

議題解説

個性を活かして「選ばれる」まちづくり ～何度も訪れたい場所になるために～

- 1 はじめに
- 2 継続的・定期的に訪れてもらうことの意義
- 3 「何度も訪れたい」場所になるために
- 4 おわりに

1 | はじめに

日本は、2000年代より人口減少社会となった。少子高齢化、労働人口の減少、地域経済の衰退など、日本社会は様々な課題に直面している。その課題は具体的には地域によって異なるが、将来にわたって持続可能な都市となるためには、その地域に一定の密度での人口が維持されなければならない。各自治体は、人口の量的な維持・拡大を念頭に置きながら、様々な分野において、直面する諸課題に取り組んでいる。

このようななか、新型コロナウイルス感染症のパンデミックが発生し、世界中に大きな打撃を与えた。感染が拡大した時期には、人の移動自体を自粛することが要請され、人と「会う」・「集まる」という当たり前の日常が奪われてしまった。結果、経済活動の制限や個人消費の低迷などに伴う、様々な深刻な影響がもたらされた。

その一方で、当たり前の日々が形を変えたことにより、社会のあり方や人々の価値観に変化の兆しがみられた。オンライン会議やテレワークの普及、勤労世代における地方移住の動きなど、働き方・住まい方の変化が、その一例である。個人が、自由度の高い形で多様な働き方や住まい方を選択していくアフターコロナの社会では、「包括的な意味での『分散型』社会」への移行が、社会の持続可能性にとっても、経済の活力にとっても、重要な要因になるとされる¹。

そのように考えると、現在は、大都市への集中という従来の流れから、働き方・住まい方の多様性を含む「包括的な意味での『分散型』社会」に向かう流れへ

の転換点にさしかかっているともいえる。そのような大きな時代の転換を捉え、各都市において、将来的に移住・定住先としての選択肢になることを視野に入れながら、人々が訪れ、集まり、交流する場所として選ばれるような個性を活かした魅力ある地域づくりについて考えることが、今求められているのではないか。

では、その前提に立つとき、魅力ある地域づくりのために重要な要素は何であろうか。元来、都市は、不特定多数の人が集う場である。都市では、暮らしの便宜を図るために、商業や様々なサービスが発達することから、いっそう人が集まり、交流が促されてきた。地域外から都市を訪れる人々は、客観性や自由、普遍性を都市にもたらし源である²。例えば、出島を通して古くから国際的に開かれていた長崎は、江戸時代には貿易、昭和の時代には観光など、時代によって交流の形を変えながらも、異なる価値観・文化をもつ不特定多数の人が流動的に出入りし集積することで、新たな文化や産業を創出し、独特の個性を獲得してきた歴史をもつ。時代の変化とともに、都市間交通手段の充実、モビリティの革新などによって、交流の機会はますます増加してきている。同時に、地域外から訪れる目的や交流の中身も大きく変わっていくことが予想される。そのような状況のなか、都市が持続的に発展していくためには、広い視野で人と地域の様々な関わり方を実現していくことが必要であり、地理的条件や地域資源など、様々な都市の個性を活かした魅力あるまちづくりに取り組み、地域外の人々が継続的・定期的に訪れる機会を創出するための方策を検討することが重要であるだろう。

以上をふまえて、今回の会議においては、「また訪れたいくなる、何度も訪れたいくなる」魅力ある地域づくりのための基本的な考え方や処方箋を検討し、議論することとしたい。

2 | 継続的・定期的に訪れてもらうことの意義

(1) 地域外の人との多様な関わりがもたらすもの

地域外の人と特定の地域との関わりには、どのような形が考えられ、地域に何をもちたすだろうか。訪問の典型的な形態の1つである、観光を例に挙げて考えてみよう。2003年に観光立国化を目指した政府が策定した「観光立国行動計画」によると、「一地域一観光」に向けて、地域の魅力あるコンテンツを生み出す活動を支援していくことが謳われていた。地域経済に対して観光が担う貢献度は大きい³、交流人口の増加にむけて自治体が寄せる期待はそれだけではない。例えば、観光で訪れる人々は、消費者としての側面だけでなく、地元の人との交流などを通じて、その土地の新たな価値に気づかせてくれる存在でもある⁴。よって、交流人口の増加は、地域活性化にとって重要な施策である。

