

(要約)

21世紀は情報社会。情報の特性が社会を変える。社会資本も21世紀型へ。生産財は人間(頭脳)。人間(情報)ネットワークがインフラ。知的生産は「交流」から。「交流」の基盤となる新たな社会資本を。地域活性化は「交流」型社会資本の整備から。「交流」は人口の流動化。滞在・居住の多様化、多元化、流動化の時代。流動化で地域も国土も変わる。停滞、沈滞から成長、進化へ。

(目次)

- 1 21世紀のキーワードは「交流」
  - (1) 社会資本とは (ネットワーク) P2
  - (2) 「情報十則」案 (情報の特性) P2
  - (3) 「交流」とは (インターチェンジ) P2
  - (4) 「交流五徳」案 (創造、学習、友好など) P3
  - (5) 「交流」効果の測定 (人口の増減など) P3
- 2 情報生産の場“情場”モデル
  - (1) 「共創」 (多様性、ゆとり、ツール) P3
  - (2) 具体例 (ハード、システム、ソフト) P4
- 3 各界の対応
  - (1) 日本企業の立ち後れ (硬直性、閉鎖性、重層構造など) P6
  - (2) 地域の活性化等 (コミュニティ、人材ネット、「たまり場」) P7
  - (3) 地域活性化チェックポイント (市民政治の時代、国家機能の多元化) P8
  - (4) 新縄文時代「ノマドの時代」 (情報ハンティング、移動) P9
  - (5) 国レベルの政策 (交流仲介、専門家、モデル事業、共通目標) P11
- 4 地方創生
  - (1) 地方創生7項目 (人口減、政策目標、省庁縦割りなど) P12
  - (2) 関連活性化方策 (人間資本主義、情報の共有、流通など) P13
- 5 地域活性化の指針
  - (1) 天の時 (市民学) P14
  - (2) 地の利 (個性、鑑定) P14
  - (3) 人の和 (よそ者、海外) P15
  - (4) 国のバックアップ (ボトムアップ、政策素材備蓄倉庫) P16

## 1 21世紀のキーワードは「交流」

交流こそ活力の源泉 交流の基盤はネットワーク

ネットワークは21世紀の社会資本（ソーシャルキャピタル）

### (1) 社会資本とは

広く社会的便益を生み出す資本で、時代とともに変わる

農業社会 河川 治水と灌漑 植物の育成

工業社会 道路、鉄道、海運 運搬 モノの製造

情報社会 ネットワーク（リアル・デジタル） 交流 知恵の創造

「運搬」から「交流」へ 「観光」から「交流」へ

### (2) 「情報十則」案 情報社会の特質は情報の特性から引き出される。

- 1 情報はモノやサービスを生み出す元。価値の源泉
- 2 情報の生産財は人間（頭脳） 人間資本主義
- 3 情報は誰でも生み出せる。男女、年齢など関係無し。機会均等
- 4 情報は頭脳が生産する。脳が喜べば生産性が上がる。頭脳労働
- 5 情報は異質な人間（情報）相互の接触から創発する。多様性
- 6 情報の生産性は、多種・多様な多数の人間（頭脳）の共創で向上。
- 7 情報は時間と空間を超越し瞬時に世界に伝播する。バリアフリー
- 8 情報は独占できない。共有・共用が本質的属性。シェア
- 9 情報は使っても減らない。むしろ増える。使用効果逡増。
- 10 情報は陳腐化が速い。時間との競争。スピード

情報社会では、知的創造が生産活動の主力になるが、肉体労働がなくなるわけではない。依然として農業、林業、漁業そして工場生産やサービス活動で肉体的作業は必要不可欠である。しかし、いずれも情報力で付加価値を高めないと生き残れない。また機械化やロボット化あるいは作業効率の改善で、なるべく体力的な負担を軽減する方向にある。肉体労働の分野でも知的創造による改革が進む。サービス分野では、論理的な左脳に加え、特に情緒的な感性が働く右脳によって対人サービスがレベルアップされることに変わりはない。

