

# 北陸の

新地方の時代

vol.6 2000.11

# 視座

今、新たな時代に向けて北陸が動きはじめる

特集

1

日本経済の新展開

特集

2

人を惹きつける まち とは -  
北陸はイタリアに何を学ぶか

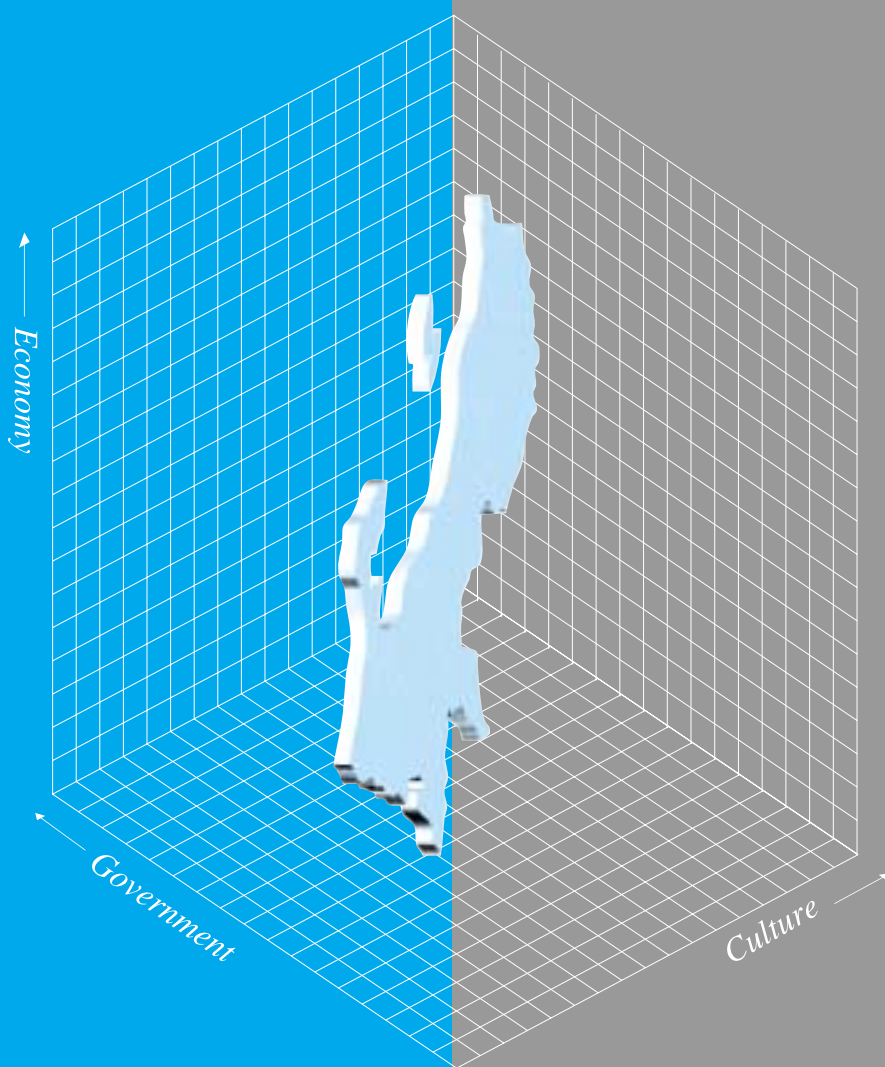
# 北陸が変わる、 地域が変わる。

『北陸の視座』が  
北陸の明日を変えていく。

今、日本社会のシステム、それ自体  
が大きな構造変革を求められている。

地域においても、新しいニーズに対  
応し、加えて、地域自らが新しい社会  
システムの再構築を心掛けなければな  
らない時代を迎えている。

それゆえに、「新・地方の時代」を迎  
えている今こそ、「地方」の視点と、  
「地方」の知恵が重要となってくる。



特集1 日本経済の新展開

【視座】竹中平蔵	1
【データクリップ】	13

特集2 人を惹きつける“まち”とは 北陸はイタリアに何を学ぶか

【視座】陣内秀信	20
【データクリップ】	32

地域指標	40
------	----

## 日本経済の新展開

視座

6

# IT革命は今始まったばかり、 日本経済の前途には大きなチャンスが広がっている。 重要なのはまずその第一歩を踏み出すことだ。



たけなか へいぞう  
**竹中 平蔵**  
(慶応義塾大学  
総合政策学部教授・経済学博士)

1951年和歌山県生まれ。一橋大学経済学部卒業。  
日本開発銀行入行後、ハーバード大学、ペンシルベニア大学客員研究員、大蔵省財政金融研究所主任研究官、大阪大学経済学部助教授、ハーバード大学客員准教授、IIE(米国際経済研究所)客員フェローなどを経て、1990年慶応義塾大学総合政策学部助教授、1996年より現職。マクロ経済学をはじめ、世界の経済・産業地図を大きく塗り変えている「IT革命」の動向分析や論述において最も注目されている経済学者。1998年には「経済戦略会議」、2000年7月からはIT戦略会議のメンバーを務め、NHKテレビ番組などの講師としても活躍中。主な著書に『研究開発と設備投資の経済学』(サントリー学芸賞受賞)、『対外不均衡のマクロ分析』(エコノミスト賞受賞)、『経世済民 「経済戦略会議」の180日』、『ITパワー』、『経済ってそういうことだったのか会議』などがある。

## \*1 世界のお金持ちランキング

アメリカの経済誌「フォーブス」(6月19日発売号)が発表した最新の「世界長者番付」では、1位はやはりマイクロソフトのビル・ゲイツ会長で、資産総額は約600億ドル(約6兆4000億円)。ソフトバンクの孫正義社長は8位に位置している。なお、上位10人中5人がIT関連企業の関係者となっている。

## \*2 GDP(国内総生産)成長率

2000年4~6月期の実質GDP成長率はプラス1.0%(年率換算で4.0%)と、1~3月期に引き続きプラス成長を維持した。

“革命”を迎えている世界経済  
その中でせめぎあう2つの日本

2000年1月にある雑誌が発表した「世界のお金持ちランキング」<sup>1</sup>によれば、世界一の金持ちはマイクロソフトのビル・ゲイツで、2番目がソフトバンクの孫正義さんだった。この1月の時点で5番目にもう一人の日本人、光通信の重田さんが名を連ねていた。孫さんをはじめ、5人のうち4人が30~40代という若さだった。このランキングはわれわれに2つのことを教えてくれる。

第一に、世界の経済には冗談抜きで革命が起きているということだ。革命が起きないと、トップ5人のうち30~40代が4人などということにならない。第二のポイントは、日本もその真ただ中にあるということ。ちゃんと日本人が2人も入っている。この2つがこれからの日本経済についての議論の出発点になる。

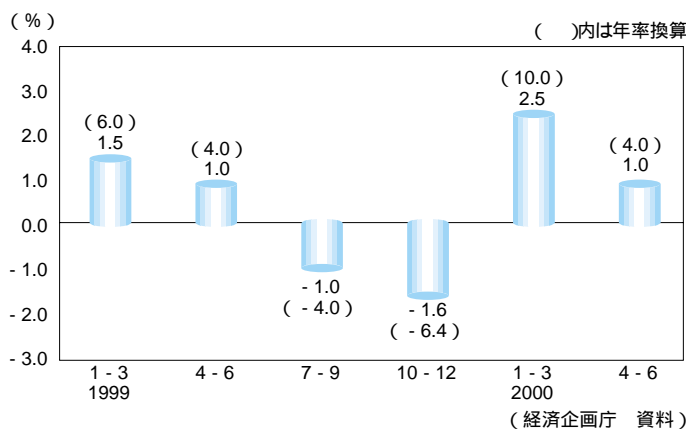
今、日本経済の中には2つの国がある。1つは進化する日本。世界のグローバルマーケットの中で競争してITの成果を取り入れて、すさまじく変わっている国が日本の中に間違いなくある。これを見ている限り、日本の経済はドラマティックに変わっている。しかし、もう1つ、日本には別の国がある。これは進化しない日本だ。典型的に言うと、政府の保護と規制に守られた部門。この部門を見ている限り、日本経済の21世紀はほとんど真っ暗に見える。

私は、決して特定の地域とか特定の産業、特定の企業を非難するつもりはまったくない。1つの産業の中に、進化する企業と進化しない企業がある。もっと簡単に言うと、1つの企業の中に進化する部分と進化しない部分がある。一人ひとりの気持ちの中に進化しようとする部分と進化しない気持ちが、両方せめぎ合っている。

言いたいことはこれに尽きる。今、日本の経済はすさまじい勢いで変わろうとしている面と、今までの既得権益の中で変わらない部分とが見事にせめぎ合っている。日本経済はどちらにも行き得る。この進化する部分がちょっとだけ頭をもたげると、日本経済はなかなかすごいことになる。しかしそうじゃない部分がパツと頭をもたげると、この国は救いようがないのではないかと思えてくる。

実は日本の経済は今この2つのせめぎ合いで、ものすごく揺れ動いている。今年の1~3月期のGDP成長率<sup>2</sup>は、年率に換算するとプラス10%成長だった。ところが去年の10~12月期の成長率は年率換算してマイナス6%だった。マイナス6%成長になったり、プラス10%成長になったり、日本の経済は今、まるでジェットコースターのように揺れ動いている。この事実をマスコミは意外と

\* 2 実質 GDP 成長率の推移



無視しているように思うが、この動きからも、せめぎ合いが読みとれる。

経済企画庁長官の堺屋さんはある時こう言った。「日本経済午前4時。夜明け前が一番暗い」と。その頃お会いする機会があったので、私は聞いてみた。「堺屋さん、午前4時ですか。では2時間待てば夜が明けますね」と言ったら、「うん、夜は明けるのだけれど雨が降っているかもしれないね」という答えが返ってきた。ここからもせめぎ合いが読みとれる。

われわれは今、革命の中にいるということを、まず前提にしよう。しかし、変わる部分と変わらない部分が見事にせめぎ合っている。この点をぜひ頭の片隅においていただきたい。

日本経済再生の課題は  
不良債権の償却と財政赤字

\* 3 経済戦略会議

アメリカのCEA(大統領経済諮問委員会)をモデルにしたとされる諮問機関。

「これまでの審議会ではでこなかつたような提言を」という要請を受け、1998年8月に発足し、1999年2月に最終報告をとりまとめた。この最終報告では、99年度から2008年までの10年間に以下の3段階に分け、景気の本格回復と財政再建の両立をめざした、経済回復シナリオを提言した。

第1段階(1999~2000年度)

.....バブル経済の集中的精算期間

第2段階(2001~2002年度)

.....成長軌道への復帰と経済健全化期間

第3段階(2003~2008年度)

...財政再建、構造改革による本格再生の期間

亡くなられた小淵総理が就任してすぐに、経済戦略会議という組織をおつくりになった。10名の委員が集められた。委員長はアサヒビールの名誉会長の樋口廣太郎さん。私も10名の委員のうちの一人になって、議論を始めた。その中で出てきた日本経済の再生シナリオの基本的な考え方は以下のようなものだ。

1980年代、日本の経済は4%台の成長をしている。しかし90年代の日本経済は1%成長。日本の経済はなぜこんなに成長できなくなったのか。

今、日本の経済全体を、ある不動産会社(デベロッパー)に例えよう。このA社は結構良い場所に土地をもっているし、何よりも非常に良いビルを建てる技術力をもっている。だからこの良い場所にビルを建てればいい。新潟の駅前開発でもいいし、東京丸の内開発、もしくは六本木六丁目の開発でもいい。そのプロジェクト自体は間違いなくもうかるプロジェクトだ。

私が銀行だとして。そして、この採算に合う優良なプロジェクトに投資してもいいと思っているとして。しかしこのA社、バブルが崩壊したことによってバランスシート<sup>4</sup>に腐った部分を抱えてしまった。私は銀行として、プロジェクトにお金は貸せない。私がお金を貸すのはプロジェクトではなくA社という会社に対してだ。その会社が腐った部分を持ち続けている限りは、そんなリスクのあるところに融資などできるはずがない。従って、本来優良なはずのプロジェクトはいつまでたっても進行しない。

こうしたことが、日本全体で起こっている。日本経済全体で言うと、本来の

\* 4 バランスシート(貸借対照表)

ある一定時期における企業の財政状態を表す計算書類のこと。

表の左側に資産が、右側には負債及び資本が示されており、その時点での企業の経営状態が把握できる。最近では、三重県など自治体でも独自のバランスシートを作成し、地域経営の分析や資料として活用するという動きがみられる。

前向きな設備投資がいつまでたっても出てこないから、本来の成長力に戻れるはずはない。

われわれがやるべきことは1つしかない。一刻も早くこの腐った部分を切り取ること。つまり不良債権を償却することだ。これをやれば成長力は戻ってくる。

今年の後半にかけて、日本経済は目に見えて良くなってくる。リストラが進んで企業の収益が改善して、今までずっと先延ばししてきた設備投資が少し出てくるから、表面上、経済は良くなる。もちろんこれはわれわれにとって良いニュースだ。しかしこれをもって、経済が自立回復に乗ったとは、断じて考えない方がいい。バランスシートの調整を終えるのに、企業家としてはあと2年ないし3年はかかると考えておかざるを得ないのではないか。

もう1つ非常に大きな問題がある。それは財政赤字の問題だ。国と地方の借金あわせて645兆円。これはわれわれの所得の合計であるGDPの1.3倍。2000年度、今年1年間だけを見ても、GDPに占める財政赤字の割合は約11%から12%になると考えられる。このGDP比12%の赤字とはどれくらい大きいのだろうか。1980年代の最初に、アメリカで「双子の赤字」が問題になった。この時の一番ひどい時の財政赤字のGDP比は6%台だった。1960年代のイギリスで、とんでもない財政赤字を出して、それがもとでイギリスの経済が疲弊した。いわゆるイギリス病になった。この時の一番ひどい財政赤字は、イギリスのGDP比で、やはり6%台。繰り返すが、日本は12%。

財政赤字がこれくらい大きくなると何が起こるか。普通、2つのことが起こると考えられる。1つは金利が上がる。政府がお金を取り込んでしまうわけだから、民間で使えるお金が少なくなって、その分の金利が上がるはずである。金利は上がっているか。いや、超低金利だ。もう1つ政府がその分支出を増やすわけだから、インフレになる傾向がある。インフレになっているか。いや今はデフレ<sup>6</sup>ではないか。だから全然困っていない。

皆さんがもし借金を残したら子どもはどうなるか。皆さんが借金を残しても子どもは平気だ。子どもは債権と資産と債務の相続を放棄すればいい。しかし、国がつくった借金は間違いなく次の世代の国民に引き継がれる。これは怖い。結局のところ、財政赤字の問題とは、われわれが子ども達の世代のことをどれくらい真面目に考えているかという問題なのではないか。

### 人口減少がはじまる 2007年がタイムリミット

深刻なのは、財政赤字の問題にはタイムリミットがあることである。どういうタイムリミットか。人口が減るというタイムリミットである。

日本の近代化が始まった明治維新の時点で、日本の人口は3千数百万人だった。日本は小さな国だった。今は1億2千6百万人。意外と意識されていないが、世界の先進工業国の中で、人口1億以上の大国は2カ国しかない。日本とアメリカだけ。あとは東西合併したドイツが8千万。フランスやイギリスは5千万程度の国。日本の1億2千6百万の人口というのはなかなかすごい。

しかし、これが、今後、21世紀の末にかけて今の半分になる。この転換点が

#### \*5 双子の赤字

アメリカのレーガン元大統領は、歳出を抑制する（小さな政府）と同時に大幅な減税によって民間の活力を引き出し、税の自然増収をめざすという経済政策（レーガノミックス）をとった。しかし税収は伸びず、一方で「強いアメリカ」に向けた国防費の増大によって財政赤字が拡大した。

この財政赤字を補う資金調達によって金利が上昇し、ドル高が進行。これによりアメリカの貿易赤字も拡大した。アメリカの巨額な財政赤字と貿易赤字は1980年代前半から90年代前半にかけて、アメリカ経済の停滞の要因とされ、「双子の赤字」と呼ばれた。

#### \*6 デフレ

デフレーション（deflation）の略、英語のデフレート（deflate）は空気を抜くという意味。製品や不動産の価格（物価）が下落することで、経済活動や通貨流通が停滞・収縮することをさす。物価下落 売り上げ下落 リストラ 所得低下 購買力低下 物価・売り上げ下落といったように、マイナスが連鎖して不況が深刻化していく動きを「デフレ・スパイラル」と呼ぶ。日本の景気低迷は、このデフレ・スパイラルに陥っているためとする説もある。

西暦2007年から2008年にかけてやってくる。2007年が日本の人口のピークで、2008年から日本の人口は減り始める。正確に言うと労働人口は2005年くらいから減り始める。人口が減り始めるとGDPは容易に増えない。容易に増えないということは、税収も容易に上がらないということである。そういう状況になって財政を立て直すのは至難の業となる。

だから、経済戦略会議では、2007年までに財政再建に何とか目処をつけなければいけないと考えた。再建に何年かかるか。私は10年かかると思うが、詰めて詰めて5年でやるとして、それでも2002年か2003年には本格的にこの財政再建に取りかかれないと、われわれはともかく、子どもたちが大変なことになるという、これは逃れられない事実。

もしも国民が今と同じくらいの公共投資を続けたい、今と同じくらいの福祉水準を続けたいということであるなら、これは税金を上げるしかない。その時に法人税は上げられるだろうか。国際競争の観点から、上げられない。所得税を上げられるか。これからのハイリスク、ハイリターン革命の時代に、つまり、みんなが頑張らなくてはいけない時代に、所得に税金を課すなどできない。上げられる税金はただ1つしかない。消費税だ。

私の行ったシミュレーションでは、今と同じくらいの公共事業を維持して、今と同じくらいの福祉水準を維持するのであるならば、今5%の消費税を14%くらいまで上げなければいけないという試算にどうしてもなってしまう。政治的にこんなことがすぐにできるとは思わない。しかし子どもたちに責任のある国家運営をしようと思ったら、このくらいの数字が出てくることは覚悟しておかなくてはいけないのではないかと。今ヨーロッパのほとんどの国で消費税は20%前後だから、14%という数字はそんなにおかしな数字ではない。

**\*7 消費税**

主要国における、日本の消費税にあたる付加価値税（財貨・サービス税・売上税）の標準税率は下表の通り。なお、アメリカでは州や郡、市によって税率が異なっている。（ちなみにニューヨーク市は8.25%）

7 主要国の付加価値税率

（2000年4月現在）

国名	税率	国名	税率
スウェーデン	25.0%	中国	17.0%
デンマーク	25.0%	ドイツ	16.0%
イタリア	20.0%	韓国	10.0%
フランス	19.6%	オーストラリア	10.0%
イギリス	17.5%	カナダ	7.0%

（大蔵省資料）

もう1つ別の試算がある。もしも国民が消費税を上げることはまかりならん、今の税収の中でだけやれと言ったら、これは政府の支出を削るしかない。ところが支出を削るというのは、言われているほど簡単ではない。学校の先生の数を減らせるか。お巡りさんの数を減らせるか。これは減らせない。一例として公共事業の数を減らして調整しなければいけないとする。公共事業だけで調整しようとする、何と公共事業の量を今の水準から80%減らさなくてはならないことになる。今の20%水準にしるということである。もちろんそんなことはすべきではない。われわれはまだまだ社会資本を必要としていると思うし、大変なことになる。あり得ない数字なのだが、つまりそれくらいの負担を何らかの方法でやらなければならない。現実には政府の支出も下げるし、消費税も

5%から10%くらいにモデレートに上げる。そういうことをわれわれの視野の中に入れていかななくてはいけないというのが、厳しいけれど、逃れられない現実なのだと思う。

ただし、社会資本に対するニーズは間違いなくある。社会資本の効率的な整備と、その負担に対する適正化という問題を同時に進行させることによって、今われわれが持っている貯蓄を有効に投資に結びつけていくような一種の戦略を、この5年、10年のうちに打ち立てる必要があるのだと思う。今は非常に重要な転換点だ。

不良な部分を償却するのにあと2年か3年かかる。その中で、財政再建という厳しい制約も出てくる一方で、今、日本経済にある意味での神風が吹いている。それがIT革命だ。

#### \*8 IT革命

ITとはInformation Technology（情報技術）の略。コンピュータやインターネットに代表される情報機器や情報通信基盤・技術を導入・活用することで、既存産業の高度化やまったく新しい産業が出現するほか、社会や生活のあらゆる場面で、これまでのシステムやスタイル（制度や行動様式）の変革が予想されている。こうした地球規模の社会変革をもたらすことから、18世紀末の「産業革命」になぞらえて、「IT革命と呼んでいる。

### アメリカ経済の好調を支える IT革命の動向

戦略会議でわれわれが2年前に議論した時に、2年後の今日の時点でIT革命がこれほど大きく日本の経済に具体的にあらわれてくるとは、恥ずかしながら、10人の委員の誰も予想しなかった。これは間違いなく神風だと思う。

IT革命とはパソコンの話ではない。われわれの生活の話であり、われわれのビジネスの話なのである。この事実から逃げないようにしようということが、申し上げたい第一のメッセージである。

