

地域イニシアティブの時代とその発想

ほうじ せんた
傍士 銑太

一般財団法人日本経済研究所 専務理事 兼 地域未来研究センター長

(本稿は、平成23年12月7日に松江市で開催された講演会の要旨を事務局にて取り纏めたものです。)

地域主義との出会い

まず、このような由緒ある旅館¹でお話させていただけると大変感謝いたしております。家内の実家も400年以上歴史のある旅館を営んでおりましたので妙に落ち着きます。

私は、高知市の出身です。さきほど、Jリーグ理事というご紹介をいただきましたが、小学校時代は野球少年でした。中1の時にサッカーに出会い、サッカーマガジンに掲載された世界各国リーグの成績表を見て驚きました。チーム名が、すべて都市名だったからです。当時唯一のプロスポーツであるプロ野球は、チーム名が企業名だったので都市名の響きはとても新鮮でした。以来、日本全国が地域対抗戦に彩られるような社会になれば面白いなあ、という夢をずっと抱き続けておりました。

こうした社会を学び日本で実践していくためにはドイツが一番のお手本だと思い、たまたま日本開発銀行の会社案内にあった「フランクフルト駐在員事務所」「地域開発業務」というフレーズに惹かれ入社しました。

1993年Jリーグが開幕した時、ヨーロッパではEUが発足をして、その組織形態はインターネットのクライアントサーバ型になりました。当時、ソフトウェア開発会社に出向して平均年齢28歳、50人のエンジニアとともにIT時代の夜明けに身を置いていた私は、ホストコンピューター型システムの日本

とは違う地方分権社会をこの目でぜひ観てみたいと思い、1998年念願のドイツ勤務がスタートしました。

生活者の目線から視ると地方分権社会は実に興味深い。これを調査・研究して日本に伝えたい、日本からの視察団に体感してもらいたいと各地を案内しました。富山市のLRT化の実現に関わった人たちもいました。郊外の鉄道から市内の路面電車に直接乗り入れるカールスルーエ・モデルを体験してもらい、地元チューリップテレビで欧州のLRT番組の制作をお手伝いしました。富山の方々が、今もLRTによるまちづくりを迷いなく推進できるのは、このときに確固たるイメージができていたからだと思います。

2001年ドイツから帰国後は、全国各地を回り分権社会の種蒔きや実践のお手伝いを続けております。中でも、最初に取り組んだのが皆さんご存じの自動車の「ご当地ナンバー」でした。全国19カ所で、新たに運輸局を設けなくても新しい地名のナンバープレートをつけて走れるようになりました。ここは、全県が島根ナンバーですが、松江ナンバー、出雲ナンバー、浜田ナンバーが走る姿がなぜ日本ではないのかと調べたら、地方運輸局の有無が要件で、ドイツのように各自治体の権限ではないということがわかりました。

伊豆ナンバーを要望していた当時19市町村の首長さん方と一緒に、参議院に出向いて国土交通省の扇千景大臣(当時)に直訴しましたら、その場で「検討しましょう」となったわけです。国交省の人には

¹「佳翠苑皆美」松江市玉湯町玉造温泉所在



【傍士銃太氏のプロフィール】

高知市生まれ。1980年3月、慶應義塾大学経済学部卒。
日本開発銀行（現日本政策投資銀行）入社。経済企画庁出向時に経済白書執筆、同行フランクフルト首席駐在員、岡山事務所長、地域振興部審議役などを経て、2009年より現職。
慶應義塾大学院非常勤講師（地域政策論）。2009金沢創造都市会議メンバー、青森県ツーリズムアドバイザー、整備新幹線問題調整会議有識者メンバー、内閣府構造改革特区評価委員。Jリーグ理事、同公式HPに「百年構想のある風景」を連載中。
著書に「都市のルネッサンスを求めて」（共著 2003年 東京大学出版会）。
2006年に登場した“ご当地ナンバー”の提唱者。

すごく恨まれたと思います。検討委員会を経て、2006年10月に19カ所のご当地ナンバーが誕生しました。ここ山陰でも、松江、出雲、浜田、米子、境港ナンバーなど当たり前にあってしかるべき、と誰もが思うことが地域主義の第一歩です。

地域イニシアティブの時代

これから「地域イニシアティブの時代」というお話をします。今、時代が大きく変わろうとしているわけです。地域が変わることとは、国と地域の相対的な関係が大きく変わっていくことです。地域の問題を国だけで解決してくれるだろうと考えても永遠に変わりません。なぜなら、現実の世界は中央集権を前提に組み立てられ動いているわけですから。でも、中央集権という社会システムのままの先進国は、唯一この日本だけとなりました。