(3) 「交流」とは インターチェンジ=I (アイ) チェンジ  
モノやアイデアの交換

Interchange =I-change (give & receive goods, idea, etc)

(4) 「交流五徳」案

「交流」はモノ、アイデア等の交換の市（イチ）。情報の流通こそ古くから  
経済発展の元。直接的な経済効果のほか多くの成果が生まれる。

- 1 創造 <三人寄れば文殊の知恵><犬も歩けば棒に当たる>（偶発性）
- 2 学習 <切磋琢磨><他山の石持て磨く>
- 3 友好<朱に交われれば赤くなる><和して同ぜず>
- 4 合力<三本の矢><衆寡敵せず>
- 5 絆（きずな）<袖ふれ合うも他生の縁><遠い親戚より近くの友>

(5) 「交流」効果の測定

地域レベルでは

人口動態の変化、個人起業の動向、税収の増減など

国レベルでは

GDPに占める「交流経済」のウエイトとその変化

交流経済を拡大するマクロ政策

などの指標を設け、継続的に観察する必要がある。

2 情報生産の場“情場”モデル

(1) 「共創」

「交流」によって新たな情報価値の生産（知的創造）が行われる。協働（コ  
ラボレーション）による創造「共創」ともいう。

多数で多様な交流ほど生産性は上がる。「ダイバーシティ」（多様性）が知的  
生産性の要件。その「交流」の場（物理学の「フィールド」）（ハード・システ  
ム・ソフト）（リアル・バーチャル）（オンライン・オフライン）が知的創造・  
情報生産の場“情場となる。”。

情報生産（知的創造）の場として、

- # 多数・多様な人材が集結するシステム リアルとデジタル
- # 地域と企業の提携 農地再生、林業の活性化など
- # シェアハウス、展示場、イベントなどベンチャー等を支援する複合体  
ハード、システム、ソフト
- # インターネット上で  
データ、システム、ソフトの共用や  
多数・多様な人材がコラボレーション。アイデア、 作業、資金集めな  
どで協働

- # 街全体が情報生産の場として発展
- # 大学のキャンパスにアイデアを触発するアベニュー
- # 企業のオフィスや工場の設計に知的生産性を高める工夫

- # 会議室をアイデアが頻発する環境に設計
- # アイデアを触発する会議・会合、フューチャーセッションなど

## (2) 具体例

- 「リアル開発会議」 「電服」等の開発ドリームチーム（日経 BP 社）
- 「企業ファーム」山梨県北杜市ほか 三菱地所、博報堂、講談社、UR 、  
東京都目黒区教育委員会など 農山村と提携 耕作放棄地の開墾、県産材活  
用事業等 銘酒「丸の内」の醸造も（NPO えがおつなげて）
- 「ビッグデータ」「クラウド」データ、システム、ソフトを特定・多数で共同  
利用
- 「クラウド・ソーシング」 アイデア等の提供ネットワーク（フィリップ・  
コトラー「日本企業も導入し自らを改革すべき」）
- 「大阪フロント」ベンチャー育成等の拠点施設（大阪市）
- 「シリコンバレー」多数・多様な情報・人材が交流し協働する街（米国）
- 「ミュンヘン工科大学キャンパス」多様な施設が混在するアベニュー
- 「BMW ミュンヘン・プロジェクトハウス」情報の共有・触発に配慮した事  
業所
- 「日経ニューオフィス賞」 企業理念を具現化するため、より快適なオフィ

