

第3章

「共感」を育むシビックプライド

第1節

注目を集める「シビックプライド」の可能性

関東学院大学法学部地域創生学科准教授 牧瀬 稔

はじめに

本稿は、近年、地方自治体が注目している「シビックプライド」(Civic Pride) を考察の対象とする。具体的には、シビックプライドの現状を述べた後で、定義、歴史を言及する。また、自治体が捉えているシビックプライドの効果も例示する。最後に、戸田市がシビックプライドを進めていくための提言を述べ、本稿を締めくくる。

本稿は、自治体が取り組むシビックプライドの情報提供に加え、これから取り組もうとしている団体への問題提起という意味もある¹。

1 注目を集める「シビックプライド」

近年、自治体の間では「シビックプライド」という言葉が注目を集めている。例えば、北橋健治・北九州市長は、2018年度の施政方針で「子どもたちの学力・体力の向上はもとより、優れた芸術や伝統文化などに直接触れる体験を通し、子どもたちの豊かな感性や心の育ちを促し、シビックプライドの醸成を図る」と明言している。また、篠田昭・新潟市長も2018年度の施政方針において「『新潟暮らし創造運動』を展開し、シビックプライドの醸成につなげるとともに、人口の流出抑制・流入促進にもつながる『選択される新潟』を目指す」と述べている。

¹ 本稿は、次の文献を加筆・削除等の修正をしている。
牧瀬稔(2019)「シビックプライドの現状と展望」牧瀬稔・読売広告社ひとまちみらい研究センター編著『シティプロモーションとシビックプライド事業の実践』東京法令出版

シビックプライドを取り上げるのは、規模の大きな自治体だけではない。阿部裕行・多摩市長（東京都）の2018年度施政方針には「住み続けたいまち。子育てしたいまち。老いを迎えても幸せを実感できるまち。いつまでも自分らしく、いきいきと暮らしていける多摩市を全国に発信し、市民の皆さんの「まちを愛する心＝シビックプライド」を大切にしたいまちづくりを進めます」と、シビックプライドの重要性を強調している。特に阿部市長は、選挙公約にシビックプライドの実現を掲げている²。

さらに、地方圏に位置する自治体も注視している。養父市（兵庫県）の広瀬栄市長もシビックプライドを注目する一人である。2018年施政方針では「養父市において、まちづくりの基礎となった農業を守ることは、地域の伝統を守り、地域への愛着と誇り（シビックプライド）を守ることとなり、地域の安らぎと安定感を醸し出すことにつながり、そして、移住・定住、企業進出を促すこととなります」と指摘している。

ここで紹介した自治体以外にも、施政方針に「シビックプライド」を取り上げる傾向が強くなっている。施政方針とは、首長が議会でその年一年間の基本方針や政策についての姿勢を示すために行われる位置づけの重い演説である。そこで、これらの事例から理解できることは、シビックプライドが自治体政策の重要な柱になりつつある事実である。

首長が注目すると同時に、議会からのシビックプライドに関する質問も増加しつつある。兵庫県議会は「シビックプライドを醸成する手法について、県として積極的に普及・推進していくとともに、

² 多摩市のシビックプライドに関する取り組みは、「たま広報平成31年1月1日号（1342号）」に詳しい。同広報は、次のURLで見ることができる（2019年1月10日アクセス）。

<http://www.city.tama.lg.jp/0000008158.html>

普及・推進に当たっては、人材や他地域での取組状況の情報提供などによる市町支援を通じ、県、市町が連携した取組につなげていくべきと考えますが、ご所見をお伺いいたします」とある（第335回定例会（2017年2月27日））。

神奈川県議会は「本県の誇りやあるいは県民の、最近シビックプライドというような言葉も出てきますけれども、やはり県民の方々のプライドを高めるような、そういった取組を是非積極的に行っていただくことを要望させていただきます」と提起している（平成27年産業労働常任委員会（2015年12月14日））。首長や議会（議員）ともにシビックプライドに注目する傾向が強まりつつある。今後もシビックプライドが自治体に浸透していくと考えられる。

2 シビックプライドとは何か

シビックプライドの定義は決まっている。それは「都市に対する市民の誇り」という概念である。日本の「郷土愛」といった言葉と似ているが、単に地域に対する愛着を示すだけではない。なお、郷土愛とは「生まれ故郷に対する愛情」という意味がある。郷土愛は「生まれ故郷」に限定されるが、シビックプライドはそうではない。生まれ故郷でなくても、例えば、住んでいる都市に対する市民が誇りを持てば、それはシビックプライドである。

