

広島都市圏の活性化に向けた調査・検討
調査・検討結果について(報告書)

平成25年5月

地域政策局都市圏魅力づくり推進課

【目次】

1 背景・経緯	…1
(1) 広島県の発展に繋がる広島都市圏の活性化	
(2) 広島都市圏の活性化に向けた調査・検討の実施	
2 各種調査結果	…4
3 広島都市圏の活性化に向けた基本的な考え方	…91
(1) 活性化の着眼点 ～多様な人材の集積，人材を惹きつける魅力的な都市環境～	
(2) 都市環境の分野	
(3) 人材を惹きつける都市環境とは ～都市の魅力強化の必要性～	
4 「都市の魅力」強化に向けた施策の体系整理	…101

1 背景・経緯

(1) 広島県の発展に繋がる広島都市圏の活性化

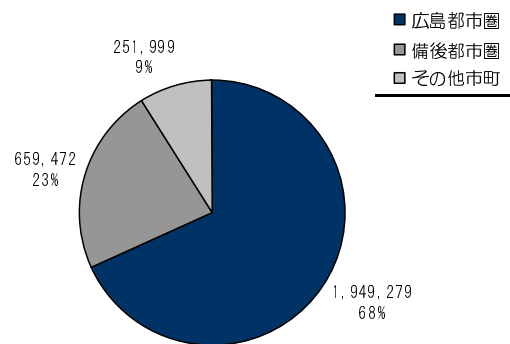
地域間競争が激化する中、広島県が持続的に発展するためには、県内の人口や経済活動の7割が集中する広島都市圏【※】の活性化を図るとともに、周辺都市や中山間地域が有する強みや機能を強化し、その相乗効果による地域の活力を生み出していくことが必要。

人口減少・少子高齢化や経済活動を始めとするグローバル化など、広島県を取り巻く社会情勢には急激な変化が起こっている。

こうした変化に対応し、広島県が自立かつ持続的に発展するためには、県内の人口や経済活動の約7割が集中し、本県発展の牽引役として重要な役割を担う広島都市圏について、広域的に波及効果のある都市基盤の整備など、中枢拠点性の更なる向上や国内外の人や企業を惹きつける魅力づくりを進め、その活性化を図るとともに、周辺都市や中山間地域が有する強みや既存機能を強化し、これらの相乗効果による地域の活力を創出することによって、国内外の都市・地域との競争を勝ち抜く必要がある。

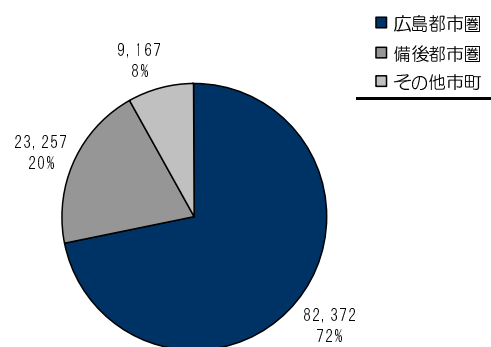
広島県における人口の状況

(単位:人)



広島県における域別総生産の状況

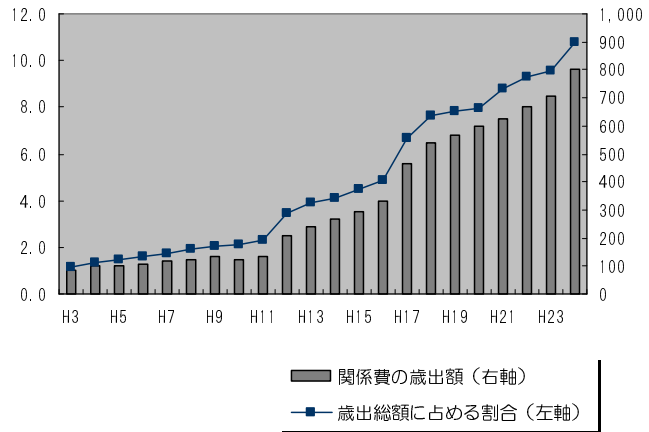
(単位:億円)



(出典: H22年国勢調査を基に作成)

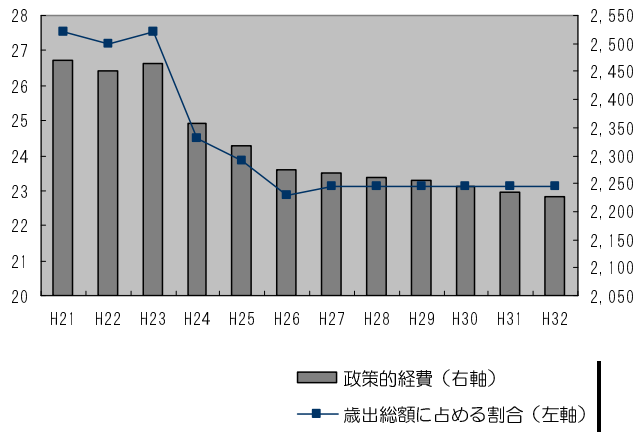
一方、長引く景気低迷や高齢化による社会保障費の増大などに伴う財政の硬直化により、広島都市圏の活性化に向けた取組み等に対して投資することができる資源は限られていることから、一層の「選択と集中」を図るべく、戦略的な取組みが不可欠となっている。

広島県における福祉医療関係費の推移 (単位:左軸-% 右軸-億円)



(出典:「広島県の財政状況 (H24.11.30公表)」を基に作成)

広島県の財政収支見通し(政策的経費) (単位:左軸-% 右軸-億円)



(出典:「今後の財政収支見通し等について (H23年度~H32年度)」を基に作成)

※ 広島都市圏: 広島市への通勤流出率が5%以上となる市町(広島県内のみ)が連坦した地域(広島市, 呉市, 大竹市, 東広島市, 廿日市市, 安芸高田市, 江田島市, 府中町, 海田町, 熊野町, 坂町, 安芸太田町, 北広島町)

(2) 広島都市圏の活性化に向けた調査・検討の実施

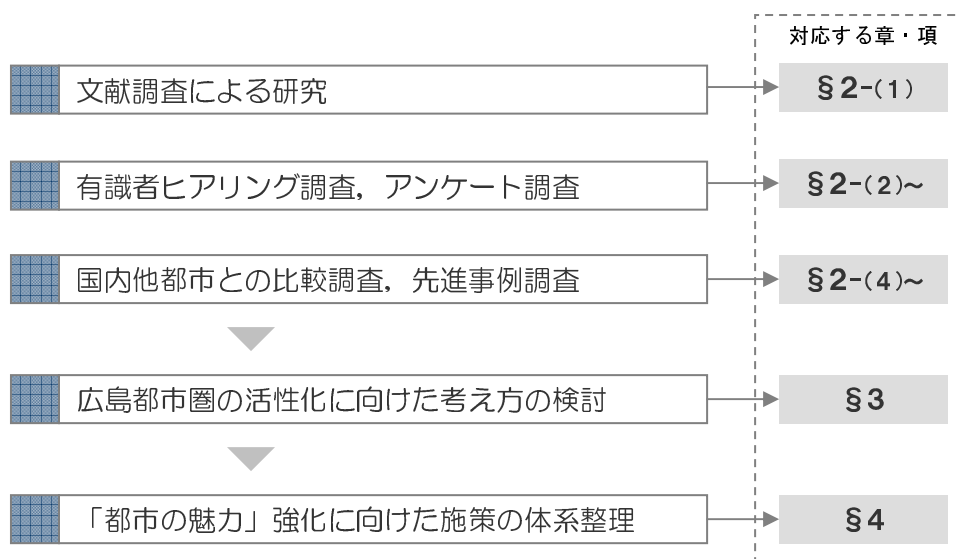
広島県全体の発展を牽引する広島都市圏の活性化に向け、チャレンジビジョンで定義される「イノベーションを通じた経済成長」が持続的に創出される状態の実現のために、どういった施策に「選択」と「集中」を行うのか、様々な角度からの検証を行うとともに、今後の施策推進方向性について、体系的な取りまとめを行うことを目的とした、「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」を実施。

「ひろしま未来チャレンジビジョン」においては、「将来にわたって、『広島に生まれ、育ち、住み、働いて良かった』と心から思える広島県の実現」を基本理念に、イノベーションを通じて県民が夢と希望を持てる経済成長を実現し、一人ひとりが安心して健康に生活し、生きがいを持って暮らすことのできる社会、一人ひとりが、それぞれの価値観に基づいた満足を実現できる社会を目指すことにしている。



これからの、人口減少社会の中にあっては、これまでの発想や手法にとらわれことなく、新しいアイデアで、モノや情報、仕組みなどを組み合わせることによって新たな価値を創造していくこと、すなわち「イノベーション」が、地域の活性化を図るために不可欠な要素だと言える。

調査・検討の流れ



2 各種調査結果

広島都市圏の活性化に向け、活性化に繋がる施策等の取組み方向性を明らかにすることを目的として、文献調査による研究、有識者ヒアリング調査、アンケート調査等を行った。

(1) 文献調査による研究

①チャールズ・ランドリー

ランドリー氏は2000年に上梓した「創造的都市 (Creative City)」のなかで、創造都市というコンセプトを掲げる。彼は、世界は品質重視からデザイン重視に移り、競争力の源泉は創造性にシフトしている。各都市はこれまで以上に、その創造性を醸成するような都市基盤を整備すべきだと主張する。また、創造都市のコンセプト、都市基盤の整備において次のような言及を行っている。

- ・「創造都市というのは、人々が自分の能力を発揮できる多様性をもった場だと思います。すべての人達がそういう活動のできるようなところです。そして、すべての人たちをエンパワーメントするような都市、場です¹。」
- ・「創造的環境 (クリエイティブ ミリユ) をいかに作り、運営していくかが重要。特に、芸術文化の持つ創造性は、雇用の創出、地域住民の創造性の刺激、都市のアイデンティティ維持、持続可能な都市づくりなどにおいて効果が高い²。」
- ・「創造的環境とは、それがビルディング群であれ、要するに一つの場所のことである。それは、一連のアイデアや発明を生み出すための「ハード面の」都市基盤や「ソフト面の」都市基盤という点で、必要な前提条件を含んでいる。(中略)「ハード面の」都市基盤とは、リサーチ・センター、教育施設、文化施設やその他の出会いの場などの、一連のビルや施設、そして輸送施設や健康・保養施設といったサポート・サービスだといえる。「ソフト面の」都市基盤とは、物事を結びつける構造や、社会的なネットワーク、コネクションや人々のやりとりなどからなるシステムのことである。(中略)このようなネットワークには、次のようなものも含めてよいだろう。すなわち、クラブや、バーやインフォーマルな団体の定期会合、あるいはビジネス・クラブやマーケティング協会のような共通の利害を持つネットワーク、そして公的・私的なパートナーシップなどである³。」

出所) 各種セミナーでの発言や各種文献

彼は、創造都市を評価する指標として、次のような10の項目を示しており、これらの項目は、彼が考える創造都市の条件として読み替えられる。都市環境として、学習環境や居住性について言及している点に注目すべきである。

1 世界創造都市フォーラム2007 in OSAKA におけるチャールズ・ランドリーの発言より引用。

2 佐々木雅幸・NIRA 編「創造都市への展望」(2007) を参考にNRI作成。

3 チャールズ・ランドリー著・後藤和子訳「創造的都市 (Creative City)」より引用。

- ・「政治・公共の枠組み」
市民が創造性を発揮出来ているか、政策決定のプロセスに市民が参加出来ているか、ルールがきちんと分かりやすく説明されているのか、そのルールが新たな情勢の変化に対応しているか。
- ・「都市の持つ独自性、多様性、活力、表現力」
都市の独自性あるいはアイデンティティ
- ・「開放性、寛容性、参加可能性」
新しいアイデアや異なったルールに対してどういう見方や接し方をしているか。
- ・「創造的な才能を育む学習環境」
図書館や大学は市民に開かれているか、特に大学はその都市の多様な部門と協力しているか。
- ・「コミュニケーション、ネットワークの在り方」
特に外部とのコミュニケーションはどうなっていて、ネットワークはどのように構築されているか。セクターを超えたつながりはあるか、グローバルなコネクションはあるか。
- ・「場所の作り方」
場所をどのように生みだしているか、そのつくり方はどのような方法なのか、お互いにインスピレーションを得るやり方になっているかどうか。
- ・「居住性」
健康やレクリエーションに配慮した施設はあるか、交通アクセスはいいのか、子どもたちの遊ぶ場所はあるのか、交通渋滞はどうか。
- ・「専門性と有効性」
都市についてプロフェッショナリズムを持っているか、そしてあなた自身が創造的に考え、自分の考えを具現化する形で創造都市を生みだしているか。

出所) 創造都市ネットワーク会議 (2012 年 2 月 4 日) におけるチャールズ・ランドリーの発言より引用

②経済産業省クリエイティブ産業課

我が国における経済産業省クリエイティブ産業課では、2012年にクリエイティブ産業に係る総合的なレポートを公開している。このレポートの1章をクリエイティブ・シティについて割いており、その必要性和、クリエイティブ・シティ形成に向けた方策について言及している。

本レポートによると、これまで各地域では、地域活性化において「ものづくりによる活性化(工場の誘致)」、「知的クラスターの形成による活性化」、「自治体のまちおこしによる活性化(地域資源の活用)」などの手法が取られてきたという。

「ものづくりによる活性化(工場の誘致)」では、自治体は、工場の誘致が税収の増加や雇用の拡大を期待し、企業に対し多額の補助金、税制優遇、インフラ整備などの支援を行ってきた。しかし、「産業がその地域に根付きにくい」、「工場の国内新設案件が減少しており、誘致可能な案件そのものが減少している」などの問題点が指摘されている。

「知的クラスターの形成による活性化」では、「自治体は、バイオやIT分野において技術革新を目指し、産業の集積やベンチャー企業の育成を進めてきた。」ものの、その活動は外部の企業や大学が主体となることから、地元企業の関与の度合いは低く、地元経済活性化の効果は限定的であるという。

また、「自治体のまちおこしによる活性化（地域資源の活用）」の手法に触れ、その効果を認めながらも、「クリエイティブ・シティ」というコンセプトによる地域活性化手法の可能性について言及している。

・「クリエイティブ・シティ形成に向けては、自治体、伝統産業（地元企業）、文化施設、地域住民が外部のクリエイターやプロデューサー、観光産業、企業、大学などと連携しながら、地域産品や自然・歴史という資源を活用していくことが重要である。」

出所) 経済産業省「平成23年度 知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業」より引用

また、クリエイティブ・シティ構築において、必要な事柄を6つの視点に分けて次のように言及している。

- A. 外部人材（クリエイター、プロデューサー）の誘致
 - ・外部人材のネットワーク化
- B. 多様な主体の参画と拠点の存在
 - ・民間、NPO、市民団体などへのプラットフォーム運営の委託
 - ・金融支援の実施（地銀、信金による融資環境、ファンドの創設等）
 - ・リノベーション（廃校、町家等）によるプラットフォームの形成
- C. 自治体のコミットメント
 - ・規制の緩和（または強化）
 - ・有望な組織への継続的な助成
 - ・政策のストックができる仕組みの構築
 - ・アクションプランの作成とモニタリング指標の設定
- D. 地域固有の資源の産業化
 - ・地域の食や伝統工芸・歴史、自然環境の産業化
- E. リーダーが育つ環境の整備
 - ・プロデューサー人材の育成
- F. 未来志向のムード
 - ・都市のブランド戦略の発信
 - ・メディアが一体となったPR
 - ・継続性のあるイベントの実施

出所) 経済産業省「平成23年度 知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業」を基に NRI 作成

③国土交通省「都市に活力を生み出す人材が求める都市環境に関する研究」

国土交通省国土交通政策研究所は2006年に「都市の活力を生み出す主体として「産業（企業）」とこれを担う「人材（個人）」に着目し、アンケート、インタビュー等を通じて都市環境に対するニーズを汲み取り、東京を始めとする我が国の大都市の都心がどうあるべきかを整理した「都市に活力を生み出す人材が求める都市環境に関する研究」というレポートを発表している。

そこでは、「都市の活力を生み出す人材を惹きつけるような個別エリアとして魅力の創出

～ナレッジワーカー・クリエイターの関心が高い都市環境の要素～」として次のような要素を挙げている。

(1) オン・オフの切り替え、リラックス・リフレッシュ、刺激等に関わる都市環境の要素)

- ・緑、水辺、自然、公園
就業地、居住地等の用途に合わせた整備や増設が必要
- ・古さ、日本的なもの、歴史的なもの
歴史的な建造物は、海外出身者を惹きつける要素であると同時に、これを活用することにより、リーズナブルな価格で魅力的な事務所スペースを提供することができる。
すなわち、古い建物を、伝統的な外観を残しつつコンバージョンすることで、安い賃料で提供することができ、ベンチャーや若者を惹きつけることができる。また、建築物の魅力向上における規制の強化・緩和は有効。
- ・閑静な環境
騒音対策（カラスや鳩への対策）にぎわい、狼雑さ
- ・アフター5にリフレッシュする場所
- ・文化的刺激
文化施設における曜日限定の利用時間の延長（例えば金曜日など）、割引等の柔軟な運営
- ・教育機関・学習施設
集めたいような人材を育成するような学校等の存在
- ・スポーツ、運動
身体を動かすことができる公園

(2) 利便性に係る都市環境の要素

- ・交通に係る利便性
- ・業務支援サービスの充実
銀行、本屋、コピーサービスといった業務に必要な機能
- ・24 時間活動を支える生活環境

出所) 国土交通省「都市に活力を生み出す人材が求める都市環境に関する研究」を基に NRI 作成

④国土交通省中国地方整備局「広島都市圏に必要なことを探る」

国土交通省中国地方整備局では、2005年に「広島都市圏等中枢都市比較検討委員会」を立ち上げ、「地方中枢都市圏である札幌・仙台・広島・福岡都市圏の社会経済、都市機能及び都市基盤等のデータの比較・分析を通じて、その特徴・課題を把握し、広島都市圏が発展する上で必要なことを探るために調査・検討」を行った。本調査は、広島都市圏で行われた各種調査のなかでも、最も広島都市圏を多面的に分析しており、導き出された結論は今でも十分に参考に値する。本調査では、最後に次のような6つの提言がされている。

- ・“若者が学ぶ都市”や“若者文化を育てる都市”など若者の定着を図る都市の魅力づくりが急務
広島においては、学んだ土地や出身地に定着し、仕事をする傾向があることから、「若者が学ぶ都市」というイメージの向上や“特色ある人材育成機能”の充実を図るとと

もに、若者を惹き付ける芸術・文化活動など、「若者文化を育てる都市」としての魅力づくりが急務である。

- ・ 芸術・文化活動（ソフト）や国際的知名度などを活かした“交流の活性化”が必要
広島の魅力を向上させるためには、芸術・文化活動のソフト面を充実し、芸術・文化性で人を惹き付けるとともに、「“ヒロシマ”という高い国際的知名度」や「特徴的な川や緑豊かな自然」などの恵まれた環境を活かして“国際会議”や“質の高い芸術・文化イベント”の開催など、国内外の人々が交流を活性化する取り組みが必要である。
- ・ 広島都市圏の強みである技術力や研究力を活かす“企業・技術・人材”の連携・交流の強化・充実が必要
広島都市圏の強みである高い産業ポテンシャルを起業等に活かすとともに、東広島市に集積している研究機能を都市圏全体に活かすため、産学官が連携する体制や仕組みづくりの強化など「企業・技術・人材」の連携・交流の強化・充実が必要である。
- ・ サービス業を伸ばすために“特色ある人材育成機能”や“創造性を育む環境”づくりが必要
専門性・協調性・創造性等を必要とするサービス業を伸ばすためには、「特色のある人材育成機能」の充実を図るとともに、文化・情報、都市の魅力、都市の美しさなど都市の質的向上を図り、「創造性を育む環境」を創ることが必要である。
- ・ 地理的特性である“コンパクト性”や“都心の豊富な自然”を活かした回遊性の高い都市づくりが必要
“コンパクトな都心に集積する多様な都市機能”と“都心近くの川・海・山等の豊富な自然”は広島の魅力として認知されている。これらの広島の魅力を活かし、若者の定着、都心への集客、観光振興などを図れるような複合的な魅力を持った都市づくりを進めるためには、魅力ある機能を連携する快適な歩行空間や公共交通機関の充実など、広島らしい回遊性の都市づくりが必要である。
- ・ 中心市内外に高次都市機能が分散している都市圏を“一体的に機能”させるための連携・交流ネットワークの強化が急務
分散している都市機能の適切な連携・分担により、都市圏を「一体的に機能」させるため、幹線道路網をはじめとした交通網の充実など、連携・交流ネットワークの強化が急務である。

出所) 国土交通省中国地方整備局「広島都市圏に必要なことを探る」より引用

⑤北海道大学 内田准教授

内田氏は「地域イノベーション戦略 ブランディング・アプローチ」(2009)のなかで、イノベーションの定義を「日本では「技術革新」と訳されることが多かったが、本来の辞書的な意味では「新しいものを取り入れること」あるいは「既存のものを変える」ということである。現代のようなサービス化が進んだ経済社会では、サービス・イノベーションなど、必ずしも技術の文脈に限定されないイノベーションのあり方が考えられるだろう。」と述べたうえで、イノベーション創出の要件について次のように言及している。

・「いまや地球的な規模で経営を行う大企業であっても、事業のはじまりは従業員数人規模の小さな企業からはじまっているはずである。ベンチャー企業を起こし、新しい価値を生み出すイノベーターとして、ゆくゆくは世界を相手に事業を展開したいという夢は、あらゆる起業家たちが共有しているであろう。その起業家たちが、事業を開始するにあたって、誰しもが考えなくてはならないことが「どこで創業するか」という問題である。さらに、首尾よく事業が発展した後では、新たに「どこへ進出するか」という課題が出てくるだろう。結局のところ、イノベーション力を備えた地域とは、こうした立地企業のひとつひとつに対して、優れた環境を提供し得る地域のことでないだろうか。」

・「起業家を生み出す社会はイノベーションの潜在力を持つ社会であると考えられる。したがって、ベンチャー企業を生み出す仕組みを社会が制度として整えるという動機が生まれる。また、ベンチャーを支援する機能を担う組織も必要で、その代表的担い手は、資金を提供するベンチャー・キャピタルや、専門的課題を解決するための法律事務所、会計事務所などである。また、銀行や証券会社は日常の融資や株式公開の場面ではなくてはならない存在である。(中略)ベンチャーズ・インフラの担い手としては、大学や研究機関の果たす役割も重要である。」

・「優秀なクリエイティブ・クラスを地域に招き寄せることができるのは、クリエイティブ人材が個人としてその地域に自らの居場所を確保できることを明確にイメージできるからであって、多くの人が平均的に魅力的だと感じる要素に惹かれてやって来るわけではないであろう。もし万人に普遍的な魅力がクリエイティブ人材獲得のカギであるならば、中規模都市は大都市には永遠に敵わないことになってしまう。」

出所) 内田純一「地域イノベーション戦略 ブランディング・アプローチ」より引用

⑥リチャード・フロリダ

リチャード・フロリダは、2002年に「クリエイティブ資本論 (The Rise of the Creative Class)」を、2005年に「クリエイティブ都市経済論 (Cities and the Creative Class)」上梓し、そのなかで「すべての人材ではなく、ある種のタイプ、すなわちクリエイティブな人材こそが経済成長の鍵」であると主張した。彼がここでいうクリエイティブな人材とは次のようなものである。

- ・クリエイティブ・クラスとよぶ人々は、「何か意味のある新しい形態を創造する」人々である。具体的には、「科学者、技術者、大学教授、詩人・小説家、アーティスト、エンターテイナー、俳優、デザイナー、建築家、ノンフィクション作家、編集者、文化人、シンクタンク研究者、分析家、その他オピニオンリーダー」等をスーパー・クリエイティブ・コアとしている。そして、これらスーパー・クリエイティブ・コアのまわりには「ハイテク部門、金融サービス、法律、健康などの部門の専門家やビジネス管理部門などの業種で働く」クリエイティブ・プロフェッショナルが存在する。
- ・「この種の仕事を人々は、しばしば、広範囲に 응용がきくようになる方法論や製品を生み出すが、それはもともとの仕事の通常業務では予定されていないことが多い。こうしたクリエイティブ・クラスが通常求められている仕事とは、何よりも自分で考えるということである。クリエイティブ・クラスは、標準的なアプローチを、ユニークな方法で状況に当てはめ、適用ないし組み合わせようとする。その結果、しばしば、まったく独立的に、自分だけの新しいアイデアやイノベーションを生み出す」

出所) リチャード・フロリダ著・小長谷一之訳「クリエイティブ都市経済論」より引用

彼は、「クリエイティブ都市経済論 (Cities and the Creative Class)」においてアメリカの各都市のクリエイティブ人材の集積度とその他の指標の相関関係を分析した。その結果、クリエイティブ人材の集積度とイノベーション創出には相関関係があることを明らかにした。

- ・「クリエイティブ・クラス」が多く集積する場所は、「イノベーション」の中心であり、「ハイテク産業」の中心として、上位にランクされることが多い。「クリエイティブ・クラス」の集積が最高の5位までの都市のうち、実に3つまでが、また同時に全米の「ハイテク地域」の上位5位までに入っている。さらに同じく、「クリエイティブ・クラス」の上位5位までの都市のうち、やはり3つまでが(1人あたり特許数ではかった)全米でもっとも「イノベティブな地域」の上位5位に入っている。同様に(学歴が大卒者以上の人口比率ではかった)「才能指数」で上位5位以内の地域は、「クリエイティブ・クラス」の集積地である(中略)「クリエイティブ・クラス」の立地場所を、「特許」「ハイテク産業」の比率に比較して私が行った統計的な相関分析の結果は、一貫して正であり、統計的に有意であった。
- ・「クリエイティブ中心地は、現代の経済的勝者である。そうした地域は、「クリエイティブ・クラス」の人口が高度に集積するだけではなく、「イノベーション」や「ハイテク産業」成長という形のクリエイティブな経済的成果が高度に生まれている。

出所) リチャード・フロリダ著・小長谷一之訳「クリエイティブ都市経済論」より引用

また、このようなクリエイティブ・クラスは居住地としての魅力、特に自分たちをクリエイティブな人間として認めてくれる環境を好んで集積するという。

・「クリエイティブ中心地は、天然資源や交通路線に近いなどの伝統的経済的理由によって繁栄しているのではない。クリエイティブ中心地は、地方政府がビジネスを誘致しようと減税や補助金などを破産するくらいたくさん出したから繁栄しているのでもない。クリエイティブ中心地は概して、クリエイティブな人たちがそこに住もうと思ったから繁栄しているのである。」

・「クリエイティブな人々は、こうしたクリエイティブ中心地に伝統的な理由でいくのではない。大抵の都市が建てようとする物理的なアトラクション、たとえばスポーツ競技場、高速道路、ショッピングモール、テーマパーク的な観光・歓楽地区などは、多くの「クリエイティブ・クラス」の人々にとって、関係ないか、不十分か、実際魅力がない。「クリエイティブ・クラス」の人々がコミュニティに欲しいのは、豊富な高品質の体験、いろいろな種類の多様性を受け入れる開放性、そして何よりも、自分たちをクリエイティブな人間として認めてくれる機会なのである。」

出所) リチャード・フロリダ著・小長谷一之訳「クリエイティブ都市経済論」より引用

彼の研究のなかで最も注目すべきは3つのTと呼ばれるコンセプトである。彼は、各都市の要素の相関を分析する中で、経済成長や所得の増加において、特に効果的な要素3つのT、すなわち、寛容性 (Tolerance)、才能 (Talent)、技術・ハイテク産業 (Technology) を発見した。彼がいう寛容性が高い地域とは、ボヘミアン指数 (作家、デザイナー、ミュージシャン・作曲家、ダンサー、アーティスト・パフォーマー、その他関連職業の特化係数)、ゲイ指数 (ゲイ人口比の特化係数)、メルティング・ポット指数 (人口1,000人当たりの外国生まれ人口)、文化的/ライフスタイル的アメニティの充実度、自然的アメニティ・環境の充実度が高い地域である。

・クリエイティブ・クラスの人材は、これらの重要因子の3つのすべてをそなえた場所に本拠地をもつといえる。この1つ1つの条件だけでは必要条件であって、十分条件ではない。いかなる地域でも、クリエイティブな人材を引きつけ、イノベーションを引き起こし、経済発展を刺激するためには、この3つ (寛容性、才能、技術・ハイテク産業) のすべてを備えなければならない。

出所) リチャード・フロリダ著・小長谷一之訳「クリエイティブ都市経済論」より引用

⑦文献調査による研究結果のまとめ

これまで、6つの主張を見てきた。本節では、これらを踏まえて、「イノベーション創出の考え方」、「イノベーション創出における要件」、「イノベーション創出に向けた有効な打ち手」について整理を行う。

イノベーション創出の考え方

- ・イノベーション創出においては、ベンチャー企業やそのための新しいアイデアを生むことのできる人材（クリエイティブ人材）が重要（全主張に共通）

イノベーション創出における要件

- ・イノベーション創出においては、創造的環境（クリエイティブミリュ）をいかに作り、運営していくかが重要（←①）
- ・中規模都市でのイノベーション創出においては、万人に対する平均的な魅力ではなく、特徴的な魅力が必要（←⑤）
- ・クリエイティブ人材の招致において、旧来型のインフラ開発はあまり効果が高くなく、豊富な高品質の体験、いろいろな種類の多様性を受け入れる開放性などが重要。（←⑥）

イノベーション創出に向けた有効な打ち手

- ・多様な人材が活動に参画できる拠点が必要。拠点の整備においては既存施設（特に歴史のある建造物）のリノベーションによる活用が有効（←②,③）
- ・教育施設のイノベーション創造における役割・拠点性は大きい（←①,③,④）
- ・芸術文化の持つ創造性は、雇用の創出、地域住民の創造性の刺激、都市のアイデンティティ維持、持続可能な都市づくりなどにおいて効果が高い。そのためにも文化的環境の整備が重要（←①,③,⑥）
- ・世界に情報発信できるイベントも効果的（←②,④）
- ・地域に根づく文化などの地域固有の資源を積極活用すべき（←①,②）
- ・まちづくりにおいて、自治体による規制の緩和や組織（特に非営利組織）の支援は有効（←②,③）
- ・都心における緑、水辺、自然、公園などの充実が重要（←③）
- ・最低限の交通に係る利便性の向上は必要（←①,③,④）

出所）NRI 作成

(2) 有識者ヒアリング調査

本調査・検討では、各領域の有識者から定性的に広島都市圏の特徴や強み・弱み、課題等を把握することを目的として、有識者ヒアリングを行った。

①ヒアリング調査の概要

有識者ヒアリングの対象者は、広島県内外で活躍している、学識経験者、企業経営者などとし、幅広いジャンルのプロフェッショナルに意見を聞くことで、広島都市圏の強み・弱みの仮説構築に活用しようとした。具体的なヒアリング対象者は次のとおりである。

