

## 第2章 地域活性化各論

本章では、研究会での各委員の発表内容を中心に、具体的な地域活性化策と社会課題解決策を提示する。なお、本章において 2.2.4 「伝統工芸と地域ブランド」および 2.2.6 「青少年育成」の項は、それぞれ関口委員、加藤委員に執筆を頂いた。その他の項は、各委員の発表を踏まえて事務局がまとめたものである。

表5 本章の構成

章・節・項	タイトル	発表委員	執筆
2.2.1	東京 2020 大会——文化プログラムによる地域活力の創出	吉本委員	事務局
2.2.2	メガスポーツイベントとツーリズム	青木委員	事務局
2.2.3	食文化と地域活性化	杉山氏	事務局
2.2.4	伝統工芸と地域ブランド	関口委員	関口委員
2.2.5	健康・医療・福祉のためのまちづくり	酒向委員	事務局
2.2.6	青少年育成	加藤委員	加藤委員

## 2.1 東京 2020 大会——文化プログラムによる地域活力の創出

### 2.1.1 はじめに

東京 2020 大会は、高齢化、人口減少、教育、環境・エネルギー問題など、成熟した社会が抱える問題を解決するための「課題解決先進国としてのあり方」を目指すものとなる。そのために、文化・芸術が果たす役割は大きい。当研究会の委員である吉本光宏氏は文化・芸術のもつ可能性について、次のとおり述べている。「今では芸術は、美術館や劇場で鑑賞したり、趣味や娯楽で楽しんだりするだけの存在ではなくなりつつあります。例えば、芸術の授業を受けた子どもたちの方が、国語や算数、理科の成績が高い、という調査結果があります。お年寄りが芸術活動に参加して、リハビリでは上がらなかった腕が上がった、気がついたら車いすから立ち上がっていたなど、周囲が驚くようなこともしばしば起こります。過疎と高齢化に悩んできた徳島県の山村では、アーティスト・イン・レジデンス事業がきっかけとなり、創造的過疎という考え方に基づいて人口の社会増が起きました。教育や福祉、地域再生など、現代の日本社会が抱える様々な課題に対し、芸術ならではの革新的なソリューションがもたらされる、そんな時代が到来しています。」<sup>15</sup>

では、文化・芸術を活かした取組として、具体的にどのような施策が考えられるのか。

その1つの手段は、東京 2020 大会「文化プログラム」への参加である。文化プログラムは開催地東京のみならず全国各地で展開される予定であるため、全ての地域にチャンスがある。地域文化を生かし、これに参加することを通じて、地域をいかに活性化させ、そのレガシーを継承することができるかが鍵となる。

文化プログラムについては、未だ多くの地方自治体に知られていない部分があると思われるが、一方で既に参加の検討を始めている地方自治体が出てきている。次節にて、多くの地方自治体関係者の参考となるよう吉本委員の研究会でのプレゼンテーション、第 52 回 ESRI-経済政策フォーラムでの基調講演から、重要なポイントを掲載する。

### 2.1.2 吉本委員のプレゼンテーション、基調講演から

2014 年 11 月 6 日に開催した第 3 回研究会、2015 年 3 月 17 日に開催した第 52 回 ESRI-経済政策フォーラムにおいて、委員の吉本光宏氏より、東京 2020 大会の文化プログラムによる地域活力の創出についてプレゼンテーション、基調講演を頂いた。本項(2.1.2 の項)ではその概要を整理、掲載する。

#### 2.1.2.1 文化プログラムとは

オリンピックはスポーツだけでなく、文化の祭典でもある。オリンピック憲章（2011 年

<sup>15</sup> 株式会社ニッセイ基礎研究所HP 研究理事吉本光宏のプロフィール記載内容より。  
[http://www.nli-research.co.jp/company/social/mitsuhiro\\_yoshimoto.html](http://www.nli-research.co.jp/company/social/mitsuhiro_yoshimoto.html)(2015 年 6 月 15 日確認)

版)には、「スポーツを文化と教育と融合させること」が明記され、「OCOG (オリンピック競技大会組織委員会)は、短くともオリンピック村の開村期間、複数の文化イベントのプログラムを計画しなければならない。」と記載されている。

オリンピック憲章 (根本原則第1)

オリムピズムは人生哲学であり、肉体と意志と知性の資質を高めて、融合させた均衡のとれた総体としての人間を目指すものである。スポーツを文化と教育と融合させることで、オリムピズムが求めるものは、努力のうちに見出される喜び、よい手本となる教育的価値、社会的責任、普遍的・基本的・倫理的諸原則の尊重に基づいた生き方の創造である。

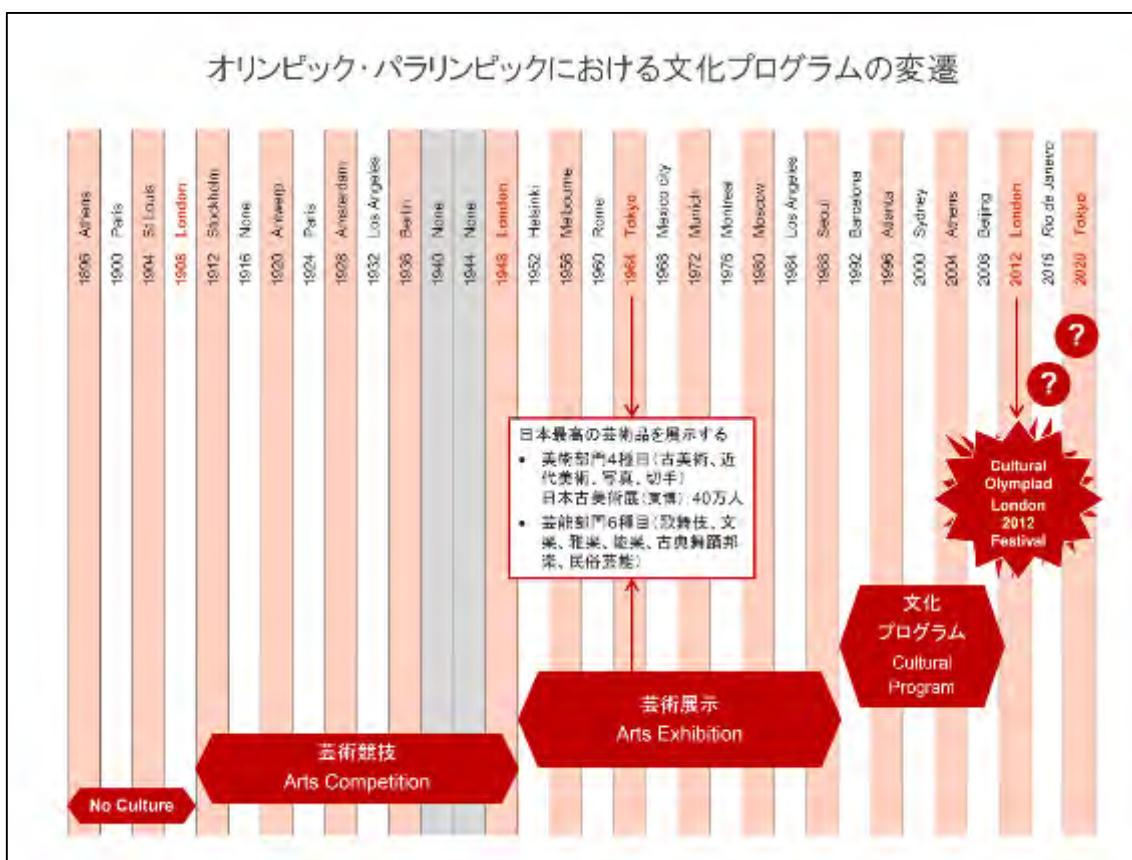
オリンピック憲章 (第5章オリンピック競技大会の39条)

OCOG (オリンピック競技大会組織委員会)は、短くともオリンピック村の開村期間、複数の文化イベントのプログラムを計画しなければならない。このプログラムは、IOC 理事会に提出して事前の承認を得るものとする。

### 2.1.2.2 文化プログラムの変遷

実際、100年以上前から文化プログラムは様々な形で行われてきている。

図4 オリンピック・パラリンピックにおける文化プログラムの変遷



資料提供: 吉本光宏氏より

1912年のストックホルム大会から1948年のロンドン大会までは芸術競技として行われ、メダルも授与されていたが、52年のヘルシンキ大会からは芸術で競い合うのを止め、芸術展示という形に変わった。64年の東京大会では、「日本最高の芸術品を展示する」という方針の下、美術部門4種目と芸能部門6種目で様々な展覧会や公演が開催された。なかでも東京国立博物館では「日本古美術展」が開催され、鳥獣人物戯画や源氏物語絵巻などの国宝も多数展示され、40万人が来場したという記録が残っている。92年のバルセロナ大会からは、さらに文化プログラムが強化され4年間にわたって多彩で幅広い文化イベントが行われるようになり、2012年のロンドン大会では、飛躍的に拡大された。北京大会終了後から行われた4年間のカルチュラル・オリンピアドと、そのフィナーレとして開催された国際芸術祭（ロンドン2012 フェスティバル）で莫大な数の文化イベントが行われた。ロンドンが五輪招致に成功した大きな要因のひとつは、IOCに提案した文化プログラムであったとも言われている。

### 2.1.2.3 ロンドン五輪の文化プログラム

2012年のロンドン大会では、下表のとおりかつてない規模の文化プログラムが実施された。特に重要なこととして、英国全土で行われたことがあげられる。

表6 ロンドン五輪の文化プログラム（カルチュラル・オリンピアド）概要

会期	2008年9月（北京五輪終了後）から2012年9月までの4年間
イベント総数	17万7,717件
新作委嘱	5,370作品
参加者数	4,340万人
アーティスト	アスリートと同じ204の国と地域から4万464名が参加
会場	英国全土1,000箇所以上で開催。地方都市、町村含む文化施設、歴史的建造物、公園、通り、広場、自然環境、浜辺など
テーマ・ビジョン	英国の誰もがロンドン2012に参加するチャンスを提供し、あらゆる文化に共通する創造性を、とりわけ若者たちに、喚起させること スローガン：一生に一度きり（Once in a Lifetime）
ロンドン2012 フェスティバル	カルチュラル・オリンピアドのフィナーレとして行われた大規模な芸術祭。（2012.6.21-2012.9.9）イベント総数3万3,631件。

出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「2020年東京五輪—文化プログラムによる地域活力の創造を」吉本委員基調講演資料より事務局作成

また、ロンドン 2012 フェスティバルの特徴は下表のとおりである。

表 7 ロンドン 2012 フェスティバルの特徴

1	あり得ない場所でのアートプロジェクト： ロンドン市庁舎のガラス張りの外壁や観覧車ロンドンアイのスポークを使ったダンスパフォーマンスなど
2	無料イベント： 低所得者を含め、全国各地の多様な人に参加してもらう機会を提供
3	オリンピック・パラリンピックのテーマに基づいた作品： 平和や障がい者などをテーマとした作品
4	世界を変えたアーティストたち： 世界のビッグネームによるもの、大掛かりで滅多に上演される機会のない作品を上演
5	新作委嘱と世界初演： 世界中のアーティストに新しい作品をつくる機会を提供
6	前触れなく出現するイベント： ロンドン随一の繁華街ピカデリーサーカスを通行止めにして行われたサーカスなど

出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「2020年東京五輪—文化プログラムによる地域活力の創造を」吉本委員基調講演資料より事務局作成

ロンドン五輪の文化プログラムは、街中や世界遺産、丘陵や海岸などの自然景勝地を含め、普段とは異なる場所で、無料の文化イベントが、何の前触れもなく次々と実施された点がユニークであった。その象徴的ないくつかのプログラムを以下に紹介する。

①この国のあらゆるベルをできるだけ早くできるだけ大きく3分間鳴らせ！

ロンドン五輪の開幕を告げるイベントとして行われたアーティスト、マーティン・クリードの作品。ビッグベンをはじめスコットランド、ウェールズ、北アイルランド議会の鐘を含め、開会式にあわせ、英国全土で 290 万人が思い思いに鐘を鳴らし五輪大会の開幕を告げた。

## ②The world in London

ロンドンでは世界中から移民を受け入れており、市内では 300 以上の言語が話されていると言われる。そんな多民族都市ならではの写真展が「The world in London」として行われた。写真展はロンドン繁華街の改修中のデパートのショーウィンドウを使って行われ、世界中からロンドンに移住してきた人々を 3 年間かけて撮影し、展示した。

写真下には QR コードがあり、それをスマートフォンで読み取れば、その人の個人史や移住の理由などを知ることができる。ロンドン五輪に参加するアスリートと同じ 204 の国や地域からの移民を撮影・展示した。

写真 1 The world in London



撮影：吉本光宏氏

## ③UNLIMITED

障がいのあるアーティストの創造性溢れる活動を支援し、アピールするプログラムで、パラリンピックの精神に沿って行われた。障がいのあるアーティストや芸術団体に 29 の作品が委嘱され、生まれた作品はロンドン 2012 フェスティバルで披露された。スポーツと同様、芸術表現でも無限の可能性を秘めた障がい者の作品が認知され、賞賛を浴びた。

## ④Tate Blackouts

芸術家オラファー・エリアソンによるプロジェクト。毎週土曜日、夜 10 時になるとテートモダン（国立の近現代美術館）の照明が全て落とされる。観客は、彼が作品として創った「Little sun」という、太陽電池で充電ができる小型照明器具を持ち、その光を頼りにギャラリーにたどり着いてコレクションを照らしながら鑑賞するというもの。

彼には壮大な構想があり、それは、現在地球上で電力にアクセスできない約 16 億人の人たちに、この Little sun を普及することでそれを解消したいというもの。経済格差や環境問題に対してアートで解決策を見出そうとしている。

写真 2 Tate Blackouts



写真提供：吉本光宏氏より

## ⑤HAT WALK

これは、ウィリアム・シェークスピア、ウェリントン侯爵、ヴィクトリア女王、ウィンストン・チャーチル、ジョン・スミス（探検家）、ロバート・バーンズ（詩人）など、英国の歴史を物語る人物の彫像 21 体に真新しい帽子を被せ、英国の歴史と帽子文化、新進のデザイナーをアピールするプロジェクトである。ロンドンの中心トラファルガー広場でも、ネルソン提督やキング・ジョージIV世など 4 体の彫像の頭上にユニークな帽子が設置された。例えば、柱状の台座に据えられた高さ 52 メートルのネルソン提督の彫像には、ユニオンジャックにロンドンオリンピックの聖火リレーに使われたトーチをあしらったデザインの帽子が被せられた。実は、その帽子のデザインと製作を行った Lock & Co. という帽子メーカーは 200 年前にも実際にネルソン提督の帽子を製作した会社である。老舗メーカーだけでなく、進出気鋭のデザイナーを多く起用して機会を与えた。帽子は撤去後にオークションにかけられ、その売上金は他の文化プログラムの財源となった。

### 2.1.2.4 West Midlands（英国中西部）の文化プログラムと地域への波及効果

マンチェスターを中核都市とする英国中西部地域でも、1 万件以上の文化イベントが実施された。海外からの作品招聘や参加型の文化イベント、地元の文化団体を強化するプロジェクト、大規模なスペクトル・イベントなど多様な内容が含まれている。

中でもバーミンガムで行われたドイツの作曲家シュトックハウゼンのオペラ「水曜からの光」の公演は大きな話題となった。全ての演奏家は空中に浮いていること、という作曲家の指示に基づき、バイオリニストは特設会場の天井からつり下げられたブランコ状の器具の上で演奏し、声楽家は背の高い脚立に座って歌曲を歌った。

この作品にはヘリコプターの四重奏というパートがあり、4 機のヘリコプターに搭乗した弦楽奏者が外の風景を見ながら演奏し、その音楽と映像が会場に映し出されるというものだった。あまりにも大がかりな設営となるため、めったに演奏されないこのオペラに地方都市がチャレンジして実現させた。

同地域の文化プログラムの概要、波及効果は下表のようなものであった<sup>16</sup>。

表 8 West Midlands の文化プログラムの概要と波及効果

イベント・活動数	11,450 件（事業数：986 件、世界初演：77 件、英国初演：10 件）
参加者数	290 万人
参加者へのアンケート結果	16.5 万人はカルチュラル・オリンピアドを目的に域外から来訪 68%が 25 歳以下の若者

<sup>16</sup> Cultural Research Analyst, West Midlands Cultural Observatory, Cultural Olympiad in the West Midlands: An evaluation of the impact of the programme (2008-2012)

	68%が再訪したいと回答 楽しかった（95%）、自信がついた（74%）、友人ができた（70%）、シ ビック・プライドが向上した（76%）
地域への経済波及効果	3,280万ポンド（58.7億円） 関連する経済活動の規模：1億1,200万ポンド（200億円） 雇用効果：130名

出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「2020年東京五輪—文化プログラムによる地域活力の創造を」吉本委員基調講演資料より事務局作成

## 2.1.2.5 東京 2020 大会の文化プログラムへの展望とアイデア

### 【東京 2020 大会における文化プログラム関連の動き】

東京都は、2006年に「東京芸術文化評議会」を設置して検討を行ってきた。現在は、評議会の下部機関として、「文化プログラム検討部会」を設置し、文化プログラムの検討を行っている。国では、文化庁の「2020年に向けた文化イベント等の在り方検討会」で様々なアイデアが議論されている。現在は、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会における本格的な検討が待たれるところである。文化プログラムの重要性や可能性に気付いた自治体が、自ら文化プログラムを考え、関係各所に働きかけることで、より検討が進むことを期待する。

### 【目指すべき東京 2020 大会の文化プログラム】

以下、吉本委員の東京 2020 大会の文化プログラムに関するビジョンとアイデアである。

### 文化プログラムのビジョン：文化の国「日本」の再発見と国際的アピール

- ◆多様な価値観の共存する（渾然一体となった）文化のあり様を世界各国と共有。  
（ex:日本古来のもの、西洋起源のもの、ハイカルチャー、サブカルチャー、一般市民による創造など）
- ◆文化による地域活力の創出を全国展開。
- ◆世界の芸術文化の振興への寄与・貢献。
- ◆文化やスポーツに支えられた超高齢社会、成熟社会の新たなモデルを構築し世界に提示。

このビジョンを実現する文化プログラムの具体的なアイデアは以下の3つである。



## アイデア1：「アートサイト2020 without TOKYO」

東京以外の各道府県の文化的リソース（資源）を、各道府県同数ずつ合計で2,020件選出し「アートサイト 日本 2020 without Tokyo」として発信し、日本文化の多様性とポテンシャルを世界にアピールする。文化には、お祭りや伝統芸能、生活文化、現代芸術、サブカルチャー、地域独自の食文化など地域ごとの考え方に基づいて多様なものを含める。これを機に、文化の国「日本」を再確認し、国際的に発信できれば、観光や地域の活力創出につながる可能性がある。

そのために、所管する機関が専用のサイトを立ち上げて各地の文化的資源を紹介する。その際に、徳島県の「VS 東京」<sup>17</sup>のように映像でアピールすることも効果的である。おもてなしの精神に沿って五輪参加国すべての言語に対応させ、このホームページを五輪終了後も更新、継続運営することで、効果的なレガシーとなる。

その中にぜひ含めたいのが、全国各地で開かれているトリエンナーレ・ビエンナーレである。加えて、現代的なものに限らず、伝統的な芸能やお祭りも含めた展開が望ましい。例えば2014年の8月に伝統芸能の宝庫である東北の大船渡市で行われた三陸国際芸術祭は素晴らしい事例で、2020年に向けた継続、発展に期待したい。

## アイデア2：「クリエイティブ・フロント東京/日本」

東京には世界中から名画が集まり一流のオーケストラが来日しているが、東京から新しい文化や芸術の流れが発信されているかという点必ずしもそうではない。森記念財団の世界の都市総合カランキング（2013年10月）によると東京は世界第4位にとどまっている。その1つの理由は、東京は文化の要素が弱いためだと言われている。

