

開発こうほう

地域経済レポート特集号 / REGIONAL ECONOMIC REPORT

マルシェノルド

Hokkaido Development Association 北海道から新しい可能性を発信する

NO
524

March.2007
3月号

テーマ

地方都市の再生

Revitalization of Local City



●地域経済レポート特集号 REGIONAL ECONOMIC REPORT

マルシェ / ルド

第18号



地方都市の再生

1990年代後半から中心市街地の活性化に向けて、都市政策と商業政策との連携が進められ、まちづくり三法が施行されました。しかし、期待された政策効果は見られず、昨年、まちづくり三法の見直しが行われています。また、構造改革特区や地域再生計画、都市再生・まちづくり交付金制度など、地方都市再生に向けたさまざまな支援政策も進められています。

最近では全国的に中心市街地に都市・商業機能を集積させるコンパクトシティという考え方に注目が集まっています。

そこで、今回は、地方都市再生を目指すコンパクトシティや中心部のにぎわい創出に向けた取り組みを追っていきます。

Contents 目次

対談

多様な地域づくりと地域イノベーション

～これからの地方再生に向けて～ 01

京都大学経済研究所教授・アジア経済研究所所長 藤田昌久
釧路公立大学教授・地域経済研究センター長 小磯修二

地域事例 ①

コンパクトシティへの挑戦 12

～青森県青森市～

地域事例 ②

新交通によるコンパクトなまちづくり 17

～富山県富山市～

地域事例 ③

民の知恵と力で街のにぎわいを創出 22

～帯広市・北の屋台にみる中心市街地の活性化～

地域事例 ④

「マチ」と「みなと」の連携強化で都市再生 28

～稚内市～

行政情報

環オホーツク海国際シンポジウム 33

氷海域を囲む周辺地域の持続可能な開発に向けて

100万人都市水士里のシンポジウム 37

学校教育と農業・農村との連携

information 告知板

「わが村は美しく―北海道」運動第3回コンクール受賞団体決定! ... 41

表紙の切り絵作家

三苦 麻由子 *Mayuko Mitoma*

東京都出身。武蔵野美術短大卒業後、広告代理店勤務などを経てフリーに。'94年札幌へ。みとまゆこのペンネームで、水彩、ペン、墨絵、切り絵など、さまざまなタッチでジャンルにこだわらず活躍中。本誌の表紙は、本号テーマ・イメージによるオリジナル作品。



多様な地域づくりと地域イノベーション

～これからの地方再生に向けて～

対 談

Discussion

現在、日本経済は、全体では緩やかな景気の回復が見られていますが、地方部、特に北海道では、依然厳しい環境にあります。しかし、これまでのような中央に依存した仕組みでの活性化では、生き残っていくことは難しいでしょう。

そこで、今回はわが国の地域経済学の第一人者で、「廃央創域」による多様性と自律性に富んだ元気な地域づくりを提唱しておられる京都大学経済研究所教授でアジア経済研究所所長も務める藤田昌久氏と、実践的な活動を通して地域の自立を目指した研究活動を進めている小磯修二氏に、これからの地方再生に向けて、対談していただきました。

(対談日 2006年12月27日)

●京都大学経済研究所教授・アジア経済研究所所長

藤田昌久氏

●釧路公立大学教授・地域経済研究センター長

小磯修二氏

今、なぜ地方の活性化が必要か

小磯 私の活動対象は、市場の中心から離れた地方と呼ばれる地域です。そこが生き生きとした元気のある活動をしていかなければ、健全な国とはいえないと思います。

私はこれまで地域が持続的に自立し、創造的な発展をしていくための方策は何かということテーマに、できる限り実践的な研究活動を進めてきました。その中で、その地域にある資源や人材、伝統、個性などの内なる力にしっかり目を向けることで、地域の再生は十分可能ではないかと感じるようになりました。ただ、そこではもはや国の政策メニューだけではテキストにはならない。自力で悩み、さまざまな知恵を出し合ううちに道が開けてくると思うようになりました。もちろん、そこには応用問題に挑戦する難しさがあるのですが、一方で、それを解いていただいご味もあるように思います。

しかし、地方の疲弊は続いています。特に、ここ数年、小泉構造改革の流れの中で、地方分権や三位一体改革、北海道では道州制など、国と地方との関係を見直す議論が提起されてきていますが、その基調は国が与えるという図式であり、地域がそれをしっかり受け止めて、自分たちで生かしていくという状況にはなっていないようにも感じます。

地方の自立に向けての内発的なエネルギーを具体的な取り組みにつなげていくために、今改めてこれまでの取り組みを振り返りながら、今後の戦略や方向性を考えていく必要があると思います。本日は、ぜひこの点について、幅広く意見交換をさせていただきたいと思います。

そこで、まず、今改めて地方が活性化していくことがなぜ必要なのかということについて、藤田先生のお考えをお聞きしたいと思います。

藤田 今、日本は明治維新に匹敵するような大きな変革期にあると考えています。明治維新以後、日本は西洋の国々に追い付け、追い越せと、300ほどあった藩を廃止・統合し、中央集権体制にして国内の変革を進めてきました。優秀な学生は東京に流れ、彼らに最先端の知識を吸収させ、トップに据えて、国づくりをしてきまし

た。多様な人材が中央に集まり、これまではその相乗効果で日本が活性化してきたといえます。

しかし、一定のところまで成長すると、そこで問われてくるのは、世界の先頭を走る、真のリーディング・カントリーになれるかということです。今までは他国の真似をしていればよかったです。真のイノベーション、創造的な力が本格的に問われるようになったのです。

今までのような東京中心の一極集中、強力な中央集権国家は、追い付くためには有効なシステムでしたが、本当の創造的な力、内発的な発展力や成長力を生み出すためには機能しません。日本が'90年代に大きく低迷した理由はそこにあります。同じ人間が長く同じ所にいて、緊密な日本的コミュニケーションを続けていると、共有知識ばかりが増えて、それぞれの個人が持っている独創的な力は縮小していきます。

創造的な力を発揮していくために重要なことは、広い意味での人間社会の多様性です。個々の人間、個々の知恵、個々の地域、個々の都市の多様性が相乗効果をもたらし、国全体の創造性がわいてくるのです。

そういう意味では、今まさに、転換の踊り場に差しかかっているといえます。これを克服していくためには教育システムもありますが、もう一つは地域の活性化、地域の多様性を図らなければいけません。今こそ、日本の変革、日本の再生が必要といえます。

小磯 地域の多様性を生かしていくことが、国全体の創造的な力の創出につながるということは、とても大切なことだと思います。

戦後のわが国の国土政策、地域政策を振り返ってみると、'70年代までは国が国づくりのビジョンを示し、それを地域がどう受け止めていくかという図式があったように思います。次第に国がビジョンを示せなくなり、困った地域を救済するという応急的な個別政策に転換していく中で、国が財政的に急迫すると、それも切り捨てていったというのが政府の構造改革政策であったように感じます。

これからは中央に知恵を頼るのではなく、地域がその個性を発揮する政策をどんどん打ち出して、多様で活力のある地域が存在する世界の

リーディング・カントリーを地域主導で目指していくことが必要だと思います。

「廃央創域」が日本を変える

藤田 その昔、日本再生の青写真を最も明確に打ち出したのが、坂本竜馬です。明治維新の立役者は、坂本竜馬の土佐をはじめ、長州や薩摩など、みな地方の出身者でした。中央を外から眺めている地域から変革が起こってくるべきで、将来地方から日本の活性化が起こるべきだと思います。

幕末に坂本竜馬が新国家体制の基本方針を打ち出した「船中八策」(図1)がありますが、今の時代に照らし合わせても、十分通用するものがあります。坂本竜馬は船の中でこれを書いたようですが、私は京都から東京に向かう新幹線の中で、これを現代風にアレンジして「平成維新 新幹線八策」(図2)をまとめてみました。

船中八策では、大政奉還(第一策)や議会を

中心にした民主主義の提唱(第二策)、優秀な人材を登用する官僚システムの構築(第三策)、アメリカとの不平等条約の改正(第四策)、新たな憲法の制定(第五策)や軍事強化(第六策)、首都を東京に移して守ること(第七策)や妥当な為替の保護(第八策)など、革命的な考え方を示しています。

それらを今の時代で考えてみると、まず、第一策に、国の中心の力を弱めて、地域を中心にする「廃央創域」ということがいえます。

そして、地域はそれぞれが独立国のような自治権と責任を持つ、本当の意味での連邦システムにするべきです(第二策)。

また、地域はそれぞれの個性を育て、広い意味での独自の産業を含めた集積を促進して、それを持続的に革新することが重要です(第三策)。

地域が伸びていくためには人間の多様性が不可欠ですが、人は待っていても集まってきません。広い意味での異端者への包容力があつ

「船中八策」

坂本 竜馬

- 第一策 天下の政権を朝廷に奉還せしめ、政令よろしく朝廷より出づべき事(大政奉還)
- 第二策 上下議政局を設け、議員を置きて、万機を参贊せしめ、万機よろしく公議に決すべき事
- 第三策 有材の公卿・諸侯、および天下の人材を顧問に備へ、官爵を賜ひ、よろしく從來有名無実の官を除くべき事
- 第四策 外国の交際、広く公議を採り、新たに至当の規約を立つべき事
- 第五策 古来の律令を折衷し、新たに無窮の大典を選定すべき事
- 第六策 海軍よろしく拡張すべき事
- 第七策 御親兵を置き、帝都を守衛せしむべき事
- 第八策 金銀物貨、よろしく外国と平均の法を設くべき事

図1

「平成維新 新幹線八策」

藤田 昌久

- 第一策 天下の政権を地域に奉還せしめ、政令よろしく地域より出づべき事(廃央創域)
- 第二策 地域は自らの財源を確保し、政府と議会を設け、広く有為の人材を登用し、万機よろしく公議に決すべき事
- 第三策 地域は個性ある文化と、様々な活動の独自の集積を促進し、その持続的革新を図るべき事
- 第四策 地域は異端者への包容力の促進を旨とし、個性ある有為の人材を育み、世界中と人材の交流を図るべき事
- 第五策 地域は内外の諸地域と連携し、様々な施策を通じて財政の長期的安定を図るべき事
- 第六策 国は地域の手伝いをもって旨となし、多様な地域の育成を図るべき事
- 第七策 国は門戸を広く世界に開き、外国の交際を進め、国の礎の発展に専念すべき事
- 第八策 内外の律令を折衷し、国と地域につき新たに無窮の大典を選定すべき事

以上をもって、我が国は世界に貢献する知識創造の場として発展していくべき事

図2

て、初めていろいろな人が集まってくるのです。逆にいろいろな人が集まれば包容力が増すわけで、異端者への包容力を促進することが第四策です。

異端者とは広い意味での今の社会、特に中枢や中心に入っていないすべての人々を指します。これには女性も含まれています。先進国で、日本ほど女性の能力を発揮させていない国は珍しい。逆にいうと、女性の潜在的な能力を社会の中に組み入れて発揮してもらっただけで、人材は軽く2倍になるわけです。女性、あるいは学歴社会からはずれたような若者、高齢者、ハンディキャップがある人や外国人など、異端者を広い意味でとらえて、その包容力を増すことで、地域が伸びていくといえます。

これまで地方は東京からいろいろな形でお金をもらってくるという、中央に頼りきりの図式でしたが、これを断ち切らないと内生的発展、自律的発展はできません。独自に財政が長期的に安定するシステムを自分たちでつくる必要があります（第五策）。

中央に頼らないためには、やはり地域同士が連携することが重要です。そこで、私は金融工学的な発想を地域間の財政安定化に活用すべきだと考えています。たとえば、都市や都道府県などの各地域には、それぞれに独自の産業があります。景気変動によって、各産業の状況は違ってきますから、地域のGDPを基にした金融商品^{※1}をつくって、それをスワップ取引引きするような金融商品をつくる。景気が悪いとき、変革に投資しなければいけないとき、自動的に資金が回るような金融商品を開発して、日本だけでなく、アジア全体、あるいは世界の都市や地域間で運用する。すぐには無理でしょうが、中央に頼らないような財政の安定化が必要です。ここで重要なことは、必要な投資を政府に頼るのではなく、システムとして準備することです。

では、国は何をするのか。それが第六策で、地域の手伝いと多様な地域の育成を図ることです。また、第七策にあるように、外交などの政策も国が行う。基本的に国は地域の手伝いで、国は国にしかできないこと、やらなければいけないことに専念すべきです。

最後に、広い意味で、憲法なども連邦システ

ムに合った形に作り直さなければいけないと考えています（第八策）。

その八つのことを実践することで、日本は世界に貢献する知識創造の場として発展していくべきだと考えています。

小磯 私のように地方で活動する者にとっては、大変心強い、ワクワクする内容です。問題はこのような考え方がなぜ具体的な形につながっていかないのかということです。現実には、地方がどんどん疲弊していく逆の動きが見られます。たとえば、連邦システムについては、北海道では道州制を先行的に導入するための道州制特区の検討がここ数年続いています。抜本的な変革にはまだ程遠いものです。

藤田 連邦制など、新しいシステムは与えられるものではない。いわば革命です。だからこそ下から、地方から起こってくるべきで、中央をつぶすくらいのパワーでいかなければいけません。でも、特区の例のように国から許可してもらおうという発想は変わっていません。中央に頼った形での地方分権推進は、基本的に姿勢が間違っています。

では、本当に地方にそれができるか。地方をよく知っているわけではありませんが、中央に頼らず、官に頼らず、自分たちで創造的な活動をしている人は各地にたくさんいます。そういう人たちを中心にして、下から草の根的にシステムを変革していく。でも、新しいイノベティブな活動をするには、まず小さなことから始めていかなければいけません。

