

目次

《特集寄稿》

- 地域のグローバリゼーション対応は歴史に学ぼう
社団法人中国地方総合研究センター 常務理事 いつき 齋宮 正憲..... 1
- 『知をつなぎ、地を活かす』取り組みを展開
「先駆性」、「時代性」、「独自性」を切り口として
東北を元気にするために、関係機関と連携して取り組みたい
財団法人東北活性化研究センター 専務理事 関口 哲雄..... 4
- 地域活性化に向けた具体的な取り組み
徳島LEDアートフェスティバル、とくしまマルシェの開催
公益財団法人徳島経済研究所 専務理事 田村 耕一..... 6
- 主要都市のバランスある地域形成と過疎地の自立を支える仕組みを考える
株式会社よかネット 代表取締役 山田 龍雄..... 8
- 九州新幹線全線開通でインバウンド観光はどうか
財団法人福岡アジア都市研究所 専務理事 原 重実..... 10

《第9回経営者会議》

- 第1グループ「人口減少社会、労働力人口減少社会の内需拡大策」..... 13
- 第2グループ「外国人観光客誘致と地域づくり」..... 16

本号は地方シンクタンク協議会の全国のブロック幹事5名の方々に「地域においてできること」「地域力の顕在化」「地域から全国への発信」に焦点をあてた内容にてご寄稿いただきました。ご高覧のほど、よろしくお願いいたします。

地域のグローバリゼーション対応は歴史に学ぼう



社団法人中国地方総合研究センター 常務理事 いつき 齋宮 正憲

1. はじめに

グローバリゼーションの波は、経済活動有史以来幾度となく大小の波が押し寄せている。近現世の大きな波としては、江戸時代中後期に経済圏が全国一円に拡大した時 明治維新とともに西欧帝国主義が日本に押し寄せて来た時 東西冷戦終結後、旧東側の安価な労働力が資本主義経済圏に参入してきた時が挙げられ、が現在日本全国で問題になっているものである。

人間も国家も活発なときと不活発なときが、期間の長短はあるが交互にやってくる。人も国家も緊張の連続では体が持たない。ある連続TVドラマではハイテンションな主人公が、ずっと興奮した言動を取り続けているが、こんなことはありえない話である。日本国の歴史を見ても、開国と鎖国を交互に繰り返して、吸収と咀嚼（即ち、対外関係からの開放）を繰り返してきた。とは言え、現在は、休息の時を安閑としていられる状況にない。一步遅れをとると挽回できないほど置いてきぼりになる恐れがあり、しんどい時代を迎えていることは事実である。

このようなしんどい時代、どのように対処すればよいのであろうか。その解を見つけるためには歴史に学ぶことが大切ではないだろうか。以下簡単に上記、の時代における地域の対応を簡単におさらいしていきたい。先人たちがどのように勝ち抜いてきたかが再認識できるものと考えます。

なお、先例に学ぶことは大切であるが、あくまでプロセスを学ぶべきで事跡全体を模倣することはできない。時代も人の気持ちも変化してきている。それぞれの組織や人の置かれている環境も異なる。現在、われわれシンクタンクも先進事例の調査を行うことが多いが、事例全体を丸写ししたプロジェクトはほとんど成功していないことを、同業諸氏も自覚しておられることと思う。

2. 江戸時代中後期、各藩における産業振興

戦国末期、西日本を中心に折角、貨幣経済化しつつあった日本経済も、徳川幕府が江戸に開府するとともに、お米中心の経済に逆戻りした。即ち、東日本は依然としてお米が基盤の経済であり、徳川幕府が自らの地位強化のため、お米中心の経済を強要したものである。しかし、貨幣経済化の波には抗しがたく、江戸中期には幕府自身を含めほとんどの藩で財政破綻することとなった。そこで各藩とも財政再建に乗り出したのであるが、倹約とお米の増収のみに頼ったところはあまり成功していない。特産品の開発により貨幣経済の流れにうまく乗った藩が成功している。特産品の開発に乗り出したところも他藩と同様な商品開発を目指したところはほとんどが失敗している。汎用品で戦うにしても他との差別化を図ったところや、付加価値をつけて移出するなど利益が手元に多く残る措置を講じたところが成功している。コモディティは競争が厳しく、多数の競合者に打ち勝つことが難しいのは古今東西一緒である。

現代の地方の名産品はその多くが江戸時代の産業振興策で誕生したものをルーツとしている。当時の選択は現在にも通ずるものであり、その風土に合致したものであったが故に現在まで生き延びている。

地方の名産品は、民衆の自発的な努力により完成されたものも多いが、ここでは、一応行政（藩）も関与したものを取り上げた。以下、思いつくままに各藩の特産品戦略を列挙してみる。

藩名	特産品戦略	藩名	特産品戦略
薩摩藩	黒砂糖、樟脳、七島表の殖産。琉球貿易（地の利活用）	富山藩	越中売薬、蚕種の配置行商の推奨

藩名	特産品戦略	藩名	特産品戦略
肥後藩	楮・生糸 / 蠶の殖産。楮は紙に、蠶は蠟燭に加工して販売。	松代藩	商品作物(栗・生糸・紅花)の推奨と年貢の月割金納制。
備中松山藩	鉄(備中鍛など)・銅の加工販売。撫育方設置と江戸での直接販売。	米沢藩	紅花は紬に、漆は漆器に加工して販売。
長州藩	四白(紙・塩・蠶・米)政策。紙・蠶・海産物の加工販売。越荷方事業(地の利活用)。	秋田藩	木山方・開発方・鉱山方の設置。桑・藍・紅花の殖産。浜茄子を染料とした秋田黄八丈を開発。

(注)このほか、宇和島藩・土佐藩・松江藩・越前藩なども特筆すべき存在(若干時代が下がる)

なお、一般的に、藩財政改革に重点を置きすぎると、民衆からの収奪に傾きがちであったことは留意しておく必要がある。また、藩政改革においては藩主の強力な改革の意志と、優秀なリーダー・ブレーンが必要なことは当然であるが、人の事跡については従来から豊富な研究がされてきているので、ここでは特には触れないこととした。

上記事例を概観すると、要は、地の利と時の利を最大限効果的に生かすことができたか否かが、グローバリゼーション対応への成否の分かれ目になっていると考えられる。

3. 明治時代のグローバリゼーションと

瀬戸内海地方における工場立地の推進

明治維新により海外との取引が始まるとともに国内においても交流圏が拡大し、全国民が本格的な貨幣経済に飲み込まれていく。まだまだ地域内での物々交換的な要素が残っていた農村にも商品が大量に入って以来、否応なく当時のグローバリゼーションの波に組み込まれていくこととなった。このような過程ではいつも、お金への需要が増大

してくる訳であるが、当時、一般国民には現金収入の道が限られていた。従って現金収入につながる工場進出は何処でも歓迎された。明治時代のグローバリゼーションは、商品の多種大量供給と工場進出への対応に特徴がある。

瀬戸内海地方に工場立地が進展した理由は、地元の熱意だけではなく、進出工場側のメリットも大きかった。両者の意向が合致しないと物事が順調に進展しないことは自明の理である。この理を理解して、工場進出の条件整備に努めた地域が勝組になれたといえるのではないだろうか。以下簡単に瀬戸内海地方で工場立地が進展した要因を整理してみる。

