

令和4年5月 18 日

出張報告

令和4年度 市町村議会議員特別セミナー①

新しい風の会
室 厚美

日時: 令和4年5月9日(月)～10日(火)

場所: 市町村アカデミー

【講義1】

地域経済の行方と地方創生

講師: 経済ジャーナリスト・大正大学表現学部客員教授 渋谷和宏氏

勝ち組に返り咲いた「フルサービス型喫茶店」。

2013年以降の消費のけん引役は団塊の世代で、彼らが定年を迎え始めたことで昔懐かしいものやコト消費が復活し、そして子供や孫を含めた3世代消費にまで繋がっている。彼らは豊富な金融資産と時間を有しているため、そこに着目したサービスが盛り上がっている。

今後、コロナ禍を超えてこうした変化をチャンスと捉え、地域の飛躍に結びつけるために、より広い住民の声に聴き耳を立て、課題を抽出して解決策を導くリーダーシップが求められている。

1. コロナ禍からコロナ後へ、地方経済の行方

<フルサービス型喫茶店の回復>

- ・近年、郊外の幹線道路沿いの風景が変わってきている。そのけん引役はコメダ珈琲などの喫茶店型ファミレスの新規開店ラッシュである。
- ・この日本独自の『フルサービス型喫茶店』は、1981年の15万5000店をピークに2011年には7万5000店を割るまで減少した。90年代半ば以降、アメリカからセルフサービス・カフェチェーンが進出してこれが逆風となり、店舗数を大きく減らすこととなった。1996年に1号店をスタートさせたスターバックスは今や1300店になり、タリーズは800店となった。さらに2000年以降はコンビニが100円でコーヒーを提供し始めた。
- ・ちなみに、コンビニ店舗数はセブン・ファミマ・ローソン合計で5万店程度なのでフルサービス型喫茶店の店舗数の多さには驚きである。
- ・この『フルサービス型喫茶店』が2012年を底に息を吹き返して成長業種によみがえっている。そのけん引役がコメダホールディングスである。2012年は東海3県で400店だったのが、創業40年目の2013年に東海以外初めて福岡で出店、3年前には青森に出店して全県出店を果たした。現在900店で1500店を目指している。

- ・銀座ルノアールは、最盛期の 200 店から 2011 年には 101 店まで減らし、絶滅危惧種かもしれない、と強い危機感を覚えていた。2012 年夏、キーコーヒーから出資を仰ぎ 2013 年から 250 店プラスに。みやま珈琲1号店を朝霞台から徒歩 15 分のところに出店し郊外型を増やしている。

<なぜ 2012 年を底にフルサービス型喫茶店がよみがえったのか？新規出店先はなぜ郊外か？>

- ・1947～49 年の 3 年間で 810 万人近い子供が生まれた団塊の世代。47 年生まれが 2012 年に 65 歳になり定年で引退し、膨大な数の人が人生の重心を仕事から趣味や家族との生活に移し、その後の日本経済のけん引役になっている。810 万人は、日本の就業人口の13%、8人に1人にあたる。彼らはお金も時間もある、若さもある、消費意欲も旺盛。息子・娘、孫も連れて3世代消費にも繋がっている。
- ・65歳以上の人達が、丁寧に接客してくれる、昔懐かしい勝手知ったる『フルサービス型喫茶店』に戻ってきている。それに気づいた喫茶店は、彼らをリピーターにしようと様々な手立てを講じ始めた。例えば、リサイクル大手「こめひょう」の査定買い取り会をコメダ喫茶店で行う。また銀座ルノアールの「みやま珈琲」では 1970 年代の銀座ナポリタンのレシピを復活。また、出店戦略も考え直した。彼らがアクセスしやすい場所、活動拠点は自宅や地域コミュニティなので、郊外のベッドタウンの近くに出店ラッシュとなり、郊外の風景を大きく変えた。