たとえば、情報発信の一極集中という問題です。何でもかでも、ラジオも、テレビも、出版も、すべて東京という場でスクリーニングされて、発信されていく。情報の現場から直接、全国に向けてそのまま発信される日常はほとんどありません。そして、出演している文化人、芸能人も、最近では関西人に至るまで東京に移り住んでしまっている。地域の正確な情報発信や分析は、どこに出演する人が住んでいるかに左右されます。ですが、実際は東京に集中している。財源や権限の議論とは異なり、地域の置かれている問題は東京では個別に判断できません。

地元島根出身の竹下登首相の時に、「ふるさと創生」という名目で用途自由な1億円をすべての市町村に支給しましたが、何も考えていない多くの地域では、金塊を買ったり、宝くじを買ったりしまし

た。これは、お金がないからではなく、地域の未来について日頃から考えていないところから地域はダメになっていくと思いました。ですから、お金があればどう使うかというトレーニングを日頃からしていないと、また同じことになってしまう。つまり、財源や権限の自立の前に、意識の自立を地域側で用意しておかないと、地方分権の実現にはならないのではないかと。これが、私がドイツにいて感じたことでした。

意識の自立は、日頃から地域の未来を具体的に議論し描くことです。お金がなくてもすぐにできることです。地域イニシアティブとは、問題解決の主導権を地域が握ることです。そのためには、豊かな発想力とか、それを実践する強い意志力が問われます。

明治維新後に、大きく中央集権に振れたままで、現在に至っております。戦後、一度はアメリカが地方分権化を要求しましたが、日本側はこれを曲げて中央集権に戻ってしまったという話を聞いています。今回の震災をきっかけにできるかが重要なポイントです。国の成り立ちを地域から変えていく、今がその時だろうと思います。

Small is Beautiful

小さいという意味は、人間が中心だということです。外国から、クリスマスカードが届く季節ですね。日本では年賀状になります。宛名書きの順番に注目しましょう。日本では大きい行政単位から小さい方という順番ですが、欧米では個人名から書き始めて最後に国がくる。この優先順位のちがいが重要です。日本では、いつも国が先にくるために、地域

意識が希薄になる。何か問題があったら、国に解決を求めたがり、まず自分たちで何とかしようという掛け声があがらない。

国民である前に、まず市民でなければということです。「なでしこジャパン」を応援する前に、地元のチームを応援する姿が大事なことです。「秘密のケンミンSHOW」というテレビ番組がありますが、その中で、すごく不自然な表現がたびたび聞かれます。「松江市に住む島根県民は」というフレーズです。「島根県に住む松江市民は」というのが正しい言い方だと思います。これからは、シミンSHOWの発想です。

「ご出身はどちらですか」と聞かれて、島根ですと県名を言うのではなく、松江です、浜田ですと、生活する町の名前をまず口にできるかがポイントだと思います。ヨーロッパで「どこから来たのですか」との問いに、普通は「日本から」と答えます。向こうの人は、臆することなく自分の住む町の名前を言います。ドイツのヴォルフスブルクやドルトムントは、香川選手や長谷部選手がプレーするまで有名ではなかった。それが、日本中にすぐ知られてしまう威力をどう思われますか。今までは、小さいからダメとか言っていましたけれども、小さいことが一番すばらしいと、由布院温泉の中谷健太郎さんが説いていました。

小さいから、身近に温かい関係が生まれる。

小さいから、個性的な価値が生み出せる。

小さいから、大きな資本は要らない。

これが、地域主義の原点だと思います。

“Home”のある風景

今すぐにはできること、お金の比較的かからない提案を様々申し上げます。それは、「Homeのある風景」をつくるという話です。地域愛や地域の価値が表現されている風景を子どもたちに残し伝える考え

方、発想、哲学にヨーロッパで目を奪われました。

これからお話しするいろいろなアイデアを一つでも採用してください。

(1) 空港名・通り名・列車名

土佐経済同友会の代表幹事だったおじが「高知龍馬空港という名前にどうしてもしたい」と実現したのが、2003年でした。それ以降、米子鬼太郎空港、出雲縁結び空港なども出来ました。今日も機内放送で5回、米子鬼太郎空港の名がアナウンスされました。今、全国で愛称化され始めましたが、これはすごく大事なことなのです（表1）。

