加させる変数として、男性の所得増加と女性の労働時間の短縮、ないし女性が短時間で働ける職場の提供が重要である。さらに、人的資本が多く必要とされる専門的職業では、人的資本のベースとなる専門知識を獲得するのに多くの費用がかかるために、そうした職種の世帯では子供の数が少ない。産業構造の変化により、サービス部門が増加すれば女性の労働参加率が高まる（小﨑2011）。

■保育園と学童保育の役割

女性の結婚・出産と就業の両立可能性を高めるものとして、保育園の重要性が強調されている（宇南山；2011；2013）。2015年の都道府県別の合計特殊出生率（TFR）をみると、全国平均は1.45。最も低いのは東京都の1.24。東京都近郊の千葉・埼玉・神奈川県も低く1.37～1.39。最も高いのは沖縄県の1.96。九州は比較的 TFR が高い。また、九州ほど高くないが、北陸３県も全国平均を超えている。これら各 TFR に保育園の待機児童数（対数）[5]を重ねて考察すると、北陸３県には待機児童はいない。TFR が低い東京都とその近郊の３県は待機児童数が多い。各都道府県の保育園の待機児童数と TFR を相関させると、－0.19と低い。一部の地域（東京都と近隣３県）を除けば、保育園の待機児童数と、結婚や出産にはそれほど相関があるわけではない。むしろ、保育園の役割は女性の労働参加率を高める働きが強いことが図２から分かる。女性の労働参加率と保育園の待機児童数の相関は－0.56を示している。宮原（2016）は、石川県の女性の労働参加率が秋田県より高いことを見出している。その原因として、ここで提示した保育園や学童保育の待機児童数が関係している可能性がある。紙面の制約上示すことができないが、学童保育の待機児童数と女性の労働参加率（35～39歳）は、相関係数－0.59と保育園の待機児童数との相関を上回る。秋田県は2015年の保育園及び学童保育の待機児童数はそれぞれ62人と36人であるが、石川県は両方とも待機児童はゼロである。

まとめ

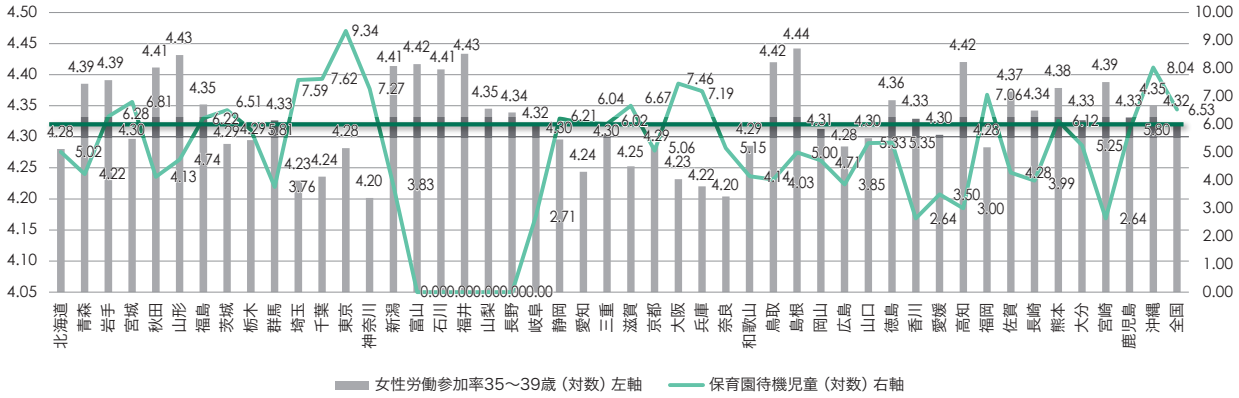
はじめに、少子化の原因を考察した。そこでは、少子化の原因は、婚姻率の低下もさることながら、晩婚化である。原（2017）が言及しているように、近年40歳以降の婚姻率が増加している。こうした晩婚化が少子化の最大の原因である。現代社会は、人々が合理的に行動した結果として、晩婚化になるような社会システムが内蔵されていると考えられる。例えば、高度な専門化した社会においては、高度な教育を受けて高い人的資本を身に付けることが合理的となり、その結果晩婚化となる。こうした社会システムにメスを入れない限り、少子化は止まらない。

また、保育施設は結婚・出産を促す効果より、女性が労働参加率を高める効果の方が大きい。保育園や学童保育の待機児童数が各都道府県の女性の労働参加率の違いに大きく影響している可能性がある。

次回は、労働力人口の減少と密接に関係し

[4] ６歳以下の子供を持つ女性の働き方に関しては、小﨑（2014）を参照。
[5] 待機児童数の定義に関して、色々問題があることを承知しているが、ここでは考慮しない。

図２　都道府県の女性労働参加率（35～39歳）と保育園の待機児童数（対数）：2015年　相関係数－0.56



資料：総務省「国勢調査」、厚生労働省「保育園待機児童数」。
注
1．待機児童数ゼロは対数がとれないのでゼロの値を使用。
2．図中の水平線は、全国平均の女性労働参加率35～39歳（対数）である。
3．全国の待機児童数は、47都道府県の平均値（対数）である。

ている高齢化を考察する。

参考文献

阿藤誠（2017）「国際比較から見た日本の少子化」『統計』第68巻第３号、32－37.

宇南山卓（2011）「結婚・出産と就業の両立可能性と保育所の整備」『日本経済研究』No.65, 1-22.

宇南山卓（2013）『仕事と結婚の両立可能性と保育所：2010年国勢調査による検証』RIETI Discussion Paper Series13-J039.

伊達雄高・清水谷諭（2004）『日本の出生率低下の要因分析：実証研究のサーベイと政策的含意の検討』ESRI Discussion Paper Series, No.94.

金子隆一（2017）「少子化の人口学的分析」『統計』第68巻第３号、２－７.

小﨑敏男（2006）「人口減少と女子労働政策」『経済学論纂（中央大学）』第46巻第１・２　合併号、31－50.

小﨑敏男（2010）「若者を取り巻く労働市場の変化と出生率の変化」『東海大学紀要政治経済学部』第42号、103－130.

小﨑敏男（2011）「女性の働き方と少子化に関する考察」『東海大学紀要政治経済学部』第42号、103－130.

小﨑敏男（2012a）「若者の就業と非就業」小﨑敏男・牧野文夫編『少子化と若者の就業行動』原書房、１－28.