<消費構造の変化は地域経済の可能性にどう繋がるのか？>

- ・個人金融資産の総額は 2,000 兆円(直近)で史上最高額に(GDP の4倍近い)。このうち7割弱、1,400 兆円を60歳以上が保有し、そのうち 700 兆円が現預貯金など流動性の高い資産である。心を動かすことやものがあれば使えるお金が大量にある。消費意欲を持った強力な消費リーダーが最前線に戻ってきた。
- ・2013 年以降の消費の勝ち組は他にもある。キャンプ人口はピーク時1996年に1,580万人(延べ)で 2012年の 720 万人まで落ち込んだ後、7年連続増加し 2019 年は 860 万人、2023 年には 1,000 万人突破が期待されている。引退した 65 歳以上の人々が、昔憧れたキャンピングカーを利用してオートキャンプ場に息子・娘や孫を連れて行く。だんだん年齢層が若返り、復活を遂げている。
- ・また、アナログレコードも最盛期に年1億枚プレスしていたが 2009 年には9万枚まで落ち込み、その後、現在は 100 万枚を超えている。ソニーミュージックが29年ぶりにアナログ LP を新たに販売したり、ヤマハが29年ぶりにアナログレコードプレーヤーを発売している。昭和歌謡をたしなむ若い女性が増え、消費の構造的変化が起きている。
- ・ではこうした動きはなぜ報道されないのか？ジワジワした絶えざる小さな変化の積み重ねはニュースになりにくく、メディアの報道が苦手。
- ・こういう変化はコロナ禍の中でも新たなビジネスチャンスを生んでいる。例えば首掛け型空気清浄機。2018 年スタートアップのカルテック社が 2020 年に販売開始し、2021 年夏まで 20 万本超える売上げを記録、現在は40万本となった。光を当てることで周りの環境を浄化させられる光触媒(酸

化チタン)技術はこれまで建築関係が中心だった。微生物やカビの胞子を死滅させられるなら、コロナにも効果があるのではと考えたカルテックの染井社長は、プラズマイオンを発生させる空気清浄機を扱っていたシャープを辞めて、日大医学部、理化学研究所と光触媒技術の新型コロナ対策としての実現可能性を探り、商品化した。50年前に日本人が発見してあまり顧みられなかった技術を使うという話とアピールの仕方もシニアの心をとらえた。

- ・シニアはお金と時間があるだけでなく、若い人たちに情報を伝播させ影響させる力が強い、強力な消費リーダーとなっている。地域経済活性化、まちおこし、地域創生にとっても大きな味方になるポテンシャルを持つ集団なのではないか。
- ・徳島県阿南市から内陸にちょっと入った山深いところに那賀郡中町がある。ここに「**世界で一番美しいコンビニ**」がオープンし、限界集落の中にある買い物難民のためというコンセプトとデザインが注目され、ドイツのデザイン賞を受賞して観光名所になった。2020年4月以降、5万人以上の観光客が訪れている。天井の梁が黄色く樹木の枝のように見え、名産のゆずの樹木が立っているようなイメージの柱と梁がガラス張りの外からみえる。遠足でランドマークのようなこの未来コンビニに行ったり、地域おこしの中核の役割を果たすようになった。コンビニの中には集会所があり、持込み絵本や本も置いてあり、地域の交流拠点にもなっている。
- ・シニアはまちおこしの声を増幅させてくれる力を持っているのではないか。高齢化率が高いことをマイナスとばかり考えるのではなく、お金と暇があり、若くて元気でセンスがよくて社会に貢献したい意欲もある。そこを活用しない手はないのでは。

2. 「輝く地域」を実現する「輝く人」の条件とは

- ・このような変化をチャンスと捉え、企業や組織、地域の飛躍に結びつけるために、リーダーシップはどうあるべきか？ 実在リーダーを紹介し、提案する。

<イトーヨーカ堂の足立区竹ノ塚店・店長>

- ・東武スカイツリー線「竹ノ塚駅(草加市の手前)から徒歩3分のあるところに、36歳新店長の山本さんが赴任した。従業員は250人、総合スーパーの中核店舗への大抜擢だったが、ふたをあけてみると対前年同月売上 5-6%マイナスを続ける問題店で、V字は無理でもU字回復のミッションが課せられていた。
- ・最初の朝礼で胸をはって2点話をした。まず数字をはっきりさせ、危機意識を皆で共有し、危機ばねを聞かせる目的で「苦戦している。経営幹部の中には総合スーパーをやめたら、あるいはザ・プライス(ディスカウント店)にしてはという人もいるし、リストラ策も取りざたされている。許された時間は長くない。スピード感を持って改革しよう」と。それだけだと委縮してしまうかもしれないので、より重要なこととしてさらに、「ただ、楽しんでやりましょう。250人の皆さん一人一人が主人公であって欲しい。私がこの店を何とかするんだ、という思いで考えて提案して欲しい。お客様と接して相談、お叱りを受ける中で、お店がよくなるヒントと気づきを得たらすぐに報告して欲しい」と。
- ・1か月はほとんど報告がなかったが、2か月目から提案、報告が寄せられるようになった。その中でついに、実行したら効果があるかも、というものが出てきた。

