

2023年11月16日

地域内外の創造的交流によるイノベーション創発の可能性 ～イノベーション都市ポテンシャル調査レポート～

DTFA Institute 研究員 中村圭介

我が国の人口が減少の一途を辿る中、各地の地域経営・まちづくりのマインドセットは、定住人口という数量だけを追い求める施策から、地域外の人口とのより多様で有益な関係構築と活用へと転換されつつある。

そこで本調査研究では、地域内部のステークホルダーや外部人材などの多様な集積と交流がこれまでになかったアイデアやアクションを生み出すことに期待して、外部人材が集まりやすい都市とは、交流が生まれやすい環境はどのようなものかを探るため、都市の条件を検討しデータベースによる可視化を試みた。

本レポートでは、具体的なアクションを創発する地域内外の交流の形に様々なケースが考えられる中で、我々が注目する3つの都市の取組事例について取り上げるとともに、作成したデータベースを活用して3都市をサンプルとした考察を行っている。掲載している事例のひとつ目は、アートと伝統的産業、空き店舗などを融合させてまちを活性化するアクションを次々と創出している富士吉田市。ふたつ目は SDGs 未来都市計画の達成を目指して、県外の企業人などのワーケーションを誘致し、その知見・経験等の活用を試みる鳥取市。そして、クリエイティブなビジネス都市としてのブランドの拡張・活用によってより多くの「知」の交流を図るべく、都市計画を大胆に見直してオフィス・ラボの誘導を図ろうとしている京都市である。

なお本データベースは、地域内外の創造的交流によるイノベーション創発の観点から、都市の強みや弱みがどこにあるのか、それを強みや弱みと認識すべきかどうか、そのように認識する理由は何かなどを探索していくうえでの端緒を開くツールとしての活用を見込んでいく。

はじめに

多様な人材の集積と交流を通じて、これまでになかったようなアイデアやアクションを生み出す都市。本レポートは、そのようなイノベーションを起こし得る都市のあり方や可能性を探るべく、定性・定量の両面から調査研究を行ったものである。

ここでいうイノベーションとは科学技術的な革新に限定するのではなく、地域で思いもよらなかったような考えが生まれたり、これまでの地域にはなかった取組が起こったりすることで、より良い地域づくり、より魅力が引き出される都市へと動いていくきっかけ、あるいはそのような取組全般を広くとらえている。

地域でのアクションはその地域の住民・事業者・行政等の主体的・自律的行動が中心になるものではあるが、そこに何らかのきっかけやヒントを与える地域外の人材、または行動をとともにする関係の深い外部人材の存在は欠かせない。では、そのような外部人材をいかに地域へと引き込み、内部の人材と意味のある交流を生み出すか。そこから地域の未来へとつながるような具体的なアクションをいかに作り出していくのか。地域内外の創造的な交流の形には様々なケースが考えられる中で、ここでは我々が注目する3つの事例について取り上げる。

● 創造的な人材と地域の多様なつながりが、地域の内発的な発展をつくるー

富士吉田市（山梨県）では、アーティストやデザイナー等が、地域の資源である伝統的産業や中心市街地の空き店舗などをクリエイティブによって融合させ、その動きが他のアクションへとつながっていく地域創生の好循環が生まれている。

● 地域の持続性の原動力は、外部とつながる内部にあるー

鳥取市（鳥取県）では、サステナビリティ×イノベーションを鍵とするSDGs未来都市計画の達成に向けて、外部人材との交流（ワーケーション）に重要な役割を持たせている。特に合併前から住民主体の地域まちづくりに取組んできた鳥取市鹿野町をフィールドとした学びのワーケーション（越境学習）を先駆的な取組のひとつとして、地域外の企業人との接点を拡大させようとしている。

● 守るべきは守り、変えるべきは変えて、訴求力を強めるー

京都市（京都府）では、都市の成長戦略のひとつに掲げる『「知」が集うオープン・イノベーション都市』の具体的な取組として、大胆な都市計画の見直しと連動させた、特に京都駅南部エリアでオフィス・ラボを誘導するプロジェクトを始動。外部の副業人材の知見なども活用しながら、新たな働き方を受け入れる世代を中心に、クリエイティブなビジネス都市としての京都のブランドを拡張・活用していく。

そして、外部の人材が集まりやすい都市とは、創造的な交流が生まれやすい環境はどのようなものか。定量的な側面からは、ここに仮説を立てながら指標を検討し、統計データ等を

基にデータベースを作成して都市特性（ポテンシャル）の見える化を試みた。その結果については、上記の3都市をサンプルとして考察している。

本レポートで紹介した考え方などは現時点での仮説・見解であるため、今後さらなる仮説検証やアップデート、具体化等を図っていくことが必要になるが、事例地域の取組を自らが関わる地域に置き換える中での思考の深掘りをはじめ、地域内外の関係づくり、地域のイノベーション創発等に関する議論の一助となれば幸いである。

※各事例調査においては、下記の団体のみなさまにご協力をいただきました。

- ・ 富士吉田市 経済環境部 富士山課
- ・ 鳥取市 経済観光部 経済・雇用戦略課 スマートエネルギータウン推進室
- ・ NPO 法人いんしゅう鹿野まちづくり協議会
- ・ SANDBOX TOTTORI
- ・ 京都市 産業観光局 企業誘致推進室
- ・ 京都市 総合企画局 都市経営戦略室

※本レポートの情報は取材や文献調査・統計データ、その他の公開情報を通じて正確を期していますが、筆者の個人的な見解に基づき執筆・編集しています。

目次

はじめに	2
1.人口減少下での地域の持続的発展に向けて	5
1.1 定住人口拡大志向からのマインドシフト	5
1.2 外との関係が新しい発想を生み出す可能性	6
1.3 外発的な動機づけによる地域の内発的・持続的な成長	6
2.注目する取組事例 ～内外の創造的な交流～	8
2.1 伝統産業の「織物」×デザイン人材の「クリエイティビティ」によるまちの再生 [山梨県富士吉田市]	8
2.1.1 大学の研究をきっかけとした地域おこし協力隊活動から	9
2.1.2 地域活性化マインドを持ったクリエイター等が集まる	10
2.1.3 アート×織物 ～産業シーンの変化	13
2.1.4 地域の価値を育んでいく	14
2.2 ワークーションを通じた「農村から真の持続可能なまち」づくり [鳥取県鳥取市] ..	16
2.2.1 イノベーションによる SDGs 推進	18
2.2.2 環境面・経済面での先導的な取組	18
2.2.3 「学びのワークーション」を通じて社会面での課題解決を図る	19
2.2.4 まちづくりの実績を踏まえて鹿野地域でラーニングワークーションを展開	23
2.3 「知」が集うオープン・イノベーション都市を目指したオフィス・ラボの立地促進 [京都府京都市]	28
2.3.1 「5つの都市デザイン」の実現へ向けて	30
2.3.2 企業立地促進プロジェクトの推進	32
2.3.3 オフィス・ラボの誘導とネットワーキング	35
3.創造的交流が生まれやすい都市の姿の調査研究	38
3.1 地域内外の「つながりやすさ」を考える6つの切り口の検討	38
3.2 都市ポテンシャルの見える化	40
3.2.1 データベース作成の対象都市	40
3.2.2 アウトプットのイメージ	41
3.2.3 ポテンシャルに基づく各都市の分布例	42
3.3 事例都市の試行結果	44
3.3.1 山梨県富士吉田市のケース	44
3.3.2 鳥取県鳥取市のケース	47
3.3.3 京都府京都市のケース	50
おわりに	53

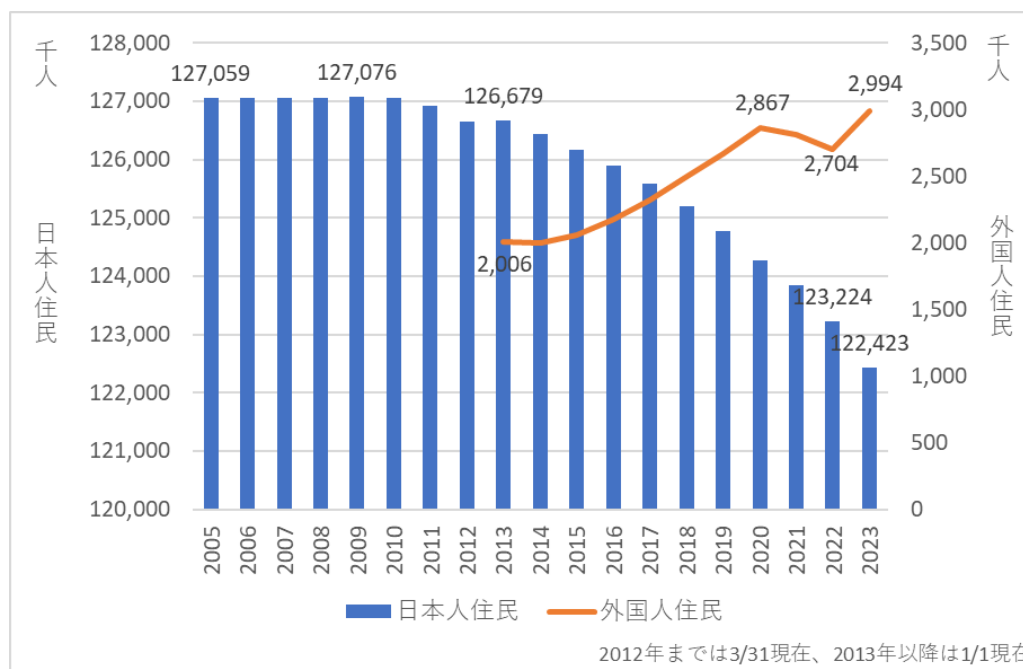
1.人口減少下での地域の持続的発展に向けて

1.1 定住人口拡大志向からのマインドシフト

2023（令和5）年1月1日現在、住民基本台帳に基づく人口動態調査（総務省）によると、全国の人口は総計1億2,541万6,877人、このうち日本人住民が1億2,242万3,038人（前年より80万523人減少）、外国人住民が299万3,839人（同28万9,498人増加）となっている。コロナ禍の影響が緩和されつつある中で外国人住民が3年ぶりに増加へと転じたこととは対照的に、日本人住民は減少の一途を辿っている。

全国的に人口（日本人住民）が減少する中、特に地方部では少子高齢化が一層加速すると共に、これまで人口流入のあった都市部においても人口減少が顕著である。

図表 1 住民基本台帳による人口の推移（日本人住民・外国人住民）



（データソース 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」¹⁾）

このような状況下において、各地の地域経営・まちづくりのマインドセットは、定住人口という数量だけを追い求める施策から、地域外の人口とのより多様で有益な関係構築と活用へと転換されつつある。もちろん地方自治体によって態度の濃淡はあるし、定住人口の数を政策の KPI に据えることをやめることができるわけでもない。それでも、人口減少や高齢化による人手不足だからとか、その課題解決のためといった住民の代替手段のような内部の都合・目的のみで外部に人を求めるのではなく、いかに外とのつながりをつくり、いかに互いが幸せな関係となれるかを模索し始めている。

コロナ禍は人々に多くの制限を課した。それによって失ったものも大きいですが、海外渡航を

¹⁾ データソース：https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/daiyo/jinkou_jinkoudoutai-setaisuu.html

規制されたことが今一度国内のローカルに目を向けるきっかけとなったし、企業や個人のワークスタイルの変革が進んだことで、住まいや働く場の選択肢が地方にまで広がった。地域外の人々の価値観が大きく変わる中で、いまや住民票を移すことだけが地域のステークホルダーの証とはならない。地域の未来を一緒になってつくり上げることのできる人間関係こそが、新しい住民像を描く上で大切なこととなっている。

1.2 外との関係が新しい発想を生み出す可能性

「弱い紐帯の強み²」という仮説がある。新規性が高く価値のある情報は、家族や親友、職場の仲間といった社会的つながりの強い人たち（強い紐帯）よりも、どちらかといえばつながりの薄い人たち（弱い紐帯）からもたらされる可能性が高いというものだ。

この社会学の用語を地域に当てはめて考えてみると、地域において有用な新たな発想や取組のアイデア、そのヒントとなる情報は、地域内の強いつながりの中だけではなく、それまでの所縁の有無やいっしょに過ごした時間の長さにかかわらず、また既存社会の価値意識すべてを無条件に許容することができないとしても、その同質化しすぎない地域外の人たちによってもたらされたり、地域内外の人たちの多様な価値観の交流によって生み出されたりする、ということとなる。

地域で生活していると日常過ぎて見落とししがちな価値、それが地域の外からやってきた人に見出されたという例は枚挙に暇がない。地域の当たり前の中から、そうとは思わない外部人材が再発見する、それが地域の誇りにつながるだけではなく、ビジネスの種にもなり、地域に経済的な恩恵をもたらすものになったりするのである。

1.3 外発的な動機づけによる地域の内発的・持続的な成長

地域の担い手である内部人材（住民）が刺激を受け、自律的な行動意欲が沸き上がり、新しい考え方を生み出して地域で生き生きと暮らすことできる環境を自らつくり上げること。都市や地域の人口減少は避けられず、再び増加へと転ずる特効薬が存在しない中で、今後の地域経済を内発的・持続的に成長・発展させていくためには、外部とのつながり、特に外部人材との創造的な交流が不可欠となる。

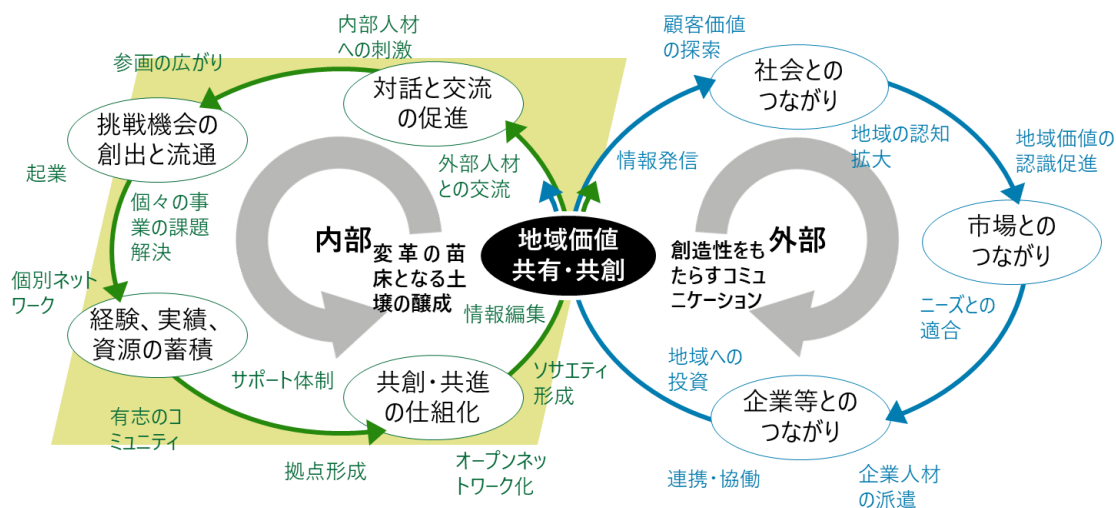
つながりや交流の形は地域によって様々であるが、「外とつながる機会」にはできるだけ多くの内部人材が関与し、地域固有の資源を活かして財・サービス、地域そのものの価値を高めることが重要である。地域外の人たちとの対話・交流に参画するステークホルダーは多ければ多いほど、得られる成果の実感が地域内に広まりやすく、地域内での出来事をジブンゴトとして考えられる担い手が生まれやすくなる。

² 米国の社会学者マーク・グラノヴェッターが1973年に唱えた。

同時に、外の世界と地域としてどう付き合っていくかを考えるために、社会全体の動向や機運等に敏感になることが求められる。幅広くアンテナを張って情報を求め、地域の経済活動の対象となるアウトバウンド需要を見つけ出し、ビジネスをはじめとする様々な領域において、企業・事業者等との良好な関係の構築・展開に努めることが重要となる。この一連のプロセスの各所においても、外部人材が有益な情報や気づきをもたらしてくれる可能性が高い。

様々な外部人材との接点がつくり出された地域では、関与する個人の内側からポジティブな感情が沸き出し、思い思いの小さな集まり（コミュニティ）が生まれる。有志が自由に活動するカオス的な状況も魅力的ではあるが、こうした外部人材と対話・交流・共創する個々の動きを効果的に活用して、域内で蓄積された資産を域内で循環・再投資させる仕組みへと発展させること、環境を整えていくことが望まれる。それが外部に訴求する地域の価値として認識されることで、また新たな出逢いとつながりを呼び起こすこととなる。

図表 2 内発的な地域変革ストーリーのイメージ



(出所 DTFA Institute 作成)

2.注目する取組事例 ～内外の創造的な交流～

2.1 伝統産業の「織物」×デザイン人材の「クリエイティビティ」によるまちの再生 [山梨県富士吉田市]

■ 事例概略

創造的な人材と地域の多様なつながりが、地域の内発的な発展をつくる

富士吉田市では、アーティストやデザイナー等が、地域の資源である伝統的産業や中心市街地の空き店舗などをクリエイティブによって融合させ、その動きが他のアクションへとつながっていく地域創生の好循環が生まれている。