小﨑敏男（2012b）「各国の若者を取り巻く環境の変化と出生率」小﨑敏男・牧野文夫編『少子化と若者の就業行動』原書房、151－179.

小﨑敏男（2014）「子供の有無と女性の働き方に関する考察」『東海大学紀要政治経済学部』第46号、13－25.

内閣府（2017）『平成29年版　少子化社会対策白書』。

原俊彦（2017）「地方創生と少子化」『統計』第68巻第３号、26－31.

宮原吏英子（2016）「地域における女性の就業と登用の状況」『人口減少社会における地域の雇用・労働のあり方～秋田県域において～』研究報告書、26－30.

守泉理恵（2017）「夫婦出生力の動向とその要因」『統計』第68巻第３号、14－19.

八代尚宏（1999）『少子・高齢化の経済学』東洋経済新報社。

山口一男（2009）『ワークライフバランス』日本経済新聞社。

幕末・維新 北方の群像
第１回　世界・日本・奥羽をみつめた仙台藩士

宮城県公文書館
公文書等専門調査員　栗　原　伸一郎

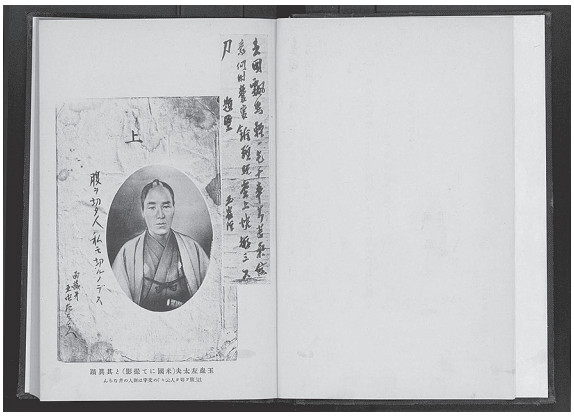
来年、2018年は「明治維新150年」である。近代化の出発点である明治維新を、政府は顕彰する方針を表明している。また、鹿児島県・山口県・高知県・佐賀県などでは、我が県は維新の推進者であるとの意識から、歴史遺産のPR、観光客誘致に余念がないようだ。

しかし、その一方で来年は「戊辰戦争150年」にあたる年でもある。戊辰戦争とは、江戸時代から明治時代に移り変わる際に繰り広げられた大規模な国内戦争のことである。それまで政権を担っていた徳川家が降伏したのち、西日本の諸藩を主力とする新政府軍に対したのは、会津藩・庄内藩や、それらを助けた奥羽越列藩同盟であり、箱館の五稜郭を拠点とした旧幕府脱走軍である。そのため、戊辰戦争の主戦場の一つは、奥羽越地域や蝦夷地、すなわち現在の東北地方・新潟県・北海道を含む北日本であった。

「東北」の人々は、結果的に敗北したため、どうしても勝者の陰に隠れ、かつ低く評価されがちである。しかし、敗者も自らを取り巻く環境のもと、変革の時代に向き合っていた。彼らは一体何を考えていたのだろうか。この連載では、奥羽越の各藩の人物や、藩そのものの動きに焦点を当てて、北方の幕末維新についてみていきたい。

1　蝦夷地探索

今回紹介するのは、仙台藩士の玉虫左太夫（誼茂）である。その特異な経歴から、思想史研究〔沼田・松沢、1974〕や、地元の自治体史〔仙台市、2004〕、郷土史などでは注目されることがある。そうした成果を交えながら、玉虫の生涯を追っていこう。



『玉虫左太夫略伝』
（国立国会図書館ウェブサイトから転載）

玉虫左太夫は、文政６年（1823）に、玉虫家の７男として生まれた。江戸に出た玉虫は、幕府の儒学者である大学頭・林復斎のもとで学び、頭角を現していった。復斎はペリー艦隊と応接し、日米和親条約に調印した人物である。この林家とのつながりが、玉虫の経歴に大きな影響を与えたようだ。

安政４年（1857）、玉虫は箱館奉行の堀利熙（復斎の甥）に随行して蝦夷地を探索することになった。その行程は、４月に箱館を出発し、ヲシャマンベ、ヨイチ、イシカリ、ソウヤ、南樺太、ソウヤ、アバシリ、アツケシ、ホロイツミ、シラヲイ、モロランを経て、９月に箱館に戻っている。約半年かけて蝦夷地の海岸線を一周したのである。

玉虫は旅の過程で、各地の様子を詳細に記録した「入北記」を執筆した。記録を貫くのは、強い批判精神や鋭い分析力である。

当時、幕府は仙台藩・秋田藩・盛岡藩・弘前藩・松前藩に対して、松前地・蝦夷地の警

シラヲイ元陣屋の側に建つ塩竈神社（北海道白老町）
仙台藩はシラヲイ（白老）を拠点に、クナシリ（国後）島・エトロフ（択捉）島に至るまでの地域の警備を担当した。陣屋建設の際、仙台藩は奥州一宮の塩竈神社を勧請した。現在の社殿は改築されたもの。
（筆者撮影）

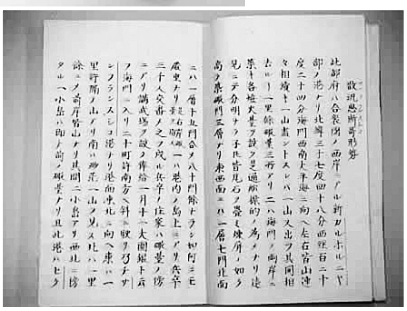
備を命じていた。そのため、玉虫は各藩の警備状況を観察し、マシケでは秋田藩の陣屋や調練の貧弱さに失望して、実用的ではないと判断した。だが、アツケシやシラヲイでは、仙台藩の大砲が秋田藩に劣る和砲であったことに気づき、これでは子供の遊びではないかと嘆いている。

玉虫の目は、各藩の警備や土地の開墾だけではなく、現地に住む人々にも向けられた。ヲシャマンベでは幕府役人がアイヌの人々を動物のように扱っているとして心を痛め、箱館ではアイヌの人々の困窮に涙を流した。玉虫の記録の筆致は冷静であるが、玉虫自身は冷淡ではない。むしろ玉虫は、情に厚い人物であった。