シビックプライドの「シビック（市民の／都市の）」には、権利と義務を持って活動する主体としての市民性という意味がある。つまりシビックプライドには、「自分自身が関わって地域を良くしていこうとする、当事者意識に基づく自負心」を指す³。

³ 読売広告社都市生活研究局著・伊藤香織他監修（2008）『シビックプライド—都市のコミュニケーションをデザインする』宣伝会議

近年、自治体はシビックプライドを注目しているが、その歴史は古い。シビックプライドという言葉は、イギリスの産業革命後に栄えた都市において、既に使われていたようだ。当時は20～30年の間に人口が2倍になるような急激な成長が起きていた。多くの都市が勃興する中で、都市間競争が激しくなり、市民自らのアイデンティティとして、シビックプライドという概念が大事にされるようになったとされている⁴。

翻って日本においては、2000年代の半ば以降、自治体はシティプロモーションに取り組む傾向が強まっている⁵。シティプロモーションの一つの背景は、都市間競争と言われている。そしてシティプロモーションに関連付けてシビックプライドが使われるようになってきた。羽村市（東京都）の「羽村市シティプロモーション基本方針」には「若い子育て世帯の定住人口の増加につなげていくため、「ブランド化の推進」「戦略的・継続的な情報発信」「シビックプライドの醸成」の3つを、各施策に取り入れ推進していく」と明記している。

また、那須塩原市（栃木県）の「那須塩原市シティプロモーション指針」にも、シビックプライドの言及がある。同指針は「シティプロモーションを推進するためには、「市民」が住んでいるまちに対して「誇り」や「愛着」をもって「推奨」すること、自分もこのまちの一員であるという認識をもって地域活動などに参画する「シビックプライド」の醸成が重要であると考えます」と記している。

さらに、伊賀市（三重県）の「伊賀市シティプロモーション指針」には、シビックプライドを醸成することにより、①定住・Uターン人口の増加、②参画意識の向上、③市民による情報発信の増加、の

⁴ 詳細は、脚注3の文献を参照されたい。

⁵ シティプロモーションに関しては、次の文献を参照されたい。

牧瀬稔編著（2018）『地域ブランドとシティプロモーション』東京法令出版

効果が期待されると指摘している。伊賀市におけるシティプロモーションは、「他の施策と連携しながら、地域のイメージを高め、交流人口や定住人口の増加を図り、シビックプライドを醸成していく取り組み」と定義している。

このようにシティプロモーションに関連して、シビックプライドを政策目標の一つに掲げるケースが増加している。今後しばらくの間は、シティプロモーションやシビックプライドは、自治体の中で重要な位置付けになっていく可能性がありそうだ。

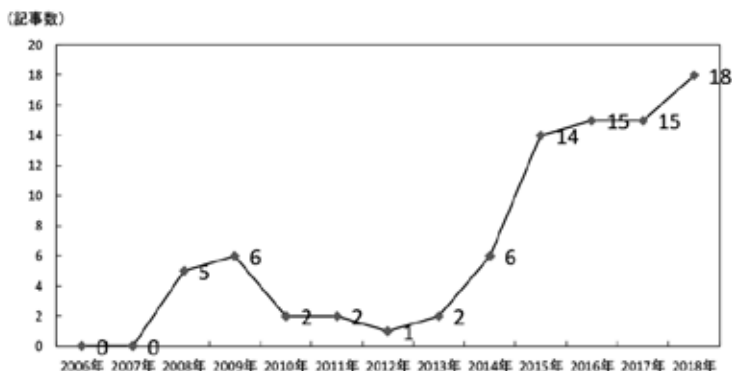
そしてシビックプライドの可視化もはじまっている。株式会社読売広告社は、住民の街への意識を測る調査「シビックプライド調査」（シビックプライドランキング）を発表している。同調査は、シビックプライドを「愛着」「誇り」「共感」「継続居住意向」「他者推奨意向」の5指標から測定している⁶。

3 日本におけるシビックプライドの歴史

日本において、シビックプライドはどのような歴史をたどってきたのだろうか。特に、マスコミはシビックプライドをどのように捉えてきたのだろうか。表3-1は、一年間において、朝日、産経、毎日、読売の各新聞に「シビックプライド」という言葉（記事）が登場した推移である。