皆さん意外に思われるかもしれないが、あのアメリカでさえ、IT革命がすさまじく経済を変えていることが数字の上で確認されるようになったのは、せいぜい2~3年前。ほんの最近のこと。インターネットが可能性を持っていると、みんな感じていた。しかしそのおかげでどれだけ生産性が上がり、どれだけ経済成長が高まったのか、そういう具体的な数字で出てきたのは、私の認識する限り1997年のことだった。

興味深いことにこの97年という年が、アメリカ経済の非常に大きな分岐点になった。90年代に入ってから株がずっと高くなっていった。それでも96年の終わりの株価は6千ドル台だった。それが97年に7千ドルをつけた。あれからわずか2年間、99年は1万ドルに達しようとしている。この97年は明らかに大きな分岐点だった。

97年にアメリカの商務省は、これはすさまじいことが起こっていると、インターネット、IT関連の統計を本格的に整備し始めた。そして、統計に基づいてIT革命とアメリカ経済の現状について年次報告を毎年出すと宣言し、98年から、ITの年次報告が出始めた。

つい3週間ほど前に今年度の第3回目の年次報告が出されている。これを見ると本当にすさまじく変わっている。あの大きなアメリカ経済が今年何と5%成長をする可能性がある。日本が0.5%と言っているときに、アメリカは5%成長。この5%の成長のうち、3分の1がIT部門によって直接生み出されている。IT関連企業の付加価値の増加が経済成長の3分の1を担っている。さらに間接効果がある。例えば建設業とかサービス業などIT産業ではないけれど、イン

ターネットを導入することによって生産性を高めて利益を増やした、こういうものまで含めると、アメリカの経済成長のうち、何と50%から60%がITによるものだとも言える。

労働生産性についても、いろいろと論争があったが、最終的に、何とアメリカの労働生産性上昇率の3分の2が、ITによって説明されるという結論になった。アメリカの経済は「良い、良い」と言うが、実はITがなければ意外と普通の経済だったのだと考えなければいけない。

### IT革命の本質とは 取り引きコストをゼロにすること

IT革命はパソコンの話ではない、われわれの生活の話だと言ったが、問題は、ITの本質をわれわれはどのように考えたらよいかということである。

私がフィンランドに行った時に、空港に1台のコーラの自動販売機が置いてあった。私がコーラを買おうと思ったら、フィンランド人が横から歩いて来て、携帯電話を取り出した。そのコーラの自動販売機の前で何か数字を見ながらピッピピとやった。そうしたらそこにコーラが1本、ストーンと出てきた。これがIT革命の分かりやすい例だと思う。

フィンランドコーラ販売株式会社みたいなのがあって、電話をかけて機械の番号を打ち込む。Aの15番の機械、コーラ1本と打ち込むと、電話代金と一緒にコーラの料金はちゃんと銀行口座から引き落とされる。「コーラぐらい自分で買えよ」と言ったら、話はここで終わってしまうが、こう言ったらどうか。皆さんは毎日毎日、ものすごい量の経済取引を重ねている。今の例で言うと、これまで自動販売機でコーラを買うためには、最低限3つの経済取引が必要だ。第一は銀行に行ってお金を引き下ろす。お金がなければ買えないのだから、どこかでこれをやっている。第二に引き下ろしたお金をコインに換えるという取引。わざわざ両替したか、タクシーのお釣りがそれかそれは問わないが、どこかでコインに換えている。第三がそのコインを機械の中に自分で入れている。この3つの取引、どれが欠けてもコーラは買えなかった。3つの取引が必要だった。その3つの取引がピッピピで終わったのである。

要するに、IT革命とは、いろいろな新しい技術を駆使することによってわれわれの取引コストを限りなくゼロに近づける革命だということではないか。

もう1つ例をあげよう。私は学者だから、アメリカとかヨーロッパの本を比較的頻繁に買う。今まで私がアメリカの本を買う時には、洋書を扱っている専門店で電話をかけて、カタログを取り寄せる。「カタログでちょっとまとめて買いたい」などと言うと、今までは必ず丸善の営業担当が研究室まで来てくれる。これも彼の取引コストだ。それでカタログを見て、必要なページをコピーして、本に印をつけて「この本を買いたい」といってFAXで送り返す。「いやあ、FAXが使えるようになって世の中便利になった」とわれわれは10年前に言った。しかし今の私のゼミの学生は、こんなことして洋書を買っている学生は一人もいない。インターネットをお使いの方は分かると思うが、「Amazon.com」という世界的に知られたインターネットによる本の販売システムが世界中に普

及している。このサイトで自分の買いたいアメリカの本を申し込んで、最後にクレジットカード番号を打ち込んで、ピピピで終わり。取引コストを限りなくゼロに近づけている。

### 取引コストをゼロにすることで 新しいビジネス発想が生まれる

問題はここからだ。フィンランドのコーラの話も、Amazon.comの話も、こんなことは世界でとくにやられている。こんなもの、われわれが今から真似してもダメ。しかし、ここからわれわれがアイデアを出すことによって、いくらでもこの話は進化していける。

ある日本の学生が、Amazon.comでしょっちゅう本を買っていた。これを使い始めた時には「こんな便利なものができたのか」と天にも昇る気持ちだった。インターネットで申し込んで、クレジットカード番号を押し込んだら、全部宅配便で届けてくれる。ところが使っているうちに彼は気がついた。宅配便を受け取るのは容易ではない。1日中家にいるわけではないからだ。しかも彼は一人暮らしだ。従って、宅配の不在通知を受け取って、もう一回電話して、「土曜日の午後だったらいるからもう一回届けてください」と言うしかない。これはもう一度届ける宅配業者のコストも大きいけれど、待っている彼のコストも大きい。大切な土曜日の午後、宅配便を待つためにじっと家にいる。

この取引コストをゼロにできる方法はあるはずだと彼は考えた。彼の家は古いマンションだったので宅配ボックスはなかった。彼はそこから考えた。アメリカのテレビドラマに出てきた「ホームドクター」にヒントを得て、「ホームコンビニ」という制度を考えた。

コンビニ(コンビニエンスストア)は日本中にある。24時間開いている。自分が一番よく使うコンビニを指定して、そこに宅配便を届けておいてもらえばいい。そうすれば24時間開いているのだから、自分の行きたいときに行って取ってこれる。ないしは朝ちょっとその前を通って、本をピックアップしていけばいい。素晴らしいアイデアではないか。これはコンビニにとってもメリットがある。本を預かっておくだけで客がわざわざ足を運んでくれるのだから。その時にパンとおにぎりや牛乳と何かを買ってくれるではないか、ということになる。

このビジネスをセブンイレブンは今年最初から始めた。インターネットで本を申し込む。その本を7千店舗ある日本中のセブンイレブンのどこでもいいから自分で指定しておく、そこに届けておいてくれる。24時間開いているから自由な時にそれをピックアップする。このビジネスは、実は孫正義さんの一番下の弟さん、孫泰三さんが学生の時に考えたもの。それがいろいろな曲折を経て実現してきた。

自分の生活やビジネスを総点検して、取引コストをゼロにできるのではないだろうか。とどん欲に考えるかどうか。これは、一種の感性かもしれない。だから、日本人にまずインターネットがどういうものかということ、皮膚感覚として持ってもらうなければいけない。

## 日本は世界一のIT大国になり得る しかしその第一歩をふみだしていない

私の大学の同僚で、村井純というコンピュータ・サイエンティストがいる。彼が唱えている大変興味深い持論がある。「日本は今に大変なインターネット超先進国になり得る」という持論。これはインターネットの普及がまだ遅れているという観点からすると、皆さん「エッ？」と思うかもしれないが、彼の持論はすごく分かりやすい。

彼はこう言う。「インターネットってどういうものだ」と聞かれたら、答えは簡単で、「私のパソコンと皆さんのパソコンとアメリカのAさんとBさんのパソコンが繋がっているだけ、端末機の結合体です」と。あとは実体なんて何もない。その繋がったパソコンを、お互いにルールを決めてお互いに呼び出し合っているだけ。ホームページを見るというのは、ページを呼び出してのぞきに行っているだけだ。

端末機の結合体と言ったが、その端末機をつくる技術において日本は間違いなく世界一なのである。だから、1億2千6百万人が本当にこの中の住人になろうと決意して、ソニーや東芝に、「まだまだこの機械は使い勝手が悪いぞ」とどんどん注文を出していけば、日本は世界一のインターネット大国になる。彼はサイエンティストだから、夢を語っているのだが、私は、彼の夢は極めて実現性が高いと思うようになった。

はっきり言って、今、日本人はサボっていると思う。高度成長期に、「こういうことが必要だ、世界の趨勢だ」と聞いたならば、理屈はさておき、とにかく我先を争って自分で触ってみたのではないか。この無節操さこそが、実は日本経済の発展の原動力だったのではないか。今はまったく逆。「必要だ、この方向だ」ということは、皆、頭では分かっているのに、1歩たりとも踏み出していない。

インターネットの利用比率が日本では20%だと、さっき言った。アメリカは40%。実はアジアの中ではシンガポールや香港は30%を超えている。最近の新しい統計によると、日本の利用比率は、韓国に追い越された可能性が出てきた。こんなはずはないのではないか。

IT革命との関連でわれわれが考えなければならないキーワードがある。それは「プラットフォーム」という言葉だ。「プラットフォーム」とは、あの駅のホームを考えればいい。あれはただの台、板である。しかし電車に乗ろうとしたら誰でも一度は必ずあの台の上に立たないと電車に乗れない。この共通の基盤、電車を利用するための共通の基盤を「プラットフォーム」と言う。

今まで、インターネットを利用しようとしたらパソコンが必要だった。パソコンこそがITのプラットフォームだった。だからパソコンの基本ソフトをつくったビル・ゲイツが世界一のお金持ちになった。プラットフォームを押さえることが重要だった。

ところが去年から今年にかけて、プラットフォームの大変革が起こってきた。これが日本経済にものすごく有利な条件をもたらす可能性が出てきた。それが、

ドコモのiモード<sup>9</sup>だ。iモードは、パソコンなど使わなくても携帯電話でインターネットを利用できることを示した世界で最初のシステム商品だった。ついでに言うと今までパソコンはこうして（両手で）利用したが、iモードは親指で使える。親指はお箸を使えるわれわれの特権かもしれないのである。

今年になって、携帯電話の他にもう1つ優れた可能性を感じさせるプラットフォームが出てきた。ソニーのプレイステーション2<sup>10</sup>だ。今年3月に発売されて、わずか1カ月で160万台売れた。ゲームをするためだけだったらあんなに売れない。でも、若者はちゃんと分かっている。このプレステで将来インターネットを使って音楽や映像の配信を受けられる可能性があることをみんな分かっている。だからみんな買ったのである。

そして、いよいよこれから本命が出てくる。それはテレビだ。今年の12月からBSデジタル放送が始まって、その関連で新しいタイプのデジタルテレビが出てくる。テレビでインターネットを使って、テレビでEメールを送れる、テレビでインターネットのショッピングができる、そういう時代が目の前に来ている。ついこの間まで「俺はパソコンはいいよ」と言っていた人も「俺はテレビはいいよ」とは言えないのではないか。

### IT革命は技術の問題ではなく 全員が参加する国民運動

私はIT革命というのは技術の問題ではなくて国民運動だと思う。アメリカでは40%の人がインターネットを利用している。アジア系の人種が最もよく利用していて、その次に白人という統計がある。日本はアジア系の人種ではないか。しかもこれだけ教育水準が高くて、しかも同質で、さらには携帯電話やテレビでインターネットが簡単に利用できるとしたら、数年後は日本人は全員が利用しているのではないか。

携帯電話、ゲーム機、デジタルテレビ、こういうものを総称してデジタル家電というが、これこそ日本が一番得意としていた分野ではないか。ソニー、パナソニック、そういうメーカーを抱えているわれわれは、デジタル技術や機器を活用して取引コストをゼロにするというビジネスのチャンスを、他の国々よりも現実のものにしやすいはずだ。

繰り返すが、われわれは、その意味で非常に大きなチャンスを得ていると思う。産業革命の「革命」という部分にわれわれは再度注目しなければいけないのだと思う。

18世紀から19世紀にかけての産業革命。ワットが蒸気機関をつくって、それに基づいて機械ができて、工場ができて、今日の近代的な生産基盤ができるわけだが、それを単に技術進歩と呼ばないで、革命と呼んだのには、やはり非常に大きな意味があった。

朝、家を出て会社に行く。夕方、会社から家に帰ってくる。われわれにとって当たり前のこのライフスタイルは、実は産業革命が支えてきたとも言える。工場ができたから、そこへ出勤しなくてはならなくなった。現在のわれわれの基本的なライフスタイルは産業革命が形づくったものだ。そこから家庭の中で

#### \*9 iモード

NTTドコモの提供する、携帯電話のインターネット接続サービスのこと。2000年8月には加入契約数が1000万を突破している。同様のサービスは他社でも行っており、8月時点でJ-フォングループの「J-スカイ」の加入台数は250万、DDI及びIDO（2000年10月にKDDと合併して新会社KDDIに移行）の「EZweb」は300万を突破、3社を合わせるとすでに1600万近くが加入・利用している。

#### \*10 プレイステーション2

1994年12月の発売以来、世界市場で7000万台を生産・出荷した家庭用ゲーム機「プレイステーション」の後継機。ゲーム機としての機能に加えて、DVDビデオプレーヤー機能を搭載。さらに、コンピュータを始めとする各種IT機器との接続を考慮した設計で、ゲーム機の枠を超えたマルチメディア機器として、大きな注目を集め、若者のみならず様々な世代が購入した。8月には発売5カ月で300万台を突破、このうち約30%が新規ユーザーとされている。2000年10月には北米で、11月には欧州での発売がスタートし、プレイステーション同様に、世界市場の攻略をめざしている。

の男女の役割分担もできてきた。誰かが外に行くから、誰かが家の中のことをやらなくてはならない。この男女の役割分担も産業革命がつくったものと言える。

それと同じような、抜本的なライフスタイルの変革が、今まさに起ころうとしているのではないか。アメリカのIBMでは、3日に1回だけ出社すればいい。インターネットで仕事ができるのだから、わざわざ机にへばりついて仕事をしなくても、家でやればいい。すると、オフィスのスペースが3分の1でよくなる。机の数も3分の1でよくなる。もう自分の机なんてない。朝行ったら「貴方、この机使いなさい」とデスクシェアリングが起こる。IBMのような巨大企業がオフィススペースを一気に3分の1に減らしたらすごいコスト減になる。

### IT技術は 生産のしくみも変革する

今まで企業は消費者に売るためにモノをつくった。しかし消費者の顔は見えなかった。だから、消費者はこういうものが欲しいんだろうと企業は勝手に想定して、モノをつくって、卸し、小売りを通して消費者に流していた。モノは企業から消費者に流れた。しかし、企業からはモノだけではなくもう1つ重要なものが消費者に流されていた。それは広告という名の情報だ。こういう素晴らしいモノをつくったから買ってくださいね、ということを消費者に流す。つまり、企業からは情報とモノと両方が同時に流れていた。

ここに、インターネット広告が登場する。例えばYahooという情報サイトをご存じだと思うがここはインターネット広告だけで食べている会社で、1株1億円つけた会社だ。

インターネット広告は、テレビやチラシの広告と一点において根本的に違っている。テレビの広告は出したら出しっぱなし。向こうで見ていのかどうかなんて分からない。でもインターネットは分かる。ちゃんと何人が見に来たか、ヒット数がどれだけだったかが分かる。ある調査ではYahooのサイトにアクセスして、広告を見た人の数は新宿駅の1日の乗降客の数の40倍だった。新宿駅に、乗降客全員が見えるような大看板の広告を立てたとして、それを全国の賑やかな場所に40個並べたのと同じ効果があったということである。

今、日本全国で広告に6兆円使われているが、インターネットの広告はそのうちのまだ1%にも達していない。これが今後とんでもなく増えてくるのは間違いない。そうするとテレビの広告、新聞の広告は間違いなく非常に大きな影響を受ける。6兆円のパイを奪い合うことになる。

面白い試みをした自動車会社があった。テレビでコマーシャルを流すところを、特別のスポーツカーをつくったのだからと、とりあえずインターネットで安い広告を流してみた。すると、インターネットを通じて消費者から質問がきた。「この構造やエンジンはどのようになっているのだ」という専門的なものだ。自動車会社はびっくりして、エンジニアに聞いて「こうこう、こういう構造になっています」と答えたら、また消費者からインターネットで質問が来た。「そういうエンジンの構造は2年前にドイツの　でつくられた　と似てい

るけれど、どこが違うのか」とか、専門的とも言える質問がドツと来る。もうお分かりだと思うが、ここで画期的な変化が起きている。これはもはや広告ではない。これは広告であると同時に、りっぱな営業販売活動になっている。

次に紹介するのはあるマンションメーカー。これはマンションをつくって売る建設会社だが、マンションの間取りや風景を全部インターネットに写真を載せて流していたら、どんどん質問が来たので、ついにこのメーカーは広告部門と営業部門を合体させた。そうなってくると次にまた画期的なことが起きてくる。ついに消費者の方から企業に対して、インターネットでこういうものをつくってほしいと言ってくる。つまり企業がつくったものを消費者に売るのでなくて、消費者から企業に対しての注文が出てくる。

シチズンという時計メーカーは、インターネットで「あなただけの注文腕時計をつくります」という注文生産をやっている。しかも、7千円くらいでつくれる。文字盤はこういう柄に、ベルトはこういう色に、針はこういう長さに、という世界に1つしかない注文生産が行われる。インターネットによる注文生産によって、さらに従来の概念を変える革命的なことが起こる。インターネットで注文生産を受け付けている会社には、在庫がない。注文を受けてから生産するなら在庫管理など必要なくなってしまう。もう1つ、変化が起きる。今までだったら時計が壊れたら、ロレックスのようないい時計でない限りは、捨てていた。ところが、注文生産の場合、2年前につくったAさんの時計には、どういう部品が入っているかが会社側で分かるから、そこに出せば全部修理してくれる。

そうすると廃棄物が減るといふ変化も起こってくる。もう1つ重要な点は、どこをどう探しても卸し、小売りが登場しなくなるということだ。もちろん、卸し、小売りの仕事が全くなくなるわけではないが、従来に比べたら、その社会的存在感はこのままでいけば小さくなる。卸し、小売りが本当に生き延びようと思ったら、このトータルのプロセスを自分でプロデュースするしかない。つまりプロデューサーになること。問屋さんは、消費者のこともメーカーのことも両方分かるから、企画全体にコミットできるようになれば、この問屋さんは、従来のように右のものを左に流すような流通業に比べて、画期的に大きくなるチャンスもある。しかし何もしなければ、従来型の手法では、やはり基盤が大きく縮小していると思う。「そうは問屋が卸さない」という言葉がある。これは、何を意味しているかという、「実は問屋が、流通全体を支配していた」ということだ。つまり、プロデュースする能力を持っていた。それが今は、力がメーカーの方に移ってってしまったのだが、ある意味で「そうは問屋が卸さない」と言えるくらい、卸し、小売りがもう一度、全体をプロデュースする力を身につけるかどうかなのではないだろうか。

#### IT革命を国民運動にするために 若い世代の活力を本気で発掘する

日本の若い世代の活力を、われわれは本気で発掘しなくてはいけないのだと思う。われわれの世代には間違いなく1つの成功体験がある。戦後日本の経済

発展は、言うまでもなく世界の歴史に残る快挙である。1億2千6百万人の人間がこれだけ高い消費水準を短期間で実現したのだから、これはわれわれがまさに誇るべき経済発展の成果だった。

しかし、今申し上げたような革命的な変化が起きている中で、われわれの世代が捨てなければいけない成功体験もあることを、認めなければいけないのではないか。今、若い人に対して、あいさつ1つづくにできないで、髪の毛の色を染めて、「何だ」と思われる方もいるだろうが、こういうITの時代に対応していける特殊な才能を持った若者はいる。そういう世代をわれわれは認知しなければいけないのではないか。

ビスマルクの有名な言葉に次のような言葉がある。「愚者は経験に学ぶ。賢者は歴史に学ぶ」。われわれの成功体験のうち、残すべきものは間違いなくあるが、捨てなければならないものもある。若者を認知する度量をわれわれの世代は持つべきだ。もしそれができないのなら、予定より早く身を引くということも、実はわれわれの世代の重要な決断なのかもしれない。

「本稿は竹中平蔵氏のご講演（平成12年7月7日於新潟グランドホテル）を元に『北陸の視座』編集部で責任でまとめたものです。」

# 「E-ジャパン」の実現に向けて動き出した日本 北陸地域はITを新たな地域づくりに活用できるか IT革命をめぐる社会動向と北陸

【日本のインターネット人口は約3,000万人】  
2005年には7,670万人へと拡大

郵政省の推計によると、1999（平成11）年末の日本のインターネット利用者（携帯電話やゲーム機などでのアクセスを含む）は、2,706万人で、前年からの1年間で1.6倍と急騰している。その後iモードの普及などから、現在では3,000万人を突破しているものと思われる。郵政省では2005（平成17）年には、インターネット人口は7,670万人に達すると予測している。これは、国民の約60%、15歳～64歳人口では91%にあたり、ほとんどの日本人がインターネットを利用する時代を迎えることを示している。