- ・官民挙げての工場誘致に努めた。地主も土地の提供に積極的に協力した
(近隣地域間での誘致合戦も激しかった)
- ・塩田跡地などいわゆる遊休地が豊富に存在した
- ・明治初期の工業黎明期、瀬戸内海地方には製造業の原材料が存在していた
[例：岡山・備後地区の綿(当時全国有数の綿作地帯であった)を活用した紡績業、宇部・小野田地区の石炭・石灰石を活用したセメント・化学工業 など]
- ・軍事基地が多く、近くに軍需関連工場の立地が求められた
[例：呉市・同広地区、広島市、大竹市、徳山市、光市 など]
- ・関西圏消費地に近く、供給に地の利があった
- ・大陸に近く、輸出の最前線の役割が期待できた
- ・加工業にとって重要な港湾が作りやすかった
- ・関西・北九州工業地帯と、製品製作に当たっての連携・分業が期待できた

これら有利な条件を如何に見極めることができるかが、工場誘致の成功、ひいてはグローバリゼーションへの円滑な対応につながる。充分か否か

は別として瀬戸内海地方のグローバリゼーション対応は、その当時としては一応成功したと言えるのではないだろうか。

4．まとめ……地の利と時の利

以上グローバリゼーションの大きな波への対応事例2件を見てきた。グローバリゼーションの流れには抗しがたく、流れにうまく乗ることしかないが、やり様によっては大きな飛躍・豊かさも手に入れることが可能である。

グローバリゼーションには何を持って戦うかが肝要である。競合者と同じ土俵で同じ武器で戦うのであれば、体力に勝るもの（現在においては、安く豊富な労働力・資金など）の勝利で片がついてしまうことは自明の事実である。上述のグローバリゼーション対応においては、地の利と時の利を最大限活用したところが成功していることが分かる。

地の利活用例を挙げれば、

- ・薩摩藩の琉球貿易と密貿易（肥前藩も密貿易を行っていたという説もある）は、当藩が一番海外に近く、かつ幕府の目が届き難かったという地の利を利用したもの
- ・長州藩の越前事業は、当時盛況になりつつあった北前船の一大寄港地である下関に目を付け、北前船相手に交易事業を展開したもの
- ・富山藩の越中売薬は、領内立山山伏伝承の薬を全国展開させたもの
- ・明治期の工場進出に当っても、消費地への近接性あるいは製造面での連携性を考慮するなど理屈のある判断をしている。現在においても自動車産業がアジア向けの生産基地として九州を選好していることに通じる

時の利の活用例としては、いずれの藩も、避けがたい貨幣経済に直結した商品作物の推奨を行う

とともに、これら商品の他国に先駆けたブランド化を目指していることが挙げられる。如何に早く全国に名前を知らしめるかに、努力している。また、明治期の工場進出に当っても同じことが行われている。

地の利と時の利を最大限効果的に生かすことが、成功への近道であった。このことは、時代を超えて現在の状況にも当てはまるものとする。地の利には、地政学上の立地条件ならびに地域の産物・技術等の地域資源と地域の文化などが挙げられ、それらをどのように生かすことができるかである。これらの価値判断が適切にできるか、即ち、目利きの能力が問われる。一方、時の利としては、時流に乗ることができるか、ならびに他者より如何に早く取り掛かり、基盤を確立できるかが生死の分かれ目になる。時代への感性が問われるとともに、早い者勝ちの面が強いことも事実である。

『知をつなぎ、地を活かす』取り組みを展開

「先駆性」、「時代性」、「独自性」を切り口として
東北を元気にするために、関係機関と連携して取り組みたい



財団法人東北活性化研究センター 専務理事 関口 哲雄

私ども東北活性化研究センターは、それまで同じ東北で活動していました「東北開発研究センター」と「東北産業活性化センター」が、昨年6月1日に合併して発足しました財団法人形態のシンクタンク組織です。

合併するに当たりまして、「知をつなぎ、地を活かす」を活動理念とする組織ビジョンを策定し、活動エリアである東北の地域・産業の活性化に取り組むこととしています。具体的に活動を進めるにあたりましては、取り組むべきテーマ毎に、自治体や住民組織、大学や研究機関、NPO、業界組織等と知のネットワークを結び、その知を幾重にも重ね合わせることにより、実践に役立つ知として地域の中に活かしていくことを目指しています。また、取り上げますテーマを選定するに際しましては、「先駆性」、「時代性」、「独自性」の3つの切り口から課題を捉え、最長3年程度を念頭に、東北が元気になる処方箋を示したいと思います。

主要な活動分野としては、「調査研究領域」、「プロジェクト支援領域」、「人材育成領域」の3分野を定め、現在、地域・産業分野の振興を念頭に入れた調査研究領域で16案件、実際地域に入りプロジェクト方式で支援をする領域で5案件、大学等と連携し、地域の人材育成を進める領域で4案件等の事業を進めています。

ところで、いまのわが国の政治経済、社会環境を見た場合、どうでしょうか。

まず、国政は何事も決まらないようなグッチロールの状態が続き、政権交代への期待はすっかり色あせています。また経済は、世界史上類を見ないバブル崩壊後20年にも及ぶデフレが続き、国と地方自治体の財政は坂を転がるように悪化の一途を辿っています。そして気が付けば、GDP対比でみた場合、国債・公債残高水準は世界最悪となっています。さらに42年間守ってきた世界第二位

の経済的地位は思いのほか早く中国に抜かれ、外交分野においては、中国、ロシア、韓国、台湾との間で、領土・領海を巡り、わが国の主権が揺れに揺れています。

まさに、内憂外患のような状況であり、これらに地域間や世代間、さらに正規非正規間における格差問題が顕在化し、加えて始まって久しい人口減少問題があります。特に、人口減少に関して東北は、既にその総人口は1985年にピークアウトしており、看過できるものではありません。そして、2035年を展望した場合、社会保障・人口問題研究所の推計によれば、東北は、総人口は現在数1200万人の3/4、生産年齢人口は現在数の2/3、さらに14歳以下の年少人口は現在数の1/2になると予測されている訳ですから、ことは深刻です。

前述のように、確かに明るい話題に乏しい世相ではありますが、当センターとしましては、東北の良さを見出し、それを素材として東北の活力伸張に結びつけることができることを願って、去る11月30日、東京大学名誉教授・月尾嘉男先生をお招きし、新法人発足記念講演会を開催しました。



当日は、仙台市内の会場一杯に400名を越す聴衆者の方々が訪れ、先生の「脚下照顧：宝物は足元に存在する」と題します講演に熱心に耳を傾けて

頂きました。月尾先生からは、『東北には、大切な食料生産の面、住宅の大きさの面、さらには森林や田園の持つ潜在的な価値の面など、足元には相当の宝が存在する。これを基礎としながら、環境が持つ価値が大切だと認識される時代となったことから、新しい概念として「幸福指数」とは何かを考えてみることも意義あることではないか』とのお話を頂きました。

当センターとしましては、月尾先生からのご示唆等を踏まえながら、東北の良さ、地域の良さを再発見することの大切さ等を認識し、現在策定中の平成23年度事業計画の中で調査研究の新たな項目として加え、取り組んで行きたいと思っています。また、東北の活力伸張を考えた場合、前述の取り組みに合わせて、域内産業群として、電子・デバイス、自動車輸送機器に加えて、第三柱となる産業群の育成導入が必要であり、それが観光産業なのか、農商工連携なのか、あるいは環境・エネルギー分野の産業なのか、問題意識を持って、幅広く調査研究を進めて行きたいと思っています。

さらに、東北においても、近年成長著しい東アジアとの関係構築が必要不可欠であり、東アジアからは些か遠いと言う地域のハンディーを利点に変えて、その連携の在り方を模索していきたいと思います。

