

## 第1回 近畿圏広域地方計画学識者会議(その3) 議事要旨

1. 開催日時：平成19年4月27日(金) 10:00~12:00

2. 場所：大阪合同庁舎1号館第1別館2F大会議室

3. 出席者：別紙参照

4. 議事要旨

(1) 「近畿圏広域地方計画学識者会議」について(資料1)

- ・ 事務局より説明

(2) 「近畿圏広域地方計画」の検討の進め方について(資料2)

- ・ 事務局より説明

(3) 近畿圏の目指すべき姿について(資料3、4)

- ・ 私の専門は農業経済学で広く農村地域の研究をしている。その視点から感じたこととお話させていただく。
- ・ 資料について、都市と農村の交流、農村に人を招くということにも触れられている。文化的な景観(農村、田畑など)を残していこうという意識が感じられ、楽しく読ませていただいた。ただ、前提の認識として、農村地域は過疎・高齢化が進んでおり、どうやって農村地域を保全するか、地域を支える体力が弱っているという現状に対する危機感が足りない気がする。
- ・ 農山村は広大な面積がある。林業、農業の生業がなりたないと景観の維持ができなくなる。農村とその地域の生業は表裏一体である。資料の中で戦略的農業圏域とかかかれているが、高付加価値型農業や輸出型農業は国の政策の柱であり異論はないが、近畿圏の意識の高い消費者をターゲットにし、高付加価値、安全・安心、環境保全農業などをアピールして、近畿圏の自給率を高めることが重要である。安全・安心で生産者の顔が見える農産物を近畿圏で生産し、近畿圏で消費する地産地消の仕組みを作れないかと考えている。
- ・ 人・生産物・資源をうまく対流させる仕組みが必要である。
- ・ 人について、農村暮らしをしたいという人が増えている(団塊の世代も、若い世代も)。自然に触れたい、農と関わりを持ちたいという人が増えてきており、そういった人たちを戦略的に農村部に引っ張っていくという、人の対流政策が必要である。
- ・ 生産物については、安全・安心、高付加価値な農産物に転換できないかと考えられる。京野菜など高いブランド価値、歴史・伝統ある農産物が多くあり、これを生産振興に活用できないかと思う。ブランド化では、地域団体商標制度が最近開始したが、うまく機能していないように感じる。例えば、丹波地域は、兵庫県、京都府にまたがっているのに、都道府県の垣根にとらわれず、

昔の藩に戻るイメージで農業振興していくべきである。このように広い範囲、近畿圏全体での農業振興が求められる。

- ・ 資源については、食品残渣の資源循環が行われている。食品業や流通業から大量の食品残渣が発生しており、資源循環は広域であれば考えることができる。
- ・ キャッチフレーズとして「環境と資源にやさしい、循環型でコンパクトな地域」が考えられる。循環型がポイントとなる。(桂先生)
  