■ 事例地域の概要

富士吉田市は、人口 46,910 人（2023 年 8 月 1 日現在）で山梨県の東部・富士五湖地方の中心都市である。富士山北麓の裾野傾斜地に市街地が伸びる大きな高低差のある地域で、中心部は標高の高い南側の「上吉田」と、標高の低い北側の「下吉田」から成る。

富士信仰が盛んになった中世以降、登山口に近い上吉田には御師（参詣者や信者のために、祈禱・案内、参拝・宿泊等の世話をする人）が集まり、富士参詣の門前町が形成された。古くからの中心地だった下吉田は、織物業の隆盛や鉄道敷設などによって商店街が栄えたものの、道路網の整備やモータリゼーションの進展等によってまちの重心が変化したこともあり、空き家・空き店舗の散見されるシャッター一商店街と化してしまったところもある。

富士吉田市や隣接する西桂町などを含む一帯は郡内地域と呼ばれ、およそ 1,000 年前から織物（郡内織）が織られ、「甲斐絹（かいき）」とも称される絹織物の産地を形成している。この流れを汲んだ織物産業は、第二次大戦後の洋装生活の浸透や化学繊維の導入などの影響によって衰退するが、現在でも洋服・インテリア、裏地生地やネクタイ生地などを生産する重要な地場産業となっている。

図表 3 下吉田の本町通りと富士山



（出所 富士吉田市提供）

図表 4 地域の位置



(出所 地理院地図 (電子国土 Web) ³に加工して DTFA Institute 作成)

2.1.1 大学の研究をきっかけとした地域おこし協力隊活動から

現在、富士吉田市のまちなかは、地域外のアーティスト等クリエイターに活動の場として選択され、その集積が新たな外部人材を呼び込んだり、地域内事業者等とのコラボレーションによって新たな事業や取組を創出したりしている。その始まりのひとつは、東京・神奈川にキャンパスを保有する大学の社会・地域連携活動の一環として、研究室の学生等が取組ん

³ データソース : <https://maps.gsi.go.jp/>

だ「富士吉田市の地域活性化に関する調査研究」にあった。

当該大学は 2007 年に山梨県や富士吉田市と連携協定を締結し、様々なフィールドワーク・研究等を通じて地域との関係を深めてきた。地域の産業や生活を支えてきた資源としての「水」の潜在力に着目した研究からは、富士吉田採取の水が商品化され、その売上の一部はコミュニティファンドを通じて地域の活性化に還元されている。

このファンドは、大学からの提案を踏まえて 2013 年に設立された一般財団法人富士吉田みんなの貯金箱財団が前身であり、市民からの寄付を貯蓄して地域事業へ投資するまちづくり会社として機能することとなった。そして同じ年、富士吉田市と関わってきた学生および卒業生の 2 名が「地域おこし協力隊」として採用されることとなる。

始まりとなった地域おこし協力隊員は、改装した空き家を拠点として、富士吉田の未来を皆で語るコミュニティづくりや、これからの富士吉田を担う高校生と地域を考える活動、地域のブランド価値を高める活動などをスタート。以後、富士吉田の資源を活かしてまちの価値を高める様々な取組の各所で、いかに力を発揮していく。

2.1.2 地域活性化マインドを持ったクリエイター等が集まる

① 路地裏の飲食店街の復活

甲斐絹で栄えた富士吉田には、戦後に「ガチャマン景気」といわれるほど織物が盛況だった時代があった。下吉田のまちには、当時の面影を持った機屋の建物や、好景気に沸いた人たちが集った路地裏の飲食店街などが現在も残っており、これを活かした「新世界通り」の復活プロジェクトは、地域の歴史をいまに伝えるこの路地裏の資源に着目して市街地の活性化を図るために始まった。

下吉田の西裏地区にあるこの新世界通りは、かつてひしめいていた飲食店の多くが閉店し、廃墟のような一角となっていたが、富士吉田みんなの貯金箱財団と地域おこし協力隊によって住民たちの参画するプロジェクトが進められた。彼らは複数の空き家のリノベーションやテナント誘致に取組み、地区の運営を担う L L

C（合同会社）を設立して、2016 年 2 月、レストランやバー、居酒屋などの集積する昭和レトロ感の漂う飲食店街「新世界乾杯通り」として生まれ変わらせることに成功した。

図表 5 西裏地区・新世界通り



（出所 富士吉田市提供）

② アーティスト等の滞在・交流空間

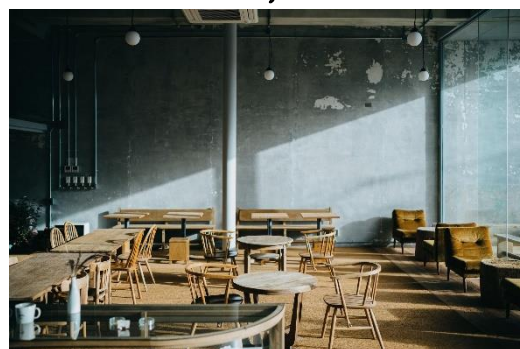
古民家の空き家などの物件は見方を変えると魅力的な資源だった。2015 年に創業した「Saruya Hostel」は築 90 年程度の空き家をリノベーションし、地域のテキスタイルによる

寝具等を使用したゲストハウスである。下吉田の中心部を南北に貫き、真正面に富士山がそびえる外国人観光客にも人気のメインストリート「本町通り」に面して立地している。これを手掛けたのは、富士吉田みんなの貯金箱財団のプロジェクトを機に移住してきたグラフィックデザイナーが代表を務めるイベント等の企画運営会社である。彼もまた以後の様々な取組におけるキーパーソンのひとりとなる。

リノベーション物件の展開として、2017年にはアーティストのキャリア支援や地域との文化交流の促進に向けて、同じような考えを持って移住してきたデザイナーの協力も得ながら、アーティストレジデンス「SARUYA Artisit Residency」を開設した。

その頃から富士吉田では、デザイン系大学やアーティスト等と織物工場とがコラボレーションしながら、独自ブランドの展開やBtoC事業を手掛けるなど産地活性化の取組が活発化してきており、そうした情勢を踏まえつつ2022年にもものづくりのできるカフェ「Fab Cafe Fuji」をオープンさせた。ここは元銀行建築の広い空間を活かし、アートや建築、テキスタイルなどの図書コーナーやギャラリー、リソグラフを楽しめるスペース等を併設した織物産業とクリエイターとの共創拠点となった。

図表 6 Fab Cafe Fuji



(出所 富士吉田市提供)

③ 人々の集まるコミュニティの拠点

地域の住民・事業者や外部のデザイン人材などが主導し、行政と連携・協働するまちづくりの取組は、「本町通り活性化事業」という形で一層クリエイティビティを発揮することとなる。下吉田の本町通りを起点に空き家・空き店舗を活用し、クリエイターの誘致を推進して、地域の伝統産業や農業等を活かしながら長期的・持続的に活性化を図る事業である。

プロジェクトを通じて本町通り及び周辺が「目的地として選ばれるエリア」となることを目指す。地域住民のコミュニティを活用して空き家の改装や運営を進めることで地域にノウハウや知見を生み出し、地域の働き手を増やすことへとつなげていく。その具体化の一環として、2021年には市がリノベーションした下吉田の商店街の空き店舗を東京・渋谷のデザイン会社に賃貸し、「喫茶檸檬」をプロデュースしてもらう。富士吉田と東京の二拠点で活動する建築家が設計を手掛け、富士吉田の資源と東京のクリエイティブが融合する、

図表 7 喫茶檸檬



(出所 富士吉田市提供)

都市圏からも地元からも人が集まる魅力ある場が創出された。

このデザイン会社の代表が主宰するクリエイティブサロン「吉田塾」は、渋谷で開催していたデザイン塾をアレンジして設計されたもので、富士吉田では隔月一回開催されている。様々な業界で活躍するクリエイター陣（タレント、芸人、歌手、モデル、映像作家、メディア演出、脚本家、デザイナーなど）をゲストに迎えた、ジャンル越境のクリエイティブの講義である。「SARUYA Artist Residency」を会場とし、講義終了後は「喫茶檸檬」で懇親会が開かれたり、富士吉田市へのふるさと納税対象となるオンラインチケットが選択できたりするなど、まち全体の活性化を誘発している。

図表 8 まちなかの主な関係資源（イベントの主要会場）



(出所 地図情報および各イベント案内等より DTFA Institute 作成)

2.1.3 アート×織物 ～産業シーンの変化

① ハタオリマチのプロジェクト

地域外のデザイン系大学と地域の織物工場による産学協働は、以前より継続実施されている取組である。例えば2009年からは、東京の美術大学と地域に立地する織物メーカー数社によるコラボレーションのプロジェクトが行われてきた。従来、織物工場の多くが他ブランドからの委託生産を中心に経営し、不安定さがある中で、危機感を募らせていた織屋の二代目・三代目等が立ち上がったという。このプロジェクトをきっかけとして、工場独自のブランドづくりが始まる。

公立の産業支援機関や大学生、デザイナー、行政等が力を合わせて推進してきたファクトリーブランドによる産地活性化は、富士吉田市及び西桂町の機屋による「ハタオリマチ」をキーワードとした合同プロジェクトとなっていく。

消費者と接点を持ち、ニーズに合った商品提案へとつなげるために立ち上がった共同販売団体「ハタオリトラベル」では、「富士のふもと、スロープロダクツに出会う旅」をテーマに、都内の百貨店や商業施設などで期間限定ショップを展開し、各社の織り手も自ら店頭立つ。

このように織物産地としての姿が変化していく中で、地域で活動するプレイヤーたちの様々な想いが動き出し、富士吉田の個性ある織屋を軸としたイベントへと結びつく。2016年11月に開催された第1回「ハタオリマチフェスティバル」である。

本町通りを中心とした空き店舗や特設エリア（神社、地区会館、空き地、公園、事業所のガレージ等）において、富士吉田を撮影した映像や写真を組み合わせた音楽会、ファクト

リーブランドの織物製品のブース、アーティスト作品や雑貨店、飲食店などの出店者も集まり、二日間で2万人を超える来場者があった。その後台風やコロナ禍の影響で中止・規模縮小などの困難はあったものの、8年目となる2023年10月の開催では地域内外の人たちが交じり合い、刺激を受け合えるイベントへと成長を続けている。

“100年後も富士山の自然に囲まれた美しいハタオリ産地として様々なヒトがいきかい、モノやコトが生まれる、生き活きとしたハタオリ産地を実現する為のプロジェクト”－関係者のその意思是『ハタオリマチのハタ印』として掲げられ、ウェブによる産地の情報発信、月一回のオープンファクトリーの開催、オリジナル商品の開発・販売などが進められている。こういった流れに関わった人たちの中からは、卒業後に富士吉田に移住する学生など、地域に根差して活動するデザイン人材の姿も見られるようになっている。

図表 9 ハタオリマチフェスティバル



(出所 富士吉田市提供)

② FUJI TEXTILE WEEK

「FUJI TEXTILE WEEK」もまた、本町通り周辺を舞台としたテキスタイルとクリエイティブが融合するイベントである。国内外のアーティストによるテキスタイルをテーマにしたアート展と、19の機屋による展示会などから成る芸術祭であり、2021年に初開催、2022年にも2回目が開催された。

下吉田の旧喫茶店を本部に、3階建の蔵、旧糸屋、旧服飾学校といった織物産地ならではのリノベーション物件などを会場とすることで、この歴史ある織物のまち・再生されたまち並みを肌で感じながら、新しいアートやデザインを発想したり、産業を変えるきっかけを与えたりする場となった。

図表 10 FUJI TEXTILE WEEK



(出所 富士吉田市提供)

2.1.4 地域の価値を育んでいく

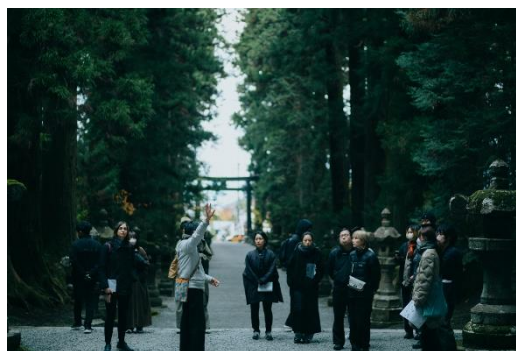
① 都市との関係の構築・強化

都市部の人材との関係づくりによって、地域活性化マインドを持ったデザイナー等が集まり、クリエイターの力でまちの魅力が磨かれていく。この流れをより一層促進するために始まったのが、富士吉田市と東京のデザインファームによる協働プロジェクト「SHIGOTABI」である。

これは2020年11月からスタートしているワーケーションプログラムであり、市内のゲストハウスなどに滞在するワーケーション参加者に地域の魅力を体感できる特別プログラムを提供し、自身の仕事と旅とを主体的に楽しんでもらう取組となっている。

「考える人の、旅。」をコンセプトに、地域の可能性を発掘する探究型プログラムとして、これまでに「森の茶会～富士山麓の樹木とハブの香りを聞く～」、「レトロな街でオリジナルの惑星を探してみよう」、「山と私と向き合う時間～妄想山づくりワークショップ～」、「富士山のふもとでレトロな文字を発見！「のらもじ」と出会う大人の夏休み」、「時間が濃くなるまち～富士吉田・短歌制作ワークショップ～」など、様々な領域で活動するクリエイターと一緒に富士吉田の個性や魅力を再発見する体験プログラムが提供されてきた。

図表 11 SHIGOTABI



(出所 富士吉田市提供)

また2022年からは、市内に日常的に人を呼び込むことを目標とする「富士吉田市まるご

とサテライトオフィス」事業を開始している。市内全域を使ってリモートワーカーを呼び込むワーケーション環境の整備を図り、仕事の時間と地域の魅力に触れられる時間の双方を充実させることのできる日常型ワーケーションを推進している。東京から90分程度という地の利を活かし、これまでのクリエイター等の移住の事実などを踏まえて、リモートワークを通じて移住につながることを期待されている。

② 人と人をつなぎ、人を呼び込むまちづくり

2013年にまちづくり活動をスタートさせて様々なプロジェクトの並走や支援を行ってきた富士吉田みんなの貯金箱財団は、2018年に一般財団法人ふじよしだ定住促進センターとして生まれ変わった。「やりたいことができるまち」の理念を前身より引き継ぎ、ギャラリーやアーティスト・イン・レジデンス、ワークスペースを取り入れたお試し滞在施設「FUJIHIMURO」を運営しながら、移住のワンストップ窓口、移住希望者の相談、奨励金の紹介、織物工場でのインターン紹介、空き家・空き店舗の管理・情報提供などの機能を担っている。地域内外の人と人をつなぐハブである。

富士吉田は「挑戦できるまち」であり、これまでに多くの若者たちが外部からやってきてまちづくりへの挑戦を楽しんできた。日常の風景を自ら楽しみながら様々な体験をつくり提供するこういったクリエイティブな活動が、また新しい人たちを呼び込んでいる。

2.2 ワークーションを通じた「農村から真の持続可能なまち」づくり [鳥取県鳥取市]

■ 事例概略

地域の持続性の原動力は、外部とつながる内部にある

鳥取市（鳥取県）では、サステナビリティ×イノベーションを鍵とする SDGs 未来都市計画の達成に向けて、外部人材との交流（ワークーション）に重要な役割を持たせている。特に合併前から住民主体の地域まちづくりに取り組んできた鳥取市鹿野町をフィールドとした学びのワークーション（越境学習）を先駆的な取組のひとつとして、地域外の企業人との接点を拡大させようとしている。

■ 事例地域の概要

鳥取市の人口は 182,021 人（2023 年 6 月 30 日現在）で、県庁所在地・中核市の中で最も人口が少ない。鳥取県や鳥取市では、かねてより移住定住政策に力を入れており、民間発行の雑誌による「住みたい田舎」のランキングで長年上位に名の挙がる鳥取市は、「田舎暮らしの魅力」を持った都市である。

江戸時代は大藩である鳥取藩の城下町として栄え、鳥取藩には鹿野藩（鳥取市鹿野町周辺）と若桜藩（現鳥取県若桜町周辺）の二つの支藩があった。これらに関連する史跡と共に、日本神話に登場する因幡の白兔を祀る白兔神社や夕日が美しい白兔海岸、山陰海岸国立公園の特別保護地区に指定される鳥取砂丘などが観光スポットとなっている。また月面環境に似た部分のある鳥取砂丘は、月面探査車の走行試験など宇宙開発技術进行研究する「鳥取砂丘月面実証フィールド」（ルナテラス）が設置され、宇宙産業創出に向けた研究の場としても注目されている。

鳥取市は平成の大合併時に 8 町村を編入し、本庁のほか 8 つの総合支所を設置して管轄している。本事例で紹介する鹿野地域も 2004 年に鳥取市に編入された地域であり、尼子家の旧臣亀井氏、鳥取藩池田氏によって治められた城下町としての古い町並みが残っている。

そして 2021 年 5 月に選定された鳥取市の SDGs 未来都市計画では、経済面・社会面・環境面のいずれの取組においても、この鹿野地域は重要なポジションを担う地域のひとつとなっている。

図表 12 鳥取砂丘



（出所 鳥取市提供）

図表 13 地域の位置



(出所 地理院地図 (電子国土 Web) ⁴に加工して DTFA Institute 作成)

