

サステナブル・スマートシティ・パートナー・プログラム

Sustainable Smart city
Partner Program

Forum #02

“地域を主役とした
サステナブルで
Well-beingな”
まちづくり 2023
～模索と未来～

サステナブル・スマートシティ・パートナー・プログラム

Sustainable Smart city Partner Program

Forum #02

Produced by NTT

“地域を主役とした

サステナブルでWell-beingな”

まちづくり 2023 ～模索と未来～

Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな” まちづくり 2023 ～模索と未来～」

はじめに

地域・住民の幸せ（Well-being）の最大化を目的とし、未来のまちづくりを支援する Sustainable Smart City Partner Program（SSPP）は 2023 年 11 月 22 日 第 2 回 フォーラム「“地域を主役としたサステナブルで Well-being な” まちづくり 2023 ～模索と未来～」を開催いたしました。

本フォーラムでは、第 1 回フォーラム（2022 年 11 月 24 日開催）の成果を踏まえて全国各地で継続実践しているまちづくりの取り組み事例、新たなまちづくりへの挑戦、および NTT グループにおける人づくり（まちづくりソーシャルデザイナー育成プログラム）などを取りあげています。また、地域の Mission-Action-Vision という観点から、どのように次のアクションにつなげていくかという検討も行いました。

SSPP のフォーラムを重ねることにより、まちづくりの多様な実践例を共有すると同時に、新たな課題に向けての知恵と工夫の必要性も明らかになってまいりました。公民学連携の伴走型まちづくりによって、“サステナブルで Well-being な” まちが各地にできるための一歩となるようにと願っています。

開催概要

- **名 称**：Sustainable Smart City partner Program Forum #02
「“地域を主役としたサステナブルで Well-being な” まちづくり 2023 ～模索と未来～」
- **日 時**：2023 年 11 月 22 日（水）10 時～ 16 時 20 分
- **会 場**：オンライン配信 ※TERRADA SOUKO B&C HALL より中継
- **一般参加者費用**：無料
- **主な参加対象**：自治体の経営企画部門・企画制作部門およびスマートシティ戦略企画部門、まちづくり協議会、公民学共創組織、大学・研究機関関係者（学生含む）政府関係機関、スマートシティ・リーダーなど
- **フォーラム情報**：<https://digital-is-green.jp/program/forum02.html>



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな” まちづくり 2023～模索と未来～」

INDEX

P002 ● はじめに／開催概要

P007 ● 開会挨拶

工藤晶子 日本電信電話株式会社 取締役 執行役員、研究開発マーケティング本部 アライアンス部門長

P008 SECTION 1

主催者講演

SSPP2022-23 模索と未来

栗山浩樹 NTTグループ会社 取締役、SSPPファウンダー&エグゼクティブアドバイザー

P024 SECTION 2

自治体事例

北島町の進化と躍進

“Forum #01” から 1年間の活動記録

杉本航平 北島町 総務課 行財政改革推進室

玉川樹也 西日本電信電話株式会社 徳島支店 営業担当

P034 SECTION 3

まちづくり支援活動

Co-design Program Case1

男鹿市からのまちづくりへの挑戦

岡住修兵 稲とアガベ株式会社 代表取締役

石川俊祐 株式会社KESIKI 代表取締役 CDO

P056 SECTION 4

自治体事例

山梨市のチャレンジ

住民との対話でつくるまちづくり

高木晴雄 山梨市長

雨宮雄貴 山梨市 総合政策課 企画政策担当 主任

P066 SECTION 5

人材育成

NTTグループにおける人づくり

まちづくりソーシャルデザイナーへの期待

山本恭子 日本電信電話株式会社 執行役員 総務部門長

片岡直之 NTT DXパートナー DXコンサルティング部 シニアマネージャー

P080 SECTION 6

自治体事例

チーム旭川の挑戦

デザインを活かした持続可能なまちづくり

石田直紀 旭川市 総合政策部 政策調整課

後藤哲憲 旭川市 経済部 産業振興課

青木英志 東日本電信電話株式会社 北海道北支店

P092 SECTION 7

自治体事例

岡崎市の足跡と挑戦

データ活用が牽引するまちづくり視野の広がり

鈴木昌幸 岡崎市 総合政策部 デジタル推進課 戦略係長

中川健太 岡崎市 都市政策部 まちづくり推進課 QURUWA 戦略係長

開会挨拶

日本の地域の力を支える SSPP



工藤晶子 日本電信電話株式会社 取締役 執行役員
研究開発マーケティング本部 アライアンス部門長

みなさま、おはようございます。NTT 研究開発マーケティング本部アライアンス部門の工藤でございます。本日、サステナブル・スマートシティ・パートナープログラム（SSPP）フォーラム 2023、第2回の開催を本当にうれしく思っています。昨年の初回に引き続きご参加いただいている方も含め、厚く感謝申し上げます。

SSPPは、地域・住民を主役としたまちづくりをめざし、地域の公・民・学が持続的、自立的に共創する場を提供していくもので、地域・住民の幸せ、Well-beingの最大化を目的としています。まちづくりの主役は自治体、地場の企業、地域の教育機関、そして何よりもそこで生活しているみなさまで。我々はSSPPを通じて、みなさまの伴走者としてまちづくりを支えたいと思っています。

SSPPの提供するメソドロジ、スマートシティ ISO、SUGATAMI、まちづくりソーシャルデザイナー育成プログラム、そして、新たに開始いたしますCDP（Co-design Program）、本日は、これらを通してより豊かでWell-beingなまちづくりを進める仲間が各所から集まりました。昨年のフォーラムでまちづくりの実践に踏み出した方々や、これから実践していきたいと考えている方々に登壇いただきまして、みなさんの取組事例の共有や、まちづくりに向けたアクションの宣言をしていただきます。

まちづくりに正解はございません。みなさまがチャレンジを続けて前に進む中で抱える悩みや課題、越えるのに難しかったポイント、そして、それを乗り越えた工夫などA面のよい話だけではなく、B面の苦労話も含めて共有していける、SSPPがそんなコミュニティをつくっていただければいいな、なっていくといいなと願っています。

まちづくりはみんなで知恵を出し合い、オープンで協調的に取り組んでいかなければならないと感じております。コンセプトだけではなく、まちづくりの実装モデルが必要です。だからこそ、我々は自治体・地域のみなさまとともに、ひな形となるモデルづくりに取り組んでいます。

壇上にある椅子のブランドはそれぞれ、KESIKIの石川俊祐さん（Co-design Programのセッションで登壇）が2021年に事業承継されたWOOD YOU LIKE COMPANYさまのMOCHI、そして、会場にお越しの山中会長が在籍されているマルニ木工さまのHIROSHIMAです。本日の各セッションは、世界の定番をめざすというよりも既に名品として定番となっている日本の地域の力とともにお届けいたします。では、本日もどうぞよろしくお願いいたします。

P118 SECTION 8

パネルディスカッション

地域のMission-Action-Vision

服部滋樹 graf 代表

内田友紀 YET 代表 / RE:PUBLIC ディレクター

齋藤精一 パノラマティクス主宰

P142 ● 閉会挨拶

島田明 日本電信電話株式会社 代表取締役社長、社長執行役員

P144 ● おわりに

(敬称略／順不同)

<特記事項>

- ・この報告書は、2023年11月22日（水）にオンライン／YouTubeで配信されたプログラム SSPP Forum #02 の内容を、ディスカッションや対談の臨場感はそのままだに、見出しを入れて読みやすく整理したものです。
- ・各セッションは章ごとに分けて校閲・校正を加えています。配信動画の内容とは一部異なることを、あらかじめご承知おきください。
- ・本文中、補足したい用語は「関連 URL」として、章末にまとめて記述しました。
- ・すべての収録情報は、SSPP Forum #02 公開時を基本としています。

主催者講演

SSPP2022-23 模索と未来

スピーカー

栗山浩樹

NTTグループ会社 取締役

SSPPファウンダー&エグゼクティブアドバイザー



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな”まちづくり 2023～模索と未来～」

SSPPの組み立てと意義



栗山浩樹 NTTグループ会社取締役、SSPP ファウンダー&エグゼクティブアドバイザー

おはようございます。栗山浩樹です。昨年もここで話をし、今年再びこうしてみなさんとお目に掛かれることを非常にうれしく思っておりますし、また同時にありがたいと感じております。

さて、私のセッションタイトルは「SSPP2022-23 模索と未来」としました。ここでは、この1年間のさまざまな取り組みや、これから向けてのプランについて話したいと思います。よろしくお願いします。

最初に、私の紹介を簡単にさせてください。2004年にNTTグループは、初めてグループとしての中期戦略をつくりました。その後、何回か更新していますが、基調はモバイルと光のブロードバンド化を進めて、サービスの花を開かせ、グローバルにソリューション事業を展開していくというものです。今もその大きな流れの中で、グループの各事業は推進されています。私自身は2014年に新ビジネス推進室長となり、さまざまな企業や自治体の方と共創プログラムといった形で、ともに創造する営みをしています。例えば、福岡市、札幌市、横浜市、各自治体さまとの包括連携協定、また、トヨタさまとのスマートシティ、三菱商事さまとの産業DXなど、さまざまな形でスマート化・DX化を進めていく営みに携わってきました。そして、2020年にNTTコミュニケーションズの副社長になりました。ここではコーポレート部門を見るとともに、法人営業のヘッドとしてさまざまな企業や行政の方のDXの推進に知恵を出し、汗をかいてきたつもりです。2022年はNTTドコモの副社長になりました。ここでは、コーポレート部門とともにアライアンス、国際、事業連携といった事業に携わっております。

次にNTTグループを紹介します(図 1-1)。大きく 4つの事業ドメインがあり、まず、総合ICT事業、ここはNTTドコモグループが担っています。売上が6兆円、営業利益が1兆円強という事業領域です。



図 1-1 NTTグループの企業規模

2つ目が、グローバル・ソリューション事業です。これは最近大きく成長していて、売上は4兆円、営業利益は3,000億円に近付いています。それから、地域通信事業。この領域は伝統的な私どもの祖業でもあります、NTT 東日本とNTT 西日本がこれに携わっています。売上は3兆円、営業利益は4,000億円です。そして、エネルギーや不動産を中心とした新しい事業です。この領域も売上は1兆円を超え、利益も積み上がってきていると思います。私どものグループは国内外で事業を展開しており、総従業員は34万人近く、約4割の15万人は海外で仕事をしている、このような企業規模感となります。

この写真を見て、なんの写真だかお分かりでしょうか(図 1-2)。



図 1-2 稲架(はさ)掛けの農業体験で感じた第6感

一番左側の写真は稲穂です。黄金色に輝いていて、風に少し吹かれている。真ん中が、稲刈りをして束ねた後に並べている写真です。最後が、稲架(はさ)掛けと言います。結わえた束をバツと2つに割って稲架に掛けておく。天日干しで乾燥させてお米を腐りにくくするという営みです。今年の秋に家族でこの農業体験に参加しました。まず、その棚田全体を見渡し、鎌を持ちました。私は田舎育ちで農家ではないのですが、下草刈りなどで鎌を持ったことがあります。その頃より少し軽く感じました。腰をかがめて稲の茎に鎌を差し入れ、ザクザクと稲を切ります。歯切れのよい音

とともに茎の切り口から草の香りが立ち、鼻をツンとくすぐります。適度な束になったら、それを結わえて天日干しをして、その後に新米をいただく。棚田全体を見渡すという視覚、それから鎌を触るという触覚、それから、ガサガサ、ザクザクと切る音、それから茎の香り、いろいろなものを感じます。ある意味で五感をすべて使って感じる体験でした。

同時に、第六感みたいなものを感じました。この農業体験は、稲を植えてから刈ってお米にするまでのプロセスをある団体の方々が組織しておられます。奥多摩の里山で、次の世代、子どもたちの世代に棚田の風景を残したい……そういう思いが農業体験の原動力です。私たちのように参加した家族、10家族ぐらいあったのですが、みんなで自然に向き合って触れ合って楽しみました。みんなが稲刈りをしながら、だんだん笑顔が出てくるんですね。そういう感じは、ある種の第六感みたいなものなのかなと思います。SSPPでもこういう感覚を大事にして、まちづくりに関するプログラムを進めていきたいと思っています。

このスライド(図1-3)は去年も紹介しましたが、6S＝シックスセンスと言っています。我々がスマートシティを進めるにあたって大事にしている価値観です。

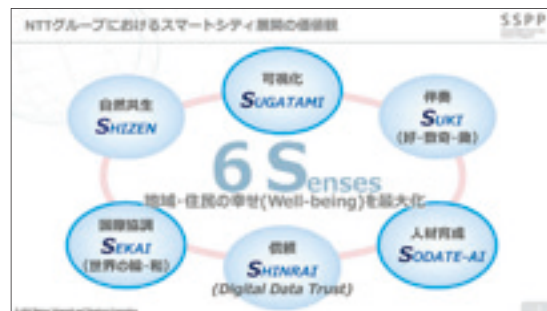


図1-3 スマートシティを進める際に共有したい価値観

1つ目はSUGATAMI、可視化あるいは見える化です。自分の立ち姿が客観的にどう見えているのか、どうあるのか、そんなことを自分自身で認識するためには鏡が必要だと思います。そういうもので、自分たちの住むまちを世の中が、来街者が、住民の方々が、あるいは海外からどう見られているのかということを少し手触り感をもって見えるようにしたい。

2つ目がSUKI、伴奏です。先ほど話したように、やはりなにか思いや原動力がないとなかなかまちづくりは進まない。まちを好きになって、少しそこに思い入れがあり、そして耕していく。そんなプロセスをこのSSPPでなんとか実現したいなと思って進めています。

3つ目がSODATE-AI (育て合い)、人材育成です。人がいないとまちは成り立ちません、まちづくりは人づくりです。多くの地域でやりたいけど人がいないんだという思いの方が大勢いる。これをなんとかサポートしていきたいと思っています。

4つ目はSHINRAI、信頼です。我々はこれを、Digital Data Trustという言葉で表現しています。スマートシティという新しいまちづくりを進めるにはデジタルの力、データのパワーを信じないとなかなか実現は難しい。その意味で、これを掲げています。

それから、5つ目はSEKAI、国際協調です。人はどんなところにも行きたい、思っているところに行きたい、それが人類の本能ですね。同時に今、コミュニケーションの手段は非常に発達しています。世界中の人とモバイルでコミュニケーションができます。その中で、我々はどういったまちづくりをすべきかということもみなさんと共有したい大きな価値観です。

そして、6つ目にSHIZEN、自然共生で、これも先ほどの話とつながります。自然の中で生かされて、息づいていく、でも、同時に自然の怖さもある。それを感じながら進めていきたいなと思います。

SSPPの全体像

全部丸めて言うと、地域のエンゲージメントで「景色」を変える。これは里山の景色もあるでしょうし、まちの中心街や繁華街の景色もあるでしょう。いろいろな形の景色を地域・住民の幸せ(Well-being)を最大化することで変えていきたい。そのために、いろいろなステークホルダが参加されます。メインプレイヤーは住民、自治体、地元の企業の方々や教育機関です。さまざまな方々が知を紡ぎ合う、アイデアを出し合うことがまずは大事だと思います。そして、これを持続的にするには、ビジネスとのコラボレーションも欠かせません。同時に、おらが町の誇りはすごく大事です。そういう意味で、プレゼンスの向上も支援させていただきたいと思っています。また、まちづくりに必要なプロセスを支える人材育成、これも同じように我々が支えていきたい。さまざまな知恵や経験、こうしたアセットの共有を横断的にできる場をSSPPとして位置づけてやっています(図1-4)。



図1-4 SSPPの役割

これは、我々の思いに共感いただき、SSPPのアドバイザーとして就任されているみなさんです（図 1-5）。



図 1-5 SSPP に参画されているアドバイザーのみなさん

例えば、秋田喜代美さんは教育学の権威です。石井幹子さんは照明デザイナーとして世界的に有名です。つい先日、叙勲も受けられました。それから、東京藝術大学の伊東順二さんはアートプロデューサーです。東京大学名誉教授の伊藤元重さんは国際的な経済学者です。京都大学の内田由紀子さんは社会学者、高橋政代さんはiPS細胞を使って世界初の臨床研究を行った眼科医であり、経営者です。元サッカー選手の中田英寿さんは、今、地域創生にも情熱を持った実業家として活躍されています。ロバートキャンベルさんは、日本文学の専門家です。いろいろな方々がアドバイザーとして参画し、SSPPに知恵やアイデアをいただいています。

次に、SSPP 会員として参画されている自治体などのみなさまで（図 1-6）。15の市区町村、3つの県、1つの大学、計 19 団体に SSPP 会員として精力的にスマートシティのモデルづくりを推進いただいています。ありがとうございます。

スマートシティの実装支援として、ここでスマートシティ ISO の取得事例を紹介します。先ほど SEKAI（国際協調）と言いました。同時に、自分たちの町の誇り、プレゼンスをどう感じるかという話もしました。その事例がこれだと思っています（図 1-7）。



図 1-6 SSPP に参画されている自治体などのみなさん



図 1-7 スマートシティ ISO 事例

スマートシティ ISO にはいろいろな段階があるのですが、我々のグループ企業が開発した街区でレベル 4 を取得しました。今、世界中のいろいろな都市がこの取得に向けて汗をかいておられますが、これは世界で 2 例目です。この認証取得を通じて 3 つ大きな特徴を見出しました。その 3 つとも SSPP の趣旨と合致します。

まずは「国際基準を満たした街づくり認定」。それから、「ヒト中心」「デジタル活用」「オープンで協調的」な運営プロセス、つまりは「共同参加型のプロセス」です。こういった趣旨も SSPP と軌を一にしていると思います。加えて、「持続的かつ横断的な運営の更なる促進」であること、一過性の花火でないということが非常に重要な形で認証取得につながっています。こういった 3 つのノウハウをベースにしながら、まちづくりの総合計画の策定、あるいは脱炭素 100 選へのチャレンジ、あるいは人材育成、これらに取り組んでいきたいと思っています。

次に、実装支援として SUGATAMI の骨格を紹介します。大きく 3 つの要素から成り、1 つ目は幸福度、2 つ目が満足度、3 つ目が都市機能です（図 1-8）。



図 1-8 SUGATAMI の構成要素

「幸福度」これはアンケートで測る指標です。自分自身や住民の 1 人ひとりの主観的な幸福度とその周辺の方々を含めた協調的な幸福度という概念があるため、主観的観点と協調的観点で総合幸福度を測ります。

「満足度」これはまちの満足度を 18 のカテゴリで可視化する主観的な指標です。教育、交通、住宅、あるいは行政サービスや、文化・スポーツ、こうしたものが自分たちの住むまちでどういうポジションにあるんだということを、アンケートや X（旧 Twitter）のポストを活用して明らかにしていきます。

「都市機能」これは客観的な指標としてオープンデータを使います。さまざまなハードソフト、オープンデータから拾えるものはたくさんあります。さらに、我々の持っているノウハウもスパイスとして加えて都市機能のスコアを表示、可視化をしていきたいと考えています。

これはSUGATAMIのレポート参考例、まちづくりのサマリです（図 1-9）。基本的なまちの公開情報のほか、3つの観点を可視化したスコアハイライトがあり、その下に「幸福度」「満足度」「都市機能」3つの領域に分けた分析を掲載しています。

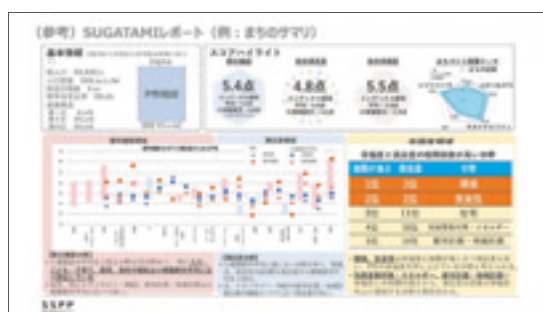


図 1-9 SUGATAMI レポート例（まちのサマリ）

こちらは同じくSUGATAMIのレポート参考例で、まちづくりテーマを分析したものです（図 1-10）。テーマの選択の参考になる、すごく大げさに言えば羅針盤になるものだと思います。さまざまなテーマがあり得ますけれども、その中で住民の方が、こういったものを自分たちのまちのテーマとして重要だと思っているのかを可視化するものです。

今、世の中はSDGs、あるいはサステナビリティを指向して、大きなうねりの中で環境や持続性をテーマにして事業、生活、社会が進んでいると思います。SDGsの項目に照らしてあなたの、みなさんの街はどういった状況にあるのかということを伝えるレポートが、こちらの参考例です（図 1-11）。



図 1-10 SUGATAMI レポート例（まちづくりテーマ）

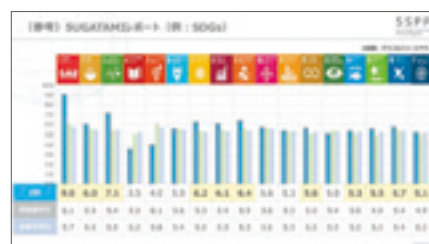


図 1-11 SUGATAMI レポート例（SDGs）

このスライドは人材育成、“育て合い”です（図 1-12）。大事ですね。このために、我々はまちづくりソーシャルデザイナーという育成プログラムを始めました。まず隋より始めよということで、私もNTTグループの社員自ら、この育成プログラムに参加しています。現時点で 400 名以上のグループ社員がその認定を受けることができました。



図 1-12 まちづくりソーシャルデザイナー

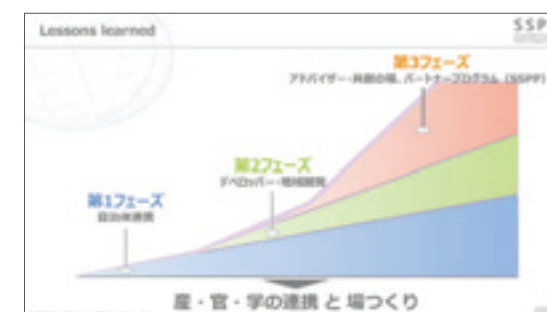


図 1-13 これまでの歩み

これまでの歩みは、さまざまな模索、試行錯誤をしながら大きく3つのフェーズ、段階に分けられます（図 1-13）。

第1フェーズは、自治体のみなさまとの連携です。包括連携協定を結ぶまでの営み、結んだ後の営み、さまざまな形で自治体は、特に基礎自治体の方々は住民サービス、行政サービスと非常に密接に営みをされておられる。その方々と併走することで我々もノウハウを磨き、お困り事を感じていくというプロセスに携わりました。

第2フェーズでは、デベロッパーや地域開発のプロジェクトとの協働を進めました。スマートシティといっても経済的に回らないと持続性がないということは頑とした事実だろうと思います。そういう意味で、自治体、それから民、この官民（公民）連携が非常に重要だということを改めてここで感じました。

Case1：徳島県北島町

北島町とNTT 西日本、SSPPが協働して取り組みを始めている事例です。2022年の6月、SSPPに対する問い合わせをいただきました。その後、第1回フォーラムにご担当の方がパネルディスカッションに登壇されました。今年6月には、北島町とNTT 西日本の間で包括連携協定を結び、具体的なスマートシティに向けた協議を開始しています（図 1-17）。

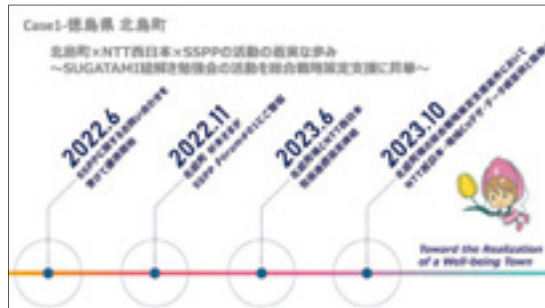


図 1-17 徳島県北島町との協働事例

Case2：山梨県山梨市

まちの魅力と課題をSUGATAMIで可視化し、市民1人ひとりのWell-beingの実現をめざすという取り組みです。あるべき姿を模索する、政策ビジョンをエビデンススペースで振り返る、さまざまなステークホルダーと建設的な対話会を実現していく、こうした要所でSUGATAMIが市政に具体的に活かされています（図 1-18）。



図 1-18 山梨県山梨市との協働事例

Case3：愛知県岡崎市

岡崎市は既に2年前、スマートシティに一步踏み出されています。現在、SUGATAMIきっかけの関連事業数は4件から24件、この2年で6倍に増えました。取り組みが極めて重層的で、そして、立体的です。歴史のまちづくり、あるいは、ウォークラブルなまちづくり、あるいは脱炭素なまちづくり、さまざまな形で自治体が音頭を取って、住民・地元の方々を巻き込んだ取り組みになっています。（図 1-19）。



図 1-19 愛知県岡崎市との協働事例

Case4：まちの課題解決のためのツール

まちの課題とそれに対するソリューションをいくつかご紹介します（図 1-20）。

例えば左の列を見てください。農業従事者の減少、農業就業人口の高齢化に対して、NTT 東日本やNTT 西日本はデジタル技術を使った農業支援をしています。それから、交通渋滞やモビリティ機能低下に対して、GPSを使った自転車のシェアリングや、オンデマンドで配車できるAI 運行バス。環境保全、生物多様性の確保という課題には、私どもNTTグループで全国に少しずつですが、森林の命名権を持って管理、お手伝いをさせていただいています。加えて、そこで生物多様性の可視化に挑戦し始めようとしています。



図 1-20 まちの課題解決ソリューション

次に右の列を見てください。養殖業の人材不足や気候変動に伴う海洋環境変化など、漁場の変化

に対して、変革のセンシングでサポートするものです。それから、健康で長生きな社会の実現。これはスマートフォンやスマートウォッチを使ってみなさんの歩数、あるいは健康状態を捕捉するものです。こういったことにも力添えができればと思います。

そして、産業活性化や新規事業創出という課題に対しては、QUINTBRIDGE、あるいはe-City Labo、さまざまな形で共創の拠点を設けております。これもぜひ利用いただきたいと思います。

■ 立場とヒエラルキーを超えて地域のために

冒頭に述べましたがNTTグループの社員数は全世界に34万人おり、事業拠点は1,500、地域開発案件は今、60カ所が動いています。海外へのサービス提供という意味では、190カ国に上っています（図 1-21）。

これはイノベーションの例です。我々はIOWN 構想というものを掲げています。データをより大量に、より速くお届けする、あるいは集めることができます。それを今までのエネルギー量（電力量）の100分の1でできるというものです。これをさまざまなところで社会的に使っていただきたいと進めています。この営みは日本だけではなく、欧米、アジアなど世界中の方々が参画して、一緒に進めているものです（図 1-22）。



