

ドイツと日本のまちづくりを考える (地域コミュニティ編)

2017年6月5日(月) 午前10時~12時半
CEL 都市魅力研究室



外に学び、過去と現在をつなぎなおし、未来に向けて都市・地域の本質的価値をルネッセ(再起動)するために、具体的なアイデアを議論する。

〈第1部〉導入レクチャー

市民目線で捉える、競争力としてのドイツのまちの魅力

高松平蔵氏
ドイツ在住ジャーナリスト

(たかまつ・へいぞう)
ドイツ・エアランゲン在住。著書に『ドイツの地方都市はなぜクリエイティブなのか』(学芸出版 2016) など。一時帰国の際に講演等を行うほか、エアランゲンでまちづくりなどの研修プログラムも展開。

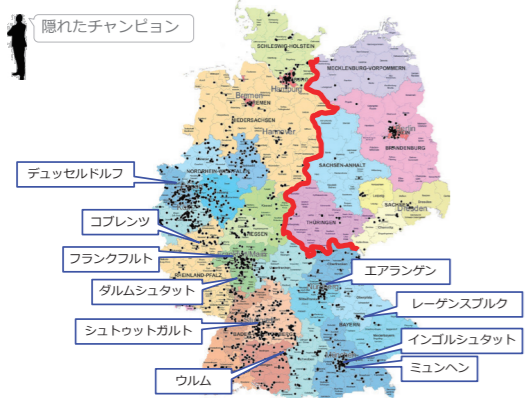


ドイツは分権型の国だが、地方都市は経済振興や生活の質を高めようとしている。基本的な了解として、地方都市という「場」を魅力的にすることが競争力につながると考えているようだ。

1 競争力を生み出す地方都市とは?

◇競争力が高いドイツの地方都市

経済的な競争力の源泉はやはり各地にある企業。ドイツでも中小企業が非常に多いが、日本と違いパートナー的な水平構造で輸出型の企業が目立つ(「隠れたチャンピオン」参照)。また、大企業も全国に分散している。



●「隠れたチャンピオン」は、ヘルマン・シモンが提唱する中小企業の指標。特定分野で世界トップ3やヨーロッパ大陸1位で、売上は50億ユーロ、7000億円未満の企業。ドイツの各地にあって一極集中ではない。

私は特に大学都市のあり方に注目しているが、そこは企業と相性が良い。大学がある都市のGDPは比較的高い。大学都市の経済競争力ランキングでは、1人あたりのGDPの1位がインゴルシュタット(人口約13万人)で、エアランゲン(人口約10万人)は3位。人口と経済競争力とは必ずしも相関しないことがわかる。

◇ドイツの地方都市の「生活の質」はなぜ高いか

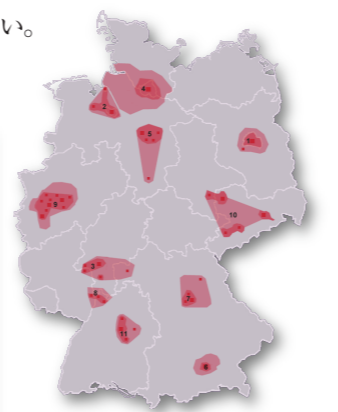
なぜドイツでは地方都市の生活の質が高いのか。一つは、都市単位での経済政策があること。次に、大学、研究所・企業の連携、具体的には企業の誘致や産官学の連携を都市単位で進めていること。また、テーマによっては、近隣の都市が全体とし

て考える地域間連携があることも大きい。

都市単位の経済政策は、それぞれの都市のポテンシャルを把握して進められている。医療分野の蓄積があるエアランゲンでは、同分野の技術系ベンチャーのインキュベーターをつくってきたが、各地でポトムアップ型のクラスターができています。

◇「場」をつくり続けるという発想

ドイツでは、ある場所で事業が生まれてくると、さらにそこに事業のしやすさなど、「場」の魅力が付加していこうとする発想が強い。2016年に欧州メトロポリタン大都市圏ニュルンベルグでは「(私にとって)〇〇のための場」というキャンペーンを実施したが、それはさまざまなところで「場」の魅力を深めていこうということだった。



●都市をつないで形成された広域地域連携。エアランゲンが属す欧州メトロポリタン大都市圏ニュルンベルグは350万人の規模。

2 魅力をどうやって高めているのか?