小磯 坂本竜馬の船中八策のお話がありましたが、地方からのうねりで明治の近代国家が誕生したことは、自信と誇りを与えられる貴重な歴史経験だと思います。そこで見据えておくべきことの一つは、幕末の時代において、周りが攘夷論で沸き立っている中で、坂本竜馬は冷静に国の将来を世界的な視野で洞察しながら、そこに向かって実践したことでしょう。幕府への反発、外国への反発というエネルギーを、しっかりと将来の国づくりに向けて昇華させていく発想と力が地方から出てきたことは大切です。

※1 スワップ取引引き

国際金融取引引きなどで、複数の当事者が互いの債務の支払いを交換する取引引き。

日本で進められている地方分権の流れは、基本的に東京で議論されているところに限界があります。そこでは、各省庁の既得権益を瓦解させるような提案、発想は出てこない。官僚発の、自分たちに都合のいい地方分権論です。国もお金がないから、もう地方の面倒はみれない、でも、権限は離したくない。これを地方は怒るべきです。

そこで大切なことは、地方自らが明確なビジョンを示して主張し、できることについて



は自ら実践していくことです。ですから、地方が構想力と実践力を試される時代でもあります。中央から与えられる情報や政策スキームで思考するのではなく、独自の情報収集により政策立案していくことは大変な努力と覚悟が必要です。

「地域イノベーション」の実践

小磯 そのためには、地方の中から意欲を持った、有能な人材をしっかりと育てていくことが不可欠です。人材育成の面では、これからどういう方向を目指していくべきでしょうか。

藤田 そこが一番根本的で、かつ、一番難しい点です。ただ、大きな外的状況の変化に、いわゆるIT革命があり、情報技術が飛躍的に進歩しています。産業革命はわかりやすくいえば、人間の筋肉を強くしていくような、エネルギーも含めた動力の革命でした。それに対してIT革命は、人間の神経や頭脳系統を強くするものといえます。これらは補完的な関係にあります。日本の活動が大量生産に基づくものづくりから、広い意味での知識、情報を創造する活動になってきたといえるでしょう。

もう一つは、世界の中でのアジアの成長があります。情報技術や交通技術を考えると、アジアという広がり、北海道からインドネシアくらいまでの領域が大きな経済活動の単位になってきていますから、その中で日本の地域も発想して

いくことが大切です。日本だけでなく、アジアの一つの地域であるという発想です。

もう一つは、情報技術革命が本格的に起こってきて、その中での賃金格差の問題があります。普通の肉体労働では、日本人よりも外国人の方が生産性が高い状況で、そのようなグローバル化の中で、高い賃金を保ちながら、地方が活性化するためにはどうしていくかを考えていかなければなりません。高い付加価値のある活動をしつつ、日本、アジア、世界の中で差別化した活動が必要で、広い意味でのイノベーション力を増さなければなりません。

そのためには持続的なイノベーションが不可欠で、次々に新しい差別化された活動を展開していくことです。それには、そこに住む全員がイノベーションを意識していなければならないわけです。

私は日常的なルーティン活動を越えた、創意工夫を伴う活動をすべてイノベーションとっていますが、それには地域の全員、あるいは都市全体を巻き込んでいかなければならないと感じています。

そのためには、まず、そのような環境をつくっていくことで、それができて初めて高い付加価値を創出できる地域になれるといえます。そのためには、先ほどいった人間の多様性が重要で、広い意味での異端者への包容力を増さなければいけません。

世の中で今何が求められているのかというニ

ーズから出発して地域の資源を見直し、そこから地域の新しいシステムをみんなでつくっていく。それができなければ、真の内生的な発展にはつながらないでしょう。

小磯 「地域のイノベーション」という言葉は、これからの地方の創造的な発展を目指していく上で非常に大切な概念だと思います。高度な技術革新でなくても、身近な創意工夫で地域が変革し、発展していくのだという考え方は、地域に新たな自信と力が生まれ、やる気を起こさせるものです。イノベーションは、トヨタやソニーによる高度な技術開発だけでなく、実は地方においても実現できるのだという意識を持つことは非常に大事だと思います。

私自身、標茶町で仲間と一緒に立ち上げたカムイ・エンジニアリングというベンチャー企業の経験があります。先行きの見えない地方経済の中で、自分たちの力で何とか新しい産業創出と地域の雇用創出を図っていこうと4年ほど前に立ち上げたのですが、最初におち当たった課題は、日本の産学連携の政策スキームでした。ベンチャーを起こす際の日本の産学連携政策での大学の役割は、大学の持っている技術を提供することで、それを前提にした支援制度は充実しています。でも、それは高度な技術がある大学の存在を前提にしたシステムで、そのスキームは本当に厳しい経済環境にある地方部では成立しません。地方で大学が新規産業創出にかかわっていくためには、大学の技術から発想



するのではなく、それぞれの地域資源を有効に活用し、生かしていくような、その地域が求めている最高の技術を地域の人たちにつなげていく役割が求められます。技術発の発想ではなく、ニーズ発の発想に転換していくことが大切ではないかと思いました。その結果、政府の支援政策はなくても、大学発ベンチャーを起こし、地域経済を自力で再生させ、自力で雇用創出する取り組みができました。もちろん地方のベンチャー経営は大変厳しいですが、国の政策モデルにこだわることなく、地域の実態に合った発想で展開していくことが、地域イノベーションではないかと思います。

カムイの取材に東京から来た記者と話をしていた時に、彼は「地方ではベンチャー企業の立ち上げには大きなハンディがあるが、一つだけ大都会よりも優位な条件がある」と指摘しました。それは、地域における連携力でした。カムイの立ち上げに当たっては、役場も農協も大学も高校も地元住民もみんな一緒になって支えてくれました。初期投資の資金を銀行が貸してくれないときに、地域住民の皆さんが社債を購入してくれて1億円の資金を地域内から集めることができました。このような資金調達手法は金融のプロ、ベンチャー支援の専門家からは無理、無謀とアドバイスを受けましたが、実際に調達できたのです。私も地域が連携することによる力は、想像以上に大きいと実感しました。問題は、それを地域の人たちがしっかりと自覚して、地域発展の仕組み、地域イノベーションとして高めていくことができるかどうかということです。現実には、地方であるがゆえの足の引っ張り合いがあるようにも感じます。

地域内の連携を地域イノベーションにまで高めている例として湯布院があります。4年ほど前に本誌の取材で訪問し、玉の湯の溝口薫平さんや料理人の方々にお会いしたことがあります。そこで驚いたことは、旅館の板前さんが持ち回りで各旅館を訪ねて料理を食べ、勉強していることでした。お互いの情報を公開して、研鑽しながら、料理の質を高めあっているのです。その結果、湯布院全体の料理の評価が高まり、観光地としての価値も高まるという好循環を生み出している。狭い調理人の世界の慣習を打破して、

情報公開の仕組みをつくり上げた地域イノベーションだと思います。

イノベーションというものを幅広くとらえ、自分たちの創意工夫で、従来の考え方や仕組みにとらわれず、新しい発想でやっていくことが大切です。そういう意識で地域を見つめ直すと、実は意外にも足元に宝物が眠っているように思います。それを見つけ出して磨いていくことで、新たな連携も生まれるように思います。

藤田 小磯先生のお話の中で重要なことは、本当に危機にひんしないと、方向性を変えることは非常に難しいということです。これは地域でも個人でも同じです。カムイ・エンジニアリングが斬新な形で地域の協力を得た背景には、地域全体が危機感を感じていたということがあったからではないでしょうか。だからこそ初めてできたのだと思います。

'90年代に日本がなかなか方向転換できなかったのは、その危機感を共有できなかったからでしょう。船がゆっくり沈む時は、みんなまだ大丈夫だと思い、なんとか高いところに登って、その場をしのごうとします。その船をあきらめて、新しいものをつくろうという発想にはならないわけです。本当に地域が危機を感じて、地域が一体化して初めてイノベーションが実現できるのです。

地方、特に農村はもともと閉じた社会です。たとえば、先祖代々の田んぼを果樹園にするなんて、ご先祖様に顔向けできないといって、なかなかそういうことができないのですが、逆にいえば、地方ほど早く危機にひんするともいえます。一村一品運動も始まりは地方からでした。

創造的な自然産業、ブランド農業の事例

小磯 取り組みの芽はかなり出てきているように思います。藤田先生は全国の事例をご覧になっていると思いますが、可能性を感じる地域はありますか。

藤田 これまで私が歩いた中で、印象深いのは徳島県上勝町の彩(いろどり)事業です。上勝町は人口2,000人ほどのまちで、農家が育てた

木の枝や葉などを加工して高級料亭用の「つまもの^{※2}」として全国の卸売市場に出荷しています。以前はみかん栽培が中心でしたが、'87年の大雪で木が全部枯れてしまい、悩んだ末に「つまもの」の栽培を思いついたのです。当初は、そんなものがお金になるわけがない、そんな恥ずかしいことができるかと、ほとんどの人が見向きもしなかったそうですが、農家のおばあちゃんたちの賛同が徐々に得られるようになって、今では平均年齢67歳、女性を中心とする150人ほどの農家が参画して、一人当たり平均170万円ほどの年収があります。

上勝町の高齢化率は46%とかなり高いのですが、一人当たりの医療費は徳島県の平均から20万円も安い。寝たきり老人もたった一人で、みんな頭と肉体をフルに使っているの、病気をする暇もないそうです。

もちろん、こうした成功例は多くの視察者がやってきますが、真似をしようとしてもなかなかできないわけです。品質から納入まで安定性があり、全員が責任感を持って、広い意味でのイノベーションを常に実践しているからです。新商品の開発やクオリティの向上、完全でかつ安定的な供給、さらにそれを支えるインフラをソフト、ハードともに自分たちでつくり上げています。

商品は300品目ほどありますが、市場に何を出荷するか、時間がかかる苗木の植え付けなども農家単位で決めています。それを支えるのが事業全体を統括する株式会社いろどりで、そこには3人のスタッフがいます。彼らは各品目の過去の価格など知的情報を管理し、農家に提供しています。最初は役場にあった防災無線の同報ファックスで、その後、経済産業省の公募に応募して、高齢者専用のパソコンを導入し、今ではおばあちゃんたちが毎日パソコン画面で、出荷や栽培に関連するさまざまな情報をチェックしています。そして、夕方4時までには連絡すれば、専用のトラックが徳島の空港まで運んでくれる仕組みになっています。コンピューターシステムの導入はどこでもできますが、問題はそれをいかに活用するか、そして、それを活用していかに情報を読むかです。上勝町ではそのために講習会を定期的に行っているほか、それぞれの地域で何がいくらで売れたかなど、常に勉強して

※2 つまもの
料理に添えて、季節感を演出したり、料理を彩る、飾りの品。

います。

農村ではしっと心が強くて、足の引っ張り合いもありますが、そのしっと心や競争心をうまく使いながら、全体として連携できるような仕組みもできています。毎日売り上げ順位をつけて、個々人に自分の順位だけを知らせているのですが、それがうまく意欲につながっているのです。

また、コンピューターなどを通じて外部の情報に接するとともに、みんなで高級料亭に出向いて、実際に食べてみて、どうしたらもっとよくなるのかを考えています。

ここで重要なのは、トップの一部だけがマーケット情報を握ってイノベーションを考えるのではなく、全員が市場直結でイノベーションに参加していることです。

全員が参加して、邪魔者と思っていた資源を有益な資源に変えて、新しい産業につくり上げ、広い意味でのイノベーションを続けていく。常にみんなが新しいことを考え、競争しながらうまく連携する仕組みができ上がっているのです。

小磯 高齢化する農村地域でそれだけの取り組みが展開されているのは驚きです。地域のほとんどの人たちが参加し、そこに競争と連携がうまくかみ合っている点に感心します。特に、足の引っ張り合いになりかねない相互意識を互いに競争するエネルギーにうまく転換させている仕組みは興味深いですね。

女性の潜在能力を発揮させることが大切であると藤田先生はご指摘されましたが、既存の仕組みやしがらみにとらわれないという点で、特に女性の発想と行動力は重要だと思います。私は地元の阿寒湖畔地域のまちづくり再生のお手伝いをしていますが、疲弊した温泉地の活性化に向けて最初に実践を始めたのは、「まりも倶楽部」と呼ばれる女性グループでした。自分たちのアイデアでマップづくりや花いっぱい運動を進め、それに引っ張られるように地域全体が動いていったという図式が見られます。既存のしがらみや旧弊を打ち破るイノベーションの担い手として女性の力と役割は大きいように思います。

藤田 地域の活性化には、誰が見ても価値のあ

る資源があることが必要条件でもないし、十分条件でもありません。私は、地域の活性化はワントイムのプロジェクトではなくて、持続的な全員参加のイノベーション、いわば運動のようなものだと考えています。高いがけを登るようなもので、運良く、中腹辺りから出発することもできるのですが、高いところから出発すれば高く登れるわけではありません。かえって、下の方から出発したほうが、高く登ることもできるのです。

また、日本には「道の駅」がありますが、千葉県富浦町（現南房総市）にある「枇^{びわ}杷倶楽部」の愛称を持つ道の駅も印象深い事例です。

富浦町は、昔は50万人を超える海水浴客でにぎわったまちですが、交通インフラの整備が遅れて、また、昔ほど都会の人が海水浴を好まなくなり、観光客が激減していたそうです。町長の「地域の産業、文化の拠点、情報発信基地をつくれ」という指示で悩んでいた担当者が目をつけたのが、道の駅でした。道の駅のいい点は、休憩・情報発信・地域連携の三つの機能だけを統一して、あとは運営も含めて、地域に任せていることです。