⁶ 同様な調査は、他の機関も実施している。三菱UFJリサーチ&コンサルティングは「市民のプライド・ランキング」としてまとめている（2017年6月14日）。同調査は「市民がプライドを持っているまちはどこか」を問題意識のもと、街に対する愛着や誇り、住む、働く、子育てする等々の様々な場面における「お勧め度合い」について数値化している。

表3-1 主要4紙における1年間に「シビックプライド」の
記事が登場した回数



注) 1985年から2007年までは0記事である。対象とした新聞は、朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞の4紙である。完全にすべての記事を把握できているわけではない。傾向をつかむという意味がある。

出典：筆者作成

表3-1から理解できるとおり、実はほとんど取り上げられていない。今日、自治体には「シビックプライド」という言葉が浸透しつつある。しかし、一般的には理解されない言葉である可能性が強い。現時点において、シビックプライドは市民権を得ていない。ただし、過去と比較すると、近年はシビックプライドの記事が多くなりつつある。

表3-1のとおり、2008年が5回、2009年は6回の記事がある。これらの記事はすべて「今治シビックプライドセンター」(ICPC)の活動を伝えている。組織名に「シビックプライド」がついているため、記事としてカウントされている。2007年度に策定された今治市(愛媛県)の「みなと再生構想」において、今治港を起点に中心市街地の活性化に取り組む、市民・行政・民間企業などの協働組織と

して「今治シビックプライドセンター」が設立された。同センターは2015年には、愛媛県からNPO法人としての認証を取得している。

今治シビックプライドセンター関連以外で、シビックプライドに関する記事は2010年10月13日の毎日新聞（地方版）がある。見出しは「しこく編集学校：企業、地域の魅力発信へ ウェブや求人広告学ぶ 高松で開講」となっている。

同記事は「企業や地域がその魅力を再認識し、発信する力をつけるため、四国経済産業局が「しこく編集学校」を高松市内で開講した。中小企業などから約90人が参加し、企業ウェブサイトや求人広告のポイントを学んだ。同局によると、EU諸国では地域活性化の原動力として「シビックプライド（住民や働く人の都市への誇りや自負）」が提唱されており、それを根づかせ、四国ならではの産業や街づくりを支援するのが目的という」とある。この記事の中で、「シビックプライド」が見受けられる。そして近年では、シビックプライドの記事が増加しつつある。しかしながら、現時点においては、あくまでも自治体関係者の限定的な言葉と言える。

4 シビックプライドの効果

自治体はシビックプライドに可能性を持ち、政策に取り入れつつある。自治体が考えるシビックプライドの効果を例示する。

足利市（栃木県）の「足利シティプロモーション基本方針」によると、市民のシビックプライドの意識が高まれば、市外への転出も少なくなり、来訪者の中から定住を希望する人も出てくると指摘している。同市におけるシビックプライドは「個人個人がまちに抱く誇りや愛着のこと」と定義している。そして「市民の一人ひとりがまちを構成する一員であるという当事者意識を持って、自発的にまちづくりに参加することを大切にする考え方」と捉えている。

習志野市（千葉県）の「習志野市シティセールスコンセプトBOOK」には「積極的な『住みやすい!』をさらに増加していくために、『利便性+ α 』の α の要素が必要です。それが習志野ブランドであり、シビックプライドです」と明記している。同BOOKは、全体的に定住人口の維持のためにはシビックプライドが重要と言う趣旨でまとめられている。

また、伊賀市（三重県）の「伊賀市シティプロモーション指針」の中では、シビックプライドを「伊賀市民であること、伊賀出身であることを誇りに思うこと」と「伊賀がより良い地域になるために主体的に関わる意思を持つこと」と定義している。そして同指針では、シビックプライドの効果として、定住・Uターン人口の増加、参画意識の向上、市民による情報発信の増加と言及している。

そのほか少なくない自治体がシビックプライドに効果を期待している。ここで紹介した足利市や習志野市、伊賀市に加え、既存の自治体の取り組みを観察すると、シビックプライドの効果として、定住の促進（転出抑制と転入促進。特に転出抑制）、市民の積極的なまちづくりへの参画かつ魅力発信などを挙げる傾向が強い。