表1 ご当地空港

| | |
|---------|---------|
| オホーツク紋別 | たんちょう釧路 |
| 富士山静岡 | コウノトリ但馬 |
| 米子鬼太郎 | 出雲縁結び |
| 高知龍馬 | 徳島阿波踊り |
| 岩国錦帯橋 | 対馬やまねこ |
| 阿蘇くまもと | |

世界の空港には、正式名称として人名の付いた空港が出身地にたくさんあります。ベネチアのマルコ・ポーロ空港。アルバニアの首都ティラナのマザー・テレサ空港。ワルシャワのショパン空港。ローマのダ・ヴィンチ空港。セントルイスのルイ・アームストロング空港。リバプールのジョン・レノン空港。サッカー界でも、北アイルランドのベルファストのジョージ・ベスト空港。地元が誇る人物を空港名に残しています。

通りの名前もそうです。私の住んでいたフランクフルト市には、シューベルト通り、メンデルスゾーン通り、シューマン通り、ベートーベン通りなど音楽家の名前の通りが集中した一画がありました。

ウィーン行きの国際列車には、ヨハン・シュトラウス号、モーツァルト号、ハイドン号、ミラノ行きはヴェルディ号があります。

(2) 学 都

大学の名前も正式名称で人名がついています。ゲーテ・フランクフルト大学、ハイネ・デュッセルドルフ大学、ゲーテンベルク・マインツ大学、フリードリヒ・シラー大学イエナ、カレル・プラハ大学など多数あります。大学が地域に根ざすと口で言うのは簡単ですが、このようにカタチに表現する覚悟が必要です。

先日、岡山大学の「学都」をめざす地域シンポジウムにパネラーで参加して最初に発言したのは「本当にその覚悟なら、山田方谷岡山大学と変えられますか」。島根大学や鳥取大学もそういう表現にしてみませんか。織田信長も、豊臣秀吉も、わが国の偉人たちは、テレビの大河ドラマの主人公や片隅の銅像になることはあっても、こうして日常生活の中に名が残ることはありませんね。

(3) プロスポーツ

地名は、無形文化財です。日本でもようやく、新しいプロスポーツのチーム名に、企業名ではなく地域名が一般的になりました。山陰だと、bjリーグの島根スサノオマジックとかJリーグのガイナレ鳥取です。

① 大相撲

本場所の取組前に、「青森県津軽郡深浦町出身、何とか部屋」という館内放送を耳にします。人口4万人の深浦町には、一時、関取が舞の海はじめ4人もいました。大相撲の場合は、市町村単位ですから、昔から毎日、深浦町の名が連呼されるわけです。番付にも地名が出ます。しこ名にも地名があります。化粧まわしにも地域の誇りがデザインされています。これは、もともと江戸時代に藩が相撲取りを抱えていた名残らしいですね。これらの表現は、「土地誉め」と呼ばれたそうです。

② プロ野球と大リーグ

高校野球は、最も地域対抗戦の色合いが強いですね。

プロ野球のチーム名には、戦前は本拠地名が付くのが一般的でした。セ・リーグを見ると、巨人なら東京、阪神なら大阪、中日なら名古屋とついていました。現在地名がついたチームは、広島、横浜、東京ヤクルトです。

パ・リーグは、地域密着型経営が奏功しています。1989年の福岡ダイエーホークス以降、千葉、北海道、東北、埼玉と、Jリーグ化していると言えます。北海道日本ハムファイターズの初代の藤井社長は、前職がJリーグのセレッソ大阪の社長だったので、地域に根ざす必要性がよく分かっている方でした。なぜ、楽天の三木谷さんが仙台を本拠地に選んだかということ、Jリーグのベガルタ仙台が地元で愛されていたから、我々が行っても愛されると思ったそうです。現に、仙台人は、bjリーグ（バスケット）、プロ野球、Jリーグどれも、「チーム仙台」として応援しています。

大リーグ中継画面のスコア表示のチーム名は、都市名が一般的です。松坂選手がボストン・レッドソックスに入団した際のテレビの特別番組として、小澤征爾さんと星野仙一さんの対談がありました。2時間も話をして、2人の会話にかみ合わない点の一つ、それは、チーム名です。小澤征爾さんは、ひたすらボストンとニューヨーク、一方の星野仙一さんはレッドソックスとヤンキースと表現しました。ボストンに30年音楽監督として住んでいた小澤征爾さんから見た真のスポーツ文化は、愛称ではなく都市 vs 都市の戦いの歴史だったのです。