そこで、富浦町で取り組んだのがびわを活用した商品開発です。びわというと聞こえはいいのですが、日本の海岸沿いにはどこにでもあるもので、種ばかりで食べる部分はほんの少し、それまではまったく商売になっていませんでした。でも、びわしかなかったのです。さらに、もともとびわの生産量は全国的にも1万トン程度で、保存方法もわからない、レシピもない、フレーバーもない、加工する機械もないという「無い無い尽くし」の状況だったといえます。でも、逆にいうと、それは競合がないことでもあります。そして、東京市場に集荷できないびわを活用して、ジャムや缶詰、アイスクリームやシャンプーなど、今ではよくこんなものができると思うほどの品ぞろえになっています。規格外のびわや葉など、それまで捨てられていたものが、今では、道の駅で年間6億円ほどの売り上げになっていると聞きます。

また、枇杷倶楽部では、旅行代理店と連携して観光バスを誘致して、民間の客を奪わないように、近隣の昼食会場や体験施設などにも客が循環するような仕組みをつくり上げています。南

房総全域を対象にした観光ポータルサイトも構築し、観光情報の発信に加えて、町民1世帯に無償でホームページを作成する「町民1世帯ホームページ運動」をするなど、全国に地域の情報を発信することも行っています。

道の駅は、今ではギャラリーも設けて、町民の作品を発表したり、講演会や音楽会の開催など、文化交流の場にもなっています。

先ほど小磯先生からお話のあった大分県の湯布院で印象深かったのは、育ての親でもある溝口さんが「湯布院は何もない町ですが、逆に何もないからこそ、何でもできる。これこそ新しいものを生み出すエネルギーになっている」とおっしゃったことです。湯布院では、地元の人たちが、なんとかまちを発展させたいと、自らドイツに出かけて、そこからいろいろな取り組みを始め、今では自然を生かした保養地として、年間400万人が訪れる観光地に育っています。でも、もともと素晴らしい資源があったわけではないのです。

全国を探してみれば、ホープレスだった地域が地方再生のリーダーとして注目されているという事例が何千とあるのではないのでしょうか。

小磯 北海道でも興味ある取り組みがあります。本号でも紹介する帯広の「北の屋台」の事例はまさにそうです。自分たちの力で、まちを何とかしようと屋台に着目し、今は20ほどの屋台が軒を連ね、年間3億円を超える売り上げを実現し、全国的な屋台ブームのきっかけになっています。

北の屋台が実現するまでには、2年ほどかかっています。その間、世界中の屋台や福岡をはじめとする国内の屋台を調査し、議論を重ねながら必死に知恵を絞って、さまざまな法制度の壁を克服しています。また、行政の支援も一切受けずに、民の力だけでつくり上げていったもので、そのプロセスは地域イノベーションの好例だと思っています。

私のいる釧路公立大学は、約20年前に大学を誘致するという発想を捨てて、地域が自前でつくり上げた大学です。当時、釧路市の財政規模で市立大学をつくるのは無理だという国の方針に対して、それであれば周辺市町村と一緒に

な^{※3}って一部事務組合をつかって大学を設立し、運営を行うという、地域の知恵でできた大学です。このシステムは、その後宮崎や青森、函館での大学づくりに応用されています。中央の考えに反発するだけでなく、その反発を自ら提案し、構想する力として蓄えていくことが大切だと思います。

地域からイノベーションを起こしていくためには、改めて自分たちの地域に目を向ける必要があります。これは当たり前のようですが、グローバル化の流れの中で、実は次第に内なる地域を見つめる力が弱くなってきています。たとえば、北海道では北海道内で生産されたモノ、サービスを自分たちの地域で消費する割合が減ってきています。そこで、地域の資源や生産物にしっかり目を向けながら、そこから地域の競争力を高めていくという発想が大切ではないかということで、北海道では「産消協働」という運動を進めています。それは地域のものを使い、消費するだけでなく、生産者と消費者が直接向き合う緊張関係の中で質の高い競争力のある産物をつくり出していこうというもので、内発的な力でイノベーションを創出していくことを目指しています。

地方都市再生に向けて

小磯 今回は「地方都市の再生」がテーマですが、現在、地方都市は中心部の空洞化の問題を抱え、また少子高齢化、地方財政の厳しさから集約的な都市づくりを目指す動きがあります。本号では、積極的にそうした取り組みを進めている青森市、富山市、稚内市を紹介していますが、藤田先生は、地域の創造的な活動に視点を当てておられる中で、これからの地方都市の空



※3 一部事務組合

地方自治法に基づき、複数の普通地方公共団体や特別区が、行政サービスの一部を共同で行うことを目的として設置する組織。

間整備の方向については、どのようなことが重要だとお考えですか。

藤田 都市空間のあり方では、コンパクトシティが流行ですが、私自身は上からこのようにしようというべきではないと思っています。それぞれの地域がみんなで創意工夫して、結果的にそうなったという下からの動きであればいいですが、日本は流行に流されやすい面があります。郊外に大規模店舗ができて、従来の商店街がさびれているから、規制して、客を強制的に中心部に集めようという動きはあまりいいことではありません。基本は、それぞれの地域、それぞれの商店街が競争することだと思います。もちろん、一定の共通空間ですから、ある程度の規制は必要でしょうが、さびれている商店街側にも責任があります。従来の商店街やまちが創意工夫しながら競争力を持つ取り組みができるような環境づくりや、それを生かしていくことが大切だと思います。

小磯 地方の中で多様性や活力を生み出すには、そこでのふれあい、活発なコミュニケーションなど、内なる力がうまく醸成されるような仕組みが必要で、それがうまく受け止められるような都市づくりが重要なのでしょう。しかし、地方都市の現状を見ていると、多くの市民が個人の利便性だけを求めて、大きな買い物は郊外に行き、身近な物はコンビニに行くというような生活形態に満足し、都市全体の活力を生み出すような出会い、ふれあいの場を求める状況が少なくなっているようです。中心市街地の活性化をいくら行政に要請しても、自分たちの意識、行動を変えなければ解決にはなりません。

地方都市は、周辺に広い農山漁村地域や豊かな自然を抱えています。それらの地域資源や観光資源を生かした集積の場として魅力ある産業創出の可能性もあります。市民が地方都市の発展可能性を改めて見つめ直すことが、地域の核としての都市空間の再生には必要だと思います。

藤田 日本は今、どこに行ってもコンビニとファミレスがあって、個性がありません。それは商品

も同じです。地域づくりの意味でも、商店街をつくる意味でも、広い意味でのイノベーションを地域全体で創意工夫しながら進めていかなければいけません。

たとえば、東京でも最先端のビルが立ち並ぶ六本木と、昔ながらのお店があっていい伝統を守っている麻布とでは、しっかり差別化されていて、どちらも人気です。同じまちの中でも、街区で差別化が図られています。

そこでは、若い発想が求められます。たとえば、商店街の組合はまだ古いシステムで、役員になっても権限はなく責任だけがあるような感じ です。活性化するには非常に難しいシステムです。だからこそ、新しいシステムをつくらなければいけません。

たとえば、上勝町の彩事業では150ほどの農家を3人が統括しています。そこには、やはり若い感覚が必要で、専門に考える人が必要です。全国と比べて自分たちが差別化できる場所はどこか、そして新しい情報を常に提供し、互いに競争するようなシステムを導入する。

地域の人と何かやりたいと思っている若い人はたくさんいますから、そういう人たちが地域に飛び込んでいけるような、新しい仕組みが必要です。核になるシステムとは、全体が連携でき、かつ、それぞれが競い合っていけるようなものです。

小磯 地域の中で連携と競争が共存していく仕組みづくりは、私も大変重要だと思います。そのためには旧態依然たるシステムを破壊していくことが必要です。地方の場合は特にそれが難しいのですが、現在の地方を取り巻く厳しい環境を、それを打ち破るチャンスとして受け止めてほしいと思っています。

藤田 全体を巻き込んで、みんながワクワクするような状況になる環境づくりが大切です。最初はみんながみんな賛同するわけではありません。彩事業だって、最初はバカじゃないかといわれて、徐々に農家のおばあちゃんたちが増えていったのです。

また、参考になる事例を見てただ真似をするのではなく、独自のものをつくっていかなければ

なりません。

小磯 藤田先生から、異端者への包容力という話がありました。外の力を自分たちの地域の力にいかにつなげていくかという、その仕組みや発想が大切だと感じます。北海道は、もともと外からの移住者で形成されたフロンティアの地域ですから、外からの人々に対して寛容という気風があります。その特質、魅力を生かしながら、積極的に外部の人材を生かす仕組みづくりが重要だと思います。

私の所属する地域経済研究センターの研究活動は、ほとんどが外部からの研究員で行われています。外部の優秀な研究スタッフが、柔軟に機動的に参加できる仕組みをつくることで、それが可能となっています。予算がなく、人的体制もない地方大学の研究機関では、通常の大学研究機関のシステムを持ち込んでも有効な研究活動ができないという苦しい状況から発想された仕組みです。今までに100人を超える研究者が釧路での研究活動に参加し、そこに地元の意欲ある人たちが参加することで、地域の人材育成にもつながっています。

藤田 商店街も農村も、基本的には閉じたシステムで、考え方は過去に向かってしまいます。因習を破るのはなかなか難しい。でも、それが可能になるのは危機的状況にひんすることです。そして、そこには外からの目がどうしても必要になります。それは別に外部の人間でなくても、湯布院のように内部の人が外を見て取り組んでも構いません。外部の人は必ずしも必要ではありませんが、成功例から学んで新たな形につくり変えていくことを地域でやっていかなければいけません。

私は、「差別化」「イノベーション」「情報」の3つが地方の活性化のキーワードだと思います。

イノベーションといっても、地域の大きさや与えられた都市の役割など、いろいろなレベルのイノベーションがあります。主要な都市になれば、大学を交えた本格的なイノベーションが必要でしょう。でも、30万人都市であれば、違った形のイノベーションシステムがあつて、数千人のまちであれば、それともまた違った形のイノベ

ーションシステムがあるはず。それは、必ずしも高度なイノベーションシステムである必要はありません。カムイのように、必要な技術は世界から集めてくる、あるいは大学に取り次いでもらうことも可能でしょう。大学の役割も規模と状況によって違ってきます。たとえば、大分なら焼酎に合った原料の品種改良をするなど、目的をもって、それぞれに応じた産学連携の仕方も考えていかなければなりません。あらゆる大学が最先端のサイエンスを研究する必要はありません。もっと地域に根差した形で研究活動をすれば、大学も活性化し、学生もエキサイティングになるし、地域もエキサイティングになると思います。

常にニーズに基づいたもの、要はどのような方向で活性化したいのかということがあつて、初めてどういう技術が必要なのか、どういうものが欠けているのか、どういう人材が必要なのかがわかってくる。とにかく目的から発想していくことが大切です。

小磯 やはり、地域の多様性が生まれるには、それぞれの地域が自分たちの地域特性や地域資源をしっかり再認識し、そこから何を指すかという方向性を共有することが大切だと思います。ニーズが具体的にになれば、そこからモチベーションも戦略も生まれてくる。そこで自分たちが主役で活動できる、ワクワクするような状況が展開できれば素晴らしいと思います。

本日はありがとうございました。

PROFILE

藤田 昌久氏

1943年山口県生まれ。'66年京都大学工学部土木工学科卒業後、'72年ペンシルバニア大学地域科学部Ph.D取得。'73年京都大学工学部交通土木工学科助教授、'76年ペンシルバニア大学地域科学部および経済学部助教授、'81年同大学準教授、'86年同大学教授、'95年京都大学経済研究所教授。文部省科学官、応用地域学会会長、日本経済学会常任理事などを歴任。現在は独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)アジア経済研究所所長。専門は都市・地域・国際経済学。主な著書に『空間経済学—都市・地域・国際貿易の新しい分析—』『日本の産業クラスター戦略—地域における競争優位の確立—』ほか。

小磯 修二氏

1948年大阪市生まれ、'72年京都大学法学部卒。北海道開発庁(現国土交通省)を経て、'99年6月より現職。地域政策研究の分野において、内外の研究者、行政官、民間人を機動的に集めながらさまざまな共同研究プロジェクトを推進。カムイ・エンジニアリング(株)取締役。国土審議会専門委員、国際協力機構(JICA)キルギス国イシククリ地域総合開発支援委員会委員長、北海道観光審議会会長、産消協働普及道民会議座長、ほか公職多数。



コンパクト シティへの挑戦

～青森県青森市～

1999年、都市計画マスタープランに「コンパクトシティの形成」を掲げて、いち早くコンパクトなまちづくりを始めた青森県青森市。郊外の開発を抑制しながら、中心市街地の活性化にも取り組んできた青森市についてご紹介します。

発想の原点は“雪”

'05年4月に隣接する旧浪岡町と新設合併^{※1}し、人口約32万人（旧青森市約29万人）、面積824km²（同690km²）となった青森市。面積の7割程度が山間部で多くの自然が残り、陸奥湾と八甲田連峰に囲まれ、昨年10月には中核市^{※2}にも指定されています。

青森市は県庁所在地として全国で唯一、行政区域全体が特別豪雪地帯^{※3}に指定されているほど、非常に雪が多いまちです。たとえば、雪が多かった'04年の累計降雪量は約10m、最深積雪値が178cm（表1）、除排雪の延長は1,169kmにも及び、そのための経費は約31億円にも上っています。これは一般会計予算の約2%に当たり、毎年恒常的にそれほどの予算が除排雪費に消えてしまうのです。また、'05年は、降雪量は平年並みだ



※1 新設合併

対等合併ともいわれ、合併するすべての市町村の法人格がいったん消滅し、新たに一つの自治体となるもの。これに対して、編入合併は吸収合併ともいわれ、編入市町村の法人格は消滅する。