東京や日本の文化的プレゼンスを高めるため、アーティストの夢の実現ができる都市「東京」、世界の芸術を牽引する国「日本」をこの機会に実現する。その際に、日本の芸術や文化を発信するだけでなく、世界中のアーティストに参加のチャンスを与え、新しい作品を創造・発信していく取組も必要である。特にアジア諸国との共同制作に力を入れれば、これまで欧米に偏りがちだった新たな芸術の潮流をアジア、日本から生み出していくことができる。

そして、これを全国展開するうえで有効なのが、アーティスト・イン・レジデンス（以下AIR）の活用である。これは、アーティストがある地域に一定期間滞在し、新たな作品創造や地域住民との交流などを行うものだが、今ではAIRは全国各地に広がっており、それを活用すれば国際的な作品の創造、発信も全国展開が可能である。特に外国人ア

---

<sup>17</sup> 徳島県では、県のブランドイメージの定着を図り、よりいっそうの魅力を発信していくための「共通コンセプト」を「VS東京 [ブイエス・トウキョウ]」として策定している。

「VS東京」<http://www.vs-tokyo.jp/> (2015年6月15日確認)

アーティストに人気のある温泉地のAIRは大きな可能性を秘めている。

AIR参考例：豊岡市城崎国際アートセンター<sup>18</sup>

兵庫県が所有していた城崎大会議館を豊岡市が譲り受け、AIRの拠点として整備したものの。独創的で将来性のあるアーティストの滞在制作を支援し、国内外の劇場や芸術祭とのパートナーシップのもと、日本中、世界中に発信する、共同制作の拠点をめざしている。

### アイデア3：「日本人は皆アーティストだ！」

私たち日本人が日常的に文化的な活動を営み、豊かな生活をおくっている姿、ライフスタイルを諸外国の方々に見てもらい体験してもらおう。東京都内の一般家庭には83万台のピアノがあり、お茶やお花を日常的に楽しんでいる市民の数は46万人というデータがある。主要新聞の俳句コーナーには毎日数え切れない数の俳句が投稿されている。全国の公立美術館では、連日、多数の市民画家の作品が発表されている。こうした事実外国人は一様に驚く。

多くの日本人は芸術を鑑賞するだけでなく、自ら創作活動に取り組み、プロ顔負けの作品を作り出している。子供もお年寄りも日常生活のなかで自ら芸術活動や創作活動を楽しんでいる。

老いても文化とスポーツを楽しみ、元気で豊かな国、日本。そんな成熟社会の新たなモデルを世界に提示したい。

そのための具体的なプロジェクトとして、次のようなものが考えられる。

#### ① 鳴り響け1,000万台のピアノ

オリンピックの開会に合わせて、日本全国の一般家庭、学校、劇場、ホール、福祉施設、病院等のピアノを一世に演奏（開会式セレモニーの一環として）

#### ② 250万人の歓喜の歌

パラリンピックの閉会に合わせて、全国で第九を演奏。2020年はベートーベン生誕250周年

#### ③ 日本縦断BON Dance！

オリンピックとパラリンピックのインターバルに全国各地で盆踊り（既存、復活、新規）を展開

<sup>18</sup>詳細は、城崎国際アートセンターHPを参照。http://kiac.jp/（2015年6月15日確認）

2012年ロンドン五輪では障害のあるアーティストのフェスティバルとしてUNLIMITEDが開催されたが、上記のような取組を、高齢者や障害者の別なく老若男女が参加する日本版UNLIMITEDとして添加できれば「老いても文化によって豊かで元気な国、日本」をアピールすることができる。

### 2.1.3 むすびに

東京2020大会は、地域の文化・芸術を活かし、地域活力を創出するチャンスである。このことについて、吉本委員は、次のように述べている。「文化プログラムはむしろ地方にこそチャンスがあるのではないか。東京の文化・芸術はある程度世界に流通しているが、地方には、未だ世界に流通していない独自の文化・芸術がある。これらを文化プログラムで世界にどんどん発信すべき。その際、地元の人々にとってはありふれたもの、当たり前に見えるものの中にこそ、地域独自の文化が潜んでいることに留意する必要がある。それらが外国人に価値のあるものとして受け取られれば、地域の誇りやプライドにつながり、それが地域を活性化させる原動力になるからである。」

この言葉は、東京から離れた地方自治体が地域資源を見直すうえで示唆に富むものである。本論を参考に、より多くの地域で取組が発展することを期待したい。

[参考文献] 本項の内容に関しては、吉本委員の以下レポートも参照されたい。

・吉本光宏 基礎研レポート『文化の祭典、ロンドンオリンピック—東京オリンピック2020に向けて』2012年9月5日

[http://www.nli-research.co.jp/report/nlri\\_report/2012/report120905.html](http://www.nli-research.co.jp/report/nlri_report/2012/report120905.html)

・吉本光宏 ネットTAM講座特別編第1回／全3回『2020年オリンピック・パラリンピックに文化の祭典を～新たな成熟先進国のモデルを世界に提示するために』2014年2月6日

<http://nettam.jp/course/tokyo2020/1/>

## 2.2 メガスポーツイベントとツーリズム

### 2.2.1 はじめに

過去のメガスポーツイベント（長野五輪、日韓ワールドカップなど）においては、市民や地方自治体が、事前合宿の誘致や異文化交流等の取組を行った結果、地域活性化に繋がったという事例が数多く報告されている。そして、東京 2020 年大会においても地域活性化や観光振興を、スポーツコンテンツを活用して実施することを検討する自治体がみられる。

そこで、研究会では、近畿日本ツーリスト株式会社地域誘客事業部長兼スポーツ事業部長の青木淑浩氏を委員として招聘し、過去のメガスポーツイベントで行われた取組とそのレガシー、東京 2020 大会の位置づけ、そして、2020 年までに何をすべきかについてご講演をいただいたところであり、以下にその内容を掲載する。

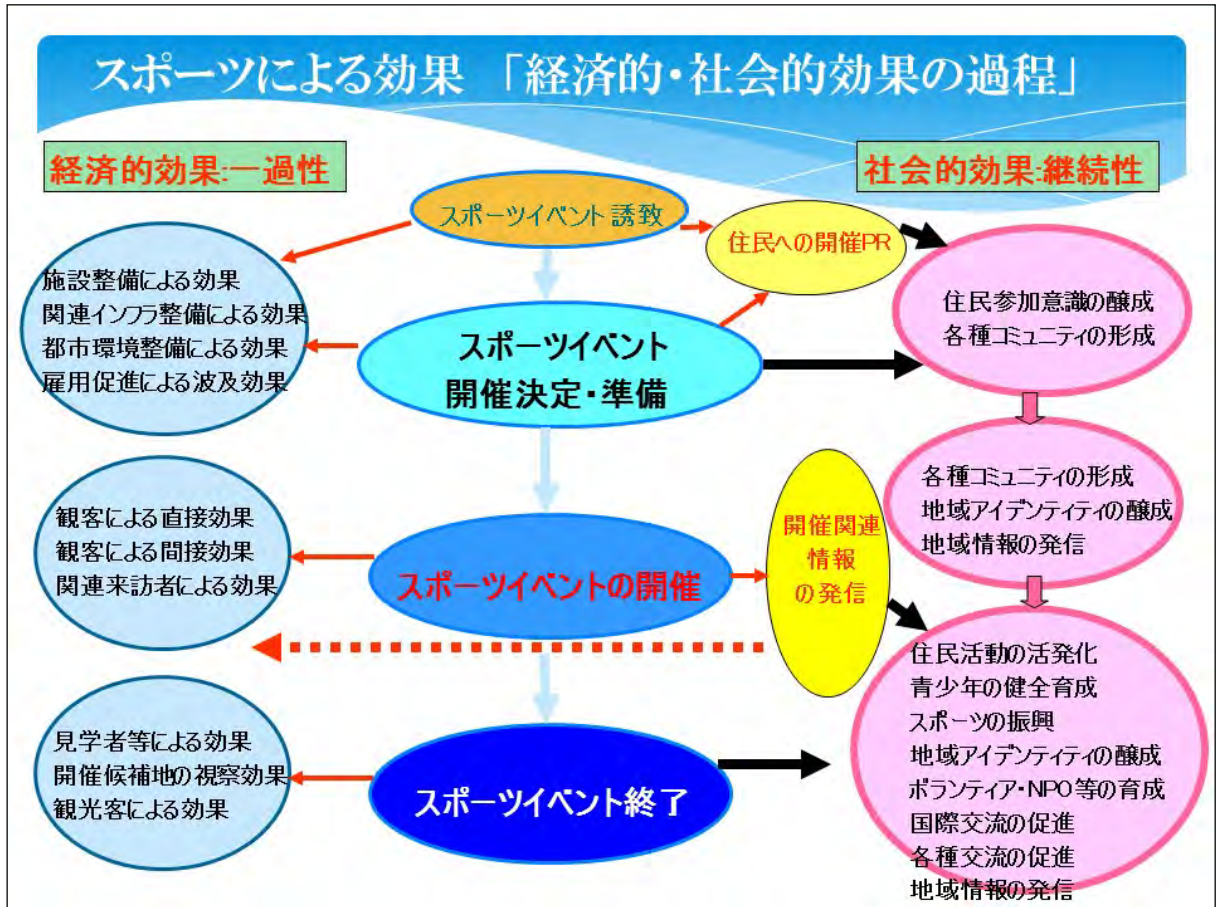
### 2.2.2 スポーツイベントによる効果

#### 2.2.2.1 社会的効果の重要性

スポーツイベントの開催により開催地域にもたらされる効果には、経済的な効果と社会的な効果がある。経済的な効果には、施設整備、関連インフラなどの恒久的な整備費用、イベント開催に伴う運営費用、イベント観戦者の宿泊費用、交通費、飲食費、物販購入費用などがあり、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会開催が決定したのち、その経済的効果の試算として、3 兆円弱から 19.4 兆円まで、様々な試算がされている。

ただし、スポーツイベントの効果はこうした直接的な経済効果のみで評価すべきものではなく、どちらかという社会的効果のほうが重要だと考えられる。社会的効果は、「地域コミュニティの形成」、「海外交流の促進」、「人材の育成」、「地域情報の発信」、「スポーツ振興」、「地域の文化芸術振興」などが考えられる。スポーツイベントを例に、イベントの誘致・計画段階から終了後までのプロセスにおける“効果”を検証すると、直接的な経済効果のほとんどは一過性のものが多く、一方社会的な効果には、スポーツイベント終了後まで続く継続性のあるものが多くみられる。

図5 スポーツによる効果「経済的・社会的効果の過程」



出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「オリンピック・パラリンピックを契機とした地活性化」青木委員基調講演資料

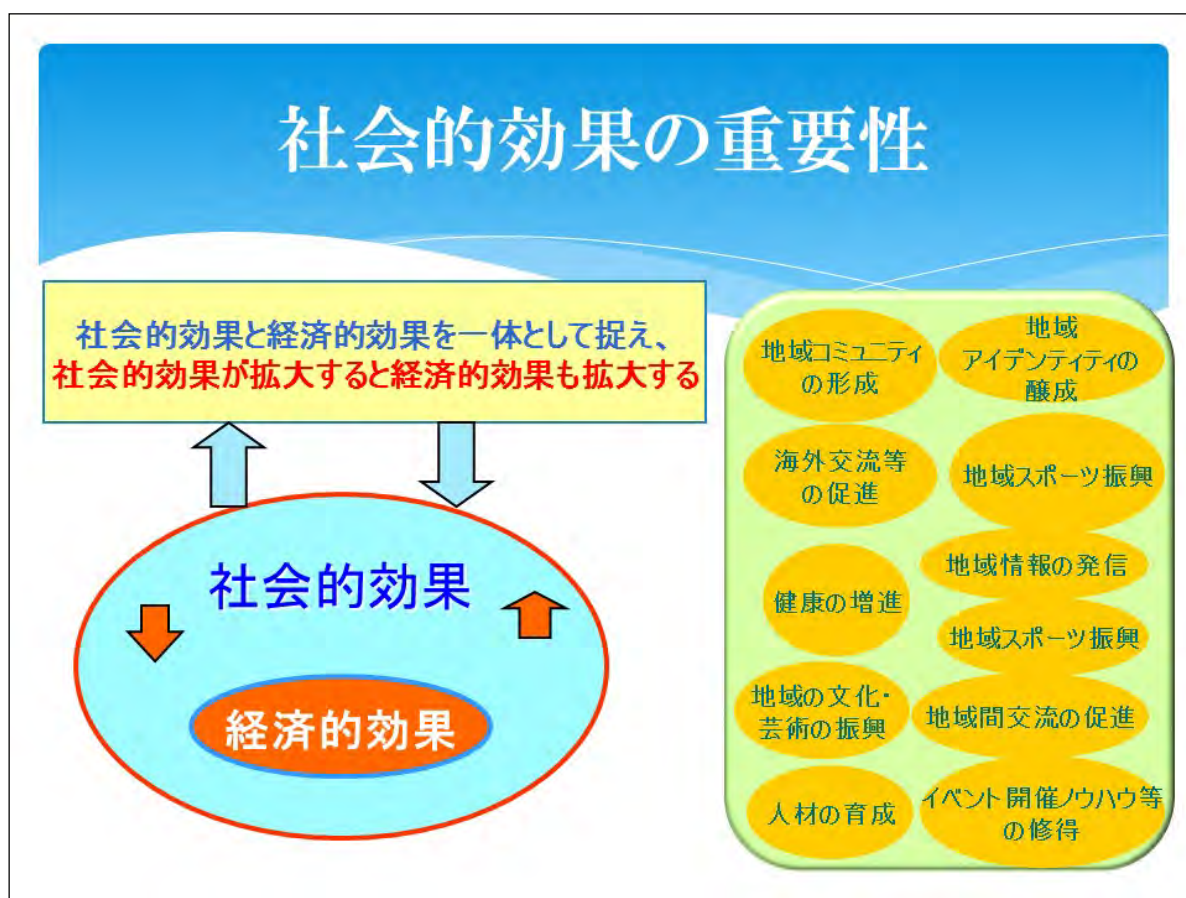
更に、社会的効果と経済的効果は相互に関係するものであり、社会的効果を持続的に発展させていくと、自動的に経済的効果も高まっていく関係にある。図6で示せば、黄色で丸囲みした、例えば「地域コミュニティの形成」「地域スポーツ振興」「人材の育成」「地域の文化・芸術の振興」といった社会的効果を継続、発展させることで、自動的に経済的効果が生まれてくるといった関係である。こうした考え方にに基づき、社会的効果の重要性を認識したうえで、メガスポーツイベントをコンテンツとした地域の活性化に取り組む必要がある。

2002年の日韓サッカーワールドカップ終了後、社会的効果の側面から実施されたアンケート調査結果（木田悟・小嶋勝衛・三橋博己サッカーワールドカップキャンプ地の社会的効果に関する研究）によると、日本で行われたキャンプ地（19市町村）を対象に、社会的効果8項目<sup>19</sup>について、◎（大いに効果があった）、○（効果があった）、△（多少効果があ

<sup>19</sup> 8項目とは、「スポーツの振興」、「人材育成」、「ボランティア・NPO組織育成」、「地域アイデンティティ醸成」、「地域コミュニティ形成」、「国際交流促進」、「域間・地域内交流促進」、「情報の発信」。

た)、×（効果はなかった）の基準で、ヒアリングを実施した結果、8項目すべてに△、×の評価が無かった市町村は3市村のみで、残りの16市町村では何らかの項目に△、×の評価であった。大会終了後に地域に何を、どのように活かしていくか、という視点を誘致の段階から戦略的に考え、実施することが重要であることの一つの示唆と考えられる。社会的効果を経済的效果と同様に金額として算出することは非常に難しいことだが、社会的効果と経済的效果を一体としてとらえ、社会的効果が拡大すると経済的效果も拡大していくという循環を創り出す仕組みが重要であると考ええる。

図6 社会的効果の重要性



出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「オリンピック・パラリンピックを契機とした地活性化」青木委員基調講演資料

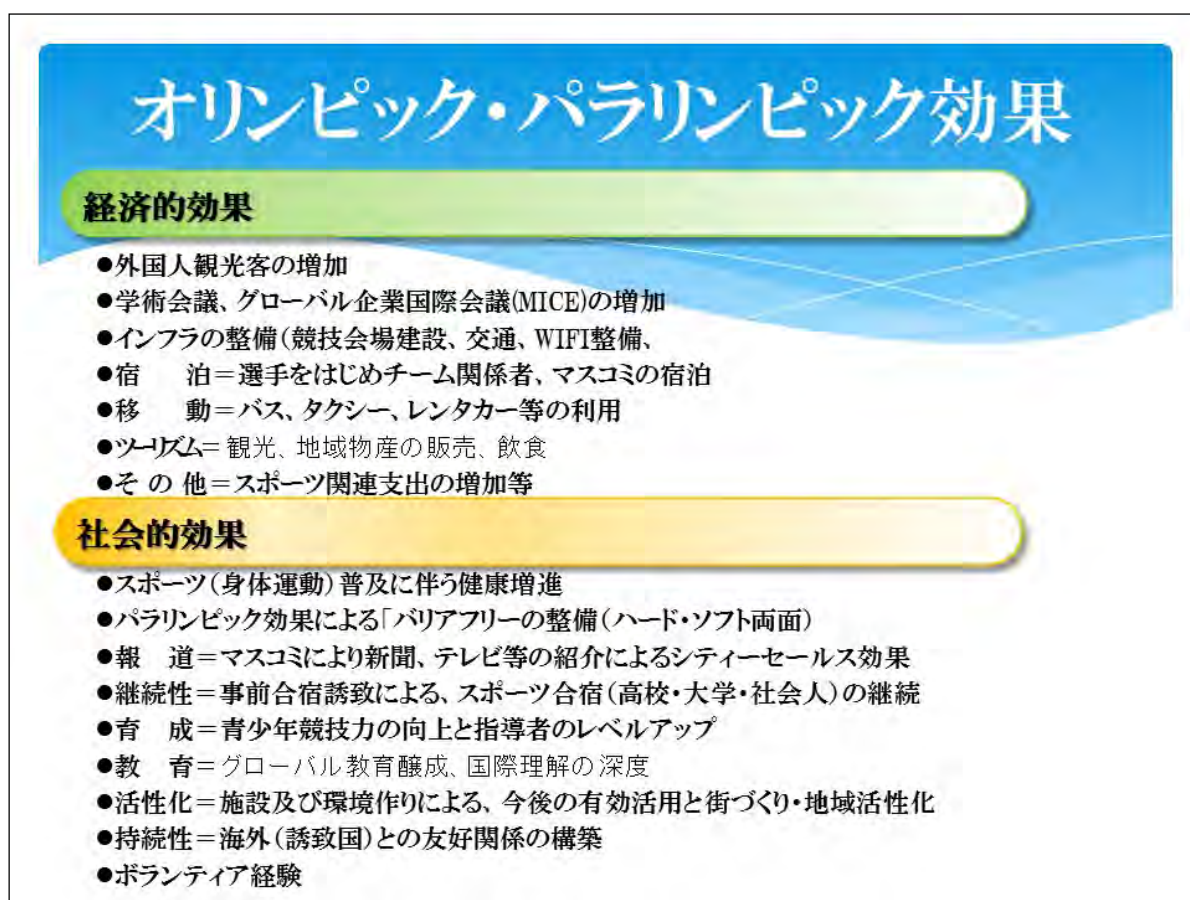
### 2.2.2.2 オリンピック・パラリンピックによる効果

オリンピック・パラリンピックにおいては、具体的にどのような効果があるのだろうか。図7は、オリンピック、パラリンピックの効果を示したものである。

経済的效果としては、代表的なものとしてツーリズムや宿泊関連の産業が潤うことによる効果が考えられる。

社会的効果としては、スポーツ、身体運動がどんどん普及されてくる。若い人から御年配の方までスポーツ、身体運動を楽しむことで、健康増進、健康寿命の延伸が期待できる。また、パラリンピックのパラリンピアンを見ることによるバリアフリー、ハード面のみならずソフトの面、心のバリアフリーを広めることが期待される。その他には、国際交流、青少年の育成、グローバル教育、地域活性化、ボランティア経験などが社会的効果として挙げられる。