ス環境をつくり、社員のやる気や創造性を高めようとする試み。

「アイデアを触発する会議室」壁に大型スクリーン等（開発・大日本印刷・ユニシス）

「ひらめき脳は作れる」（日経ビジネス『アソシエ』2014・3月号）  
各種発想法、会議の運営法 KJ 法、ワールドカフェ、フューチャーセッション・・・

\* 第27回「日経オフィス賞」13オフィス（2014・08・26日経）  
創造性と交流を追求 オフィス空間に反映

5つの視点

-1 働く人が快適で精神的なゆとりを感じるか、また感性を刺激し合い、  
創造性を高めているか

-2 情報通信技術（ICT）を有効活用し、新しいマネジメントとワーク  
スタイルを進める知的生産の場か -3、4、5・・・

[ニューオフィス推進協会]（NOPA）アンケート調査

①空間満足度 ②ICT 満足度 ③知識創造行動の奨励

の3点が社員に知識創造行動を誘発しやすい。

三栖邦博 NOPA 会長（日本建築士事務所協会連合名誉会長）

世界市場に目を向けた新製品開発や新市場の開拓に力を入れる経営姿勢がオフィスのつくりやワールスタイルに反映された独自性のある優れたオフィスが多く見られる。

#キューピー仙川キューポート 六角形の構造で回遊性 社員のコミュニケーション高まる。交流の場「aima」と「DINING」 社員のリラックス 食堂、菜園、足湯・・・

#新生 PI グループオフィス ガラス張りの透明な壁、社員同士の出会いを増やすための仕掛けとなる

「アベニュー」と「パーク」 食事、お茶、休憩の空間

短時間で集中してアイデアを出すラウンジ「文殊」

グループ代表「オフィスの基本は我々が設計した。オフィスが経営改革を後押ししている」

# 東芝スマートコミュニティセンター 5つのスマート 3つの視点

最速のワークとコラボレーションを可能とする価値創造オフィスを構築 オフィスマネジメントにも様々な仕組みを取り入れ

# 資生堂銀座ビル さらなる価値創造を实践するために「交流」「気づき」「発信」をキーワードとして企画・設計された。執務フロアには未来へつながる価値を創造する場としての配慮

「クリエイティブルーム」パートナーとのコラボレーションなど多目的に使えるスペース

「ナレッジタワー&スタジアム」価値創造をサポートする共創スペース 書籍や様々なツール

### 3 各界の対応

#### (1) 日本企業の立ち後れ

“情場”機能は、激しい市場競争に鍛えられる企業の世界から発達するが、日本企業は、過去の工業社会の成功体験を引きずり立ち後れ、生産性は米国のほぼ半分。日本経済停滞の要因の一つ。個々の企業、そのトップの意識の遅れに問題。イノベーションが進まない。

一部の目覚めた企業は、活動の器であるオフィス改革に取り組む。

基本は、<知的活動を行う脳が各種制約・拘束・疲労から解放されて自由に思考する環境・条件を用意すること>。オフィスなど器を変えれば中身の精神風土も変わる。

同時に組織も変える。権力的で固い重層構造からフラットで柔軟な構造・システムへ移行する。また組織文化を「ネガティブ・チェック」（減点主義）から「出る杭は伸ばす」（加点主義）へ転換し知的創造を奨励する。

#### \* 日本企業の二極分化

衰退する企業の体質 硬直性、重層構造、閉鎖性、自前主義、純血主義、前例・横並び発想、安全第一主義、短期決算対応。「管理型」トップ。

成長する企業の体質 柔軟性、フラット構造、開放性、提携主義、多様性、突出行動、チャレンジ、長期展望。「行動型」トップ。（就職や株式投

資の対象としてふさわしい企業)

## (2) 地域の活性化等

先行する企業の成果は逐次、地域へ浸透していく。

企業で試された“情場“機能は革新的な地域、都市、自治体から浸透。

前提として、「よそ者」を排除するような長老支配の閉鎖的なコミュニティでは、どのような活性化対策も無効となる。閉鎖コミュニティへの投資はムダ。

まず、地域の中核となる若者、女性、外来者がネットワークを組み自由に活動できる基盤を整えること。

そのネットワークを長老がバックアップし、

また既存の団体や自治体と連携する、

有能なリーダーが育つこと。

これらの条件が整うと地域は前向きに動き出す。成功の確率も上がる。

次に街づくり。ネットワーク活動の器、集会所、たまり場などを用意し、若者等の自由な活動の展開をサポートする。外来者向けゲストハウス、道の駅なども。シェアハウスなど交流拠点・

