

（目次）

はじめに 発想の転換 P1

米国、ドイツに立ち後れ、中国の台頭、知的生産性が課題

第1 共通のメカニズムとシステム 情報社会は“情場” P2

1 ヒト 投資 学習 P3

2 ソト 生産 ネットワーク P4

3 コト 販売 イベント P5

4 インフラづくり 「21世紀型インフラ」 P6

第2 交流拠点の配置 インターチェンジ・フロント P7

第3 段階的配置

1 最初のステップ 地域と企業の提携 P8

2 交流拠点の創設 「Iフロント」 P9

3 交流の拡大 広く移住者を P9

第4 東京一極集中 夢と幻

1 集中の要因「東京ドリーム」 P11

吸引の磁力（プラス）と追い出しの磁力（マイナス）

2 地方へ指向「田舎ドリーム」 P11

東京の磁力の低下と地方の磁力の上昇

3 知的生産性の向上 P12

地域から知的創造力の拠点を

4 「第3の場所」（サード・プレイス）

「まち」「ひと」「しごと」

はじめに 発想の転換

高度情報化において米国やドイツに立ち後れ、日本の生産性は半分程度。

米国は個別・具体的に情報化イノベーションが進み、スマホなど革新的商品を生み出している。（英米法の判例主義の伝統）

ドイツは情報化の体系的理解に優れ、ネットワーク・システムの技術開発で先行。IOT（個々の用具までネット化）（独法の成文法主義の伝統）

日本の課題は、ここ10年ないし20年の空白（工業社会の成功体験に安住）を埋め

知的生産性の遅れを取り戻すことは急務。企業も地域も知的生産性向上が必要。

情報社会のポイントを抑えなければ効果的な戦略は立てられない。ポイントを外れた戦略は、すべて失敗に終わる。

企業も地域も、情報社会において生き残って行くには、工業社会における物的生産性と同じく、知的生産性を高めていくしかない。

景気対策、特に成長戦略では大企業、製造業中心の従来型発想には限界。日本のソニーが無配に転落、一方、中国のネット企業アリババのニューヨーク市場上場が象徴するように、新興国も台頭し、産業・経済の構図は大きく転換している。

日本の場合、組織が制度疲労、多くの企業は未だに「前例・横並び」発想で。組織内ではネガティブチェックで自分を縛り付け、動きは鈍重。組織が成長戦略を阻んでいる。特に既存の大企業に問題がある。経済団体も制度疲労。プロ野球のオーナーの交替のように産業構造の変化を反映していない。

時代は既存権益の調整ではなく、個人、ベンチャー、中小企業の価値創造型ビジネスを対象に社会資源を集中すべき段階に入っている。

大都市、特に東京での成功確率は低下傾向にある。人口の集積は巨大だが、指導者層の時代認識が遅れ、世界をリードする力に欠ける。また、大阪などと異なり、体制順応の伝統が強くチャレンジ精神、試行錯誤のエネルギーに乏しい。

政策のポイントは知的生産性。組織でも地域でも知的創造力の高いところが発展する。工業はもちろんサービス業も、また農業、漁業、林業いずれも知恵で付加価値を高めないと競争力を失い衰退していく。

景気対策も成長戦略も発想を情報社会型に転換し、知的生産性に着目しない限りカネと時間の無駄遣いになる。

大切なことは

情報社会における知的生産活動の

複雑なメカニズムを解明し
効果的な知的生産システムの構築
を試みる。

そして地域に知的生産システムを定着させる方策を探る。

このような発想の転換である。米国やドイツで既に先行していることではあるが、日本の特性を活かし特色を出せば、新興国の追い上げに対抗できる可能性はある。

第1 共通のメカニズムとシステム 情報社会は“情場”

工業社会はモノ（設備）が生産財 機械中心 工場
情報社会は「ヒト（頭脳）が生産財 人間中心 情場
キーワード ヒト、ソト、コト 3つの「ト」

情場 知的創造の現場・情報生産の場 フィールド（物理学の場）
多面的 ハード、システム、ソフト 複合的 デジタル、リアル

* 農業社会は農場（NOJO）,工業社会は工場（KOJO）,情報社会は情場（JOJO）
が中心となる。情報社会では、農場も工場も、情場的機能を持ち、情報生産
＝知的創造で付加価値を高めないと存続できない。

フィールドは流動的空間から固定的空間まで
情場ハント（猟場）フィールドワーク アイディアの収集
情場メドウ（牧場）特定グループ アイディアの育成
情場ファーム（農場・工場）プロジェクトチーム アイディアの商品化

