

第1回地方シンクタンク・ワークショップ開催報告

近畿における文化創造による地域創造・再生

開 催 平成19年12月14日(金)
場 所 中央電気倶楽部(大阪市)
主 催 N I R A、地方シンクタンク協議会近畿ブロック

「地方シンクタンク・ワークショップ」は、地域の政策課題から時宜を得た重要なテーマを取り上げ、地域の実情に即した活発な議論を行うことを目的として、N I R Aと地方シンクタンク協議会各ブロックとの連携により開催します。

第1回では、近畿地方における文化創造による地域の再生政策の展開に焦点をあて、地域の文化資源や地域性に着目し、中堅研究者、若手の取り組み内容の交流を通して、シンクタンカーの今後、果たしていくべき役割が検討されました。

司会：N I R Aリサーチフェロー 飯笹 佐代子

開会挨拶 地方シンクタンク協議会近畿ブロック幹事 金井 萬造

挨拶 N I R A研究開発部長 井上 裕行

基調講演「『文化資本』をまちづくりに活用する」

大阪市立大学大学院創造都市研究科教授 矢作 弘 氏

文化活動取り組み報告

(1) 「京都における試作産業の挑戦」

(株)地域計画建築研究所 京都事務所 計画部長 高野 隆嗣 氏

(2) 「都市観光振興の取り組み - 堺市の観光政策」

堺市産業振興局観光部 観光企画課 課長補佐 藤田 卓也 氏

(3) 「関西のIT産業(ソフト系)の動向 - ゲーム産業の発展の文化性 - 」

(財)関西情報・産業活性化センター 調査グループ研究員 布施 匡章 氏

(4) 「創造都市大阪の生活文化活動プラットフォーム」

(株)都市文化研究所 代表取締役 金井 文宏 氏

(5) 「「デザイン都市・神戸」の取り組み」

神戸市企画調整局デザイン都市推進室 主幹 今井 毅 氏

パネルディスカッション

「近畿における多様な文化創造を生かした地域再生におけるシンクタンカーの役割と行動」

コーディネータ：兵庫県立歴史博物館館長・国立民族学博物館名誉教授・

元京都橘大学教授・元N I R A理事 端 信行 氏

パネリスト：矢作 弘 氏(基調講演) 及び取り組み報告者

基調講演「『文化資本』をまちづくりに活用する」概要報告

大阪市立大学大学院創造都市研究科教授 矢作 弘 氏

「まちづくり」の視点から文化が発揮する経済力に対する関心が高まっている。風景や食べ物、土地固有の職人仕事など、地域住民の暮らし方そのものを地域資源として認識し、意識的にまちづくりに活用する。それが新しい都市型観光の集客力として期待されている。

90年代以降、疲弊した都市再生のエンジンとして文化的資源の活用が欧米諸国、日本でも広まっている。近代産業で繁栄した都市が産業構造の転換に見舞われて疲弊した後、幸い解体させることなく残された産業遺産を魅力的な美術館や文化施設に転換したり、文化的な祭典に活用したりして大勢の観光客をひきつけるようになった。それがまた、地域経済の活性化に寄与している。

近代産業遺産は、忘れられた文化資本である。鉄道博物館や織物博物館という形で保存されるに過ぎなかったものが、昨今は、文化資本、経済資本としてしゃれたレストランやオフィスに改造されるなど、地域活性化の手段に如何に活用するかが政策課題になってきた。

「遺産」という語を広辞苑でひくと、死後に残された財産、あるいは比喩的に前代の残した業績、という意味が出てくる。日本語の「遺産」は死者に軸足がある。ところが英語で「heritage」をひくと、「後継者、残った者に遺されたもの」という意味。受け継いだ側に軸足がある。受け継いだ財産をどう活用するか。近代産業遺産を heritage として活かしていくことが大事である。

近代産業遺産の活用には、経済的効果と社会的効果がある。

経済開発から取り残されたために往年の名建築が残った門司港は、保存された近代産業遺産が地域の資源として活用されることで魅力的な観光資源として蘇った事例である。近代産業遺産活用の経済効果である。

