

1. はじめに

少子化、高齢化が進む日本社会において、とりわけ地方での人口減少に伴う過疎化が大きな課題となっている。特に、若者の人口流出が進む地域が増えており、働き手や担い手不足が深刻な問題である。国や地方自治体などがさまざまな施策を打ち各種対策を施しているが、日本国内全体の人口が減る状態において、有効な手立てが打てていないのが現状である。また、課題が複雑化しており、高度経済成長の時のような一律的な課題解決策はない。

そのような状況下において、多くのステークホルダーが集まり、対話をするにより課題の本質に迫り、あらたな課題解決策を探ることは、現状打破の一步へととなり得る。いち早く人口増加や経済成長が止まったヨーロッパでは、「フューチャーセンター」と呼ばれる官民が一体となって未来の社会づくりを行う“場”が所々で運営されている。そこでは、行政・企業・NPO、さらには市民が参加して、複雑な課題について話し合い、施策案を練り、課題解決に向けた活動が行われている。

オランダの LEF は道路や水を管理する省庁が運営しており、洪水や渋滞といった生活における課題を政府と事業者が話し合っている。標高の低い土地が多く、水と一体となったまちづくりがなされており、市民の生活における社会インフラのありかたを解いている。

デンマークの MindLab は児童教育省と雇用省、経済成長省の 3 省庁が設置しているフューチャーセンター。各々の役割をもつ省庁が連携し、共通課題を市民と一緒に考えていく。

一方日本では、サードプレイスと呼ばれる場が増えており、ヨーロッパにおけるフューチャーセンターの役割を果たしている。サードプレイスは直訳すると第三の場所。ファーストプレイスが自宅、セカンドプレイスが会社や学校、そしてサードプレイスはそれ以外の場所を示すが、カフェや図書館、公民館など様々な人が集まる場所を指すことが多い。近年では、社会的課題を解決する場として運営されるケースも見受けられ、昼間はコワーキングスペースとして仕事場となり、夜や週末は課題解決に集まる人に対して、ワークショップやセミナーなどが開催される。

行政に任せるのではなく、市民自らが対話し考え行動する。そこには、地方創生をテーマに集まる人も多く、地域の課題を持ち寄り、都市部や他地域と繋がることで課題解決を図っている。市民が中心となり、そこに企業や行政が集い、皆が一体となり社会課題に立ち向かっていく。そういった新たな試みが始まっている。



図 1 LEF フューチャーセンター

2. 3×3Labo(さんさんラボ)の紹介

「3×3Labo」は CSV(Creating Shared Value)ビジネス創発拠点として三菱地所が設立した登録制オープンスペース。会社でも自宅でもない第 3 の場所「サードプレイス」の機能を持ち、のべ 1 万人が通う市民大学「丸の内朝大学」などのコミュニティと丸の内の大手企業をつなげる交流・活動拠点を目指している。2014 年 1 月に東京丸の内の富士



図 2 3×3Labo 開所式

ビルで開設し、8月末までの8ヵ月間で述べ25,000人、セミナーやワークショップなどのイベントが400回以上行われ、多くの人に親しまれた。同年10月からは場所を東京駅北側の日本ビルに変え再オープンした。独立行政法人中小企業基盤整備機構(以下「中小機構」と連携し、中小機構が「TIP*S(ティップス)」を、当社が「3×3 Labo」をそれぞれ運営している。全国各地の中小企業・小規模事業者のネットワークと広域丸の内の企業コミュニティを連携させ、東京駅前で新たなビジネス創発支援の場となる交流・活動拠点として活動中。2016年3月までの運営を予定している。

「TIP*S/3×3 Labo」は二つの異なる施設の利用者が交流することで、新産業創出や、中小企業がもつ商品・技術力と大丸有エリアに集まる人材とのコラボレーションによるビジネスアイデア拡大、双方の人材交流による事業ヒント獲得、多分野への展開を促進する。女性やシニアの人材活用、就業者の健康管理、子育て世代が働きやすい環境づくり、食の安全や地域振興を目指す都市と地域の連携など、多岐にわたる今日の社会課題解決と日本の競争力の強化などに取り組んでいる。



図3 3×3Labo イベント風景

3. 3×3Labo の成果

「3×3 Labo」は、トリプルボトムラインといわれる社会・環境・経済の要素を取り入れ、より良い社会を創るために、環境に配慮しながら、経済性を追い求めている。その中でも、地方創生を重要テーマの一つととらえ、中小機構と連携し活動を進めている。以下に具体的な取り組みについて紹介する。

(1) DBJ(日本政策投資銀行)との地域活性化プログラム

DBJは2013年にオープンイノベーションプラットフォーム「iHub」を設立、新しいビジネスの創発に向けて活動を続けている。広島での多角的企業コラボレーション、大阪では複数企業とアライアンスを組んで「健康」「ヘルスケア」ビジネスに多角的に取り組んでいる。他にも各地で地盤を築いたブランチがあり、「iHub」を起点としたセミナーや交流を地方で開催するなどの活動もしている。