- ・ 広域計画を考える上で、限定された地域の多様性を大事にする局地化と、広域化の2つの視点が重要である。
- ・ 広域化について、産業は、行政界と関係なく動いている。産業・経済は広域化がきっかけになり、多重・多層化(モジュラー化)が重要である。大阪湾ベイエリアについて、多くの自治体関係して、法整備のもと再生を試みたがうまくいかなかった経緯がある。景気が良くなり、動きも活発化した中で、今回の計画でラストベルトの再生を近畿から発信して欲しい。80年代から着手してきたことは成功するという構図もあり、ラストベルトの再生を起動させることは近畿らしい取り組みであるとも言える。
- ・ 近畿圏では、新しい産業クラスターが発生した。例えば、神戸ではバイオメディカル分野が自己増殖している。このようなクラスターの観点が重要であるが、個別にできたクラスター同士が有機的に連携を図ることも重要である。多様なクラスター同士の集積、連携のためには、大学や産業施設の役割が大きく、これをさらに強化すべきである。その際、東大阪のような産業空間も地域に根ざした重要な役割を果たしてきており、それらをうまくつなぎあわせて再編集することが重要である。さらに地場産業の関わりも必要である。
- ・ 局地化についても、多くの議論が出ている。EUでは、CD(コミュニティ・デベロップメント)の概念、コミュニティといった社会的な領域を経済活動がどのように支えていくのかという視点が進んでいる。社会的経済やイギリスでは第3の領域とも言われている。アメリカではNPOの活動が進んでおり、コミュニティを経済的な視点で点検し、新しいマーケットを作るといった動きがある。
- ・ 日本でも、人口の減少、財源の不足などの問題があり、地域固有の問題に対する新しいアプローチが必要である。震災後、コミュニティビジネスやソーシャルエンタープライズ(社会的起業)の役割も評価されている。限界集落である中山間地域をどう再生するかを考えた時に、地域の再生策としてCDが必要となると思う。
- ・ 競争力の強化がベースになり、そのことで地域の豊かさが生まれると思う。しかし古典的なゴリゴリの産業競争ではなくなっている。ソーシャルキャピタルが重要であることは間違いなく、経済活動に深く結びついてくる。文化・歴史・社会の視点で地域を再生するべきで、総合ではない統合的なアプローチを持つことが必要である。(加藤先生)

- ・ 計画に対する交通に関わる注文として、近畿圏の物流拠点形成に向けた戦略は描かれているが、旅客交通についてあまり触れられていないことである。旅客交通についての視点も必要である。公共交通について、LRTなど新しい公共交通システムは関西は東京に比べて導入する適性を持っていると考えられる。また、渋滞による環境悪化やロードプライシングなど、環境にやさしい交通政策の課題の視点も必要である。
- ・ 骨太の柱で気になったことでは、近畿は東アジアとのつながりは密であるが、アメリカ、カナダ、特にアメリカの北東部とのつながりが弱いことである。近畿にはニューヨーク、カナダ、ワシントンDCなどの主要都市への直行便がない一方、東京ではボストンやフィラデルフィアへの直行便もある。近畿は観光資源に恵まれた地域でありながら、観光資源が顕在化せず潜在化したままになっている。世界の諸地域とのつながりが、関西にとっての課題だと考える。
- ・ 交通以外の分野では、さまざまな施策が挙げられているが、横割りに偏っている感がある。この構成だと地域の魅力が出にくいのではと思う。
- ・ 強いところを強くする以外に、弱いところを強くすることも重要である。近畿はオリンピック、サミットの開催地に選ばれなかったが、選ばれなくても、さばさばしているように聞いている。このあたりも弱さである。
- ・ 大阪の弱さは、情報発信機能である。情報の売上高をみると、東京を100とすれば、大阪は16、名古屋は10である。名古屋よりは上位だがそれで満足してはいけない。情報発信機能という弱いところを強くするための戦略が必要である。
- ・ また、本社機能も弱い点である。資本金10億円以上の企業数をみると、東京を100とすれば、大阪は30、名古屋は17である。企業の本社機能の東京への移転が進んでしまっている。
- ・ 都市の品格についていえば、大阪が全国、海外への情報発信を持たないことに関係するが、あまり良いイメージで思われていないようである。阪神高速道路のPR誌によれば、大阪に初めて来られた方は「大阪は思っていたよりきれいで安全だ」と言われるとのことである。旅行ガイドでの大阪の紹介をみても歪んだイメージで捉えられている。これらは東京発の情報である。関西発の情報発信能力を高め、きちんとした情報を発信することが重要である。関西弁をベースにした情報発信は人気が出ると思われ、このことも戦略にからめていけばどうか。情報発信の弱さ、本社機能の弱さから、大阪の都市イメージの低下が起こっている。確かに関西は東京に比べるとややコスモポリタンのメンタリティは劣っている。
- ・ 計画の構成として、事務局の項目をクロスオーバーさせることで、何に取り組まなければいけないかという課題が具体的に出てくる。(斎藤先生)
- ・ 小説の舞台として近畿を使うことがあり、近代の歴史についても書いている。
- ・ 資料の中で一番心を捉えたのはカラーの河川地図。これを眺めると近畿は緑