また、瀬戸の「窯垣の小径」は、地域資源の保存と活用を通じて、地域に暮らす人々が地域コミュニティへの愛着や誇り、帰属意識を持てるようになった事例である。また、赤レンガ倉庫を活用した「サマージャズフェスティバル」の開催によって町のイメージが変わり、それに伴って地域への愛着が深まった舞鶴の赤レンガの事例などもある。いずれも近代産業遺産活用の社会的効果である。

近代産業遺産ブームの事情については、4つほどの条件がある。歴史環境に対する関心の高まり 重厚長大産業から情報指向型のサービス型産業への産業構造の転換 地球資源の枯渇の中で歴史的建造物を積極的に活かそうとする発想 制度面において、登録文化財制度がスタートし、産業遺産の保存がしやすくなった。なお、近代産業遺産の対象としては、工場や倉庫を連想しがちであるが、農場建築や土木遺産、あるいは、都市計画や町名などまで広く含めていいのではないかと考えている。

アメリカでも歴史的資源を保存・活用した町づくりが積極的に行われている。歴史的建造物は市場メカニズムの中で残りにくいいため、連邦政府も地方政府も政策を講じている。もっとも有効なのは税制優遇措置で、歴史的建造物を修復した場合のコストの一定率（現在は20%）をその年の税金から差し引くことができる。税控除だから大きい。保存・修復は、やり方によって地域経済にも効果があるということだ。

「京都における試作産業の挑戦」概要報告

(株)地域計画建築研究所 京都事務所 高野隆嗣氏

京都には、友禅や仏壇等の伝統工業の集積、それを基盤にしたベンチャー企業群、数多くの大学・研究機関、高精度・短納期で外注を請け負う中小企業群など、ものづくり産業の特性があるが、近年では「試作クラスター」形成が進められている。

「試作」産業については、機械金属加工に携わる中小企業の先行的な取組から、「試作」に注目した共同受注グループとして、平成13年に「京都試作ネット」が設立されたことが契機である。メーカーの生産拠点が海外移転する中、「試作」を切り口にマーケティングとイノベーションの機会を得ようとする試みであり、WEBサイトを通じて試作を受注するシステムを構築し、共同で運営している。

試作の受注高は年間2億円程度だが、数年間の事業経験を通じて、全社の売上げ規模は倍増するなど、新市場創造の先駆者として実績をあげているほか、京都の新しい都市ブランドとして「試作」を発信する中、認知度も高まっている。

「試作ブランド」をさらに高め、京都を試作の一大産地にする上で、幅広い分野の地元中小企業が参画するプラットフォームが必要との認識から、平成18年には「京都試作センター(株)」が設立されている。オール京都で「試作」産業を振興するため、京都財界を中心に数十社が出資し、行政支援も受けて、ソーシャルエンタープライズとして事業展開を進めている。ビジネスモデルとしては、メーカーの依頼を受けて、京都の中小企業に紹介するパターンと、開発そのものを京都試作センター(株)がコーディネートするパターンがあるが、公的機関と連携して試作グループ支援にも取り組んでいる。

こうした展開が進む中、中小企業が元気になってきているが、更なる進化をはかるためには課題も見られる。京都試作ネットの成功の背景には、中心メンバーが永年培ってきた相互の信頼関係とミッション共有の努力がある。プラットフォームに集う中小企業が、京都試作センター(株)を単なる仕事の斡旋元として捉えるなら、マーケティングやイノベーションの果実を得ることは出来ない。

また、京都試作センター(株)はソーシャルエンタープライズである一方、株式会社として経営基盤確立のためにビジネスモデルを強化しなければならないというジレンマも持つ。今後、「試作」のターゲットも、上流工程である開発段階、デザインや設計の領域、そして下流工程である量産まで、顧客ニーズにあわせて対応力を強化することも不可欠であろう。