図7 オリンピック・パラリンピックの効果



出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「オリンピック・パラリンピックを契機とした地活性化」青木委員基調講演資料

### 2.2.2.3 長野五輪による社会的効果

長野オリンピックによる社会的効果としては「一校一國運動」が挙げられる。この運動は、1つの学校で、1つの国を勉強して交流を深めていくものであり、子供たちは交流を通して多くのことを学んだ。この運動は、長野大会をきっかけに、他のオリンピックでも「The One School One Country」という名前で引き継がれている。これは日本が誇るレガシーの一つである。導入にあたっては大変な苦勞があったそうだが、これが長野大会において社会

的効果を生んだ1つの事例である。

#### 2.2.2.4 日韓ワールドカップによる社会的効果

日韓ワールドカップの際に、新潟県の十日町がクロアチアのチームのキャンプを受け入れた。十日町は、スポーツを含めて、町が持っている資源、身の丈に合ったもので町の活性化をしていこうということで、十日町スポーツコミッションを設立して、様々な取組を実施している。十日町スポーツコミッションは「スポーツやスポーツに関連するイベントを開催する事による社会効果を活用した町・地域づくりを展開していくためのプラットフォーム」と位置づけられている。

十日町は未だにクロアチアとの交流を続けている。ブラジルのワールドカップのときには、クロアチア戦で、十日町でパブリックビューイングが行われた。また、ジャパン・クロアチアフレンドシップハウスを建て、スポーツ合宿の受け入れ、スポーツに関連した様々な振興や、経済の分野も含めた交流をクロアチアとしている。今、クロアチアでは、日本という十日町と言われるぐらいに有名な町になっている。

#### 2.2.2.5 ロンドンオリンピック・パラリンピックによる社会的効果

ロンドン大会においては、様々な取組が行われ、社会的効果が生まれた。東ロンドンの再生や文化プログラムが有名であるが、ここではそれ以外のものを紹介する。

まず、オリンピックの教育プログラムとして「Get Set Education Program」が行われた。これはオリンピック・パラリンピック教育をするときに、ネット上で公開されている参考資料を、英国全土のいろいろな小学校、中学校の先生がアクセスして取り入れることができるもので、未だに続いているプログラムである。また、「Team Essex アンバサダー」という将来のアスリート・競技者の発掘、それから「Journey to the Podium」というもので、様々な競技者の育成をするために助成を行った。また、スポーツの振興として、月1回30分以上何かしらの運動をする人が約1,792万人に増えたというデータがある。

そして、最後に「パラリンピアンの魅力向上」がロンドン大会の大きな社会的効果として挙げられる。ロンドン大会の開催前にロンドンの方を含めた英国全土の人々に過去のパラリンピックのメダリストを5人挙げてくださると質問をしたところ、挙がらなかったと言われている。それでは良くないということで、ロンドン大会では様々な工夫をしてパラリンピアンの魅力向上を図った。例えば、本人のSNSなどでのPRもしかりであるが、企業が積極的にコマースに起用する、あるいは様々なパラリンピアンをいろいろな方が出席して見ることができるチャンスを増やしていくといったことを行った。こうした取組により、ロンドン大会が終わった後には、たくさんの方がパラリンピックの選手の名前を言えるようになった。このような「パラリンピアン＝クール」というイメージ戦略がロンドンで



は成功し、市民の障害者への意識も変わったと言われている。

図8 ロンドンオリンピック・パラリンピックのレガシー



出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「オリンピック・パラリンピックを契機とした地活性化」青木委員基調講演資料

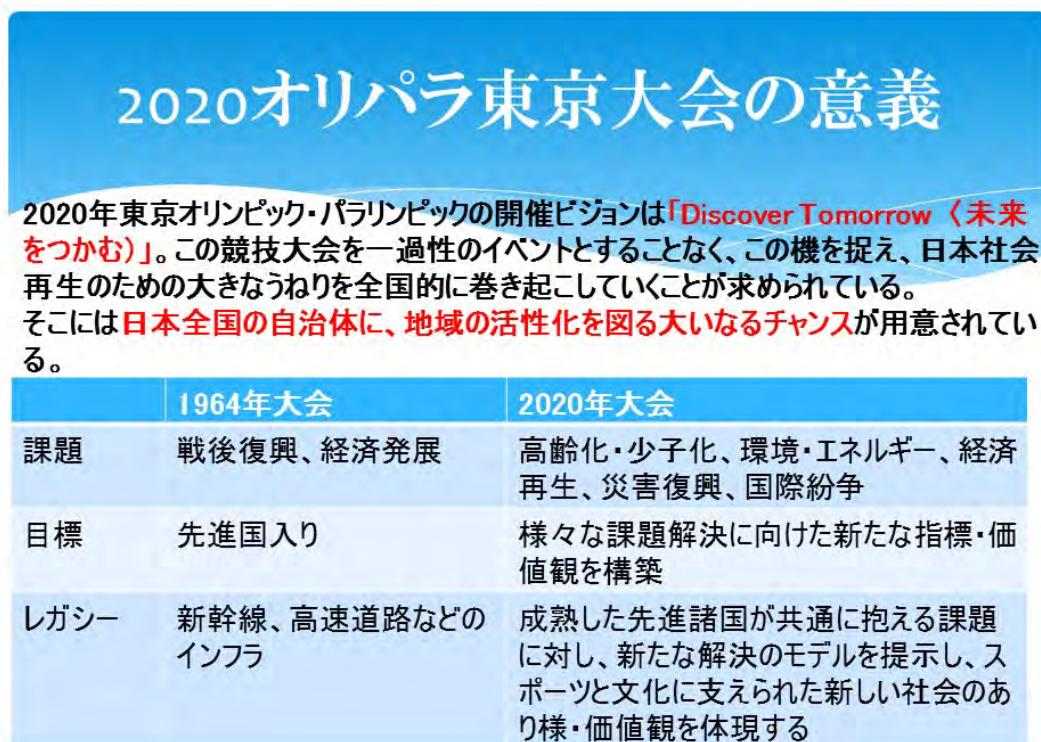
### 2.2.3 東京2020大会の位置づけ

現在の日本は、2008年をピークとした人口減少、世界一の高齢化率による少子高齢化、東京圏を中心とした大都市への一極集中など多くの課題を抱えている。前回の東京オリンピックが開催された1964年は、総人口が9,718万人、高齢化率が6.2%、総人口に占める生産年齢人口は68%、1年間に172万人が出生し、総人口が毎年増加する活力あふれる社会であった。国立社会保障・人口問題研究所による日本の将来推計人口によると、2020年の総人口は1億2,400万人、高齢化率29%、総人口に占める生産年齢人口は59%と1964年と比較し、生産年齢人口が約500万人減少し、超高齢化、人口減少社会が想定される。

このような時代背景のなかで、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催が決定した。国はオリンピック・パラリンピックがもたらす様々な効果を取り込み、東京一極集中にならないよう、その効果を全国の地域に波及すべく、いくつかの施策を行おうとして

いる。スポーツ行政を一元管理するスポーツ庁の設置、長野冬季オリンピックから続いている一校一国運動をさらに発展させた、ホストシティ・タウン構想、オリンピック憲章に明記されているスポーツと文化を融合させる文化プログラムの推進など、2020 オリンピック・パラリンピック東京大会を一過性のイベントとすることなく、2020年以降を見据えた日本社会再生のための大きなうねりを全国に巻き起こしていく重要な施策と考える。そこには、日本全国の自治体に地域の活性化を図る大いなるチャンスが用意されており、国が進める施策を活用することが大変重要である。成熟した先進諸国が抱える課題に対し、新たな解決モデルを提示し、スポーツと文化を活用し、スポーツと文化に支えられた新しい社会のあり様・価値観を創り出すことが地方自治体には望まれる。

図9 東京2020大会の意義



出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「オリンピック・パラリンピックを契機とした地活性化」青木委員基調講演資料

## 2.2.4 2020年までにすべき取組について

### 2.2.4.1 地方への誘客

政府としては、2020年の東京大会を見据えて、訪日外国人旅客を2,000万人にすることを目標としている。そして、ビザの緩和、世界に通用する魅力ある観光地域づくり、外国人旅行者の受け入れ環境整備、MICEの誘致等、様々な取組が行われている。その影響か、訪日

外国人旅客は2013年には1000万人に達し、2014年には1300万人を超えた。しかし、2013年から2014年では、訪日外国人旅客が大幅に増加しているが、都道府県別にみると、訪問先に偏りがあることがわかる。表9は2014年の1月～3月、2015年の1月～3月の同時期に、外国人が日本に来てどの県に訪問したかという訪問率の推移を示したものである。

表9 都道府県別訪日外国人旅客推移（2014年1-3月、2015年1-3月）

都道府県	2014年 1-3月	2015年 1-3月	増減率	都道府県	2014年 1-3月	2015年 1-3月	増減率
北海道	15.4	13.2	-2.1	滋賀県	0.6	0.6	0.0
青森県	0.1	0.3	0.1	京都府	23.0	23.8	0.8
岩手県	0.1	0.1	0.0	<b>大阪府</b>	<b>30.3</b>	<b>36.0</b>	<b>5.7</b>
宮城県	0.4	0.4	0.0	兵庫県	7.9	6.8	-1.0
秋田県	0.2	0.2	0.0	奈良県	5.8	4.6	-1.2
山形県	0.6	0.3	-0.3	和歌山県	1.6	0.8	-0.8
福島県	0.1	0.1	0.0	鳥取県	0.1	0.1	0.0
茨城県	0.2	0.3	0.1	島根県	0.1	0.0	-0.1
栃木県	0.7	0.4	-0.3	岡山県	0.6	0.3	-0.3
群馬県	0.4	0.5	0.1	広島県	2.0	1.3	-0.7
埼玉県	0.5	0.4	-0.1	山口県	0.3	1.0	0.6
<b>千葉県</b>	<b>11.6</b>	<b>39.7</b>	<b>28.1</b>	徳島県	0.1	0.2	0.0
<b>東京都</b>	<b>42.7</b>	<b>45.1</b>	<b>2.5</b>	香川県	0.5	0.6	0.1
神奈川県	9.3	8.5	-0.8	愛媛県	0.2	0.2	0.0
新潟県	1.6	1.5	-0.1	高知県	0.1	0.0	0.0
富山県	0.0	0.4	0.3	福岡県	13.5	12.7	-0.8
石川県	1.1	1.2	0.1	佐賀県	0.7	0.6	-0.1
福井県	0.1	0.1	0.0	長崎県	3.4	3.6	0.2
山梨県	6.1	6.0	-0.2	熊本県	6.2	4.5	-1.7
長野県	4.6	4.7	0.1	大分県	8.2	7.4	-0.7
岐阜県	2.0	1.9	-0.1	宮崎県	0.2	0.2	-0.1
<b>静岡県</b>	<b>2.4</b>	<b>4.4</b>	<b>2.0</b>	鹿児島県	0.7	0.8	0.1
<b>愛知県</b>	<b>6.7</b>	<b>8.0</b>	<b>1.4</b>	<b>沖縄県</b>	<b>5.1</b>	<b>7.3</b>	<b>2.2</b>
三重県	0.5	0.4	-0.1				

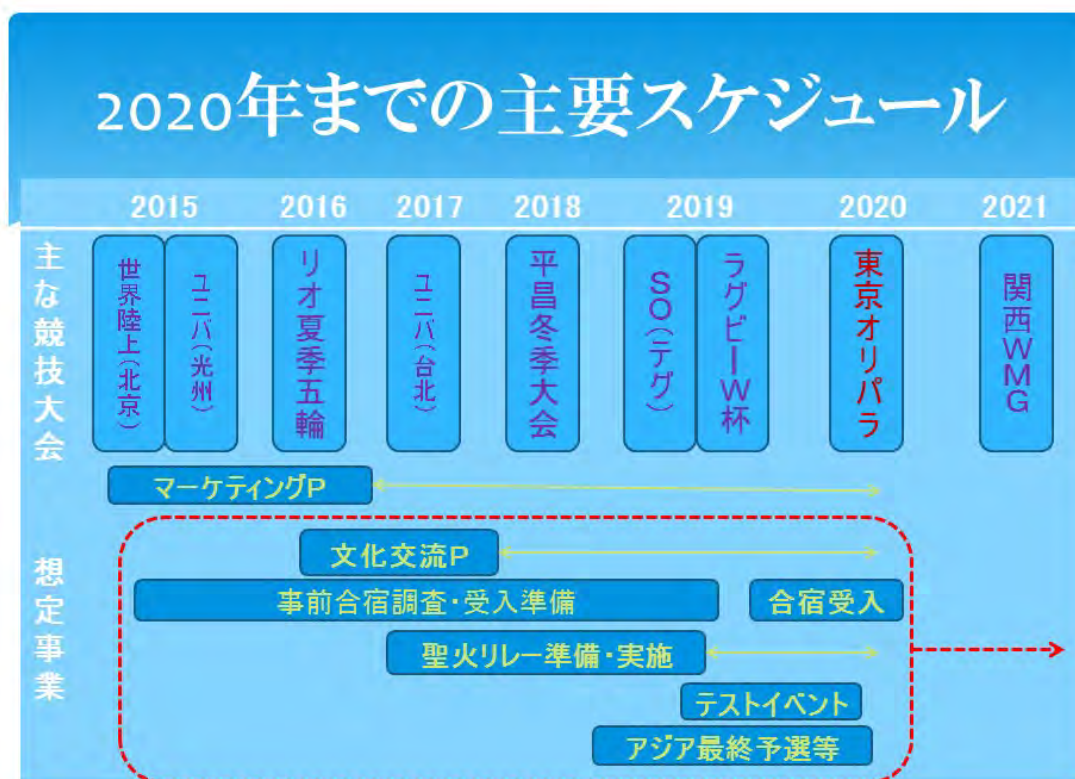
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」より事務局作成

表9中、赤字で示している都府県は、両年同時期の比較で1%以上訪日外国人旅客が増加したところであるが、千葉県、東京都、静岡県、愛知県、大阪府、沖縄県しか該当していない。訪日外国人旅客が大幅に増加した地域がある一方で、減少している地域が多く存在する。2020年に向けて、いかに外国人に地方に旅行に行っていただくか。そのためにどのような仕組み、仕掛けをしていくかということが非常に重要となるだろう。

## 2.2.4.2 2020年までのスケジュール

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会まで、日本あるいはアジア地区で様々な国際スポーツイベントが開催される。2015年には北京で世界陸上が開催され、多くの自治体で事前キャンプの受け入れを行う計画が予定されている。これは2020年につなげるマネジメントの一つでもある。2016年のリオデジャネイロ大会終了後から日本全国で文化プログラムがスタートする。2012年ロンドン大会の文化プログラムでは、17万件以上のイベントが英国全土で開催され、4,300万人以上が参加し大成功で終了しており、2020年東京大会でもロンドン大会と同様かそれ以上の文化プログラムが開催される予定である。各地域にある伝統芸能、地域の食、伝統品などの文化を全世界に向けて発信し、国内外からの観光客誘致による交流人口の拡大、地域産品の輸出促進、交流事業など2020東京大会を活用したさまざまな地域活性化策が想定される。2019年にはラグビーワールドカップが日本で開催され、2021年には関西地区でワールドマスターズゲームズの開催も決定し、これらの大会、イベントを活用し、連動した事業をマネジメントし、地域活性化による日本の課題解決に取り組むことが重要と考える。このことが継続性のある社会的効果を拡大させ、ソーシャル・キャピタルを豊かにする地域が創生されることになる。

図10 2020年までの主要大会・イベントのスケジュール



出典：第52回ESRI-経済政策フォーラム「オリンピック・パラリンピックを契機とした地活性化」青木委員基調講演資料

### 2.2.4.3 ホストシティ・タウン構想について

前項で述べた文化プログラム、事前合宿の誘致などの施策は、それぞれを点として捉えるのではなく、面として展開する必要がある。そのポイントとなるのが、政府が進めようとしているホストシティ・タウン構想である。ホストシティ・タウン構想とは、1つの地域で受け入れる国を決め、その国との交流を2020年の前から、例えば教育交流、スポーツ交流、文化交流、パラリンピックに関する交流、経済交流といったものを行い、2020年を経て2021年以降のまちづくりに生かそうという構想である。地域活性化のために、地方自治体は是非この構想を活用すべきと考える。この構想の中に事前合宿があり、文化プログラムがあり、また、教育交流、異文化交流、物産展・見本市等の経済交流も行われるとなれば、これらを一体として活用し、地域活性化に繋げる取組ができる。

#### 【ホストシティ・タウン構想がもたらす効果】

- ・教育交流：  
多様な国・習慣・文化の受入によるグローバル人材の育成
- ・スポーツ交流：  
老若男女、障がい者誰もがスポーツ（身体運動）を楽しむ環境を整備することによる健康増進（健康寿命の延伸）
- ・文化交流：  
文化プログラム等の活用により、地域の情報発信、観光振興による交流人口の拡大、外国人観光客増加による経済的波及効果の増大
- ・パラリンピック交流：  
ハード、ソフト両面でのバリアフリーによる障がい者への理解促進、高齢化社会へ対応整備
- ・経済交流：  
地域産品等の輸出促進、6次産業化の推進
- ・行政交流：  
国際交流推進によるグローバル人材の育成、地域情報発信による地域プロモーションの推進

### 2.2.5 おわりに

地方自治体は、地方版総合戦略の策定に取り組んでいるが、これまで述べてきたように、これから2020年までの間には、地域活性化のために活用し得る様々なスポーツイベントの機会がある。それらを是非重要な構成要素として地方版総合戦略の中に組み入れていただきたい。一般の企業では、3年ごとに中期経営計画が策定される。例えば、それと同じよう

に、2015～2017年までの3年間、2018～2020年までの大会での3年間、2021～2023年までは「BEYOND2020」の3年間と3つのフェーズで、長期スパンで捉えて計画を組み立ててはどうか。

現在、日本社会は課題先進国と呼ばれるように、高齢化、人口減少に端を発した問題が数多く存在する。これらに対して、例えば高齢化による医療費の増加を、身体運動、スポーツの振興を通じて解決していく、あるいはパラリンピアンがスポーツをする環境を整える、車いすの人が使えない体育館を無くしていく、こうした取組一つでも社会的効果が生まれ、地域の活性化に繋がっていく。東京2020大会を契機に、このような地域の取組が広がることを期待する。

## 2.3 食文化と地域活性化

### 2.3.1 東京大会と日本の食文化

#### 2.3.1.1 はじめに

日本の食文化は、2013年にユネスコ無形文化遺産に登録されたことで、今世界から注目を集めている。世界が日本に注目する2020年の東京大会に向けて、更に効果的にアピールをすることで、食関連産業や観光産業の振興に繋げることが求められている。

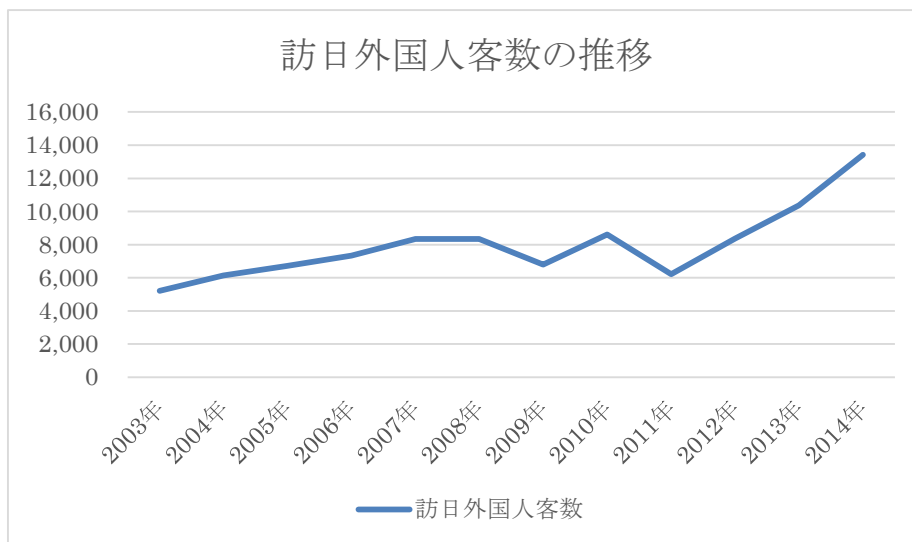
本節では、日本の食文化・和食をテーマとして、地方自治体が東京大会を契機に取り組み得ることについて論じる。