※2 中核市

地方公共団体のうち地方自治法で定める政令による指定を受けた市のこと。政令指定都市が処理することができる事務のうち、都道府県が一体的に処理すべきとされた事務以外のもの（福祉・衛生・まちづくりなど）を処理することができる。北海道では、旭川市、函館市が指定されている。

※3 特別豪雪地帯

豪雪地帯対策特別措置法で「積雪が特にはなほだしいため、産業の発展が停滞的で、かつ、住民の生活水準の向上が阻害されている地域」と定義されている豪雪地帯のうち、「積雪の度が特に高く、かつ、積雪により長期間自動車の交通が途絶する等により住民の生活に著しい支障を生ずる地域」について、特別に指定された地帯のこと。



市長就任は'89年。コンパクトシティの実現が公約の一つだったという佐々木市長

ったものの、旧浪岡町との合併で除排雪延長は1,305kmに延び、これは青森～岡山間に相当するほどの距離だといえます。

青森市のコンパクトシティへの取り組みは、この雪とどう向き合っていくのかということが発想の原点でした。毎年の降雪に対応して、持続可能なまちづくりを進めていくためには、小さな集約型の都市であることが望ましいのです。

この考え方は、現在5期目となる佐々木誠造青森市長が当初から貫いてきたものです。市長就任前に商工会議所で副会頭を務めていた佐々木市長は、青森雪対策研究会の委員長も担っていました。雪の多いまちで、何とか雪を克服できないかと、全国各地の豪雪都市を訪れ、その解決策を探しました。しかし、「人口規模や降雪量などを比較しても、他市の真似では難しい。青森市独自の手法で解決していかなければならないと実感した」といいます。そこで出会ったのがコンパクトシティの考え方でした。

また、雪の問題だけでなく、青森市は人口増加時代に郊外に市街地が拡大し、それに伴って上下水道や学校、道路など、新たな公共施設の整備が進められましたが、さらに郊外に人口が増加するようになれば、当然新たな公共投資が増加していきます。加えて、総合

病院や県立図書館などの公共施設が郊外に移転し、中心市街地の空洞化も進んでいました。

こうした背景もあり、世界有数の豪雪地帯における、安全で安心できる快適なまちづくりを推進していくには、コンパクトシティによる持続発展可能な都市の実現が目標であると認識され、'99年に策定された「青森都市計画マスタープラン」の基本理念に位置付けられたのです。

都市の構造を三つに区分

青森都市計画マスタープランでは、コンパクトシティを形成する三つの目的を掲げています。

一つは、市街地の拡大に伴う新たな行財政需要を抑制すること。二つ目は既存のストックを有効活用した効率的で効果的な都市整備。三つ目は市街地の周辺に広がる自然・農業環境との調和です。

そして、都市構造の基本的な考え方を非常にわかりやすく、「インナー(Inner-City)」「ミッド(Mid-City)」「アウトター(Outer-City)」の三つに区分しています(図1)。これは、それぞれの特性に応じてエリアを区分し、都市整備を進めていこうというものです。

中心市街地を含むインナーは面積2,000haほどで、おおむね'70年代ごろまでに市街地が形成されていたエリアです。現在は街並みが老朽化して、住宅などさまざまな施設が密集していますが、今後は都市整備を優先的、重点的に進めて市街地の再構築を目指す地区です。

インナーとアウトターの中間に位置するのがミッドで、面積は約3,000ha。このエリアは多くが低層住宅地で

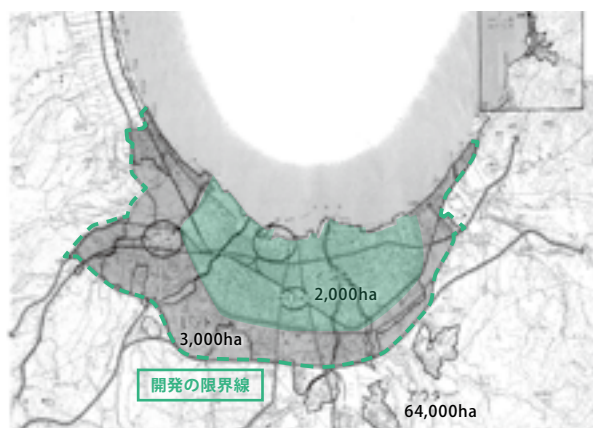
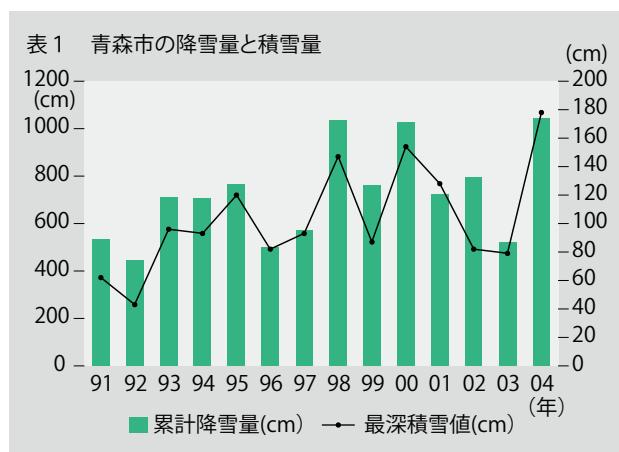


図1 都市構造の考え方

※4 アウガ (AUGA)

Attraction (引きつける力、誘引)、Upbeat (上昇、陽気)、Gusto (心からの喜び)、Amusement (娯楽、楽しみ) の頭文字から名付けられた。また、Au (会う)、Uresii (うれしい)、Genki (げんき)、Atatakai (あたたかい) という意味も込められている。「アウガ」は津軽弁で「会おうよ」の意味でもある。

※5 市街地再開発事業

都市再開発法に基づき、都市の中心商店街や駅前をはじめとする中心市街地内の木造家屋が密集して防災上危険な地区や、駅前広場等の公共施設の整備の遅れている地区の再整備を行うことによって、活力あふれる豊かなまちづくりを推進する事業のこと。



オープン以来、年間600万人以上が来館しているアウガ

すが、未開発の部分もあるため、今後の需要が生じた際に、優良な宅地として供給していくストックエリアと位置付けられています。

都市計画上はほとんどが市街化調整区域となるアウターは、面積約64,000ha。原則として都市化を抑制し、自然環境や営農環境の保全に努め、開発を認めないエリアです。

開発を認めないというアウターエリア内の規制は、当初は市街化区域への編入や用地転用の要望をはじめ、住民の反発もあったといいますが、市長自ら足を運び、これからの都市運営のあり方を粘り強く説明して理解してもらおう努めたといえます。その結果、今では、アウターエリアには大型ショッピングセンターの計画や建設の申請そのものがないというほど、広く認知されています。

郊外部の開発を規制していくことは非常に難しいことですが、トップ自らが率先して取り組み、その考え方が常に一貫していることで、それをしっかり実践してきたといえるでしょう。

また、従来の都市計画では、市街化を促進する「市街化区域」と市街化を抑制する「市街化調整区域」の二つに線引きされていますが、青森市ではさらに踏み込んでインナーとミッドの区分を行い、重点的にインナーエリアの都市整備を行っていくという、市民にもわかりやすい独自の発想で取り組んでいることが特徴的といえるでしょう。

ウォーカブルタウンの創出を目指して

こうした動きと合わせて、青森市で進められている



アウガの中にある市民図書館



図書館内に完備されている冷蔵ストックは利用者にも好評



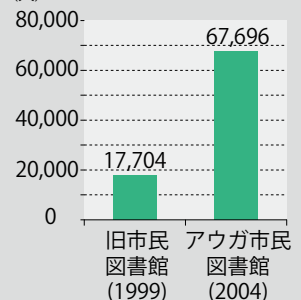
アウガ地下にある新鮮市場

のが、中心市街地の再活性化です。青森市の中心市街地は面積約100ha、県庁や市役所、青森駅などの公共施設と中心商店街で形成されています。この地域を「街の楽しみづくり」「交流街づくり」「街ぐらし」の方針のもとに、歩いて街歩きが楽しめる「ウォーカブルタウンの創出」を目指して、さまざまな取り組みが進められています。

その一つが、公共施設との複合型商業施設「アウガ (AUGA)」です。アウガは、青森駅前第二地区市街地再開発事業の一環で建設されたもので、'70年代後半に計画され、実現までに25年という長い年月がかかったものです。

アウガが建設されているエリアには、戦後まもなく木造で建設された市場や個人店舗などがありました。'85年に市街地再開発準備組合が設立されましたが、地権者の合意が得られなかったり、バブル崩壊によってキテナントが撤退するなど、事業そのものの進捗が危ぶまれた時期もありました。しかし、'95年に市街地再開発事業推進実行委員会が組織され、その後、市民や各種団体の要望などを受け、公共施設と商業施設を複合させたビル建設を進めることになったのです。地下1階には「新鮮市場」と称して、以前そこで営業していた生鮮食料品店や飲食店が、1階から4階までは主に若年層をターゲットにした専門店が入店しています。そして、商業施設と相乗効果があるような公共施設を入居させようということで、5階と6階には青森市男女共同参画プラザや300人規模のAV多機能ホール、さらに6階の一部と9階までが青森市民図書館となっています。利用者が商業施設、特に地下の新鮮市場を利用しやすいようにと、図書館内に冷蔵ストッカーが完備されるなど、利用者の立場に立った工夫もされ、商業施設

表2 青森市民図書館の1カ月当たりの来館者数



※6 TMO

タウン・マネージメント・オーガナイゼーション (Town Management Organization) の略。総合的にまちづくりを推進する機関として、'98年に公布された中心市街地活性化法で提案された市町村が認定する組織。その母体は商工会、商工会議所、第三セクターなどがある。

の集客効果もあって、旧市民図書館時代に比べて来館者数は約4倍に増加しているといえます(表2)。

また、'01年1月にオープンした当初は、商業施設の売り上げはあまりよくなかったそうですが、入館者数の状況から出店要請が増え、魅力あるテナントが入店するようになり、'04年ごろには営業利益が出せる状況になるなど、互いに相乗効果が見られています。

アウガとともに駅前地区再開発事業の一環ですすめられたのが、昨年1月に竣工した「ミッドライフタワー」です。これは、中心市街地の居住人口を増加させようという「まちなか居住の促進」を目指すものです。ミッドライフタワーの1階にはお土産品などを中心とした商業施設「活彩市場ぴあ」があり、2階にはクリニック(医療施設)、3、4階に福祉施設のケアハウス、そして5階から17階までがバリアフリーに配慮したシニア対応型の分譲マンションとなっています。マンション居住者は2～4階の各施設と契約すればさまざまな医療サポートが受けられるほか、共有施設が充実しているなど、高齢者に対応したサービスが好評で、購入者の平均年齢は62歳、既に9割以上が販売済です。

このほか、まちなか居住を推進する上では、郊外の老朽化した公営住宅の建て替え事業として、中心市街地に民間事業者による借り上げ型の市営住宅40戸を供用。これらの状況を受け、民間のマンション建設ブームが始まり、今年中には850戸のマンションが中心市街地に建設される予定となるなど、まちなか居住を促進する環境が整ってきています。

また、冬でも快適に歩くことができる歩道環境を整備する「冬期バリアフリー計画」も主要な整備はほぼ

完了しています。これは、海水熱源や地熱を利用した歩道の融雪やアーケードの設置によって、中心市街地の無雪空間を増やし、冬でも快適に歩け、雪かきからも解放される環境を作り出そうというものです。



青森駅前にあるミッドライフタワー(左)。すぐそばにアウガがある

こうした取り組みのほか、'00年には^{※6}TMO組織である(有)ピー・エム・オーが管理する多目的広場「パサージュ広場」が駅前の新町通り沿いにオープンするなど、民間の力も相まって、歩行者通行量は、青森駅前の新町通りで平日4,528人('00年)から6,004人('04年)に、休日も5,544人から7,896人と、増加が見られています(表3)。中心市街地の人口も'00年と比べて'04年には約900人増加するなど(表4)、中心市街地の再活性化は、徐々にその成果が表れてきています。

郊外部を保全し、新しい市街地の核を作らない

中心市街地の再活性化とともに、青森市が重視していることは郊外部の保全です。これは、中心市街地の衰退を防止するとともに、優れた自然環境を保全する意味合いがあります。

現在、青森市が掲げているアウターエリアには大型ショッピングセンターはありません。また、'10年に開業

表3 青森市新町通り(駅前地区)の歩行者通行量の推移

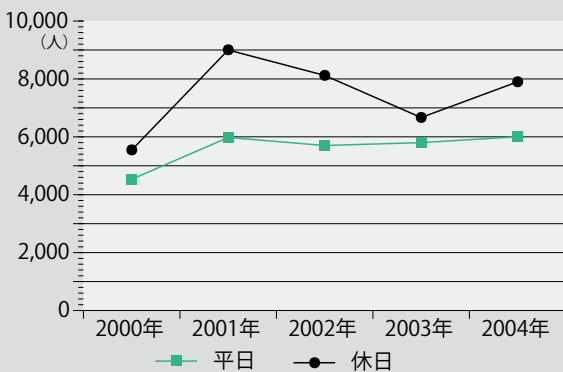
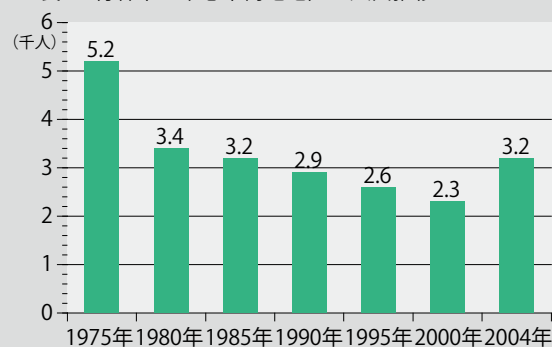