「都市観光振興の取り組み - 堺市の観光政策」概要報告

堺市産業振興局観光部 観光企画課 課長補佐 藤田 卓也 氏

堺市は平成18年に政令指定都市になり、関西では大阪、神戸、京都に続く都市だが、観光面では3都市と大きな差がある。そこで平成17年に観光部を設置し、同年秋には堺市の現状把握と分析を行い、堺の強みと弱みを客観的に把握した結果を基に、堺市文化観光再生戦略プランを創った。このプランでは、観光の中核となる中心テーマを「堺の歴史文化」と位置づけ、なかでも古代と中世を軸に定めた。観光地だけでなく、千利休が大成した茶の湯の文化なども含め「堺の歴史文化」全般を観光産業として売り出す。

その基本戦略として、仁徳陵大仙公園エリアと、由緒ある寺院等が残る旧市街地・中世自由都市エリアの2つを堺の歴史文化を象徴する地域とし、観光の2大戦略拠点として整備することとした。

具体的な観光振興施策では、受け入れ態勢・ホスピタリティの充実、情報発信・PR活動などがあり、観光マップの全面改定や観光ビデオによる情報発信を行った。また観光バスの利用促進制度や、観光案内所の整備などの充実を図ってきた。今後は文化観光拠点の整備のため、移転した市民病院の跡地を利用して観光案内センターや、茶の湯の世界の理解を深めるための施設を作るという構想がある。重要文化財指定の江戸初期の町家の保存活用も行き、集客観光地としての魅力創造に取り組んでいる。

堺市は、今も市内に多くの寺や神社が残り、また戦災を逃れた町並みにも恵まれているが、公開されているものが限られており、観光資源としての活用が十分になされてこなかった。そこで、今年11月に寺社や町家など16の民間施設の協力を仰ぎ、予約無しでもご覧戴ける公開事業を実施した。その際、観光の経済的な効果を高めるべく、伝統産業や和菓子の店舗に協力を求め、観光関連業者とのネットワーク構築の取組を行った。

地域資源の点では、観光ボランティア協会があり、観光案内所のスタッフやツアーガイドをしている。古墳や利休屋敷跡などは、その場に立つだけでは歴史文化をイメージしにくい。観光ボランティアのガイドが入ることによって仁徳陵古墳や千利休に関する物語が生まれ、結果として一つ一つの価値が飛躍的に高まる。

観光戦略において私たちが意識していることは、売りたいものを売るのではなく、「求められるものをどのように見せていくか」である。例えば海外からの観光客も、東アジアからなのか、欧米からなのかで、それぞれ観光に対する嗜好が異なる。今後は、我々が見せたいものと観光客が見たいものをどのようにマッチングさせていくかが重要になる。

「関西のIT産業（ソフト系）の動向 - ゲーム産業の発展と文化性 - 」概要報告

(財)関西情報・産業活性化センター 調査グループ研究員 布施 匡章 氏

世界のゲームソフト市場は国内産業の民間放送や新聞業に匹敵する規模があり、さらに拡大する傾向にあるが、国内を見渡すとバブル期以降少子化の影響もあり市場は縮小している。国内メーカーは海外市場に注力しているが、取り込めきれておらず、かつては世界市場を席巻した日本製ゲームソフトは国際シェアでも低下している。しかし、それでも輸出産業としてみた場合、ゲームソフトはコンテンツ市場の中で最大の輸出産業である。日本のソフトパワーを海外に向けて発信する重要な要素である。

関西では、ソフトウェア産業は従業者数、年間売上高どちらも減少傾向にあり、都道府県別のシェアとしては東京に大きく離されている。一方で、ゲームソフト産業に限って言えば、関西には任天堂やカプコンがあり36%と高いシェアを誇っている。都道府県別ゲームソフト売上では、東京が1位、次いで京都が2位で全体シェアの3割程度である。

産業では高い国際競争力を持つものの、国内におけるゲームの社会的評価は低いままであり、この点をゲームメーカー各社は懸念している。子供の勉強の妨げになると言われ、有害図書に指定されたり、社会や子供にとってくだらないもの、悪いものとされている。アニメーションが突破した課題をゲームはまだ突破できていない。