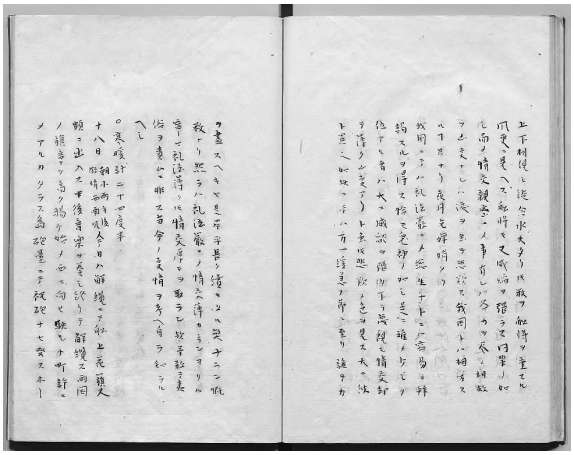
2　世界一周の経験

安政７年（1860）１月、幕府はアメリカと結んだ通商条約の批准のために、使節を派遣した。玉虫は正使である新見正興（しんみまさおき）の従者になり、横浜を出航した。使節一行は、ハワイ、サンフランシスコ、パナマ、ニューヨークを経てワシントンで批准書を交換した。そして、ルアンダ、バタヴィア（ジャカルタ）、香港を経て９月に日本に帰国した。玉虫はアメリカ・アフリカ・中国の実情を目撃したのである。

当初、玉虫は慣れない習慣や食事に苦労したようである。しかし、玉虫は異国を探索するという強い意志を持ち、積極的に見聞を広めようとした。そのため、自ら英単語帳を作成している。そこには、「暇乞　グデハイ」「何程　ハモチ」「進上　プレセント」などの



（東京大学駒場図書館所蔵）



（国立公文書館所蔵）

「航米日録」の写本
帰国後、玉虫は見聞の内容や自らの考えを整理して、「航米日録」を作成した。現在、「航米日録」の写本は、各地に残されている。

単語がみえる。グデハイは“goodbye”、ハモチは“How much?”であろう。

玉虫は各地の様子や自らの体験を記録した「航米日録」を作成し、仙台藩に提出した。現在、「航米日録」は全文活字化され、しばしば研究の対象となっている。その理由は、異文化に触れ、他者への先入観と自らの価値観が揺さぶられる一人の武士の心中が克明に記されているからである。

当時の一般的な日本人は、欧米諸国を文化が劣る野蛮な国（「夷狄（いてき）」）であり、欧米人を野蛮人であると見なしていた。玉虫もその一人であり、欧米の長所を蒸気機関のような技術力にのみ見いだしていた。

しかし、上下の区別なく懸命に働く士官と水兵を目撃し、水兵の死を悲しむ船長たちの姿に衝撃を受ける。アメリカは上下の別がなく「礼法」「礼譲」に薄いが、情の交わりは深く、危急の事態に皆が力を尽くす。それに対して日本は、上下の別や「礼法」こそ厳しいが、情の交わりは薄く、何事も因循し、上に意見を述べると批判される。玉虫は社会のあり方にもアメリカの長所を見いだし、自己を省みた。また、ホワイトハウスを訪問した際には、アメリカが私心を排した政治を行っていると考えた。玉虫がアメリカと比較するのは、仙台藩や幕府ではなく、日本であり、日本社会であった。

帰国後、玉虫は世界一周経験をもとに、「人心ヲ和シ上下一致ニセンコトヲ論ス」と題した改革意見書をまとめた（『仙台市史　資料編２　近世１　藩政』）。彼は訴える。富国強兵をなしとげた欧米は軽蔑すべきではないが、屈してもいけない。「私」を捨てて「公」の観点で、人心の和をはかり、上下一致・日本一致の体制を作るべきである。そのためには、上に意見を表明できる仕組みを作り、賞罰を明確にし、優れた人物に政治を委任することである。また、幕府は外交の失策を悔い改め、諸藩も貿易に参加させて、蒸気軍艦を製造し、物産を増産するべきである。

玉虫の主張にはかねてからの持論も含まれているが、世界一周の経験が反映されている。玉虫は一部の勢力のためではなく、日本全体のための改革が必要だと考えていた。

３　内憂外患への視線

帰国後、玉虫は仙台藩の命令によって、日本国内の情報収集を行い、それを記録した報告書を作成した。報告書には、朝廷、幕府、薩摩藩・長州藩などの諸藩をはじめ、様々な勢力の動きや風説が記されている。

また、玉虫は単に情報を収集するだけではなく、見聞をもとに自らの意見を首脳部に表明した。情報を収集するなかで、玉虫は薩摩藩や長州藩に不信感を抱き始めていたが、そうした考えも首脳部に伝えていたのである。玉虫は藩主の伊達慶邦（だてよしくに）や奉行（家老）の但木土佐（ただきとさ）（成行（なりゆき））といった首脳部と接点を持つことで、藩政に影響を与えるようになった。

さて、玉虫が探索活動を展開していた頃、日本国内は攘夷の嵐が吹き荒れていた。文久２年（1862）には、朝廷が幕府に対して攘夷の実行を求め、対外戦争の危機が迫った。

玉虫は香港において、欧米諸国が中国を植民地化する様子を目の当たりにして、怒りや警戒感を抱いていた。しかし、玉虫は条約を破棄して戦争を覚悟するという、強硬的な攘夷論を危険視していた。玉虫の意見は、相手に不法の振る舞いがあれば戦う正当性があるが、日本政府（幕府）が条約を結んでいる以上、たとえ勅命（天皇の命令）であっても、日本側から戦争を仕掛けてはならないというものである。玉虫の念頭にあるのは、あくまで日本のためになるか否かということであった。

とはいえ、玉虫は強硬的な攘夷論を唱える人々の立場にも一定の理解を示していた。なぜなら、問題の発端は幕府の外交政策にあると考えていたからである。

元治元年（1864）７月、攘夷論を唱える長州藩が、京都で会津藩や薩摩藩などと激突し

た。禁門の変と称されるこの戦闘で敗北した長州藩は、「朝敵」とされ、内戦の危機が高まった。

この事態に、玉虫は意見書を藩に提出し、内戦となれば国内が分裂し、外圧によって日本は滅亡してしまうと訴えた。仙台藩は長州攻撃を止めるよう幕府に訴えるべきであり、因循すれば仙台藩は幕府とともに滅亡してしまう、意見が採用されなければ「東奥」を守るべきだと主張したのである。

ただし、幕府とともに滅亡するより藩領を守った方が良いといった主張は、渡米前の意見書にもみられるものである（『玉虫左太夫略伝』）。もともと玉虫は、幕府に絶対追従すべきだとは考えていなかったのである。