図 1-21 地域・海外に展開する NTT グループ



図 1-22 データ通信ネットワークを変革する IOWN 構想

まちづくりのサポートに向けて、最近の新しい取り組みをいくつかご紹介いたします。（図 1-23）。



図 1-23 まちづくりサポートに向けた新しい取り組み

1つは、スタートアップの支援です。これは数年間やってきましたが、今年、さらにもう一段ギアを上げました。成長投資を我々はこの3年間、相当額やりたいと思っています。いろいろな方々に参画をいただきたい、我々も参画と一緒に促していきたいと思っています。

次に、Web3です。今、世の中はWeb2の世界といわれています。伝統的な既存のインターネットの使い方とは別に、新しい使い方も提示していきたいと思っています。絵画をNFT（Non-Fungible Token）でデジタル資産化して共有する、販売する。日本酒のラベルをNFTを使って新しい価値を生み出していく。農地もそうです。耕作放棄地をWeb3を使って共同利用できるような仕組みも可能性があるのではないかなと思っています。

最後に、生成AIです。去年の11月下旬に、OpenAIがChatGPTを公開してから、この1年間、イノベーションの世界では最も大きな話題になりました。NTTグループでは、「tsuzumi」という名前で新しいソフトウェアを出しました。利用いただける場があれば幸いです。

立場とヒエラルキーを超えたコミュニティの形成、これが私どもSSPPの基本的な思想です。それを胸に止めてこれを進めていきたいと思っています。最後になりますが、NTTグループは、地域・住民の方々、自治体のみなさまとともにSSPPなどを通じてこれからのまちづくりについて議論を深めてきました。今後も地域・住民により運営されるまちづくりをサポートしていきます。地域・住民の幸せ（Well-being）の最大化の実現に向けて、今回ご紹介したような実事例の創出、周辺エリアとの連携や展開など、継続的な取り組みを進めていきます。ぜひよろしくお願いいたします。これは、“みなさまのSSPP”です。ありがとうございました。

Section1：関連 URL

▶ アーバンネット名古屋ネクスタ街区

https://digital-is-green.jp/branding/iso-certification/nagoya_higashisakura/

▶ IOWN 構想

<https://www.rd.ntt/iown/>

▶ tsuzumi

https://www.rd.ntt/research/LLM_tsuzumi.html

自治体事例

北島町の進化と躍進 “Forum #01” から 1年間の活動記録

プレゼンター

杉本航平

北島町 総務課 行財政改革推進室

スピーカー

玉川樹也

西日本電信電話株式会社 徳島支店 営業担当



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな” まちづくり 2023～模索と未来～」

■ まちの総合戦略に向けた新しい一歩



杉本航平 北島町 総務課 行財政改革推進室

杉本:北島町 総務課 行財政改革推進室で仕事をしています、杉本航平です。職務の内容については、行政改革、DX、民間事業者との連携、まちづくり、公共交通など、いろいろ好きにやらせてもらっています。簡単に経歴を先に話しますと、大学を出て9年間、徳島県庁でお世話になりまして、その後、北島町役場に移り、今、3年目になります。



玉川樹也 西日本電信電話株式会社 徳島支店 営業担当

玉川:NTT 西日本 徳島支店の玉川です。職務内容は、地方自治体さまのDX、直近では地域通貨、さらに、総合戦略の策定という領域で幅広くチャレンジをさせていただいています。私の経歴は、2019年に大学を卒業してからNTT 西日本に入社して、現在に至ります。本日は、改めてよろしくお願いいたします。

杉本: よろしくお願いたします。

玉川:早速ですが、北島町さまの概況とこの1年の取り組みについて説明いただけますか。

杉本:こちらは、去年のフォーラムに登壇して使った資料ですが、簡単にまちがどんなところかを紹介します（図 2-1）。面積が8.74km²ということで、かなり小さいまちです。人口は2.3万人、人口は減少時代といいながら何とかぎりぎり横ばいでやっています。主要産業が製造業で、春はチューリップがきれいです。



図 2-1 北島町の概要

うちみたいなまちでもサステナブルでWell-beingになりますか、ということで役場が写っている写真を出しながら去年は話をしたのですが、1年経って玉川さんとも一緒にやってきて、もう自分で聞いている場合ではないと。これは自分で取り組み始めて、自分で始めた物語なので、やるしかないのだと思っています。ただ、自分1人ではできないので、助けてくださいと。お友達になっていただいて、みなさんに助けてほしいと思っています。

これまでの歩みですが、先ほど栗山さまの話で紹介されて恐縮なのですが、昨年の6月から連携を開始して、昨年のフォーラムへの登壇や今年の包括連携協定に進み、この10月から次の総合戦略の策定プロジェクトを、NTTさんと協働で実施しています。その間にも断続的にNTTのみなさんと意見交換や勉強会を実施してきました（図2-2）。



図2-2 1年間の歩み

この勉強会がすごく個人的にもよかったなと思ってまして。SUGATAMIのレポートを含め資料を読ませていただいたり、関係する本を自分で読んで考えて、勉強会で発表して議論するというプロセスが大学のゼミみたいで、すごくいい勉強になる場でした。10月から新たにプロジェクトが始まったばかりですので、このプロジェクトを通じてまちに貢献するのはもちろんのこと、自分としてもさらに成長していきたいと思っていますところ。

玉川: ありがとうございます。今、1年間の北島町さまとの取り組みを振り返りましたが、思えば本当にいろいろやりましたね。

杉本: そうですね、個人的には頑張りました、大変でした……というよりは楽しかったという方が強いなと思っているのですが、玉川さんとしてはどうですか。

玉川: 僕も楽しかった、非常に勉強になったというのが、まず印象としてあります。一番印象に残っているのは、SUGATAMIの紐解きかなと。定量的データをさまざま見て、このデータはなぜこうなっているのかと文献を探って見たり、北島町さまの町内データを見たり、パワーポイントでいえば2人で30枚ぐらいつくって、1つひとつのデータを紐解いていきました。そこから意見交換をしていったのは、非常にいい取り組みだったと思います。

杉本: 楽しかったことは2つあって、1つは、昨年のフォーラムに登壇したということ。すごくいい経験になったと思っています。もう1つは、玉川さんの話と共通しますが、勉強会で考えていることを発表することでしょうか。パワポをつくるのが大変というのではなく、真剣に考えて資料をつくって発表するというのは、楽しいアウトプットだったと感じています。

玉川: そう言っていただけると、非常にありがたいです。杉本さんとしては楽しく進められているという話ですが、取り組みとしては連携協定や、これからも総合戦略とかなりたくさんあります。そこで、町内での説明や説得など大変だったという経験はありますか。ここは多分、視聴者の皆さんも気になるところかなと思います。

杉本: それは結局、普通のことを当たり前にするしかなくて、面白くない話で恐縮なのですが、真剣にやるということ。これに関しては、自分でやりたいと思って立ち上げたプロジェクトなので、まずは自分が納得できるプランをつくり上げて、それを納得してもらうような形で上司に理解してもらう。それから予算をいただく、議会にかけてみなさんに理解していただく。もう普通に進めてきました。

玉川: 反発はなかったのですか。なかなか言いにくいところかなと思いますが、言える範囲で。

杉本: 実際、反発とかは想定されるかもしれないですが、うちに限られる特殊事情かもしれませんが、あまり反発がなかった。すごくありがたい話なのですが、好きにやったらいいじゃんと思ってくれました。それは、勉強会など、いろいろなステップを踏んできて、頑張っているからやらせてあげようというのがあるのかと。ですから、周りから応援してもらうためには、そもそもちゃんとステップを踏むというのを当たり前に行っていくことかと思っています。あと、人に恵まれているからだというのも、ここで言っておきます。玉川さんもそうですし、今日も会場で見ているNTTの方、画面の向こうで見ていただいているみなさんにも非常に応援していただいて、ありがとうございます。みなさんのおかげで、メンタル的な面で頑張ってもらったところがあります。それもあるし、もちろん施策のクオリティの面でも支援いただいてステップを上げてもらいました。非常によかったと思っています。

玉川: ありがとうございます。本当にそう言われるとうれしいです。



北島町の総合戦略に必要だと感じていること

玉川：今回、まちの総合戦略を策定することになったのですが、杉本さんと会話をしていると、ただただ時期が来たからつくるのだというのではなくて、本当に熱意を持って取り組まれているように感じます。その所以みたいなところを聞いてもいいですか。



杉本：総合戦略はどこまで力を入れるのかという話になります。本来なら課題すべてに力を入れないといけないのですが、それぞれ濃淡は正直あると思っています。ただ、その中で、どうしても同意しないといけないというものだとは思っているので、人もお金も時間もかけて、何百冊も印刷して、それをせっかくやるなら義務的にこなしているだけではもったいない、というのが1つ。もう1つ、総合戦略は根っこなので、その基礎をしっかり固めたい。一番根っこになる部分ですので、もし、いいものができてちゃんと活用されたら、そこでいい角度がつけられたら、最終アウトプットが結構変わってくると思っています。根っこを固めれば、個別部隊がいろいろやっていって、最終的に、花が咲いて実が成っていく。そこがより良いものになるのかなと思っています。

玉川：本当に根っこ、基礎がしっかりしていないと、というのは私も同感です。あとは、どうせやるなら質を高く、本気でやったほうが楽しいと私も思っています、そこが杉本さんと通じ合っているところでしょうか。あと、総合戦略において、北島町として、あと杉本さん個人として、やりたいことがあれば、ぜひ宣言していただきたいと思うのですが。

杉本：北島町としてと言ってしまうといろいろあるかもしれないので、自分としての考えを述べたいのですが、まずは基本的な考え方として、まちづくりについては人中心であることと、データドリブンであること、コラボレーションが生まれるという町がいいのかなと思っています。人中心というところに関しては、単にアンケートを取って意見を集めて、それを反映する……み



たいなことはちょっと違うのかなと思っていて。それは既存のまちというシステムというか、社会経済の仕組みにそれぞれが思っているものを足し込むだけ、折衷案をつくるだけということにしかないのではないか、というのが自分の考えです。そうではなくて、今、現実には生きている人たちが、その人たちにとって最適なまちの姿を最初からゼロベースで考え直すということが必要だと考えていて、既存のものに合わせるだけでは、そこはやり切れないかなと思っています。

データドリブンについては、SUGATAMIも活用しながら住民幸福度の定量化などを中心にEBPMを推進していきたい。そのために必要なデータは取得しないといけないし、それをオープンデータのような形で公開していく。そういうことを当たり前に行っている組織になるというところが必要かなと思っています。

最後に、コラボレーションですが、住民の方々とか、いわゆる“産学官金労言士”と言われる方々だけではなくて、町の内・外関係なく、さまざまな人材の方に総合戦略の策定作業に関わっていただきたい。さまざまな意見からクオリティアップということもありますが、それ以上に、まちづくりに関心を持っていたいて、実際に実行していくというところが大事だと思います。そういう人材や仕組みを集めていきたいです。せっかくSSPPに参加していて、すごいアドバイザーがたくさんいらっしゃるの、そんな方々にもぜひ、コミットしていただけたらすごくありがたいです。

玉川：コラボレーションについてですが、地域・住民から話を聞くのが、まず大事かなと思っています。我々は地域・住民の幸せをWell-beingの最大化と考えていますが、Well-beingは人それぞれです。私も勤めている会社の中でWell-beingとは、みんなのWell-beingとは……という話をするのですが、それは本当に同じ会社で働いていても全然違います。住民だと働いている会社が変わったり、また、置かれている環境が変わったりします。人それぞれに異なるWell-beingがあると思いますから、多様な地域・住民の意見に耳を傾けていきたいですね。意見を発した住民は、まちの実行力を必ず見えています。まちに対する関心や意欲を上げていくためにも、杉本さんの考える課題感

や、地域・住民の意見を踏まえてしっかり戦略に反映していく、それが人中心という考え方にも通じるのだと思います。

データドリブンについては、本当にSUGATAMIが示すようなオープンデータは非常にいいツールだと実感しています。まちを主観的・客観的な共通指標で見えるきっかけになりますから。実行力のところにつながるのですが、総合戦略と施策の結果をオープンデータで照らし合わせをする。地域・住民のみなさんと振り返りですかね、半年か1年というスパンでも、ここは大成功だったねとか、ここは間違っていたかなとか、正直そういうのはあっていいと思います。エビデンスをもって少しずつ軌道修正を図っていくことが非常に重要です。



地域のために進めていきたいこと

杉本：玉川さんと今回の対談について打ち合わせをする中で、その見直しや振り返りをお祭りやイベントといった形でできればいいよねという話になりました。まちづくりを考えるとと言われても、全然自分事ではないとか、難しいそうだから遠ざかるとか、そんな住民も多いかなと思うのですが、そこを楽しく参加しやすいものができるとうごく良い。来てもらうきっかけは、楽しそう……からで構わない。それで来てみたら意外と面白いじゃんとか、自分の思いがまちに入るというのがすごく良いなと思ってもらうとか、自分の思いが届いている、自己効力感があると感じる、そんなことが今後できればいいなと思っています。これで、およそ私のやりたいことは話せたので、今度は、NTTさんからやりたいことを話していただいてもいいですか。

玉川：杉本さんと同じで、NTTとしてというより、私の意見で述べたいのですが、大きく3つあります。

まず1つ目が、地域活性化です。本当にまちのパートナーになりたいと考えていて、北島町さまでいえば、自治体の地元のみなさま、そこに住んでいるみなさま、そして、地場企業のみなさま、すべてのパートナーになりたいです。

2つ目が、戦略の実行力、サステナブルのところで考えています。つくりっ放しは非常にもったいないことですから、しっかりと実行できる体制を構築していくことに取り組みたいです。そして、まちとして持続可能性を追求していくということ。総合戦略においても定期的に見直し

を図っていくことで、本当に持続可能なものにしていきたいと考えています。

最後に、これこそ私が思っていることなのですが、戦略において、まずは北島町さまらしくいうところ、もう1つ、NTT っぽさというところもぜひ考えていきたいなと思っています。先ほど栗山取締役の講演でもありましたが、具体的に言うと、このSSPPやSUGATAMIなど、ノウハウを持っている人から吸収をしていくことをしっかりやりたい。そして、交流の場にも顔を出して自分のまちはこうだけど、そちらはどうですかというような意見交換を図っていく。こうしたことをしっかりやっていきたいです。

あともう1つ、これはNTT 西日本の目線になりますが、やはり我々は各都道府県に支店があり、いろいろな最新の情報、生の情報を得ることができます。自治体のホームページに載っている情報ではなくて、そこに住んでいる、働いている従業員の声を肌感として聞くことができます。そういった内容、現場感というのをしっかりと付与した総合戦略の策定、もしくは見直しをやっていきたいと勝手に思っています。

杉本：支店が全国にあるというのは本当にありがたいというか、もちろん徳島県にもある。これはほかにはない強みでしょう。言い方が悪いですけど、呼んだら30分で来てくれるじゃないですか。

玉川：(笑) 少し恥ずかしいですけど、もういつでも。

杉本：そういうところがすごく良いと思っています。昨年からここまで引き続きプロジェクトをやってきて、玉川さん含めNTTグループのみなさんと非常に緊密に連携させてもらって、仲間がいる、意識が同じ方を向いていると感じるようになっていきます。非常にありがたいと思っていますので、これからも引き続きよろしくお願いします。

玉川：ありがとうございます。先ほど私が述べました、やっていきたいこと3点に注力して、杉本さんと意見を交わしながら一緒に進めていきたいと思っています。SSPPのみなさまからの意見もぜひ吸収して、来年、再来年にはでき上がった総合戦略をこういったフォーラムの場などでも披露して、そこでまた意見をもらおうといった営みにしたいと思っています。これは、少し自分にもプレッシャーをかけているつもりです。

杉本：また来ますか。

玉川：ぜひ。これは勝手に言っているところもありますので。

杉本・玉川：(笑)

まちづくり支援活動

Co-design Program Case1 男鹿市からの まちづくりへの挑戦

プレゼンター

岡住修兵

稲とアガベ株式会社 代表取締役

スピーカー

石川俊祐

株式会社 KESIKI 代表取締役 CDO



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな”まちづくり 2023～模索と未来～」

■ 新しい“サケ”づくりでまちの未来を醸す



岡住修兵 稲とアガベ株式会社 代表取締役



石川俊祐 株式会社 KESIKI 代表取締役 CDO

岡住：今回、Co-design Programに選んでいただいた「稲とアガベ」という会社をやっています岡住です。いろいろな人たちのご縁でこのプログラムに採択され、KESIKIの石川さんという素晴らしい方にメンターについていただいて、これから何が行われていくのか、何が起こっていくのかとか、そうしたことを今日は話したいと思います。

石川：そうですね。私も「稲とアガベ」さんの活動というのはいろいろな人から耳にしていたのですが、こうやって実際にお会いするのは今日が初めてなので、非常に楽しみにしていますし、今回のCo-design Programと一緒に今後の未来の走り方みたいなことを含めて、この場でプレストのに、カジュアルに話していければと思います。

岡住：早速ですが、我々の「稲とアガベ」の取り組みについて説明させてください。

初めに、稲とアガベの「アガベ」は何かとよく聞かれるのですが、アガベというのはテキーラの原料です。なぜテキーラの原料が社名になっているかと言いますと、僕のかみさんはテキーラが大好きで、あだ名がテキーラ姉さんというあだ名なのですね。そのテキーラ姉さんと僕が結婚したときに、僕は秋田県の新政酒造というところで日本酒をつくっていたんですが、日本酒好きの僕とテキーラ好きのかみさんが、結婚した証としてつくった家紋みたいなマークが、この「稲とアガベ」のマークになります（図3-1）。真ん中のパインナップルみたいな植物がアガベという植物です。だから、「稲とアガベ」は僕と妻みたいな意味合いの社名になっています。

僕自身は、今、秋田県男鹿市で活動しているのですが、福岡県北九州市で生まれ育ちました。大学時代に神戸大学の経営学部で、アントレプレナーシップとベンチャーファイナンスを主に学びました。ある日、神戸の居酒屋で新政酒造のお酒を飲んで非常に感銘を受けまして。「ここで働きたい！」と直感的に思い、「翌日、なんか電話してみようと思います」みたいなことを居酒屋の店主に言ったら、その店主が、新政酒造で働きたい男の子が来たとお店のFacebookページに上げてくれて。それをたまたま、新政酒造で社長の佐藤祐輔さんが見ていて、コメントに「いいっすよ」って入れたんですよ。それが今から10年ぐらい前で（図3-2）。

そこからポッと秋田に飛んでいって、新政酒造の人たちや秋田の地域の人たちにに本当によくしていただいて、何か本当に秋田の方々に恩返しできればなという思いでいます。秋田の地は、今、人口減が続いていて、人口減少率、都道府県別でいうとナンバーワン、少子化率ナンバーワン、高齢化率ナンバーワン、自殺率までナンバーワンみたいな、そんなまちなのですよ。なぜ人口が減るのかと考えたときに、いい仕事がないのかなと秋田に暮らしていて思いました。だから、僕は起業家としてこの地域にいい仕事をつくることによって、秋田に恩返しをしたい。そんな思いで、



図3-1 稲とアガベ株式会社のロゴマーク



図3-2 岡住氏の略歴

2021年3月に「稲とアガベ」という会社を創業しました。我々がやっているのは、この昔の男鹿駅の駅舎を改装して、“クラフトサケ”という新しいジャンルのお酒をつくっています（図 3-3）。



図 3-3 「稲とアガベ」クラフトサケ醸造所

日本酒をベースに新たなジャンルを開拓

岡住：僕は日本酒を学んできたのですが、日本酒の製造は完全な新規の参入が認められていません。経済原則からすると、完全な新規の参入が認められていない状況というのは、イノベーションが起きにくい。あるいは新陳代謝が起らず、業界発展することはまずないですね。そうした状況になっている日本酒業界の中で、どこかしら会社を買収すれば日本酒はつくれるのですが、あえてその手段を取らずに日本酒の参入規制の緩和をめざそうと決意して、5年ぐらい活動しています。

ただ、法律を変えるには時間がかかります。法律が変わるまでの間は、別の免許を活用してお酒づくりをしようということで、酒類等製造免許のうち「その他の醸造酒」という免許を活用してお酒をつくっています。醸造所の中には1,500リッターのタンクが5つ並んでいて、麹室なんかも完備して、日本酒づくりができる環境は小さいながらも整えているような醸造所を運営しています（図 3-4）（図 3-5）。



図 3-4 新しいサケが生まれる醸造タンク



図 3-5 若き蔵人の手仕事光るお酒づくり

日本酒技術をベースにした“クラフトサケ”はどういうものかと言いますと、日本酒はお米と麴と水を発酵させて濾したもののというのが定義になるのですが、この定義を外してあげると僕たちの免許でつくれます。具体的には、ビールに使えるホップを添加して、ホップの香りがついたビールと日本酒の合いの子みたいなものをつくったり、米と麴とブドウを発酵させてワインと日本酒の合いの子みたいなものをつくったり、そんなお酒づくりを進めています（図 3-6）。



図 3-6 「稲とアガベ」のクラフトサケ

もともと、日本酒は米と麴だけでいろいろな表現ができますから、それが非常に面白いなと思っていて、副原料を入れることは醸造家個人としてはあまりやりたくなかったのですよ。ただ、ホップを入れたものを最初につくったら非常においしいものができて、かつ市場の受けも非常に良かった。ただ、僕たちベンチャー企業が日本酒に似たようなものをつくって僕たちが売れている、ということは、シュリンクしている日本酒市場で売れている、それはどこかしらの会社の棚を奪っているだけだと気づかされて。日本酒の参入規制緩和をめざしつつも、この新たなお酒のジャンル“クラフトサケ”をきっちり文化にしていこう、これを両建てで今、一生懸命取り組んでいるところです（図 3-7）。

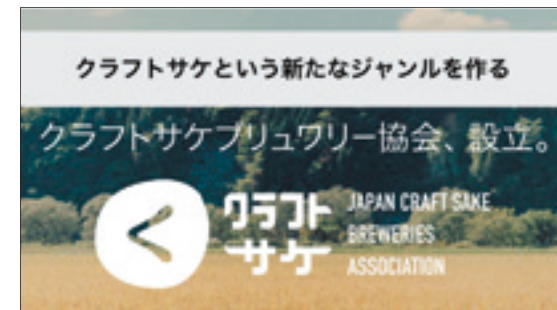


図 3-7 岡住氏が会長を務めるクラフトサケブリュワリー協会

僕たちがこういったお酒をつくった当初はジャンルがなかったのですね。ジャンルがないと非常に商売しづらくて、僕たちの商品はお客さんから「これは日本酒ですか」と100%聞かれるのですよ。日本酒ではなくて……みたいなところからセールストークをスタートして、法律の話、製造方法の話をして、ようやく商品説明をする。毎回、毎回、接客に15分以上かかるみたいなことをずっと続けていたら非常に大変で。同じようなお酒をつくっていたところが、2022年の6月の段階で7社あって、この7社が大体みんな友達だったので、みんなにそれぞれ声を掛けて聞くと、口々に商売は大変だと言う。では、ジャンルをつくらうと僕が発起人になり、昨年6月にクラフトサケブリュワリー協会というのを立ち上げて、その会長を務めています。今、加盟しているのは全国7社、北は秋田から福島、新潟、東京、滋賀、福岡にもあります（図3-8）。



図3-8 クラフトサケブリュワリー協会の加盟社（2023年11月現在）

実はこの1年ぐらいで4社ぐらいクラフトサケみたいなものをつくる醸造所が立ち上がりまして、年明けに新規加入の制度を整備する予定なので、それらを加えると10社以上になる予定です。日本酒だとお米と麹だけなので製造地域を色濃く表現するというのはなかなか難しいのですが、一方、クラフトサケは非常に地方創生と相性がいいなと思っています。例えば、男鹿は梨とかメロンが有名なのですが、梨を使ったクラフトサケをつくって、それを全国に向けて販売することで、ああ、男鹿は梨が有名だったんだということに商品を通してユーザーに気づいていただける。それが僕自身、可能性がめちゃくちゃ高いなと思っていたところ、各自治体から、クラフトサケの醸造酒を地方創生文脈でつくりたいといった相談が寄せられました。今の相談ベースでいいますと、20から30ぐらいあります。クラフトサケブリュワリーは向こう5年ぐらいで、おそらく各都道府県に1社ぐらいある状態になってくれるのかなと予想しています。

クラフトサケを伝えるためのイベントのほか、寒風山という山の上でプライベートディナーを楽しむイベントといった活動を通して、クラフトサケや秋田の魅力を伝えています（図3-9）。日本三大ベンチャーカンファレンスの1つであるICC(Industry Co-Creation)が今年9月の京都サミットで初開催した「SAKE AWARD」で、こうした取り組みが評価されまして、「稲とアガベ」が初代チャンピオンになりました（図3-10）。



図3-9 クラフトサケと秋田の食を興ずるディナーイベント



図3-10 ICC SAKE AWARD 初代チャンピオンの栄誉に輝く

僕たちがつくっているお酒は地域のメディアだと捉えていて、地域の名刺代わりに日本中、世界中に旅立ってくれる存在だと考えています。お酒って面白くて、そのお酒がおいしいとその地域に行ってみたくなるのですね。僕もまだフランスに行ったことはないですが、ボルドーとかブルゴーニュとか当たり前に知っていますし、いつかブルゴーニュに行ってみたいなと思っています。そういったパワーがお酒にはあるなというふうに捉えていて、このお酒の魅力を使って地域を盛り上げるということをしてきたいなと思っています（図3-11）。



図3-11 お酒を通じて地域を知る・愛着をもつ

歩 20分圏内に未来のまちを描け！

岡住:ただ、秋田県の中でも男鹿のまちというのは人口減が加速度的に進んでいて、人口は2万4,000人ぐらいですが、高齢者の割合が50%を超えていて、出生数などもおとしが70人、去年が58人と順調に減っている状態です。僕たちが生きている間に、もしかしたらまちがなくなるかもしれない、そんな状況のまちに僕たちはいます。ですので、せっかくお酒を通してこの町に来てもらっても、空き家だらけでコンテンツが不足しているのが現状でして、せっかく来てもらっても楽しんで



図 3-12 空き家だらけで宿泊施設もない男鹿のまち



図 3-13 ここを目的に訪れる場所となったレストラン

いただけない（図 3-12）。だったら、僕たちの手でシャッターを開けていこうということで、2年前の醸造開始からシャッターを開けていくという取り組みも進めています。

具体的には、醸造所の横で完全予約制のレストラン「土と風」を経営しています。地元食材、発酵料理、そこに合わせるのが自社の酒、といったレストランです。設立当初は結構、話題性もあって雑多に来ていただいていたのですが、今は完全にお酒はメディアだということを体現するようなレストランになってきています。僕たちのお酒を他で飲んでおいしかったから、調べてみたらレストランをやっている……といって、ほとんどの来店客が県外からくるレストランになってきました。多い月には120人ぐらい県外の方がこの場所を訪れます（図 3-13）。