海外では事情が異なり、スタンフォード大学ではゲームを文化遺産と位置づけ、ゲームアーカイブとして25,000本を収録する等、文化的価値が認められている。ゲームクリエイターも芸術的に高い評価を得ており、日本人も表彰されたり殿堂入りしたりしている。

日本でも徐々に状況は変化している。任天堂DSが世界的に爆発的に売れているが、国内でも敬老の日のプレゼントの上位になる等、子ども以外へのゲーム人口の拡大がみられる。また政府も「JAPAN 国際コンテンツフェスティバル」を開くなど関心を示しており、また各地でゲームを利用した地域興しも起こっている。産業界では、カプコンが学研と組んでゲームの作り方を書いた「テレビゲームのひみつ」が教育現場の副教材として使われるなど、ゲームに関する認識の向上を目指している。また学会では、東京大学で日本デジタルゲーム学会が発足し、ゲームを使った長寿法などを考えている。

ゲームのさらなる文化的価値向上のための施策として、ゲームミュージアムの創設を提案したい。漫画の分野では京都国際漫画ミュージアムが、アニメでもジブリ美術館があり、この二つのコンテンツ産業にはあってもゲームにはない。親子の共通文化体験としてゲームを共に楽しむオープンな空間としての文化性の高い施設があれば、子供の教育上の有害性という認識は薄れ、ゲームに対する社会的認知が改善するのではないかと。さらに人材育成の重要性があげられる。コンテンツクリエイター育成のために、アマチュアクリエイターに対する発表と機会の場の提供を提案したい。

「創造都市大阪の生活文化活動プラットフォーム」概要報告

(株)都市文化研究所 代表取締役 金井文宏氏

大阪市では一昨年から創造都市戦略をかかげ、クリエイティブ・シティ・ネットワークへの参画といった市民中心・ソフト重視の施策を行っている。この基本計画のもと、区政改革の一環として、市民と行政が協働する地域活動の拠点「地域プラットフォーム」として区役所を位置づけた。地域プラットフォームとは、地域を支える幅広い人々や活動団体などが参画し、様々な地域課題を共有して課題解決に向け議論を重ね、魅力ある町づくりをめざす場である。同時に、局から区への地方分権・権限委譲であり、事業の企画段階から市民が参加することを可能にする住民自治の手法である。

そうした市民主体で策定された区別計画に平成17年度に策定された「未来わがまちビジョン」がある。ここでは淀川区で先行的に取り組みられビジョンに位置づけられた「川とともに暮らすまちづくり・プラットフォーム」を紹介する。

この取り組みは淀川区のまちのアイデンティティとなる淀川の魅力を発掘・育成し、内外に発信していくことを目的としていた。背景には、環境問題への関心の高まりの中、1997年河川法改正時に「治水」「利水」に加え「環境保全」も目的として明確化され、その際地域住民の意見を反映した河川整備計画へと河川行政が転換したことがある。2002年に淀川区が区内の町会等の地域団体や環境・文化系のNPO、商工業者等へ幅広く呼びかける形で「淀川フォーラム実行委員会」が設立されたことをきっかけに、川づくりの地域プラットフォームが始まった。

プラットフォームは、2ヶ月に1回定例開催され、幼い頃川で遊んだ“川がき”の体験を有する住民や淀川で野鳥観察をする区民、川でまちおこしを考える商工業者等、川に関心を有する人々が集まり、ファシリテーターにより、淀川への多様な取り組みを決めている。区役所は国土交通省淀川河川事務所との連携を進めるとともに、コーディネーター役のコンサルタントを通して、生物・生態から河川工学の専門家の講演や助言も得て、将来の河川のあり方も見据えた活動を行っている。

同委員会から誕生した活動として、「よどがわ河川敷フェスティバル」の開催、「淀川リバーマスター講座」、「よどがわ親子リバースクール」、「河川レンジャー」などがある。また、流域連携として、滋賀県の醒井や、高島などとの交流がある。