- 30歳男性フロアマネージャーが「通路で30歳前後の主婦の立ち話を聞き一刻も早く伝えたい」といきなりやってきた。内容は、「この店にはブランド物の自転車がないが、あったら買うのに」というものだった。店の直ぐ近くに新しいマンションがどんどん建って近県から新興住民が流入してきているが、その住民ではないか、とのこと。平日の午前中なので主婦ではないか、お洒落してよそ行きな感じだった、と。
- この話の伏線として、店は夜10時までなので店長は30分後に竹ノ塚駅を使って帰っていたが、その時間になっても都会からの電車で30-40代のマンション族がいた。彼らはプレイングマネージャー、係長から課長くらい。そこで忙しいマンション族はどんな買い物ができるか、できればハッピーか考えた。新興住民は、どの店に何があるか分からず歩いて回る時間もないので、もし我々の店に欲しいものがあり買いやすい売り場になっていれば、色々なものを買いにくるのでは？との仮説を立てた。コンビニ、ネット通販など競争環境も変わってきたのに、彼らのニーズや満足にこたえられていないので住民が増えても売り上げが伸びないと考えた。それまでは、古くから竹ノ塚にいる住民をターゲットにしている、例えば大人数家族なので食材は4-5人前が当たり前だった。
- 「新興住民に潜在ニーズがある」という仮説を確かめる決め手は何か、と考えていた時に「ブランド物の自転車」と言う言葉が刺さった。1台でも2台でも買ってくれたら、ニーズが確認できるのではないか、また従業員の成功体験としても共有できると考えた。ちなみにスーパーに置いてある自転車はほぼ10万円以下だが、本格的な輸入物の自転車は30万円を超えるものもある。
- 2日間考えて、置かないと調べられない、もし売れなければ責任を取ろうと覚悟を決め、本部に話を持って行った。理由と狙いを説いて承諾を得て、こんなチャレンジは1回しかできないので後悔ないようにやろうと決めた。イベントスペースの目立つ場所に思い切って並べた結果、1か月で25台売れた。買ったのは新興住民。普段スーパーで買わないものを竹ノ塚店で買いたいというニーズを確認できた。
- それから様々な改革を進めた。食材は2-3人前のものを増やし、寝具売り場に洒落たベッドを置く。マンション風に品揃えや売り場づくりをして、販促したところ、半年後、前年同月比プラスになった。1年を超えると6-7%プラスを続ける繁盛店に復活した。
- この店長がリーダーとして優れていた点(変化の時代の必要条件)は、聴く力。朝礼のたびに、皆さんの話を優先して聞きますと聴く姿勢を見せ続けた。
- また問題意識を持つことも大事。昔は正しかったことが、竹ノ塚の商圈には大きな変化が起こっていて、変化する中で、過去の常識が今、今後、正しいとは限らない。過去の常識にとらわれると判断を誤らせるリスクがある。変化の担い手(新興住民)の立場に立って、このままでよいか、常に自問自答していた時に「ブランド自転車」と言う言葉が突き刺さった。
- 底流に大きな構造変化があり、いくつかの勝ち組が生まれている。コロナ禍で様々な制約があり、トンネルの出口に向けて歩いている中で、これまで経験したことのない変化に直面する。そういう中で住民のニーズにこたえる、より広い人たちの耳目を集め、まずは聴き耳を立て(何に困っているか、何が課題か)、言葉にならないことを洞察し、引き出すことも含めた傾聴が益々問われている。聴くに値するパワーを持った消費リーダーがすぐ隣にいて、大きな価値に繋がるヒントを提示してくれるのではないか。