しかし、事態は玉虫が恐れていた内戦へと展開していく。慶応２年（1866）６月、長州藩とそれを討とうする幕府軍との間で、戦端が開かれた。戦争は幕府側の敗北に終わり、更に政局は混迷していった。

玉虫は江戸から京都・大坂に向かい、更に九州に出向いて、情報を収集した。当時、玉虫は四十代半ばとなり、養賢堂指南統取という藩校の幹部となっていた。

慶応４年（1868）、戊辰戦争がはじまり、会津藩が「朝敵」とされると、玉虫は会津や米沢に派遣された。薩長両藩への強烈な不信感を持っていた玉虫は、会津藩の立場に共感し、会津藩を助けるべく奔走した。おそらく、玉虫の目には、新政府の中心となった薩長両藩が、私心のために徳川や会津藩を討とうとしていると映っていたのであろう。

奥羽越列藩同盟が成立すると、玉虫は軍務局議事応接頭取（各藩の代表者が話し合いをするときの責任者）となり、他藩との交渉のため、越後と仙台を往復した。その際、新潟では奥羽越列藩同盟の布告文を諸外国に送るべく、諸藩の代表と協議した。

しかし、９月に仙台藩は降伏した。玉虫は蝦夷地へ向かう榎本武揚（えのもとたけあき）艦隊に合流しようとするが、志津川（宮城県南三陸町）で捕縛された。

保春院にある玉虫左太夫の墓石（仙台市若林区）
墓石を建てたのは、「友人横尾某」である。
（筆者撮影）

翌明治２年（1869）４月、玉虫は切腹を命じられた。その罪状は「前年、会津征討の朝命（朝廷の命令）があった際、探索などのため会津に派遣されながら、不届きな行為があった」というものであった。果たして彼は、新たな時代に背を向けた人物であったのだろうか。「150年」について考えるということは、改めて敗者の思想や行動について問い直すということなのである。

主な参考文献

判沢弘「非幕・非薩長派のめざしたもの―玉虫左太夫」（市井三郎編『明治の群像１　開国の苦しみ』三一書房、1969年）

沼田次郎・松沢弘陽校注『日本思想体系66 西洋見聞集』（岩波書店、1974年）

稲葉一郎解読『蝦夷地・樺太巡見日誌　入北記』（北海道出版企画センター、1992年）

仙台郷土研究会編『玉虫左太夫略伝』（ヨークベニマル、復刻1997年）

『仙台市史　通史編５近世３』（仙台市、2004年）

栗原伸一郎『幕末戊辰仙台藩の群像―但木土佐とその周辺―』（大崎八幡宮、2015年）

展示リニューアルを果たした北海道大学総合博物館

北海道大学総合博物館　准教授　山 本 順 司
北海道大学総合博物館　講　師　江 田 真 毅

北海道大学総合博物館の大規模展示リニューアル

北海道大学総合博物館（以後、北大博物館と記します）は平成11年に開館した比較的若い博物館ですが、明治９年に北海道大学が札幌農学校として開校して以来、140年にわたる研究成果を支え続けた学術標本を継承しつつ、大学の情報発信拠点として機能しています。平成22～25年度の年間来館者数は98,000～124,000人。札幌市の観光統計によると、札幌市の主な観光施設（46箇所）の中で18～20位の利用者数順位に位置づけられています(注１)。

このように札幌市の観光施設としても発展しつつある博物館ですが、昭和４年に建設された理学部本館に展開しているため、平成26年度から耐震改修工事に着手しました。耐震措置には展示物の待避や長期間の休館を伴います。博物館としては大惨事とも言える事態ですが、見方を変えれば半世紀に一度の破壊的変革の好機とも言えます。そこでこの機会を利用して展示リニューアルに踏み切りました。リニューアルオープンを果たしたのは平成28年７月26日。どのような構想の元にリニューアルを行い、そして現在どのような状態になっているのかを紹介します。

展示リニューアル構想

北大博物館は、展示リニューアルにあたり２つの理想的な博物館像を掲げました。それは(1)ユニバーシティミュージアムと(2)ユニバーサルミュージアムです。ユニバーシティミュージアムとはその名の通り大学博物館のことです。「大学の博物館の展示としてあるべき姿とは何か？」を一から問い直すことにしました。もう一つのユニバーサルミュージアムとは、誰もが気軽に利用できる博物館を意味します。それぞれの理想像に向けて行った取り組みを紹介します。

(1)　ユニバーシティミュージアム

全国に5,000館以上ある博物館の中で、“大学博物館”は281館あり(注２)、学術標本の収集や継承、展示、そして研究・教育を行っています。「大学の博物館の展示としてあるべき姿とは何か？」に対して私たちが達した結論は、大学の現在の教育・研究を広く社会に、特に次代の大学を担うことになる高校生とその保護者の方々に広報する機能を持つべきというものでした。しかし、大学では無数と言える多彩な研究が次々と生まれ、そして深化し続けています。北海道大学にも2,000人の教員が所属しており、それぞれの研究グループの進展状況を把握し、高校生に向けて的確に発信し続けるには、大学博物館だけの力では困難です。そこで今回の展示リニューアルにおいては、この日々広がり深化し続ける大学の研究教育成果を拾い集め、高校生の関心を惹きつける展示に加工して発信する仕組みとして“365日オープンキャンパス”を企画しました。

これは、大学内の情報を発信する窓口とし

(注１)　平成28年度版　札幌の観光、札幌市　48頁。
(注２)「明治大学博物館研究報告」第11号、明治大学博物館事務室、2006年、15－39頁。

て、北海道大学にある12の学部すべての展示室を設けて利用するという試みです。学部には様々な部局（大学院や研究所など）が関与しています。そのため各学部の展示室は大学内の様々な部局の研究や教育システムの成果を集約し、発信する場となりえます。実際に、本年８月６日・７日に開催したオープンキャンパスにおいて、関連する大学院の教員らが高校生らに展示解説を行う姿が目立っていました。これからも、高校生が自身の興味や目標を考えるため、修学旅行などの機会に全国から訪れてくれることを願っています。