あと、小さいことなのですが、空き家を冷蔵倉庫にリノベーションしました。その他、今年の4月には、廃棄される可能性のあるものを宝物に変えるというコンセプトの食品加工場を立ち上げました（図 3-14）。この加工場で第1弾商品としてつくっているのが、廃棄リスクの高い酒粕を使ったマヨネーズです（図 3-15）。

酒粕は栄養素たっぷりでたんぱく質もとれて、アミノ酸もとれて、ビタミン B1、B2 とか特殊な栄養素もとれて、食物繊維たっぷりなのでお通じもよくなって、最近は認知症予防の成分も見ついているのですが、各家庭で消費されなくなって、秋田県内だけでも今、年間 400 トンぐらい産業廃棄物として捨てられている現状があります。これは非常にもったいないよねということでマヨネーズをつくりました。



図 3-14 空き家を活用した食品加工場でフードロスの削減に挑む



図 3-15 廃棄される酒粕を再利用したマヨネーズを生産



図 3-16 卵アレルギーの人でも食べられる「発酵マヨ」



図 3-17 食品加工場の正面に直売所がある

「発酵マヨ」と名前をつけまして、今、製品として販売しています。卵黄の代わりに酒粕を使ったマヨネーズになっていまして、動物性のものが一切入っていません。ですから、ビーガンの方も安心して食べられますし、最近増えつつある卵アレルギーの方なども安心して食べられる製品です。自社の酒粕だけではなくて秋田県で年間捨てられている 400 トンの酒粕に価値を与えたい、こちらはそんな思いで立ち上げた事業になります（図 3-16）。加工場の中はキッチンですが、表は販売店になっています（図 3-17）。

あと、今年の 8 月にラーメン屋を立ち上げました。なぜラーメン屋なんかやっているのによく言われるのですが、正直、ラーメンもメディアだと思っています。地域のことを色濃く映し出して、人を呼んでくる求心力のあるコンテンツが僕はラーメンだと思っていて、会社の設立当初からラーメン屋をやりたいと言っていました。

ラーメン屋をやりたいなと言っていたら、たまたま一風堂さんとお知り合いになりまして、一風堂さんが「手伝うよ」と言ってくれて、ほとんどタダみたいな金額で、男鹿塩らーめんというものを開発してくれました（図 3-18）。

僕が来た 2 年前、醸造所がある通りは人っ子 1 人、朝も昼も夜も歩いていない通りでした。醸造所の目の前でボロボロだった建物を少しリノベーションしてラーメン屋にした結果、平日も休日も行列ができるような店舗になりました。平日 50 杯、休日 100 杯つくっているのですが、設立当初から 1 時間半ぐらいで売り切れが続いているような状況に今なっています（図 3-19）。



図 3-18 「一風堂」監修による地域色豊かな看板らーめん



図 3-19 醸造所前の古い建物を新装開店して男鹿の行列店に

今後のことですが、早ければ1年後にはこちらの元鉄工所をジンの製造拠点にする計画で動いています。なぜジンかといいますと、酒粕を発酵マヨにするときにオープンに入れてアルコールを飛ばしているのですが、この飛ばしたアルコール、実は回収できるのです。この回収したアルコールのことを粕取り焼酎と言いまして、この粕取り焼酎にジュンパーベリーなどを漬け込んで、もう1回蒸留すると、いわゆるジンになるのです。そうすることによって酒粕にさらに価値が与えられるよねと、そういった思いとしてやろうとしている事業になります（図 3-20）。



図 3-20 酒粕を使ったジャパニーズ・ジンの製造所を計画中

あと、来年の9月ぐらいをめどに、ホテルをつくる計画で動いています。僕たちが住んでいる男鹿の船川という地区にはホテルが1軒もなく、レストランとかに来るお客さんもみんな秋田市に宿をとって、電車で来て電車で帰るみたいなことになっていて、これは非常にもったいない。ということで、ホテルをつくります。この建物をホテルにする予定で、うみまちホテルという名前で作らせてもらおうとしています（図 3-21）。

また、古民家を活用して、オーベルジュみたいなものをつくる計画も、今、動いています。こちらは昭和天皇が訪問したような由緒ある古民家なのですが、食事ができて泊まれる場所にしていければと考えています（図 3-22）。



図 3-21 宿泊施設のない場所にホテルを計画



図 3-22 地元の食が堪能できるオーベルジュを計画

それと同時に、耕作放棄地の草を1つひとつ刈って、景色（棚田）をつくるという計画を今、進めております。今年の4月に耕作放棄地を田んぼにするのが動いていて、この面積をもっともっと広げていきたい。僕たちだけでやるのではなくて、こういった場所に出会った興味のある方に参画をいただいて、景色を一緒につくっていく取り組みをやろうと思っています。

ここまでの話、田んぼ以外は大体徒歩20分圏内です。秋田の未来をつくるとか東北の未来をつくるとか、日本の未来をつくるとかは、なかなか僕は起業家として説得力ある言い方はできないのですが、この目に見える範囲の20分圏内の未来ぐらいはつくれるのではないかと、そんな思いで、今、取り組んでいます。この徒歩20分圏内の未来をつくった先に、何かまちづくりの処方箋みたいなものが見つかって、それが各地域に伝播していくことを今、めざしています。その1ページ目をこの場所で作っていただければというスタンスです（図 3-23）。



図 3-23 滞在・回遊できるまちのコンテンツを充実させる

よく「まちづくりをなぜしているの」と言われるのですが、理由は、お空の上でおいしいお酒を飲むために、ただ、それだけです。というのも、僕が何もしなければ、男鹿のまちがなくなってしまう。まちがなくなったら、僕が今、借金してつくっているコンテンツ1つひとつは、いつかゴミになってしまう。ゴミにしたいくないのですよ。僕が死んだ後にゴミになってしまったまちをお空の上から眺めて、後世の人たちが「こんなゴミみたいなものづくりやがって」と言っていたら、おいしいお酒が飲めないじゃないですか。ですので、死んだ後においしいお酒を飲むために、ただその1点のために今、まちづくりを頑張っています。ただ、コンテンツをたくさんつくっているけれど、生きている間にコンテンツは古くなってしまいます。ですから、文化の柱をつくらなければいけないなと思っています。

そこで、男鹿を“サケ”のまちにしようと、男鹿サケシティ構想というものを掲げました。冒頭、参入規制の緩和といった話をしましたが、日本酒特区を男鹿市で新設しようと働きかけています。ありがたいことに、内閣府に正式な提案として今年の2月に認めていただいて、内閣府と連携して男鹿を日本酒特区にしようと、今、動いています。それが実現した先には、男鹿で日本酒をつくれるという状態になる。そうすると、日本中の日本酒をつくりたい子たちが男鹿に集まってきてくれる、その人たちに対して経営的なノウハウとか場所を提供することによって、新興の日本酒蔵が男

鹿のまちに集積してくる。これが5軒、10軒集積して30年続けば文化になるでしょう。新興の酒蔵ばかりが集ったまちは日本のどこにもない。戦後70年間で完全な新規の参入蔵が1軒もないのです。そういったまちをつくることができれば、男鹿のまちは未来に残るのではないかと、そんな思いで、男鹿サケシティ構想を掲げさせてもらっています（図 3-24）。



図 3-24 新興の酒蔵が集まる未来のまちを夢見て

そんなことをやっていたら、いろいろな仲間が集まってきてくれて、2年前、1人で立ち上げた会社なのですが、今、25人ぐらいの組織になってきました（図 3-25）。そのほとんどが移住者です。やはり、小さい町で人口が減りゆく中で若者が25人集まってきてくれると、市役所の方々も非常に喜んでくださって。男鹿市の全面的な支援を受けてまちの未来に残す、そんな取り組みをやらせてもらっています。以上です。



図 3-25 仲間が集まれば未来図も現実に見える

■ デザインの見地からともに地域の文化をつくる

石川：まさに、何か文化をつくるという意味では、岡住さんがやられていることは、地域そのものをもう一度耕し直す、そこで本当に人が育っていくような流れになっていくのではないかなと。大学とかをつくってみても面白いのではないかと、話を聞きながら思っていました。



岡住：そうですね。スペインのバスクには大学があったりするじゃないですか。カリナリー・センター（BCC）とか。食の大学とか発酵の大学とか学術的な部分が絡んでくると、より文化的になっていきますよね。

石川：環境が整って、大学みたいなものによってモチベーションが高い人たちが地域に育っていくと。産官学という大学をうまく地域で連携する例だと、日本では徳島県の神山町のような例が出てきていると思うのですが、そういったものが結構出てくると面白いのかなと思います。

岡住：そうですね。

石川：このまま対談に入ってしまうそうなので、ここで私の方から話ができたらと思います。KESIKIの石川です、よろしくお願いします。今回、このCo-design Programというものにお声掛けをいただいて、岡住さんをズミさんと呼ばせていただいています。一緒に伴走して、既に多くやられていることをよりどういうふうに面のように広めていけるのかとか、そんな伴走支援ができたらと思っています。我々 KESIKIがなぜ伴走し得るのかということも含めて、我々がやっていることを少し説明した上で、この後の対談を進めます（図 3-26）。



図 3-26 「稲とアガベ」に伴走する「KESIKI」



図 3-27 「KESIKI」のミッションステートメント

KESIKIの紹介に少しになってしまうのですが、なぜ我々が一緒にやる意味があるのかとか、このSSPPに関連している理由がうまくつながっていくのかなと思うので、シェアさせていただきます（図 3-27）。

先ほどズミさんから景色の話が出たのですが、もしかすると、今、少し壊れかけてしまっているまちを金継ぎしていくみたいな形で新しいまちに生まれ変わらせるということを岡住さんは勝手にやっていらっしゃるなと私は理解をしたのですが、実は、我々の会社の名前の由来は金継ぎから来ています。

日本の美意識で壊れた器を直して金継ぎした後に、それを見ながら「これはいい景色だな」というのがあって、そういうところからインスピレーションを受けて、すごく日本的な社名をつけたいと思ったのです。その美意識みたいなものはもともと日本にはあって、何かただただそこで眺めて何も変わらずに終わっていくのではなくて、どこからでも新たに土壌を耕すこともできるし、勇気を持って変化をするというアクションをとるべきだし、その継ぎ接ぎされた新しい姿が実は美しいという価値観によって、既にあるものをどう復活させるか……みたいなことが、会社のバックグラウンドになっていて、そんな思想で社名をつけました。

■ KESIKIのデザインメソッドとその実践

石川：「やさしさを巡る経済」というのを我々はミッションに掲げていて、これ（図 3-28）がそのイメージです。



図 3-28 「やさしさを巡る経済」のイメージ

左下が「Product Design」です。事業のデザイン、プロダクトやサービスのことで、例えばこれが先ほどの話を借りるならラーメン屋だったり、宿泊施設だったりします。右に移って1段目が「Loved Company Design」で、愛される会社をどうデザインするか。まさに「稲とアガベ」さんは、会社が好きで、やっていることも愛していると社員が思っている会社だと思うのですが、やりがいのある楽しい会社、ワクワクできる会社をどうデザインし直していくのか。次の2段目が「Relationship Design」。地域の関係性やつくった会社だけではなくて、ステークホルダの新たな関係性をどう紡ぎ合わせて、価値を再分配していく、そういうデザインが地域単位でできるのだろうかとか、関係する会社・サプライチェーンの在り方も見直して、デザインし直していけるのだろうかというものです。その先にあるのが3段目、一番右上にある「New Economy Design」です。新しい経済モデルのデザイン、これは、それこそズミさんの話でいう「大人になると主語の大きな話はなかなかできない」という思いとつながるかもしれませんが、「やさしさを巡る経済」というものは存在してもいいのではないかと。こうしたビジョンを掲げて、「KIND ECONOMY」というものをつくろうとしています。

その根底にある課題として僕らが解決したい……解決したいというよりは、こういうものをもう1回取り戻すことが必要なのではと考えているのが、「他者に深く共感する力」「未来を妄想し描く力」「共に、自らも生み出す力」です（図 3-29）。



図 3-29 「やさしさを巡る経済」に欠かせないこと

このスライドの背景にあるのは、100年以上続いている教育の在り方をイメージしたものです。1人先生みたいな偉い人がいて、その人の言うことを聞いてそれを学びたいなことが、結構日本の根底にあるなど。日本の成長の仕方の背景にもこれが根強くあるなどということを考えていて、その在り方で何が欠けてしまっていくかといえば、ここに示している「他者に深く共感する力」「未来を妄想し描く力」「共に、自らも生み出す力」です。

例えば、他者に本当に深く共感をするとか他者の気持ちになるとか、これを憑依するという言い方をしたりしますが、そういったことをもっと事業に直結させてもいいのではないかと、それを自分事化してもいいのではないかとという力を取り戻すということ。そして、ズミさんはめちゃくちゃやられていると思うのですが、未来を妄想して描くこと。小さい頃は自由に描くと思うんですね。これが、働くということになっていくと意外としてはいけないと言われる、あなたの妄想には興味がある

ないという話になったりする。だから、そういうものを取り戻そうということです。そして、共に生み出す力みたいなのは、まさに、点と点のように思わず、面のように広めていくこと。例えば、男鹿でやられていること、なぜ酒で、ラーメン屋で、次にこれこれ……というのが、ズミさんの中では全部点がつながっていて、1つひとつをつくりながらどんどんパズルのように、レゴのようにつくり上げていっているというところが、まさに生み出す力だと思います。そういったことがなかなかやれない、失敗を恐れすぎてチャレンジできなかったり、それが本当に分かりやすい成功でない場合になかなかやりにくかったり。この辺のマインドセットとケイパビリティと機会というものをどうつくっていくのか、そんなことを「地域をつくる」という意味ではやらなければと思っています。

一応、我々はメソッドでカルチャーづくりをするためのデザインのアプローチというのをつくっています（図 3-30）。



図 3-30 文化をつくるデザインアプローチ

左側が自分たちが在りたい姿で、右側がそれを生み出していくプロセスです。市民1人ひとりがどう自分たちの在りたいまちの姿を可視化したり具現化する、あるいは妄想することができるようになり、それというのは一体どういう物事をつくっていったり、生み出していったりするといふことなのか、そうしたまちのデザインアプローチを、しっかり創造的にやる方法を我々は一定メソッド化していて、これを今、旭川市で一緒に仕事させていただいています。まちのビジョンづくりから市民1人ひとりの行動をどう変容させていくのかというチャレンジですが、その中心には「Authenticity＝らしさ」があります。これは後でズミさんと話をしたいのですが、男鹿市の「らしさ」はどういうところを大事にしているのかを聞きたいと思っています。

旭川市でやっていることをクイックにシェアさせていただいて、男鹿の話に移りましょう。旭川市で我々がやっている Co-design Program 活動の全体像はこのようになります（図 3-31）。



図 3-31 北海道旭川市における Co-design Program

旭川市は30万人都市で結構規模の大きいまちですが、30年後にどういう新たなエコシステムへの移行をし、また登場人物（アクター）がいて、どんな新しい事業が存在しているからワクワクなのか、幸せな暮らしや生活なのか、どういう「らしさ」のある町になっているのかという未来像を描いた上で、そこを緩やかに設計することによって、まちの人たちを緩やかに紡いでいく。まったく同じAというゴールに向かう北極星というわけではなくて、緩やかにこういう方向のまちにしていきたいよねという共通のワクワク感をまちの人に抱いてもらうことを仕組みとしてやる。そんな環境整備と教育プログラムみたいなものを実施して、未来像へ向けた事業を実際につくったり、広報物・メディアをつくったりしています。それをまさに食でやろうとしていまして、そういうところもズミさんの活動と連携できそうだなと思っています。いろいろやっているのですが、こんな形で（図 3-32）。



図 3-32 未来へ向かうワクワク感をみんなで考えていく

我々はデザイナーと呼ばれる職業なのですが、Co-design Program 活動では我々がデザインするわけではありません。先ほど述べたように他者に共感したり、未来を妄想したり、事業を自身が生むというよりは、地域の企業さんが事業を生めるように行政の職員のみなさんが後押しをする、創造的な伴走支援ができる……それをデザインプロデューサーみたいな言い方をするのですが、旭川市の職員がそういった人たちに変わってほしい。それこそ自治体DXみたいなことが進んで職員の時間にも少し余裕ができたとき、さあ何をやるのだというときに、地場企業・市民の創造的な活動を後押しするアクションがとれるような行政が変わっている。そんなことをすごく大事に考えて進めようとしています。

■ディスカッション：そのまち“らしさ”を問い直す



石川：ここからズミさんとの対談に入れたらと思うのですが、まさに「稲とアガベ」さんが描く未来像みたいなものを、Co-design Programで伴走支援できればと思っています。ということで、まず、男鹿市について恥ずかしながら詳しく知らないの、なぜ男鹿市でとか、どういうところが男鹿市らしさがあるのだろうかとお聞かせいただけたらと。

岡住：男鹿は半島なのですが、半島全部が1つの市町村というのは、実は男鹿半島だけらしい。半島全部が1つの自治体、それが1つ特徴です。海もあって山もあって、素晴らしい景勝地がたくさんあって。例えば、なまはげという文化、あれは秋田全域のものだと多分みなさんは思っているのですが、男鹿市の文化なのです。そういった古くから残っている文化などもある良い場所なのに、観光客はドライブするだけでお金を落とすところがなくて非常にもったいない、そんな認識を僕は秋田に来て抱いていました。だから、何か消費活動が行える場所や滞在したいと思えるような場所をつくっていくことで、男鹿市の魅力が上がってって、強いては秋田県全体の魅力が上がっていく、そんなことを思いながら今、秋田で事業をやっています。

石川：男鹿市は素晴らしい場所だし、かついろいろなチャレンジを抱えていらっしゃる。これまで活動してきた中で、ズミさんがぶち当たっている壁みたいなものを聞いてもいいですか。

岡住：実は思った以上にすんなりいっているというのが、本当に体感としてあります。最初はいろいろなマイナス面、もしかしたら地域の人に受け入れられないのではないかと、お金も借りられないのではないかと、やりたいことがあっても仲間が集まらないのではないかと……とか、いろいろなことを不安に思っていたのですが、経営資源と言われるようなものは、目標を持って真っ直ぐ進んでや

りたいとずっと言い続ければ、うまくかみ合っていくものだなと感じている2年間でした。本当に男鹿市の方々はじめいろいろな方が協力していただいて、僕が想像した以上に2年間でいろいろなことが推進しているという状況です。

ただ、コンテンツをいろいろつくっているのですが、先ほどプレゼンテーションさせてもらったとおり、僕の中の思いとしては確固たるものがあって、僕の中では全部事業としてはつながっているのですが、外から見たら、やはりなぜラーメン屋をやっているのかとか、そもそも僕たちがラーメン屋をやっているということも地域の人はあまり分かっていなかったりとか、別の人がやっていると思われていたりとか、その1つひとつが面として見せられていない。それは課題として感じているところでですね。

石川：その面として見せたい先にあるアウトカムというか、なぜそれを面として見せて、それによってどういうことを期待しているのか、そういった話はこれまでズミさんから聞いたことがないので、ここで聞かせていただけますか。

岡住：そうですね、もう少し深いところで周囲に伝わってほしいのかもしれないです。ラーメン屋ができていいね、おいしいね、ではなくて、この先をもっと想像してほしい。それは地域の人もそうだし、外の人もそうだし、僕たちのこの取り組みの先に、何か未来があるかもしれないと勇気づけられる、そういったふうに見せていきたいなと思っていますね。



石川：ありがとうございます。それは多分、次の世代にとってのもしかしたらアントレプレナーシップみたいなことなのか、自分で何か感じたことを起点に違和感から始めて創造的な活動をして、そういうのを少しずつつくり上げていくみたいな、生き方そのものみたいな話ですね。私には今、2歳半ぐらいの子どもがいて、例えば、いつか自分のやっている仕事が理解されるようなタイミングが来たときに、ラーメン屋さんをやっていたとか、何かデザインで格好いいものをつくっていた

とかではなくて、生き方を見せていきたい、それは結構面白いことですよ。

旭川市は家具の産業のまちで、個人事業主から企業としては数百社くらい家具屋さんがあって、クラフトマン的な生き方がそこには存在しています。先ほどいい仕事がないという言い方をズミさんがしていて、「会社」と言わずに「仕事」と言っていたところが、個人的にすごく興味を持ったのですが、その「仕事」という言葉にもしかしたら込めている意味があるのかしら。



岡住：そうですね……よく僕も子どものことは思っていて。ラーメン屋をやる理由の1つが、今3歳の子どもの大きくなって反抗期になったときに「こんなラーメン屋もない町に生みやがって」と言われたくないみたいところがあって。その思いとしては、やはり、なければつくればいいんだよということを子どもに教えたいし、地域の人たちにも教えたいのですよね。僕たちのこういった取り組みを通して、なければつくればいいんだ、ないことを悲観しないでいいんだと。逆に男鹿のまちは家賃も低いし、空き物件もいっぱいあるから東京でやるよりチャンスなんじゃないか……、そういった発想の転換をしてほしいのですよね。僕はいい会社をつくるというより、いい仕事をつくりたいという思いが強く、だから、必ずしも僕の会社でみんな雇われる必要はないと思っています。僕がこういうふうには振る舞っていった先に、うちの従業員が成長してくれたり、地域の人たちの思いが変わった先に、それぞれがいい仕事をしてもらいたいし、いい仕事をつくってってもらいたい。その先に何か未来があるのではないかと考えていますね。ですので、仕事と会社というのは多分意図的に使い分けているのですが、石川さんに言われて気づかされました。

石川：おっしゃるとおりだなと思っていて、区別する・差別するわけでも何でもなく、地域に未来があると思う理由が、まさにその辺にあります。我々は本当に都心とかで生きていると幸せなのだろうかとか、何のために日々生きているのだろうかとき折ふと立ち止まると、すごく不思議な気分になるわけです。1日があっという間に過ぎていく。

月1で旭川に行っていますが、そこでは職人さんが自活しているというか、家を自分でつくるな

ども含め、冬の間だったりもののづくりをして自分で展示会に出したり、生活をするためのお金をちゃんとつくる。違う時期はもしかしたら農業をやっていたりとか、それらすべて楽しそうで生き生きとした毎日を過ごしていて、大自然にも囲まれ、土地も安くてみたいな話がある中で、すごくそちら側に未来の生き方そのものを感じさせられます。自分1人でも成り立っている部分と地域・コミュニティと一緒に共存している部分みたいなものがあるって、非常に有機的な生き方、仕事と生き方がすごくイコールになっている雰囲気、そこにすごく未来を感じたりしています。

今後、男鹿でまたやっていくというところに関わらせていただいて、ぜひ、このプログラムの中で一緒にいろいろなことを伴走していけたらと思っています。最後にズミさんが今後よりやっていきたいこととか、みなさんにお伝えしたいことがあれば。

岡住：このプログラムに採択されて、本当に石川さんという素晴らしい方に付いていただいて、これを男鹿のまちだけに留めておくというのは選んでいただいたNTTさんにも申し訳が立たないなと。男鹿のまちで僕たちがチャレンジして、このプログラムで得た知見を各地域に広げていく、そういう取り組みにつなげられたらなと思っています。

石川：ありがとうございます。私もこのCo-design Programにすごくポテンシャルを感じています。例えば、NTTさんのようにインフラの企業、日本中に触手のある企業さんがデジタルだったり、あるいは、フィジカルにロケーションがあるという力を生かして、地域の強烈な個性みたいなもの、文化みたいなもの、あるいはその生き方を再定義するような形、それが広まっていくという営みになるとよいなと思って、ぜひズミさんと一緒にできればと思います。

岡住・石川：よろしくお願いいたします。

Section3：関連 URL

● 稲とアガベ株式会社

<https://inetoagave.com/>

● クラフトサケブリューワリー協会

<https://craftsakebreweries.com/>

● レストラン「土と風」

<https://inetoagave.com/restaurant/>

● SANABURI FACTORY

<https://inetoagave.com/sanaburi-factory/>

● ラーメン屋「おがや」

<https://inetoagave.com/ramen/>

● 株式会社 KESIKI

<https://kesiki.jp/>

自治体事例

山梨市のチャレンジ

住民との対話でつくるまちづくり

パネリスト

高木晴雄

山梨市長

雨宮雄貴

山梨市 総合政策課 企画政策担当 主任



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな”まちづくり 2023～模索と未来～」

■ 山梨市が推進するスマートシティへの取り組み



高木晴雄 山梨市長

高木（映像出演）：みなさん、こんにちは。山梨市長の高木晴雄です。私ども山梨市は、首都東京から西に100km、そして電車でも車でも90分という地理的にアクセス優位性の高い位置にあり、人口は3万4,000人ほどの都市です。全面積は290平方キロ、そのうちの82%が森林原野。甲武信ヶ岳を源流とした一帯がユネスコエコパークにも認定されている、本当に自然豊かなところ。その豊かな自然を生かして、その土壌を生かして果樹栽培が非常に盛んに行われており、2017年には日本農業遺産に、また2018年には日本遺産に、そしてまた昨年7月18日には世界農業遺産に認定された、そんな峡東地域の一角にあるのが山梨市です。

ほかにも地下資源の温泉や良質な水、そして、風光明媚、長い歴史に育まれた国宝もあり、重要文化財もありといった山梨市ですが、農業が盛んに行われている地域の中でも、とりわけシャインマスカット人気が非常に高く、私どもふるさと納税にも大きく寄与してくれています。新規就農者も増えていて、これから農業をさらにさらに発展していくことが山梨市の発展にもつながっていくものと思っています。

・めざしているまちづくりについて

山梨市がめざしているまちづくり、私どもには第2次山梨市まちづくり総合計画があり、総合戦略があり、そして、私が掲げる7つのビジョンがあります。これは「行政」をスピード感をもって進めていくこと、「子ども」「子育て」「教育」そして「医療」「介護」「災害」、そして先ほど述べました「農業」を持続的に拡大していく。販路や生産量の拡大、また産業構造をもっともっと強化していかなければいけないといった課題の中で、私はまず農・福・観、つまり「農業」と「福祉」と「観

光」で山梨市を推進していこうと思っています。私の政治家としてのモットーは“初心を忘れない”、“ぶれない”、“結果を出す”。その結果を出すため、NTT 東日本さんの発案からSUGATAMIを活用した住民対話会を今年3月に開催しました。ここでは多くの市民に集っていただいて、山梨市の課題をいろいろ顕在化させました。その1つひとつを真摯に受け止め、私ども行政推進を図っているところです。