【講義2】

アフターコロナとSDGsのまちづくり

講師:株式会社ローカルファースト研究所 代表取締役 関幸子氏

1. アフターコロナの社会

- ・コロナによって、①デジタルシフト、②政治体制や国際情勢の変化、③産業構造の変化、④集中型から分散型への変化、⑤人々の行動変化(地域コミュニティの時間が増加)、⑥環境問題への意識の変化、など人々の価値観が大きく変化した。
- ・特に大きいのはデジタルシフトで、産業や医療、教育、行政等でもリモート化・オンライン化が進んでいる。また岸内閣の政策の目玉も「デジタル田園都市国家構想」であり、交付金を有効に活用しているかどうか、各自治体で確認してみてもどうか。
- ・2016年に成立している「官民データ活用推進基本法」の柱は、①行政のオンライン化、②統計のオープンデータ化(PDFでなくExcellでデータを公開して必要な人が活用できるようにする)、③データの2次・3次利用の推進、である。
①については約33,000もの行政手続きがオンライン化の原則とされるが、既存業務をデジタル化するだけでなく、例えば住民票の発行自体を不要にするなど抜本的な見直しが必要。
- ・また行政のオンライン化の肝はマイナンバーカードの普及。介護、医療や教育、その他様々な分野を別々にデジタル化して、それをマイナンバーで繋いでいく。個人情報観点からマイナンバーを嫌がる人がいるが、むしろ所得の低い人にとってサービスを受けやすくなるものなのでもっと理解を深めることが必要。
- ・集中型から分散型への変化で都市から地方への流れもあるが、ワーケーション等はエグゼクティブ(経営者)やIT系企業が中心になるだろう。全ての分野で“シェア”が進んでいく(ルームシェア、カーシェア、物や労働力のシェア等)。
- ・コロナ禍でも例えば韓国のBTSはライブコンサートをオンライン配信で行い大きな収益を上げている。これを可能にするのは100万人が同時接続しても落ちないサーバーがあること。ネットでの映画、音楽、ドラマの産業化が世界では新たなビジネスモデルとなっているが日本は大きく後れを取っている。

2. 地方創生とSDGs

- ・政府は、SDGsとITをテコに地方創生を進めようとしている。
- ・地方創生関係の交付金は毎年1000億円の予算があるので、国家予算が大きいうちに積極的に取りに行った方が良い。行革の時代から今は投資拡大の時期。デジタルドラマのコンテンツや福祉・医療、クリエイティブな仕事に関してよいシナリオを描いて、お金のある民間企業や国のお金を引っ張ってくるのが大事。また、2018年からSDGs未来都市に選定されると交付金が増額されるため積極的に取り組むべき。

- SDGsの本質は、対症療法ではなく根本的な治療を目指すこと。例えば貧困をなくすために当面はこども食堂でもよいが、貧困の連鎖を断ち切ることが重要。十分な教育が受けられるようにして貧困から脱出できるようにする。解決すべき地域課題を明確化し、総合的に解決すること。
- リサイクルよりも究極的にはサーキュラーエコノミーへ。ごみは燃やすのが当たり前、ではなく焼却場が要らない(ごみや廃棄物を出さない)ところまで設計すべき(例えば上勝町はゼロ 웨스트センターを作り住民の意識改革を行った)。
- 産業のとらえ方も変わる。従来は第1次、第2次、第3次産業、という分類だったが、今後は①社会課題を解決する産業、②官民連携による産業、③先回りした産業(IT・AI、フィンテック等)というアプローチが大事になる。

3. 新しい公共:官民連携から市民の行動変容を促す

- 官による公共サービスの民間化(まちづくり会社など)と、民の公共化(地域貢献目的など)で公共と民間との協業化、ソーシャルビジネスが拡大してきている。
- コミュニティビジネスは公平でなくても構わないので手を挙げて積極的に動く人を応援して背中を押すのが官の仕事になってきている。市民が動かない限り社会は変わらないので積極的に官民連携を進めるべき。
- 新たな官民連携の広がりにとって、SDGsが大きなきっかけとなっている。非営利か営利か、ではなく、公式か非公式化、の考え方にシフトしている。

【講義3】

地方議会改革の進め方

講師: 大正大学社会強制学部公共政策学科教授 江藤俊昭氏

中央集権の時には、議会は執行部の追認機関だったが、分権改革の中で地域経営の自由度が高まると、地域をどのような方向に向けていくか、まさに政治が大事になる。住民がどう関わるかも大事だが、地域経営を方向付け決めるのは議会なんだ、ということを知って欲しい。基本的な方向、住民自治の原則に基づいた議会の在り方を確認して欲しい。討議と議決を常に意識する必要がある。