⁴ データソース : <https://maps.gsi.go.jp/>

2.2.1 イノベーションによる SDGs 推進

鳥取市の SDGs 未来都市計画は、副題を『サステナビリティ×イノベーションで「農村から真の持続可能なまち」を実現する』とし、中山間地域を抱える中核市として農業やまちづくりの課題解決、エネルギーの地産地消などにポイントを置いている。特に食やエネルギーが自給自足できる地方都市モデル、持続可能な新たな農村モデルを国内外で普及させていくことを目標に掲げている。

その 2030 年の市のあるべき姿は、以下の経済・社会・環境の 3 側面から描き、それぞれサステナビリティとイノベーションの組み合わせに取り組むとともに、個別事業が有機的につながって相乗効果を生み出すように計画されており、特に社会面での「交流イノベーション」の振興が大きな鍵を握るものと見られる。

図表 14 2030 年のあるべき姿、地方創生・地域活性化への貢献

【経済】	次世代農業で新たな付加価値を創造する都市
農業イノベーション	農業を中心とした地域経済の拡大生産の循環を作り上げる、ICT 及び各種データ分析を活用した、次世代の農業生産モデルが構築されている。 ⇒「カッコよく」「感動があり」「稼げる」新 3K 農業の実現、次世代に求められる農業生産体制に寄与
【社会】	国内外の人々と学びあえる交流・研究都市
交流イノベーション	積極的に地域外の方と交流し、学びあえる環境を構築することで、新たなビジネスや付加価値の創造に繋げていく交流・学習都市が構築されている。 ⇒交流人口の拡大や、将来的な移住が期待される関係人口の創出・拡大に寄与
【環境】	安心、安全なエネルギーの地産地消が進む都市
環境イノベーション	地域の自然環境を活かしたエネルギーを創出し、地域内で消費し、最終的には再生可能エネルギーのみで生活や生産活動が可能になる、エネルギーの地産地消 100%が達成可能な体系が構築されている。 ⇒地方都市ならでの、カーボンフリーなエネルギー自給自足モデルの構築による、2050 年カーボンニュートラル・脱炭素社会の実現

(出所 鳥取市 SDGs 未来都市計画⁵より DTFA Institute 作成)

2.2.2 環境面・経済面での先導的な取組

① 環境面の取組 ～再生可能エネルギー

● 官民連携による地域電力会社

鳥取市は他の自治体に先駆けてスマートエネルギータウン構想事業に取り組んできた。2015 年に官民連携によって設立した地域電力会社は、地元での電源開発や CO2 を排出しない再生可能エネルギー由来の 100%のプラン供給まで手掛けており、昨今の電力価格

⁵ データソース：<https://tottori-mirai-city.jp/>

の高騰化や乱高下といった変化にもあまり影響を受けることなく、販売電力量は堅調に推移している。

- 脱炭素地域づくり

市では地域電力会社や地元金融機関、大学と連携して地域脱炭素の推進に取り組んでおり、環境省に選定された脱炭素先行地域として、市内最大規模の住宅地に公立大学や誘致企業が立地する若葉台エリアと、最も人口減少が進む中山間地域の佐治町エリアの2地域をモデルとした事業を推進している。

- 太陽光発電パネルのリサイクル

太陽光発電が急速に普及する中で大きな課題として挙がってきているのが、有害物質の含まれる使用済み太陽光パネルガラスのリサイクルの難しさである。これを無害化できる技術を地元企業が開発し、土壌改良に資する多孔質ガラス発泡材へと再生させることが可能となった。これにより農業の節水と収量拡大が実現でき、非常に大きなインパクトを与えることが期待されている。

また、この多孔質ガラス発泡材を活用し、層内部の空隙内に棲みつく微生物の力を発電に利用すると従来の微生物発電の約10倍の発電量が見込まれることから、その実用化に向けた実証実験が鹿野地域の耕作放棄地において取組まれているところである。

② 経済面の取組 ～次世代のスマート農業

高齢化や後継者不足といった中で農業就業人口は年々減少の一途を辿り、耕作放棄地も増加している。しかしながら一方で、「食」関連産業には大きな期待が寄せられており、そこをビジネスチャンスと捉える企業による新規農業参入が見られるようになってきている。

ICTを導入したスマート農業は、既存の農家個人が手掛けるにはコスト等の面でハードルが高いものの、撤退した農家に代わって資金力のある企業等による新規参入が進むことで、農業分野における Society5.0 が実現し、魅力ある産業へと転換することが可能となる。

- カーボンニュートラルファームの推進

鹿野地域の鹿野温泉は、古くから湯が沸き、昭和の時代に本格的な掘削・開湯と温泉地・温泉利用の開発がなされた。以前は温泉熱を利用したバラといった施設園芸農業も行われていたが、使用されていない温泉水の活用に注目した地元企業が農業利用に乗り出し、低コストで高品質なイチゴの栽培を行っている。

2.2.3 「学びのワーケーション」を通じて社会面での課題解決を図る

① ワーケーションをきっかけとした継続的な関わりの創出

社会面での取組（交流イノベーション）は、前述のような取組を全国的に知ってもらうとともに、市民と外部の人たちとの交流を増やし、関わりを深めていった結果として、イノベーションやコラボレーションが生まれることに期待している。このための手法として導入

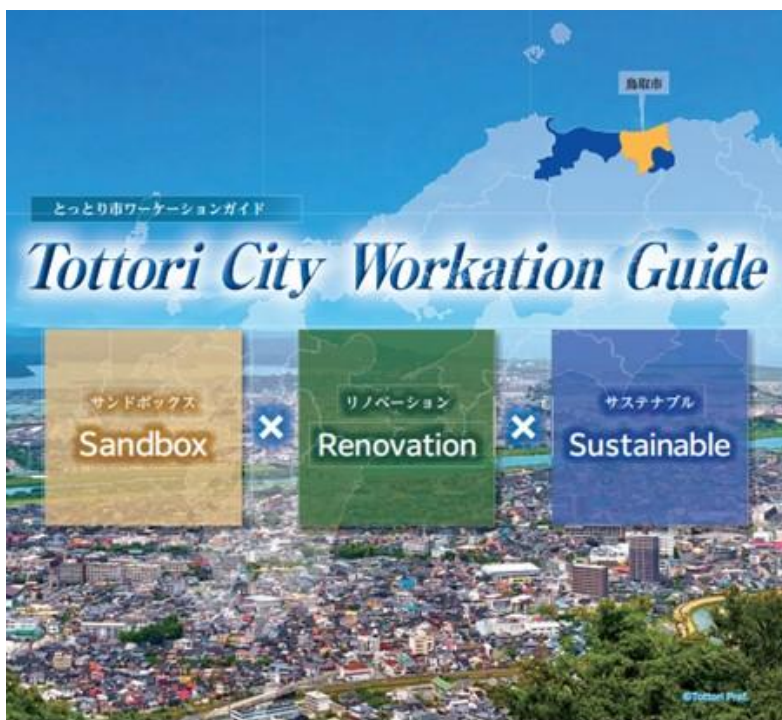
するのがワーケーションであり、官民連携で「とっとりワーケーションネットワーク協議会」を立ち上げ、「学びのワーケーション」とまちづくり人材の育成に注力している。

鳥取市では以前より移住促進に力を入れ、これまで一定の成果は出ているものの、移住だけをゴールにしてしまうのではなく、地域外にいても地元の取組を応援してくれる人たち、移住と観光の中間の間柄の人たちの存在も重要であると認識しており、関係人口拡大施策を積極的に推進している。地元の人たちだけで集まると諦め感が漂いがちな状況にもなるが、外部の人たちに地域の資源のすばらしさを語ってもらい、地元の魅力を評価してもらえることで、もう一度地元を盛り上げようという機運のきっかけを与えてもらえる。外部の人たちと一緒に議論することが、地元の人たちのモチベーションを高めることにもつながっているのである。

ここ数年、市内では民間事業者による複数のワークプレイスの整備・運営が進められてきたことから、これらの環境を活かして市外からの訪問機会を増やすため、ワーケーションを活用するモニターツアーを積極的に実施して、地元の魅力や地域の課題を伝え、地域内外の人たちが一緒にまちづくりを考える機会をつくり出している。

そのうちのひとつ、鹿野地域でのラーニングワーケーションについては2.2.4にて詳述することとし、ここでは鳥取砂丘及び中心市街地での取組事例について紹介する。

図表 15 ワケーション適地のアピール



とととりで取り組む 新たなストーリーを応援します

様々な助成制度をご用意し、1社1社のご都合を伺いながら、
ワンストップできめ細やかに対応させていただきます

(出所 鳥取市ワーケーションガイドの表紙の一部 (鳥取市提供))

② 鳥取砂丘でのワーケーション

中心市街地から車で約 15 分。鳥取のシンボルともいえる砂丘を一望できる好立地の場所に、2022 年 5 月にオープンしたワークプレイス「SANDBOX TOTTORI」が立地している。

「SANDBOX TOTTORI」の運営主体は、県西部の大山町に本社を置いてドローン事業などを手掛ける民間企業であり、スクールをはじめ、空撮、インフラ点検、鳥取砂丘の夏場のパトロールなど、ドローン活用による地域の

課題解決も担っている。あわせて同施設を拠点とした鳥取の産業創出エコシステムの構築を目指して、行政との連携のもと人材・創業・投資にかかる産業支援事業を展開しているところである。

この「SANDBOX TOTTORI」をメイン会場として、主に県外企業に向けたワーケーションツアーを催行し、イノベーション創出機会を発信するのが 2022 年 10 月以降に始まった「地域課題解決型ワーケーション」の取組である。

● スキルアップ合宿

地域課題におけるドローン活用（物資支援、空き家調査、鳥獣対策等）を考えながらビジネスに活用できるドローン資格の取得を目指す 3 日間のプログラム。夜は鳥取砂丘で AR グラスを着用したバーチャル宇宙体験ツアーを催行。県外 3 社・県内 7 社が参加。

● イノベーションキャンプ

「鳥取砂丘：地元の方が訪れたいくなる新しいコンテンツ」、「中心市街地：空き家の新しい利活用から暮らし×働く拠点のアイデア」、「鹿野温泉の国民宿舎：アフターコロナを見据えた新たなコンテンツ」といったテーマで地域課題（サポーター）と地域に関心のある若者をマッチングするプログラム。2 泊 3 日でビジネスとして成立させる事業案の提案を目指す。県外 5 社・県内 5 社が参加。

● 事業創出プログラム

山陰地域での事業展開に関心のある法人を対象として、シンポジウム等を通じて遊休不動産のアップサイクルなどのビジネスを考える 2 日間のプログラム。県外 13 社・県内 7 社が参加。

③ 中心市街地でのまちづくりワーケーション

中心市街地の空洞化は、他の地方都市と同様に鳥取市でも長く続く大きな懸案事項のひとつである。

現在のまちの原型は鳥取城の築城後に城下町として造成され、戦後復興期や昭和 40 年代の土地区画整理事業、昭和 55（1980）年の鳥取駅高架事業と、比較的早い段階で基盤整備

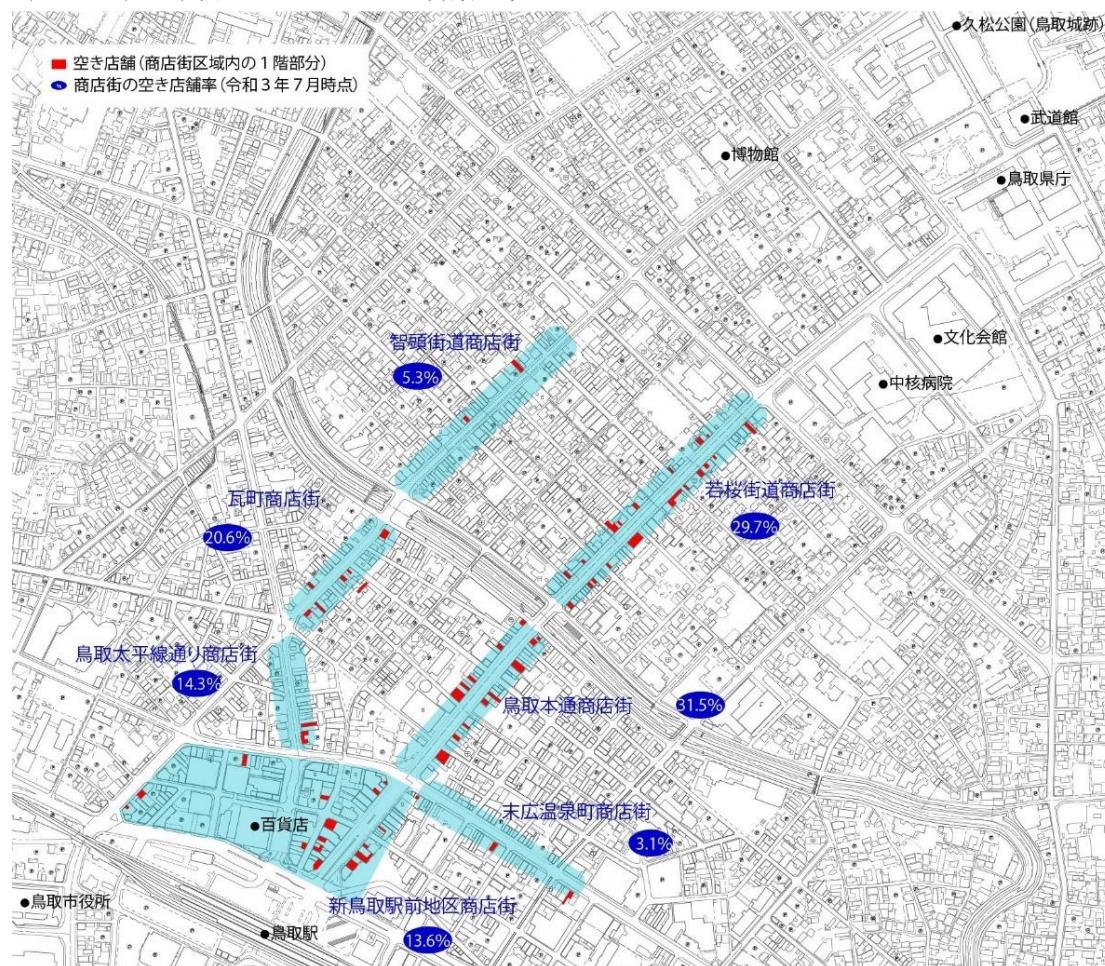
図表 16 SANDBOX TOTTORI



（出所 鳥取市提供）

が完了している。近年のモータリゼーションの進展による郊外化や人口減少・高齢化の影響などによる疲弊は大きく、中心市街地の主要商店街の空き店舗率は全体で 16.0%となっている（令和3（2021）年7月時点、第4期鳥取市中心市街地活性化基本計画より）。

図表 17 中心市街地における空き店舗の状況



（出所 第4期鳥取市中心市街地活性化基本計画⁶より都市計画基本図⁷にてDTFA Institute 作成）

このまちなかでは、2015年頃より地元有志によるリノベーションまちづくりの機運が出てきており、2016年に百貨店の屋上を活用した庭づくりを行うなど活動を展開。その後2017年に複業を持つメンバー5人による民間まちづくり会社が設立され、現在は5階建ての空きビルをリノベーションしたシェアハウス・シェアオフィスの運営や、空き家等の再生・活用などを手掛けている。行政側でも2015年にリノベーションまちづくり構想を策定して以降、空き家・空き店舗など遊休不動産の利活用を通じて官民協働で課題解決を図るリノベーションまちづくりを都市政策として推進しているところである。

⁶ データソース：<https://www.city.tottori.lg.jp/www/contents/1675324739112/index.html>

⁷ データソース：<https://gis.city.tottori.lg.jp/webgis/?p=0&bt=0&mp=46-7&>

「学びのワーケーション」の一環となる「まちづくりワーケーションプログラム」は、民間まちづくり会社と市が連携して、2021年12月～2022年2月に1回目が開催された3か月間にわたる受入プログラムである。首都圏からの参加者と地元側のメンバー計25名がランダムにチームを組み、割り当てられた課題として具体的な遊休不動産の事業化案を練り上げる。各チームは現地フィールドワークとオンライン会議を重ねながら、「インターン向けの移住スペース」、「若い世代が集える飲食店＋シェアハウス」、「幅広い世代の交流の場となる緩い雰囲気を持った“不真面目商店”」などといった新たな価値観の提案が行われた。

プログラム終了後も構築された関係に基づく任意での活動が継続。参加者の一人は大学を休学して鳥取に移って事業を推進し、2022年8月には築70年程度の空き家を改装した“不真面目商店”の開設が実現している。

図表 18 プログラム活動の様子



(出所 鳥取市提供)

2.2.4 まちづくりの実績を踏まえて鹿野地域でラーニングワーケーションを展開

① 住民の力で続けてきた城下町のまちづくり

鹿野地域の人口は3,403人（2023年6月30日現在）、合併前の旧鹿野町は中山間地域に該当する。中心部には鹿野城跡があり、戦国時代の鹿野城主・亀井氏によって築かれた城下町には、T字路・L字路などの道筋に格子のある町屋が点在する情緒ある街並みが現存している。

