

2019 年度

提言書



Branding Of Hamamatsu

HYEG Proposal Committee 2020



浜松のブランディング戦略



浜松商工会議所青年部

Hamamatsu Young Entrepreneurs Group

浜松商工会議所青年部 2019 年度提言書

目 次

■ごあいさつ	1
■はじめに	2
■提言	
第1章 『メディカル&パワーフードツーリズム HAMAMATSU』	4
第2章 浜松市生涯スポーツ宣言	19
第3章 音楽の都推進計画	39
第4章 地場産品のブランド推進	53
第5章 シビックプライドの醸成こそが都市ブランディング成功の礎	60
1. 「はままつ学」を活用したキャリア教育の推進	
2. 社会人へ向けた「はままつ学」～浜松市生涯学習への提言～	
第6章 提言内容の実現に向けて	82
■結びに	87
■あとがき	88

ごあいさつ

私たち浜松商工会議所青年部は地域経済の活力向上と地域振興に資する商工会議所活動の一翼を担い、地域の為に、浜松の為に、自己を研鑽し、自社の発展に努める、そんな青年経済人が集まる経済団体です。今年度は行動を羽ばたきと捉えて、それぞれの進むべき未来の先が浜松地域の発展に繋がると信じて「羽ばたけ！進むべき未来へ」とスローガンを掲げ、行動力、実行力をもってより良い浜松を創造し、実現できる未来を残す活動をしてきました。

時代は令和に変わり、まさに変化を求められる時代を迎えています。

本年度は新しい浜松の未来を考え、「浜松のブランディング戦略」をテーマに調査研究を行い提言書を作成致しました。

浜松は資源が豊富にあるが故に突出した特徴を持ちにくいことを課題とし、最初にブランディングテーマと成功の定義を定めて調査研究することにより、もっとも実現可能な提言となっています。

愛すべき浜松の未来のために、提言委員会が他団体のみならず、自団体にも提言を行う魂の提言書です。より良い浜松を未来に残す活動は、浜松市民全ての願いだと思います。本提言が浜松を愛する全ての皆様と想いを共有し、共に行動ができる、はじめの一步になったのなら幸いです。

結びに、本提言書作成にあたり多大なるご支援ご協力を賜りました全ての皆様に、一同を代表して感謝と御礼を申し上げご挨拶とさせていただきます。



浜松商工会議所青年部

会長 鈴木 仁

はじめに

資源は豊富だが突出した特徴が無い街浜松

我々の住む浜松市は、海や山、川に囲まれ自然豊かな街です。中小企業の街と言われる中、地方都市には珍しく一部上場企業の本社も複数あり、また、日照時間も長く、産業だけではなく農業も盛んな土地です。

2019年4月より、「浜松のブランディング戦略」というテーマで調査研究する中、浜松市は「資源は豊富だが突出した特徴が無い」という特徴があり、今後のブランディングの課題である事が見えてきました。我々は、浜松市や浜松・浜名湖ツーリズムビューローにヒアリング調査に伺った際に、同様の事を聞き、何か一つに絞って浜松市を都市ブランディングする事は非常に難しく、それぞれのセグメントにおいて1つ1つの資源をブランディングするのが『浜松式』として良いため、そうしているというこれまでの経緯を聞きました。

浜松市の取り組みの現状

- ・ビーチ・マリンスポーツの聖地
- ・日本一のインバウンド応援都市宣言
- ・音楽の都
- ・健康はままつ21
- ・日本一の起業家応援都市
- ・出世の街

など、多くの取り組みをしております。我々はそうした現状についてどのくらい認知されているのかを知るために、浜松市内向け(対象:浜松市在住者)及び浜松市外向け(対象:浜松市・磐田市・袋井市・掛川市・湖西市在住者以外)アンケートを行いました。残念ながらその取り組みの多くはあまり知られていないという結果でした。(別添資料)

健康都市浜松

文献調査、アンケート調査、そしてヒアリング調査と各種調査を行う中、現状の『浜松式』のブランディングをより良い形で進めていく方向性も検討しましたが、それぞれの特徴を生かす反面、市(都市)としてのブランディングにおいては、必ずしも成功しているとは言えないという結論に至りました。

そこで、我々の提言は、『浜松市のブランディングに何か1つ柱を通す』という方向性をもって提言することとしました。1つ柱を通すというのは、すべてのブランディング戦略の着地点が1つのテーマであるという事です。その着地点のテーマは『健康』です。

浜松市は政令市の中で平均寿命が最も長く、健康寿命も 2010 年以降 3 期(2010 年・2013 年・2016 年) 続けて日本一となっております。健康寿命とは、WHO が提唱した指標で、平均寿命から寝たきりや認知 症など介護状態の期間を差し引いた期間を言います。平均寿命はいわゆる「寝たきり」や「認知症」といっ た介護を要する期間を含むため、生涯の健康な時期と大きな開きがあります。高度医療が発達し、保険 診療制度が充実する日本では、この寝たきりの期間が欧米各国と比べて長く、6 年以上に渡ります。浜松 市は政令市の中で平均寿命が長く、且つ健康寿命も長い都市です。こうした観点から、浜松市の産業や 観光などの各資源と健康を結び付け『健康都市』=『浜松』というブランディングは、浜松市固有のコンテ ンツや特徴を生かしたブランディングの柱になると言えます。

ブランディング成功の定義

本提言では、以下の 2 点をもってブランディングの成功と位置付けました。

1. 交流人口の増加
2. 域内消費の増加

いずれの提言も実現した際にはこれらが達成されるものとなっております。また、この指標は浜松市や浜 松・浜名湖ツーリズムビューローの方々等の意見(方針)とも合致しております。

第1章 『メディカル&パワーフードツーリズム HAMAMATSU』

日照時間が長く、温暖な気候で知られる浜松・浜名湖地域では、浜名湖・遠州灘・天竜川の豊かな水産資源をはじめ、広大な森林や、多様な土質に恵まれ、豊かな食文化を育んできました。食材が持つ栄養価は、鮮度の良い採れたてが一番高いと言われています。ヒアリング調査に伺った、「とびあ浜松農業協同組合営農生産部営農指導課」の後藤公郎様は、「なかでも生育条件が整った時期に育った旬の食材は、栄養価が最も高く、私たちの身体づくりを支えている」と話していました。この『旬のチカラ』は人々の健康を支え、浜松人の「やらまいか精神」という活力を養っており、現在も浜松市の3期連続『健康寿命日本一』に大きく貢献していると考えます。

(1) 浜松で生産される野菜は約 170 品目

浜松市の地形は、天竜川中流域の中間山地、下流域の平野部、河岸段丘の三方原台地、浜名湖から太平洋にかけての沿岸部で形成されています。こうしたさまざまな地形や環境を生かし、セルリー、チンゲン菜、玉ねぎ、エシャレット、馬鈴薯、しいたけなど、特色ある野菜が栽培されています。中には日本トップクラスの生産高を誇る野菜もあり、その多くが品質、味ともに高く評価されています。*

■葉菜類	出荷数量(t)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
チンゲンサイ	4,371												
葉巻	2,945												
小松菜	1,278												
サラダ菜	1,026												
みつば	878												
空心菜	38												
モロヘイサ	21												
セルリー	5,130												
葉玉キャベツ	1,680												
レッドキャベツ	456												
パセリ	314												
とびあのかんていキャベツ	296												
ロメインレタス	232												
ブロッコリー	211												
サニーレタス・グリーンリーフ	174												
ブチワール	63												
メキャベツ	54												
春菊	28												
エンダイブ	32												
■根菜類	出荷数量(t)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
玉葱	6,218												
三方原馬鈴薯	4,313												
早掘甘藷	481												
アーリーレッド	428												
エシャレット	221												
■果菜類	出荷数量(t)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
アールスメロン	441												
赤れんこん	525												
ミニトマト	182												
西瓜	168												
砂糖えんどう	121												
いちご	71												

(図表 1-1) とびあ浜松農業協同組合 農産物 菜時記

(2) 浜松で生産・漁獲される水産物は約 150 品目

遠州灘、浜名湖、天竜川という資源豊かな漁場と歴史ある養殖技術に支えられ、発展してきた浜松の水産業。養殖ではうなぎやすっぽんが全国的に有名です。遠州灘では日本有数の量と品質を誇るしらすや、国内屈指の漁場として、近年では舞阪漁港でとらふぐも水揚げされています。ま

た、汽水湖である浜名湖は、あさりや海苔、クルマエビ、牡蠣、ドウマンガニなど種類豊富な魚介類が獲れ、まさに水産物の宝庫です。＊²

魚 種	主な水揚げ場所	漁獲方法	水揚げ時期（月）											
			4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
シラス	舞阪・新居	2艘船曳き網												
カツオ	舞阪・新居	引き縄												
ハモ	舞阪	2艘船曳き網・底曳												
ガザミ（ワタリガニ）	舞阪	刺し網												
イトヨリダイ	舞阪	船曳・底曳き網												
ヒラメ	舞阪	船曳・底曳き網												
アジ類	舞阪	2艘船曳き網												
サバ類	舞阪	2艘船曳き網												
タチウオ	舞阪	2艘船曳き網・手釣り												
アマダイ	舞阪	刺し網												
アカザエビ（テナガエビ）	舞阪	刺し網・底曳き網												
メヒカリ	舞阪	底曳き網												
タイ類	舞阪	2艘船曳き網												
クロダイ	舞阪	2艘船曳き網												
トラフグ	舞阪	延縄・手釣り												
サヨリ	舞阪	2艘船曳き網												

魚 種	主な水揚げ場所	漁獲方法	水揚げ時期（月）											
			4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
アサリ	村棚・髙津	採貝漁												
潮アユ	雄踏・髙津	袋網												
タコ	雄踏・髙津	袋網・つぼかご												
ガザミ（ワタリガニ）	雄踏・髙津	袋網												
サヨリ	雄踏・髙津	袋網												
スズキ・セイゴ	雄踏・髙津	袋網・刺し網												
クルマエビ	雄踏・髙津	袋網・タキヤ漁												
クロダイ（シンバを含む）	雄踏・髙津	袋網・刺し網												
天然うなぎ	雄踏・髙津	袋網・つぼかご												
アカアシ（クマエビ）	雄踏・髙津	袋網												
ハゼ	雄踏	袋網												
カキ	舞阪・新居・白洲	養殖												
海苔	舞阪	養殖												

（図表 1-2）遠州灘・浜名湖で漁獲される海産物 浜松市ホームページ

また、浜松市は県内唯一の国立医科大学である浜松医科大学病院をはじめ、社会福祉法人 聖隷福祉事業団 聖隷浜松病院、浜松医療センター、JA 静岡厚生連遠州病院など、総合病院が多く存在し、東海地区における『医療銀座』とも呼ばれております。救急医療における「浜松方式」、日常の診療における「オープンシステム（開放型病院）」は、全国に先駆けて整備されました。

さらに、「ものづくりの街 浜松」の高い技術力・開発力と、医療ニーズ・医学ニーズとの異分野融合により、新しい健康・医療産業の事業化を推進することを目的として組織化された「はままつ次世代光・健康医療産業創出拠点（通称：はままつ医工連携拠点）」もあります。がんなどの病巣の検査や、良性・悪性の区別、転移状況や治療効果までを判定、診断する PET 検査。その画像を取得するための「光センサ」の多くは浜松で製造されており、アルツハイマー病の早期診断など、複雑な生体機能を解明する手段としても世界中の医療関係者から信頼されています。

以上のことを踏まえると、総じて浜松市の医療水準が高いことが分かります。

この 2 つの浜松の強みを融合させ、かつ、それをブランディングし観光資源化させることにより、浜松における交流人口の増加と域内消費額の増加につなげ、地元経済の活性化を狙います。

1. 背景と課題

まず、『健康都市』＝『浜松』のブランディングを成功に導くために、なぜ我々が「食」に注目したのかについて触れます。

(1)2019 年 4 月 浜松パワーフード学会設立

浜松市の「健康寿命日本一」を支える浜松・浜名湖地域産の旬の食材及び、その食材を使った料理『浜松パワーフード』を浜松市で食べていただくことを積極的にPRし、食を基点として、全国および海外から持続的にお客様がお越しいただけるようにしていくため、遠鉄ホテルグループや市内飲食店、生産者を中心に民間主導のブランド化推進団体『浜松パワーフード学会』が設立されました。(2019 年 4 月 16 日)

前述のとおり、温暖な気候や豊かな自然に恵まれた浜松・浜名湖地域では、豊富な農産物や海産物が生産・漁獲されます。この旬の食材が豊かな食文化を育み、人々の健康を支え、浜松人の「やらまいか精神」という活力を養ってきました。また、当地で 17 年間を過ごした徳川家康の躍進を支えたのも浜松の食材だったと言われています。今回の調査研究の中で、徳川宗家 19 代である徳川家広様からお話を伺う機会があり、「家康は浜松に来て体ががっちりしたようだ。浜名湖と遠州灘、遠州平野の豊かな食材が、後に天下人となった家康の躍進を支えたのだろう」との話を伺うことができました。

【浜松パワーフード学会】

- 会 長: NPO法人 出世の街浜松プロジェクト
理事長 秋元健一 氏
- 特別顧問: 徳川宗家 19 代 徳川家広 氏
歴史家 磯田道史 氏
- 審 査 会: 日本航空株式会社 公益財団法人徳川記念財団



(2)「日本一のインバウンド応援都市 浜松」宣言

2019 年 3 月、浜松市と浜松商工会議所、浜松磐田信用金庫、遠州信用金庫などの 9 団体は、浜松市をインバウンド(主に訪日外国人とする)へのおもてなし日本一にするため、『日本一のインバウンド応援都市 浜松』宣言を発表しました。具体的な事業は以下の通りです。

- ① キャッシュレス決済セミナーの実施
- ② キャッシュレスアドバイザー(普及員)の設置
- ③ 関係者担当者連絡会の開催
- ④ 多言語対応通訳機の貸与と地図アプリへの貸与事業所の地図表示の実施
- ⑤ おもてなし規格認証の普及啓蒙

- ⑥ 浜松市における Wi-Fi 環境の整備促進
- ⑦ 広域連携等による誘客プロモーション
- ⑧ 海外事業者等とのマッチング機会の創出
- ⑨ 海外の都市との協定による観光交流
- ⑩ 手ぶら観光の推進

(2-1) 市場の動向 ～訪日外国人観光客数の動向～

・2018 年の訪日外国人観光客数は前年比 8.7 ポイント増の 3,119 万人(2017 年 2,969 万人)と、過去最多となりました。自然災害による旅行控えが見られましたが、年末までには東アジア市場すべてで前年同月を上回るまで回復しました。*³

・市場別では、中国が 838 万人と、全市場で初めて 800 万人台に達したほか、タイが 113 万人となり、東南アジア市場では初めて 100 万人を突破するなど着実な伸びを示し、主要市場のうち香港を除く 19 市場で過去最高を記録しました。

(単位:万人)

	実 績						目 標	
	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2020 年	2030 年
訪日外国人観光客数	1,036	1,341	1,974	2,404	2,869	3,119	4,000	6,000

(図表 1-3) 2019 年度インバウンド推進事業方針 浜松市観光・シティプロモーション課

(2-2) 市場の動向 ～浜松市内外国人宿泊者数の動向～

・2018 年の浜松市外国人宿泊者数は、2017 年に落ち込んだ全体の約 72%を占める中国市場が持ち直したことに伴い、前年比 11.4%増の 332,087 人(2017 年 297,920 人)でした。*⁴

(単位:人)

	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
市内外国人延べ宿泊者数	124,958	185,628	370,603	364,853	297,920	332,087

(図表 1-4) 2019 年度インバウンド推進事業方針 浜松市内外国人宿泊者数の推移 浜松市観光・シティプロモーション課

2018 年 インバウンドによる経済効果推計値 約 56.2 億円

「宿泊者数 332,087 人」×「1 泊当たり旅行中支出 16,914 円」*⁵

・中部国際空港セントレアでは、中国、台湾、タイ路線の新規就航、増便があり好調です。富士山静岡空港では中国路線の運休、台湾路線の減便となっております。

・2018 年度 訪日外国人観光客数との割合を比較すると、次の通りです。

浜松市内外国人延べ宿泊者数の割合: **中国 72.0%** 台湾 4.2% 韓国 1.2% ASEAN5.9%

訪日外国人観光客数の割合 :中国 26.9% 台湾 15.3% 韓国 24.2% ASEAN9.1% *⁶

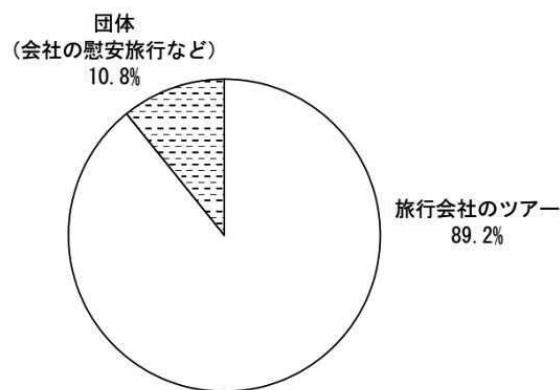
(2-3) 浜松市における中国人観光宿泊者の動向調査

前述のとおり、浜松市内では外国人宿泊者客のうち中国人の観光客がとりわけ多く、外国人全体に占める中国人観光客は7割を超え、日本国内の中国人宿泊客の割合が約26%であるのと比べ、浜松市での中国人比率が極めて高いことが分かります。

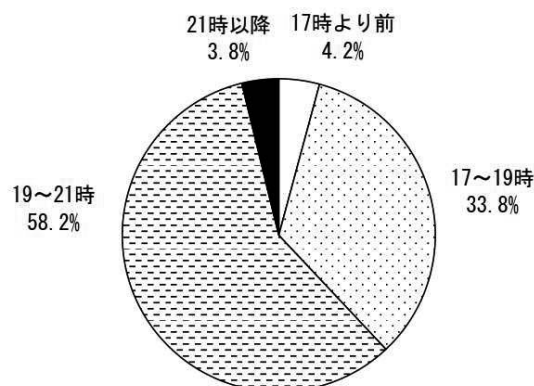
このようなデータを鑑みると、中国人の需要を逃す手は無いと言えます。そこで、以下に特定非営利活動法人 静岡県西部地域しんきん経済研究所が、2016年5月に取りまとめた「浜松市中心部のホテルに宿泊する中国人宿泊客のアンケート調査」から、浜松市における中国人観光宿泊者の現状と課題を示します。

[実施状況]