ちなみに、企業・事業所・世帯別の普及率を見ると、従業員300

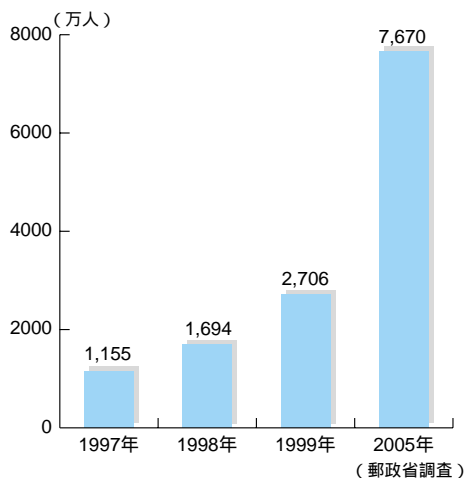
人以上の企業では、普及率は89%に達し、従業員5人以上300人未満の事業所では32%、世帯（家庭）では19%と、いずれも1995（平成7）年からの4年間で急速に拡大している。（なお、民間の調査機関アクセス・メディア・インターナショナルの推計では、2000年2月時点でインターネット人口は2,000万人だが、世帯普及率24.6%に達しているというデータもある）

国際的に見ると、インターネット利用人口は世界全体で約2億7,550万人（2000年2月現在）と推計され、アメリカの1億630万人に次いで日本は2位に位置している。しかし人口に対する利用率（普及率）では、台湾を下回り13位にとどまっている。

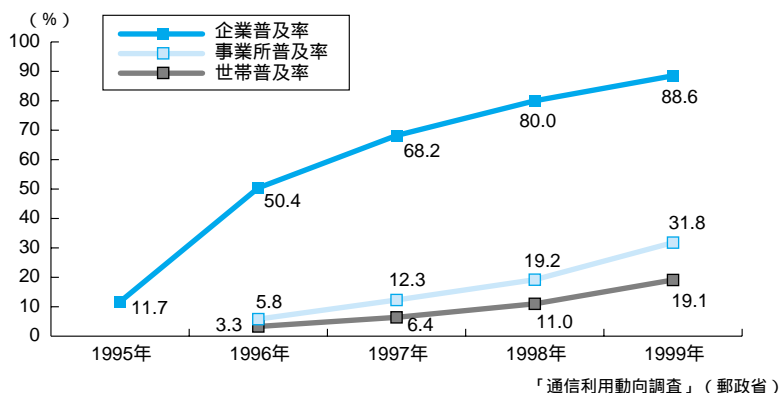
先に見たように、日本では企業や事業所の普及率が高く、家庭（個人）での利用・普及が遅れたといわれており、こうしたことも一因となって、男性に比べて女性のインターネット利用比率はやや低いとされていたが、ここ数年で女性の利用者は急増している。特に20代の女性層の利用比率が高くなっている。また、今後の生活における情報通信メディアの重要度に対する意識でも、インターネットは、他のメディアに比べて高いと評価されている。

こうしたことを背景に、今後のインターネットの利用は家庭（個人）を中心に増加していくものと考えられる。

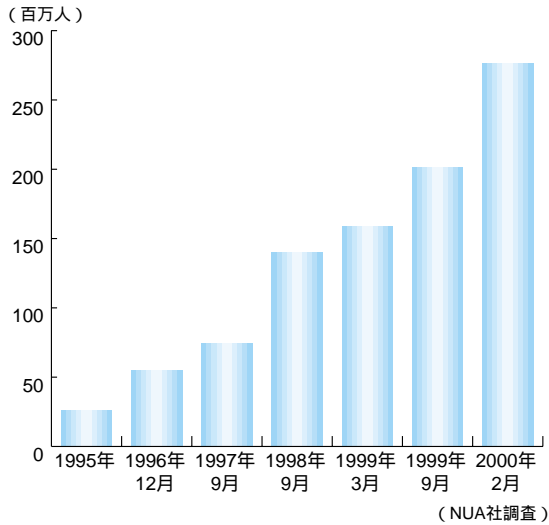
1. 日本のインターネット利用者人口の推移



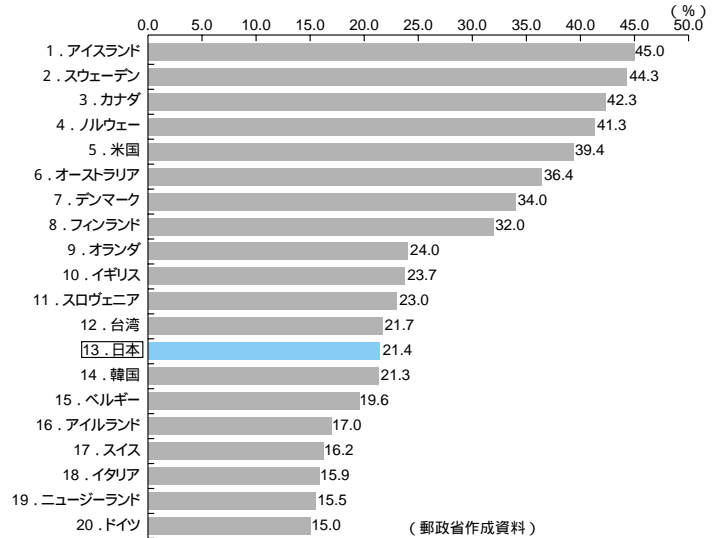
2. インターネットの普及状況



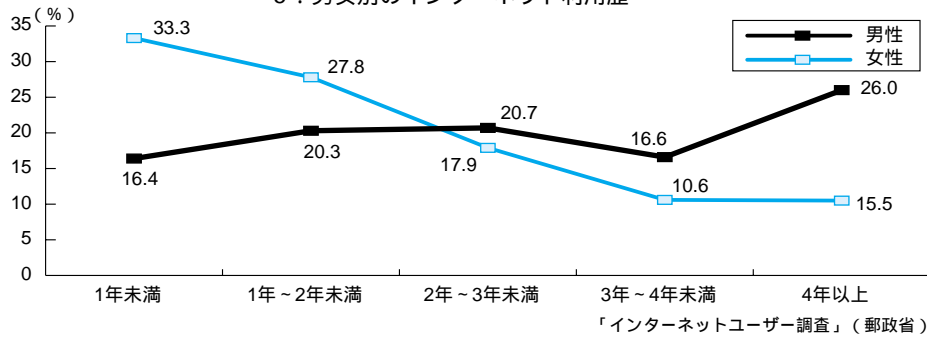
### 3. 世界のインターネット人口の推移



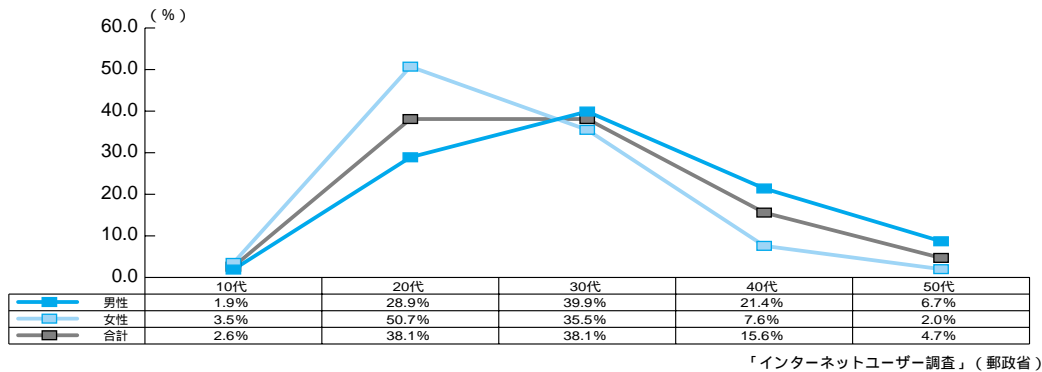
### 4. 国別インターネット普及率 (上位20カ国 利用者/人口)



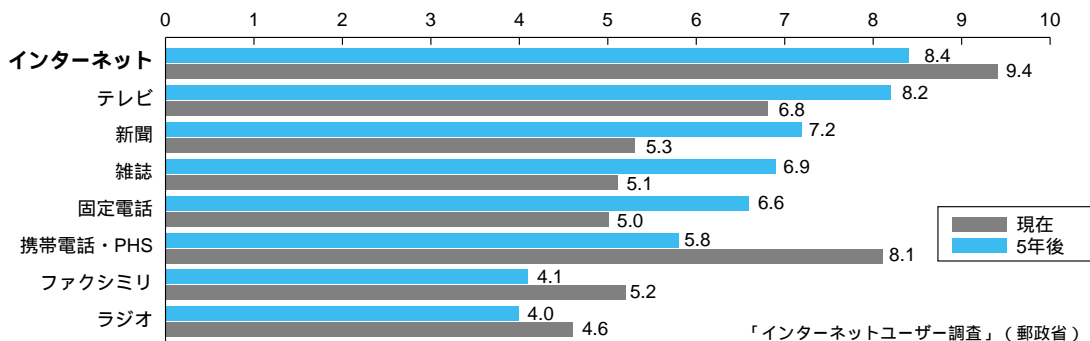
### 5. 男女別のインターネット利用歴



### 6. インターネット利用者の性別・年齢別・構成比



### 7. 生活における情報通信メディアの重要度 (10段階評価)



## 【日本型 IT 社会 「E-ジャパン」 構想に向けた政府の動向】

2000（平成12）年9月の第150回国会の所信表明演説において、森首相は日本新生の最も重要な柱は、「日本型 IT 社会」（E-ジャパン構想）の実現であると述べ、IT革命を日本の国民運動にまで高めていく必要があるとする考え方を示した。この考え方に基づき、官民の人材を含めたIT戦略会議及びIT戦略本部を中心に、「IT基本法」の制定や超高速インターネットの整備などに取り組むとしている。

この所信表明演説に先立って発

足したIT戦略本部（情報通信技術戦略本部）は、首相を本部長、各大臣を本部員とするもので、同時に発足したIT戦略会議（出井伸之ソニー会長を議長に20人の企業トップ、学者等で構成）との合同会議を通じて、IT立国に向けての戦略と施策を検討している。すでに3回の合同会議が行われているが、主な検討課題は次のようなものである。

日本独自のIT国家戦略の構築

電子商取引を促進するための規制改革等諸制度の総点検、

新たなルールづくり

電子政府の実現

教育の情報化

情報通信インフラ、ハード/ソフトの整備・促進

電子商取引を支える制度基盤の整備

また、9月の第3回合同会議では、IT革命（日本型IT社会）を推進していくための「IT基本法」についても議論が行われている。こうした政府の対応と社会的なインターネット利用の拡がりの中で、日本のIT化は、今後さらに加速化していくものと考えられる。

### 「IT基本法」について（IT戦略会議における資料より）

#### 1. ねらい

- ・世界規模で生じている急激かつ大幅な社会経済構造の転換（IT革命）に緊急対応
- ・「高度情報通信社会」の形成を、国家戦略として、迅速かつ重点的に推進

#### 2. 基本理念

- ・すべての国民がITの成果を享受できる社会（開かれたネットワーク社会）の実現を通じた、活力ある成長発展
- ・新たな経済取引の普及、中小企業の経営の向上、新規産業の創出、就業機会の増大による、経済構造改革の推進、国際競争力の強化
- ・低廉かつ多様なサービスの提供による、消費生活の利便性の向上及び生活様式の多様化の実現
- ・個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現及び国土の均衡ある発展
- ・国際的な協調及び貢献
- ・情報格差の是正、安全性及び信頼性の確保
- ・民間主導を原則としつつ、国及び地方公共事業団体が公正な競争の促進等環境整備を行う適切な官民の役割分担

#### 3. 施策の基本方針

- ・世界最高水準の高度情報通信ネットワークの整備
- ・国民の学習機会の確保及び専門的人材の育成（情報リテラシーの向上）
- ・規制の見直し、新たな準則の整備、消費者の保護等を通じた電子商取引の促進
- ・行政の情報化（電子政府、電子自治体）の推進及び公共分野の情報化
- ・高度情報通信ネットワークの安全性の確保、個人情報の保護等
- ・研究開発の推進、成果の普及

## 【北陸と他地域との間に デジタル・ディバイドはないか】

インターネットなどによるIT社会の進展とともに、今後、国や地域によって、情報通信手段に対するアクセスのしやすさやコストの違い、技術を習得する機会などに格差が生まれることが予想される。この格差のことを「デジタル・ディバイド」と呼び、沖縄サミットやクリントン米大統領の一般教書演説（年頭に行う施政方針演説）でも取り上げられた。

郵政省の調査でも、現在のインターネット利用の動向から、区市町村の規模や世帯年収、世帯主の年齢によって利用状況の違いがあることが指摘されており、今後IT化の進行とともに、このデジタ

ル・ディバイドの問題は日本国内でも新たな課題となることが予想される。とりわけ、地域におけるIT関連インフラやサービスなど、利用のための基盤におけるデジタル・ディバイドの発生・拡大は大きな問題となる。

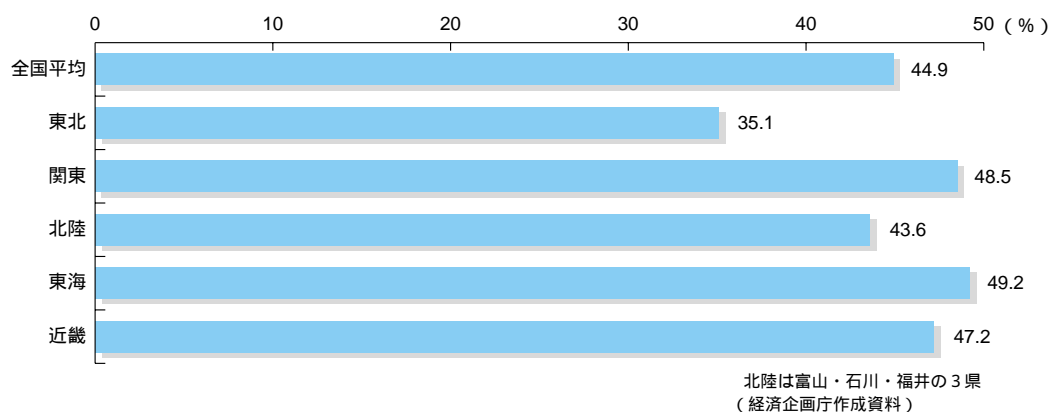
こうした視点から北陸地域と国内他地域との現状を見てみると、携帯電話（携帯・自動車電話、PHS）の人口当たり普及率、パソコンの世帯当たり普及率ともに、全国平均を下回っている。また、第二種電気通信事業者数では、215社で全国の3.1%で、九州、東北や中国地域を下回っている。

さらに、インターネットへのアクセスポイント数では、2000年1月で274箇所、設置密度

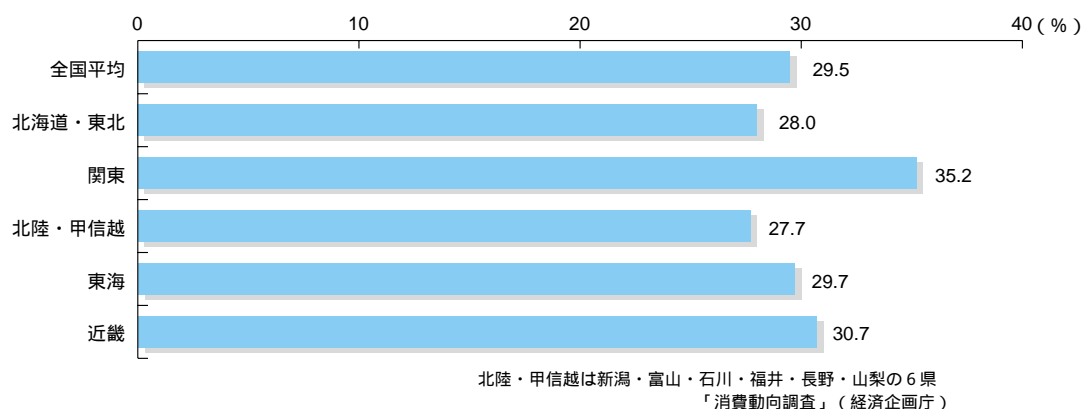
（1つのアクセスポイントがカバーする可住地面積）では全国平均を上回っているが、数では最低水準にある。

このように、北陸地域のIT関連の指標は決して良好とは言えず、関東・中部・近畿といった地域との格差は大きい。北陸自動車道には、携帯電話が使えなくなるトンネルがあることは、そうした格差を示す事例と言えよう。来たるべきIT社会に、北陸地域が新たな戦略を展開していくためには、現状のデジタル・ディバイド（格差）を解消する、基本的な情報通信関連基盤の整備・強化が急務と言えよう。

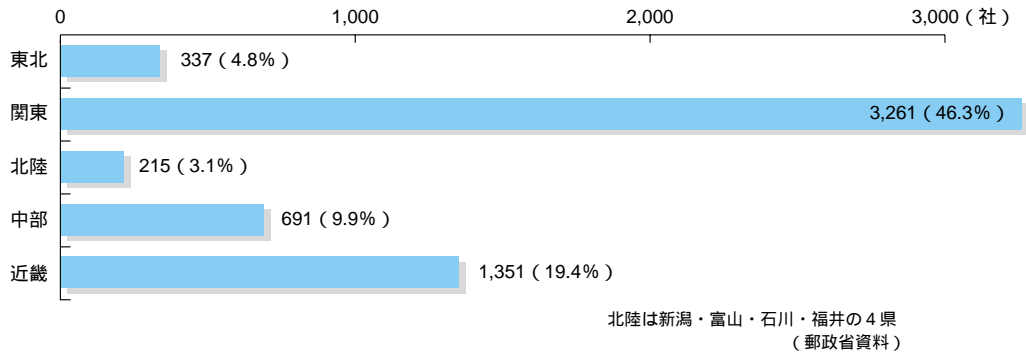
8. 携帯電話（携帯、自動車、PHS）の人口当たり普及率（2000年3月）



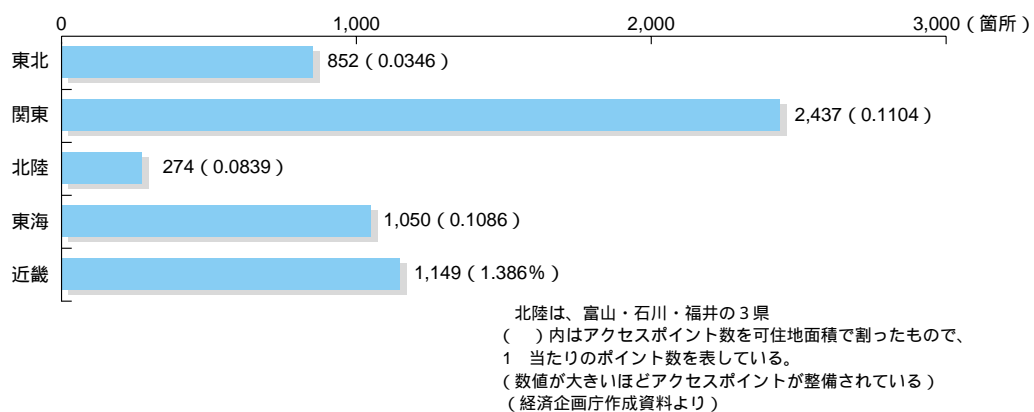
9. パソコンの世帯当たり普及率（1999年）



10. 第二種電気通信事業者数（一般及び特別、1999年8月）



11. インターネットのアクセスポイント数と設置密度（2000年）



### 【情報基盤整備だけではない IT戦略による地域づくり】

インターネットビジネスのポイントとして次の2つがあげられる。1つは国や地域に関係なく、ネットワーク上という共通の舞台で競争できること。もう1つは、資本力がなくてもビジネスを始められることだ。

社団法人日本通信販売協会が2000（平成12）年3月に発表した「インターネット通信販売企業調査報告書」によると、インターネットを利用した通信販売を行っている企業のうち、従業員300人以上の大企業は11%にす

ぎず、30人未満の事業所が59%を占めている。また、法人ではなく個人事業が3.6%を占めており、個人でも、そして規模に関係なくインターネットビジネスに参加できることが分かる。

同調査によると、ショッピングサイトの開設費用は平均で約131.6万円、一月当たりの運営コストは43万円。一方で一月当たりの売上高は平均で243.8万円という結果が紹介されており、残念ながら半数が赤字と回答している。ただし、事業規模が小さい方が黒字と答える比率が高くなっており、インターネット・ビジネス

は資本力だけでは成否が決まらないという傾向が読み取れる。

ところで、ショッピングサイトの課題としてあげられた回答を見ると、1位は商品開発や品ぞろえ、2位は決済手段、そして3位に商品送料（の高さ）、4位に人材確保・人材育成と続いている。注目されるのは、3位にあげられた商品送料である。インターネット上で販売することで、利用者と販売者のコストを削減しても、売買が成立した後は現実に「モノ」が流通（移動）することで、物流コストはどうしてもかかってしまう。つまり、商品のコストでは競争力