一方、地域内の人材育成についても、将来の経営者や上級幹部となる人材の育成について、地元大学等と連携を図りながら、その支援する方策としてどのようなあり方が妥当なのか、検討を進めて行きたいと思っています。

現在当センターは、他の多くの財団法人、社団法人と同様、法的には特例民法法人となっています。特例民法法人の場合、御承知のように平成25年11月末までに、公益法人化かそれとも一般法人化かを選択し、私どもの場合は、内閣府にその申請をすることとなっています。平成23年度の事

業計画の中でこの課題について取り組むこととし、直近で開く定例理事会において公益法人を目指すことでご審議頂き、その承認に基づき必要な諸準備、諸手続きを進めて行きたいと思っています。

公益法人を目指すにあたりましては、寄附行為から定款に切り替わることに伴い、理事の本人出席のみの扱い、公益事業比率50%以上の規定や収支相償の原則等、従来にはない枠組みが求められます。これらについては、前例のない課題への取り組みであり、当センターとしては、一步一步段階を踏んで、後戻りのないよう取り組んで行きたいと思っています。

最後になりましたが、東北は古来、「東山道」、「道の奥」、「陸奥」などと呼ばれ、中央から見れば「鄙」の地と見られていました。そのことはまた、都の貴人の歌心や旅人の旅情を誘い、古くから多くの人が東北を訪れました。能因法師、実方中将、西行、松尾芭蕉、しかりです。こう大袈裟に表現しなくとも、東北には、自然があり、人情があり、祭りがあり、食があります。各地のシンクタンクの皆様、どうぞ東北に足を運んで頂き、東北を身近に感じて頂ければ幸いです。

(本稿は平成23年3月11日に発生いたしました東北関東大震災以前にご寄稿いただいた内容をそのまま掲載しております。)

地域活性化に向けた具体的な取り組み

徳島LEDアートフェスティバル、とくしまマルシェの開催



公益財団法人徳島経済研究所 専務理事 田村 耕一

徳島経済研究所は、阿波銀行の全額寄付により1985年3月に設立され、2010年4月に銀行系のシンクタンクとしては全国で初めて公益財団法人の認可を受けました。徳島経済の活性化につながる幅広いテーマで自主研究・調査を行っていますが、提案するだけでなく、その内容ができるだけ実現されるよう、行政、経済界などに働きかけることをモットーにしています。当研究所が提案し、実現した最近の具体例として、「徳島LEDアートフェスティバル」と「とくしまマルシェ」を紹介します。

1. 徳島LEDアートフェスティバル

徳島には、日亜化学工業という世界のLED（発光ダイオード）メーカーがあります。その優位性を活かし、LEDを使った商品開発や街づくりのヒント等、LEDの多様な応用に関する情報を広く提供するとともに、LEDによる徳島の活性化を図ることを目的として、2005年5月、産官学のメンバーで「LEDによる徳島活性化研究会」を立ち上げました。約1年の議論を経て、2006年4月、「LEDとくしま活性化構想」を発表しましたが、その中で提案したのが、「徳島LEDアートフェスティバル」です。全国でLEDを使った華やかなイルミネーションは珍しくありませんが、LEDを素材にして、アーティストがメッセージを込めた作品を作るアートフェスティバルは世界で初めての試みになります。徳島をLEDの産業と芸術が共存する街としてアピールしていきたいとの狙いです。

この提案を受け、徳島市が実行委員会の事務局を設置し、実現に向かって準備を進め、2011年4月、徳島市中心部の川沿い（通称「ひょうたん島」）を主な舞台に、「徳島LEDアートフェスティバル2010」が開催されました。スーパーバイザーに、「越後妻有アートトリエンナーレ大地の

芸術祭」や「瀬戸内国際芸術祭」を手掛けた世界的に有名なアートディレクター北川フラム氏を迎え、27作品が展示されたほか、ひょうたん島音楽祭、ひょうたん島ナイトクルーズ、LEDダンスパフォーマンス、LEDファッションショー、LED総合フォーラムなど多くのイベントが実施されました。「阿波踊り以外で、徳島市の中心部にこれだけ人が集まったことはない」と言われるほどの人出で、9日間の来場者数は、約20万人と大盛況に終わりましたが、市民がいろんな形で関わられるような場面づくりを積極的に進めたことやNPOの地道な活動が成功を支える大きな要因になりました。



今後、3年おきに開催されますが、次回2013年に向けて、今年も4月には「徳島LEDアートフェスティバル2013 HOP」と題し（4月22～24日、作品展示は4月30日まで）、LEDでこれまで見たことのない風景を作り上げる魅力的なアート作品の展示や各種イベントを開催します。

当研究所も、私がLEDアートフェスティバル実行委員会副委員長（委員長は徳島市長）となっていることもあり、引き続き、積極的に関与していく予定で、内容の検討、全国への情報発信等に力を入れていきたいと思っています。

2. とくしまマルシェ

徳島は、野菜や果実、花、畜産物など品質の優れた多種多様な農産物を生産しており、京阪神など大消費地への重要な供給基地として、農業ビジネスのさらなる飛躍へのポテンシャルが非常に高い地域です。2009年5月、当研究所が農業法人等農業関係者、徳島県、徳島市、金融、流通業界などのメンバーによる「農業ビジネス活性化研究会」を立ち上げ、1年間の議論を経て、2010年6月、「徳島の農業ビジネス活性化構想」を発表しました。

この構想の一部を具体化したのが、2010年12月からスタートした「とくしまマルシェ」です。マルシェというのは、フランス語で市場という意味ですが、「とくしまマルシェ」は、徳島産のこだわりの農産物やそれらの加工品を厳選して集め、徳島市中心部の川沿いにある新町川ボードウォークで、ヨーロッパの朝市のようなお洒落で楽しい雰囲気の中、生産者が消費者に直接販売します。毎回目玉企画の実施や音楽の生演奏、野菜ソムリエのトークショー、近隣レストランとの提携など様々な内容が盛り込まれ、情報発信にはIT（ブログ、ツイッター、Ustreamによるインターネットでの生中継）を積極的に活用しています。毎月最終日曜日の開催で、昨年12月の第1回には12千人、1月の第2回には14千人の人でにぎわいました。他にはないオンリーワンの魅力的な産直市として、品物の内容、雰囲気ともにフランスのマルシェを超えるのが当面の目標です。

このとくしまマルシェは、農業ビジネスの活性化に加え、県外客にたくさん来て頂くことによる観光の活性化、最近元気のない中心市街地の活性化、という一石三鳥の効果を狙っています。早くも県外からの各種視察やとくしまマルシェを組み込んだ観光ツアーの企画などの動きが広がって

るほか、隣接する中心商店街でも、マルシェが契機となって、毎月同時に、アーケード内で徳島B級グルメなど食に関するグルメフェアを開くなど、いろんな波及効果が生まれてきたのは、嬉しい限りです。

また、「とくしまマルシェ」に出店される産品を集めて、インターネットで販売するWEBサイト「とくしまネットマルシェ」も立ち上げました。両者を連携させることによって、徳島こだわりの農産物・加工品等を全国に情報発信し拡販・ブランド化を図っていく予定です。「とくしまネットマルシェ」のアドレスは、tokushima-marche.jpで、「とくしまマルシェ」の雰囲気が分かるフォトアルバムなども掲載していますので、ご覧下さい。