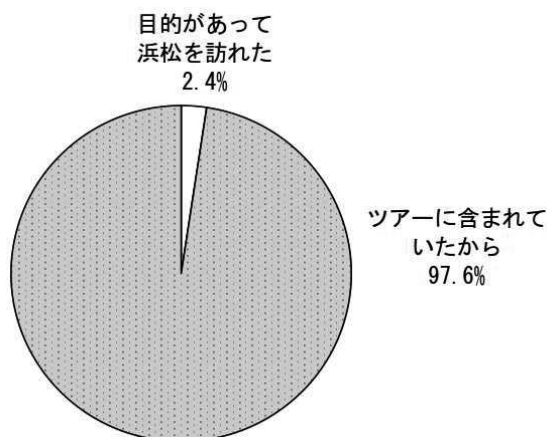
- ・対象数 浜松市中心部のシティホテルに宿泊した中国人宿泊客 215名
- ・調査期間 2016年2月25日～3月18日
- ・実施方法 チェックイン時にアンケート用紙を配布し、チェックアウト時に回収^{*7}



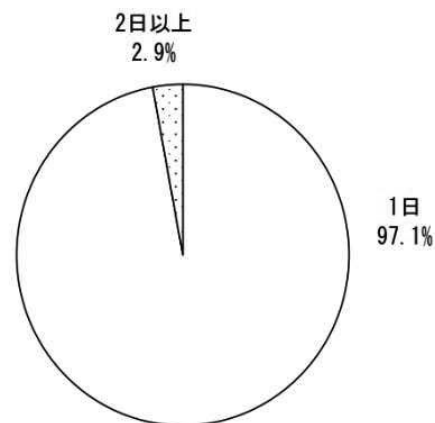
(図表 1-5) 中国人宿泊客の旅行形態



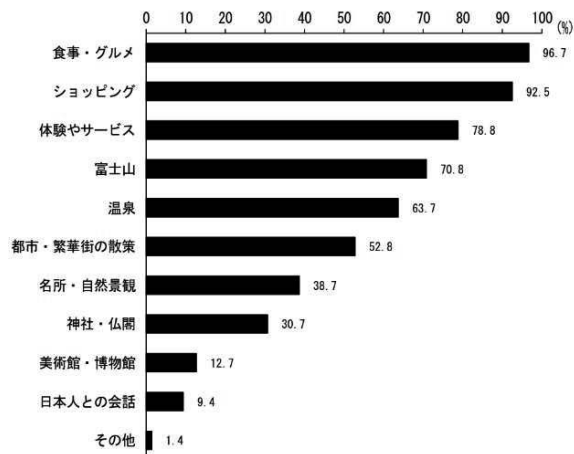
(図表 1-6) 中国人宿泊客のチェックイン時間帯



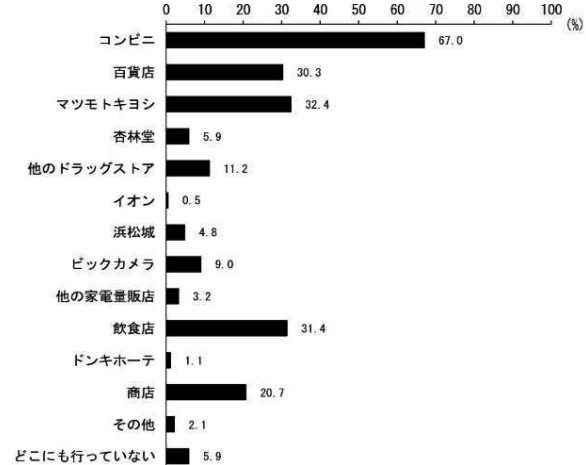
(図表 1-7) 浜松に宿泊した目的



(図表 1-8) 中国人宿泊客の浜松市での宿泊日数



(図表 1-9) 日本で楽しみにしていること



(図表 1-10) 浜松での訪問場所

中国人宿泊客の旅行形態をみると、旅行会社のツアーが約 9 割と最も多くなっています。旅行会社のツアーをホテル側（日本側）からみると団体客となりますが、あくまでも中国人にとっては旅行会社を通じた個人単位の旅行です（図表 1-5）。

中国人宿泊客のチェックインの時間帯をみると「19～21 時」が最も多く、約 6 割を占めます。次いで「17～19 時」で 3 割となっています（図表 1-6）。また、中国人宿泊客の浜松市に宿泊した目的をみると、「ツアーに含まれていたから」がほぼ 100%を占め、「目的があって浜松を訪れた」中国人宿泊客が極めて少ない現状となっており（図表 1-7）、浜松市での宿泊日数も「1 日」が大半となっています（図表 1-8）。残念ながら、ほとんどの中国人宿泊客は浜松市への訪問が主目的であったり、浜松市の何らかの観光資源を訪ねるための旅行ではなく、あくまでも目的地へ向うための中継地としての位置づけであることが分かります。

一方、中国人宿泊客が日本で楽しみにしていることで、「食事・グルメ」が 96.7%と最上位となり、「体験やサービス」についても約 8 割が楽しみにしているという回答結果（図表 1-9）が出ているにもかかわらず、浜松市での訪問場所は「コンビニ」が 67.0%と最も多く、地元の「飲食店」は 31.4%と低い回答結果となりました（図表 1-10）。中国人観光宿泊客を中心としたインバウンドビジネスをもっと活性化させるために、浜松市内で飲食を楽しむ、浜松市での観光を含めた体験やサービスの発信力の重要性を強く感じます。

2. メインターゲット

中国人向けのインバウンドビジネスの強化（主に富裕層向け）

日本国政府は、観光を「地方創生」の切り札・成長戦略の柱として位置づけ、2020 年の訪日外国人旅行者数を 4,000 万人（従来目標 2,000 万人からの上方修正）、2030 年には 6,000 万人で、訪日外国人旅行消費額 15 兆円を目標とした『観光先進国』を目指しています。

浜松市も 5 年後の 2025 年には、市内外国人宿泊者数を 41 万人に増やすことを目標に掲げていると、提

言ヒアリング調査に伺った、「浜松市役所産業部観光・シティプロモーション課 課長補佐」の河野和世様がおっしゃっていました。(2018 年の浜松市内外国人宿泊者数 33.2 万人)。

FIT(個人旅行)化の進展、リピーターの増加など、旅行形態の多様化により東京ー大阪間のいわゆるゴールデンルートの団体旅行が減少傾向にあります。浜松という都市の強みを生かし、浜松を観光宿泊地のゴールとして捉えてもらうため、特に宿泊者数の割合が多い中国人をメインターゲットにした、インバウンドビジネスを創りあげる必要性を感じ、本提言をするに至りました。

3. 提言コンセプト



健康な体で毎日暮らすことができるということは、言葉で表現できないほど幸せなことです。医療水準が高い浜松市で、医療サービス・メディカルチェックを受けて頂き、「健康寿命日本一」を支える浜松・浜名湖地域産の旬な食材および、その食材を使った料理である『浜松パワーフード』を存分に食して頂くという、浜松の異なる2つの強みを融合させたインバウンドビジネスプラン『メディカル&パワーフードツーリズムHAMAMATSU』を提言します。

(1) 浜松パワーフードの魅力とポテンシャル

「JINEN GROUP 代表」(浜松パワーフード学会 理事長)秋元健一様は、2018 年 11 月 28 日、私的旅行で浜松市を訪れた上皇陛下・上皇后に浜松・浜名湖地域で取れた旬な食材を使った、「浜松パワーフード」を提供したところ、お二人は何一つ残さず、『浜松料理をおいしく食べさせて頂きました』と大変お喜びになったそうです。

今回の提言書作成の過程においても、秋元様からは食を通じての浜松・浜名湖地域の魅力を存分に語って頂きました。



▲ 提言座談会の様子



▲ 浜松パワーフード視察研修の様子

以下、秋元健一様 談(抜粋)

「浜松は海もあれば湖もあり、山もあれば川もある。日照時間が長いので、旬な野菜がたくさん取れれば、養殖にも適している。こんなにポテンシャルがある街、世界的に見てもないです。」

「料理人として、自分が住むなら絶対に浜松だと思って、東京から移住しました。とにかく、農産物、海産物、すべての食材のレベルが高く、アーティストのような生産者がたくさんいるのです。僕がすごいのではなく、この浜松・浜名湖地域の持っているポテンシャルがすごいのです。」

(2) 中国富裕層の海外での医療サービス受診について

観光庁の「訪日外国人消費動向調査」(2015 年)によると、外国人観光客が訪日の際に行ったことの中で、「治療・健診をした」と回答した人が 1.4%います。2015 年の訪日外国人観光客数は 1,973 万人のため、およそ 27.8 万人もの人が日本で治療・健診をしたことになります。

日本政府は 2016 年 6 月に発表した「日本再興戦略 2016」において、「2020 年をわが国の医療を海外に発信する好機と捉え、海外からのニーズが高く、わが国の医療が国際的優位性を有すると考えられる分野に着目して、国外からの医療サービス(健診や治療・検診)の受診者を積極的に受け入れる医療機関をリスト化し、渡航受診者による医療の実体験の機会を拡大する」としています。この取り組みは同発表において『医療のインバウンド』と呼ばれています。OECD(経済協力開発機構)によると、日本の治療技術は子宮頸がんや大腸がん、乳がんにおいて世界的に高い評価を得ています。日本の医療機関にとっては、これら疾病を抱える外国人患者や観光中の外国人などの受入れによって新たなビジネスチャンスを開拓するかもしれません。

中国メディア「今日頭条」は 2020 年までに医療サービスを受けることを目的とした訪日中国人旅行者は年間延べ 31 万人に達する見込みだとし、医療ツーリズムの潜在市場規模は約 5,507 億円に達する予測であると伝えています。中国人の健康意識は高く、人間ドックや健康診断にも積極的で、市内に大型の専門検診施設があるほか、郊外にリゾートのような環境と施設で、慰安旅行を兼ねて実施される宿泊型スタ

イルの健康診断もあります。

日本で医療サービスや健康診断を受けることが中国人の関心を集めている理由として、中国ではがん患者が毎年増加しており、毎年 211 万人ががんにより死亡しています。がんは今や中国人の主要な死亡原因の1つであり、その死亡者数は全世界のがんによる死亡者数の 4 分の 1 を占めるほどです。つまり、中国には、がんの早期発見や、がん治療に関する非常に大きな需要があることが分かります。

(3) 本提言コンセプトの課題と可能性

浜松市でもその受け皿として、PET-CT 検査により、最先端のがんのスクリーニング検査を受診でき、5mm 以下のがんを発見することが可能な病院や医療機関があります。また、東海地区における『医療銀座』とも呼ばれている浜松市には、多くの総合病院が存在しているため、人間ドックや健康診断も精度が高く、細かい受診メニューが用意されています。医師不足県と言われている静岡県の中でも、浜松市は県内唯一の国立医科大学である浜松医科大学附属病院をはじめとして、多くの総合病院があることから、県内基準で比べれば、比較的医師の数は充足していると、提言ヒアリング調査に伺った際に、「社会福祉法人 聖隷福祉事業団 保健事業部営業契約課」藤田康祐様からお話を伺うことができました。

ただし、中国人を対象とした医療サービスの提供には、言語の壁や習慣の違いといった問題があります。同課の松村和樹様は「各種医療サービス・人間ドックを絡めた外国人向けのインバウンドビジネスの受け皿は検討しているものの、やはり、言語や習慣の違いの問題で、受診者との行き違いなどの未知の不安が先立ってしまう」と言っていました。

上記の課題・不安を解消するためには、浜松市が主導となり、地元医療機関・病院が協力支援をするかたちで

- ① 外国人が望む医療ニーズを把握
- ② 医療用語を熟知した専門の通訳スタッフのアテンドと拡充
- ③ 問診表や患者への同意書などの書式の統一化等の調査や整備を推進

することを提言します。さらには、本提言コンセプトを受け入れてくれる海外代理店やコーディネーターの選別や認証、そしてプロモーション活動が重要になってくると考えます。

4. 具体的な施策 ～ 健康と食をテーマにした中国人観光宿泊者誘客 ～

(1) 日本航空株式会社(JAL)とタイアップした

「人間ドック健診」×「浜松パワーフード」×「観光(コト体験)」

2018 年 9 月、浜松市と日本航空株式会社(JAL)は「ハママツ・ツーリズムプロモーション・パートナーシップ協定」を締結しました。旅行商品開発や誘客プロモーション、浜松産食材「浜松パワーフード」の活用などを通じ、観光振興を実現することを目指しています。日本が世界に誇る企業 JAL とのタイアップを存分

に生かし、「メディカル&パワーフードツーリズム HAMAMATSU」を観光商品化し、浜松を世界に向けてプロモーションできるきっかけとなれればと考えます。



▲ 2018 年 9 月 27 日 ハママツ・ツーリズムプロモーション・パートナーシップ協定締結式

① 目的・概要

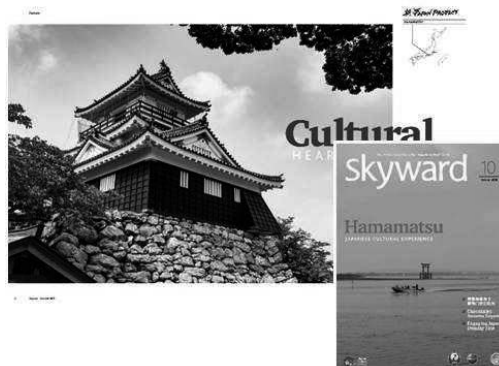
1. 多彩な地域資源を活用した観光産業の主要産業化
2. 観光交流人口および観光消費額の増大

② 主な取り組み

1. 浜松オリジナルツーリズムの振興に関すること
2. インバウンド需要拡大に関すること
3. 浜松パワーフード(農水産品)の振興に関すること
4. 人材の育成およびおもてなし強化に関すること
5. 都市ブランドの確立、その他、浜松市の活性化に関すること

③ これまでの取り組み

1. JAL 国内線ファーストクラス機内食
平成 30 年 10 月から 1 ヶ月間 食材に「浜松パワーフード」を使用した機内食を提供されました。
2. JAL「SKY WARD」
JAL 国際線・国内線の全席などに配架される情報誌(発行部数 340 万部)に合計 20 ページにわたり浜松の情報が掲載されました。



中国の都市部、台湾、韓国、東南アジアではシンガポール、タイを中心に、「団体旅行から FIT(個人旅行)」へ、そして徐々に「モノからコト」へと外国人観光客の旅行形態の多様化が進んできています。

浜松市内病院での高度な医療サービス・人間ドックを受診し、浜松パワーフードを存分に味わってもらい、体験型観光(コト消費)を実現できる、「健康」と「食」をメインテーマにした浜松オリジナルツーリズムのパッケージ商品を JAL とタイアップして企画することを提言します。

健康と食をテーマにした中国人観光宿泊者誘客

～ 浜松オリジナルツーリズム モデルプラン ～

<1日目>

上海浦東国際空港 11:10 → (ビジネスクラス) → 14:45 富士山静岡空港

静岡空港 15:30 ～ (タクシー移動) ～ 16:30 頃 舘山寺温泉(泊)

○宿泊:『ホテル九重』 ○夕食:旅館内個室(会席料理:浜松パワーフード)

<2日目>

旅館 ～ (タクシー移動) ～ 聖隷浜松病院<PET がん検診> ～ 浜松駅前宿泊

○宿泊:『オークラアクトシティ浜松(スイートルーム)』

○夕食:JINEN GROUP「浜松料理 座房」(寿司職人の創る浜松パワーフード)

<3日目>

ホテル ～ (タクシー移動) ～ 聖隷浜松病院<PET がん検診> ～ 浜松駅前宿泊

○宿泊:『オークラアクトシティ浜松(スイートルーム)』 ○夕食:たきや漁

<4日目>

ホテル 9:00 ～ ヤマハイノベーションロード(見学) ～ うなぎ(昼食)

～ 13:30 富士山静岡空港

富士山静岡空港 15:40 → (ビジネスクラス) → 18:00 上海浦東国際空港

※全行程通訳同行(医療専門用語対応)

※あくまでも「メディカル&パワーフードツーリズム HAMAMATSU」を実現させたモデルプランであり、本プランに記載されている宿泊先、食事処、医療機関等へ具体的な打診をしているわけではありません。フライトスケジュール等は暫定的なイメージプランです。

(2)朝食によるブランディング

みなさんは朝食のために早起きする。そんな旅行先での経験をしたことはありませんか？

その土地だからこそ味わえる、彩り豊かで、ヘルシーな「早起きしてもゼツタイ食いたい朝ごはん」に出会えれば、その旅行はより一層充実したものになるでしょう。2019 年 11 月に実施した提言座談会

においても、「公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー」前田忍様が、「朝食というのは、人々が旅行先を決定する上で、非常に重要なキーコンテンツになりうる」と話していました。

浜松市を代表する食材や料理といえば、ウナギや餃子がまず頭に思い浮かぶと思いますが、どちらも昼食や夕食に口にするのが一般的で、朝食に適している食材・料理とは言い難いです。浜松市に訪れた観光宿泊客に対し、「浜松市に来たらこの朝食を食べたい」という意見のみならず「浜松市のこの朝食を食べに行ってみたい」と思わせるような朝食を浜松市内で提供できれば、浜松市全体としてブランディングが可能になります。

そこで、『メディカル&パワーフードツーリズム HAMAMATSU』を彩る浜松市の朝食によるブランディングを提言します。それは、浜松市内どこのホテルや旅館でも浜松式の定番の朝食が提供されるような仕組みです。

① はままつ粥「おかゆ」to「おとも」プロジェクト(仮称)

おかゆは美容や健康に嬉しいメリットが豊富で、毎日の食事の中に取り入れるのが非常におすすめとされています。中でも朝食におかゆを食べると、たくさんの効果を得ることができます。中国では地域によって違いはありますが、特に朝食におかゆを日常的に食べる習慣があり、その日の体調に応じておかゆのメニューを変えるなど、「食」によって体の調子を整えることが一般的に行われています。また、お米を魚介や鶏などのダシでじっくり炊いたおかゆを、揚げパンやこってりしたおかずと一緒にいただく朝食は、中国の朝食文化として根付いています。同じアジア圏の台湾や香港の人々にとってもおかゆはなくてはならない食事の一つです。*

日本では奈良や和歌山に「朝がゆ」の伝統が残っており、現在でも寺院などで実践されています。そもそも、中国から伝来した仏教とおかゆの関わりは深く、おかゆを食べる利点として、『顔の色つやを良くし、体力をつけ、寿命が延びる。また、消化がよいため体に無理な負担がかからず、風邪を予防し、便通がよくなる』などと記されています。中医学的に見ても、おかゆは「後天の精」(栄養)を作り出す「胃腸」を守る、養生食の基本となるものです。元気でいるために、日常的に食したいご飯、それが「おかゆ」なのです。*

朝食によるブランディングも、浜松の都市をブランディングするのと同様、四季折々で生産・漁獲される農産物や海産物が多くある中、何か一つに絞るのは非常に難しいと考えました。そこで、本提言のメインターゲットとして捉えた、中国人観光宿泊者に対しても馴染みがあり、我々日本人にとっても親しみのある、体に優しい「ほっこりする朝食」という観点から、おかゆを用いた朝食のブランディングを提言します。おかゆを彩る「おとも」が、地元浜松・浜名湖地域で生産・漁獲される食材であり、一年のうち、いつ浜松市を訪れてもその「はままつ粥」が愉しめるプロジェクトです。