と水、山に恵まれた豊かな大地に恵まれている。先祖の方がどのように生きて、今にどう活かされているかがよく分かる。

- ・ 本日「循環」という言葉をキーワードとして、話をしたい。
- ・ 循環は、過去からつながり、未来へとつながっているという意味で欠かせない。歴史的な時間経過は循環にほかならない。昔は大地を耕して水を引いていくという自然との戦いであった。ただ、今は、日本の田園が荒れており、ひいては環境や産業も荒れてきている。「帰りなん、いざ」の観点でどこかに帰っていくのが循環であるが、どこへ循環するのか。めぐりめぐるという日本人の考えにたち、再生のために循環の認識を重要視すべきである。
- ・ 近畿はもともと、造船業、重化学工業が盛んだった。その当時は大地を耕してできる米の役割を鉄が持っていた。そのため、阪神、播磨工業地帯により、浜を埋め立て、海を汚していった。ただ、今は鉄冷えて鉄鋼産業だけでは停滞している状況であるが、蓄積された技術は残っている。
- ・ メイドインジャパンのブランドが今でも残っているのは、100年来日本がアピールしてきた器用さ、勤勉さ、アフターフォローの誠実さである。値段の面ではアジアに勝てないが、これらの3点が勝るので、日本製品は今でも評価されている。これらは人間の力であると言える。ただ、資料の中では人間の姿が見えにくい気がする。
- ・ 例えば神戸の医療産業都市では、器用な技術、技能が、最先端の医療器具の製造などに活かされている。ただ、アジアの人に向けた医療を考えると、知性、技術が優れていても、日本語を話して診断するなど、安心感の提供、もてなしの心に欠けている。また、電車の表示でも英語と日本語しかない。アジアをターゲットに人を呼びこんでいくのなら、言葉の窓口を広げないといけない。このようなことは観光面においても必要な視点である。人間を考慮する戦略が必要で、そこが漠然としている気がする。
- ・ また、帰るべき視点は農業である。きれいな環境にしようというのは隠居の発想であり、これでは循環しているとは言えない。農業に立ち返るべきである。例えば、オレンジが輸入率 100%であるのを始め、食べ物に関しては輸入に頼りきっており、ゆゆしき問題である。近畿は、源氏物語でも触れられているように、歴史的にみても近郊農業が発達している。まず食べていく米を作る大地を重要視する必要がある。
- ・ たたき台をみて具体的な指摘をすると、資料4 - 1の21での観光関係について、新たな観光資源の開発がポイントである。また、例えば姫路城が世界遺産に指定されても、誰も外国人に道案内ができない状況であり、もてなし、人的なケアの視点を入れるべきである。
- ・ 4 - 2のp 1について、コウノトリの野生復帰、尼崎 21 世紀の森構想、堺臨海部に追加して欲しいのは、水に恵まれていない播州平野でそれを克服するために整備した溜め池である。離農が進んで溜め池が埋められている、外来種しか生息していないなど溜め池に関する課題は多いが、溜め池は先祖の人が努力し、農民が力を合わせて作ったものである。溜め池は、文化遺産とし

ても、水の循環を行う上で重要な存在である。在来種の貝を育て、綺麗な水を作り、またそれだけでなく、それを農業に活かし、溜め池を使った田んぼの米を使おうという活動を行っている。