・SUGATAMIを市政に活用する意義について

NTT 東日本さんとは「アグリイノベーション Lab」でずっとお世話になっていまして、農業向けに開発されたソフトやハードをいろいろ使わせていただいたり、私どもの農業振興にこれらを役立てたりしています。そして、行政の見える化に役立つSUGATAMIです。行政はやはり見える化をしていかないと、なかなか市民も私どもも課題に気が付かない。見えてきた課題を1つひとつ丁寧に解決しながら、それを次の世代に渡していくことが大切だと思っています。教育の問題、医療の問題、福祉の問題、そして今盛んに行われているデジタル化、そういったことも推進をしていかなければいけない。さまざまな課題が山積していますので、1つひとつ丁寧に課題の見える化を図っていく。市民が安全で安心で、そして、みなさん1人ひとりが行政に携わっていただけるような、そして我々はまた市民に寄り添って、お互いにWin-WinになるWell-being、そういったまちづくりを推し進めていこうと思っています。



■ SUGATAMIを用いた活動事例：住民対話会



雨宮雄貴 山梨市 総合政策課 企画政策担当 主任

雨宮(映像出演):改めましてSSPPにご来場のみなさま、こんにちは。山梨市 総合政策課の雨宮です。本日は山梨市の取り組みとSSPP 活動、そしてSUGATAMIに対して感じていること、今後の展望などについて話をさせていただきます。簡単に自己紹介になりますが、私は2015年に山梨市役所に入庁しまして、現在9年目となります。今年度から新たに新設された総合政策課に異動して、市の総合計画や総合戦略の改訂を担当し、併せて、NTTのみなさまの力を借りながら、本市のスマートシティ実現に向けて現在取り組んでいます。

それでは早速ですが、本市の取り組みにつきまして話を進めます。山梨市は2020年度からSSPPに参画しています。2020年度および2021年度においてはコロナ禍の影響もあって具体的な取り組みはなかったのですが、2022年度からSSPPの取り組みであるSUGATAMIの活用について

NTTさまから提案を受けて、これまで地域・住民を主役にしたまちづくりにおける、地域・住民の幸せ、Well-beingの最大化に関係する取り組みを進めてきました。その取り組みの、まず1つ目が住民対話会です(図4-1)。

昨年、国のデジタル田園都市国家構想(以下、デジ田構想)およびデジタル田園都市国家構想総合戦略が閣議決定されました。これにより、本市で策定している総合戦略にも国のデジ田構想等を反映させ、国に合わせた改訂を行う必要があります。国のデジ田構想では、人を中心としたWell-beingおよび持続可能な環境、社会、経済の実現を目標としており、人(市民)中心のまちづくりというのは、本市の市長の“現場主義”という理念にも合致していました。そこで本市スマートシティ推進における現状認識を図る中で、まずは地域・住民の幸せ、Well-beingが達成できるまちづくりには何が必要なのか……こちらを市民と一緒に考える場が必要ではないかと考え、住民対話会を開催しました。これまでも行政と住民が話し合う機会というのにはありましたが、その場では単に要望を聞くだけになってしまいがちでした。住民対話会はそうではなく、一緒に考える対話を軸とした形で開催し、本市を客観的に見るツールとして、SUGATAMIを活用したのです。

SUGATAMIは経済や交通、コミュニティ、そして子育てなど、まちを構成する18分野を分析した都市機能スコアと、市民へのアンケート調査から導き出した住民満足度をもとに住み慣れたまちを客観的に見ることができます。その視点を市民に提供し、対話の土台としました。また、市の財政状況も分かりやすく提示して、人口減少や少子高齢化によって、市の財政が厳しい状況にあること、また、限られた予算から効率よく財源を使っていく必要があることを市民に伝えました。こちらの資料は、実際に対話会で提示させていただいた資料の一部になります(図4-2)。

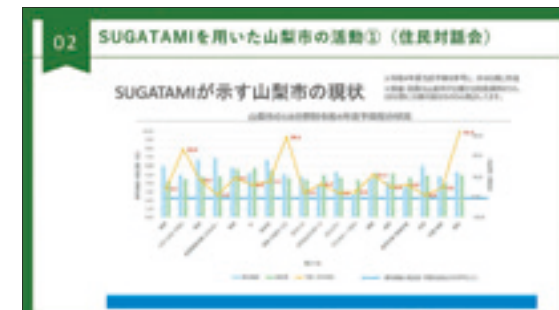


図4-2 2022年度の予算配分と都市機能・満足度を分かりやすく提示(一部)



図4-1 市民と一緒に考える住民対話会を開催

SUGATAMIを通して山梨市を見た結果、幸福度、Well-being 傾向が全国平均に比べて高いことが分かりました。都市機能スコアとしては教育、気候変動、エネルギー、そして安全性のスコアが高く、住民の安全、安心に関わる都市機能が充実している状況が分かりました。また、市民は環境とか、水、安全性に対して、特に満足している傾向にあると分かりました。

これらの結果と2022年度予算配分を含めた分析を行ったところ、これまで市が予算を投じて力を入れていた割に、人口・こども・子育て分野での住民満足度が低い、逆に予算をそこまで投じてい

なくても気候変動対策や、エネルギー、住宅分野などでは住民満足度が高いといった、これまで気が付かなかったことが可視化されました。このことから、限られた予算を最も効率的で効果的なところに充てるためには、SUGATAMIのようなデータを使った指針が役立つと考えています。

また、対話会に参加した市民からは、「市民ニーズと施策がかみ合っていないのかもしれない」「満足するというよりも、今の状況を当たり前と思っているのではないか」といった意見や、対話会で共有したデータは住民の満足度などの意見も反映されていることから、「住民の思いをもとにした、独自のまちづくりへのきっかけになるのでは」といった声も上がり、市民目線でもこうした指針がまちづくりへのヒントになり得ることが明らかになりました。今回の対話会は初めての取り組みでしたが、市民中心のまちづくりを推進していく第一歩になったのではないかなと考えています。市民からも好評をいただいた対話会は、市と市民の双方にとって有意義な機会となりましたので、次回開催について現在検討しているところです。



■ SUGATAMIを用いた活動事例：職員ワークショップ

雨宮：次に2つ目の取り組みとして、自治体職員同士のワークショップを紹介します。先ほどの住民対話会を行う中で、Well-beingなまちをつくるには、まずは職員がこのWell-beingとは何なのかを理解しなければならないと考えました。恥ずかしいのですが私自身、今年度異動して初めてこのWell-beingという言葉を知りました。そこで、山梨市がめざしたいWell-beingとは何か、そのためには、どのような取り組みが効果的なのかを考えるために、「市民に共通する幸せの最小単位を見つける」「山梨市らしいWell-beingを問う」というテーマでさまざまな部署の職員を募り、職員同士でのワークショップを行いました（図4-3）。



図4-3 部署を横断した自治体職員同士のワークショップを開催

ここでは、ワークショップを専門的に学んでいる県内の大学生をファシリテーターとして招き、Well-beingを学ぶためのツールとして、SUGATAMIを活用させていただきました。ワークショップを行う中で、一職員として、また一市民として、そして初めて山梨市にきた人から見てくる、山梨市の魅力、強み、弱み、を出し合い、山梨市の新たな発見を見出す場ともなりました。参加した職員からは「市で働いているが、市を客観的に見たことは初めてだった」「弱みを改善するために新しい施策を考えがちだが、実は山梨市の強みを伸ばしていく施策も重要なのではないか」といった意見が出されました。また、「このSUGATAMIを福祉や観光、学校現場などの分野で活用すれば、各分野における課題解決策の発見や、子どもたちの郷土愛の醸成などにもつながるのではないか」といった声も上がりました。こうした勉強会も初めての取り組みでしたが、住民対話会と併せまして、Well-beingなまちづくりを進めるための第一歩になったと感じています。今後の開催については改めて検討となりますが、個人的な意見でいえば、例えば入庁した新人職員の最初の研修として行い、これから自分たちはこういうまちで働くのだという認識を持てるようにするなど、新たな職員研修の一環として実施できればいいと考えています。

SSPP活動の期待感とSUGATAMIの可能性

続きまして、SSPP活動とSUGATAMIに対して感じていることについて話をさせていただきます。SUGATAMIは、このまちを構成する18分野の指標ですとか、そういったもので今現在の地域が抱える課題や新たな発見ができる、それらを市民に分かりやすく伝えることができる、それらのことが今までの取り組みを通じて感じました。また、都市機能スコアと住民満足度に差があるものが山梨市のギャップだと捉え、市が市民にもっとアピールしたり、市民が市にさらなる機能アップを求めたりといった動きにつながるのではないかと考えています。さらに、SUGATAMIには幸福度指標も含まれていることから、地方自治体の共通課題である、限られた予算をどこに投じれば住民ニーズに合った事業を行えるのか、どう既存事業の見直しを行うかなどを図る際、まちの姿見として活用できます。SUGATAMIは、市民が住みやすく住んでいてよかったと思えるWell-beingなまちづくりを推進していくための1つのツールとして活用できる可能性は大きいと感じております（図4-4）。



図4-4 SUGATAMIはWell-beingなまちづくりの推進に大いに役立つ

次にSSPP活動のポテンシャルについてですが、地方の課題を行政だけが行うには限界があり、NTTをはじめとする企業のみなさまの力をお借りする官民連携での事業は必須のものと言えます。コロナ禍を経てデジタルの力は急速に加速していますから、これからの時代にデジタルで地域課題を解決するには、SSPPの活動は地方自治体に、とても心強いと感じています。今回、山梨市で2つの取り組みを行いました、NTTのスマートシティ担当のみなさまや、山梨支店のみなさまのおかげで、本市のスマートシティ実現に向けた取り組みの第一歩を踏み出せました。

冒頭にも述べましたが、私自身、今年度異動してきて右も左も分からず、どのようにこのSSPPの取り組みを進めればよいのかと、正直悩みました。その際も担当のみなさまからこれまで行ってきた内容やアドバイスをいただいたり、今後の取り組みの方向性について一緒に考えたり、そうした伴走スタイルでのフォローのおかげで今日まで取り組みことができました。大変感謝しています（図4-5）。



図4-5 SSPP活動はこれからの自治体活動において心強い仕組み

しかし、山梨市のスマートシティ実現への取り組みはまだまだ始まったばかりです。これから2歩、3歩と歩いていくためにも、みなさまの力を借りながら進めていきたいと思っています。どうぞよろしくお願いします。

最後に今後の展望、これからの期待について。山梨市の取り組みの紹介で既に述べましたが、SUGATAMIはあらゆる分野・場面で活用できるのではないかと考えております。例えば、行政職員として自らのまちを知り、まちづくりに従事する行政職員全体の意識改革を図ることを目的とした研修の一環として活用する。また、教育の一環として、今回のようなSUGATAMIを活用したワークショップを、学校現場で生徒同士で行い、郷土愛の醸成を図るなど。

山梨市は首都圏に近いということもあって都市部への人口流出による人口減少があり、特に若い世代の人たちが減っています。そうした面からも自分たちの住んでいる地域の魅力とか、子どもたちならではの視点でまちづくりを考えてみるなど、子どもたちの郷土愛の醸成にもつながるのではないかなと感じております。それ以外でも福祉や環境、防災分野などに分けて、SUGATAMIを活用した住民対話会を開催するなど、さまざまな世代にとって満足度の高いまちづくりへの取り組みを行っていききたいと今後も思っています。

以上をもちまして、講演を終了させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

Section4：関連 URL

● アグリイノベーション Lab

https://www.ntt-east.co.jp/info/detail/190227_01.html

● 山梨市の住民対話会

<https://digital-is-green.jp/branding/human-centered/yamanashi-city.html>

人材育成

NTTグループにおける 人づくり まちづくりソーシャルデザイナー への期待

プレゼンター

山本恭子

日本電信電話株式会社 執行役員 総務部門長

スピーカー

片岡直之

NTT DXパートナー DXコンサルティング部 シニアマネージャー



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな”まちづくり 2023～模索と未来～」

■ NTTグループの事業、まちづくり、人材育成



山本恭子 日本電信電話株式会社 執行役員 総務部門長

山本:みなさま、こんにちは。そしてオンラインでご視聴のみなさま、こんにちは。NTT 持株会社の総務部門の山本です。今日はみなさまに話ができる機会をいただきまして、本当にありがとうございます。

私の話の前に、簡単に自己紹介をさせてください。私は1992年の入社で、今までのキャリアのうちの15、6年ほどを人事部門で過ごしています。それ以外では営業部門や地域の支店長を務めました。地域とのつながりでいいますと、東日本大震災のときに私はNTTコミュニケーションズの東北支店長として仙台に着任していきまして、みなさまの復興支援のお手伝いを事業の再興とともに一緒に過ごさせていただいたという経験をしています。直前までNTTコミュニケーションズのヒューマンリソース部長を務めて、2022年6月から現職のNTT 持株会社へ移り、人事や総務などを所掌しています。

ここから簡単にNTTグループと、私どもの人材のポリシーを紹介した後、今日のテーマ“まちづくりと人づくり”について共有を進めます。

社会・産業のDX／データ利活用を下支えする

NTTグループは持株会社体制を取っています。持株会社のもとにICT 事業およびモバイルを担当するNTTドコモグループ、そして地域密着型のビジネスを推進するNTT 東日本・NTT 西日本、それからグローバル・ソリューション事業を展開しているNTTデータグループ、そして不動産やエネルギーといった事業グループを抱える混成体です。NTTグループ全体では従業員が33万人を

超えており、そのうち日本にいたるのが19万人、この人材で日本の社会を支えていこうと日々汗をかいています。

NTTの発足は1985年です。そのときは、みなさまのイメージのとおり電話の会社でした。そこからさまざまなトランスフォーメーションといいますか、事業の転換を歩んでいます。今ではこちらのグラフ（図5-1）、一番右側ですけれども2022年現在、音声電話は、全体の売上のうち15%に縮んできています。それ以外のIPネットワークやパケット通信を足しても、通信事業は全体の4割ぐらいの売上です。このように、実は事業の中身を徐々に変えながら、それこそトランスフォームをしながら、みなさまと一緒にこの日本の社会を支えていきたいという意識で事業を営んでいます。



図5-1 新中期事業戦略で宣言したメッセージ

そのトランスフォーメーションの今後のプランが、今年の5月に発表した新中期事業戦略「New value creation & Sustainability 2027 powered by IOWN」です。IOWNという新しい通信技術を使って新たな価値創造をしていこうということです。その基本的な考え方として、「NTTは挑戦し続けます 新たな価値創造と地球のサステナビリティのために」と宣言しました。やはり日本の経済・社会、そして世界のサステナビリティを支える存在であり続けたいと思い、こういった基本コンセプトを掲げています（図5-2）。

取り組みの柱はいくつかありますが、その中心を「新たな価値の創造とグローバルサステナブル社会を支えるNTTへ」と表現し、その中の項目の1つに「社会・産業のDX／データ利活用の強化」を挙げています。まちづくりやスマートシティのコンセプトはここに入っていて、こちらがそのブレイクダウンです（図5-3）。



図5-2 新中期事業戦略で宣言したメッセージ



図5-3 NTTグループがめざす主要な取り組みの1つがまちづくり（スマートシティ）

社会・産業のDX／データ利活用の強化をしていく、AI・ロボットを活用しながらソリューションを提供し、国内で、グローバルで生活や社会を支える産業を変革していきたいと考えています。この分野の中に“まちづくり”がありまして、デジタルを強みとしながら、あらゆるステークホルダーのみなさまが暮らしやすい、そしていい幸せな環境をつくれる“Well-being society”をつくっていききたい、貢献をしていききたい。投資も行います。スマートシティはとても重要な、そして日本を元気にするプロジェクトの1つであって、今日のテーマとも非常に関係ある分野だと思います。

■従業員体験（EX）を中心に据えた人材ポリシー

まちづくりは大事です。けれども、これを技術やソリューションありきで考えるというのは、やはり違うと思っています。やはり、“人”、“人材”が生み出す価値が最初にあるべきだと考えます。ここで、私どもNTTグループの人材ポリシーについて共有させていただきます。

まず、NTTグループは通信が祖業ですが、通信以外の事業分野に拡大を進めています。通信はどちらかというと機械で儲けるイメージのビジネスモデル、これに対して通信以外の分野、まちづくりもそうですが、それは人が価値を生み出す世界なのです。だから、お客さまに新たな感動をお届けする、あるいは地域のみなさまに新たな価値をお届けする、そうした世の中に価値をお届けする原動力となるのは、やはり人だと考えています。私たちは、従業員体験＝Employee Experienceと言っていますが、従業員体験を人材ポリシーの中心に据えています（図5-4）。

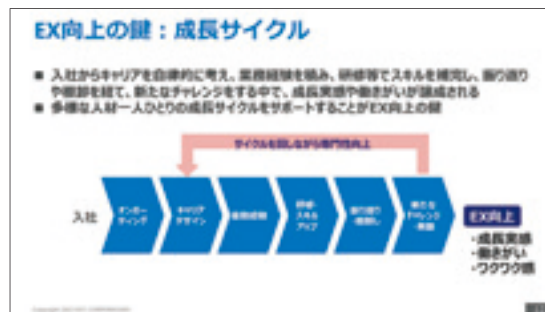


図5-4 従業員体験（EX）が経済・社会に好循環のスパイラルを生む

この図でぐるぐると矢印がありますが、まず多様な人材がいるというところから出発をし、多様な人材1人ひとりが働きがいとか成長をしていくことによってEmployee Experience、従業員体験としていい体験をしていくこと、これが大事だと思っています。なぜなら、それがCustomer Experience、お客さまにお届けする価値の向上につながっていく一番源になるものだからです。従業員の体験がもとになって、お客さまにいい価値をお届けできる。いい価値をお届けできると、事業も成長し、社会も発展をし、そしてその環境がまた人材、私たち従業員が働きがいを得て新たな経験をする、とまた選ってくるのです。こういった好循環をしていくことが必要で、

この好循環をつくりたいと思っています。人が起点にあって、従業員体験が高まることによってお客さまにいい価値をお届けし、それが社会につながり、その環境がまた人材、私たち人の働きがいや成長につながっていく、そんな好循環をめざしたいということです。その Employee Experience = EXを高める上での鍵がこちらになります（図5-5）。



図5-5 従業員1人ひとりの修練やチャレンジの積み重ねが成長の鍵

従業員1人ひとり、キャリア、自分の働き方、働きがいを自律的に考えていくことが必要だと思っています。会社に入っているいろいろな経験を積みながら、勉強をし、時には失敗もしながら成長していきます。振り返りをして、いろいろな棚卸しをしてみてから、また新たなチャレンジの機会を得ていく、このサイクルを回しながら、専門性も上がり、働きがいや成長実感、そしてワクワク感が上がっていくこと、これがEXを高めていく上での鍵だと思います。その多様な人材の1人ひとりがこの成長のサイクルを経験できるようにサポートするのが、私たち人事部門の役割だと認識しており、そのサポートの全体像がこちらになります（図5-6）。



図5-6 従業員1人ひとりの成長をサポートする人事施策

図の真ん中に先ほど説明した従業員の経験のサイクルが書いてありますが、そのサイクルをサポートするための施策が上と下の段にあります。上段は社員のみなさんの成長を支援する施策です。

人事制度の見直しから始まり、研修のサポート、そしてキャリアのコンサルティング、手を挙げて異動できる制度、社内副業ができるダブルワーク……そんな制度をつくりながら社員のみなさんの成長をサポートしています。

下段は、働き方の多様性を高める、働く環境を整備していく施策です。私どものニュースリリースなどでご存知かもしれませんが、住むところ、居住地を自由にしようというリモートスタンダードの取り組みや、リモートワーク、育児や介護を前提にしながらも存分に働くことができる制度の見直し、といった施策を進めています。

そういう意味で、社員のみなさんの経験サイクルを成長支援の面と働く環境の面、両方からサポートしていこうというのが私どもの人材施策の全体像になります。

例えば、人事制度を専門性重視の体系に見直しました。後ほど研修を受けた方を紹介しますが、新たな事業分野にチャレンジをするときに、やはり専門性はとても大事です。そこで、この4月に専門性を軸に人事制度を見直し、入社した年次や経験年数ではなくて、専門性の高さで昇格をしていく、お給料が上がっていく、そんな仕組みに変えました。実力主義ではありますが、チャレンジする従業員へ最大限報いていきたいと思って制度変更したところです（図 5-7）。

従業員の研修メニューは約 650 講座を準備しています。先ほど述べた専門性をサポートする研修もあれば、コアスキルのコミュニケーションのスキル、ネゴシエーションのスキルだとかを学ぶような研修メニューもあります。さらに、自分のキャリアをどうしたらいいかわからないと迷いがある従業員が多いと思っており、グループ横断でキャリアコンサルティングのサービスを始めました。

これは Job Board と言っているのですが、常に人を募集するポストや部門が、掲示板にアップされているイメージをお持ちいただけますでしょうか。そこを見ればいつでも、どこで人を募集しているというのが分かる、社内ですべての手を挙げて面接を受けて合格すれば異動できるという仕組みで、事業会社をまたがって異動することができます。NTTグループは裾野が広いですから、例えばまちづくりをやりたいといったら、そこに手を挙げて異動できる、そんな仕組みを整えています（図 5-8）。



図 5-7 より専門性の高い人材輩出を狙い、従業員の自律的なキャリア形成を推進



図 5-8 意欲的な従業員と人材を求める職場をつなぐジョブマッチング制度

■ 地域のまちづくりに貢献するための人材育成プログラム

ここからはまちづくりに関係した話をします。やはり、まちづくりは人づくりからだと思っています。なぜなら、デジタル技術やソリューションパッケージをいくら持っていても、まちをこうしたいという強い思いがないと、仲間は集まらないし、みなさんが幸せになるようなまちづくりはできません。なので、人づくりが必要だということに思い当たり、ソーシャルデザイナーを育成していこうという取り組みを昨年から始めました（図 5-9）。



図 5-9 熱意のある従業員に対してまちづくりに必要な専門スキルを養成

この取り組みは「まちづくりソーシャルデザイナー育成プログラム」と呼んでおり、一部のコースではUDCイニシアチブのみならずと連携したプログラムも提供しています。NTTグループの人材育成プログラムの一環として、専門人材の育成、専門性を高める施策のひとつに位置づけています。

まちづくりソーシャルデザイナーは生活者視点を大事にしながら、まちづくりの上流工程から参画をして、あるべき社会のシステムの姿・ビジョンを描き、さまざまなステークホルダーを巻き込んで合意を形成しながら課題を解決していく、そんな人材づくりをめざしたプログラムです。Digital、Area、Social、Green、Business、5つのカテゴリがあり、そのカテゴリごと多くの専門家に協力をいただいてプログラムを展開しているところです。この研修プログラム受講状況によって、5段階の認定をします。現在、NTTグループ全体で474名の受講者が何らかの段位認定を受けています。

プログラムの中身、例えば5つのカテゴリーのうちAreaに当たる、アーバンデザインマネジメントコースを少しご紹介します。こちらは、特にまちをフィールドに将来のビジョンや戦略を描く上で必要な視点・知識を身に付け、そして、さまざまなステークホルダーとの連携によってプロジェクトを進めていくための体制の理解、やり方を学ぶというコースです（図 5-10）。

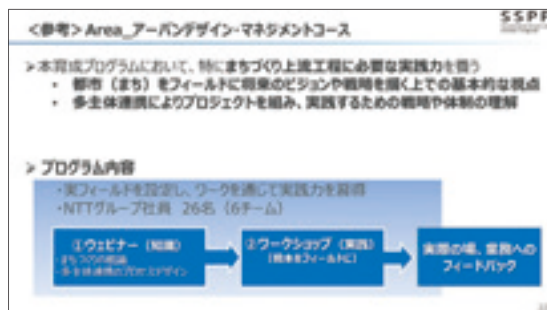


図 5-10 アーバンデザイン・マネジメントコース

この図の下プログラムの内容をご覧ください。まずウェビナーではさまざまな専門家、各地のUDCのディレクター、外部講師などの協力をいただいて、まちづくりプロジェクトの企画、推進の最前線の知見を聴講します。次にワークショップです。今回は実践の場として、熊本をフィールドに設定しました。そこで実践のノウハウを学んでいく、そんなコースになっています。

さらには、ワークショップで提言をしたさまざまなことを、今度は実際の場に行きフィードバックをいただく、そしてインストールを実際にしていくということまでつなげていければありがたいなと思っています。



セッション：まちづくりソーシャルデザイナーの紹介

山本：このプログラムに自分で手を挙げて参加された方をご紹介します。片岡さん、どうぞこちらによりしくお願いします。では、ここから対談で進めさせていただければと思います。

片岡さん、ソーシャルデザイナープログラムに参加された経験を踏まえながらお話を聞かせていただく前に、まず、自己紹介をお願いしますか。

片岡：NTT DXパートナーの片岡直之です。よろしくお願いします。NTT DXパートナーという社名を今日初めて聞く方が多分大多数かなと思いますが、設立から今月でまだ1年と10カ月になる若い会社です。地域の個性が輝いて愛着が持てる世の中をつくらうというビジョンを掲げて事業を行っています。地域の住民、企業、自治体のみなさんが本当に地域を愛して、地域のために自走できることの世界観をおこがましいのですが、つくりたいなと思っています。

具体的には2つぐらいの事例がありまして、1つが山梨県でDXを推進支援する場づくりです。地域の産業振興のためにDXについて学び合う場を、県や地域の経済団体、地銀、NTTグループだけではなく地場のベンダも入っていただき、公平性を保ちながらみんなで1カ月に1回学ぶというようなコミュニティです。もう1つは新潟県の佐渡市で進めている学生と連携したまちづくりの支援です。新潟大学と佐渡市と一緒に学生にデザイン思考などのフレームを学んでいただき、学生ならではのアイデアを佐渡市の地域企業と一緒に解決していく取り組みをしています。



片岡直之 NTT DX パートナー DX コンサルティング部 シニアマネージャー

山本：ちなみに、片岡さんはNTT 東日本に入社されて、このDXパートナーに1年少し前に入られたということですね。

片岡：はい、ほぼ初期メンバーです。

山本：では、少し質問をしながら進めましょう。今回の育成プログラムに参加したきっかけをまず教えてくださいませんか。



片岡：まちづくりの業務に携わってちょうど1年ぐらい経ちますが、それまでは私自身、通信の技術・経験しかなくて、そもそもどうまちをよくしていくのかを体系立てて分かっていませんでした。NTT DXパートナーは会社のビジョンとして地域に愛着が持てる世の中をつくりたいと言っていますので、私自身、これをきっかけに体系的に学びたいと思いました。また、NTTグループとして、どのようなアセットがあり、どのようなまちづくりを実際やっているのかを理解することで、NTTグループとしてのシナジーも発揮したく、学びたいと思いました。

山本：そうですね、確かにNTTグループは技術もソリューションもいろいろなパッケージを持っているのですが、そういったものを地域のみなさまにフィットする形でご提案するのは私たちですからね。片岡さんがまずこういったプログラムで学ぼうと思ったということが、とてもありがたいです。プログラムに参加して、学びでプラスになったこととか、やはりよかったなと思うことは何かありますか。