②「おとも」食材とは

冒頭に述べた通り、浜松・浜名湖地域では、浜名湖、遠州灘、天竜川の豊かな水産資源をはじめ、広大な森林や、多様な土質に恵まれた豊かな食文化を育んでおり、まさにその豊穡なる海と大地の恵みが、浜松人の暮らしに潤いと彩りをもたらしています。

以下に挙げる食材は、浜松市を代表するもの、かつ、ほぼ一年を通して食することが可能(保存食含む)であり、「おかゆ」の「おとも」としての愛称がよいであろうと市内で飲食店を経営する「JINEN GROUP 代表」秋元健一様と「旬の料理 大内」大内哲男様からご意見を頂きました。

<浜名湖産のり>

浜名湖のりは、浜名湖で 1820 年頃から続く養殖海苔です。浜名湖は現存する最古の海苔養殖場と言われ、そこで育てられた海苔は磯の香りが強く、深い緑色をしているのが特徴です。海苔の養殖場は浜名湖の南部に広がっています。毎年 10 月上旬に漁場に海苔の養殖網を張り、11 月から翌年 4 月にかけて採取します。

【おとも例】 浜名湖のりの佃煮

<浜名湖産あさり>

浜名湖は海水と淡水が混じる汽水湖で塩分濃度が低く、砂泥の土質のため、あさりの生息に最適とされ、湖全域に広く分布しています。あさりの水揚げは一年中行われていますが、春先から初夏にかけてのあさは身入りがよく、味わいが最も豊かになります。ビタミン B12 や鉄分、亜鉛などのミネラルを豊富に含み、貧血防止にも効果があると言われています。

【おとも例】 あさりの佃煮

<浜名湖産しらす>

浜松市の舞阪漁港では、遠州灘での“シラス”漁が大変盛んに行われています。その漁獲量と操業規模は全国有数です。シラス漁は毎年 3 月 21 日から解禁となり、翌年 1 月 14 日までが漁期となります。遠州灘特有の透明度が高いシラスは見た目も美しく、カルシウムを多く含んでいます。

【おとも例】 ちりめん山椒

<浜名湖産めひかり>

種名はアオメエソと言い、目が大きく、青く光っているのが特徴です。めひかりは底曳き漁(9 月 1 日から翌年 5 月 15 日)で水揚げされます。底曳き漁のみで水揚げされるめひかりは、静岡県では舞阪漁港と沼津漁港だけです。水揚げ漁も限定されていますので、非常に貴重な地元浜松の冬を代表する魚のひとつです。

【おとも例】 めひかり佃煮

<自然薯>

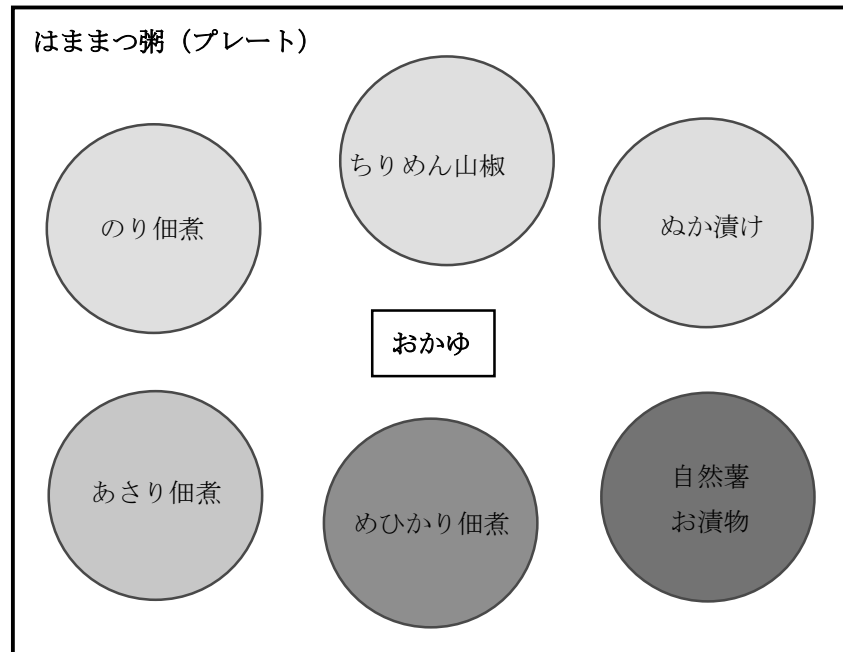
浜松市天竜区春野町の環境と地質が生んだ“うま味”と“粘り気”が自慢の自然薯です。主には毎年 11 月から翌年 2 月頃が出荷時期となっています。

【おとも例】 とろろ汁/自然薯お漬物

上記の食材を使った、「おかゆ」に合う最適な料理である「おとも」を添えて、浜松ならではの「はままつ粥」を朝食によるブランディング商材とします。浜松市内どこのホテルや旅館でも、この「はままつ粥」が食べら

れる環境づくりをするとともに、旅行予約サービス「楽天トラベル」が主催する、日本全国の楽天トラベル登録宿泊施設が自慢の朝ごはんを競い合うコンテスト『朝ごはんフェスティバル』にエントリーすることで、「おかゆ」to「おとも」の認知度向上を狙うことを併せて提言します。

< はままつ粥(プレート) イメージ >



本提言のまとめ

第1章では、『健康都市』＝『浜松』のブランディングを成功に導くために、浜松の強みである「食」を生かしたインバウンドビジネスの強化により、交流人口の増加と域内消費額の増加を狙った提言内容とした。恵まれた日照時間、そして温暖な気候…浜名湖、遠州灘、天竜川の多様な水産資源をはじめ、広大な森林や、多様な土質に恵まれた豊かな食文化は、まさに日本一と呼んでも過言ではない浜松市固有の文化であり個性だと思います。その食文化から、我々は四季折々の旬な食材を食す喜びを感じ、日々の生きる活力を養い、「日本一健康で長生きできる都市」と胸を張って全国、そして世界にアピールする勇気をもらいました。

本提言「メディカル&パワーフードツーリズム HAMAMATSU」の実現により、世界に対して浜松という街をもっと知ってもらい、浜松の食文化をもっと体感してもらうことにつながると信じています。浜松市への外国人観光客の更なる誘客と旅行消費の促進によって、近年停滞していた浜松におけるインバウンドビジネスの活性化と地域経済効果の拡大につながればと期待します。

【参考文献】

*1 とびあ浜松農業協同組合 農産物 菜時記 / 浜松市ホームページ浜松市農産物・出荷暦

- *² 浜松市ホームページ 遠州灘・浜名湖で漁獲される海産物
- *³ 浜松市観光・シティプロモーション課 2019 年度インバウンド推進事業方針
訪日外国人観光客数の推移
- *⁴ 浜松市観光・シティプロモーション課 2019 年度インバウンド推進事業方針
浜松市内外国人宿泊者数の推移
- *⁵ 観光庁「訪日外国人の消費動向 平成 29 年年次報告書」
- *⁶ 日本政府観光局 訪日外国人客数年度別統計
- *⁷ 特定非営利活動法人 静岡県西部地域しんきん経済研究所
「浜松市中心部のホテルに宿泊する中国人宿泊客のアンケート調査」
- *⁸ きれいになれるお粥レシピ° 成美堂出版編集部
- *⁹ 一般財団法人 大阪漢方医学振興財団による調査

【ヒアリング調査先】

公益財団法人 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
 株式会社ドルフィンキッズプロダクション JINEN GROUP
 浜松市役所産業部 観光・シティプロモーション課
 浜松市役所健康福祉部 健康医療課
 とびあ浜松農業協同組合 営農生産部 営農指導課
 はままつ次世代光・健康医療産業創出拠点(通称:はままつ医工連携拠点)
 社会福祉法人 聖隷福祉事業団 保健事業部
 JA 静岡厚生連遠州病院
 旬の料理 大内

第2章 浜松市生涯スポーツ宣言

1. 提言の骨子

浜松市は2010年、2013年、2016年の3期連続で健康寿命日本一になりました。男性は73.19歳、女性は76.19歳という結果です。浜松市の気候や食、医療の充実など、住みやすさが背景にあります。健康寿命が延びることにより老後の楽しい暮らし、介護の負担軽減、医療費の削減など大きなメリットがあります。今回の提言は浜松市のスポーツ・健康意識を向上させることにより健康都市浜松のブランディングに繋げ、健康寿命の更なる伸延に寄与する提言になっています。

2. スポーツと健康寿命の因果関係

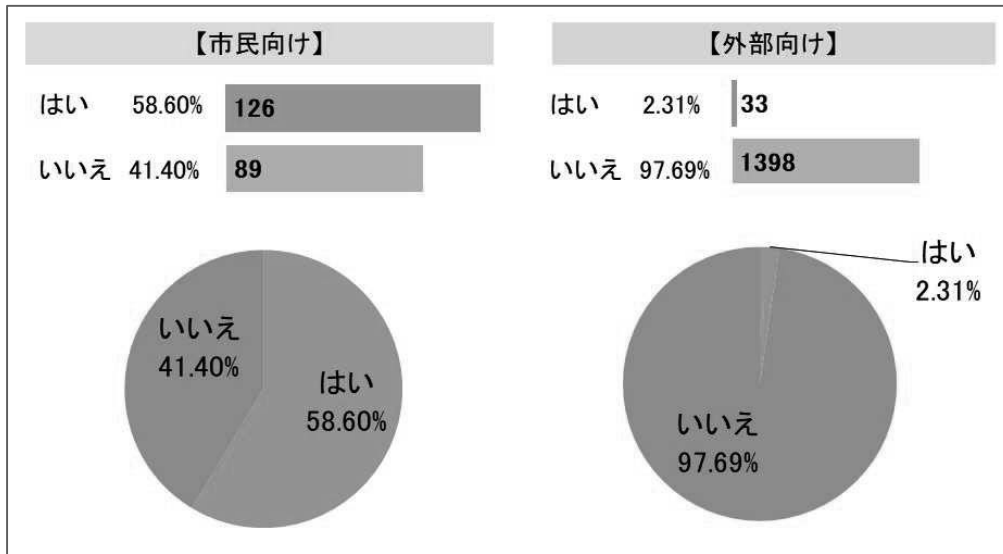
2018年スポーツを通じた健康増進のための厚生労働省とスポーツ庁の連携会議の資料*1によると、日本では運動不足による死亡者数は、喫煙、高血圧に次ぐ第3位で、その数は年間5万人です。運動を含めた身体活動量が多いほど、ガンだけではなく、全死亡リスク、心疾患や脳血管疾患での死亡リスクを低下することも報告されています。スポーツ庁からは「適度な運動とスポーツを習慣化させることによって運動不足を原因とする死亡者を減少させることは可能である」。また、「平均寿命と健康寿命の差は10歳前後を保ったままであるが、ロコモフレイル状態はもとより生活習慣病予防にも寄与する」と発表されています。

3. 浜松市のスポーツ現状

2019年1月に行った世論調査によると、成人の週1回以上のスポーツ実施率は55.1%となっております。浜松市スポーツ推進計画*2では、2017年度に行った市民調査では31.6%と全国平均値を下回った結果となっています。また一年に一度もスポーツをしない未実施者も、浜松市は29.1%と、全国平均の14.8%と比べて高い傾向になっています。

4. ビーチ・マリンスポーツの聖地

浜松市は2018年3月に「ビーチ・マリンスポーツの聖地化」を宣言し、ビーチコートを設置や競技施設の建設に力を入れています。今回はその取り組みについてどれだけの認知度があるのかを知るために浜松市民向け(215名回答)及び、浜松市外向け(1,428名回答)のアンケート実施をしました。「浜松市が行っているビーチ・マリンスポーツの聖地としての取り組みを知っていますか」という設問では、浜松市民の58.6%の方が「はい」に回答をしました。浜松市民にむけてのプロモーションや情報発信がなされ、認知度があるという半面、浜松市外の方は2.31%の方のみが「はい」の回答となり浜松市外に向けての認知度は、まだまだ低い結果となりました。



(図表 2-1) 浜松市商工会議所青年部 2019 年提言アンケート結果

5.健康都市へのブランディング

浜松市民が生涯にわたり心身ともに健康で文化的な生活を営むためには、子供から高齢者まで幅広い年代の方がスポーツ・健康に関心を持つことが大切です。その為にスポーツを『競う』(興味関心を持つ)、『育てる』(環境を整え行動していく)、『楽しむ』(スポーツ文化を創り出す)という 3 つをサイクルで循環していくことが、スポーツを通じた健康都市へのブランディングに繋がっていくものであると考えます。

(1) ビーチ・マリンスポーツの聖地に 短期施策

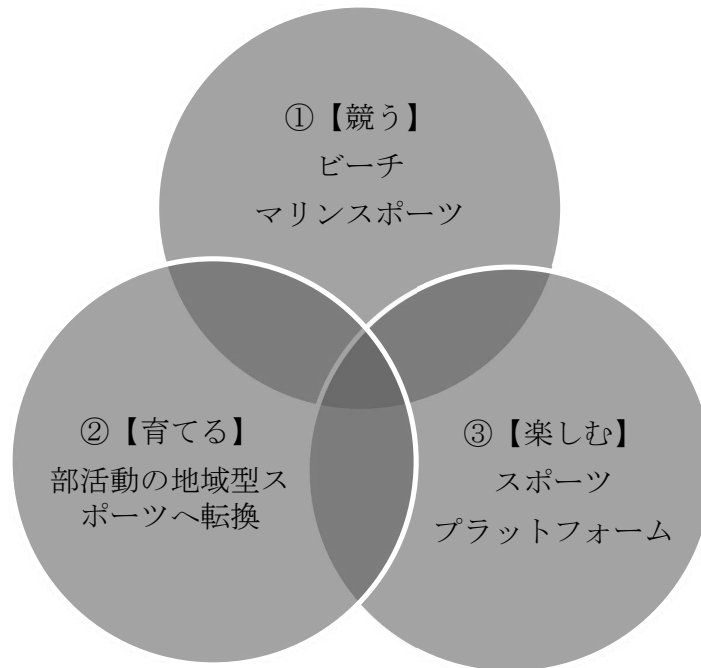
浜松市の資源を有効活用し浜松市＝ビーチ・マリンスポーツのブランディングを確立する

(2) 地域型スポーツへの転換 中期施策

中学校部活動の取り組みを地元地域で育てる環境を醸成しスポーツの裾野を広げていく

(3) スポーツプラットフォーム 長期施策

中高年や高齢者の方が一人でも生涯にわたりスポーツを楽しめる環境を創り上げる



今回の提言は、

『競う』 浜松市でビーチ・マリンスポーツ世界大会を開催 Asian Beach Games×浜松市
『育てる』先生の働き方改革に伴う中学校部活動取り組み 浜松市が先導モデルとなる
『楽しむ』ポータルサイト・アプリによるスポーツコミュニティの醸成

この 3 つの取り組みにより市民のスポーツ・健康意識の向上、スポーツ人口の増加に繋がっていくと考え、
以下にそれぞれ提言します。

【競う】

Asian Beach Games

または World Beach Games 誘致

1. 提言骨子

浜松市は 2018 年 3 月にビーチ・マリンスポーツの聖地化を宣言し、ビーチコートの設置やビーチ・マリンスポーツ推進機構を設立し、競技環境の向上やプロモーションに力を入れています。ただ、聖地化を宣言して間もないことから全国的に認知されていないのが現状です(浜松市商工会議所青年部 2019 年提言アンケート結果より)。浜松市・浜名湖がビーチ・マリンスポーツの聖地として広く認知され、日本各地から、世界中からビーチ・マリンスポーツを目的に浜松を訪れて頂くために、日本初の『Asian Beach Games』または『World Beach Games』を誘致、開催すること、また市内の既存ビーチ・マリンスポーツ競技施設をナショナルトレーニングセンター(NTC)へ登録することを提言します。

2. スポーツにおける聖地の定義

「スポーツにおいて聖地と認知されている場所は？」と問われて思い浮かぶ場所(競技場)は、高校野球における甲子園、大学駅伝における箱根、テニスにおけるウインブルドン、そしてウィンタースポーツにおける長野県の白馬です。これらに共通する事項は次の通りです。

① 毎年、日本一または世界一決定戦が行われている

日本中の、または世界中の選手がその地でプレーすることに憧れています。

② その大会にまつわる逸話(ストーリー)がありその地から誕生したヒーローやヒロインがいる

例えば甲子園では決勝でノーヒット・ノーランを達成した松坂大輔選手、箱根駅伝で山の神とよばれた柏原竜二選手、長野オリンピックのスキージャンプ ラージヒル団体金メダルの日本チーム(岡部孝信選手、斉藤浩哉選手、原田雅彦選手、船木和喜選手)がいます。

③ 地名または競技場名が大会の代名詞となっている

夏の甲子園に出場した、箱根を走ったと言えば、多くの人が何の種目で、どのカテゴリーで競技したのかが分かる程に認知されています。

浜松のビーチ・マリンスポーツでも、この 3 項目を備える施策が必要と考えます。

3. Asian Beach Games と Word Beach Games とは

「Asian Beach Games (アジアンビーチゲームス)」とは、アジアオリンピック評議会により2年に一度開催されるスポーツ競技大会です。アジア競技大会の競技数が増え、規模が大きくなってきたことからビーチ大会は分散して開催することが決定し、2008年にインドネシアのバリで第1回大会が開催されました。過去日本では開催されておらず、誘致に成功すれば日本初開催になります。

「World Beach Games (ワールドビーチゲームス)」とは、ANOC (国内オリンピック委員会連合会) の2015年の総会において2019年に第1回大会を開催することが決まり、カタールのドーハで開催されました。

現在、日本国内ではNPO法人日本ビーチ文化振興協会(東京都中央区)が2024年度のAsian Beach Games 誘致の啓蒙活動を行っています。

アジアビーチゲームズの開催地

アジアビーチゲームズ			
年	回	開催都市	開催国
2008	1	<u>バリ</u>	 <u>インドネシア</u>
2010	2	<u>マスカット</u>	 <u>オマーン</u>
2012	3	<u>海陽</u>	 <u>中国</u>
2014	4	<u>プーケット</u>	 <u>タイ</u>
2016	5	<u>ダナン</u>	 <u>ベトナム</u>
2020	6	<u>三亜</u>	 <u>中国</u>
2022	7	未定	未定
2024	8	未定	未定
2026	9	<u>浜松</u>	日本

競技	<u>08</u>	<u>10</u>	<u>12</u>	<u>14</u>	<u>16</u>	<u>26</u>
<u>ビーチバスケットボール</u>	・		・	・	・	・
<u>パラグライダー</u>	・			・		・
<u>パワードパラグライダー</u>			・	・		—
<u>ビーチ水球</u>	・	・		・	・	・
<u>マラソンスイミング</u>	・	・		・	・	・
<u>ビーチハンドボール</u>	・	・	・	・	・	・