表4 青森市の中心市街地地区の人口推移



予定の新幹線駅となる新青森駅はミッドエリア、中心市街地から4kmほどの所に位置することが決まっています。このエリアは、都市計画では近隣商業地域や商業地域に位置付けられるため、本来であれば1万m²を超える大型ショッピングセンターの建設も可能ですが、地区計画を導入することで、店舗面積3,000m²、高さ20mを超える建築物は建設することができなくなっています。新幹線駅を空港のような駅にとらえ、二次交通を充実させることで中心市街地や観光地に足を運んでもらおうという考え方です。新幹線新青森駅周辺には中規模の商業施設やホテルのみの建設とし、あくまでも青森市の中心市街地は1ヵ所であることを貫き、第二、第三の核となるような市街地を形成しないこととしています。

一方、市街地を取り囲む農地の保全や豊かな自然の生態系を守るにも取り組んでいます。特に、青森市には日本一おいしい上水道の水源があることから、水道水源保護条例の制定やぶなの植林を行うとともに、準都市計画制度などを活用して、無秩序な郊外の開発を規制しています。

地方の取り組みが国を変える

空洞化が進む中心市街地の活性化については、'98年に「大規模小売店舗立地法（大店立地法）」「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律（中心市街地活性化法）」「改正都市計画法」の、いわゆる「まちづくり三法」が制定され、さまざまな対策が講じられてきました。しかし、居住人口の減少や公共施設の移転、郊外への大型店の立地など、中心市街地の活性化は思うようには



冬期バリアフリー計画で、歩道空間は快適に

進まず、その結果、昨年、都市計画法と中心市街地活性化法が改正されるに至っています。

まちづくり三法見直し議論の過程では、それまでの政策検証が進められましたが、そこでは青森市におけるコンパクトシティへの取り組みが先駆事例として評価され、改正法の考え方に影響を与えたと考えられます。都市計画法改正の国会審議に参考人として出席した佐々木市長は、「実行段階で効果を発揮する仕組みになった」とまちづくり三法の見直しを評価します。地方の取り組みが、国の枠組みを変えていった大きな経験ともいえるでしょう。

コンパクトシティの実現に向けて、さまざまな取り組みが進む青森市ですが、一方で今後の課題も残っています。たとえば、まちなか居住を推進していくと、郊外部に空き家が発生することが考えられ、その活用とともに住み替えにかかわる仕組みづくりが必要です。また、市内の公共交通はバスが中心ですが、不採算路線の再編も大きな課題となっており、今後は各種の調査のもと、具体的な戦略を検討していかなければならないと考えています。

青森市では昨年10月に全国の自治体に先駆け、建物の用途制限がほとんどない準工業地域において、床面積1万m²以上の大規模集客施設を建てることができなくなるという「青森市特別用途地区内における建築物の制限に関する条例」を施行しています。また、今年2月には、改正中心市街地活性化法に基づいて、富山市とともに中心市街地活性化の第1号の地域認定を受け、今後さらに中心市街地の再活性化を図っていくとしています。

雪の多い北海道においても、青森市の取り組みには学ぶべき点が多いように思います。北海道においても、なぜ都市機能を集約したまちづくりが必要なのか、わがまちの特徴は何かをしっかりと分析し、これからのまちづくりに活かしていくことが望まれます。

新交通による コンパクトな まちづくり

～富山県富山市～



富山県富山市
Toyama

昨年4月、新交通、^{※1}ライトレールが開業し、全国的に注目を浴びているのが富山県富山市です。今、富山市では、ライトレールをリーディング・プロジェクトに、公共交通を活用しながら都市機能を集約したコンパクトなまちづくりを目指して、さまざまな取り組みが始まっています。また、これと合わせて中心市街地活性化に向けた再開発事業も進められ、都市再生の動きが加速しています。

次代に向けたまちづくりが進む、富山市の取り組みを紹介します。

拡大し続けた市街地からコンパクトなまちへ

富山市は、2005年4月に7市町村が合併し、現在人口約42万人（合併前の旧富山市は約32万人）、面積約1,200km²（同約200km²）と広がりのあるまちになっています。旧富山市、現在の富山市も三方が山に囲まれ、残る一方は海という地勢で、平坦な地形が特徴です。これに加えて富山県全体では、乗用車は1世帯あたり1.73台（全国第2位、自動車検査協会発表、'05年3月末現在）、道路整備率が71.7%（全国第1位、「道路統計年報」'04年4月1日現在）と、交通面では自動車に依存している現状がありました。また、持ち家志向も高く、これらの要因から郊外に住宅を求める市民が多く、市街地が拡大し、薄く広い低密度な市街地を形成していったのです。

それを具体的なデータで見えていくと、^{※2}DID面積とDID人口密度の推移は、面積は増加傾向、人口密度は減少傾向となっています（表1）。また、市街地の人口密度も県庁所在都市の中で最下位に位置しているなど、将来のまちづくりの課題となっていました。市街地の郊外部への拡大は、人口増加時代にはよかったものの、人口減少や高齢化社会の到来を考えると、必ずしも住民にとって好ましいものではありません。車を自由に使えない高齢者には暮らしにくいまちになり、当然、道路

※1 ライトレール
軽量軌道交通。LRT (Light Rail Transit) ともいわれている。

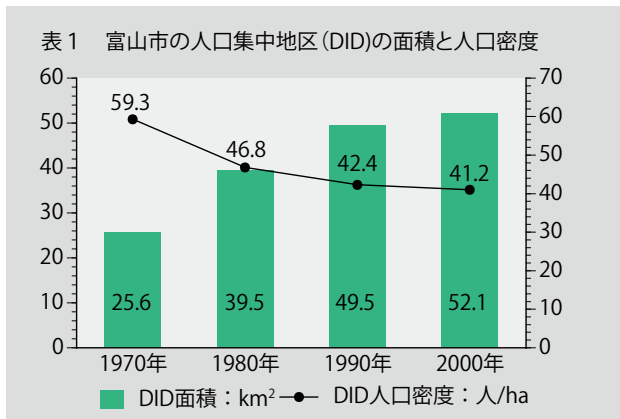
※2 DID
人口集中地区 (Densely Inhabited District) の略。市区町村の境界内において人口密度の高い (約4,000人/km²以上) の国勢調査区が集合している地域と、人口5,000人以上を数える地域をどちらも満たしている市街地がDIDとなる。DIDの人口と面積は、国勢調査で得られた結果を用いて算出している。

や下水道など、都市管理の行政コストも高くなります。中心市街地の空洞化が進めば、都市全体の活力や魅力もなくなってしまうのです。

たとえば、『富山市コンパクトなまちづくり調査研究報告書』によると、人口密度と住民一人当たりにかかる維持・更新費用（住民が享受する維持・更新サービスにかかる費用）の関係を見てみると、おおむね1ha当たり40人で負担と受益が一致するという試算が出ています（表2）。また、今後の富山市の人口は、10数年後には40万人を下回るという予測がされており、高齢化率

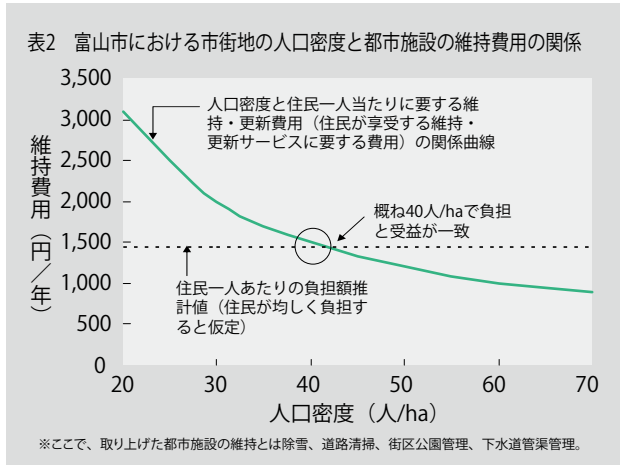
もこのころには30%を超えると考えられています。

そこで、こうした課題を克服しつつ、望ましい都市の姿を実現するために、富山市では広く薄く低密度になった市街地を、鉄軌道をはじめとする公共交通を活性化させ、その沿線に住居、商業、業務、文化などの都市機能を集約させることにより、交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくりを目指すことにしたのです。駅周辺は徒歩で活動できる範囲とし、それをお団子にたとえて、それらを串で刺すような公共交通を一定のサービス水準で確保し、いわば「串団子」のような都市構造を目指していくというものです（図1）。

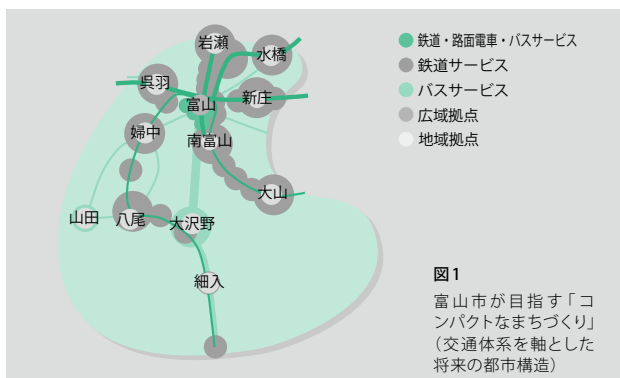


富山ライトレール開業の背景

富山市内の鉄軌道には、JR北陸本線、高山本線、富山地方鉄道があり、現在の富山ライトレールの基盤となったJR富山港線がありました（図3）。しかし、富山駅から北方面に向かう富山港線は、1日の列車本数19本と、ピーク時に比べて半数近くになっており、終電も21時台と不便な路線で、'95年～'00年の5年間で、沿線人口は3%ほどしか減少していないにもかかわらず、富山港線の利用者数は25%も減少し、赤字路線となっていました。



ところで、富山県では県や市、JRなどによって早くから新幹線の富山駅開業に向けた検討が水面下で進められていましたが、'01年度に北陸新幹線の富山駅までの事業認可が下り、'04年12月に政府与党の申し合わせによって長野～富山～金沢間のフル規格での整備方針が決定され、翌年4月に富山～金沢間及び福井駅部の工実施計画が認可されることになりました。富山市では在来線を高架化する連続立体交差事業を行うことになりましたが、富山港線を含めた場合のこの事業は多くの支出を伴います。そこで一つの大きな課題となったのがJR富山港線の不採算性でした。



また、富山市としても富山駅周辺が広域交通の結節

点として一段と役割が増すことになり、今後のまちづくりの方向性をしっかり描いていくことが求められていました。そこで、市ではこの機会を積極的に活用してこうと、県都にふさわしい交通拠点の整備、そして鉄道によって分断されていた南北市街地の一体化を目指してこうと考えたのです。

事業にかかわる県、市、JRの3者にとって、より負担が少なく、かつ、市が目指しているまちづくりの方向性に沿って、最終的に出された結論が、JR富山港線の路面電車化です。JR側としては赤字の不採算路線を手放せるという利点があります。そこで、富山市はJRから寄付金を得て、JRの財産を買い上げ、鉄道路線を活用した路面電車の整備を行うことにしたのです。費用負担の面で3者の利益が一致したことで、富山ライトレールの開業を短期間で実現することが可能となりました。

そして、この路面電車化は富山市におけるコンパクトなまちづくりのリーディング・プロジェクトと位置付けられます。

公共交通を地域が支援

ところで、JR富山港線の歴史は、'24年に開業した富山港鉄道（富山口～岩瀬港）から始まっており、地元の有志によって計画されたものでした。戦前から戦後しばらくの間は沿線に多くの工場が進出し、活気がありましたが、'43年に国鉄に買い取られ、その後、JR西日本へと引き継がれ、'70年代になると工場の撤退が始まりました。富山港線は、8kmほどの短い距離に10駅、駅と駅の区間で最も短いところは500mしかなく、短距離をこまめに走って人を運ぶという特徴があり、もともと鉄道よりも路面電車的な要素がありました。また、市内には既に市電があり、市民としても親しみやすかったといえます。

富山ライトレールは、旧鉄道路線を6.5km活用（一部廃止）し、新たに道路上を走る軌道区間を1.1km整

備、7.6kmを約25分で結ぶようになりました。それまで30～60分に1本だった運行間隔を15分（ラッシュ時は10分、早朝・深夜は30分）に、終電も21時台から23時台に、駅数も9駅（富山駅除く）から13電停に充実し、車両は全車低床車両となって、高齢者にも利用しやすくなりました。

また、富山ライトレールにおける交通サービスの提供



図2
富山ライトレールの路線図
（「富山港線の事業概要」より）

図3
富山市内の鉄軌道（「富山港線の事業概要」より）



赤、緑、黄など7色のカラーでデザイン性にも優れている富山ライトレール



日中でも多くの人でにぎわう車内

と施設の運営は、第3セクターの富山ライトレール株式会社が行っていますが、維持・管理及び更新・改良の費用負担は公共が行う公設民営方式がとられています。地方都市における鉄道は、運賃収入のみで施設の更新や維持を行っていくことは困難な状況にあることをしっかり認識し、民間には^{※3}イニシャルコストを負担させないという考え方です。赤字だから公共交通をなくしてしまうという短絡的な発想ではなく、公共交通を一種の社会施設ととらえて、地域住民の支援も得ながら維持していこうというものです。

地域の支援体制では、沿線自治振興会で組織された「富山港線を育てる会」が設立されたほか、同会と富山ライトレール(株)、富山市で組織された「富山港線路面電車化支援実行委員会」で公共交通支援の寄付を呼びかけています。この寄付は「富山港線路面電車事業助成基金」として、今後の施設維持などの財源として活用されることになっています。