2 ヒト、ソト、コト 「3ト」

（1）ヒト（人） 対人投資 消費ではなく投資
教育、学習、研修 学校教育、社会人教育
（デスクワークよりもフィールドワーク）
幅広い教養 大学・市民講座
得意の専門・実学 専門学校・市民講座

共通の素養 IT,ICT IT 塾

発想法、合意形成法・・・

「自分学」「市民学」(教科書のない時代)(権威の不在)

健康、医療、福祉

健康づくりの協働「元気道場」(仲間と実践)

精神的疲労・退化 「うつ病」や認知症は運動療法で治る。

工業社会の設備投資に相当 人材養成は

工業社会の

教科書依存型 記憶能力重視 英語読解力 同質の結束

から

情報社会の

教科書開発型 創造能力重視 多言語表現力 異質との協調

へ転換。

特に発想法を鍛える。

日経ビジネス「アソシア」2014・3月号「ヒラメキ脳」

堀公俊「アイディア発想フレームワーク」(発想ツール170)

日本経済新聞出版社

鈴木貴博「戦略思考トレーニング」シリーズ(日本経済新聞出版社)

工業社会は筋肉労働、20代から40代の男性が生産年齢人口の中核。共働 同質の足し算の世界 ($A+A=2A$)

情報社会は頭脳労働、中学生から高齢者まで生産年齢人口。元気であれば性別や年齢に関係ない。障害者も同様。頭脳は記憶力よりも創造力。 共創 異質の掛け算の世界 ($A\times B=C$)

情報社会では、元気な人はすべて仕事ができるし、また、そのようにしなければならない。働き方は多様なパターンを用意。働ける者はすべて働くことが、少子高齢化対策であり、膨大な国家債務返済対策でもある。子や孫の世代のため借金をできるだけ減らしておく。実現性はある。人は誰でも社会に関わり自己実現し

たい欲求を持つ（マズロー「欲求5段階説」）。（東日本大震災で若者のボランティア志向が顕在化）

- (2) ソト（外） 対外交流（生産） 面談、会合、会議、提携、協働
交際、タビ ネットワーク
 フューチャーセッション 未来志向型討議 ネガティブチェックの抑制 「失敗は成功の基」
 共用ネット ビッグデータ、クラウド（CLOUD）
 協働ネット クラウド（CROWD）ソーシング、ファンディング
 ニューオフィス環境
日経ニューオフィス賞 アンケート調査 社員の評価
 ①空間満足度 ②ICT 満足度 ③知的創造の奨励
「IT とリアルビジネスの融合」（村上実「スーパーベンチャーの創り方」オータパブリケーションズ）
 起業塾、ベンチャー育成拠点、シェアオフィス、交流拠点
 地元大学・金融機関との連携
工業社会の工場生産に相当
 モノの生産は残るが比重は低下、付加価値は必須。「マザー工場」
 価格と品質を競うだけでは優位に立てない。
 情報による付加価値で差別化。例えば「物語」（ストーリー）

- * 分析、発想、決定までのプロセス技術 堀公俊「ビジネスフレームワーク」（思考ツール200種）日本経済新聞出版社
* 横田浩一ほか「ソーシャルインパクト」人のつながりという資源、
 ビジネスに活かせていますか？価値共創（CSV）が企業・ビジネス・働き方を変える。

- (3) コト（事） 対外発信（販売） 事を起こす。イベント、起業、イノベーション
 シヨン、広報・宣伝
 地元金融機関との連携 金融、マーケティング

手紙、電話、メール
新聞、テレビ、通販
ブログ、メルマガ、フェイスブック、ライン・・・ソ
ーシャルネット
ネット販売 楽天、グーグル、アマゾン・・・

工業社会の販売活動に相当 広報・宣伝、流通・・・

日本は世界一の成熟市場「マザーマーケット」。世界の市場に先行し
売れる商品に仕上げる。

*川上徹也「物を売るバカ」（売れない時代の新しい商品の売り方）
（物語で売る）角川書店

品質や価格だけでは売れない。従来型の広報・宣伝の限界。どのよ
うな情報で付加価値を付けるか。農業、漁業、林業も同様。

（４）インフラづくり 「２１世紀型インフラ」

情報社会では、知的生産が主流となり、物的生産の工業社会とはインフラも
変わってくる。目に見えるインフラから目に見えないインフラに重点が移行。
「ニュー・ソーシャルキャピタル」の整備が課題。