#### 2.3.1.2 訪日外国人と和食

政府は、観光分野を我が国の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野と捉え、2003年より観光立国の実現に向けた取組を推進してきた。以降、訪日外国人旅行者数は概ね右肩上がりであり伸びている。2003年には約521万人であった訪日外国人旅行者数は、2014年に過去最高の1341万人に達した。さらに、政府は「経済財政運営と改革の基本方針2014」において、「2020年に向けて、訪日外国人客数2000万人の高みを目指す」としている。

図11 訪日外国人客数の推移

(単位：千人)

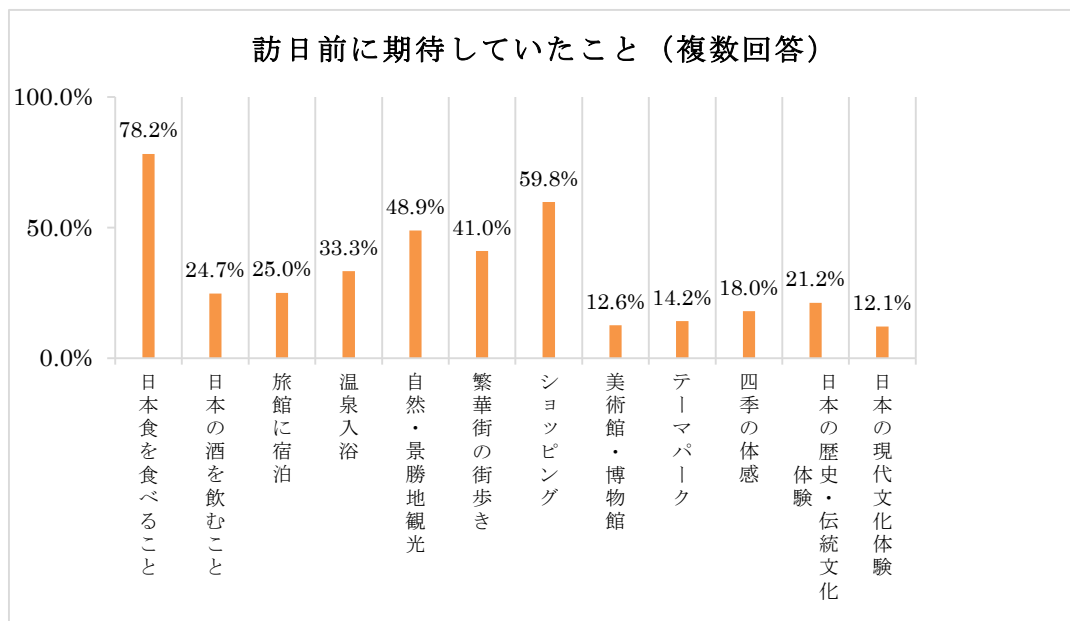


出典：日本政府観光局（JNTO）「年別訪日外客数、出国日本人数の推移（1964-2014年）」を基に事務局作成

〔訪日外国人の日本への期待〕

観光庁が実施した訪日外国人消費動向調査（2014年10-12月期）において、訪日外国人に、訪日前に期待していたことを複数回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」が78.2%と最も多かった。

図 12 訪日前に期待していたこと



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2014年10-12月期）を基に事務局作成

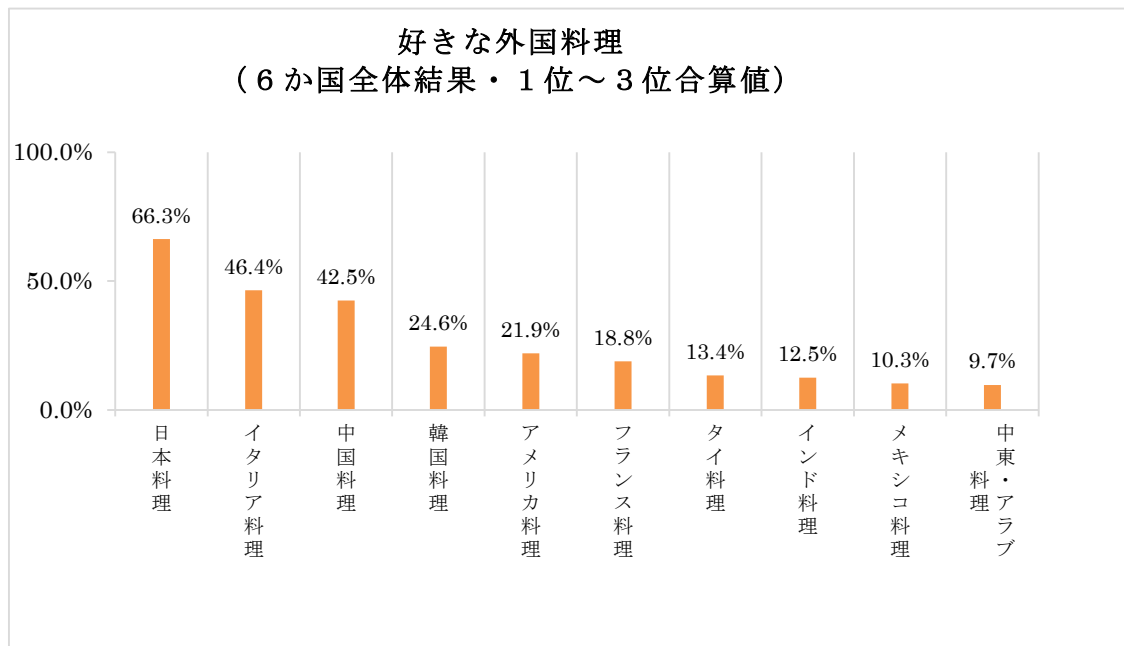
### 2.3.1.3 日本の食文化への関心の高まり

〔和食好きな外国人〕

2013年12月に、ロシア、ベトナム、インドネシア、タイ、ブラジル、アラブ首長国連邦の消費者を対象に日本貿易振興機構（ジェトロ）が行ったアンケート調査において、好きな外国料理を尋ねたところ、日本料理が66.3%で最も多かった。



図 13 好きな外国料理



※回答者に対して好きな外国料理を必ず3つ回答するように求めた。上表の値は1位から3位までの割合の単純合計値である。

出典：ジェトロ「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査」（2014年3月発行）を基に事務局作成

### 2.3.1.4 日本の食文化・和食に吹く追い風

過去の調査から既に外国人の和食への関心が高いことが伺えるが、更に和食への関心を高め得る機会が続く。

まず、2013年12月には、「和食；日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録された。このことと、2014年の訪日外国人旅行者数が1341万人と前年と比べて大幅に増加したこととの因果関係は定かではないが、和食への関心が高まり、和食を目的に日本を訪れる外国人観光客が増加した可能性が考えられる。

また、政府は、2015年のミラノ国際博覧会に日本政府として正式に参加する。そこでは、日本食文化を始め、我が国の農林水産業や食品産業、食器、調理器具、食卓等の家具などの「食」の関連産業をジャパン・ブランドとして国際社会に広く発信し、あわせて、我が国への観光客誘致を図る絶好の機会とすることを予定している。

そして、2020年には東京大会が控えている。ロンドン大会においては、文化プログラムとして2008年から2012年までの4年間で約18万件のイベントが行われ、約4300万人が参加した。そこでは、「HAT WALK」、「Art Drive」、「Little Sun」<sup>20</sup>等、アーティスティック

<sup>20</sup>吉本光宏 基礎研レポート『文化の祭典、ロンドンオリンピック——東京オリンピック2020に向けて』2012年9月5日を参照。 [http://www.nli-research.co.jp/report/nlri\\_report/2012/report120905.html](http://www.nli-research.co.jp/report/nlri_report/2012/report120905.html) (2015年6月25日確認)

クな側面から英国文化の表現や社会課題の解決を投げかけるプログラムが数多く実施され、文化の祭典として成功を収めた。対して、東京大会では、文化プログラムの「文化」に、日本が誇る食文化・和食を加えた広義の文化プログラムを実施することが考えられる。東京大会の期間は、世界が日本に注目するため、文化プログラムをはじめとした様々な手法で、日本の食文化・和食を世界にアピールするための絶好の機会である。

## 2.3.2 地方自治体への提言

### 2.3.2.1 東京大会を契機とした地方自治体の取組

前項述べたものなどが追い風となり、日本の食文化・和食、観光地としての日本は、今後世界からますます注目を集めると考えられる。そのため、地方自治体には、この機会に地域が誇る食文化を世界に発信し、それを地域振興に繋げることが期待される。

そこで、当研究会では、食産業の振興を通じた地域活性化に取り組む株式会社ぐるなびの代表取締役会長・創業者の滝久雄氏を有識者として招聘し、同社の取組を参考に地方自治体が行い得ることに関して株式会社ぐるなび理事の杉山尚美氏に講演いただいた。本稿は、その内容を踏まえて研究会事務局がまとめたものである。

[取組1：地方自治体との地域活性化包括連携協定]

株式会社ぐるなびは、「世界に誇れる日本の食文化を守り育てる、そのために食材をも守り育てる」という考え方のもとで事業を進めてきており、その考え方を更に発展・飛躍させるために、2014年8月に京都市と「地域活性化包括連携協定<sup>21</sup>」を締結した。包括連携協定の締結により、これまで培ってきた事業インフラやノウハウを生かし、以下4つの取り組みを進める。

- (1) 京料理や京野菜、清酒の普及促進など食文化の振興に関すること
- (2) 清酒をはじめとする伝統産業製品の普及促進など伝統産業の振興に関すること
- (3) 食に関連したイベント・行事のPRなど観光の振興に関すること
- (4) その他、地域活性化の促進に関すること

具体的な事業の1つとして、新たな京都の一面を楽しむ「京都朝観光」サイトを開設している。このサイトでは、「歴史、文化の薫る朝の京都に出会う3つのシーン」として、京の朝食、朝ならではの観光スポット、朝にしかできない体験を紹介している。この事業により地域の食文化、伝統産業、観光資源の魅力が日本国内のみならず、海外にも発信される事となり、地域活性化への貢献が期待される。

<sup>21</sup> 株式会社ぐるなびホームページ「「京都市・ぐるなび地域活性化包括連携協定」締結」を参照。  
<http://www.gnavi.co.jp/company/release/2014/20140808-4868.html> (2015年6月15日確認)

図 14 京都朝観光



出典：第4回研究会 杉山尚美氏プレゼンテーション資料「食文化とパブリックアート」（2015年1月30日）

〔取組1からの提案～官民連携の視点～〕

東京2020大会は、官民連携の推進の良い機会でもある。地方自治体は、東京2020大会を契機に地域を活性化したい。民間企業は、東京大会を契機に事業を推進し、そのことで社会に貢献したいと考えている。東京大会には夢や理念があり、また、2020年という明確なターゲットが決まっているため、官民が一体となり同じ方向を向いて取り組むには最適の機会である。

官民連携でそれぞれのノウハウを生かし、様々な分野でベストプラクティスを達成することで地域の課題解決、地域振興に繋げることを目指すべきではなかろうか。そのために、地域の官民が顔を合わせ、東京大会に向けて何ができるかを話し合う官民連携のプラットフォームを構築することが有効であると考えられる。<sup>22</sup>

〔取組2：地域ならではの土産の発掘〕

株式会社ぐるなびは、2002年に秘書業務をサポートする目的で「こちら秘書室」を開設して以来、全国の優良企業の秘書、または秘書業務に従事する方を会員とし、接待店情報、手土産情報、会員同士の情報交換の場としての掲示板の運営、さらに接待店の下見会やスキルアップ勉強会などのリアルイベントの開催を行ってきた。そして2014年には、「こちら秘

<sup>22</sup> 参考事例：神奈川県小田原市 第3章に掲載。

書室」に登録している約 3 万人の秘書会員ネットワークを活用し、地域ならではのお土産を現役秘書の目利きにより発掘して紹介する情報サイト「こちら秘書室公認 接待の手土産」を開設している。この事業の効果として、地域ブランドの発掘、地域ブランドの振興という効果が期待される。

〔取組 2 からの提案～お土産による地域活性化～〕

お土産には、家族や友人、同僚に配るために旅先で購入するものと、これからお世話になる方への感謝の気持ちを込めて持参するもの（手土産）がある。いずれの場合も、お土産は気持ちを伝えるコミュニケーションツールといえる。そして、お土産を通して贈り手が語るストーリーは、受け手のその地域への関心を高める。関心を高めた人がその地域を観光で訪れるかもしれない。そうした彼らが今度は広告塔になり、手土産とストーリーを持って出かけていく。そう考えた場合、地域に皆が共通して語れるような、地域の顔といえるお土産があることは重要である。

東京 2020 大会との関連では、例えば、地域のお土産を日本のお土産として、外国人が集まる場で販売することが考えられる。お土産をきっかけに、地域に関心を持ってもらえれば、今度はその地域に来てくれる可能性がある。

地域の歴史、文化、名所等に基づいた地域の顔といえるお土産を、行政と地域住民が協働で育て、それを活用する。地域の企業にも協力を要請し、手土産として活用してもらう。そのような取組がやがて地域活性化に繋がると考える。

〔取組 3：シェフの日〕

株式会社ぐるなびは、シェフが日頃の感謝をこめてお客様をおもてなしする「シェフの日」を開設、毎月約 12,000 店において、常時試食会、シェフによる料理教室が開催されている。さらにこれを発展させた企画として、「プレミアムマルシェ」を各地で実施している。これは、生産者が食材を直接消費者に販売するマルシェにシェフが参加し、その場で食材を使った料理を消費者にふるまうもので、「地産地消」を促進して、生産者、シェフ、消費者の交流を図るものである。地域外で開催する際には「地産他消」を促進することができ、地域の生産者にとっては食材を日本中に広める機会に、シェフにとっては、新しい食材に出会うきっかけとなる。また消費者にとっては、全国どこにいても各地域の持つ食材、食文化に触れることで、新しい食の楽しみを得ることができ、その結果、地域が持つ食材、食文化が全国に広まるという効果が期待できる。

〔取組 3 からの提案～食産業の振興～〕

従来のマルシェを発展させ、生産者、消費者に地域の料理人を加えた 3 者間の交流を図る

「プレミアムマルシェ」のような催しは、様々な地方自治体で開催できるのではないかと考える。3者間の結びつきが強まれば地産地消が進み、地域活性化に繋がると考える。さらに結びつきを強めるために、例えば、シェフによる地元食材を使った郷土料理の料理教室を開くことも考えられる。東京大会を契機にという観点からは、このような地域のイベントのなかに、外国人が日本の食文化を学び、体験できるプログラムを用意してはどうか。東京大会の文化プログラムとして、このようなプログラムを実施できるとなお良いと思われる。

## コラム：パブリックアートによる地域の創造

2012年のオリンピック・パラリンピック大会が行われたロンドンには街中にパブリックアートが溢れている。前述のロンドン大会の文化プログラム「HAT WALK」で帽子を被せられたネルソン提督等の彫像もそのひとつである。ロンドン大会の開催直前に行われたものとしては、「ブリティッシュ・テレコム」と「チャイルドライン」が企画した「BT Art Box」という市内の公衆電話ボックスをアート作品にして展示するイベントが行われた。<sup>23</sup>

### 〔パブリックアートの意義〕

当研究会の座長である滝久雄氏は日本のパブリックアートの開拓者である。理事長を務める公益財団法人 日本交通文化協会では、工房を所有し、耐久性の高いステンドグラスまたは陶板レリーフを用いたパブリックアートを多数制作している。作品は全国の鉄道駅や空港をはじめ、市民ホール、病院、学校など、様々な公共空間に設置されている。

滝久雄氏はイギリスの詩人ハーバート・リードの「今、我々に欠けているのは芸術家ではない。大衆である。芸術に意識を持つ大衆ではない。無意識的に芸術的な大衆である。」という言葉に同感し、パブリックアートの普及・進行事業を推進している。公共空間にパブリックアートがあることで、人々が生活の中で無意識のうちに芸術に親しむこと、それが社会のモラルを高める。そうして創られた高い文化力は地域を豊かにし、モノづくりに付加価値をもたらす源泉となり、強い経済をも育てると考えている。

### 〔東京大会とパブリックアート〕

東京大会では各地で様々な取組が行われるであろう。例えば、ホストシティ・タウン構想に参加する地域では、市民の協働で準備が進められ、ボランティアやおもてなしの機運が高まり、地域コミュニティが強化される。こうした取組で培われたノウハウ、精神の変化、市民モラルの高まりを東京大会後も継続し、東京大会のレガシーとすることが重要である。そこで、一つの手法として、レガシーを象徴するパブリックアートを市民と協働で作成してはどうか。パブリックアートは形として長く残るため、市民がレガシーを確認する契機となる。

<sup>23</sup> マクギネス真美 朝日新聞デジタル「ロンドンをいぞろ 「電話ボックスアート」」  
<http://www.asahi.com/olympics/columns/londonjournal/TKY201206280166.html> (2015年6月15日確認)

## 2.4 伝統工芸と地域ブランド

### 2.4.1 はじめに

#### 2.4.1.1 地域活性化と観光立国

2020年のオリンピック開催を五年後に控え、私たちが地域を活性化させるために何ができるだろうか。本節では伝統工芸の再興とそれに携わる人々の先進事例を紹介していきたい。これらの事例がそれぞれの地域の活性化のためのヒントを見つける一助となれば幸いである。

1954年、松下幸之助が「観光立国の辯—石炭掘るよりホテル一つを—」（以下、「観光立国論」）を発表した。奇しくもこの年を遡ること2年前、1952年は日本が戦後、夏季オリンピックに復帰した年であり、日本が主権を回復し、GHQが撤退した年である。敗戦国としての「殻」が破れた時、日本は「独立した国家」として何を指すべきか、と松下は考えたのかもしれない。松下の発表した「観光立国論」によれば、「観光も貿易」、「美しい景観も立派な資源」と足元を見ることの必要性を説いている。つまり、地域を知ることが観光立国への第一歩であり、「観光立国こそ、我が国の重要施策」なのである。そうであるとすれば、多くの国が注目する祭典において、日本の多様な文化を示すことはオリンピックの大きな役割のひとつであると言えよう。世界の注目が再び日本に集まる時、私たちは日本の（広義の）文化を伝える準備はできているだろうか。伝統工芸の再興を含む地域活性化とオリンピックは、縁遠いもののように見えるかもしれない。しかし地域を知ること、地域や日本を好きになり、それを広く伝えることで、海外の人々が日本に興味を持つようになるのであれば、それは無関係な話ではないだろう。興味を抱く国で開催されるオリンピックとそうでない国で行われるオリンピック。どちらが祭典として成功するかは火を見るより明らかだ。世界中の人々が日本に興味を抱けば、開催地・東京だけでなく、日本の各地域にも目を向けてくれる可能性も高まる。「オリンピックは東京の話」と割り切ってしまうには、あまりにもったいない話である。

それぞれの地域に、それぞれの文化が眠っている。それらを掘り起こし、再興し、盛り上げていくことが、「多様な文化を持つ国・日本」としての存在意義を高めることになるだろう。

### 2.4.2 伝統工芸再興の事例

#### 2.4.2.1 北陸先端科学技術大学院大学伝統工芸イノベータ養成ユニット

伝統工芸を産地とする日本の各地域にとって、伝統工芸の盛衰は地域経済と切っても切れない関係にある。工業製品の多様化・広範化、格安商品の氾濫と生活スタイルの変化によって、日本各地の伝統工芸はどこも窮地に立たされている。国立北陸先端科学技術大学院大学（以下、JAIST）の所在地・石川県は京都に次いで人間国宝を擁する伝統工芸県。同校に