片岡：2点ほどありまして、1つは知識の点ですね。新たな社会としてSociety 5.0といわれていますが、それは人間中心の社会をいかにつくるかということだと改めて思います。まさにこのSSPPのプログラムでいろいろな有識者の意見を聞かせていただいたので、それが非常に学びになりました。

具体的に例えば、名古屋市の錦二丁目の案件や、脱炭素に向けて地域の住民がどういう形でよくしていこうかと自発的に関わる事例とか、幼少期、子どもが生まれて保育園に通う時期から老後まで、人の一生のライフサイクルを捉まえてまちをどのように良くしていこうかといった事例など、住民主体のまちづくりが日本各地で行われていることを知りました。また、健康と都市機能のデザ

インが研究されており、人とのつながりや子どもとの交流、歩きやすさ、緑などの観点からまちづくりするなど、ハード面だけでなくソフト面を充実させることにより、介護予防につながり、まさに持続的なまちの実現をめざしていることを知りました。

もう1点は、熊本市でワークショップをやったことです。私はもともとNTT 東日本の社員でしたが、私どもNTTグループには、まちづくりを業とするNTTアーバンソリューションズや社有不動産など、いろいろなアセットがあり、そのアセットを活用して熊本市をよくするために私たち自身がどうすればいいかということを考えました。通信だけでなく、例えば研修で対象としたのはNTTの病院です。ワークショップでは、人間ドックとデータ、不動産を組み合わせ、NTTらしいまちをどうつくっていくかということを検討しました。



山本：局舎もあちこちありますからね。局舎を活用した提案みたいなことができるかもしれませんね。

片岡：そうですね。研修では局舎をリノベーションして、ワークスペースと人間ドックとを併用するような、まさにウェルネスツーリズムをきっかけに地域の人とつながる仕組みをつくり、関係人口を増加させる企画を提案しました。

山本：そういった実践の場が設定されて、ワークショップでいろいろな議論をして、改めてNTTが持っているアセット、それは人も不動産も両方ですが、全部ミックスをして提案材料を考えていくという工程はやはり机上では得られないものなのだろうと見ています。

片岡：はい。机上ではなく、実践の場で考えて触れ合うことで、やはり、人と人とのつながりが大切であると改めて思いました。地域の人は何を求めている、何がしたいのかをわかることが大切ですし、地域の人と熊本を訪れる人がつながることにより、また熊本に来たくなるとか、人とのつながりがとても大切であることが分かりました。

山本：結構、インタビューとかもされたりしているのですね。

片岡：そうですね。仕事で日常的にやっていますし、研修でもやりました。

山本：分かりました。では、まちづくりのやりがいについて聞かせてください。

片岡：今までのまちづくりというのは、自治体やデベロッパーさん主導とか、東京だと鉄道会社主導とかでまちをつくっていたと思います。ただ、NTTグループというのは不動産も持っていますし、かつデータやデジタル技術を持っています。あと、各地域でNTTグループに従事する人がいますよね。ですので、ある地域の個性が輝けば、それをうまく他地域にも連携・展開できるという、NTTならではのまちづくりができるのではないかと、それぞれに輝くまちを下支えできるのではないかと。そういうところをやりたいなと、これが、やりがいになっていると思います。

山本：今、下支えというワードをいただきました。NTTグループの社員のみなさんは本当に、社会に対してどう貢献していくかということを常に感じ、それをやりがいとして持っている方が多いのですね。それは通信事業がもとにあったからというのがありますが、そういった意味でまちづくりというのは、下支えをしたい、下支えをするNTTには、とてもいい貢献ができる場なのかなと思いました。

片岡：NTTだからできることでいえば、地域には必ず支店があり人がいて、地域と一緒にできるというのがNTTのメリットだなと思います。

山本：そうですね。また、NTTがNTTがというのではなくて、地域のみなさんが主役で、そこにはさまざまな年代の方がいて、地域による固有の課題があって、というところに寄り添って下支えをしていく存在であり続けられるといいですね。

片岡：そうだと思います。

山本：最後に、今後の片岡さんの目標を聞かせていただきましょう。

片岡：地域のまちづくりは、NTTが前に出るところではないなと本当に思っています。それをサポートする役目になるべきであって、データやデジタル技術を活用してNTTグループのアセットなどを活かし、地域の住民や企業、自治体が一体となり、良いまちをめざして持続的に自走できる仕組みをつくるのが私どものミッションと考えています。

その実現に向けて、まずは私自身、例えば佐渡市や山梨県などの地域でモデルをつくろうと思っています。そこで地域が自走できて、みんなが幸せになるような取り組みができた暁には、NTT東日本・NTT西日本と連携して、各地域の個性を活かしながら展開していくことで、地域の住民や企業が主体的に活動し、循環し共生する地域づくりを共創的に、一緒に取り組みたいと思っています。

ます。それが当面の目標です。

山本：地域が自走できるようにお手伝いをするということですね。従業員体験の話に戻りますが、やはり片岡さん、今とてもいいExperienceをされていると信じています。育成プログラムに参加して、そしてソーシャルデザイナーとしてチャレンジを始められているわけで、そういった意味でやりがいや成長を感じていらっしゃるのではないのでしょうか。片岡さん自身がいいExperienceをされることが、社会全体のExperience向上につながります。それが、NTTグループという事業体の成長にもなりますし、企業価値にもつながります。最終的にはWell-being社会、サステナブルな社会への貢献につながっていく、そんなことを繰り返していくことで、また私たち従業員が成長できる新たなフィールドが生まれていきます（図 5-11）。



図 5-11 まちづくり活動を軸に、従業員自身もまちも社会も成長していくことを期待

人が起点の好循環をめざして最終的に企業のみなさま、自治体のみなさま、そして住民のみなさまにとって幸せな、そしてサステナブルな社会ができるように、引き続きNTTグループ全体としても貢献をしていきたいと思っています。そして、片岡さんみたいにチャレンジをされる従業員がこれからも増えていくことが、私どもの中期の成長戦略そのものにつながっていくとも思っています。どうぞこれからも仲間を増やしながら、ぜひご活躍をお願いします。

片岡：ありがとうございます。

山本：では、みなさま、今日はご清聴ありがとうございました。

Section5：関連 URL

● NTT グループ中長期事業戦略

<https://group.ntt.jp/ir/mgt/managementstrategy/>

● 株式会社 NTT DX パートナー

<https://www.nttdxpn.co.jp/>

自治体事例

チーム旭川の挑戦

デザインを活かした
持続可能なまちづくり

プレゼンター

石田直紀

旭川市 総合政策部 政策調整課

後藤哲憲

旭川市 経済部 産業振興課

スピーカー

青木英志

東日本電信電話株式会社 北海道北支店



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな”まちづくり 2023～模索と未来～」

■ デザイン都市あさひかわについて



石田直紀
旭川市 総合政策部 政策調整課



後藤哲憲
旭川市 経済部 産業振興課



青木英志
東日本電信電話株式会社 北海道北支店

後藤：「チーム旭川の挑戦 デザインを活かした持続可能なまちづくり」について話を進めますが、まず、自己紹介を順番にさせていただきます。

石田：こんにちは、北海道旭川市から来ました総合政策部 政策調整課の石田です。先日、SUGATAMIのレポートをいただきまして、これから、このチーム旭川でどういったことができるかを検討していくことになります。本日、先進自治体のみなさまと意見交換をさせていただきまして、既に旭川市のまちづくりに協力してくださっているみなさまの知見もいただきながら、よりよいまちづくりを進めていきたいと思っています。本日はどうぞよろしくお願いします。

青木：こんにちは、NTT 東日本 北海道北支店の青木です。NTTとして技術的な面だけではなく、下支えできるようなことは何でも協力しながら、チーム旭川として一緒に頑張っていきたいなと思っていますし、市民として、20代の代表として意見も出しながら、楽しくこのSSPPを進めていければなと思っています。よろしくお願いします。

後藤：旭川市 経済部 産業振興課の後藤です。私から「デザイン都市あさひかわ」の取り組みについて説明をさせていただきます。主に今日、4つの話をします。1.デザイン都市あさひかわについて、2.あさひかわの活動について、3.なぜSSPPに取り組もうと思ったのか、4. SSPP 活用に向けた取り組み、です。

■ デザイン都市あさひかわの現況と取り組み

後藤：旭川市は、北海道の中央に位置し、周りを山に囲まれています。人口は32万人、川が多く、162の河川があり、北海道随一の稲作産地です。日本の最低気温マイナス41.1度を記録しつつ、最高気温は36度と、非常に寒暖差が大きいです。

旭川市のデザインの歴史は、1975年のデザインシンポジウムがスタートになります。1990年から3年に1度、国際家具デザインコンペティション旭川を開催し、2024年で12回目を迎えます。若手の家具デザイナーの登竜門といわれ、これまで約50カ国から9,500件近い応募があり、50以上の作品が製品化しています。また、旭川市は1997年にデザインビジョンを作成し、デザインに対する市民への普及啓発を図りながら、地域産業へいっそうのデザイン導入を図っています。2015年からは、これまで旭川家具工業協同組合が実施していた家具産地展を「あさひかわデザインウィーク」と名称を変え、2021年から、オール旭川でデザインイベントを開催しております。こちら、2021年の国際家具デザインコンペティションの入賞、入選作品です。このうちのいくつかは商品化されています（図6-1）。

旭川デザインセンターは、旭川家具工業協同組合が運営する施設です（図6-2）。ヒストリールームや、ものづくり体験ができるラボ、作品が買えるギャラリーを備え、市内の家具メーカーがそれぞれブースを持ち、旭川家具の発信を行っています。

このスライド（図6-3）の左側は、旭川駅の構内です。建築家の内藤廣さんが設計した駅で、駅構内には市民の憩いのため、旭川家具を体感できる場を設けています。右側が、あさひかわ北彩都ガーデンです。旭川市は、駅の南側にガーデンが広がっている、都市と自然が調和したまちなのです。

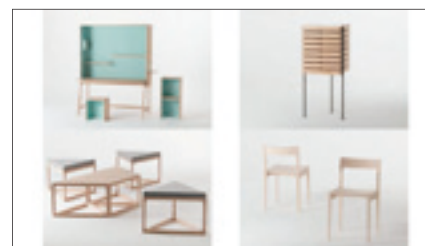


図6-1 国際家具デザインフェアコンペティション旭川入賞、入選作品（2021年）



図6-2 旭川デザインセンター



図6-3 旭川駅の構内（左）とあさひかわ北彩都ガーデン（右）

旭川市は、2019年にユネスコ創造都市ネットワークのデザイン分野に加盟認定されました。ユネスコ創造都市ネットワークは、創造的・文化的な産業によって活性化をめざす世界の都市が、国際的な連携・相互交流を行うことを支援するネットワークです。

2023年11月1日現在で、ユネスコ創造都市ネットワークは350都市が加盟し、カテゴリは7分野に分かれています。このネットワーク、350都市で分野横断的に連携をしているのですが、49都市のデザイン分野では、より密なネットワークになっており、年1回のリアル会議の開催や、加盟都市の情報交換や連携したイベントを開催しています。国内に創造都市は7分野で11都市あり、今年、岡山市さんが文学の分野で加盟認定を受けています（図6-4）（図6-5）。



図6-4 世界に49都市あるユネスコデザイン都市



図6-5 岡山市の加盟で国内のユネスコ創造都市ネットワークは11都市に

旭川市がデザイン都市を推進する上で、申請は行政ですが、行政のみでは、地域にデザインの浸透を図れないということで、活動の推進母体として、産学官金であさひかわ創造都市推進協議会を立ち上げました。協議会では、自然・人・文化で育む「デザインの森」を創出するという理念を掲げて、さまざまなデザインを活用した種を育てながら、デザインにより旭川で市民が幸せに暮らしていく活動を推進します。デザインは広義と狭義の意味でいろいろな解釈がありますが、デザインは思いやりだと思います。ビジョンを持ちながら、産学官金が連携し、ユーザー視点でのまちづくりに取り組んでおります。（図6-6）。



図6-6 デザイン都市あさひかわが掲げる理念「デザインの森」

市民の生活や産業にデザインを活かす実践事例

後藤：デザイン都市の活動として、「デザイン都市シビックプライドの醸成」「デザイン活用の促進」「デザイン都市への情報発信」という大きく3つの柱をもって、我々は事業に取り組んでいます。

我々は、デザイン都市の加盟がゴールではなく、スタートと考え、2020年から導入期として、デザイン人材の育成やセミナーなどを開催し、市民への浸透を図ってきました。これからは、定着期として、旭川市民がデザインを活用し、デザインによる効果を実感できるような取り組みを進めていこうと考えています。

・取組事例「デザイン都市シビックプライド醸成プロジェクト」

これから次世代を担う若者にデザインを理解してもらう活動をしています。具体的には、冊子や動画を作成し、小学校への出前授業を実施し、「デザイン」とはというものを積極的に伝えています。また、高校と連携した探求授業を組み、市内の高校生と一緒にデザイン思考で課題解決を考えるワークショップを実施しています（図6-7）。



図6-7 デザインの興味関心を培いデザインの思考を養う機会を学生に提供

・取組事例「あさひかわデザインウィーク」

6月にあさひかわデザインウィークを開催していて、2022年のイベント参加者団体は50でしたが、今年は市内近郊で合わせてその時期に、倍の約100イベントが開催されました。そのほかにも飲食店で食とデザインにまつわるイベントや、ギャラリー展示、ものづくりツアーなど、地域でデザインが広がってきています。会期中に行われるシンポジウムの日程に合わせてオフィシャルの交流会goenという野外イベントを開催しました。あさひかわ北彩都ガーデンセンターを会場に、道内外のデザイナーやバイヤーなど約350人近くが集まり、普段、東京でしか出会えない人に、旭川で出会えるというユニークな交流の場となりました（図6-8）。



図 6-8 あさひかわデザインウィークの期間中に野外交流会を企画



図 6-9 国内林業の課題解決をテーマにしたトークセッションを開催

こちらは、森と木とデザインをテーマにした林業トークセッションです（図 6-9）。全国の林業が抱えている課題をデザインで解決できないかということで、パノラマティクス主宰の齋藤精一さんの協力もいただきながらこうしたセミナーを開催しました。大阪・関西万博に向けて、万博を加速装置として活用しながら、林業の課題解決に向けた取り組みも進めています。

このほかにも、デザインウィークには大きなイベントが2つあり、それが「Meet up Furniture Asahikawa」と「まちなかキャンパス」です。いずれも2022年から始まりました。家具の新しい産地展「Meet up Furniture Asahikawa」では、Open Factoryや工場見学ツアー、Cross Talk、Cocktail Hourなどを開催しました。「まちなかキャンパス」は、高校生や大学生が先生となり、探求事業の取り組みを通じて小中学生にデザインやSDGsを教えるイベントです。市内の約7割近い高校が参加し、学生ボランティアも立ち上がり運営に携わるなど交流が生まれています。来場者も昨年より、5000人増え6万8000人となり、市民参画のデザインイベントとして育ってきています（図 6-10）。



図 6-10 2022年から始めた2大イベント

・取組事例「デザイン活用促進プロジェクト」

こちらはデザインプロデューサーを育成支援する事業です。デザイン都市あさひかわを推進するために、その活動を担っていくプロデューサー人材の育成を2020年から3年間実施し、50人近く輩出しています。活動としては、市職員の困りごと相談所「ROUND TABLE」を月に複数回開催したり、市や協議会が主催するデザイン研修などのファシリテーションや事業企画、中小企業のデザイン経営の一步目を支援する伴走支援などを実施したりしています（図 6-11）。



図 6-11 デザインプロデューサーの役割を担う人材を育成

・啓発事業／交流事業

2020年からデザイン経営の普及啓発のため、秀でた専門家を招聘し、関連する講演会やワークショップを年間5回以上の頻度で重ねています。また、デザイン都市情報発信プロジェクトの一環で、ユネスコ創造都市ネットワーク都市との交流も積極的に行っています。昨年、ユネスコ創造都市ネットワークの295都市が集まる第14回年次総会がブラジル・サントスで開催され、旭川市長が参加し、旭川市のデザイン都市の活動や魅力を総会にて発信しました。また、デザイン都市タイ・バンコク都知事表敬で教育、観光、産業の連携について話し合いを進めました。そのほか、デザイン都市ブラジル・フォルタレザとの交流を図るため、デザインウィーク期間中に両都市のクリエイターによるポスター展を開催しました。2024年10月に旭川市で、ユネスコ創造都市ネットワークのデザイン都市会議を開催することが決まり、この期間中は、49のデザイン都市が集まって、デザイン関連施設の視察や活動の意見交換などが予定されています。（図 6-12）（図 6-13）。



図 6-12 ユネスコ創造都市ネットワーク都市との交流



図 6-13 ユネスコデザイン都市の加盟 49 都市が 2024 年 10 月に集う

旭川市は、今年度からチーフデザインプロデューサーにKESIKIの石川さんに就任いただき、フードフォレストあさひかわ構想の推進や市広報物のデザインルールづくり、さらに、ビジョン課題マップツールづくりを行い、デザイン都市あさひかわの未来像に向けてゼロから1を生み出す取り組みを、行政とKESIKIが一緒になり進めています。デザイン都市として、意識や環境が変わり始めているという段階です（編注：[Section3] KESIKI 石川氏のプレゼンパートも参照）。まちのデザインですが、これはバージョン0.2ですが、本市のビジョンや課題を見える化し、まちづくりのあらゆる階層にデザインを浸透させる取り組みを広げていきたいと考えています（図6-14）。



図6-14 まちづくりのあらゆる階層にデザインを浸透させる取り組みは始まったばかり

■ デザインを活かした持続可能なまちづくりのために

後藤:我々、KPIを設定する際に、製造品出荷額や粗付加価値額のデータをよく使用しますが、デザインが関与することでまちがどのように変わるのか、見える化に課題がありました（図6-15）。

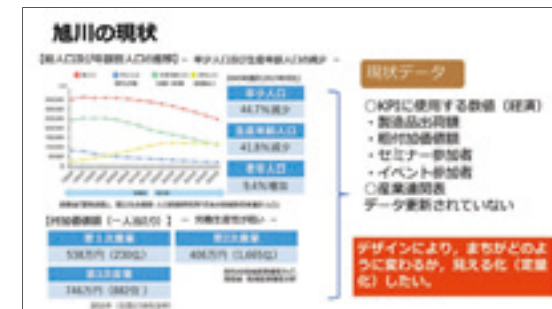


図6-15 まちの未来に向かってデザイン活動を推進するための定量評価がない

デザインを活用したまちづくりに取り組んでいますが、実際にデザイン活動を推進した際の評価軸がないことに悩んでいたとき、パノラマティクス主宰の齋藤さんから、SSPPを薦められ、最初は何かなのと思ったのですが、SSPPがうたう、主役は地域・住民、共創する場、サステナブルでWell-beingなまちづくり、といった方向性は我々がまさにデザインで進めようとしていることと非常に合致し、評価のものさしになると思いました。そこで、NTTさんに相談し、旭川市はSSPPに参画できることになり、スタートを切りました。

まだ我々、SUGATAMIについて本当に勉強をしている最中で、SUGATAMIをこれからいかに活用していくか、NTTさんと相談しながら進めていきたいと考えています。まちの「いま」を映す鏡＝SUGATAMIの活用は、①自分のまちのめざす姿と現状を客観的に把握・自認、②住民目線で特色・特徴を活かしたまちづくり、③地域住民の幸せ（Well-being）の最大化、という目的で取り組みたいと思っていて、これは旭川市だけではなく、NTT 東日本 北海道北支店さんの協力が非常に重要だと感じました。そうした気持ちを北海道北支店さんにお伝えし、SSPPの活用について相談したところ、「旭川地域のために協力する」と返事があり、この施策の実現につながっています。まさにNTTさんの下支えを受け、今、我々は新たな一歩を踏み出しました。

それでは、この後、SSPPの活用に向けた取り組みについて、NTT 東日本 北海道北支店の青木さんから説明をいただきます。

これからのまちの評価軸をつくる SUGATAMI 活用



青木：今年の5月の顔合わせからスタートして、6月にはSSPPに加入しました。SUGATAMIが長くまで時間がありましたので、それまでに2回の勉強会を行いました。勉強会の内容としては、そもそも「SUGATAMIとは」「ほかのまちではどのような使い方をされているのか」をまず知るところからスタートしています。ここでは、第2回勉強会を少しご紹介したいと思います（図6-16）。



図6-16 SUGATAMIを具体的に試してみる勉強会を開催

第2回勉強会は疑似SUGATAMIを用いました。18分野ごとに旭川市で認識している課題を並べてもらい、さらにSUGATAMIの測定例をもとに職員アンケートを実施して数値化しました。評価ポイントをつけたものと課題表を掛け合わせて、結果を表しました。この勉強会の狙いは2つあり、まずは活用イメージをつかむというのが1つ目です。それまでいろいろな活用事例を見ていましたが、実際に手を動かすことで分かること・分からないことが明確になります。

疑似SUGATAMIは行政内部で取ったデータですが、実際に出てくるSUGATAMIは市民の意識を

反映した外から見えるものです。中で認識しているものと外で認識しているものの比較が今後できるとい、その準備としてこういったものをつくりました。これが狙いの2つ目です。

この勉強会の結果としては、1つひとつの分野ごとに結論を出そうとするのではなく、18分野全体を見てSUGATAMIの活用を進めていくのがよいのではないかとこの共通認識が持てました。こうした理解を深める会になったと思っています。今後は、内部と外部のまちのイメージギャップを明らかにしながら検討を進める勉強会を開いていきたいです。

後藤：旭川市の未来像実現に向けて、まだまだこれからにはなりますが、NTT 東日本 北海道北支店のみなさんと一緒に連携しながらSSPPを活用し、デザインによるサステナブルでWell-beingなまちづくりに取り組んでいきたいと思っています。

石田・後藤・青木：チーム旭川は頑張るぞ、オー！



Section6：関連 URL

旭川デザインウィーク

<https://adwhokkaido.com/>

旭川デザインセンター

<https://asahikawadesign.com/>

あさひかわ北彩都ガーデン

https://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/kurashi/329/kitasaito_garden/kitagarden.html

あさひかわ創造都市推進協議会

<https://design-asahikawa.jp/>

自治体事例

岡崎市の足跡と挑戦

データ活用が牽引するまちづくり 視野の広がり

プレゼンター

鈴木昌幸

岡崎市 総合政策部 デジタル推進課 戦略係長

中川健太

岡崎市 都市政策部 まちづくり推進課 QURUWA 戦略係長



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな” まちづくり 2023～模索と未来～」

■ まちづくりを企画する側のマインドセット



鈴木昌幸 岡崎市 総合政策部 デジタル推進課 戦略係長



中川健太 岡崎市 都市政策部 まちづくり推進課 QURUWA 戦略係長

鈴木：よろしくお願いします。岡崎市の鈴木です。

中川：まちづくり推進課の中川です。みなさん、こんにちは。よろしくお願いします。



図 7-1 岡崎市役所サッカークラブの面々

鈴木：それでは、早速自己紹介で、突然こんな画像（図 7-1）を出してしまったのですが、私と中川は、岡崎市役所でサッカー部に入っていて、あれは何年前かな、それこそ 20 年ぐらい前？

中川：そうですね。ちなみに鈴木さんがセンターバックで、僕はサイドバックです。鈴木さんは頭がいいのであまり動かないのですが、めちゃくちゃ適切なコーチングをして僕が動く。僕がめちゃくちゃ前方へ上がっちゃうと、鈴木さんから戻ってこい！と言われるような、そんな感じの組み合わせで、鈴木さんにはディフェンスのやり方も教えてもらいましたね……ありがとうございました（笑）

鈴木：いいえ（笑）……去年この SSPP の場で話をした日の前日がワールドカップのドイツ戦の後でした。今日もサッカーの話から入らせていただきます。私は普段、市役所の中の財務や人事や、デジタルソリューションなどの資源を最適配分するということを仕事としてやっているのですが、中川は、まちづくりの現場というか。

中川：自分はかなりどっぷりまちに入っていて、自治会や民間と常にやり取りして、顔を合わせて膝を突き合わせながらまちの未来を創造して、公民連携でアクションを起こし続けるということをやっています。

鈴木：ですので、サッカーのときにセンターバックで口ばかり動かして、手はちっとも動かない私と、それから、逆にサイドから相手のディフェンスを切り崩して行って、最後には点数を決めるお膳立てのところまで行っちゃう、そんな組み立てをしてくれる中川と。

中川：うまいですね（笑）

鈴木：でしょう（笑）

中川：この前段の内容は細かく打合せしていないですからね、本当に。

鈴木：そんなような役割分担を仕事でもしていますし、サッカーでも20年ぐらい前からずっとこんなことばかりやっていますというコンビで、今日はお伝えをしたいと思います。

中川：鈴木さんとは、仕事でのつながり以前にサッカーと一緒に汗をかいてやっていた関係性があるので、本音で話せるのはすごくいいことだなと感じています。僕はそのようなフラットで信頼のある関係性づくりを、まちづくりにおける地域とのやり取りの中にも生きていると思います。

鈴木：そんな土台を感じていただきながら、具体的な話を進めます。本日は、まず1つ目に「足跡編」、2つ目に「リアルなまちづくり編」、そして3つ目に「挑戦編」、この3つをお伝えしていきます。

足跡編：スマートシティに向けた着実な施策

鈴木：昨年度、岡崎市がこのフォーラムの場で何を伝えたかをおさらいしておきます。大きく分けると上段3つ、岡崎市のデータ活用、それからSUGATAMI活用×ISO、そして今後のまちづくりに向けて、ということを講演しながら、その後のパネルディスカッションで、公民学フラットな場で、まちづくりにおける前向きなチャレンジマインドを培う取り組みをしたいと宣言しました（図7-2）。

・公民学連携の人材育成プログラム

その結果、岡崎市での人材育成プログラムを今年の3月1日・2日の2日間で開催しました。場所はNTT西日本岡崎ビルの1階、公民連携複合施設「NEKKO OKAZAKI」というものがあり、後ほど中川からの説明がありますが、こちらの場所をお借りして、このSSPP、岡崎市、KSTN、UDCといった、みなさんの力を合わせてこの人材育成プログラムを進めました。実施メンバーは、NTT西日本さん、それからNTTアーバンソリューションズさん、それからNTTデータ経営研究所さんです（図7-3）。

このプログラム、昨年宣言したように、我々としてはフラットでチャレンジマインドを醸成する仕掛けとして、この資料の左側、「E-Sports 体験」と「非認知能力」の2つをアイスブレイクタイムに仕込みました。