- ・ 4 - 2のp 3の産業・物流の項目に農業に関する内容がないことは問題である。どこかに農業の柱が欲しいと思う。農業では後継者問題があり、世代継承していけることが重要であり、作物のブランド化も重要である。農業が元気にしようとするれば、水、土、空気などの環境も元気でないとやっていけない。
- ・ 4 - 2のp 4の近畿が誇る歴史文化について、背景が4項目しか挙がっていない。近畿には、城や都だけではなく庶民が営んできた文化がある。その1つは食文化である。例えば、うどんは昆布でだしをとっており、大阪の有名イタリアレストランでも昆布でだしをとり、だし文化は世界に浸透している。甘さ、辛さなどだけではない「うまみ」が分かる味覚に優れており、こういった食文化が特徴である。関西弁も文化の1つで、近畿内でも場所によって言い回しが異なり、細やかさに優れる。このような目に見えるものでなく、潜在的にある文化が発達している。
- ・ 4 - 2のp 6の観光メニューの情報発信については、権力者の傲慢な発想に思える。そうではなく、庶民が持っているものを活用させることが重要である。庶民の中の文化、庶民がいきいきと生きてきたことを見せ、具体的に政策に盛り込むことが必要である。
- ・ 循環を用いたキャッチフレーズとして、近畿は大地から命を育まれてきたので「命、めぐる、生きる、近畿」が考えられる。(玉岡先生)
- ・ 今回は近畿圏がどうあるべきかを意思表示する機会だと考えている。ひいては日本国、アジア全体の理想にもかかってくるだろう。従来の課題解決ではなく、理想をビジョンとして語る事が今回はできる。近畿から語る将来の日本、アジアのあるべき姿とは何か。その礎となるのは文化である。伝統的文化だけではなく、歴史・伝統を踏まえた新しい文化の創造や、自然の中で暮らすことも文化であり、文化によってたつ圏域だと高らかに唱うべきである。
- ・ 環境というキーワードがよくでてくるが、数字ではなく質的な豊かさ、つまり豊かな風土で育まれてきたということの大前提として、日本国、アジアのあるべき姿を我々は語るべきである。文化と風土の価値を高めながら、アジアをリードすることが重要である。
- ・ 従来は経済規模の観点から語っていたが、これからは文化と環境の視点から語る事の意義を打ち出すべきだと考える。今度スペインで開かれる万国博覧会のテーマは水であるが、世界に誇る日本の水とは何かを考えてみた。滝に打たれての修行や、水かけ地蔵など、日本には水に対する聖性や精神性があり、その点が世界とは違っていると思う。関西では水フォーラムが開催され、世界でも水に対する意識が高まっているが、関西から発信された水に関

するメッセージは継承されているのかということをお願いしたい。関西から国際的な水フォーラムが行われたことが世界的に発信できていない。また近畿圏に住む人は水・河川を大事にする意識を持っているかどうかを考えると、持っている人と持っていない人の差が激しい。近畿圏を考える上では文化と環境を軸にし、水・河川を大事にし、圏域全体の将来像を語るものが糸口になるのではないかと思う。