において、伝統工芸の衰退に歯止めをかけようと始まったプロジェクトがある。

「伝統工芸イノベータ養成ユニット」。伝統工芸に革新を与える人材を育てることを目的とした社会人対象のプロジェクトである。これまで、伝統工芸の世界で商品の企画開発や販路開拓を一手に引き受けてきた問屋制度だが、大規模小売店の地方への拡大とともに、現在はほぼ崩壊。問屋の言われるとおりの商品を黙々と作り続けていれば良かった時代から、職人たちが自ら消費者の心に響く商品を編み出さなければならない時代へと変わった。問屋の代わりに勢力を拡大した大規模小売店の多くは地域密着ではないため、その場所に商業エリアとしての魅力がなくなれば撤退も辞さない。彼らに商品開発のすべてを委ねても、撤退した際には誰もその責任を取ってくれない。職人たちが、自分の責任において知恵を絞り、職人技を発揮し、商売に繋げていかなければならない時代。ときには大手のバイヤーたちとも自ら商談する知識やノウハウもなくてはならない時代なのである。難題を抱えた現在の職人たちに、商品開発の方法論を学んでもらい、実際の商品制作に繋げてもらうまでが、当ユニットのねらいである。

#### 2.4.2.2 伝統工芸イノベータ養成ユニットの内容

伝統工芸イノベータ養成ユニットは、三つのコースから構成されている。各専門家による座学の講義が中心となる「伝統工芸 MOT コース」、商品企画の基礎を、自社商品を製作することを前提に学ぶ「産地 MOT 実践塾」、学んだ基礎を踏まえて実際の商品制作に取り組み、展示会をゴールとする「商品開発実践塾」である。ここでは、筆者が7年に渡り講師や審査員を務めた「産地 MOT 実践塾」の内容を紹介したい。

先述したように、一部の作家を除く伝統工芸の職人たちの多くは、問屋から依頼を受けたモノをひたすらに作り続けることが仕事である。目の前にあるモノを精度高く仕上げることにだけに専念してきたからこそ、日本の伝統工芸の緻密さと繊細さが生まれたと言っているだろう。しかし、残念ながらその問屋制度は多くの地域ですでに崩壊したか、崩壊寸前といった状態である。当コース受講生の話によると「問屋のほうから、『どんな商品が売れまつかね』と聞いてくることも少なくない」という。三ヶ月のこの講座において職人たちは、誰の目線で開発するのか、どのような売り場で販売していきたいか。つねに「相手目線」を持ちながら商品開発していくという企画者としての基本から、情報の整理の仕方、さまざまな発想方法のヒントを学んでいく。とくに重きを置くのが開発（予定）商品の分析である。マーケティングの世界では定石のSWOT分析やポジショニングマップ、開発のテーマ開発などを、実際に商品を作ることを想定して、それぞれの企画書を作り上げていく。

授業の形式は多様で、通常の講義のほか、実際に知恵を絞って手を動かすワークシートへの記入、それぞれの課題を発表し講師、受講生らと議論しながら互いの商品開発を精度の高いものにしていくようにさまざまな意見を提案するディスカッションやグループワーク。



とくにグループワークでは、多業種の職人たちが一つのテーマを掘り下げることによって自社商品開発の際のヒントになる、他では体験できない貴重な時間となっている。「手は動かしてきたが、頭はこんなに動かしていなかった」と苦笑する受講生も多いが、三ヶ月を経て、修了認定プレゼンを終えると、どの受講生も達成感を感じるようだ。

図 15 JAIST 伝統工芸イノベータ養成ユニット 受講生の作品



作成：朝日電機製作所 砂崎友宏氏 2009

### 2.4.2.3 伝統工芸イノベータ養成ユニットの成果

「手を動かすのが仕事の職人が、企画書を作って何になる」という疑問を持つ方も多だろう。しかし、修了生たちの言葉からは、当コースを受講した意義を十分に感じ取り、自身の次のステップへ確実に踏み出している姿が浮かび上がる。「知識なんてなくても良いという職人特有の思い込みがあった」と話した受講生は「自分たちが生き残っていく上で知っておくべき必要なことを学んだ」と胸を張る。

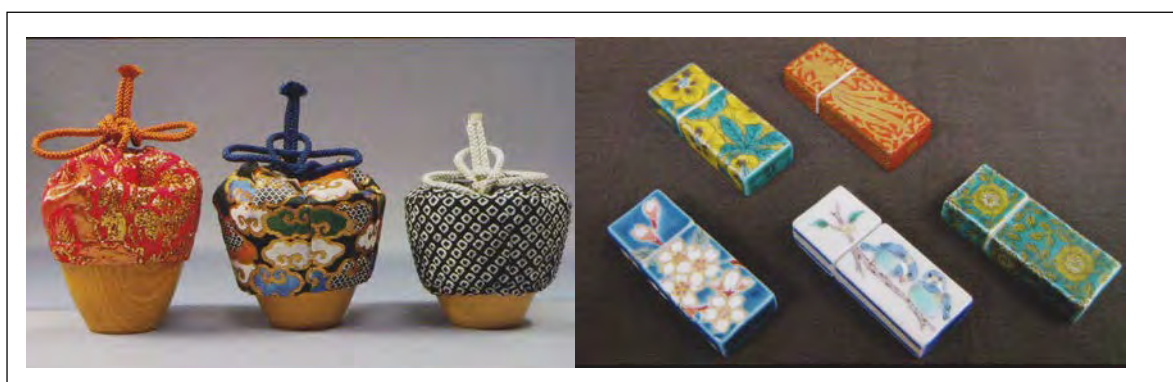
受講生は「企画書を作る」という課題をこなすことによって、情報を整理し、自分の技術と融合させ、自分の目線、他者の目線という複眼的な視点で企画し、他者に理解してもらおうプレゼンテーション能力を高めることができる。それによって、無責任な他者へも意見を言えるようになり、自身の思考や発言に責任を持つようになる。結果として「考える前」に作った商品と、「考えてから」作った商品では売り上げにも違いが生じてくるのである。

本プロジェクトのもっとも大きな成果が、「職人同士によるコラボレーション」が可能になったことだと言えるだろう。伝統工芸の職人の世界は、細かい分業制となっている。漆器も木から形を作る木地師と漆を塗る塗師は基本的には別であるし、陶磁器も造形をする職人と、絵付け師が異なることが多い。同じ商品を作るのにも複数の職人が携わることが基本であるから、違う工芸品に携わる職人たちが自ら横断的に仕事したり、連携を取るというこ

とはほとんどない。しかし JAIST の講義ではグループワークを通じて異なる工芸品の職人同士が対話を余儀なくされ、ときには一つの答えを導き出さなければならない。修了生たちの作品には、グループワークで初めて深く知り得た他の職人たちの技術とコラボレーションをして作品に反映させたものも多い。写真 3 で紹介している作品は修了生がコラボレーションによって作り上げたものである。左の「マイちょこ」は九谷焼作家の佐久間忍氏によるもの。加賀組紐、加賀友禅、山中漆器、九谷焼（漆器の中に入っている）と石川の伝統工芸を駆使している。右は朝日電機製作所の砂崎友宏氏による作品。電気製品を扱う砂崎氏は九谷焼とコラボして現代人に必要不可欠な USB メモリーを作った。同社の USB メモリーは他にも山中漆器バージョンなどがあり、訪日客の手軽な土産品としてもすでに好評を博している。

商品づくりのためのコラボレーションのほかに、企画展や共同ブースへの出展など、コース受講後にはいくつかの異業種コラボのグループが立ち上がり、異なる技術を持ちあいながら地域を盛り上げていこうとする動きが活発になっている。伝統工芸の職人たちの動きは、他の職業を持つ私たちにも大きな示唆を与えてくれる。同じ地域なのに競ってパイを奪い合っていないか。競合だと思っていた相手とコラボレーションすることで、新たな価値を生み出すことはできないだろうか。技術や商品特性の利点を補完し合うことで、まったく新しい商品を開発することはできないだろうか。「伝統工芸だけの話」と捉えず、いかに自分ごとに落とし込んでいくか。その視点は、オリンピック・パラリンピックを「東京だけの話」と捉えずに、いかに自分のいる地域に「自身のための契機」と捉えなおすことができるか、という構図と同じではないだろうか。

写真 3 JAIST 受講生の作品



(左/マイちょこ: 佐久間忍氏 右/九谷焼 USB メモリー: 砂崎友宏氏 出典: 季刊誌『JAPANIST』第 4 号 2010 年)

## 2.4.3 「部外者」と創る伝統工芸の未来

### 2.4.3.1 アパレル出身者による伝統工芸プロデュースの例

地域活性化の現場には「よそ者」「バカ者」「若者」という言葉がある。地域の宝を掘り起こすには、外部からの新鮮な目線が不可欠であり、これまでの常識を破り、突拍子もない発想と多少の反対があっても突き進もうとする「バカ者」によって突破口を空け、柔軟な発想とエネルギーに満ち溢れた「若者」の存在が大いに役立つ、というものである。「これまでの常識」にがんじがらめになりがちな伝統工芸を再興するためにも、彼らの力は有効である。ここでは彼ら「部外者」たちによる伝統工芸復活へのチャレンジをご紹介します。

全国の優れた伝統工芸品（や職人）とデザイナーを繋げて、現代のライフスタイルに合うような洗練された商品づくりをプロデュースする企業が増えている。ここに紹介するインターネットサイト「wabist」もその一つだ。運営会社・株式会社 EPLGA の代表取締役は元高島屋バイヤーの中島晋哉氏。アパレル畑が長く、ニューヨークでのバイヤー歴もある彼は、その感性を生かしてプロデュースした商品をインターネットサイトにて販売。クラウドファンディングなどのシステムを活用し、消費者が商品（や職人）のファンとなり、直接支援するしくみを構築している。現在の取扱商品は 300 以上。「wabist」のサイト上では、伝統工芸の「上質な贈り物」としてのニーズにフォーカスし、一線で活躍するスタイリストなどを「ギフトスタイリスト」として起用し、彼らの目線で相手に相応しい贈り物の提案をするなど、「上質」「一流」「スタイリッシュ」な伝統工芸の魅力を最大限にアピールしている。

中島氏は、このインターネットサイト「wabist」の運営のほか、スタイリッシュな空間で気軽に和を楽しむレストラン「wanoba」を展開、店舗では選りすぐりの伝統工芸作品がインテリアとしてディスプレイされている。2014 年には東京・青山で中島氏プロデュースのセレクトショップもオープン。「和」の文化を、消費を牽引するこだわりを持つ世代に、より身近に感じてもらうための活動の場はさらに広がっている。

写真 4 「wabist」のサイトで紹介されている商品の一例



左より、イスルギバスマット（金沢）、シマタニ昇龍皇后すずがみ（富山県高岡市）、チクノキューブ（京都）、中川木工芸シャンパンクーラー（京都）

### 2.4.3.2 「若者」とのコラボレーション

「伝統工芸」と言うと、「わかる人にはわかる」（わからない人にはわからない）と割り切っている人も多い。高額商品も多く、ターゲットを絞らなければ伝統工芸の良さが十分に発揮されないというのはじつにまっとうな意見である。結果的には年齢層も高くなり、大人の嗜みとしてのイメージも強い。その伝統工芸の世界を、「安く、広く」という視点で挑んでいるのが、弱冠 36 歳の「若者」、森智宏氏である。氏は和雑貨を中心とした商品を取り扱う株式会社和心の創業者であり、代表取締役。36 歳にして、創業 18 年というから驚きだ。

「日本のカルチャーを世界へ」を企業理念に据える彼が心がけているのが「質を落とさず、いかに和文化を広めていくか」。全国の伝統工芸の職人たちと直接契約し、「売れなければ職人たちが消えていく」という強い危機感と責任感で東京、横浜などの都市部だけでなく京都や浅草などへ多数出店。とくに外国人をターゲットにした戦略に長けている。氏いわく「外国人ターゲット対応」「インターネット」「立地」。この三つが訪日客戦略の要だという。森氏は和雑貨の店舗のほか、着物レンタルやインターネットによるさまざまな「和文化」に関連するサービスを展開、また自社工場を持ち、OEM で商品化を引き受けるなど幅広く活躍。2013 年には経済産業省「クールジャパン戦略推進事業」にも採択されるなど、そのノウハウは注目を集めている。

伝統工芸の世界では「部外者」である彼らの感性は、「伝統工芸初心者」である外国人や若者の心をつかむ重要な要素だ。固定概念を打ち砕く力強さと感性の鋭さ。森氏に続く「若者」の登場にも期待したい。

写真 5 左から：和心が運営する店舗「かんざし屋」／オープン時に客でごった返す「かんざし屋」店内／日本的な柄をインターネットで無料配信するサイト「JAPANESE PATTERN」



### 2.4.3.3 海外ブランドとのコラボレーション

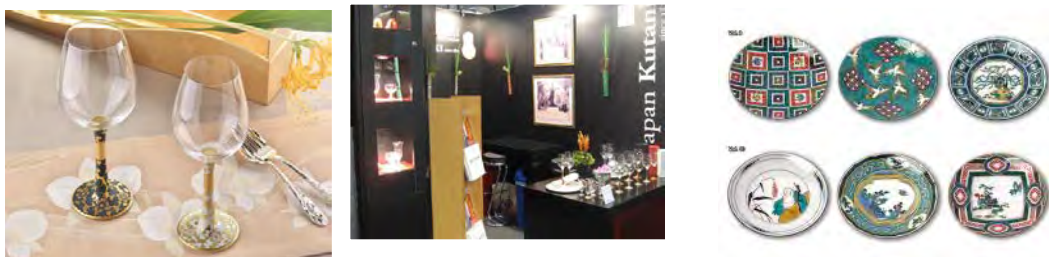
日本の伝統工芸とその技術に注目しているのは国内だけではない。海外の老舗ブランドがその技術とセンスに魅了され、コラボレーションを実現している例がいくつかあるが、日本の伝統工芸サイドから積極的に働きかけ、海外ブランドとコラボレーションが実現した

例もある。石川県金沢市にある鑄木商舗。江戸時代（1822年）から九谷焼を扱う問屋だ。既存の伝統工芸の枠を越えようと模索する8代目の当主鑄木基由氏は、2005年頃から、江戸硝子のグラスと九谷焼のステム（柄の部分）を結合させる技術を持つ会社と提携し、「九谷焼ワイングラス」を販売していたが、さらなるデザインの追求、刷新を求め、外部アドバイザーと新たなワイングラス制作を模索し始めた。その中で議論の的になったのが「グラス」部分である。5000円以上するワイングラスを買う客は、ワイン好きならず。であれば、グラス部分にこだわりがあるのではないか。そこで、伝統工芸とのコラボレーションに関心のありそうなワインの産地がある海外のグラスメーカーを探し、ついに、創業1521年のドイツの老舗グラスメーカー「シュピーゲラウ」と合意。グラス部分とステム部分の結合技術に苦労しながらも商品化に結び付けた。

ドイツの老舗とのコラボレーションで新しくなった「鑄木ワイングラス」は、2009年、筆者も展示コーディネーターとして同行し、パリのインテリア見本市「メゾン・エ・オブジェ」に単独出展。初めて海外でのお披露目に成功した。繊細な商品ゆえの流通の課題も顕在化した形となったが、フランス人を中心に海外の富裕層（と、彼らを対象とするビジネスマン）たちからは「日本の伝統工芸を日常で楽しめる」と好評を博した。また展示ブースでの設えには質問が相次ぎ、最終日には桜やレモングラスを和風にアレンジしたアートフラワーを持ち帰りたいという来場者が殺到。「ゴミ」となるはずだったアレンジは図らずもパリジェンヌ、パリジャンの邸宅を飾ることになった。日本文化への関心の高さが窺えた一コマである。

海外において、伝統工芸は富裕層もしくはファッションに敏感な層へのアプローチが必須である。彼らが求める「質」は、素材の贅を尽くした日本の伝統工芸にとって、すでに十分に応え得るものである。あとは彼らの求める「センス」をいかにキャッチし商品化に結び付けていくのか。オリンピック・パラリンピックに向けて訪日客や日本への関心度が増すこの時期にこそ、磨け上げたいものである。

写真 6 左：鑄木商舗「九谷焼ワイングラス」／中央：2009年メゾン・エ・オブジェ（パリ）の展示ブース／右：九谷焼の代表的な伝統柄。外国人にはこれら伝統柄に人気がある。



#### 2.4.3.4 映像の専門家と広げる伝統工芸の世界

PR 下手というのは日本人の民族特性とも言えるが、ことに「寡黙な」職人集団の伝統工芸の世界はその傾向が強い。素晴らしい作品が日本各地に眠っていても、自らそれをアピールするのが苦手なために、日本人でさえ全国の伝統工芸を知っているわけではない。気鋭の映像作家と富山県・高岡伝統産業青年会のコラボによる伝統工芸 PR のための取り組みをご紹介する。

伝統工芸界では珍しく代々職種の垣根を越えた繋がりがあるという高岡伝統産業青年会のメンバーと NHK 大河ドラマ「八重の桜」のオープニングで知られる映像作家菱川勢一氏が、あるイベントで対談するところからこのプロジェクトは始まった。対談で「面白いことをやっているのに全然知らない。ちゃんと PR しないと」という菱川氏に対し、対談相手であった青年会メンバーは発奮。当時高岡伝統産業青年会の 40 周年記念事業を企画中で、少ないながらも予算があったことから話が進み、「これまでにない地方発のショートムービーを作ろう」と高岡 PR 映画『すず』<sup>24</sup>が完成した。物語は東京の大学から始まる。卒業を控え、彼が自分の地元である高岡に一緒に行こう、と彼女に声をかける。いわゆるプロポーズだ。錫（すず）の産地高岡出身の彼は、「すず」という名前の彼女に縁を感じたらしい。二人は結婚し、高岡で暮らす。彼の実家は家業である鋳物業を廃業していて、親友は鋳物職人。音楽プロデューサーを目指し東京の大学に進学した彼は、職人の世界に負い目とも憧れともつかない複雑な思いを抱いている。明るく見守る妻すずとの生活の中で、ある出来事が起きて…。23 分というショートムービーの中で、高岡市内の風景、鋳物職人の仕事ぶりや、人々の思いなどが描き出される。職人を古臭いと言う夫に「伝統を繋いでいくのって、とっても素敵よ」と明るく答える新妻すずの言葉が印象的だ。

この作品はイタリア・フィレンツェの日本映画祭に出品され、その後ミラノにも巡回した。職人の国イタリアの人々からは共感の声とともに、若い職人が頑張っている姿に、日本の知らない一面を見たという感想も上げられた。また、上映会場前に設えた職人の実演ブースには多くの地元イタリア人が興味深い顔つきで覗きこんでいたという。

このショートムービーで主演を演じたモデル出身の女優・村上真希氏は大の伝統工芸ファン。伝統工芸を支える一助になりたいとの思いから、現在は自ら「伝統産業女優」と名乗り、地域の伝統文化を紹介するショートムービーなどで多数主演を務めている。

伝統工芸の世界を、さまざまな分野から支援し、協同する動きが広がっている。「伝統工芸、伝統文化を伝えることは日本を伝えること」。同じ思いを持つ、異なる才能が集まることで、いつか大きな成果となって現れる日が楽しみである。

---

<sup>24</sup> 製作：高岡伝統産業青年会・ドローイングアンドマニュアル

図 16 左：映画『すず』ポスター／右：2014年フィレンツェ日本映画祭（イタリア）での実演ブース



## 2.4.4 むすびにかえてー伝統工芸と地域活性ー

### 2.4.4.1 インバウムの視点

2014年度、ついに訪日客は1300万人を超え、東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、訪日客のさらなる増加が期待されている。前出の株式会社和心社長の森氏は、「外国人相手にしている店舗は儲かってしかたがない」と笑みを漏らす。そのためには「インターネット戦略が欠かせない」（森氏）。日本に来たときに初めて関心を持つのではなく、「すずに関心を持っている」から、商品を目の前にしたときに迷わず購入するのである。つまり、訪日前にいかに彼らの頭に商品をインプットさせておくかが重要なのである。商品だけでなく、街や日本人の生活そのものをPRしておくことも有効だろう。「日本に行ったらこれを買える」「日本に行ったら、こんな街で、こんな人たちに会える」「日本でこんなことが体験できる」。そういうワクワク感が高ければ高いほど、訪日客は日本の隅々まで観ようと思ひ、できればそのときの思い出を買って帰ろうと思うはずだ。