地域内から地域外に活動を広げる。インターネットも活用する。外部の地域、企業・団体と連携する。

対外交流を盛んにするには地域の魅力を高める工夫が必要。外部からの目で地域の魅力、個性、アイデンティティを確かめる「宝探し」を試みる。

大都市災害を避けて地方に工場、データセンター、オフィス、ときには本社まで移転するケースは増えてくるが、工場の海外移転など、安直に企業誘致できる時代ではなくなった。

これからは人材の分散に期待。組織・集団から「個」と「連」へ。企業分散はプラスα。「上から降りて来る」時代ではなく「下から積み上げる」時代になりつつある。「企業城下町」から「起業増加町」へ。

個人レベルでは都市の定年退職者の地方居住は増える。特に大都市の若者の地方居住のニーズは大きい。価値観の多様化で「優雅なカントリーライフ」が若者の憧れになっていくだろう。また都市と農山村の「2地域居住」の流れは加速して行くだろう。人口の流動化。

これからは個人起業の時代になる。既に兆候は出ている。インターネット

トによるクラウドソーシングがやがて広く普及して行く傾向にある。立地のハンディキャップが克服され農山村でも個人起業のチャンスに恵まれる。「国民総起業家」が膨大な国家債務解消への道。

都市も自治体も、時代の変化に応じ従来型の発想を転換しなければならない。その際、企業のオフィス改革など知的生産性を上げるための戦略・戦術に学ぶところは多いが、いずれにしても自らの保守性、閉鎖性を改め、前向きで開放的な体質に改めることが先決であろう。現在の自治体の中には執行部、議会とも制度疲労で機能しないおそれがある。市民レベルのNPO 活動などに大きく期待したい。

現在の日本は官僚政治から市民政治への移行期。国家機能は多元化の方向へ向かっている。市民分権の時代。

- \* 日本では平安初期に天皇親政から公家政治へ、次に鎌倉幕府の武家政治、徳川幕府以降は現在まで官僚政治。今は市民政治への過渡期。400年サイクルで政治権力の中心が移行してきた。市民政治は国家機能の多元化、市民分権。(H・J・ラスキ「多元的国家論」)。北欧にモデル。自治体でも企業のような“情場”機能が働くようになれば自治意識や民主主義が具体的に働くようになる。実際に具体的に地方自治が実現できるようになる。

### (3) 地域活性化チェックポイント「21世紀型社会資本」の状況

- 1 コミュニティインフラ 自治会など地域の自治組織 開放性がカギ
- 2 人材インフラ 地域の若者、女性、外来者など中心のネットワーク。地域活性化の基盤となるインフラ。対外的な発展も必要。
- 3 都市インフラ 情報の交錯「出会い・ふれ合い・語り合い」の場。集会所、カフェなど「たまり場」は不可欠。「ニューオフィス」の改革を都市にも応用する。
- 4 自然・伝統インフラ 美しい自然、温かい人情にふれる場。精神的に疲労しやすい情報社会では必須のインフラ。
- 5 アイデンティティ・インフラ 「観光」のヒカりに相当。人々を惹き付ける地域の魅力・個性。第三者の目で「鑑定」が必要。呼び込みたい客筋のニーズにマッチするかどうか。自己判断は無理。
- 6 デジタル・インフラ 情報技術 (IT) や情報通信技術 (ICT) の活用は常



識。

ビッグデータやクラウドで情報のデータやシステム、ソフトを共用する。クラウドソーシング、ワーク、ファンディングでアイデア、作業、資金づくりで協働する。

地域に学習塾、起業塾、大学・金融機関との連携などの交流拠点を配置。これらの発達で地方の地理的なハンディキャップが克服できる時代になってきた。

- 7 交流インフラ 情報化の進展とともに、従来からの交通・運輸の「運搬」手段を再構築、「移動」と「滞留」の時間と空間を「交流」の時間と空間へ。道の駅や鉄道駅の複合機能化、豪華列車、豪華客船など。
- 8 運搬インフラ 従来型のインフラの再評価。情報が先行しヒトやモノが後を追う。通信販売の増加で物流倉庫の増設など。国内外で輸送需要は増加する。輸送経路は多岐に渡りスピードアップの要請も厳しくなる。道路などのインフラも更に整備の必要。日本は移動経費の負担が大きい。