- これからの地域の経済、地域を支える上で大事だと言われているキーワードは、都市のクリエイティビリティ（創造力）である。文化や技術も含めた新しいものを生み出す産業育成が重要であり、文化産業やクリエイティブインダストリーと呼ばれている。受け売りではない日本独自の創造力を高めるための産業育成や圏域の整備の考え方が必要である。従来型の都市・農村問題の解決や観光振興だけではなく、これからの時代にふさわしい新たな都市や活動を創造するという考え方をすべきである。これらを表す新たな言葉を発明することも必要である。
- 圏域全体で考えるにあたり、地域ごとの得意技、地域の中に新たな領域をいかに発展させていくかが重要である。例えば、神戸市ではどのようにデザイン都市を目指すのが一つの大きな方向性であり、大阪では北ヤードでのデジタルアートといった知的分野の集積をどうやって行うか、京都では京都創生の方向性といったことが挙げられる。クールジャパンということで、至るところでアニメや漫画などの振興を言われているが、地域にふさわしい分野に特化すべきである。例えば、パリでは映画重点化政策が行われており、映画に1100万ユーロの予算が投下されている。地域に応じて映画を根付かせる取り組みが行われており、これもCD（コミュニティ・デベロップメント）で、文化から入って最終的に経済育成に回すという発想である。
- 我がまちはこの分野でアジアをリードするという発想が必要で、ある地域では次世代を教育する観光、ある地域では食育での観光など、地域ごと、都市にごとにおいて、特定の領域での文化面を重点化し、産業振興すべきである。
- 骨太の柱で何を支えていくのか。近畿圏がアジアのある領域を代表して支えていくという強い意志表示を掲げるべきである。例えば京都市では「日本人のこころのふるさと」という言葉をよく使うが、言い続けていることには意味があると思う。
- 近畿圏を、日本のホームランド、心の拠り所となる地域としてアピールすれば良いと思う。（橋爪先生）
- 土木材料をいかに使っていくかを考えた時に、シナリオがないと難しい。今回の資料を見ると、面白い材料はいっぱいあるが、この材料をどう料理するのが見えてこないと感じた。土木材料を使う上でも、どのように考えて、作り、使いこなす、自然に戻すかというシナリオデザインが必要となる。また、どこが目玉で、どこがへそで、手足かといったことが計画で分かるようにすれば、アピールするのにふさわしいものになる。

- ・ 近畿は重層的な部分を持っており、2つの大きな特徴がある。1つは古くて、新しくて、美しいこと、もう一つは民の力である。
- ・ 民の力について、土木学会の関西支部は他支部にはない特徴がある。大きな行事を行うとき、他支部では必ず官の指導が入るが、関西支部はあまり官の指導にこだわらないようである。民の力が非常に強く、それがうまく調和している。歴史的にみても、関西は民の力が強く、それを活かしてきたことが本来の関西の姿である。このような民の力を、うまく活かして育てる環境を作るべきである。
- ・ また、関西は、古い歴史と先端技術、美しい国土など、古いものと新しいものが同居している。古いものは他地域にもあるが、関西では現在でも歴史が生きていて、古いものの面影に触れることができることが特徴である。これらを活かした新しいものを考えていかなければならない。
- ・ 私の専門分野でいうと、古い構造物をいかに丈夫で美しく、長持ちさせるかという問題である。土木は人間と自然のインターフェースであり、これを支えていかなければならない。第二次世界大戦後に急激に作られた社会基盤が今でも健全に機能しているかを考えると、必ずしもそうではない。新幹線や高速道路など、急いで整備したこともあり、どこか不自然な部分が残っている。
- ・ 丈夫で美しく長持ちするように作られたものでも時が経つと劣化してくる。これらの構造物をどうするべきか。持続可能な社会が重要であるが、それを一言でいうと「子供や孫に恥ずかしいことをしないこと」だと考えている。それは今ある社会基盤をきちんと整え、綺麗な形で後世に残すことである。今あるものを守り、新しく作るものも丈夫で美しく長持ちさせることが重要であり、社会基盤といったハードがおかしくなると、そこから生まれるソフトの部分もおかしくなると思う。そのために、まずこの計画のシナリオデザインを明確にすることが重要である。
- ・ また、この文章は一般の人にはわかりにくいような気がする。もう少し簡潔にわかりやすくまとめる必要があり、その上でシナリオがデザインされた魅力的なものが望ましい。(宮川先生)
- ・ 団塊の世代がこれからどんどんリタイアしていくが、男性はカントリー志向だが、女性はそうではなく、夫婦でベクトルが逆向きになってしまうという話をよく聞く。都市と農村の人の対流を進めていくべきとの意見があったが、そういった志向の違いは本当にあるのか。あるとすればそれをどう考えていくべきなのか。また、今後隠居世代はどこでどうすればいいのか。(近畿地方整備局)
- ・ 男女間の志向の違いははっきりとでている。これは田舎暮らしを受け入れるプロセスに関係がある。良くも悪くも田舎暮らしはまとまりがあり、閉鎖的である。そこに都会から来た人が入っていくには多少時間をかける必要があ