- ・広島大学 地域経済システム研究センター長・教授 伊藤 敏安氏
- ・大阪市立大学大学院 創造都市研究科教授 佐々木 雅幸氏
- ・㈱電通 ビジネス統括局グループマネジメント推進室
シニア・プロジェクト・マネージャー 曾我 浩二氏
- ・東京大学 新領域創成科学研究科 教授 戸堂 康之氏
- ・大阪府立大学 21世紀科学研究機構教授、大阪市立大学都市研究プラザ特任教授
大阪府・大阪市特別顧問 橋爪 紳也氏
- ・社会システム・デザイナーIGREC 代表 横山 禎徳氏

(50音順)

出所) NRI 作成

これらの有識者には、それぞれの専門領域に特に関係する質問を行ったが、各有識者に共通して次のような質問を行った。

- ・イノベーション創出における要件
- ・広島都市圏の強み・魅力
- ・広島都市圏の弱み・課題
- ・広島都市圏が中長期的に目指すべき姿
- ・イノベーション創出に向けた有効な打ち手
- ・まちづくりにおける留意点

出所) NRI 作成

②有識者ヒアリング結果

有識者への項目別のヒアリング結果は次のとおりである。

イノベーション創出における要件

- ・(創造都市、イノベーション都市を目指している)各都市ともに中心施設がある。仙台はメディアテーク、そこが仙台のクリエイティブ関連の中心地になっている。金沢市、浜松市にも中心施設がある。都市の総合力が問われる時代になっているので、文化を産業化するための必要なインフラ、人材を養成する機関がないと厳しい。
- ・大学そのものが必要と思う。先端的な人を集めている沖縄科学技術大学院大学などいいのではないか。広島に、業績と給料が連動するしくみを取り入れた、世界的に見て普通の大学があれば、研究者を惹きつける力になると思う。
- ・クリエイティブ・シティの原則は、他の真似をせず、世界が注目するものを創ることである。レベルの中途半端な人ではイノベーションは起こせない。能力の高い人がいる分野のその企業だけを特別扱いするというように突き抜けると、スピード感が増す。

広島都市圏の強み・魅力

- ・愛知県、名古屋はデザイン業が少ないが、インハウスのデザイナーが多い。広島でもインハウスのデザイナーは多いかもしれない。
- ・広島は世界的なイメージがある。留学生には大坂よりも知名度がある。
- ・必ずしも広島都市圏は製造業が強くない。強いのは鉄と自動車
- ・預貸率は名古屋と並んで高かった。地元のお金が地元で還流している。この投資の仕組みを地元の活性化に活用したほうがいい。

広島都市圏の弱み・課題

- ・広島の文化的な発信力は十分でない。それが、広島はちょっと古い、面白い出来事が起きていないというイメージを与えている。
- ・文化的な環境は充実していないが、デザイナーは存在する。しかし、デザイン単独で動いても仕方がなく、産業連関を意識した動きが必要になる。

広島都市圏が中長期的に目指すべき姿

- ・イノベーションを起こすためにどの分野を選定するのか。広島の関係者に会わないと成功しない、最新情報が入手できないというような分野をつくり、何年か後にはアジアはまだ日本のハブとなる。
- ・強化する分野が可視化して伝われば、それに関係している人には広島が憧れの地となる。ソウルはデザインキャピタル。広島も何かの分野でキャピタルとなることを目指し、その分野では広島を除いて話が進められない状況を創り出すことは、目標としてわかりやすい。

イノベーション創出に向けた有効な打ち手

- ・クリエイティブ人材がどのような人か明確ではないが、六本木ヒルズを広島のにしたような何か中心となるものがあればいいと思う。
- ・ものづくりに基盤をおいて、それらをどう差別化するかが重要。ものづくりとサービスを組み合わせると何か実験ができる都市づくりというのが県の役割ではないか。
- ・機械工業の伝統があるので、アイデアを持っている人のアイデアを形にする、そのような人を呼ぶ。例えば、自動車、医療工学、バイオの分野が有力なのではないか。
- ・医療特区として華々しく取り組んでも必ず上手くいくとは限らない。ただ、医療費が議論されているように、医療は手の届くものになってきているため、医療分野の可能性は大きいと思う。
- ・中堅の技術者やデザイナーが来るような場が必要。このような人は常駐して貰う必要はない。一時的に来てもらい、広島の弱い部分を補ってもらえばよい。

- ・地元、国内外の人に集ってもらって、交流を通じて新たな知識を創造するようなプラットフォームが必要。
- ・都市圏として弱いのは若者が少ない点。広島大学が移ったことで、若者が減った。広島駅周辺にサテライト・キャンパスを積極的に作ったほうがいい。県立大学、広島大学も遠いので、教員が中心部に出向いて行って、教えるような機関が必要なのではないか。
- ・(人材集積を) 持続可能なものにするためには、特化した大学がいいと思う。産業と直結して大学や研究所などがあり、そこに勝手に学生が集まってくることが効率的である。芸術分野であれば、いろいろな問題はあと思うが、発表の場とセットで「広島芸術大学」をつくるのが考えられる。
- ・大学とか育成機関と発表の場(出口)というのは親和性が高いのではないか。5年、10年続くと、〇〇産業が広島にあるという状態になるような。
- ・世界ナンバー1を決めるイベントと言われるものが広島にもあればいいと思う。広島に行けば評価され、広島からサクセスストーリーが始まり、その人が活躍すれば広島の名を背負ってもらう。
- ・失われたものが復活するとモチベーションが上がる。次世代のスポーツアスリートなどのナショナルトレセンを集積させて、スポーツ王国の復活を図る。かつての栄光を取り戻す場合は、根拠はあまり必要ない。課題解決型の取り組み方法もある。ごみ集積、荒廃跡地をクリエイティブ施設にリノベーションするなど、迷惑施設をクリエイティブなものに変える。

まちづくりにおける留意点

- ・地域ブランド、地域イメージの視点が少し弱いのではないか。この点の強化においては民間の力だけでは限界があるので、行政が行う意味があるのではないか。
- ・県が思いつきでこれがいいといっても、(経済界を巻き込めていないと)意味が無い。尖らせる施策と、経済界から出てくる施策との両睨みでもいいかもしれない。
- ・取り組みの当初から、将来的な産業への波及を意識しておかないといけない。
- ・広島ではアニメーション都市の議論があったが、ヴァリューチェーン、産業関連の議論がなかったので、なかなか根付かなかった。産業関連をいかに意識するかが重要。
- ・大規模未利用地の活用という土木的発想から抜け出さないといけない。スカイツリー規模でやるならともかく、単なるショッピングセンターなら、3年経てば後は苦勞するだけ。
- ・何を県がやるべきで、何を本気でやるか。もう少し絞り込む必要がある。
- ・クリエイティブ人材とはどのあたりの人を指すのか。知的産業か、文化芸術か。具体的に何を狙っていくのかをはっきりすることが必要である。
- ・住環境もいいし、都市と田舎がそれほど離れていないという広島の魅力は、他の地方都市にもあるため、それらの魅力を上手く活用していく仕掛けが必要。

出所) 有識者ヒアリング結果を基に NRI 作成

③有識者ヒアリングのまとめ

これらのヒアリングの中から、イノベーションの創出において特に留意すべきと思われる点や、複数の有識者が共通して言及していた点は次のとおりである。

- ・イノベーション創出に向けては、他都市と差別化された世界におけるトップレベルの要素が必要。
- ・そのためには強化すべき要素の選択と集中が重要。
- ・世界的知名度は広島都市圏の強力な強みである。
- ・また、自然との近接性も活用次第で強みとなりうる。
- ・一方、広島都市圏の文化的な発信力は十分でなく、補強が必要。
- ・優秀な人材のアイデアを形にできるような都市を目指すべき。
- ・イノベーション創出においては、人材交流における拠点となる場や、中心部における特定の分野に絞ったサテライト・キャンパスの整備が重要。
(ただし、ハードからではなくソフトから発想することが重要)
- ・そのほか、世界に発信力のあるイベント実施も有効。
- ・計画策定の初段階から産業連関や経済界の巻き込みを強く意識すべき。

出所) NRI 作成

(3) アンケート調査

①アンケート調査の概要

本調査検討では、広島都市圏の特徴や強み・弱み、課題等を把握することを目的とし、広島県に関わりの深い方々にアンケート調査を行った。調査対象は多様な意見を収集するため、「①東京都在住の広島県出身者」、「②広島県内の企業経営者」、「③全国規模で事業展開する企業の県内支店長」の3つのセグメントとした。また、それぞれのセグメントにおける分析の視点は次表のとおりである。

分析の視点

セグメント	分析の視点
① 東京都在住の広島県出身者	広島県を熟知し、かつ東京都も知る方々による、客観的な広島都市圏の評価
② 広島県内の企業経営者	広島県を熟知した方々による、経済活動を行う上での広島都市圏の評価
③ 全国規模で事業展開する企業の県内支店長	広島県の知識もありながら、様々な都市の状況も知る方々による、各都市との比較による広島都市圏の評価

出所) NRI 作成

各セグメントへのアプローチ方法として、「①東京都在住の広島県出身者」は東京広島県人会会員の全会員に配布を行った。「②広島県内の企業経営者」は帝国データバンクより、広島都市圏の資本金 4,000 万円以上の企業の経営者の情報を抽出し、配布を行った。また、「③ 全国規模で事業展開する企業の県内支店長」は、広島商工会議所の支店長会の会員に向けて配布を行った。

調査票の送付は全て郵送で行い、2012年9月11日から2012年10月3日の間に、あわせて950サンプルを回収した。また、全体の回収率は約29%であった。最もサンプル数が少ない「③全国規模で事業展開する企業の県内支店長」のセグメントでも83サンプルが集まり、クロス分析に耐えうるサンプルを回収することができた。

アンケート実施概要

セグメント	配布対象	絞り込みの基準	配布数	回収結果	
				回収数	回収率
①東京都在住の 広島県出身者	東京広島 県人会会員	全会員	1,900	483	25%
②広島県内の 企業経営者	広島都市圏の 企業経営者	広島都市圏の資本金 4,000万円以上の企 業の経営者	1,219	384	32%
③全国規模で事 業展開する企業 の県内支店長	広島商工会議 所 支店長会	全会員	203	83	41%
合計			3,322	950	29%

出所) NRI 作成

全てのセグメントに共通して、基本属性や、居住・就労を行う視点からの広島都市圏の強み・魅力、他都市と比較した時の強み・魅力、弱み・課題、各要素の改善度合いなどを調査し、比較分析を行った。また、それぞれのセグメントが置かれた状況を前提として、固有の調査項目も設けた。調査項目の詳細は次表のとおりである。

アンケート調査項目(共通の項目)

- ・基本属性(居住地, 性別, 年代, 業種, 広島県での延べ居住年数) (SA)
- ・居住・就労を行う視点から, 広島都市圏の強み・魅力 (MA)
- ・居住・就労を行う視点から, 他の都市圏(札幌, 仙台, 福岡など)と比較して, 特に, 広島都市圏の強み・魅力, 弱み・課題だと思ふ項目(3つまで選択)
- ・居住・就労を行う視点から, 都市の魅力において最も重要だと思ふ項目(3つまで選択)
- ・多様な人材等の集積(誘致・育成)に向けた, 強化・改善の必要度合い(各項目を評価)
- ・広島都市圏の強み・魅力や, 広島都市圏の魅力向上に向けて強化・改善すべき都市機能 (FA)
- ・所属, 役職, 氏名, 電話番号, E-mail (FA)

出所) NRI 作成

アンケート調査項目(固有の項目)

セグメント	固有の調査項目
①東京都在住の 広島県出身者	<ul style="list-style-type: none"> ・県外に居住している理由, 将来的に, 広島県に戻り居住する予定 (FA) ・これまでビジネス展開をするにあたって, 重要であったと思われる都市機能 (FA) ・今後, 広島都市圏でビジネス展開をするとした場合に, 最も不足していると思われる都市機能 (FA)
②広島県内の 企業経営者	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで広島都市圏でビジネス展開をするにあたって有益であったと思われる広島都市圏の特徴 (FA) ・広島都市圏でビジネス展開をするにあたって, 現在, 最も不足していると思われる都市機能 (FA)
③全国規模で事業 展開する企業の県 内支店長	<ul style="list-style-type: none"> ・広島都市圏の魅力向上に向けて参考とすべき都市名と取り組み (FA) ・広島都市圏への定住意向 (SA) ・その理由 (MA)

出所) NRI 作成

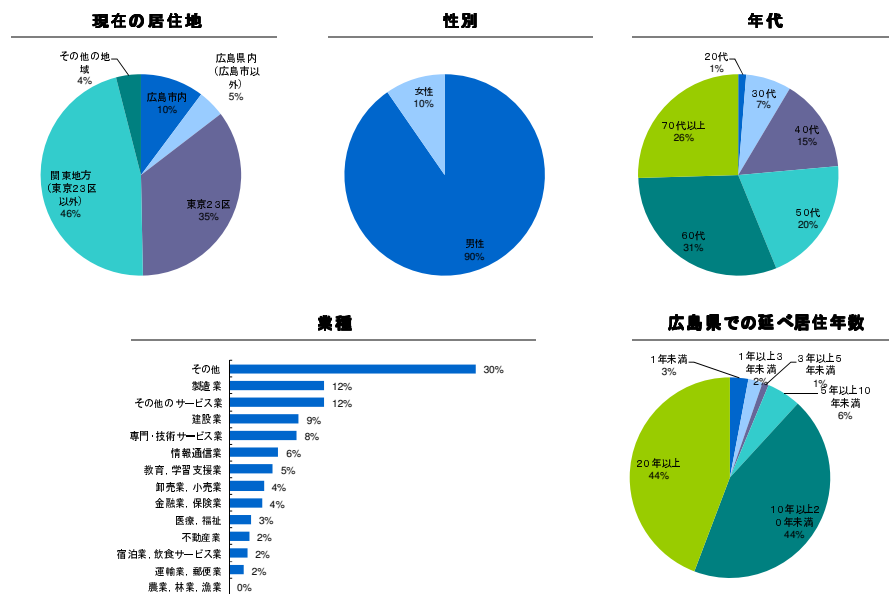
②アンケート調査結果

ア) 回答者の基本属性

a) 東京都在住の広島県出身者

本セグメントでは 483 サンプルを回収することができた。その属性は、東京 23 区とそれ以外の関東地方の在住者をあわせて 81%であった。また、男性が 90%、60 代以上が 57%を占めた。既に、退職をしている方も多く含まれると推測され、職業はその他が最も多く、次いで製造業が多かった。

東京都在住の広島県出身者の基本属性

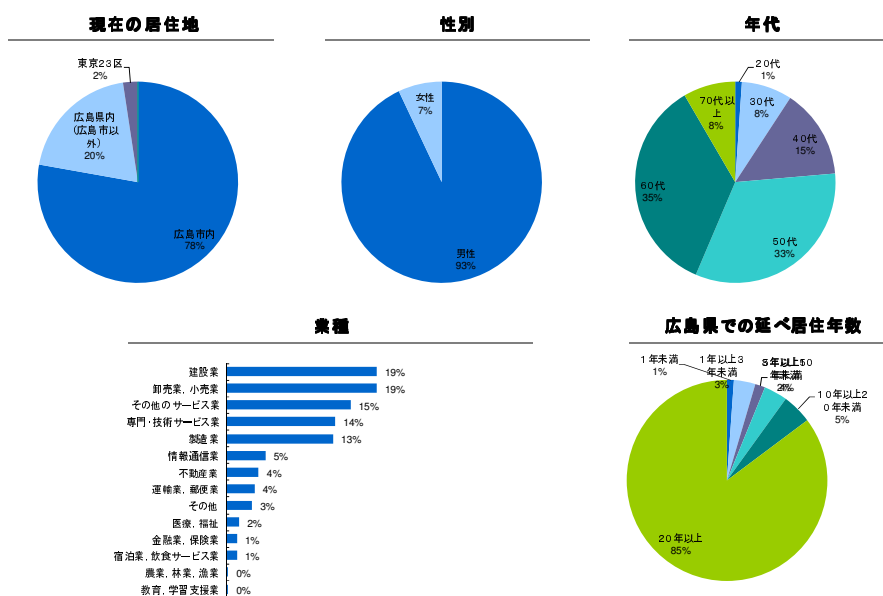


出所) NRI 作成

b) 広島県内の企業経営者

本セグメントでは 384 サンプルを回収することができた。広島市内の居住者が 78%、県内の居住者を合わせると 98%であった。ほぼ全てが男性 (93%) で、60 代以上が 73%と年齢層が高く、広島県での延べ居住年数も長い方が多かった (20 年以上が 85%)。また、業種は、建設業及び卸売業、小売業が多かった。

広島県内の企業経営者の基本属性

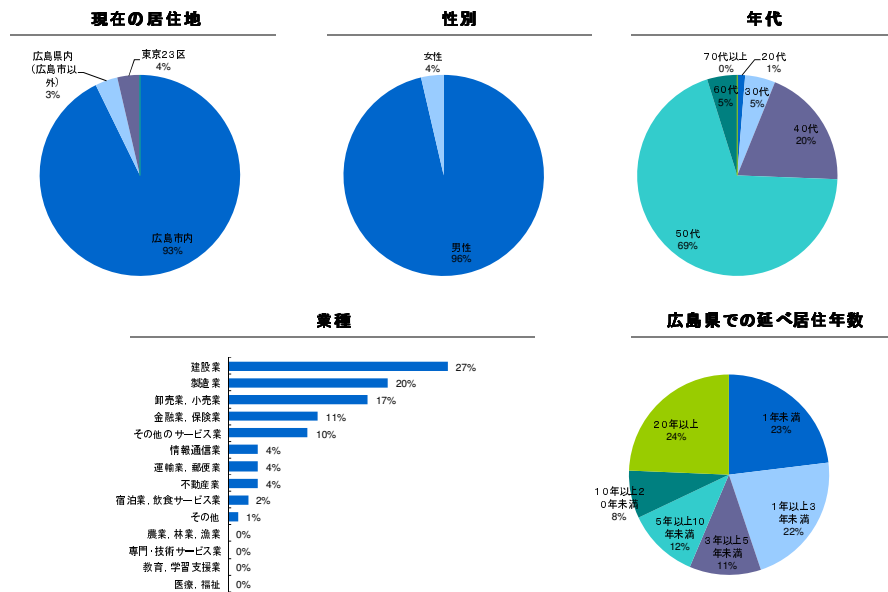


出所) NRI 作成

c) 全国規模で事業展開する企業の県内支店長

本セグメントでは 83 サンプルを回収することができた。93%が広島市内の居住者であった。男性が多くを占め (96%), 60 代以上は 5%と少なかった。業種は建設業が最も多く (27%), 次いで製造業 (20%) が多かった。広島県での延べ居住年数は短い方が多く、1 年未満が 23%を占め、5 年未満が 56%を占めた。

全国規模で事業展開する企業の県内支店長の基本属性

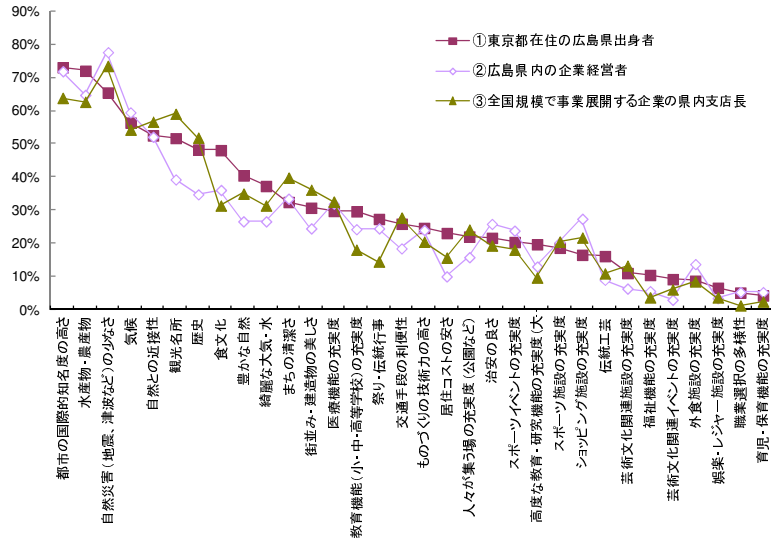


出所) NRI 作成

イ) 各セグメントへの共通設問

広島都市圏の強み・魅力として、3つのセグメントに共通して「都市の国際的知名度の高さ」、「水産物・農産物」、「災害の少なさ」が上位にあがった。そのほか、「気候」、「自然との近接性」、なども上位に上がった。「観光名所」や「歴史」などは「広島県内の企業経営者（以下、経営者）」よりも、広島県を外部から見ている「東京都在住の広島県出身者（以下、広島県出身者）」、「全国規模で事業展開する企業の県内支店長（以下、県内支店長）」での評価が高かった。

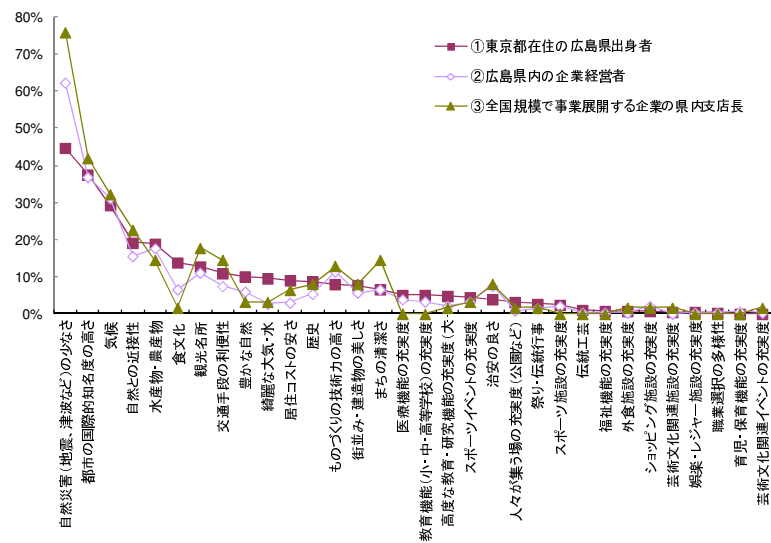
居住・就労を行う視点から、広島都市圏の強み・魅力(MA)



出所) NRI 作成

他の都市圏との比較における強み・魅力では「自然災害の少なさ」が最も多かった。この点は、特に「広島県出身者」や「企業経営者」に評価されている。そのほか、「都市の知名度の高さ」や「気候」、「自然との近接性」、「水産物・農産物」が優れているとされている。

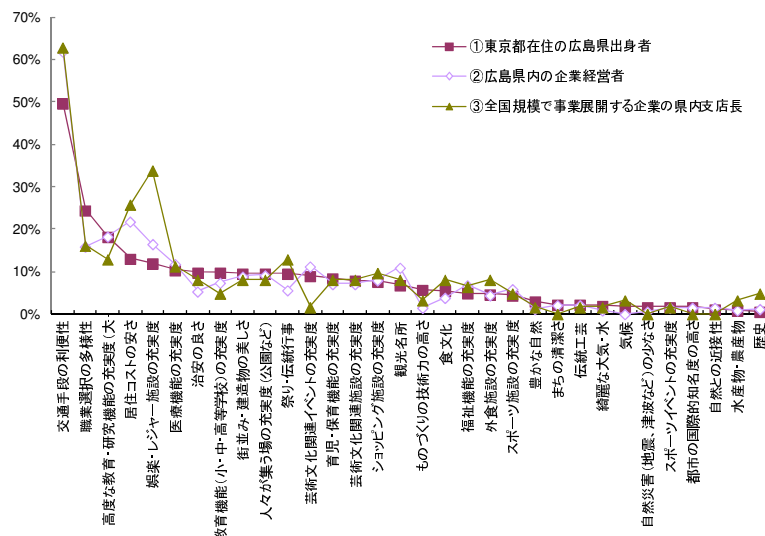
居住・就労を行う視点において、他の都市圏(札幌, 仙台, 福岡など)と比較して、特に、広島都市圏の強み・魅力(3 つまで)



出所) NRI 作成

他の都市圏との比較における弱み・課題では「交通手段の利便性」が際立って多かった。そのほか、「職業選択の多様性」、「高度な教育・研究機能の充実度」、「居住コストの安さ」、「娯楽・レジャー施設の充実度」が上位にあがった。特に、「③ 県内支店長」では、「娯楽・レジャー施設の充実度」への指摘が多かった。

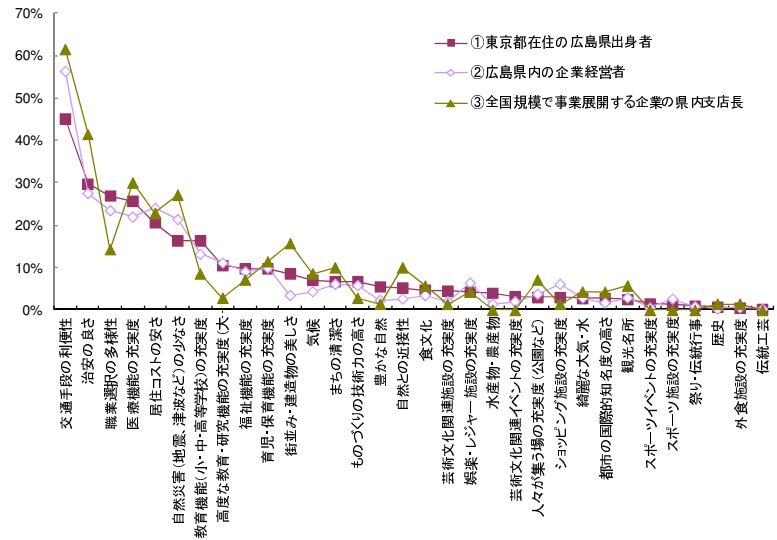
居住・就労を行う視点において、他の都市圏(札幌, 仙台, 福岡など)と比較して、特に、広島都市圏の弱み・課題だと思う項目(3 つまで)



出所) NRI 作成

都市の魅力において重要だと思う項目については、「交通手段の利便性」が最も多く、次いで「治安の良さ」、「職業選択の多様性」、「医療機能の充実度」、「居住コストの安さ」、「自然災害の少なさ」、「教育機能(小・中・高等学校)の充実度」などが多かった。また、「③ 県内支店長」では「街並み・建築物の美しさ」が6番目にのびた。

居住・就労を行う視点から、都市の魅力において最も重要だと思う項目(3 つまで)



出所) NRI 作成

多様な人材等の集積に向けた改善度では、「職業選択の多様性」、「交通手段の利便性」、「育児・保育機能の充実度」が上位にのぼった。そのほか、「①広島県出身者」では「高度な教育・研究機能の充実度」、「ものづくりの技術力の高さ」が、「②企業経営者」では「福祉機能」が、「③県内支店長」では「娯楽・レジャー施設の充実度」が上位にのぼった。

強みと弱みの差分と都市の魅力における重要度の関係では、「自然災害(地震、津波など)の少なさ」が強みとなり、「交通手段の利便性」、「医療機能の充実度」、「居住コストの安さ」、「職業選択の多様性」の改善優先度が高いと考えられる。

多様な人材等の集積(誘致・育成)に向けての改善度

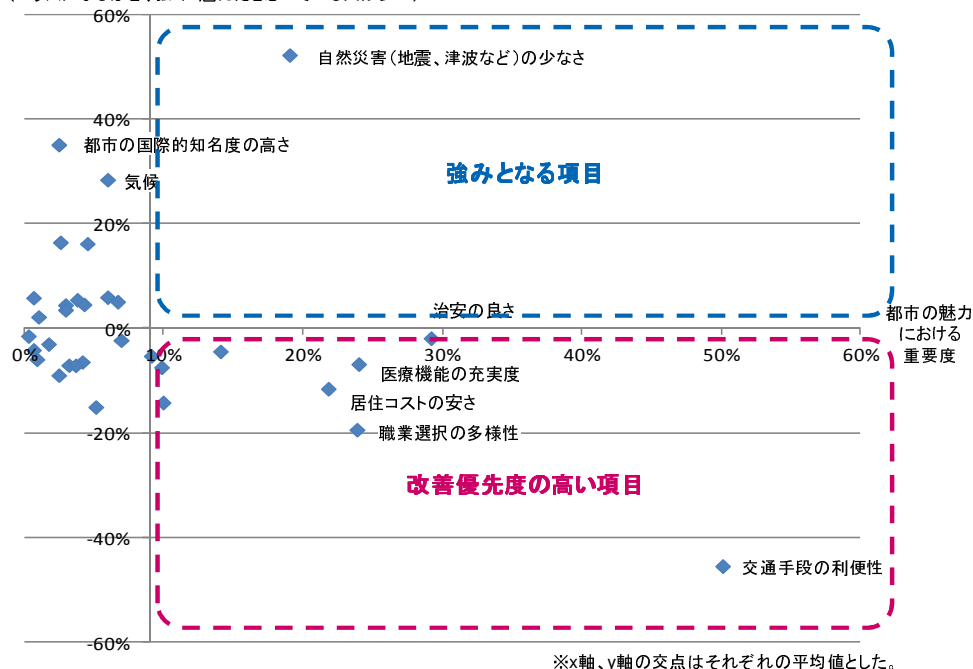
(「とても強化・改善が必要」, 「強化・改善が必要」との回答の合計値)

	①東京都在住の 広島県出身者	②広島県内の企業経営者	③全国規模で事業展開する 企業の県内支店長
1位	職業選択の多様性 (77%)	交通手段の利便性 (88%)	交通手段の利便性 (83%)
2位	交通手段の利便性 (77%)	育児・保育機能の充実度 (77%)	職業選択の多様性 (68%)
3位	高度な教育・研究機能の充実度 (大学・大学院など) (71%)	福祉機能 (71%)	娯楽・レジャー施設の充実度 (65%)
4位	ものづくりの技術力の高さ (68%)	職業選択の多様性 (71%)	育児・保育機能の充実度 (60%)
5位	育児・保育機能の充実度 (67%)	医療機能 (68%)	医療機能 (60%)

出所) NRI 作成

「強み・魅力だと思っている人と弱み・課題だと思っている人の割合の差分」と「都市の魅力における重要度」の関係

強み・魅力だと思っている人と弱み・課題だと思っている人の割合の差分
(プラスになるほど、強み・魅力だと思っている人が多い)



出所) NRI 作成

また、「広島都市圏の強み・魅力や、広島都市圏の魅力向上に向けて強化・改善すべき都市機能」についての自由記述では、「交通手段の利便性」、「空

港の利便性」、「自然の魅力の向上」、「街並み・建造物の美しさの向上」、「国際的知名度の活用」、「文化・芸術機能の充実」、「観光的魅力の向上」に関する意見が多かった。