旧鹿野城内に鎮座する城山神社の祭礼は、1813年から今に伝わる県指定無形文化財であり、隔年で開催される「鹿野まつり」では、400年の歴史と伝統を載せた神輿行列が8つの町内を練り歩く地域住民のアイデンティティである。この地域では、合併前の旧鹿野町の時代から、この「鹿野まつり」と街並みを大切に作る住民主体のまちづくりに取り組んできた。

1994年頃から始まった街並み環境整備事業への取り組みは、1996年の行政を中心とする街なみ整備ガイドラインの策定から8つの町内ごとの街づくり協定の締結へと続き、「鹿野まつりの似合うまち」をコンセプトとしたまちづくりが動き出す。道路・水路・石橋・石行燈などの整備と合わせて、各町内会による雪洞や行灯の設置、協定に基づく住宅の新改築や環境整備などが行われてきた。

図表 19 鹿野まつり



(出所 鳥取市提供)

② 内部人材が結集した協議会によるまちづくり活動

それまで有志グループが個別に取り組んでいたまちづくり活動は、2000年の鳥取県街なみ整備コンテストにおける最優秀賞受賞をきっかけに統合へと動き出し、2001年10月に「いんしゅう鹿野まちづくり協議会」（以下、まち協）が発足した。

まち協による活動は、古民家の改修によるまちへの新たな価値の創出、伝統工芸品の伝承・体験や地域コミュニティのための拠点「鹿野ゆめ本陣」の運営、地域の女性グループが運営する、「すげ笠弁当」が人気の食事処「夢こみち」の整備、家々の玄関先に屋号の入った瓦の設置、新設した藍染工房による藍染め暖簾の掲出、陶器の醤油瓶への山野草の植え付けなど軒下演出に努め、街並みの特徴をより引き出す工夫を施してきた。

まち協は2003年にNPO法人を取得し、翌年に鹿野町が鳥取市の一部となってからも取組は活性化していく。2007年には、メリヤス工場として使用された後に閉鎖されたままの古い木造建築物を取得して保存・活用するため、住民出資によるまちづくり会社を立ち上げ、カフェ、ギャラリー、様々な団体の事務所や作業場としても利用する「しかの心」を整備した。

③ 空き家の整備・活用の推進

2010年代には空き家のサブリース活用や移住・定住支援などがまち協の重要な事業となっていて、空き家を使って若者を中心とした移住促進などで多くの実績をあげていく。地域に根差して長く活動してきたからこそ、「まち協だったら貸してもいい」という家主との信頼関係が育まれてきた。空き家や未利用地は地域の貴重な資源である。

外部人材との関係構築においては、地域に点在する空き家をひとつの宿として活用する観点から、“暮らすように滞在する”ための滞在環境の整備・運営を進めてきた。国の登録有形文化財である歴史的意匠を持ったゲストハウス「しかの宿 本田中家」、鹿野に関わる人のための紹介制の交流滞在施設「しかの宿 殿町」(女性専用)・「しかの宿 山根町」(男性専用)、鳥取県と包括連携協定を締結する東京の大学の活動拠点(鳥取分室)などは、いずれもリノ

図表 20 夢こみち



(出所 鳥取市提供)

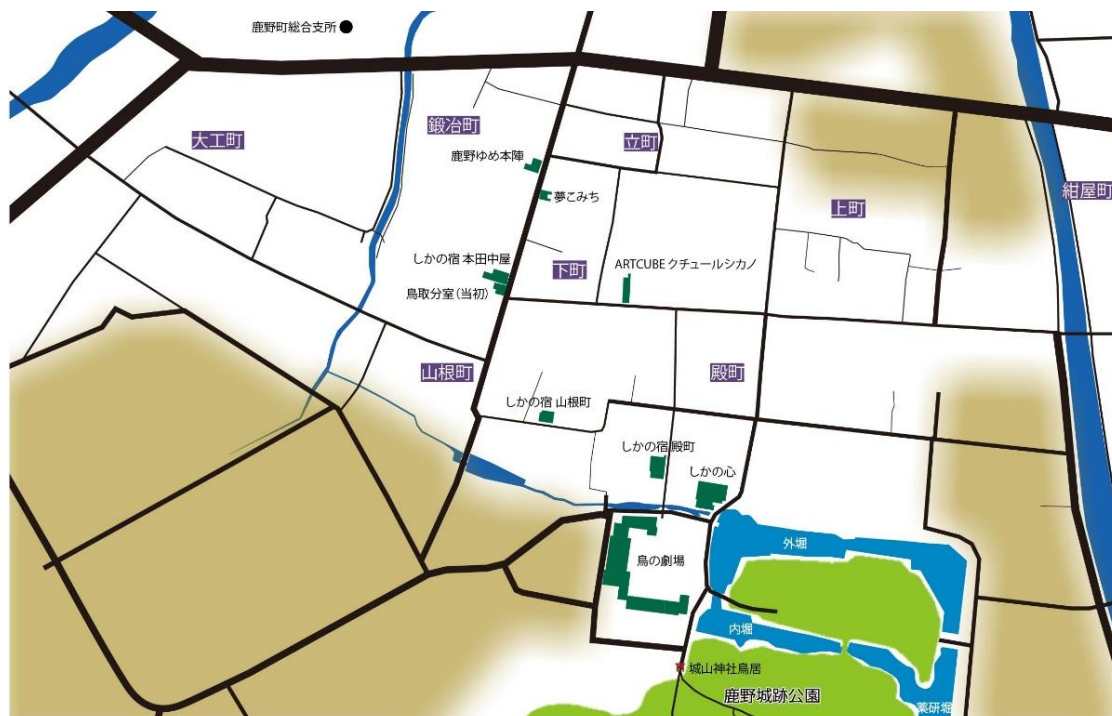
図表 21 しかの心



(出所 鳥取市提供)

バージョン段階から住民や大学生などと一緒に作り上げて開設したものである。

図表 22 鹿野地域中心部における主な関係施設



(出所 地図情報等により DTFA Institute 作成)

④ 学生・アーティスト等とのまちづくり交流

鹿野地域では、廃校となった小学校・幼稚園を再生・活用した劇団「鳥の劇場」が 2006 年から活動しており、2009 年にまち協が開催したシンポジウム「アートとまちづくりの幸せな関係を探る in 鹿野～アーティスト・イン・空き家の可能性～」を機に、鳥の劇場が実践していたアーティスト・イン・レジデンスによる「アーティスト×空き家」の展開が始まった。アーティストの卵を招き、地域の空き家を活用し、地域で人を育て交流する「鹿野的レジデンス・サポート・プロジェクト」である。

2010 年には、全国から劇団を公募し、鹿野に滞在しながら「鳥の劇場」の指導のもとで舞台芸術作品を創作して上演する「鳥取の鳥の劇場で鳥取の観客に作品をみせたい劇団による上演」が開催された。

2016 年には鹿野に移住したアーティストとともに、地域とアートが交流する企画を目指して「鹿野芸術祭」を開催。その後 2020 年の新型コロナ感染拡大の影響を受けて形を変え、参加アーティストが 3 年間かけて作品を

図表 23 鹿野芸術祭 2022



(出所 鹿野芸術祭実行委員会)

制作し発表する長期プログラム「鹿野芸術祭 2022 物語が眠るまち」へと進化した。

また 2010 年に開催した合宿「激動の時代を迎えて、鹿野は今～土地の力に根ざしたまちづくり～」では、まちづくりや文化創造を目指す卵たちを受入れ、指導者も招き、まちづくりを共に学びながら実践。ここから「いんしゅう鹿野まちづくり合宿」が始まっている。

そして 2022 年、鹿野のまちに新たなアートの拠点が誕生。洋装店の店舗・工房兼住宅だった空き物件で、地元大学の建築サークルの学生が中心となり、鳥の劇場や鹿野芸術祭のメンバーとも対話をしながら、1 階をカフェ兼交流スペース、多用途のオープンスペース、2 階を滞在空間、アトリエとしてリノベーションを実施した。アーティスト・イン・レジデンスとして利用可能な施設「ART CUBE クチュールシカノ」である。

⑤ 「ラーニングワーケーション@鳥取市鹿野町」の実施

鹿野で暮らす人たちの文化や営みを軸に、地域外の人たちの滞在を受け入れ、交流しつながりをつくることで、住民主体の地域の魅力づくりや資源活用をより推し進めることとなる鹿野地域のまちづくり。鳥取市の SDGs 未来都市計画の文脈では、このような鹿野地域の「持続可能なまちづくり」の実績を踏まえて、企業の就業者に向けたラーニングワーケーション体験（モニターツアー）の受け入れが行われた。学びの対象はまち協のまちづくりであり、学びの手段として鳥の劇場の演劇ワークショップを活用している。

図表 24 実施されたプログラム

		フェーズ 1 鹿野町を深く知る	フェーズ 2 問いを立て行動につなげる
1 日目	AM	・オリエンテーション ・鹿野町巡り	・振り返りとコンセプト再確認 ・まち協研究、フィールドワーク ・夢会に参加
	PM	・表現力ワークショップ ・サステナ創動力とは ・車座シェア	
2 日目	AM	・鹿野町フィールドワーク ・まち協研究	・表現力ワークショップ ・演劇の発表
	PM	・表現力ワークショップ ・車座シェア	
3 日目	AM	・チーム対話 ・フェーズ 1 振り返り	・車座シェア、全体振り返り ・クロージング ・木材倉庫、そば道場視察
	PM	・果樹の里山視察	

(出所 鳥取市提供資料より DTFA Institute 作成)

IT 化が進んでテキストベースでのコミュニケーションは増え続ける中で、自分自身を表現する機会自体は減少している。それでも人間として必要な能力である表現力を磨くのが

このプログラムだ。まちづくりから企業人としての軸を学び、演劇から個人としての軸を学び、この二つの掛け合わせによって、これからの時代に必須の「サステナ創動力」（サステナブルな創造性・行動規範・コミュニケーション力）が得られ、サステナブルな自分をつくるとしている。

体験プログラムは鳥取市と、市の包括連携協定先で人材育成支援事業などを手掛ける東京の企業により共同で制作した。参加者は東京・大阪・広島など6社からの6名で、2022年9月にオンラインでの事前セッションを経た後、2泊3日のプログラムを2セット（10月と11月）実施した。

フェーズ1でインプットし、フェーズ2で演劇を通してアウトプットするという、それぞれ2泊3日の濃密な時間を過ごした参加者にとって、ひたすら考え抜き、集中し続け、納得感のある体験になったようである。

今回のモニターツアーでは鹿野の地域課題を大々的にテーマとして扱うことはしておらず、基本的に大切にしたのは、鹿野の人たちがこれまでに実践してきたこと、多様性を受け入れてきたこと、内外の人たちが互いにフラットな自然な関係をつくっていることなどを感じてもらうことである。これらのまちづくりを企業内のことに置き換えて考えるのは難しいが、演劇ワークを通じて自分自身で何らかの気づきを得られたようで、後日「一緒に何かやりたい」と行政に声掛けしてきた参加者もいるという。

また、まち協にとっては、鹿野とワーケーションを掛け合わせた“化学反応”の結果として新しい短期のつながり（研修プログラム）が生まれ、これがラインナップされることで、学生やアーティスト、そして新たに企業人が加わるといった形で、関係を築く多様性が増えていくこととなる。

2.3 「知」が集うオープン・イノベーション都市を目指したオフィス・ラボの立地促進 [京都府京都市]

■ 事例概略

守るべきは守り、変えるべきは変えて、訴求力を強める

京都市（京都府）では、都市の成長戦略のひとつに掲げる『「知」が集うオープン・イノベーション都市』の具体的な取組として、大胆な都市計画の見直しと連動させた、特に京都駅南部エリアでオフィス・ラボを誘導するプロジェクトを始動。外部の副業人材の知見なども活用しながら、新たな働き方を受け入れる世代を中心に、クリエイティブなビジネス都市としての京都のブランドを拡張・活用していく。

■ 事例地域の概要

京都市は、人口 1,382,991 人（2023 年 7 月 1 日現在）を抱える政令指定都市である。古くより商工業が発達してきたことで、大手や革新的な企業をはじめ様々な事業所が立地し、周辺地域から通勤してくる昼間人口も多い。

悠久の歴史と豊かな文化に象徴される京都は、国内外から観光客が訪れる国際的な観光都市としての印象が強いものの、全国でもトップクラスの大学数・学生数を誇り、世界的な研究成果をあげている研究者や研究機関が集積する学術研究都市としての顔をもつ。また、全国一厳しいとされる景観政策によって保全・形成されてきた町並みや、文化を基軸とした都市経営によって都市格を高め、クリエイティブなまちとしての側面があることも特徴である。

京都市では、これまで高い水準での行政サービス提供に努めてきたものの、一方では市の財政的な危機をもたらし、新型コロナウイルス感染症がその厳しい状況に拍車をかけることとなった。そこで持続可能な行財政の実現を目指して 2021 年からの「行財政改革計画」を策定。この計画の中で担税力の強化につながる「都市の成長戦略」を掲げ、時代の潮流と京都の強みを掛け合わせ、新たな価値を創造していくこととしている。

これと連動する都市計画の見直し（2023 年 4 月施行）では、京都駅の南側一帯に新たな拠点の形成を目指すこととしており、京都駅至近の利便性の高い立地を活かし、また、ものづくり関連企業・事業所の土地利用を促進する「らくなん進都（高度集積地区）」とも連携した新たなまちづくりが期待されているところである。

図表 25 地域の位置



(出所 地理院地図(電子国土Web)⁸に加工してDTFA Institute作成)

⁸ データソース：<https://maps.gsi.go.jp/>

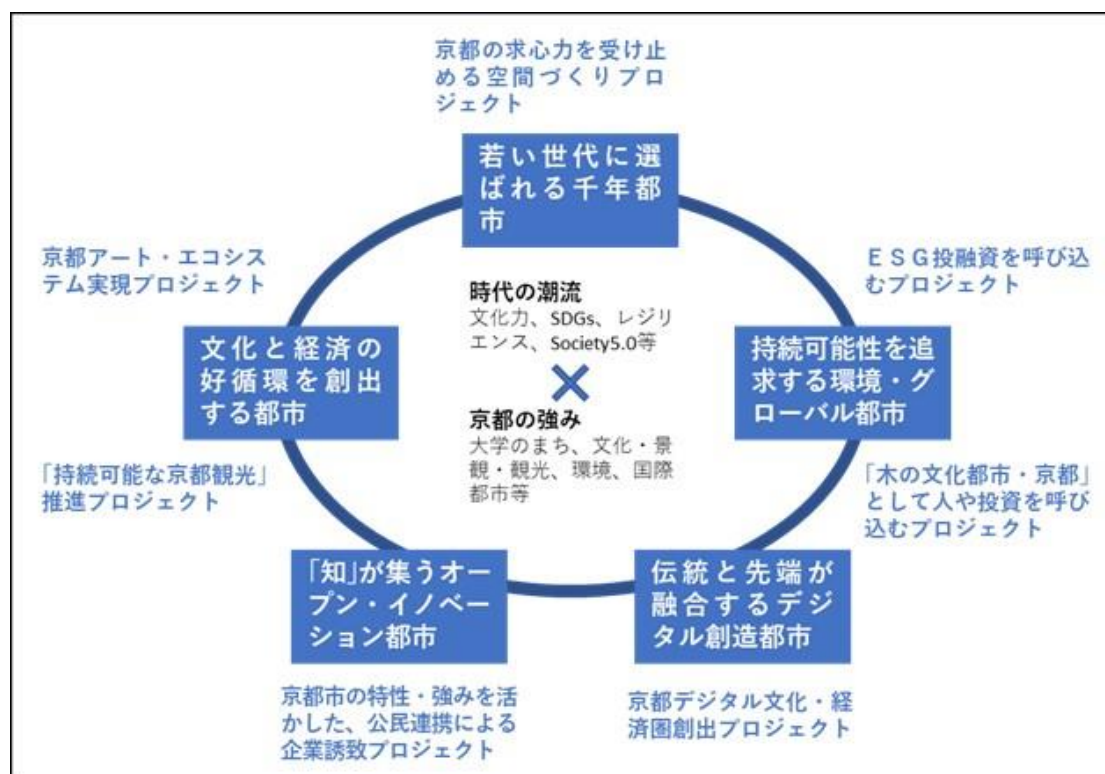
2.3.1 「5つの都市デザイン」の実現へ向けて

① 新たな価値を創造する「5つの都市デザイン」

これまで経済政策的には文化・景観・観光を軸とする取組によって都市格を向上させ、地域企業の持続的発展等によって税収向上を実現させてきた京都市。今後も税収、および税外収入の増加を図っていくために、都市の魅力や活力を市民の豊かさにつなげ、人と企業に選ばれる好循環を形成するための戦略が必要となる。そのために行財政改革計画⁹の中で示されているのが「都市の成長戦略」であり、2033年度までに税収ベースで400億円以上の増加を目指している。そしてここには、関係者が力を合わせてこの目標を達成するための共有イメージとして、「5つの都市デザイン」が描かれている。

「5つの都市デザイン」は分野横断的な時代の潮流（文化力、SDGs、レジリエンス、Society5.0等）と京都の強み（大学のまち、文化・景観・観光、環境、国際都市等）を掛け合わせて新たな価値を創造する中長期的な都市のあり様である。ここから具体的な取組を創造的に生み出す「チャレンジ」を企画・実施し、従来の発想にとらわれない異次元の取組を進めることとしている。