\* 高知県の挑戦「攻めの高知 波に乗る」「3つの柱 成果着々」「地産外商・移住促進・観光振興」（2014・09・09日経）

「高知県は人口減と高齢化が全国平均より10年以上先行。製造品出荷額など様々な指標が全国的に下位にあり、こうした逆境が懸命な振興策の推進力になっている。」「地域活性化の活動には地元の金融機関や大学も加わり、新たな段階を迎えようとしている。」

3つの柱は、いずれも地域の魅力を発掘し磨き上げ、対外的に発信する「交流」ネットワークづくりがカギとなる。地域内では金融機関や大学との連携で推進力が高まる。危機的な状況の中、背水の陣であるだけに真剣な取組に注目すべき。

#### （4）新縄文時代「ノマドの時代」

情報社会ではビジネスや生活の糧が情報であり、新たな情報を得て商品やサービスに育て上げる過程として

- 1 「情場ハント」 情報の猟場。新たな情報を探索するフィールドワーク、情報収集システム。
- 2 「情場メドウ」 情報の牧場。特定のメンバーでアイデアを生み、

育てる場。発想法の働く場。

-3 「情場ファーム」 情報の農場・工場 アイディアを商品やサービスとして仕上げる場。計画的・組織的に動くプロジェクトチーム。

の3段階がある。情報社会では、最初の情場ハントで新鮮なアイディアを獲得できるかどうか決め手となる。歴史を振り返ると

縄文時代は食糧を求め狩猟や採取のため移動

弥生時代は農産物の育成のため定住。その後、農耕民族は定住し街や文化を築いて来た。工業社会ではモノの製造が固定的な工場で行われ、そこに人口も集中してきた。

情報社会に入り、情報を求めて人々の流動性が高まる。出会いや滞在も居住も多様化、多元化、流動化してくる。また、その方が多様な情報を得られ生産性が上がる。モバイル端末同様、人も「モビリティ」。その傾向はインターネット上のクラウド（CLOUD,CROWD）での情報の共有、共用、協働によって加速する。

情報社会で経済成長や地域活性化を図るには、地域間交流、地域・企業間交流、「2地域居住」など人々の出会いから滞在や定住まで多様化、多元化、流動化するよう政策的に誘導する必要がある。いわば「新縄文時代」ともいべき「ノマドの時代」（遊牧民時代）の到来である。税制などで人口の流動化を促進する。その中で、地域が活性化し、農山村の過疎化や東京の過密化が軽減され、人口維持の環境も整うことになる。国全体の知的生産性も向上し、経済の成長も期待できるようになる。

「ノマドの時代」には人間は「静物」から「動物」に戻る。農業よりも漁業、工業よりも商業、大企業よりも中小企業やベンチャーの方が「モビリティ」感覚が優れているのではないか。農耕民族系よりも狩猟民族系の方が情報社会では有利ではないか。日本が米国やドイツに遅れをとっているのは、そうした民族的な要因によるのかも知れない。（例えば土地の所有にこだわる、賃貸よりも持家志向）。そうだとすれば外国よりも突出した国策で「流動性」に拍車をかけ、農耕民族的な弱点を克服しなければならないことになる。日本民族も、江戸の鎖国時代を超え歴史を大きく遡れば、朱印船で海外と交易したり、また「倭寇」として恐れられるほど海洋民族として広く活躍した時代もあった。そのような遺伝子は今なお潜在しているはずだ。流動性が高まれば知的生産性も向上する。

海外からの観光客、留学生、ビジネスパーソンなど外国人を積極的に導入し、国際的な流動性を高める政策が、どうしても欠かせない。海外への留学生も増やさなくてはならない。特に企業からの海外派遣に力を入れるべき。幹部になるには海外体験を必須にすべき。