ウ) 各セグメントへの個別設問

a) 東京都在住の広島県出身者

「県外に居住している理由、将来的に、広島県に戻り居住する予定（FA）」では、半数以上が、広島県に戻る予定がないとの旨の回答であった。その多くが、広島県以外で既に家族単位で居住していること、既にされている仕事が広島県内で行うことが困難であることによるものであった。

「これまでビジネス展開をするにあたって、重要であったと思われる都市機能（FA）」では、最も多かったのが「交通手段の利便性」であった。そのほか、「空港の利便性」、「マーケットの大きさ」、「人材の豊富さ」、「活発な人材交流の存在」に関するものも多かった。

「今後、広島都市圏でビジネス展開をするとした場合に、最も不足していると思われる都市機能（FA）」では「交通手段の利便性」が圧倒的な数を占めた。

b) 広島県内の企業経営者

「これまで広島都市圏でビジネス展開をするにあたって有益であったと思われる広島都市圏の特徴（FA）」では、「中国地方における中枢性」、「適度な都市の規模感」、「都市のコンパクト性」、「ものづくり企業の充実度・技術力の高さ」、「国際的知名度」、「自然災害の少なさ」、「自然の充実度」、「人的つながり」に関する意見が多かった。一方で、「特に有益であった特徴はない」と回答した方も多かった。

「広島都市圏でビジネス展開をするにあたって、現在、最も不足していると思われる都市機能（FA）」では、「①東京都在住の広島県出身者」と同様に「交通手段の利便性」が圧倒的な数を占めた。

c) 全国規模で事業展開する企業の県内支店長

「広島都市圏の魅力向上に向けて参考とすべき都市名と取り組み（FA）」は福岡市が多数を占めた。その理由として、「空港をはじめとした交通手段の利便性」が多かった。また、「駐輪場の整備」、「複合施設の開発」、「文化水準」、「物価の安さ」などの意見も挙げた。そのほか、2人以上が挙げた都市として次のような都市と理由が挙げられた。

広島都市圏の魅力向上に向けて参考とすべき都市名と取り組み(福岡市以外)

- ・「横浜市」(観光整備, 市政における中・長期計画の明確化)
- ・「金沢市」(市民芸術村, 金沢職人大学校, 食文化, 歴史と近代化の融合)
- ・「神戸市」(交通の利便性, 都市再開発)
- ・「仙台市」(理由は不明)

出所) NRI 作成

「広島都市圏への定住意向(SA)」では、11%が「とても定住したい」、57%が「定住してもよい」、21%が「定住したくない」、11%が「わからない」と回答した。「とても定住したい」と「定住したくない」と回答した方は次のような理由を挙げた。

広島にとっても定住したい理由

- ・地域の人間性, 自然のすばらしさ
- ・自然災害が少なく, 海, 山と充実している。
- ・自然環境にめぐまれたコンパクトな街であり, 大変住みやすい都市であると感じている。
- ・単身赴任して5ヵ月だが, 自然環境に恵まれ, 街も美しく, 人も良い。ゴルフは安く, 釣りやスキーも近距離で出来る。加えて, 地震のリスクが少ない, 家族を連れて東京(地震リスク大)より移住したいという気持ちになる。
- ・都会過ぎてもなく, 田舎過ぎてもなく, 海, 山, 川が近くにあり, 丁度良い街だから。
- ・出身地でもあり, 知人, 友人も多く, 居住する場所もあるため。
- ・総合的に住みやすいと感じます。
- ・住み慣れているから。

出所) NRI 作成

広島に定住したくない理由

- ・地域の閉鎖性, 交通の利便性の悪さ(特に道路関連の整備の遅れ), 平和追求の観点以外の分野における将来展望の乏しさ
- ・公共交通機関の利便性が悪い為, 高齢になると動きがとれなくなる。
- ・不便(交通)
- ・空港が遠い。
- ・大都市への交通の利便性が悪い(空港), 物価が高い。
- ・排他的な県民性
- ・閉鎖性が高く他府県出身者には定住したい土地ではないから。
- ・人間関係, 人との絆に多少疑問
- ・権利主張の激しい県民性になじめない。
- ・躍動感が無い, 元気が無い。
- ・都市に深みがなく, 無味乾燥的だから
- ・北海道における札幌, 九州における福岡などに比べて広島には中心性が不足している。中国地方での求心力発揮が必要。

-
- ・県外から通勤しているため。
 - ・関東都市圏と比べ、娯楽施設が不足しているため。
 - ・公立学校のレベルが低い。
 - ・関東との食文化の違い。土地の値段の高さ。
 - ・単身赴任中の為

出所) NRI 作成

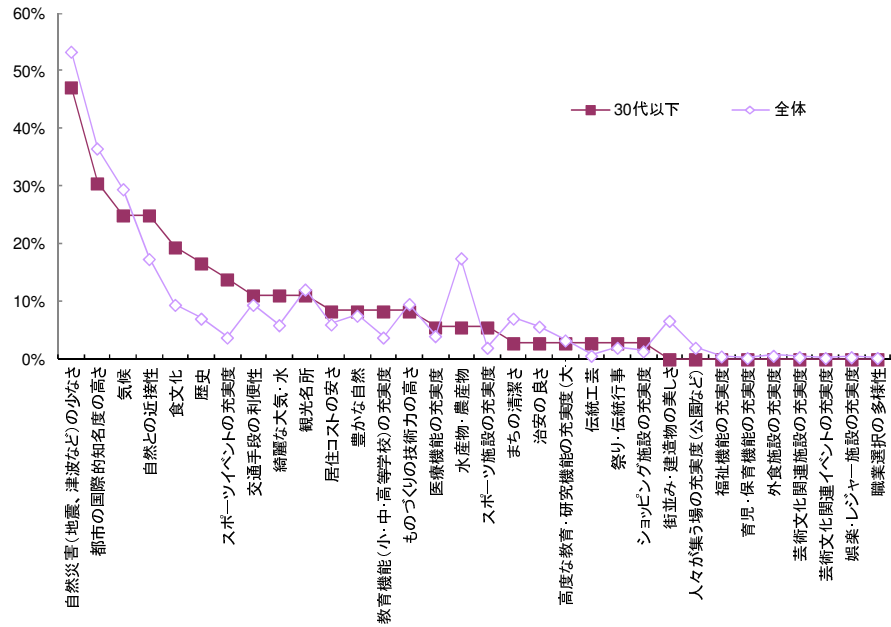
エ) 30代以下の「①広島県出身者」・「③県内支店長」

本調査の対象者は全体的に年齢層が高い傾向があった。イノベーション創出においては、特に若い世代の力が重要であると考えられ、広島都市圏を客観的に評価できる「①広島県出身者」と「③県内支店長」のうち30代以下の方々を抽出し、分析を行った。「①広島県出身者」が38サンプル、「③県内支店長」が4サンプルの合計で42サンプルと十分なサンプルが集まらなかったため、傾向の参考とする。また、これらのセグメントの特徴を分かりやすくするため、全サンプルの値との比較で示す。

「強み・魅力」において、30代以下では、「自然との近接性」、「食文化」、「歴史」、「スポーツイベントの充実度」への評価が高く、「水産物・農産物」は全体ほど評価が高くなかった。

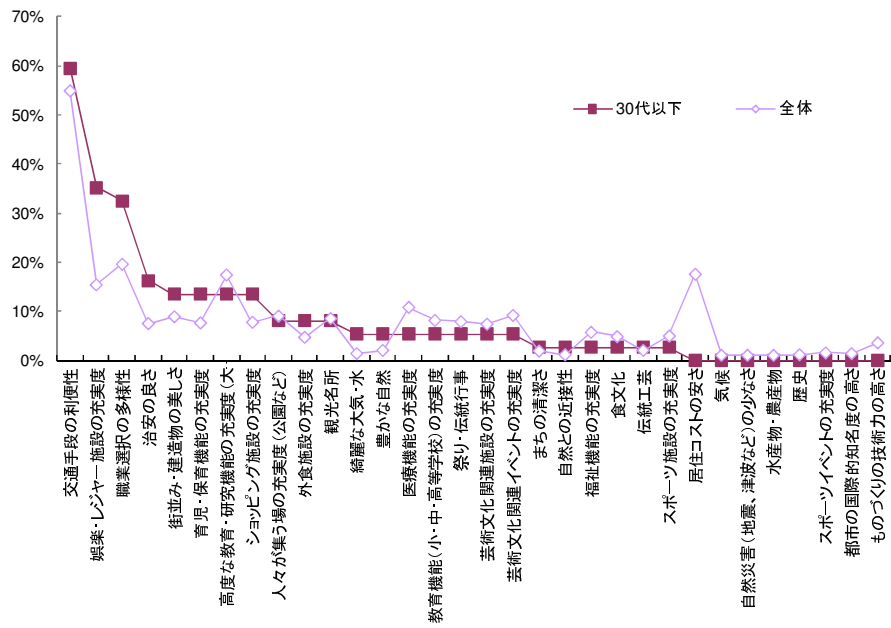
「弱み・課題」では、「娯楽・レジャー施設の充実度」、「職業選択の多様性」への指摘が全体よりも多かった。

居住・就労を行う視点において、他の都市圏(札幌、仙台、福岡など)と比較して、特に、広島都市圏の強み・魅力(3つまで)



出所) NRI 作成

居住・就労を行う視点において、他の都市圏(札幌、仙台、福岡など)と比較して、特に、広島都市圏の弱み・課題だと思う項目(3つまで)

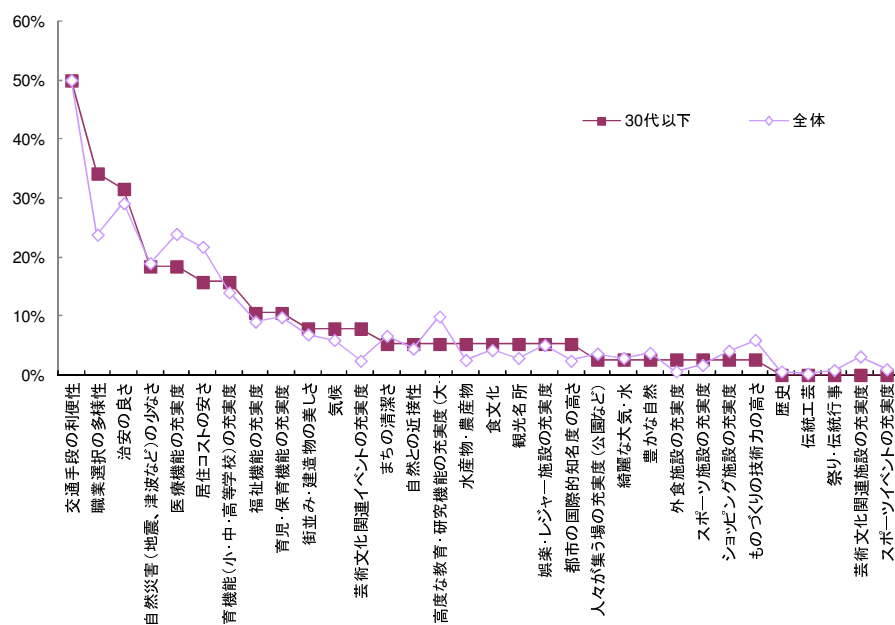


出所) NRI 作成

都市の魅力において重要だと思う項目については、おおよそ全体と似たような傾向であったが、「職業選択の多様性」を指摘した割合が多かった。

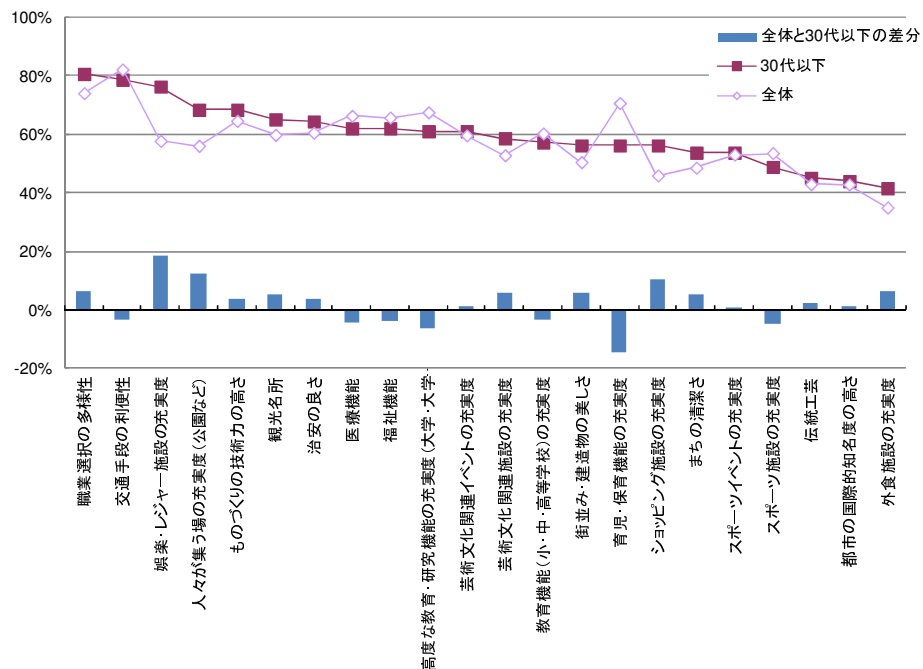
改善度では、「職業選択の多能性」が最も多く、全体との比較では、「娯楽・レジャー施設」、「人々が集う場（公園など）」、「ショッピング施設」、「外食施設」の充実度への指摘が多かった。

居住・就労を行う視点から、都市の魅力において最も重要だと思う項目(3 つまで)



出所) NRI 作成

多様な人材等の集積(誘致・育成)に向けての改善度



出所) NRI 作成

③アンケート調査結果のまとめ

これらのアンケート調査結果から得られた、広島都市圏におけるイノベーションの創出に向けた、(一般的な人々にとっての)広島都市圏の魅力向上における示唆は次のとおりである。

- ・「自然災害の少なさ」、「都市の国際的知名度の高さ」、「気候」、「自然との近接性」、「水産物・農産物」は確固たる広島都市圏の強みであり、他の中核都市との比較優位もある。
- ・特に、「自然災害の少なさ」は居住・就労における重視度も高く、一般的な人々の移住を促す点において活用度が高い。
- ・一方、「交通手段の利便性」は弱みであると強く指摘されており、改善優先度が最も高い。そのほか「医療機能の充実度」、「居住コストの安さ」、「職業選択の多様性」、国内外都市の先進事例「育児・保育機能の充実度」も改善優先度が高い。
- ・このような弱みは移住における足かせとなる可能性があり、補強する必要がある。
- ・特に若い世代では、ショッピングやレジャー施設の充実への要求が強い傾向。

出所) NRI 作成

(4) 国内他都市との比較調査

①比較調査の概要

広島都市圏を国内他都市と比較し、広島都市圏の強み・弱みを導出する。比較においては、主に、札幌市（札幌都市圏）、仙台市（仙台都市圏）、福岡市（福岡都市圏）との比較を行った。各分類における調査項目は次表のとおりである。

国内他都市との比較における調査項目

調査項目		
大分類	中分類	小分類
人口の状況	人口の推移	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の推移, 変化率 各都市圏の推移, 変化率
	生産年齢人口	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の推移, 変化率 各都市圏の推移, 変化率
	就業人口	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の推移, 変化率 各都市圏の推移, 変化率
産業の状況	サービス業と製造業の総生産の推移	<ul style="list-style-type: none"> 広島市の推移 広島県の推移 各都市のサービス業が総生産に占める割合
	製造品出荷額	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の額 各都市圏の額
	事業所形態別従業者増加数	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の数
	製造系技術者数	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の数
	各産業の従業員比率	<ul style="list-style-type: none"> 大分類, 中分類ベース 小分類ベース
教育・文化、居住等の状況	大学・短期大学学生数	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の数
	図書館・博物館数	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の数 各都市の市民 100 万人あたりの数
	住宅	<ul style="list-style-type: none"> 住宅あたり延べ面積 住宅地の平均価格
	公園	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の数 各都市の市民 1,000 人あたりの数 各都市の面積 各都市の市民 1,000 人あたりの面積
その他	MICE	<ul style="list-style-type: none"> 各都市の国際会議の開催件数の推移
	観光	<ul style="list-style-type: none"> 各県の訪日外国人客の訪問率 各都市の外国人入込客数の推移, 変化率 各県の外国人出身地別の外国人入込客割合 The Cities Book, japan-guide.comでの取り上げられ方

出所) NRI 作成

なお、各都市圏の定義は 2005 年国勢調査の 5%通勤圏をもと次表のように行った。

各都市圏の定義

都市圏名	構成市町村
札幌都市圏	札幌市，小樽市，岩見沢市，江別市，恵庭市，北広島市，石狩市，当別町，南幌町，長沼町
仙台都市圏	仙台市，塩竈市，白石市，名取市，角田市，多賀城市，岩沼市，東松島市，大河原町，村田町，柴田町，川崎町，亘理町，山元町，松島町，七ヶ浜町，利府町，大和町，大郷町，富谷町，大衡村，色麻町，大崎市，涌谷町，美里町
広島都市圏	広島市，呉市，大竹市，東広島市，廿日市市，安芸高田市，江田島市，府中町，海田町，熊野町，坂町，安芸太田町，北広島町
福岡都市圏	福岡市，大牟田市，久留米市，飯塚市，小郡市，筑紫野市，春日市，大野城市，宗像市，太宰府市，古賀市，福津市，朝倉市，糸島市，那珂川町，宇美町，篠栗町，志免町，須恵町，新宮町，久山町，粕屋町，岡垣町，桂川町，筑前町，大刀洗町，鳥栖市，基山町

出所) NRI 作成

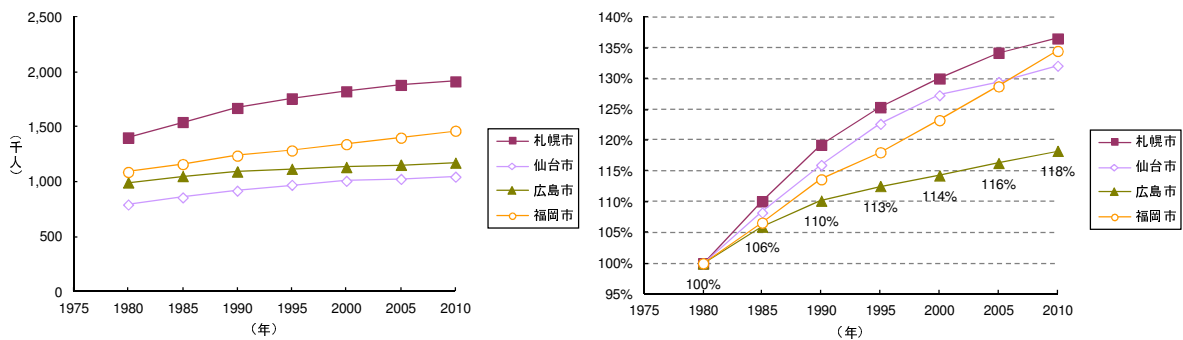
②人口の状況

本節では人口の推移、生産年齢人口、就業人口、流出入人口などの状況をみていく。

ア) 人口の推移

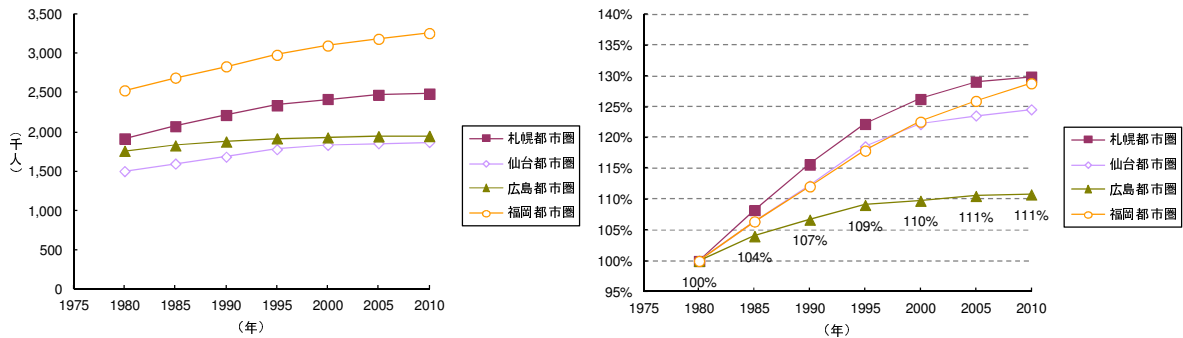
まずは、都市別の人口の推移であるが、広島市は増加傾向にあるものの、その伸び率は札幌市・仙台市・広島市・福岡市（以下、札幌仙広福）の中で最も低かった。札幌市、仙台市、広島市は 2000 年くらいから、成長が鈍化しているが、福岡市は依然として高い伸び率を誇っている。都市圏で比較した時に、広島都市圏の人口の伸び率の鈍化は顕著であり、他の都市圏は 1995 年以降も増加しているのに対して、広島都市圏の値はほぼ横ばいである。

都市別人口の推移(左), 1980 年を 100%とした変化率(右)



出所)「国勢調査」を基に NRI 作成

都市圏別人口の推移(左), 1980 年を 100%とした変化率(右)

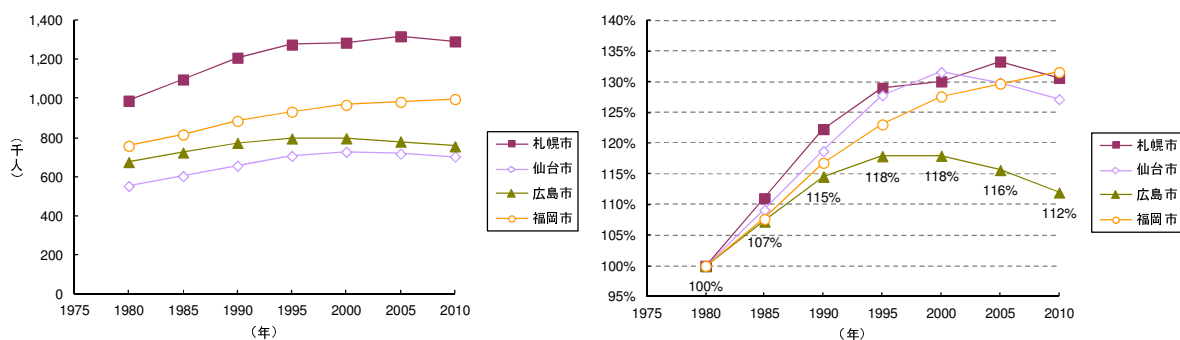


出所)「国勢調査」を基に NRI 作成

イ) 生産年齢人口

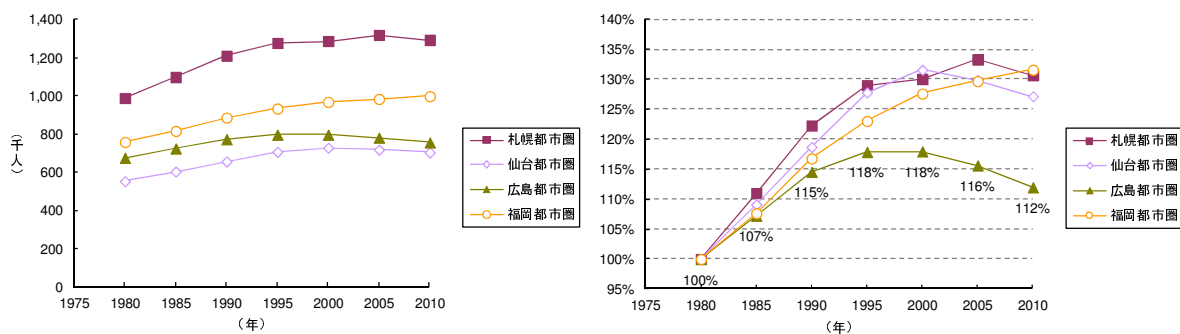
広島市以外の都市は似たような軌跡をたどるなかで、広島市の生産年齢人口は1995年ごろをピークに減少傾向にある。広島都市圏での減少傾向はさらに顕著で、以前は、仙台都市圏を上回る水準であったが、2010年には拮抗するようになっている。また、2010年の値は、1985年の値を下回る水準となっている。

都市別生産年齢人口の推移(左), 1980年を100%とした変化率(右)



出所)「国勢調査」を基に NRI 作成

都市圏別生産年齢人口の推移(左), 1980年を100%とした変化率(右)

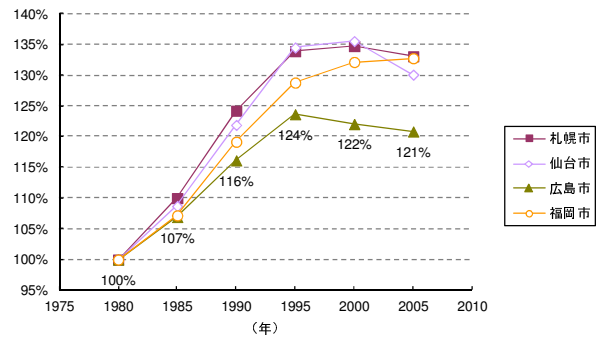
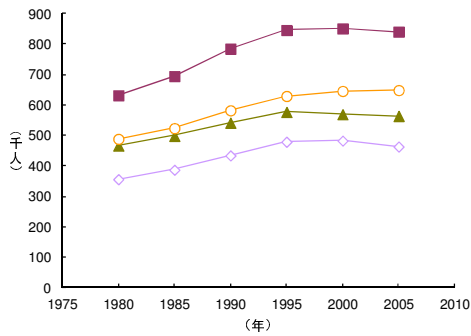


出所)「国勢調査」を基に NRI 作成

ウ) 就業人口

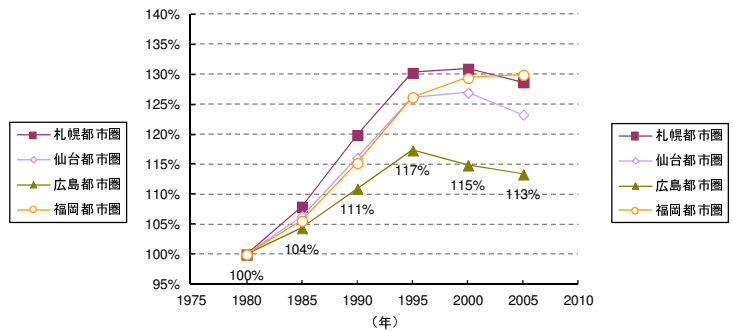
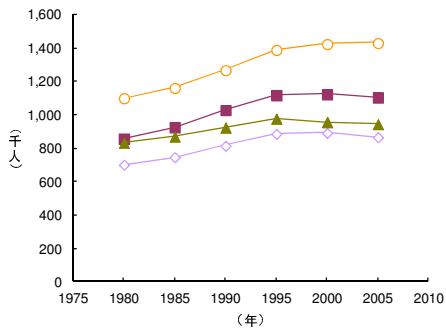
広島市の就業人口は仙台市を上回るものの、1995年ごろを境に減少している。福岡市は依然として増加し、札幌市や仙台市は2000年ごろに頭打ちになっている。都市圏での比較でも、都市の比較と傾向はほぼ同様で、広島都市圏の就業人口は1995年ごろを境に減少している。

都市別就業人口の推移(左), 1980年を100%とした変化率(右)



出所)「国勢調査」を基に NRI 作成

都市別就業人口の推移(左), 1980年を100%とした変化率(右)



出所)「国勢調査」を基に NRI 作成

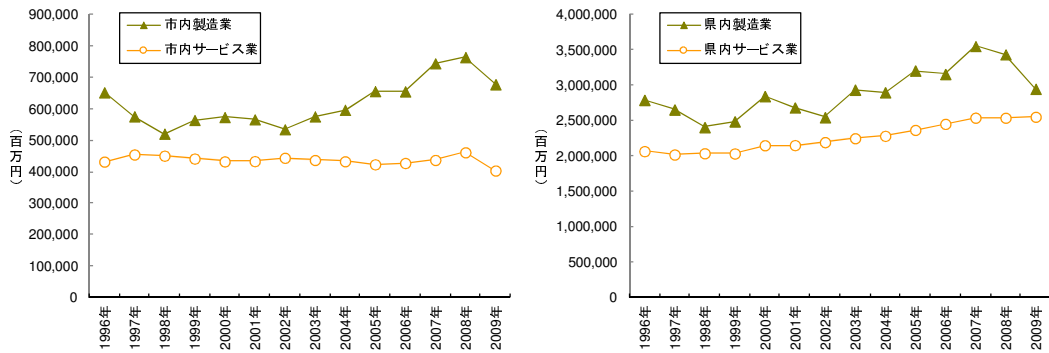
③産業の状況

本節ではサービス業と製造業の総生産の推移、事業所形態別従業者増加数、各産業の従業員比率などの状況をみていく。

ア) サービス業と製造業の総生産の推移

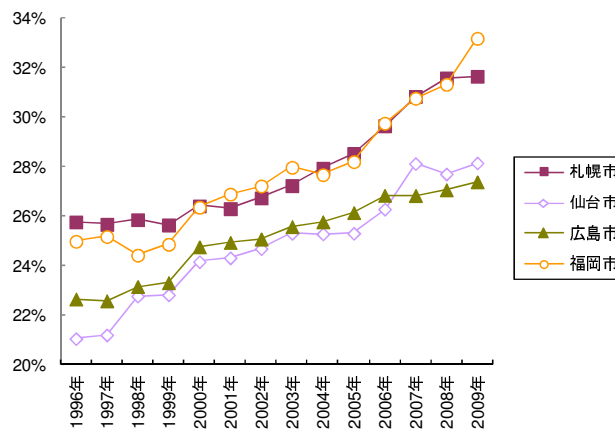
広島市では1996年以降ほぼサービス業の総生産が増加していない。広島県ではわずかに上昇傾向にある。製造業は増加トレンドにある。また、広島市のサービス業が全産業の総生産に占める割合は、直近値(2009年)において札幌・仙台・広島・福岡の中で最も低い。

広島市の製造業とサービス業の総生産の推移(左)、広島県の推移(右)