図表 26 5つの都市デザインと7つのリーディングチャレンジ



(出所 「都市の成長戦略～進化する戦略～」(京都市)より DTFA Institute 作成)

⁹ データソース：<https://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/page/0000284994.html>

② 「都市の成長戦略」を支える都市計画の見直し

今回、この「都市の成長戦略」を大きく横刺しにしている実現手段のひとつが、都市計画の見直しである。

京都市では、都市としてのあり様を考え、風情ある町並み喪失への危機感などを背景に、2007年に「保全・再生・創造」を基本としたまちづくりを進めるための「新景観政策」¹⁰を打ち出している。時代としては規制緩和が進み、都市間競争が激化していく中で、京都ならではの景観が失われてしまいかねないことから、それまでの景観政策を抜本的に見直すものだった。大きな柱としては、

1. 建築物の高さ規制の見直し（最高限度の引き下げ、地区計画と特例許可による仕組整備）
2. 建築物等のデザイン基準や規制区域の見直し（地域の特性に合わせたデザイン基準の制定）
3. 眺望景観や借景の保全の取組（眺望景観保全地域の指定）
4. 屋外広告物対策の強化（屋外広告物の基準の見直し、点滅するネオンサインなどの全域規制）
5. 京町家などの歴史的建造物の保全・再生（伝統的な建造物の外観の修理・修景に対する助成制度の活用推進）

などと、これら柱を支える支援制度によって構成されたものである。

以来十数年かけて徐々に町並み景観の適正化を進め、新景観政策は一定の効果上げてきた。一方、社会や時代の潮流は刻々と変化するものであるため、全市的な規制強化による懸念事項への対応や、再び高さ規制の緩和等が求められる地域のあり方など、情勢を踏まえた議論は継続してきた。そして慎重に議論を重ねた結果として、また「都市の成長戦略」の実現を下支えするために、まずは2021年に都市計画マスタープランの見直しを行うこととし、この大方針に基づく個別の都市計画の見直しが進められることとなった。

③ 外部のプロフェッショナル人材の知見の採用

2021年、2名の副業人材が東京事務所で採用され、それぞれ都市ブランディングアドバイザー、企業連携営業アドバイザーに就任した。

それまでは大規模な土地やオフィス空間を用意しにくい京都ならではの事情があったため、あまり大々的に企業誘致をPRしにくかったのだが、デジタル化が進み、スタートアップの起業も盛んになり、小さな空間でも経済規模の大きい事業が展開できるようになったことから、ビジネス都市としての京都ブランディングに注力する意味が大きくなったのである。2名による東京目線で京都のビジネスを見る視点、スタートアップ経営者の思考、企業に訴求するためのノウハウやネットワークの活用など、行政職員とは異なる外部のプロ人材ならではの力が発揮される。その成果は2022年度中の1年間で市の支援等を受けて京都に初進出した市外企業20件（情報通信業やコンテンツ産業等）の立地にも表れているといえる。

¹⁰ データソース：<https://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/page/0000000337.html>

そして 2022 年には取組がより大規模なものとなる。「5 つの都市デザイン」の実現に向けた「成長戦略推進アドバイザー」の募集がかけられ、応募総数 1,440 件の中から 8 職種 9 名が採用された。京都の都市づくりの施策を推進する各所において、外部人材の優れた知見を活用する取組である。

図表 27 委嘱された「成長戦略推進アドバイザー」

職種	人数	年齢	居住地
循環経済への更なる移行促進担当	1 名	33 歳	京都市
若い世代の移住・定住促進担当	1 名	35 歳	東京都
ファンドレイジング推進担当	1 名	44 歳	長野県
海外からの寄付受入れ推進担当	1 名	33 歳	愛知県
DX 推進担当	1 名	39 歳	東京都
アート市場活性化担当	1 名	34 歳	京都府・東京都（二拠点）
企業誘致推進担当	2 名	58 歳 40 歳	東京都 神奈川県
公園利活用の推進担当	1 名	44 歳	神奈川県

（出所 京都市広報資料より DTFA Institute 作成）

2.3.2 企業立地促進プロジェクトの推進

① 「知」が集うオープン・イノベーション都市

「5 つの都市デザイン」のひとつ、「知」が集うオープン・イノベーション都市は、数多くの大学をはじめとする京都の「知」の集積に着目し、歴史ある企業、スタートアップ、大企業、中小企業、大学、市民、行政などの「知」が日常的に交流・協働し、互いの強みと弱みを補完しあうエコシステムを構築することで、新たな価値を創造し続ける都市を目指すものである。

その重要な要素となる状態はキーポイントと称し、以下のように描かれている。

1. 優秀な起業家やクリエイティブな人々が京都で生まれ、また世界から移住している。
2. 環境・エネルギー、医療・健康・介護、観光など社会課題解決型の成長産業分野において、付加価値の高い産業が創出されている。
3. 産学公連携による取組等を通じて知恵産業の森¹¹が創造されている。
4. 公園や森林の特色を生かし、民間活力の更なる導入が進んでいる。
5. 経営感覚を持つ職員を育成しながら、行政の事業への民間活力の導入と民間への切り出しを進め、課題解決型の産業が創出されている。

② 都市計画の見直しと企業立地促進プロジェクト（構想）

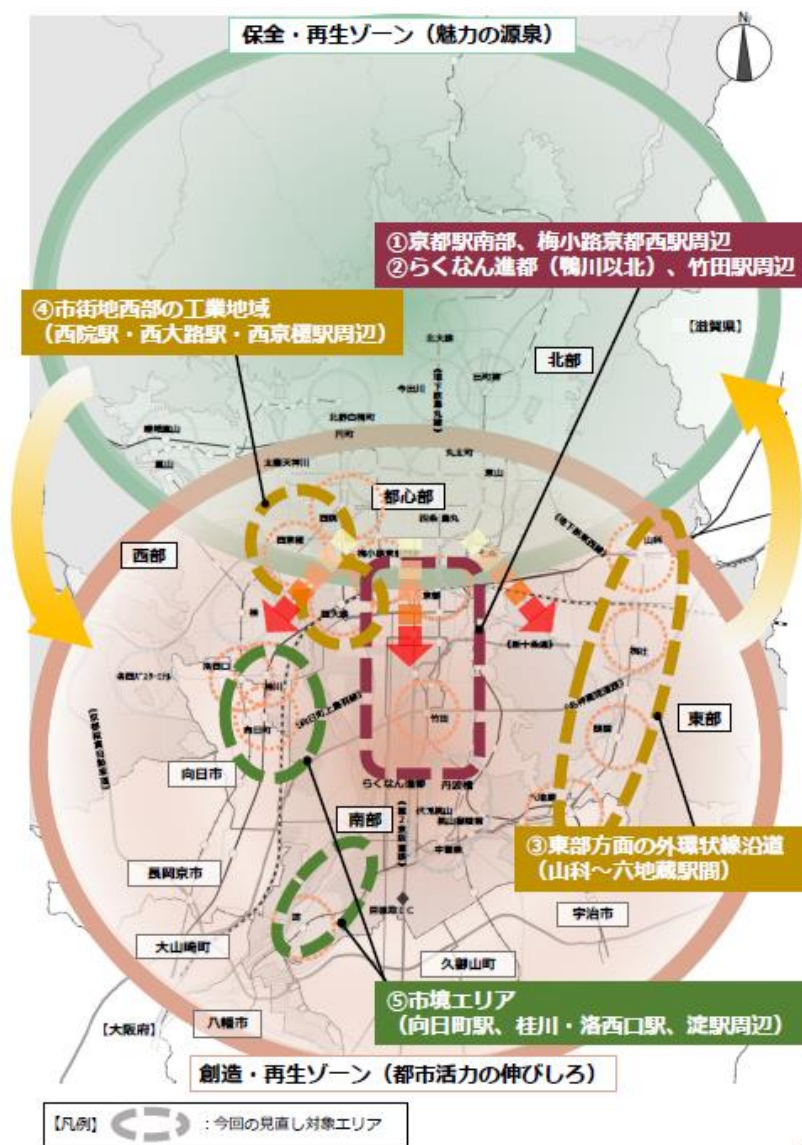
新たな企業、特に研究系の機能を誘致することは、そこに付随してさらに新たな「知」が

¹¹ 知恵産業の森：京都の地域特性や企業独自の強みを活かしながら「顧客創造」を目指す「知恵ビジネス」を発掘・育成し、伝統産業からハイテク産業まで多様な産業群が集積する状態。

外部から訪れるきっかけとなり得る。都市計画の見直しの結果、場所によっては新たにオフィスビル等を建設しやすく、企業誘致を促進できるし、若い世代が住みやすいマンションなどの立地環境が整うことも可能となる。特に市境付近などでは、境界線を挟んだ隣接市との間で高さ規制のあるなしが存在したことで、企業活動の投資しやすさにも影響が出やすい面もあった。

そのような中で 2023 年 4 月から施行された都市計画の見直しは、「都心部の熱を受け止める新たな拠点形成」や「若い世代をひきつける居住環境の創出」、「隣接市町との一体性・連続性」、「工業地域における多様な立地ニーズへの対応」といった点にねらいを定めたものである。

図表 28 都市計画の見直し対象エリア



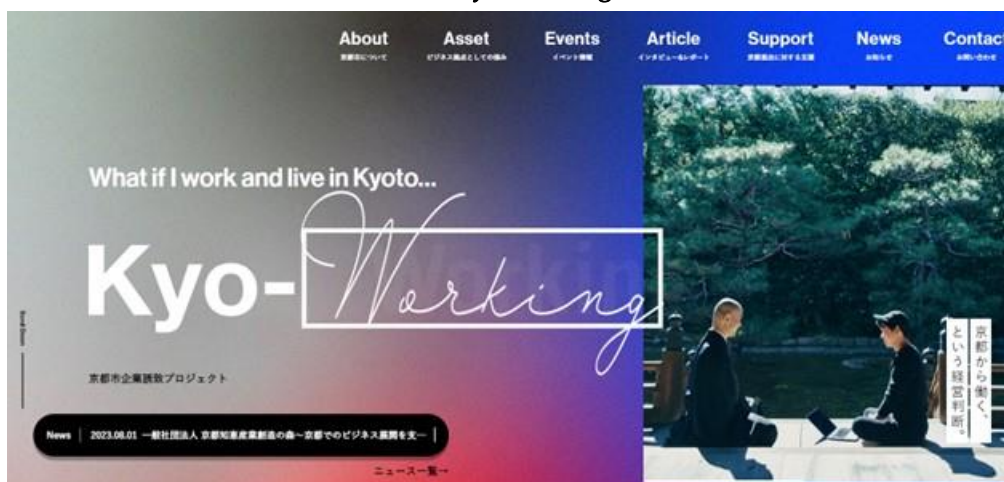
(出所 パンフレット「みんなが暮らしやすい魅力と活力のあるまちの実現に向けた都市計画の見直しについて」(京都市提供))

「知」が集うオープン・イノベーション都市の実現に向けた「リーディングチャレンジ」に位置づけられる「企業誘致プロジェクト」については、2022年4月に京都市企業立地促進本部が設置され、「保全・再生・創造」という京都のまちづくりの理念のもと企業立地促進についての議論を行ってきた。

そして、京都の景観の守るべき骨格の堅持を前提とした都市計画の見直しとの連動による取組を軸に「京都市企業立地プロジェクト（構想）」がまとめられた。「オフィス空間・産業用地の創出」と「企業立地支援」の両輪を方針とし、これに基づく2023年度からの具体的な取組は以下の通りである。

1. オフィス・ラボ誘導エリアにおける立地促進
 - ・ 都市計画の見直しを行う「京都駅南部」・「らくなん進都（鴨川以北）」をオフィス・ラボ誘導エリアに設定
 - ・ オフィス・ラボの建設や企業進出のインセンティブをパッケージ化して支援
2. 市内各地域に共通の立地促進
 - ・ 新規卒業生等の担い手（人材）確保の機会の創出
 - ・ 進出企業等のコミュニティ形成促進による定着支援
 - ・ 多様な都市計画手法の活用による立地促進
 - ・ 企業立地促進制度の充実
 - ・ 立地ニーズと不動産情報のマッチング
 - ・ 京町家オフィスのマッチング等の推進
3. 京都市のビジネス環境の魅力発信
 - ・ ビジネス拠点としての京都市の6つの強みを活かした誘致プロモーション
 - ・ ビジネス拠点としての地域の特性・ブランドを活かした誘致
 - ・ 市内のオフィスビル・コワーキングスペース等との協働による誘致
 - ・ 京町家オフィスで働く魅力の発信

図表 29 京都市企業誘致 Web サイト「Kyo-working | 京ワーキング」



(出所 「Kyo-working | 京ワーキング」 <https://kyo-working.city.kyoto.lg.jp>)

2.3.3 オフィス・ラボの誘導とネットワーキング

① 京都サウスベクトルの始動

2023年4月、京都駅南部に新たな拠点を創出するオフィス・ラボ誘導プロジェクト、「京都サウスベクトル」が始動した。

同年6月には東京都内において企業立地促進セミナー「ビジネス拠点へ 京都の挑戦」を開催。京都サウスベクトルをPRするとともに、京都市長や都市経営戦略アドバイザーを務める大学教授、京都にもオフィスを構える外資系コンサルティングファームの代表が登壇し、ビジネス都市としての京都の魅力や京都サウスベクトルへの期待などを語り合った。

このトークセッションでも言及されていたように、京都・大阪間の鉄道沿線には数多くのグローバル企業・事業所が立地している。ハードテックの企業も多く、世界的な潮流としてはソフトウェア中心に動いているようでも、半導体製造装置を含めたハード面で重要な役割を担う企業が集積しているこの京都一帯は価値の高いエリアである。

多種多様な企業群の中には、仏壇仏具から精密機械へ、焼物からセラミックへ、娯楽用品からテレビゲームへ、伝統を守りながら常に

新しい視点を取り入れ、時代に合わせてカスタマイズしてきた企業、世界をリードする革新的な企業も少なくない。これもビジネス拠点としての京都の大きな魅力である。

そして、近年の京都駅周辺には「都心部の経済的な熱」が波及してきている。京都駅中央口側では中央郵便局の移転に伴う再開発によって大型複合ビルの建設が予定されている。駅南側付近では2017年以降ホテル進出が相次いでいるとともに、駅東部エリアでは2023年に市立芸術大学・市立美術工芸高校が移転・開校。これと隣接する市有地の活用（SDGsの実現と文化芸術都市・京都の未来を共に創造・発信する交流共創拠点の整備）も進行中である。

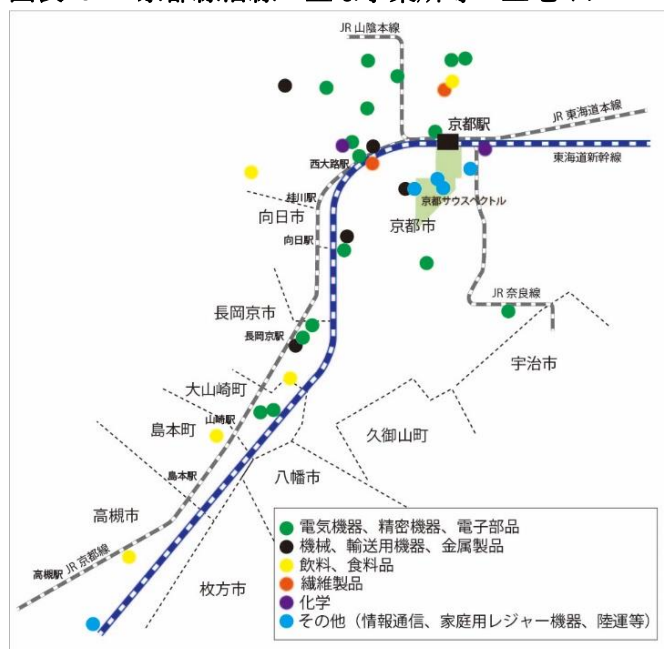
さらに駅東南部エリアでは2024年度の完成を目指して市有地を活用した複合文化施設

図表 30 プロジェクトのロゴ



(出所 京都市提供)

図表 31 京都線沿線の主な事業所等の立地イメージ



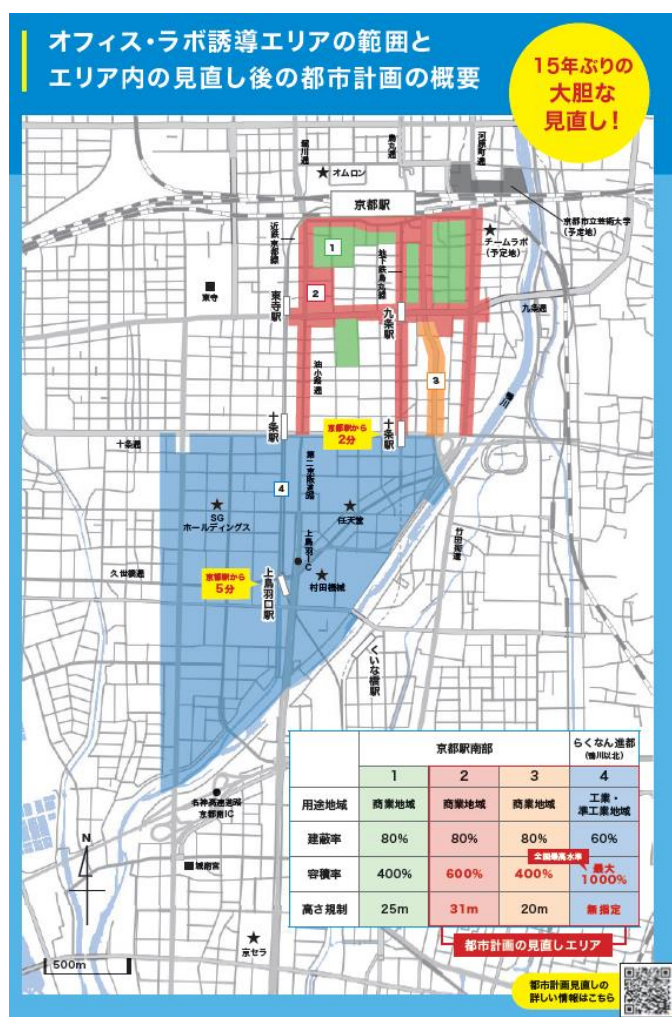
(出所 地図情報等より DTFA Institute 作成)