高校生に人気のシミュレーション用マネキン
（歯学部の展示室）

⑵　ユニバーサルミュージアム

“ユニバーサルミュージアム”は“バリアフリー博物館”と言い換えて良いかもしれません。みなさんはバリアフリーという言葉からどのようなバリアを思い起こされるでしょうか。おそらく駅やトイレなどにある様々なバリアを思い浮かべる方が多いのではないでしょうか。段差や色づかい、コントラストに加え、目的地までの距離や時間も物理的バリアとなります。その他にも心理的バリアというハードルが存在します。博物館を訪れた経験が少ない方にとっては、博物館の存在そのものが心理的バリアになっていることもあるでしょうし、建物の外観や内装の意匠、展示用照明の薄暗さ、香りなどがバリアになることもあるでしょう。その他にも入館料や開館時間も心理的な影響要素だと思います。当然ながらこれらのバリアには個人差があり、ある人にとっては障害であっても、別の人にとっては心地よさをもたらす場合があります。そのため、すべての人にとって完全なバリアフリー博物館にすることはきわめて困難だと思いますが、誰もが利用しやすい博物館にするためにはこういったバリアを限りなく低減させねばなりません。では、北大博物館はどのような措置を施したのでしょうか？そのエッセンスを紹介します。

まず、心理的バリアについては来館しやすい雰囲気を作ることでその低減に努めました。その主軸はカフェの誘致と入館料無料の継続です。博物館へ行こう！という強いお気持ちの方だけではなく、何気なく近くを通りかかった方や、休みたくなった方にも来館いただけるよう、最初のハードルをなるべく低くすることに腐心しました。学内一きれいなトイレの整備や開館時間の延長もその一環です。

物理的バリアの低減については、建物が持つ歴史的な意匠を残しつつバリアフリー化を達成することを目標にしました。写真１をご覧ください。北大博物館の正面玄関横にガラス張りの箱を新設しました。これは、１階フロアと屋外との間にある１ｍの段差を解消させるためのエレベーターボックスです。冬季は積雪のため閉鎖しますが、４月から11月末まで北大博物館の玄関として機能します。歴史的建造物の正面にこのようなガラス張りの箱が存在することに違和感を抱かれる方もいらっしゃると思います。しかし、建物と似せた新設玄関では建物全体にハリボテ感が出てしまいます。そこであえて近代的に仕上げる

写真１　バリアフリー玄関

ことで建物全体の価値を守るとともに、バリアフリー化を達成させることにしました。このほかにもユニバーサルトイレや授乳室、感じる展示室（ハンズオン展示）を整備し、物理的バリアの低減に努めました。

北大博物館の展示ゾーン

北大博物館は上記２つの博物館像を元に展示リニューアルを行い、それに伴って博物館内のゾーニングも一新しました。最上位のカテゴリーを大別すると次の６つになります：常設展示室・企画展示室・ホール・講義室・実習室・知の交差点（ミュージアムカフェ・ショップ・講演室・ラウンジを含む場所）。もっとも広い面積を占める常設展示室は５つのゾーンに再編しました。それぞれの概要を紹介します。

ミュージアムカフェ

(1) 北大の歴史

札幌農学校以来の北海道大学の歴史とともに、受け継がれてきた通底する精神と、先人たちの偉業を紹介しています。

写真２　工学部の展示室

(2) 北大のいま

北海道大学の現在の姿を紹介しています。「挑戦する北大」エリアでは北海道大学の看板研究を、「北大の学び舎」エリアでは全12学部の教育・研究をご覧いただけます（写真２）。「北大の探求心」エリアでは北海道大学の研究所やセンター等の魅力を紹介しています。

(3) 感じる展示室

五感を使った体験を楽しみながら、モノへの関心を深めていただくことを目指した展示室です。

(4) 収蔵標本の世界

開学以来140年以上に渡って蓄積されてきた北海道大学の400万点の学術標本や資料のうち、75％にあたる300万点が北大博物館に保管されています。その中から精選した約１万点を展示しています。

古生物標本の世界

(5) ミュージアムラボ

北大博物館のバックヤードをご覧いただける展示室です。土器や化石の修復作業や教材開発、隕石の分析が行われています。

リニューアルから１年を迎えて

北大博物館は平成28年７月26日にリニューアルオープンを果たしました。それから１年余りが過ぎ、リニューアルが成功であったのかどうかを検証できる時機が到来しました。達成度を測るには様々な指標を適用できますが、広報拠点としての価値に着目するのであれば来館者数が一つの指標になります。グラフは北大博物館の年間来館者数の推移です。平成11年の開館以来、毎年約7,500人のペースで来館者数を伸ばしてきており、リニューアル前の年間来館者数はおよそ11万人でした。リニューアルオープン後１年間の来館者数はそれまでの約２倍（22万人）になっています。これは全国的に知名度が高い札幌市時計台の来館者数（17～20万人）を上回る規模です。来館者数の大幅な増加の理由は展示リニューアルに加えて企画展示の開催や誘致にも積極的に取り組んだためかもしれません。昨年７月のリニューアルオープンから１年間に実施した大規模企画展は４回を数え、館内の空きスペースを利用した小規模企画展も２回実施しました。本年８月４日には常設展示室「鉱物・岩石標本の世界」を新設し（写真３）、さらに８月６日からは札幌国際芸術祭2017の会場の一つとして企画展示室が利用されています。

このように、北大博物館は大学博物館としてあるべき姿に回帰するとともに、社会に知のスパイスを振り撒く拠点へと転化しました。

北海道大学総合博物館年間来館者数の推移

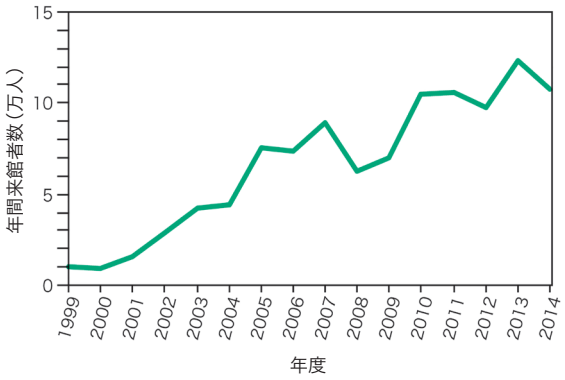


写真３　鉱物・岩石標本の世界

これからも社会と大学とを繋ぐインターフェースとして、より広く利用される存在になるよう努めます。札幌にお越しの折には是非お立ち寄りください。

「知の交差点」ご協賛のお願い

市民の皆様が科学知識を気軽に交差できる場所を作りたいと思います。詳しくは北海道大学総合博物館ホームページ内の「ご協賛のお願い」をご覧ください。
https://www.museum.hokudai.ac.jp/outline/support/