繰り返しになるが、自治体が指摘するシビックプライドのメリットは、まずは定住人口の維持がある。シビックプライドが高いほど、人口の流出が鈍化すると言われている。そして、シビックプライドを持つ人々の口コミ効果により、人口の流出を防ぎ流入も増えるとも指摘される。次に、シビックプライドが高いほど、住民の参画意欲が強まるとも言われている。それに関連して、犯罪の発生が抑制されると指摘する場合もある。そのほか多くのメリットが指摘されている。

しかしながら、自治体が指摘しているシビックプライドの効果が科学的に立証されたわけではない。そのためシビックプライドを冷静に捉える必要はあるだろう。

5 シビックプライドに類似する概念

筆者は、シビックプライドは新しい概念ではないと考えている。類似した概念は、自治体の現場において、既に存在していたと考えている。それはコミュニティ論であり、市民参加論・協働論であり、さらにはソーシャル・キャピタル論である。これらの諸概念を簡単に紹介する。

(1) コミュニティ論

コミュニティの定義は多義的である。その中で、アメリカの社会学者であるマッキーヴァーの定義を紹介する。マッキーヴァーは、コミュニティを「一定地域における共同生活の領域のことを指し、互いの間に共通の社会意識や共属感情がみられることが要件である」と定義している⁷。通常「コミュニティ」と言った場合は、マッキーヴァーの定義が紹介されることが多い。

1969年9月に、経済企画庁に設置された国民生活審議会調査部会が『コミュニティ生活の場における人間性の回復一』という報告書を発表している。同報告書は、コミュニティを「生活の場において、市民としての自主性と責任を自覚した個人および家庭を構成主体として、地域性と各種の共通目標をもった、開放的でしかも構成員相互に信頼感のある集団」と定義している。1960年代から、コミュニティに関する議論が活発化しつつある。

倉田和四生氏は、過去さまざまなコミュニティが形成されてきたと指摘している⁸。1960年代から1970年代にかけては重要な地域課題は公害であった。そのため公害に対処したコミュニティが形成され

⁷ マッキーヴァー（中久郎・松本通晴訳）（1975）『コミュニティ』ミネルヴァ書房

⁸ 倉田和四生著（1999）『防災福祉コミュニティ』ミネルヴァ書房

た。その後、高齢化や防災に対応したコミュニティがつくられてきたとしている。住民がその地域でかかえている課題を認識し、その解決に努めている地域共同社会がコミュニティの形成につながるとしている。倉田氏は「地域が課されている課題に応じて個別的に形成される。課題が福祉であれば『福祉コミュニティ』となり防災が課題であれば『防災コミュニティ』となる」と言及している。

武蔵野市（東京都）は「武蔵野市コミュニティ条例」（2001年制定）がある。同条例はコミュニティを3類型している。それは①地域コミュニティ：居住地域における日常生活の中での出会い、多様な地域活動への参加等を通して形成される人と人とのつながり。②目的別コミュニティ：福祉、環境、教育、文化、スポーツ等に対する共通の関心に支えられた活動によって形成される人と人とのつながり。③電子コミュニティ：インターネットその他高度情報通信ネットワークを通して、時間的及び場所的に制約されることなく形成される人と人とのつながり、である。近年コミュニティと言った場合、この3類型から検討されることが多くなっている。

コミュニティのメリットも多く指摘されている。例えば、コミュニティの強い地域は市民の地域活動への参加が高まるという説明や、刑法犯認知件数が低下すると言われている。またコミュニティの強い地域ほど震災時の被害が少ないという指摘もある。コミュニティのメリットも、シビックプライドと言われる特長と共通する部分がある。

（2）市民参加論・協働論

シビックプライドに近い考えとして、筆者は市民参加と協働も該当すると考えている。市民参加と協働も多くの定義がある。市民参加とは、「自治体の政策等の企画立案、実施、評価等の過程において市民が市政に関与すること」と定義する。具体的な取組みとして、

ワークショップ、パブリックコメント、審議会（公募委員等）、市民説明会などがある。

協働は、荒木昭次郎氏が提起してから浸透してきた概念である⁹。荒木氏は、協働という概念は1977年にアメリカのインディアナ大学のヴィンセント・オストロムが、「地域住民と地方自治体職員が対等の立場に立ち、共通の課題に互いが協力しあって取り組む」ことの意味を表現するために、「協働（coproduction）」という造語をつくったことがはじまりと言及している。なお「co」は「共に」という意味があり、「production」は「つくる」という意味がある。この「共につくる」が語源であると言われている。