(デジタルアート制作企業などによる体験型アートセンター)の整備が進められている。文化芸術と若者を基軸とした新たなまちづくりが動いており、地域のクリエイティブ性の発揮に大きな期待と関心が寄せられている。

② オフィス・ラボの立地誘導

このような京都駅周辺の立地を活かした動きを加速させ、大規模オフィスの不足という京都の課題を解決するのが、15年ぶりの都市計画の見直しとインセンティブ施策の集中展開からなるプロジェクト「京都サウスベクトル」である。建築物の高さ制限や容積率規制等を大幅に緩和するとともに、各種補助金制度やニーズに合わせた伴走支援などの充実、新卒採用やインターンの確保など企業の人材確保支援によってオフィスビルや研究施設の立地を誘導する。京都駅周辺のエリア一帯が生まれ変わるとともに、この熱をさらに南側の「らくなん進都」へとつなげていくものとなる。

図表 32 オフィス・ラボ誘導エリアの範囲とエリア内の見直し後の都市計画の概要



(出所 パンフレット「京都サウスベクトル」(京都市提供))

③ 地域内外の人がつながるプラットフォームへの期待

オフィス・ラボの立地によってさらに集まってくる地域内外の人々がいかにつながり、そこから新しい価値を生み出すか。都市経営戦略アドバイザーから指摘を受けていることとして、京都は外部人材とはもとより、京都の者同士、内部人材同士がつながっていないことが少なくないという。そのため内部同士かつ外部ともつながるカオス的な場が必要であるとして、2022年から京都市が共催する「京都イノベーションスタジオ」というプラットフォームを展開中である。ここでは、各界のトップランナー等と交わるセッションによって、“自分が京都市長だったら何をする？”といったところから熱い議論が交わされており、その熱が市外の人たちにも伝播する。また2023年6月には民間主催の大規模なスタートアップカンファレンスが京都で開かれ、そこでのセッションでも「最先端技術×伝統的技術」といった議論がなされたりしている。

老舗企業の歴史を見ても、他の地域の出身者が京の都へやってきて創業したり事業を大きくしたりしてきた例がある。また京都には大学が多く、全国から学生が集まってくる。国内外から様々な観光客がやってくる。京都は人を受け入れることに寛容なまちなのだ。そして京都は外部からいろいろな事物を取り入れて発展してきたまちでもある。不易流行の言葉通り、本質的なものを守りつつ、新しい変化を恐れない土壌のある都市だといえる。プラットフォームには、その京都で何かやりたい、ビジネスを考えたいと訪れる人たちも参加しやすく、ネットワーキングできる緩いつなぎの場として機能することが期待されている。

また、各種経済団体が集結し、「交流と融合の場の提供」をコンセプトとする京都経済センターには、京都府・京都市・産業界によって設立された一般社団法人の運営するオープンイノベーションカフェ「KOIN」が設置されており、起業・事業拡大・共創など多様なビジネスニーズに応え得る出逢いの場となっている。

これらと同時に、企業誘致 Web サイト「Kyo-working」で発信しているような京都での新しいワークライフスタイルに賛同する人々、東京・京都の二拠点生活者や PC ひとつで場所にとらわれることなく働くような人々などの、コミュニティ形成に向けた事業にも取り組んでいく予定としている。

3.創造的交流が生まれやすい都市の姿の調査研究

本章では、地域が外部（企業や人材）とのつながりを持ちやすく、創造的な連携・交流が起り得る条件（イノベーション要素）を検討・指標化し、全国の都市（市町村）を同規模都市間などで比較しながら、「イノベーション都市」としての特性やポテンシャル等を整理・分析することを目的として、データベースを作成するとともに、前章で紹介した事例3都市の状況を見てみることにする。

3.1 地域内外の「つながりやすさ」を考える6つの切り口の検討

イノベーション要素の検討・指標化にあたっては、国土交通省による都市におけるイノベーション創出に係る指標（案）¹²を参考とし、外部人材の誘引や内部人材との交流促進に影響を及ぼし得ると想定される6つの切り口から53の指標を設定した。

図表 33 データベース作成のために設定した要素・指標

①人口集積要素		
視点	人が集まる、転出しにくい環境であること ▶ 定住人口の増加が見込みにくくなる中でも、人が集まる、流入する、出ていきにくいということは、住む・訪れる魅力を備えた環境でもある。	
指標	1)人口増減率	R2 国勢調査（総務省）
	2)市街地人口密度（可住地面積-耕地面積）	社会・人口統計体系（総務省）、作物統計調査（農林水産省）、R2 国勢調査（総務省）
	3)昼夜間人口比率	R2 国勢調査（総務省）
	4)中心世代人口割合	「20～49 歳」、R2 国勢調査（総務省）
	5)中心世代人口増減率	H27 国勢調査、R2 国勢調査
	6)コーホート人口変化率（児童・学生期）	2015「10～14 歳」⇒2020「15～19 歳」、国勢調査（総務省）
	7)コーホート人口変化率（大学・就職期）	2015「15～19 歳」⇒2020「20～24 歳」、国勢調査（総務省）
	8)コーホート人口変化率（就職期）	2015「20～24 歳」⇒2020「25～29 歳」、国勢調査（総務省）
	9)労働力率	R2 国勢調査（総務省）
	10)中心世代人口増減率	H27 国勢調査、R2 国勢調査（総務省）
	11)観光入込客数（/従業者1万人）	都道府県の統計や各自治体の資料など
②機能集積要素		
視点	創造的な活動を支えられる都市機能が集積すること ▶ イノベーションをもたらし得る「産業の創造性」は、クリエイティブ要素の強い産業の立地や、創造的な活動を支える都市機能・都市空間による。	
指標	1)事務所等面積（/従業者1人）	R3 年度固定資産の価格等の概要調書（総務省）
	2)大企業事業所数（/従業者1万人）	資本金3億円以上、R3 経済センサス活動調査（経済産業省）
	3)大企業従業者割合	同上

¹² 都市におけるイノベーション創出に係る指標（案）：イノベーションエコシステムのモデル仮説に基づいて作成された、都市のイノベーションを創出する環境を評価する指標。データソース：
https://www.mlit.go.jp/toshi/city_plan/toshi_city_plan_tk_000078.html

	4)創造性発揮が期待される産業 ¹³ _事業所数の割合(特化係数)	R3 経済センサス活動調査(経済産業省)
	5)大学・高専数(/従業者1万人)	キャンパス、校舎等。R3 年度全国大学一覧(文部科学省)
	6)博物館・美術館数(/従業者1万人)	R3 経済センサス活動調査(経済産業省)
	7)図書館蔵書冊数(/従業者1人)	社会教育調査を活用した地方公共団体のEBPM推進に関する調査研究(文部科学省)
	8)都市計画公園面積(/従業者1万人)	R2 都市計画現況調査(国土交通省)
	9)地価公示価格	商業地の平均価格(R5.1.1、国土交通省)
	10)地価公示平均変動率	商業地の変動率の平均値(R4~R5、国土交通省)
③創造性人材要素		
視点	新しいもの・ことを生み出せる可能性を秘めていること ▶ 知的に学び続け、新しい発想を試みることのできる人材、多様性のある交流がチカラとなり、また新たな人材を引き寄せる。	
指標	1)大卒・院卒者割合(中心世代)	R2 国勢調査(総務省)
	2)図書館貸出冊数(/従業者1人)	社会教育調査を活用した地方公共団体のEBPM推進に関する調査研究(文部科学省)
	3)就業女性割合(生産年齢人口)	R2 国勢調査(総務省)
	4)外国人割合	R2 国勢調査(総務省)
	5)創造性発揮が期待される産業 ¹³ _従業者数の割合(特化係数)	R3 経済センサス活動調査(経済産業省)
	6)専門的・技術的職業の従事者の割合	R2 国勢調査(総務省)
	7)研究者の従事者割合	同上
	8)デザイナーの従事者割合	同上
	9)文筆家・芸術家・芸能家(社会経済分類人口による割合)	同上
	10)所得金額(課税対象/納税義務者1人)	R4 年度市町村税課税状況等の調(総務省)
④ネットワーキング要素		
視点	外とつながり得る機会や人が存在すること ▶ 域外のステークホルダーとの積極的なつながりの構築によって、新たな外部人材や地域に必要なリソースがもたらされ、機会が拡大する。	
指標	1)国際会議開催件数(/従業者1万人)	国際会議統計・2012~2021年(日本政府観光局)
	2)ふるさと納税延べ寄付社数(/従業者1万人)	企業版ふるさと納税ポータルサイト・H28~R3年度(内閣官房・内閣府)
	3)包括的な連携協定件数(/従業者1万人)	地方自治体と企業の締結、インターネット検索(2023.6)
	4)地域活性化起業人の受入人数(/従業者1万人)	令和4年度における地域活性化起業人(企業人材派遣制度)の活動状況等(総務省資料)
	5)地域おこし協力隊の受入隊員数(/従業者1万人)	令和5年度の地域政策課の施策について(総務省資料)
	6)三大都市からの転入率	2022年 住民基本台帳人口移動報告(総務省)
⑤イノベーター要素		
視点	他者に影響を与えられる挑戦者が存在すること ▶ 新しいもの・ことを興す人や企業が数多く存在することで、交流を通じて他者への良好な刺激を与えられる。	

¹³ 創造性発揮が期待される産業：ファッション、食、コンテンツ、工芸・クラフト、住まい、観光・交流、アート・カルチャーの7分野をクリエイティブ産業と見なし、各分野に関連する製造業・卸売業・小売業・サービス業等を経済センサス小分類ベースで割り当て設定。当該都市での同産業の構成比を全国平均の構成比で除して特化係数を算出(全国=1.0)。

指標	1)新設事業所数 (/従業者1万人)	R3 経済センサス活動調査 (経済産業省)
	2)事業所の新設割合	同上
	3)地域未来牽引企業数 (/従業者1万人)	2023 年選定企業一覧 (経済産業省)
	4)ローカル10,000プロジェクト対象事業数 (/従業者1万人)	H24~R4 年度3月末交付決定事業 (総務省)
	5)創業支援事業 創業者数 (/従業者1万人)	創業支援等事業計画の支援実績 (中小企業庁)
	6)特定創業支援事業 創業者数 (/従業者1万人)	同上
	7)大学発ベンチャー企業数 (/従業者1万人)	大学本部ベース、R3 年度産業技術調査 報告書 (経済産業省)
	8) J-Startup 企業関連施設立地件数 (/従業者1万人)	J-Startup 選定企業の各種事業所 (本社、支社、営業所、研究拠点等) 検索 (2023.6)
	9)特許出願件数 (/従業者1万人)	RESAS 企業活動マップ (2023 年1月)
⑥受入・交流空間要素		
視点	手軽な連携交流や活動のための場が充実すること ➤ 域外の人材が気軽に訪れることができ、内部人材との接触可能性の高い環境ができている。	
指標	1)サテライトオフィス数 (/従業者1万人)	地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査 (総務省) 令和3年度末時点
	2)コワーキングスペース数 (/従業者1万人)	インターネット検索 (2023.6)
	3)テレワーク用施設数 (/従業者1万人)	地方創生テレワーク HP (内閣官房・内閣府)
	4)メーカーズスペース、ファブラボ数 (/従業者1万人)	インターネット検索 (2023.6)
	5)民泊施設届出数 (/従業者1万人)	各自治体 HP 届出一覧等
	6)喫茶店数 (/従業者1万人)	R3 経済センサス活動調査 (経済産業省)
	7)集会施設の合計延面積 (/従業者1万人)	社会教育調査を活用した地方公共団体の EBPM 推進に関する調査研究 (文部科学省)

(出所 DTFA Institute 作成)

3.2 都市ポテンシャルの見える化

3.2.1 データベース作成の対象都市

データベースでは、複数の都市をグループ化し、同カテゴリー内で前述の各指標の数値を偏差値化することで、任意の特定都市の「イノベーション都市」としての特性を浮き彫りにする。比較対象とする都市は、東京都23区を除く全国の市町村から以下のような考え方で設定した。

図表 34 対象とする都市

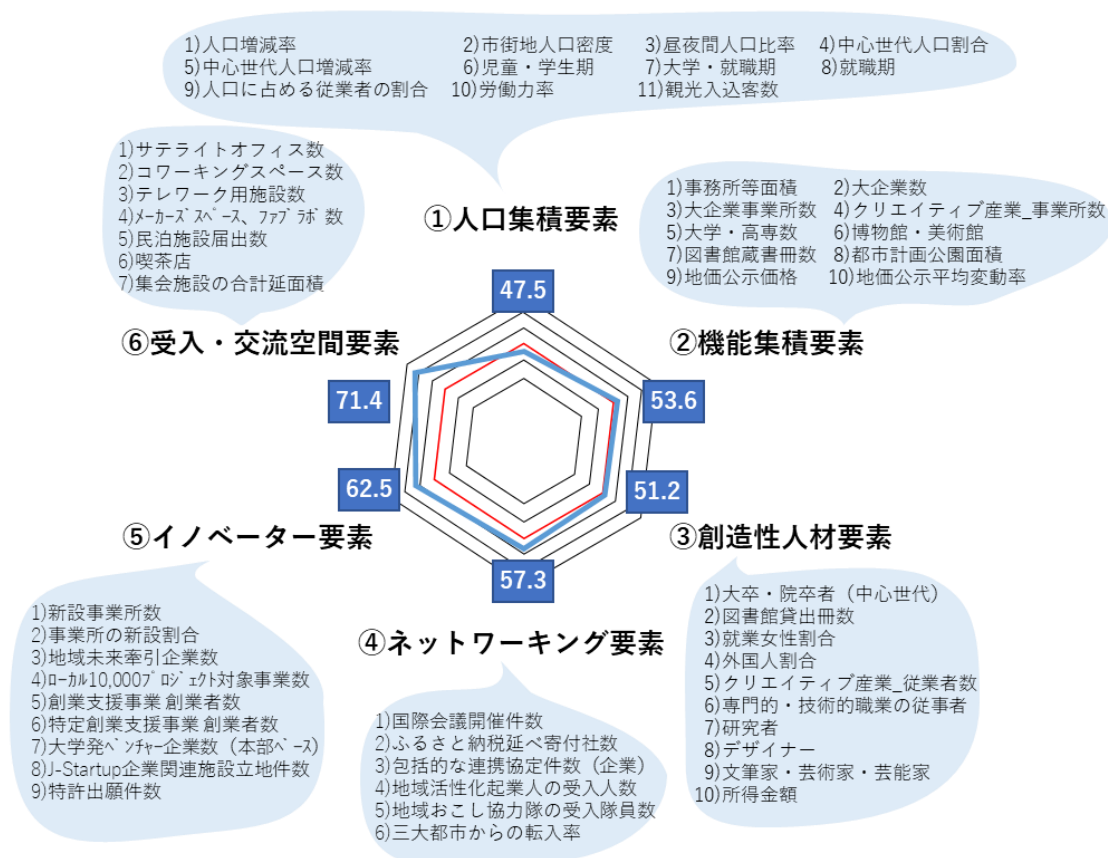
カテゴリー	設定の考え方	都市数
重要な拠点都市	全国の政令指定都市	20 都市
地方の中心都市	全国の中核市と候補市	74 都市
地域の中心都市	DID 人口1万人以上で都市雇用圏を形成する中心および副中心都市 (上記2カテゴリーを除く)	121 都市

(出所 DTFA Institute 作成)

3.2.2 アウトプットのイメージ

同カテゴリ内での都市間比較結果は、各指標の偏差値を要素ごとに平均化して都市ごとのポテンシャルを「見える化」する。

図表 35 アウトプットのイメージ



(出所 DTFA Institute 作成)

なお、本調査研究で言及している「イノベーション都市」には基本的に絶対条件がなく、各要素・指標はあくまでも必要条件や十分条件として構成されていること、また都市の環境・状況によって有利・不利が生じ得る指標もあること、さらに同じ指標であっても見方によってプラス面・マイナス面の双方があり、必ずしも当該指標値の大きさが正とは限らない場合もあることに留意が必要である。そのため、指標ごとに同一都市カテゴリ内での順位も便宜上付記するものの、順位そのものに大きな意味があるわけではないと考えている。