また、各電停には市民や企業からの寄付を得て、その方々の氏名や企業名、メッセージを刻んだ金属プレートがついたベンチがあり、新しい電停の命名権も有償で譲渡する募集を行い、地元企業2社から支援を得られるなど、さまざまな地域の支援が生かされて開業に至っています。

富山ライトレール開業の成果と意義

昨年4月29日に開業した富山ライトレールは、開業から195日で総利用者数100万人を突破しました。開

業前のJR時代には、1日当たり平日2,266人(休日1,045人)だった利用者数が、同4,901人(同5,676人)と当初の目標値3,400人(1日当たり)を上回る結果となりました。また、終点駅周辺の岩瀬地区の観光客が施設によっては18倍に急増するなど、大きな効果が見られています。合わせて、沿線では駅周辺の朝市の復活や観光案内ボランティアの発足、デザイン性に優れた車両が子供たちに人気で、家族連れが遊園地的な乗り物として利用したり、バリアフリー化による高齢者の外出機会の創出など、公共交通の新しい利用の仕方にもつながっています。全市民アンケートでも9割の市民が評価しているほか、今も視察や観光客などが相次いで富山市を訪れるなど、市外・県外からの注目も高くなっています。

富山ライトレールの開業には、コンパクトなまちづくりを進めていく上で、多くの学ぶべき点があります。一つは、高齢者をはじめとする交通弱者をしっかり支えていくという視点です。こうした人たちが安心して暮らしていける仕組みを整えたといえるでしょう。また、富山ライトレールには、それまでJR富山港線を利用していなかったとみられる高齢者や自動車からの転換者が多く利用するようになり、潜在的な需要を引き出したともいえます。

既存ストックである鉄軌道を有効に活用して自治体や企業の負担を抑え、社会的便益を最大にしたことも大きな特徴です。行政はイニシャルコストを、民間はランニングコストを、という一歩踏み込んだ公設民営の仕組みも貴重な経験といえるでしょう。市民や地元企業が富山ライトレールを支援する仕組みをつくり上げ、実際に支援活動に参加している点も大いに学ぶべき点ではないでしょうか。

中心市街地活性化に向けて

富山市で公共交通の充実とともに取り組まれている

※3 イニシャルコスト

初期費用のこと。ここでは施設の維持・管理などを含めて富山市が支援し、富山ライトレール(株)は運賃収入などで人件費や動力費などを賄って経営することとなっている。



5万円で名前などを刻んだ金属プレートがついたベンチ



地元の学生がデザインしたというキャラクターを使ったグッズや富山ライトレールをイメージした菓子なども販売されている

のが、中心市街地の活性化です。特定日の駐車場無料化や、チャレンジショップ、業種の多様化など、さまざまな取り組みがなされています。しかし、富山駅周辺の通行量は増えているものの、中心市街地は減少傾向にあります。そこで、今後のまちの核として期待されているのが、^{そうがわ}総曲輪通り南地区市街地再開発事業とグランドプラザの開業です。

総曲輪通り南地区市街地再開発事業は、石川、富山、新潟の3県を拠点に営業する百貨店、株式会社大和の百貨店を核にした商業ビルで、今年秋ごろの竣工を目指して工事が進められています。これに隣接する形で整備されているのがグランドプラザです。65m×21mの広大なスペースをガラスの屋根で覆い、全天候に対応する歩行者スペースを確保。そこでは大型ビジョンの放映やオープンカフェ、各種のイベントなども開催可能で誰もが集える空間にしようというもので、こちらも今秋のオープンを目指して、工事が進んでいます。

また、都市計画法の改正に伴い、大規模な集客施設の立地について、上乘せして規制できる「富山市特別用途地区建築条例」を昨年12月に可決し、準工業地域の全域に特別用途地区を設け、延べ床1万m²を超える店舗や遊技場、映画館、劇場などの立地を規制しています。今年2月には、青森市とともに改正中心市街地活性化法に基づく、第1号の地域認定を受け、中心地のにぎわい創出に向けて、新たな取り組みを始めています。

また、都心地区となる436ha内には、現在1ha当たり55人の人口密度ですが、これを'14年までに全国平均の65人まで増やして、まちのにぎわいを取り戻そうと考えています。このため、'05年から10年間で、約7,000人、3,000戸の住宅供給を目標に、共同住宅の建設や住宅取得の促進をうながすように、まちなか居住推進事業が進められています。共同住宅を建設する際や、市民が同地区内に住宅を取得したり、転居する際に、

それぞれ補助を行って、まちなかに住んでもらおうというものです。既に昨年の段階で160人ほど増加しており、その成果も徐々に現れています。

こうしたさまざまな取り組みと公共交通の充実で、コンパクトシティを実現していこうとしているのです。

今後に向けて

公共交通を軸とする、富山市のコンパクトなまちづくりへの取り組みはまだ緒についたばかり。今後は市内電車の環状線化や南北路線の相互乗り入れなどが検討されています。

厳しい財政の中ですが、富山市都市整備部の根塚俊彦部長は、「メリハリをつけた運営をしようと考えています。なぜ中心部ばかりにという声もありますが、富山ライトレールの開業や再開発事業、まちなか居住などの施策もあり、中心部では人口も増え、地価も下げ止まりになってきています。中心部が起爆剤になれば、それが周辺に広がっていくと確信しています」といいます。

長い年月をかけて郊外に広がってしまったまちを、想定している串団子のような公共交通を軸にしたまちにしていくためには、長い時間がかかる上、市民の理解も重要です。そのため、これまで森雅志市長自らが各地域に出かけて、コンパクトなまちづくりの実現の重要性を出前講座と称して、市民に説いてきたといいます。

富山市の担当者は、「市長の考え方、軸がぶれないからここまでやってこれた」といいます。コンパクトなまちづくりには、トップの政策の一貫性が重要であることを示唆しているようです。

なぜ、今コンパクトなまちづくりか。まちの現状や将来予測をしっかりと見極め、市民も共感できるまちづくりが、徐々に形になってきた富山市。地方都市が生き抜いていくための知恵と経験が富山市にはあるように思います。



グランドプラザなどの整備が進む総曲輪通り



ライトレールの開業でさまざまな波及効果が見られるという根塚部長

民の知恵と力で 街のにぎわいを創出

～帯広市・北の屋台にみる中心市街地の活性化～



にぎわいをみせる北の屋台



今、全国で屋台がブームになっています。その火付け役ともいえるのが、帯広市にある「北の屋台」。開業4年目には年間18万1千人の来客数、売り上げも3億4千万円を記録し、今もたくさんのお客様から支持を受けています。

民の力で街のにぎわいを創出した北の屋台の取り組みから、その要因を探ってみます。

北の屋台とは

「北の屋台」は、2001年7月に開業。3坪の小さな空間に客席9席程度の屋台が20店ほど立ち並ぶ一角です。屋台の出店者は3年ごとに更新され、'04年7月に第2期の出店者が開業しています。居酒屋や串焼き、中国料理やイタリアンなど、いずれも地元産の素材を生かしたメニューが味わえる帯広の名所となっています。

北の屋台誕生のきっかけは'92年、青年会議所のメンバーが集まって、帯広に大学をつくらうという動きから始まっています。帯広市が位置する道東の十勝地方は、自然が豊かで農産物の生産も盛んです。こうした十勝の特徴を生かして、地球環境を研究する大学づくりを目指していこうと、国際環境大学構想を打ち出します。しかし、地元での盛り上がりは欠け、なかなか前に進みませんでした。そこで、この構想を少しずつでも形にしていこうと、'96年に青年会議所のメンバーが中心となって、十勝から21世紀型のライフスタイルの提案と実践を行い、世界に情報を発信していこうという狙いで、「十勝環境ラボラトリー」（その後、'02年に「十勝場所と環境ラボラトリー」に名称変更）を設立します。

十勝環境ラボラトリーは、地球環境に貢献していくことを目的に、アイヌを題材にした環境童話の絵本の出版や公開講座の毎月開催、十勝で自給できる化石燃料以外のエネルギーを利用した自動車や農耕機械・住宅の開発など、九つのプロジェクトを進めていきました。

その一つが北の屋台の母体となった「都市構想プロ

ジェクト」です。これは、「場所」の特性を重視した地方都市におけるまちづくりを研究するプロジェクトでした。'96～'98年の3年間にわたり、研究者とともに帯広の街中を調査研究し、中心部の一部を広場化することや公共交通のあり方など、100頁にもわたる提案書を帯広市と商工会議所に提出したのですが、この提案は受け入れてもらうことができませんでした。

そこで、メンバーたちは、陳情型でなく、自分たちの資金と行動力でまちづくりを実践していこうと考えます。若者や他のまちづくり団体などにも呼びかけて、「まちづくり・ひとづくり交流会」を設立。交流会では共通認識を持つために地域の歴史の勉強を何度も重ね、最終的には「十勝」という場所の特性を生かしたまちづくりをしようということになり、「場所のアイデンティティを表現するためには中心部というへそが必要である」という共通認識を持つようになったのです。さらに、資金面から「屋台」と「市場」というキーワードが出てきました。

その後、屋台に関して徹底的な調査を行い、法律の壁も克服し、開業に至ります。当初の計画では、メンバーが少しずつ資金を出して、1台の屋台をつくり、中心街に繰り出して交代で店主を務め、その利益で屋台を増やしていこうと考えていましたが、最終的には出店希望者を募り、通年営業で20店の屋台を一つの空間に集約させるという形態に変更されます。民間の駐車場を借り切って、そこに20店の屋台を設置。両サイドに設置された屋台と屋台の空間が通りのように感じられ、屋台の中から聞こえる声や、どの店に入ろうかと通りを歩く人たちの姿がにぎわいを創出しています。

徹底した調査研究が成功のカギ

'05年8月から'06年7月までの1年間で、北の屋台は来客数17万4千人、売り上げ3億4千万円を計上しました。客単価は平均で2,000円弱となっており、来客数はピークの前年から比べると多少減少しているものの、

売り上げ、客単価とも増加傾向にあります。

この成功の背景には、徹底した調査研究活動があげられるでしょう。

まちづくり・人づくり交流会の時代には、まず、全員が共通認識を持つと、市街地や郊外を見て回りました。大型店が立ち並ぶ郊外は、ほかのまちと同じ風景に見え、まったく個性が感じられなかったといいます。効率性ばかりを優先する大型店では、人と人とのコミュニケーションは図れません。これに対して中心市街地のできることは、そのコミュニケーションを創り出すことではないかという結論に至ったのです。

また、帯広の歴史を研究してみると、帯広の中心市街地が交通手段の変遷に合わせて、時代とともに変化してきたことが判明します。開拓時代には船が主な交通手段だったため、十勝川と札内川、帯広川の三つの川が交差する川沿いに、馬車が使われるようになると南北の国道が交差する道路沿いの内陸に、鉄道ができると駅周辺にと、中心市街地が変わってきていたのです。

こうした調査の結果、地域のアイデンティティを守るためには、中心市街地を活性化することが重要であるという共通認識をメンバー全員が持つようになります。

また、各メンバーが海外旅行に行く機会を活用して、その地にある屋台を見てまわり、写真撮影。アメリカや台湾、韓国や香港など、世界各地の屋台について、写真を活用しながら研究しました。これに加えて、日本の屋台の歴史も調べ始めます。こうして、屋台は世界中どこにでもあり、商いの原点であることを認識しました。



世界各国の屋台の写真は報告書にまとめた

その後、この活動に着目した中小企業団体中央会から補助金支給の話が舞い込み、そ



多少来客数は減るものの、冬場も人気の北の屋台

の資金を活用して、福岡・呉・広島・大阪・東京・仙台などを視察調査。この過程で、道路法、道路交通法、公園法、そして食品衛生法などの法律が屋台開業の大きな壁になっていることがわかりました。国内には各地に屋台がたくさんあったのですが、現業者一代限りの営業権しか認められていないため、ほとんどの屋台が姿を消してしまっていたのです。

道路法や道路交通法、公園法などは道路上で営業することに対する制約だったため、私有地で屋台を展開することには問題ありません。そこで、民間の駐車場を借り上げて、そこで営業しようという結論になったのですが、大きく立ちはだかったのが食品衛生法でした。食べ物を衛生的に提供するために、多くの決まりごとがあり、それが大きなネックとなったのです。この壁を突破するために、再度、福岡の屋台を調査。その結果、^{ちゅうぼう}厨房を固定し、客席を移動する屋台の形に作り上げることで、この壁を突破することができたのです。また、福岡の屋台では衛生上の問題で、直前に熱を加えた食べ物でなければ提供できないのですが、厨房を固定することで、飲食店としての営業権が与えられるため、鮮魚や生野菜のサラダなど、メニューの幅も広がったのです。

また、福岡の調査では、「屋台は冬の風物詩である」

という認識を持つようになりました。地元では寒い冬が屋台には不向きだという多くの批判がありました。福岡と帯広の気象データや営業期間などを比較して、帯広こそ屋台に最適な地であることも突き止めます。開業前の冬には寒さ体感の実験、開業直前には全国を対象にした屋台に関するアンケートも行っています。

こうした開業前の調査に加えて、開業後も各種の調査やデータ管理を続けています。各店の毎日の来客数・売り上げはもちろん、気象データや各種のイベント、来客者に対するアンケート調査などが継続的に行われています。

昨年の冬と夏に行われた来客者動態調査では、冬と夏の客層にほとんど差が見られず、十勝管内の地元客が7割、管外・道外客が3割、圧倒的にリピーター客が多いことがわかりました。調査期間の制約があったため、通年データではありませんが、地元客が行く店には観光客もやってくるということをデータで示したといえます。