<新型コロナの中での議会 方向性>

- ・コロナ禍の第一段階では、感染症にかからないことや行政の邪魔にならないことが優先されたが、第二段階になると、緊急事態だからこそ住民の声を聞いて提言することが大事(議会は不要不急ではない)。
- ・議員は地域のリーダーなので情報が集まる。執行機関である行政に情報をあげて、正確に執行できるようにさせることも議会の役割である。
- ・芦屋市議会は、阪神淡路大震災の時、朝 9 時に集まって情報を集約して本部に繋げる一方、本部の情報を市民に伝える役割を果たしていた。
- ・厳しい状況の中でオンライン化など議会運営の再検討をすべき。
- ・緊急時には、一般質問より議案審査に軸足を移すことも大事。
- ・総務省は委員会だけはコロナの時期にオンラインを認めているが、コロナだけでなく介護や育児で出られない時にオンラインで参加できるように委員会規則を変更した議会もある。
- ・コロナの副産物として、議会 BCP(災害時などに行うべき議会・議員の役割や行動指針を定めた業務継続計画)の作成が進んだ。

(1)住民自治の根幹は議会

- ・マスコミも住民も、住民自治の主役は首長だと思うかもしれないが、議決する議会が根幹である。
- ・首長と議会が同じことをやっても意味がない。首長は独任制で議会は合議制。両方とも住民から選ばれるから、違う角度から政策競争をした方が良い。議会の意思を示すためには議員同士の議論が重要。
- ・国政とは異なり、地方自治体では住民が身近にチェックできる直接民主制の制度がある:リコール制度、条例の制定・廃止する条例を住民が直接請求できるなど。
- ・地域経営にとって重要な権限は議会にある。このため多様性が大事で、選挙で選ばれた色々な議員が色々な角度から公開で議論する、それが議会の存在意義。論点を明確化し、合意を形成していく、そして世論を形成する役割を議会は担っている。多様な議会をどう作っていくか、意見交換を積極的に行えるかどうか。
- ・議会が一つにまとまり決議すればとんでもない力を発揮する。そのためには議員同士の議論が大事。個人や会派の質疑だけが大事ではない。分断される運営でなく一つにまとまるにはどうしたらよいか考えるべき。

(2) 議会基本条例が制定されて 16 年

- 議会改革の第一ステージは、16 年前に栗山町が最初に議会基本条例を制定した時から。地方自治の原則に基づいて、住民と歩む、議員間討議を重視、首長と政策協議をする議会と明記されている。
- 東日本大震災以降、危機管理の条文が入れられるようになった。
- また、政治倫理条例と連動させていく流れにある。請負のところを重視しているが、透明性を増せばよい。ハラスメントも入れていくべき。検討会を議員だけで入れるのではなく第三者機関を入れるのが今後の課題。

(3) 議会改革は第 2 ステージに

- 議会基本条例の制定は素晴らしいことだが、それだけでは形式的な改革に過ぎない。議会基本条例を実質的な改革に連動させていく、住民福祉の向上に連動させていくことが必要。
- 定例会だけでは議会は執行部の追認機関になりがち。一年間どう動くか、さらに4年間の任期中にどういう課題に取り組むかまで考えミッション・ロードマップを掲げる必要がある。政策的課題、議会改革についての課題も最初に目標を設定する。
- 議会からの政策サイクルを提案し、実践していく。そして住民にとっての成果を出していくことが大事。例えば地域経営の本丸にどう関わるか考えた飯田市議会は、総合計画のチェックも議会でする体制を作った。結果は決算に表れるが9月に決算議案が出てからでは遅すぎる。そこで6月議会で事業を抽出し、その後評価して委員会としてまとめる。9月議会前に報告して決算認定を行うようにした。決算をしっかりとすることが予算提言に繋がる。
- 一般質問できらりと光る質問を作ると同時に、もう少し全体のものにしていく方向性を目指すべきではないか。各議員の提言を議会として調査するとか、良い質問は委員会の所管事務調査に載せるとか。また、通告と答弁を事前に住民に公開し、その後の議論に住民の意見も取り入れられるようにすれば、より質問質疑を充実させられるのではないか。
- 主権者教育としては、まちづくりに関わるのが大事であり、これは若者だけでなく大人の問題でもある。議会側が、まちづくりを行う上での若者や大人に開かれた議会を行い成果を出していく。