があっても、物流コストが高いと競争力は低下することになる。物流コストを削減することは、インターネットビジネスにおいても重要な課題なのである。

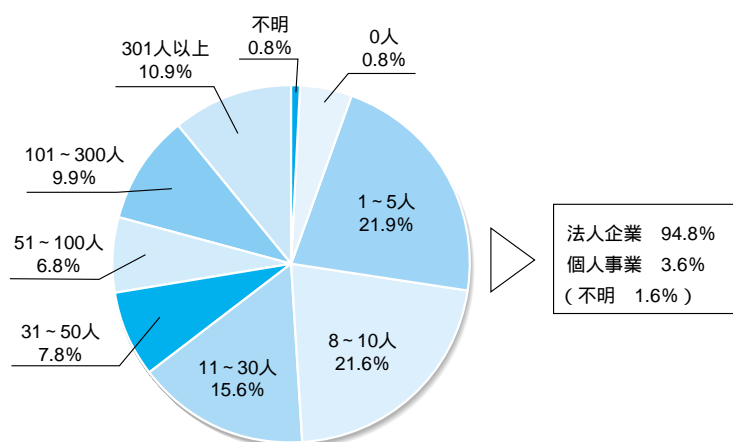
ビジネスだけではなく、インターネットを活用した遠隔医療や防災システムが整備され、病気や災害の早期発見・診断が可能になったとしても、そこからの対応

に - 例えば病院や災害地点に行くなど - 時間がかかっては意味がない。同様に、整備されたシステムを正しく使い、対応できる人材がいなければ、最先端のIT技術も意味のないものになってしまう。

これからの北陸におけるIT戦略を考える時、遅れている情報通信基盤を早急に整備し、競争でき

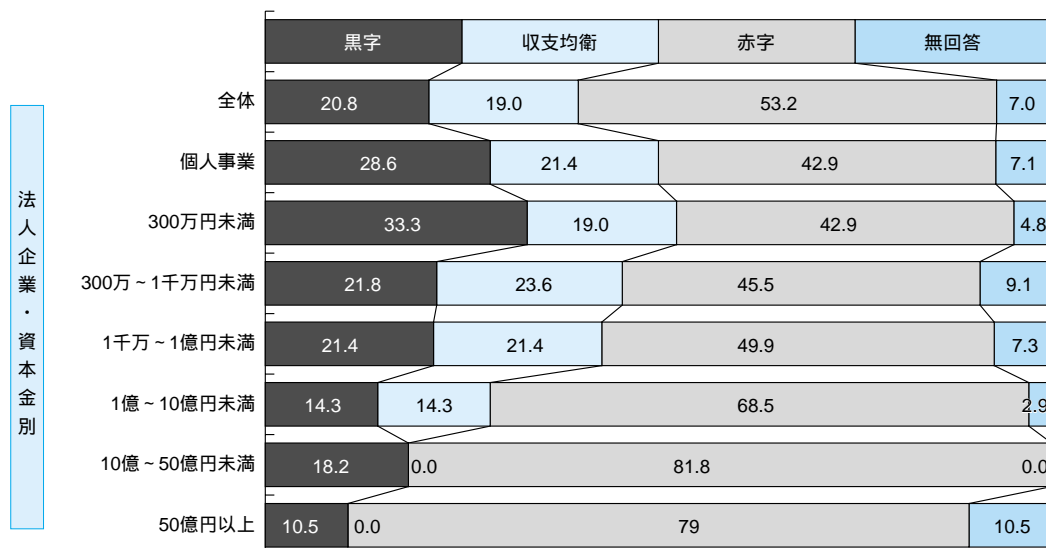
る環境づくりを進めることが必要なのは言うまでもない。しかし、さらにIT社会における競争やよりよい地域づくりを見つめ、情報通信基盤だけではなく、物流の円滑化や交通基盤整備、そして人材育成など、総合的な観点から地域づくりを進めていく必要があると言えるだろう。

12. ショッピングサイト開設企業の経営規模



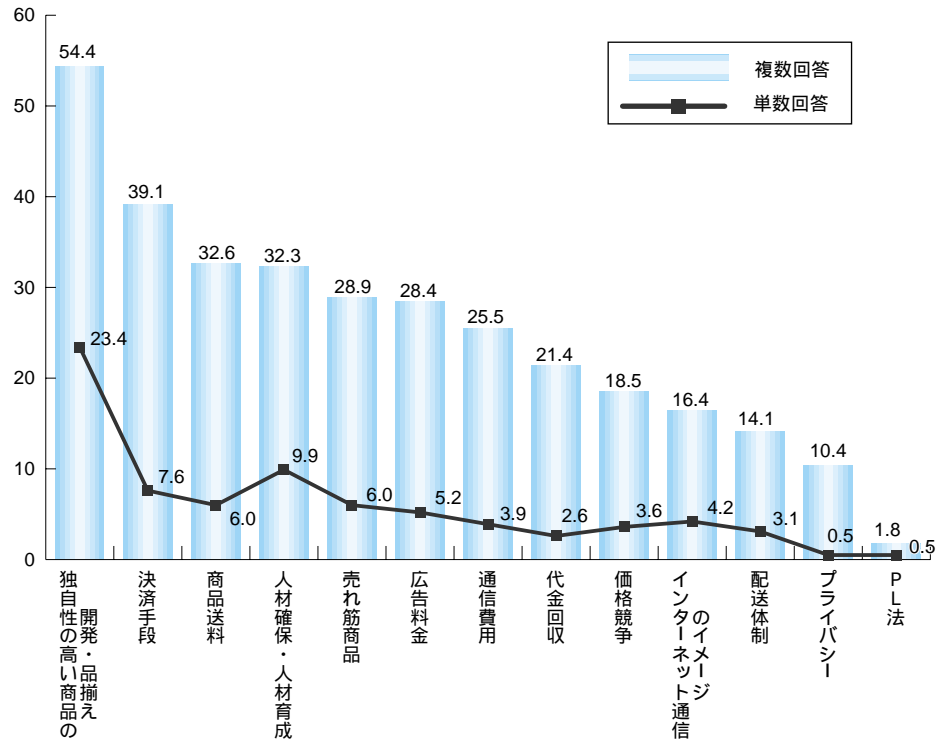
「インターネット通信販売企業調査報告書」(社)日本通信販売協会)

13. ショッピングサイトの単年度収支



「インターネット通信販売企業調査報告書」(社)日本通信販売協会)

#### 14. ショッピングサイトの課題



「インターネット通信販売企業調査報告書」(社)日本通信販売協会

人を惹きつける“まち”とは  
北陸はイタリアに何を学ぶか

視座

6



## 陣内 秀信

(法政大学工学部教授 / 工学博士)

1947年福岡県生まれ。東京大学工学部建築学科卒業、同大学院工学系研究科(建築史)修了。イタリア政府給費留学生としてヴェネツィア建築大学に留学後、東京大学助手、法政大学助教授を経て現職。また、パレルモ大学、トレント大学の客員教授も務める。

イタリア建築史・都市史が専門だが、それぞれの都市の記憶、歴史などを通して、その魅力、活力、あるいは独自のメカニズムを分析・論評する建築・都市研究者としても知られる。江戸と東京との密接な空間構造を解明・著述した『東京の空間人類学』でサントリー学芸賞を受賞。“江戸”ブームの火付け役の一人でもある。『都市を読む・イタリア』、『都市と人間』、『ヴェネツィア 水上の迷宮都市』、『イタリア 小さなまちの底力』など著書は多数。

### \*1 ラテンの国々

古代ローマ帝国で使用されていたラテン語から派生したといわれる、イタリア語、フランス語、スペイン語、ルーマニア語など(これらをロマンス語という)を、母国語とする国々のこと。

### \*2 多自然居住地域の創造

平成10年3月に閣議決定を受けた全国総合開発計画「21世紀の国土のグランドデザイン」では、これからの国土づくりの戦略の一つとして、「多自然居住地域の創造」を掲げている。同計画では多自然居住地域について、次のように記述している。「中小都市と中山間地域等を含む農山漁村等の豊かな自然環境に恵まれた地域を、21世紀の新たな生活様式を可能とする国土のフロンティアとして位置付けるとともに、地域内外の連携を進め、都市的なサービスとゆとりある居住環境、豊かな自然を併せて享受できる誇りの持てる自立的な圏域として、『多自然居住地域』を創造する」

# これからは“まち”や“地域”の魅力が重要になる。 イタリアの地方都市の鮮やかな再生に学びつつ、 北陸もクオリティの高い地域づくりを進めるべきだ。

変容を求められている日本の都市  
これからのまちづくりの参考事例がイタリアにある

今、日本の都市は変容している。

日本でも活躍しているフランソワーズ・モレシャンさんが、あるシンポジウムで「日本の都市はラテン化しているのではないか」と指摘したことがある。実は私も以前から同じように考えていた。

例えば最近の喫茶店の作り方を見ると、建築(店舗空間)と都市を結びつけようとか、店の外部空間に魅力を持たせようとか、カフェテラスを出そうといった方向にある。こうしたことは、フランスやイタリアといったラテンの国々の都市が、これまで行ってきた事にほかならない。

フランスやイタリアの都市は、蓄積された文化が建築や景観などまちの表面に出てくることで形成されている。だから独特の趣きがあり、それが魅力や個性につながっている。それに対して、これまでの日本の都市は機能や効率性を重視したこともあって、画一的で個性に乏しかった。金沢のように、江戸時代からの地域文化の蓄積が反映されたまちは非常にまれな存在だ。

しかし、日本もようやく経済的に豊かになり、これまでの文化の蓄積を素直に表に出そうとし始めているようだ。モレシャンさんのいう「ラテン化」はそうした動きの1つの現れと見ることができる。

一方で日本の都市は、解体が進行しているのではないかという不安がある。全国どこを訪れても、中心商店街はさびれて閑古鳥が鳴いている。都心の夜間人口はどんどん減っている。盛り場も何か淋しげだ。逆に、郊外の国道沿いは賑やかで人通りも多いが、大型ショッピングやパチンコ屋ばかりだ。

中心市街地の再生や多自然居住地の創造など、これからの地域づくりをめぐる、さまざまな議論が始まっているが、都市の再生そして魅力的なまちづくりに関して、日本はイタリアの都市に学ぶことが多い。

## 歴史・文化の集積と急速な経済成長 共通点の多い日本とイタリア

日本とイタリアは国土面積が同じくらいで、人口が稠密(ちゅうみつ)、急速な近代化など共通点が多い。古代から国の歴史を有することや、20世紀において、第2次世界大戦の敗戦から復興し、高度経済成長を遂げたという点でも類似している。

イタリアでも、1950年代から60年代にかけて工業化が大都市を中心に進行し、

工業開発や産業開発に伴いローマなどの大都市への集中が進んだ。当時のイタリアの都市では、「大きいことは良いこと」と考え、都市の周辺を開発し拡大する政策をとった。

1970年代に入って急速な工業化の「つけ」がまわってきた。経済は破綻し、ストライキが多発。またテロが横行するなど治安は悪くなり、各地で都市問題も発生した。「水の都」と呼ばれるベネチア<sup>3</sup>では、工業用水のために大量の地下水を汲み上げたことで水没の危機にみまわれ、また、大気汚染のために亜硫酸ガスが大理石を蝕んで、教会などの彫刻が落下することもあった。

イタリア半島の中央部に位置し、古代ローマ以来の都市の歴史を持つボローニヤ<sup>4</sup>でも、1960年代まで人口が集中・拡大したことに伴い、旧市街地を保存しながら郊外に副都心や住宅をつくっていくという拡大戦略を採用した。しかし、それでは環境が悪化し、都市のアイデンティティも失われるという声が大きくなり、旧市街地の再生によるコンパクトなまちづくりへと方針を転換する。これも1970年代のことであり、この時期がイタリアの都市やまちづくりにとって大きなターニングポイントになっている。

**\*3 ベネチア**

イタリア北部、ベネト州の州都。アドリア海の「潟（ラグーナ）」の上に建設された都市で「水の都」と呼ばれる。英語ではベニス。ベニスは、117の小さな島を400の橋で結び、リオと呼ばれる大小150の運河が巡っており、水上バスが主要な交通機関となっている。9世紀の初めには現在の都市の骨格が誕生している。

**\*4 ボローニヤ**

イタリア北部、エミリオ・ロマーニャ州の都市。古くから交通の要所として栄え、11世紀には世界最古の大学の1つといわれる「ボローニヤ大学」の成立によって、当時の文化、学問の中心地として、ヨーロッパ全土から学生が集まり、繁栄を遂げた。



16世紀のベネチアの鳥瞰図



魅力ある水辺空間、ベネチアの大運河



## 日本とイタリアの比較

	日 本	イタリア共和国
国土面積	37万7847	30万1268
総人口	1億2,669万人（1999年）	5,737万人（1998年推計）
人口密度（1997年）	337人/	191人/
GDP（1998年）	3兆7,982億ドル	1兆1,719億ドル
1人当たりGDP（1998年）	30,046ドル	20,373ドル

### 人間にとってクオリティの高い空間を目指す イタリアのまちづくりの戦略

1970年代以降、イタリアの都市でまず始まったのが、旧市街地の再生によるコンパクトで質の高いまちづくりだ。

ヨーロッパの都市は都心部と郊外を結ぶ公共交通機関がそれほど整備されていない。だから都市が郊外に拡大していくにしたがって交通問題が大きくなる。一方で、都心部には見捨てられ老朽化した住宅のストックが残り、半ばスラム化し、社会的な問題を生み始めていた。

そこで、各都市が市街地の歴史的な街区を保存しつつ、古い建物を住宅として再生することで、郊外に出た人々を都心に呼び戻すという政策をとり始めた。郊外と都心の関係を再構築したわけである。例えばボローニャでは、古くからあるタウンハウスを公共事業によって再生し、もともと住んでいた家庭の再入居とともに、若者からお年寄りまでさまざまな世代の入居を促した。そこにはコミュニティの再生というねらいもあった。

イタリアは歴史的に都市を中心に発展してきたため、それぞれが強い個性や歴史の蓄積を持っており、地方分権も進んでいる。経済が発展しても、大都市で消費するというライフスタイルではなく、それぞれの都市空間で生活行動が完結することが多い、という特性もあった。先に述



公共事業で再生される庶民地区

べた交通事情もあり、一番理想的な生活空間として、人口が10～30万人くらいで、環境や歴史、文化が豊かで生活行動も便利な、ちょうどいいスケールの、コンパクトでクオリティの高いまちづくりが志向されたと考えられる。

さらに80年代に入って「環境」という視点が重視されるようになる。環境のストックを再評価し、まちづくりを見直そうという動きで、ここにも「ポスト工業化」型の地域づくり、都市づくりの戦略があった。

例えばベネチア近郊のトレヴィーゾというまちでは、中世のまち並みが残り、

さらに水路が再生され、現代の都市生活にうるおいを与えている。まちの中に水の流れが生きていて、かつて動力として利用されていた水車が、意識的にオブジェとして何箇所も保存されている。建物の下を水が流れている所がたくさんあり、水と建築が密着している。何でもない水の流れなのだが、過剰なデザインをせず、緑とマッチして、人が歩いて楽しむ空間として生きている。こうした水の生かし方というのは、日本でも学ぶところがあるだろう。



水路を巡る歴史的街区トレヴィーゾ

トレヴィーゾから車で20分ほどの麦畑の真ん中に、ベネトンの本社がある。

そこでは、周辺の環境との調和を考え、建物を二層ぐらいで抑え、地下をうまく利用して工場にしている。バイヤーが世界中から集まるが、敷地内の滝のような所を降りていくと、現代のイタリアらしい素晴らしい空間が潜んでおり、その中でモデルを使って撮影をしている。別な空間では、模擬店舗のようにディスプレイして、店づくりのコンセプトまで、アドバイザーとして指導する。そういうソフトも含めて、世界中に商品売っているわけだ。立地的条件としては非常に不便な所だが、人々が訪ねてくる環境を片田舎につくり出している。

敷地内には建築家の安藤忠雄さんが設計したファブリカという空間もある。内装は変えているが、古い建物をそのまま使い、水面や古典的な列柱で、現代のセンスと古いものをうまく調和させて、世界中の若者がアートの勉強に来るスクールとして利用している。

17世紀のビルや別荘を再生して、現代的に使うことがエレガントで、今のイタリアの都市やまちづくりの主流になっている。こうした動きが70～80年代に始まったわけだ。それまでは世界的な潮流として大量生産・大量消費で都市は大きい方がいいという、効率性や機能性一点張りの価値観が社会を支配してきた。そういう時代には、イタリア人は能力が発揮できない劣等生だった。



歴史的建造物を修復再生したベネトン本部

ところが時代が変わって、もう少し人間的価値があるもの、楽しいもの、ファンタジーを持つもの、クオリティの高いものを人々が要求するようになると、イタリアが輝き始めた。

#### \*5 ベネトン

イタリア・ポンツァーノに本社を置くアパレル企業（グループ）。1950年代にルチアーノ・ベネトンと妹のジュリアーナによって、セーターづくりからスタートし、斬新なデザインやファッショナブルなセンス・品質などが高い評価を受け、現在は世界120カ国、7,000以上の販売拠点を持つ、グローバル企業へと成長した。特に個性的で大胆な色づかいは「ベネトンカラー」と呼ばれる。

## 地域産業の再構築によって 小さな“まち”が輝く

小さい規模のまちが輝く。これがイタリアの大きな魅力であり、底力だ。イタリアでは人口1万人以下のまちに住んでいる比率がかなり高い。居住空間としては、大都市の方が嫌われている。大都市は環境が良くないし、地価も高く、行政の効率も悪い。だから、中規模、小規模のまちの方が人気がある。こうした傾向はイタリアだけでなく、ヨーロッパ全体に共通している。もちろんパリのような大都市も人気があるが、一般的な傾向としては、中・小規模のまちの方が人気があるという時代に入っている。

先に述べたトレヴィーゾというまちでは、古いまち並みと水路の中心にシニョーリ広場という空間があり、夕方になると市民が集まってきて巨大なサロンと化してしまう。ここでは、まちに住む楽しさや充実感、おもしろさを人々は体で感じることができる。また、まちを取り囲む城壁のすぐ内側には緑地が整備され、散歩やジョギングに利用されている。紅葉も見事で、自然や人々とのふれあいなど、大都市では味わえない中・小規模のまちの良さや豊かさを十分に味わうことができる。そこには、かつてのイタリア的都市のライフスタイルのよみがえりがある。



市民が集まる中心広場

### \*6 トリノやミラノ

トリノはイタリア北西部ピエモンテ州の州都。世界的自動車メーカー、フィアットの本拠地があり、19世紀後半から工業都市として栄えている。ミラノはイタリア北部、ロンバルディア州の州都。首都ローマが政治の中心であるのに対して、ミラノはイタリアの経済の中心と呼ばれ、北イタリアの工業地帯の中心都市となっている。

### \*7 第三のイタリア

1980年頃から出てきた概念で、それ以前はミラノ、トリノ、ジェノバの北イタリアの各都市が実現した、大企業中心のポテンシャルの高い産業地域を「第一のイタリア」と呼び、そこから遅れた南部は「第二のイタリア」と呼んでいた。それに対して、個性的な産業を展開し、イタリアの新しい経済活動を担いはじめた地域（こうした地域を新しい意味をこめて「産地」とも呼ぶ）を「第三のイタリア」と名付けたもの。ポローニャ、フィレンツェ、ベネチア周辺のまちなどが代表で、分野もアパレル、デザイン（家具、インテリア等）食品と、あらゆる分野に広がっている。共通するのは、個人や小さい規模の企業が地域内で生産のネットワークを形成し、市場は世界へと広がっている点だ。

いくら自然が豊かでも、文化的刺激や生産活動がなくては十分とは言えないが、トレヴィーゾは企業活動が活発なので、経済がどんどん豊かになっている。かつてこの辺りは近代化が遅れたために、遅れた農村というレッテルが張られ、60年代の高度成長期には、トリノやミラノ<sup>6</sup>への労働力供給地域になっていた。それが今やお金持ちになり、「第三のイタリア」のリーダーとして、注目を浴びている。その背景には、地方産業の再生という動きがあった。

1970年代のオイルショックでは、日本も大きな影響を受けたが、イタリアはもっと大変で、フィアットやオリベッティといった大企業ですら苦境に陥った。これを乗り越える形で新しい産業構造が登場してきた。

それは「第三のイタリア」と呼ばれる地方の中小都市を中心に広がったもので、ポローニャを中心とするエミリア・ロマーニャ地方や、フィレンツェのあるトスカーナ地方、ベネチア周辺のベネト地方、ミラノを中心とするロンバルディア地方などが代表的な地域だ。

地域に根ざした、家族経営からスタートしたような小規模な企業の中で、非常にクリエイティブなセンスを持ち、企業家精神に溢れている企業が頑張っ、イタリアの新しい経済を牽引した。これが世界的に注目を浴びた。コンピューターを早くから導入し、付加価値性を持った少量多品種型の生産体制を実現していく。それにあわせて小回りのきく生産体制を地域単位で形成していった。