3.2.3 ポテンシャルに基づく各都市の分布例

6つの要素のうち、偏差値平均が55以上のもの、50以上55未満のものがそれぞれいくつあるかによってプロットすると、各カテゴリ内での都市分布は以下のような結果となった。

図表 36 カテゴリ「地域の中心都市」における富士吉田市の位置

平均偏差値 50以上 55未満の 要素の数	6								
	5	●							
	4	●●●●							
	3	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●					
	2	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●●●	●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●●	●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●● ●●●●	●		
	1	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●		
	なし	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●		●
		なし	1	2	3	4	5	6	
平均偏差値55以上の要素の数									

(出所 DTFA Institute 作成)

図表 37 カテゴリ「地方の中心都市」における鳥取市の位置

平均偏差値 50以上 55未満の 要素の数	6								
	5	●●●							
	4	●●	●●						
	3	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●					
	2	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●		
	1	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●	
	なし	●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●● ●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●●●●●●	●	
		なし	1	2	3	4	5	6	
平均偏差値55以上の要素の数									

(出所 DTFA Institute 作成)

図表 38 カテゴリー「枢要な拠点都市」における京都市の位置

平均偏差値50以上55未満の要素の数	6							
	5							
	4	●●●	●●					
	3	●●	●	●				
	2	●	●●					
	1	●●		●			●京都市	
	なし	●	●●●					
		なし	1	2	3	4	5	6
平均偏差値55以上の要素の数								

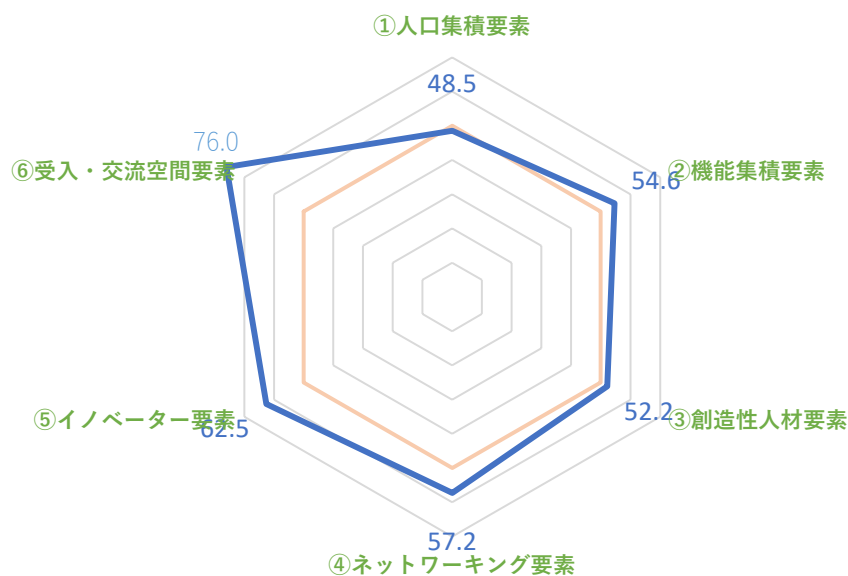
(出所 DTFA Institute 作成)

3.3 事例都市の試行結果

3.3.1 山梨県富士吉田市のケース

富士吉田市は「地域の中心都市」の категорияに属し、比較対象は全 121 都市である。6 要素のバランスを見てみると、特に「⑥受入・交流空間要素」(偏差値 76.0) や「⑤イノベーター要素」(偏差値 62.5) などに強みが含まれている結果となった。

図表 39 富士吉田市の都市ポテンシャル

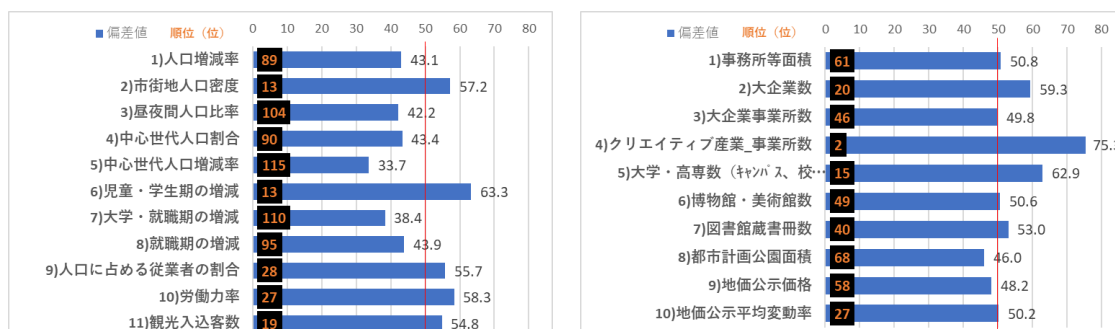


(出所 DTFA Institute 作成)

「①人口集積要素」の評価は全体的に低めに出ているが、まちとしては市街地人口密度が高く、コンパクトなまとまりのある様子である。児童・学生期の人口は流入しているものの、大学・就職期にはまちを出る人が多い。従業者や労働力の割合は比較的高く、人口が減少する中でも多くの交流人口を受け入れ観光地としての市場を形成している点が強みである。

「②機能集積要素」では特にクリエイティブ産業(事業所数)の特化係数が高いところに特徴がある。また大学・高専の校舎等の立地数にも優位性がある。

図表 40 「①人口集積要素」(左)、「②機能集積要素」の内訳詳細(富士吉田市)

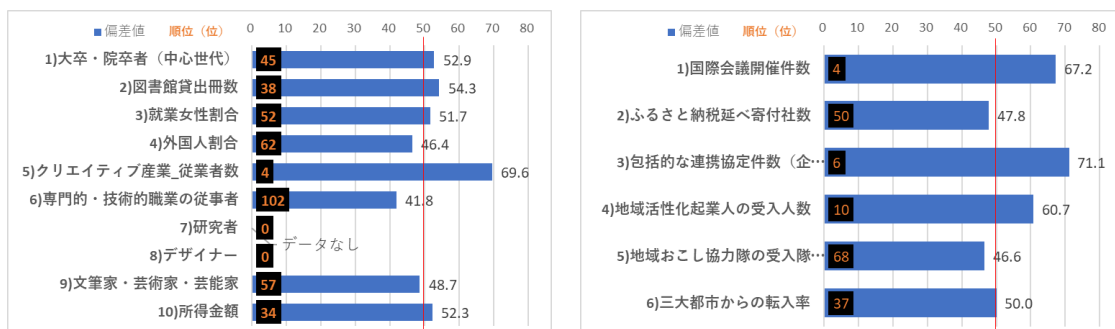


(出所 DTFA Institute 作成)

「③創造性人材要素」においてもまた、クリエイティブ産業（従業者数）の特化係数が高い。これを分野別でみると事業所数・従業者数ともに繊維工業の含まれる「ファッション」や「観光・交流」に特化していることがわかる。これに対して「コンテンツ」や「工芸・クラフト」分野での産業立地はあまり進んでいない状況である。

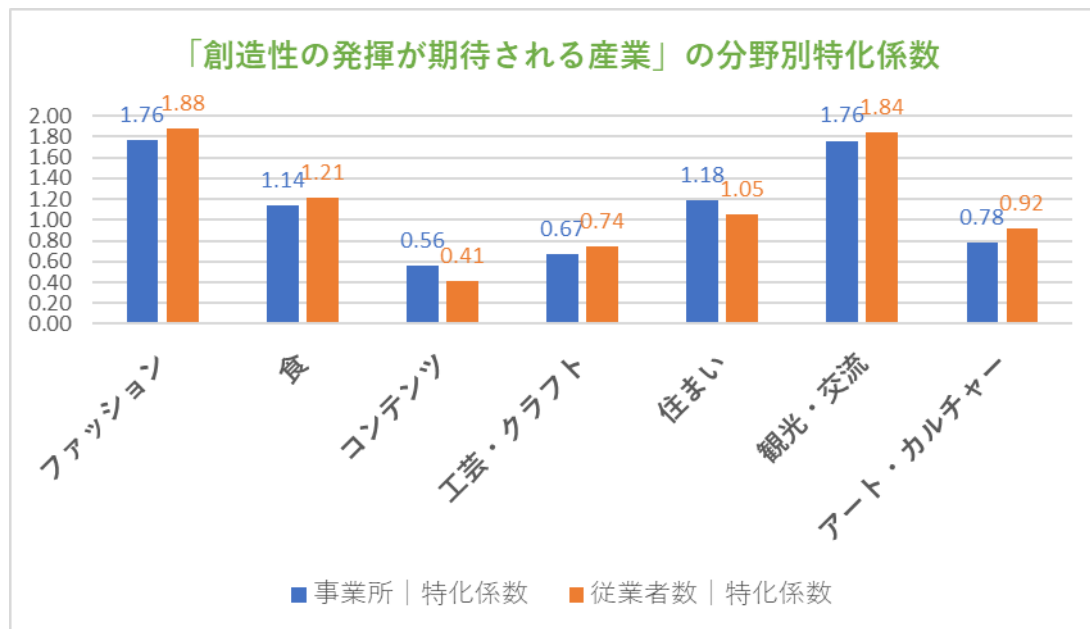
「④ネットワーキング要素」では国際会議の開催が多く、自治体と企業との包括連携協定の締結や地域活性化起業人の受入など、雄大な富士山を擁する環境や知名度、東京からの好アクセスなどを背景として積極的に企業人材との接点を持っている様子である。

図表 41 「③創造性人材要素」(左)、「④ネットワーキング要素」の内訳詳細(富士吉田市)



(出所 DTFA Institute 作成)

図表 42 クリエイティブ産業の分野別特化係数(富士吉田市)



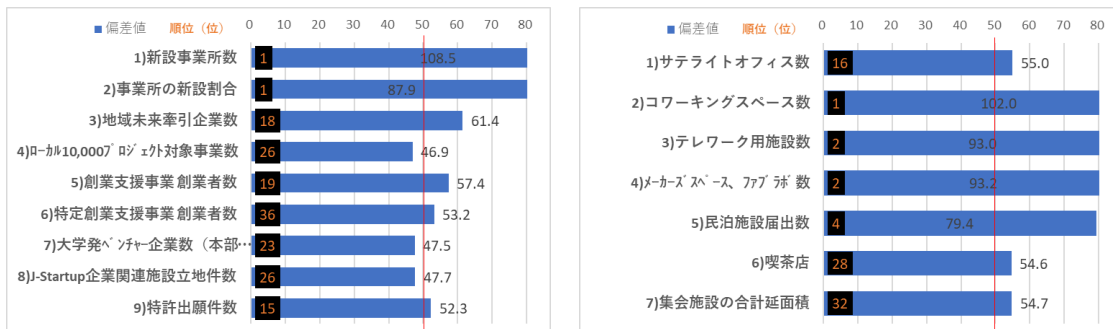
(出所 DTFA Institute 作成)

「⑤イノベーター要素」では、新設事業所数と事業所の新設割合が非常に高く出ており、新しい事業所の立地の進んでいる点が大きな特徴となっている。さらに創業支援事業によ

る創業者数も比較的多く存在していることから、起業・創業マインドを持ったチャレンジャーがいるものと推察される。

「⑥受入・交流空間要素」を見ると、コワーキングスペース、テレワーク用施設、ファブラボといったワーカー向けの物理的条件が充実している様子であり、「富士吉田市まるごとサテライトオフィス」事業の方向感とも合致する。また民泊施設届出数も多く、他者を受け入れる土壌を有していることが考えられる。

図表 43 「⑤イノベーター要素」(左)、「⑥受入・交流空間要素」の内訳詳細 (富士吉田市)

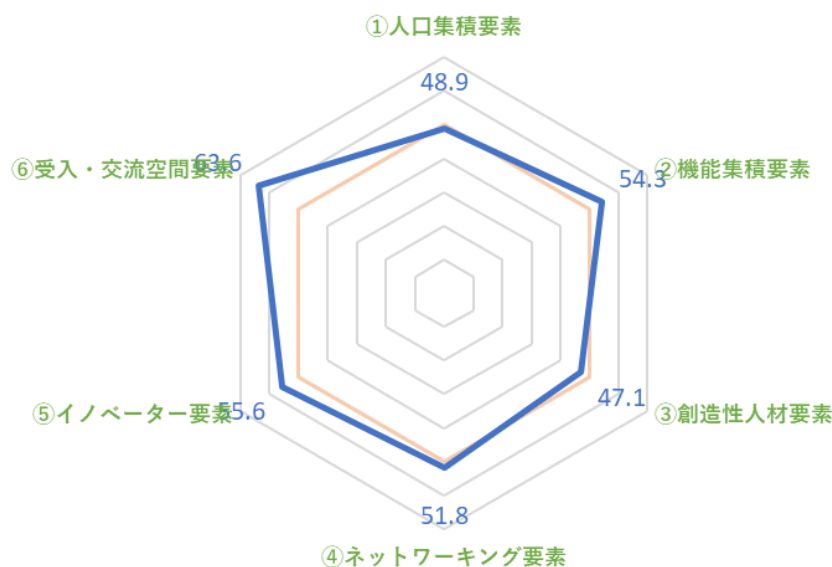


(出所 DTFA Institute 作成)

3.3.2 鳥取県鳥取市のケース

鳥取市は「地方の中心都市」の категорияに属し、比較対象は全 74 都市である。6 要素のバランスを見てみると、ひとに関する要素（①人口集積要素と③創造性人材要素）で偏差値 50.0 を下回っているが、「⑥受入・交流空間要素」（偏差値 63.6）や「⑤イノベーター要素」（偏差値 55.6）などに強みが含まれている結果となった。

図表 44 鳥取市の都市ポテンシャル

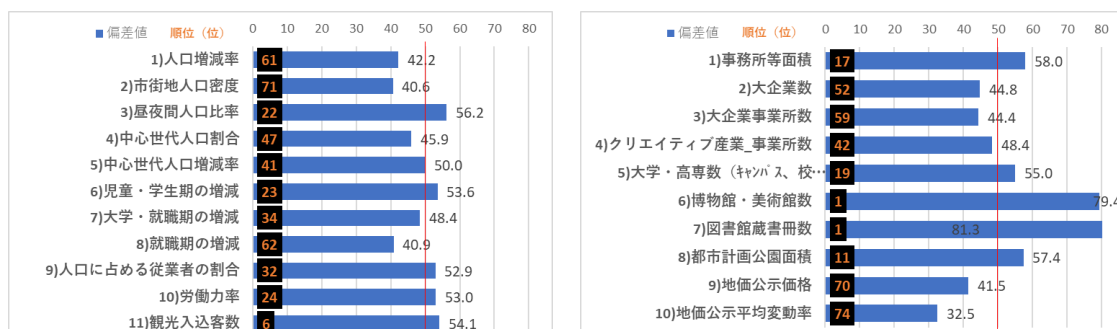


(出所 DTFA Institute 作成)

「①人口集積要素」の評価は全体的に低めに出ている中でも、近隣から通勤・通学者の集まる中心性を有している（昼夜間人口比率）。児童・学生期の人口が少なからず流入しているものの、就職期には人口が流出する傾向にある。また観光都市としての特色を持ったまちでもある。

「②機能集積要素」では特に博物館・美術館の立地、図書館の蔵書冊数など文化面での施設の充実が目立っている。

図表 45 「①人口集積要素」（左）、「②機能集積要素」の内訳詳細（鳥取市）

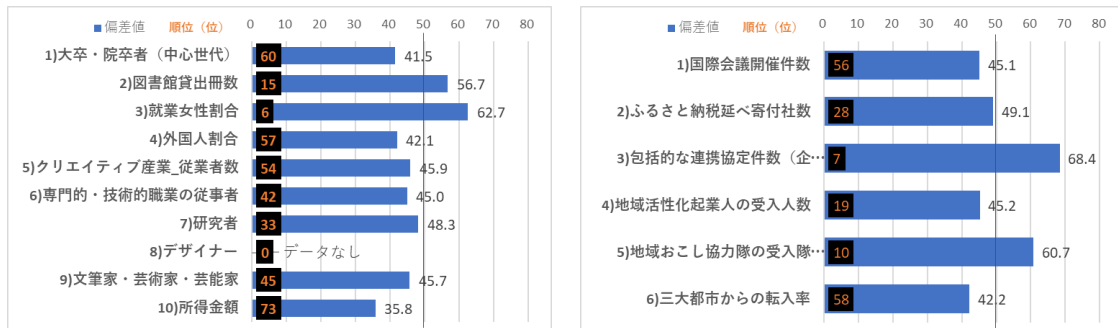


(出所 DTFA Institute 作成)

「③創造性人材要素」では、働く女性が多い点、図書館での貸出冊数が多い点などに特徴がある。ちなみにクリエイティブ産業は事業所数・従業者数とも全国平均を下回る分野が多いものの、博物館・美術館等の多さとも関連して「アート・カルチャー」の分野での特化が見られる。