- 1 「コミュニティ・インフラ」 自治会など地縁組織を開放的にする。閉鎖的
な長老支配からの脱却。「ニューコミュニティ」づくり
- 2 「人材・インフラ」 地元の若者や女性を中心となって、よそ者を加えネッ
トワークを組み、地域の活性化に取り組む。地域内外にネットワークを展開
する。優秀なリーダーの存在。
- 3 「都市・インフラ」 快適性、ゆとり、たまり場など。ニューオフィスの「空
間満足度」の街づくりへの応用 ポジティブ思考の風土づくりも。
- 4 「自然・伝統インフラ」 情報社会は頭脳疲労・退化による「うつ病」や認知
症が社会問題。豊かな自然、温かい人情の中で適切な運動をすれば予防も
治療もできる。
- 5 「アイデンティティ・インフラ」 地域、組織等の相互交流を進めるには各
地の個性的な魅力の発掘や創造が必要。第三者の客観的評価が不可欠。
- 6 「デジタル・インフラ」 ITやICTは常識の時代。IT塾の設置。
クラウド（CLOUD）ビッグデータ 共用のコンサルティング

- クラウド（CROWD）で協働 コンサルティング、受注者チームの拠点
- 7 「交流・インフラ」 従来型の交通・運輸機関の再評価 単なるヒトやモノの運搬でなく。交流のための「移動」と「滞留」として快適性、コミュニケーション機能の向上など。
 - 8 「運搬・インフラ」 情報が先行しリアルなヒトやモノの輸送需要が加速度的に増大。容量の拡大とスピードアップの要請に応える。島国で横長の日本列島、そのデメリットの克服。

第2 交流拠点の配置 インターチェンジ。フロント「Iフロント」

目標 各地に知的生産の基地“情場”のモデルとなる交流拠点「インターチェンジ・フロント」＝「I（アイ）フロント」（交流前線基地）を配置する。

地元の熱意、特に若者や女性のパワーが要件。

地域内外の交流の拠点。

「21世紀型インフラ」の拠点。

知的生産活動の

① 投資 ②生産 ③販売

の3ステップを兼ね備える。

モデル「大阪フロント」 大阪は新しいことに挑戦する風土。世界に先駆けて為替制度、近年、交通ルールでは「警笛鳴らすな」「一方通行」「歩行者優先」「コミュニティロード」などで先行した。東京には、先行事例なし。

各地の「Iフロント」がネットワークを組み、世界とも直接に連携。各地に「ミニ・シリコンバレー」のイメージで。

- 1 投資 人づくり 教育、学習、研修、フィールドワーク
IT塾、起業塾、発想法塾、ビジネス研修 地元大学と提携
- 2 生産 ネットワーク 地域内、地域外、外国
リアル、ネット
クラウド（CLOUD）（CROWD）の活用
情場ハント フィールドワーク アイディア発見
情場メドウ アイディア会議 アイディア育成

情場ファーム プロジェクトチーム アイディア商品化
街づくり 出会いの場 たまり場、共有スペースの効用 千葉県「ウェリス
稲毛団地」(2014・09・23日経)(村上龍)

- 3 販売 マーケティング 差別化
従来型 ショールーム、イベント 新聞、テレビ、通販
ネット型 ソーシャルネット活用コンサルティング
- 4 サポート 起業、資金、広報・・・
弁護士、税理士、弁理士・・・
地元大学、金融機関、商工会など。

第3 配置のステップ

特に過疎地域農山村などに重点。

「地域等交流促進機構」(仮称)による企業と地域との提携マッチング。その
1例を示す。

1 最初のステップ 大都市企業との提携

企業としては

-1 従業員の「うつ病」、家族の認知症など生産性阻害要因。健康対策「元
気道場」(運動療法で治る)(中国上海等の実例「2013NHKワールド」)

* 日本の制度は「なるべく重症で長く介護」が施設も病院も経営上ベストで運
動療法は採用せず、薬物療法を優先するが治療効果は期待できない。

-2 CSRなど社会貢献、広報・宣伝も兼ね

-3 大都市災害に備え、データセンター、危機管理センター、オフィス・工
場分散など。従業員・家族の避難・疎開も。

-4 事業として

地域の「人材ネットワーク」と提携

地域の耕作放棄地の開墾、森林資源の活用(作業療法も兼ね)

農業の6次産業化の支援 漁業、林業の支援も(従業員のトレーニング)