る。すぐに家を購入し住むだけではトラブルが起きる。村の人と顔をつきあわせて話をし、村の事や田舎の良さをよく知ってから入るというプロセスが必要。不動産など物と物のつながりではなく、その土地に集積している文化や伝統を取り入れる準備段階を設けると良いのではないか。(桂先生)

- ・ 確かに女性は田舎に行きたがらない。男性は社会的生き物と言われるが、女性は子育てが終わると自分の時間を持って自己実現したいと考える。子育ての役目が終われば、夫婦それぞれの生活スタイルがあっても良いと思う。単に田舎に行って隠居生活をするのではなく、田舎に行って具体的に何をするかを考えていただきたい。例えば次世代に自然の美しさや危険を教えるなどがあり、こういったことは女性ではなく男性の仕事だと思える。会社を退職した団塊世代が、次の世代の日本人を育てる仕事についていただければ良いのではないか。子どものころに自然の美しさを知っていれば、自然に誇りを持ち田舎に戻りたいと考える人が増えていくのではないだろうか。(玉岡先生)
- ・ 土木工学の分野においても経験が必要とされるが、知恵(経験)を持った方がどんどん退職し、その知恵を引き継ぐ若い世代がなかなかいない。これをどうやって引き継いでいくか。東京や大阪には技術を持った人がたくさんがいるが、地方ではそういった技術が不足している。産業戦士として働いてきた人達がリタイアした後、そこで得られた知識を若い世代に伝えていただけると良いのではないか。そのための場を作ることが必要。(宮川先生)
- ・ 都市と農村の2か所以上に住まいを確保するマルチハビテーションが、一般の人にも可能かどうか。日本では難しいが、外国では数多く見られる。例えばフランスを見ると、日本と比べて休暇に対する考え方がかなり違う。一般の人でも2週間から1ヶ月の休暇をとり家族とバカンスにでかけるのが当たり前となっている。500万円ぐらいで古い農家を購入し、毎年そこで休暇を過ごしながら、20年ぐらいかけてセルフビルドで住まいを整えていく。これを家族単位でしているのがフランス人のライフスタイルである。団塊の世代は手遅れだが、20~30代の世代に対して、休暇に対する概念や複数の場所に居住するという国策としてどのように示せるかどうか今後の課題。フランスではホームセンターで数百万円のキットを購入し、自分でプールを作っているが、日本ではプロに頼んで、その結果数千万円はかかってしまう。リゾート的な場所に都会や海外から人を送り込むためには、政策を見直す必要がある。(橋爪先生)
- ・ 産業的な観点からも話したい。近畿圏にはものづくりの歴史があり、多くの地場産業がある。研究対象として産地に入っていくと近代産業にない面白い要素がある。歴史や文化に蓄積された産業の見直しを行うことは、近畿圏の

大きなアプローチになるのではないか。地場産業、産地の再生を広域計画の中で唱うことができれば、それに携わっている人たちは大変元気づけられる。

- ・ 企業に蓄積されたさまざまなノウハウ、暗黙知をどう継承するかが今後重要となる。最近、神戸で面白い会社ができる。それは尼崎の企業から独立した研修企業で、そこではニート・フリーターの再教育を行っている。世界の中で何が必要かを知ることができる。即戦力ではないが、イノベートしていく姿を子どもたちに見せることができ、実績は少ないが、その気概は見習うべきものがある。(加藤先生)
- ・ 長期的には庶民レベルで2か所以上に住まいを確保することも視野に入るのであろうが、その前に、家族旅行の時間が長く持てるようになるであろうと思う。ヨーロッパでは家族旅行が20日間以内だとそれは離婚理由になるそうである。家族旅行の時間が増えると予算は多くかかるが、1日あたりにすると少なくなる。そのような自由時間の増加を支えるような社会資本が重要と思う。(斎藤先生)