#### (5) 国レベルの政策

社会・経済構造は大きく変わり従来型の政策では成果は挙がらない。どのボタンを押せばエンジンが起動するか、よくわからない時代になってきた。メカニズムを理解しないと機械は動かない。

情報社会は流動社会である。国内外で人々の出会いや滞在、居住が多様化、多元化、流動化する。「交流」を盛んにすれば経済は活性化する。停滞する人口を攪拌(ステアアップ)するため政策的に「交流」を促進する。このため

地域や企業・団体相互の交流を仲介するシステムの構築。人材紹介も。

地域内外の交流を促進する専門家「シティ(タウン、エリア)マネジャー」や「交流コーディネーター」の育成

「交流」をテーマとするモデル都市の建設 市街地中心の高齢者向けマンション群、大都市郊外の子育て団地、若者向け田園都市 大都市災害対策等「2地域居住」などの施策が考えられる。災害対策も兼ね、大都市の老人介護施設等の地方への移転を進める。特色のある寄宿舎生中学・高校を地方に配置する。英国モデル。日本にも旧制高校の例。

「特区制度」を拡大「1国多制度」で地域の特色を競い、居住地の選択を多様化する。

- \* 「不況に強い街づくり」 街づくりでは、子育て世帯などを念頭に太陽光発電、市民農園、子育て支援、公営住宅並み家賃などで生活費を軽減し、また能力を活かせる起業塾、シェアハウス、ICT 受発信機能などを含む交流拠点など収入も確保できるよう配慮する。福祉施設で雇用の場も。

加えて高次の目標も意識すべきである。みんなが共鳴できる目標を国民が共有すれば大きなエネルギーとなる。特に東日本大震災以降、国民意識が変わり経済だけでは共感を得られない時代になっている。「絆」意識の台頭など。これからの施策は若者や女性の目線で考えること。実務的な目

標だけでは財務省や業界は理解するが、国民は動かない。

- 1 平和 特に外国市民との「交流」によって相互理解が深まり友好関係が築かれる。観光に加え市民レベルの交流機会を設定する。「市民外交」こそ平和の礎。平和憲法を提唱していれば平和を守れるものではない。国民一人ひとりの努力を重ねることが大切。日本葉は八百万の神（「共生」の思想）。2020東京オリンピックは絶好の機会。国民すべて「市民外交官」。特にスポーツ弱小の国や地域の応援団をつくる。自治体や地域で分担。
- 2 環境 大気や水質の保全、廃棄物処理、公衆衛生では日本は先進国。日本モデルを外国人客に公開。「環境研修ツアー」の企画。企業のCSRや広報を兼ねて実施。地球環境のため。またメイドインジャパンのイメージアップにも。
- 3 福祉 少子高齢化が先行する日本が福祉モデルを構築し、外国の参考に供する。また市民レベルで外国からも学ぶ。2020東京パラリンピックを目標に街のバリアフリー化を。新興国から若手の研修生を大量に受け入れ。
- 4 健康 病気の予防や医療について情報や意見の交換をし、より健康な社会づくりに向かって協働する。市民自体の学習が不可欠。健康は自己責任。病院も外国人に開放。技術の進歩につながる。新興国の子どもを病気から守る運動なども。
- 5 文化・スポーツ 生活を豊かにして楽しめるように文化やスポーツの振興に力を合わせる。互いに市民が競え合えばレベルアップ。東京オリンピック開催を念頭に機運を盛り上げる。和食文化の普及なども。料理やファッションの国際コンクール、各地の伝統的「お祭り」のデモンストレーションも。地域には素晴らしい文化が埋もれている。「クールジャパン」
- 6 安全 事故、犯罪、災害から身を守るため互いに提携し、知恵も出し合う。正に市民自体が当事者。安全は先ず自己責任。阪神淡路大震災や東日本大震災の被害と復興など防災対策は世界の関心事。