地域を巻き込むPR活動

こうした成功の影には、もう一つ、地域を巻き込む仕掛けづくりがなされていたと考えられます。

地元住民に北の屋台の存在を認知させ、機運を盛り上げていこうと、3日に一度は新聞に取り上げてもらえるように、さまざまな工夫をこらします。北の屋台がまだ構想段階だった'99年から、十勝毎日新聞や北海道新聞で、その活動が紹介されるようになり、これをきっかけに、他紙をはじめとする各種メディアも取り上げ、第1期の出店者募集告知にも大きな役割を果たしました。屋台のデザインを全国に募集した「北の屋台アイデア・デザインコンペティション」の実施、各種のシンポジウムやフォーラムの開催など、話題性は豊富でした。

北の屋台開業に当たっては、各店のメニューづくりにも地産地消の視点も組み入れました。質のよい地元産品

は大消費地の関東圏などに出荷されてしまうため、地元ではなかなか食べられなかったのですが、生産者である農家の人たちが北の屋台を訪れるようになり、お客さんと触れ合うことで、生産者の



農家直送の市場は人気

誇りにつながり、さらには北の屋台を訪れる地元客の誇りにもなっています。その結果、より質のいいもの、珍しい品種の農産物が入荷されるようになり、新しい魅力につながるという、相乗効果になっています。農産物だけでなく、北の屋台の取り組みに賛同した漁業者からはシシャモやホッキ貝などの魚介類が入荷されるようになり、メニューの幅も広がりました。農産物や魚介類の旬の季節には、地産地消フェアを開催。各店がオリジナルメニューを提供し、大変な人気となっています。

このほか「夕やけ市」と称して、6月から10月までの夕方に北の屋台の広場で市場が開かれています。北の屋台の店主のほか、周辺の飲食店スタッフや市民が足を運び、新鮮な地元の野菜を購入できる場となっています。開業2年目の夏には、マジックやチンドン屋、大道芸などのパフォーマンスが楽しめるイベントも開催され、地域の人たちが交流し、親近感を増すきっかけにもなりました。



夏にはチンドン屋が登場

さらに、地域のインキュベーター機能を持たせようと、第2期のリニューアルオープンと同時に、「起業塾」制度を取り入れています。1年間の

最低賃金を保証して飲食店開業の実習を北の屋台で行ってもらおうというものです。北の屋台の営業店を3年で入れ替えるという考え方は、ここでノウハウを学び、顧客をつかみ、資金を稼いで独立してもらい、中心市街地の活性化につなげていこうという狙いがあり、北の屋台の近くのビルで開業している第1期の卒業生もいます。

こうした地域を巻き込むさまざまな仕掛けによって、地元の機運が盛り上がり、北の屋台の魅力が受け入れられ、地元で愛される北の屋台として定着したといえるでしょう。

中心市街地への波及効果

ところで、向かい合った店と店との間は、通りを演出したのですが、2.5mしかありません。実はこの幅も大阪の月の法善寺横丁を視察した結果導き出されたものです。まっすぐに通り抜けながら、両側の店内を見ることができ、数人が歩いているだけで、にぎわいが感じられる幅なのです。にぎわいを創出することで、中心市街地の活性化につなげていくための工夫です。

しかし、当初、周辺にある飲食店は北の屋台の計画には大反対でした。競争相手が増えるだけだという見方でしかなかったのです。ところが、ふたを開けてみると、北の屋台はわずかな収容力なので、入店できないお客さんが他の飲食店に行くという現象が起きて、半径100mほどの飲食店では来客数が増えたのです。

さらに、歩行者天国の開催やまちなか居住促進の動きが見られるようになるなど、北の屋



北の起業広場協同組合専務理事のほか、十勝場所と環境ラボラトリーの専務も務める坂本さん。観光カリスマにも選ばれている



狭い店内がコミュニケーションを生み出す空間に

台の取り組みが新しい中心市街地活性化の動きの契機となったようです。

「北の屋台の一番の成果は、マインドです。当初は多くの人が帯広で屋台ができるはずはないと、大反対されました。でも、多くの人たちに支持され、全国的に注目されるようになったことで、自分たちにも何かできるというマインドが醸成されたと思います」と北の屋台を運営する北の起業広場協同組合の坂本和昭専務理事はいます。

徹底した調査、そこから得た知識を生かして突破した法律の壁、地域を巻き込む仕掛けづくり、そして何よりも陳情型でなく、自分たちの力でやっという強い信念が、北の屋台の大きな原動力になったといえるでしょう。

不便が生み出すコミュニケーション

北の屋台では、どの店も3坪で、その中に厨房、コの字型のカウンター、9席前後の客席があるつくりになっています。一人の店主がお客さんとコミュニケーションを図るには、三方に3人ずつが最適な配置であると考えたのです。また、客同志に会話が生まれる工夫もあります。心理学的にみれば、相手が敵か味方かわからない初対面の人とは70cm以上の距離を持って接するの

が本能だといいます。ところが、この距離を縮めて、肩と肩が接する狭い空間を作り出せば、警戒心が薄れて、味方であると認識し、会話が生まれるのです。奥の席にいる客は、トイレに行くときに出入り口近くの客に立ってもらわなければいけないので、それがきっかけになって会話が生まれます。

この工夫を坂本専務理事は、「不便さが生み出すコミュニケーション」といいます。わざと不便につくって、コミュニケーションを発生させているのです。

「中心市街地と郊外の大きな違いは、やはり人と人とのコミュニケーションではないでしょうか。あまりにも便利につくりすぎてしまったことで、コミュニケーションを必要としない時代になったように感じられますが、多くの人が携帯電話を持っているように、誰かとコンタクトしたいと思っているのではないのでしょうか。コミュニケーションがもっと出てくれば、殺伐とした世の中、社会が変わっていくと思います。今まで地方が求めてきたものは、ミニ東京化でした。でも、もうその考え方は破たんしています。適度な不便さにもよさがあることを考えるべきではないでしょうか。うちのまちには立派な施設はないけれど、代わりにこんないいものがあるというものがあるはず。今あるまちのよさをみんなが認識すれば、それは自慢になります。自分のまちを自慢できるようになれば、日本はもっと活性化するはず」。

まちづくりの活動では、資金的に行政の支援を受けて活動をする例が多いのですが、それがなくなると活動が終わってしまう例も少なくありません。「自分たちの責任の取れる範囲で覚悟を決めて活動をしていくことも重要だ」と坂本専務理事はいいます。また、行政側が、本当に熱意のある人たちかどうか、どんな活動でどれだけ努力しているのかという見極めを持って補助金を交付することで、一層の成果が望めるはずだともいいます。

北の屋台の取り組みは、「不便さが生み出すコミュニ

ケーション」という、今まであまり語られていなかった考え方を提示し、「地域イノベーション」を実践したともいえるのではないのでしょうか。

また、大学構想や都市構想プロジェクトの活動、さらには北の屋台を実現する過程で、これらの提案が地域の行政や各種団体、あるいは一部の市民に受け入れられなかったことが、逆に大きなエネルギーとなって、現在の成功につながっています。実現のために自ら徹底した調査を行い、その結果をしっかりと消化し、独創的な知恵を民の力で生み出してきたことから、多くの教訓を学ぶことができます。

今、全国には北の屋台をモデルにした30ほどの屋台が見られるようになっています。北の屋台の取り組みは、地方都市活性化に向けた北海道における貴重な経験といえるでしょう。



北の屋台は「生活の場としての通りの再生」がコンセプト。通路は「いきぬき通り」と名付けられ、シンボルの「ikinukin (イキヌキン) 像」が設置されている



「マチ」と「みなと」の 連携強化で 都市再生

～稚内市～



日本最北端のまち・稚内市では、「日口友好最先端都市の形成」をテーマに、都市観光の視点から都市を再生するプロジェクトが進められています。厳しい財政環境の中でも、将来を見すえてしっかりと都市基盤を再構築し、まちの再生を図っていかうとさまざまな取り組みが進められています。

国の施策をうまく活用しながら、個別の事業を有機的に連携させ、特性を生かした都市再生を目指す稚内市を訪れました。

南地区に広がる市街地と、中心市街地の衰退

稚内市は人口約4万2千人。1880年代後半から東西150m、南北2kmの区域に細長い市街地を形成していったまちです。市街地は海岸線と丘陵地に挟まれ、港との間には鉄路があります。このため、「マチ」と「みなと」が分断されたような状況にありました。

'80年代になると南地区に宅地が展開されるようになり、市街地が拡大していきます。さらに、'90年代には道北地域を中心に展開する百貨店が同地区に移転。これをきっかけにその周辺に大型店が立地するようになっていきました。また、稚内、紋別を結ぶ国道238号と、稚内、旭川を結ぶ国道40号が交差する地点も南地区側にあり、JRの終着駅である稚内駅の一つ手前には南稚内駅があります。このため、南地区は交通の結節点、外からの玄関口として機能していた背景があります。

南地区への市街地拡大によって稚内駅を含む中心市街地は、'85～'02年で58.2%もの人口減少が見られています。高齢化率も全体では17.5%ですが、中心市街地側は27.2%となっており、急激に人口減少と高齢



都市再生にかかわるさまざまなプロジェクト

化が進んでいました。中心市街地の人口減少に伴って、商店街の売り上げも'97～'02年で17%減少。さらに、'02年の82万人をピークに観光客入込数も減少し、中心市街地の衰退が大きな課題となってきました。

中心市街地にはバスターミナルやフェリーターミナルのほか、市役所や市立病院、郵便局や文化センターなど、暮らしに必要な基盤整備が整っています。住んでいる人たちからは暮らしやすいという評価があるものの、なかなかそのよさが広く認識されず、結果的に南地区に約7割の人口がシフトするような状況に陥っていたのです。

「マチ」と「みなと」を一体的に

稚内港を中心とする稚内市の臨港地区は、旧樺太の玄関口と北海道北部開発の拠点として港湾整備が進められ、その後も道北地区における物流拠点、北方漁業の基地、利尻島・礼文島への連絡港として、重要な役割を担ってきました。

'91年度には臨港地区の再開発事業として、国と稚内市による大型プロジェクト「マリンタウンプロジェクト」がスタートしています。このプロジェクトは第1期事業が'95年度に終了しており、ホテル複合施設や温水プールの建設、緑地の整備などが行われました。現在、中央埠頭の埋め立てや岸壁の整備など、第2期事業が進められており、国内航路と国際航路のフェリーターミナル機能を中央埠頭に集約して、効率的な運航を行うことを検討しながら、'10年の完成を目指しています。

一方、'98年に中心市街地活性化法が施行され、稚内市においても中心市街地の活性化に向けて検討が始まりました。そこで課題となったのが、「マチ」と「み

なと」の接点が弱いことで、街に住む人の生活では、なかなか港を感じられないことでした。せっかく港側に投資が発生しても、それがうまく街の中に生かされる仕組みになっていないのです。そこで、この「マチ」と「みなと」を一体化していく計画推進が必要ではないかという議論が起きました。

稚内市内では、'00年2月に地元の異業種交流会が中心となって「わからない産業クラスター研究会」が発足していましたが、同会では風力発電事業などとともに、稚内港地区におけるシーグランド計画を検討していました。古い港の風情が残る第一副港を活用し、フィッシャーマンズウォーフのような取り組みができないかと考えたのです。そして、水産や観光、サハリンをキーワードに、かつての浜のにぎわいを再生しようと、'02年に「稚内シーグランド計画（第1副港再開発計画）」が発表されます。

その後、この計画は実現に向かって着々と取り組みが進められ、今年4月28日には「稚内副港市場」としてオープンする予定です。第一副港に面した海岸沿いの地区に、地元海産物を販売する市場や地産地消にこだわった屋台村、各種のテナント、温泉などが誕生することになっており、市民も観光客も利用できる施設として期待を集めています。周辺には、昨年既に海産物販売の大型店とガラス館が開業しており、新しい稚内の新名所になっていくと考えられます。

また、稚内市では'02年から中心市街地活性化計画の策定に着手し、'05年2月に「稚内市中心市街地活性化計画」を発表しました。JR稚内駅舎と駅前広場、交流施設等を一体的に整備する構想が盛り込まれ、駅を中心とした稚内の新しい顔となることが期待されています。

臨港地区における「マリンタウンプロジェクト」と「稚内シーグランド計画」、「稚内市中心市街地活性化計画」、この三つに合わせて市街地再開発へ向けた「稚



4月にオープン予定の稚内副港市場のパス。市場内には、稚内や港、サハリンの歴史を学べるギャラリーや、サハリン料理を味わえる飲食ゾーンも計画されている



さまざまなサハリン交流も盛ん

稚内における国際交流と観光

ところで、稚内では'95年にサハリン・コルサコフ港との定期航路が再開し、'02年度に5千人弱だった乗客数が'05年度には6千人を超えています。また、'02年度には約1千5百tであった輸出入貨物量も'05年度には7千tを超えるなど、サハリンとの交流が活発化していました。

これを契機に、カニをはじめとする水産物の輸入が増加。税関の開庁時間の制約などから貿易面での支障が出るようになりました。そこで、稚内市では'03年度に「国際交流特区」を申請し、5月23日（同年11月28日に追加認定）に認定を受けます。

税関の臨時開庁手数料の半減、税関の執務時間の延長、ビザ発給手続きの簡素化による処理日数の短縮など、輸出入の効率アップを狙ったものです。その後、この措置は全国展開され、昨年夏に認定が取り消されています。一定の成果を得たことで、全国に適用されたものですが、地域がうまく特区制度を活用したともいえるでしょう。

最北端のまち・稚内は、ロシアの玄関口として、その機能は大きな特徴でもあります。中心市街地ではロシア語の看板もあり、観光の側面からすれば、国内客とロシア人客の両面へのアプローチも可能で、一つの武