(4) 新たな議会を作り出す条件整備

- 議会基本条例の制定が始まった 16 年前から、各地で新しい議会の在り方が模索されている。定例会だけ出ればいいのではなく、通年活動、委員会活動、研修、住民との意見交換会など、かなりの労力が必要になってきている。それに対して条件がしっかり整備されているのかどうか。議会事務局、議会図書室、議員報酬の決め方をどう考えるか。
- 議会改革は、行政改革の中で議論するものではない。住民自治を進めるための議会をどう作るか、が大前提。町村合併の中で、それまで6万人いた議員が3万強、約半分に減っている。民主主義の危機と言える。
- 議員報酬削減の声が出る中で、住民自治とは何か、を住民に知らせないといけない。討議できる人数が必要であり、少なくとも1常任委員会あたり7-8人必要ではないか。(館山市は現在1常任委員会あたり6人)

【講義4】

「共存」から「共生」へ ～外国人住民を交えた地域づくり

講師:芝園団地自治会事務局長 岡崎広樹氏

1. 「共存」ができて初めて「共生」に進める。共存は、最低限作らなくてはいけない土台。

トラブルが表面化し始めるのは、小規模団地だと外国人比率が10%、大規模団地の場合は3-5%を超える頃。ある一定数を超えると違いが見えやすくなり、トラブルを経験する人も増える。共存共生への取組開始も、少ない段階から外部支援も含めて取り組むことが望ましい。

2. 特殊にみられがちな外国人集住地域

都会の暮らしは日本人でも隣近所が繋がっておらず、共存共生がしにくくなっている。人が移動すると見知らぬ隣人が増えやすく、トラブルも増える。外国人集住地域では違いが色濃く見えやすいだけ。日本人同士でもできない、していないことが、外国人が住み始めてもできるはずがない。

今、共存共生の取り組みをすれば、外国人が入ってきてても共存共生をしやすくなる。

共存と共生の定義:

「共存」:生活トラブルなくお互いに静かに暮らせる関係

「共生」:お互いに協力する関係

日本における外国人の数

・日本の外国人数を市区町村別にみると(2021年)、1位は川口市の38,945人。東京23区に多い。比率が高い自治体は、1位が大阪市生野区で23.7%。5人に1人が外国籍というところも出てきている。また、外国籍・帰化・国際児の合計では、2015年の330万人(3%)から2050年には1,076万人を超える(12%)とみられている。

川口芝園団地のこと

- ・1978年に入居開始し2454戸。最大で6,500人が居住していた。広さは10万㎡(東京ドーム2.2個分)。1964年の東京オリンピックの時に世界初の新幹線車体を作った会社の跡地。高いところは15階建てで当時、最先端、モダンだった。
- ・敷地内に幼稚園、保育園があり(小中学校もあったが今は閉校)、公民館、公園、スーパー、商店街も。東京駅まで電車30分の蕨駅から徒歩8分。昔は赤ちゃんが中学校まで敷地を出ることなく暮らせた。間取りは2DK~3DK、50平米くらいなので子どもが増えると引っ越し人も多い。
- ・現在、20店舗のうち半分が外国籍の経営となっている。

芝園町の人口推移(日本人と外国籍)

- ・97年:外国籍200人、日本人5,300人 ⇒2022年:外国籍2,600人、日本人2,100人。
- ・今、6割が外国籍になっている。30代以下が50%で主に外国人(大半が中国人)。
- ・日本人は、1978年に30代で入居した人が今70代になるなど高齢者が多い。

・中国住民の特徴は、30代以下若者子育て、IT系企業サラリーマン、大学・大学院卒、子育て関心高い、生活に困っていない、賃貸のため2-3年で引っ越す。

生活習慣の違いによる住民の苦情

- ・ゴミが散乱、分別できない、飛び跳ねる音、トイレマナー(階段に大便小便があった)など。
- ・2010年前後に報道増えて外部からの出入りにより、誹謗中傷の張り紙や落書きも増えた。
- ・日本住民は、外国住民が増えて環境が変わるが話が通じなくて生活トラブルが改善せず、不満や怒りが増える。外国住民は、情報が不足しているので(単純な注意書きでは理解できない)同じ生活スタイルを続け生活に不安を持っている。

芝園団地での対策(共存への取り組み)