<u>ビーチ陸上競技</u>				・		－
<u>ビーチフラッグフットボール</u>				・		－
<u>ビーチカバディ</u>	・	・	・	・	・	・
<u>ビーチタクロ</u>	・	・	・	・	・	・
<u>ビーチサッカー（詳細）</u>	・	・	・	・	・	・
<u>ビーチバレー</u>	・	・	・	・	・	・
<u>ビーチウッドボール</u>	・	・	・	・	・	・
<u>ビーチレスリング</u>	・			・	・	－
<u>ボディビル</u>	・	・		・		－
<u>ドラゴンボート</u>	・		・		・	－
<u>水上オートバイ</u>	・	・		・	・	・
<u>ブンチャックシラット</u>	・				・	－
<u>ローラースピードスケート</u>			・			－
<u>セーリング</u>	・	・	・	・	・	・
<u>サーフィン</u>	・					・
<u>テントペギング</u>		・				－
<u>トライアスロン</u>	・	・	・	・	・	・

－表記は競技実施に検討必要があるもの

(図表 2-2) Asian Beach Games 開催地と開催競技 出典:ウィキペディア

4. Asian Beach Games × 浜松市

現在、浜松市は、ビーチ・マリンスポーツの聖地にふさわしい競技施設や競技環境を有し、また施設建設の計画があります。浜松市のコアコンピタンスは既存施設を活用しての大会の開催が可能です。2020 年の東京オリンピックでのビーチ・マリンスポーツ競技会場の多くは仮設施設であり、オリンピック終了後には解体撤去されてしまいます。未来のオリンピックがその競技施設でプレーすることはできません。

浜松市に置き換えた場合、既存施設での開催が可能です。つまり、それは Asian Beach Games を開催するコートで地元の子供たちがプレーできるということです。誘致することに成功すれば、それを記念した国内大会やローカル大会を毎年開催することができます。これこそ、未来にレガシーを残すことに繋がります。Asian Beach Games の会場でビーチバレーボールを観戦し、興味を持った少年が、同じコートで練習し、ローカル大会で勝利を味わい、日本を代表する選手となり、後の大会やオリンピックに出場したら、聖地にふさわしいヒーローの誕生です。聖地にふさわしい一つのストーリーができます。

これは、長野オリンピックでスキーラージヒル団体の金メダル獲得を観戦した少年が、白馬のジャンプ台での大会を経験し、世界に羽ばたいていることで長野はスキーの聖地となり日本各地から、また世界各国からトップスキーヤーからファンスキーヤーまで集う地になりました。毎年約 100 万人のスキーヤーが訪れ、平成 30 年度は約 16 万人の外国人宿泊者が訪れています(白馬村観光統計より*)。このビーチ・マリンスポーツのモデルケースを浜松市に作ってほしいというものです。

浜松市は既に浜松市(行政)、経済界(商工会議所、企業)、競技団体、協力団体が一つになった「浜名湖&遠州灘ビーチ・マリンスポーツ推進機構」が立ち上がっています。これはオール浜松の団体です。すぐにでもこの推進機構の下に「Asian Beach Games 招致委員会」を設置するが可能です。2020 年度からでも招致活動が出来るのです。

また、プロモーション活動の一環として既存施設を NTC(ナショナル トレーニング センター)に登録し、トップアスリートに浜松の競技環境、充実した施設、抜群の交通アクセス等を体感してもらうことも必要です。浜松市はすでにビーチ・マリンスポーツの NTC 要件を満たしている競技もあると推測されます。(実際は申請をしてみないとわからないため)。サッカーワールドカップのキャンプ地の大分県中津江村のように、キャンプだけでも十分な PR 効果が得られると考えます。

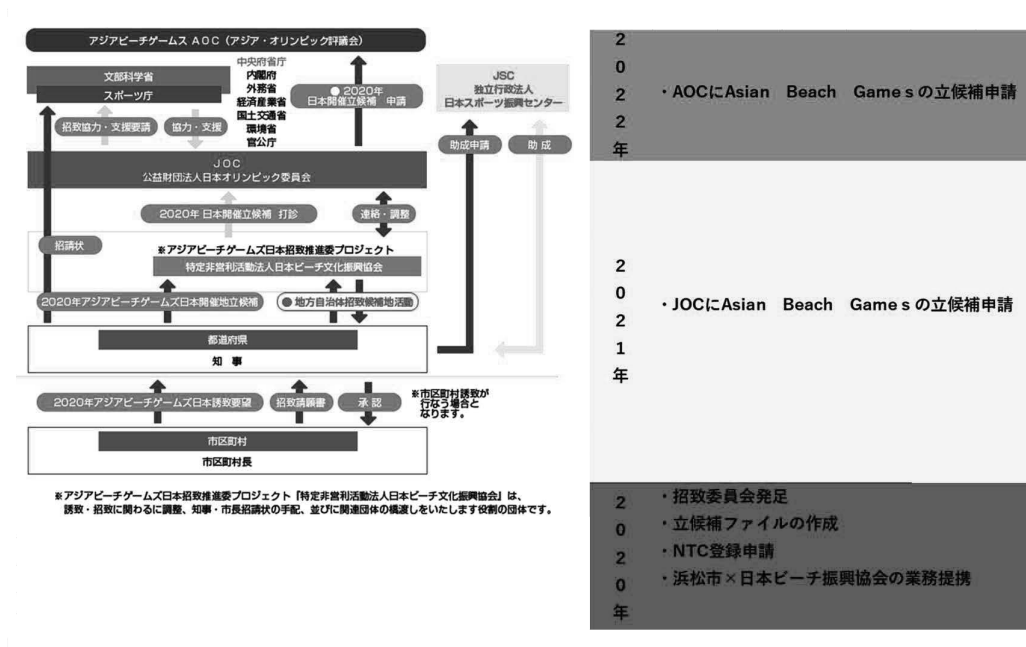
5. 大会誘致への課題

国際大会開催の課題と浜松市の現状を分析すると、国際大会では重要事項となる交通アクセスがあります。浜松市は中部国際空港(セントレア)、富士山静岡空港からも近く、また東海道新幹線の停車地でもあります。世界中から成田、羽田、関西国際空港を経由しても短時間での移動が可能な交通手段を既に有しており、世界各国や日本各地から訪れやすい地です。

また、宿泊施設も浜松市街地、弁天島、舘山寺に多くのホテルや旅館があり、市全体の宿泊キャパシティは約 12,000 人です。周辺市町を加えれば約 22,000 人を有します。(出典(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローHP*)。2016年ダナン大会では、選手と役員で参加者数約 3,300 人という実績を考えれば、選手団の受け入れは十分可能と推測できます。また、大会オフィシャル医療スタッフやドーピング検査も、市内には大学病院や多くの総合病院があり、また過去に実施した競技ごとの国際大会(バレーボール ワールドカップ等)での実績もあり対応可能です。

競技サポートは前述の「浜名湖&遠州灘ビーチ・マリンスポーツ推進協議会」が既に立ち上がっていることから、国内競技団体と各競技の県協会と同団体が連携することで、競技運営が可能です。ビーチ・マリンスポーツはマイナースポーツが多く、競技スタッフの確保が難しいのですが、浜松市は既にこの問題もクリアしています。浜松市に最も必要なものは Asian Beach Games 開催の夢と情熱です。

6. Asian Beach Games 浜松大会 開催までのロードマップ



(図表)2-3 特定非営利活動法人日本ビーチ文化振興協会HP

7. Asian Beach Games 開催の意義

浜松市が Asian Beach Games を開催し、その大会からヒーロー、ヒロインを生み出し、後世に残るストーリーが作られたら、名実ともに浜松市がビーチ・マリンスポーツの聖地と呼ばれるようになります。聖地になれば、浜松市、浜名湖での大会、トレーニングキャンプで世界各国及び日本各地から競技者が訪れることが期待できます。直接競技に関わる産業は多くはないですが、彼らが宿泊し、飲食し、買い物をしたら大きなインバウンド需要が期待できます。また、浜松・浜名湖の競技環境を求めて選手が移住すれば、浜松市の人口増加策の一助になりえます。選手の流入だけではなく、観光アクティビティとしてビーチ・マリンスポーツを活用することで観光客増大も見込まれます。Asian Beach Games をオール浜松で開催できれば、浜松市民の健康意欲の増進だけでなく、「やらまいか」の精神が一段と盛り上がり、ベンチャー等の産業にも大きな影響を及ぼすことでしょう。スポーツビジネスの新たなベンチャー企業の設立の契機にもなると言えます。

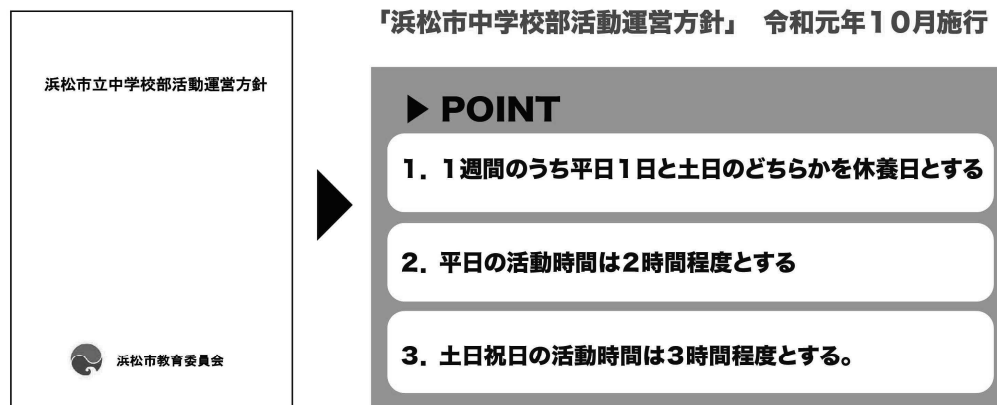
名実ともに浜松市がビーチ・マリンスポーツの聖地なるために Asian Beach Games の誘致、開催をしていしましょう。全市民で大きな夢に向かい、壮大なストーリーを創り、情熱をもって『聖地』を創り上げようではありませんか。

【育てる】

働き方改革と部活動運営の両立にむけて

1. 現状と問題点

浜松市は「浜松市立中学校部活動運営方針」*5を2018年4月に策定し、改定を経て2018年10月から完全施行されることになりました。これにより、部活動が生徒や教職員の生活の負担にならないようにと以下のように部活動の短縮規則を定めました。



しかし、いままで通りに練習したい中学生にとっては時間短縮されることはつらいことです。また、クラブチームに入部する選択肢もあるが経済面や親の負担増加により断念する場合があります。

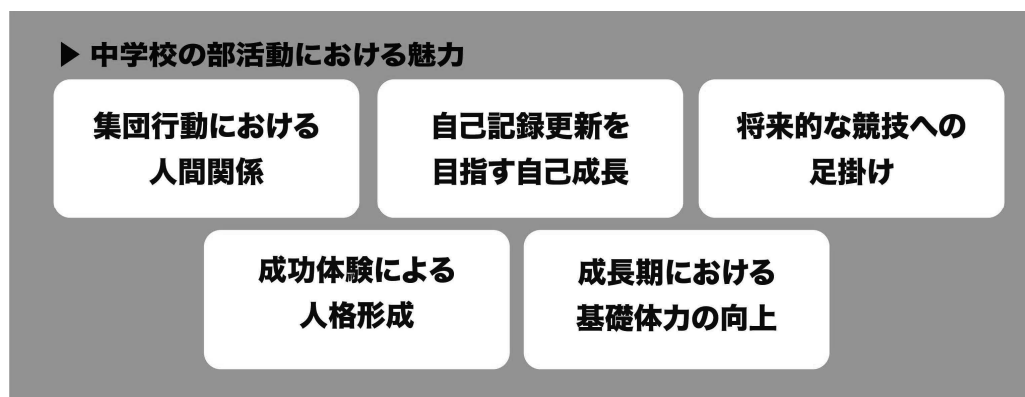
レベルアップを望む子たちにとっては弊害要素ともとれます。また、空いた部活動の時間を活用する術を知らないために、SNS やゲームなどをやる時間も増え、非行行動が増加する危険性もあります。

▶ 懸念事項

他のクラブチーム参加を希望するも
経済的な面で断念

空き時間を有効活用できない子たちは
SNSやゲーム時間増加など
非行行動増加の危険性

中学校の部活動は、全員が参加することができます。また、勉強だけではなく自分が得意なスポーツを身に着けることができる場です。団体競技では集団行動におけるスキルを身に着けること、個人競技では自己記録を更新するスキルを身に着けることができます。どちらも小さな成功体験を積むことで自己肯定につながり、勉強では身に着けることができない人格形成ができます。また、将来他の競技に移行した場合であっても中学校の部活動を経験したことにより基礎体力をつけることができます。



教職員の負担軽減のために、浜松市は「中学校地域クラブ」の設置を推奨していますが、地域や競技によって取り組みに違いがあり、進んでいる部活動もあれば進んでいない部活動があるのが現状です。実際には未来ある生徒が犠牲になっている側面があるとも言えます。そこで、教職員の負担軽減と生徒の部活動活性化、双方できる案がないか我々は考えました。

また部活動担当の教職員は専門ではない競技を担当している場合もあり、教職員が積極的に関与できずにいるという場面も見受けられます。部活動も多種にわたるので、生徒が選んだ部活動をきちんと指導できる施策も検討しました。

2. 具体的な施策

(1) 教職員の指導を一概に禁止するのではなく、一般の方が休みの日にボランティアや趣味に興じるように教職員も部活動に参加できるようにしていきます。教職員の中には部活動の顧問になることが夢で教職員を目指す人もいるでしょうし、部活動の教職員から熱意を感じ、憧れをいだく中学生もいます。物事に一生懸命に取り組む大人の姿を何より身近に感じることができます。中学生の教育上、良い効果があると考えます。



(2) 定年退職した教職員を募集し、中学校に割り当て指導協力をしていただくようにしていきます。定年退職した教員でも、長年の知識や指導技術をもっている方はたくさんいるのでその方々が指導できる場を提供していきます。現教職員だけではなく、退職者の手を借りることで、現教職員の休日を守ることができます。

(1) (2)については1つの中学校だけではなく、競技ごとに複数の中学校を集め、日程を決めて行くと効率が良いと考えます。部活動担当顧問以外に指導を受けることや、複数の中学校の生徒が集まることは、コミュニティや知識(見識)が広がることになり、人格形成においてよい効果があると考えます。

(3) スポーツスキルだけではなく体づくりや体幹トレーニング、トレーナー、食育などの指導者育成や割り当てを行い、故障しにくい体をつくるサポートする体制を作ります。

浜松市で補助金も検討し、生徒への費用負担軽減や教職員への指導を行いよりよい指導への近道となります。



【費用試算】

- ▶浜松市内中学校数 49 校（令和元年 5 月現在）
中区 12 校／東区 7 校／西区 7 校／南区 6 校／北区 7 校
浜北区 5 校／天竜区 5 校 全生徒数 20,254 人



＜概算予算＞月に1度各校に指導に回る場合
中区 2 名、その他は1区に1名で合計 8 名の指導者が必要

8 名×12 ヶ月＝96 人工
96 人工×5,000 円＝480,000 円 ※1 回 2 時間程度
指導者に対する研修費＝300,000 円

合計概算費用 780,000 円/年

(4)浜松市で競技ごとの指導者ライセンス制度を創設していきます。指導者研修やライセンスを発行することにより、指導方法の統一化や、正しい指導方法を身に着けることができます。



(3) (4)は教職員だけではなく、一般の方が指導することにより教職員の負担軽減となり、働き方改革の中できちんと休養もとることができるようになります。

(5)そのほかの施策として、地域で現在活動中の多種多様なスポーツに参加することで新たな自分の得意分野の発見にも繋げていきます。そのためには、地域とのコミュニケーションが必要になるため、「地域」と「中学生」をマッチングできる場を公民館などに設置していきます。広報も積極的に活用し、中学校のホームルームで資料配布や中学校のホームページに掲載していきます。



3. 想定される効果

このようなことを行うことにより、中学生の部活動の空いた時間を有効活用することができ、競技のレベルアップやスポーツにふれあう時間を増やすことができます。また中学生の部活動は第二次性徴期と重なるため、精神力と体力が成長する時期でもあり、良質な部活動をすることで養われ、高校生や社会人になってもできるので生涯かわることのできる基礎となっていくます。

文京学院大学人間学部研究紀要 Vol.12

表 1 部活動の参加経験および性別による各概念の平均値 (SD) と分散分析結果

	経験なし群		中退群		継続群		性別	経験	性×経験
	男子	女子	男子	女子	男子	女子	F	F	F
孤独感	2.52 (0.95)	2.50 (1.20)	2.60 (0.66)	2.41 (0.76)	2.38 (0.76)	2.09 (0.69)	1.65	2.81	0.36
空虚感	3.60 (0.76)	3.15 (1.44)	3.10 (0.89)	3.09 (0.95)	2.79 (0.93)	2.59 (0.95)	2.23	7.97 ***	0.49
居場所感	3.11 (0.95)	3.27 (1.38)	3.19 (0.82)	3.34 (0.99)	3.44 (0.92)	3.73 (0.81)	1.69	3.41 *	0.12
犯罪許容性	2.08 (0.58)	1.61 (0.59)	2.17 (0.71)	1.68 (0.58)	2.01 (0.82)	1.54 (0.54)	18.14 ***	0.93	0.00
ぐ犯許容性	3.82 (0.23)	3.76 (0.44)	3.60 (0.71)	3.40 (0.49)	3.41 (0.62)	3.14 (0.71)	2.63	7.81 ***	0.29
問題行動傾向	2.10 (0.90)	2.15 (0.67)	2.42 (0.74)	2.02 (0.76)	2.09 (0.98)	1.53 (0.70)	4.84 *	5.00 **	1.60

*** $p<.001$ ** $p<.01$ * $p<.05$

(図表 2-4) 文京学院大学人間学部研究紀要 vol.12 部活動への関与による問題行動傾向の抑制効果 pp.133 ~ 140, 2010.12

文京学院大学人間学部研究紀要によると、部活動をやらない子や部活動を途中で辞めた子に非行行動に走る傾向にあります(図表 2-4)。挫折や何をして良いかわからいたため非行行動となります。部活動に打ち込める時間を作ることで非行行動の減少につながっていくでしょう。スポーツ人口の増加、スポーツ都市浜松としてブランディングをすることにより、地域コミュニティの活性化につながり、健康寿命の延伸になります。