#### 4 地方創生

## (1) 地方創生 7 項目

「地方創生へ 7 項目指示」 「安倍晋三首相は 9 日、首相官邸で石破茂地方創生相と会い、地域経済の成長に向けた税制改正や社会制度改革の検討など 7 項目の指示を出した。『各省庁の縦割りを断固排し、バラマキを絶対しないように』とクギを刺し、政策を創生相のもとで一元的に立案するよう求めた」(2014・09・10日経)

- ・ 人口減の克服、人口の東京一極集中是正
- ・ 短期、中長期の政策目標を設定
- ・ 省庁の縦割りを排除
- ・ 税制、社会保障制度などの改革を検討
- ・ 地域の個性を尊重
- ・ 地方自治体間で提携する体制を構築
- ・ 地方の現場に積極的に出向く

## (2) 関連活性化方策

「地方創生」の方針に関連する「情報社会における地域活性化方策」は期せずして「地方創生 7 項目」と一致する。

- 1 「人間資本主義」 情報社会では人間が基本的な生産財・資本財。人口減は地域経済にとって致命傷。国全体も同様。財政も破綻。
- 2 「情報の共有」 特に理念、目的、目標を共有することはコラボレーション（協働）のために不可欠。「夢の共有」が政治の原点。
- 3 「ボーダレス」 情報はバリアフリー、障害物を乗り越えて流通する。縄張りなど情報の壁をつくらないこと。情報は共有・共用が本質的特性。
- 4 「人材活用」 情報・人材を活用しやすい制度、政策、手段を用意すること。知的労働促進の環境整備。高齢者、女性、障害者の活用。
- 5 「個性対応」 一律・画一発想の排除。地域の特性・個性を評価し多様な選択肢を設ける。地域の自主性に任せる。
- 6 「ネットワーク」 閉鎖的・自前主義では知恵も力も発揮できない。異質の外部との提携で地域は発展する。近隣、遠隔ともに地域間提携は効果がある。特に若者や女性の交流を優先すること。

また、農山村の限界集落と大都市の企業との提携のような異質な取

組も相互にメリットが多く効果的である。

- 7 「権限・財源・情報源近接の法則」 情報の発生源から遠くなるほど権限行使や財源配分は的を外れ、不正、不当、ムダが生じる。常に現地事情を把握する努力が欠かせない。

## 5 地域活性化の指針

世界的に情報化やグローバル化が進展し、国内でも高齢化や人口減が進む。価値観も多様化して、地域活性化も従来型の教科書では通用しなくなった。教科書のない時代に入った。個人も組織も地域も自分で教科書を編み出さなくてはならない。変動が激しい現代では、もはや画一的、固定的な教科書は出てこない。時代の流れを読み、自分の置かれた立場を考え、いかに人々と手を組んでいくか、自ら考えて行動するほかない。

### (1) 天の時

世の中の大きな流れを読むこと。詳しいことは専門家でも分からない。従来の「権威」は失墜。自分で情報を集め自分で考えをまとめること。「自分学」であり「市民学」でもある。いろいろの方法はあるが、一つの方法としては 次の通り。

関心のあるテーマに関連して5つぐらいのキーワードを設定する。

新聞、雑誌、テレビ、ネットなどでキーワードに関する情報があれば保存する。

1冊のノートに日付順に情報を貼付けたり、書き留めたりする。突飛な異質情報も大切。意外に斬新な発想に結びつく。分類保管はしないほうがよい。

折をみて情報群をグループ別に仕分けする。手法はKJ法などがある。

情報グループを体系的にまとめれば立派な「自分学」あるいは「市民学」だ。

できれば「自分学」を仲間に発表して反響を見る。次の「自分学」の参考にする。「自分学」を重ねれば「専門家」「市民学者」として社会でも通用する。

このようにして世の中の流れ、特に大きな流れ・メガトレンドを感覚的に肌で覚えることが大切。方向感覚が磨かれ、情報が氾濫する中で自然に頭の中で情報の交通整理ができるようになる。重要な情報はノートに残す。

### (2) 地の利

地域が置かれている状況・条件は千差万別。良い所もあれば悪い所もある。どこでも、それぞれ個性があり、魅力がある。何もないのも一つの魅力といえる。何れにしても外からの第三者の目で見ってもらうこと。自分では分からない。「思い込み」では失敗。来訪を期待する大都市の人や外国人に評価してもらう。「宝探し」の「鑑定団」を招く。