◇都市を「場」として捉える企業にとっての「立地要因」

ドイツの都市政策では、まちの中にどう企業を呼び込み展開していくかなど、場所に対するこだわりが強い。それは、次の表のような「立地要因」として理解することができる。

都市を「場」として捉える企業にとっての立地要因の例	
インフラなど <ul style="list-style-type: none"> 路面電車を含む鉄道路網 その他の交通インフラ(空路・水路) 公共交通機関、交通の接続 事業可能な面積、土地価格、賃料 近くに市場とビジネス・パートナーがあるか 自治体内でのアクセスのよさ 	人材・学校・教育 <ul style="list-style-type: none"> (労働力としての) 適当な人材 技術移転、産学協同事業 職業教育・継続教育の質
環境・イメージ <ul style="list-style-type: none"> 経済に関する雰囲気 住民との問題 外向けのイメージ 居住環境、安全性 生活の質 	行政 <ul style="list-style-type: none"> 税金以外の自治体への公課料の高さ 申請手続きにかかる期間 営業税の価格 環境保全規制 行政サービスのよさ

◇クオリティ・シティ(質の高い都市)の魅力

私が住むエアランゲンは1人あたりGDPがドイツ平均の約2倍あり、文化的にも「なんでもある」魅力的なまち。大阪だと阿倍野区程の規模だが、その質の高さは一体どういうものだろうか。

その重要なポイントはこうだ。

- 「高い生活の質」の確保のしやすさでは、文化・スポーツ、社会福祉、豊富な社交機会、雰囲気よさ/都市のイメージ、緑の多さ
- 経済では、雇用、GDP、消費の選択肢の多さ、購買力

エアランゲンには、劇場が5つでミュージアムは4つ、映画館も4館ある。地元新聞があるし、同市周辺をカバーするテレビ局もある。NPOは約740。スポーツクラブも組織的にはNPOだが市内に100程ある。さまざまところに企業のスポンサーリングが目立つ。クラブが所有するグラウンドなどの施設には、肉屋、美容院、旅行会社など地元企業の広告が並ぶ。

◇ドイツ企業の地域への貢献は気の長い投資

ではなぜ企業はお金を出すのか。まず事業展開している拠点地域へのお返し。または、社会的公正の実現や社会全体の利益のため。さらに、職住近接で、まちには従業員が住んでいるので、これは福利厚生/魅力的な場所づくりにもなる。

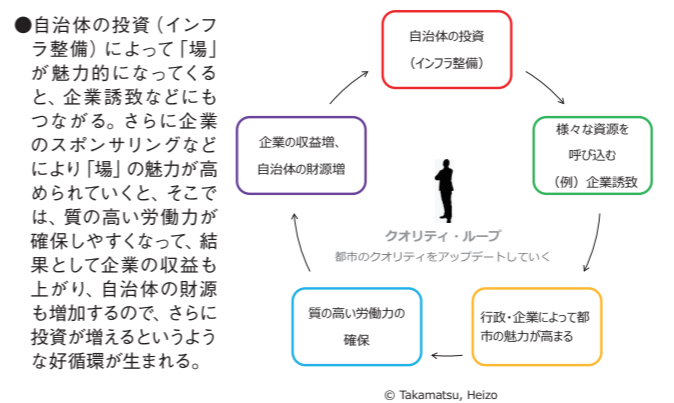
ドイツでは、外国にルーツをもつ人の多様性を認め、差別でなく公正を社会にどう実現するかというテーマが継続的に議論されている。こうしたNPO等の事業を後押しするのが企業で、同時にそれは事業領域における文化的多様性の保全にもつながる。あるいは、都市の「場」を良くすることは、自らの基盤を維持・保全することで、一種の企業のスタンディングになるとも言える。結果として、会社にとって地域への気の長い投資となっている。