「とくしまマルシェ」「とくしまネットマルシェ」とも民間が運営しており、当研究所は、これをサポートするため、「とくしまマルシェ実行支援委員会」を立ち上げ、私が委員長をつとめています。今後も、各分野から参加頂いている支援委員、運営主体とともに、「とくしまマルシェ」を大きく育てていきたいと思っています。



主要都市のバランスある地域形成と 過疎地の自立を支える仕組みを考える

株式会社よかネット 代表取締役 山田 龍雄



毎日、日経新聞の企業欄を眺めていると一部の
大企業では中国等の景気好調の影響のためか、営
業収益は黒字になっているところが多いように感
じられ、日本全体に漂っている不景気といった雰
囲気と乖離している。一部潤っている企業の波が
とどかない多くの地方都市は人口減少と高齢化の
進展等で、地域経済の牽引力を失っている。

本稿では、九州内の主要都市と地方という関係
で、その“地域力”はどうなっているのか、
地域力をあげるための方向性について論じてみた
い。

九州の主要都市の地域力をみてる

先ず、九州全体の“地域力”を俯瞰する意味
で、人口と従業者数（従業地ベース）の動向をみ
てみた。主要都市としては各県の人口の多い順か
ら3都市を選択した。（ただし、福岡県は北九州
市を入れて4都市）。各県の主要都市間の関係
をみるため、平成7年と平成17年の県内シェアの動
向をみると、次のようなことが分かった。

（人口シェア）

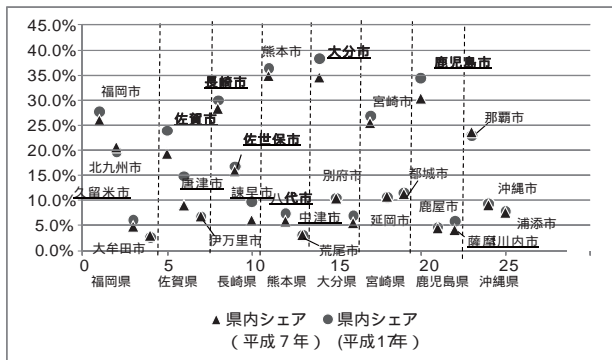


図 九州・沖縄主要都市の人口シェアの動向

1. [各県の人口シェアでは、北九州市（1ポイント減）、大牟田市（0.3ポイント減）、那覇市（0.8ポイント減）が減少しているのみで、多くの都市では横ばいまたは増加している。
- 2.特に県庁所在地と合併した市町村の伸びが著し

く、平成17年10月までに合併をしていない都市
では福岡市1.7ポイント、宮崎市1.4ポイント増
加している。合併した県庁所在都市では佐賀市
（4.5ポイント）、大分市（3.5ポイント）、鹿
児島市（4.1ポイント）での増加が著しい。

- 3.しかしながら、合併している都市はシェアを伸ばしているようには見えるが、旧都市の範囲でみるとシェアが下がっている都市が多くあるのではないかと推察される。

（従業者シェア）

- 1.人口のシェアと同様に、北九州市、大牟田市、那覇市以外では従業者シェアは、どの都市でも増加している。
- 2.平成17年時点での県内従業者シェアをみると大分市、熊本市で約4割、福岡市、鹿児島市では35%程度、長崎市、宮崎市で約3割と各県とも主要都市で3～4割の人が働いている。各県とも県庁所在地への一極集中の傾向は続いている。
- 3.人口シェアと同様に合併した都市では、シェアを伸ばしているようにみられるが、旧都市エリアでみると実質的には横ばいまたは減少している都市も多くあるのではないかと推察される。

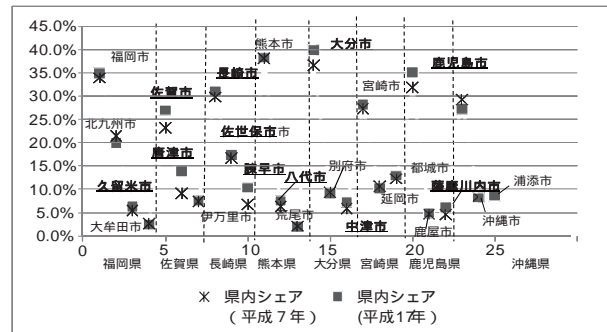


図 九州・沖縄主要都市の従業人口シェアの動向

人口、従業者の県内シェアから見えてくる拠点
都市への集中化は、一層進んでいるようだ。つま
り、各県の県庁所在都市へのアクセス整備、主要
企業の支店出先機関及びこれに伴うサービス業の

集積などによって拠点都市に働く人が集まり、地方都市やその周辺の町村での人口や働く人はさらに減少していくといった状況に歯止めがかからない傾向にある。

様子見圏内(広域生活圏)の拠点都市の強化の必要性
平成8年にNIRA(総合研究開発機構)の助成研究で「高齢者はなぜふるさとを離れたのか」の採択を受け、高齢者の人口移動の実態調査をする機会を得た(調査責任者:糸乗貞喜)。小生も調査メンバーとして参加し、地域づくりの基礎的な方向性を考えるうえで、多くの示唆を得た。

この調査では、多くの高齢者が移動しているという中で概ね次のようなことが導き出された。

過疎地の高齢者は夫婦であれば、何とか田舎で踏みとどまれるが、一人住まいとなると、都会で働いている子供が呼び寄せる。しかし、一人住まいの親でも週1回程度、子供や親せきが様子見に来てくれると安心・安定した暮らしが維持できる。

呼び寄せられた親は都会での言葉や生活スタイルの違いによるバリアーによって、閉じこもりがちになるケースがあった。結果、都市の老人施設への入所、田舎への帰還といったケースがみられた。

この研究の政策の方向としては、「様子見圏」という概念を提案している。つまり、子供が週1~2回程度、田舎の親を様子見できるエリア(車で日帰りできる時間距離で、半日程度滞在して面倒がみれる)で居住できる生活圏が望ましいのではないかということである。

人口・従業者の都市部への移動現象を抑制する地域のバランスある発展、高齢・少子化の抑制、中山間地域の安心・安定した暮らしの維持といった観点からみても大都市集中型の地域形成ではなく、各広域生活圏の拠点都市をどう強化するかが効果的と考える。また、同時に拠点都市を取り巻く町村、集落の自立ある生活の維持を考えなくてはいけない。拠点都市の発展は、その地域特性に応じて地場産業の育成、工業やソフト産業の誘致、居住地としての魅力づくり、観光地づ

くり(観光資源のある地域)など多様な組み合わせを考えていく必要があるが、これらの拠点都市への産業づくりへの支援を、国策としても今後とも重要な視点であると考ええる。

中山間地の過疎地の安心・安定の暮らしのための事業化サポート

国への政策頼みだけでは地域は支えられないわけであり、人口・従業者の都市部への移動現象の末端にある中山間地域では、早急な地域独自の取り組みが必要である。中山間地域では高齢化率4~5割といった集落も珍しくなくなっており、買い物や病院難民がさらに顕在化してくることが予想される。これらの解消のため、NPOグラウンドワーク福岡と一緒に取り組んだ八女市上陽町納又地区の取り組みについてご報告したい。この取り組みは、一昨年度「過疎地域における安心・安定の暮らし維持事業(国土交通省モデル事業)」に採択され、実態調査及び住民アンケートやワークショップを実施し、暮らしの維持のための課題とその方策を探った。