最近、大阪市では、例えば大阪西区の調査では居住し始めてから10年以内の人が半分で、またマンション等の集合住宅に住んでいる人が7割近いなどのアンケート結果もあり、町内会に入らない人が多い。こうした中で地域プラットフォームの仕組みや活動は、ソーシャルキャピタル醸成の一助となるだろう。その際行政には、地域課題等の情報公開を積極的に行うとともに、地域の人材について広く情報が共有できるような支援が求められる。

「デザイン都市・神戸」の取り組み」概要報告

神戸市企画調整局デザイン都市推進室 主幹 今井 毅 氏

神戸都市問題研究所による神戸市の人口推計の調査で、予想を上回るペースで人口減少が進むという結果が出た。問題は生産年齢人口が極端に減っていくということで、それをどうフォローしていくかを真剣に考えなければならない。

一過性の流入流動人口でカバーしていくことも考えられるが、都市の発展において基幹となるクリエイティブな人材クラスをどうやって集めていくかが大きな問題だという意識がある。創造的な人材を誘致していくために、神戸の持つ有形無形の魅力・資源を新たな都市戦略で活かしていくという視点が必要である。その新しい神戸らしさを創造するキーワードとして着目したのがデザインである。

デザインとは、「形や色」などの表象的なものだけではなく、それらを生み出す「計画や仕組み」、そのベースとなる「意図」なども含めた幅広い意味であり、デザインを都市政策に活かしていく過程の中で創造的な人材が集積して加味されていく。従ってデザインは、すべての都市政策に波及効果があるのではないか。そのようなデザインの力によって、神戸の強みを生かし、資源・魅力に刺激を与え、市民・経済界・教育機関と協働で、神戸の新しい魅力を創り出していくという戦略が、神戸の意味するところの「デザイン都市」である。

「デザイン都市」の基本方針として、まち・暮らし・ものづくりの3つを掲げた。まちの分野では神戸らしい魅力ある景観に配慮したまちづくりを、また、暮らしのデザインとしては、多様なライフスタイルを尊重しながら、地域に愛着をもってもらうこと。また、神戸らしさである。「ものづくり」では、デザイン性を取り入れた感性の高いものづくりを支援し、新たな価値創造につなげたい。

こうした神戸のデザインを活かしたまちづくりを総合的にプロデュースするために「デザイン都市神戸推進会議」が新たに立ち上がっている。市民、NPO、教育機関、経済界、行政など様々な人々、新進気鋭のデザイナー等にも入っていただき、自由に集い、交流し、協働で事業を進めることで共に神戸の街を創り育てていく場である。また創造都市戦略を進めるにあたり、市でもデザイン都市推進本部という市長をヘッドにした横断的な組織を立ち上げた。

こういった創造的な取り組みを昔ながらの神戸らしさが残っているエリアで集中的に取り組みを行っていく。ユネスコの「創造都市ネットワーク」の「デザイン都市」にも申請し、結果を待っているところだ。認定をきっかけに、先にデザインのテーマで認定されているブエノスアイレス、ベルリン、モントリオールなどの他の創造都市との交流を深めていきたいと考えている。