◇3つの地域経済のバランスが重要

地域経済から見ると、輸出経済は稼ぎ頭として重要。一方、小売り・飲食店、弁護士・税理士、教育サービスなどの内需経済も当然大きい。もう一つ重要なのが、コミュニティ経済/贈与経済。スポーツクラブへの企業のスポンサーリングは、気の長い投資であるが、近視眼的にはむしろ贈与経済に近い。この贈与経済には、俗に言うボランティアも入ってくる。クラブの試合で会場にピュッフェを出したりするのもボランティア。ここには自由意志による個人のリソースシェアの場がある。こうしたことが複合的にまとまったものが「都市の質」につながっている。

◇永続的な「場」の向上を促す「クオリティ・ループ」

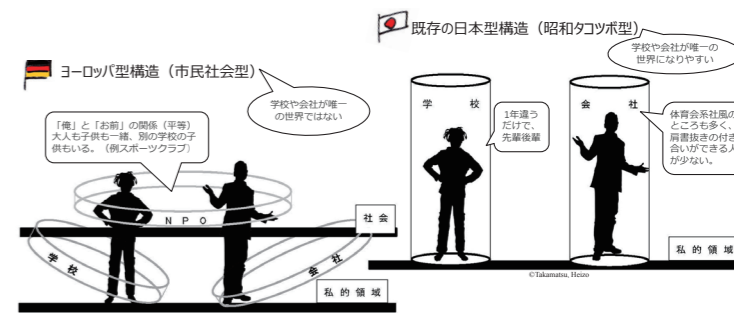
エアランゲンを観察していると、ある種の循環が「場」の向上において見えてくる。そこに理想的な「クオリティ・ループ」の関係が出てくると、それにつれ都市の評価が高まっていく。この循環が永続的に出てくると、都市の持続可能性が高まることになる。



3 市民は何をしているのか?

◇新しい社会を市民が意識してつくっていく

人が集まっただけでは都市とは言えない。そこに人間関係をどうつくり、社会秩序をどう構築していくのが大きな課題となる。



日本型とドイツのヨーロッパ型の社会構造とを比べると大きな違いがある。日本は村的な地縁組織の関係が強いが、ドイツの場合は「公共」や「社会」という中間領域におけるクラブやNPOの存在が大きい。ドイツでは基本は自由意志でつながる個人の集団。そこには、ある種人間関係の抽象化が起こっている。集団の行動決定においても、討論による民主的な自主決定が原則。

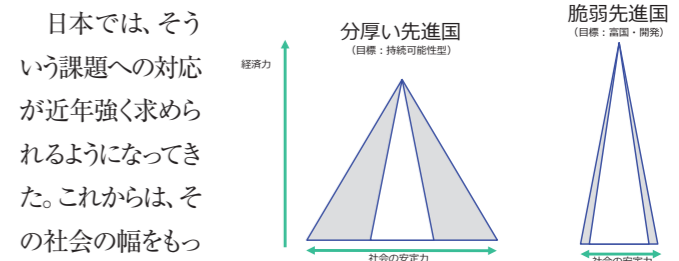
実際、ドイツの地方では、個人から政治にまで連続性がある。典型的なのが拡声器の要らない選挙運動。広場に人が集まり、候補者も世間話のように話している。これは小学校から教えるが、何か問題があると、まず市役所に行く。そこで対応できなかったら、地元の新聞社に行き、投稿して公論にする。それでもだめだったら、次は社会運動にしようとなる。だから、デモなどが日常的にある。それは何かへのプロテストではなく、こういう意志を我々は共有しているという表明。そこには、議員や政治家も混じり、社会運動と地方の政治とが自然に重なっている。