そのなかでも、今回の会議においては、地域外の人々が「継続的・定期的に」地域を訪れることの意義に着目する。人と地域の関わりには、多様な様相がある。訪問の形態についても、つぶさに実態を見れば、観光、仕事、ボランティア活動、2拠点生活、移住・定住など、グラデーションがある⁵。特定の地域を継続的・定期的に訪れ、地域に関与する地域外の人々は、その地域に愛着をもち、将来的に移住へと移行する可能性もありうるし、また、継続的・定期的に地域と関わりをもつて地域活動に関与してくれるような関係性を深めることもできる⁶。

都市にとって、地域外の人々の意義は、集団の一面的な傾向にとらわれない特有の客観性にある⁷。地域外の人々が地域課題に関わることで、地域住民にはない新たな視点で地域の課題や魅力を発見することができる。また、地域住民と地域外の人々が対等に協働することによって、地域創生の主体となり、創発的な解決に結びつくことが期待できる⁸。さらには、何度も訪れ、継続的・定期的に関わることで、地域にとって新しい風が常にもたらされている状態となる。それが、一定の産業分野の発展や一時の経済の活性化だけではなく、多様な主体が支え合い快適で安心な暮らしを営み続ける持続可能な地域づくりへの追い風になるのではないだろうか。

(2) 継続的・定期的に訪れてもらう機会や仕組みづくり

では、都市が地域外の人々に選ばれ、継続的・定期的に訪れてもらう機会や仕組みは、どのように作られるべきか。画一的な紋切り型の政策では不十分であろう。各都市には、それぞれ固有の個性豊かな自然や、歴史、文化などの地域資源がある。地域外の人々が求めるものは、ほかにはないその地域の固有性である。そのため、各都市にとって、それぞれが保有する地域資源を点検・発掘し、強化していくことが重要となる。さらに、点検・発掘した固有の地域資源を、都市の魅力としてプロモーションしていくことも肝要である。シティプロモーション⁹は、新聞、雑誌、テレビといった既存のメディアだけではなく、ソーシャルメディアや発信力の高いインフルエンサーおよびSNS媒体を活用したプロモーションも有効となるだろう¹⁰。

地域に関心をもたせる仕組みとして、オンラインでの関わり方の構築も重要である。ソーシャルメディアの活用などオンラインの接触率を高めることは、直接地域に赴いてもらう契機の一つになる。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、近年はバーチャルな交流がいつそう拡大・定着しつつある¹¹。その一方で、オンラインではなく、オフラインで会って交流すること（「リアルな場所」でつながること）の価値に対する支持の根強さは、活動の「自粛」を経験して再確認された¹²。自然、景観、施設、雰囲気など、そこに行かなければ味わうことができない交流や体験は、長期の自粛期間を経た今、改めて熱望されているといえるのではないだろうか。

3 | 「何度も訪れたい」場所になるために

それでは、何度も訪れたい場所を創造する取り組みの方向性について、具体的な事例を交えて検討したい。

(1) 地域特有の資源を活用する

都市は、歴史や文化、景観、風土など、固有の地域資源をもつ。何度も訪れたい場所となるためには、その地域における固有の地域資源を最大限に活かした、魅力あるまちづくりが必要であるだろう。近年は、観光の傾向が変化したこともあり¹³、従来のような有名な観光スポットや風光明媚な景色だけでは、継続的・

定期的な訪問には結びつきにくい。PRしやすい既存の地域資源だけではなく、特定のテーマや趣味活動など、ターゲットに応じて既存の地域資源を活用する仕組みづくりが必要となる。

例えば、伝統的・歴史的なまち並みは、来訪の目的になるだけでなく、地域住民の愛着や誇りに結びつく。まち歩きは、まち並みを身近に感じることができる「コト」消費観光の代表といえる。日本初の本格的まち歩き博覧会「長崎さるく博'06」¹⁴の成功を契機として、地域特性を活かす観光まち歩きツアーは、全国的に増加した。地域住民が行うまち歩きのガイドは、地域の魅力を認識し、シビックプライドの再生にも貢献する。この、まち歩きというミクロな視点で再発見された、東京都の「谷根千」（谷中、根津、千駄木を指す）のような下町も、日常生活空間を楽しむ場所として注目されている。また、まちを1つの宿と見立て宿泊施設と地域の日常をネットワークさせ、まちぐるみで宿泊客をもてなす「まちやど」¹⁵は、既存のまち並みや歴史的資源を活かす手法である。加賀市の「まちやど」普及事業に見られるように、空き家問題解決に寄与したり、地域の持続可能な仕組みづくりにつながる事が期待できる。