荒木氏は協働の定義を「地域住民と地方自治体職員とが、心を合わせ、力を合わせて、助け合って、地域住民の福祉の向上に有用であると地方自治体政府が住民の意思に基づいて判断した公共的性質をもつ財やサービスを生産し、供給してゆく活動体系である」としている。しかし「協働」という言葉の持つ意味は多義的であるということは、荒木氏自身も認めている。

そして、市民参加と協働のメリットも、地域住民の地域への帰属意識が高まる、ボランティア活動の活発化することに加え、市民の意向を反映した事業の実施、自治体の財政難の改善など多々ある。市民参加と協働のメリットの一部分はシビックプライドの特長と共通している。

（3）ソーシャル・キャピタル論

アメリカの政治学者であるパットナムは、ソーシャル・キャピタル（Social Capital）を「人々の協調行動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる『信頼』『規範』『ネットワーク』

⁹ 荒木昭次郎著（1990）『参加と協働』ぎょうせい

といった社会組織の特徴」と定義している¹⁰。

2003年に内閣府が発表した報告書『ソーシャル・キャピタル：豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて』では、ソーシャル・キャピタルは失業率の抑制や合計特殊出生率の向上に貢献する可能性が高いと明記している（同報告書では、ソーシャル・キャピタルが高い都道府県ほど、失業率が低く、合計特殊出生率が高いという相関図が示されている）。

また同報告書は、ソーシャル・キャピタルが強い都道府県ほど、ボランティア活動が強くなる傾向があるとも指摘している。ボランティア活動の活発化が一理由となり、刑法犯認知件数の低いことにつながっているとも言及している。

2005年には、内閣府経済社会総合研究所が『コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルに関する研究調査報告書』を発表している。同報告書でも、ソーシャル・キャピタルと市民活動は正の相関関係にあると言及している。同報告書では、ソーシャル・キャピタルが豊かならば、市民活動への参加が促進される可能性が高く、市民活動の活性化を通じて、さらにソーシャル・キャピタルが醸成される可能性も強いと指摘している。つまり、ソーシャル・キャピタルと市民活動は相互に関係しており、相乗効果があると明記している。

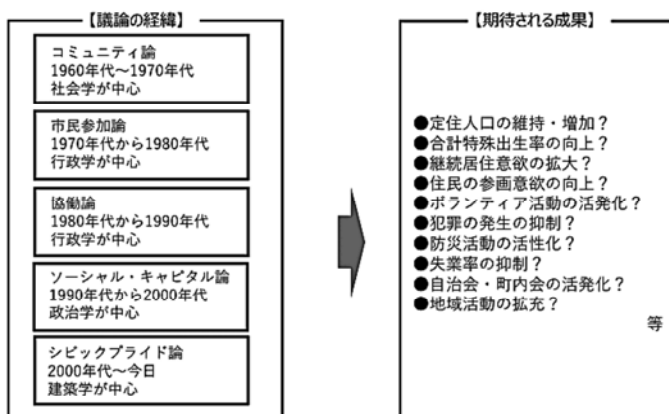
ソーシャル・キャピタル論で言われるメリットも、今日シビックプライドで言われている特長と多くの共通点がある。

¹⁰ パットナム（河田潤一訳）（2001）『哲学する民主主義—伝統と改革の市民的構造』NTT出版

(4) シビックプライドと諸概念の相違

シビックプライドに類似した概念として、ソーシャル・キャピタル論は1990年代から2000年代に議論の対象となっていた。遡ると、協働論は1980年代から1990年代にトピックスとなり、市民参加論は1970年代から1980年代に取り上げられることが多かった。そして1960年代から1970年代はコミュニティ論が議論の中心であった。

シビックプライドと諸概念は、基本的に目指す方向は近いと考えている。その中で大きな違いは「学問領域」(アプローチ方法)と考える(図3-1)。



注)「期待される成果」は、コミュニティ論や市民参加論などすべての論に共通するわけではない。

図3-1 シビックプライドの類似概念

出典：筆者作成

シビックプライドと他の諸概念と大きく違うのは「見える」ことにある。シビックプライドは建築学から登場している。その意味で、シビックプライドは実際に「見える」のである。それは街の景観で

あったり、モニュメントという象徴であったり、何かしら「見える」のである。これがシビックプライドの特長と言える。一方で、コミュニティ（論）からソーシャル・キャピタル（論）までは、目に見ることができない。