内市市街地総合再生計画」をうまく連携させて、「マチ」と「みなと」を一体的に整備し、中心市街地の再活性化を図っていくとさまざまな動きが加速していきます。

器といえるでしょう。サハリン文化の紹介やロシア料理店など、稚内ならではの魅力を創出する要素があるといえます。もともと全国的に認知度が高く、離島観光の拠点でもあることから、観光産業の発展には大きな可能性があります。観光都市として新しい産業構造を構築していくことは、地域経済発展のためにも重要な視点であるといえます。

都市再生本部と連携し、横断的な取り組みを

さて、稚内市では先の一連の市街地再生にかかわる再生事業プロジェクトが進められていましたが、市民と行政が市街地の将来像を共有しようと、'02年度に「稚内市都市再生ビジョン」の策定に着手します。そこでのキーワードは、これまで課題となってきた「マチ」と「みなと」の連携によるまちづくりです。

一方、'02年4月には政府の都市再生本部^{※1}によって「全国都市再生のための緊急措置～稚内から石垣まで～」が決定されます。そこで、稚内市ではこの機会を活用し、これまで取り組んできた各種のプロジェクトと連動させていこうと考えます。都市再生本部としても、稚内における取り組みには着目していました。都市再生におけるテーマは「観光都市の推進」。中心市街地の衰退や観光客の減少など、課題を克服しつつ、稚内の優位性と発展可能性を観光の側面から引き出していこうという考え方です。これまで進められてきた各種のプロジェクトを有機的に結び付けることが可能な上、まさに「マチ」と「みなと」を連携させることで、市民にも観光客にも喜んでもらえるまちづくりが実現できる方向性といえます。

各種のプロジェクトや計画は、それぞれハード面とソフト面の役割を分担しつつ、かつ、一体的に進めていくことで都市再生を図るという方針で、都市再生本部の調整力を活用しながら、各種の事業が進められています。ま



都市再生ゾーンを中心にコンパクト化したまちづくりを考えていきたいと横田市長

※1 都市再生本部

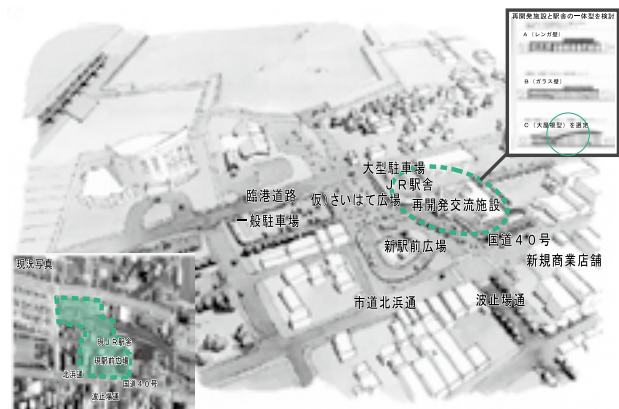
都市の再生に関する施策を総合的かつ強力に推進するため、内閣に設置されたもの。本部長は内閣総理大臣が務めており、都市再生プロジェクトの推進や民間の都市開発投資の促進などに取り組んでいる。「全国都市再生のための緊急措置～稚内から石垣まで～」では、全国の都市を対象に、市町村やNPOなど地域が自ら考えて自ら行動する都市の再生にかかわる取り組みを支援している。

た、駅周辺の拠点機能を活用するニーズやソフトの検討、「マチ」と「みなと」の美しい景観作成方針の策定、風雪シミュレーション実験など、持続可能なまちづくり推進のための検討調査など、都市再生関連の施策を有効活用しています。

同年12月には首相官邸で当時の小泉総理が全国の市長5人と懇談する、全国都市再生に関する首長・有識者懇談会が開かれ、稚内市の横田耕一市長も出席。小泉総理から「日口友好最先端都市」と命名されました。「国の都市再生の動きによって、都市再生プロジェクトが総合的な形で進められるようになり、互いの行政を乗り越えてやっていけるようになった」と横田市長。これまでは、都市整備、港湾などの縦割り行政の中で、個別の事業を一体的に進めていくことが難しいという側面がありました。しかし、個別事業を横断的に連携させて、効率的な取り組みを目指していくことは、財政が厳しい状況の中では重要な視点です。その点では、全国都市再生のための緊急措置の動きをうまく活用したといえます。

稚内市は、その後行政や有識者、地元関係者で構成する「稚内市都市再生推進委員会」を設置し、都市観光の推進に向けた市街地活性化方策の検討を始め、合わせて同委員会で「稚内市都市再生ビジョン」の策定を進め、'04年3月に公表。日口友好最先端都市を形成することをテーマに、海に開かれた交流による都市観光の推進を目指し、現在その実現に向けて取り組みが進められています。

また、都市再生の取り組みについては、ハード的な整備の方向性を示した「稚内市市街地総合再生計画」が、これには先の稚内市中心市街地活性化計画のソフト的な事業と連携した形で、稚内駅を中心に臨港地区（みなと）と中心地区（マチ）を一体的に整備し、美しい空間づくりによって、港や駅を利用する人々を中心市街地に回遊させ、街全体を活性化することが盛り込ま



稚内駅周辺拠点の整備後の空間構成イメージ
れました。

JR稚内駅の新駅舎建設、駅前広場の整備、そのそばには観光・物産センターや店舗などを入店させる交流施設を整備するほか、「マチ」と「みなと」をつなぐ歩行空間の充実、街並みの形成など、新しい稚内の顔として生まれ変わることが期待されています。

市民参加による都市再生に向けて

行政によるさまざまな取り組みが進む中、市民によるまちづくりも少しずつ芽が出てきています。

今年4月にオープンする「稚内副港市場」は、建設



商店街ではさまざまなイベントを開催



花いっぱい運動の様子

業などの地元企業が中心となって設立された第3セクターの株式会社副港開発が経営を担います。もともとこの構想は、産業クラスター研究会の提案によるもので、民間主導で進められてきた経緯があります。過去の経験や反省を踏まえて、港の風情や機能を生かした商業施設を展開しようと、外部の知恵も活用しながら、新しい稚内の魅力につなげていこうとしています。

また、空き店舗を活用した半値市や無料お買い物バスの運行など、中心市街地の商店街振興組合による取り組みもみられます。'03年に設置されたTMO準備室による無料貸し自転車事業、市民ボランティアや商店街、地元住民の協働で商店街のアーケードを花で飾る「花いっぱい運動」など、中心市街地の活性化を目指したさまざまな取り組みが進められています。

厳しい財政の中では、行政ばかりに頼っていることはできません。その一方で、行政による持続的な自治体経営は欠かせません。「やはりメインテーマは市民感覚。市民サイドにいろいろな権限を付与して自治機能を担っていくような仕組みをつくらなければ、生き残れないと思っています。また、次世代をにらんだ産業構造の転換も重要です」と横田市長。稚内市では、今年4月から自治基本条例が施行されることになっており、市民参加のまちづくりに向けて、新しい一歩が踏み出されます。また、市外からの来訪者の消費を地域で受け止め、観光産業を都市政策の中にしっかり位置付けて観



宗谷岬の風力発電などクリーンエネルギーの推進も観光資源に



稚内市で建設される太陽光発電所のイメージ（北海道電力㈱パンフレットより）

光都市として再生を図っていこうと、異業種間の連携が進むほか、地域再生マネージャー事業による民間人の知恵も導入しています。

こうした取り組みが今後大きな力を発揮して、北海道の誇れる取り組みとして成長していくことが期待されます。

国の動きをいかにキャッチし、活用するか

稚内市では、独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の委託事業として「大規模電力供給用太陽光発電システム安定化等実証実験」の実施が決定しており、今年の春以降、稚内空港の近くに、巨大な太陽光発電設備が姿を見せる予定です。既にある風力発電施設とともに、クリーンエネルギーの活用という点で、観光資源の一つになっていくといえるでしょう。

分断された「マチ」と「みなと」の連携、中心市街地の活性化、観光都市の推進など、稚内における都市再生の取り組みは、地域が主体となって、課題解決の道を探りながら、まちの特性を生かし、かつ、これまでの取り組みをうまくつなげていく過程で、国の施策を有効に活用しながら進めている点が大きな特徴といえるでしょう。特区をはじめ、都市再生という国の動きを素早くキャッチし、縦軸に横糸を通すような形で、一体的に、総合的に進められていることで、これからの行政運営にも新しい発想が生まれてくるかもしれません。また、過去の反省を生かした取り組みができるともいえます。

今年4月にオープンする稚内副港市場を皮切りに、駅を中心にした中心市街地は新しいまちの顔として生まれ変わっていきます。これまでの取り組みが形になるまでには、まだ時間がかかりますが、これから稚内がどんなまちになっていくのか、北海道の地方都市再生のモデルとして見守っていきましょう。

※2 地域再生マネージャー事業

地域再生をテーマに、ノウハウのある企業や個人が地域再生マネージャーとして地域振興のバックアップをする。'04年度から副地域総合整備財団が新規に立ち上げ、総務省が協力。

「日本の変革のためには地域の活性化、多様性を図ることが必要」という藤田教授の言葉には重いものがあります。土佐藩の郷土であった坂本竜馬が示した構想力と実践力を、これからの地方が展開していけるのでしょうか。そのためには、地方の可能性と醍醐味^{だいごみ}をかみしめる内なる力と、中央から発信される情報に振り回されない外に向けた確たる洞察力をたくわえていかなければいけません。(S.K)

今回の取材を通して感じたのは、地域が国の政策や施策に直接かかわっていくことの重要性です。そこでは、地域が主体的に地道な調査活動を行い、将来のビジョンを描き、それを国にも住民にも説得できる理論がしっかり構築されています。地方には地方の事情があります。でも、誰もが納得できる裏づけがあれば、地方の主張も受け入れられるはず。地方都市の再生には、受け身ではなく、地域が自ら取り組んでいくことが大切です。(M.S)

●「マルシェ：marché」とはフランス語で市場のことで、同音の「マルシエ：marcher」には歩む、行進する、進歩するという意味もあります。北海道（ノルド：nord＝北）が、多くの人々が集い、交流し、活気あふれる地域へ発展するようにとの願いを込めて、「開発こうほう」の地域経済レポート特集号として「マルシェノルド」（年二回、九・三月号を予定）をお送りします。地域を考えるきっかけとなるように、毎号、地域経済特有のテーマを取り上げてまいります。

●理解を深めるために……

Books

※対 談

『日本経済新聞』停滞打破には「廃央創域」
藤田昌久著／2003年1月29日

『日本経済新聞』途上国でも「ブランド農業」
藤田昌久・武藤めぐみ著／2006年9月12日

『道路』過疎地を変える道の駅
加藤文男著／2006年3月号

『北海道再生のシナリオⅡ』地方における大学発ベンチャーの取り組み
小磯修二著／財北海道雇用経済研究機構

※地域事例1 青森県青森市

『コンパクトシティ 青森市の挑戦』
山本恭逸編・著／ぎょうせい

『挑戦するまち 商業者の目線で実行するまちづくり』
加藤博著／オフィスJ

※地域事例2 富山県富山市

『富山港線の事業概要』
富山市

※地域事例3 帯広・北の屋台

『北の屋台繁盛記 北海道十勝の元気プロジェクト』
坂本和昭著／南プロット

※地域事例4 稚内市

『都市再生 REPORT No.14』
「全国都市再生」の取り組みと成果～日ロ友好最先端都市わっかない～
都市再生本部事務局

● マルシェノルド バックナンバー

- 第1号 「地域経済の自立に向けて」(99年9月25日発行)
- 第2号 「北海道ツーリズムを考える」(00年1月25日発行)
- 第3号 「都市と商業」(00年6月25日発行)
- 第4号 「循環型社会を目指して」(00年10月25日発行)
- 第5号 「地域とアート」(01年2月25日発行)
- 第6号 「地域とIT」(01年6月25日発行)
- 第7号 「北海道の食産業を考える」(01年10月25日発行)
- 第8号 「NPOのあり方を考える」(02年2月25日発行)
- 第9号 「北のものづくり」(02年8月25日発行)
- 第10号 「地域経済の自立的発展と観光産業」(03年2月25日発行)
- 第11号 「地域景観とまちづくり」(03年8月25日発行)
- 第12号 「地域と大学」(04年2月25日発行)
- 第13号 「北海道らしいエコツーリズムを考える」(04年8月25日発行)
- 第14号 「地域ブランドの時代」(05年2月23日発行)
- 第15号 「地域と医療」(05年8月25日発行)
- 第16号 「北海道発 産消協働」(06年2月24日発行)
- 第17号 「地域とスポーツ」(06年8月25日発行)

●開発こうほう / 地域経済レポート特集号 | KAIHATSUKOHO
Regional Economic Report

マルシェノルド

●ご意見・ご感想をお寄せ下さい。

(財)北海道開発協会 企画広報部

〒001-0011 札幌市北区北11条西2丁目 セントラル札幌北ビル
TEL: 011 (709) 5212 E-mail: pr@hkk.or.jp

開発こうほう 第524号 平成19年2月23日
発行 (財)北海道開発協会
編集協力 釧路公立大学地域経済研究センター
印刷所 (株)須田製版 不許複製
<http://www.hkk.or.jp/>



- THEME -

【再】

実り多きまちにするために、
何をなすべきか。
花を咲かせるために、
どんな種をまけばいいのか。
再び芽吹き、葉が生い茂り、
また花が咲くまで、
たゆまぬ努力を続けていこう。



財団法人 北海道開発協会

001-0011 札幌市北区北 11 条西 2 丁目セントラル札幌北ビル
TEL (代表) 011-709-5211