また、地域資源とスポーツを融合し、スポーツを観る（観戦する）、する（楽しむ）だけではなく、周辺の観光も同時に楽しむ、スポーツツーリズムも人気がある。地域の自然環境、気候、立地、インフラなどの特性を最大限に活用できるスポーツを資源として、その資源性が損なわれないよう保全しながら快適な環境を整備し、イベント・大会などで来訪者を創出することができる。近年は、サイクルスポーツを地域振興の1つとして取り組みはじめた自治体も増えている。沼津市では、「NUMAZU サイクルステーション静浦東」を整備し、地域おこし協力隊とプロジェクトチームが連携して、地元の地域資源を活用した取り組みも積極的に行っている。さらに、プロスポーツのクラブチームが拠点とする地域や、キャンプの開催地には、地域外のファンがリピーターとして訪れる。クラブチームは、ホームタウンである地域に根差した存在として住民の愛着と結びつき、地域活性化に寄与する存在となりうる¹⁶。

ほかにも、食文化、民謡やジャズ、ロックフェスといった地域に根付いた音楽文化、民謡や方言を活かした地域交流など、地域には多様な資源がある。こうした地域資源を見つめ直し、地域住民や訪れる人々と

ともに、地域の魅力を高めていくことが重要であろう¹⁷。

(2) 交流・参加の機会をつくる

地域住民との交流やイベント、体験プログラムなどへの参加は、当該地域への貢献意向が最も強い関わりである。地域外の人との交流を通じて、地域住民が気付いていない地域の魅力・価値を発見し、自信と誇りを取り戻すことも少なくない。地域外の人も、体験やアクティビティを通じて地域住民と関わり、地域に愛着をもつことができる。今後、地域での交流・参加の形態で注目されるのは、地域側のニーズと地域外の人との関心を結びつける存在であり、多くの場合、若者のようなアクターが主役となろう。

グリーンツーリズム、国内型のワーキングホリデーや山村留学体験など、緑豊かな地域において、自然や文化、交流を楽しむ余暇活動のような地域住民との交流活動は、農村地域で普及してきた。加えて、地域外の人々が定期的に農作業に参加し農家と関わる「援農」の形態にも目を向けたい。八幡浜市では、毎年短期でミカン収穫作業を手助けする人を全国から募集する¹⁸。金銭的な報酬だけではなく、交流の場を創出することで、地域の魅力を感じてもらい、毎年の作業に加わる人々はリピーターとして地域に定着する。同様に、地域の短期的・季節的な人手不足で困っている農家や事業者と、地域に興味をもって訪れる人々をマッチングする民間サービスである「おてつたび」は、お手伝いと旅を組み合わせる新しい交流の形といえる¹⁹。

特定領域のファン層を取り込んで、地域のサポーターになってもらい何度も訪れてもらう取り組みもある。「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」は、アートが橋渡し役となって、地域住民と芸術祭に向けて協働することで、地域の課題解決のためのアクションプランの策定・実施につなげている²⁰。

(3) 新しい働き方の場を提供する

働き方の多様化によって、自分の好きな場所に住み、好きな場所で働くなど、新たなライフスタイルへと移行する者は、増加傾向にある。新型コロナウイルス感染症のパンデミックで、人流が抑制されたことから、サイバー空間は広く拡張され、新しい働き方は定着しつつある。その結果、リアルな身体を置く場所の選択肢が広がった。そのため、テレワーク環境などが整備されている都市は、新たなライフスタイルを実現する場所として選ばれていくだろう。

テレワークの活用例の最たるものとしては、普段の職場から離れ、リゾート地などで普段の仕事を継続しつつ、その地域ならではの活動を行う「ワーケーション (Workation)」が、令和の時代の新しい生き方・働き方として脚光を浴びている。ワーケーションの利点は、利用者のストレス軽減や業務効率の向上、企業の人材流出の抑止やイノベーションの創出などが挙げられる。自治体にとっても、地域と企業のつながりや、個人間のつながりの創出が期待でき、その結果、新たな長期滞在・頻繁な来訪目的を創出することができる。和歌山県は全国の自治体に先駆けてワーケーションへの取り組みを開始しており、企業のサテライトオフィスの開設や ICT 企業の誘致なども推進するなど、実績を積んでいる²¹。豊かな自然を活かし、自然体験のなかでのマネジメント、農業体験など、人材育成のための研究プログラムを組み込んだ、妙高市の「ラーニング型ワーケーション」も魅力的な取り組みである²²。長野県および和歌山県が全国の自治体に参加を呼びかけ、ワーケーションの普及促進を目的として2019年11月に設立された「ワーケーション自治体協議会」の会員自治体は208 (1道23県184市町村:2022年7月時点)となっている²³。