【楽しむ】

「スポーツプラットフォーム」アプリの導入

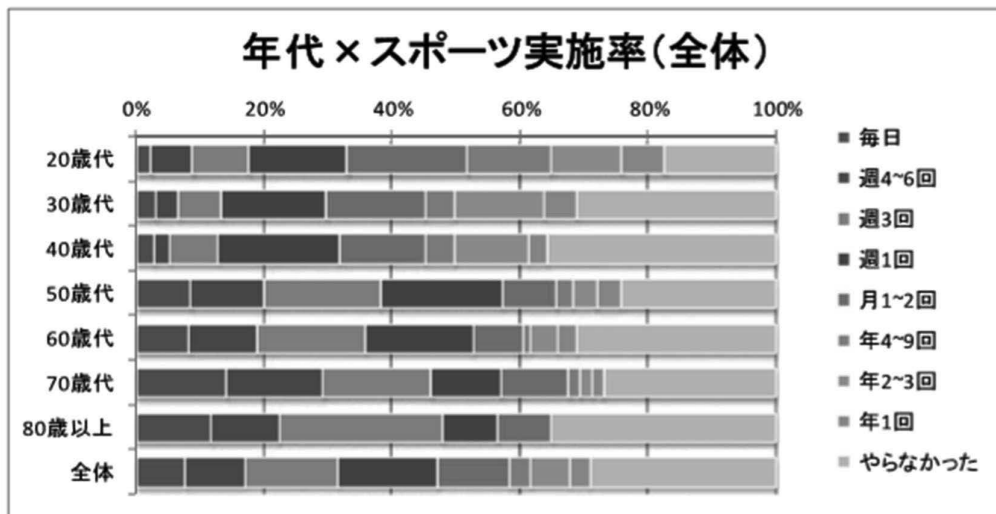
1. 提言の骨子

浜松市が行っている生涯スポーツへの取り組みは「浜松シティマラソン」など、具体的なスポーツイベントが中心となっており、市民が長期に渡って日常的に生涯スポーツに取り組むための施策は、乏しいのではないかと考えます。浜松市民が、生涯にわたり心身ともに健康で文化的な生活を営むために、人生のライフステージに応じてスポーツ活動に取り組むことができるプラットフォームを構築することを目的とした「スポーツプラットフォームアプリ」の導入を提言します。

浜松市民がスポーツプラットフォームアプリを利用することにより、子供から高齢者まで幅広い年代の人々がスポーツに関心を持ち、自身に合ったスポーツに取り組むことができるようになると共に、スポーツを通じた健康管理を促進し、浜松市がスポーツ推進都市としてブランディングされていく効果が期待されます。

2. 現状と課題

(1) 現状



○成人の週1回以上のスポーツ実施率…47.2% (H25 調査 45.4%)

○成人の週3回以上のスポーツ実施率…31.6% (H25 調査 28.1%)

○スポーツ未実施者(1年に一度もスポーツをしない人) …29.1%(H25 調査 27.1%)

(図表)2-5 2017 年 浜松市市民意識調査 スポーツ実施率

2017年に浜松市が行った市民調査の結果によると、成人の週1回以上のスポーツ実施率は47.2%、週3回以上のスポーツ実施率31.6%と、前回調査となる2013年より数値が上がってきています。しかし、一年に一度もスポーツをしないスポーツ未実施者は、依然として29.1%と高い傾向となっています。

市のスポーツ振興全般で、今後の行政の役割として特に重要と思うこと

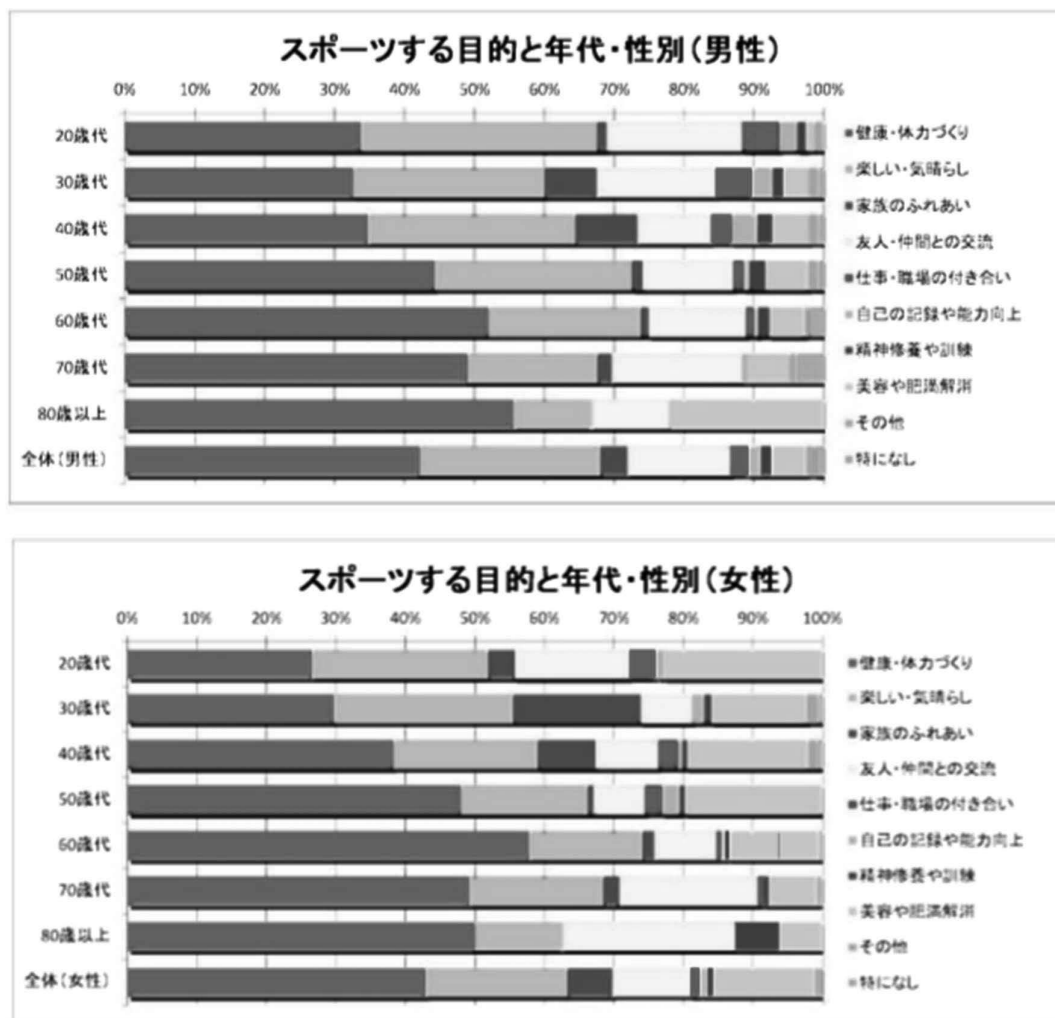
内 容（複数回答 上位5つ）	割合
子ども・高齢者等、年齢層にあったスポーツの開発・普及	39.7%
市営等公共スポーツ施設の充実・整備	29.6%
運動の機会の提供（各種スポーツ大会・スポーツ教室の開催等）	27.6%
スポーツに関する広報活動・情報提供	24.4%
総合型地域スポーツクラブの支援、助言・指導、育成等、住民スポーツ活動の支援	22.9%

(図表)2-6 2017年 浜松市市民意識調査 行政に期待すること

同調査において「市のスポーツ振興全般で、今後の行政の役割として特に重要と思うこと」の上位に、「スポーツに関する広報活動・情報提供」が挙げられており、市民からは現状情報発信が少ないと感じられている傾向にあります。また、年齢層に合わせたスポーツの普及や運動機会の提供が求められていることが伺えます。

(2) 課題

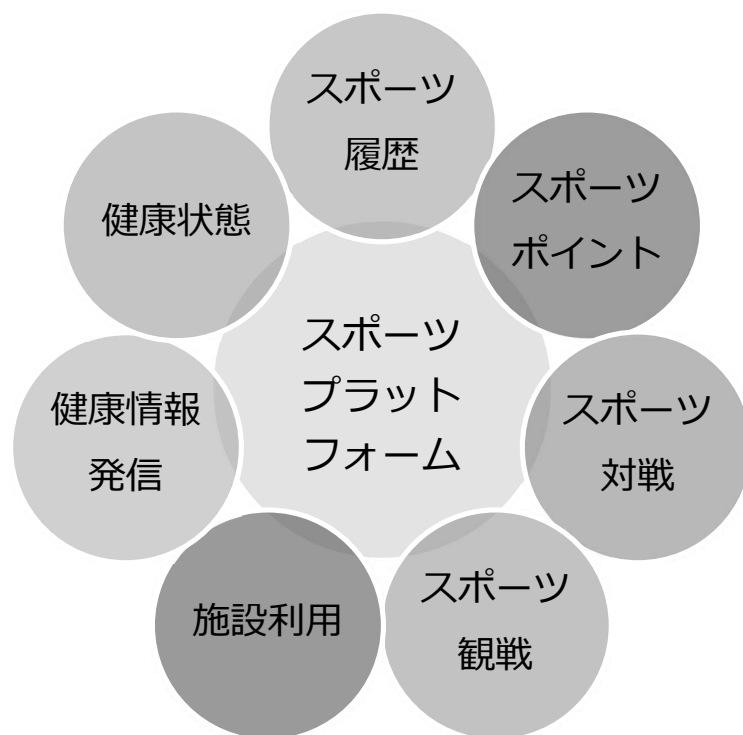
こうした現状から、スポーツ実施率を高め、その手段としての情報発信方法を構築していくことが課題であると考えます。スポーツを行う目的は「健康・体力づくり」「楽しい・気晴らし」「友人・仲間との交流」「美容・肥満解消」など、多岐に渡っています。また、スポーツを行う時間帯は、高齢者は日中、社会人は休日や夜間というように、年齢によって差があります。その他、個人で行うスポーツを好む人や集団で行うスポーツを好む人、スポーツ観戦を好む人など、スポーツに対する関わり方も多様です。スポーツを気軽に行うための機会を提供するにあたり、これらの異なる属性に応じた情報提供を行うことが必要であり、プラットフォームアプリの活用が有効であると考えます。



図表(2-7) 2017 年浜松市スポーツ推進計画

3. スポーツプラットフォームアプリの概要

浜松市民が気軽に永続的にスポーツを楽しめる環境を創り上げているために「スポーツプラットフォームアプリ」の導入を提言します。このプラットフォームアプリでは個人の健康状態やスポーツ履歴、スポーツポイントの他に、スポーツを対戦・観戦する仲間の募集、スポーツ施設の利用申請が出来、スポーツや健康情報発信も行っていきます。



(1) スポーツプラットフォームアプリの機能

① 個人情報の管理



・個人の体に関する情報の管理

身長・体重・体脂肪率・血圧等、体に関する情報を登録し、その推移を管理できるようにします。改善目標等の設定をできるようにし、トレーナーや栄養士によるアドバイスと連動させることで、効果的に運用します。



・スポーツ履歴の管理

下記のコミュニティ機能を通じて、実施したスポーツ活動の履歴を登録できるようにし、スポーツ活動への参加を促進します。スポーツ活動を実施した人にポイントを付与する制度を導入し、経済活動との連動を図ること等ができれば、更に効果的な運用ができます。

②コミュニティ機能



・一緒にスポーツの観戦を行う仲間の募集

近隣で行われるプロスポーツ競技の情報等を発信し、観戦を促すことで、スポーツに対する意識を向上することができると考えます。同じスポーツに興味を持つ人を検索し、コミュニティを形成することで、スポーツ観戦への参加を促進します。



・一緒にスポーツを行う仲間の募集

同じスポーツに興味を持つ人を検索し、一緒にスポーツを行う仲間を募ることができるようにすることで、スポーツを行う機会を増加させ、スポーツ実施率向上を促進します。



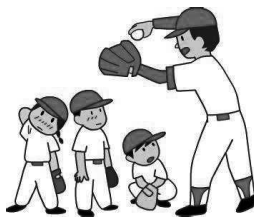
・スポーツの対戦相手の募集

チームで行うスポーツ等については、その対戦相手を募集できるようにすることで、スポーツへの参加促進を強化します。



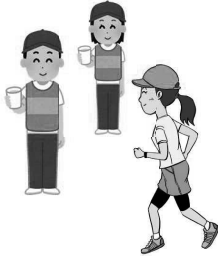
・スポーツ施設の利用申請

スポーツ施設の利用申請を行い、スポーツ実施のスケジュール管理をサポートします。



・スポーツ指導者の募集

スポーツ指導者の募集及び指導者としての登録機能を持たせ、スポーツ活動を強化します。



・スポーツボランティアの募集

スポーツ大会の情報を発信するとともに、運営ボランティアを募集する機能を持たせ、市民全体でスポーツ推進に取り組む土壌を作ります。また、障がい者スポーツに係る参加者や支援者の募集も行うようにし、市民に幅広く利用してもらえるようにします。

(2) スポーツプラットフォームアプリの展開方法

浜松市において、浜松市スポーツ・文化施設予約システム「まっぽっくり」というサイトがあり、既に「スポーツ施設の利用申請」機能を有しております。このサイトをベースとして、上記のような機能を追加して拡大していく方法を提言します。また、健康・運動データの入力、スマートフォン等で入力・管理できるよう、スマートフォン用アプリを導入することが望ましいと考えます。

他の地方公共団体においては、スマートフォン用アプリとして「観光アプリ」・「防災アプリ」・「子育て支援アプリ」などを提供している団体もあり、アプリを通じて様々な情報を提供しています。しかし、「スポーツ都市宣言」等のスポーツに対する取り組みを重視している地方公共団体は多数ありますが、未だアプリ等でスポーツ情報を総合的に提供している自治体は少なく、スポーツ関連に特化したアプリは、民間が運営するコミュニティサイトしかないのが現状です。

市民が実際にスポーツを楽しむためには、同一地域内の身近なコミュニティを形成していく必要があると考えられ、民間が運営するサイトではなく、浜松市が市民に対して独自に展開していくことを提言します。

本提言のまとめ

私たちは、スポーツをテーマに「ビーチ・マリンスポーツの聖地へ」「働き方改革の伴う中学校部活動の運営」「スポーツプラットフォームによるコミュニティ醸成」の3つを提言しました。いずれの提言内容も実現が可能であることを軸に据えると同時に、浜松市民のスポーツ・運動意識向上を図り、生涯にわたり健康でいられることを目的としています。

特にビーチ・マリンスポーツの聖地「Asian Beach Games」または「World Beach Games」の誘致・開催は、浜松市の方針と一致し、資源や利点を最大活用すること、浜松市だからこそできることであると考えます。働き方改革と部活動運営の両立は、部活動の短縮規則を定められた今年だからこそ必要である内容です。浜松市だからこそできる、今だからこそ必要である提言です。

これらの提言が実現されると、スポーツや運動を通じて健康寿命の伸延だけではなく、都市としての魅力度が向上し、交流人口の増加とともに域内消費も増加し、ブランディング成功の着地点をクリアできます。日本だけではなく、世界各地から観光客が訪れ、大きなインバウンド需要も期待できます。そして、スポーツビジネスやベンチャービジネスへのチャンスにも繋がり、都市が活性化。住みやすい街として移住や定住人口増加にも繋がっていくことでしょう。

【参考文献】

*1スポーツを通じた健康増進のための 厚生労働省とスポーツ庁の連携会議（第1回）

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop05/list/detail/1406050.htm

*2浜松市スポーツ推進計画

<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/sports/plan.html>

*3白馬村観光統計

https://www.vill.hakuba.lg.jp/gyosei/gyoseijoho/tokeijoho/sonotanotokeijoho_sonseiyouan/2741.html

*4浜松・湖ツーリズムビューローHP

<https://hamamatsu-daisuki.net/hamacon/>

*5浜松市立中学校部活動運営方針

<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/shido/kyouikusesaku/ijime/bukatudouuneihousin.html>

【ヒアリング調査先】

NPO 法人日本ビーチ文化振興協会

浜松市役所スポーツ振興課

株式会社ジュニアアスリート

第3章 音楽の都推進計画

ウィーンやブラハといった、世界の音楽の都と呼ばれる都市では、世界に誇るコンサートホールで毎晩のようにコンサートが開かれ、会場の外ではストリートミュージシャンも多くいます。そして、教会では上質な音楽が流れ、誰でも自由に日常のなかで触れることができるなど、街のあちらこちらに音楽があふれ、市民は音楽の都に住むことに誇りを持っています。

浜松市では、世界に冠たる楽器メーカーが立地しており、「楽器のまち」から「音楽のまち」、そして「音楽の都」として取り組み^{*}、発展してきました。しかしながら、浜松市では世界の音楽都市のように音楽の都とすることは少なく、調べていくなかで「材料は揃っているが発信がうまくできていない」「内外にアピールが十分できていない」などといった現状が見えてきました。

1.「音楽の都」取り組みと現状

浜松市はこれまでに「浜松国際ピアノコンクール」、「静岡交際オペラコンクール」といった世界的に評価を受けているようなコンサートや、「やらまいかミュージックフェスティバル」、「浜松駅北口のプロムナードコンサート」といった市民参加のイベントや、各音楽団体でそれぞれに開催するコンサートなど、数多くの音楽イベントを開催してきました。2014年には、それらの国際的なコンサートや市民の充実した音楽活動が認められ、ユネスコ(国際連合教育科学文化機関)創造都市ネットワークに音楽分野での加盟が認定されました。

このように浜松市では、音楽に関して様々な取り組みや活動がすでになされ、立派なコンサートホールもあります。学生の吹奏楽や市民バンドのレベルも高く、数多く存在しています。音楽イベントも数多くやっています。しかしながら、多くの市民がとりたてて「音楽の都」と実感するほどの事もなく、お金を出して芸術に触れようとする市民が決して多いとは言えません。一部熱心な人以外は興味がない人が多いのが実状とも言えます。

2.音楽と健康寿命の因果関係

全日本ピアノ指導者教会(ピティナ)から、「子供にとって楽器演奏をする事は脳の発達によいということ」、「高齢者にとって楽器演奏などの趣味、好奇心を持つ事は、認知症のリスクを低下させ、健康な脳の維持によい」という調査報告が発表^{*2}されています。これは認知症予防学会でもエビデンス(医学的根拠)のレベルが高いこととして認識されています。音楽には人をリラックスさせ、その活力を引き出す不思議な力があります。誰にでも経験があるこの効果を、医療や福祉の場で積極的に活用するのが「音楽療法」と呼ばれるものです。

3. 「音楽のまち」から「音楽の都」へのブランディング

これだけの誇れる材料がある浜松市を、市内外に、そして世界に「音楽の都」として発信し、発展していくにはどうしたらよいでしょうか？ 浜松市の「健康寿命日本一」と繋げて独自のブランディングができないでしょうか？

そこで今回我々は

- ・「街にもっと音楽を」 ～音楽の都浜松 市民にもっと音楽を～
- ・「ストリートピアノを設置」 ～「音楽の都」浜松に思いでピアノを～
- ・「音楽療法」 No music,no life ～「音楽×健康」で住みやすい「音楽の都」へ～

の3つを提言します。

提言が実現し、浜松市がもっと「音楽の都」として発展し、都市の魅力が高まれば、文化レベルの高い市民が増え、創造力豊かな人が集まり、音楽のあふれる街で音楽を使って健康になる。そして、そういったイメージが世界に発信され、ブランディングされていきます。その後、人々が「訪れてみたい」、「住みたい」になり、観光や定住人口の増加に繋がっていきます。