そのDBJが、3×3Laboとタッグを組み合同ワークショップを開催。地域活性化をテーマに、企業が取り組むイノベーション、ソーシャルアクションの可能性を探った。

3×3Laboは「中小企業×大企業」「中央×地方」を軸に活動を展開しており、DBJの持つ方向性と親和性が高く、両者とも地域活性化に限らずソーシャルアクションの最先端に関わる「精鋭」が揃い、50名を近くの人員が集まって高密度・高精細なワークショップを行った。

金融の目線から地域活性化を考え、さらには実際に取り組みを行っているプレイヤーを交えて意見交換することで、各地で携わっている事例紹介に対する意見交換が発散に終わらず、具体性があり、実業につながる現場感のあるアイデアが生まれた。



図4 DBJ ワークショップの様子

(2) 「燕三条 工場の祭典」を通じたまちの魅力発信

金属加工の産地、新潟県燕三条地域で2015年10月1日から4日までの4日間開催される「燕三条 工場の祭典」。普段は閉じられている工場を一斉に開放し、現場を巡って職人の手業を見てものでつくりの心を体感する催し。「燕三条 工場の祭典」は、2013年にはじまり今年で3回目の実施となるが、脈々とつづく伝統ある地域の産業を伝承するとともに、地域内外に向けてまちの魅力を発信する催しものである。

「TIP*S/3×3 Labo」では、祭典イベントを企画運営する「燕三条 工場の祭典」実行委員会の方々をゲストに迎え、工場の祭典のコンセプトや見どころをはじめ、ものづくり産業の伝統を伝承するために、まちを挙げて魅力あるイベントづくりに奔走する現場の方々のリアルな声を伝えていく。さらには、10月開催される「燕三条 工場の祭典」へのツアーを組み東京から現地へ送り込み、現場観察を通じて地域課題やまちの魅力発見をおこなっていく。



図 5 燕三条 工場の祭典

(3) トライセクター・コラボレーションで実現する CSV

CSV の世界の潮流と、国内の最前線の動きを探るセミナーを実施。CSV の動きでは、行政、NPO などの非営利セクター、そして企業の連携が重要であると指摘されてきたが、世界的にもその方向は加速しつつある。このような行政、公共(社会)、民間三者の連携は「トライセクター」と呼ばれるが、この三者の連携と CSV の未来を占う内容で報告会をおこなった。

CSV 開発機構の副理事長の水上武彦氏による講演が行われ、5月にニューヨークで開催された「Shared Value Leadership Summit 2015」の講演内容を基に、世界における CSV の潮流、トレンドについて解説された。SV (Shared Value) は、企業のコーポレート戦略において高い比重を占めるようになりつつある。そもそも戦略とは「ユニークネス、すなわち差別化のためのディジョンの集合体」。企業は競争優位確立のために、ユニークな価値を創造することが求められる。その競争優位確立のために、SV の概念を取り入れる企業が増えている。

水上氏によると「これまで企業経営のメインストリームは株主利益を優先することだったが、SV によって思考が広がり、社会価値の追求が企業の差別化につながり、競争優位につながると考えられるようになった。株主優先の戦略ではトレンドの変化に弱い、SV は社会の動きに沿っているために、持続性が極めて高く、いつまでも成長を続けることができる」とする企業も増えているとのこと。



図 6 トライセクターCSVの様子

従来の財務指標のみで語られる経営から、社会性を重要視する兆候は世界レベルで起きていることを、このセミナーでは示した。

4. 地方創生における都市の役割とメリット

人口減少や若者流出、商店街の衰退、高齢化など課題が山積する地方。それぞれの地域でさまざまな対応策が打たれているが、日本の高度成長期が終了し、人口の頭打ちとなっている現在において、解決策を見出すことは容易ではない。

一方、東京圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)では人口流入が進み、とくに若者を中心とした人材の偏在化が進んでいる。そのため、地方の課題を地方の人材だけで対処することは困難であり、都市部の人たちもかかわる必要がある。しかし、ボランティアや企業の CSR (Corporate Social Responsibility) だけでは、一過性の対応となってしまい

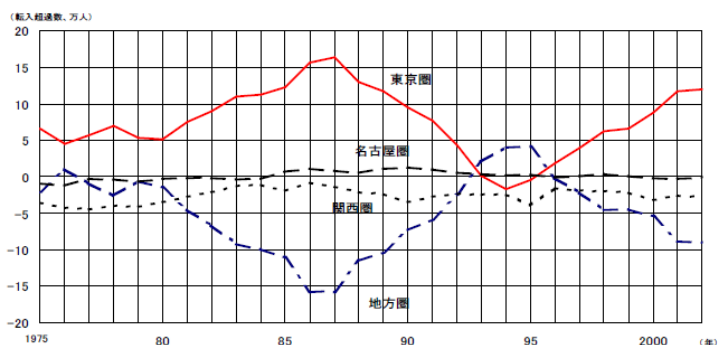


図 7 人口社会移動の推移

長続きしないケースが多く見受けられる。

それでは、都市部が地方創生に対してどういった役割を果たせるのか。また、その時の都市部のメリットは何か。このテーマについて少し掘り下げてみる。

(1) 地方創生における都市部の役割

地方が抱える課題の代表例として、「事業承継」「人材不足」「売上減少」「新規事業への挑戦」「販路拡大」「インフラ不足」などが挙げられる。これらに対して都市部ができることはいくつかある。