しかし、建築物としてシビックプライドは目で確認することができる。シビックプライドを成立させる要素が街のシンボルということが往々にしてある。シビックプライドは、現実的に見えるため、対象者の意識が集約され「愛着」や「誇り」が醸成されていく可能性が高まる。

なお、情報提供の意味で言及しておく、あまり浸透していないが「地域プライド」という概念もある。地域プライドは、2005年に国土交通省と文部科学省、文化庁が共同まとめた『地域プライド創発による地域づくりのあり方に関する調査』に記されている。同報告書で地域プライドを「数ある地域の歴史的事象の中で、地域の人々によって受け継ぎ、守り育てられてきた「地域固有の精神文化」と定義している。

さらに、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社は「市民のプライド」という言葉を使用している（脚注6で言及している）。市民プライドとは「自分が暮らしているまちに対して感じている愛着や誇り、お勧め度合い、イメージなど」を意味する。市民プライドもシビックプライドに近い概念と思われる¹¹。

¹¹ 今日、自治体が使用している「シビックプライド」の老舗は、株式会社読売広告社である。同社は2006年に「シビックプライド」(Civic Pride)という言葉を商標登録している。意外と知られていない事実である。ちなみに、商標法に違反すると(商標権を侵害すると)、懲役10年以下、罰金1000万円以下が科せられる(商標法第78条)。法人の場合なら罰金3億円以下の刑事罰が科せられる場合がある(同法第82条)。

おわりに

本稿を終えるにあたり、戸田市がシビックプライドを高めていくための視点を言及する。ここで「戸田市は」となっているが、多くの自治体にも活用できると思う。それは3点ある。なお、株式会社読売広告社が実施した「都市生活者の居住エリアによる特性分析を可能にするCANVASS-ACR調査」(2016年10月26日発表)によると、戸田市のシビックプライドの評価は高い。戸田市は「共感」という評価において第1位であった。さらに「誇り」と「人に勧めたい」はともに第4位という結果であった(図3-2)。

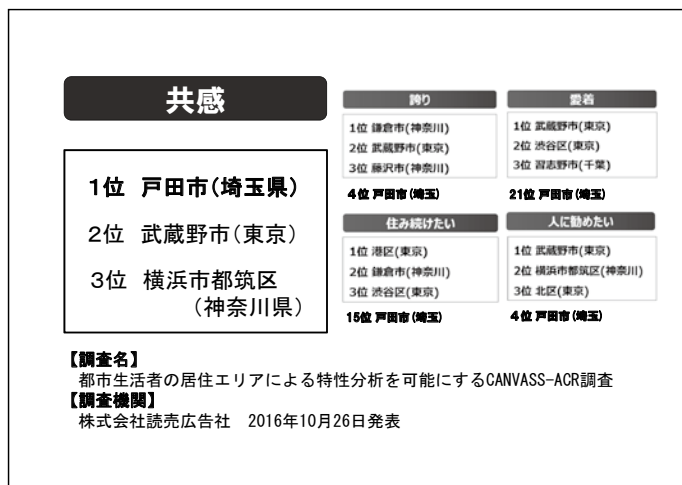


図3-2 街を評価する5つの要素(シビックプライド指標)

出典：筆者作成

第1に、シビックプライドを科学することである。実はシビックプライドには不確実な要素が多々ある。そこでしっかりと科学していく必要がある。この点は、戸田市は既に取り組んでいる。同市は株式会社読売広告社と連携し、「戸田市と株式会社読売広告社の共

同研究に関する協定書」を締結している。同研究は、読売広告社が保有するシビックプライドに関する知見と、戸田市が保有する市民アンケートデータほか各種調査データをかけあわせて、「シビックプライド向上がもたらす効果」や「シビックプライド向上の手段・方法」の分析を進めている。同協定書の第1条には「シビックプライド分野での共同研究により、社会に貢献し、地域社会の発展及び市民サービスの向上に寄与する」ことが目的と記されている。引き続き、同連携を進化・深化してほしい¹²。

第2に、シビックプライドを高めるためにイベントを多く実施していくことを勧めたい。読売広告社は、シビックプライドを「愛着」「誇り」「共感」「継続居住意向」「他者推奨意向」の5指標から測っている。この中で自治体が政策として最も貢献できるのは「共感」になる¹³。そして、この「共感」はイベントに相関が強い。