横浜にあるドヤ街「寿町」で、地域再生をしているコトラボ。ドヤを改装して観光客向けの安宿を運営し、開業から10年で70カ国、延べ7万人もの外国人客を迎えてきた。彼らが最初に行った行動もインターネットによる訪日客へのアピールだ（代表・岡部友彦氏談）。訪日客取り込みに成功した彼らの共通点は、訪日前にいかに商品や街の魅力を伝えておくか、である。

一方、物販の世界においてインターネットが発達しても障壁になるのが「流通の壁」である。ガラスや繊細な商品であればあるほど、海外への発送はリスクも伴い、金額も上がる。それを負ってまで購入しようという客は、そう多くはない。筆者がパリの展示会で頻繁に耳にしたのは「モノは良いが、流通コストとリスクが高すぎる」という言葉だった。訪日客が増えるということは、「モノは欲しいが送ってほしくない」という客に対してプラスに働く。

自らの手で持ち帰ればコストもリスクも最小限。オリンピック・パラリンピックを契機とした訪日客の増加は流通リスクに阻まれていた商品の購買促進に、大いに期待できるのではないだろうか。

インバウンドの視点の最後に、「訪日客の自国でのライフスタイル」と「日本らしさ」を両立した商品開発を進めるという点を挙げたい。たくさんの土産品があるなかで、まっさきに選ばれるのは「実際に使えるモノ」である。もともと「用の美」を追求した日本の伝統工芸ではあるが、そこに海外のライフスタイルに合った視点を加えることで、選択肢の上位にあがってくるだろう。そこで忘れてはならないのが「日本らしさ」を忘れないということ。スタイリッシュにするあまり、どの国で作られたものかわかりにくくなってしまっているものも多い。日本人向けにはそれも一つの方策であるが、私たちが海外に行くと、どの国でもあるようなものを買おうとしないように、彼らも商品のどこかに「日本的要素」があるものを求めている。伝統工芸の世界では「革新」「刷新」と考えるあまりに、この点が極端に忘れられていることも少なくない。幸い、文化の多様な日本では、「日本らしさ」もさまざまである。その地域に根づいた文化を、商品に反映させて開発を楽しんでほしい。

#### 2.4.4.2 イントラバウンドの視点

訪日客の取り込みは、「観光立国」を目指す日本において、また東京オリンピック・パラリンピックに向けて多くの訪日客を迎える今の状況において非常に重要である。しかし、やはり根幹となるのは、日本人にいかに関心の良さを再び認識してもらうかという点にあると思う。自分のことを嫌いな人より、自分に自信がある人の方が他者を引き寄せるのと同じように、自国のことを誇りに思い、文化を身に付けた人々のいる国の方が観光客にとっても魅力的であるのは、当然のことと言える。

では、いかにして日本人に再び伝統工芸に目を向けてもらえるだろうか。現代のライフスタイルに合うようなアレンジをした商品開発というのも一つの在り方であるが、それに加えて、一番効果的なのは「海外の人や著名人が注目している」というイメージを持たせることである。皮肉なことだが日本人は「外圧に弱い」性質がある。巨額の資本を持つ企業が多額の資金を投じて著名人にPRさせるという手法は昔から行われているが、多くの企業はそうはいかない。しかし、パリの展示会に出展した鍋木商舗やフィレンツェの映画祭で出品した映画『すず』のように、規模は小さくとも日本人が海外で作品をお披露目する機会はあるだろう。さらに、インターネットを通じて外国人のコメントを集めるなど、さまざまなツールや機会を逃さないことが肝要だ（商品開発にも役立つ）。SNSの発達した現在、外国人に自国へも発信してもらえれば、日本の情報の拡散にも繋がる。ただし、マイナスの情報の拡散にもなるため、こうしたリスクも踏まえたうえで取り組む必要がある。

次に、オリンピック限定品といったような、「有り難感」を演出するということである。



シリアルナンバーや数量限定などで購買時期を逃さず買ってもらうようなしかけがある  
といい。

最後に、日本人自身を、彼らの海外の友人らに宣伝してくれるファンに育てることができるかが、ポイントになる。誰しも自分が良いと思ったモノを伝えたいものである。そのためには、日本人自身が日本の文化を良く知ることがポイントになる。地域活性の盛んな地域は、地域愛が強く、訪れた人も観光を楽しむことができる。オリンピックを契機に地域活性化を図りたいと思うとき、日本人を無視して訪日客だけにフォーカスするのは、あまりに心もとない。遠回りに見えても、足元を見つめ、今いる場所を好きになること。結局はそれがもっとも重要なことではないだろうか。本章でご紹介した伝統工芸を取り巻く積極的な姿勢が、各地域の活性化のヒントになれば幸いである。

## 2.5. 健康・医療・福祉のためのまちづくり

### 2.5.1 はじめに

1.3 「2020年東京大会が目指すもの」で触れたように、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会は、高齢化社会、少子化社会、環境・エネルギー問題など、成熟した社会が抱える問題を解決するための「課題解決先進国としてのあり方」を目指すものとなる。特に、高齢化率が最も高い日本は、課題解決の先進国としてのモデルを示すことが世界から求められている。

本研究会では、高齢者・障害者が元気に社会参加・社会貢献するまちづくりのモデル事例として、「健康医療福祉都市構想」を進める酒向正春委員<sup>25</sup>の発表を基に議論を行った。本節では、酒向委員の研究会での発表内容を紹介するとともに、地方自治体が高齢化社会を迎えるうえでのまちづくりの一例を示す。

### 2.5.2 パラリンピックに必要な社会環境

#### 2.5.2.1 まちで元気になるプロジェクト

酒向委員は東京都道山手通りの初台地区や世田谷区二子玉川地区で、まちを元気にするプロジェクト「健康医療福祉都市構想」に取り組んでいる。二子玉川地区は、現在大規模な再開発が行われており、街が大きく生まれ変わろうとしている。

二子玉川地区の再開発事業は、二子玉川駅の周辺に大規模ビル（ホテル、映画館、集会場、スポーツクラブ、レストラン、商店、企業移転等）、分譲マンション群、二子玉川公園などが整備される事業である。「二子玉川健康医療福祉都市構想」では、この開発の中で二子玉川駅から多摩川橋までの間に「ヘルシーロード」を整備し、世田谷区民の地域交流、健康維持、健康回復の拠点となることを目指している。

後遺障害を来した患者が、この大規模開発の近くの病院（世田谷記念病院等）に運ばれてきた後は、回復期リハビリテーション（以下、「リハビリ」とする）を行い、歩いて、もしくは杖歩行や車椅子を用いて自分で屋外移動ができるようになり自宅退院する。その後は病院に頼らずにその街の中で元気になっていくというまちづくりが「健康医療福祉都市構想」である。「健康医療福祉都市構想」は、超高齢化社会における地域リハビリとノーマライゼーションを実現する世界モデルであるが、この構想は、東京2020大会を迎えるにあたって必須の社会基盤となりうるものである。「健康医療福祉都市構想」及び「ヘルシーロード」の詳細については2.5.4で述べる。

---

<sup>25</sup> 世田谷記念病院副院長・回復期リハビリテーションセンター長

## 2.5.2.2 パラリンピックを契機とした意識の変革

パラリンピックに必要な社会環境として必要な条件は、(1) 人間回復 (人間力の回復)、(2) 人間 (健康) 継続、(3) 社会貢献、(4) 価値観 (民族性) の成長 (協力と自立の価値観) である。

この中で、(4) 価値観 (民族性) の成長の「協力」についてデンマークでの例を挙げて説明する。多くの日本人は、デンマークというとバリアフリー、ユニバーサルデザインといった言葉を思い浮かべるが、それ以前に最も重要な点として、デンマークでは困っている人を助ける文化がある。ハンディキャップを持った人が街を歩いていて、段差や階段等で歩道が途切れる (道の連続性が止まる) などして歩けなくなると、一瞬のうちにたくさんの人が集まって、その人を助けようとする。そのような助ける文化、すなわち「協力の文化」が日本にも必須で、2020年東京大会を契機に定着できるかが大きなポイントとなる。

表 10 パラリンピックの基盤となる社会環境

1. 人間回復	自分ではどうしてもならないハンディができたときに、可能な範囲で回復させる攻めのリハビリを行う回復期リハビリ病院が必須。超高齢化社会では病気が良くなっても、加齢とともに基本能力が低下して、適切なリハビリをしないと閉じこもってしまう現状がある。
2. 人間 (健康) 継続	地域交流や都市環境の整備により、社会参加を可能として、脳も体もぼけさせない活動を整備、継続する。
3. 社会貢献	社会参加し、定期的に社会貢献ができる体制を自治体に整備していく。
4. 価値観 (民族性) 成長	「協力」と「自立」の文化が定着できるように教育し、人材育成をすすめる。

出典：第1回研究会 酒向委員プレゼンテーション資料「東京オリンピック・パラリンピックの基盤となる健康医療福祉都市構想」(2014年7月17日)より事務局作成

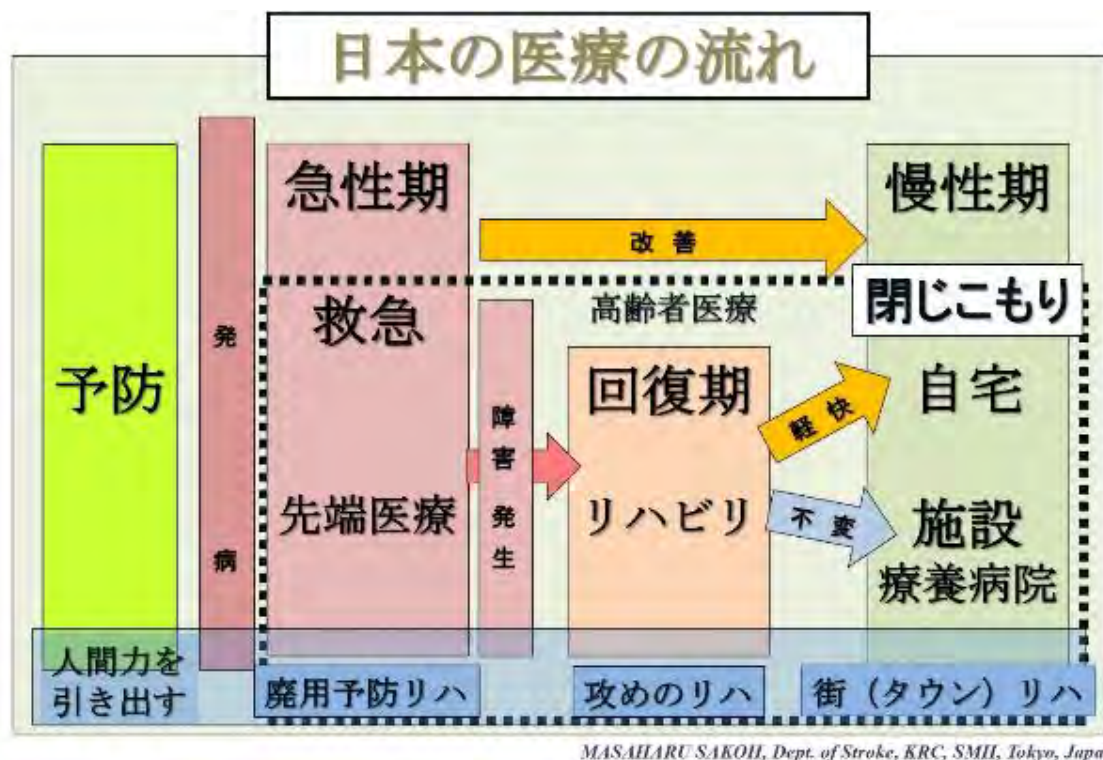
価値観の成長については、もう一点、「自立」の文化が必要である。例えば、介護保険を例に説明すると、日本人には「介護保険の給付金は全て使わないともったいない」という文化がある。そのような考え方から「自己のプライドとして、必要な給付金をできるだけ最小限で済ませられないか。最小限の助けで自立する。」という自立心を高める考え方に、2020年東京大会を契機に転換することが重要である。

日本の医療の流れを説明する。まず、元気なうちは「予防」が必要であるが、殆どの人は未だ取り組めていない。病気が「発病」すると、急性期医療や先端医療が行われ、その結果が良好であれば自宅退院ができる。しかし、障害が生じるとリハビリが必要になる。リハビリの結果、自分で活動できるまでに回復した方は自宅に帰り、そうでない方は施設に入所することも多い。

一方、超高齢化社会では、病気は治らず慢性化していく。後遺障害も回復せず、障害が残

存する。病気や障害と上手につき合う考えが大切であり、安定して活動できるようにリハビリを継続して行わないと、「閉じこもり生活」になってしまう。

図 17 日本の医療の流れ



出典：第1回研究会 酒向委員プレゼンテーション資料「東京オリンピック・パラリンピックの基盤となる健康医療福祉都市構想」（2014年7月17日）

日本が医療費増加による財政の破たんを回避し、国民の公共福祉を維持・向上させるためにも、高齢者や障害者が閉じこもり生活となる事態を避けなければならない。

そこで本節では、まず、超高齢化国家である我が国の課題を明らかにし、それから我が国ができる世界貢献として、パラリンピックを目指し、全世代で支援できる社会基盤となりうる健康・医療・福祉のためのまちづくり（健康医療福祉都市構想）について述べる。

### 2.5.3 超高齢化社会における我が国の課題

日本の人口ピラミッドは現在二層性になっており、65歳以上の方が25%も存在する。2030年には3人に1人が高齢者となる超高齢化社会が到来する。このような少子化・超高齢化社会を迎える中で、その解決策を健康医療福祉の視点から示し、そのモデルを世界に発信していくのが日本の世界貢献の一つであろう。

日本が世界に誇る医療保険制度も、このままでは公的なサービスを一定レベルに保つこ

とは財政的に国も地方自治体も容易ではない。超高齢者の場合は、病気や障害は治らず、社会参加や社会貢献ができない。病気や障害とどうつきあい、高齢者や障害者が社会参加するには何が必要であり、社会貢献できる体制をどう提供するか。良質な社会参加や社会貢献は、確実に人間の生きがいを増やすことにつながる。

そこで、まず我々が取り組むべき解決策の一つは、多くの人が暮らす都市の生活者が、生涯にわたり健康に過ごせるまちづくりを行うことである。一つは、医師会や厚生労働省が進めている地域包括ケアシステムのトップ・オブ・トップのモデル都市を実践することである。

日本では、病気が発症したときは急性期、回復期・維持期の医療連携がある。急性期は可及的短期間（2週間以内）で疾病を治療する期間、回復期は機能障害による能力低下を積極的に改善する期間（2～6か月間）で、リハビリ治療により歩行や日常生活動作や精神・高次脳機能を向上し、人間回復して在宅復帰を目指す。維持期は病院を退院した後の一生の期間にあたる。この流れで人間力を回復するには、急性期は廃用予防のリハビリ、回復期は攻めのリハビリ、維持期は街（タウン）のリハビリが必要であるが、これが世界中どこも整備されていない。特に、病院を退院した後のタウンリハビリが超高齢化社会問題を解決させる大きな力になりうる。

このために、維持期では病院に頼らない健康維持環境（ハード面）と病気・障害と上手につき合う支援体制（ソフト）が自治体レベルで街に必要となる。脳も体も衰えないためには、歩ける人も車いすの人も、屋外に出て人々と交流し、イベントに参加することが有効である。このような社会環境を自治体と住民がいかにサポートし、コンパクトに提供、継続していけるか。このような街づくりが大事である。

リハビリ医療の現場からの視点では、80歳までは回復力を持った現役世代であり、80歳までは元気に仕事ができるという社会を作っていかなければならない。必死に働くというよりは、ゆったりと楽しく働く社会環境が必要で、これを「緩いビジネス」と呼ぶ。例えば、1000万人の高齢者が年収100万円で働くと10兆円の所得が生まれる。また、80歳まで働くことによって、脳と体がボケない環境が生まれる。これによって医療費が10兆円削減できる。つまり、20兆円の経済効果が期待できる。これは超高齢化社会を迎える日本だから証明できることであり、このような社会を実現することが期待される。

超高齢化社会の構造をこのように考えると、そこには大きな潜在的市場があるという考え方に転換できる。さらに、障害から回復するリハビリやケアは「かわいそう」、「大変」、「気の毒」な文化ではなく、「かっこいい」、「気持ちいい」、「品がいい」という文化に変える必要がある。リハビリやケアを街なかの中心部で行っても、かっこいいと感じるような「ファッション」や「生活スタイル」に変えて、世界に発信していく。そのためには街づくりの環境の中に医療連携の裏付けをしっかりと置き、そして、健康維持回復が継続的にできる環境をつくり、高齢者を魅力的な社会活動に引き込んでいくことが必要である。

このような街づくりを行うために、健康サポート、医療連携、まちのアクティビティを全ての世代でつくっていくという考え方が重要である。そして、街全体が高齢者の元気を生み出す生活スタイルとファッションという新しい産業のセグメントになり、街全体がショールームとなる。例えば、丸の内の中通りを歩くビジネスマンに、中通りでのリハビリが、「かわいそう」でなく、「かつこいい」と感じる文化まで成長させることが世界貢献の核になる。

## 2.5.4 健康医療福祉都市構想

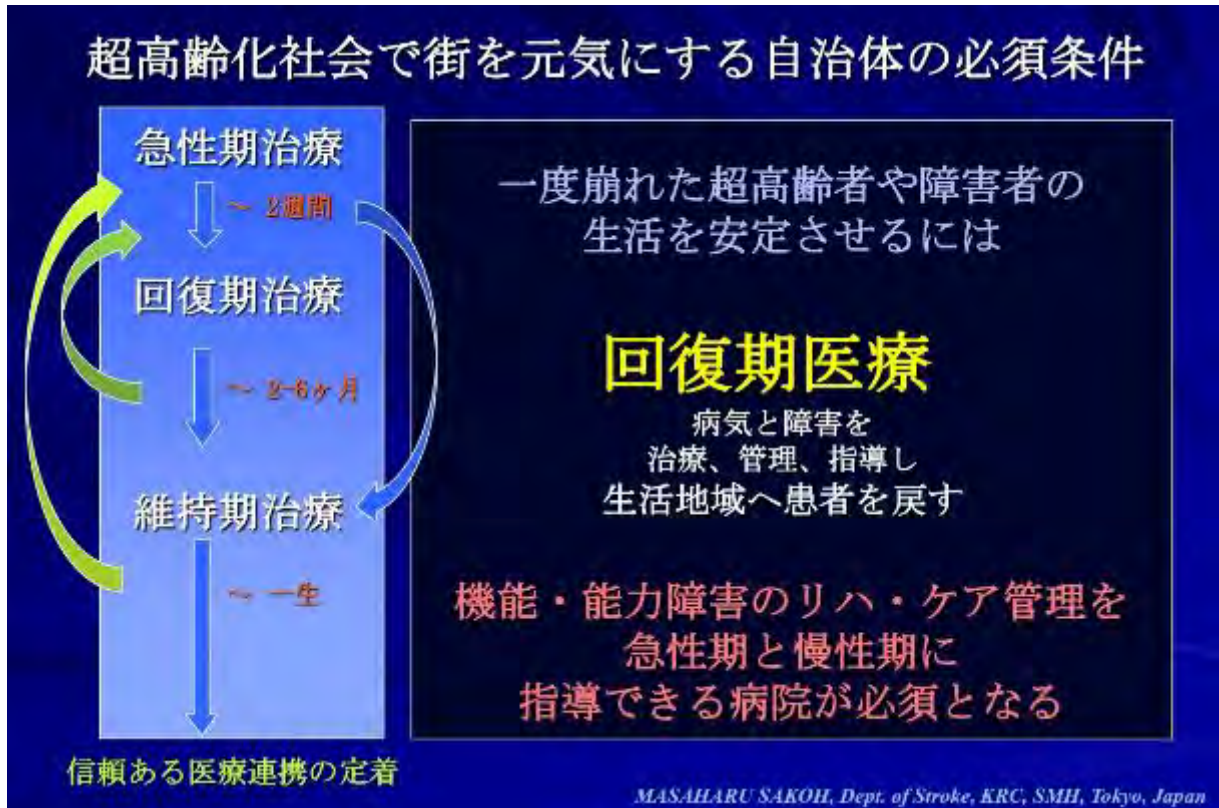
### 2.5.4.1 超高齢化社会における自治体の必須条件

要介護・要支援となる主な原因として、第1位が脳卒中後遺症で4分の1を占めており、次に高齢による衰弱が占めている。もし脳卒中になった場合、急性期医療は約2週間、回復期医療は2～6か月かかり、慢性期（維持期）医療は一生である。つまり、60歳の方が倒れた場合、維持期医療は20～30年になってしまうが、この慢性期医療にはスポットライトが当たっていない。