また、都市部と地方部に拠点を持ち生活する2拠点 (複数拠点) 居住は、アフターコロナの社会でも定着していくと思われる。昨今の「働き方改革」の影響もあり、地方副業などもさらに広がっていくであろう。那珂川市の「こととば那珂川」事業は、公共施設「ナカイチ」を運営し、新たな仕事や働き方を志向する人、時代の変化に柔軟なアーティストやクリエイター、まちでの活動に意欲的な人、移住を考えている人が集まり、偶発的に新たなパートナーシップを結ぶ「場」を設けている²⁴。移動能力、情報収集能力を備えた若者が訪れ、交流の幅を広げるためにも、中心市街地などに設けられる新しい「場」の存在意義は大きいといえる。

4 | おわりに

何度も同じ都市を訪れ、地域とのより深い関わりをもつことは、来訪者にとっては、人間関係を新たに構築し体験を深めるなど、自由で創造的なライフスタイルの選択肢の1つになる。都市にとっては、地域外の人に繰り返し訪れてもらい密度の高い関わりを深めてもらうことで、地域の新たな魅力を形あるものとし、

地域の活性化を促進し、持続可能な地域社会を構築していくことに結びつくだろう。様々な文化の交流・集積によって魅力を増す潜在能力を、都市はもっている。

これまで見てきたように、「また訪れたいくなる、何度でも訪れたいくなる」魅力ある地域づくりは、すでに全国の自治体で様々な試みがなされている。今回の会議を通して、それらの取り組みに共通する要素や、取り組みをより発展させるために必要な視点に着目しながら、議論を深めたい。

(注)

- 1 広井良典「人口減少社会と分散型システムの展望」後藤・安田記念東京都市研究所『都市問題』第112巻第11号、2021年、9頁。
- 2 町村敬志『都市に聴け—アーバン・スタディーズから読み解く東京』(有斐閣、2020年)10頁。
- 3 深見聡、井出明「観光の本質をさぐる—歴史観光論と復興観光論の立場から」深見聡、井出明編『観光とまちづくり—地域を活かす新しい視点—』(古今書院、2010年)5頁。
- 4 「観光者は、消費者としての側面だけでなく、地域との交流を通じて、地域個性文化の活性化と継承を担う存在でもあ」るため、「地域の活動者/利害関係者と捉え、積極的に参加・協働の相手方として位置づけていくことが求められよう」三浦正士「これからの観光政策と自治体行政」日本都市センター『都市自治体におけるツーリズム行政—持続可能な地域に向けて—』2020年、116-117頁。
- 5 人と地域の関わり方の多様性から、「関係人口」という概念に注目が集まっている。関係人口とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉である (総務省、関係人口ポータルサイト <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html> (最終閲覧日2022年4月12日))。小田切徳美によると、移住を促進するためにはもっと多様な段階を想定し準備することが必要であり、最近ではよく見られるお試し移住など、比較的新しいステップも注目される (小田切徳美『農村政策の変貌—その軌跡と新たな構想』(農文協、2021年)239頁)。また、田中輝美は、特定の農村に強い思いをもちながらも、あえてその地域に定住しないライフスタイルを選ぶ若者群を「風の人」と呼び、定住しなくてもよい地域への関わりにも着目する (田中輝美『関係人口の社会学—人口減少時代の地域再生』(大阪大学出版会、2021年)79-81頁)。「風の人」のように、関係人口は関わり方のステップを外れる存在も包摂している。
- 6 すなわち、ゼロから関係人口を創出する政策 (「関係人口創出」政策) と、現在の関係人口をより深める政策 (「関係人口深化」政策) が考えられる (室蘭市・一般財団法人地方自治研究機構『地域ブランディング・プロモーションに関する調査研究』2021年、53頁)。
- 7 ゲオルク・ジンメル (居安正訳)『社会学—社会化の諸形式についての研究 (下)』(白水社、1994年)287頁。
- 8 地域には、過去から連続と続く歴史があり、地域を支える慣習や行事、会合や共同作業などが多く存在する。人口が減少する中、それらを見直す必要があるが、地域住民だけでは難しい。地域のあり方に対してメスを入れるためには、地域外住民も含めた多様な主体が参画する必要がある (作野広和「移住・定住の意義と自治体が取べき方策」(特集 地方回帰を追い風に地域一体で進める移住・定住促進策)『市政』第71号、2022年、36頁)。
- 9 日本都市センター『シティプロモーションによる地域づくり—「共感」を都市の力に—第14回都市政策研究交流会』ブックレットNo.33、2014年、2頁。
- 10 ローカル・イベントにおいても、若者が SNS やウェブメディアを創造的に活用する事例は枚挙にいとまがない (木村絵里子他編『場所か