アクセスマップ

北海道大学総合博物館

〒060-0810 札幌市北区北10条西８丁目
TEL 011-706-2658　FAX 011-706-4029
http://www.museum.hokudai.ac.jp/
開館時間 10:00～17:00（通年）
ただし、６月～10月の金曜日は10:00～21:00
休館日は月曜日（月曜日が祝日の場合は直後の平日）、及び年末年始

復興トピックス

クルーズ船を活かした東北地域の観光振興の可能性

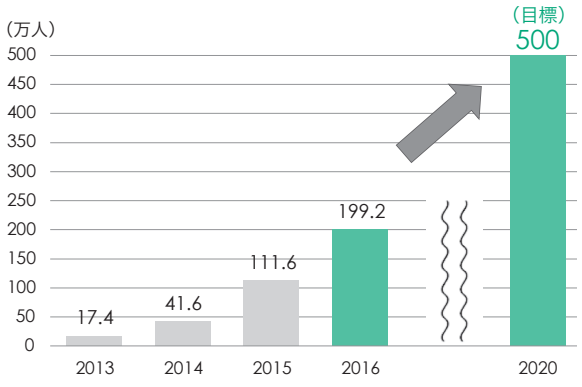
株式会社日本政策投資銀行　東北支店　東北復興・成長サポート室
夏　井　恵津子

1. はじめに

近年、世界のクルーズ人口はアジアの経済成長等を背景として大きく増加している。2017年５月に観光庁が発表した「観光ビジョン実現プログラム2017」によると、2016年の訪日クルーズ旅客数は199万人、港湾への寄港回数は2,017回となり過去最高を記録した。引き続き、「訪日クルーズ旅客を2020年に500万人」を目標としている（図１）。

こうした流れを背景に、東北地域では、青森港を中心に大型クルーズ船の寄港が増えている。特に、「祭り」・「観光」・「花火」のイベントを目的にした“Cruise tour”の人気が高く、外航クルーズ船の日本発着での寄港も増加傾向にあることから、受入環境整備、効果的な地域の魅力発信等の早急な取り組みが求められている。

図１：クルーズ船による外国人入国者数（概数）



（資料）国土交通省　2016年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）よりDBJ作成
注１）法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概算（乗員除く）。
注２）１回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客については、（各港で重複して計上するのではなく）１人の入国として計上している。

本稿では、クルーズ船を活かした沿岸部の観光振興の可能性について紹介したい。

2. クルーズ船誘致に向けた東北地域の取り組み

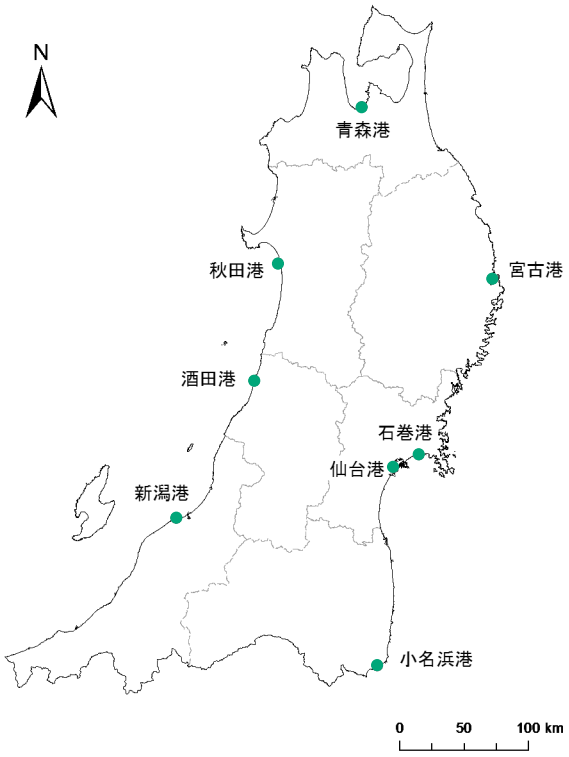
東北地域は未開拓の外航クルーズ船市場であるが、これまで７万トン級以上が入れる港が少なく、東北港湾の現状や、背後地の観光の魅力が十分に認識されていない状況であった。また、これらを説明できる東北の関係者も少なく、詳しい資料も存在しなかった。

2017年３月、仙台市において、「東北クルーズ振興連携会議設立総会」及び「設立記念フォーラム」が開催された。当会議は、東北地方整備局、東北運輸局、東北６県、（一社）東北経済連合会、（一社）東北観光推進機構、東北旅客船協会等が中心となり、東北の港湾に寄港するクルーズ船の寄港拡大により地域振興、観光振興を促進することを目的に、東北が一体となって、クルーズマーケット拡大に取り組むために設立された。

取り組みの一環として、（一社）東北経済連合会は、訪日外国人旅行者増加を目的とする「ビジット・ジャパン地方連携事業」を活用し、東北運輸局、（一社）東北観光推進機構と共同で、東北港湾の機能・設備や東北観光の魅力等を紹介する英語版パンフレット「Cruise to Tohoku」（改訂版）を作成した。主に大型クルーズ船（10万トン級）が寄港可能な東北７県の８つの港湾（図２）（青森港、宮古港、仙台港、石巻港、秋田港、酒田港、小名浜港、新潟港）の機能、設備（岸壁延長・水深、ターミナル・CIQ（税関、出入国管理、検疫等を

行う施設）の有無等や各港湾窓口、各港湾周辺の魅力的な観光情報を説明したものである。

図２：大型クルーズ船が寄港可能な東北７県の港湾



(c) Esri Japan

毎年３月に米フロリダ州マイアミで開催されている世界最大級のクルーズ業界のコンベンション「シートレード・クルーズ・グローバル」にも、(一社) 東北経済連合会はじめ関係者が2015年度から参加し、東北地域の魅力を積極的に発信している。

プロモーション活動では、英語版パンフレット「Cruise to Tohoku」を活用し、まずは、ファーストステップとして、セールスや国内外の関係者との意見交換、来場者への PR を通じて、東北港湾への外航クルーズ船各社への誘致活動を行った。

3. 東北地域の最近の状況

上記のような東北の官民を挙げた外航クルーズ船誘致の取り組みの成果もあり、2017年の東北管内港湾へのクルーズ船の寄港数は、81隻（内、日本船社51隻、外国船社30隻）と過去最高を記録する見込みである。特に、外国船社は、2016年の16隻から2017年には30隻とほぼ倍増の見込みとなっている（図３、図４参照）。