【街にもっと音楽を】

～音楽の都浜松 市民にもっと音楽を～

1. 提言の背景

前述のように「音楽の都 浜松」ではありますが、音楽を身近に感じ、興味を持っている市民は、決して多いとは言えません。ここでの「身近な音楽に興味を持つ」とは何でしょうか？好きなアーティストの音楽を聴く、楽器演奏を楽しむと言ったことも興味の一つではあります。日々の通勤・通学に目を向ければ、人々の多くはイヤホンで自分の中の音楽空間を創造しています。「音」で溢れています、ちょっとした四季の変化を「音」から感じ取ることが難しくなっているのではないのでしょうか？

浜松市民の日常に溢れている「音」に着目し、意識を向けることで、「音」を「音楽」として身近に感じてもらうことを提言します。

普段の市内での生活の中の至る所にある「音」。これを「音楽」に置き換えることで、市内には「音楽」が溢れ、市民一人ひとりに「音楽」が意識され、四季の変化や街並みの変化を「音楽」で感じ取れるようになります。音楽の都となっていくためにはまず、日常の中に音楽が溢れている状況を作り出すことだと考えます。浜松市を訪れた人は街中の至る所で音楽が流れている状況に他都市と違う「音楽の都」である文化

を感じることができ、浜松市民は音楽をより身近に感じ、音楽のある生活が自然になっていきます。

2.各所での音楽の普及

1 でも述べたように、浜松市のいたるところから音楽が聞こえる事が、音楽のまち、ひいては音楽の都につながると考えます。そこで、我々なりに、浜松市のどこで音楽を聴くことができれば、音楽の都に近づけるかを検討してみました。

- (1) 街中の商店街、各区役所、バス停といった市民が多く訪れる所にスピーカーを設置し、音楽を流します。浜松出身のアーティストや、季節にちなんだクラシック、などテーマを変えて流し、「ふと自然に耳に入ってくる心地よい音楽のまち」を演出します。
- (2) 現在、電車やバス等の交通機関では、発着音が機械音となっていますが、これをメロディに変更します。駅ごとやバス路線ごとに変え、そのメロディは市民から公募して集め、その中から採用し、使用します。市民にも作曲して参加してもらい、一緒に音楽の都を作っていきます。
- (3) 子供の頃から音楽を聴く機会を増やすために、小学校、中学校、高校で朝や放課後に音楽を流します。クラシックを流し、作曲家の説明を一言添える等をする時代背景や作曲者への思いを馳せることができます。
- (4) 浜松市全域に時報を知らせる音楽を流します。天竜区、浜北区のような防災無線を浜松市全域に設置し、そのスピーカーを使って、朝・昼・夕方と曲を変えて流します。その曲も市民が制作したものを公募し、採用します。

3.浜松音楽マップサイトの製作

「浜松音楽の都マップ(仮称)」を作成し、(公財)浜松市文化振興財団の運営する「はまかるNEO」のホームページに加えます。

●浜松音楽の都マップ制作

・「浜松音楽の都コミュニケーションガイド」という掲示板を同ホームページ上に作り、浜松市の中で活動しているバンドや合唱団の紹介、活動場所・内容、メンバーの募集、ライブ情報等が検索できるようにします。

・マップ上の各駅、バス停、各ポイントで、流れている音楽等の情報がわかり、また、その日に流れる音楽の一覧を見ることができ、どの時間にどんな音楽が流れるかを調べるようにします。



図表(3-1) 浜松音楽の都マップイメージ

【ストリートピアノの設置】

～「音楽の都」浜松に思いでピアノを～

1. 現在の設置状況について

現在、公共の場にあるピアノ設置状況としては「JR 浜松駅・新幹線構内」、「NEOPASA 浜松 SA(上り)」の2箇所です。いずれも浜松市は音楽・楽器が盛んな街、として印象が強く残るように設置されております。

(1) JR 浜松駅・新幹線構内

株式会社河合楽器製作所、ヤマハ株式会社、株式会社鈴木楽器製作所の3社により交代でビジネスマンや観光客に向け、浜松市に本社を置く企業としてブランドのイメージ向上に努めているようです。設置されているピアノも高価なグランドピアノでメンテナンスも行き届いており、『音楽の都』としてのレベルの高さを物語っております。また、設置されているピアノは自由に演奏ができるよう開放されており、動画サイトで投稿され全国的に発信されており知名度を上げています。

※2020年1月現在、株式会社河合楽器製作所のグランドピアノが設置されており2020年6月まで設置予定となっております。

(2) NEOPASA 浜松 SA(下り)

「MUSIC SPOT」として展示・体験・イベントを行い、一般の方へ向けて音楽を楽しむスペースとなっております。サービスエリア内への設置により市外、他県からの旅行者などへ広く展開できており、外観もピアノをイメージした外観で浜松市を『音楽の都』と深く印象付けています。アマチュアミュージシャンを募集し、定期的に演奏会のイベント開催や楽器の演奏体験など、子供からお年寄りまで音楽を体感できるスペースとなっております。運営・企画については NEXCO 中日本、中日本エクスプレス、浜松市文化振興財団、ヤマハ株式会社の4社共同で行っています。

2. 具体的な施策

(1) 入手方法

ストリートピアノ実行委員会を浜松市文化振興財団内に作り、設置場所の交渉や修復、調律費用の管理を行います。ピアノは個人や学校などから寄贈していただき、修復・調律・メンテナンスに関しては地域企業やピアノを弾く方、有志ボランティアなどから寄付を集めます。もしくはクラウドファンディングで募っても良いかもしれません。

実際に東京の「都庁おもいでピアノ」は都内在住の個人に寄贈してもらったものであり、金沢の「思い出ピアノ」は1991年～2017年まで金沢市立菊川町小学校で使用されていたものです。メンテナンスに関しては、金沢市では「金沢市文化政策課」にて市の予算から、年2回で17,000～18,000円程度で調律を行

っています。都庁おもいでピアノは維持管理のために月 1 回 20,000 円で調律を行っているようです。



東京(都庁おもいでピアノ)*³



金沢(思い出ピアノ)*⁴

(2) 設置場所

人の行き来が多く「音楽の都」浜松としてアピールができて運営の為に管理がしやすく安全な場所へ設置していきます。全国的にはストリートピアノの設置場所として駅構内、空港内、商店街、地下街、観光地などがあげられます。例えば、市長が主導してストリートピアノを積極的に設置している神戸市では、JR新神戸駅や地下鉄西神中央駅場所、商業施設のデュオこうべ、ポートターミナルや神戸空港など多岐に渡る場所で設置されています。各地で場所により演奏できる時間が異なり、1日数時間のみの開放や場所によっては監視カメラの設置により24時間開放している場所もあります。

(3) 浜松市での設置案

①JR 浜松駅構内 1F

既に新幹線構内には 2020 年 1 月現在、株式会社河合楽器製作所により設置されていますが、新幹線

構内だと乗らない人には触れる機会がありません。そこで 1F 構内にも設置することでより多くの人の目に留まります。



②遠鉄百貨店 3F

室内なので管理・メンテナンスがしやすいことがメリットとなります。設置により集客力をアップさせることで遠鉄百貨店にも運営管理において協力を仰いでいきます。ショッピングに来た人が対象となるので時間の余裕もあり、演奏したり聴くために足を止めやすい環境となるでしょう。



③ソラモ

定期的にイベントを行っており人通りも多いので注目度が高いでしょう。屋外のため、出し入れの必要性が出てしまうのでソラモ運営事務局に協力を仰ぎ、イベントに合わせて開放スケジュールを決め、出し入れを含め管理をしていきます。

④アクトタワー

浜松市を代表する建造物でもあり、ハーモニカの形をモチーフとしており、「音楽の都」としてブランディングになります。楽器博物館も隣接しておりアクトタワー事務局に管理運営の協力を仰ぎます。施設内にあるレストランやオフィスを構えている企業から寄付金を集め、修繕・メンテナンス費用に充てていきます。

⑤イオンモール浜松市野・浜松志都呂

イオンモール浜松市野、浜松志都呂はどちらも浜松市にあるショッピングモールで週末には家族連れでにぎわうスポットになっています。また、祝日や休日にはイベントが行われることも多く、浜松市に本社を置くラジオ局「K-MIX」等が主催する音楽関連のイベントも開催されることから、人が集まり、「音楽の都」浜

松としてアピールができる場所として適している場所であると言えます。実際に、実績のある金沢市のストリートピアノは「片町きらら」というファッション商業施設内にあり注目を集めています。

(4) デザイン

静岡文化芸術大学へ依頼し、『浜松らしさ』をアピールできるようなデザインとして注目が集まりやすい鮮やかなデザインにしていきます。インスタ映えするような、思わず写真を撮ってしまうようなデザインにして有名になれば、宣伝効果や話題性も生まれます。実際の例として東京の「都庁おもいでピアノ」は草間彌生氏監修ということで注目を集めており、金沢の「思い出ピアノ」は金沢美術工芸大学の学生によるデザイン装飾が施されています。

3. 施策後の企画

設置したピアノに話題性を持たせ、注目を集めるためにイベントが必要と考えます。しかし、設置場所は往来が多く、話題性のあるミュージシャンを呼ぶなどといったイベント行為は難しいです。そこで下記のような企画を提言します。

(1) 「音楽の都」浜松を世界へ発信

動画サイトでは、世界各地のストリートピアノで演奏したものを投稿した動画が投稿され、再生されています。浜松駅・新幹線構内での演奏動画も多数投稿されており、注目を集めています。そこで、動画録画用に設置する各所には、スマホスタンドを設置して動画投稿の誘発を狙い、全国的に浜松市を「音楽の都」としてアピールしていきます。また特設サイトの作成により撮影した動画を投稿しインターネットで簡単に閲覧できるようにして記録・共有ができるようにし、認知度・話題性を上げていきます。

(2) ストリートピアノを使ってプロポーズ大作戦

まずこの企画でプロポーズしたいカップルを募ります。同時にストリートピアノをこの企画のために弾いてくれる人も募ります。企画当日は、演奏者がピアノを弾いているところへカップルが訪れ、そこで急にウェディングソングを弾きだします。その最中にプロポーズをしてもらいます。

この様子を動画撮影し、日本中、世界中に配信します。人を現場に集めるような企画ではないため、往来のあるところでも妨げにならず、かつ動画を配信することで、注目を集められるというメリットがあります。発信には影響力のあるアカウントを使用したい為、浜松市に協力していただき浜松市の公式ツイッターアカウント「てんこちょ浜松」で発信していただきます。また、それだけではなく、商工会議所、商工会議所青年部でも発信して、広く浜松市のストリートピアノに注目してもらえるようにしていきます。

【参考】浜松市、ピアノに関わる影響力のあるアカウント(2020年1月現在)

浜松市役所公式ツイッター てんこちょ浜松:フォロワー数約 7,900

ヤマハ音楽部: フォロワー数約 20,000

河合楽器製作所: フォロワー数約 1,400

(公財)浜松市文化振興財団:フォロワー数約 3,600

(3)ストリートピアノ演奏動画アップ スタンプラリー企画

ストリートピアノを演奏する動画発信の促進と話題性のあるニュースの提供という目的で「(1)「音楽の都」浜松を世界へ発信」の企画と連動させたスタンプラリー企画の実施を提言します。

内容としては、スタンプラリーカードを用意し、各ピアノ設置場所に設置します。演奏動画を発信した人がカードを持ってストリートピアノ実行委員会に訪れ、動画発信を委員会で確認したら、カードにスタンプを押します。参加意欲が上がるように段階ごとに粗品や特典を用意します。段階の案としては、「3箇所(全設置箇所の半数)での演奏動画発信」、「全箇所での演奏動画発信」、「総動画再生回数 1,000 回」などとし、粗品や特典の案として、ストリートピアノ実行委員会で作製するノベルティ(ペン・クリアファイル・ノートなど。この企画以外でも配れるようなものを作製することで予算を削減)や、ピアノ講師によるレッスンの提供、浜松国際ピアノコンクールへの招待を提案します。

また、スタンプラリーカードを恒常的に設置するだけではなく、イベントも企画します。「スタンプラリーデー」とし、当日は各設置場所に実行委員を配置。実行委員会のアカウント(youtube や twitter など)を使用し、希望の演奏者の動画を発信します。そして、その場でスタンプを押します。このイベントのメリットは、動画発信のアカウントを持たない人でもスタンプラリーに参加できることや、実行委員会事務局にスタンプを押してもらうために訪れる手間が省け、スタンプラリー参加のハードルが下がることが挙げられます。さらに、イオンモール以外のピアノ設置場所は浜松駅周辺になるため、スタンプを1日で多数押せるというメリットもあります。スタンプラリー企画の動画に統一性を持たせることで、動画を観る人が「浜松市のストリートピアノ」を認知しやすくする案として課題曲を設定することも提言します。「この曲を弾いていたら浜松ストリートピアノ」という印象をつけ、市外、そして県外、ひいては世界中の人にアピールできるようにします。



図表(3-2) はままつストリートピアノスタンプラリースタンプカードイメージ

【音楽療法】

No music, no life

～「音楽×健康」で住みやすい「音楽の都」へ～

1. 提言の背景

浜松市では、「生涯にわたり、自分らしく健康で心豊かに暮らしたい」という人々の願いを実現する為に「健康はままつ21」*5という健康増進計画があります。私達は、その健康と音楽は結び付けることが出来るのではないかと考えました。その結び付けのキーワードとして『音楽療法』があります。

音楽を聴く、演奏するといった際の生理的・心理的・社会的な効果を応用し、心身の健康の回復・向上をはかる事が出来ます。このように音楽を意図的・計画的に使う治療法を「音楽療法」と言います。



「音楽療法」そのものの治療法は、認知度が高いとは決して言えませんが、アメリカ・フランス・イギリス等では、古くから臨床現場で補完医療として積極的に取り組んでいます。また、日本国内でも大小様々な団体や、岐阜県・兵庫県といった県単位で取り組んでいます。音楽と健康を結び付ける「音楽療法」を浜松市から積極的に取り組み・発信することで、「音楽のまち」から「音楽の都」へ発展を成し遂げられるのではないのでしょうか？

音楽×健康を結び付け、「音楽の都」へ発展する提言を以下にまとめます。

(1) 「浜松市音楽療法士」制度の策定

(2) 健康増進計画「はままつ21」次の10年の計画策定への働きかけ

(3) 「音楽療法」での演奏会イベント

(4) 「公益社団法人 浜松市勤労福祉協会わ〜くん浜松」医療・介護サービス拡充への働きかけ

図表(3-3) 「音楽×健康」で住みやすい「音楽の都」へ 段階フロー

2. 効果・狙い

「音楽療法」を行っている方々から「音楽学校の卒業生は、音楽関連に就職出来る人数に限られるので就職活動が難しい」という話を聞きました。この提言が実現されることにより、将来的に「音楽×健康」で住みやすい「音楽の都」のイメージが普及し、「浜松市音楽療法士」が安定した職業となっていくことで、音楽関連の職種が増加し、全国の音楽学校の卒業生にも安定した就職先が提供できる都市になっていくものと考えます。

また介護離職者を防ぐ、「浜松市福利厚生協会」についても、2020 年度に介護予防や自立支援に成果を上げた自治体へ配分する交付金を、2019 年度の 2 倍にするなど、医療・介護の予防に力点を置いている国の方向性と合致しています。浜松市の「やらまいか人口ビジョン」でもわかるように、浜松市の人口動向は 10～40 代の転出率が多く、若者より高齢者人口が多い浜松市が「音楽療法」の普及に努めていくことは、今後の健康都市発展のために必要なことと考えます。

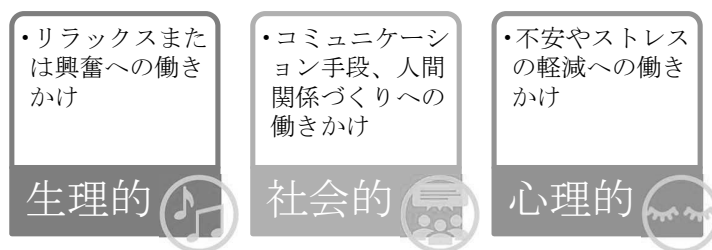
3. 「音楽の都」へ発展する具体的な提言

(1)「浜松市音楽療法士」制度の策定

そもそも、『音楽療法』とは何でしょうか？

「一般社団法人 日本音楽療法学会」*⁶ では、以下のように定義されています。

音楽療法とは「音楽のもつ生理的、心理的、社会的働きを用いて、心身の障害の回復、機能の維持改善、生活の質の向上、行動の変容などに向けて、音楽を意図的、計画的に使用すること」と定義されています。



図表(3-4) 音楽療法の効果

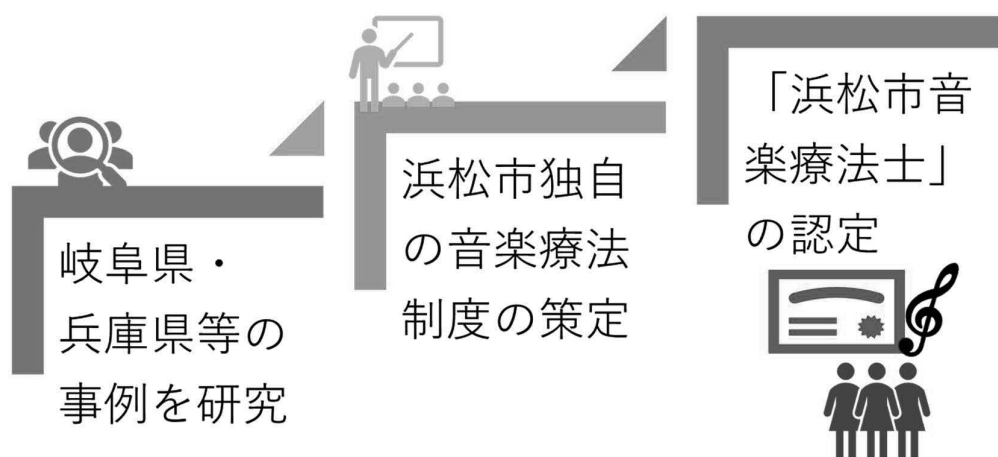
音楽は、聴くだけでも人間の心身に影響を与えるものですが、専門知識・技術を習得した方々が、定められたプログラムで音楽を使って行う治療法が『音楽療法』です。

「音楽療法」を受ける対象となる人は、「病気や障害を抱えている人」や「様々なことが原因で精神的に疲れている人」など幅広い範囲の人です。精神的ダメージをケアする方法としても使われ、災害や事故などによるストレスやショックから立ち直る為にとっても役立つと言われています。よくアーティストの方々が災害地に赴きライブなどを行っているのもそういったケア効果からです。

音楽は言語に関係なく伝わりやすい表現方法です。特に子供は親しみを感じやすく、発達障害治療の「療育」の分野では「音楽療法」を積極的に取り入れている所が増えています。日本ではまだ発展途上にある「音楽療法」ですが、音楽療法発祥の地であるアメリカでは「音楽療法」を行う「音楽療法士」(セッションセラピスト)という職業があり、社会的地位のある仕事として定着しています。しかし、この「音楽療法士」という職業は国家資格ではなく「米国認定音楽療法士」という民間資格です。民間資格である「認定音楽療法士」でも海外では必要な職業として認知されています。