過疎地域での暮らしの不安、心配ごとを解決するためには、ハード・ソフトの施策が必要であるが、ワークショップの中で地元より、少しでも自立した地域づくりのための資金を稼ぐため、耕作放棄地活用の「地域ブランド焼酎づくりプロジェクト」「空き家活用の交流事業」が提案された。「地域ブランド焼酎プロジェクト」では、利益の一部を地域の「豊かさ基金」として積み立て、地域の環境整備や暮らしの維持活動の資金として役立てる予定である。「焼酎プロジェクト」では、昨年11月に芋(コガネセンガン)を約1トン収穫し、今年の9月ごろ熟成された焼酎が出来上がる予定である。「豊かさ基金」を増やしていくためには、この「焼酎プロジェクト」を拡大していく必要がある。事務局の一部を受け持っている小生としても、今年度から売り込みに動き回るつもりである。

九州新幹線全線開通でインバウンド観光 はどうか

財団法人福岡アジア都市研究所 専務理事 原 重実



はじめに

協議会から新年のご挨拶とともに念頭になかった執筆要請が来ましたが、福岡市の外郭団体のシンクタンクとしてまちづくりに独自に取り組んでいるわけでもないので、さて何をテーマにしようかと考えましたが、これが掲載される頃には九州新幹線も全線開通しているし、新春ということで少し夢のある話もよいのではないかと思い筆を取った次第でありますので、あらかじめお断りするものです。

今、関西や関東での反応はいざ知らず、九州だけなのかもしれませんが、地元では九州新幹線の全線開通で、博多乗り入れ以来のフィーバーで大いに盛り上がっています。九州7県においては、地域経済の活性化を期待する声が大きく、これに関連したフォーラムや講演会が数多く開催されており

ます。また、当研究所においても、「アジアにおける福岡ビジネス圏の形成に向けて」（チーフ研究員 新井 直樹）をテーマに中国、韓国観光客の意識、動向調査をその手始めに行ったところです。そこで、まず最近のフォーラム等で知り得た知識や動向調査の結果などを少し織り交ぜてご紹介したいと思います。

国内外からの観光客誘致について

九州新幹線が全線開通することで、新大阪から熊本までは3時間、鹿児島中央駅までは3時間45分で結ばれることになり、国内に関しては、九州管内はもとより関西方面からの観光客の誘致に期待がかかるところですが、過去の新幹線効果が一過性に終わった事例もあり、そうしないためにも九州が一体となって地域資源の発掘と観光資源の組み合わせとしての活用方法、これに係る交通ネットワークの形成、情報提供のあり方、特に海

外からの観光客に対しては様々な工夫を凝らしていく必要があるようです。

九州新幹線概要図



先般、観光地域経営フォーラム主催により開催された「観光と地域イノベーション」（新聞タイトルでは、新幹線フォーラム）において、海外からの観光客に関して、パネラーからは貴重な意見や提案が多く出されましたが、その中で印象的なものを上げますと、

- 九州に観光資源は阿蘇や桜島などいろいろあるが、あまり知られていないのではないか。九州を一くくりで売り出すよりも、各県が地域の特色を打ち出したほうが魅力を伝えやすい。情報発信に関して、韓国では携帯電話のスマートフォンの所持率が高まっており、ツアーから個人旅行にシフトしつつある今では、ネットを通じた情報提供が効果を発揮する。また、受け入れ態勢が未熟なら一時的効果で終わってしまうので、各県とうまく連携できるかが鍵である。（九州産業大教授 千 相哲氏 韓国出身）

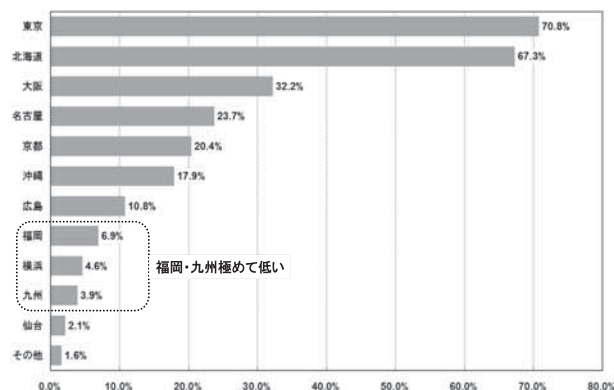
- ・ 中国人の旅行者の関心は昔の日本と同じようにはじめは異文化の欧米等に向いているが、いずれは日本に向いてくると思う。日本観光の目的の一位は温泉なので、温泉地の魅力を磨いていけば認知されやすくなる。また、日本は交通費が高く中国人ツアー客は新幹線を利用していない。割引料金の設定が必要ではないか。
(キャスター 孔 怡氏 中国出身)
- ・ 観光客が訪れる場所や利用施設では4ヶ国語表記をし、接客者は簡単な4カ国語で基本的対応ができる、もてなしの心が大切である。
(JR九州高速船(株)社長 町 孝氏)

次に、当研究所で最近行った博多港寄港のクルーズ船中国人の観光動向調査等から一つご紹介します。

中国の目覚ましい経済発展に伴い中国の海外旅行者の推移はどうなっているか、2000年に1,047万人であった旅行者は2009年には4,766万人、わずか10年足らずで約5倍に増加している。そして2015年には1億人との予測もある。しかし現在、日本への旅行者は2%、100万人に過ぎず、さらに国内での北海道と九州地区への旅行者の推移をみると、2007年に、北海道の約66,000人が、2009年には190,000人と約3倍、一方、九州は2007年74,000人であったのが、2009年には、約63,000人と15%の減となっている。

両地域とも、自然景観、温泉、グルメと観光としては似かよっているが、意識調査によれば、中国人が次に日本で見たいものは、複数回答では東京、北海道、大阪の順で、東京～京都～大阪のいわゆる日本のゴールデンルートや北海道の景観と雪、沖縄の海との回答である。現在、福岡・九州には地理的接近性が優位であることからクルーズ船の寄港が増加しているが、いつまでもこの優位

今後の訪日旅行訪問希望の都市、地域
(3つまで選択許可)



出典：博多湾クルーズ船中国人乗降客観光動向調査

性が持続し、クルーズ船観光が定着するかどうかは疑問である。

このような中、福岡・九州は観光客の誘致にどう取り組んでいくのか。中国、韓国の海外旅行のスタイルを見ると初めは団体旅行であるが、次第に個人や小グループへと変化している。これとリンクするように周遊型から滞在型への変化もある。

こういった変化に対応できるように、前述のフォーラムでの専門家のコメントにもあるが、九州各県が地域資源を発掘あるいはブランド化していくこと、そしてこれを魅力ある観光ルートとして形成し各県が協働して売り出していくこと。

次に観光地旅行の交通ルートの情報については一つの交通機関単独ではなく飛行機、JR、バス等を所要時間や料金面でメリットがあるように上手に利用したメニューを用意しておくことが必要ではないか。

加えて、すでに取り組みされているものもあるが、中国、韓国の主要都市で、国内においては関西、関東において、メディア等による効果的な観光プロモーションを継続して行っていくことなどが考えられる。

夢のまた夢？

そこで、福岡市の地域資源の掘り起こしはどうか、福岡は観光資源が少なく、海外観光客の市内での行動は、街並みを楽しみながらのショッピングやグルメが主体で、寺社仏閣めぐりは市外の大宰府天満宮に足を伸ばすことが多い。新幹線が全線開通すると、福岡市内での滞在時間はより少なくなり、いわゆる素通りされてしまうことも考えられる。