こうした企業がイタリア各地に登場し、ファッションやデザインの分野をはじめとして、大いに力を発揮していく。

ミラノの郊外にコモ<sup>8</sup>というまちがある。イタリアでも最も人気のあるまちの1つで、アパレルの世界で注目されているまちでもある。もともとシルク製品が地域の基幹産業だったが、今やベルサーチをはじめたくさんのデザイナーと結びついて、デザインの的に勝れた新しい製品の生産を始めたり、プリントや新しい技術を世界に発信する「小さな世界都市<sup>9</sup>」になっている。

このコモは、まち全体がアパレル業のようなもので、布地をつくる、染色する、裁断する、裁縫する、付加価値デザインをするといった、いろいろなレベルの職人やアーティストが、共同で作業をして製品をつくりあげている。1社が全部つくるわけではなく、いろいろな部分で仕事をしてきたものをコーディネーターがいてまとめ上げ、製品化していくというシステムを採用している。企業間は緩やかな下請け関係で、日本のように大企業があって、系列化した下請けがあるといった構造ではない。それぞれが専門性を持ったネットワークだから新しい試みにどんどんチャレンジできる。こうした仕組みを持った地域産業がイタリアのあちこちにある。

### 多様なアクティビティを可能にする 魅力的な都市空間づくり

イタリアの小さいまちが輝いているのには、もう一つ都市構造の再生という動きがある。ベネチアを中心とするベネート地方に、ヴェローナ<sup>10</sup>というまちがある。



古代の石積みを活かした地下のブティック空間  
(ヴェローナ)



古代円形闘技場跡での屋外オペラ

ヴェローナはロミオとジュリエットの舞台になった所で、非常にロマンティックな雰囲気を持ったまちだ。この都市の魅力がどう生まれているか。1つのキーワードとして、歴史的重層性があげられる。

歴史が重なっている。いろいろな時代のものが重なっている。それは歴史的、考古学的に価値があるだけでなく、現代の人々の生活を豊かにする要素として、今の生活の中に生きているのである。そこが重要だ。遺跡をテーマパークのようにするのではなく、市民生活の舞台として活かされているのだ。

#### \*8 コモ

イタリア北部ロンバルディア州の県都。ローマ帝国時代から、アルプス以北とミラノを結ぶ交通の要所として発展してきた。イタリア最大の湖であるコモ湖があり、豊かな自然と明媚な景観によって、別荘地や観光の中心地ともなっている。新潟県十日町市とは絹織物を取り持つ縁で交流が始まり、1975年姉妹都市提携を結んでいる。

#### \*9 小さな世界都市

人口規模の大小や行政形態(市町村など)に関係なく、文化や産業、スポーツなど、特定の分野において世界的な交流活動の拠点や核となっている都市、まちのこと。東京やニューヨーク、ロンドンのように世界的な影響を持つ都市機能(グローバルセンター機能)を備えた大都市(=世界都市)に対比して、「小さな」世界都市と呼ぶ。テニスのウィンブルドン、国際機関が集積するジュネーブなどがその代表的都市。

#### \*10 ヴェローナ

イタリア北部ベネート州の都市。北ヨーロッパとイタリアを結ぶ位置にあることから、古代からの歴史を持つまち。シェークスピアの「ロミオとジュリエット」は、13世紀にヴェローナを統括したスカラ家の時代が舞台となっている。

ヴェローナというまちは、アディジェ川沿いに古代ローマの計画都市が建設されたことに由来している。その構造が、まちを歩くと見えてくる。アリーナという有名な古代の円形闘技場があるが、ここは夏の野外オペラの舞台として非常に有名で、世界中の音楽ファンを惹きつけている。その経済効果はものすごく高い。そしてイメージを高めている。まちの中心にはローマ時代の広場がある。時代を越えてずっと受け継がれてきた広場は、野菜市が立つ非常に魅力的で庶民的な空間だ。

まちの至る所に遺跡が出てきている。地上にあるものもあれば、道路の下にあるものをギャラリーのように見せている所もある。銀行の地下から出てきた床のモザイクを、吹き抜け空間にして、お客さんが下を覗いて見られるようにしている。そういうスポットも何箇所もある。裁判所として使われている建物は、地下から住宅の遺構や道路の石が出てきていて、ギャラリーのように訪ねることができる。

いわばタイムスリップができるわけで、訪れた人々の意識が古代ローマのまちまで一気に飛ぶ事ができると、それだけまちへのイメージーションが膨らむ。大掛かりな仕掛はないが、まちのいろいろな所に、古代中世、ルネッサンスの建物がたくさんある。それが現代に活かされている。

アリーナの野外オペラには、着飾った音楽ファンも気楽な格好をした市民たちもやって来て、サンドイッチと生ハムとワインで楽しんでいる。オペラ公演は12時過ぎまでかかるが、終わった後にまっすぐ家へ帰る人はいない。ホテルへ泊まっている人も、家へ帰る人も、必ずどこかへ立ち寄って、都市全体が演劇空間になる。歩行者空間というものが、徹底化しているから、人間のスケールで出来た街路を、オペラがはねた後にアリアの一節を歌いながら、みんな楽しそうに余韻をエンジョイして、居酒屋へ行き、バーへ行き、レストランへ行き楽しむ。非常に夜の生活が豊かだ。これはまちの中に人が住んでいなければできない事だと思う。

都市の魅力はいろいろな要素で考えなければいけないが、歴史の重なり、自然と都市とのバランスを考えつつ、とりわけ都心部をどうやってショーアップするか、活気のある、魅力のあるものにしていくかは重要なテーマだ。町の真ん中は、いろいろなアクティビティを持っていなければならない。もちろん建築的に、アーバンデザイン的に、人を惹きつける魅力があるのは当然だが、その使い方が重要になる。

イタリアのまちの都心部には、日曜日になると家族連れが集まってくる。乳母車を押しているカップルがものすごく多い。都市の真ん中に家族が住んでいたり、家族連れで行ってみたいくなるような、伸び伸びした空間があるということだ。この辺は、日本のまちとは大きく異なる。ヴィチエンツァのサロンのようなしゃれたフォーマルな広場でも、露店市が立ったり、ランジェリーショップが突然出てきたりする。雑貨を売ったりするような広場もあるし、広場の裏には野菜や果物を売っている日常のマーケットがあるなど、本当に市民が親しく使う空間になっている。

日本人では箱モノ主義ではないが、建物の中だけ一生懸命プランニングし、

#### \*11 アリア

オペラなどで歌われる声楽曲のこと。また曲の中でも特に「聞かせどころ」を指すこともある。

快適な空間にする。外は知らないよという傾向がまだ強い。ところが実際は外に魅力がある。

建築家パラディオが設計したヴィチエンツァのバジリカ<sup>12</sup>は一種の文化財で、建築を学ぶ人は必ず教科書で勉強するというものだ。これをイタリアでは市民が平気で利用している。地形に段差があって、抜けて行ってもぐり込むと、若者向けのバーがある。グラッパやワインを飲んでいて、夜は大変な騒ぎだ。そういう舞台がまちの中にある。単に機能を提供するお店や施設があるだけではダメで、結びつき方や外部との関係で、回遊して楽しい。ここにあるアイスクリーム屋は絶妙な味だ。ソフトと全部一体となって魅力がある。

イタリアの広場はみんな違う格好をしている。人間が製図板で描いたような幾何学型はないので、温かみがあって、ドラマティックで、変化に富んでいる。どこを訪ねても楽しい。

しばらく滞在している時に、広場のおもしろい活用を見た。何が始まるのかなと思ったら、ファッションショーで、都市の日常空間の中に突如としてトップモデルが出現する。2時間ぐらいでステージをつくって、無料のファッションショーが展開される。コンサートもよく行われる。日本では雨が多く、リスクが大きいのでなかなか実現しないが、公共空間、水辺、川辺、駅前広場、神社やお寺の境内など、もっともっと使うべきだと思う。空間、隙間があったら何でも使う。そういう精神がイタリアは満ち満ちている。

### 人が集まる空間が生まれると まちはもっと楽しくなっていく

パドバ<sup>13</sup>という、世界で一番古い大学のあるまちがある。ここにルネッサンスの頃に出来上がった、パフォーマンスの広場があってサロンのようになっている。ここには大聖堂の広場もあって、少しずつ役割も形も違うものが連鎖している。こうした広場は、今は全部歩行者空間化している。とりわけ夕方から晩にかけて散策する歩行者空間になっているので、あちこちから若者が集まってくる。またおじさんたちはこの辺の飲み屋で楽しげにしている。機能の複合、住宅、商業、オフィス、ギャラリー、映画館、コーヒーショップがミックスしている。程よいスケールで、人間に開放されている。

都心部に人気が出てくると、不動産価値が上がるので、生産性の低い倉庫とか、零細な工場などは追い出され、企業努力をする、お店づくりに頑張るような、魅力ある店舗がどんどん入ってきて、大変おしゃれな空間になっている。

1970年代の始めから歩行者空間化が始まったが、一般化したのは80年代だ。これはドイツなどでも同じだが、都心はできるだけ歩いて楽しもうという考え方によるものだ。自分の家の下までなかなか車が着けないという状況もある。観光で行っても、なかなか大型バ



歩行者空間化したパドバの旧市街地

### \* 12 バジリカ

ヨーロッパの古代から中世にかけて発達した建築の様式の一つ。長方形の建物の一部に半円形のドーム空間を組み合わせたもので、裁判所や取引市場などの公共施設に多く用いられた。現存する建造物をバジリカと呼ぶこともある。

### \* 13 パドバ

イタリア北部ベネト州の都市。古代ローマ時代から、農工商の産業都市として栄えた都市。1222年にパドバ大学が創立されており、ポーロニャと並んで当時の文化・学術の中心でもあった。

スガまちの中まで入ってくれないので、スーツケースをがらから引っ張っていかなければいけない。その代わりに、ミニバスを走らせるとか、散水車なども小さくして、規制を逆手に取って、あまり大きいものが入らないように抑える根拠にしている。

イタリアでも歩行者空間化することに、最初は店舗経営者は反対をした。ところが実験的にやってみると、みんな成功した。オートバイや車を使った犯罪が多かったのがなくなり、すりやかっぱらいもいなくなった。治安が良くなり、安心して歩けるし、楽しい。そうすると、みんな昼間も夕方からも出かけてくる。お金を落とし、消費活動も活発になる。となると、ディスプレイ空間も磨きがかかる。ストリートごとにストリート・ファニチャーをデザインして、空間をプロデュースするようになる。個々の修復・再生は民間の所有者がやる。

車は一体どうするのかといえば、城壁の内側には公共のオープンスペースが残っているので、こうした空間や地下を駐車場に上手に利用している。

不便さはある程度我慢して、移動には自転車が使われている。通勤に使う人は少なく、都市の中で移動したり、人と出会ったり、買い物へ行くために利用するというスタイルだ。適当に分散して駐輪するので、景観的にはネガティブ要素にはなっていない。

#### 田園と都市を一つの地域として考える 「テリトリーオ」で発想する地域づくりへ

80年代の「環境」への注目と並行して、イタリアでは「田園」の見直しと再生が始まり、それは今も続いている。このあたりは、日本でいう「エコツーリズム」や「グリーンツーリズム」への注目と精神的な背景は一致しているようだ。

イタリアでは、ワインや食品（特産品や郷土料理）と結びつきながら、田園や農場に旅行・滞在するという動きから始まっている。こうした動きに対応して、田園地帯では古い建物や農場を修復・再生してレストランやホテルに変え、歴史的な景観を保存しつつ質の高いツーリズムを提供するようになっていった。ゆったりとした滞在をして、地域の良さを味わいながら、いろいろな文化的な刺激も得ながら、同時に自然に接するという、非常に複合的な観光だ。



農場を改造した田園のレストラン

また観光を中心に、食材を提供する農業や、地域の文化や自然を学習・体験できるビジネス、産品開発など地域の経済活動を刺激し、ここでも地域ネットワーク型で個性ある産業が広がっていく。

こうしたツーリズムを提供するには、本当の田園の豊かさ、歴史的な豊かさが必要だ。単に自然があればよいというのではない。それを再認識する必要がある。

理念的には、田園風景を大切にしていこうという地域計画、広域計画を行政が作成しなければいけない。各まちのマスタープランの見直しも、広い地域の風景計画と連動させて見直していく。その時に、歴史の中でつくられたいい所を保全していく。逆に、それほど価値のない所は適切な開発をしていく。保全と開発の誘導を地域全体でやっていこうという考え方だ。これは非常に重要なことだ。イタリアではそういう社会的な背景があって、もっとも小さい規模の村や過疎化しつつあった所が、元気を回復する方向へ向かっている。

まずイメージが重要だ。どこに住むか、どこで働くか、どういうふうに地域や国土を開発し、どのような魅力を持った地域を目指すのかを明確にしていく。それが日本でいえば総合計画なのだろうが、揺れ動いて変わるようなものではなく、長期的なビジョンを持って確実に10年刻みでやっていく。

イタリアでは大きい流れからいうと、大都市化ではなく、程々の都市の大きさで、コンパクトシティ<sup>14</sup>にして、クオリティを高めて、歴史的なイメージも大切にしながら、クリエイティブに、質の高い開発を目指し、まちをデザインし、居住性を上げていく。古いものと新しいものの組み合わせを、あらゆるレベルで積極的にやっている。そこには民間の力が大きく働いている。

\* 14 コンパクトシティ 本稿に登場したイタリアの各都市の人口規模

都市名	人 口	備 考
ベネチア	29万1531人 (1999年)	ベネト州の州都
ボローニャ	38万2006人 (1999年)	エミリア・ロマーニャ州の州都
コモ	8万3264人 (1999年)	ロンバルディア州コモ県の県都
ヴェローナ	25万4712人 (1999年)	ベネト州
パドバ	21万1035人 (1999年)	ベネト州
ミラノ	130万7785人 (1999年)	ロンバルディア州の州都、ミラノ県の県都
トリノ	90万9717人 (1999年)	ピエモンテ州の州都、トリノ県の県都
ローマ	264万6408人 (1999年)	首都

小さい都市にしておけば、周辺との繋がりがキープできる。田園を食い散らして、外へスプロールするのではなく、住民は都市の中に元に戻ってくる。一方でセカンドハウスとして農家を買って、ウィークエンドの家をしている人もイタリア各地でかなりいる。あるいは田園に住んで、アトリエ付き、事務所付きの住宅にしたり、在宅勤務をする人もいる。田舎の農家を買って、建築家がアトリエにしている例もある。

そういうふうにして、バランスを回復していく。近代の都市化、工業化がかなり長く続いたためにどんどん開発されて、バランスを失っていった国土、地域を再生していくわけだ。

イタリアでは「テリトリーオ」という言葉をよく使う。まちづくりや都市計画では非常に重要な概念になっている。都市とその周辺を包んでいる田園、農村部、これを全部一緒にして、「テリトリーオ」と言う。全体がバランス良く個性を持って、経済的にしっかりしている地域。それを「テリトリーオ」で発想・計画していく。そういう考え方が強くなってきたのだ。

## これからの日本と北陸は イタリアに何を学ぶべきか

日本にもかつては城下町などがあった。そして日本のまちも都市と周辺の農村が、交流し支え合う構造があった。さらに広域を結ぶエリアがある。イタリアの場合は州（レジオーネ<sup>15</sup>）やメトロポリタンエリアという概念だが、イタリアではお互いに競合しないで、ネットワーク化をしていこうという考え方が強い。日本の場合はみんな東京の方を向いて、補助金をとってこようという縦のつながりだ。地域の広域ネットワーク、ポテンシャルを一緒に高めていこうという発想が弱い。

これからは、日本の都市も地域の歴史や文化など、これまでに蓄積してきた都市の文脈をどうやって活かしていくかが大きな問題になる。今まで眠っていたものや、成長や開発の過程でつぶしてきたものが、いかに大切だったかを日本人も気付いている。しかし、その活かし方がなかなか分からないというのが現状だろう。

日本でいえば、贅沢になって、本当の豊かさを味わいたいと思った時に、これまでのように近代的で無個性な施設を全く関係のない所につくっても、それは決して楽しいものになっていかない。場所（地域）の個性や雰囲気は、昔から人が住んだり、何かをつくってきたような、その地域の一番いい場所が核となって、周りの空間に秩序を与えて、美しく演出してきた。たとえ今は建物がなくなっても、その場所には力があり、雰囲気がある。そういう総合的な場所へ身を置いた時に、みんな満足する。それを発見していかなければいけない。

最先端のものは自然とは関係のない場所へつくられるのが、カッコいいと思った時代がある。ところが、みんなが本当の豊かさを求めるようになり、田園の中にもたくさんの魅力があることが分かってきた。森もあれば、斜面緑地でもいい所もある。農家が集中するような、村、里、お寺の近く、何かつくられてきた所は場所がいい。小高い丘や、旧道の道筋、人間が農地を開墾した所でも、いい雰囲気をつくっている。そういうポテンシャルがあると思う。日本では棚田が再評価されているが、ヨーロッパの人たちは必死で田園の価値を見直し再生している。日本も間違いなくそうなる。

若い建築家の方と意見交換をする機会がある。新しいものをつくれなくなったことで、彼らはしなやかに隙間をねらっている。今、東京で人気がある所は、原宿の裏側の木造アパート。それを転用して、カッコいいデザインにして再利用している。

どんどん再開発して、ピカピカの建物にしていく時代ではない。経済的にも必要ない。メンタルな面でも質を求めていく。みんな考え方が変わってきている。その方が顔が見える。これはイタリアが通ってきた道にほかならない。木造と石造の違いはあるが、共通している。これからは日本もイタリアのように絶対に田園へと向かうだろう。

太平洋側には田園が少ない。それに比べて北陸には大きな可能性があるとい

える。北陸には、自然を食いつぶすような工業化が少なかった。これが最大のメリットだ。自然や集落景観、人間のメンタリティをキープしてきたのではないか。太平洋側は車窓からの風景でも悲惨なものがある。都市と田園の関係がズタズタだ。

小松空港に着陸する時、随分いい田園風景があるなと思った。村が集まって、周りはきれいな水田だ。そういうふうに見ていくと、ものすごく北陸には資産がある。自然景観といっても、集落や森など、人間がつくったものが圧倒的に多い。これがある秩序をつくっているし、独特な雰囲気がある。北陸はいい形で田園が受け継がれているのではないかと思う。さらにおいしいものがたくさんあるし人情もある。これは重要だ。このように見ると、北陸にはイタリアのように、これからの時代に求められる地域づくりの可能性があるのでないか。

30~50万人という都市の規模が中途半端かもしれないという意見もあるだろうが、そんなことはない。仙台、札幌、福岡といった大きい都市がないだけに、過疎と集中という点でも、全国的にみて問題は小さいのではないか。

北陸には新潟があり、金沢があり、富山があり、福井があり、その都市の連なりはバランスが取れている。そしてそれぞれが個性と独自の歴史を持つと同時に、江戸期には西廻り航路で繋がり、交流していたという実績もある。これからは、観光でも居住でも、まちや地域の魅力が重要になる。その意味では、イタリアの取り組みを参考として、自らの持つストックを再発見しつつ、魅力をネットワークし、北陸という地域(「テリトリーオ」)で発想し、地域づくりを進めていくことが求められる。

\* 15

イタリアの行政構造は次のようになっている。



\* 15 州(レジオーネ)

国の権限の多くは20の州に移譲されており、分権化が進んでいる。日本の市町村にあたるのが「コムーネ」で、1000人未満の村も300万人近いミラノ市も同じ位置づけとなっている。コムーネは中世イタリアでは自治都市、都市国家を意味していた。

1990年の改革で、ローマやミラノなどの大都市圏では、県域を見直すなど、広域的行政を行うしくみに改められた。

# イタリアの事例に学ぶ これからの北陸の地域づくり

## 【国際観光において上位を占める イタリアそしてラテンの国々】

世界観光機関（WTO）の資料によると、1998年の1年間に国際観光客が最も多く訪問した国はフランスで、世界の観光客の11%にあたる7,000万人がフランスを訪れている。フランスはここ10年で見ても、ずっと1位の座を守っているが、その他の国々をみると、スペインが2位、イタリアが4位となっており、ラテン系の国々がベスト5のうちの3つまでを占めている。

これを日本人だけに限って見ると、1位のアメリカ合衆国に続いて香港、韓国、中国など、アジア諸国が続くが、イタリアを訪れる日本人は着実に増加し、1996年にはフランスを上回ってヨーロッ

パ諸国の中では訪問先のトップとなっている。またスペインを訪れる日本人も着実に増加している。

このように、イタリアをはじめとするヨーロッパのラテン系の国々は、世界的にもそして日本人にも人気が高いが、その人気の背景にはそれぞれの都市やまちの魅力があることは言うまでもない。

陣内秀信氏によると、かつてはミケランジェロやレオナルド・ダ・ヴィンチに代表される美術やオペラなどの音楽、いわゆる芸術文化ジャンルを目的としてイタリアを訪れる人々が多かったが、最近では、ファッションやデザイン、グルメ（イタリア料理）などの生活文化を目的とする訪問者が増加しているそうである。こうした生活文化は、イタリアのそれぞれの

都市や地域が生み出したものであり、同時に現在の産業や経済活動に結びついている。つまり、イタリアの都市や地域の文化と産業が、交流活動（＝観光）とうまく連携して、活力を生み出しているわけである。