図7-2 昨年のSSPPフォーラム講演での宣言



図7-3 公民学連携の人材育成プログラムを開催

まず、グループワークではなかなか本音で話し合えないという垣根を取っ払うため、「E-Sports 体験」を1日目の最初に行いました。そして2日目は、1日目からさらに深掘りをしてチーム一丸で施策を考えていかなければいけないというスケジュールでしたから、ここでチームの結束を底上げするための「非認知能力」活用に臨んでもらいました。この「非認知能力」は、テストの点で測れる認知能力ではなくて非認知能力、これは宇宙飛行士として求められる行動と心構えをベースに、集団で何かを成すためにはどうしているかを考えていかなければいけないか、どういう能力を伸ばしていかなければいけないかという自己診断みたいなものです。こういったものを事前にやってもらい、この場でお互いに、自分はこういうタイプだからもっとこう頑張りたいんだよねという宣言をしてから、各チームのグループワークに入ってもらいました。

これが非常に大きく功を奏して、事業の理解、そしてSUGATAMI・ISOの説明についても、「今後の活用意向」を聞いた事後アンケートではSUGATAMIで100%、ISOで90%といった非常に前向きな回答が得られました。

それから、やはり上滑りであってはいけなないので、エリア説明とまちづくりについて、私と中川でまちづくりの現状について話をしました。そして、このプログラムは研修みたいなものですから、グループワークを経て最終発表を行いました。では成果は何だったのかというと、何か事業ができ上がったことではありません。こういった場でみなさんが前向きなマインドセットができたことです。こう説明すると、研修のアウトプットで事業が構築できないのかというような気持ちになってしまうかもしれません。この研修は、やってすぐに事業が構築できるというよりも、その土台をつくっているという理解をいただけたらと思います。

・新たな事業構築：①SUGATAMIとともに

このSUGATAMIというものについて、どう使ったらいいのかという声が上がることがありますが、これは第三者的にこのツールを眺めて、ツールを評価する視点に立ってしまっています。その視点に立ってしまえば、事業化や活用のアイデア出しに結びつきづらくなります。今日登壇された各自治体さんの話にもあったとおり、みなさんSUGATAMIを楽しんで、面白がっています。この面白がることによって何が生まれるか、スライドに順番のフローを書きました（図7-4）。



図7-4 SUGATAMIを面白がる視点に立つとツール活用の視野が広がる

SUGATAMIが「思考への刺激」や「きっかけ」になります。それで例えば、再認識、視野の拡張、新規の興味、あるいは分野を連携した統合の視野、または相反する2つのものでも同時解決をしてやろうという複眼の視野、といった見え方が生まれます。見えてくるものが次々生まれると、今度は自分たちだけで話していても事業や結論にたどり着かないので、誰かに相談したくなります。相談の相手を民間さんや、また大学さんなんかに求めていくと、ここで対話が生まれます。対話が生まれた結果において事業構築につながっていきます。

・新たな事業構築：②成長の足跡

この事業構築、Section1：栗山さんの発表資料にも記載をいただいています。2021年度4件であった関連事業が、2023年度24件に増えています（図7-5）。右側に財源の内訳を書きました。実証的な事業が7事業、ここには国県の補助が77%入っています。市の負担はたった23%です。実装事業は3事業ありまして、49%が国県の補助で、市の負担が51%です。そのほか、民間実証や連携事業が14事業あって、全体でいえば国県補助が54%、市の負担が46%ということになっています。



図7-5 2023年度でスマートシティ関連事業が24件に増加

・新たな事業構築：③予算獲得

昨年も私はこの場で説明をしましたが、自治体財政は独特の仕組みがあります。それは何かというと、事前統制原則です。株式と違って、住んでいる人は納税の義務がありますので、その人たちの代表者である議員さんたちに、このお金は何のために使うお金なのかということをあらかじめ議会で承認を得た上でないとお金が使えません。

では、各自治体の財政課はその前段階の査定で何を見ているかというと、もちろん歳入・歳出の均衡は見えますが、議会説明のリハーサルのつもりで審査をしていますし、もう1つ、逆の視点で、予算を発表するための目玉予算探しをしています、こんなことを昨年度は説明しました（図7-6）。

図7-5に戻っていただくと、実証事業に関わる予算みたいなものは効果がどうなるか分からないので、自治体予算が取りにくいのです。ですので、国県の負担多め、つまり国のプロジェクトにエントリーをして獲得した事業において実証事業を行う。逆に、実装事業の場合、その効果を説明できる状態になっていれば一定の市の負担が出しやすい。それでも49%が国県で、市の負担が51%と



図7-6 SUGATAMIが根拠となって予算獲得がしやすくなる

いったレベルになります。これらの前提を整えておくと、図7-6では予算編成のとき財政課に対して、下段の左から2番目、「国支援等特定財源の獲得」がされているという説明は市の負担が減るという根拠になりますから、予算が通りやすくなります。そのほかにも国の財源を取りにいくときには、当然数値で説明ができなければいけません。その説明をする練習としてもSUGATAMIが土台にあります。さらに、こういったものはそのまま議会で説明をしていくことになりますので、非常に説明がしやすい。かつ、まち全体を眺めて、クリティカルな事業の形成をしていくと、結果的に目玉予算になりやすいところになりますので、それらが相まって予算が取りやすくなります。

SUGATAMIみたいなものを使っていくと、事業アイデア・事業構築が進められて、なおかつ予算が取れますということです。しかし、この2つがそろえば事業がやれるかといえば、そうではありません。ここからが中川のパートになるのですが、受け取る側のまちの力強さがないと、どれだけソリューションを入れても使われない道具になってしまいます。その辺り、どんなまちづくりを行っているかというところを説明してもらおうかなと思います。



自治会の主体的な参画によって力強く前進

中川：リアルなまちづくり編ということで、みなさん、この写真は岡崎の自治会の連合体です（図7-7）。QRUWA 戦略という公民連携まちづくりを市の中心部でやっているのですが、ここ3年、自治会の連合体「7町・広域連合会」とがつつり連携してまして、この自治会には、まちの長老から民間事業者、さらに高校生まで参画しています。僕がこのまちづくりの立ち上げから関わりだして今年度で11年目になり、こういった主体的な自治会との連携が評価され、グッドデザイン賞の金賞も、今年度いただきました。非常にありがたいなと思っています。



図 7-7 高校生も参画する自治会主体のまちづくり

リアルなまちづくり編：QRUWA 戦略



中川：このQRUWAのまちづくりが始まる前の地域は、過去30年でエリアの人口が30%減、商店も75%減、地価も40%下落していました。このQRUWAのエリアには籠田公園という地域を象徴する公園がありまして、浮浪者が訪れて、近所の子どもも遊ばないような暗い印象で、近所の人はわざわざ車に乗ってほかの公園に行く、そんな悲惨な状態でした。さらに、周辺の高齢化率も40%以上（これは現在も同じです）、そういう場所でした。これは、整備前の状況です（図7-8）。



図 7-8 整備前の籠田公園は近所の子どもの遊ぶ姿がなかった

QRUWA って何なのかという話ですが、岡崎市の中心部にある公共空間の拠点を結ぶ動線がQの字に見えると思います。このエリアは、岡崎城の総曲輪（そうぐるわ）と重なります。ここに主要な動線をつくり、公共も民間も投資しようという宣言をした。頭文字を動線のQにして、このエリアをQRUWAと命名しました。最大の特徴は、エリア内に公共空間が50%を占めること。まちなかの自然として大きな川があるのも特徴です。これらの公共空間と合わせて、民間の空間、例えば空き家とか空き地とかと合わせて、横断的に活用するよう、公民連携でトライを重ねる都市戦略がQRUWA 戦略です。（図7-9）。



図 7-9 市の中心部の動線を設定した都市戦略を立案

QRUWA 戦略がめざすのは、「暮らしの質の向上とエリア価値向上」です。暮らしの質は簡単にいうと、まちの目的性が上がるというか、より楽しくなって、より行きたくなるということ。

エリア価値の向上は、不動産価値の向上のことです。それによって行政は、固定資産税の税収が増加し、市民サービスを持続的に行うための財源を稼ぎ、都市経営をやっていけるというストーリーになっています。現在、戦略としては6年目になります。

課題は山積みです。QURUWA 戦略のフィールドはまちの中心部で、衰退していることに対して、ウォークラブルなまちをめざしたり、自治会に関わってもらって顔の見える関係づくりとか、いろいろ対策を進めていますが、かなり大きな課題は、20代・30代の若者、特に女性が働く場所がないということ。近場の名古屋の方面とか、東京の方面へ若者が流出しています。そして、まちを支える産業構造は製造業に高い依存をしていて、本当にまちとして将来があるのかと懸念しています。人口流出により、民間のクリエイティブな人たちが少ないと考えていて、そのためにこれからは、製造業に代わる産業として「暮らしをリノベーションするライフスタイル産業」をつくっていかねばいけないと思っています（図 7-10）。

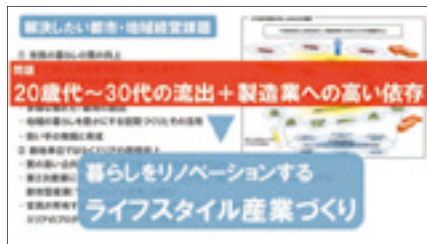


図 7-10 まちの将来に対する懸念から産業構造の転換を図る

振り返ると、QURUWA 戦略の立ち上げ段階は、かなり危うい出だしでした。当時、まちづくりをやっていく宣言をした際に、岡崎市としては「まちづくりの話」をしていたつもりだったのですが、その内容はハード整備寄りなものばかりでした。例えば、河川空間の公園整備などをします、といった計画発表をしました。これは総事業費が5カ年で約100億を見込む計画でしたが、大きくその金額が新聞に取り上げられ、かなりの非難を受ける結果になりました。

これでは駄目だと一部の民間の人たちと話をする中で、QURUWA 戦略の総合プロデューサーの清水義次さんが提唱されている「リノベーションまちづくり」をやっていこうという話になり、大きなリノベーションと小さなリノベーションを掛け合わせるという方向に軌道修正をしました（図 7-11）。



図 7-11 ライフスタイル産業を興すためにリノベーションまちづくりへ軌道修正

・QURUWA 戦略：大きなリノベーション

大きなリノベーションとは、デザイン性を高めるとともに公共空間の活用をかなり意識した再整備のことです。ここは、先ほどお見せした籠田公園です。整備前の状況とはだいぶ空気感が変わりました。写真にもあるように、子育て世代が集まったり、地域の方が自ら活用して防災訓練や防災キャンプをやったりとか、以前にはなかった活動が生まれています（図 7-12）。



図 7-12 周囲の見通しがよく、居場所もある人が集まりやすくなった籠田公園

籠田公園南に隣接する中央緑道は、河岸段丘の地形を活かすなどの再整備をしました。籠田公園と中央緑道は、ランドスケープの専門家であるオンサイト計画設計事務所さんに設計いただいています。その結果、中学生がダンスを練習したり、マーケットが定期的に開催されたり、そういう場に生まれ変わりました（図 7-13）。



図 7-13 河岸段丘の地形を活かして立体的な空間が生まれた中央緑道

これは20億ぐらいで新しく架けた桜城橋（さくらしろばし）です（図7-14）。今は屋根だけできているスペースが一部ありますが、その中に何かしら民間の投資を今後誘導していきたいと考えています。地元では、やぐらを組んで年に1回盆踊りをしているなど、さまざまなプログラムが行われています。乙川（おとがわ）も再整備して、水辺のアクティビティとして、SUPやヨガ、キャンプなどが行われています。このキャンプが、民間のいい収益事業になっています（図7-15）。



図7-14 新しい歩行空間でにぎわいをつくる桜新橋



図7-15 健康増進、癒しや憩いの場として川べり空間を整備

・QURUWA 戦略：小さなリノベーション

籠田公園がリニューアルした年に、周辺の空き家も活用した小さなリノベーションも掛け合わせて実施しました。その大小のリノベーションの取り組みにより、その年度に飲食店を中心に6、7店舗が一気にオープンしています。そうすると飲食店が多いので、このエリアでの過ごし方が変わります。公園だけでなくても公園で過ごすだけになります、その周辺にお店が増えると、例えば、テイクアウトして買ったコーヒーやジュースを持って公園で過ごすなどバリエーションが広がり、滞在時間も増えます。市民の間でもこのエリアが変わったという認識が、今どんどん浸透してきているという状況です（図7-16）。



図7-16 籠田公園周辺に空き家を活用した飲食店などが続々オープン

NTT 西日本岡崎ビルの前にある中央緑道周辺には、空き家が全然なくて困っていたところ、NTTさんからぜひQURUWA 戦略と連携したいという話をいただきまして、その協力のもと民間活用につなげていきました。人材育成プログラムで会場として使用しました「NEKKO OKAZAKI」ですが、このNTT 岡崎ビル1階にベーカリーカフェやクラフトビールのボトルショップなどが入っています。公園周辺にいろいろなコンテンツが増えて、僕らの暮らしの質自体も上がっています（図7-17）。



図7-17 人材育成プログラムを開催した「NEKKO OKAZAKI」

・まちづくりのカギとなった住民の主体性

実は担当者の肌感として、QURUWA 戦略が進んでいるイメージはあったのですが、出店希望者は頭打ちになり、使える空き家が出てこないという状況が3年くらい前にありました。ここで自治会が登場します。NEO 自治会と僕は呼んでいるのですが、「QURUWA7町・広域連合会」という自治会の連合体が自治会主体で立ち上がりました（図7-18）。



図7-18 「QURUWA7町・広域連合会」のエリア（スライドから一部抜粋）

自治会の連合体の対象範囲としては、マップのピンク色のところが、再整備した籠田公園と中央緑道周辺の7つの町内会にあたります。再整備に向けて地元に入り込もうとした際に、事業に反対するような方々も沿線におられ、「行政主体で地元説明会をしたところで絶対にうまくいかない」という自治会側からの助言がありました。そのため、自治会主催で説明会をやってはどうか、という

提案をいただきました。そこに行政はオブザーバーとして来て、計画や工事の説明をして、もちろん言いたい意見はあるから言わせてくれと。ただ、行政の全体の方針は絶対否定はしないからという大前提をいただいて、そこから地図の黄色のところ、広域の自治会を巻き込んだ活動が始まります。ちなみに、岡崎市の自治会の住民加入率は90%もあります。

「QRUWA7町・広域連合会」の組成によって、学区や自治会、住民や事業者の垣根を越えた関係が構築できたり、顔の見える関係性づくりができたり、やはり顔を合わせて話をしないと駄目だよねという共通認識をもてたりしています。こうした自治会の連合体によって、スピード感のある合意形成が行政、民間を含めてできるようになりました。今では地域が持っている一部の空き家、空き店舗の情報がダイレクトに共有されます。これは本当にありがたいと思います。このお2人は、左が7つの自治会のうち1つの自治会の副会長兼不動産オーナーさんです。右が元市役所の職員兼不動産オーナーさんで、今は引退されているのですが、この2人が連合会を立ち上げられました（図7-19）。

QRUWA 7町・広域連合会は2カ月に1回のペースで、自治会主催の会議を行っています。非常にフラットな場です。行政が住民向けの説明会をやると対立構造になってしまいがちですが、ここでは多様な人が集まって、QRUWA 戦略を含めたプロジェクト、コミュニティ、ネットワークなどがどんどん広がっています。しかしながら、会議ばかりやってもしょうがないということで、次世代の会という実働部隊を、地域、民間、行政で一緒につくりました。ここもフラットな場で、ここからいろいろなプロジェクトが生まれています。まとめると、自治会、民間、行政の体制イメージはこちらになります（図7-20）。



図7-19 連合会の立ち上げはこの2人の行動力から



図7-20 公民連携の動きを自治会組織が包括的に支援

左側は一般的なイメージだと思います。自治会と行政、民間と行政、それぞれがウィンウィンなところでしかつながっていないのですが、QRUWA 戦略の場合は右側で、自治会がつくったフィールドの中で行政と民間が動けるという、非常にいい状況が生まれています。具体的には、例えば空き家が出たときに、民間の人が使いたいと言ったら自治会が間に入って交渉をしてくれたりします。もちろん、その人がいい人だったらという条件はあるのですが、自治会側も信頼のおける人に入ってほしいので、利害が一致して動いているという状況になっています。連合会の活動は現在3年目で、高校生から自治会長まで多様な世代が、岡崎QRUWAのまちづくりに参画しています。

いろいろな民間の方々の顔が見えて、つながって、このネットワークが昔に比べてかなり増えた

なと思っています。誰か何かしたい人がいたら、困っている人がいたら誰かが助けてくれる。そんなスキルや思いを持った人同士がつながっています。地域、民間、行政が、人とまちを育て続けるという状況が、今できているのではないかなと思います（図7-21）。



図7-21 顔が見えるまちづくりで次々に人がつながり、まちが育っている

その成果として、このまちには5年連続平均で約10店舗ずつ新規のお店が増えています。今年度は集計中ですが、すでに18件が出店しました。QRUWA 地区内のエリア価値、路線価は、10年前に比べて平均値が5.5%上がっています。税収でいえば、ちょうどQRUWA 戦略の動きが始まった11年前に税収が下げ止まって、そこから右肩上がりでも税収も上昇している、こうした状況にあり、少しずつ成果ができてきていると思います（図7-22）（図7-23）。



図7-22 まちづくりを仕掛けて路線価が上昇中

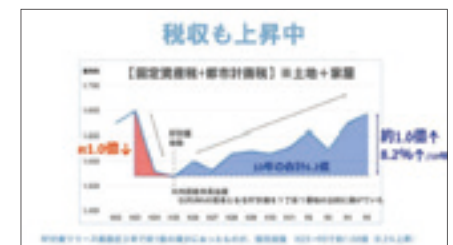


図7-23 まちの税収も右肩上がり

これからめざす姿ですが、今はまだ自治会のエリアマネジメントと民間のエリアマネジメントが分かれているので、これを融合して、自治と都市経営、両方を兼ね合わせたエリアマネジメントを実現したいと考えています。

リアルなまちづくり編：ミニトークセッション



鈴木：ありがとうございます。行政、民間、その全体を包む自治会ってすごい絵だなというのを自分事ながら思ったりしますが、この民間の構成って、大企業さんもたくさんいらっしゃるのかな（図 7-24）。



図 7-24 地域・自治会の輪に入るには？

中川：ほぼいないですね、今は。

鈴木：それなら、大企業さんもこの中にしっかり入ってきていただいて、力強く事業が進んでいくというのは1つの理想形かなと思ったのですが、大きな企業さんがもし入ってくださるなら、どんな形ならこの中に一緒に入れるだろうか。

中川：僕も大きな事業者さんと話をする機会は何回かあるのですが、まず大企業さんが具体的に何がやれるのか、僕らも地域も分かっていない、という問題があります。

鈴木：なるほどね。岡崎市の地域の人たちは結構意識が高いので、「俺たちはこれぐらいやるぞ、大企業さんはどうなんだ」という感じかも。大企業もなかなか出てきにくいところかな。

中川：そうですね。あと、大企業は大きな組織を抱えられていると思うので、同じ土俵に立つなら、地域のオーダーに対してスピード感を持ってこなせるかという課題もあるのではないかなと思いますね。

鈴木：そういう意味でいうと、大企業でもまちづくり部隊みたいな人たちがぐっと輪に入ってきて、スピード感を持ってきてやっていただけると大きくも小さくもクイックに動いて一緒にやれるとか、そんなイメージかな。

中川：入ってくる側も覚悟は要るのではないかなと思います。地域の方って、NTTさんや他の大きな企業さん、僕らのような役所などの組織に対して、信用はあると思うのですが、信頼はないですよ。信頼は人についてくるからです。その信頼をどう勝ち取っていくかが課題です。そのためには、やはり顔を合わせてコミュニケーションを重ね続けた先に信頼が得られると思っています。僕は10年やってきたので信頼は得ていると思うのですが、そういったところをどう企業として向き合っていくかが、すごく大事かなと思います。



鈴木：そういうコミュニケーションは、コミュニケーションコストみたいな言い方をされると思うのですが、そういう形で掛けたコストは多分回収し出したら早いよね。

中川：それは思います。やはり地域って、結局お客さんにもなるじゃないですか。このQRUWAに入ってきた途端、信頼されたらネットワークがめちゃくちゃ広がるので、お互いで仕事を回し合ったりします。民間の人たちって。そういったことを含めてチャンスはかなりあると思います。

鈴木：なるほど、分かりました。ありがとうございます。このトークセッションも、細かいところは即興でやっていますので、お見苦しい点があったかもしれませんが、ご容赦ください。



■ 岡崎市スマートシティ実行計画のその先へ

鈴木：それでは、残りの時間で、挑戦編ということでお伝えしていきたいと思います。岡崎市の挑戦としまして、まず前提として2020年に立案して国土交通省に提出した「スマートシティ実行計画」というものがあります（図 7-25）。



図 7-25 岡崎市スマートシティ実行計画

この左側の図の一番下には、「データサイエンスオートメーション型AIによる複合的なデータの分析」とありまして、こういう機能を将来に期待してまちの課題を解決していくぞと書いていました。当時はこれを何て書いたらいいか分からなかったのが、いろいろな人と相談しながらつくった言葉なのですが、ようやく現代では「生成AI」というものが出てきて、私たちにとってはまだどう使ったらいいかが分からないながら、これが活用できるのではないかと微かな可能性を感じております。

生成AIを使っていくためには、そもそもセンシングでデータが収集できていないと話になりませんし、それを活用する風土がなければ話にならないという理解でいて、これまで岡崎市ではさまざまなデータの活用に挑戦してきました。

■ 挑戦編：岡崎市のデータ活用事例と将来展望

(1) センシング・データ活用の現在地：見せる化

詳しい説明は時間の関係で省かせていただきますが、この2つの事例は、データを見せることによって、それを見てくれた人が行動を変えて、狙いの課題が解決できるのではないかとというものになります（図 7-26）。



図 7-26 「見せる化」の2つの事例

・リアルタイム渋滞情報の発信

「すいすい岡崎ナビ」というウェブサイトがあります。トップ画面にある「現在の混み具合を見る」をクリックもしくはタップすると、岡崎市にある現時点での道路の混雑情報が、1路線だけですが見てとれます。スクロールすると近場の駐車場の満室情報も確認できます。今日は平日なので割と空いているようですね。この状態が土日になると真っ赤になって満車ばかりになってしまいます。ユーザがこれを見て、空いている駐車場へスムーズに入庫できれば渋滞の緩和が図れるだろう、そういった取り組みです（図 7-27）。



図 7-27 「すいすい岡崎ナビ」の満空情報

加えて、岡崎市内のイベント日程と、イベント時の混み方を示しています。また、事前予約が可能な駐車場をリスト表示しており、ユーザはあらかじめ予約をして出掛けられます。駐車場のリアルタイム満空情報も、予約できる駐車場一覧も、すべて民間サイトからAPIで引っ張ってきています。併せて、見せる化に留まらず蓄積された道路混雑データにより施策の効果測定ができるセンシングを行う取り組みになります。将来的に「生成AI」の活用を考えるなら、センシングデータを収集できる状況をつくっておかなければいけない。そして、それを分析できる体制をつくっておかなければいけないという事例です。

・密の予防

こちらの説明は省かせていただきますが、密の予防を行うにあたって、人流データを使って、見せる化をしました（図 7-28）。これは元データになります（図 7-29）。

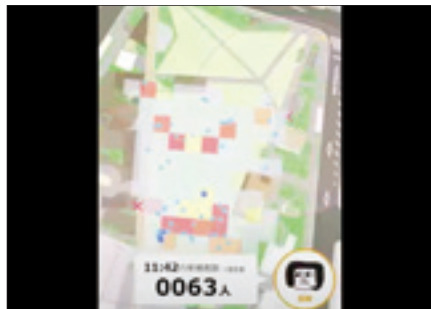


図 7-28 イベント時の混雑情報をデジタルサイネージで配信

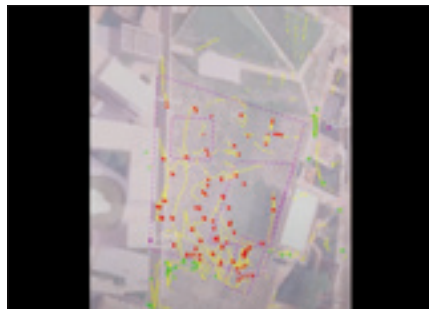


図 7-29 人流データをリアルタイムで取得

(2)センシング・データ活用の現在地：改善改革サイクル

続いて、改善改革サイクルとしての活用です。コロナ禍のイベントで密が発生してしまった場合の緩和策、花火大会時に群衆事故を防止するために必要な警備計画の改定、サイクルシェアの経営改善などにデータを活用しています。サイクルシェアは昨年度実績 53 台で 1,700 万円程度売り上げ

ましたが、これも地道にデータを活用して、利用拡大を進めてきた成果といえます。そして、地域企業の支援に関して。店舗のPOSデータを使って経営改善に反映しているという例はよくあると思うのですが、せっかく常設の人流カメラがあるので、店舗内POSデータとまちの人流データを掛け合わせて、イベントの人流予測を踏まえた上で新商品開発を行い、そして売上・客単価増加につなげる取り組みを行いました（図 7-30）。

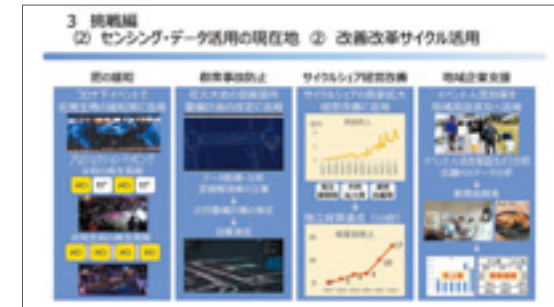


図 7-30 さまざまな施策の改善改革にデータを活用

(3)データ活用にも岡崎市らしさを

ただデータを何となく集めて使ってみようかなではなくて、中川がやっているような現場のにぎわいを増加させることへの貢献、そしてニーズ駆動型のデータ活用といったところが岡崎市らしさかなと思っています。

今、歩道空間の活用を頑張っていて、歩道を活用したいという出店計画者が結構増えてきています。その人たちから「この通りはどのくらい人の通りがあるの？」と必ず電話で聞かれます。そこで、歩道空間貸出の予約サイトを設けて、その通りの人流カメラのデータを見られるようにしました。例えば、去年の 11 月 19 日のデータが見たいということで日にち指定をすると、この日のイベント名、天候とともに、歩行者の属性や人数が確認できます。出店を希望・検討する人向けには、こうしたニーズ駆動型のデータ活用を進めています（図 7-31）。



図 7-31 街路店出希望者に向けて場所借りの予約サイトを開設

(4) データ活用の短期的展望と長期的展望

今までのところはすべて、生成AIを導入するにあたって、我々自身が手づくりでデータをしっかり使ってみるということをやってきた内容になるのですが、ここからは将来の志向になります(図7-32)。



図 7-32 将来予測を見込んだ短期的・長期的展望

例えば、にぎわいを増やしたい、でも一方で渋滞は減らしたい……この2つの課題、普通は両立が簡単にできません。どうしたら両立できるのか。これを我々は、多分野の連携成長に緒戦するという表現をしますが、これは経験と勘ではまず無理です。データを見て、効果を測定しながら、よりよい姿を模索しながらやらないと無理だと思います。