そこで、福岡を一日見て回って宿泊を誘導できるような地域資源を新たにつくことも考えていいのではないかと思うわけで、ここからが私の夢の話であるが、日本の観光地といえばお城、福岡市には福岡城址はあるが、いかんせん天に聳える天守閣がないのである。天守閣の建設構想は歴史上、これがあった、いや存在しなかった、の議論の最中でまだまだ議論の段階であるが、お城に対する日本人の郷愁は強く、観光等で他県に行くと、城があれば取りあえず、お城を見に行こうということになるのである。

加えて、1987年に福岡城址の近くの野球場跡で、平安時代に大陸との交流施設であった鴻臚館跡が発見された。現在は鴻臚館跡をそのまま展示館とし建物の一部復元施設がその中にある。鴻臚館を大規模に復元し、隣に天守閣をつくれれば、この二つの歴史遺産、といっても天守閣は現時点では空想かもしれないが、平安時代と江戸時代の歴史文化遺産が一つのエリアに存在することによるインパクトは大きく、市の観光の目玉になることは請け合いである。

鴻臚館を訪れ、遙か1千年前の大陸との交流に思いを馳せ、天守閣に登っては博多湾と福岡市を一望し、しばし時を忘れるのではないだろうか。そしてこの二つだけではもったいないので、孫文が訪れたともいう、明治43年に建てられたフラン

スルネッサンス風木造建築である、旧福岡県公会堂貴賓館や市内に数多くある歴史的由来の深い寺社との歴史探訪コースとの組み合わせも面白いのではないかと思う。

そして夜は福岡の食を存分に堪能してもらってはいかがか。日程的には市内に宿泊いただくことになる。

おわりに

がひとつは幻想でしかない、という人もいるが、各県各地域が一体となって魅力ある地域資源を結び合わせ英、中、韓、日の4か国語による情報提供やアピールをしていくとともに、各交通事業者が、旅行者に利用しやすく経済的な交通機関利用上の相互協力を行うこと、そして、もてなしの心で観光客を受け入れることが九州全体としてのインバウンド観光に持続的発展が期待できるのではないかと思う。



写真：福岡市街

第9回経営者会議

平成23年2月4日（金）～5日（土）に『第9回経営者会議』を静岡県沼津市にて開催し、全体会議及び2グループに分かれてのテーマ別討議を行い、活発な議論が交わされました。

本稿はグループ討議のまとめとして、各グループリーダーの所感を紹介させていただきます。

【第1グループ】

「人口減少社会、労働力人口減少社会の内需拡大策」 第9回経営者会議グループ討議のまとめ・反省

（社）中国地方総合研究センター 常務理事 いつき 齋宮 正憲



私たち第1グループは、「人口減少社会、労働力人口減少社会の内需拡大策」がテーマでした。このテーマは、シンクタンクにとっては真髄発揮の課題であります。中々正解が出せるテーマではありません。効果のありそうな施策は既に誰かが何処かで実施済みであり、新たな有効策は早々ありそうもありません。とは言え、閉塞感のある現在では喫緊の課題でもあります。そのような命題に対して末尾名簿の8名の論客で議論を重ねました。以下、シンクタンク人らしく、若干アカデミックに討議内容をご紹介します。

議論の進め方としては、

メンバー所属の各地の現状紹介

テーマに対するメンバー間の共通認識の醸成
内需拡大のアイデア

の順序で議論を深めて参りました。

1. 各地の現状紹介

(1) 総括的には、各地方とも人口減少（下表

「全国ブロック別人口の推移」参照）の影響をもちに受け、閉塞感が拡大していること。そのような状況下でも自治体・我々シンクタンク・NPO等が地域活性化の取組を続けていること。東京一極集中と地方から中央への富の移転が一層拡大していることなどが報告されました。

(2) 地域の個別状況ならびにメンバーの問題提起のうち、主なものを記載します。

- ・従来の、大企業が富を中小企業に再配分してきたシステムが崩壊してきているが、新しいシステムがまだ構築されていないことが問題。
- ・現在の人口減少規模下では、単なる県内の内需拡大では効果薄い。県外から稼いで来ざるを得ない。
- ・中小企業は、技術はあるが、海外移転の体力はない。中小企業が生きていける方策を考えるべき。
- ・工場用地の広告を出しても、進出企業はほとんどない。クラスターの充実を図るなど魅力ある

全国ブロック別人口推移（国勢調査）

単位：千人

	全国	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	沖縄	
人口	1985年	121049	5679	12208	39755	3088	13806	20070	7748	4227	13276	1179
	1990年	123611	5644	12213	41553	3109	14221	20414	7745	4195	13296	1222
	1995年	125570	5692	12322	42596	3130	14548	20627	7774	4183	13424	1273
	2000年	126926	5683	12293	43537	3131	14776	20856	7732	4154	13446	1318
	2005年	127768	5628	12066	44575	3107	15021	20893	7676	4086	13353	1362
	2010年	128056	5507	11709	45623	3070	15109	20900	7562	3977	13204	1393
就業人口	1985年	58357	2625	6065	19527	1597	6953	9249	3805	2024	6033	479
	1990年	61682	2695	6179	21387	1642	7454	9774	3858	2033	6151	509
	1995年	64142	2806	6318	28748	1697	6936	9613	3980	2080	6422	542
	2000年	62978	2731	6173	22148	1652	7723	9828	3840	2005	6323	556
	2005年	61506	2604	5880	21777	1598	7692	9549	3721	1915	6208	560

2010年人口は速報値（平成23年2月25日付）

用地作りの努力も足りないのではないか。

- ・従来、地方は、賃金・土地・水が安い工場が進出してきたが、世界との競争になると有利性は全然ない。労働力人口は首都圏に流れてしまう。研究開発拠点にしようにもその集積はない。
- ・技術の深掘りをしている企業はうまくいっている（富山の売薬・徳島LEDの例）。
- ・県内大学への進学率が低い。優秀な人材が大学入学時から流出してしまい。県内に残らない。地方大学を魅力あるものにしないとだめ。
- ・現代は父系社会から母系社会に変化している。東京で結婚した息子は妻に引っ張られ、地方には帰ってこない。それが地方衰退の一因。
- ・現在は、「車」で食べているが、車の後、何で食べていくのか不透明。
- ・地方で稼いだお金が仕送りの形で東京に吸い上げられている。

2. テーマに対する共通認識の醸成

人口減少に伴う内需不振の問題に対しては、正面から対処すべきとする正統派に対し、近代国家におけるこの流れは必然のものであり、流れに棹差す発想（＝人口減少をプラスに捕らえる）もあります。後者の説に対しメンバー間で共通認識を醸成の上で、「3. 内需拡大のアイデア」の議論に入ることにしました。

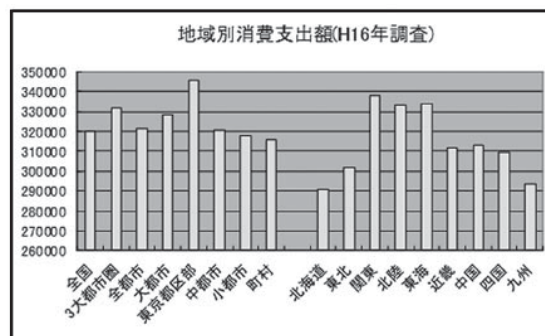
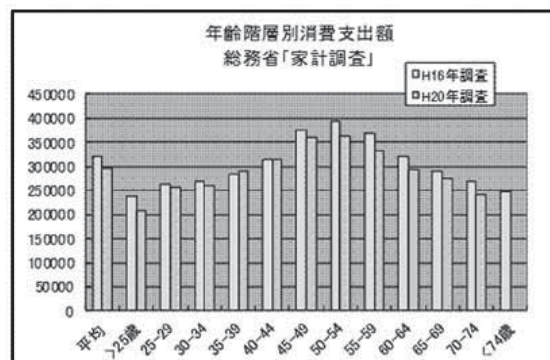
共通認識醸成の対象とした項目は、人口減少は自然のこととして受け入れてはいけないのか、質の向上を求めては如何か 若者の意識変化（車離れ、酒離れ、物欲の低下、デートしない、結婚率の低下など）と内需の関係をどう捉えるか