従業員の研修 発想法など 廃校校舎、空き農家など利用 災害時避難用に

も活用

企業サポーターの育成 アイディア、意見、ワークシェアなど。

2 次に交流拠点を創設

進出企業が中心となり、地元自治体、団体等と提携し、地域の事情に即した交流拠点「Iフロント」(交流前線基地)をつくる。「大阪フロント」をモデルとし、全国の類似「Iフロント」とネットワークを形成。

当初は進出企業の業務に直接・間接に関連して「21世紀型インフラ」の整備を支援。

地域の核となる知的創造活動の拠点づくり。

- (1) 人材養成 地方移住を希望する大都市の若者(IJU ターン)、定年退職者など。

IT 塾、起業塾など

- (2) 生産活動 道の駅、ゲストハウスなど

プロジェクトハウス、シェアオフィスなど

ベンチャー支援システム

ビッグデータ、クラウド (CLOUD) (CROWD)活用相談

クラウド・ソーシング受注者チームの拠点

農業・漁業・林業の高付加価値指導

観光 地域の魅力の発掘、宣伝など

地元中小企業の知的創造支援

個人起業の支援

- (3) 販売活動 ショールームなど。

大都市・外国向けリアル・デジタルのネットワーク構築

フェイスブック、ライン、グーグル、アマゾン等の利用相談

3 更に交流の拡大

進出企業の業務を離れて、広く

特産物の生産、販売 農業の六次産業化など

観光の振興 特に資源の発掘と宣伝

個人起業の支援 「企業城下町」でなく「起業増加町」

地元中小企業の活性化 海外展開の支援

他の企業の誘致

広く移住者を募集 大都市災害からの避難・疎開需要もあり。

交流型街づくり 共用スペース、ゲストハウス、オープンカフェなど。

- * 大都市の20代、30代の1/3以上が地方定住を希望
定年退職者の男性は地方定住指向、「2地域居住」ニーズ。
大企業からスピンアウトした技術者など。

* 金子美登「田舎暮らしの便利帳」(成美堂出版)

* 高齢者の地方移住。住居は子や孫に生前贈与の減税措置検討。

豊かな自然、温かい人情

生活費負担が軽い 不況・災害に強い 地元自治体と提携

太陽光、小水力、バイオマス発電・・・

市民農園、里山の恵み

家賃は公営住宅並み

自動車で30分圏に学校、病院 アクセスの整備

地域で子育て支援。自治体の支援も。

交流拠点で就業 クラウドで国内・国外を相手に。

廃校校舎、空き農家など活用。公営住宅ニューモデル。タウンハウス・コミュニティ

地域等が相互に交流する独自のネットを構成する。

幅広く開放し外部と連携。例えば大都市の介護待機者を受け入れる。大都市災害対策でもある。ただし、財政措置が必要。

* 「元気な高付加価値産業の特徴」基本は「開放性」(日経2014・09・26「稲田義久・アジア太平洋研究所数量経済分析センター長・甲南大学副学長」)

- 1 人材の多様性を成長につなげる仕組み
- 2 他部門との交流、組織間の壁を取り払う
- 3 企業理念や社是など社員が共有(反エントロピー法則)
- 4 研究開発などで外部と効率的に連携
- 5 成果を世界市場で展開 自治体が支援 情報インフラ提供

第4 東京一極集中 夢と幻

1 集中の要因 「東京ドリーム」

なぜ日本では東京に人口が流入するか。
組織も個人も工業社会時代における首都東京の残像を追いかけている。
明治、大正、昭和と、強力な中央集権体制により工業化。欧米に「追いつけ、追い越せ」の時代が100年以上続き、
首都東京には、権限、財源、情報が集中。
大都市東京には、日本の産業・経済をリードする大企業が集中。
東京には、文化系・理科系の研究開発拠点となる大学が集中。
という認識・観念が定着し、組織も個人も東京に夢「トーキョードリーム」を求め集中して来た。

今日、首都東京には、中央集権による権限、財源、情報は大幅に減少。
大都市東京の中心であった大企業が衰退。主な企業の資金も豊かになり、金融機関の存在感も薄れて来た。
東京の大学も、グローバル化の中で世界の大学に遅れをとり、また地方でも個性的な特色を打ち出し人気のある大学が増えて来た。
現在は、人口の集積自体が魅力として人口吸引力となっている。