第1回地方シンクタンク・ワークショップ パネルディスカッション概要報告

「近畿における多様な文化創造を生かした地域再生におけるシンクタンカーの役割と行動」

コーディネータ：兵庫県立歴史博物館館長・国立民族学博物館名誉教授・元京都橘大学教授・元NIRA理事 端 信行 氏

パネリスト：大阪市立大学大学院創造都市研究科教授 矢作 弘 氏

(株)地域計画建築研究所 京都事務所 計画部長 高野 隆嗣 氏

堺市産業振興局観光部 観光企画課 課長補佐 藤田 卓也 氏

(財)関西情報・産業活性化センター 調査グループ研究員 布施 匡章 氏

(株)都市文化研究所 代表取締役 金井 文宏 氏

神戸市企画調整局デザイン都市推進室 主幹 今井 毅 氏

各取り組み報告について所感

コーディネータ端氏からテーマの趣旨説明があり、続いて基調講演矢作氏より、本日のそれぞれの取り組み報告について所感が述べられた。

矢作氏

「本日報告された研究成果とそれに基づく意見交換は、東京を意識した議論でなかったことに、近畿圏の成熟が感じられた。各都市・地域の資源や固有性の中に自分達の都市の将来の姿、新しい産業を見出そうという議論が見られた。都市の疲弊が言われているが、これまで都市再生の試みは主に不動産中心の開発主導型であり、21世紀型の都市型産業をどう作っていくかは今後の大きな課題であるが、本日、その新しい可能性が聞かれた。また、都市間競争の時代であるが、グローバル競争下における個々の都市の闘いという課題の中で、都市がリージョンとしての連携によって自らの将来を創っていくという視点が重要である。」

引き続き、本日の取り組み報告について、会場で質疑応答が行われた。主な内容は以下の通り。

市場経済と文化政策

会場からの質問

「文化政策も含めて地域再生政策は市場との関係でどのようにとらえるべきか？地域の問題を考える際に経済活動として評価しきれない様々な側面がある。そもそも地域再生という際に、効率的な市場のみを前提とするのか、意識的に文化的なものも含め他市場で評価しきれない成果も求めていくのかという前提の問題がある。」

矢作氏

「疲弊した中心市街地を見ると、仕入れて並べて売だけの小売業は郊外の量販店におされてしまいが、手仕事とのセットで付加価値を追加できる仕組みをもった菓子屋、パン屋、花屋、調剤薬局などは残っている。これはそこにある種の職人仕事があり、文化性があるからである。製造

業もそれぞれの都市固有の歴史・自然と交差したところで生まれたものは新しい都市型産業になりうる。」

高野氏

「試作はビジネスとして必ずしも金銭的に見合うものではない。しかし、同業・他業の様々な連携の中で、マーケットを拡げ、イノベーションを引き起こすことで、自分たちが成長することに主眼をおいているところに、文化性がある。」

端 氏

「文化資本論については、近年現実的に経済効果が注目されているにもかかわらず、文化資本を正確に認識できる統計がない。未だに工業生産をもって都市を指標化するけれども、労働価値論から文化価値論に移っていく中で、経済全体をどのような視点で見ることが大事になる。新しい指標や統計を入れていく必要がある。」

地域への資本の循環

会場からの質問

「心斎橋（大阪）に行っても、安いからと言う理由で東京資本の大型電気店で買い物をする。地域にお金が循環する使い方がされないと東京にお金は行ってしまう。本当に地域再生になるのか？観光客を単に呼ぶだけではない仕組み作りが必要である。」

金井氏

「自然に親しむといったスピリチュアルな部分も大切であり、経済だけが活性化において重要ではない。また経済的な活性化においても、例えば堀江（大阪）の事例のように、まちの治安や環境を維持するといった地域コミュニティの再生が、経済の活性化につながっていくケースもある。しかし堀江においてもファッション業者はほぼ東京資本であり、資本系列の一部に組み込まれているために利益が東京に吸い上げられる仕組みとなっている。チェーンではないオリジナルな製品・サービスを作っていないと地元にお金は入ってこない。仕組みは考えないといけない。」

端 氏

「集客産業と言われるが、集客がどうお金を落としていくか、地域でどうまわっていくかは問題で、今の段階では文化経済学の中でもまだ答えが出ていない。地域通貨の話も出るが、人が集まることによるゴミ問題等のコストも考えねばならない。環境や地域作り、地域創造、地域再生というのは、単に人を集めれば解決するというのではなく、大きな課題である。」

矢作氏

「観光による集客については、山出金沢市長の『市民が自分の町を愛し、市民にとって暮らしやすい町づくりをした結果、観光客も来るというあり方が望ましい。客をかき集める観光都市には