◇「分厚い先進国」と「脆弱先進国」との違い

最後に、日本とドイツ、2つの先進国について考えてみると、「分厚い先進国」(目標: 持続可能性型)と「脆弱先進国」(目標: 富国・開発)という違いが出てくる。

ドイツでは戦争中に人間の尊厳を一番下にまでおとしたことへの強烈な反省がある。だから、「人間の尊厳」が最上級に置かれるべきことは、繰り返し原則として言われる。

まず「人間の尊厳」から考え、さらに都市や都市計画をどう進めていくのかにおいては「持続可能性」が一番大きな課題となっている。ドイツでは、これを愚直にやる。環境をどう良くしていくか、人間の健康をどう維持増進させるか、働きがいはどうか、幸せはどうかなどに継続的に取り組んでいこうとする。これが、都市の「場」を常に良くしていこうという歴史的な価値観とうまく結びついている。



●経済力では日本の方が少し高い。しかし、自治を進めていく力や社会関係資本、さらには人間の尊厳や寛容、自由、平等、連帯の価値観などを共有する社会の安定性に大きな差がある。

〈第2部〉クロストーク

地域総合クラブからコミュニティ再生、ルネッセ(近畿再起動)へ

■いまなにが問題なのか

——近畿を再起動するために「ルネッセ」

池永寛明 大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所 所長

海外の人は爆買目的だけで来日しているわけではない。竜安寺石庭でも外国の人が多。つまり、シンプルでバランスがとれ、ミニマリズムにもとづいた日本の美が世界に評価される基本潮流が生まれている。いま、そうした視点からの地域文化の見直しが求められている。



◇いま問題なのは現在のシステムとの「適合不全」

まちづくり、社会のあり方で気になることがある。「未婚の人が多」「就職しない人が多」「単身老人が増えている」など。

こうした現象は、とすれば結婚しない人、就職しない人、単身となる人の側の問題だと捉えられがちだが、むしろ、「夫婦、結婚、進学、就職、家族」という形態と現代の制度やシステム、ルールとが「適合不全」となっていて、これまで依って立ってきたことに対する「喪失感」を引き起こしているのではない。

◇地域にかつてあった本質をルネッセ(再起動)する

我々は、紫式部が「源氏物語」を書いたことは知っている。では、なぜそれを書いたのかについては知らない。これが現代日本人の問題。コンテンツは知っているがコンテキスト(文脈・背景)を知らない。過去と現在とが分断している。内向きになって外を知らないことが大きな問題となっている。

日本的なるものの本質を読み解いて、新たな情報などと融合させて、新たな価値をつかっていくようなことができないかと考える。日本の過去と現在とをつなぎあわせて、住む人、訪れる人が主役のまちを目指して、地域にかつてあった本質をルネッセ(再起動)する戦略のアイデアを共に考えていきたい。

■ドイツの地域総合クラブと日本での健康まちづくりの実践を通じて

朝原宣治 大阪ガス(株) 近畿圏部 地域活力創造チーム マネジャー

私は1995年に大阪ガスに入社し、後に陸上競技でドイツに留学した経験を持つ。所属先はシュツットガルトの総合型クラブ。ここではアジア人は初めてで珍しがられたが、私は差別も受けず居心地良くトレーニングをしていた。



◇ドイツの都市文化と密接な地域総合クラブ

ドイツでは、週末はお店が全部閉まってしまう。そんなとき、ド

イツの人は友人や家族で集まるなどして、ゆったり時間を過ごす。私も陸上のコーチ夫妻に時々テニスクラブに連れて行かれたが、彼らはワインを飲みながらおしゃべりしていたのを思い出す。

◇さまざまな人が自由意志で参加するスポーツクラブ

私が練習していたクラブでは、先生の卵もいれば警察官もいて、いろんな人が集まってトレーニングしていた。子どもたちも練習するし、おじいちゃんやおばあちゃんも現れる。スポーツの場でコミュニティづくりをしている様子がかがわれた。