このようにして東京に集中するメカニズムは崩壊しつつあるが、依然として企業の本社は東京にこだわり、地方の若者が東京に流入しているのはなぜか。
企業は未だ工業社会時代の残像に浸り、前例・横並び、寄り合い・もたれ合いの体質から脱却できないでいる。東京から抜け出せない。ぬるま湯だが出ると風邪を引く。
個人、特に若者は地元社会の保守性を嫌い都会の自由な空気に憧れる。また就学、就業、ビジネス、結婚のチャンスを求めて東京指向となっている。しかし東京にきてみると、大半の人には、それが幻想だと判明する。
組織も個人も、日本、その中心の東京が世界的な情報化に乗り遅れ、中国など新興国にも追い抜かれようとしており、工業社会勃興期、全盛期のような東京の勢いはなく「トーキョードリーム」は消え去っている。

2 地方へ指向 「田舎ドリーム」

このような現実が明らかになれば、東京に執着する傾向は弱まっていく。特に東京直下型地震の脅威が近づくほど東京離れの兆しが強くなっていく。企業

も若手の人材を守るため地方への配置が避けられなくなる。建物は復興できるが人材は復活できない。心ある企業は優れたリーダーの下、既に危機管理対策を進めている。地震災害によるショック療法で「その他大勢」も目が覚め、欧米並みの分散的人口配置になって行くだろう。

近未来、東京に代わって地方に夢を期待する時代がやってくる。東京に災害が起これば一気に地方の時代となる。しかし、東京の災害で若手人材を失えば、東京だけでなく日本壊滅となる。人材分散の政策を立て、実行を加速すべきである。

地元に着している若者も大切だが、IJU ターンの若者を歓迎。知識が広がり発想も柔軟に。一度、都会に出るのも悪くない。「夢は幻」の体験も貴重。

このほか、高齢者の市街地・都心居住、若い世帯の郊外居住など人口の流動性を高めることも必要。流動的でダイナミックな国土に。

3 知的生産性の向上

先ず、各地に「I フロント」の創設。

このため大都市の企業と地方、特に農山村との提携を進める。(既存権益の少ない「更地」が望ましい)

「地域等交流促進機構」(仮称)の提携支援。

「シティ(タウン、エリア)マネジャー」(仮称)や「交流コーディネーター」(仮称)の活用。専門的サポート。

前提として、地域が閉鎖的でなく開放的な体質で、地元の若者や女性がネットワークを組み活性化の意欲が強いこと。これは絶対的要件。熱心なりーだーがいればベター。自治体や既存団体のバックアップも。過剰干渉は自殺行為。

若者が地方で

自主的に自分の能力を高めることができる。 アイディアを生み出す「発想法塾」、IT塾、起業塾など。

個人の能力を活かせる仕事がある。インターネット、「I フロント」の活用。

世界を相手にビジネスができる。「大阪フロント」方式 自治体のバックアップが必要。

しゃれたカフェやレストランの進出。

結婚相手がいる。有望な若い男性には女性も集る。

生計費が安く済み、余裕のある生活を楽しめる。太陽光発電など自治体の支援。市民農園で野菜の栽培。家賃は公営住宅並みに。両親や祖父母から生前贈与の特例。

子育ても楽 地域で支援、自治体も施策を用意。

学校も病院もある。車で30分圏。大都市へのアクセスも便利。

介護施設もあり親の面倒も看れる。大都市、特に東京の介護待機者の受け入れ。

コミュニティが開放的、民主的。

などで「優雅なカントリーライフ」を楽しみながら自己実現の機会を得る条件を整える。

このようにして若い男女の移住、定住を誘発し、地域人口の新陳代謝が起こる。

地方に欠けているのは、人、情報、人脈、資金、職場

若者と併行して、定年退職者の移住も。大企業をスピンアウトした技術者等も。

こうした外来者、人材の知恵で地場産業も付加価値の創造ができて活性化。

今後クラウド・ソーシングもが速に発展する。クラウドファンディングも。

「I フロント」効果は周辺地域にも波及。コンパクトシティなど都市的集積の活用も。

近未来、やがて東京に代わって「地方ドリーム」「カントリードリーム」の時代がやってくる。「I フロント」のネットワークの中で「日本のアリババ」出現を期待。日本は組織に限界（工業社会の制度疲労）（前例・横並び）（ネガティブチェックで自縄自縛）ありだが、個人の創造力は優れている。環境を整え、それを自由に解放すれば世界に対抗できる。これからはクラウドや3Dプリンターなどで「個」が「連」で力を発揮する時代。組織で拘束しないで「若者は野に放て」。そうすれば日本のバイタリティが復活する。