人の流れや車の流れを取得するカメラがあるとして、それらのデータを活用してグラフ化してみる。グラフ化すると、この曜日のこの日はすごく人がにぎわったけれども車も混雑した、あるいは、この日は人がこれだけしか来ていないのに車がすごく混雑していた、そんなことが見えてきます。逆に、この日はすごく人が多かったけれども、ずいぶん渋滞が抑えられている。では、この日は一体何をやったのか、広報の仕方、誘導、あるいは現場の警備が良かったのか、こういったことをアジャイルで改善をしながら、「にぎわい増加」と「渋滞緩和」の両立を進めていくことができるのではないか。市の中で、短期的にはこんな期待をしています。

長期的には、もっといろいろなデータをセンサーで集めて、SUGATAMIを含めてモニタリングを行い、先ほど中川が紹介した自治会の人たちにもデータを見てもらいながら、あっ、少しこうなったな、少し良くなったな、少し調子が伸びていないな、そんなことをみんなで見ながら、まちが成長していけるようになると思っています。

(5) 短期展望で生成AIに期待すること

先ほどグラフ化の話をしました、まちの人流カメラは実際21台あります。車流カメラは1台だけなのですが、これから増やしていくことを考えると、どの日やどの場所がうまくいったのかを採すだけでも一苦労です。なおかつ、その日にどういう要因があって良い姿、または悪い姿が体現されているのかを分析するのも、とても大変です。さらにそこから先、分析した上でさらなる対策を考える……これを1サイクル回すだけでも多分疲れてしまうと思います。私のイメージだと、生

成AIって解析から施策提案くらいまでやれてしまうのではないかなど。解析の結果に対して我々が解釈を加えたり、あるいは施策の選別をしたり、あるいはそれが気に入らなかったら、足跡編でも述べたSUGATAMIのように刺激を受けて、生成AIが提案する施策候補に留まらず、私たちが最善策を考える、そんなところまでさらに取り組みが進化するのではないかとことを展望しています(図7-33)。



図 7-33 生成AIなら複数のデータから特徴点を抽出して施策候補を導き出せる？

(6) 自治体計画策定で生成AIに期待すること

自治体の総合計画と、各課がつくる計画は50以上ありますが、10年に1度の改定や5年に1度の見直しが行われます。総合計画は大体2年、3年かけてつくりますが、このスケジュール例は実際に私が数年前に担当していたときの話になります(図7-34)。



図 7-34 労力と時間のかかる資料の読み込みや分析は生成AIに役割を与えたい

2018年度に基本構想のための基礎調査と素案作成をしました。基本構想があって、その下に重点施策を組んで、大体これで総合計画とざっくりご理解いただいていいと思います。基本構想を定めるために、まずは将来志向のレポートなどをすべて読み込みます。その上で、自身の自治体の特性を整理します。

統計データを分析して「うちの市ってどんな市だっけ?」、住民アンケートを分析して「みんなどう思っているんだっけ?」、過去の計画とその成果を見て「振り返ってどうなんだっけ?」、それらのフィルターを通して、国や県、各団体が出した将来志向のレポートからキーワードを抽出します。濾し取って、その抽出されたキーワードを文章化して基本構想の素案をつくる。細かくはいろいろ違うのですが、どの自治体も概ねこんな感じで作られていると思います。この過程ってすごく大変なのですが、これって全部、生成AIでいけてしまうのではないかなと思っています。もちろんこれにより良い意見をつける、より良い角度の視点を加える、この辺はプロンプトをどう流し込むかによって変わってくると思うし、自治体職員の腕の見せどころと思っています。

参考までにお見せする作業の概念図ですが、手作業でこういうことをやっています。めっちゃ大変です。これがもっと、みんなで考えて話し合うことに時間が使えたらというところで、生成AIに期待をしています（図 7-35）。

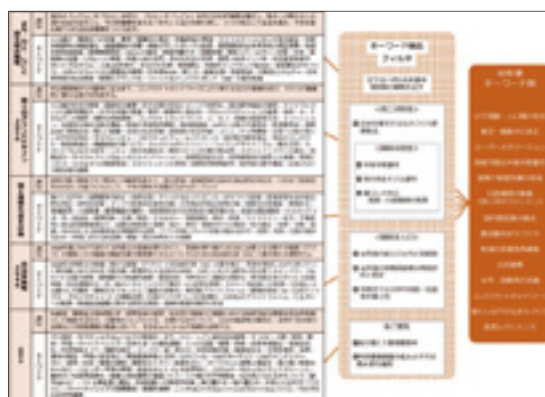


図 7-35 2018 年度に行った作業の概念図

こんなことを挑戦できたらいいなということで、今年の我々のフォーラムでの宣言にさせていただけたらなと思っています。本日、お時間をいただいて話を進めてきましたが、どうでした、この場の雰囲気とこの議題というか。

中川：僕はいつも、公民連携のまちづくりをやっていたり、学びたい人たちに話すので、今日はアウェー感のなかでお話しできて、刺激的で、本当にすごく楽しかったです。

鈴木：中川にとっての「アウェー」は「新鮮」という意味です（笑）。この新鮮なフィールドでもいろいろな人たちと仲良くやっていくことができることにおいて、中川は天才なので、そういう点ですごく私は信頼しています。そんな人や交流をスマート技術で支える、データ活用で支える、そんなまちづくりを岡崎市でも対話を重視しながら頑張っていきたいなと思います。発表は以上になります。

鈴木・中川：ありがとうございました。

Section7：関連 URL

- ▶「QRUWA 戦略」 ～乙川リバーフロント地区公民連携まちづくり基本計画～
<https://www.city.okazaki.lg.jp/1100/1184/1176/p022685.html>
- ▶「QRUWA と、」 岡崎の変わるまちなか QURUWA と何する？（公式情報サイト）
<https://quruwa.jp/>
- ▶ すいすい岡崎ナビ（岡崎公園周辺の駐車場情報）
<https://suisui-okazaki.jp/>

パネルディスカッション

地域の Mission-Action-Vision

パネリスト

服部滋樹

graf 代表

内田友紀

YET 代表 / RE:PUBLIC ディレクター

ファシリテーター

齋藤精一

パノラマティクス主宰



Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな”まちづくり 2023～模索と未来～」

■ ものづくり集団「graf」のデザイン活動



服部滋樹
graf 代表



内田友紀
YET 代表 / RE:PUBLIC ディレクター



齋藤精一
パノラマティクス主宰

齋藤：こんにちは。今日のプログラムでこれが最後のセッションになります。登壇された自治体のみなさんの事例や経過報告、もしくは経過共有といったもの、パネルに書いていただいた課題と宣言といったもの、これらを先ほど僕も読み込んできました。服部さんと内田さんと齋藤でラップアップ的なところと、全体をまとめて次のアクションをどう取っていくのか、という話ができればと思っています。

このトークテーマですが、地域のMission-Action-Visionとしました。しかし、今日はこれ、午前中からの発表などを僕も聞かせていただいた限り、MissionやAction、Visionというのは多分たくさん出てきたと思います。今日はせっかくSSPP＝サステナブル・スマートシティ・パートナー・プログラムなので、サステインする、持続していく方法とは何なのかというのを2人にお聞きしていこうかなと。僕は今、グッドデザイン賞の審査委員長をしていますが、お2人はそれこそ、まちづくりや都市開発、もしくはものづくりであるとかいろいろなところで活動されています。僕も実際のプレイヤーとして活動しているので、お2人の話に僕も少し意見を交えながら、話を進めたいと思います。

僕も服部さんからこういう話を聞く機会がなかなかないので、服部さん、まず自己紹介と投げ込みをお願いします。

服部：では少し自己紹介がてら、grafというのはどういうものなのかを紹介したいと思います。grafはコレクティブ、クリエイティブのコレクティブといわれているのですが、あらゆる業種のメンバー



図 8-1 大阪を拠点に活躍の場を広げるクリエイティブユニット「graf」

が集まって集団化し、事業を展開しているチームです。今年で25周年を迎えています（図 8-1）。

25年前は、僕はもう20代後半ぐらいの年齢でしたが、バブル崩壊後のことです。僕が学生のとき、バブルの先輩方はえらいどんちゃん騒ぎをしていて、これが本当の社会なのかなと……むしろ不安を覚えた学生時代でした。卒業するとバブル崩壊して、間もなくやはりそうかとなったときに、自分たちで仕事づくりをする、仕事をいただくのではなくて仕事づくりをする集団というのを考えていました。それが異業種、まさしくボーダーを超えたチーム編成で、その頃は少年探偵団みたいな、図体のでかいやつが特攻隊長になり、分厚い眼鏡の子が難しい計算式を解いてくれたりという、それぞれの個性が生きる集団で事業をやっていきたくて考えていた。それがgrafの始まったきっかけになります。

事業の範囲は大体10事業を展開していて、それぞれメンバーがいます。インテリアデザインだったり、建築だったり、プロダクトのデザインであったり、コミュニケーションのデザインだったりというものを、当初6名でスタートしました。最初の6名というのが大工さん、家具職人、プロダクトデザイナー、映像作家、僕はデザインを担当していて、最後にシェフという。ものづくりの集団なのですが、料理人が関わっていたということが結構大きな影響があります。この料理人がいたことによって我々の生活すべてを網羅していくような集団として展開しています。

事業そのものとともに活動も両立しています。活動も一応お金をいただきながらやるものもあれば、行政の方たちと一緒に活動推進していくということもやっています（図 8-2）。



図 8-2 「ものづくり」を軸に地域のデザイン活動・ブランディングも携わる

「MUSUBU SHIGA」という滋賀県さんの活動とか、最近は奈良県天理市さんのブランディングなど、ものづくりの集団なのですが、現在では地域のブランディングにも携わるようになりました。

これはなぜかという、つくるといふことのプロセス自体を20世紀型から21世紀型に変換していかなければいけないと考えたときに、従来どおりの生産ラインの上にデザインを施す、提供する……だけでは、なかなか狙いのユーザには届きません。そこで我々は、リサーチのデザインプロセスを多く活用していくというやり方を採用しました。

産地に行くと、そこのおじさんたちが「私の地域らしいものをつくってくれ」という話をされますけれども、こちらから「地域らしさとは何やねん」というところを問いただしてみようと思うと、そもそも土地に根付いていた技術というのを掘り返すのがなかなか難しい。20世紀の中後期に機械化生産してしまった影響なのですが、機械化生産以前をリサーチしていかないと、本来そこで必要なデザインというのが施せない。そのため、対象の生産地のリサーチや、昔いた職人さんにまでインタビューをして、そもそもここにはどういう技術があったのかということをまず発見してから、その地域らしいデザインをスタートするということをやってきました。

そんなことをしていると、かつての職人さんのおじいちゃんたちは、対象の工場へ先輩として出向くようになります。教育者として自分の技術を若い子たちに伝えます。でも、おじいちゃんなので3時ぐらいまでしか仕事はできません。しんどいし帰るわということになるけれど、引退で家に引きこもっていたおじいちゃんたちが、その足で一杯飲み屋へ立ち寄るようになる。それを見ているまちのおばちゃんたちが、あのおじいちゃん引きこもっていたのに元気になってきたね～みたいな話になり……というように、まちづくりという広がりになっていくわけです。

ですので、コンセプトをたどっていくと何が生まれるのか、それをもともとから考えるというのをデザインの手法としてやり出したのがgrafになります。そして、その手法を編み出しているのが、PROJECT > PROGRAM > MOVEMENT > CULTUREという一連の流れです（図8-3）。

大体単年度予算で……ということになるとプロジェクトという言葉を使いたがるのですが、実験的行為のことをプロジェクトといいます。よくできたプロジェクトとは何かと言われると、やはり人が入れ替わっていても持続しているもの。すなわちこれはプログラム化されたものだと思います。このプログラムが同じエリアに留まらず、あの課題を解決したあのプログラムをうちでも



図8-3 graf 流プロジェクト型ワークフロー

使ってみようぜと周辺に波及する話になると、途端にこれはムーブメントとして広がっていきます。最終的にこれがどうなるかという、その時代に必要だったカルチャーというのが形成されていく。これを、PROJECT > PROGRAM > MOVEMENT > CULTUREと表現しています。このプロセスに沿って……先ほどの話ですが機械生産をもともとあった技術までさかのぼって検討していくと、カルチャーにもう一度生成することができる、そういう流れになっています。なので、僕らデザインといってもプロセスを整えるということと、そして、でき上がったものをどのように使いこなしていくかということまでをサポートするというやり方をしています。

温故知新のデザインアプローチ

服部：デザインとはという話ですが、ややこしそうだなと思うのですが、結構参考になると思います（図8-4）。

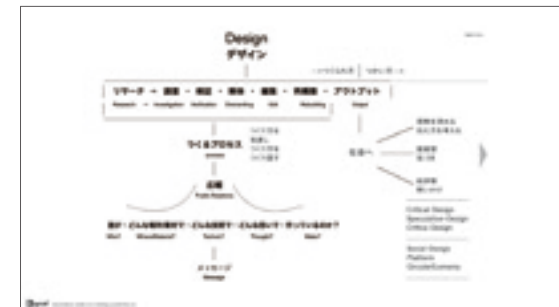


図8-4 社会へ送り出すものの工程や背景も含めて、つくられ方を整え直す

今まで我々、デザインされたものというのはアウトプット、この図で言うと右側のものでしかデザインというのは捉えていなかったのですね。けれども、デザインという機能というのが実はどこにあるかという、つくられ方のほうです。プロセスの部分にあるわけですが、ここで何をやっているかという調査・検証・解体・編集・再構築、そしてアウトプットという流れになります。これがいわゆるリサーチのプロセスになっていて、実際今インターネットでものを買うようになってから、物の価値そのものの自体を理解するのに、値段を見ている人たちのほうがやはり多いわけですが、サステナブルという話になると途端につくり方がどうであるとか、どういう資源で生み出しているかということが、すごく重視されるようになります。ということは、やはりつくるプロセスを伝えてこなかったところに問題があって、つくるプロセスを整え直してもう一度社会にリリースしていくことによって、本質を知る人たち、本当の価値を理解する人たちが増えるのではないかなという流れの図になっています。

そしてデザインの進め方には、こういった手法があります（図 8-5）。

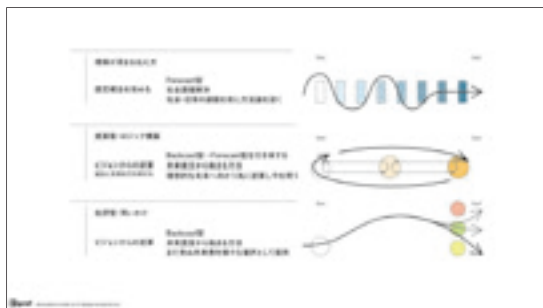


図 8-5 よりよい未来へアプローチする3つの方法論

いわゆるデザインの方法論で一番上の段が、フォーキャスト型と言っているのですが、課題解決型の方法論になっていて、1つの課題を解決すると、次また新たな課題が発見されていく。だから手前から順に解決していく方法です。真ん中は、提案型・ロジック構築と言われていますけれども、遠いビジョンをみんなで見て、このビジョンをバックキャストしながら、手前から何を解決していくべきか、どういう施策を打つべきかと考える。ですので、バックキャストとフォーキャストを行き来するというのが真ん中の方法論です。一番下の段が、バックキャスト型です。現代アートの世界とか、デザインの世界でもスペキュラティブデザインというものがあるのですが、遠い未来にパーンと掲げて提言する。例えば、AIが我々の生活をむしばんでいくのではないかな……みたいなディストピアを想像させるというのも、このバックキャスト型の方法論になっています。映画などは途端に最近多くなっていると思うのですが、こんな方法論が取られているということです。

持続という話になると、フォーキャストは課題を1つひとつ解決しながら進むので結構緩やかに進む。むしろ牛歩な解決策ともいえます。真ん中のバックキャストとフォーキャストを行き来するような方法論だと、一気にビジョンを共有した上で、今やっていることは何なのかということが理解できますから、割とみんなが思っている方向に行きやすい。ですから、特に最近は真ん中の方法論を使ってやっているという感じですね。

なぜ過去をリサーチしていくかということを示しているのがこちらです（図 8-6）。

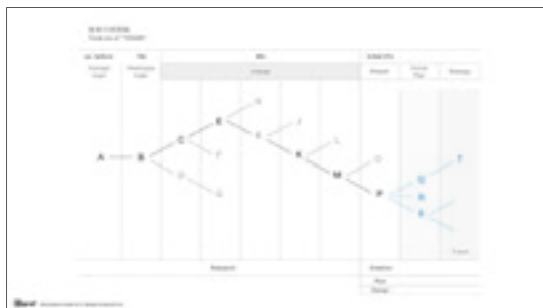


図 8-6 物事の道理を知って未来に取るべき道を選択する

Aが立ち上がりのスタートです。Bは立ち上がったものをピュアに継承していく。時代の変化があって、CとDという選択が出てくるのですが、そこでCを選んだと。そしてまた時代は進み、現在はPというところになっている。ここで過去をさかのぼって考えないと、この先どういう選択をすればいいかが見えません。ここで、選択の手ほどきとか過去をさかのぼって検討していく……このようにリサーチを進めています。リサーチというのは過去も当然そうですし、さまざまな方法論、地形みたいなものもリサーチの対象になっていたりもするのですが、今日の前にあるものは何千年前から、何百年前から、何十年前からどのような人たちがつくってきたのか。そして我々はどうのような未来を選択すべきなのかというのを考える。それが、この図になっています。少し長くなってしまいましたが、取りあえず以上ぐらいにしておきます。

齋藤: 分かりました。ありがとうございます。僕はいつも服部先輩と言っていますが、創業から25年、ものづくりだけではなくて地域の話もそうですし、今のようなプロセスの話もずっとやられているので、僕たちの業界だと、僕もすごく憧れていた存在なのですが。

服部: いやいや、やめてください。(笑)

齋藤: 大先輩なので。今このプロセスの話が聞けたのはよかったのと、今日のプログラムで例えば、産官学民連携みたいな話や人材の話、要は人を中心に、人が見える状態でまちづくりをしていこうみたいな話も前半にも相当出てきましたので、そこをまたこの後、プロセスの話に振り返りながらトークができればいいなど。

服部: よろしくお願ひします。

齋藤: では次、内田さん、お願いします。

■ 持続可能な新しい都市の姿をデザインする

内田：こんにちは、初めまして。内田友紀です。私は今RE:PUBLICというシンク・アンド・ドゥ・タンクと、YETという地域・都市のトランジションのためのリサーチデザインラボの主宰と、両方に携わっています。学生の頃からgrafの存在感は別格だったので憧れていた頃を思い出しながら先ほどの話を聞いていましたが、私自身は都市計画や建築のバックグラウンドで、あとは企業のイノベーションや、人材育成というさまざまなバックグラウンドを持った3人で10年ほど前にスタートしたシンク・アンド・ドゥ・タンクが、RE:PUBLICです（図8-7）。



図8-7 都市デザイナー内田氏が携わる「RE:PUBLIC」と「YET」

持続的に社会に変化が起きる、時代に沿って持続的に社会に変化が起きるようなエコシステムを研究し、実践するという形で仕事をしており、さまざまな自治体や省庁、大学や研究機関といったみなさまと一緒に事業を進めています。今日は地域の話が多いと思いましたので、少し具体的な地域の事例から入ります。例えば、福井県福井市とともに、大阪のデザイナー原田さん、編集者の多田さん、福井のデザイナー坂田さんらとプログラムディレクションをしながら、地域のプロジェクトインキュベーションとしてのデザインの教室に、7年間取り組んできました。文化や風土を紐解き、社会の動きを洞察しながら、未来についてさまざまな角度から考え、まちの人たち自身が、企業や自治体とともに社会のインフラになるようなプロジェクトをつくっていくという取り組みです。鹿児島県薩摩川内市では、ここは原発立地のまちで、それがさまざまなサービス産業にも結びついているのですが、原発がなくなった未来にどんなまちとして在るかを考えながら、薩摩川内市や九州大学らとSatsuma Future Commonsという像を描き、循環経済の都市戦略をつくるということにも取り組んでいます（図8-8）。



図8-8 「RE:PUBLIC」の仕事（左：福井市の事例、右：薩摩川内市の事例）

また、さまざまな企業、特にR & Dの方々とビジョンづくり、組織づくりなどに取り組んでいます。例えば、コクヨさんは働く・学ぶということを100年以上にわたって取り組んできていらっしゃいますが、今の時代においての働く、学ぶとは何かをコクヨさんとともに考え、数年にわたってリサーチをしたり、ヨコク研究所の立ち上げなどに取り組んできました。また、Circular Design Praxisという、アジアパシフィックを起点にしたサーキュラーデザインについて、学術研究機関、企業、自治体など実践なり実験をしていくためのプラットフォームをつくっていたりもします（図8-9）。

YETは2020年からスタートした、都市・地域の社会的なトランジションに向けたリサーチ・デザイン活動です。例えば、オーガニックなコスメブランドSHIROのみなさんが、まちに開く新たな工場をつくりたいという機会に、その建築プロセスやコンセプトに伴走して取り組みました。また、グッドデザイン賞では2020年より、社会にとってのデザインを考える活動もしています（図8-10）。



図8-9 「RE:PUBLIC」の仕事（左：コクヨ ヨコク研究所の事例、右：Circular Design Praxis：サーキュラーデザインラクス）



図8-10 「YET」の仕事

プロジェクトを立ち上げるとき、もしくはみなさんに伴走するときも大事にしていることが、この図に表れています（図 8-11）。

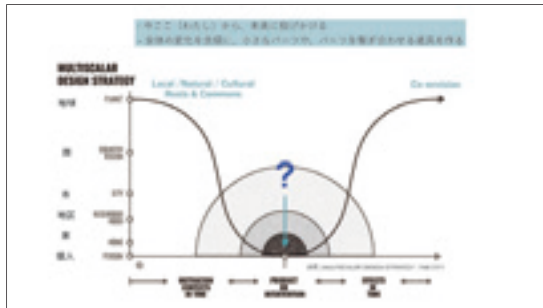


図 8-11 周個人を取り巻く環境・事象を、過去・現在を考察し、足元から地球レベルまで想像力を広げ、未来への構想を練る
(出典：Multiscalar Design Strategy：Fab City)

この図は、縦に空間軸：個人、家、ネイバーフッド、市、国、地球を示しています。横は過去・現在・未来の時間軸です。今、私たちは個人の足元の「ここ」にいますが、その過去／背景には一体どんなコンテキストがあったのかを考察します。服部さんの話にあったように、ネイバーフッドや、国、地球全体にどのようなバックグラウンドがあったのかということです。そして、「プロジェクト」の語源は、プロというのが“前方”、ジェクトは“映す”、つまり前方に投げかけるということです。プロジェクトを未来に投げかけるときにどの射程までを想定できているかを考えることを心がけています。私たち自身のプロジェクトも、みなさんに伴走するときも、今ここでスタートしようとしていることは、どこまで届くのだろうということを想像しながらプロジェクトのチューニングを行っています。

都市というのは社会そのもので、さまざまな側面がありますが、私自身は、そこにある 1 つひとつの小さな取り組みと大きなシステムをどうつないでいくかという翻訳をすることが、すごく大事だと思っています。その翻訳をし、ストーリーテリングをしていくということが都市デザイナーとしての私自身の役割でもあると思っていますし、今日の講演で、NTTさんがソーシャルデザイナーの方々をどんどん輩出されていくという話で、その方々のミッションにも近いものがあるのではないかなと思いながら聞かせていただきました。

■「コモンズとしての都市」への転換

内田：今日 1 つ私からの話題提供としてお伝えしたいことを整理しました（図 8-12）。今日のさまざまな取り組みもそうですし、私自身もまちの方々と関わりながら社会リサーチやプロジェクトデザインをしている中で、私たちは何に立ち向かっているのかを改めて考えていました。最近日本でも出版された、「Livable Proximity：こちよい近さがまちを変える」を参照に作図したのがこの図で、紹介させていただきます。

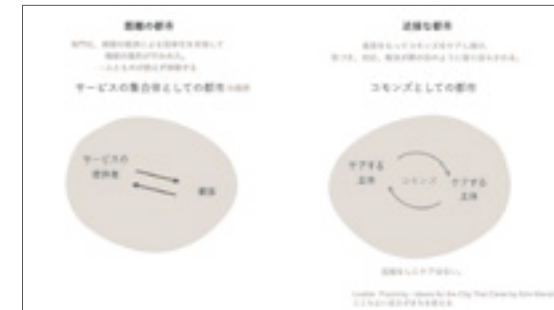


図 8-12 旧来型の都市（左）から、多様な主体がケアし合う都市（右）へ
（『Livable Proximity：Ideas for the City That Cares by Ezio Manzini こちよい近さがまちを変える』を参照に話者作図）

左側の「距離の都市」と書いてあるところなのですが、20 世紀の都市というのは、規模の経済による効率化をめざしてさまざまな機能の集約が行われました。ですので、ここは工場でものをつくところ、ここは住宅街、ここは病院があって学校があってという風にまちは作られていきましたし、それが機能していた。大量生産していく、規模の経済による効率化のときはワークしていたけれども、同時に人と物が絶えず移動するということが起きていました。結果、その後、高齢者の方々のケアだったり子育てが、働く場所と家が離れていることも大きな要因として両立できない困難があったりとか、もしくは移動による交通量によって待機汚染が起きてきたりとか、これまで正しいと思ってきた距離の都市の弊害に、今一生懸命向き合っているのだと思います。

言い換えれば、サービスの集合体としての都市、いろいろなことをサービス化することを第一義にしてきたという都市の限界が今来ている。それに対して私たちがさまざまな角度から何らかデザインしていこう、解決していこうとしているのだと思います。旧来型の都市の成長とともに、サービスの提供者⇄顧客やユーザーとしての市民、という関係が、特に都市部では固定化されてしまった。その関係性の中で、行政のみなさんはどんどん起きてくる課題を何とか解決しようとするけれども、行政の力だけでは間に合わないし、企業がひたすらサービスをしていくことも難しい。市場原理だけでは社会のバランスが保てなくなり、課題を持っている特定の個人に対する直接の課題解決だけでは立ち行かないというのが、現状なのだと思います。

子育て政策のテーマで、ある自治体と社会的リサーチを行っているのですが、そこで起きていることもそうですし、エネルギー産業で起きていることも高齢者のケアで起きていることも同様の問題をはらんでいます。ではどうするのがいいのかと思うと、サービスを潤滑に行き渡らせるためのサービスマシンとしての都市ではなくて、みんながコモンズとして、互いのお世話とか建物や農業の管理かもしれない、そういう場所や機会をともにケアする主体に成り代わっていく。「コモンズとしての都市」をめざすことがやはり必要なのではないかと思います。かつての、昔あった懐かしいまちの姿を想起するかもしれませんが、それに戻ることはもうできないので、意思を持ってやっていく必要があるし、そこにこそプロジェクトが必要だということも、本に書かれています。自然発生的には起きない。