出所)「県民経済計算年報」を基に NRI 作成

各都市のサービス業が総生産に占める割合の推移

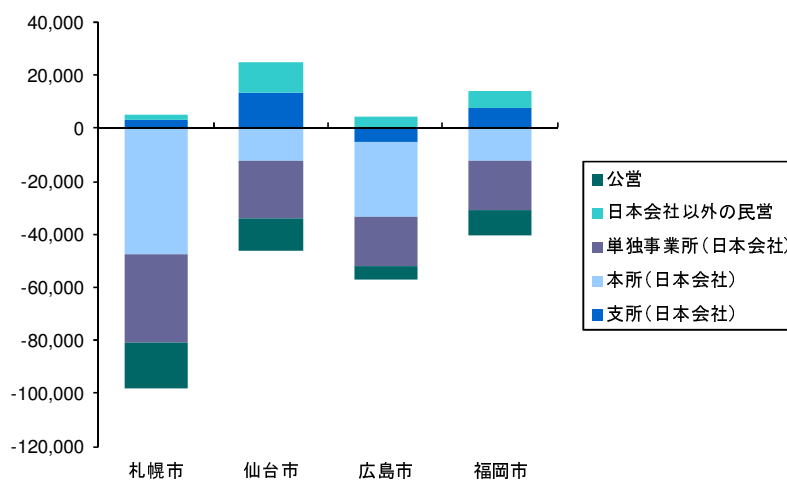


出所)「県民経済計算年報」を基に NRI 作成

イ) 事業所形態別従業員増加数

広島市では、札幌市について従業員の減少が大きかった。特に、本所がある企業の従業員の増加率が大きかった。

各都市の事業所形態別従業員増加率(1996年から2006年への変化)



出所)「事業所・企業統計」を基に NRI 作成

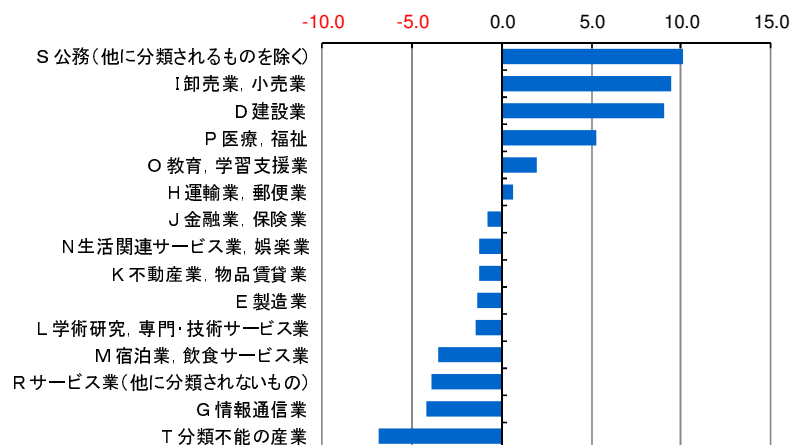
ウ) 各産業の従業員比率

ここでは、日本標準産業分類の大分類、中分類、小分類ベースで、広島市と他都市とを比較した場合の産業別の従業員数の偏りを分析した。なお、2010年国勢調査の調査結果は本調査実施時点で大分類までしか公開されていないため、大分類での比較では2010年国勢調査を、中分類や小分類での比較では2009年経済センサスを活用した。

まず、大分類の比較の結果をみると、広島市では公務、卸売業、小売業、建設業などの割合が高い傾向がある。

各産業の従業員比率の偏差値(各都市, 大分類ベース)

※各産業の偏差値の 50 ポイントからの乖離



出所)「2010年 国勢調査」を基に NRI 作成

※偏差値は各産業の従業員比率を他の政令指定都市と比較して導いた値。割合が1%を下回る産業は除外

各産業の従業員比率と偏差値(各都市, 大分類ベース)

分類	割合	偏差値	
S 公務(他に分類されるものを除く)	3.5%	60.1	
I 卸売業, 小売業	19.6%	59.4	
D 建設業	8.4%	59.1	
P 医療, 福祉	11.0%	55.3	
O 教育, 学習支援業	4.9%	52.0	
H 運輸業, 郵便業	5.8%	50.6	
J 金融業, 保険業	2.9%	49.2	
N 生活関連サービス業, 娯楽業	3.7%	48.8	
K 不動産業, 物品賃貸業	2.4%	48.7	
E 製造業	12.2%	48.7	
L 学術研究, 専門・技術サービス業	3.6%	48.6	
M 宿泊業, 飲食サービス業	5.9%	46.5	
R サービス業(他に分類されないもの)	6.0%	46.1	
G 情報通信業	2.8%	45.8	
T 分類不能の産業	5.0%	43.2	
1%未満	F 電気・ガス・熱供給・水道業	0.8%	68.0
	Q 複合サービス事業	0.5%	60.7
	B 漁業	0.1%	55.4
	A 農業, 林業	0.9%	48.6
	C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	0.0%	43.2

出所)「2010年 国勢調査」を基に NRI 作成

中分類以降の比較においては、項目が多岐にわたるため、イノベーション創出において関連が深いと考えられる、次図の項目に特化して比較を行った。

中分類以下の調査項目

大分類	中分類	小分類
G	情報通信業	370 管理、補助的経済活動を行う事業所
		371 固定電気通信業
		372 移動電気通信業
		373 電気通信に附帯するサービス業
		380 管理、補助的経済活動を行う事業所
		381 放送放送業(有線放送業を除く)
		382 民間放送業(有線放送業を除く)
		383 有線放送業
		390 管理、補助的経済活動を行う事業所
		391 ソフトウェア業
	392 情報処理、提供サービス業	
	400 管理、補助的経済活動を行う事業所	
	401 インターネット附属サービス業	
	410 管理、補助的経済活動を行う事業所	
	411 映像情報制作・放送業	
	412 音声情報制作業	
	413 新聞業	
	414 出版業	
	415 広告制作業	
	416 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業	
L	学術研究、専門技術サービス業	710 管理、補助的経済活動を行う事業所
		711 自然科学研究所
		712 人文・社会科学研究所
		720 管理、補助的経済活動を行う事業所
		721 法律事務所、特許事務所
		722 公証人役所、司法書士事務所、土地家屋調査士事務所
		723 行政書士事務所
		724 公認会計士事務所、税理士事務所
		725 社会保険労務士事務所
		726 デザイン業
	727 書写・芸術家業	
	728 経営コンサルタント業、総務持株会社	
	729 その他の専門サービス業	
	730 管理、補助的経済活動を行う事業所	
	731 広告業	
	740 管理、補助的経済活動を行う事業所	
	741 獣医業	
	742 土木建築サービス業	
	743 機械設計業	
	744 商品・非破壊検査業	
745 計量証明業		
746 写真業		
749 その他の技術サービス業		

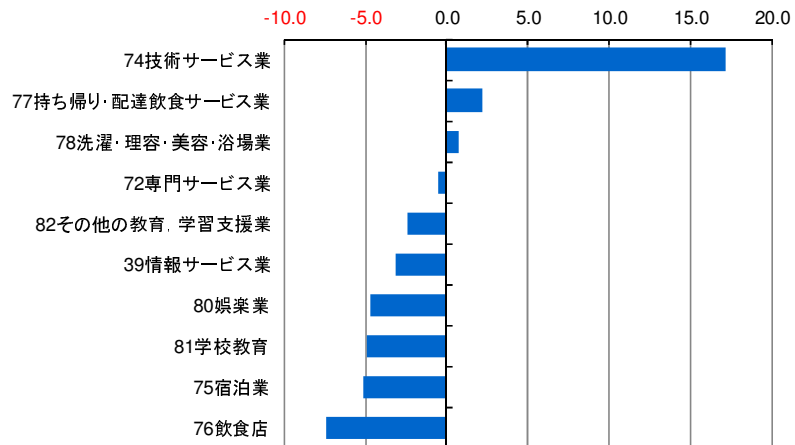
大分類	中分類	小分類		
M	宿泊業、飲食サービス業	750 管理、補助的経済活動を行う事業所		
		751 旅館、ホテル		
		752 娯楽宿所		
		753 下宿業		
		759 その他の宿泊業		
	76	飲食店	760 管理、補助的経済活動を行う事業所	
			761 飲食、レストラン(専門料理店を除く)	
			762 専門料理店	
			763 本ば・うどん店	
			764 寿司店	
			765 酒場、ビヤホール	
			766 パーティ・キャバレー、ナイトクラブ	
			767 喫茶店	
			768 その他の飲食店	
			77	持ち帰り・配達飲食サービス業
771 持ち帰り飲食サービス業				
772 配達飲食サービス業				
780 管理、補助的経済活動を行う事業所				
781 洗濯業				
N	78	洗濯・理容・美容・浴場業	782 理容業	
			783 美容業	
			784 一般公衆浴場業	
			785 その他の公衆浴場業	
			789 その他の洗濯・理容・美容・浴場業	
	79	その他の生活関連サービス業、娯楽業	790 管理、補助的経済活動を行う事業所	
			791 旅行業	
			792 家事サービス業	
			793 衣服縫製修理業	
			794 物品預り業	
			795 火葬・墓地管理業	
			796 冠婚葬祭業	
			799 他に分類されない生活関連サービス業	
			800 管理、補助的経済活動を行う事業所(80 娯楽業)	
			801 賭博場	
80	娯楽業	802 興行場(劇場を除く)、興行団		
		803 競輪・競馬等の競走場、競艇団		
		804 スポーツ施設提供業		
		805 公園、遊園地		
		806 遊藝場		
		809 その他の娯楽業		
		O	教育、学習支援業	810 管理、補助的経済活動を行う事業所(81 学校教育)
				811 幼稚園
				812 小学校
				813 中学校
814 高等学校、中等教育学校				
815 特別支援学校				
816 高等教育機関				
817 専修学校、各種学校				
818 学校教育支援機関				
820 管理、補助的経済活動を行う事業所				
82	その他の教育、学習支援業	821 社会教育		
		822 職業・教育支援施設		
		823 学習塾		
		824 教養・技能教養業		
		829 他に分類されない教育、学習支援業		

出所) NRI 作成

中分類ベースでは技術サービス業が圧倒的に多い。一方、飲食店や宿泊業、学校教育、娯楽業の従事者は少ない傾向。

各産業の従業員比率の偏差値(各都市, 中分類ベース)

※各産業の偏差値の50ポイントからの乖離



出所)「2009年 経済センサス」を基に NRI 作成

※偏差値は各産業の従業員比率を他の政令指定都市と比較して導いた値である。また、割合が0.5%を下回る産業は除外した。

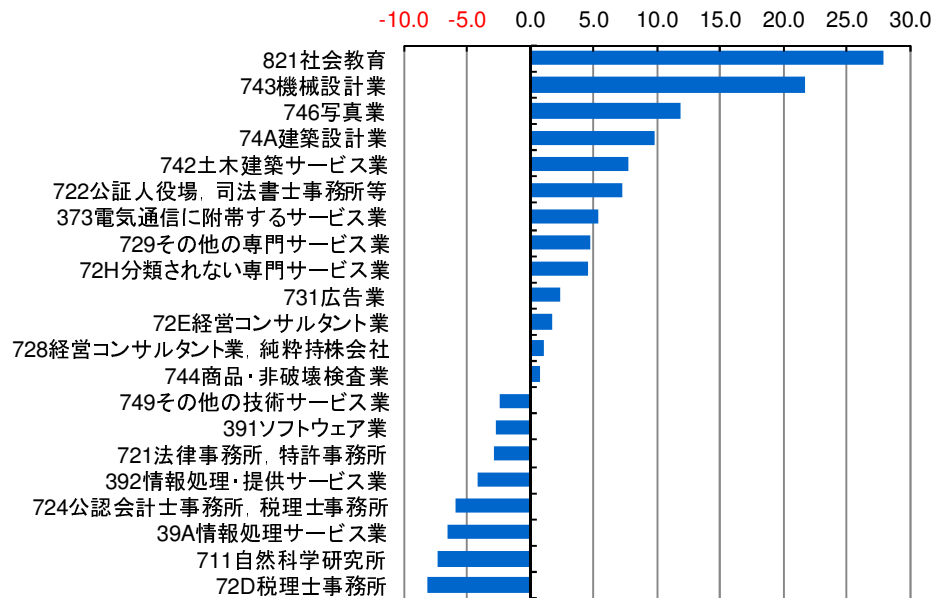
各産業の従業員比率と偏差値(各都市, 中分類ベース)

分類	割合	偏差値
74 技術サービス業	2.2%	67.2
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	1.0%	52.2
78 洗濯・理容・美容・浴場業	2.2%	50.7
72 専門サービス業	1.1%	49.5
82 その他の教育, 学習支援業	1.4%	47.6
39 情報サービス業	1.8%	46.9
80 娯楽業	1.4%	45.3
81 学校教育	1.9%	45.1
75 宿泊業	0.8%	44.9
76 飲食店	7.6%	42.6
79 その他の生活関連サービス業	0.7%	42.5
38 放送業	0.2%	60.1
37 通信業	0.5%	53.7
73 広告業	0.3%	52.3
41 映像・音声・文字情報制作業	0.4%	48.8
40 インターネット附随サービス業	0.1%	46.9
71 学術・開発研究機関	0.1%	42.6

出所)「2009年 経済センサス」を基に NRI 作成

小分類ベースでは社会教育，機械設計業，写真業，建築設計業，土木建築サービス業などが多く，エンジニアが多い地域だといえる。

各産業の従業員比率の偏差値(各都市，小分類ベース)



出所)「2009年 経済センサス」を基に NRI 作成

※偏差値は各産業の従業員比率を他の政令指定都市と比較して導いた値。割合が 0.1%を下回る産業は、除外。そのほか、「各種業種の管理, 補助的経済活動を行う事業所」, 「固定電気通信業」, 「移動電気通信業」, 「公共放送業」, 「民間放送業」, 「純粋持株会社」, 「興信所」, 「公民館」, 「動物園, 植物園, 水族館」などは、全政令指定都市の情報が取得できないため除外。

各産業の従業員比率と偏差値(各都市, 中分類ベース)

分類	割合	偏差値
821 社会教育	0.15%	77.8
743 機械設計業	0.59%	71.7
746 写真業	0.14%	61.9
74A 建築設計業	0.84%	59.8
742 土木建築サービス業	1.01%	57.7
722 公証人役場, 司法書士事務所等	0.11%	57.3
373 電気通信に附帯するサービス業	0.28%	55.3
729 その他の専門サービス業	0.32%	54.8
72H 分類されない専門サービス業	0.30%	54.6
731 広告業	0.31%	52.4
72E 経営コンサルタント業	0.18%	51.8
728 経営コンサルタント業, 純粋持株会社	0.21%	51.1
744 商品・非破壊検査業	0.12%	50.7
749 その他の技術サービス業	0.18%	47.7
391 ソフトウェア業	1.46%	47.3
721 法律事務所, 特許事務所	0.10%	47.1
392 情報処理・提供サービス業	0.31%	45.8
724 公認会計士事務所, 税理士事務所	0.26%	44.1
39A 情報処理サービス業	0.19%	43.5
711 自然科学研究所	0.13%	42.6
72D 税理士事務所	0.21%	41.8
82B 図書館	0.04%	86.9
82C 博物館, 美術館	0.03%	58.9
74C その他の土木建築サービス業	0.09%	54.0
383 有線放送業	0.05%	53.6
39B 情報提供サービス業	0.10%	51.4
745 計量証明業	0.07%	49.9
39C その他の情報処理・提供サービス業	0.03%	48.9
72C 公認会計士事務所	0.05%	48.6
82E その他の社会教育	0.01%	48.5
726 デザイン業	0.08%	48.4
72A 法律事務所	0.10%	48.2
727 著述・芸術家業	0.00%	47.3
712 人文・社会科学研究所	0.01%	47.2
401 インターネット附随サービス業	0.06%	46.9
725 社会保険労務士事務所	0.02%	46.4
72B 特許事務所	0.00%	45.3
74B 測量業	0.08%	44.0
723 行政書士事務所	0.02%	42.1
741 獣医業	0.06%	41.8

出所)「2009年 経済センサス」を基に NRI 作成

※偏差値による降順。また、割合が0.1%を下回る産業は、別枠とした。

④教育・文化、居住等の状況

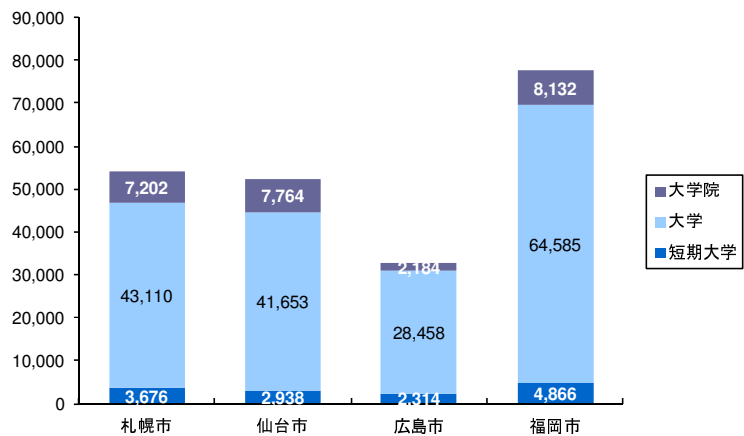
本節では大学・短期大学学生数、図書館・博物館数、住宅、公園などの状況を見ていく。

ア) 大学・短期大学学生数

広島市における大学院・大学・短期大学生の数は、札幌市・仙台市・福岡市の中で最も少ない。特に大学院生の数が少なく、高等教育が充実しているとはいえない状況である。

都市別大学・短期大学学生数

(単位:人)

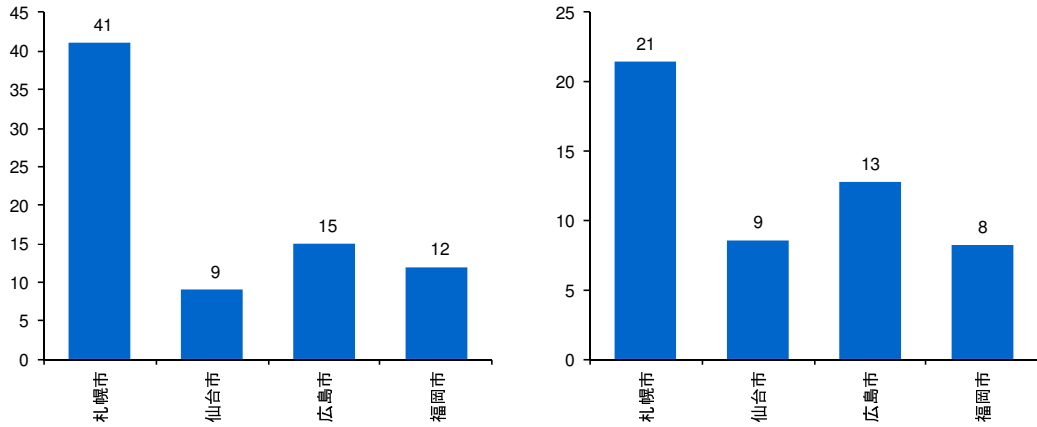


出所) 平成 22 年「大都市比較統計年表」を基に NRI 作成

イ) 図書館・博物館数

図書館数は札幌市が突出しており、広島市は全体数と市民 100 万人あたりの数で仙台市、福岡市を上回る。

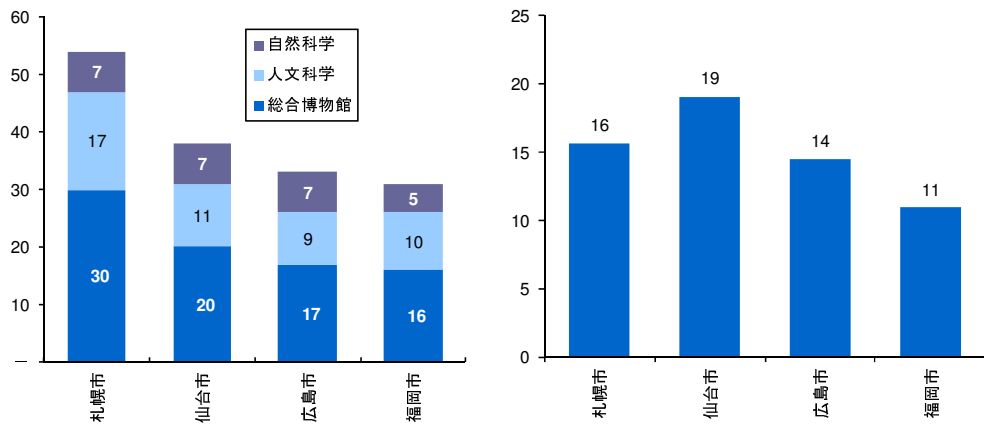
都市別図書館数(左)と市民 100 万人あたりの数(右)



出所) 平成 22 年「大都市比較統計年表」を基に NRI 作成

広島市の博物館数は充実しているとは言えず、特に人文科学系（歴史、美術）の数が少ない。市民 100 万人あたりの数は平均的である。

都市別博物館数(左)と市民 100 万人あたりの数(右)

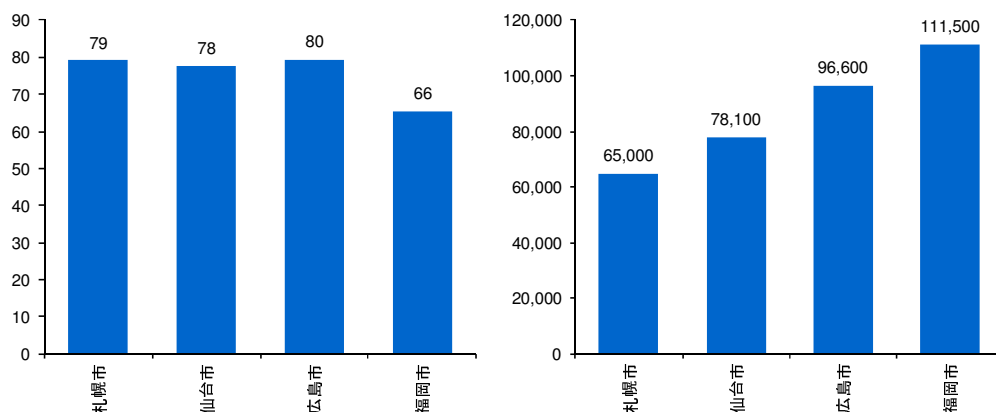


出所) 平成 22 年「大都市比較統計年表」を基に NRI 作成

ウ) 住宅

1 住宅あたり延べ面積は札仙広福で大差はない。住宅地の価格は、福岡市が最も高く、次いで広島市が高くなっている。

1 住宅あたり延べ面積(m²:左)と住宅地標準価格(円/m²:右)

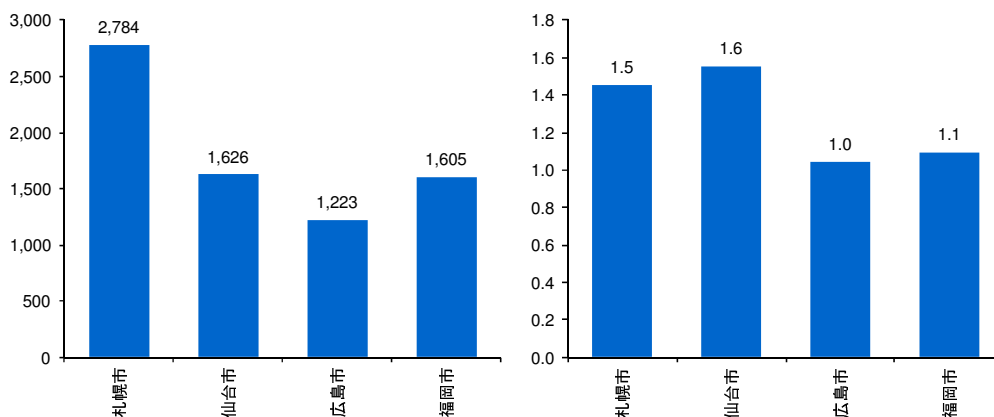


出所) 総務省平成 20 年「住宅・土地統計調査」, 国土交通省平成 21 年「都道府県地価調査」を基に NRI 作成

エ) 公園

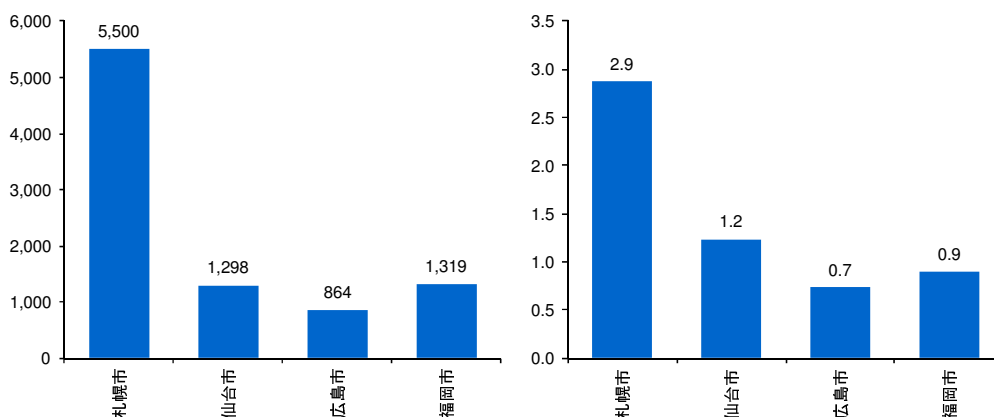
広島市の公園数, 公園面積, それぞれの市民 1,000 人あたりの値は, 札仙広福の中で最も少ない。公園があまり充実していない環境にある。

公園数(左)と市民 1,000 人あたりの数(右)



出所) 平成 22 年「大都市比較統計年表」を基に NRI 作成

公園面積(左:ha)と市民 1,000 人あたりの面積(右:ha)



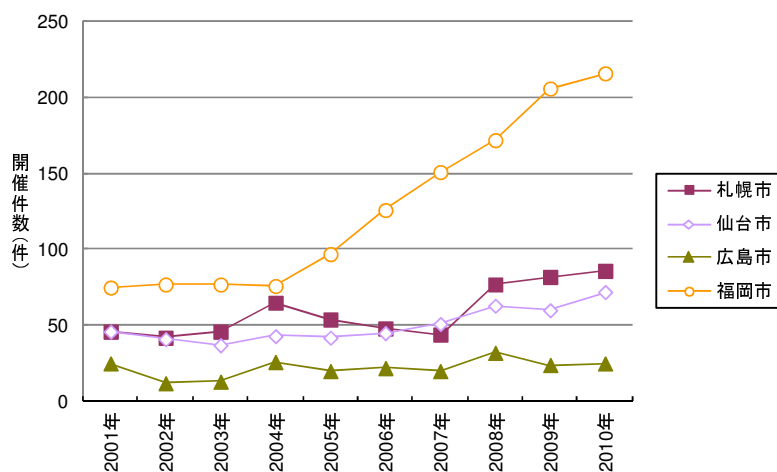
出所) 平成 22 年「大都市比較統計年表」を基に NRI 作成

⑤その他

ア) MICE

広島市の国際会議の開催件数は少なく、増加もしていない。他の都市は 2008 年以降増加傾向にあり、特に福岡市は 2004 年以降、継続して増加している。

国際会議の開催件数の推移

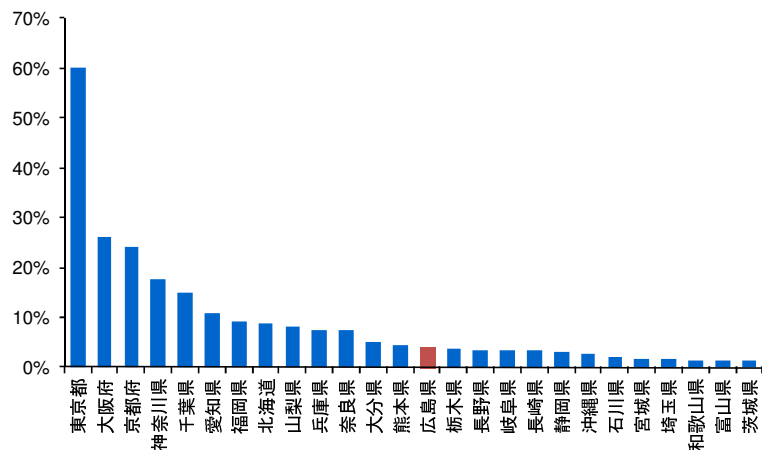


出所) 「国際会議統計」を基に NRI 作成

イ) 観光

広島県は訪日外国人客にとって、必ずしも重要な訪問先とはなっていない。

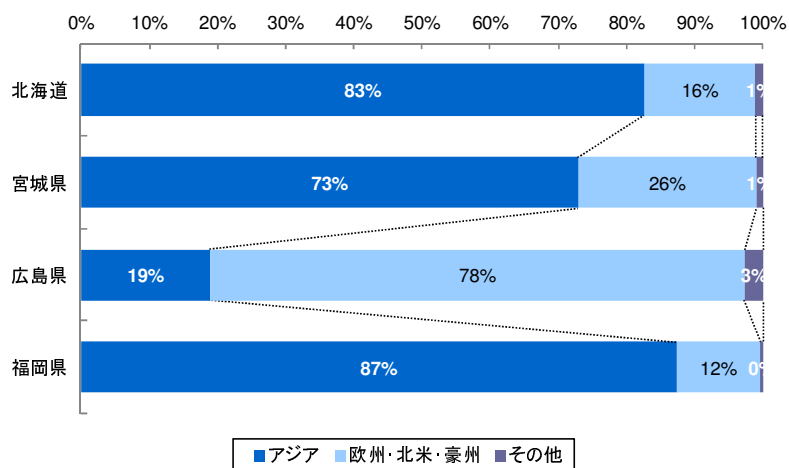
訪日外国人客の都市別訪問率



出所) JNTO 「訪日外客訪問地調査」2010 を基に NRI 作成

しかし、欧州・北米・豪州からの訪問率は高く、先進国の人々にとっては、興味の対象となっている。

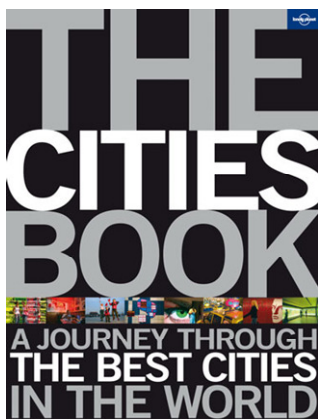
訪日外国人客の都市別訪問率



出所) JNTO 「訪日外客訪問地調査」2010 を基に NRI 作成

Lonely Planet 社が出版する「The Cities Book」では東京、京都とともに広島が世界の Best 200 都市に選ばれている。とりわけ、「希望の都市」だという認知のされかたをしている。

「The Cities Book」での記述内容



項目	記述内容
典型的な広島	<ul style="list-style-type: none"> ■多くの日本人と同じように、広島市民は勤勉でとても礼儀正しい。彼らがエチケットを守る姿勢には、知識のない者は威圧されてしまうが、彼らは温かく、ホスピタリティもある。 ■その名は、世界で初めて核による攻撃で犠牲となった1945年8月6日の恐怖と結び付けられるが、決してそれが広島のすべてではない。 ■広島の人々は、こうした歴史を断固として受け継ぎ、また楽観的なようにも見える。
特徴的な経験	<ul style="list-style-type: none"> ■牡蠣料理のランチを味わい、街を路面電車で回り、特に平和記念公園で素敵なお土産や思い出を得ること。
強み	<ul style="list-style-type: none"> ■桜で有名な比治山公園、広島まんが図書館、宮島に近いこと、原爆ドーム、安佐動物園、マツダミュージアム、DJ scene、広島城、ひろしま美術館、野球
弱み	<ul style="list-style-type: none"> ■偏った歴史、高価な宿泊施設、非常に寒い冬
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ■希望のヒロシマは、他の世界で戦争や核兵器に反対する人たちにとって、希望にあふれ楽観的なシンボルとなっている。
輸入	<ul style="list-style-type: none"> ■仏教、カラオケ、西洋ファッションなど
輸出	<ul style="list-style-type: none"> ■マツダ、平和への希望

出所)「The Cities Book」を基に NRI 作成

そのほか、英語圏で最もポピュラーな日本旅行の情報サイトでは、広島が人気エリアとして 6 番目にあがっている。

japan-guide.com

The screenshot shows the homepage of japan-guide.com. At the top, there are navigation tabs for Travel, Living, A-Z, Forum, Jobs, Friends, Shopping, and language options. Below the navigation, there are several featured articles and sections:

- Travel Guide:** Includes a 'Fukushima Travel Special' section with sub-articles like 'One Year After The Tsunami', '2012 Echigo Tsumari Art Triennial', 'Heavy Rainfall in Kyushu', 'Fireworks 2012', and 'March 11 Earthquake Update'.
- Map of Japan:** A map showing major cities and regions across the country, with a list of 'Most visited destinations' on the right.
- Search and Reservations:** A search bar and an 'Online Reservations' section for hotels, flights, and buses.
- Car Rentals:** A section advertising compact cars for rent.
- Picture of the Day:** A featured scenic image of a Japanese landscape.