これは私見になるが、イベントの結果がシビックプライドを高めるのではなく、イベントを実施するまでの過程に意義があると考ええる。その過程で、多くの住民同士が連携・協力することになる（ここで言う市民とは広義の市民である。自然人以外にも法人や各種団体も含まれる）。その体験の積み重ねが共感を高め、シビックプライドを醸成していくことになると思う。その意味では、自治体主体

¹² 現在、EBPMが流行っている。EBPMとは「Evidence Based Policy Making」の略称である。しばしば「証拠に基づく政策立案」と訳される。政策を科学しようとする取り組みである。しかし、筆者が政策づくりの現場に行くとEBPMが実施されていない事実もある。そのため政策が失敗に終わることになる。失敗する理由は明白である。同じEBPMでも「Experience Based Policy Making」のケースが多くあるからである。これは「個人的な経験に基づく政策立案」と訳することができる（EvidenceではなくExperienceとなっている）。シビックプライドは、経験値（Experience）ではなく科学化（Evidence）していかななくては成功しない。

¹³ もちろん、他の指標も自治体として貢献できるが、特に「共感」がダイレクトに影響を与えることができる。なお、筆者の独りよがりの結論ではなく、読売広告社との意見交換の中で導いた結論である。筆者は読売広告社のシビックプライド・リサーチのアドバイザーを担当している。

のイベントだけではなく、住民主体のイベントも求められる。また、住民主体のイベントの場合は、自治体は後方支援に徹するとよいだろう。

第3として、シビックプライドの条例化、あるいは行政計画化を提言したい。シビックプライドを高めていくためには継続的な取り組みが求められる。この継続性を担保するのが条例であり行政計画である（条例と行政計画の双方があるのが望ましいが、どちらか一つでもよいと考える）。ちなみに、筆者の調べた範囲では、現時点において（2018年12月31日）、シビックプライドの条例や行政計画はない。

読者は知っているだろうか。「セーフコミュニティ」という概念がある。セーフコミュニティは、怪我や事故など日常生活の中で、人々の健康を阻害する要因を「予防」することによって、安全なまちづくりを進める取り組みである。世界保健機関（WHO）が認証している。厚木市は「厚木市セーフコミュニティ推進条例」を制定した（全国初である）。同条例の存在がセーフコミュニティを推進するのに大きな効力があったと言える。実際、厚木市のセーフコミュニティは一定の目に見える明確な成果がでている。条例化のハードルが高い場合は行政計画化でもよいだろう¹⁴。

最後になるが、筆者はシビックプライドに取り組む自治体の担当者と意見交換すると、次の感想を持つ。それは「シビックプライド（Civic Pride）をスパイラルアップさせていくことにより、シビックプライドが市民権（Citizen ship）の確立につながっていく」である。これを筆者は「CtoC」と称している。筆者が関わった自治

¹⁴ 本稿でも指摘したが、シビックプライドの特長は「見える」ことである。その観点から考えると、街を代表するモニュメントの製作なども、シビックプライドを高めることにつながる。しかし、このモニュメントの製作などは、自治体がすべきではないと考える。このような「見える」ものは、市民発意で、市民が中心になって動いていくことに成功の方程式があると考ええる。

体の政策づくりに長く取り組んだ経験から得られた経験値である。

また、近年はシビックプライドがシティプロモーションの中で語られる傾向が強い。しかし、筆者はシティプロモーションとシビックプライドは別次元として扱うべきと捉えている。いずれにしろ、本章で取り上げた内容の多くは読者に対する問題提起の意味もある。読者がシビックプライドを考えるための契機になれば幸いである。

■参考文献

- 1 荒木昭次郎著（1990）『参加と協働』ぎょうせい
- 2 倉田和四生著（1999）『防災福祉コミュニティ』ミネルヴァ書房
- 3 マッキーヴァー（中久郎・松本通晴訳）（1975）『コミュニティ』ミネルヴァ書房
- 4 パットナム（河田潤一訳）（2001）『哲学する民主主義—伝統と改革の市民的構造』NTT出版
- 5 牧瀬稔編著（2018）『地域ブランドとシティプロモーション』東京法令出版
- 6 牧瀬稔・読売広告社ひとまちみらい研究センター編著（2019）『シティプロモーションとシビックプライド事業の実践』東京法令出版
- 7 読売広告社都市生活研究局著・伊藤香織他監修（2008）『シビックプライド—都市のコミュニケーションをデザインする』宣伝会議