まずは人材について。都市部に住んでいる人たちの中には地方出身者は多くいる。それらの人たちの中には地元の現状について、何らかの役に立ちたいと思う人が多数であろう。「ふるさと納税」によって、地方を活性化するのも一例である。若者の I ターン/U ターン、シニアの地方移住などに取り組む自治体も多くある。都市部から地方へ移り住んだ時に課題となるのが所得の減少であるが、地方では食や住を中心に都市部よりも低コストで生活することができ、都市部ほど高収入を得る必要がない。また、移住ではなく一時的に訪れる観光や長期滞在のような形で、都市部の人たちを招き入れる工夫も考えられる。ストレスの多い都市部から、一時でも離れたと思う人たちは多いのではないかな。

次に事業に関して、地方には産業が少なく雇用を生み出せない状態が多く見受けられる。この課題に対して、都市部の企業が積極的にサプライチェーンを組み、販路や売上拡大を目指すことは、双方のメリットとなる。差別化要素を求められる企業にとって、さまざまな地方と連携して商材を増やすことは、事業経営の方針にも沿うものである。

3 つ目の課題のインフラについて、水光熱やインターネットをはじめとする IT インフラにおいては、都市部と地方の差はあまりない。しかし、交通インフラや情報量は圧倒的に地方が少ない。宿泊施設や観光資源などが枯渇している地域は多くある。それらを完全に満たす答えはないだろう。ただし、利便性のみが人間の求めるものではない。情報過多で時間に追われる都会人にとって、デトックスなひと時は贅沢に感じられる。むしろ、地方ならではの特徴を残す。そこに都市部の人たちが魅力を感じる。そういった関係性も考えられる。

(2) 地方創生に対する都市部のメリット

重厚長大がもてはやされ、情報もマスメディアが中心となり都市中心社会であった 20 世紀において、都市は皆が憧れる存在であった。しかし、現代は必ずしもそういった価値観の人ばかりではない。むしろ、地方にあるコンテンツに興味を惹かれる人は多くいる。

企業からみても、地方と繋がることは大いにメリットとなる。ユーザーニーズが多様化する現代では、それぞれの地域が持つ伝統文化や商品が、キラーコンテンツになってくる。ダイバーシティな社会に向けて、地方が担う役割は大きい。チェーン店が集う街よりも、地元密着のお店がある商店街の方が好まれるのではないかな。それを、都市部で紹介する、ツアーを組む、商品を販売するという連携が、都市部のビジネスにとっても事業拡大につながる。

また、新しいことを始めるとき、ほどよい大きさのマーケットが求められる。「リビングラボ」といって、市民や企業と一緒に新たな取り組みをするケースがあるが、まさに新商品の実証場所として地域を限定した活動が、地元の活性化と都市部の企業の事業開発を結びつける。

そして忘れてならないのは人の繋がり。都市部においてもコミュニティ活動や SNS を用いたオンラインでのつながりが増えているが、それは他者とのつながりを欲しているからではないかな。ドライな関係性が叫ばれる都市社会の人たちにとって、田舎の濃い人間関係は学ぶべきところが多い。

今や欧米でも文化発祥地が地方となるケースは多くある。新たなコンテンツを見出す地方と、それをキャッチアップして広げる都市部。そういった新たな関係性構築が広がりつつある。

5. さいごに

地方創生については、有効な手立てがなく試行錯誤している地域が多くある。その状態に対して都市部が積極的に関与せず、対岸の火事のように感じている人たちも多くいる現状がある。ただし、

新たな芽がでている地域は多くあり、それが一般に広がっていないだけである。

サードプレイスの役割は、地方と都市部の人や企業を繋げる。さらには、それぞれが持つ課題を深掘りし、相互の利益になるようなソリューションを考える。そういった活動が求められる。常にオープンな状態にしておくことで、偶然が生まれる設計をしていく。そして何より、共通善の意識の下、互いを尊重する社会づくりをする人たちを増やし繋いでいくことが、サードプレイスの目指すところである。

【参考文献】

- 1) 新井和宏著:投資は「きれいごと」で成功する, ダイヤモンド社, 2015.4
- 2) 笹谷秀光著:CSR 新時代の競争戦略, 日本総論社, 2013.12
- 3) 赤池学、水上武彦著:CSV 経営, NTT 出版, 2013.7
- 4) 藤井剛著:CSV 時代のイノベーション戦略, ファーストプレス, 2014.7
- 5) 国土交通省:人口減少下の人口分布の現状と展望について(図表), pp.11, 2003.7

[備考]

本稿はエコツェリア Web サイト(<http://www.ecozzeria.jp/>)に掲載のレポート記事の内容を含んでいる。