出所) japan-guide.com

⑥比較調査結果のまとめ

これらの比較分析から得られた、示唆（特に、広島都市圏の強み・弱み）は次のとおりである。

- ・人口統計的側面において、広島市及び広島都市圏は他の地方中枢都市に遅れをとっている。
- ・広島市では公務、卸売業・小売業、建設業、技術サービス業が充実している。
- ・一方でイノベーション創出と関係の深い学術研究、専門・技術サービス業、学術・開発研究機関などは他都市よりも少ない傾向を示している。
- ・広島市では、イノベーション創出において重要な大学生が少ない。特に、大学院生の数が少なく、高等教育が充実しているとはいえない状況である。
- ・また、図書館・博物館、公園なども充実しているとはいえない。
- ・国際会議、旅行者なども多くなく、国際発信力が強いとはいえない。しかし、欧州・北米の人々にとっては、日本を訪れる際の、重要なディスティネーション（目的地）になっている。

出所）NRI 作成

(5) 国内外他都市の先進事例調査

①先進事例調査の概要

広島都市圏の活性化に繋がる取組み方向性の参考とするため、こうした活性化策の取組み実績を持つ、札幌市、横浜市、金沢市、フロリダ州オースチン、シンガポール、ソウルについて、先進事例調査を行った。

②-1 札幌市における取組み

これまでの各地方中枢都市の比較でみてきたように、各都市共に程度の差こそあれ、札幌市も人口動態面では広島都市圏と同じような高齢化、人口減少、財政難などの課題を抱えている。

札幌市では、2003年に上田現市長が「1.子どもの笑顔があふれる街」、「2.安心して暮らせるぬくもりの街」、「3.活力みなぎる元気な街」、「4.みんなで行動する街」、「5.人がきらめく文化の街」、「6.市民が創る自治の街」をマニフェストに掲げ当選し、施政方針で「市民の力みなぎる、文化と誇りあふれる街」を目標として定めている。この目標にもとづき、これまで街づくりの中期計画といえる札幌新まちづくり計画を3度策定している(第1次(2004～2006年)、第2次(2007～2010年)、第3次(2011年～2014年))。

札幌市の取組みで特徴的なのは市民の創造性の活用・強化、まちの緑の充実、文化力による発信にフォーカスを当てている点である。

札幌新まちづくり計画の基本目標

第1次	第2次	第3次
元気な経済が生まれ、安心して働ける街さっぽろ	主体的な活動が生まれ、経済の活力みなぎる街	活力みなぎる元気な街
健やかに暮らせる共生の街さっぽろ	高齢者・障がい者へのぬくもりあふれる街	安心して暮らせるぬくもりの街
世界に誇れる環境の街さっぽろ	安全・安心で、人と環境にやさしい街	みんなで行動する環境の街
芸術・文化、スポーツを発信する街さっぽろ	文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街	市民が創る自治と文化の街
ゆたかな心と創造性あふれる人を育む街さっぽろ	子どもの笑顔があふれる街	子どもの笑顔があふれる街

出所) 札幌市「札幌新まちづくり計画」を基に NRI 作成

ア) 市民の創造性の活用・強化

札幌市では、2001年から旧札幌市教育研究所を改修し、クリエイターに安価でスペースを提供する札幌市デジタル創造プラザ（Inter Cross Creative Center；ICC）をオープンしている。「インタークロス」とは「異種交配」の意味を持っており、様々な業種のクリエイターと彼らをサポートするビジネスなどの異業の出会いにより、新しいビジネスを創造する場を目指している⁴。

ICCにはスペースが20室ほど用意されており、各部屋に高速インターネットが配備されている。入居者は公募され審査のうえ決定される。家賃は部屋の大きさにもよるが、通常市場で調達する価格の3分の1ほどの7万円程度である。クリエイターの入居期間は最大でも3年間で、それを過ぎると無条件で退居しなくてはならない。

ICCの外観



出所) ICC Web サイト

ICCは単にクリエイターを入居させるだけではなく、ゲーム会社やCGアニメーションの会社でのプロデューサー経験を持つ久保俊哉氏がチーフコーディネーターとなり、異業種へのビジネスコーディネート、クリエイター同士のネットワークやコラボレーション、起業相談、法律相談、情報の共有、投資家、スポンサーなどのコーディネートから、ワークショップ、イベント等の企画・推進などの支援を行っている⁵。

ICCの設置者は札幌市の経済局である。運営は、札幌市の情報産業の振興を行うさっぽろ産業振興財団が行っている。札幌市は整備費用として1.5億円を投じており、年間予算は2001年度から2010年度まで1.2～1.4億円で推移してきたが、2010年度には0.8億円に減少している。

⁴経済産業省 北海道経済産業局「コンテンツに着目した取組事例」より引用。

⁵ 経済産業省 北海道経済産業局「コンテンツに着目した取組事例」を参考。

ICC の運営・事業費の推移

(1) ICC管理運営費	H19	H20	H21	H22(予算)
収入	116,705,203	113,132,603	95,406,808	97,240,000
使用料収入(貸室、駐車場、会議室、機材)	19,691,676	19,445,655	18,211,860	22,200,000
その他収入(回線費戻入)	13,527	6,948	6,948	0
市補助金	97,000,000	93,680,000	77,188,000	75,040,000
事業経費	117,884,442	114,252,199	101,039,456	97,240,000
(2) ICC事業費				
収入	19,580,000	17,000,000	15,000,000	8,275,000
参加費収入(ワークショップ)	580,000	(無料) 0	(無料) 0	(事業終了) 0
市補助金	19,000,000	17,000,000	15,000,000	8,275,000
事業経費	19,727,765	17,098,404	15,129,702	8,275,000
マーケティング支援事業	4,502,933	4,610,933	2,581,631	3,400,000
ワークショップ事業	5,914,318	3,571,419	3,597,962	0
入居者交流促進事業	754,034	762,677	496,674	150,000
入居者事業評価・フォローアップ事業	1,909,083	1,560,834	1,826,434	1,000,000
広告・プロモーション	2,950,250	4,231,481	5,939,116	3,296,000
その他	3,697,147	2,361,060	687,885	429,000
(3) クリエイター人材海外交流事業費				
収入	9,035,000	9,043,627	4,040,000	4,490,000
参加費収入	35,000	(無料) 0	(無料) 0	(無料) 0
助成金・協賛金	6,000,000	6,043,627	2,040,000	3,365,000
市補助金	3,000,000	3,000,000	2,000,000	1,125,000
事業経費	9,521,460	9,067,405	4,065,400	4,490,000

出所) 札幌市 Web サイト

イ) 緑の充実

札幌市では、環境というコンセプトを市政の軸の一つとしている。2008年に「環境首都・札幌」宣言を行っている。また、各新まちづくり計画においても、基本計画の一つに据えられている。

また、新まちづくり計画の中の記述以外に、札幌市では緑化に関する中期計画ともいえる「札幌市みどりの基本計画」を1994年に定め、2010年に改訂されている。この基本計画では4つの柱と12の推進プログラムを示している。

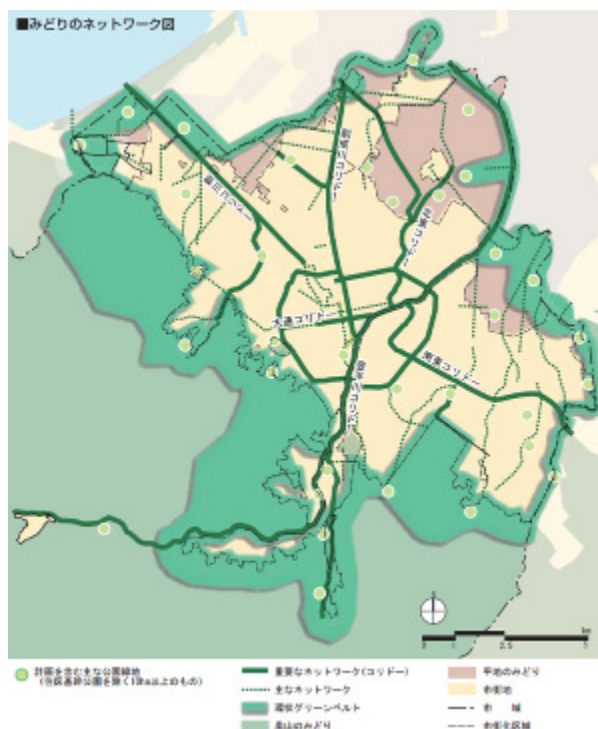
4つの柱と12の推進プログラム

柱	推進プログラム
市民などとの協働の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・みどりにかかわる人の環(わ)をはぐくみます ・市民に生きる活かされる取組みを進めます ・190万市民の知識と経験を活かします
街中のみどりの創出とネットワークづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・みどりの回廊づくりを進めます ・都心のみどりを充実します ・地域らしい身近なみどりを創り・守り・はぐくみます
街をとりまくみどりの保全・活用とネットワークづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・みどりの保全や創出による環状グリーンベルトづくりを進めます ・身近な森の活用を進めます ・地球環境や生物多様性に配慮したみどりの保全と創出を進めます
公園の魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・安全安心と地域コミュニティをはぐくむ公園の管理・運営を進めます ・人・まち・環境に役立つ公園の機能を充実します ・市民ニーズを踏まえた利活用の促進を図ります

出所)「札幌市みどりの基本計画」を基にNRI作成

特に、「みどりの回廊づくり」では、集中的に緑化を行うエリアと通り（コリドー）を指定している。

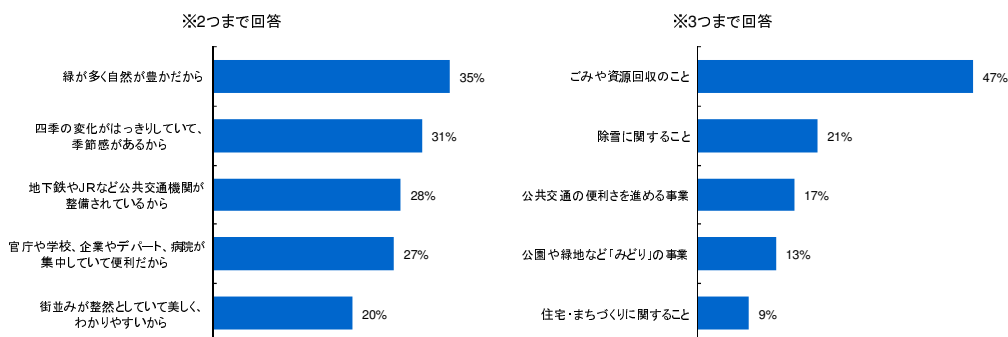
みどりのネットワーク図



出所)「札幌市みどりの基本計画」を基に NRI 作成

このような取り組みも関連して、札幌市民は札幌が好きな理由として「緑が多く自然が豊かだから」が1位になっている。また、「公園や緑地など「みどりの事業」への評価も高く4位になっている。

札幌が好きな理由(左), 市政として良くやっていると思うもの(右)



出所)平成24年度「札幌市市政世論調査」を基に NRI 作成

ウ) 文化力による発信

札幌市では、札幌芸術の森（1986年）、札幌コンサートホール Kitara（1997年）、500m美術館（2011年）などの文化施設に加え、パシフィック・ミュージック・フェスティバル（Pacific Music Festival；PMF、1990年）、さっぽろアートステージ（2006年）、国際短編映画祭（2006年）、サッポロ・シティ・ジャズ（2007年）の実施など芸術・文化に関して世界発信力を持つ施設・イベントの整備を行ってきた。

札幌芸術の森は、札幌市から車で南西部に30分ほど行った40haにも及ぶ広大な土地に位置する、屋外美術館、佐藤忠良記念子どもアトリエ、札幌芸術の森美術館、野外ステージなどから構成される文化施設である。特に、野外美術館にはランドスケープを活かした大規模な作品が多く、世界でもここでしか見られないという作品も多い。また、野外ステージはPMFの主要会場となっている。2010年度には約40万人が訪れている。

札幌芸術の森美術館(左)、野外美術館の作品(右)



出所) 札幌芸術の森 Web サイト

札幌コンサートホール Kitara は、札幌市の中心部の中島公園内に整備された、2008席の大ホールと453席の小ホールからなる音楽堂である。北海道唯一の北海道交響楽団の公演や、PMFのメイン会場などとして活用されている。総工費は191億円であった。

これら2つの文化施設をメイン会場とするPMFは、1990年に20世紀を代表する音楽家、レナード・バーンスタインの提唱によりはじめられた世界の若手音楽家の育成を目的とした国際教育音楽祭である。毎年7月の約1ヶ月間、札幌芸術の森やKitaraをはじめとして、札幌市内の様々な場所で公演が展開される。もともと、北京市で開催される予定であった音楽祭であるが、北京市の政情不安により代替地を模索するなか、札幌市など複数都市が立候補し、最終的に札幌市が選ばれた。PMFは、今では、世界三大教育音楽祭にも位置づけられるようになった。

ている。これまで、札幌市は継続して支援を行っており、年間 2 億円強の補助を行っている。

2007 年からは PMF と連動する形でサッポロ・シティ・ジャズも行われるようになる。PMF と同じ 7 月に札幌芸術の森の野外ステージで行われ、現在、国内最大のジャズ・フェスティバルになっている。本イベントでは、事務局がスポンサーやチケットからの収入を積極的に得ており、市の財政負担は年間数百万円の軽微なものにとどまっている。

500m 美術館は一風変わった美術館である。札幌市は厳しい冬を凌ぐために、地下通路が発達している都市である。2011 年、札幌市はこの地下通路に注目をし、500m のコンコースの壁を展示空間として活用している。2006 年からコンペ方式で若手の作品を表彰しているさっぽろアートステージの表彰者の作品の展示をメインとする年 4 回程度の企画を実施している。

500m 美術館



出所) 500m 美術館 Web サイト

2006 年からは、それまでの音楽、美術などと並んで、国際短編映画祭も実施されるようになる。本映画祭は、文字通り 30 分以内の短編映画のみを対象としたもので、世界中からインターネット経由で作品を募集し、評価を行う。そして、上位作品を毎年秋に 1 週間程度、札幌市内中心部で上映している。2011 年は約 70 カ国から約 1700 作品が集まっている。

札幌市ではこれらに加え、2014 年の札幌国際芸術祭の開催の準備を行っている。坂本龍一氏をゲストディレクターに迎え、予算は約 3 億円を想定している。期待される効果としては、次の 3 点について言及している。

札幌国際芸術祭で期待される効果

3つの効果	効果の概要
まちづくりの活性化	幅広い文化芸術活動を市民とともに展開することで、個人としての誇りやアイデンティティの醸成がもたらされ、地域の活性化や賑わいを創出するきっかけとなります。
観光の振興	札幌国際芸術祭（仮称）により、文化芸術の力で札幌の魅力を引き出して国内外に発信するとともに、札幌が有する音楽や映像コンテンツなどの文化的イベントや代表的な観光資源と言える食、自然景観、歴史的資産などの魅力を体験できる機会を提供することを通じて、交流人口の増加につなげていきます。
経済の振興	この札幌国際芸術祭（仮称）という場を通じて市民の創造意欲をかき立て、企業・アーティストなどとの多様な交流による創造性の融合を図りながら、新たなデザイン（仕組み）を生み出す創造的活動につなげ、新産業の創出や既存産業の高度化を誘発していきます。

出所) 札幌市「札幌国際芸術祭（仮称）基本構想」より NRI 作成

②-2 横浜市における取り組み⁶

横浜市は日本でいち早く、創造的人材に着目した街づくりを行った都市として注目度が高い。横浜市では 1983 年からみなとみらい地区の開発に着手し、その景観の美しさからバブル期は人気を博したが、バブルの崩壊に伴い開発が停滞し、空洞化が進むようになる。また、金融機関が多い関内地区も銀行の統廃合が進んだことや景気停滞により空きオフィスが増加し、さらには、2004 年にみなとみらい線が開通したことにより、空きオフィスのマンションへの建て替えが増加し、オフィスエリアとしての価値が低下していた。

そのような中、2002 年に横浜市長に当選した中田宏氏は「民の力が存分に発揮される都市横浜の実現」、「非成長拡大時代に対応した行政」を基本認識として掲げ、改革をすすめていく。

ア) 創造的人材の集積に向けた政策体系

中田市長は 2002 年、空きオフィスとなっていた歴史的建造物である旧第一銀行の活用のあり方及び関内地区の活性化を検討する「文化芸術と観光振興による都心部活性化検討委員会」を設置する。本委員会は、約 1 年半の議論を経て、2004 年 1 月に「文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けて」という提言書を横浜市に提出した。

提言書では以下の 4 つを基本方針として定めている。

⁶ 野田邦弘「創造都市・横浜の挑戦」などを参考に記述。

- ・アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現
- ・創造的産業クラスターの形成による経済活性化
- ・魅力ある地域資源の活用
- ・市民が主導する文化芸術創造都市づくり

また、3つの重点プロジェクトが提示された。これらの取り組みは、成長著しいクリエイティブ産業の力を借りて、関内地区の経済活性化、及びブランディングを狙ったものであった。

「文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けて」の概要

重点プロジェクト	概要	プロジェクトの展開イメージ
クリエイティブ・コ ア－創造界限形成	アーティストやクリエイターなどが創造活動を行うための空間を、横浜と新野ストックに注目し、整備するもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>歴史的建造物の保存活用</u> ・ <u>倉庫の文化芸術活用</u> ・ <u>空きオフィスの活用</u>
映像文化都市	今後成長が期待される映像コンテンツ産業やこれを活かしたエンターテインメント産業、人材育成機関などを市内に集積することにより、映像文化をはじめとした文化芸術活動を活性化すると同時に、新産業の創出や雇用増大といった経済の活性化を目指すもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中核機能立地の推進 ・ 映像文化関連イベントの積極的な展開 ・ 映像コンテンツの蓄積と活用 ・ 関連企業の誘致
(仮称) ナショナル アートパーク	臨海部の一定のエリアを国際的な文化観光交流ゾーンと設定し、文化芸術活動と連携してエリア整備を行うもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開港 150 周年に向けた象の鼻地区・大棧橋基部の再整備 ・ 山下ふ頭地区の整備

出所) 横浜市「文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けて」を基に NRI 作成

この提言書をきっかけに、中田市長は多様な才能や創造性にフォーカスをあてた街づくりを加速させる。2006年6月に策定した、概ね20年間の横浜市の目指すべき都市像や、それを実現するための施策の基本方向を示す長期ビジョンでも、横浜の都市像の2本柱の一つに「創造力」を掲げている。

横浜市長期ビジョンの概要

横浜の都市像	市民力と創造力により新しい「横浜らしさ」を生み出す都市 <ul style="list-style-type: none"> 市民力（市民の活力と知恵の結集） 創造力（地域の魅力と創造性の発揮）
都市像を支える5つの柱	<ul style="list-style-type: none"> 世界の知が集まる交流拠点都市 新たな活躍の場を開拓する活力創造都市 多様な働き方や暮らしができる生活快適都市 市民の知恵がつくる環境行動都市 いつまでも安心して暮らせる安全安心都市
実現の方向性と取組	<ul style="list-style-type: none"> 多様な文化を持つ人々と共に生きよう 充実した学びにより豊かな人生を送ろう 子どもを温かく見守りのびのびと育てよう 横浜ならではの魅力を創造し都市の活力を高めよう 活発な情報交流により新たな可能性を創造していこう 個性を生かして働ける社会をつくろう 暮らしやすい快適なまちづくりをしよう 地球にやさしい都市環境を未来へ引き継ごう 住み続けたいと感じられる魅力をつくろう ゆとりをもって安心して暮らそう

出所) 横浜市「長期ビジョン」を基に NRI 作成

イ) 歴史的建造物を活用した、創造的人材の活動場所の整備

横浜市には歴史的建造物が多く残り、市も従来からその保存に熱心であった。中田横浜市長の就任後は、そのような建造物を創造的人材の活動場所として活用するようになる。

創造的人材の活動目的で整備された初期の事例⁷は、北仲 BRICK&北仲 WHITE である。帝蚕倉庫(株)の本社移転により、1926年に竣工した旧帝蚕倉庫と2棟の事務所ビルが取り壊されマンションが建設される案が浮上していた。このビルを2005年に森ビルが取得し、森ビルの提案により2005年7月から2006年10月までの期間限定で「北仲 Brick&北仲 White」として廉価にアーティストやクリエイターに提供するプロジェクトが実施された。約50組240名が入居し、その内訳は、美術24、建築11、デザイン3、映像3、企画3、その他が9であった⁸。BankART（概要は参考資料3を参照）が選定に関わった経緯から、美術のウェイトが大きかった。

森ビルとの契約満了の後は、彼らは旧帝蚕倉庫に隣接する本町ビルに一部の入居者が移転することとなった。本町ビルは(株)八幡(物流・倉庫業)が所有し、1～3階の部分の本社ビルとして活用していたが、4・5階は活用していなかった。

⁷ 文化・芸術目的で活用された歴史的建造物としては、「BankART1929 Yokohama」、「BankART Studio NYK」、「BankART 桜荘」などがある。概要は参考資料3を参照。

⁸ 野田邦弘「創造都市・横浜の挑戦」を参考に記述。

㈱八幡の社長が「北仲 Brick&北仲 White」の活動を見て評価していたため、この4・5階部分を横浜市に2006年11月～2008年11月の期間限定で貸与し、「本町ビルシゴカイ」という名称で活用することとなった（その後、1年延長）。ここには、7組の建築設計事務所を含む10組が入居していた。

北仲 Brick&北仲 White(奥)と本町ビルシゴカイ(手前)の外観



そのほか、旧大蔵省関東財務局事務所・旧労働省労働基準局事務所を2002年に横浜市が取得し、2006年6月からこちらもクリエイターの入居施設「ZAIM(ザイム)」として活用していた(2010年3月に老朽化のため閉館)。こちらには、北仲 Brick & 北仲 White から25組が移転した。

また、新港ふ頭にある旧大阪商船三井船舶㈱の建物を保有していた国際コンテナターミナル㈱も横浜市に協力し、横浜市と協議のうえ「創造空間万国橋 SOKO」として2006年4月から活用していた。

②-3 金沢市における取り組み⁹

石川県金沢市は人口が46万人規模の都市である。歴史的経緯から工芸が盛んな土地であり、戦時中に空襲の被害が少なかったことから、歴史的街並みも残っている。また、小売業や繊維業が盛んであったが、国内市場の停滞や海外における安価な代替品の増加に伴い、近年は停滞していた。

山出氏はこのような状況のなか1990年に市長に当選し、2010年まで5期20年間務めた。様々な都市宣言を行い、景観、伝統工芸（ファッション）等を街づくりの基軸に据えようとした。

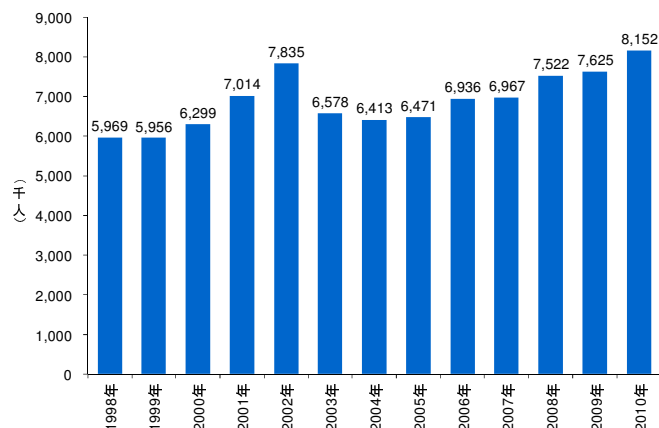
山出市長就任以降の都市宣言

1992年	景観都市宣言
1995年	世界工芸都市宣言
1998年	環境都市宣言
2004年	金沢ファッション産業都市宣言
2006年	安全・安心都市宣言
2007年	健全な社会環境形成都市宣言 グッドマナー実践都市宣言

また、金沢市では2004年10月にオープンした金沢21世紀美術館が話題で、近年、地方自治体が設置する美術館のうち最も年間入場者数が多い美術館となっている。また、これらの影響から観光客数も2006年以降増加傾向にある。

⁹経済産業省「平成23年度 知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業」（NRI受託）や各種公式Webサイトなどを参考に記述。

金沢市の観光客数の推移



出所) 金沢市 Web サイトを基に NRI 作成

ア) 景観の保存

金沢市にとって、歴史的街並みは観光資源でもあり、金沢市のアイデンティティでもある。金沢市では旧来から、歴史的な街並みの保存において先進的な取り組みを行っており、1968年には全国初の「伝統環境保存条例」を施行、1989年にはこれを強化し「都市景観条例」を制定している。1992年には山出元市長のもとで、景観都市宣言を行い以降も各種条例を制定していく。

景観都市宣言

私たちのまち金沢は、恵まれた自然や地形を背景に、歴史的な街並みや、伝統にはぐくまれた文化をいまに伝え、美しく、個性豊かで魅力的なまちを形づくってきた。

私たちすべての市民は、

- 1 美しい自然と風土を保全する景観づくり
- 1 伝統的・文化的な資産を継承する景観づくり
- 1 環境に調和した新しい都市空間を創造する景観づくり

を基本に、さらに金沢らしい都市景観を形成していくことを宣言する。

出所) 金沢市 Web サイト

金沢市が制定した主要な条例

1968年	伝統環境保存条例
1989年	都市景観条例
1994年	こまちなみ保存条例
1996年	用水保全条例
1997年	斜面緑地保全条例
2002年	金沢の歴史的文化資産である寺社等の風景の保全に関する条例
2004年	金沢市旧町名復活の推進に関する条例

出所) NRI 作成

1994年には「こまちなみ保存条例」を制定。「こまちなみ保存条例」は、歴史的な重要性は低いですが、街並みの保存上重要と思われる建造物を保護の対象としている。市は保存の区域を指定、対象となる区域内の建物の建て替えや改築をする場合には市に届け出る義務や、保存への補助がある。

1996年には「用水保全条例」を制定。用水は金沢市の貴重な景観の一部であり、用水内の橋りょう等の設置や修繕・用水に接する土地内の建物や塀、柵の新築や増築などを行う際に事前の届出が必要になる。1997年には「斜面緑地保全条例」を制定。斜面緑地とは、「金沢のまちなかから身近に眺望され、又はふかんされる台地又は丘陵の斜面の緑地で、樹林地、草地又は坂道等の緑が連続して個性のかつ良好な自然環境を形成しているもの」をさす¹⁰。該当する土地で土地の開墾、区画形質の変更、建築の新築・改築・増築、土石の類の採取等を行う際に、こちらも事前の届出が必要になる。

2002年の「金沢の歴史的文化資産である寺社等の風景の保全に関する条例」も同様に、寺社風景保全区域を指定し、その区域内の寺社等の新築・改築・増築、木竹の伐採には事前の届出が必要となる。また、金沢市が保存してきたのは景観だけではない。2004年には旧町名を復活させる「金沢市旧町名復活の推進に関する条例」を制定している。

¹⁰ 金沢市 Web サイトより

イ) 伝統工芸の教育・産業化・発信の支援

前述のとおり、金沢市では江戸時代から受け継がれている伝統工芸がさかんである。具体的には、金沢箔、金沢漆器、加賀友禅、金沢九谷焼、加賀繡、金沢仏壇、加賀象嵌、大樋焼など 22 種類が現存している。金沢市はこれらの産業の活性化に熱心に取り組んでいる。

もともと、金沢市は工芸に関する教育機関が充実しており、1955 年に金沢美術工芸大学が設立され、日本画、油画、彫刻、芸術学、視覚デザイン、製品デザイン、環境デザインなどと並んで工芸科も設置されている。1989 年には、金沢卯辰山工芸工房が設立され、そこでは、陶芸、漆芸、染、金工、ガラスの 5 分野について、一定の経験を持つ中堅の工芸家を募集し、3 年を上限としてベテランの職人が技術の伝承を行うプログラムを無料で受けられる。

加賀友禅と金沢箔にかかわる産業の活性化をめざし、2009 年には「加賀友禅技術振興研究所」、2010 年には「金沢箔技術振興研究所」が設立されている。ここでは、加賀友禅や金沢箔に限定し、市場調査、新製品開発・販路拡大等の支援を行っている。

両研究所の役割

研究所	役割
加賀友禅 技術振興研究所	<ul style="list-style-type: none">・新分野開拓支援 新たな販路開拓を目的に、和装以外分野での新商品開発を展開・産地支援 加賀友禅ファンの育成、新規きもの需要の底辺拡大を目的に事業を展開・人材育成支援
金沢箔 技術振興研究所	<ul style="list-style-type: none">・研究コーディネート機能 金沢箔の持つ基本的な物性、応用範囲を広げる技術の研究。箔製品の修復技術の研究・産地支援機能 箔の使用方法のマニュアル化。後継者育成のための研修の実施、箔文化の浸透・産地のイメージ構築。箔使用に関する知的財産の保護支援・アーカイブ機能 箔に関わる文献、歴史、技術、映像資料等の収集。歴史調査・通史の作成。・世界の箔文化の調査・商品開発コーディネート機能 箔の市場調査を進め、商品開発・用途開発のための生産者と需要家のコーディネート