「コモンズとしての都市」で何が必要かという、それが近さというものだと思います。距離のある都市であったからこそ起きてきたたくさんの弊害は、さまざまなことが近さによって解決する。でもそれは物理的に近くなればいいというわけでもなくて、今私たちはデジタルの手段もたくさん持っていますから、感情的にも空間的にも近くなるということがすごく重要だと思います。何かやりたい人がやりたい！と言って仲間を募って人が集まるというのが常だったかと思うのですが、そうではなくて、実はただただ近くににいるというだけで、お互いこんなこと困っているかもしれないとか、私これ持っているよ……みたいな。距離を近づけることで関心とかアイデアとか、そういうものを再集合させることができるのではないかと思います（図 8-13）。

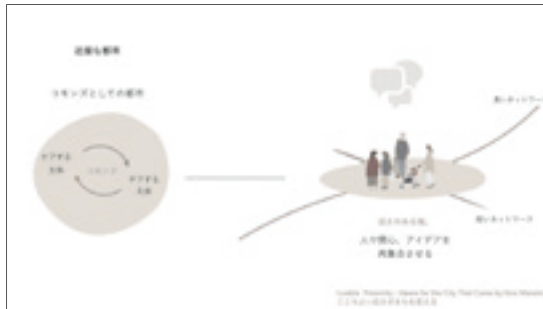


図 8-13 「感情的にも空間的にも近いことが重要な要素となる「コモンズとしての都市」(「Livable Proximity: Ideas for the City That Cares by Ezio Manzini こちよい近さがまちを変える」を参照に話者作図)

それがSSPPのプログラム自体、各地にあるNTTの支店のみなさんが各地でパートナーとなってやっていることもそうだと思いますし、今日これまでのみなさんの話でも、集まる機会を設けたとか、今までは課題に対して話していたけれども、まずは会話をする場を設けたとか、いろいろな話があったと思うのですが、そういうところからコモンズとして、ケアする主体としての価値転換であったり、そこにどんなデジタルサービスが必要かと考えていくことができるのではないかと思います。

齋藤：ありがとうございます。

服部：いいね、この都市の整理。「距離の都市」、旧来の都市の機能はサービスの提供者と顧客の関係、これだったわけではないですか。そうすると多分マインドも都市化している、マインドの都市化というか。

内田：そうですね。

服部：ほぼそれ、どうやってマインドセットを変えるかというところから全部始まる。だから、考

えるべきは機能ではないということ。

内田：そう思います。だから、ずっと朝から人が大事だとみなさんが話されてきたところとも通じると思いますし、私も留学時にさまざまな国の地域プロジェクトに参加しながら、1人の専門家ではなく、そこにいる人が都市を変える……と自分の中ですごく大きな転換があったから、今の仕事のスタンスをスタートしているというところもある。

服部：なるほど。

人と人が出会う、集う、語り合う場所をつくる



齋藤：僕はSSPPの企画やSUGATAMIのインターフェースのデザインとかいろいろな意味でSSPPに関わらせていただいているのですが、ここまでで強く思ったことがあります。

都市の話が出ましたが、旧来の都市、例えば都市開発でも2003年までは法律上というか、東京の都市計画を見てもほとんど行政主体で、都市再生特別特措法みたいなものが施行される前ですね。要はここには何をつくりなさい、こっちには何をつくりなさいというのを戦後復興からずっと続いてきて、2003年に自由競争だと、さあ、みなさん自由にやってくださいと、それはカオスになるわけですね。東京とか大阪、関西にもすごく近いところは金太郎飴化していった、どこ行っても同じような表層になっている。

けれども、今日みなさんが言っている地域の話はもっとミクロな、隣で何が起きているのかとか、それこそ小津安二郎の映画の中で隣からおしょうゆを借りてこようというようなものが、やはりコミュニティとしても必要になっているのではないかな。その中で、内田さんの「コモンズとしての都市」の話もそうですし、服部さんのデザインの定義の話であるとか、デザインの進め方の話もそうだと思うのですが、やはり全員ができる限り参加して、みんなで顔が見える状態でつくっていかなければいけないというのはもうベーシックにあるのかなと思っています。

ですので、先ほどから節々に出てますけれども、テクノロジーがまちの課題を魔法のように解決してくれるわけではなくて、要は人が主体となってというよりは、どちらかというと人中心で、人がきちんと顔が見える状態で能力を持ち寄ってものをつくっていく、もしくは、まちをつくっていく。もしかしたらスマートシティもそうだしデータもそうだし、いろいろなものを道具としてつくっていく。そういうような試みをつくっていかないと、行政主導だけでも駄目だし、民間も民間で頑張っていると思うのですが、顔が見えないとやはりそれはよそ者なのですね。よそ者というか時には異物にもなるし、時には批評の対象にもなるしという。

だから僕はデザインの進め方でいえば、みんなでまずどこに進むのかだけは決めておこうと、去年もグッドデザイン賞では「アウトカムがあるデザイン」というのをテーマにしました。例えばSUGATAMIみたいに“幸福”ということをもみんなで定義をして、これは地域によってまったく違う幸福感であるとかプロセスがあると思うのですが、こっちの方向に進んでいこうみたいなこと。それはもしかしたら昔の、それこそ高度経済成長のもっと前、戦前に戻るプロセスに近いのかもしれないですね。今は新しい道具がたくさんあるので、必要ならそれをもう1回見直してみる。もしかしたらプロセスをもっと早く進めるとか、それこそデシデム（Decidim）みたいなインターネットを使った民意の合意形成を使ってみる、というような話もあるかなと思います。

お2人に聞きたいのは、服部さんが提案したデザインの進め方に関してです。今までやってきた中で正解があるとか、スローがいいのか、もしくはフォーキャストがいいのか、それともバックキャストがいいのか、それは経験で何かありますか。

服部：例えばですが、家族の単位から考えると、やはりフォーキャストが重要な。絆を深めながら、それぞれの成長をともに生きる。それは多分フォーキャストというやり方が一番いいのだろかなとは思っています。それでも、目の前にすごい壁があって、これは突破しなければいけないという障壁があった場合、家族の単位の話でも将来ビジョンからの逆算という方法論がいいのではないかなと思っています。これはいろいろなところでフォーキャストもやったしバックキャストもやっているし、けれども、やはりエリア・地域によってやり方は違うべきだなとは思っていて、それぞれの方法を使っているということになります。

内田：そうですね。ゲームを変えなければいけないときはバックキャストだなと思っていて、明らかに社会的なひずみが見えている領域とかは、そのまま進んでも根本解決がされないで、意志を持って未来を描く。そこから何をするか。ある程度その方向がみんなで共有されたときには、1個

1個フォーキャストで進んでいくという形だとは思いますが。ですので、社会的なさまざまなテーマは、今かなりバックキャストしなければいけないタイミングな気がします。家族のことは、服部さんのお話、家族新米として勉強になります。

服部：20世紀の後半は全部右肩上がりだったじゃないですか。人口は増える、経済は上がる。けれども、今全部右肩下がり……でしょう。人口減る、経済も。そう考えたときにやはり従来のやり方では、それこそ乗る波があるときはいいのだけれども、風んでいるときに波をどうやって起こすかという話を今しなければいけないので、やはり進め方、この辺の組み立てをすごくしっかり戦略的に考えないといけない。



齋藤：そういう意味では先ほど話が出たソーシャルデザイナーというのを各地域、これはもしかしたら基礎自治体さん単位なのか、もしくは字（あざ）単位なのかで置いていくというのは、僕はすごく大事だなと思っています。服部さんからデザインとは何ぞやという話をいただきましたが、つくられ方を問い直す、プロセスを整えるというまとめ方は、大変僕には分かりやすい。

要は今、課題解決みたいなものがどうしても浮足立っていて、それはそれですごく大事なのですが、その課題の根源が分らないと、もしくはその地形的な特性であるとか、文化的な特性みたいなものを分かった上で今の課題を見ないと、単純にどこでも使っているDXのそれこそパッケージみたいなものをドーンとあてがったら課題が解決できるというわけではない。やはり僕は、地域の特性を加味した上でいろいろなメソッドを使っていくというのが大事だと思います。

NTTさんからお話が合ったように全国のいろいろな地域に施設や、ソーシャルデザイナーのみなさんを含めた人材がいらっしゃるから、その方々が参画するものもあるし、NTTさんだけではなくて行政職員もそうだし、ほかの民間さんもそう。よそ者ならではの目で地域をつないでいくということも必要かもしれない。もしくは、それぞれの立場が違う中で、このメソッドと決め込むのではなくて、多分独自のメソッドを持つ方もいらっしゃると思いますから、何はともあれ顔が見える

状態で、みんなで未来に向かって進んでいくというのが絶対的に必要になる。だから、ヒューマンセンタードとか、もしくは人中心というところはそこにあるのかなと、デザインという力を強く信じている僕は思っています。

服部：結果的に人と人が出会わないとコトが生まれないので、コトがなければモノなど必要ないし、次に進めないわけだから、やはり人と人がもう一度出会ってそこから生まれる、コトなのか何か互いがやりたい状況なのか、それをどうやって描いていくかですね。

齋藤：そうですね。内田さんの自己紹介で、結構いろいろな地域で人をつなぐ、もしくは熱量を上げるというか、そういう活動をされていると思うのですが、地域によって全然特性が違うのではないのでしょうか。その部分についてコメントがあれば。

内田：服部さんの言う、これまでをブラックボックスではなくて明らかにするというのがすごく大事だなと思っていて。リサーチの過程でそのまちが一体どういう特性を持ってきたのか、地政学的なことも気候も、地域に根づいてきた生業も絶対にマインドセットに関係していますし、ほかの都市との関係性など、そういうことも含めてどんなふうになり立ってきたのかということはすごく重要だと思います。それがもしかしたらSUGATAMIという、さまざまなデータや情報を扱うプラットフォームが寄与できることかもしれないですし、定量もちろん、そういう地域の定性的な特性も尊重できるプラットフォームだとするとより理想的だなと思いました。どういうコンテキストの上にこのまちの人たちは立っているのか、私たち含めて立っているのかということをみんなで知って、考えることができますね。

あとデザインに関して、服部さんもあらゆるデザインと述べていましたけれども、かつてのモノを単独でデザインしていくのではなくて、今必要とされているのは動き出す人たちの環境をデザイ



ンするということだと思うのですよね。なので、熱がある人たちが集える状態にする。最初から何かを掲げる熱がある人たちが集まれるようにする環境をつくるというときもありますし、もっとボトムアップでやっていくときには、まずは定期的きちんとして人々が会話できる状況をつくるということもありますし、場所の状況や目的によってどんな環境をデザインするかは結構変わってくるなと思います。

齋藤：今、内田さんからコメントをいただいたように、SUGATAMIのようにあちこちからいろいろなデータが取れる時代になっているのだから、それを道具として使わない手はない。それらはAIが入っているシステムがほとんどだと思うのですが、データは正直なものなのでよくも悪くもデータやAIは僕たちに忖度しない。それを見て、もう一度地域の課題に取り組んだり、それを分析していくというのが僕は非常に大事かなと思っています。

■ムーブメントには熱意と仲間、共感者の集まりが不可欠



齋藤：服部さんから先ほどPROJECT > PROGRAM > MOVEMENT > CULTUREというデザイン流通の話がありました。プロジェクトを立ち上げて、今SSPPも創成期だと思いますが、プログラム、ムーブメント、最終的にカルチャーになるといったとき、要はカルチャーになるためには、事前の打ち合わせでも言っていたみたいに「どう持続させていくか」というところが非常に大事で、多分、ご覧のみなさんも普段ご苦労されていると思うのですが、だからこそこういうSSPPのような場所

でお互いのメソッドを共有し合う場所、ここだけではなくて、それを持続的に続けていくというのが、僕は必要だと思っています。

どうしても、例えば行政、役所、役場に勤めていらっしゃる方は2年とか3年で担当が変わってしまう。もしくは企業に勤めていらっしゃる方も部署異動で2年か3年で担当が変わってしまいますよね。これをよく僕は暗黒の2年間だとか言い、それは摂理としてしようがないのかもしれないと思いますが、持続していくために、服部さん、内田さんが何かやられていることはありますか。

服部：パネルに書いておきながらなのですけども、やはりムーブメントになるということは、目の前に見えている人だけではないのですよね。下手すると本当に隣町だったりとかそこから500キロメートルぐらい離れたエリアだったりとかという。そこが動かないとムーブメントにはならないということは、最初のコンセプトが何なのかというのがすごく大事な点。それがすごくピュアな状態にまでコンセプトを見出すことができれば、それは多分ムーブメントとしてなるべくしてなるということだと思っているので、これは多分繰り返しになってしまうかもしれないのですが、先ほども内田さんが言っていたように、その土地の何か種というか、芽生えていたものは何だったかというところに立ち返ると正しいプロジェクトになって、それが、ほかのエリアでも使いたくなるようなものになっていくのだと思います。

……と考えていくと、結局、何々課の何々君がスタートするのだけれども、この人にどれだけの共感者が集まるか。壁打ちできるぐらいの友達ができるかどうかとか、立ち上がりは小さくても、そこから成長していくのにいろいろなヒントをもらえる仲間ができたかによって、ムーブメントに至れるかどうかというのは決まるかな。やはり共感者をどれだけつくっていくのかというのは、あるなと思います。



齋藤：そうですね。僕、今聞いていて、プロジェクトって例えば今日の話で言うと、どうしても行政区では予算が付いて立ち上がる。

服部：よく言いますよね、プロジェクトと言ってしまうですね。

齋藤：そうなりますよね、多分プロジェクトからプログラムのところまでは、年数をかけてなのか、プロセスをかけて進める。けれども僕は、ムーブメントのときにはおそらく、いろんな境界線を超越すると思いました。これは分野的な境界線も、例えば総合政策がやっていることと農政がやっていることとか、縦割りではなくてムーブメントとして全体で押していこうと。何だったら、この村と隣り合う横のまちが一緒になって取り組んでいくみたいなことになる。すると、もしかしたら民間として、ある程度の経済効果を持ちながらビジネスとしても回っていける。行政としては、地域の中の町民・市民の満足度というか、そこを上げながら、だからもう民間が行政がというでもなく、みんな知らないうちに行動して最終的にそれがカルチャーとして沈殿していくという感じを受けました。内田さん、どうですか。

内田：意志を持って枠組みを超えるという段階も必要だと思いますし、その上で関わり方のバリエーションがつくれるということもすごく大事だと思います。やはり最初、プロジェクトのときは本人のコト、私のコトという強い熱量があって、それが、「私」から「私たち」だったり、社会のコトとつながったりするときに熱がぐっと上がっていく。仲間が増えていくときに、その熱量を持った人だけではなくて、さまざまな時間の使い方とか、場所の関わり方ができる人たちのレイヤが増えていく。そういうことが裾野を広げていくのだと思います。それにはやはり透明性というか、それが何なのか見えていることはすごく大事だと思います。状況や情報の可視化、伝達は、今の時代だからこそのことだと思うので、そこで共感者がどんどん飛び火していくということもあると思います。

齋藤：なるほど、ありがとうございます。僕、今日のフォーラム冒頭で栗山さんがおっしゃっていた……立場とヒエラルキーを超えたコミュニティの形成がSSPPの基本思想だと。産官学民とかいろいろなことを言いますが、民間だけではなくて行政も一緒になって、そこを超越して臨んでいくということが多分本当にすべてかなと。

SSPPが果たすべき役割とSSPPに期待したいこと

齋藤：せっかくSSPPというプログラムがあって、さまざまな事業をお持ちのNTTの各会社さんには人もいて、それこそ回線を通すところから衛星を飛ばすところまで、データビジネスもあれば、ソーシャルデザインとかいろいろなプロジェクトを多分実行されていると。みなさんに最後に話を聞きたいのが、SSPPにどういうことを期待したいかという話です。

僕から言うと、SSPPというのは1つのコミュニティでもあるかなと。もちろんSUGATAMIであるとか、そういうアプリケーションはその中にたくさんあって、それは多くの人たちが使ってそれを分析して何かよりよいものをつくっていくとか、何かしらのアクションのヒントになるという



なと思っています。例えば、僕も先ほどプレゼンテーションしていた旭川市さんとか一緒にしながら、林産業と家具産業のように先人たちが準備してくれたものを今どう活用するかを考える。あとは奈良の吉野町とかでもやっているのですが、例えば同じ意思を持っている方々、近い意思を持っている方々が、どう連携しながら、それを超越する方法を見出すか。それはデジタルだけの話ではなくて、こういう会合を持ったらよかったとか、こういう地域デザイナーの人を入れたら変わったよとか、そんなことが、SSPPでたくさんのメソッドとして共有されていくといいな僕は思っています。では、次、内田さんから。

内田:私は先ほど提示した都市の転換、あれは尊敬するイタリアのデザイン学者エツィオ・マンジニさんの近著をご紹介したもののなのですが、「距離の都市」にあるサービスの提供者と受給者、顧客という我々の前提となる態度から、どうやって「コモンズとしての都市」をつくれるかということ、デジタルツールと人間の力と両方を生かして、ぜひ全国各地でトライしていただきたいというか、私も一緒に取り組みたいと思っています。それはNTTさんの規模とアセット、ネットワークだからこそできることだとも思います。

今までの考え方は、起きている課題を解決する、ということがミッションだったかと思いますが、価値体系が変わっていくフェーズだと思うのですよね。一緒にいることで、時間をかけてケアすることで、ゆっくりと人々のネットワークが育って、結果的に互いを、高齢者や子育ても含めてケアし合えるとか。そういうときに一体どんなデジタルツールが役に立つのかとか、どんな機会や場が影響を与えたのかとか、そういうことをどんどんつくっていきながら、態度を変容していくみたいな場になっていったら、ものすごいイノベーションだなと思っています。SSPPは、そういう都市の姿とともに変化するコミュニティであってほしいと思っています。

齋藤:ありがとうございます。服部さんはいかがでしょう。

服部:すごく単純には言えないと思うのですが。やはりNTTさんがという話になると、バリエーションとバイタリティとバランスということなのかなと。小さな人口密集地で大きな、例えば20万人、30万人とか100万人とかという規模で、そこにも人と人のつながりが違ったりするではないですか。ということは、過去あったサプライチェーンの組み立て方は、経済効率性というのが一番多かったと思うのですよね。これに対してSSPPがやろうとしているのは新たなサプライチェーンづくりという、そういうことではなかろうかというのを少し思っています。やはり、いろいろな人たちが属するということを考えるとバリエーションも必要だし、1個1個の種とかそれぞれのバリエーションの中のバイタリティもすごく必要だし、それは1個ではないよね。たくさんフォーカスできるようなバイタリティが必要だったり、それをうまくバランスさせる必要もある。それが多分、新たなサプライチェーンづくりに貢献するのではないかなと、いう気がしています。



齋藤:ありがとうございます。今服部さんと内田さんが述べられたこともそうだと思うのですが、例えば、経済効果は比較的分かりやすい方程式で、ぐるぐる回すという意味では分かりやすく、儲かってそれを投資してそれをまた儲ける、雪だるま式に大きくなる。僕が最近ずっと思っているのは、これは多分いろいろな意見があると思うのですが、僕は地域デザインをするときに結構GDPを下げましょうと言うのですよね。これは何でGDP下げようと言うかという、GDPはいわゆるバージンプロダクトと言われる新しいものをつくったときに換算されるのだけれども、リユースとかリサイクルとかアップサイクルみたいなことは換算されないのですね。地域にあるもの、例えば木を使っているとか、要らなくなった何かを修理して使う、自転車をまた使おうとか、何かそういうことを僕はすごく大事なような気がしている。

それは何かというと経済ではなくて、経済も僕はすごく大事だと思うのですが、そこに例えばSSPPも1つテーマにしているWell-beingみたいな話であるとか、要は幸福みたいにどちらかというと情緒的価値のところも、どう上げていけるのかだと思います。これは経済の中でもESGのように、それこそソーシャルに対するアクション、どう良くしているかということ、それにもきちん

と評価をしていこうと。何だったらアメリカの企業さん、日本にはないですが例えばIPOもソーシャル IPOみたいな形で、株主に還元していただくだけではなくて、それを社会に還元していくということも1つの方法としてというか、メソッドとして企業の在り方とか団体の在り方みたいなことにもなってきています。

僕は今日お2人の話を聞きながら、地域によっても全然課題が違うので、SSPPが、もしくはSSPPに参加している方々が、それぞれの地域をベースにして参画されていると思うのですが、NTTの社員の方々も。けれども、それがどうノウハウを共有して、すごくマイクロイシューも含めて、そこに人間としてというか熱意を持って、熱意を持続しながら向かっていくというのがすごく僕はキーなのかなと思いました。少し粗めのまとめでしたけれども。

服部：もう1個思いついたのですが。

齋藤：どうぞ。最後、少し。

服部：先ほどサプライチェーンと言ってしまったのですが、やはり国で、この1億2000万人バージョンの社会システム、人口が減って9000万人。こうなると、各地域の社会システムがそれぞれに生まれていかないとけない。多分、国はシステム変換できないはずなので、それをSSPPは担っているのではないかなという。

齋藤：そうですね、民間アクションとしてやっていこうと思います。ありがとうございました。ご登壇は服部さん、内田さん、ファシリテーションの齋藤でした。どうもありがとうございます。

服部・内田：ありがとうございました。



Section8 : 関連 URL

- ▶ **graf (有限会社デコラティブモードナンバースリー)**
<https://www.graf-d3.com/>
- ▶ **RE:PUBLIC (株式会社リ・パブリック)**
<https://re-public.jp/>
- ▶ **パノラマティクス**
<https://panoramatiks.com/>
- ▶ **Decidim (参加型民主主義プラットフォーム)**
<https://www.code4japan.org/activity/decidim>

閉会挨拶

学びと対話を大切に



島田明 日本電信電話株式会社 代表取締役社長、社長執行役員

今日は第2回SSPPフォーラム、こちらにいらしたお客さま、プレゼンテーションしていただいた方々、それから視聴していただいている大勢・多くの方々に感謝申し上げます。どうもありがとうございました。

このSSPPですが、私は、一番大事なことは「学ぶこと」だと思っています。いくつか例を挙げますが、1980年代ぐらいのアメリカのある航空会社はお客さまにワインをついだグラスを、使用後に捨てていたのですよね。それからもう少し前のことでいえば、私たち、プラスチックのフォークとナイフを使ったらそれも捨てていたわけです。世の中どんどん価値観が変わっていった、それはまずいよね、廃棄物をいっぱい出してしまうのではないかなってきいたわけです。これはユニ・チャームの社長の高原豪久さんに聞いた話ですが、既に大人用のおむつは再生利用ができています。実は新しいパルプからつくるおむつと、使用済みのおむつからリサイクルしたおむつはもう既にコストは同じになっている。けれども、なかなか使ってもらえない。それが大きな課題なのだとおっしゃっています。結局多分いろいろサステナビリティを考えたときに理解していく、それからきちんとそれを自分の考え方、価値観と一体化させていくという、そういう「学ぶ姿勢」というのが非常に重要なのだと思います。

今回のフォーラムでは、いろいろな事例、それから考え方について、いろいろな登壇者から紹介していただき、またディスカッションをしていただきました。やはり我々はいろいろな新しい考え方、それから未来の社会を支えていく人たちのために、よりどういう人と地球に優しく対応しているかということが求められているのだと思います。SUGATAMIとかいろいろなツールがありま



すが、そういうツールを使っていろいろなデータから、まさに学んで次のアクションに結びつけていく。そういうことが必要なのだと思います。

今日こちらのパネルに「サステナブルでWell-beingなまちづくりに向けたあなたの宣言」ということで、大勢の方の宣言が手書きで貼り出されています。1つ、これは岡崎市の鈴木さんが書かれています、顔の見えるデータ活用都市というご提言があります。これからデータドリブンの時代ですから、データから新しいことを発見し、そこからまた学んで、次の世代によりよいまちづくりをしていくということが非常に重要だと思っています。

本日のフォーラムも取り組んできた事例を共有するだけではなく、悩みや課題を共有し、その中からまた新しいものを学んでいくということが重要です。そういう意味で本当にいいフォーラムになったと思います。ぜひまた来年もみなさんと、場所はまた変わるかもしれませんが、集ってさらに議論を深めていき、よりよいまちを日本全国、そして世界まで含めて広げていけるようになったらいいと思います。本日はご参加いただきまして、本当にありがとうございました。

Sustainable Smart City Partner Program Forum #02

「“地域を主役としたサステナブルでWell-beingな” まちづくり 2023 ～模索と未来～」

おわりに

立場とヒエラルキーを超えた コミュニティの形成と拡がりをめざして



Sustainable Smart City Partner Program (SSPP) 第2回フォーラムを2023年11月22日に開催いたしました。貴重なお話をたまわりましたご登壇者とオンラインでご参加いただいた全国各地の多くの視聴者のみなさまに心より御礼申し上げます。

NTTのスマートシティ領域事業アプローチの1つであるSSPPにつきましては、プログラムの概要、取り組み事例、アドバイザーの活動および第1回フォーラム内容などをWebサイト (<https://digital-is-green.jp/>) にてご紹介しております。

今回のフォーラムでは、2022-2023でさらに進化した4つの自治体の取り組みに加えて、新たなまちづくり支援活動 (Co-design Program) の開始についてもご紹介いたしました。また、2022年度より開講したNTTグループにおける人づくり (まちづくりソーシャルデザイナー育成プログラム) に関する報告にも高い関心が寄せられました。そして、パネルディスカッションでは、人間の力とデジタルの力で新時代のコミュニティを作ることの重要性を再認識いたしました。

メインプレイヤーである地域住民、自治体、地元企業との連携により地域のプレゼンスの向上 (わがまちの誇り) を支援する伴走者の役割をこれからもしっかりと果たしていきたいと思います。立場とヒエラルキーを超えたコミュニティの形成と拡がりとは人びとのWell-beingを高めます。自然と共生しながら、1人でも大家族でも、すべての世代の誰もが、いきいきとそれぞれの力を発揮して暮らせるまちづくりのために、みなさまのさらなるご尽力をお願い申し上げます。

NTT SSPP 事務局 ファウンダー&シニアディレクター 松村若菜



サステナブル・スマートシティ・パートナー・プログラム

Sustainable Smart city Partner Program Forum #02

“地域を主役とした
サステナブルでWell-beingな”
まちづくり 2023 ～模索と未来～

発行者／NTT SSPP 事務局

この報告書に収録されている写真・スライド・図版は各々の権利者に帰属するため
無断転載、複写・複製、不特定多数が閲覧できる状態でのデータアップロードは厳禁です。

Produced by NTT