デフレは人口減少が原因か＝藻谷浩介氏「デフレの正体」に対する賛否 政策の効用は本当にあるのだろうか です。

一般的に、課題の追求に当たっては冷静な見地

は当然必要ですが、熱き思いを持つ我々シンクタンク人としては、これらを乗り越えて進むべきとの暗黙の合意がありました。従って大きな議論にはならず次の具体策の検討に進むこととなりました。

なお、藻谷浩介氏「デフレの正体」が主張しておられる、「デフレは若年層人口の減少が原因＝消費支出は年齢層により大差がある」を検証すべく、図表「年齢階層別消費支出額」と「地域別消費支出額」を添付しておきます。図表から、高齢層と盛年層の消費には大差があること（若年層は家族構成数が少なく収入が低い消費額は低くなっている）ならびに地域による消費額にはあまり差がないことが分かります。



3. 内需拡大のアイデア

(1) 人口減少社会における内需拡大のためには、供給サイドと需要サイドの両面からアプローチする必要があるとの認識の元、討議を重ねてまいりました。討議の中では、ターゲットを明確にする、付加価値の大きさを判断材料にして考える、現在お金がかかっても将来配当となって国民に返ってくるものを考える、ばら撒きは避ける、民間所有の富を消費に回すことが肝要、IT産業は波及効果が少ないと思われるので過大な期待はしないほうが良い、国の施策では地方の低迷脱却は難しい、地方が中心となって考えるべき、地方ごとの産業歴史の中でどこに特化すべきかを考えるべき、などの意見が出されました。その結果、次の2件が有望施策として多くの賛同を得ました。

高齢者向け商品の開発

……医療・福祉前のビジネス、高級住宅地の建設など

農林業・インフラ補修の体系的な再構築（マーケットとして大きい）

……ゼネコン（地方を支える組織として大切）の参入促進、木の文化の再認識と推進

(2) 上記以外にもメンバーからは多数のアイデアが提案されました。主なものを以下列挙してみます。

アが提案されました。主なものを以下列挙してみます。

- ・地方・町の魅力を高め、地域の豊かさを訴えていく。地方の豊かさを住宅の広さなどで計っても虚構に過ぎない。
- ・県内大学の魅力を高め、若い人の地元定着を図る。
- ・商農工連携を一層推進する。
- ・工場海外移転の動きは止められない。海外との役割分担をもっと真剣に考えていく。
- ・地方の伝統的技術は最先端技術に転用・活用できる余地大きい。目利き・コーディネーターの育成を急ぐ。
- ・クールジャパンも、漫画の輸出主体でなく、国内に呼び込む形で推進する。
- ・新しい産業を興すには、牽引する企業を作り、若い人を投入すること。若い人と企業をつなぐのが行政の役割。そのためには、働く喜びを発信すること。現場を見せること。
- ・異業種の出会いが重要。つなぐ人を育て、つなぐ方法を考える。
- ・内需拡大のためには、「欲しいものを探し・創っていく」ことと、消費者の所得増が肝要。所得増のためには、雇用の増加が必要、ここを押えて考えるべき。

	ブロック	機関名	役職	氏名(敬称略)
1	東北・関東	(財)東北活性化研究センター	企画総務部長	藤田 誠
2	北陸	(財)北陸経済研究所	常務理事	山崎 正大
3	中部	(財)静岡経済研究所	研究部長	大石 人土
4	中部	(財)静岡総合研究機構	専務理事	雪山 敏行
5	中部	(財)中部産業・地域活性化センター	常務理事	草野 潔人
6	近畿	(財)関西情報・産業活性化センター	常務理事	荒井喜代志
7	中国・四国	(社)中国地方総合研究センター	常務理事	齋宮 正憲
8	中国・四国	(公財)徳島経済研究所	事務局長	竹中 淳二

:グループリーダー

第9回経営者会議

【第2グループ】

「外国人観光客誘致と地域づくり」

(財)企業経営研究所 常務理事 中山 勝



私たち第2グループは、本年度のフォーラムのテーマであり、また今後の内需拡大策の重要な柱の1つでもある「外国人観光客誘致と地域づくり」という課題に、北海道二十一世紀総合研究所部長の浅野さん、NPOぐんま代表理事の太田さん、SCOPE理事の鷲見さん、三重銀総研代表取締役社長の伊藤さん、地域計画建築研究所取締役会長の金井さん、和歌山社会経済研究所専務理事の北田さん、下関21世紀協会事務局長の大迫さん、九州テクノロジーサーチ代表取締役の佐藤さん、よかネット代表取締役の山田さんと私の10名で取り組みました。

議論は、参加者各人からの情報提供（地元の現状と課題など）、共通事項（キーワード）の洗い出し、今後考えなければならないこと、で展開しました。

まず、「参加者各人からの情報提供」では、観光庁資料に基づくインバウンドの現状や各シンクタンクが行っている調査に基づくデータ、さらに観光客の実態について紹介をいただきました。そこでは各地区のインバウンドの実態から以下のような課題が出てきました。

データに関してはマクロデータよりもより実態に係るミクロ的なデータが重要であるが、まだまだ俗人的な情報が主となっている。観光ルートや宿泊先などは観光目的により異なっているが、行政等はトータルで誘致策を検討しているように見受けられる。着地型観光の重要性は一般論として理解されているがいかに地域資源を商品化にするのかというマーケティングが脆弱である。地域の発展と地域資源・文化保存（保護）

との関係をどう整理するか、であります。

この課題が議論の2点目の共通事項（キーワード）の洗い出しになるが、地域経営・経済的視点からのマーケティングの考え方、地域資源・文化保護（保存）視点からのおもてなしの2点について議論を展開しました。

「地域経営・経済的視点からのマーケティングの考え方」は、観光客のニーズを見分けることと旅行商品をマッチングさせることをどうするかということになりました。

例えば、上高地や高野山などに訪れる層とゴールドルートと言われる地域を訪れる層は明らかに相違しているが、観光客と旅行商品との接点は現状では旅行代理店に頼らざるを得なく、また各地域が旅行代理店を介しての競争を展開しています。競争方法も従来型であり、日本各地による誘致競争も激化しています。

医療ツーリズムや各種のモニターツアーなども新たに企画されているが、商品として一般化されるまでには時間がかかりそうです。さらに環境観光や産業観光など新たな視点に立った企画も行われているが、力不足は否めない状況にあります。

つまり、観光産業において真の意味でのコーディネーター（つなぎ役）が存在していないことに繋がります。この「ヒト」というキーワードは人材不足にもつながり、大学等による人材育成やガイド等関連職業人、NPOや地域づくり団体との連携を図った仕組みづくりが必要であるということになると思います。