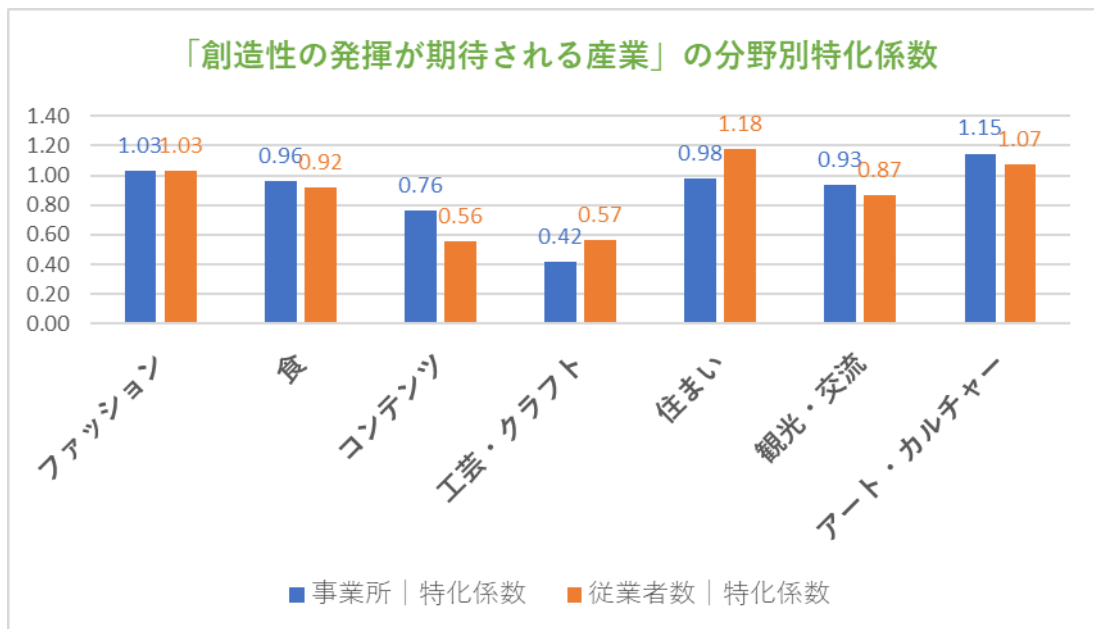
「④ネットワーキング要素」では、企業との包括連携協定の締結や地域おこし協力隊の受入などの形で外部人材とのつながりを活用している様子が見られる。なお、事例で紹介した鹿野地域においても、本年度よりいんしゅう鹿野まちづくり協議会の職員として地域おこし協力隊の採用を開始している。

図表 46 「③創造性人材要素」(左)、「④ネットワーキング要素」の内訳詳細 (鳥取市)



(出所 DTFA Institute 作成)

図表 47 クリエイティブ産業の分野別特化係数 (鳥取市)

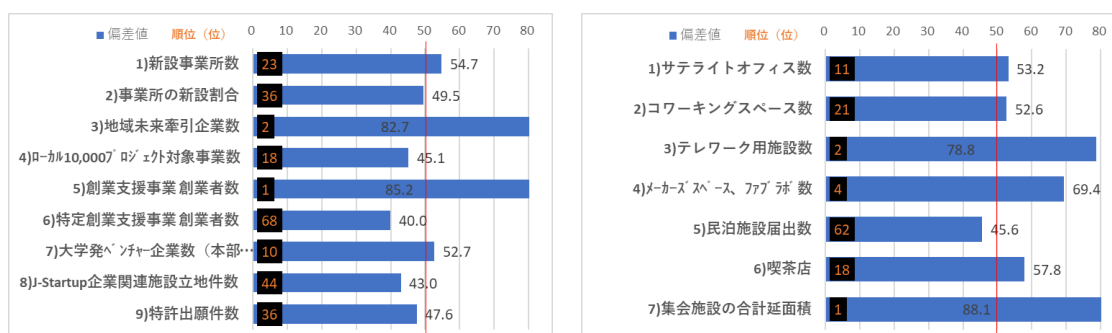


(出所 DTFA Institute 作成)

「⑤イノベーター要素」では、地域未来牽引企業や、創業支援事業による創業者の数が特に多い点が特徴であり、新設事業所数も比較的多いことから創業支援などの施策が充実していることが推察される。

「⑥受入・交流空間要素」はかなり充実していると考えられ、特に鳥取市のワーケーション促進・活用施策のベースとなるテレワーク用施設やファブラボなどのワーカー向けの施設のほか、公的な集会施設が充実しており、合併時に各自自治体が保有していた公共施設を引継いだ結果のひとつとも見られるが、地域住民等が身近で利用できる活動の場が備わっているとの解釈もできる。

図表 48 「⑤イノベーター要素」(左)、「⑥受入・交流空間要素」の内訳詳細(鳥取市)

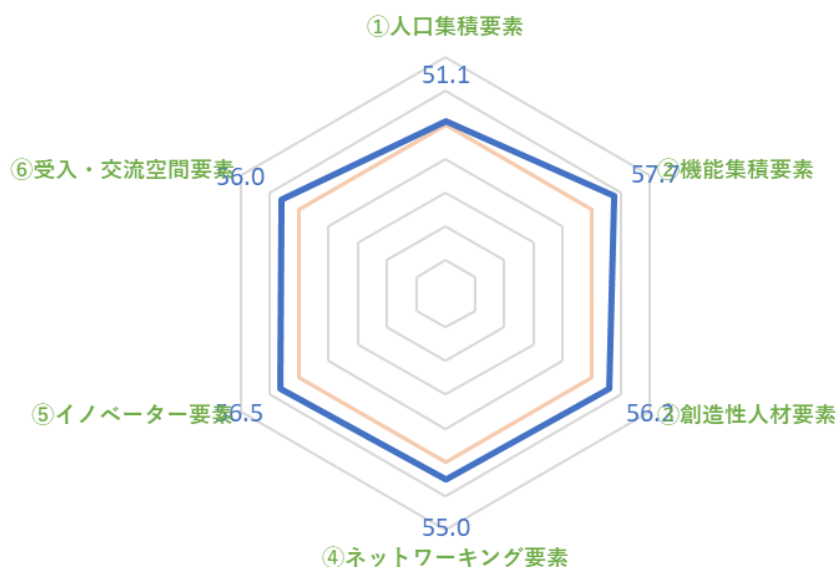


(出所 DTFA Institute 作成)

3.3.3 京都府京都市のケース

京都市は「枢要な拠点都市」の категорияに属し、比較対象は全 20 都市である。先に「ポテンシャルに基づく各都市の分布」の項でも見たように、6 要素のうち 5 要素までが偏差値 55 以上となる結果となった。

図表 49 京都市の都市ポテンシャル

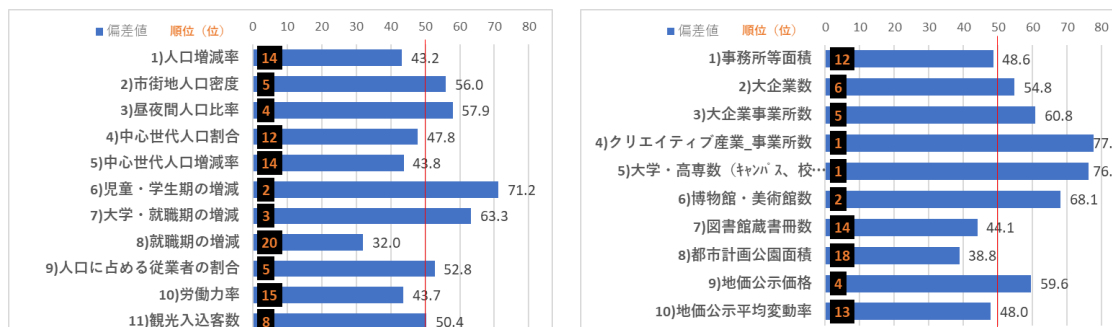


(出所 DTFA Institute 作成)

「①人口集積要素」では、総人口や中心世代人口は減少しているものの、コンパクトなまちに近隣から人が集まる状況である。児童・学生期や大学・就職期の人口は多くの人が流入してきている一方で、就職期には市外へと流出する傾向が強いと見られる。

「②機能集積要素」では特にクリエイティブ産業（事業所数）、中でも「工芸・クラフト」分野の特化係数が高く、大学・高専の立地、博物館・美術館の充実など、まさに「知」や文化を取り巻く環境面に大きな強みがある。事務所等面積から見るとオフィス規模は比較的小さいものの、大企業の事業所数には優位性がある。

図表 50 「①人口集積要素」(左)、「②機能集積要素」の内訳詳細 (京都市)

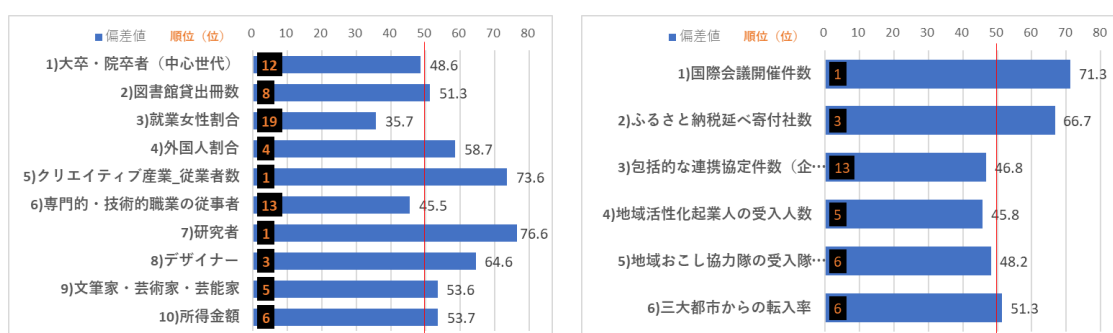


(出所 DTFA Institute 作成)

「③創造性人材要素」においてもクリエイティブ産業（従業者数）の特化係数が高い（特に「ファッション」や「観光・交流」、「工芸・クラフト」）。あわせて研究者やデザイナーといったクリエイティブな人材が多く集積するとともに、外国人割合が大きい点で人材の多様性がうかがえる。

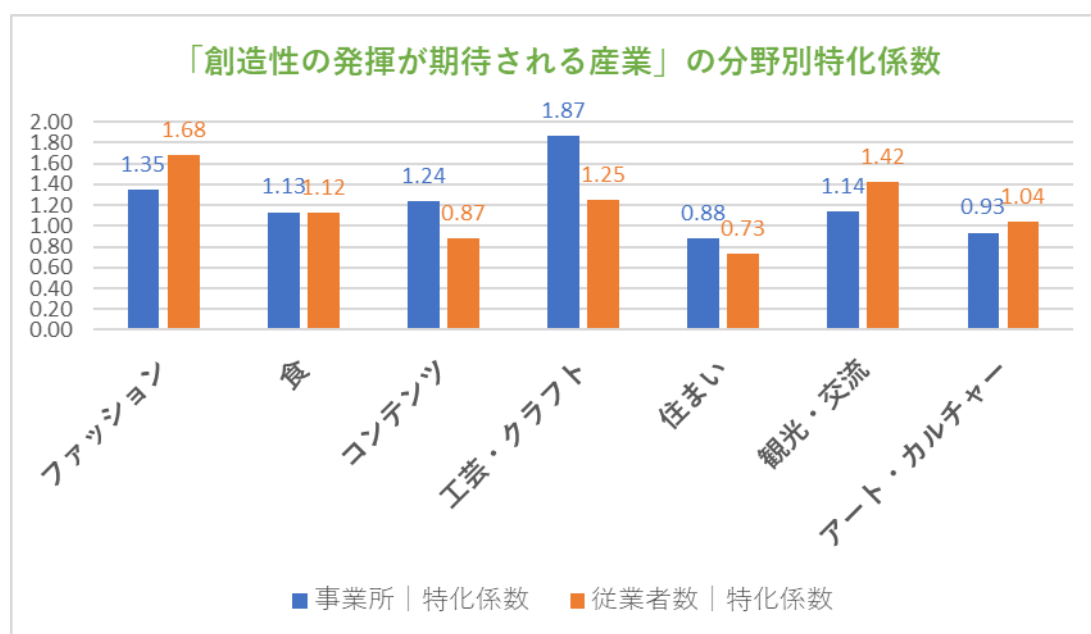
「④ネットワーキング要素」では、世界に通じる著名な観光都市として国際会議の開催が多くなっており、様々なカンファレンスの開かれることで情報が集まり価値をつくり出すことのできる環境の強みになっているとも考えられる。また外部とのつながりという点では、企業版ふるさと納税の寄付社数が多いことなどに特徴がある。

図表 51 「③創造性人材要素」（左）、「④ネットワーキング要素」の内訳詳細（京都市）



(出所 DTFA Institute 作成)

図表 52 クリエイティブ産業の分野別特化係数（京都市）



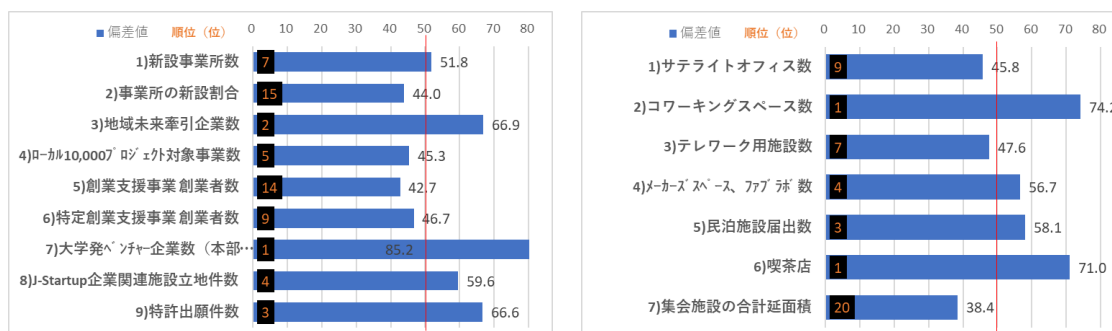
(出所 DTFA Institute 作成)

「⑤イノベーター要素」では、大学の立地に加えて「知」を活用した結果としての大学発

ベンチャー企業の創業・操業により、都市の強みが一層強固なものとなっている。また地域未来牽引企業や特許出願件数などの面でも「知」の集積によるアウトプットのひとつと見て取れる。

「⑥受入・交流空間要素」は、コワーキングスペースや喫茶店数などが充実しており、個人や少人数での作業や会議、休息など創造性の発揮に資する場がヒューマンスケールのまちなかに立地している様子が見える。

図表 53 「⑤イノベーター要素」(左)、「⑥受入・交流空間要素」の内訳詳細(京都市)



(出所 DTFA Institute 作成)

おわりに

地域にイノベーションを起こし得る内外の「創造的な交流」をテーマに掲げた本調査研究では、外部人材が活躍するまちづくりの一端を垣間見るとともに、地域が外部に提供する価値やそのあり方についての示唆を得ることができた。

富士吉田市の事例からは、地域外からのクリエイティブな人材の挑戦が共感する内外の人たちとの協働・共創を呼び、楽しみながらまちをつくるという関係が生まれている様子をうかがえた。外部人材が“出る杭”として打たれることなく受け止められ、空き家のリノベーションをはじめとする「場づくり」のプロセスから内部人材が関わることで、まちの顕著な変化を間近で実感し、新しい変化への期待を増幅させることにつながっている。

鳥取市の事例では、広義でのワーケーションを通じて外部人材をまちづくりに巻き込んでいく可能性を見た。単なる仕事の間として地域を開放するだけではなく、参加者と地域との双方が成長でき、それが都市の未来につながる関係構築までをデザインした取組である。その中心には、熱意のある地元住民のコミュニティが“熱源”として存在しており、そこに蓄積された機能や活動成果が外部人材に訴求する働きもある。

京都市の事例は、これらの外部人材をはじめとする「知」を誘引するために、都市全体を俯瞰する中で環境を変える仕組みである。地域の強みや弱みを熟知したうえで、強みを最大限に引き出すことのできる方策を採用する。その過程でもターゲット層に近い外部人材の「知」を取り入れることで、マーケット目線に立った事業推進が可能となっている。

データに基づくこれら3都市の姿は、必要と考えられる指標のすべてが優れているというわけではなく、地域産業やワーカー向けの施設、地域の有望な企業・事業所、大学や研究者、創業者等の人材など、比較的特化している都市の特長と結び付いた取組を推進している点を確認できた。また各事例に共通して見られるように、自治体と企業・大学とのつながりからの人材やノウハウ等によって取組が支えられる部分もある。いずれも鶏と卵の関係のようではあるが、少しでも地域と外部人材との接点を増やせるような場や仕掛けを増やすこと、そこで構築される関係を見逃さず、地域の中に取り込むことから可能性が広がる。

なお、本調査研究で作成したデータベースは、都市の強みや弱みがどこにあるのか、それを強みや弱みと認識すべきかどうか、そのように認識する理由は何かなどを探索し、施策を検討していくうえでの端緒を開くツールとして活用していくことが考えられ、今後もブラッシュアップ等を図っていくこととしたい。

最後に、富士吉田の富士山や織物、鳥取の鹿野まつり、京都の都市格といった住民が大切にしたいと思う、守り続けてきた資源やプライド、データには直接的には表れにくい人の感情を伴う地域の特色もまちづくりの原動力のひとつであると改めて確認できたことを付言して本稿を終える。

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ グループ合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約 30 都市に約 1 万 7 千名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける 100 を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約 9 割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来 175 年余りの歴史を有し、150 を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約 415,000 名の人材の活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、DTTL、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。また DTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。

© 2023. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.