出所) 両 Web サイトを基に作成

2011年には「金沢クラフトビジネス創造機構」が設立されている。本機構は、2005年に設立された「金沢ファッション産業創造機構」が改組されたもので、クラフト（工芸）の販路拡大や情報発信を行うための組織である。「クラフトビジネスクラブ」という会員制の多様な交流の場を設けている。登録料・年会費は無料で、登録するとメンバー（作家、事業者、デザイナー、バイヤー等）で交流することができる。また、金沢クラフトビジネス創造機構では機構長と事業推進、デザイン、普及啓発の3分野のディレクターが置かれ、クラブの会員向けに専門的な助言・指導を行っている。

クラフトビジネスクラブの入会資格と会員特典

○入会資格

金沢市内在住または金沢を中心に活動しているクラフトの職人や作家、事業者、デザイナー、バイヤーなどの個人の方または団体。

○会員特典

- ・クラフトに関する事業の展開や商品の開発など、ビジネス化に向けてクラブ内で交流することができるほか、機構ディレクターやアドバイザーによるサポートを受けることができます。
- ・機構のギャラリー、レクチャールームをご利用頂けます。（*利用料無料）
- ・機構が行うセミナー、展覧会、交流会などの開催情報をお送りします。
- ・機構のホームページで、登録者の活動情報を掲載し（希望者の方）クラフトの情報集積と発信により、異業種間のマッチングの機会を設けます。

出所）金沢クラフトビジネス創造機構 Web サイトを元に NRI 作成

そのほか、金沢市では古くから伝統工芸にまつわるイベントも実施している。1989年からは隔年で、「金沢工芸大賞コンペティション」を開催している。2011年からは「金沢・世界工芸トリエンナーレ」（3年おきに実施）に変更し、金沢21世紀美術館を舞台に実施された。また、2006年から毎年行われている、「ライフ&ファッション金沢ウィーク“かなざわごのみ”」（現在は、「おしゃれメッセ“かなざわごのみ”」に名称変更）でも、伝統工芸品が展示・販売されている。

金沢市はこのような活動を長年続け、その実績が認められ、2009年にユネスコ創造都市ネットワークのクラフト分野に登録された。ネットワーク登録は日本で3例目であった。イベントやユネスコへの登録のように、伝統工芸は対外的な発信・ブランディングのツールとしても活用されている。

ウ) 金沢21世紀美術館の整備

金沢21世紀美術館は市の中心部にあった、金沢大学附属小中学校跡地に2004年に整備された。金沢大学附属小中学校の移転は1990年頃に決定し、市は跡地を購入し市庁舎の建設などに活用しようとしていた。1995年5月に金沢市と石川県は都心地区整備構想検討委員会を設置、11月に市庁舎用地以外の部分には、市

民が広く利用できる「市美術館」の設置がふさわしいとの結論が示された。

1996年4月に美術館建設準備事務局が、9月に美術館等構想懇話会が発足する。1997年6月にはこの懇話会をもとに金沢市が「美術館等基本構想」を策定し、ここでは「都市型文化交流施設」を目指す方向性が明記された。既に隣接する県立美術館があり、そこと役割分担を行うため美術館の特色を「工芸と近現代の美術との対話」と定められた。

跡地の購入には約77億円が投じられた。また、建築本体及び地下駐車場の建設費は約113億円（最終的な入札は73億円）、作品購入には約30億円があてられた。

金沢21世紀美術館の設計はコンペティションの結果、建築ユニット「SANAA」が選ばれた。市民に親しんでもらうように、総ガラス張りで円形であるためファサード（立面）がなく、入り口も5箇所設けてある。

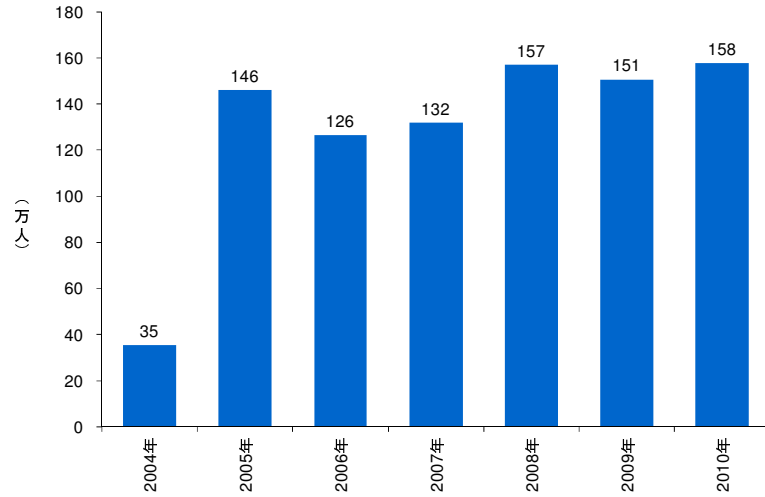
また、市民にできるだけ親しんでもらうため開館時間を22時までとし、開館年度の2002年には、金沢市内の小中学生とその教員約41,000人全員を無料招待する「ミュージアム・クルーズ」を開催、以降も毎年小学校4年生約5,000人を招待し続けている。

金沢21世紀美術館の外観



金沢21世紀美術館が特に注目されているのは、その入館者数の数である。地方美術館でありながら、市町村立の美術館のトップクラスの150万人前後を集客し、都市の顔になっている。前述の観光客数の増加トレンドも金沢21世紀美術館の開館の時期と重なる。

金沢 21 世紀美術館の入館者数の推移



出所) 金沢市産業局観光交流課「金沢市観光調査結果報告書」を基に NRI 作成

エ) 若手クリエイター育成のイベント (eAT KANAZAWA)

金沢市では 1994 年から毎年、児童・生徒を対象にコンピュータ芸術展を実施していた。1997 年からこの事業を一般やプロにも対象を広げ、世界のコンピューター・グラフィック情報の集積地となることを目指して、デジタルアートの祭典「eAT KANAZAWA (イート金沢)」というイベントに拡大している。イート金沢は、エレクトロニックアートをツールとして「言語や国境を越えて様々な人が金沢の地に集い、交流し、新しい創造文化を生む¹¹⁾」ことを目指している。

¹¹⁾ eAT KANAZAWA Web サイト

eAT KANAZAWA のコンセプト

eAT KANAZAWA は、金沢の都市文化の魅力を活かし、

- ・金沢を舞台とする、アーティストの国際交流の推進・発展
- ・子どもの新しい創造性の開発
- ・都市間の空間的距離をこえた、知的生産の可能性追求
- ・ハンディキャップのない、ネットワークを活用した生きがい、働く場の創出

をめざし、広いジャンルから、プロデューサー制の採用による、オリジナリティあふれるテーマ選定で開催されます。具体的には、グラフィックデザイン、インダストリアルデザイン、マルチメディアコンテンツ、映画、ゲーム、建築、音楽、教育など、様々なテーマを開催年ごとに設定し、様々な人々の参加をつのります。

また、eAT KANAZAWA は、金沢にとって、

- ・21世紀に向けた金沢の発展における人材育成
- ・内外に向けた、金沢の都市文化の広報活動、イメージアップ
- ・伝統工芸などの地場産業に先端技術による、新しいコラボレーション

をもたらします

出所) 金沢クラフトビジネス創造機構 Web サイトを元に NRI 作成

金沢市文化ホールや金沢市民芸術村を会場に、メイン事業であるデジタルアート作品のコンテストに加え、一流のクリエイターによる「セミナー」、そしてプレゼンターと参加者が夜通し熱い議論を繰り広げる「夜塾」などが行われている。このイベントは金沢市や金沢 21 世紀美術館、金沢美術工芸大学、経済同友会などが協力し、産官学一体の取り組みとなっている。

また、イート金沢の開催以外にも、実行委員会では様々なクリエイターを講師に招き、イートオープンカレッジ、イートクローズカレッジ、金沢市ベンチャー塾、金沢市知財セミナーなど、クリエイターの育成活動も行なっている。

イート金沢の開催費は市が主に拠出しており、年度によって変動があるが、おおよそ 2,700 万円程度の予算を計上している。

②-4 テキサス州オースチンにおける取り組み¹²

テキサス州オースチン市はアメリカ中南部に位置する人口約 60 万人の都市である。1970 年代まで人口は 25 万人ほどで、特筆すべき産業もなく世界的には無名な都市であった。しかし、1980 年代後半から 15 年ほどで R&D 機関やベンチャー企業が集積し、世界有数のテクノロジーセンターとして急速に変身を遂げた。

1990 年代のオースチンの産業成長

産業	年成長率 (1975~1996 年)
半導体・電子機器	26%
コンピュータ・周辺機器	13.9%
ソフトウェア	23.1%
物流	8.7%
バイオメディカル	12%
映画・音楽	9.2%

出所) 西澤昭夫・福嶋路「大学発ベンチャー企業とクラスター戦略」を基に NRI 作成

この現象はオースチンの奇跡と呼ばれており、フロリダも「疑いもなく、過去 20 年間のうちで、全米でもっとも成功したハイテク都市であり、サクセスストーリーの頂点といってもよい。¹³」と評している。

成長のきっかけは、1983 年に R&D コンソーシアムである MCC (Microelectronics and Computer Technology Corporation) や、1987 年に官民共同による半導体製造技術研究組合であるセマテク (SEMATECH) が誘致されたことにあると考えられる。

MCC は全米で初めての営利目的の R&D コンソーシアムである。MCC が本拠地を選定するにあたり、57 都市が名乗りをあげ、オースチンが選定された。MCC の誘致に伴い、約 450 人の研究者・技術者がオースチンで従事することになった。2000 年に MCC は閉鎖されたが、その後も多くの研究者たちはオースチンの環境を好み、オースチンに残った。

セマテクは、1980 年代に日本企業の攻勢により競争力を失ったアメリカ企業と政府がその危機感から設立した半導体製造技術研究組合である。こちらも 135 都市が誘致に名乗りをあげ、オースチンが選ばれた。

オースチンがこれらの組織の誘致に成功した背景として、次の要素が指摘される。

¹² 西澤昭夫・福嶋路「大学発ベンチャー企業とクラスター戦略」などを参考に記述。

¹³ リチャード・フロリダ著・小長谷一之訳「クリエイティブ都市経済論」より引用。

- ・市が優良な条件を提示したこと
- ・もともと、オースチンには米国有数の規模を誇るテキサス大学オースチン校があり、この大学とのシナジー効果を期待したこと
- ・オースチンの生活環境の質が高かったこと

これらの組織の誘致により、オースチンには一流の研究者が多数集まることになり、多くのスピンオフ企業を生み出した。また、オースチンはハイテクシティであるという印象を全米に発信することができ、その分野で起業を狙う人材が多数集まることになる。

また、テキサス大学・オースティン校のビジネススクール元学長コズメツキー博士が主導した、オースチン・テクノロジー・インキュベーター (ATI)、ザ・キャピタル・ネットワーク (TCN)、オースチン・ソフトウェア・カOUNシル (ASC) の影響力が大きいと言われている

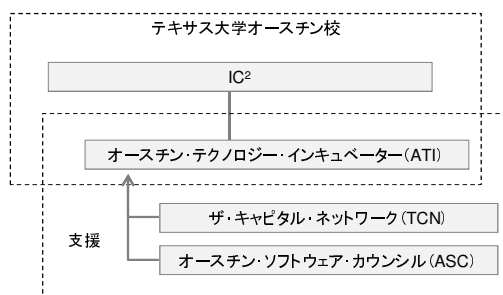
ア) オースチン・テクノロジー・インキュベーター (ATI) の整備

コズメツキー (Kozmetsky) 氏は、カリフォルニアのハイテク企業であるテレダイイン社の設立者でもあり、教育者でもある人物である。1966年にオースチンの環境に惹かれて移住し、テキサス大学オースチン・ビジネススクールの学部長となった。彼は16年間の学部長としてのキャリアのなか、数多くの有能な学生が、オースチンには職がないために卒業と同時に他の都市に移ってしまう状況を憂っていた。

そして、学部長の役割を終えた1977年に、オースチン市、オースチン商工会議所、そして彼自身も莫大な私財を投じて、テキサス大学オースチン校の下部組織としてIC² (Innovation Creativity and Capital) を設立した。

IC²は基本的には研究機関であったが、下部組織としてオースチン・テクノロジー・インキュベーター (ATI)、ザ・キャピタル・ネットワーク (TCN)、オースチン・ソフトウェア・カOUNシル (ASC) を設立する。

コズメツキーが設立した各種機関



出所) NRI 作成

オースチン・テクノロジー・インキュベーター (ATI) は、1989年に設立された。オースチン市、トラビス群、オースチン商工会議所からの3年間2万5,000ドルの寄付とコズメツキー氏の個人的寄付を資本としている。

当時、アメリカは不況に襲われており、オフィス価格が下落していた。ATIでは、そのような空きビルを借り、ソフト企業を中心に常時15~20社程度のベンチャー企業を最長3年と限定し低価格で入居させた。また、法律事務所、会計事務所、保険会社、経営コンサルタントなどを事前にメンターとして登録しておき、ATIの入居者には彼らによるアドバイスなど、様々なサービスが提供された。

また、ATIの設立と同時に、ザ・キャピタル・ネットワーク (TCN) も設立されている。オースチンには当時まだ有力なベンチャー・キャピタルが存在せず、起業家達はスタートアップ資金の調達に苦心していた。そこで、コズメツキーは個人的な人脈を活用して、エンジェルを集めTCNとして組織した。TCNには起業家とエンジェルを事前に登録しておき、TCNは起業家のビジネスモデルを評価し、適切なエンジェルを紹介する役割を持っていた。さらにTCNはただ単にエンジェルを紹介するだけでなく、資金調達が可能となるように、ビジネスモデルの改善のアドバイスも行っている。

また、1992年にはまたも、コズメツキー氏によってオースチン・ソフトウェア・カウンシル (ASC) が設立される。ASCはオースチンに450社以上存在していたソフトウェア企業の業界団体のようなものであった。ASCは同業種の検討会などを催し、互いに協力するための基盤整備を行った。また、採用に苦勞する企業に対して、オースチン校と連携して、企業と大学生を引き合わせるセミナーを開催した。そのほか、企業の従業員の福利厚生を共同で実施したり、ベンチャー企業向けに会社経営の基本的な知識を教育 (MBAプログラムのようなもの) したりした。単独のベンチャー企業の弱みを、彼らを組織化することで補おうとした。

このような仕組みによって、1988~2001年までにATIは2,820の雇用を生み出したとされている。また、5社がIPOを果たし、15社は他企業に買収されるという成果を残している。

イ) 環境の整備

オースチンは保守的な傾向にあるテキサス州にありながら自由な風土があり、また、優れた生活環境があることでも有名である。MCC、セマテクの誘致においては、これらの環境が高く評価された。現在、多くのベンチャー起業家達が集まっている要因とも考えられている。

オースチンが優れている環境とは①バーやレストランが遅くまで営業しておりナイトライフが充実していること、②屋内・屋外のコンサート活動、音楽興行が充実していること、③公園、河川、湖沼、ハイキングコースがすぐそばに無数にあり、アウトドア環境が充実していること、であると言われている。

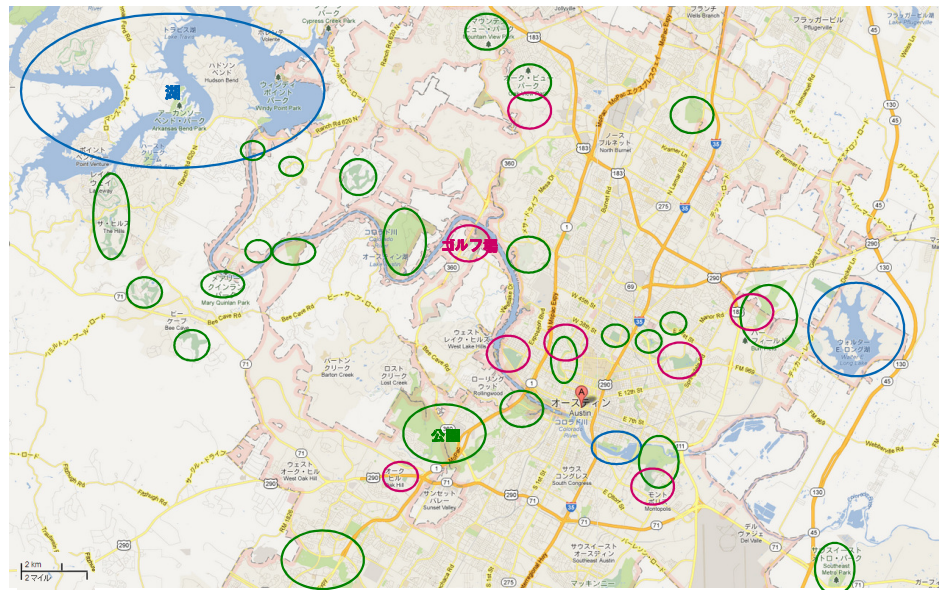
①②に関しては、オースチンには有名なライブハウスがあり、様々な人材の集

積場となっている。②に関しては、オースチン市公園・レクリエーション課は季節ごとに音楽イベントを行ったり、地元ミュージシャンが総出演する屋外のコンサートイベントを実施したりしている。また、オースチン市はオースチンの優れた音楽環境を維持・強化するために、オースチン・ミュージック・コミッション組織を立ち上げ、そこで検討している。また、音楽家を助けるために「音楽産業ローン保証プログラム」も創設している。

③については、基本的にはオースチンは元来から恵まれた土地環境にあったことに由来する。具体的には都市の中央を横断する川、湖、そして自然公園やオースチン市が開発した公園、それらを基に民間事業者が開発した多数のゴルフ場などが充実している。オースチン市は街に変化を与えるように、意図的に次のような様々な7つの種類の緑を開発しようとしている。

- ・ポケットパーク
- ・学校における公園
- ・ディストリクトパーク（球技場、多目的スペース、プール、レクリエーションセンターなどと一体となった公園）
- ・都市部における大型の公園
- ・特別な公園（博物館、ゴルフコース、ボート場等の特別なレジャー機能と一体開発された公園や自然公園）
- ・川沿いの緑地
- ・緑の散歩道

オースチンに存在する湖・公園・ゴルフ場



②-5 シンガポールにおける取り組み¹⁴

シンガポールは広島市よりもわずかに小さな面積を持つ国家である。人口は広島市の4倍以上で、高い人口密度となっている。一人あたりGDPは広島市とほぼ同水準で、GDPは広島市をはるかに上回っている。また、森記念財団都市戦略研究所の都市力ランキングでは、ニューヨーク、パリ、ロンドン、東京につぐ第5位に位置づけられている。

シンガポールと広島の比較

項目	シンガポール	広島市	広島県
面積	714k m ²	905k m ²	8,479k m ²
人口	518 万人	118 万人	285 万人
GDP	20.9 兆円	4.9 兆円	11.5 兆円
一人あたり GDP	403 万円	415 万円	403 万円

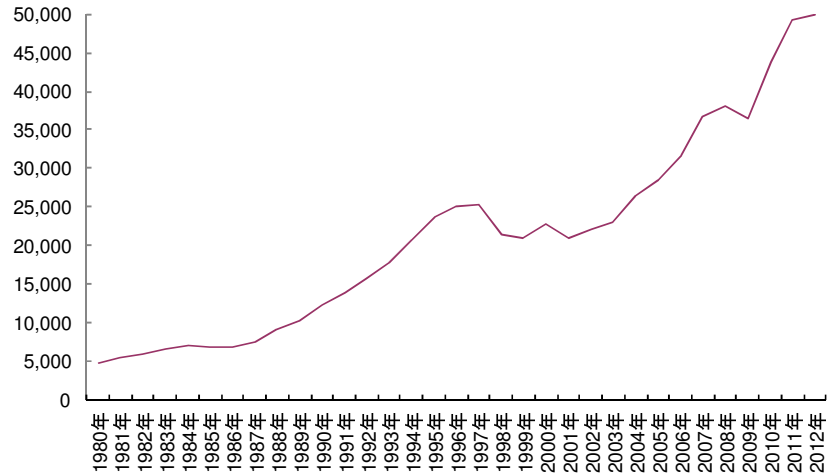
出所) 各種公開資料を基に NRI 作成

シンガポールは、1819年よりイギリスの植民地であった。太平洋戦争時には日本軍政下となるが、戦後は再びイギリスの統治下となった。1963年にはマレーシア連邦として独立、1965年にマレーシアから分離独立した。

建国の時から、人民行動党（PAP）の一党独裁体制であり、さらに党のなかでも李一族（リー・クアンユー、リー・シェンロン）が絶対的地位にあり、強力なリーダーシップをとっている。このリーダーシップのもと、徹底した外資の呼び込みを行い、1980年後半以降は急速に経済が成長している。

¹⁴日本政策投資銀行「シンガポールの都市再生プラン」、自治体国際化協会「シンガポールの政策」、名古屋都市センター「シンガポールの都市政策」などの公開情報、及び現地調査をもとに記述。

シンガポールの1人あたりGDPの推移



出所) 各種公開資料を基に NRI 作成

これだけの成長を遂げた要因としては、法人税、所得税、キャピタル・ゲインへの課税などを極めて低く設定していること、英語が公用語であること、教育水準が高いこと、物流等各種インフラ、生活環境の整備がされていることなどが挙げられている。

基本的には、すべての戦略が外資の呼び込みによる経済成長の目的に向けて行われており、緑化政策や建造物の保存もその目的のために重視されている。

ア) 緑化政策

シンガポールでは早い段階から海外からの投資や企業進出の受け入れのための環境の向上、観光客誘致を目指して、緑化政策が重視された。シンガポールの緑化政策は、1967年にリー首相が行った「ガーデンシティ (Garden City)」政策に端を発している。以降、各年代で緑化に関する重点項目を掲げ政策が進められてきた。

緑化政策の重点項目

年代	重点項目
1960年代	<ul style="list-style-type: none"> ・クリーン&グリーン政策の展開 ・道路沿いの植樹 ・公園の建設
1970年代	<ul style="list-style-type: none"> ・道路沿いの植樹 ・色彩豊かな植物の植栽 ・歩道橋などへの植栽 ・アメニティ施設の整備 ・埋立地の緑化 ・駐車場への植栽
1980年代	<ul style="list-style-type: none"> ・フルーツの植樹 ・維持管理の機械化 ・コンピュータの導入 ・色彩豊かで香りある植物の植栽 ・目的別アメニティ施設の整備
1990年代	<ul style="list-style-type: none"> ・生態系に配慮した公園整備 ・住民参加の公園づくり ・公園ネットワークの形成 ・公園の計画的改修 ・木陰のある遊歩道整備
2000年代	<ul style="list-style-type: none"> ・住民のニーズにあった公園づくり ・住民と公園との共存・共生 ・緑を楽しめる場の創出

出所) 自治体国際化協会「シンガポールの緑化政策」を基に NRI 作成

1960年代はそもそも緑が少なかったため、公園や道路沿いの植樹を推進し、ボリュームの拡大が優先されていた。1970年代に入るとボリュームだけではなく、景観面の質も意識するようになり、また、植樹の範囲も道路沿いだけではなく、歩道橋、アメニティ施設、埋立地、駐車場などに拡大された。また、1980年代にはフルーツを植樹するなど植樹による楽しさの演出にも留意されるようになった。また、拡大しつづける緑の管理をオートメーション化し、維持管理の抑制をしようとしている。1990年代にはこれらの緑と住民や生態系との関係性を意識するようになってきている。

これらの緑化政策は、当初、1967年に設立された公共事業局傘下の公園森林部門が行っており、1976年からは国家開発省の傘下の公園・リクリエーション部門が行っていた。1990年には新たに設立された国立公園局（National Parks）が設立され、1996年に公園・リクリエーション部門を吸収している。

国立公園庁はさらに「公園管理・ライフスタイル」、「計画開発・サービス」、「ガーデンズ・バイ・ザ・ベイ」、「組織業務」の4つの組織から構成されている¹⁵。国立公園庁の2012年度の予算は約2.6億USドルである。

¹⁵自治体国際化協会「シンガポールの政策」

街の繁華街における植樹(左)と上空からの景色(右)



出所) NRI 撮影

2005年からは、「ガーデンシティ (Garden City)」政策に代わり、「シティ・イン・ガーデン (City in the Garden)」というコンセプトが掲げられている。

シティ・イン・ガーデンの6つの方針

- ・ 世界一の公園の形成
- ・ 都市公園の活性化と景観保護
- ・ 緑と余暇活動のための施設・空間づくり
- ・ 都市環境における生物の多様化
- ・ 景観と園芸産業の強化
- ・ 緑に溢れたシンガポールに向けた市民参加の促進

出所) 自治体国際化協会

このコンセプトの目玉の一つとして、2012年6月に、観光の中心部であるマリナ・ベイ地区に大型植物園のガーデン・バイ・ザ・ベイ (Gardens by the Bay) がオープンしている。この公園は、ニューヨークのセントラル・パークや、ロンドンのハイドパークのように、シンガポールの中核となる公園となることを目指し開発された。公園であると同時に、2つの大きな植物園が整備され、園内には滝があるなどテーマパークとも呼べる施設である。すべての公園の開園後は101haになる予定で、現在は整備予定の3つの公園のうち52haが開園している状態で、既に約600億円を投資しているという。また、最初の1年間の来園者数は500万人を見込んでいるという。

ガーデン・バイ・ザ・ベイ



出所) NRI 撮影

イ) 建造物の保存

シンガポール政府は、観光資源及び外資呼び込みのための景観の向上に向けて、近年特に歴史的建造物の保存を進めている。シンガポールの 40～50 年スパンの国土開発計画であるコンセプト・プランの 2001 年版では、歴史的建造物の保護・保存が主要施策に位置づけられている。

保存対象は「歴史性」、「建築的な意義」、「建築スタイルの希少性」、「周辺環境への寄与」の観点から選定されており、2011 年 9 月時点で 7,091 件の建造物が指定されている。エリアとしてはチャイナ・タウン、リトル・インディア、カンボングラムなどのエリアで多くの建築が指定されている。

建造物の保存は都市開発庁が担当しており、修復が必要な建築物を指定している。指定された建築は修復期限を設けられていないものの、修復に従わなかった場合 20 万シンガポール・ドル（約 1200 万円）以下の罰金もしくは 1 年以下の禁固刑が処せられる。

また、このような建築物はおみやげ屋などに使われやすいため、「ヘリテージ・チャーター」というガイドラインを作成し、用途を制限している。

なお、このような民家以外にも、裁判所や国会議事堂、学校など使われなくなった大型の公共建築物は文化施設などに積極的に転用されている。

チャイナ・タウン(左), カンボングラム(右)



出所) NRI 撮影

文化施設に転用された公共建築物



出所) NRI 撮影

②-6 ソウル市における取り組み

ソウル市は韓国の首都で、面積約 600k m² (広島市の約 3 分の 2)、人口約 980 万人の都市である。森記念財団都市戦略研究所の都市カランキングではベルリンにつぐ第 7 位に位置づけられている。

2002 年 7 月に市長に就任した李明博 (イ・ミョンバク) 氏や、2006 年 7 月に就任した呉世勲 (オ・セフン) 氏の元で急速に都市を洗練させてきた。

具体的には、両氏ともに公園・広場の整備に注力しており、李明博氏は清溪川を再生させている。呉世勲氏は、デザインを政策の中核に据え、デザインガイドラインの策定や公共建築物・公共物のデザインの統一、デザイン・プラザの開発などを行っている。

このような取り組みの結果、ソウル市への外国人観光客数は急増している。

外国人観光客数の推移

年	観光客数
2008 年	689 万人
2009 年	782 万人
2010 年	1,027 万人
2011 年	1,376 万人

ア) 公園・広場の整備

両市長の任期の間、ソウル市ではランドマークとなるような公園が複数整備されている。

まず、李明博時代の2002年10月には市庁前広場が整備された。従来、市庁前には片道5車線の道路が通っており、通りを渡るためには地下道を経なければならなかった。広場の整備後は、片道3車線にし、横断歩道で渡れるようになった。

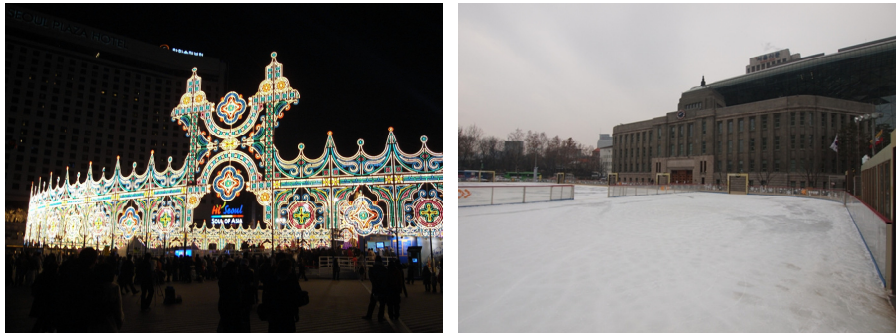
市庁前広場整備前(左)と整備後(右)



出所) NRI 撮影

現在、この広場は市民の憩いの場となっており、夏には芝生が張られ、様々なイベントの会場となるとともに、冬にはイルミネーションやスケートリンクなどが整備されている。

市庁前広場の冬の様子



出所) NRI 撮影

また、2002年10月には、李明博元市長が、光化門前広場にも大型の公園を整備することを発表した。この計画は呉世勲元市長にも引き継がれ、2006年12月に光化門復元計画を発表し、2008年に完成した。総工費として約465億ウォンが投じられている。

光化門前広場



出所) NRI 撮影

イ) 清溪川の再生

李明博元市長の功績として、清溪川の再生が有名である。清溪川は市内の中心部を流れる小さな川であったが、韓国の経済成長に伴い、次第に道路不足になり、また生活排水による悪臭を放つようになったことから、1971年に川を埋め立て、高架道路を整備していた。しかし、この高架道路も次第に老朽化し、道路の点検・補修・補強費用、環境問題の対策費用などがかさみ、大規模改修の必要が生じていた。

李明博氏はこの道路を改修するのではなく、過去に存在していた清溪川を復元し、市民の憩いの場所とすることを選挙時の公約として市長に当選した。2002年7月に市長に就任し、同年の10月に再生の計画を発表していた。そして約2年後の2005年に早くも清溪川は完成する。復元にあたっては、約3,900億ウォンの費用が発生した。

清溪川の高架道路周辺は零細の商店が立ち並ぶ地域だった。立ち退きを求められた零細の商店主や露天商は抗議し、一時は警官隊が出動する騒ぎに発展したが、代替地の提供などを行うことを条件に話し合いで決着。懸念された交通渋滞も関係者の予想ほどではなく、ドライバーの反発は強くないという¹⁶。現在、清溪川の川沿いにはパブリック・アートや照明が整備され、市民の憩いのスペースとなっている。