図３：東北管内港湾のクルーズ船寄港実績と予定

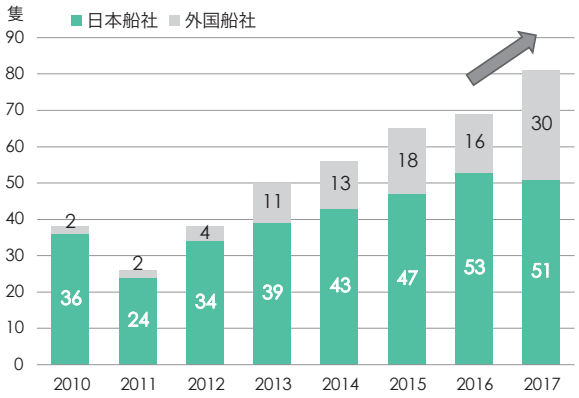


図４：県別（東北６県）への寄港予定 2017

	日本船社	外国船社	計
青森県	10	16	26
岩手県	7	—	7
宮城県	12	1	13
秋田県	15	12	27
山形県	5	1	6
福島県	2	—	2
計	51	30	81

（資料）東北地方整備局「クルーズ船入港状況」2017より DBJ 作成

今夏、青森港では青森ねぶた祭り期間中に青森市市街地に近い新中央埠頭に、「ダイヤモンド・プリンセス」など、ラグジュアリーク

ラスの大型船が毎日入港した。また、秋田港では秋田市中心部から遠く２次交通が課題であったが、JR 東日本秋田支社は、今年度、クルーズ船の寄港回数が前年比で倍増していることを受け、竿燈まつり期間中、従来からあった貨物列車の線路を活用し、秋田港－秋田駅間で「クルーズ列車」を試験的に運行した(2018年度以降は、本格運行する予定)。訪れた人々に「感動」や「快適さ」を与える歓送迎の演出は最も重要で、港湾関係者や観光関係者が共同で誘致活動を行うことが不可欠である。

4. クルーズ船の経済波及効果

クルーズ船観光は、今後、様々な効果をもたらすと考えられる。大型クルーズ船の１回の停泊における消費額は、１人あたり３～４万円と試算され（神戸市等調べ)、7.7万トンクラスでは、乗客・乗組員で合計2,500人とした場合、約１億円の経済効果が見込まれる。

大型クルーズ船以外の寄港地の場合でも、地域の特性の違いはあるものの、少ない場合でも１人あたり１万円／回、多い場合では、14万円／回程度に及ぶ（国土交通省調べ)。

宿泊施設を伴うことなく観光を行うことができ、既存のインフラを有効活用できる可能性があり、クルーズ船は周遊しながら広範囲に移動するため、今まで寄港しなかった東北の港にも観光振興に寄与できる可能性が高い。年数回とはいえ、多いときには2,000人を超える国内外の観光客が一度に訪れる経済的な効果は大きい

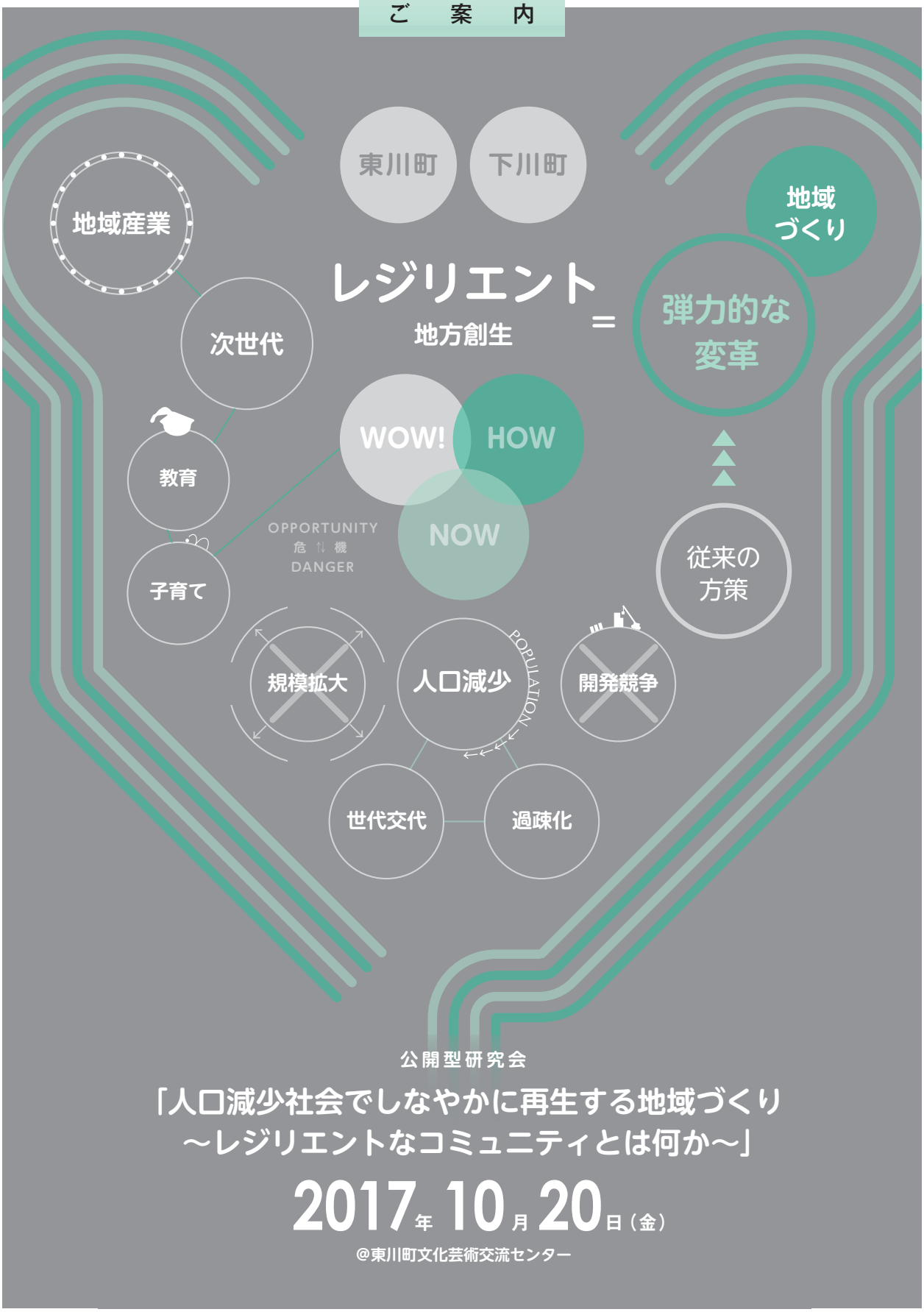
5. まとめ

大型クルーズ船の船会社は、常に顧客のニーズを把握し、そのニーズを満たす寄港地を探している。この視点からみると、東北地域は未開拓な分、魅力の宝庫と言える。

クルーズ船による観光の潜在的ニーズを高めるためには、改めて、①地域の情報を整理し理解を得ること、②観光や交通など、ここでしか体験できない地域の特徴や魅力を効果的に発信すること、③どのようなインバウンド観光客にきてもらいたいかターゲットを明確にすることが重要である。クルーズ船にも様々なタイプや大きさがあることから、各地の港や地域に合った船を選ぶことも重要である。