超高齢化社会を支える自治体の条件として、障害から機能回復させる回復期医療は必須であるが、急性期病院や慢性期施設でも機能や能力障害のリハビリ・ケアができるように指導できるだけの力を蓄えた回復期病院が地方自治体医療の核とならなければならない。

回復期リハビリ病床は人口10万人あたり50床が必要と言われてきたが、全国的平均では2011年に達成した。しかし、東京では回復期リハビリ病床が未だ足りておらず、障害を生じた時に、自分が暮らす自治体で入院リハビリができない。さらに、自宅退院後の十数年間について、自分の自治体内での外来リハビリ支援がない現実がある。この慢性期の外来リハビリ・ケア支援こそが、脳卒中や整形疾患だけでなく、超高齢者、認知症や癌治療後の患者を支える基盤になり、超高齢化社会の核となる。東京の都心に回復期リハビリを中心としたリハビリ医療連携、つまり地域包括ケアのトップモデルを完成させて世界に発信することがパラリンピックを目指した日本の世界貢献である。

図 18 超高齢化社会で街を元気にする自治体の必須条件



出典：第1回研究会 酒向委員プレゼンテーション資料「東京オリンピック・パラリンピックの基盤となる健康医療福祉都市構想」（2014年7月17日）

#### 2.5.4.2 「攻めのリハビリ」から「健康医療福祉都市構想」へ

血栓が脳に飛んでいき、血管が詰まることが「脳梗塞」で、脳梗塞は3時間以内に、つまり脳が壊れる前に、再開通することがポイントである。一般的には3時間以内に治療を始めようと言われているが、発症後1時間で治療を開始し、3時間で血管を再開通すると、多くの方が元のように元気になる。この救急医療連携は人口20-30万の地域が一つの治療単位のモデルとなる。昭和期のリハビリでは、後遺症が生じた場合、発症後に姿勢を整えたり、関節を動かすまでが1週間、座る動作までに2週間、立って歩くまでに1か月かかり、この間に廃用症候群が起こっていた。超高齢者では発症後2週間で廃用症候群が進行してしまう。これまでに、急性期リハビリを開始しなくてはならない。現在のリハビリでは、入院した日にICUやSCUでリハビリが開始される。脳梗塞や脳出血等で脳浮腫が進行し昏睡状態になっても、頭蓋骨を外して脳の圧を減圧すると、昏睡が改善し覚醒が向上する症例がある。すると、ICUから大部屋に移り、回復期リハビリが開始できる。すなわち、発症後1週間から2週間で回復期リハビリ、「攻めのリハビリ」が始まる時代に突入した。

高齢者は 2 週間の安静により体の機能が劇的に衰えてくるため、早くリハビリを開始する必要がある。「攻めのリハビリ」では、発症日のうちに体を軽く動かし、遅くとも翌日までには座らせて、1 週間以内には歩行させる。これを行わないと、骨や筋肉が痩せ、関節が固まり、心肺機能が低下し起立性低血圧が起り、精神・高次脳機能が低下して寝たきりになってしまう。心臓手術の術後にはアメリカでは 1 週間で退院して 2 週間で社会復帰する。このような速度感が日本にも必要であり、世界レベルであることが大切である。機能低下や麻痺が生じた時は、発症後 2 日以内にまず座位姿勢（端座位訓練）をとることが必要である。踵を床にしっかりつき、脊柱を正中にしっかり整え、セラピストが手を放しても姿勢が崩れないように座位姿勢を保つ訓練が重要である。

世界に先駆けて、日本には 2000 年に回復期リハビリ医療制度が導入された。これによって「攻めのリハビリ」が初めて可能となった。1 日のうち、3 時間リハビリを行い、睡眠が 9 時間とすると、残りの 12 時間を徹底的に離床する。患者がつらいと感じないように楽しく離床することが成功の秘訣である。さらに、急性期・回復期・維持期の医療連携が明確に確立できた。患者が人間回復するためには、「食事を美味しく食べる」「気持ちよく寝る」「適度な運動」の 3 つをこなせば良い。これが簡単なようだが簡単でない。この 3 つを戦略的にすすめることで人間回復を実現できる。

世田谷記念病院ではその実践をしており、入院日に治療チームで退院時のゴールを予測してリハビリ計画を進める。入院日から退院時ゴールを考えて、原疾患治療、全身管理、リハビリ訓練を進める。退院後の家屋環境、サービス環境を検討し、退院後の在宅生活が継続できるように調整を行う。日常生活機能評価の平均値が 8 点を超える重症な患者が多い回復期リハビリ病院だが、平均在日数が 89 日、在宅復帰率が 98%で、自宅退院率が 82%を実現している。一方、病院を退院後に自宅に帰ったときに、障害者が社会参加できる環境があるだろうか。これは社会の問題であるが、現実的には自宅、施設、病院以外に外出の場所がない。しかし、社会参加の環境がないと患者が閉じこもるのは言うまでもない。

その社会参加環境の基盤となるのが「健康医療福祉都市構想」である。これは病気や障害を病院に頼る社会ではなく、ハンディキャップを街で元気にする社会を作ることの意味している。日本には福祉都市がたくさんあるが、成功していない。その理由は簡単である。「どうつくるか」の専門家が中心になって都市が形成され、「どう使うか」の専門家が入っていないためである。すなわち、完成後の活用を考えていない現実があった。超高齢者や障害者に対して「都市をどう使うか」の専門家としては医療福祉関係者がいる。「街づくり」と「医療」が融合することで新たな産業が生まれてくる。



図 19 健康医療福祉都市構想



出典：第 1 回研究会 酒向委員プレゼンテーション資料「東京オリンピック・パラリンピックの基盤となる健康医療福祉都市構想」（2014 年 7 月 17 日）

### 2.5.4.3 ヘルシーロードからの発信

健康医療福祉都市構想の骨格は、(1) 回復期リハビリを中継とした質の高い急性期・回復期・維持期の高齢者・脳卒中医療連携の確立（安心）、(2) 市街地中心部でのバリアフリーの公園的歩道空間（ヘルシーロード）の整備（コミュニティ形成）、(3) ヘルシーロードから健康・医療・福祉の情報やサービスの発信、そして、医療関連産業街の新設による従来型ショッピング街との相乗的経済活性化（活力）からなる<sup>26</sup>。

このうち、(2) 市街地中心部でのバリアフリーの公園的歩道空間（ヘルシーロード）の整備（コミュニティ形成）は、街の真ん中に公園的歩道空間を作ることによって、線から面へと広がる活気ある街を形成していくものである。病気や障害の治療を必要とする時期には、病院治療を頼る回復期リハビリを中心とした質の高い医療連携が必須であり、困った時の基盤となる。病院退院後は、高齢者や障害者が公園的歩道空間に出て、散歩や社会活動に参加して人との交流を持つ。この交流の場となる公園的歩道空間を「ヘルシーロード」と呼ぶ。この

<sup>26</sup> 「老いる都市と医療を再生する—まちなか集積医療の実現策の提示—」（2012 年）

ヘルシーロードから様々な健康医療福祉の情報・サービスを発信する。さらに、従来の商店街とは異なる健康医療福祉関連の産業を持つ街が「医療関連産業街」となる。「医療関連産業街」とは、患者の復職支援、福祉支援、介護支援、子育て世代の女性支援、シルバー雇用支援などのビジネスを、街の真ん中のヘルシーロードで提供していくものである。障害のある方が、9~10万円程度の収入が得られ、生活が継続できるような社会を実現していくことが我々の国の課題解決の一つとなる。従来型産業街とのビジネスの相乗的経済活性化を進めるのが「健康医療福祉都市構想」である。

「ヘルシーロード」は人間回復のシンボルでもある。地方人口のうち、障害者、障害児、高齢者の1割の方がヘルシーロードを訪れる。家族でヘルシーロードを訪れた場合は人口の2割になる。その方々が定期的にヘルシーロードへ集まることで、中心市街地の空洞化を防ぐ一つの策になる。

図 20 快適なバリアフリー歩道空間の環境整備（ヘルシーロード整備）



出典：第1回研究会 酒向委員プレゼンテーション資料「東京オリンピック・パラリンピックの基盤となる健康医療福祉都市構想」（2014年7月17日）

日本の地方都市には、たくさんのアーケード街がある。しかし、アーケード街のハードが壊れるまでが勝負であり、それまでに再建しなければならない。ハードが壊れてからでは、気持ちいい公園的歩道空間としての使用が難しいためである。ヘルシーロードが既存のアーケード街と結びつくことにより、「ヘルシーサークル」として機能するようになる。人口

6万人以下の小さな都市では、アーケード街自体をヘルシーロードとして機能させ、シャッター街に医療関連産業を入れることで、街を立て直すことができる。その実現のためには、ヘルシーロードがハード的に安全、安心、快適に歩けるということに加えて、コミュニケーションが必要である。そのためには、自治体や市民活動が地域住民の交流を支える体制が必要であり、定期的に健康医療福祉やスポーツ、そして、芸術や文化のイベントを行うことが重要である。これは自治体や企業、NPO、学校、商店や地域住民との連携が必要となり、国、都道府県、市や町等の連携も重要である。

街の中でリハビリを行っていくためには、社会参加・社会貢献は「かっこいい」という文化に変えていく感覚が必要で、例えば5mしか歩けない人が、ゴミ拾いの活動に参加しゴミを拾ってくることで、社会参加になり、一つの社会貢献にもなる。それを私たちや自治体がサポートできる体制を作ることが大事であり、かっこいいリハビリファッションやスタイル、食文化、芸術文化、工学や情報テクノロジーを創生できる機会でもある。

山手通り整備事業では東京都と連携して「初台ヘルシーロード」を整備した。初台駅から西新宿駅5丁目までの「初台ヘルシーロード」は、片道8.8kmの大規模な山手通り整備事業の中の1割程度である。整備後には、ヘルシーロードの沿道や周辺も活気づき変わってきた。この初台ヘルシーロードを核に、裏ヘルシーロードの整備も進めている。老人ホームの認知症の方や児童が集まるところには高齢者や児童が元気になる裏ヘルシーロード、オペラシティや不動通りを楽しむ裏ヘルシーロード、そして、新宿中央公園へ続く裏ヘルシーロードなどがあり、渋谷区や新宿区と連携している。初台ヘルシーロードにはアーケードはない。酒向委員は、大規模なビルや施設、すなわち、デパート、ホテル、駅、空港、多目的ビルは全てリハビリ施設として活用することを提案している。全天候型の広いバリアフリー空間であり、障害者用トイレや食堂・レストランがあり、また、定期的なイベントやカルチャースクールも行われている。都会では、患者に自宅近くの大規模ビルの活用を紹介し、リハビリをしていただくが、それはリハビリというよりも、楽しく継続できる生活活動として定着している。

### 2.5.5 医療を中核とした都市開発モデルから世界貢献へ

東京2020大会では、日本に世界中の注目が集まる。競技の成功、芸術・文化イベントの成功に加えて、超高齢化問題の解決策を世界発信する絶好の機会である。自分の暮らす地域と人、さらに健康、医療、福祉に関心をもち、そこに住むことにステイタスを感じる超高齢社会対応の街づくりが必須であり、その必要性を理解できる民意を育成する必要がある。そのために、国、自治体、企業、市民が連携した医療を中核とした都市開発モデルを提案したい。都市モデルの規模は、人口20-30万の一自治体を一単位と想定しており、以下の6項目を自治体内の全住民に実践できることが基本である。

- (1) 人間力を回復できる回復期リハビリ病院の運営
- (2) 急性期・慢性期施設へのリハビリの指導と研修協力ができるリハビリ体制の構築
- (3) 在宅生活者に対する外来リハビリを生涯継続支援できるリハビリ体制の構築
- (4) 地域包括ケアの核となる地域リハビリ実践のための社会参加の実践的指導ができる地域リハビリ体制の構築と自治体による体制支援
- (5) 都市開発業者との連携による都市環境整備された街中での社会参加・社会貢献・生活再生の実践と指導ができる地域リハビリ体制の構築
- (6) 海外医療者や地方医療者に対するリハビリ医療の研修・教育・指導ができるリハビリ研修センター実践による世界貢献

人間回復を実現するリハビリ医療には **Passion**、**Mission**、**Action** が必要であるが、街づくりには医療従事者、患者や家族のみではなく、社会全体への目配り、気配り、思いやりがないと成立しない。街づくりは大変時間を要する事業であるが、超高齢者、障害者や全世代の住民のために必須のものであり、「あきらめない力」が大切である。そして、それは人生を切り開く最高の力となろう。

## 2.6 青少年育成

### 2.6.1 オリンピックと青少年交流

オリンピックは、スポーツのみならず文化を含めて青少年への教育に与える影響が大きい。オリンピックを契機に青少年を対象にして、多くのスポーツや文化面での国際交流が進むことは、日本にとって大きな意味がある。とりわけ、中東や世界各地で紛争が激化する今日、若い世代の交流を行うことは大切である。本節では、1964年に東京オリンピックが行われた前後の青少年対象の国際交流の歴史から現在にいたる事例を挙げながら、2020年に向けた青少年を主役とした国際交流の在り方を探りたい。

#### 【1964年東京オリンピックと青少年国際交流】

##### 2.6.1.1 東京オリンピックと国際交流

戦後の青少年の国際交流事業は、1959年、皇太子のご成婚を記念して、青年海外派遣事業に始まる。欧州、アメリカ、南米、アジアやオセアニアに分かれて、100人の青少年が各国を訪れ、産業や、経済、文化の現状を数か月にわたって視察し、それぞれの国の青少年たちと交流をした。海外渡航が自由化されていなかったため、海外に行く手段として画期的な出来事だった。

青少年の国際交流は、歴史的に見て、1964年の東京オリンピックを契機に交流が本格化する。この年に日本人の海外渡航が自由化されたことが後押しすることとなり、まさに海外に出ることは夢ではなくなっていった。

その後、1967年には、明治百年記念事業として「青年の船」が始まった。やがて、青年の船はアジア各地との青少年の交流へと発展していった。1974年からは「東南アジア青年の船」が始まり、その後、中国や韓国との青少年交流事業が生まれる。

一方、スポーツの分野では、日本スポーツ少年団が、1962年6月23日、日本体育協会の呼びかけで始まった青少年記念運動だ。東京オリンピックを控えて、スポーツを通して、青少年の健全な心身の育成に貢献するために設立された。戦後の急速な経済成長に伴い、物質的には発展を遂げつつある日本の中で、運動をすることが軽視されたり、少年犯罪が増えたことに対して、全国の市区町村でスポーツ活動をすることで、地域社会の

写真7 第1回派遣団に団旗を授与する岸総理大臣（1959年）



写真8 第1回青年の船出港式（1968年）



中で子どもたちの健全な心身を鍛えようという狙いがあった。

スポーツにおける青少年を対象にした競技は、1953年、ユニバーシアードの前身である大会がドイツのドルトムントで開かれた。それ以前、日本は敗戦国だったため、国際スポーツ大会への参加や国際競技団体への加盟が認められていなかったが、当時の日本の学生スポーツ連盟はドルトムント大会に招待され、サッカー、フェンシング、陸上競技に参加が許された。この大会を機に、両国の間で日独青少年交流事業が決まり、翌年から日本の青少年がドイツを毎年訪れる交流が始まった。このことがきっかけとなり、青少年の国際交流を進めることの重要性が政府内外で協議され、東京オリンピックと同時に、東京オリンピック世界青少年キャンプが開かれることとなり、海外から1000人、日本から日本スポーツ少年団など200人が参加することとなり、学芸大学のキャンパスを開催地に行われ、ドイツからは150人が参加した歴史がある。

現在でもドイツとの交流は、「日独スポーツ少年団同時交流」として、毎年約100人ずつが双方を訪問し、スポーツ交流のみならず文化の交流も含めて継続している。一方、日本スポーツ少年団は、創設当時は、22団753人だったが、現在では約3万5000団、約81万人を超える日本最大の青少年のスポーツ組織に成長している。

#### 2.6.1.2 戦後社会活動家が青少年交流と国際交流にまいった種

戦後、冤罪が多かったシベリアに抑留されていた60万人の引き揚げ者たちの戦犯の名誉回復や留守家族の支援運動から始まった「学生互助会」は、1949年に「日本健青会」と名称が変わり、シベリアのみならず、フィリピンやアジア各地からの引き揚げ者やその家族の救済にあたった。その中心的な人物が、「青年の手で戦後の後始末を」と立ち上がった佐賀県出身の末次一郎氏だった。

末次氏は、抑留者支援に尽くす傍ら、1960年に「青年海外派遣計画」を提唱し、それが1965年に発足する青年海外協力隊の礎となる。末次氏は、1961年にアメリカのケネディ大統領が大統領令で設立した「平和部隊」について、著書「未開と貧困への挑戦」の中で、「平和部隊は当時のアメリカ人の技術指導者たちの多くが、現地の風俗や習慣をまったく理解しようとせず、どんなところでもアメリカ式生活に固執し、それだけに、けっして現地住民の中にとけこむことができなかったことへの反省から生まれたものであった」と述べている。そこで、日本発の青年による海外支援が、現地の人々の目線に立った支援の在り方であることを切に望み、実践していった。現在、海外青年協力隊は、昨年までに88か国、3万9000人余りの隊員を送り出し、発展途上国支援の世界的ブランドと言っても過言ではないが、その実績と成果の基礎を築いたのは、末次氏である。

末次氏は、このほかにも多くの草の根の運動を実践してきた。東京オリンピックの選手村を青少年が集い、宿泊する施設として活用されるように進言し、実現。イデオロギーにとら

われない核兵器廃絶運動の組織体の創設や、沖縄返還に力を尽くし、北方領土の返還や、日韓、日台関係にも寄与した。いち早く環境問題にも着目し、「日本歩け歩け協会」の設立、「花と緑の農芸財団」の創設にもかかわった。まさに戦後日本のボランティア運動の父と言える。

一方、地方から全国に先駆けて青年運動を実践した人がいる。山形県産業開発青年隊を率いていた寒河江善秋氏だ。戦火で荒廃した国土の復興を、農家の次男や三男の失業対策として活用していこうと 1951 年に青年運動を山形で起こした。建設省と農林省はこの運動に着目して、1953 年に「国土総合開発促進のため産業開発青年隊導入要綱」を決定し、全国に青年隊が設立される基礎を作り、農村開発のモデルを全国に広げていった。

東京 2020 大会に向けて、世のため人のために、ボランティア精神に則って、青少年の育成に尽くした末次氏や寒河江氏の功績と精神から改めて学ぶ必要がある。

### 2.6.1.3 日本の次世代リーダー養成塾の試み

#### 1. 日本の次世代リーダー養成塾とは

現在、日本の高校生を対象にした国際交流・国内交流のプログラムは官民間わず多数あるが、リーダー育成に着目した筆者が主宰する取り組みを例に挙げて、来るべき 2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けた青少年の交流事業についての一考にさせていただきたい。