¹⁶ 2004/10/15 日本経済新聞

清溪川



出所) NRI 撮影

ウ) デザイン政策の概要

2006 年に就任した呉世勲市長はソウルのハード開発はある程度整備がなされたと考え、従来のハード・シティから人間重視、文化芸術重視のソフト・シティに変えようとした。

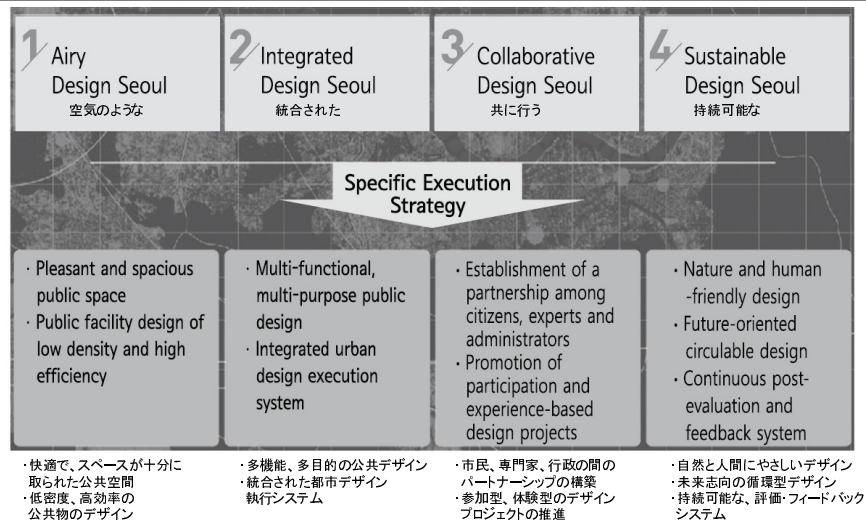
ハード・シティとソフト・シティの概念図



出所) ソウル・デザイン・ガイドラインを基に NRI 作成

そのなかで、ソウルは「空気のような」、「統合された」、「共に進む」、「持続可能な」という4つの基本戦略を掲げている。

4つの基本戦略



出所) ソウル・デザイン・ガイドラインを基に NRI 作成

このような都市を目指すため、ソウル市は 2007 年にデザイン・ソウル総括本部を立ち上げ、元ソウル大学のデザイン分野の教授が副市長に就任するとともに、本本部のトップとなり各種デザイン政策を推進した。

そして、各種デザイン政策が評価され、ソウル市は 2007 年には 2010 年世界デザイン首都に選定される。世界デザイン首都はデザインによって発展を成し遂げた都市、デザインの潜在力を活用している都市を対象に国際産業デザイン団体協議会により 2 年に 1 度選定されるデザインの文化総合フェスティバルである。世界デザイン首都に選定されたことを受け、2008 年と 2009 年にオリンピック会場だった蚕室総合運動場を主会場として、ソウル・デザイン・オリンピックアードが開催されている (2010 年には「ソウルデザインフェア」に改称)。ここでは、ソウル・デザイン・コンファレンス、ソウル・デザイン展示会、ソウル・デザイン公募展などが主要イベントとして実施されている。

また、2010 年には、デザイン政策の取り組みを初めて 4 年ほどで、ユネスコのクリエイティブ・シティズ・ネットワークに、デザイン部門で認定されている。

エ) ソウル・デザイン・ガイドラインとデザインの統一

ソウル市は、2008年5月に公共空間、公共建築、公共施設、公共視覚媒体、屋外広告物に関するソウル・デザイン・ガイドラインを策定している（2009年7月に夜間景観を追加）。このガイドラインは、ソフト・ソウル構築のための方向性と目標を定めたものである。

ソウル・デザイン・ガイドライン適用対象

分野	対象
公共空間	道路、広場、親水空間、都市公園、公共建築物、屋外駐車場、公共構造物、公開空地など9分野22種類
公共建築	行政及び公共建築、福祉施設、教育研究施設、環境衛生施設、医療関連施設など7分野32種類
公共施設	休憩施設、衛生施設など10分野45種類
公共視覚媒体	交通安全、道路案内など19分野51種類
屋外広告物	横型看板、連立型看板など10分野10種類
夜間景観	景観照明など

出所) ソウル・デザイン・ガイドライン

それぞれの種類につき、規制するデザインと促進するデザインが具体的な事例とともに示されている。

ソウル・デザイン・ガイドライン例

07

Improving the method of uniformly planting street trees without considering the surroundings through emptying and assemble planting

Limitation

Planting of street trees uniformly without considering the surroundings, and changing methods



Recommendation

Keep areas where walking and sign recognition are needed empty as indicated by surrounding environment, and assemble planting of trees in freer spaces



出所) ソウル・デザイン・ガイドライン

また、このソウル・デザイン・ガイドラインの制定と関連して、次のような公共建築物や公共物のデザインの統一が推進された。

公共建築物や公共物のデザインの統一

分野	実施内容
フォント	<ul style="list-style-type: none"> ソウルとして2つの書体を作り、公共のものにはこの書体を使うようにした。
ソウルカラー	<ul style="list-style-type: none"> 公共物で使う色も共通化しようとした。ソウルの伝統的風景（約9,800箇所）から色を抽出し、モザイク分析を行い、250色の色彩パレットを作った。さらに標準的なソウル代表色として10色を指定した。
案内板	<ul style="list-style-type: none"> 公共の案内板はなるべく主張しない形にデザインを変更し、標準化した。柱の数も減らした。 最小限の情報で外国人に情報を伝えられるように、案内板では極力ピクトグラムや色を効果的に活用している。
キオスク	<ul style="list-style-type: none"> 旧来のキオスクは歩道に商品がせり出していて、歩行の邪魔になっていた。そこで、ソウル市は標準型キオスクを開発し、1,200台を配布した。この際、廃業する際には市に返却するという契約にした。
マンホール、ゴミ箱	<ul style="list-style-type: none"> マンホール、ゴミ箱の見栄えの整備を行った。いくつかのパターンに標準化を行った。
タクシー	<ul style="list-style-type: none"> 新車導入の際に、法人タクシーに標準色の導入の協力を得ている。 2015年にはほぼすべてのタクシーが同じ色になる予定。 タクシーの停留所にも同じ色を適用し、分かりやすくしている。
バス	<ul style="list-style-type: none"> バス（市バス、空港バス等）にも標準色を適用し、2015年までにソウル市内6,700箇所のバス停とバスの色が標準化される予定。
ごみ収集車・ユニフォーム	<ul style="list-style-type: none"> ごみ収集車のデザインは区毎にばらばらであったが、作業員のユニフォームとあわせて標準化した。安全性にも留意した結果、作業員の死亡事故が激減した。
ごみ焼却場	<ul style="list-style-type: none"> ごみの焼却場は周辺住民にとって嫌悪される存在であるが、いくつかのデザインを公募し、住民に投票してもらうことでデザインの変更を行い、親しんでもらえるようにした。
地下鉄内の広告	<ul style="list-style-type: none"> 地下鉄の車両の中は広告を削減し、安全確保に係る情報を増やしている。地下鉄の出入り口のサインも標準化してわかりやすくしている。
地下鉄の出入口	<ul style="list-style-type: none"> 歩道の真ん中にある出入口をなるべく削減して、民間の建物の中に設けられた入口を増やすようにしている。
商業広告	<ul style="list-style-type: none"> 看板の標準化にも取り組んでいる。行政が作る看板を削減することから始めようとしている。 民間の看板の取替えについては費用面で200万円までソウル市で負担している。どの看板を取り替え対象とするかは費用対効果の面からソウル市が判断している。 予算総額約144億ウォン

出所) ソウル市ヒアリングを基に NRI 作成

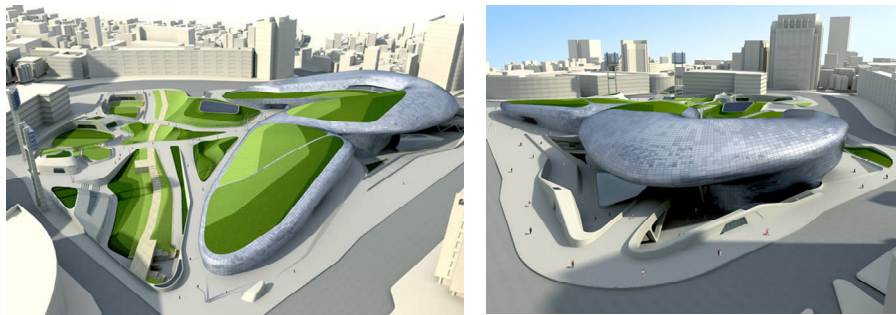
オ) デザイン・プラザの開発

ソウル市が 2010 年世界デザイン首都に選ばれたことをきっかけに、東大門デザイン・プラザ&パークを整備することを発表。東大門はもともとファッション関連の店舗が多く並ぶエリアで、日本統治時代に建設された東大門運動場の跡地に整備される。東大門デザイン・パークは既にオープンしており、デザイン・プラザは 2013 年 7 月オープン予定である。

東大門デザイン・プラザは地下 3 階地上 4 階の建築で総面積は 83,000 m²である。地下 2 階から地上 3 階まで続く大企画展示場と小企画展示場、コンベンション・ホール、デザイン・ライブラリー、デザイン関連の最先端の様々なリソースを閲覧することができるデザイン・リソース・センター、デザイン・ミュージアム、デザイン企業が入居することができるデザイン企業向けスペース、世界のすべてのデザインの知識がデータベース化されて保存されているデジタル・アーカイブ、デザイン未来体験館などが整備される予定である。

東大門デザイン・プラザ&パークの総開発費用は約 4,300 億ウォンと発表されている。

東大門デザイン・プラザ&パークの外観



出所) ソウル・デザイン財団 Web サイト

東大門デザイン・プラザの内観



出所) ソウル・デザイン財団 Web サイト

③先進事例調査結果のまとめ

これらの事例調査の中から、イノベーションの創出において特に留意すべきと思われる点は次のとおりである。

- ・人々の創造性をかきたてる街づくりは世界的潮流である。
- ・単発の取り組みではなく、複合的な取り組みを経年で行うことで効果が出る。
- ・イノベーションの創出を目指している都市では、先進的なアイデアを持った人々の起業支援や既存産業との連携支援を行っている（滞在場所を提供している）。
- ・また、このような活動の拠点となるような場所は、既存の歴史的建造物のリノベーションによって開発している例も多い。
- ・場所の提供だけでなく、滞在する人材が相談に乗れるようなプロフェッショナルもあわせて、用意しておくことが重要。
- ・ナイトライフ、文化的環境、公園・自然が充実していることは、イノベーションに関連の深い人材の誘致に効果的である。
- ・多くの都市が街並みの美しさの向上には力を入れており、そのためにはガイドラインや条例などの規制を強化している。
- ・都市の魅力向上において緑化は重要な要素である。
- ・ランドマーク的な大規模施設もソフト発想から整備すれば効果的な役割を担う。
- ・施設を整備する際には、世界的発信力をもつ尖った施設であることが条件である。

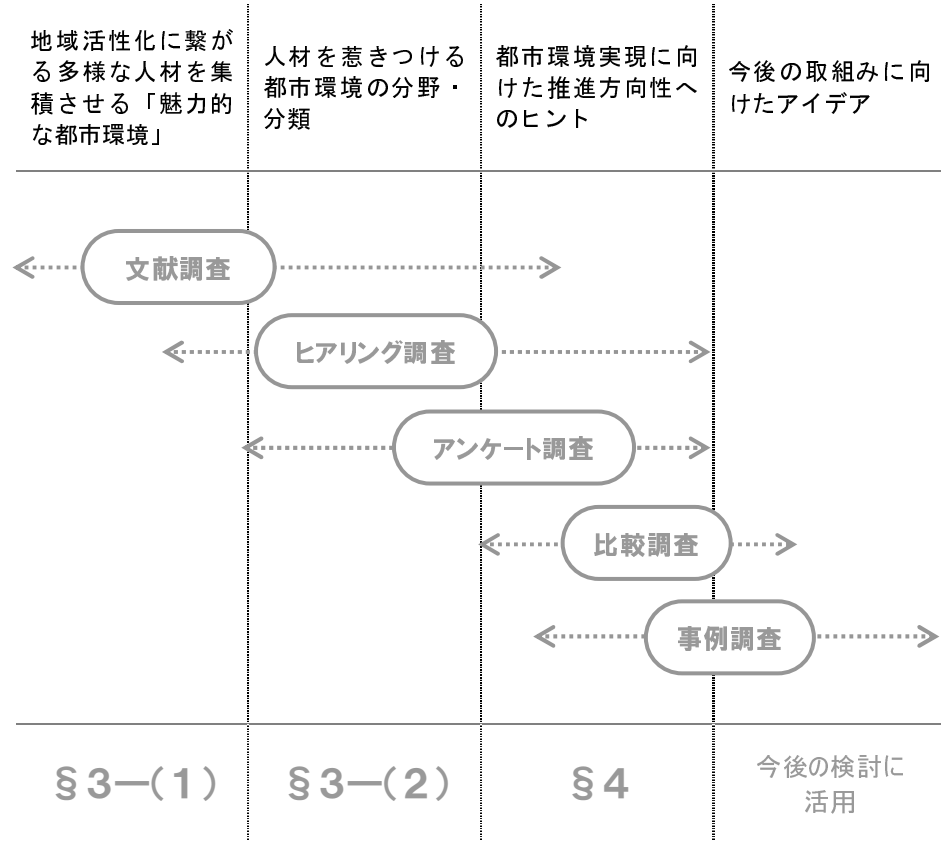
出所) NRI 作成

(6) 各種調査の総括

調査種別	調査・分析結果
文献調査	<p>○イノベーション創出の考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イノベーション創出においては、ベンチャー企業やそのための新しいアイデアを生むことのできる人材が重要 <p>○イノベーション創出における要件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イノベーション創出においては、創造的環境（クリエイティブ ミリュ）をいかに作り、運営していくかが重要。 ・中規模都市でのイノベーション創出においては、万人に対する平均的な魅力ではなく、特徴的な魅力が必要。 ・クリエイティブ人材の招致において、旧来型のインフラ開発はあまり効果が高くなく、豊富な高品質の体験、いろいろな種類の多様性を受け入れる開放性などが重要。 <p>○イノベーション創出に向けた有効な打ち手</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な人材が活動に参画できる拠点が必要。拠点の整備においては既存施設（特に歴史のある建造物）のリノベーションによる活用が有効。 ・教育施設のイノベーション創造における役割・拠点性は大きい。 ・芸術文化の持つ創造性は、雇用の創出、地域住民の創造性の刺激、都市のアイデンティティ維持、持続可能な都市づくりなどにおいて効果が高い。そのためにも文化的環境の整備が重要。 ・世界に情報発信できるイベントも効果的。 ・地域に根づく文化などの地域固有の資源を積極活用すべき。 ・まちづくりにおいて、自治体による規制の緩和や組織（特に非営利組織）の支援は有効。 ・都心における緑、水辺、自然、公園などの充実が重要。 ・最低限の交通に係る利便性の向上は必要。
有識者 ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・イノベーション創出に向けては、他都市と差別化された世界におけるトップレベルの要素が必要。 ・そのためには強化すべき要素の選択と集中が重要。 ・計画策定の諸段階から産業連関や経済界の巻き込みを強く意識すべき。 ・世界的知名度は広島都市圏の強力な強みである。 ・そのほか、世界に発信力のあるイベント実施も有効。 ・自然との近接性も活用次第で強みとなりうる。 ・広島都市圏の文化的な発信力は十分でなく、補強が必要。 ・イノベーション創出においては、人材交流における拠点となる場や、中心部における特定の分野に絞ったサテライト・キャンパスの整備が重要。 （ただし、ハードからではなくソフトから発想することが重要） ・アイデアを形にできるような都市を目指すべき。

調査種別	調査・分析結果
アンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> ・「自然災害の少なさ」、「都市の国際知名度の高さ」、「気候」、「自然との近接性」、「水産物・農産物」は確固たる広島都市圏の強みであり、他の中核都市との比較優位もある。 ・特に、「自然災害の少なさ」は居住・就労における重視度も高く、一般的な人々の移住を促す点において活用度が高い。 ・一方、「交通手段の利便性」は弱みであると強く指摘されており、改善優先度が最も高い。そのほか「医療機能の充実度」、「居住コストの安さ」、「職業選択の多様性」、「医療機能」、「育児・保育機能の充実度」も改善優先度が高い。 ・このような弱みは移住における足かせとなる可能性があり、補強する必要がある。 ・特に若い世代では、ショッピングやレジャー施設の充実、職業選択の多様性、治安の良さ、街並み・建造物の美しさなどへの要求が強い傾向。
国内他都市との比較	<ul style="list-style-type: none"> ・人口統計学的側面において、広島市及び広島都市圏は他の地方中枢都市に遅れをとっている。 ・広島市では公務、卸売業・小売業、建設業、技術サービス業が充実している。 ・一方でイノベーション創出と関係の深い学術研究、専門・技術サービス業、学術・開発研究機関などは他都市よりも少ない傾向を示している。 ・広島市では、イノベーション創出において重要な大学生が少ない。特に、大学院生の数が少なく、高等教育が充実しているとはいえない状況である。 ・また、図書館・博物館、公園なども充実しているとはいえない。 ・国際会議、旅行者なども多くなく、国際発信力が強いとはいえない。しかし、欧州・北米の人々にとっては、日本を訪れる際の、重要なディステイネーション(目的地)になっている。
国内外他都市の先進事例	<ul style="list-style-type: none"> ・人々の創造性をかきたてる街づくりは世界的潮流である。 ・単発の取り組みではなく、複合的な取り組みを経年で行うことで効果が出る。 ・イノベーションの創出を目指している都市では、先進的なアイデアを持った人々の起業支援や既存産業との連携支援を行っている（滞在場所を提供している）。 ・また、このような活動の拠点となるような場所は、既存の歴史的建造物のリノベーションによって開発している例も多い。 ・場所の提供だけではなく、滞在する人材が相談に乗れるようなプロフェッショナルもあわせて、用意しておくことが重要。 ・ナイトライフ、文化的環境、公園・自然が充実していることは、イノベーションに関連の深い人材の誘致に効果的である。 ・多くの都市が街並みの美しさの向上には力を入れており、そのためにはガイドラインや条例などの規制を強化している。 ・都市の魅力向上において緑化は重要な要素である。 ・ランドマーク的な大規模施設もソフト発想から整備すれば効果的な役割を担う。 ・施設を整備する際には、世界的発信力をもつ尖った施設であることが条件である。

各種調査・調査から見てきたヒントと、今後の検討との繋がり



3 広島都市圏の活性化に向けた基本的な考え方

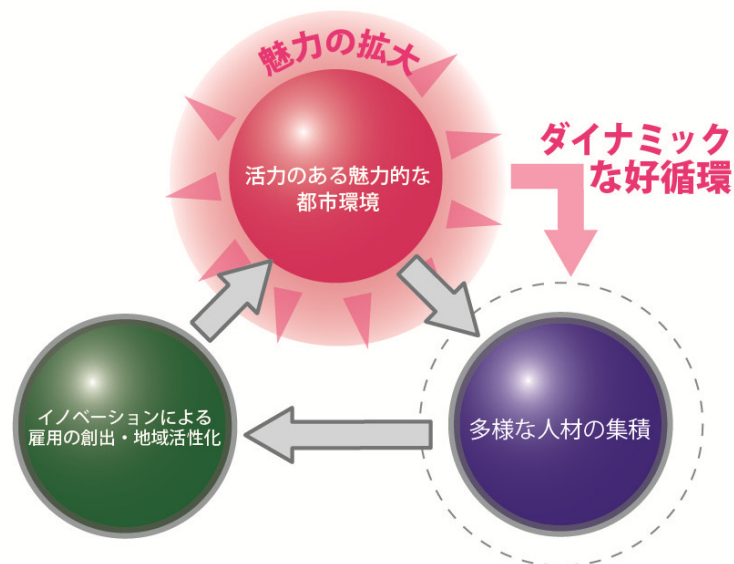
(1) 活性化の着眼点 ～多様な人材の集積、人材を惹きつける魅力的な都市環境～

広島都市圏の活性化に向け、多様な人材を惹きつける魅力的な地域環境の実現に向けて取り組むとともに、現在ある「イノベーションに繋がる多様な人材が集積する好循環」を、よりダイナミックな循環（＝多様で効果の高い循環）とすることで、持続的な都市圏の活性化を目指す

イノベーションにより新たに創造された価値は、その商品やサービスの生産活動を通じて新たな雇用を創出し、地域の活性化へと繋がる。

こうしたイノベーション創出を加速するためには、地域産業を支える産業界、大学・研究機関、金融機関、行政の各主体がネットワークを構築し、危機意識の共有を図るとともに、地域一体でイノベーション創出に取り組む社会システムが不可欠と言える。

本調査では、こうしたイノベーション創出に向けた社会システムの構築にあたっては、知識や技術を持つ「人材の量の確保・拡大」に対するアプローチが必要との考えのもと、イノベーション創出に繋がる直接的な取組みと併せ、イノベーション創出の原動力となる社会人や学生などの「多様な人材」を、いかに集積・拡大させるか、また、こうした効果を一過性のものとしないうために、どうやって好循環を生み出すか、という着眼点で進めることとした。



(2) 都市環境の分野

惹きつけられる側の視点に立って、注力することが効果的と思われる地域環境の分野として、ビジネス・雇用環境、教育・学習環境、医療環境、文化・スポーツ環境、都市生活環境、居住環境の6分野に着目し、整理・分析を進める。

人材にとって、「行ってみたい」「住んでみたい」「働いてみたい」「学んでみたい」に繋がりやすい都市環境の実現に向けた分析を行うにあたっては、惹きつけられる側の視点に立った分析を行うとともに、どういった都市環境の分野に注力することが効果的かといった、選択と集中の視点を持つことが重要である。

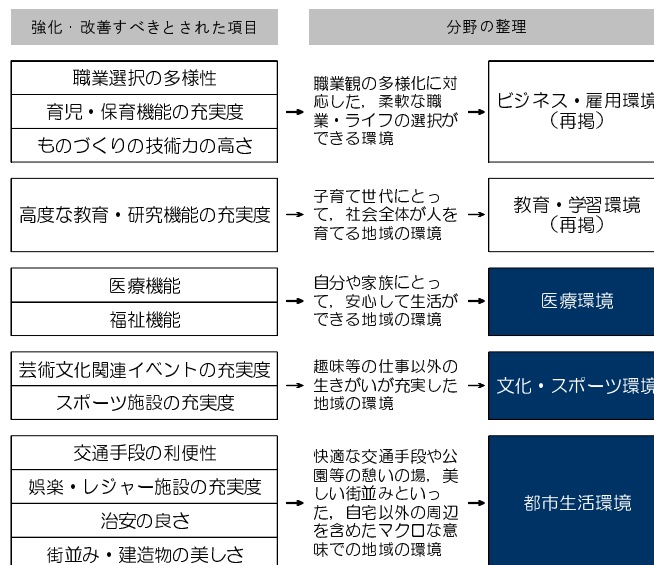
① 「活躍の場」としての都市環境

- ☞ 社会人にとっての「活躍の場」は「仕事の場」であり、こうした「ビジネス・雇用環境」の水準向上が不可欠
- ☞ 学生にとっての「活躍の場」は「学習の場」であり、こうした「教育・学習環境」の水準向上が不可欠

② 「生活の場」としての都市環境

- ☞ 「生活の場」として重視される都市環境のひとつが「居住環境」

次に、居住環境以外の「生活の場」の実態を把握するとともに、人材を惹きつける力の強い都市環境の分野を探るため、全国展開企業の広島支店長を対象とした、人材の集積に向けて強化・改善すべき項目についてのアンケート調査のうち、「強化・改善が必要」との回答が過半数を占めたものを抽出し取りまとめた結果について、以下の考察により、分類整理を行った。

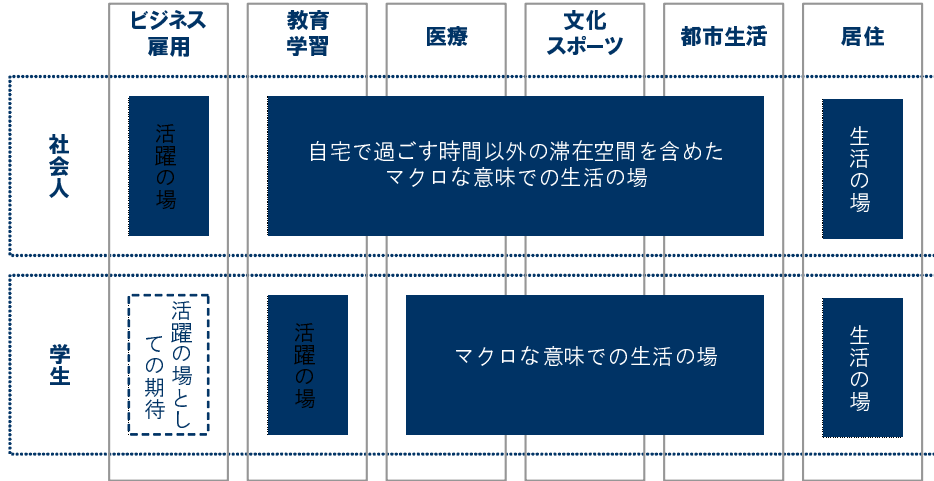


- ☞ 自宅で過ごす時間以外の滞在空間を含めたマクロな意味での「生活の場」においては、「医療環境」、「文化・スポーツ環境」、「都市生活環境」が重視される都市環境として挙げられる



ビジネス・雇用環境, 教育・学習環境, 医療環境, 文化・スポーツ環境, 都市生活環境, 居住環境の6分野に整理

人材との都市環境分野との関係



先行研究、有識者ヒアリング等の結果と、6都市環境分野との繋がり

項目	調査・分析結果
先行研究	<ul style="list-style-type: none"> 多様な人材が活動に参画できる拠点が重要。拠点の整備においては既存施設（特に歴史のある建造物）のリノベーションによる活用が有効 教育施設のイノベーション創出における役割・拠点は大きい 芸術文化の持つ創造性は、雇用の創出、地域住民の創造性の創出、都市のイノベーションイノベーション維持・持続可能な都市づくりなどにおいて効果が高い。そのためにも文化的環境の整備が重要 世界に情報発信できるイベントも効果的 地域に根づく文化などの地域固有の資源を積極活用すべき まちづくりにおいて、自治体による規制の緩和や組織（特に非営利組織）の支援は有効 都心における緑、水辺、自然、公園などの充実が重要 最良限の交通に係る利便性の向上は必要
有識者ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> 世界的知名度は広島都市圏の強力な強みである 自然との近接性も活用次第で強みとなりうる 広島都市圏の文化的発信力は十分でなく、補強が必要 優秀な人材のアイデアを都にできるような都市を目指すべき イノベーション創出においては、人材交流における拠点となる場や、中心部における特定の分野に絞ったサテライト・キャンパスの整備が重要 そのほか、世界に発信力のあるイベント実施も有効
アンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> 「自然災害の少なさ」、「都市の国際知名度の高さ」、「気候」、「自然との近接性」、「水産物・農産物」は確固たる広島都市圏の強みであり、他の中核都市との比較優位もある 一方、「交通手段の利便性」は弱みであると強く指摘されており、改善優先度が最も高い そのほか、「医療機能の充実度」、「居住コストの安さ」、「職業選択の多様性」、「育児・保育機能の充実度」も改善優先度が高い
国内外都市との比較	<ul style="list-style-type: none"> イノベーション創出において重要な大学生が少ない また、図書館・博物館、公園なども充実していない 国際会議、旅行者なども多くなく、国際発信力が強いとはいえない
国内外都市の活性化成功事例	<ul style="list-style-type: none"> イノベーションの創出を目指している都市では、先進的なアイデアを持った人々の起業支援や既存産業との連携支援を行っている（滞在場所を提供している） また、このような活動の拠点となるような場所は、既存の歴史的建造物のリノベーションによって開発している例も多い 場所の提供だけでなく、滞在する人材が相談に乗れるようなプロフェッショナルもあわせて、用意しておくことが重要 ナイトライフ、文化的環境、公園・自然が充実していることは、イノベーションに関連の深い人材の誘致に効果的である 多くの都市が街並みの美しさの向上に注力を入れており、そのためにはガイドラインや条例などの規制を強化している 都市の魅力向上において緑化は重要な要素である ランドマーク的な大規模施設もソフト発想から整備すれば効果的な役割を担う 施設を整備する際には、世界的発信力をもつ尖った施設であることが条件である

項目	調査・分析結果
ビジネス雇用環境	<ul style="list-style-type: none"> イノベーション創出においては、人材交流における拠点の整備が重要 多様な人材が活動に参画できる拠点が重要。拠点の整備においては既存施設（特に歴史のある建造物）のリノベーションによる活用が有効 イノベーションの創出を目指している都市では、先進的なアイデアを持った人々の起業支援や既存産業との連携支援を行っている（滞在場所を提供している） また、このような活動の拠点となるような場所は、既存の歴史的建造物のリノベーションによって開発している例も多い ランドマーク的な大規模施設もソフト発想から整備すれば効果的な役割を担う 施設を整備する際には、世界的発信力をもつ尖った施設であることが条件である 場所の提供だけでなく、滞在する人材が相談に乗れるようなプロフェッショナルもあわせて、用意しておくことが重要 イノベーション創出においては、中心部における特定の分野に絞ったサテライト・キャンパスの整備が重要 職業選択の多様性も改善優先度が高い 世界的知名度は広島都市圏の強力な強みである 国際会議、旅行者なども多くなく、国際発信力が強いとはいえない
教育・学習環境	<ul style="list-style-type: none"> 教育施設のイノベーション創出における役割・拠点は大きい イノベーション創出において重要な大学生が少ない 「育児・保育機能の充実度」も改善優先度が高い
医療環境	<ul style="list-style-type: none"> 「医療機能の充実度」も改善優先度が高い
文化・スポーツ環境	<ul style="list-style-type: none"> 芸術文化の持つ創造性は（中略）持続可能な都市づくりなどにおいて効果が高い。そのためにも文化的環境の整備が重要 地域に根づく文化などの地域固有の資源を積極活用すべき 広島都市圏の文化的発信力は十分でなく、補強が必要 文化的環境の充実においては、ソフト面からの発想による施設開発やイベントの実施を行っている 世界に情報発信できるイベントも効果的 世界に発信力のあるイベント実施も有効 世界的知名度は広島都市圏の強力な強みである 国際会議、旅行者なども多くなく、国際発信力が強いとはいえない 図書館・博物館が充実しているとはいえない ランドマーク的な大規模施設もソフト発想から整備すれば効果的な役割を担う 施設を整備する際には、世界的発信力をもつ尖った施設であることが条件である
都市生活環境	<ul style="list-style-type: none"> 都市の魅力向上において緑化も重要な要素である 都心における緑、水辺、自然、公園などの充実が重要 公園が充実しているとはいえない まちづくりにおいて、自治体による規制の緩和や組織（特に非営利組織）の支援は有効 多くの都市が街並みの美しさの向上に注力を入れており、そのためにはガイドラインや条例などの規制を強化している 「自然との近接性」、「水産物・農産物」は広島都市圏の強み ナイトライフ、文化的環境、公園・自然が充実していることは、イノベーションに関連の深い人材の誘致に効果的である 自然との近接性も活用次第で強みとなりうる 最良限の交通に係る利便性の向上は必要 「交通手段の利便性」は弱みであると強く指摘されており、改善優先度が最も高い
居住環境	<ul style="list-style-type: none"> 「自然災害の少なさ」、「気候」は広島都市圏の強み 「居住コストの安さ」も改善優先度が高い