ある中学生は、コーチの指導法が自分に合わないといって、隣町からここに移ってきた。ドイツではそういうことができる。指導者と選手の立場が対等であるということ。また、自分は何がしたいかの目標をしっかりと持っているということが確かにある。

私は、そういう経験から得られたことを日本にも根付かせたいと考え、引退後の2010年に「NOBY T&F CLUB」を会社の社会貢献活動の一環ということで立ち上げさせていただいた。目指しているのは強い選手を育てるための場ではなく、いろんな方がスポーツに触れ、参加してもらえるようなところ。現在8年目で、350名以上いるこのクラブをぜひとも人と人のつながりを喚起させる、いい場所、いい装置にしていきたい。



●「NOBY T&F CLUB」で陸上のトレーニングをする子どもたち

■ドイツのまちづくりにおける地域総合クラブとは

高松平蔵氏 ドイツ在住ジャーナリスト

日本では競技スポーツが重視されるが、ドイツでは、戦後、競技という「第一の道」でなく、健康を底上げし、社会的な環境をつくるためのスポーツという「第二の道」の考え方が出てきた。その実践の場が地域総合型のスポーツクラブだと言える。

◇地域のクラブは都市のデモクラシーの教育の場

人々はこの地域のクラブに自由意志で入ってくる。そこは多彩な人たちの交流の場であり、スポーツをするだけでなく、みんなで共に考える機会も多く生まれてくる。結果として、そこはデモクラシーの教育の場であるという考え方もできそう。 「第二の道」の概念を拡げていくと、そこには社会的弱者の生活の質の向上や健康寿命の問題も入ってくる。地域密着で郷土愛の醸成にも寄与する。また社交機能も見逃せない。クラブでは各界の人が集う舞踏会も開催されるが、アスリートでも踊れる人は多い。

◇都市社会で重要な地域スポーツクラブの役割

ドイツの社会においては、スポーツには、健康、教育、余暇、交流など多義的な価値がある。指導者も平等な仲間の一人という感じで、老若男女、みなと一緒にやりましょうという「幅広いスポーツ」という概念があり、それを受け止める場が地域のクラブ。

エアランゲンでは、人口10万人だが100くらいスポーツクラブがあつて、約3万8000人がいずれかのメンバー。まちの中の人間関係や雰囲気とかをつくることに大きな役割を果たしている。

■会場参加者をまじえて全員でクロストーク

◇市民社会とつながっているスポーツクラブ

池永 日本とドイツでは、まちの成り立ちの違いが大きい。

高松 日本のまちはどちらかという道がベース。ドイツの場合は壁で囲まれた都市が原型。だから、その場所を永続的につくり続け、クオリティを高めていくことになる。同時に、いわゆるアーカイブ、まちの記憶が豊か。都市の物語がはっきりとわかっているなかで、まちづくりが進められていく。ドイツ語でシュタットとは、語源的に「場所」「場」という意味。空間に意味や価値を重ねていくと「場」になっていく。たとえ市壁がなくなり意味が失われても、過去からの「場」を意識していくことはずっと続いていく。

朝原 日本のサラリーマンは、会社からリタイアすると、ほかにネットワークがなく、ただのおじさんになってしまいがち(笑)。他方、ドイツで私が所属していたクラブには、その競技が好きでボランティア的に教えている指導者が多くいたし、資格を取ってコーチになった人たちもいた。

高松 19世紀以来ドイツには教養市民と呼ばれる一種のエリート層がいた。彼らは、例えば科学技術が発達しても、それが社会にどういう意義をもつのかというような、根本的な問題を思考する。そうした教養の中に、スポーツや健康ということも入ってくる。もう一つ、職住近接のため、個人の可処分時間が多く、私的領域以外でスポーツクラブやNPOに属する機会が多いこともある。そのうちに、自分の能力や興味をのぼし、トレーナーや審判の資格をとる人も出てくる。エアランゲンの100程のスポーツクラブでトレーナーは700人超。それだけでは食べられないが、リタイア後も、ただのおじさんにはならない(笑)。

池永 ドイツでは市民と地方の政治の距離が近いようだが。

高松 地方の政治家は無報酬で職業でない。しかも、市民の主体的な社会運動などと政治家との間に連動性がある。本当に市民参加というのはそういうかたちでないと動かないだろう。

◇ボトムアップと補完性原理の大原則

会場1 ドイツのスポーツクラブの施設は自前が多いのか?