- ・生活習慣の違いは避けられない(例えば、夕食後に夕涼みする、ゴミの分別制度がない、香辛料の違いなど)が、元から住んでいる日本人が、生活トラブルに感じやすい(⇒外国住民が迷惑な隣人になりやすい)。これは構造的な要因のため対処が必要である。例えば、ゴミ捨て場の囲いを作り、分別の掲示を3か国語、イラスト入りで分かりやすくした。
- ・2011年、住民集会をしてURに通訳の配置を要望した。URの管理事務所で鍵を受け取る時に生活習慣を説明してもらおうようにしたところ、中国語での情報発信が始まり徐々にトラブルが改善した。
- ・「郷に入れば郷に従え」というが、従いたくないのではなく、その郷がどういうものかうまく説明されていない。知らないことを理解するのは難しいため、自治会で冊子を作ってみた。生活習慣を分かりやすく伝えるイメージしやすいよう図入りで、理由を書けるところは書いた。張り紙を張って一方的に伝えても伝わらない。理解して記憶に定着して初めて行動に繋がる。「伝わる」ことが大事。その結果、少しずつ生活習慣が伝わるようになってきた(「共存」はやっとできるようになってきた)。

次は「共生」への取り組み

- ・総務省の定義によると、「地域における多文化共生」とは、国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと。
- ・町内自治会の加入率が低下し、役員も高齢化している。日本人同士も共生しにくくなっている。なぜ多文化共生が可能か？
- ・団地住民の課題(3つの無い)は、両住民の共通項が少ない(生活習慣、文化、世代)、マンパワー不足(最大32名の役員、うち7名が高齢)、アイデアもない、既存の活動で手一杯。多様な背景を持つ人々(=共通点が少ない人々)の間には人間関係が自然とできにくいことから、「見知らぬ隣人」になりやすい。構造的な要因のため、意識的な橋渡し役が必要と考えた。
- ・また、地縁とは、「住む土地に基づいてできる縁故関係」だが、地域に住み始めても、出逢わなければ地縁は生まれにくい。芝園団地で接点となりうる場所もなかなかない。

2015年、芝園かけはしプロジェクト

- ・「3つの無い」の解決策として、外国人住民を役員にして、地元の外部組織や、地域外の大学生と協働して、日本人と外国人住民をつなぐことにした。自治会は外部の力を借りたいとは思っていない

が、自治会だけでは解決できない。住民自治を尊重しながらも新しいことを始めて関係作りをすすめられるのではと考えた。

- ・日本人は「何で外国人と交流するの？」外国人は「世代差があって何を話したらいいの？」という状態だったが、学生が来ると日本人は孫世代で受け入れやすいし、外国人は近い世代で話しやすい。
- ・地域のイベントを企画する段階から一緒に関わるようにしている。一般的なイベントでは見知らぬ人には声をかけないので、顔見知りになると、役員をお願いしやすい関係になり、9 人中 4 人が外国人になった。
- ・これまで、あまり人が移動しない時には自然に人間関係ができやすかった。今、移動して多様な人が住むようになると共通点が少なく、意図して関係を作る必要がある。人間関係がないと、対等な関係も築けない。一緒に夏祭りやその準備等を行うことで、地域活動にマンパワーが増える。繋がる、出逢うことでお互いが理解し合える。

地域住民と自治会の関係

- ・自治会町内会は白い皿のようなもの。ただの箱であって本当は何をしても良いはずだが、既存の活動があって新しいことはなかなかやらない。外部の人と協力しても良いはず。地域の住民は自治会に対する信頼が厚いので、自治会が外部と協力する、というスタンスを取れば地域の人達も見守ってくれる。このように、外部の力を地域に取り込むことができるのは自治会町内会だけなので、宝の持ち腐れにならないようにしたい。

所感

- ・今回は、他市町村議員との意見交換会や交流会がなかったことがとても残念だったが、今後のまちづくりや議会の重要性に関する示唆に富む講義を聴くことができた。今後の議会活動にも生かして官民協働のまちづくりを進めていきたい。
- ・あまり報道されていない、2013 年以降の消費構造の大きな変化が想像以上であることが数値で示された。団塊の世代の消費リーダーとして、またまちづくりリーダーとしての大きな可能性を活かしていく方策を考えていきたい。また、SDGsとITをテコにした地方創生の流れは、シェアエコノミーやソーシャルビジネスにも繋がっていくことが確認できた。これを具体化する方策についても市民とともに取り組んでいきたい。

以上