したくない』とする町づくりが印象的である。大阪の御堂筋を、真ん中を歩けるように車歩道を逆転させることを提案したい。真ん中の歩道化した空間にたこ焼きや路上芸人などが出ると、居住空間としての新しい魅力が生まれる可能性がある。街路沿いにはレストランやパブ等もできていくだろう。大阪のイメージが完全に変わるし、その経済効果は大きいのではないか。」

シンクタンクの役割と連携

コーディネータ端氏より、

「少子・高齢化、国と地方の行財政改革の流れの中での地域創造、地域再生とは何がポイントになるかを考えると、今後のシンクタンクには市民団体、市民活動、行政等、様々な立場をつなぐ役割、いわばプロデュース能力が問われてくると思われる。ーシンクタンクとしてということ以上に、シンクタンク同士、行政とシンクタンク、あるいはN I R Aとシンクタンク、色々な形の連携が手法として重要になってくるのではないか。」という問題提起があった。

これに対し、各取り組みにおける所属シンクタンクの関わり方について、高野氏、布施氏、金井氏より、説明があった。また、行政の立場から発表のあった神戸市と堺市の取り組みにおける連携の担い手について、今井氏、藤田氏より具体的な説明があった。

N I R A 飯笹氏より、シンクタンクのあり方について、N I R Aで近年行ってきた文化都市政策のプロジェクトとの関わりの中で、

「地域再生においては従来のコミュニティが崩壊した中で、どうコミュニティを再生していくかが最大の課題。まちづくりや地域再生というのは、住民が主体となり、当事者意識を獲得していくプロセスが一番重要なのではないか。その際に、「文化」的な活動は住民の参加を促し、交流・ネットワークの場を提供する上で効果的なツールともなり得る。また、そのようなプロセスを創出するためのコンサルティングは、シンクタンクが貢献できる領域であり、ビジネスチャンスにもつながるのでは。」という意見が出された。

金井近畿ブロック幹事より、今後の地方シンクタンク協議会近畿ブロックのあり方について、「地元との協力・地域の連携の中で、経済性だけではない豊かさや感動があり、観光であればもう一度来たい、住んでみたいと思えるようなシステムを社会政策で作りあげていかねばならない。そのためにも引き続き勉強会を行い、将来につながっていくような、地域の連携の核になるような存在として今後も活動していきたい。」という話があった。

本日の報告者よりそれぞれ意見や要望が述べられた。

高野氏

「永いこと特定のクライアントとお付き合いしていると、軸足が当事者に近くなる傾向があるため、シンクタンクに本来求められる客観性とのトータルバランスを確保するよう意識している。その意味では、行政から依頼されて地域や事業者に派遣されるより、地域や事業者から直接、協

力を要請される方が自然でのぞましい。」

藤田氏

「行政としては、これまでシンクタンクには行政が想定した結果に導くためのプロセスを示してもらおうという関わりが多かったが、客観的なデータや新しいプランを提案して戴くことが大事になってくる。行政は持っている情報が少ないので、その中に入ってきてほしい。」

布施氏

「シンクタンクができることはその地域にあったものを選んであげること。連携をプロデュースしていくことではないか。」

金井氏

「インタープリターやガイドボランティアといった解説者資源は魅力的だが、人材は意外なところにいる。シンクタンクは人材のコーディネートからも地域活性化に貢献できる。また固有の人材や資源をファシリテーションで活性化することを我々はもっと企業から学ぶべきだ。」

今井氏

「文化や芸術などの政策領域に今後定量化・数値化をはじめとした、新たなアプローチができるか、今後シンクタンクの方々から学ぶ機会があればと思う。」

最後に、コーディネータ端氏より、

「連携を行っていくことは現実には簡単ではない。自分のことだけで終始してしまいがちであるが、何が本当に必要かという視点が必要であり、その意味で連携というのは『心の広さ』である。自分で作ったバリアを自ら超えていく力が必要になってくるのではないか。」との意見があり、議論が締め括られた。