そこにはまちの魅力を高めるための都市整備や使い方の工夫、周辺地域と連携したネットワーク型地域産業の振興や景観整備などの取り組みがある。さらに、それを全世界に情報発信するという戦略も見えてくる。

北陸がイタリアに学ぶべきことは、こうした地域づくりの戦略をどのように策定し、いかに実現していくかにほかならない。

国際観光客到着数の上位10カ国

順位			国名	国際観光客到着数(千人)		伸率(%) 98/97年	シェア(%) 1998年
1990年	1995年	1998年		1997年	1998年		
1	1	1	フランス	67,310	70,000	4.0	11.0
3	3	2	スペイン	43,252	47,749	10.4	7.5
2	2	3	米国	47,752	46,395	-2.8	7.3
4	4	4	イタリア	34,087	34,829	2.2	5.5
7	5	5	英国	25,515	25,750	0.9	4.1
12	8	6	中国	23,770	25,073	5.5	3.9
8	7	7	メキシコ	19,351	19,810	2.4	3.1
10	11	8	カナダ	17,636	18,825	6.7	3.0
27	9	9	ポーランド	19,520	18,820	-3.6	3.0
6	10	10	オーストラリア	16,647	17,352	4.2	2.7

1998年の値は推計値

(資料:世界観光機関 WTO)

日本人観光客の訪問国上位10カ国

順位	1994年	1995年	1996年
1位	アメリカ合衆国 3,804,551	アメリカ合衆国 4,598,354	アメリカ合衆国 5,182,555
2位	韓国 1,644,097	香港 1,691,283	香港 2,382,890
3位	香港 1,440,632	韓国 1,667,203	中国 1,548,843
4位	中国 1,141,225	中国 1,305,190	韓国 1,526,559
5位	シンガポール 1,109,229	シンガポール 1,178,906	シンガポール 1,171,861
6位	フランス 950,000	フランス 920,000	タイ 934,111
7位	イタリア 823,965	台湾 914,325	イタリア 926,369
8位	台湾 823,882	イタリア 897,427	台湾 917,890
9位	オーストラリア 721,100	タイ 814,706	フランス 855,000
10位	タイ 691,705	オーストラリア 782,673	オーストラリア 813,113
(参考) スペイン	259,123	269,034	281,494

資料：世界観光機関（WTO）

### 【地域資源の見直しと再生で魅力ある空間整備が可能】

「第3のイタリア」の中心となっている都市は、コモを含めて人口10～40万人の中規模の都市である。陣内氏はこうした都市を例に出しつつ、「人間が行動するのにちょうどいい大きさのコンパクトなまち」と呼んでいるが、北陸にはこうした都市の連なりがある。

新潟市の48万5000人から福井市の25万人まで、北陸には人口10万人以上の都市が8つあり、それが日本海沿いに連なって、それぞれの生活圏の中心都市となっている。こうした北陸の地域構造はイタリアのそれに類似してお

り、イタリアのように、それぞれの都市を拠点とした活力ある地域空間の整備が可能だと考えられる。

また、イタリアが歴史的建造物や景観、地域の食材や文化を、都市空間の再生や産業の活性化に活用した手法に関しては、ヨーロッパと日本の違いはあるが、北陸にはそうした歴史や伝統、個性ある地域の生活文化が残り、継承されている。何より北陸には豊かな自然の集積と、それが形成する海、山、川、まちの独自の景観もある。

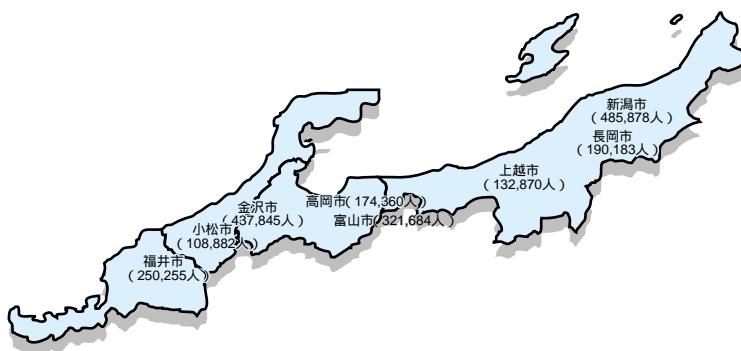
さらに、石川や福井の繊維製品をはじめ、富山の銅鑄物や医薬品、新潟の金属洋食器、桐たんすなど、

地域が育んできた伝統工芸や地場産業も継承されている。ベネトンが兄弟2人のセーターから出発し、世界企業へと成長したように、時代をリードする付加価値づくりで、北陸から第2、第3のベネトンが生まれる可能性もないとは言えない。

こうした北陸の地域構造とさまざまな資源こそが、イタリアの小さなまちが1980年代以降に輝き始めたように、北陸が21世紀に新しい輝きを放つための地域づくりの資源となるのではないか。そうした意味では、雪もまた北陸の大きな資源であり、地域づくりに新たな活用を図るべき財産と言えるだろう。

北陸の10万人以上の都市（1999年）

市 名		人 口
新潟県	新潟市	485,878
	長岡市	190,183
	上越市	132,870
富山県	富山市	321,684
	高岡市	174,360
石川県	金沢市	437,845
	小松市	108,882
福井県	福井市	250,255



（資料：自治省 住民基本台帳）

北陸の主な資源

< 自然関連 >

県 名	自 然 景 観	温 泉
新潟県	阿賀野川ライン 瓢湖 笹川流れ 粟島 清津峡 妙高山 親不知 佐渡島	瀬波 岩室 栃尾又 六日町 越後湯沢 赤倉
富山県	立山 美女平 黒部川峡谷 有峰湖 庄川峡	宇名月 鐘釣 名剣
石川県	白山 手取峡谷 内灘砂丘 能登島 九十九湾 能登金剛 曾々木海岸	粟津 片山 山代 山中 和倉
福井県	東尋坊 越前岬 気比松原 奥越高原 三方五湖	芦原 鳩ヶ湯

< 歴史・伝統文化関連 >

県 名	史 跡	祭り・イベント	郷 土 芸 能	伝 統 工 芸
新潟県	弥彦神社 米山薬師 春日山城跡 真野御陵	すみぬりまつり 十日町雪祭り 佐渡島まつり 糸魚川けんかまつり 羽茂まつり 長岡まつり 新潟まつり 牛の角つき	角兵衛獅子 三階節 米山甚句 綾子舞 佐渡おけさ 文弥人形 鬼太鼓	村上木彫り堆朱 三角達磨 六角だこ 加茂桐タンス 燕鎚起銅器 小千谷縮
富山県	富山城 高岡大仏 朝日貝塚 俱利伽羅古戦場 五箇山合掌造り	チューリップフェア 高岡御車山祭 伏木曳山祭 利賀フェスティバル 魚津まつり	越中おわら節 子供歌舞伎 こきりこ	塩沢紬 富山獅子頭 高岡漆器 高岡銅器 八尾和紙 井波彫刻
石川県	金沢城 兼六園 那谷寺 妙成寺 気多大社	青栢祭 加賀百万石まつり あばれ祭 石崎奉灯祭 名舟大祭	山中節 かんこ祭 早舟狂言	加賀友禅 金沢漆器 八幡起き上がり 九谷焼 山中漆器 牛首紬 輪島塗
福井県	丸岡城 永平寺 一乗谷朝倉氏遺跡 気比神宮	お水送り 三国まつり 福井フェニックスまつり	三国節 馬鹿ばやし 越前万歳	越前竹人形 越前漆器 越前焼 越前和紙 若狭塗 若狭めのう細工

県名	郷土料理	地酒	特産品(農水産物)
新潟県	鮭の酒かけ のっぺい けんさん焼き	菊水 越の寒梅 吉之川 白瀧 八海山 雪中梅	魚沼米 鮭の粕漬け 村上茶 花卉栽培 油揚げ 米菓
富山県	たら汁 ほたるいか料理 ます鮓	立山 満寿泉	いかの墨造り きんこ 呉羽なし 甘エビ ほたるいか 黒部川西瓜 サフラン茶 灰付わかめ 氷見うどん たけのこめし チューリップ 立山ひょうたん
石川県	いしり鍋 ごり汁 治部煮 かぶらずし	菊姫 天狗舞	甘エビ アワビのツノ 蒸しなまこ このわた カキ ワカメ茶 羽咋すいか 紋平柿 砂丘地ながいも 巻ぶり 金沢レンコン
福井県	打ち豆料理 ほかけ がくづつ汁	雪之井 一本義	めかぶとろろ 花らっきょう 松岡タマネギ 永平寺みそ 越前ウニ、バイ貝 おそりそば 大仏さといも 勝山水菜 ハーブ

(各種資料より編集部が作成)

#### 北陸の主な地場産業・伝統産業

県名	市町村名	産業・産品	備考
新潟県	長岡市	ハイテク産業	
	十日町市、栃尾市	繊維	
	燕市、三条市	金属洋食器	日本一
	加茂市	桐たんす	
富山県	高岡市	アルミ製品	
	高岡市	化学工業	
	高岡市	アルミサッシ	日本一
	高岡市	銅鋳物製品	
	魚津市	電気機械	
	黒部市	ファスナー	
	新湊市	木製バット	
石川県	小松市	繊維	
	小松市	建設機械	
	加賀市	チェーン製造	
	羽咋市	電化製品	
	金沢市	金箔	日本一
	輪島市、山中町	漆器	日本一
	金沢市	陶器	
	金沢市、加賀市	織物	
福井県	大野市、勝山市	繊維	
	武生市	電気機器	
	武生市	精密機械	
	鯖江市	メガネ、メガネ枠	日本一
	小浜市	和紙	
	鯖江市	漆器	
	武生市	打刀物	
	小浜市	めのう	
	宮崎町	陶器	

(各種資料より編集部が作成)

## 【イタリアの事例にみる 北陸の地域づくりへの視点】

北陸にとってのこれからの課題は、豊かで魅力ある自然や歴史、文化などの資源を、どのような戦略と手法で地域づくりに再生・活用していくかにある。そのヒントをイタリアの事例から抽出・整理して見ると次のようになる。

### 歴史や伝統の見直しと現代的再生

イタリアでは、歴史的建造物やまち並み、空間を壊して建て替えるのではなく、その意味あいや可能性を検討した上で、外構を修復し内装や設備を新しく機能的にするといった、「使い方」の変更による再生を推進した。これは、街の個性である景観を保つとともに、まちの歴史を継承し、地域のアイデンティティを明確にしていくことにつながっている。

### 自然のストックの活用

都心部に残る緑や水辺空間、郊外の田園や林など、洋の東西を問わず、現代人は自然環境のある暮らしを求めている。都心部や郊外に残る自然の蓄積を保全しつつ、生活や交流空間として積極的に活用するとともに、水辺空間などの再生を進めることが、魅力的なまちや都市空間づくりに欠かせない。

### 交流空間としての都市部 (中心市街地)の再生

イタリアの都市の中心市街地は、広場を中心とする交流空間を再生することでよみがえって

いる。そのポイントは、人間が歩いて楽しめる歩行空間の確保や整備、市場やイベント、回遊性など人が集まり交流するための「賑わいを生み出す仕掛」にある。北陸もパーク&ライド方式や歩行者天国など、今一度道路の使い方を再考してみる必要があるのではないだろうか。

### 地域間の産業・ビジネス ネットワークの構築

アパレルや家具といった製造分野の地場産業を、地域間で役割分担・連携しつつ、それぞれの専門性をネットワークすることで付加価値を生み出しながら活性化していく。あるいは、地域のレストランで提供する料理は、原則として地域内で生産・加工した食材を使用するといったように、地域内でお互いが最もいいものを持ち寄ることで、世界市場に通用する地域のパワーを生み出すことを可能にしている。

以上はいずれも、これからの北陸の地域づくりにおいて参考とすべき視点であり手法であるが、この前提となる地域づくりの戦略あるいは考え方について、次の2つのことを学ぶことができるだろう。

### 観光客のためではなく、そこで暮らし、生活する居住者のための地域空間整備

イタリアのまちの再生は、居住者は都心に呼び戻すことが目的であり、そこに暮らす人々がいかに豊かに生活できるかが根

底にある。観光を語る時によく言われる言葉に、「住んでいる人に魅力がないまちは、観光客にとっても魅力的ではない」とあるが、まさに魅力的なまちとは住んでいる人が楽しさや満足感を享受できる必要がある。

これからの北陸の地域づくりを考える時に、まず居住する地域・空間として魅力的であることが、基本的な考え方として求められるのではないだろうか。

### 中心となる都市を含めて、その周辺の市町村と一体となった広域的な発想と戦略

「テリトリーオ」というキーワードに集約されるように、イタリアでは都市とその周辺を含めた広域的な地域で、地域づくりの目標や景観計画を立て、それに基づいて、それぞれの市町村がそれぞれの個性やレベル、役割に応じたまちづくりを行っている。この全体を包含する大きな目標が、個別のまちづくりをネットワークし、統一感や個性を際立たせるなど、地域全体の魅力を増幅する戦略となっている。

都市と農村の連携、広域的な観点からの地域づくり戦略の策定など、北陸の地域づくりにおいて学ぶべきことは多いと言える。

## 都市と農山漁村が連携した 地域づくり「多自然居住地域の 創造」のフロンティア圏域へ

地域の特性や文化を基盤として、21世紀のライフスタイルに対応したより豊かな居住空間を、都市と周辺の農山漁村が連携する地域づくりによって実現していく。これがイタリアの都市が展開した地域づくり戦略の考え方が、実は日本でもそうした考え方がこれからの国土づくりの方向として示されている。それは、新しい全国総合開発計画「21世紀の国土のグランドデザイン」で提示された戦略、「多自然居住地域の創造」である。

この「多自然居住地域の創造」という考え方は、

高齢化や社会の成熟化などを背景に、利便性ととも自然環境や生活環境、安全性など、居住空間に対するニーズや意識が多様化・高度化する中で、21世紀型の新しいライフスタイルに対応したより豊かな居住空間整備の必要性

都市への過度の集中による都市問題と、農山漁村の過疎化や荒廃の進行に対応した国土づくりの必要性

という、現在及び将来の日本の課題に対応する国土づくりの戦略として提示されている。

都市周辺の農山漁村に住居を確保し、豊かな自然環境を享受しつつ、中心となる都市部を含めた地域全体で、就学や学習、買い物、交流などの生活行動を選択的に展開できる、といった地域づくりが「多自然居住地域」のイメージであり、目標となっている。

また、これからの居住形態をいわゆる「定住」（長期かつ継続的な居住）だけでなく、マルチハビテーション（複数の地域に生活拠点を持つ居住スタイル）などの「半定住」、観光を含めた一時的な滞在を視野に入れた「交流」の3つの視点から捉えて、それぞれの居住者が満足できる生活空間を、都市と周辺農山漁村の連携による広域的な視点から整備していくという考え方も読みとれる。

このように「多自然居住地域の創造」という戦略がめざす方向は、イタリアが実現した、地域が輝くための戦略と基本的には一致している。しかも、それを選択し推進していくのが、地域自身であるとする点も同様である。つまり、地域自身が将来の姿を広域的に描き（＝地域づくりの戦略の立案）そ

れに基づいて、それぞれの市町村が連携しつつ地域づくり・地域整備を進めていくこと（＝戦術の展開）が求められているわけである。そして、それを推進するのは、それぞれの地域の産・官・学・民のネットワーク組織なのである。

「多自然居住地域」としての北陸、あるいは21世紀に輝く元気な北陸を実現していくために、北陸にはいくつかの課題がある。先にあげた北陸各都市のポテンシャルの向上（中心となる都市としての機能やイメージの向上など）もその1つであり、コンパクトでありながら大都市に互する都市機能を備え、地域の歴史・文化に根ざした個性的で魅力的な都市へと再生していくことが求められる。

そして、何より、それぞれの都市を中心とした広域的な地域づくりの目標や戦略の確立と合意、そしてそれを推進する地域ネットワークが必要となる。イタリアでは10年先、100年先を目標に地域づくりを考えるという。北陸の地域づくりも次代や次々世代をにらんで、中長期的な将来像を描きつつ取り組む必要があり、そこに至る第一歩を踏み出すことは急務と言えるだろう。

## 多自然居住地域の考え方

地域の中心となる都市と周辺地域を一体の圏域として捉え、両者が都市的機能と自然的な機能を相互補完することや大都市圏との交流人口を拡大することを目的とする

### 地方中心・中小都市圏（人口が概ね30万人未満の都市）

- ・多自然居住地域の拠点として都市的サービスを提供
- ・個性あるまちづくりを通じた都市の魅力と活力を創出し、地域の自立の基礎を形成
- ・都市的サービスや身近な就業機会を提供する
- ・圏域内の交通・情報通信基盤の整備を図り、地域の一体的整備を推進
- ・画一的でない個性あるまちづくりを推進。その成果を全国、世界に向かって情報発信し、国内外と活発に交流する「小さな世界都市」を形成

地域の選択に基づく連携と地域づくりの推進

### 農山漁村（地方の中小都市と中山間地域などを含む）

#### <整備の方向性>

- ・地域内外の機能分担と連携を図り、同時に国土基盤整備を行う。
- ・周囲の自然環境を享受し、活用し得る魅力ある生活空間を形成、「美しく」「アメニティ」に満ちた地域づくりを実現

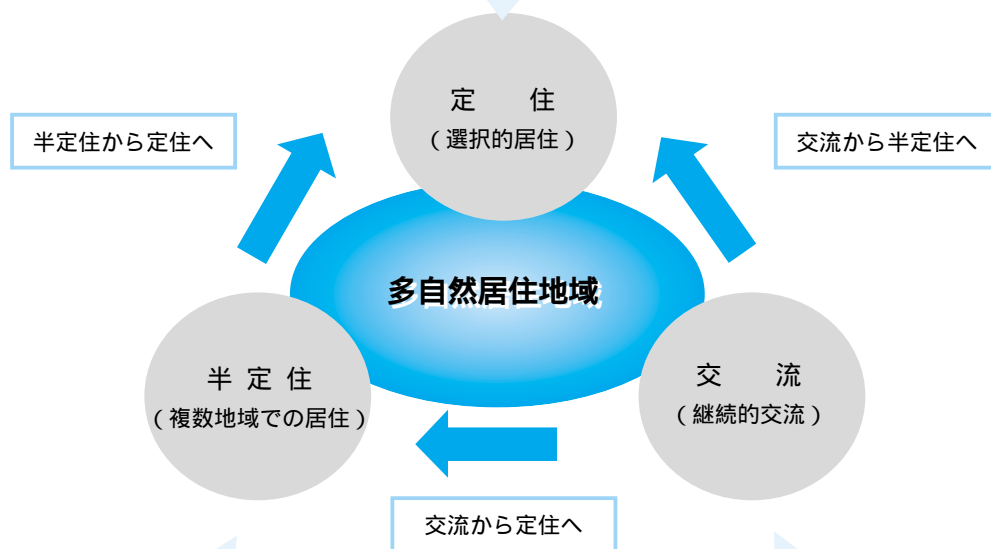
#### <産業の方向性>

- ・多自然居住地域の住民に所得機会を確保するため、地域の資源を十分に活用した「新ふるさと産業システム」を展開
- ・地域の豊かな自然や文化などの資源を活用し、都市との交流を促進、観光レクリエーション産業を展開
- ・高度な情報通信基盤の活用により、ソフトウェアなどの立地自由度の高い産業の展開を図る

## 多自然居住地域における3つの居住形態

### 定住地（居住空間）として選ばれるための地域づくり・整備

- ・他地域にない（他地域を上回る）定住の魅力や価値づくり
- ・就業、環境、生活行動、文化、学習、アメニティなど多様な生活ニーズに応える地域づくり



#### マルチハビテーションを可能にする地域づくり・整備

- ・生活拠点を使い分けられる交通・通信インフラ
- ・居住空間としての満足度の高さ
- ・半定住者を受け入れる風土やシステム整備

#### 定住者予備軍との出会いの場づくり

- ・地域の魅力を発信できる交流プログラム開発
- ・一過性ではない継続的な関係づくり
- ・定住体験の提供（宿泊・滞在）

## 北陸の各都市のポテンシャルティ

評価基準 : 全国平均を大幅に上回っており、かつ大都市を上回っているもの  
 : 全国平均を上回っているもの  
 : 全国平均と同程度か、それを少し下回るもの  
 × : 全国平均を大幅に下回っているもの