「日本の次世代リーダー養成塾」（以下は、リーダー塾）は、一般社団法人日本経済団体連合会会長が塾長を務め、2004 年に開塾した。経済界、地方自治体と学界がスクラムを組んで、日本を背負って立つリーダーを育成するため、全国から高校生を毎年 170 人選抜して福岡県宗像市で毎夏 2 週間開かれるサマースクールだ。これまで 11 回開かれ、卒塾生は今夏で 2000 人に達し、日本だけでなく、世界各地で大学生として、社会人として活躍している。

塾生は、北海道から沖縄までの全国の高校生が対象だ。リーダー塾に参加を表明している北海道、青森県、岩手県、静岡県、岐阜県、和歌山県、福岡県、佐賀県、福岡県宗像市、同県古賀市の 1 道 7 県、2 市から約 100 人、全国から書類と面接で選抜される一般枠の高校生 70 人、これに加え、昨年からは中国、韓国、モンゴル、タイ、マレーシア、インドネシアから無償で招待する約 20 人から構成される。選抜の基準は、成績に加え、学校の生徒会やクラブ活動や地域活動でリーダ

写真 9 日本の次世代リーダー養成塾



撮影：加藤暁子

一的な役割を自ら進んで担っていて、将来に夢を持った元気な高校生たちだ。

発足当時、「リーダーを養成する」ということに対して教育界で反対の声があった。公教育では、すべての生徒に対して平等に均等に教育を行うことが重要視され、リーダー層という一部だけを抜き出して教育するこのプログラムはタブー視されていたからだ。リーダー塾は、塾生のうち半数以上にあたる 100 人が地方自治体独自で選抜しているため、教育委員会などに根気よく説明をして理解を得る必要があった。しかし、この 10 年の間に公教育の現場でも、価値観は大きく代わり、「リーダー育成」はまさに学校現場で重要視されるようになった。同世代のリーダーが様々な場面で同世代の面倒を献身的に見ることは重要なことだからである。

リーダー塾が目指すリーダーとは、高い倫理観、責任感、構想力、決断力、行動力がある人のことだ。世界各地で紛争が絶えない今、人の上に立つリーダーは、臨機応変に柔軟な頭で考える能力が問われている。そして、何より、人に対して感謝の心を持ち、人の話を聞き、利他の精神で献身的に尽くすことが重要である。2 週間のサマースクールを通して、リーダーのあるべき姿を真剣に考え、その後の学校生活や地域で実践することを目的としている。

## 2. リーダー塾のカリキュラムと内容

### ①リーダー塾のプログラム

プログラムは、毎朝、毎日の日々の生活を振り返り、その日に出したテーマで静かな気持ちで作文を書く「書禅」に始まり、講師による講義と質疑応答、クラスに分かれたディスカッション、そして、夜は「ハイスクール国会」または、「アジア・ハイスクール・サミット」を行うのが日課だ。このほかに、期間中、2泊3日佐賀県を訪れ、日本と朝鮮半島の歴史を佐賀県名護屋城博物館で学んだり、協賛企業の協力でクラス対抗「みそ汁コンテスト」を実施する。昨年のカリキュラムは下記を参考にさせていただきたい。



図 21 日本の次世代リーダー養成塾カリキュラム表

第11回 日本の次世代リーダー養成塾 カリキュラム表 (2014年7月25日～8月7日)

期日	時間	科目	講師	会場
7/25	18:00-19:00	開塾式	中村 達	本校
7/25	19:00-20:00	夕食	本校	本校
7/26	08:00-09:00	朝食	本校	本校
7/26	09:00-10:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	10:00-11:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	11:00-12:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	12:00-13:00	ランチ	本校	本校
7/26	13:00-14:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	14:00-15:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	15:00-16:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	16:00-17:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	17:00-18:00	夕食	本校	本校
7/26	18:00-19:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/26	19:00-20:00	夕食	本校	本校
7/27	08:00-09:00	朝食	本校	本校
7/27	09:00-10:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	10:00-11:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	11:00-12:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	12:00-13:00	ランチ	本校	本校
7/27	13:00-14:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	14:00-15:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	15:00-16:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	16:00-17:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	17:00-18:00	夕食	本校	本校
7/27	18:00-19:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/27	19:00-20:00	夕食	本校	本校
7/28	08:00-09:00	朝食	本校	本校
7/28	09:00-10:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	10:00-11:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	11:00-12:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	12:00-13:00	ランチ	本校	本校
7/28	13:00-14:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	14:00-15:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	15:00-16:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	16:00-17:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	17:00-18:00	夕食	本校	本校
7/28	18:00-19:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/28	19:00-20:00	夕食	本校	本校
7/29	08:00-09:00	朝食	本校	本校
7/29	09:00-10:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	10:00-11:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	11:00-12:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	12:00-13:00	ランチ	本校	本校
7/29	13:00-14:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	14:00-15:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	15:00-16:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	16:00-17:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	17:00-18:00	夕食	本校	本校
7/29	18:00-19:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/29	19:00-20:00	夕食	本校	本校
7/30	08:00-09:00	朝食	本校	本校
7/30	09:00-10:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	10:00-11:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	11:00-12:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	12:00-13:00	ランチ	本校	本校
7/30	13:00-14:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	14:00-15:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	15:00-16:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	16:00-17:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	17:00-18:00	夕食	本校	本校
7/30	18:00-19:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/30	19:00-20:00	夕食	本校	本校
7/31	08:00-09:00	朝食	本校	本校
7/31	09:00-10:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	10:00-11:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	11:00-12:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	12:00-13:00	ランチ	本校	本校
7/31	13:00-14:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	14:00-15:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	15:00-16:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	16:00-17:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	17:00-18:00	夕食	本校	本校
7/31	18:00-19:00	英語・英語	高橋 伸子	本校
7/31	19:00-20:00	夕食	本校	本校

②一流の講師による講義

リーダー塾の特徴として、まず挙げられるのが日本のみならず世界を舞台に活躍する講師陣による講義である。一流の講師がプロとして、ご自身のフィールドでいかに仕事に取り組まれているのか、また、人生哲学は何かを1時間語っていただき、その上で、30分間にわたって、講師と高校生は質疑応答を行う。講義を聞いて、高校生たちは、将来の目標をより具体的に考えることができるようになる。高校では、日本史や世界史が必須科目になっていない場合も多く、とりわけ現代史を知らない高校生も多い。一般教養のレベルを上げる必要性から、歴史の専門家に多くいらしていただいている。

写真 10 講義の様子



撮影：加藤暁子

第11回（2014年7月25日から8月7日）の講師と演題は以下の通り。

- 明石 康・元国連事務次長「世界の中の日本—もっと外に開く国に」
- 麻生 渡・元全国知事会会長・福岡ビルディング社長「日本とアジア」
- 小川 洋・福岡県知事「アジアとともに発展する福岡県」
- 笠谷和比古・国際日本文化研究センター教授「18世紀東アジアの文化共同体」
- 川勝平太・静岡県知事「日本の象徴—天皇と富士山—について」
- 黒崎伸子・国境なき医師団日本会長「海外の人道危機に対して—私たちができること」
- 小手川強二・フンドーキン醤油社長「発酵食品の魅力」
- 榊原英資・青山学院教授「君たちは何のために学ぶのか」
- 滝 久雄・ぐるなび会長・創業者「やらなければならないことは、やりたいことにしよう！」
- 達増拓也・岩手県知事「東日本大震災津波～災害対応と未来に追いつく復興」
- 田中 均・日本総合研究所国際戦略研究所理事長「アジアの未来—外交のあり方」
- 張 済国・東西大学校総長「グローバルリーダーの条件」
- 沈 壽官・薩摩焼15代「伝統を守り現代を表現する」
- 中澤宗幸・ヴァイオリンドクター「ヴァイオリンの不思議／音楽の力」
- 中澤きみ子・ヴァイオリニスト「300歳と3歳の響」
- 中村俊郎・中村ブレイス社長「義肢装具作りの半生『世界の途上国の人々を支えたい』」
- 西川 恵・毎日新聞客員編集委員「聞く力 聞き出す力」
- 古川 康・佐賀県知事「リーダーに求められるものは何か、カリフォルニアで考えてみる」
- マハティール モハマド・マレーシア元首相「混沌とした時代にアジアの次世代のリーダーが果たす役割」
- 室伏きみ子・お茶の水大学名誉教授「自分自身を知るための命の科学—40億歳の生物たち」
- 安田喜憲・立命館大学環太平洋文明研究センター長「稲作漁撈文明」
- 山折哲雄・宗教学者「挨拶の東西、マナーの南北」
- 山下泰裕・東海大学理事・副学長「夢への挑戦」
- 李 鳳宇・映画プロデューサー「エンターテインメントの裏側」
- 加藤暁子・日本の次世代リーダー養成塾理事・事務局長「ノブレス・オブリージュになれるか」

写真11 講義の様子



撮影：加藤暁子

### ③クラス別ディスカッション

講師の講義の後の質疑応答やそれに続くクラス別のディスカッションはリーダー塾の大きな特徴の一つといえる。高校の学校現場では教師が講義をして、生徒が聞くというのが一般的なスタイルだが、リーダー塾では、聞いた講義を受けて、高校生同士で意見を交換するディスカッションを重視している。

リーダー塾のディスカッションは、欧米型の相手を打ち負かさずディベートではなく、人の話をきちんと聞いて、自分の意見をまとめあげ、発言するスタイルを取り入れている。日本人の良い点として、人の話を聞き、まとめあげる力が挙げられる。リーダー塾では、人の話を聞くことを重要視している。ディスカッションのファシリテーターである担任の先生は、協賛企業や地方自治体から社会人を派遣してもらっている。人生の先輩として、幅広い知識を持つ彼らは、ディスカッションのみならず、今後の人生設計を相談する相手としての存在でもある。

写真 12 ディスカッションの様子



撮影：加藤暁子

図 22 ハイスクール国会

### ④「ハイスクール国会」及び「アジア・ハイスクール・サミット」

総選挙のあった 2009 年から 2013 年までリーダー塾の期間中、「ハイスクール国会」を実施した。リーダー塾生は、16 歳から 18 歳までの高校生のため、早ければ 2 年後に選挙権を持つこととなる。まさに日本の「国のかたち」をつくり上げる構成員の一員となるわけで、その時々の国政の問題を自分の問題として考えさせることは必要なことだ。高校生一人一人が自分の住む地域の国会議員になったつもりで、高校生ならではの視点で日本や世界が直面する様々な課題にチャレンジすることを目的にしている。また、2 週間かけたディスカッションを通して、自分の意見や立場を明確にした上で、相手の論点を的確につかむことを学ぶ。また、政策立案をすることで、個々の政策が相互に関連していることを学ばせ、総合的、複眼的な視点から物事を考えられるようにする。

2009 年は 2 大政党で、教育、経済、環境、外交の 4 分野で政策を論争した。2010 年は、少数政党に分かれ、高校教育、地域活性化、高齢社会、国際交流の 4 分野で政策を提言し、少数政党から政策がより似通った政党同士が大連合していく方法をとった。

この 2 回のハイスクール国会を通して、今までは遠い距離にあった時事問題を身近なも



写真 13 ハイスクール国会の様子



撮影：加藤暁子

のとすることや、将来、高校生たちが挑戦しないとイケない地域の教育や高齢化の問題を考えさせるきっかけとなった。

2011年は、東日本大震災に見舞われた直後であったため、「高校生によるニッポン復興会議」と題して、自分たちができる復興支援を考えた。エネルギー、教育、防災、新産業などで提言を行った。2012年は、エネルギー問題を、2013年は、憲法改正問題についてそれぞれ議論をした。

写真 14 アジア・ハイスクール・サミット



撮影：加藤暁子

去年は、アジアの一員として、近隣諸国との関係を構築するために日本の高校生に考える機会を与えたいと、中国、韓国、モンゴル、タイ、マレーシア、インドネシアから母国で日本語を学んでいる高校生を無償で招待したことから、「ハイスクール国会」を「アジア・ハイスクール・サミット」に切り替え、「高校生が考えるアジアの未来」と題して議論した。

サミットでは、各国が文化や歴史、学校生活などについてプレゼンテーションをまず行った。その上で、政治、経済、文化、教育、環境、メディア、健康と医療の7つの分野で政策を策定した。教育の分野では、「共に学び共に生きるアジア」と称して、アジア各国から生徒が集まる中高一貫校「アジア学園」の創設が提案された。民族衣装をベースにした制服を着用。自国以外の制服も着用ができ、給食は多国籍料理を提供する。学園は過疎地域に建設することで地域経済を活性化させる。小学校までは、自国できちんと教育をして、根幹となる自国民としての人格を養った上で、中高校時代は、アジア各国の同世代と寮生活を通して、アジアを理解する。

また、メディアの分野では、「国境なき学生記者団」を結成し、学生記者を相互に派遣しあい、若い世代が真のアジアの姿を発信する提案や、海の森をイメージした人工島を作って、アジア各国から代表を送り込んで事務局をつくり、環境に配慮した理想の島をつくる案も出た。また、宇宙観光旅行をアジア各国の人々同士で参加したり、仮想のアジア空間を作ってホームステ

写真 15 議論の様子



撮影：加藤暁子

写真 16 発表の様子



撮影：加藤暁子

イやバーチャルオリンピックを行うなど、夢のある提案がされた。

アジアからの奨学生は、日本語の能力が N1 級から初級まで様々だったが、日本人の高校生からは、「アジア奨学生はとても賢く、負けられないライバルという意識を持つようになった」「アジアの国々の仲間ができた。ただの友達ではなく、志を共にし、これから協力し合うと確信できる仲間ができた」とアジアの高校生と寝食を共にして学び合ったことがいかに収穫となったかという声が多数寄せられた。

ある韓国からの高校生は、日本人高校生から「新聞やテレビで韓国のことが伝えられ、韓国人のことが嫌だったが、君に会って一緒に話をたくさんして韓国が好きになった。ありがとう」と言われて涙が出たと語った。

写真 17 発表の様子



撮影：加藤暁子

### 3. リーダー塾の成果

1 期から 9 期までの卒塾生を対象にしたアンケート調査 (198 人が複数回答) で「高校生のときのリーダー塾参加経験が進学や就職の際にいかに役立ったか」を聞いたところ、円グラフの結果となった。「知識・視野の広がり」28%、「志の高い仲間ができた」22%、「夢・目標ができた」19%、「コミュニケーションスキル」13%、「チャレンジ精神・行動力」12%、「その他」6%。

「塾で出会った仲間が海外で活躍していることを知り、自分も世界の子どもたちを

助ける仕事をしたいと考えています」「自分の立場だけでなく、相手の立場に立って物事を考えられるようになりました」「講師や塾生の話から活躍の舞台を世界に広げたいと思い、アメリカの大学への進学を決断しました」「塾参加後、国際フォーラムに県代表として臨み、世界中の同世代と話をすることができ、さらに視野を広げることができました」「医師を目指していましたが、よりその気持ちが高まり、医学部に行く決意が固まりました」「教育への関心が高まり、進学して研究者を目指します」など、リーダー塾で学んだことを日々の生活で実践する志を持つようになる高校生の姿がある。

図 23 「高校生のときのリーダー塾参加経験が進学や就職の際にいかに役立ったか」

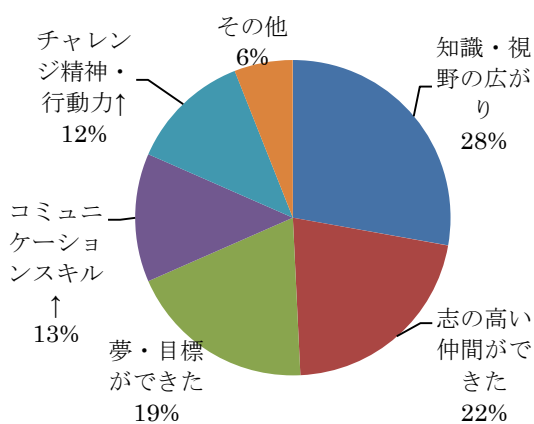


写真 18 受講生の姿



撮影：加藤暁子

リーダー塾の卒塾生は最年長で 20 代後半とまだ、社会の中でリーダーとして活躍する年齢には達していないものの、自分の夢を実現すべく日本の企業や官庁で働くのみならず、世界各地の大学に進学したり、企業に勤めたり、ボランティア活動で汗を流している卒塾生たちがほとんどだ。若いうちに仲間をつくり、お互いに切磋琢磨することの重要性を体験することがいかに大切かを卒塾生たちの実績から知ることができる。

写真 19 10 周年祝賀会。2013 年に開催した 10 周年祝賀会には、全国から 300 名の卒塾生が集まった。



撮影：加藤暁子

## 2.6.2 東京 2020 大会での青少年文化交流と地方再生の提案

東京 2020 大会を好機ととらえて、日本と世界の青少年の交流をさらに深めることは地方再生の観点からも貴重な経験となる。そこで、2020 年に実施を目途にした、世界の高校生文化交流の具体案を提示したい。

「ワールド・ハイスクール・サミット」と銘打って日本が誇る新幹線や観光列車の中で、日本国中を旅しながら、世界の未来を議論する。また、日本各地にホームステイして、それぞれの地で学校を訪問したり、日本の文化遺産や時代の最先端に行く企業の見学をしたり、伝統工芸を体験する。そして、最後は、全員が一か所に集まり、集大成として、未来のあるべき地球の姿を議論した上で、それぞれの国で一人一人が何ができるかを考え、宣言にまとめる。時期は 2020 年夏の 1 か月間とする。

### 1. 観光列車での議論

昨今、新幹線だけでなく、JR 九州が運行する豪華クルーズトレイン「ななつ星」などをはじめとした日本各地には、最新の技術や伝統工芸や地産地消のグルメなど地方の特色を生かした観光列車が多数存在する。そこで北海道、東北、関東、中部、関西、中国、四国、

九州のエリア別に、JR や私鉄の観光列車や新幹線に乗って、車内で日本人と世界の高校生たちが、与えられたテーマで全車両を使い、「ワールド・ハイスクール・サミット」と称して、世界の高校生が議論をして、世界の未来像を描く。一人の日本人が一人の外国人のお世話をする組み合わせとする。

## 2. 全国津々浦々でホームステイ

観光列車や新幹線が止まる駅で降りて、降りた駅にある地方自治体がホスト役となり、文化遺産や環境技術など日本が誇る最先端の企業の見学などを企画。また、同世代との交流を促進するために高校での交流行事も行う。そして、サミットに参加している日本人と世界の高校生たちをホームステイさせる。全国各地を回ることで、東京だけのオリンピック・パラリンピックという位置づけから、地方が主役となるオリンピック・パラリンピックイベントにする。また、世界各地と姉妹都市や友好都市を締結している都道府県が多いので、活用するのも一考。

## 3. 一堂に会した「高校生未来サミット」

それぞれの地域で過ごした世界の高校生たちは、列車を使ってどこかの都市に全員が集まり、「日本の次世代リーダー養成塾」のようなサマースクールに参加する。日本や世界から学者や経済人などを呼び、講義を聞いて、各観光列車で行った議論を踏まえ、「ワールド・ハイスクール・サミット」を開き、将来あるべき世界の姿を考え、自分たちがそれぞれの国でどんな活動をしていくか具体的に考える。「未来宣言イン・ニッポン」を首相に手渡す。

筆者は、高校時代（1977年）、米国に1年間 AFS 奨学生として留学した経験がある。この時、最後の1か月間、バス旅行をして最後はワシントン DC に何千人もの全世界の留学生が集結してホワイトハウスで大統領に会った。その時に会った友人は宝であり、親交がある。時代は変遷して、どんなに技術革新が起きても、結局、人間と人間との温かく、緊密な関係ほど大切なものは存在しない。主宰する日本の次世代リーダー養成塾で昨年、アジア奨学生と日本人との交流を通して証明することができた。

東京 2020 大会を「次世代の輪」として、ニッポンから発信することこそ、21 世紀にふさわしい文化イベントとなることを確信する。