③ Jリーグのある町

地域に根ざすという理念をもとに1993年開幕したJリーグは、チーム名から企業名を外して、本拠地、ホームタウンの名前を付け、今、全国各地に40

チームの地域代表ができました。ここで、県名と県庁所在地名が同じ場合、県庁所在地（市）は不利だなあと感じました。たとえば、岡山市はいつも岡山県と区別する必要があるわけです。今から申し上げるJリーグのチーム名、札幌、仙台、水戸、甲府、浦和、横浜、名古屋、神戸、川崎、柏、鳥栖、鹿島、草津、磐田、清水、町田、松本、これらは県名とは異なりますから、それだけで認識できるのです。松江というだけで、イメージが生まれるわけです。ところが、鳥取市の場合は、鳥取県との区別をはっきりさせる努力が必要です（表2）。

表2 県庁所在都市の悲哀

| 県名と同一 (29) | | | 県名と別名 (17) | |
|------------|-----|-----|------------|-----|
| 青森 | 秋田 | 福島 | 札幌 | 盛岡 |
| 山形 | 新潟 | 千葉 | 仙台 | 宇都宮 |
| 埼玉 | 長野 | 静岡 | 水戸 | 前橋 |
| 岐阜 | 富山 | 福井 | 横浜 | 甲府 |
| 京都 | 奈良 | 和歌山 | 名古屋 | 津 |
| 大阪 | 鳥取 | 岡山 | 金沢 | 大津 |
| 広島 | 山口 | 徳島 | 神戸 | 松江 |
| 高知 | 福岡 | 佐賀 | 高松 | 松山 |
| 長崎 | 大分 | 熊本 | 那覇 | |
| 宮崎 | 鹿児島 | | | |

高校野球とJリーグには共通点があります。高校野球では、まず県予選で母校を応援しますが、残念ながら母校は負けてしまう。でも、甲子園大会では、県代表のチームを応援する。つまり、2つの「ホームチーム」を持つことになります。Jリーグも同様です。自分の地元に応援できるチームがある方がいい。山陰にガイナレ鳥取が1つあればいいのではなく、松江にも、浜田にも、境港にも、倉吉にも応援できる地元チームがあり、県リーグレベルの地元とJリーグのガイナレを両方応援する。全国1,750の市区町村におらが街のチームがあって、それが一つのピラミッドを形成するというわけです。

④ bj リーグ

bj リーグには、県名とニックネームのアンバランスがみられます。鳥根スサノオマジックよりも「出雲スサノオマジック」の方がフィットすると思いませんか。大分ヒートデビルズも、別府が本拠地なら「別府ヒートデビルズ」の方が別府市民の心に強く響くでしょう。それは、Jリーグの成功例をみればわかります。鹿島アントラーズ、区の名前の浦和レッズ、大宮アルディージャ、清水エスパルス。縄張りを広域化する発想よりも、コアを持つ存在でないと地域主義は育たない。宮崎シャイニングサンズの本拠地は、都城市です。ならば「都城シャイニングサンズ」の方が、都城市民こそって応援するでしょう。

(4) 原付ナンバープレート

原付バイクのナンバープレートは、形、デザインが自由に決められ、届出、許認可義務がないので、市町村のオリジナルでつくることができます。これなら、自動車と違って国交省の規制を気にしないでいいということで、2007年松山市の「坂の上の雲」ナンバーがスタートし、全国各地に広がっています。今年中には、全国で100市区町村に広まるでしょう。届出、許認可がないということは、全国どこでどのようなものがつくられているか誰も把握できないので、当研究所で『日経研のご当地プレート』専用サイトを今年の4月に開設しました。月一回、更新しています。市町村単位ですから、うちの街には何もないはずはなく、花、木、名産、歴史とか、何か見つかるでしょうね（図1）。

山形県東根市は、さくらんぼの生産日本一で、さくらんぼをデザインしたプレートです。この乗りで、山形新幹線の正式駅名を「さくらんぼ東根駅」に変えました。これで、東根＝さくらんぼと記憶に残ります。安易にゆるキャラを利用するところから、市民みんなで考えて、自分たちの町の誇りを図

図1 ご当地プレート



(財)日本経済研究所ホームページ 日経研のご当地プレート専用サイトより

柄にするところまでさまざまです。1枚の製造コストは、現状が約100円、ご当地化しても200円になる程度で、大したコスト増にならないと思います。デザインを募集する時と、デザインが決まった時には、必ずマスコミが取り上げてくれるネタですから、宣伝効果を考えれば安いのではないのでしょうか。