各評価欄の右列は、各都市においてそれぞれの項目で整備が不足していると思われるものを記した。

		新潟市	長岡市	上越市	富山市	高岡市	金沢市	福井市
生活環境	基盤整備	下水道の整備		× 全般的に遅れているが特に、下水道の整備				
	購買などの利便さ		小売店や飲食店などの商業施設全般	小売店や飲食店などの商業施設全般	小売店や飲食店などの商業施設全般	小売店や飲食店などの商業施設全般		
	医療・福祉	× 特に老人福祉施設	× 医療施設老人福祉施設	× 医療施設老人福祉施設			特に特別養護老人ホーム	
	教育・学習		幼稚園	幼稚園				
産業	工業の振興	× 工業及び商業の振興	× 工業及び商業の振興	× 工業及び商業の振興	× 工業及び商業の振興	× 工業及び商業の振興	× 工業及び商業の振興	× 工業及び商業の振興
交通アクセス			× 新幹線などの広域交通網の整備	× 新幹線などの広域交通網の整備	× 新幹線などの広域交通網の整備	× 新幹線などの広域交通網の整備	× 新幹線などの広域交通網の整備	× 新幹線などの広域交通網の整備
自然環境(緑地面積)	×				×	×	×	×
交流資源	都市公園の整備	都市公園の整備	都市公園の整備			都市公園の整備		
ゆとり	住宅の広さなどのゆとり						住宅の広さなどのゆとり	
安全・安心	交通事故			交通事故	× 交通事故	× 交通事故	× 交通事故	× 交通事故

「自然環境」については、緑地面積を基準としているため、全国平均を下回っている。ただし、大都市圏は上回っている。

国土庁が行った「過疎地域等において良好な生活環境を実現するための整備 支援調査」において、使用された都市評価の項目を基に、編集部が北陸の各都市を評価したものである。

# 都市と中山間地域の交流・連携 の視点から見たエコツーリズム のあり方についての研究

立命館大学政策科学部教授 佐々木 雅 幸  
 金沢工業大学環境システム工学科助教授 敷 田 麻 実  
 パシフィックコンサルタンツ(株)新事業開発本部NPM開発室 森 重 昌 之  
 石川県保健環境センター情報・教育研修室 新 広 昭  
 石川県環境安全部自然保護課 梅 典 雅

析を通じて、石川県白山地域でのエコツーリズムの導入可能性を検討する。

## ．緒 言

第二次世界大戦以降、わが国は未曾有の経済発展を遂げてきたが、今日では“ゆとり”や“くつろぎ”など、生活の質の向上が求められている。しかし、急速な少子・高齢化の進行などによって、すでに地域の存立基盤の維持すら困難な中山間地域も見られる。こうした社会環境の変化の中で、1998年3月に新しい全総計画である「21世紀の国土のグランドデザイン」が閣議決定され、「参加と連携」がキーワードの1つとして掲げられた。その中では、都市との交流を通じて地域社会の活性化を図る産業として観光が重視され、定住人口の補完や地域経済の活性化、人々のふれあい機会の創出などの役割が観光に求められた。

一方、近年のわが国の観光動向を観光白書から捉えみると、余暇時間は増加傾向にあるが、景気の長期低迷などで、観光客数、宿泊数、消費額とも低調に推移している。また、観光地での旅行者の行動は「温泉などでの休養」や「自然風景鑑賞」が依然として多いが、一方で体験型の旅行や中高年世代の個人旅行が人気を集めている。こうした状況から、今後は高齢者の観光関連活動との関わりやインターネットを活用した交流機会などの増加が予想される。そして、中山間地域では、都市住民の自然志向を地域振興に結びつけるエコツーリズムへの期待が高まりつつある。

そこで、本研究ではエコツーリズムの実現過程の分

## ．観光の一形態としてのエコツーリズム

### 1．エコツーリズムの誕生とその経緯

近年、「エコツーリズム (ecotourism)」という言葉が観光パンフレットなどに頻繁に現れるようになったが、エコツーリズムはいつから注目されるようになったのであろうか。Grenier et al. (1993)によると、「1965年にHetzerによって示された生態学的観光 (ecological tourism) がその創始である」とされている。その後、Budowski (1976) が「環境と観光の関係には両立 (coexistence)、対立 (conflict)、共生 (symbiosis) がある」として、両者の間に相互の利益が保障される状態があることを述べたが、1980年代までは他に目立った研究はなかった。結局、エコツーリズムが一般化するのには、パンフレットやマスメディアなど観光分野で日常的に使用され始めた1980年代である。佐藤 (1990) やWilliams et al. (1992) も、1980年代に入って自然環境に関心を持つ観光が注目を集めたと述べている。

エコツーリズムの誕生の背景について、Boo (1992) は自然保護分野と観光産業分野の両方の要望が一致した結果だと分析した。自然保護分野からは、開発と自然保護の調和や、自然保護に対する経済的インセンティブの設定に対する要望があった。また逆に、観光産業分野からは、観光資源としての自然環境の再

評価や環境学習への観光客の要求増大があった。観光が自然保護地域で果たす役割の重要性については、Budowski (1976) も早くから指摘しており、自然保護側と観光産業の利害の一致がエコツーリズムの発展の原因と考えられる。

エコツーリズムの発展については、マスツーリズムのアンチテーゼと位置づけることに対する異論もある(エコツーリズム推進協議会編,1999)が、マスツーリズムが自然環境に与える悪影響には無視できないものがあり(McElroy & deAlbuquerque,1990ほか多数)、そのことがエコツーリズムの誕生の背後条件であったと思われる。つまり、マスツーリズムの欠陥を補う観光として、自然環境に配慮する観光であるエコツーリズムが注目を集め出した。

## 2. 観光とエコツーリズムの定義

### (1) 観光の定義

エコツーリズムは自然保護の手段などとして特別に扱われる傾向があるが、あくまで観光の一形態である。従って、観光自体の定義を明確にした上で、エコツーリズムの内容に言及する必要がある(敷田,1994)。しかし、日本で報告のあったエコツーリズムの定義は、ほとんどが観光を明確に位置づけていないため、最初から誤った認識を生む原因となっている。そこで、本研究では観光の定義を明らかにした上で、観光の一形態としてのエコツーリズムを分析した。

観光(tourism)は国や機関によっていくつもの定義が示されてきたが、広義の観光は「自分の居住地以外を訪問する行為とそれに関連すること」であり、そのポイントは移動距離と滞在時間である(Pigram,1983)とされる。さらに一般的には「レジャーやレクリエーションを目的として旅行し、一時的に滞在することから派生する現象」とされている(Pearce,1989)。また、観光と観光客を区別して定義する例が多く、観光客については「レクリエーションやスポーツ・健康を目的として、24時間以上1年以内滞在する旅行者」とするOECDの定義がある(OECD,1993)。国際観光の統計はこの定義を採用している。ただし、国内旅

行者については各国が独自の基準を採用していることが多い。

一方、わが国における観光の定義は研究や著作の中でまとめられてきた(山村,1974および1990、足羽,1988)。そこに共通するのは、滞在時間に関する具体的な規定がないということである。しかし、社会経済学的解析が目的になる場合には、具体的に定義する必要があると思われる。そこで、本研究では「宿泊を伴う日常生活圏以外での休養や教養のための活動」を観光として扱うこととした。

### (2) エコツーリズムの定義

エコツーリズムという言葉の創始については前述したが、Young(1986)が比較的早い時期にエコツーリズムという言葉を使用している。彼は自然環境と調和しながら持続でき、地元にも利益が還元される観光をエコツーリズムと呼んだ。また、エコツーリズム協会では、「エコツーリズムとは、自然環境を保全し、地元住民の福祉の向上につながる責任ある旅行である」と比較的単純に定義している。これ以外にもエコツーリズムに関する定義は数多いが、その共通点は「基本的に自然環境を享受することに関係する」ということである。そこには、自然環境を短期的に搾取するのではなく、持続的に利用し、その恵みを享受していこうとする特徴がある。

現在使われているエコツーリズムの定義は、エコツーリズム推進協議会編(1999)が主張するように多様であり、現実には自然環境を基盤とした観光の総称や分類として使われる傾向がある。しかし、エコツーリズムは従来型の自然環境鑑賞型観光とは異なり、基盤となる自然環境への負荷を最小限にすることが条件であり、観光の目的地である地元に対して何らかの貢献や利益があることも重要である(ただし観光地に対する貢献については、前者が達成されていることが最低条件である)。そして、「自然環境への負荷を最小限にした上で、観光の目的地である地元に対して何らかの利益や貢献のある観光」がエコツーリズムであると考えられる。

### (3) エコツーリズムの特性

エコツーリズムにはさまざまな特性があるが、マスツーリズムにはない特性として、次の3点を強調したい。

第1の特性は、自然環境に与える影響を最小限にする努力である。従来型観光が自然環境との共生ではなく、むしろ対立する関係になって観光公害と言われる悪影響を与えていたことと比べると、これは大きな差である。

第2の特性は、自然環境鑑賞型観光にはあまり認められなかった、観光地である地元での利益の創出である。これは優れた自然環境の誘客効果が大きく、自然環境を破壊せず、楽しむだけの観光でも、観光地の社会経済に貢献することが世界各地で実証されてきたことによる。

そして第3の特性は、自然環境を理解・コミュニケーションするための努力である。これまでの自然環境鑑賞型観光は表面的な美しさや風景を鑑賞することに重点が置かれていたが、エコツーリズムは自然環境を理解し、それとコミュニケーションすることが目的であり、参加する観光客もそれに対して高い関心を持っている。こうした理解・コミュニケーションが進めば、自然環境に与える影響に敏感になり、結果的に観光が自然環境に与える影響を減少させることも期待できる。

## ・エコツーリズムの実現過程の分析

### 1. エコツーリズムの構造モデルの提案

近年、地域の魅力を高めることによって来訪者を増やし、地域振興に結びつけようとする動きが全国各地で見られる。その中で、エコツーリズムは自然保護を訴える側の理解も得やすいうえ、日常の中で自然環境が乏しい都市住民へのアピール効果もあり、一石二鳥の策といえる。エコツーリズム推進協議会編(1999)は「エコツーリズムの理想型は、自然保護と観光産業の発展、地域振興が同時に実現できる状態である」とし、3要素のバランスの必要を強調している。しかし、

いかなる時にバランスのとれた状態になるのかについては示されていない。

ここでは“環境の保全”“観光の発展”“地域の振興”の3要素をもとに、新たにこのバランスをとる要素を加えた動的モデルを検討した。なぜなら、地域資源の持続的利用を図り、地域の経済的リークを小さくするためには、3要素の調整やコントロールを行う地域の主体的な管理が必要だと考えたからである。そこで、3要素に“地域の主体性”を加えた三角錐型の構造モデルを提案した(図-1)。この構造モデルでは、三角錐の頂点にある地域の主体性によって、底辺の三角形はさまざまな形状に変化するが、この形が地域の主体的な判断によって決まる点が重要である。

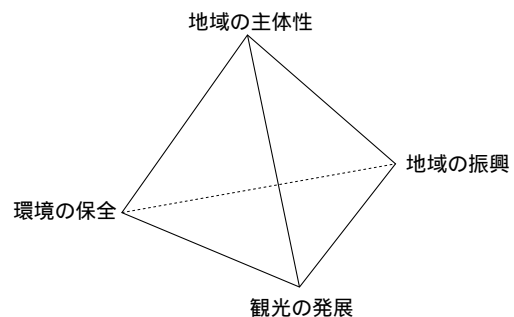


図-1 エコツーリズムの構造モデル

また3要素に基準を設けて、その基準を満たした点数によって底辺の三角形の頂点の高さを決めることで、その地域のエコツーリズムの状態が視覚化できる。その基準として、環境の保全では「エコツーリズムを維持するためのガイドラインがある」、「来訪者の増加に対して規制策がある」など、観光の発展では「エコツアー客が多く訪れている」、「旅行業者が地域でエコツアーを企画している」など、地域の振興では「地域内の解説者(インタープリター)が活用されている」、「エコツアー客に地域産品を販売している」などが考えられる。つまり、これらに該当する項目が多いほど、三角形の中心から各要素を示す頂点までの距離は伸びていくことになり、重点が置かれている要素を明らかにすることができる。

さらに、この構造モデルは地域の主体性についても評価することができる。底辺から三角錐の頂点方向の高さが、その尺度である。その場合には「エコツーリズムの導入に際し、地域住民の話し合いが持たれた」、「地域内の旅行業者がエコツアーを運営している」などが評価基準として考えられる。そして、この構造モデルを用いて、エコツーリズムの現状や今後目指すべき姿を描くことができると筆者らは考えている。

## 2. エコツーリズムの発展過程

エコツーリズムを実現する上で地域の主体性が重要であると先に述べたが、次にエコツーリズムがどんな要因によって、どのように発展するのかについて分析した。

地域におけるエコツーリズムの発展の背景には、身近な自然環境の破壊という危機感と地域の衰退という危機感があると筆者らは考えた。ところが、この2種の危機感は相反する面を持っている。つまり開発行為による自然環境の破壊は地域振興のための必要悪として認められがちであり、それに対して自然保護を主張する側は当然批判を強める。しかし、開発行為に対して賛成か反対だけで色分けできるほど実際の地域は単純ではなく（鳥越,1997）、むしろ危機感の底流には共有できる基盤があると考えることが必要である。危機感の融合・共有は決して容易ではないが、それは地域のキーパーソンの存在や地域内の話し合いで実現するのではなかろうか。そして、その融合が問題解決への動きになり、例えばエコツーリズムの実現が目標として掲げられる。

そうなった場合、地域資源や自然環境を持続的に利用するというエコツーリズムの特性が有効に働く。持続的な利用のためには地域資源や自然環境の状態を恒常的に把握し、その知識を蓄積する必要がある。従って、常設の研究機関などが調査・研究を実施し、研究成果を蓄積することが望ましい。ガラパゴス島では、チャールズ・ダーウィン自然科学研究所がこの役割を果たしている（藤原,1993）。また、得られた知識をもとに、来訪者や地域住民に地域資源や自然環境につ

いての学習機会が提供される。ここでは解説者や自然環境学習施設が活躍し、環境教育・学習の重要性を理解したうえで、知識の積極的な提供や解説が進むため、結果として自然環境と来訪者とのコミュニケーションが活発になる。

さらに、これが地域住民に自然環境価値の再認識の機会をもたらすほか、地域資源や自然環境を熟知した住民による地域産品の活用、そして逆に過度の利用に対する抑制が誘発されることも考えられる。

このように、最初はエコツーリズムの実現だけを目標としていた状態から、エコツーリズム導入のための努力によって、地域資源や自然環境を持続的に利用するための社会システムが形成されていくと予想できる（図-2）。この過程はエコツーリズムの目標効果と考えることができ、構造変化を経て、エコツーリズムの実現だけでなく、地域産品、教育や研究、観光に関するさまざまなインフラからの経済的利益も期待できるようになる。また、このような有機的連関を加速・浮揚させる上で、NPOや地域の協議会などさまざまなネットワークの形成が欠かせない。

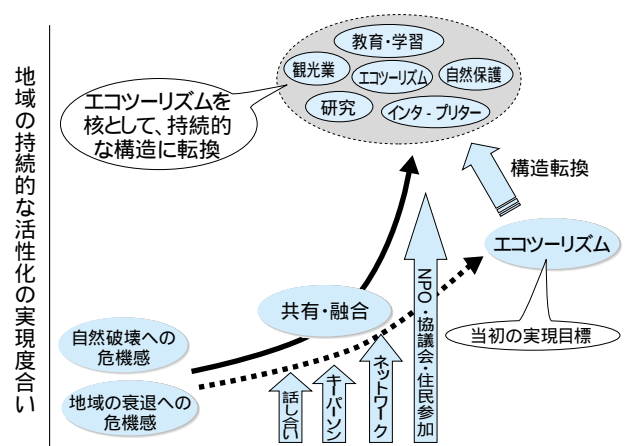


図-2 エコツーリズムの発展過程

## 3. 地域主体によるエコツーリズムのコントロール

### (1) 新潟県高柳町のエコツーリズム

エコツーリズムの実現によって、都市と農村（中山間地域）の交流の発展が期待できるが、そこには地域の主体性が必要である。中山間地域の中には地域住民

の主体的な努力の結果、地域振興の成果を挙げている地域も見られる。そこで、本研究では成功事例として新潟県高柳町を取り上げ、ヒアリング調査などを通じてその発展過程を分析した。

新潟県中越地方に位置する高柳町は人口2,720人(1997年)で、過疎化・高齢化の進む典型的な中山間地域である。このような地域では過度の開発志向に陥り、地域の固有性や持続可能性が損なわれる傾向が見られるが、高柳町ではユニークな方法で地域活性化を進めている。

高柳町で1988年に設立された「ふるさと開発協議会」(現在は「高柳交流・観光推進協議会」へ移行)では、地区懇談会などを計200回以上開催し、それも1回あたり5時間以上という濃密で膨大な時間をかけて行い、地域活性化に関する共通認識を形成した。その認識とは、これまでの非日常性を希求する地域振興策を止め、自らの日常の良さを再認識し、それに磨きをかけることであった。例えば、日常の貧しさの象徴であったかやぶき家屋を「日本の原風景である」と言えるようになったことなどであり、意識の変化は大きい。一方、行政はこの内容を具体化すべく、1991年から本格的に事業を進めた。この事業では、高柳町の中心部に位置する拠点施設群とサテライトとなる各集落ごとの施設を分け、その性格を意識的に区別している。拠点施設群では観光することに関心を持つ者を利用対象とするのに対し、サテライト施設の利用は自然環境や文化に関心が高い来訪者に絞っている。これによって、自然環境や生活文化に根ざした技能・習慣の過度の商品化を防ぎ、来訪者と地域住民との間にホスピタリティの関係を保ちながら交流を図ろうと努めている。

高柳町の地域活性化プロセスのユニークな点は、住民主導で行われたこと、行政が地域住民のバックアップ役に徹していること、他地域と比べて有用な地域資源がほとんどない中で、議論と学習を通じた「固有性の認識」をてこに進められてきたことにまとめられる。

## (2) エコツーリズムにおける自然観

都市と中山間地域の交流・連携の視点からエコツーリズムの実現過程を捉えた場合、自然観の持ち方は両者の関わり方や相互作用に大きな影響を及ぼす。テーマパークやリゾート観光は、土地の属性の剥奪や自然環境の多様性に対する配慮の欠如といった特性を持っている。それに対し、エコツーリズムは自然環境との相互作用を生み、それが自然環境の多様性の中で変化・拡大していく。来訪者はそれを求めるために繰り返しその地を訪れることになる。

人と自然環境の相互作用は、人が1つの自然環境を多元的に利用し、触れ合うことからさまざまな驚きや発見がもたらされるものであり、自然環境の多様性がさまざまな副産物(マイナーサブシステム)を生み出す。それが都市住民にとって魅力的な非日常空間を提供すると考えられる。しかし、来訪者がその意味を見出すことは難しい。そこで、地域の自然環境の多様性と機能を熟知し、来訪者と自然環境のコミュニケーションを支援する解説者(インタープリター)が重要な役割を果たす。そして、解説者の優劣で、来訪者が繰り返し訪れるかどうかが決まる。

本研究では、都市住民と地域住民がどのような自然観あるいは自然に対する意味を見いだしているかについて、「深田久弥を愛する会」会員420名にアンケート調査を実施した。同会は石川県加賀市に生まれた登山家、文筆家である深田久弥を敬愛する人々によって組織された任意団体である。回収率は54.5%(229名)であった。会員の居住地別による白山に対する意味の相違を分析すると、「自然の美しさ・清らかさ」、「自然の荘厳さ」などはよく選択されており、差異は見られない。また、加賀市と石川県外は類似しており、石川県(加賀市除く)が異なる回答パターンを示している。このことは数量化 類のパターンで特徴的に表れている。石川県(加賀市除く)の回答者は白山に観念的な意味を見出し、地球規模に拡大した環境問題の象徴として捉える傾向が強い(表-1)。

表 - 1 居住地別の白山を見出す意味についての選択割合

(単位：%)

	加賀市	石川県 (加賀市除く)	石川県外
命の神聖さ	11.8	8.9	12.3
命のいとおしさ	2.5	13.3	9.2
命の危機感	3.4	0.0	1.5
命が失われる悲しさ	1.7	0.0	4.6
自然の美しさ・清らかさ	72.3	73.3	64.6
自然の豊かさ	42.9	51.1	43.1
自然の荘厳さ	60.5	64.4	60.0
自然のおそれ	16.8	37.8	16.9
生物多様性	11.8	15.6	7.7
固有文化の復活	9.2	6.7	9.2
将来世代への責任	12.6	28.9	9.2
人と自然の共生	36.1	31.1	30.8
人間性の復活	6.7	13.3	1.5
競争社会への反省	4.2	11.1	4.6
合理的環境利用	4.2	2.2	0.0
秩序ある発展	5.9	6.7	0.0
持続可能な開発	0.8	2.2	9.0
農山村の復権	5.9	4.4	6.2
開発に対する反省	26.9	26.7	16.9
理想郷	7.6	4.4	4.6
地域の誇り	33.6	31.1	30.8
地域活性化	1.7	0.0	1.5

## ・白山地域におけるエコツーリズムの導入可能性

### 1. 白山地域の概況

白山は富士山、立山と並んで日本三名山の1つに数えられ、古くから山岳信仰の対象であった。本研究では、白山麓に位置する1町5村のうち、地勢的、歴史・文化的に白山との結びつきがより顕著で特徴的である吉野谷村、尾口村、白峰村を白山地域として、エコツーリズムの導入可能性を検討した(図-3)。