高松 ドイツのクラブでは「第二の道」に向かったとき、施設を自前で持とうという機運が高まった。スポンサーを集め、州や国にもお金を出すように働きかける。ボトムアップで、スポーツの団体が、社会の課題はこうだから、こうしていきたいと協力を求める。

会場2 日本では、日本体育協会など、スポーツの全国的な組織があるが、ドイツのスポーツクラブではどうか?

高松 原則として、「補完性の原理」がある。ある問題の解決をはかるのに、クラブ単位でカバーできないところは地区連盟が、それでだめなら州に、さらには全国の組織にという順番。自由意志で自己決定ができるのが一番大切で、基本はボトムアップ。

会場3 ドイツの地域間連携や都市のクオリティ・ループはどういう仕組みでうまく回っているのか?

高松 地域連携は、各々のまちは独立しているが地域全体で利益を考えてやろうということ。そこにはやはり「補完性の原理」



がある。まちの問題はまちでやるが、うまくいかないことは、まちの連携でとなる。一番の重要ポイントは持続可能性。大上段にも見えるが、それを現場とつなぎながらどうつくっていくのかをまじめに考えている。結局、文化的なものを媒介にして、人は環境をつくり、共通の価値を見出す。イノベーションの雰囲気もそこから出てくる。あるいは、外国の人など背景が違う人と一緒に何かやることを通して、社会の安定が見込まれるし、イノベーションも生まれる。クオリティ・ループもその部分を抜くと成り立たない。

◇社会課題の解決に向けスポーツができること

会場4 スポーツが苦手という人はドイツにもいると思うが、そうした人への対応や障害をもつ方たちへの取り組みはどうか?

高松 地域のスポーツクラブでは、運動をしない人に向けたプログラムを用意し募集もしている。もう一つ、イスラム系の特に女性はこういう仕組みに馴染めず、運動不足にもなりがちなので、そういう人を対象としたプログラムもある。これは、最初は大学が調査をして提唱した。課題を学術が分析し、行政が政策をつくり、スポーツクラブが実施するという流れ。障害者のスポーツについては、「幅広いスポーツ」という概念があり、インクルージョン的な考えが入っている。スポーツクラブはさまざまな社会課題に対してスポーツをつなげる試みを続けているとも言える。

会場5 私は、「うめきた」の公園地を大阪の都市スポーツのシンボルとして活用できないかと考えているが。

高松 まず、その場を使うのが住民なのか企業の人なのかを明確にする必要があるだろう。ドイツのスポーツクラブでは住民が主体。大阪では、昼間に入ってくる大きな人口を無視することはできないのも確か。都市の公園や緑の風景は象徴性が高く、シビックプライドにもつながる。しかし、何よりもそれが、今後も持続可能であるということが一番重要なことに思われる。

◇日本での地域コミュニティ再生に向けて

朝原 私はそこまで深く考えずにドイツに留学したが、いま振り返るとすごく良い体験をさせていただいた。その経験を日本でも生かしたいが、そのままでは日本に馴染まない面もある。それらをうまく融合させていき、いろいろな人がスポーツに関わって、まちが元気になるような方向で具体的なことを試みていきたい。

高松 日本でも、社会の全体像を整理して考え、課題を出し、対応を考えていくような教育が重要と思われる。行政的にも、そこがしっかりしてないとすべてが対症療法になる。まち全体を考えて、どう対していくかを議論し、自分の知識や体験をひきつけて、新しい価値をダイアログ・対話でつくっていくという考えを持った人を増やしていくのが、遠いようで近いことだと思う。