日本でも、前述の日本音楽療法学会や、岐阜県・兵庫県等の県や団体が、その必要性を理解し、積極的に医療・介護の現場で働きかけを行っています。浜松市もこういった県・団体と協力・研究を行い、浜松市ならではの「音楽療法」の在り方を定義し、浜松市が認定する『浜松市音楽療法士』制度を設けることを提言します。

「音楽の都 浜松」が認定した、確かな専門知識・専門技術を持った「浜松市音楽療法士」が医療・介護・療育の分野で活躍することで、「音楽による健康で住みやすい街 浜松」という強固な目的に基づいたものとなります。



図表(3-5) 浜松市音楽療法士へのステップ

(2) 健康増進計画「健康はままつ 21」 次の 10 年の計画策定への働きかけ

「健康はままつ 21」の計画期間は 2013～2022 年迄となっています。計画の具体的な取り組みとして、9つの分野を設定し、様々な事業展開を行っています。

(9つの分野の詳細は、市 HP「健康はままつ 21」を参照)



この9つの分野のうち「こころの健康」は十分な休養とストレスとの上手な付き合い方となっております。次の 10 年の計画策定において、この分野で浜松市ならではの施策として、音楽を取り入れることを提言します。

音楽や文芸・芸術に触れることは、心を豊かにし、心身の健康増進にもつながります。行政の取り組みの中身に「音楽療法」キーワードを組み込みます。

- ・浜松市音楽療法士の役割と市の取り組み広報活動
- ・浜松市音楽療法士による講演会の開催
- ・相談窓口での問合せに「音楽療法」の利用の紹介



市民・団体・行政が、健康増進計画に「音楽療法」を組み入れていくことで、「音楽の都」として浜松市をブランディングし、魅力ある街づくりを発信することができます。

(3)「音楽療法」を用いたイベント

今後「音楽のまち」で「音楽療法」を取り入れていくことを出来るだけ多くの人に知ってもらう為にはイベントを行い、メディアに協力を仰ぐなどして認知度を上げる必要があります。具体的には今ある既存の演奏会に参加し、メディアの協力のもとPR活動を行います。なお、このようなイベントを行う為にはイベントに参加可能な演奏者の選定や音楽療法士の紹介の方法を考える必要があります。

イベントの具体的な内容は以下の2つになります。

- ・浜松市で開催しているやらまいかミュージックフェスティバルにて「音楽療法」を紹介する機会を設け、動画配信サービスで音楽療法を受けている方の練習過程～本番までを配信する。
- ・世界音楽療法大会に参加している「音楽療法」をメディアでPRする。

こういったイベントをメディアや動画配信サービスでPRすることで、「音楽療法」の認知度向上に繋がっていきます。そして、現状より「音楽療法」の認知度が向上することで、「浜松市音楽療法士」の制度策定に取り組みやすくなるのではないかと考えます。また、「音楽療法」の普及が進めば「音楽療法」を受けている方々のみ参加可能な演奏会を開くなど、今後の展開も数多く考えられます。将来的に「音楽×健康で住みやすい音楽の街」のイメージが普及し、「浜松市音楽療法士」が安定した職種となっていくことで全国の音楽学校の卒業生にも安定した就職先が提供できる都市となっていくのではないのでしょうか。それこそ「音楽の都」の一助になることでしょう。

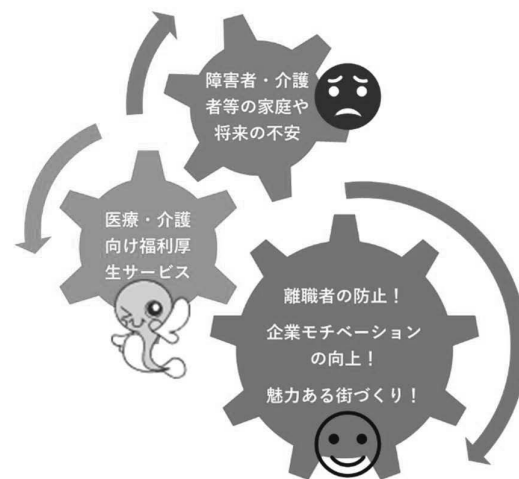
(4)「公益社団法人 浜松市勤労福祉協会 わ〜くん浜松」医療・介護サービス拡充への働きかけ

企業価値を高める取り組みとして、福利厚生に力を入れている企業が数多くあります。独自で制度を設けるのは、ある程度の企業体力が必要となります。そのため、「福利厚生を目的とした団体に加入し、そのサービスを受ける」というのが一般的です。

現在、このサービス提供団体として、浜松市(及び湖西市)では、「公益社団法人 浜松市勤労福祉協会」(以下、「わ〜くん浜松」)*7 が存在しています。「わ〜くん浜松」に、「音楽の都」浜松にふさわしい福利厚生サービスの拡充を以下に提言します。

- ①「音楽療法」等を活用し、大事な人材が、本人・家族の医療・介護補助などによって、離職・休職に追い込まれないような福利厚生サービス
- ②浜松市の音楽や文化イベントを活用し、心身の健康を促進する福利厚生サービス
- ③障害者やその家族が安心して働くことができる、働き方改革、働き方の多様化に合わせた福利厚生サービス
- ④音楽×健康の福利厚生サービス・活動として、浜松市を拠点として活動している合唱団や楽団のコンサートの日程紹介、チケット販売
- ⑤浜松市音楽療法士と連携し、医療・介護サービス情報の提供や相談
- ⑥医療・介護サービス利用時に、「音楽療法」を利用した場合、その利用料金を一部負担
- ⑦会員本人または家族に障害者がいる場合、障害者向けの「音楽療法」利用の紹介や相談サービス
- ⑨日々のストレスに対して、カウンセリングサービスの提供。そのサービスの一環として「音楽療法」の紹介や相談の受付
- ⑩会員企業の求人掲載(とくに、障害者雇用の増進)サービス

等、「音楽療法」等を取り入れた福利厚生サービスを展開し、その企業で働く人と、その家族が心身ともに健康的な生活をサポートすることで、浜松市で住み・働くことに魅力を感じてもらえるのではないのでしょうか。



本提言のまとめ

浜松市が「楽器のまち」から「音楽のまち」を経て「音楽の都」へ変化していくにあたり、産業政策と文化に関わる政策の結合が指向される中、音楽を含む文化の位置づけに変化が見られています。1980年代初頭に始まった「音楽のまちづくり」政策の当初に掲げられていたのは市民の文化活動(演奏、鑑賞)の支援と、こうした活動の為に整備でした。

しかし、その後アクティシティが建設され、ピアノコンクールをはじめとする大規模イベントの展開を主眼とした政策が展開されるようになりました。2000年代に入って展開されはじめた創造都市計画は、文化を基軸

として製造業と文化を結び付けることによる政策の展開をはじめました。

そして 2020 年、今後さらなる「音楽の都」へと展開していく為には、時代に対応した変化が必要になります。文化芸術分野でも新鋭のミュージシャンやアーティスト、クリエイターが創作活動を繰り広げ、私達に感動を与えています。また、音楽を中心とした多様な文化が新たな価値を生み出しクリエイティブ産業として成長を遂げています。

これらの提言が実現され、浜松がもっと「音楽の都」として発展し、都市の魅力が高まれば、そこに住む私たちの誇りにつながります。文化レベルの高い市民がより多く増え、創造力豊かな人材が集まり、音楽の溢れる街並み、音楽を使って健康になる、そういったイメージが、日本全国、そして世界に発信され、ブランド化されていきます。そしてそれが、人々の訪れてみたい街、住みたい街になり、観光・定住人口の増加につながっていくことでしょう。

【参考文献】

*¹ 浜松市 ホームページ

音楽の都

<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/miryoku/jiman/music.html>

創造都市の取り組み

<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/bunka/intro/souzou/souzou.html>

*² 全日本ピアノ指導者協会(ピティナ) 最新脳科学から見たピアノ学習(2019)

*³ 東京(都庁おもいでピアノ)

<http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2019/04/04/18.html>

*⁴ 金沢(思い出ピアノ):「金沢を観光してみたいかも」より

<https://kanazawa-tourism.net/>

*⁵ 浜松市 ホームページ 健康はままつ21

https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/kenkozoshin/health/health_21/index.html

*⁶ 一般社団法人 日本音楽療法学会

*⁷ 公益社団法人 浜松市勤労福祉協会

<https://www.workn.or.jp/>

【ヒアリング調査先】

浜松アーツ&クリエイション

日本音楽療法学会

みゆきデイサービスセンター

トランペット演奏家 塚本圭司様

トロンボーン演奏家 名倉充様

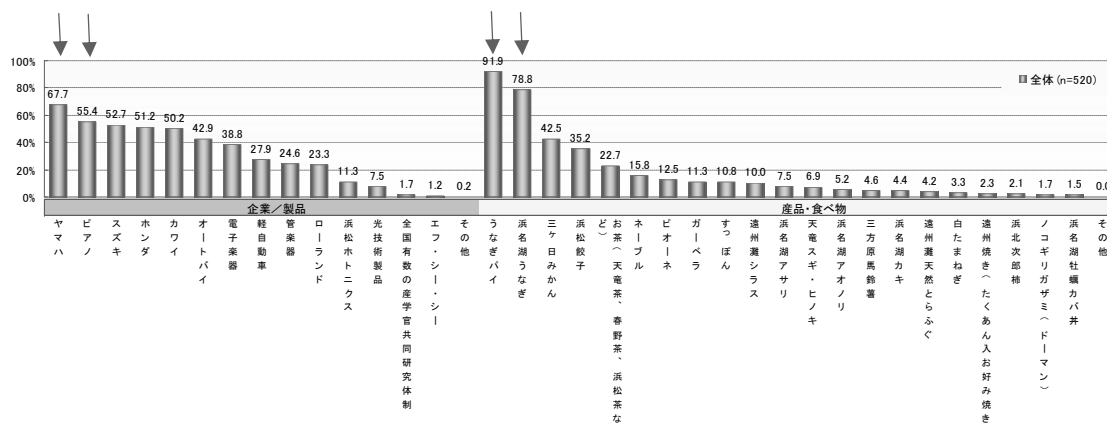
第4章 地場産品のブランド推進

1. 提言の骨子

浜松市は2010年、2013年、2016年と健康寿命が日本一になりました。男性は73.19歳、女性は76.19歳という結果です。浜松市の気候や食、医療の充実などの住みやすさが背景にあります。健康寿命が延びることにより老後の楽しい暮らし、介護の負担軽減、医療費の削減など大きなメリットがあります。今回の提言は浜松市の地場産品のブランド推進を通して健康都市浜松のブランディングにつなげる内容です。

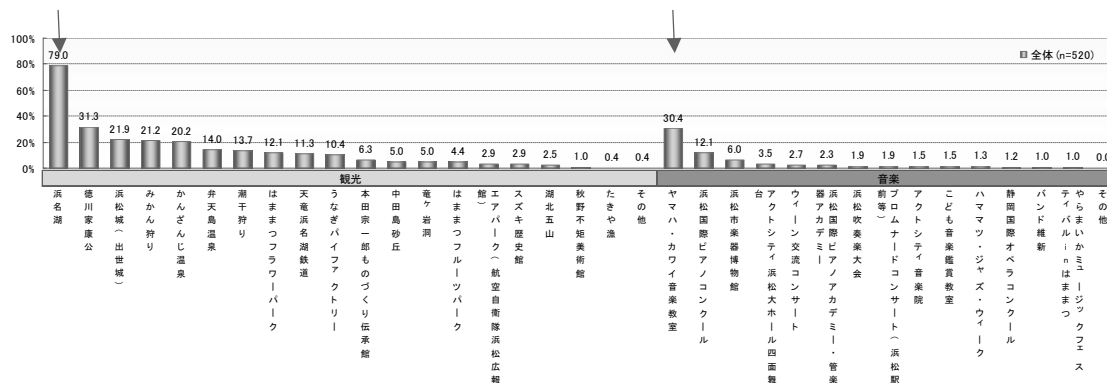
2. 浜松市の地域ブランドの現状

2012年に浜松市が行ったイメージ調査報告書の「静岡県浜松市の地域資源の認知度」にて、「静岡県浜松市自慢の地域資源です。あなたがご存知のものをすべてお選びください」の問いに対し、企業の認知度が最も高いのは、ヤマハ(67.7%)で、製品はピアノ(55.4%)、商品・食物ではうなぎパイ(91.9%)となり、続いて浜名湖うなぎ(78.8%)となりました。



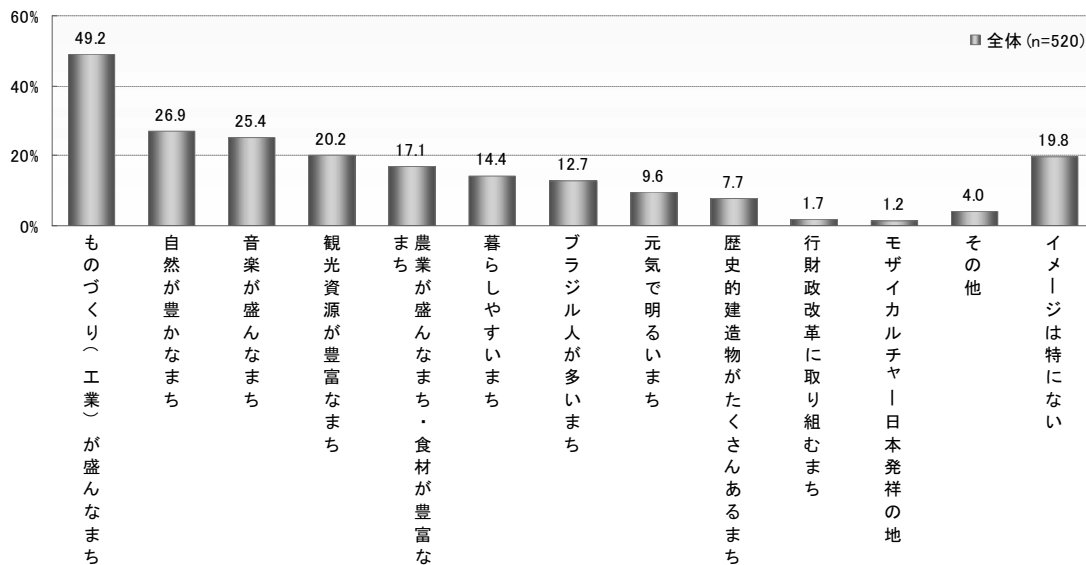
(図表 4-1) 2012 年浜松市イメージ調査報告書「静岡県浜松市の地域資源の認知度」

上記と同じ問いに対して、観光で認知度が最も高いのは浜名湖(79.0%)となり、音楽ではヤマハ・カワイ音楽教室(30.4%)がトップでした。



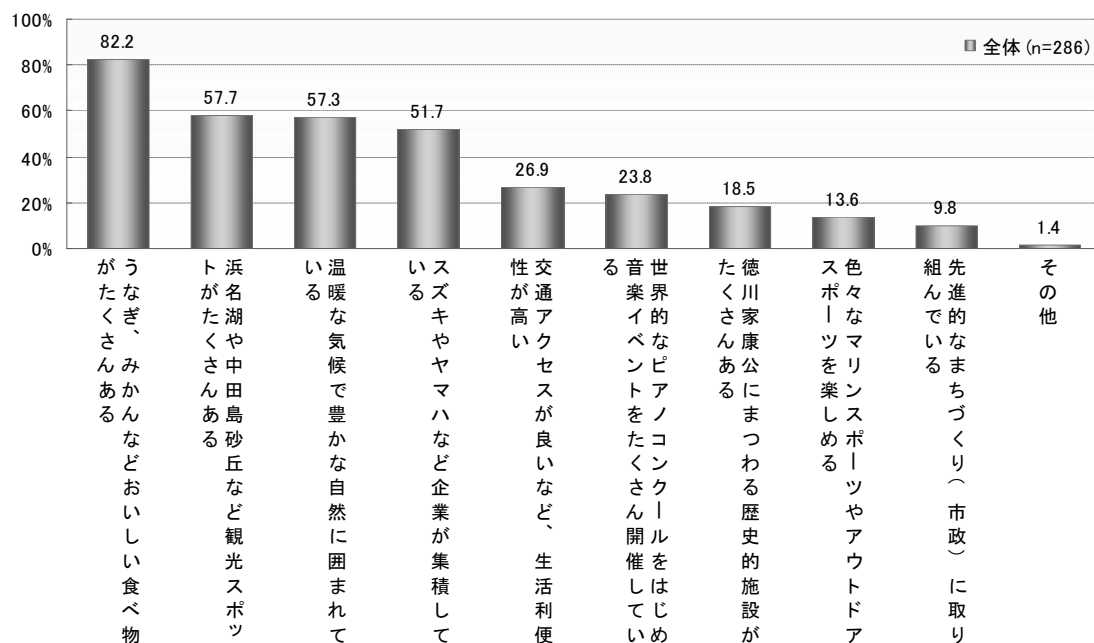
(図表 4-2) 2012 年浜松市イメージ調査報告書「静岡県浜松市の地域資源の認知度」

また、「静岡県浜松市についてどんなイメージを持っていますか。下記より、あてはまるものをすべてお選びください」の問いに対しては、「ものづくり(工業)が盛んなまち」が 49.2%と最も高く、次いで「自然が豊かなまち」(26.9%)、「音楽が盛んなまち」(25.4%)の順となりました。



(図表 4-3) 2012 年浜松市イメージ調査報告書「静岡県浜松市のイメージ」

「静岡県浜松市について、あなたが魅力的と思うところはどんなところですか。」の問いに対し、「うなぎ、みかんなどおいしい食べ物がたくさんある」が 82.2%と最も高く、次いで「浜名湖や中田島砂丘など観光スポットがたくさんある」(57.7%)、「温暖な気候で豊かな自然に囲まれている」(57.3%)、「スズキやヤマハなど企業が集積している」(51.7%)の順となりました。