白山地域は金沢市の南25kmから50kmほどに位置し、手取川の中流域から、その源流部の白山山頂部までを含んでいる。東側は尾口村と白峰村の村境にある白山から岐阜県境、富山県境に沿って白山連峰の尾根が続いており、西側から南側にかけては尾根線で福井県と接している。いずれも1,000m以上の山々が連なっており、その大部分は森林で占められている典型的な山岳地域である。また集落の多くは、手取川とそ

の支流に沿った山腹緩斜面に点在している。

白山地域は、冬期に3m前後の積雪がある日本有数の豪雪地帯であり、積雪682cm(1918年)という記録も残されている。戦後も、何度かの豪雪(「38豪雪」や「56豪雪」など)によって白山地域は大きな被害を受けた。しかし一方で、雪で閉ざされている期間が長いこと、自給自足の生活の中から「牛首紬」などの伝統工芸品や「でくまわし」などの固有の文化が創り出された。

歴史を振り返ると、白山地域では古くから生活の営みがあり、尾口村からは縄文時代の遺跡も発見されている。717年には、泰澄大師が白山を信仰の山として開いたとされ、平安期以降は白山信仰が栄えた。中世期には一向一揆が起こり、さまざまな変遷を経た後、1688年に白山麓天領十八カ村として江戸幕府の直轄地となった。

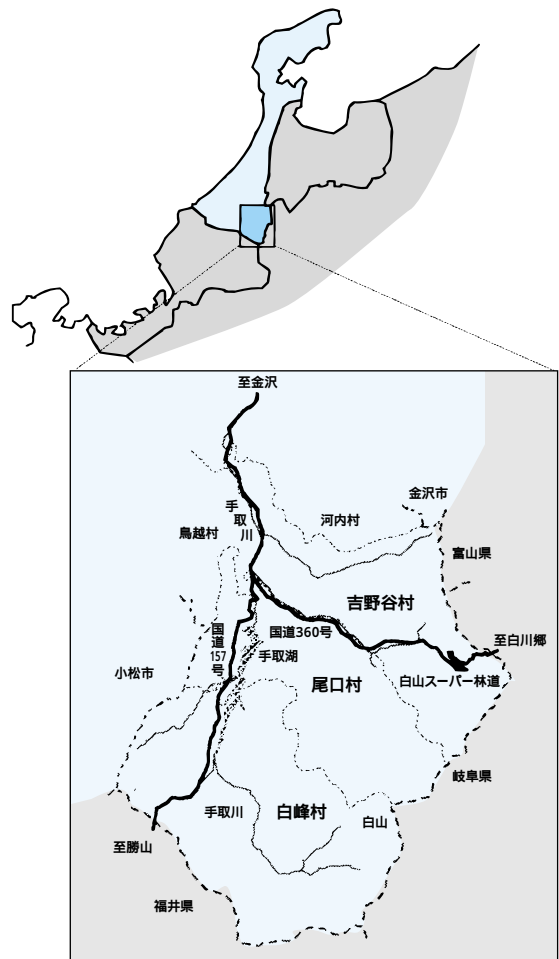


図 - 3 白山地域3村の位置

明治時代に入り、1889年に町村制公布を受けて吉野谷村、尾口村、白峰村が誕生した。大正時代になると林業、養蚕、焼畑を基幹的産業として地域は栄えたが、日本経済の高度成長とともに過疎化が進行していった。そこで、地域活性化の起爆剤として、手取川ダムの建設を中心とした総事業費3,177億円に及ぶ手取川総合開発事業が1974年に始まった。ダム建設で尾口村、白峰村の5つの集落が水没したが、白山地域のメインルートである国道157号が無雪道路化され、金沢への交通アクセスが大幅に改善された。同時に、白山地域は公共事業、特に土木事業への依存体質が強まり、また地域振興のための観光開発が積極的に進められていった。

## 2. 白山地域の観光の概況

白山地域には自然資源、歴史・文化資源、観光施設などが数多く存在している。石川県の調査によると、白山地域1町5村の観光入り込み客数は115万2000人(1988年)であるが、1997年以降は減少に転じた。主な観光施設として白山比咩神社やスキー場などがあるが、スキー場の利用者数の最近の落ち込みが地域全体の観光入り込み客数の減少に影響している。

白山の山岳地帯は1962年に白山国立公園に指定されている。主な利用形態は登山や自然観察であるが、温泉宿泊施設での保養や白山スーパー林道での自然探勝などもある。白山国立公園の区域はUNESCOの「生物圏保護区」や文化庁の「カモシカ保護地域」、林野庁の「森林生態系保存地域」にも指定されている。白山地域の植生はブナ帯が大きな面積を占め、その規模と自然度の高さは全国有数と評価されている。また、和名にハクサンを冠する植物が18種に及び、ハイマツやクロユリなど100種を超える高山性植物が白山を西限としている。また動物相も豊かで、ニホンカモシカやツキノワグマなどの大型哺乳類、国のレッドリストの絶滅危惧類にランクされているイヌワシやクマタカが高い密度で生息している。

白山を訪れる登山者数は近年ほぼ3万人前後で、うち約8割が宿泊を伴っている。しかし、登山者が7月

下旬から8月中旬の週末に集中するため、飲料水の不足や汚物処理、踏みつけによる裸地化や登山道の侵食などの自然破壊が起こり、環境容量面から見ると、夏期の白山登山利用はほぼ限界に達していると考えられる。また関西・関東地方からの登山者および中高年登山者の増加が近年の傾向である。

白山地域では、手取川総合開発事業によって観光開発が進められたが、その1つにスキー場開発がある。これは若年者の雇用の場を確保することを目的とした地域振興策であり、白山地域にある4つのスキー場はいずれも1970年代から80年代にかけて開業した。しかし、近年の暖冬傾向や近隣各県での相次ぐスキー場の開業による競争の激化などから、スキー場の利用者数はピーク時の半分以下にまで落ち込んでいる。

吉野谷村には白山の北側を横断して岐阜県白川郷に至る白山スーパー林道があり、新緑や紅葉の季節には多くのマイカーや観光バスが訪れる山岳観光ルートとなっている。ルート上の中宮温泉などは観光温泉化し、多くの観光客が訪れるようになったが、最近ではスキー場と同様に利用者数の減少が続いている。この他にもさまざまな観光施設が作られたが、観光開発によって提供された施設の多くは一過性で、開業後はいずれも入り込み客数が減少傾向にある。このような観光客数の減少が危機感となって、白山地域のエコツーリズムの創出に結びつく可能性のある取り組みが行政や地域住民から起こりつつあるが、まだ大きな動きにはなっていない。

## 3. エコツーリズムの導入可能性

### (1) 地域資源を活用したエコツーリズムの萌芽

白山地域におけるエコツーリズムの導入可能性を検討する前に、エコツーリズムに発展する可能性のある施策や事業の動向について整理した。

石川県では夏期の白山登山者を対象とした自然解説を「石川県自然解説員研究会」に委託し、自然保護意識の高揚を図っている。また、白山自然保護センターでは「ブナ林観察会」や「かんじきハイクでの動物足跡観察会」などを年数回開催しているほか、白山地域各

村においても同様の取り組みが行われている。中でも白峰村の「大嵐山ミズバショウ観察会」の有料化は注目される。石川県白山自然保護センター（1997）によると、7割以上が有料の自然解説を肯定している。この有料ガイドシステムは、来訪者から地域への経済的貢献という点で重要な意味を持つ。一方、民間のガイドツアーでは、金沢市内の旅行会社が小人数のグループを対象としたガイド登山を実施している。また「日本百名山」ブームの中で、石川県外の旅行会社の白山登山企画が増加傾向にあるが、専門的なガイドが同行しない無理な計画や、参加者のマナーの欠如といった問題が指摘されている。

また、石川県では自然体験の「場」・「プログラム」・「指導者」を提供する「いしかわ自然学校」の実施を予定している。いしかわ自然学校は、行政・民間を問わず、さまざまな主体が連携して、自然環境や文化を生かした多彩な自然体験プログラムを実施するというパートナーシップ型、ネットワーク型の自然学校を目指しており、全国初の取り組みとして注目を集めている。白山地域はこの計画の重要な拠点フィールドである。

このように、白山地域にはエコツーリズムの萌芽というべき施策や事業がいくつか見られる。そこで、これらの展開可能性であるが、自然観察会やガイドトレッキングについてはエコツーリズムとしての質的向上を図り、環境教育などの要素を加える必要がある。また、白山麓に数日宿泊し、そこを拠点に地域資源を活用した心身の健康ややすらぎをテーマとしたプログラムなども都市住民に受け入れられると思われる。特に、2泊3日のエコツアーを想定した場合、白山地域は関西、中京地方から適当な距離にあることから、これらの都市へのマーケティングも今後重要となってくるであろう。

## （2）白山地域における“地域の主体性”の発現

白山地域においてもエコツーリズムの実現に向けたさまざまな取り組みが始まりつつある。本研究では尾口村の一里野観光協会と白峰自然倶楽部にヒアリング

調査を実施し、エコツーリズムの重要な要素である地域の主体性について探った。

一里野開発は、国や石川県が中心となり、手取川総合開発事業の一環としてスキー場や温泉施設などを整備する観光開発事業であったが、地域住民がその計画プロセスに積極的に関与したことが特徴的である。現在は30代から40代を中心に地域住民が一里野観光協会を組織し、行政の支援も一部受けながら「一里野音楽祭」などの各種イベントを実施しているが、イベントは地域住民が発案し、運営資金も出している。また、都市での情報を収集して大手旅行会社に企画を提案し、修学旅行生を受け入れている。彼らが積極的な理由として、人口が少ないため地域住民自身が地域振興を考えなければ地域を維持できないことが挙げられた。また、地域の秩序を乱す住民がいなかったことがお互いの団結力の高揚につながったとしている。今後は家族をターゲットとした滞在型観光、内道場での報恩講料理を活用した観光など、地域住民による新たな展開方向が模索されている。

一方、白峰自然倶楽部は白山の自然環境の知識のみならず、民俗や風土も含めた自然解説ができる解説員の養成を目的として生まれた組織である。現在20名ほどの有志が集って、毎月1回勉強会や現地研修、自然観察会の指導を行っている。今回、ヒアリング調査に御協力いただいたメンバー5名のうち3名が石川県外出身者であり、以前金沢市にあった自然専門学校の出身者であった。地域資源の価値が地域外の人々によって見出された例である。彼らは白山麓が高いエコツーリズムの導入可能性を持っていると評価する一方で、「観光客を白峰村に留まらせることが難しい」、「魅力ある宿泊施設や土産物に乏しい」などの問題点も認識している。また、白峰自然倶楽部と行政の間には、観光開発に対しての考え方にギャップも見られる。

一里野開発や白峰自然倶楽部においても、前述の高柳町と同様に、地域住民が主体性を発現させる過程で徹底した議論が行われてる。一里野開発の計画策定に際しては地域住民が委員会を発足させたが、その際にはある村民が企業の社員研修で学んだKJ法を導入し

て議論を進めるなどの工夫がなされていた。また、白峰自然倶楽部でも毎月1回夜遅くまで勉強会を開催し、白山の価値について議論している。このような議論が生まれるのは、エコツーリズムの発展過程で分析したように危機感が原因と思われるが、議論の中で目的意識の共有化を図ることで、地域の主体性が発現すると考えられる。

### (3) エコツーリズム実現のための課題と克服の方向性

白山地域には豊かな自然資源が存在し、地域でエコツーリズムも生まれつつあるが、その実現に向けての課題も少なくない。そこで、構造モデルで示した3要素の視点から課題と克服の方向性を検討する。

環境の保全では来訪者の質の問題が挙げられる。白山地域では来訪者に貴重な自然環境を提供しているにもかかわらず、ゴミの不法投棄や山菜の盗掘などの被害が絶えない。この背景には、マイカーの普及で荷物の運搬が容易になったことや、山林の所有権に対する意識が低いことなどが挙げられる。地域住民は来訪者の意識までコントロールできないが、ハード面での対応策として、高柳町のように来訪者の目的に応じて案内する施設を区分するという方法が考えられる。しかし、解説者のレベルを向上させ、来訪者に自然とのコミュニケーションの機会をよりうまく与えることが問題解決につながると考えられる。

観光の発展では解説者の養成問題がある。地域住民にとって白山は日常化した単なる山に過ぎないかもしれないが、来訪者にとっては貴重な自然環境に恵まれた山として認識されている。しかし、逆に白山の歴史や文化については地域住民の方がより造詣が深い。そこで、地域外の専門家が自然環境を理論的に分析し、地域住民が自然環境にまつわる意味を伝えるといった“専門家”と“先輩”の交流関係を構築することによって、より高次のエコツーリズムを実現することができると思われる。この面においても、エコツーリズムの発展には都市と中山間地域の交流が重要であることが分かる。

地域の振興では、果たしてエコツーリズムによって

地域が活性化するのかという問題がある。白山地域では大正時代から公共事業による土木工事が盛んで、基幹産業となってきた。手取川総合開発事業はその体質を温存・助長させることとなった(佐々木,1992)が、白山地域が観光開発による利益を十分に享受しているとはいえない。また公共事業依存体質を続けていくことは、国の見直しが続く今では限界も見えている。しかし公共事業の縮小に伴う地域の衰退に不安はあるが、既存の産業構造を転換して成功する保証もなければ、転換中の生活の糧に対する不安も残る。そこで、建設業のために“作る”というこれまでのやり方ではなく、地域住民のニーズを実現するために“使う”ことを目的とした事業への転換を必要とする。高柳町や一里野開発でも公共土木事業によって観光開発が行われたが、それをエコツーリズムに活用することによって地域振興を図っている。

このように、白山地域におけるエコツーリズムの実現にはいくつかの課題が残されているが、エコツーリズム導入の短期的な意義は、環境教育・学習の充実にあると考えられる。それはエコツアーの参加者のみならず、実施主体となる白山地域にも大きな効用がある。なぜなら、これまで地域住民が地域の固有性を過小に評価することによって、自然環境に悪影響を及ぼすことが少なくなかったからである。環境教育・学習を支えるためには、エコツーリズムの発展過程で示したように、恒常的な調査・研究が必要であるが、白山地域にはすでに設立から25年を経た白山自然保護センターがあり、これまでの研究成果を活用した白山地域の自然環境の体系的な保護と利用に関する指導的役割が期待される。

また、「白山麓僻村塾」や「白山の自然を考える会」といったNPOの存在意義も大きい。白山地域においてエコツーリズムを導入・発展させていくためには、各主体がネットワークを結び、それぞれの役割を認識・分担することが重要である。そうした観点からも、前述のいしかわ自然学校はエコツーリズムを実行する絶好の機会であり、その成果を見ながら内容を拡充していけば、リスクも小さく行政との連携も期待できる。

このように、白山地域は都市住民との交流や地域の固有性の確立を促し、環境教育・学習の場として機能するとともに、自然保護と地域振興を両立させる真のエコツーリズムを成立させる可能性を内包しているといえる。

## ・ 結 言

本研究では、新たな観光形態の1つであるエコツーリズムの実現過程を分析した上で、石川県白山地域での導入可能性を検討した。その結果、エコツーリズムには地域の主体的なコントロールが必要であること、エコツーリズムが構造変化を経てさまざまなインフラから経済的利益を創出する可能性があることを示した。また、白山地域にはエコツーリズムの創出につながる施策や事業、NPOなどによる地域の主体的な取り組みが始まりつつあり、いくつかの課題はあるものの、エコツーリズムの実現可能性があることを示した。しかし、これらの検討のみによって中山間地域にエコツーリズムが実現されるわけではない。地域振興の手段としてエコツーリズムへの期待は高まっているが、今後は地域経済にもたらす効果を具体的に検証することが必要である。

また、エコツーリズムを基幹の産業に据えることは難しいが、経済構造の維持が困難になりつつある中で、1つの選択肢になり得ると考えられる。そして、エコツーリズムの実現を追求することは、結果的に地域の持続的な発展に結びつく可能性を持っている。その原動力となるのは、地域間競争の時代といわれる中で、どのような地域を創造するかについて地域が主体的に考えていくことである。その過程を分析することが今後の課題であり、エコツーリズムの構造モデルや発展過程の分析を通じたより多面的な検討によって、エコツーリズムの実現に向けたシナリオを作成することが必要である。

(本稿は社団法人北陸建設弘済会第5回「北陸地域の活性化」に関する研究助成事業『都市と中山間地域の交流・連携の視点から見たエコツーリズムのあり方についての研究』を取りまとめたものである)

## 参考文献

- 足羽洋保(1988)「観光学を学ぶために」小池洋一・足羽洋保編『観光学概論』ミネルヴァ書房
- Boo, E. / 薄木三生訳(1992)「エコ・ツーリズム計画」『国立公園』501
- Budowski, G. (1976) *Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence or Symbiosis?*, Environmental Conservation, 3
- エコツーリズム推進協議会編(1999)『エコツーリズムの世紀へ』エコツーリズム推進協議会
- 藤原幸一(1993)『ガラパゴス』データハウス
- Grenier, D. et al. (1993) *Ecotourism, Landscape Architecture and Urban Planning*, Landscape and Urban Planning, 25
- 石川県白山自然保護センター(1997)『白山国立公園利用調査報告書』
- McElroy, J. L. & deAlbuquerque, K. (1990) *Managing Small-island Sustainability: Towards a Systems Design*, Nature-Resources, 26
- OECD (1993) *Coastal Zone Management: Integrated Policies*, OECD
- Pearce, D. G. (1989) *Tourist Development*, Longman
- Pigram, J. (1983) *Outdoor Recreation and Resources Management*, St. Martin's Press
- 佐々木雅幸(1992)『現代北陸地域経済論』金沢大学経済学部研究叢書7
- 佐藤誠(1990)『リゾート列島』岩波書店
- 敷田麻実(1994)「エコツーリズムと日本の沿岸域におけるその可能性」『日本沿岸域会議論文集』6
- 鳥越皓之(1997)『環境社会学の理論と実践』有斐閣
- Williams, A. M. et al. / 廣岡治哉訳(1992)『観光と経済開発 - 西ヨーロッパの経験』成山堂書店
- 山村順次(1974)「観光地理学序説」山村順次・浅香幸雄編『観光地理学』大明堂
- 山村順次(1990)『観光地域論 - 地域形成と環境保全』古今書院
- Young, A. M. (1986) *Eco-enterprises: Eco-tourism and Farming of Exotics in the Tropics*, AMBIO, 15

(紙幅の都合により、要旨で引用した文献のみ掲載した。)

## 編集後記

今、21世紀の扉が開こうとしている。

私たちは、単に時間軸の中で20世紀が21世紀へと変わるに留まらない大変革の時代を生きている。産業革命にも匹敵すると言われる「IT革命」が新しい局面を迎え、国境や時間距離、組織の壁はかつてない程に低くなり、国・地域、企業・ビジネス、そして個人にも新しい変革の波が押し寄せている。

「IT社会」は、基本的にはフェアな社会を形成すると言われる。かつて、国によって、人種によって、地域によってと様々なハンディキャップを背負っていた人々にも平等の機会が提供される可能性を秘めている。逆説的には、この変革の時代を、柔軟な発想としなやかな行動力を持って生き抜くことが、私たちが住む日本という国にとっても、北陸という地域にとっても、個人というレベルにおいても重要になる。

今回の「北陸の視座」は、そうした背景から企画し、慶応義塾大学教授・竹中平蔵氏、法政大学教授・陣内秀信氏のお二人にご講演をお願いした。

竹中氏は、講演の中で「日本は世界一のIT大国になり得るとし、それが日本経済再生の動機になる」と示唆された。「しかしその第一歩をまだ踏み出していない、IT革命を国民運動にするために若い世代の活力を発掘するべきだ」と論じている。

一方、陣内氏は、講演の中でイタリアの各都市の形態が北陸と良く似ている点を挙げ、「イタリアの都市計画策定の経緯や方法などを参考に、地域資源の見直しと再生で魅力ある空間整備を行い、住んでいる人たちが楽しめる環境を創出することが第一義である」と、自然や歴史、人々のふれあいが味わえる、人間にとってクオリティの高い都市やまちの事例を出しながら論じられた。さらに、「こうした人を惹きつけるイタリアの各都市や地域の文化が産業、観光と結びつきイタリアの底力となっている」と示唆された。

「地域指標」では、都市と中山間地の交流・連携についてエコツーリズムを取り上げ検証しているが、高柳町では地域活性化に関する共通認識を構築するために徹底した議論を200回も重ねたと報告されている。地域の主体性、熱意が何よりも地域を変えると痛感させられる。

IT革命、グローバル化により、人がより自由に移動する21世紀は、これまで以上にまちや地域の魅力が重要になる。住んでいる人にとって魅力のないまちは、そこを訪れる観光客にとっても魅力的ではないし、優秀な人材も育たない。今ほど魅力的な地域、まちが希求されている時はないのではないか。

「北陸の視座」が、地域の魅力を再評価するきっかけとなり、さらに、具体的な行動への動機付けとなることを願っている。

(北陸の視座 編集事務局)



## 北陸の視座 vol.6

発行日 平成12年 11月14日  
発行 社団法人 北陸建設弘済会

〒950-0197 新潟県中蒲原郡亀田町亀田工業団地2丁目3-4  
TEL 025-381-1020  
FAX 025-383-1205  
<http://www.hokurikutei.or.jp/>