先日、三重県の伊賀市と滋賀県の甲賀市は、両市長と一緒に忍者ナンバーを作りますと発表しました。伊賀忍者、甲賀忍者、どんなデザインになるか楽しみです。鳥根と鳥取にもたくさん市町村がありますが、現在ご当地化されたのは、まだ1市1町です。鳥取県北栄町の名探偵コナン。コナンの作者の地元です。そして、松江市は松江城のデザインです。皆さん方の街でもぜひ、つくってみてはいかがでしょうか。

(5) 食文化

食文化にも、Homeのある風景がたくさん見られます。

ミシュランの星のついたレストランと言えば、日本の場合は、都会のレストランという錯覚があるでしょう。ミシュランの赤い本を開くと、レストランの所在都市名の隣に人口が書いてあります。ドイツにあるミシュランの星付きレストラン180のうち、人口5万人以下の街に60%、20%は人口1万人以下の街でした。イタリアでは、星が付いた200のレストランのうち、人口5万人以下が75%の153、50%の99が1万人以下の田舎町にあるのです(表3)。

これは何を意味するかといえば、食材、水、ワイン、ビール、風景、すべてが本物、リアルな場所です。それら「モノ」を都会に運ぶことよりも、「人間」自らが地元で足を運ぶことを優先する方が地域は豊かになります。「生産地イコール消費地」として楽しむ食文化が持続的な経済価値を生み出します。そう考えると、食文化の風土は、都会に優位性はないことになります。腕のいい若いシェフをどんどん生産地に集めてお店を出してもらうことかなと思います。

ご当地B級グルメが人気です。今年第一位の蒜山焼きそば、「どこ、それ？」みたいな会話から始まるのが大事です。「ひるぜん」という聞き慣れない地名に意味があります。これが、県名の岡山焼きそばだったらどうでしょう。日生のカキオコも同じ

表3 ミシュランの☆のレストランのある町の規模

| 都市の人口 | ドイツ | イタリア |
|-------|-----|------|
| | 軒 | 軒 |
| 全体 | 180 | 200 |
| 5万人以下 | 100 | 153 |
| 2万人以下 | 70 | 130 |
| 1万人以下 | 32 | 99 |

(筆者調査による)

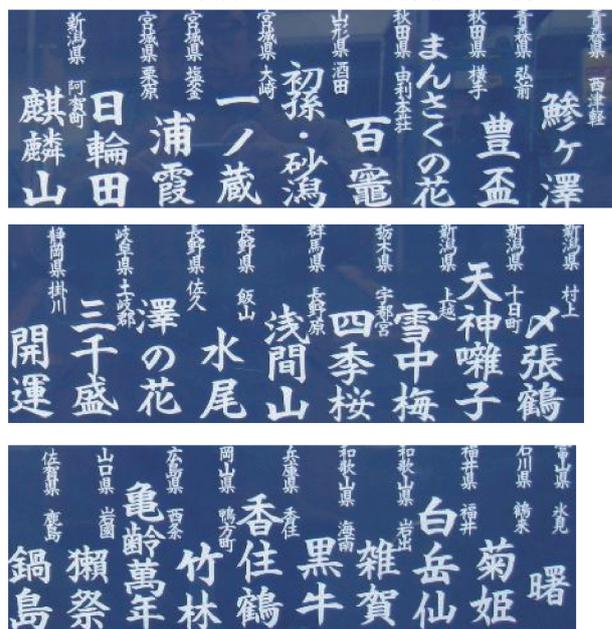
です。これは、岡山というイメージが県名として既にできあがっているからです。青森のマグロではなく大間のマグロ、高知のユズではなく馬路村のユズ、これが地域イニシアティブの時代なのです。小さいからメリットがあるのです。そうやって、「あの街も、この街もみんな島根県にあるんだね」、県内の町の名前をたくさん覚えてもらえる県には競争力があります。松江や出雲しか知らない島根県ではなくて。