「地域資源・文化保護（保存）視点からのおもてなし」では、やや誘客にともなうマイナス面が

挙げられました。中国人のマナーの問題については、妥協すべきことではなく、日本の文化として理解させることも重要であるという結論が出ました。

ただ、日本の文化を理解し、日本をより好きになりリピーター客として再度来日してもらうためには、経済的視点からのサービスマインドを高めるのではなく、おもてなしの心（ホスピタリティではない）を持って観光客に接することの重要性を改めて確認しました。

議論を通じて、「今後考えなければならないこと」は数限りなくあると感じました。今回の議論に上がったターゲット層、地元資源の発掘、商品造成や観光客マナーなどの他に、交通アクセスや案内表示（高山市は極めて多言語化を進めてい

る）はどうすべきなのか、宿泊施設と地元住民、地域づくり団体との連携はどうすべきなのか、さらには新興国で行われている価格競争に伴う日本の旅の品質低下問題など、まだまだ検討しなければならない項目はあるということで終了を致しました。

この観光と地域づくりに関しては、どの地域においても検討が開始されたばかりのものであります。本協議会においても本年度のフォーラムと経営者会議のテーマになりましたが、次年度のフォーラムにおいても引続きテーマ（インバウンド観光、地域戦略、地域観光資源）としてさらに議論を深めていくことで検討されています。この経営者会議の議論が1つでも次年度のフォーラムに繋がれば幸いです。

	ブロック	機 関 名	役 職	氏 名(敬称略)
1	東北・関東	(株)北海道二十一世紀総合研究所	経営コンサルティング部長	浅野 清隆
2	東北・関東	特定非営利活動法人NPOぐんま	代表理事	太田 守幸
3	中部	(財)企業経営研究所	常務理事	中山 勝
4	中部	特定非営利活動法人SCOP	理事	鷲見 真一
5	中部	(株)三重銀総研	代表取締役社長	伊藤 秀一
6	近畿	(株)地域計画建築研究所	取締役会長	金井 萬造
7	近畿	(財)和歌山社会経済研究所	専務理事・事務局長	北田 佳秀
8	中国・四国	(財)下関21世紀協会	事務局長	大迫 芳彦
9	九州・沖縄	(株)九州テクノリサーチ	代表取締役	佐藤 隆樹
10	九州・沖縄	(株)よかネット	代表取締役	山田 龍雄

:グループリーダー

～事務局からのお知らせ～

『地方シンクタンク協議会 活動方針』につきまして

地方シンクタンク協議会 活動方針

基本方針

- 地方シンクタンク協議会の存在価値を高め、会員の満足度の向上を図る。
- 会員相互の情報交換・交流について一層の充実を図り、会員機関の調査研究能力の向上に資する。

(策定の目的)

会員機関が入会して良かったと思える協議会、ならびにその活動にしていくこと。すなわち、会員のメリットを感じられる組織・活動に皆で取り組む。

この取り組みにより、会員数の減少に歯止めをかけるとともに、会員数拡大にも繋げていく。

会員機関で危機意識を共有して、皆で存在価値を創り上げていくことは、すなわち、地域のシンクタンクの存在価値を高めることとなり、その盛り上がりを目指す。

方針実現の具体策

- ① 協議会の知名度向上 (行政等発注者に向け)
- ② 会員のメリット向上と周知 (会員および新規会員に向け)

① 協議会の知名度向上 (行政等発注者に向け)

- ・会員機関のホームページに「地方シンクタンク協議会参加機関」と記載するとともに、地方シンクタンク協議会ホームページにリンクするよう要請
- ・会員機関の役職者の名刺に「地方シンクタンク協議会会員」と書き加えることを要請
- ・協議会機関誌(地域研究交流)の内容充実を図る。そのため幹事機関に持ち回りで1件以上の研究報告掲載を要請(原稿料は無料またはブロック予算を充当)

② 会員のメリット向上と周知 (会員および新規会員に向け)

- ・地方シンクタンク協議会のホームページに、会員のメリット・特典を記載する
- ・ブロック交流活動での各機関の研究発表等から、ブロック毎の関心テーマや課題等の傾向把握が可能であり、ひいては各ブロック交流活動を通して全国的な傾向も把握できる。今後はさらにブロック毎の共同研究・共同事業等に発展させることを視野に活動する
- ・幹事機関の機関誌等を年1回の持ち回りで全会員機関に配布する(送付費用はブロック予算を充当)
- ・各ブロック交流会開催時に主要省庁の政策説明会が設けられており、7ブロックで関係省庁の話が聞ける (今年度は対応可能なブロックのみ実施)

編集後記【No.88】

今号の編集後記に取りかかっている最中、マグニチュード9.0というわが国観測史上最も大きな東北地方太平洋沖地震（3/11）が発生し、東北地方から関東に掛けた広範な地域で、想像を絶する被害が生じていることを報道で知りました。近年の阪神・淡路大震災（1995年）、新潟県中越地震（2004年）の2度の大地震の経験は、震災に対する備えをまちづくりの中に位置づけていたにもかかわらず、自然の猛威はその防波堤をはるかに越えていたようです。今すぐ求められるのは、一人でも多くの命を救うこと、被災に会われた方々の生活支援ですが、今後はその後の地域の生活を支える基盤の復旧と地域経済の再構築が大きな課題となります。そのなかで、地方シンクタンクの果たすべき役割はたいへん大きいと考えます。今号には渦中にある(財)東北活性化研究センターからの寄稿もあります。東北地方の復興に当たっては、東北活性化研究センターをはじめとする地方のシンクタンクの活躍が期待されますが、こんなときこそ地方シンクタンク協議会の連携が生み出す知恵によって、復興に取り組んでいくことが求められていると思います。海外のメディアの中には、震災報道に際して被災者の災害への対応を取り上げています。日本人の思いやりと助け合いの精神がこの危機を乗り越えると。都市化やグローバル化における実利主義的な考え方が当たり前になる風潮にあって、失われつつあると思われた日本人の気質を海外メディアの指摘で再確認したことは、グローバル化の中で地域が活性化していくきっかけの中に日本人の気質が含まれているのではないかという思いにつながりました。「がんばれ日本、がんばれ東北」を一面に掲げた英紙が印象的でしたが、全ての日本人が気持ちを抱えて困難に立ち向かい、少しでも早くこれまで以上の元気を取り戻す日が来ることを願ってやみません。編集後記の範囲を逸脱してしまったことをご容赦願います。（智）

機関誌編集委員

編集委員長	(株)地域計画建築研究所	部長代理	田口 智弘
編集委員	(株)関西総合研究所	主任研究員	宮本三恵子
	滋賀県立大学地域づくり調査研究センター	研究員	近藤 紀章
	(社)システム科学研究所	主任研究員	酒井 大輔
	(財)静岡経済研究所	研究部長	大石 人士
	(社)中国地方総合研究センター	地域経済研究部次長	鳥屋尾 治
	(財)南都経済センター	主席研究員	丸尾 尚史
	(公財)ひょうご震災記念21世紀研究機構	副理事長兼学術交流センター長	丹羽 修
	(財)和歌山社会経済研究所	主任研究員	谷 奈々
事務局	(財)関西情報・産業活性化センター	常務理事	荒井喜代志
		事業推進グループ	渡辺 智子
		事業推進グループ	松井 伸子

発行 / 2011年3月

発行人 / 地方シンクタンク協議会 金井 萬造

発行所 / 地方シンクタンク協議会

〒530-0001 大阪市北区梅田1丁目3番1 - 800号

財団法人 関西情報・産業活性化センター 気付

TEL. 06 - 6346 - 2641

印刷所 / (有)ダイヤ印刷