近未来を想定した国土・地域戦略を立てる必要。方向性を定めること。現在は、そのロードマップがない。

地域に戦略拠点として「I フロント」を配置し、地域・国土の知的生産性向上

の起爆剤とする。地域から目覚めてくれば企業も変わり日本の再生が期待できる。今の日本は「お上」からのトップダウンでは動かない。市民レベルからのボトムアップで世の中は動く。市民レベルの活動を盛り上げること。

「Iフロント」の普及で地域から、特に若者から知的生産性向上運動が起動することを期待。そのカギは「交流」。地域、組織等の流動性を高める。2020東京オリンピックを目標に「21世紀大交流」運動で国内外の交流を盛んにする。特に海外交流に力を入れる。それで企業も地域も知的創造力の刺激を受ける。現在は未だ「鎖国」に近い状況。

知的創造力により平和、環境、福祉など国民的、さらには国際的課題を解決する知恵も生まれ、世界をリードすることもできるようになる。そうしてこそ国民や世界の共感が得られ、再び日本のバイタリティが蘇る。

4 「サード・プレイス」(第3の場所) 情報合流点

「Iフロント」は公でもなく民でもない第3の場所。各種情報の合流点であり、分岐点である。既存の空間ではなくサード・プレイス。国でもない、自治体でもない、企業でもない。これらの支援は受けるが、市民を中核に関係者が協働する場である。情報には縛りはなく、既存の制度の制約を離れて自由に行動できる「自由の広場」であることが特色。これにより

工業社会の保守的な体質から脱却できる。

情報社会の激しい変化に柔軟に対応できる。

若者や女性の発想を活かし、内外の異質な情報も導入できる。

一種の「市民分権」で市民が自己責任の意識を持つようになる。

役所の縄張りを越えることができる。

自由に世界と交流できる。

などの効果が期待できる。

「Iフロント」は、組織のネガティブチェック体質から解放され、若者が自由に発想し行動できる。果敢な挑戦ができ、「失敗は成功の基」となる。若者が自己実現できる場である。だから自主的に自由で民主的に運営されなければならない。

情報社会においては、政府の「まち・ひと・しごと創生本部」の

-1 「まち」は、情報生産基地。その拠点「Iフロント」。知的な生産活動が活

発でなければ「まち」は存続できない。農業も漁業も林業も知的創造力で付加価値を高めないと生き残れない。町工場も同様。サービス業も知性で工夫し感性で接客しなければ成功しない。いずれもインターネットの活用が不可欠となっている。

「I フロント」は、IT や ICT の学習や活用の拠点であり、また知的創造で地場産業をサポートする拠点である。

-2 「ひと」は、若者、女性、よそ者。そのネットワーク。もう固定的な組織の時代では無くなりつつある。「個」と「連」の時代。アメーバ経営のように組織も「個」と「連」。組織内個人も「起業家精神」が求められている。これからの「まち」は「企業城下町」ではなく「起業増加町」で発展する。「I フロント」が起業育成の拠点となる。

地域、企業等の相互連携を「地域等交流促進機構」（仮称）に期待し、「I フロント」は地域連携活動の拠点となる。

交流活動は、「シティ（タウン・エリア）マネジャー」（仮称）や「交流コーディネーター」（仮称）が専門的にサポートする。

「ひと」の多様性が生産性を左右する。女性や障害者の活用は当然として、グローバル化の時代にあって外国人の登用は必至である。関連して外国人観光客の誘致には最大限の努力が必要。

-3 「しごと」は、情報産業、すなわち若者が求めるのは知的創造産業。自分の感性や知性を駆使して社会に貢献できるしごと。

インターネットの活用で「しごと」をシェアする時代となる。特にクラウドソーシング・ワークの発展に期待したい。

「I フロント」は、地域再生の拠点となるが、国や自治体にとっては、来るべき市民分権の実験場であり、職員の意識改革の場でもある。民間企業にとっても職員の研修の場である。実際に現場で新たな業務外の仕事にチャレンジすることはイノベーションへのエネルギー、インパクトとなる。

「I フロント」では、営利活動だけでなくボランティア活動や社会事業にも知恵を生み出すサポートができる。地域すべての分野で知的創造の拠点となる。

* 「地域おこし協力隊 成長」地方創生、都市住民が一役 若者名乗り、半数が定住（2014・09・30日経）総合的に若者をサポートする環境づくりが課題。都市には地方を再生するエネルギーがある。