(6) 銘酒のメニュー表記を変えよう

私は、今、大がかりなことに取り組んでいます。それは、全国のレストランや居酒屋にある銘酒のメニュー表記の修正です。お酒のメニューの表記には、島根の〇〇、鳥取の△△という県名の表記が普通です。でも、銘酒にも「ふるさと」、ホームタウンがあります。それは、ワインのメニュー表記を見れば明らかでしょう。日本酒や焼酎の銘柄は全国的に有名でも、ホームタウンは意外なほど知られていません。例えば、焼酎でいえば、「魔王」は有名ですが、産地はどこかご存じですか。旧大根占町、合併後は錦江町、人口1万人です。「村尾」は薩摩川内市生まれです。「森伊蔵」は垂水市の産です。錦江町も垂水市も全国区のものを持っているのに活用していない。メニューには鹿児島県の「魔王」とだけ書かれている、鹿児島と魔王の間に『錦江町』という地名を加えるだけで錦江町は全国ブランドになります。「吉四六」の二階堂は日出町、人口1万人の大分県の町です。「土佐鶴」は安田町、人口2千人です。

こういう表記に変えれば、その自治体のホームページでも、一民間企業という枠を超えてその存在を紹介してくれるはず。いまは、有名なお酒がある町なのに誇っていない。まずメニューを変えて町の名を売れば、自治体の方もこれに応えてくれる

図2 日本酒のメニュー表記変更の実例



宮崎屋球三郎商店（世田谷区成城）ポスターより作成

でしょう。こうした提案を、業界紙の醸造産業新聞社にお願いして11月特集号に書かせていただきました。まだ反響は分かりませんが、皆様方もご協力よろしくおねがいます（図2）。

(7) 政令市の区名

新しく生まれた政令市の区の名前にはガッカリさせられます。2009年に政令市になった岡山市は、公募の結果、中区、東区、北区、南区となりました。これに対して、岡山経済同友会の講演会で「麻雀パイじゃあるまいに。」と評したところ、地元誌にこのフレーズが記事になりました。後楽園区、桃太郎区、西大寺区、旭川区とかいいですね。来春政令市になる熊本市でも、中区、東区、南区、西区、北区になります。水前寺区なんて素敵だと思いますが。地域意識を表現できる大きなチャンスだったのに残念です。

(8) 企業市民

企業が当たり前地域に根ざすことは、欧米の有

力企業が「企業市民」として本社所在地を発祥の地から離れないことを見ても明らかです。アメリカの有力企業は、ニューヨークに集中していません。合衆国全土に分散しています。大阪の有力企業は、こぞって東京へ去って行き、別に東京本社という名称まで登場しました。1985年にヒットした♪大阪で生まれた女♪は、フルバージョンでは30分、18番まであるのご存知でしたか。皆様方がカラオケで歌っているのはシングルカット盤で、彼を東京に追いかけて大阪を出ていったところで終わってしまう。でも、18番まで歌いきると、今ごろ大阪へ戻ってくる歌なのです。そういうレコードができていれば、大阪から出ていった企業も大阪に戻ってきたかもしれません。♪トイレの神様♪のように、「大阪で生まれた女・フルバージョン」を紅白歌合戦で歌えば、企業も文化人や芸能人もみんな大阪回帰するでしょう。そうなれば、国の成り立ちも動いてきます。

文化が投資対象になる国へ

地域イニシアティブの時代として地方分権を再考したとき、中央集権の大枠のままに権限を少しずつ分けていこうという発想ではなくて、権限を最初から分別しなおす分権の実現が必要なのです。この仕分けの原点として、憲法改正が求められます。

冷戦終結後、東ヨーロッパの国々がEUに加盟する時、社会システムを中央集権から地方分権に切り

替える憲法改正が行われました。その基本が、1985年に制定された「ヨーロッパ地方自治憲章」です。

「公的な責務は、一般に、市民に最も身近な地方自治体が優先的に履行する。他の地方自治体への権限配分は、仕事の範囲と性質および能率と経済の要求を考慮して行われる。」(4条3項)。

「地方自治体に付与される権限は、通常、十分にしておかず独占的であればならない。この権限は、法律の規定する場合を除き、他の中央または広域政府が侵害または制限してはならない。」(4条4項34)

地元の問題は現場に権限があり、国や広域自治体は干渉してはいけない。地域性のある問題に対しては、イニシアティブは地域にあるはずです。

企業は世界を股にかけ自由に活動しますが、「Home」という地域文化は地元を見捨てることはありません。イタリア、フランス、スイスなどわが国が経常収支で赤字の相手国に共通するものは何でしょう。デザイン、食文化、スポーツ、音楽・芸術、観光など地域文化を歴とした経済的な投資対象として位置づけていることです。そういう国づくりの原点こそ、地域イニシアティブです。そのための意識の自立を醸成する環境として、身近にたくさん「Homeのある風景」をこしらえていきましょう。

本日は、ご清聴いただき、誠にありがとうございました。