- ら問う若者文化—ポストアーバン化時代の若者論』（晃洋書房、2021年）169頁。
- 11 関係人口の中には SNS などのソーシャルメディア、インターネットプラットフォーム、WEB ミーティングシステムなどを通じて行われている交流、オンラインイベント、オンラインサロンへの参加など、非訪問系で地域と関係をもつ人々も含まれる（国土交通省ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会「最終とりまとめ～関係人口と連携・協働する地域づくり～」2021年3月、14頁）。
 - 12 木村絵里子他編、前掲注（10）177頁。
 - 13 近年、観光のあり方は、メガツーリズムの終焉、発地型観光から着地型観光への転換、大量生産型ツーリズムからオーダーメイドツーリズムへと進みつつある（須藤廣「日本における観光の変容とポストマストツーリズム（ニューツーリズム）の誕生」上山肇・須藤廣・増淵敏之編『ポストマストツーリズムの地域観光政策—新型コロナ危機以降の観光まちづくりの再生へ向けて』（公人の友社、2021年）24頁以下）。
 - 14 長崎県長崎市、長崎さるく博'06 (<https://web.archive.org/web/20090225090331/http://www.sarukuhaku.com/>（最終閲覧日2022年4月12日））は、2007年より、「長崎さるく」へと名を改めている（<https://www.saruku.info/>（最終閲覧日2022年4月12日））。
 - 15 日本まちやど協会 HP、<http://machiyado.jp/about-machiyado/>（最終閲覧日2022年4月12日）。
 - 16 Jリーグの発足理念は、まさに地域貢献にあり、そのJリーグに端を発し、地域のアイデンティティとしてのプロスポーツの重要性あるいは公共性が認められつつある（小林至「プロスポーツチームと地域」（特集2 スポーツと地域の新しい関係）後藤・安田記念東京都市研究所『都市問題』第111号、2020年、70頁）。
Jリーグ規約第1条 [Jリーグの目的] 公益社団法人日本プロサッカーリーグ（以下、「Jリーグ」という）は、日本のサッカーの水準の向上およびサッカーの普及を図ることにより、豊かなスポーツ文化の振興および国民の心身の健全な発達に寄与するとともに、国際社会における交流および親善に貢献することを目的とする。
 - 17 「市長座談会 JAZZ を生かしたまちづくり 音楽の力で進める地域の活性化と復興」『市政』第68号、2019年、10-15頁。
 - 18 岩崎真之介「愛媛県JAにしよう「みかんの里アルバイター事業」の仕組みと新たな展開—果樹大産地はいかにして全国から多数の短期雇用を確保しているか?—」JCA 研究レポート No.9、2020年、1頁以下。
 - 19 おてつたび HP、<https://otetsutabi.com/>（最終閲覧日2022年4月12日）。
 - 20 新潟県十日町市、大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ HP <https://www.echigo-tsumari.jp/support/>（最終閲覧日2022年4月12日）。
 - 21 和歌山ワーケーションプロジェクト HP、<https://wave.pref.wakayama.lg.jp/020400/workation/index.html>（最終閲覧日2022年4月12日）
 - 22 柳内陽子「新たな人の流れの創出を目指した妙高市の取組」『ファインナンス』第667号、2021年、81-82頁。
 - 23 ワーケーション自治体協議会 HP、<https://www.facebook.com/WorkationAllianceJapan/>（最終閲覧日2022年4月28日）。
 - 24 福岡県那珂川市、こととば那珂川 HP、https://cototoba.com/news/20170218report_lvs1/（最終閲覧日2022年4月12日）。