インバウンド観光客は、大都市圏から地方へ分散が進んでおり、「観光」は、地方創生の観点から産業としての重要性も指摘されている。クルーズ船の寄港増加が、今後、東北地域の復興の起爆剤となることを期待したい。

公開型研究会
ご　案　内



公開型研究会

「人口減少社会でしなやかに再生する地域づくり
～レジリエントなコミュニティとは何か～」

2017年10月20日（金）

@東川町文化芸術交流センター

第３回 公開型研究会　参加無料

人口減少社会でしなやかに再生する地域づくり
レジリエントなコミュニティとは何か

わが国では、人口減少という大きな課題を抱えており、規模拡大や従来通りの開発ではなく、人口減少を前提とした新たなステージへ移行した地域づくりが求められています。そのような状況の中で、危機的な状況を機会と捉えながら弾力的に変革していくという考えである「レジリエント」な地域づくりの検討が始まっています。

現在、地方創生に向けて様々な活動が全国各地で進められていますが、マクロ的にみると成果はこれからという段階です。一方で、これまでの活動状況をみると、すでにレジリエントな地域づくりを行っている事例がいくつもあり、東川町や下川町はその代表地域と考えられます。

今後、次世代へつないでいけるような地域づくりを進める上で、東川町や下川町から学ぶことが多々あることから、本研究会の参加者がその考え方を共有し、今後に向けた地域づくりの実践に寄与することを目的に開催します。

開催日時

平成 29 年 10 月 20 日（金）
14：00 ～ 17：30　（開場 13:30）

開催場所

東川町文化芸術交流センター 講堂
北海道上川郡東川町北町 1 丁目 1 番 1 号

参加方法

事前予約は必要ありません。当日直接会場にお越しください。開場は 13:30 を予定しています。参加費は無料です。

※会場の都合で入場制限をさせていただく場合があります。あらかじめご了承ください。

お問い合わせ

公益財団法人はまなす財団　事業産業部
TEL：011-205-5011
東川町　企画総務課
TEL：0166-82-2111

全体プログラム

14：00　開会挨拶ならびに研究会趣旨説明
公益財団法人はまなす財団　専務理事　千葉　俊輔

14：15　講演　「レジリエントな地域とは？」
公立大学法人国際教養大学　アジア地域研究連携機構　機構長　熊谷　嘉隆

15：00　事例報告「適疎な町づくり～東川町の事例～」
東川町　町長　松岡　市郎　氏

15：30　事例報告「持続可能な地域づくりを目指して
～下川町の事例～」
下川町　町長　谷　一之　氏

16：00　休憩

16：15　パネルディスカッション

パネラー

東川町長
松岡　市郎 氏

下川町長
谷　一之 氏

公益財団法人はまなす財団
次長　**小倉　龍生**

アドバイザー

公立大学法人国際教養大学 アジア地域研究連携機構
機構長　**熊谷　嘉隆**

モデレーター

一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所
専務理事　**横川　憲人**

主催　公益財団法人はまなす財団 / 一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所 / 公立大学法人国際教養大学アジア地域研究連携機構
協力　東川町

HOKUTOU DIARY 平成29年７月～９月

ほくとう総研の活動内容などについてご紹介します。

〈情報発信〉

平成29年 7 月18日　第２回「人口減少社会でしなやかに再生する地域づくり
～レジリエントなコミュニティとは何か～」研究会
（東京都千代田区）

―今後の予定―

平成29年10月20日　「人口減少社会でしなやかに再生する地域づくり
～レジリエントなコミュニティとは何か～」公開型研究会（北海道東川町）

10月24日　新潟講演会（新潟市）
講師　川口　淳一郎氏（国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構　シニアフェロー、
宇宙科学研究所　宇宙飛翔工学研究系　教授）

11月 6 日　北海道活性化セミナー（札幌市）
講師　増田　明子氏（千葉商科大学人間社会学部　准教授）

11月14日　宮城講演会（仙台市）
講師　松本　順氏（株式会社みちのりホールディングス　代表取締役社長、
株式会社経営共創基盤　取締役マネージングディレクター）

11月17日　フォーラム「人口縮小時代を生き抜くしなやかな地域コミュニティ：
秋田からの発信」（秋田市）

11月21日　秋田講演会（秋田市）
講師　冨田　勝氏（慶応義塾大学先端生命科学研究所　所長、環境情報学部　教授）

12月13日　岩手講演会（盛岡市）
講師　冨田　勝氏（慶応義塾大学先端生命科学研究所　所長、環境情報学部　教授）

編集後記

「スポーツ」とは

「スポーツ」とは、何でしょうか。辞書で調べずに自分の頭で考えてみますと、「身体を動かすこと」、健康増進のため身体を鍛えること」「ルールに則って個人もしくはチームで競技すること」……といろいろ思いつきます。では、身体を使っての「労働」との違いは何でしょうか。おそらく、「自主的に」「楽しむこと」が大きな違いになるような気がします。

地域は街がつくる、街は人がつくる、では、人は何がつくるのか？スポーツが人材育成に果たす役割は大きく、近年それが地域活性化やまちづくりに果たす効果が注目され、大いに期待されています。

楽しくエキサイティングなスポーツが地域の人を育て、街が活性化する。オリンピックやワールドカップなどの大型イベントも目白押し。キャンプの誘致も含めて、地域における様々なスポーツ活動が、ますます楽しみになってきました。

ほくとう総研情報誌　NETT

No.98 2017 Autumn

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

本誌に関するお問い合わせ、ご意見ご要望がございましたら、お電話、E-mail 等でお寄せ下さい。
〈本誌掲載記事の無断転載を禁じます〉

一般財団法人北海道東北地域経済総合研究所