「お宝」を発見したら、対外的に発信できるよう磨き上げる。それにも外部の意見が必要。

適当な「お宝」がなければ、土地の歴史などから関係付けたイベントを企画する。継続すれば「お宝」に成長する。

定住者を呼び込むには学校と病院が必要。自動車で30分以内のアクセスができること。コンパクトシティなど都市的機能の集積拠点を配置。

大都市の知的労働の疲れを癒す「自然・伝統インフラ」も重要。東京の企業の役職員と一緒に農山村で耕作放棄地の開墾に汗を流すことで職場が明るく風通しも良くなり、うつ病対策にもなっている。

### (3) 人の和

先ず開放的なコミュニティであること。「よそ者」を排除する閉鎖的な地域では、どのような手を打っても活性化効果は出ない。頑迷な古老が財産区などを独占する地域は人を呼ぶどころか地元の貴重な若者が出て行ってしまふ。

次に、若者や女性がネットワークを組み、生き生きと活躍できる環境を整備する。「よそ者」の存在は必須の要件。都会からのIJUターンの人がいれば活用すべき。相三者的な目と知恵を持ち合わせている利点がある。

更に地域の外に向かってネットワークの輪を広げる。国内だけでなくアジア諸国などにもネットワークを展開する。国内市場が縮小する一方、海外交流が日常化する傾向にあり、アジアは国内と同等だという感覚が必要。特にフィリピン、インドネシア、タイ、インドに向かう方向・アジアモンスーン地帯の海洋的国々と波長が合う。新興国では日本が工業社会時に体験して得た技術等が役に立つ。インターネットの発達で国境の壁が障害で無くなりつつある。国内感覚で交流。英語が共通語であるが、片言でも相手先の言葉を話すと好感を得られる。手振り身振りのボディランゲージも大切。

このような人材ネットワークが確立し、“情場”遺伝子として継承されて行けば、環境変化にも柔軟に対応でき地域は成長し進化して行く。

また、地域活性化に役立つインターネット

ビッグデータ、クラウド（CLOUD）のデータ、システムやソフトで情報を共有・共用し、

クラウド（CROWD）ソーシング・ワークでアイデアや作業の協働をし、同ファンドで資金を調達する

ことで立地上のハンディキャップを克服できるようになりつつある。このため自治体が各地の都市的集積に「大阪フロント」のミニ版を設け、地元大学や金融機関の協力も得て、IT 学習塾や起業塾あるいはシェアオフィスも含む交流拠点を構築することが望ましい。ボランティア活動等の拠点としても。

#### （４）国のバックアップ

国レベルでは

- ①地域や企業・団体相互の交流希望をマッチさせるシステムの構築
- ②交流を支援できる専門的な人材の養成
- ③交流をテーマとする街のモデル事業の助成
- ④ 21世紀型社会資本の整備。各種インフラのほか、特に地域活性化に役立つビッグデータ、クラウド（システム、ソフト）クラウド・ソーシング、ワーク、ファンディングなどの発達と活用の支援
- ⑤各地の事例紹介、ベストプラクティスなど地域の選択メニューの蓄積と公開。多くの事例から共通性・法則性を導き出し提供することも必要。

これらによって自主的に活性化に取り組む地域をバックアップする。直接的あるいは間接的に財政支援等を重点的に行いモデルをつくる。

トップダウンでは成功しない。「やる気」のある地域を対象としボトムアップを誘導すること。美民の盛り上がりが不可欠。「自力更生」の意欲に欠ける地域は相手にしないこと。

できれば、政策や制度、施策や事業を立案する前段階の素材となる情報を備蓄する作業を国、民間、地方のコラボレーションで行い、素材を共用できるシステムを構築する必要あり。広くアイデアを募集する「クラウドソーシング」活用の方法もある。「政策素材備蓄倉庫」「政策メニュー・バンク」 以上