○ビジネス・雇用環境分野

豊かな生活を送る（＝豊かな生活を送ることができそうだとイメージさせる）ためには、すでに働いている人材やこれから働こうとしている人材にとっては、収入面はもちろんのこと、社会との繋がりによる生きがいを得る目的からも、重視する傾向が強い。

○教育・学習環境分野

学生にとって、大学等の学習機能は「活躍の場」そのものであり、当然重視される。一方、すでに働いている人材（社会人）にとっても、その子どもたちに対する教育環境は、人材自身の生活の質の一部として評価されるなど、豊かな生活を送るための要素として重視する傾向が強い。

○医療環境分野

家族を持つ人材にとって、万が一の事態に備えた医療環境の質は、自分自身のみならず、家族も含めた安心感に繋がることから、豊かな生活を送るための要素として重視する傾向が強い。

○文化・スポーツ環境分野

豊かな生活を送るために、趣味などの仕事以外の生きがいを求めている人が多く、特に、文化・スポーツは、学校での課外活動などをきっかけとして、多くの人にとっての生涯の趣味となっているなど、文化・スポーツ環境の質に対し、豊かな生活を送るための要素として重視する傾向が強い。

○都市生活環境分野

各人材にとっての「活躍の場」である職場や学校などの質だけでなく、快適な交通手段や公園等の憩いの場、美しい街並みといった、自宅以外の滞在空間の質に対し、豊かな生活を送るための要素として重視する傾向が強い。

○居住環境分野

住居は、人材にとっての休息の拠点であり、各自のニーズにあった住居との出会いは、直接的に「生活の場」の質に影響する。こうした居住環境は、人々がその環境整備に大きな投資を行うことから分かるように、豊かな生活を送るための要素として重視する傾向が強い。

(3) 人材を惹きつける都市環境とは ～都市の魅力強化の必要性～

それぞれの地域環境の分野における機能やサービスを、人材を惹きつける度合いを踏まえ、日常生活を支える「地域の基礎力」に相当する機能と、強く人々を惹きつける「地域の魅力」に相当する機能に区分して整理。

このうち、「地域の魅力」の強化に向けた推進方向性を明らかにすることを本調査の軸とする

都市環境が人々に提供する機能やサービスには、日常生活を支える、万人にとって必要不可欠なものから、必要かどうかは受け手の価値観次第といった、いわゆる「尖った」ものまで、様々なものが存在する。

☞ **都市環境は、日常生活を支える「都市の基礎力」に相当する機能と、強く人々を惹きつける「都市の魅力」に相当する機能に区分して整理できる**

☞ **「都市の基礎力」に相当する機能には、一定の品質を満たしていることが強く求められる**

【例】 道路交通機能, 医療機能, 治安, 環境 (大気・水質・土壌)

☞ **「都市の魅力」に相当する機能は、個人の価値観によるところが大きく、必須条件ではないものの、強く人々を惹きつける要素となる**

【例】 職場へのアクセス性, おしゃれさ, 商業施設, 公園, 街並み

☞ **「都市の基礎力」部分は減点方式で、「都市の魅力」部分では加点方式で評価され、その総合力によって、都市が選択される**

「都市の基礎力」部分の弱みは、評価を下げるが、強い部分があるからといって評価に直結するとは限らない。一方、「都市の魅力」部分は、他都市と比較して弱い部分があっても評価への影響が限定的であるが、強い部分の存在が評価に直結する。

☞ **人材を惹きつける都市環境とは、「都市の基礎力」部分の弱みが少なく、「都市の魅力」部分の強みが多い状態**



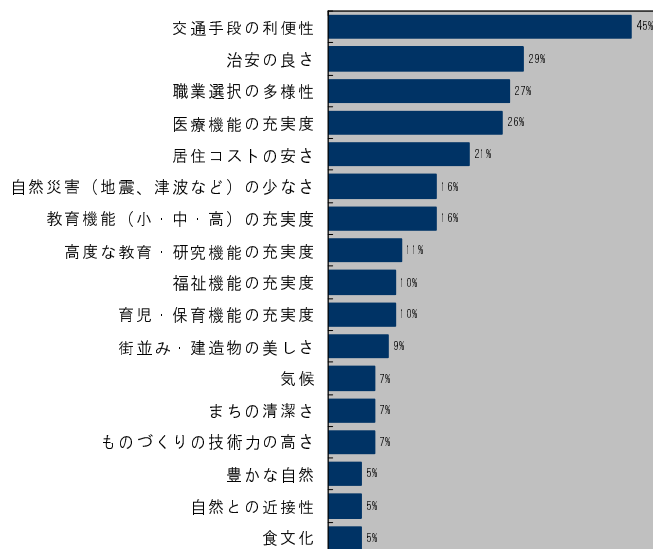
「都市の基礎力」の弱み克服に向けた取組みについては、県や県内市町等の各主体において、これまでも鋭意取り組まれていることから、本調査では、「都市の魅力」の強化に向けた推進方向性を明らかにすることを調査の軸と設定

① 「都市の基礎力」に関する考察

本調査では、居住・就労を行う視点から、重要だと思う項目についてアンケート調査を行っている。複数回答方式を採用したことにより、必須条件とも言える「都市の基礎力」に関する項目が、多くの回答者から選択されると見込んだ。

以下に、東京広島県人会会員に対する調査結果を示す。

【調査A】居住・就労を行う視点から、都市においてもっとも重要だと思う項目 (N=467, %)



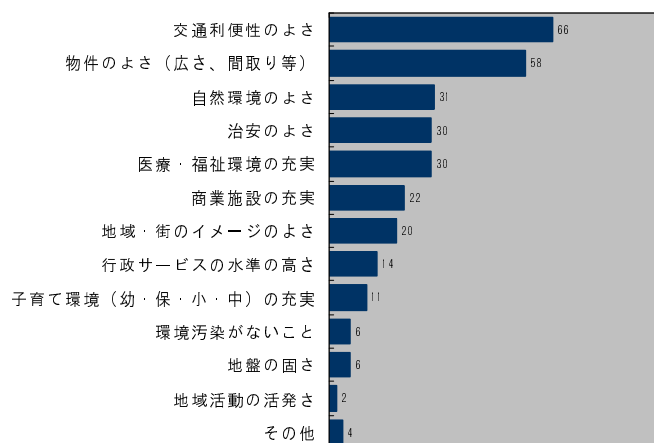
(出典：本調査実施)

上記結果からは、「交通利便性」「居住する物件の質」「治安のよさ」「医療機能」などが、多くの回答者から選択される結果となり、上位のものほど、「都市の基礎力」に近い項目と考えられる。

本調査と、全国規模の調査との差を検証するため、国土交通省住宅局が実施した調査結果を以下に示す。

【調査B】居住地を選択する際に重視する事項(複数選択方式)

(N=2,071, %)



(出典：国土交通省「平成 22 年 居住地域に関する意識調査」より)

本調査同様に、交通利便性や治安、医療機能に関する項目が、多くの回答者に支持される傾向が見受けられる。

こうした「交通利便性」「居住する物件の質」「治安のよさ」「医療機能」など、多くの回答者から選択された項目が、必須の要素として、一定の品質が強く求められる「都市の基礎力」に相当すると考察した。

② 「都市の魅力」に関する考察

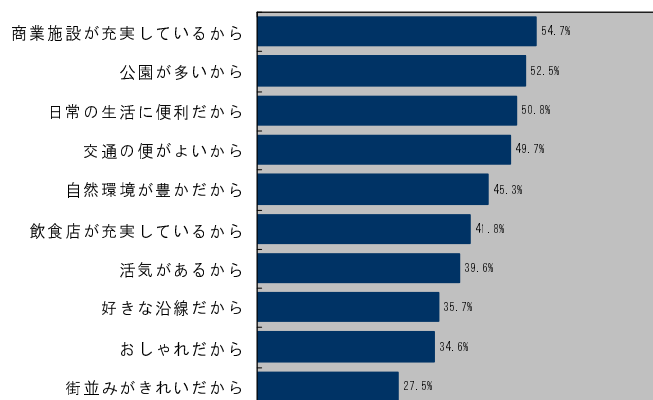
次に、このアンケート調査において、ある程度の支持があったものの、「都市の基礎力」に相当する項目と比べて分散傾向にあった「街並み・建造物の美しさ」「気候」「まちの清潔さ」といった項目について、考察を行う。

以下に、大手マンションデベロッパー 7 社が共同で運営する新築マンションポータルサイト「Major7」が実施した「住んでみたい街アンケート」の結果を示す。

【調査C】住んでみたい街トップ3の住んでみたいと思う理由

(N=5,050)

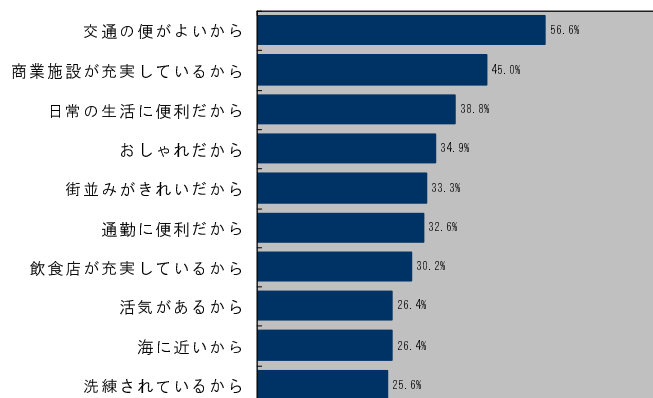
【1位】吉祥寺 (364票)



【2位】自由が丘 (262票)



【3位】横浜 (129票)



(出典：2012 Major7「住んでみたい街アンケート」より)

上記データは、「おしゃれさ」「商業施設」「公園」「街並みがきれい」といった、「都市の魅力」に相当すると思われる項目が上位を占めるとともに、「都市の基礎力」として上位にあった「治安」「医療機能」が圏外となっている。

こうした傾向は、調査対象である当該サイトのユーザー層が、実際に首都圏のマンションの購入を検討している人であることから、既に一定程度の「都市の基礎力」による地域の絞込みを行ったうえで、新生活に対する希望・期待をこめた「都市の魅力」に相当する要素について回答を行っているためと考えられる。

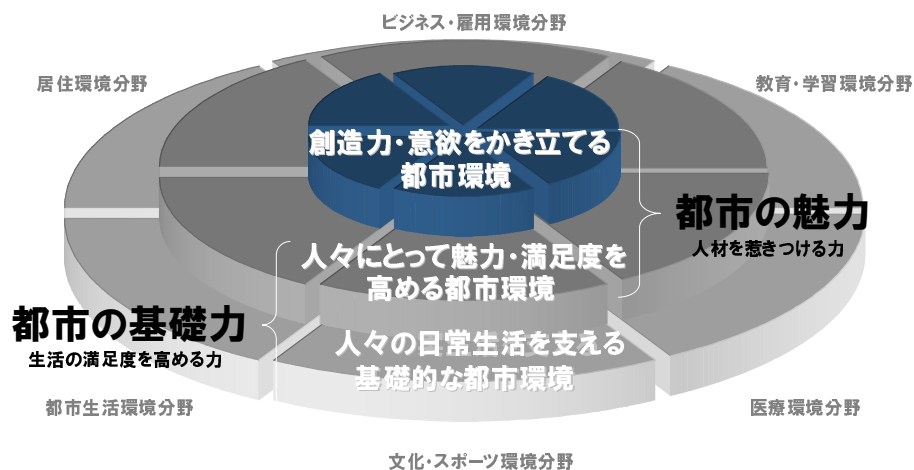
一方、「交通利便性」を挙げる人の割合が半数近いことも読み取れるが、この傾向は、調査A・調査Bが一般論としての交通利便性、つまり「都市の基礎力」として重視する要素であることを示しているのに対し、調査Cにおいては、回答者が勤める職場へのアクセス性という、回答者個人の価値観が強く反映された、ここで言う「都市の魅力」として重視している要素を示していると考察した。

これらの考察を踏まえると、調査A・B・Cは、

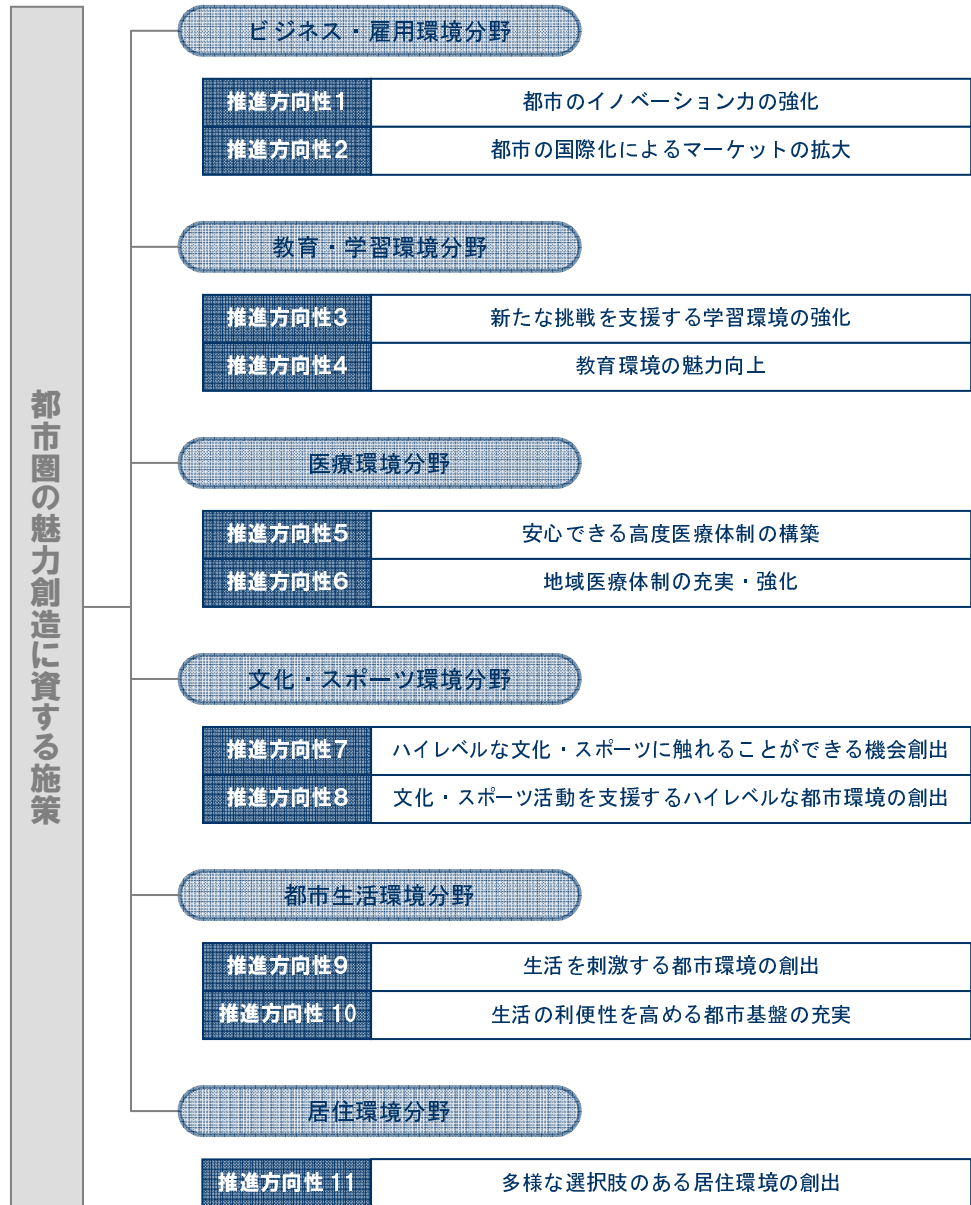
吉祥寺や自由が丘に住んでみたいと考えている人は、治安や医療機能といった必要不可欠な機能が一定の品質にあることを当然の条件として、職場へのアクセス性や、商業施設や公園、おしゃれさを重視している。

と読み取ることができ、一般的な感覚とも合致することになる。

人材を惹きつける都市環境の分野と都市の魅力・基礎力との関係



「都市の魅力」強化に向けた施策の体系



○ビジネス・雇用環境分野

【推進方向性1】都市のイノベーション力の強化

都市の持つイノベーション力を強化（イノベーションが起こりやすい”環境づくり”，イノベーションに繋がりやすい”ひとづくり”）することで，都市の魅力を高め，高い向上心を持つ人材を惹き付ける。

施策	内容・課題
新たな価値が創造される場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ■「新たな価値」は，人々が持つ様々なアイデアやスキルが組み合わさって創造される。 ■これらの人材交流を活性化する都市環境の整備を進め，都市のイノベーション力の強化へと繋げる。
イノベーション創出への支援体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ■人材（タネ）から芽吹いたアイデアは，社会全体での継続的なバックアップによって「新たな価値」へと育つ。 ■これらのバックアップ体制の多重化や充実・強化を図り，都市のイノベーション力の強化へと繋げる。 ・多様な創業・新事業展開の支援強化
次世代を支えるクラスター形成の促進	<ul style="list-style-type: none"> ■企業間や大学・研究機関などとの組み合わせによる新たな産業や需要などを創出するイノベーションは，地域経済を活性化する源泉といえる。 ■こうしたことを踏まえ，イノベーションの好循環を創る産業クラスターの形成を図り，都市のイノベーション力の強化へと繋げる。 ・医療関連産業，環境浄化産業クラスター形成の促進
イノベーションに繋がる多様な人材の育成・誘致	<ul style="list-style-type: none"> ■新たな価値を生み出していくのは人材であることから，イノベーションを加速するためには，都市環境の魅力を上向する取組とともに，多様な人材を集積する取組も必要である。 ■こうしたことを踏まえ，新たな価値を創造する人材やグローバル人材など，多様な人材の集積（育成・誘致）を図り，都市のイノベーション力の強化へと繋げる。 ・イノベーション人材，グローバル人材等の確保・育成 ・県内大学等への留学生の受入拡大
ワークライフバランスの推進（ファミリーが暮らしやすい環境づくり）	<ul style="list-style-type: none"> ■イノベーションの原動力となる人材を惹きつけるためには，家族も揃って行きたい，住んでみたいと思える環境も重要である。 ■とりわけ，女性の結婚や出産後もキャリアを継続できる環境や多様な働き方を支える体制づくりは，女性の能力を活かした，イノベーションの活発化にも繋がる。 ■こうしたことを踏まえ，女性の働きやすさを向上させることにより，都市のイノベーション力の強化へと繋げる。 ・女性の継続就業と仕事と家庭の両立支援 ・保育サービスの充実

【推進方向性2】都市の国際化によるマーケットの拡大

国際的知名度を活かした国際化の推進によって、都市のマーケット規模の拡大を図ることで、イノベーション拠点としての都市の魅力を高め、経営者や起業家を惹き付ける。

施策	内容・課題
グローバルネットワークの強化	<ul style="list-style-type: none"> ■人やモノが集まり、強力な海外とのネットワークが構築されていることは、競争力を持つ企業の新たな事業展開を後押しする。 ■こうしたことを踏まえ、グローバルな交流・物流ネットワークの確立を図ることにより、都市圏の拠点性を高め、都市のマーケット力の拡大に繋げる。 <ul style="list-style-type: none"> ・県内企業のグローバル展開に向けた支援強化 ・グローバルゲートウェイの強化
平和を柱とする国際拠点づくり	<ul style="list-style-type: none"> ■知名度を活かした国際拠点の整備により、海外マーケットへの拡大の足がかりになるなど、都市の国際化を推進させ、都市圏の魅力を高める。 <ul style="list-style-type: none"> ・国際平和拠点ひろしま構想の推進

○教育・学習環境分野

【推進方向性3】新たな挑戦を支援する学習環境の強化

学生にとっての活躍の場であり、社会人にとっては更なる活躍に繋がる学習環境を強化することによって、「新たな挑戦を全力で支援する街」というイメージ定着を図ることにより、都市の魅力を高め、高い向上心を持つ学生等を惹き付ける。

施策	内容・課題
高等教育の質的 改革	<ul style="list-style-type: none"> ■産業分野や経営分野など、社会経済活動のあらゆる場面で、イノベーションを起こしていくためには、その人材の育成を担う教育において、質的な向上を図り、社会で活躍する人材を育成していくことが重要である。 ■こうしたことを踏まえ、県内大学におけるグローバル化への対応をはじめとした教育内容の質的向上を図り、人材育成機能を強化し、潜在的イノベーション人材を惹きつける。 <ul style="list-style-type: none"> ・人材育成教育プログラムの開発等の支援

都心型高次人材育成機能の構築	<p>■学生生活は、学業だけでなく、課外活動やボランティア、アルバイト等を通じた社会との交流によって人材を育てる大切な育成機能であり、大学等の進学にあたっては、「どんなことが学べるか」以上に、「どんな学生生活を送るれるか」が選択にあたっての大きな要素となっている。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、学業を支える施設はもとより、課外活動等も含めた学習環境全体を高めた高次人材育成機能を構築することで、潜在的イノベーション人材を惹きつける。</p>
価値創造人材育成空間の整備	<p>■大学等の教育機関で学ぶことができるのは、あくまでもイノベーションに係る「基礎力」部分であり、価値創造に繋げるためには、これを「応用力」レベルに高める必要がある。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、実社会での体験や交流を通じた継続的な学習の場として、社会人を対象とした人材育成の場の整備を図る。</p>

【推進方向性4】教育環境の魅力向上

人材の子どもや家族にとっての教育環境を充実し、「ファミリーフレンドリーな街」というイメージ定着を図ることにより、都市の魅力を高め、ファミリー世代の家族単位での選択優位性を高める。

施策	内容・課題
質の高い「知・徳・体」の育成	<p>■小・中・高等学校教育段階においては、人づくりの基礎を固める時期として、児童生徒の学力向上に加え、豊かな人間性や創造性を育成するなど、社会人基礎力の定着を図る必要がある。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、経済界等からニーズの高い、チャレンジ精神やグローバルな感覚を持った人材の育成を図るなど、質の高い教育環境を確保し、都市圏の魅力を高める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県立高等学校における海外交流の推進 ・「山・海・島」体験活動の展開 ・ひろしま給食100万食プロジェクトの推進等

○医療環境分野

【推進方向性5】安心できる高度医療体制の構築

充実した医療体制の構築を図ることで、「万が一」の時に備えた「安心感」によって都市の魅力を高め、ファミリー世代の家族単位での選択優位性を高める。

施策	内容・課題
ハイレベルな医療環境の整備	<p>■医療水準を向上し、高度な医療を選択できる環境を創出することは、医療ニーズの多様化・専門化に対応するとともに、満足度を高めるものである。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、医療の高度化を図ることにより、都市圏の魅力を高める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広島都市圏の医療機能のあるべき姿に関する検討

【推進方向性6】地域医療体制の充実・強化

地域医療体制の充実・強化を図ることで、生活する上での安心感はもとより、予防医療の普及による健康的な地域というイメージの形成によって魅力を高め、ファミリー世代の家族単位での選択優位性を高める。

施策	内容・課題
誇れる地域医療の充実・強化	<ul style="list-style-type: none"> ■地域医療体制の充実・強化により、いつでもどこでも適切な医療が受けられることは、健康で充実した生活を実現する。 ■こうしたことを踏まえ、人々から信頼される医療体制の構築することにより、「健康的な都市」のイメージを形成し、都市圏の魅力を高める。 ・「がん対策日本一」の推進

○文化・スポーツ環境分野

【推進方向性7】ハイレベルな文化・スポーツに触れることができる機会創出

ハイレベルな文化・スポーツに「見る・触れる」機会を充実することにより、県民の目を肥やすとともに裾野を広げ、興行力の強化による更なる機会の充実という好循環を創出することによって、都市の魅力を高め、都市生活に高付加価値を求める経営者や起業家等の人材を惹きつける。

施策	内容・課題
地域の誇りとなる文化・スポーツの強化	<ul style="list-style-type: none"> ■プロ活動は、地域の一体性を高めるとともに活力を与える重要な地域資源と言える。 ■広島都市圏には、カープ・サンフレッチェ・広島交響楽団をはじめとする多くのプロ活動チームが存在することから、これらを都市環境面からバックアップすることにより、地域全体に活力を生み出し、都市圏の魅力を高める。
知名度を活かしたハイレベルな文化・スポーツイベントの実施	<ul style="list-style-type: none"> ■文化・芸術・スポーツの分野は、「平和」という広島の理念と共通する部分が多く、実際、トップレベルの海外アーティストが日本で興行する際、“ヒロシマ”の持つ特別な力に惹き付けられ、地方公演に広島公演が盛り込まれることが多い。 ■こうしたアドバンテージを活かし、ハイレベルな文化・スポーツイベントを誘致することにより、都市圏の魅力を高める。 ・ピース・アーチ・ひろしまプロジェクトの実施、 ・国際的サイクリングイベントの開催検討

【推進方向性8】文化・スポーツ活動を支援するハイレベルな環境の創出

文化・スポーツを日常生活の一部として手軽に楽しむ環境の充実・強化を図ることで、実践人口を増やすとともに、「実践人口増」と「見る・触れる機会増」との相乗効果によって、都市の魅力を高め、ファミリー世代の家族単位での選択優位性を高める。

施策	内容・課題
図書館、美術館、劇場、音楽堂等の文化的環境の充実	<p>■文化・芸術施設のうち、美術館や劇場、音楽堂などの施設の充実・強化は、プログラム次第である。</p> <p>■一方、図書館は、全国で多様な事例があり、蔵書数や建物数だけでなく、その活用策は充実・強化の重要な要素であり、検討の余地が大きい。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、前者のプログラムの魅力向上と併せ、図書館の高機能化を図り、都市圏の魅力を高める。</p>

○都市生活環境分野

【推進方向性9】生活を刺激する都市環境の創出

日々の都市生活に刺激や彩りを加える質の高いプラスアルファ的環境の付加を図ることにより、多様なニーズに対応した高付加価値都市生活を供給し、都市の魅力を高め、都市生活に高付加価値を求める経営者や起業家等の人材を惹きつける。

施策	内容・課題
歩いて楽しく美しい都市空間の創出	<p>■都市機能が充足している状況においては、高い質感を持つ都市空間であることが、生活の満足度を高め、都市の付加価値に繋がる。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、自然景観と調和した街並みを形成するとともに、地域の伝統・特色を活かした用途など、歩いて楽しく美しい都市空間を創出することにより、都市圏の魅力を高める。</p> <p>・魅力ある公共建築物等の創出</p>
街中心部の賑わい創出	<p>■閑静なパーソナルな空間と賑わうパブリックな空間とが、バランスよく融合した都市空間を形成することにより、高付加価値都市生活を供給することができる。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、高い質感を持つ都市空間の形成と並行して、街中心部の賑わいを創出することにより、都市圏の魅力を高める。</p>
都市生活に彩りを添える洗練された都市空間（憩いの場）の充実	<p>■ビジネスと日常生活とが繰り返される都市生活においては、生活に彩りを添える非日常空間に触れることができる環境があることが、都市の付加価値を高めることに繋がる。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、移動途中や、昼食、アフターファイブ等において、身近な場所に一息つくことができる洗練された都市空間（＝憩いの場）の充実を図ることにより、都市圏の魅力を高める。</p> <p>・広島港(宇品・出島地区)の魅力創出</p>

豊かな食環境の充実	<p>■都市生活においては、「おいしいものが食べられる」環境であることは、生活の満足度を高めるとともに、都市の付加価値に繋がる。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、地元特産物を活かした「おいしいもの」を改めて評価するとともに、「おいしいものが食べられる都市圏」のイメージ形成を図ることにより、都市圏の魅力を高める。</p>
都市と自然の近接性を活かした余暇環境の充実	<p>■中国山地と瀬戸内海の間に位置し、スキーや登山、海水浴といったアウトドア環境が充実した広島県の立地特性を活かし、都市生活を刺激する余暇環境の充実により、都市圏の魅力を高める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・しまなみ街道サイクリングロードのブランド化（ナショナルサイクリングロード(仮称)の推進) ・瀬戸内海クルージングの促進

【推進方向性10】生活の利便性を高める都市基盤の充実

都市生活を支える都市基盤を、人材や潜在的人材が期待する「便利で快適な都市生活」のイメージに対応したレベルまで高めることで、ファミリー世代の家族単位での選択優位性を高める。

施策	内容・課題
広域的な交通ネットワークの最適化	<p>■自動車交通の混雑・渋滞や公共交通機関の乗換利便性の低下は、都市内外の効率的な移動を困難とし、都市の活力を低下させる。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、公共交通機関などを全体最適化し、利便性の向上や移動の活発化を図ることにより、都市圏の魅力を高める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共交通機関の利便性・速達性の向上
広域道路網及び物流基盤等の整備	<p>■広域道路網や物流基盤は、交通の利便性などを高めるだけでなく、都市の総合力を向上させ、地域の活性化に繋がる。</p> <p>■こうしたことを踏まえ、広域道路網や物流基盤等を整備することにより、都市圏の魅力を高める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都市高速道路の整備

○居住環境分野

【推進方向性11】多様な選択肢のある居住環境の創出

人材が活躍の場を選択するにあたって、立地・規模・質・利用形態など、様々なニーズに対応した居住環境の構築を図ることにより、都市の魅力を高め、多様なライフスタイルを持つ人材を惹き付ける。

施策	内容・課題
様々な需要・生活能力に対応した住宅ストックの充実	<p>■ライフスタイルの多様化とともに、シェアハウスやウィークリーマンションといった、居住環境に対するニーズが多様化してきており、様々な需要・生活能力に対応した住宅ストックの充実により、都市圏の魅力を高める。</p> <ul style="list-style-type: none">・子育てしやすい住環境の整備促進・魅力ある公共建築物等の創出

人材を惹きつける魅力のある都市環境の実現に向けて