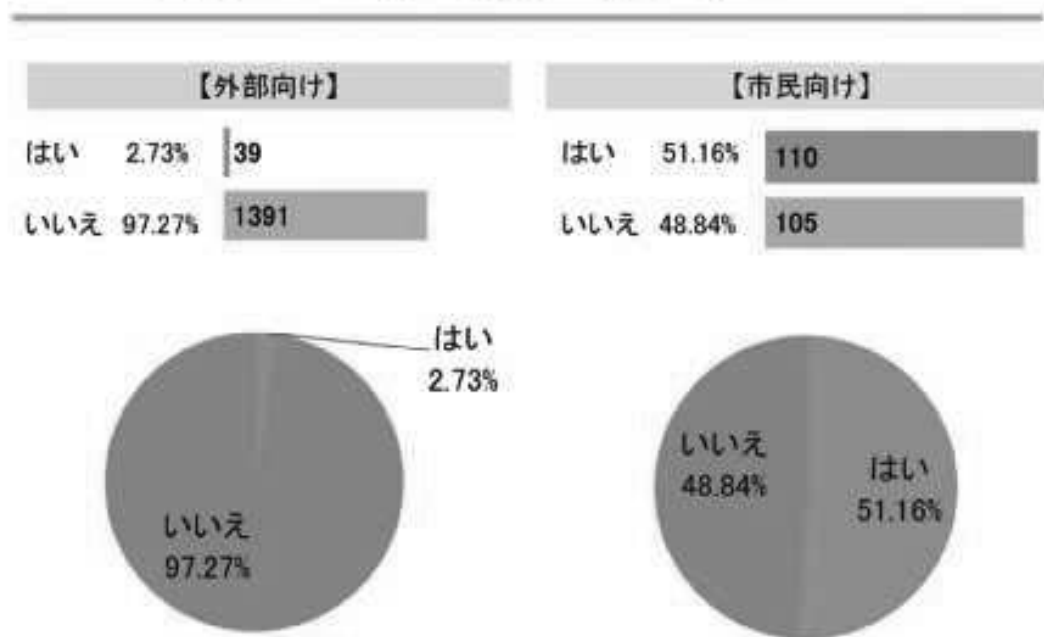


(図表 4-4) 2012 年浜松市イメージ調査報告書「静岡県浜松市の魅力点」

上記 4 つのデータを見ると、浜松市のイメージは一部の地域ブランドや大手企業に偏っているのが現状です。また浜松商工会議所では、浜松地域の様々な地域資源を活用した商品のうち、さらなる成長が期待できる新商品を地域ブランドとして認定する「浜松地域ブランドやらまいか」(以下「やらまいかブランド」)を 2005 年より継続して推進してきました。2020 年 1 月末日現在、5 項目(農水産品、和洋菓子、地場食品、地酒、伝統工芸品)から 58 品目が認定品として登録されています。

行政等が立ち上げた地域ブランドを継続できている例は少なく、「やらまいかブランド」は全国の中でも成功例の一つと言えます。また我々が行った浜松市民向けアンケートでは、約半数が「やらまいかブランド」を認知しているというデータもあります(図表 4-5)。認定企業へのヒアリングをした中で、「ブランド認定後に事業所間のつながりが増えた」「新規取引先が増えた」など肯定的な意見も多数ありました。

浜松商工会議所が認定している地域ブランド 「やらまいかブランド」をご存じですか？



(図表 4-5) 2019 年度 浜松商工会議所青年部 提言委員会アンケート調査

2005 年以降の活動の中で、「やらまいかブランド」は一定の成果を収めていることが分かりました。反面、認定企業及び以前に認定を受けていた(卒業認定品)企業へのヒアリング調査の結果、現在の在り方に疑問を感じる声があったのも事実です。2015 年度以降、新商品に限定した認定制度となり、既存企業がブランド認定を卒業するという状況もありました。『新商品』というしぼりが 3 年(最大 5 年)と定められ、年月をかけたブランディングが不可能となりました。「新商品の認知浸透期間としては短すぎる」や「次々に新商品を出し続ける事は難しく認定企業は減っていく流れであり『やらまいかブランド』の存続に関わるのではないか」といった声があったのも事実です。新商品を浸透させるというやらまいかブランドの方針を考え

ればいたしかたない面もあります。

2006 年の立ち上げから約 15 年という時間経過の裏側には、社会環境の変化もあります。過去一定の成果を上げてきた事実が分かったものの、社会環境の変化を鑑みれば、現代に沿った運営方法が求められるのではないのでしょうか。新たに浜松市の良いものを集めたオリジナルブランドを立ち上げ構築することも、今回の提言書作成の過程で検討しましたが、現状これだけのブランド認知度を鑑みれば、「やらまいかブランド」を現代に則した形に変えていく方が良いのではないかという結論に至りました。そして、今後の浜松市を背負うブランドを構築していくために、「やらまいかブランド」の認定基準や制度の見直し、新商品開発が活発に行える背景を整える事が必要だと思います。

また、冒頭でも触れたように、浜松市は全国でも有数の健康都市でもあります。「やらまいかブランド」もそうですが、浜松市全体として『健康都市浜松』としての商品化を同時に進めていくことを併せて提言します。

3. 浜松を PR できる仕組みと商品づくり

(1)「やらまいかブランド」における仕組みと商品づくり

①「やらまいかブランド」認定の基準を再定義

・新商品と地域に根付く伝統あるブランドを分けて認定

「浜松地域ブランドやらまいか」という名称から、浜松市を代表する地域ブランドだというイメージが先行します。そのため、この名称のままブランド運営するのであれば、新商品用と伝統ブランド商品用とでカテゴリ設定をする形が望ましいと考えます。そして、新商品認定期間は最大 5 年のままとし、卒業された過去認定ブランドを再度認定することで、浜松市を代表する地域ブランドとしての立場を確立できると考えます。

・浜松商工会議所単独での運用を変更

浜松商工会議所では、地域の商工業者の発展という立場から「やらまいかブランド」を運用してきました。これまでの活動の中で、浜松商工会議所としては一定の役割を果たしたとも言えます。運用母体を各所からの出向者などで新しく団体化することにより、より広くブランド商品を募集する事が出来、ブランド力を強化する事ができると考えます。また催事や商談会、店舗展開など中長期の目標設定を決め、外部専門家と共にブランディングを進め「売れる」という最大の成果をしっかりと出すことでその価値はさらに高まる事と考えます。

②「やらまいかブランド」に、新しく「健康」のカテゴリを追加

「健康」というカテゴリを作った場合、医療関係の内容にはエビデンスの確保が難しくなります。また、医療系分野においてはその正確性や有用性の保障の面から、認定すること自体容易ではないと考えます。そこで将来的に、浜松商工会議所・医工連携研究会や地域の医療従事者との連携により、中小企業者と医療関係者をつなげエビデンス確保を行える環境整備を行い、健康カテゴリを推進できる環境を整えるのが良いと考えます。浜松商工会議所では現在、静岡県立大学との共同で、企業と研究者をつなげる取り組みを行っております。こうした取り組みの未来に、「やらまいかブランド」において『健康』カテゴリが創設されれば、自ずとブランディングにつながると考えます。

③浜松パワーフード学会と連携し、「食」の健康商品を開発・販売促進

第1章でも述べたように、浜松パワーフード学会は、浜松の食を基点とした観光誘客と地域の活性化を目的とした民間団体です。当団体が促進する「浜松パワーフード」の定義を活かした健康商品づくりを進めます。それにより食と健康に関連する商品開発・販売促進に取り組む事業者が増えると考えます。

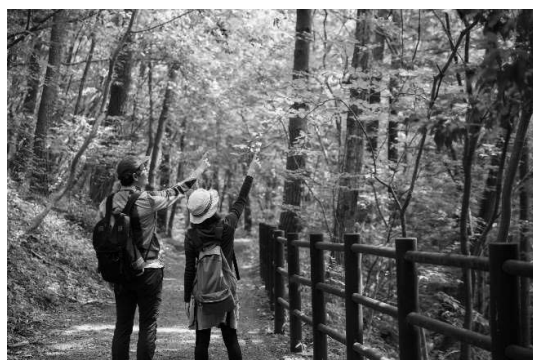
(2) 浜松資源におけるその他の仕組みと商品づくり

①健康都市浜松をPR

文頭で触れたように浜松市は全国有数の健康都市です。食や産業だけでなく、医療機関がこれほど充実している地域は少ないです。「健康都市浜松」をPRしていく中で、「やまいかブランド」登録商品以外でも健康を意識した商品化を推進する事で新商品開発が促進され、地域ブランドが育つと考えます。

②サイクリング、ノルディックウォーク、クアオルト健康ウォーキングなどの体験型健康商品を提案・商品化

浜松市の地域遺産や歴史ある名所などをコースに入れ、浜松を学びながら健康促進に繋がる体験を商品化する事で、サイクリングやノルディックウォーク、クアオルト健康ウォーキング等をアクティビティとしての体験だけでなく、地域独自の商品化につなげる事ができます。体験型健康商品化が促進されることで、都市観光も含めた地域ブランド力の向上に繋がります。



※クアオルト健康ウォーキングとは

クアオルト健康ウォーキングは、気候性地形療法の手法やコースの基準を基本とし、日本の自然環境や気候に適合させ、路面の傾斜や変化、安全対策などに配慮した運動指導です。日本型のクアオルトは、ドイツのクアオルトを基本に、地域資源や温泉などを活用しながら、日本の風土に合った健康保養地を目指しています。自治体を中心に設立された日本クアオルト協議会では、クアオルトに関する交流や意見交換が行われており、それぞれが地域の資源にあった日本型クアオルトを展開しています。また、クアオルト健康ウォーキングは、2008年に山形県上山市から健康づくりとして始まり、日本クアオルト研究機構により研究が行われ、現在、多方面から注目を集めています。浜松市は、広い土地面積や山や森などの多様な土壌環境・海・日本一の日照時間などクアオルトに必要な要素を兼ね備えた土地であり、多くの自然環境を活かしたコースを生む事が出来ると考えます。近場では、静岡県小山町で2017年より開始され1回のイベントで100名以上参加されるなど人気のイベントとなっております。

(3) 地域ブランドを有する事業者とクリエイターのマッチング

「浜松はデザインにお金を払わない」という言葉を耳にすることがあります。ただ、デザインの意識が低いわけではなくクリエイターとの取り組み方が分からないのが直接的な原因と考えます。

そこで事業所とクリエイターをマッチングする機会を設け、促進していきます。クリエイターのアイデアとスキルを持って地方 PR に成功した事例として、2015 年に公開された動画「ンダモシタン小林」があります。宮崎県小林市によって製作されたこの PR 動画は、270 万回以上再生され話題になり、地方 PR 動画の火付け役になったと言われています。

動画の内容は、小林市の方言である西諸弁を逆手に取り誰もがフランス語と聞き違えてしまうナレーションが特長です。小林市は、その成功体験から「市民みんなが小林市を好きである事を再認識し、自分たちの故郷にはこんな素晴らしい所がある、じゃあこれをどう伝えたら良いのか、もっと多くの人に来てもらうためにはどういう取り組みをしなければいけないのかと、PR 動画をキッカケにどのように次のステップに繋げていくか」に取り組むようになったそうです。

こうした大規模な予算をかけなくても、大人数なチームでなくとも、その地域に愛着を持った人たちのひとつのアイディアで大きく注目を集める事が出来る時代にあり、クリエイター一人一人の力が重要になってきています。



本提言のまとめ

2006 年ころから地域ブランドという言葉がよく使われるようになり、全国的に行政が後押しをした「地域ブランド」が誕生し始めました。それらの多くは行政主体で運営され、外部のデザイナーが入る事で表面上のデザインが整った商品が生まれ、リブランディングの成功事例としてメディアに登場しました。そこから 10 年以上がたち、多くの地域で行政主体の地域ブランドは動きが少なくなりました。それに伴い、地域内で足並みを揃えた新商品開発の動きが聞こえてくることは少なくなりました。

浜松市は多くの資源や産業を抱える都市です。「健康」を一大テーマとした商品開発が行われることで、

観光・食・体験など一体化されたブランディングが可能となります。モノ消費からコト消費へと時代が変化していく中、体験型の商品による観光消費額や交流人口が増え、「健康都市はままつ」としての都市ブランディングへと繋がっていくことでしょう。

【ヒアリング調査先】

浜松市産業部 観光・シティプロモーション課

公益財団法人 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー

浜松商工会議所 産業振興部 商業観光課

浜松地域ブランドやらまいか 2019 年度プロモーション実行委員会委員長 有限会社うなぎの井口

浜松地域ブランドやらまいか 認定企業各社

浜松地域ブランドやらまいか 卒業企業各社

第5章 シビックプライドの醸成こそが都市ブランディング成功の礎

都市をブランディングする上で、様々な魅力やコンテンツの発信をしていく前提として、市民一人一人が浜松を好きになることが大切だと考えます。地方創生の土台となる郷土愛を始めとした市民の誇り＝『シビックプライド』の醸成と、浜松市に居住している市民一人一人の内面的な幸福感を高めることこそが、都市ブランディングの成功につながります。

市民一人一人のシビックプライドが醸成されることで、都市のコンテンツはより輝きを増し、浜松市が魅力的な街となります。郷土に誇りを持つことはUターン人口も増え、人口流出の歯止めとなり、かつ都市への集客効果がもたらされることでしょう。そこで今回我々は、「シビックプライドの醸成」をキーワードに以下の提言を行います。

第5章-1 「はままつ学」を活用したキャリア教育の推進

1. 「はままつ学」の導入

(1) 「はままつ学」の目的

浜松市を真の健康都市としてブランディングするためには、市民が心身共に健康で長寿であることだけでなく、物心共に豊かな人生を歩んでいることが必要だと考えます。市民の豊かな人生を叶えるためには人材育成が大切な要素ではないでしょうか。私達は、子どもから大人までが、夢やビジョンを描き、挑戦、実行する力を持ち、自分で豊かな人生を歩めるような人材育成の仕組み「はままつ学」について提言します。「はままつ学」の導入は、市民のシビックプライドを醸成することにも繋がります。多くの市民や浜松市出身者がシビックプライドを持ち、浜松市と積極的に関わるようになれば、浜松市はより魅力的な街になると考えます。

(2) どのような人材を育成していくべきか

「はままつ学」を通じて、以下の4点に重点を置いた人材育成を目指します。

①浜松人(自分が生まれ育った国や地域のことを伝えられる人)

浜松市の良さ、素晴らしさを知ることが、地域への愛と自信、誇りへとつながります。また、日本の歴史・文化・産業等も学び、考え、想像する教育を通して、国際人を育成します。真の国際人とは、海外のことを知っているだけでなく、自国の素晴らしさを伝えられる人だと考えます。浜松市と日本を知ることが、自分のアイデンティティを知るきっかけにもなり、キャリア教育における柱の一つ「自己理解」へとつながります。

②創造性・創作性のある人(夢やビジョンを描く能力を持つ人)

AI の発展により、これから人は「より創造性・創作性のあることを担っていく」ことが予想されます。感性豊かなビジョンを描くことは、人にしかできないことで、社会や地域・産業や文化に夢や可能性を与えることができます。

③実行できる人(ビジョンに向かって実行・チャレンジできる人)

大きな夢やビジョンを描いた後、実現計画を立て実行することが大切です。実行段階で生じる課題の発見能力や解決能力、あきらめずに続ける継続力や達成力も身に付けたい能力です。

④発信力のある人(価値を伝えることができる人)

故スティーブ・ジョブズ氏の言葉に「いくら素晴らしいものを作っても、知ってもらわなければ、存在しないものと同じ。新しい価値、新しい商品を作ることは尊い作業だが、その魅力を知ってもらう作業、プロセスもそれと同等かそれ以上に尊い」とあります。インターネットや SNS の発展により、個人が世界へ情報発信できるようになりました。表現力や発信力は、とても重要視されています。また、発信するだけでなく、伝えたいターゲットに認知されることも重要だと考えます。

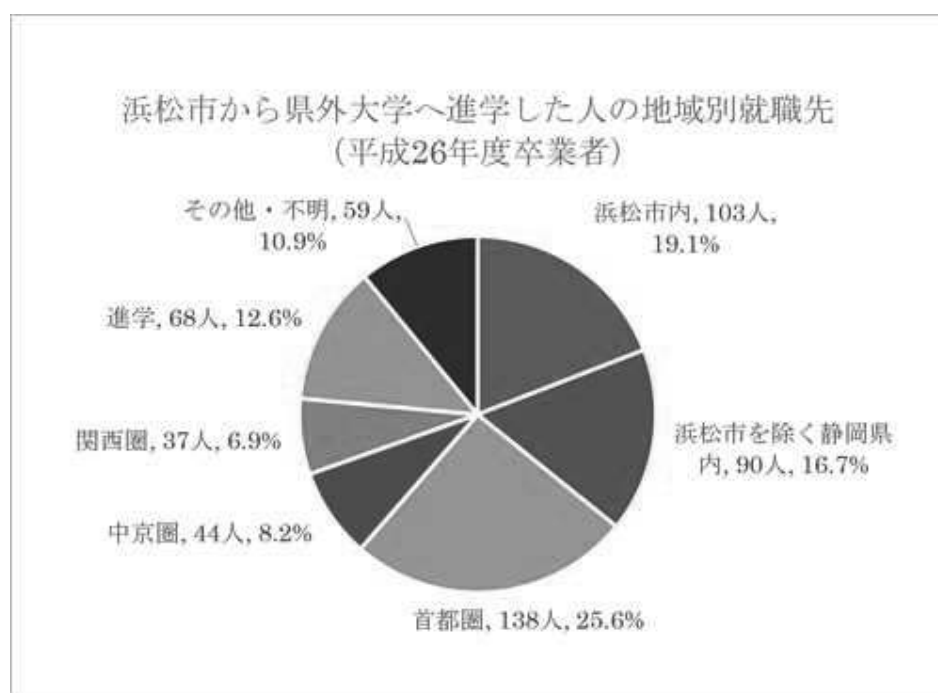
2. 浜松市が抱える人口流出の課題

現在、浜松市が抱えている問題の1つとして、学生の進学・就職による大都市への人口流出が挙げられます。浜松市は全国の政令指定都市の中でも、数少ない人口転出超過となっており、全国 20 の政令指定都市の中でも下から3番目となっています。

(人、マイナスは転出超過)					
	2011年中	2012年中	2013年中	2014年中	2011～2014年計
東京都特別区部	35,435	49,655	61,281	63,976	210,347
札幌市	10,254	9,108	10,088	8,363	37,813
福岡市	11,129	9,221	8,186	7,458	35,994
大阪市	8,777	7,742	8,729	7,162	32,410
仙台市	6,633	9,284	4,772	2,280	22,969
さいたま市	5,239	4,704	6,572	5,776	22,291
川崎市	2,317	4,062	6,929	6,553	19,861
名古屋	1,679	3,998	5,229	5,280	16,186
横浜市	1,388	3,235	5,359	5,332	15,314
京都市	1,335	1,722	876	1,278	5,211
千葉市	1,213	889	612	2,169	4,883
広島市	1,999	1,308	1,043	375	4,725
岡山市	1,304	1,655	635	1,123	4,717
神戸市	2,774	804	1,339	-618	4,299
相模原市	1,214	-414	904	1,214	2,918
新潟市	1,743	709	370	-314	2,508
熊本市(2012～14年)	—	1,057	141	-88	1,110
堺市	758	442	-662	-928	-390
浜松市	83	-62	-411	-390	-780
静岡市	-188	78	-775	-962	-1,847
北九州市	186	-559	-1,080	-2,483	-3,936

(図表 5-1) 「住民基本台帳人口移動報告」(総務省統計局)を基に NTT データ経営研究所が作成

下記の図は、浜松市から県外の大学へ進学した人の地域別就職先のグラフです。浜松市に戻って就職した人は全体の約 20%と低い数字になっています。



(図表 5-2) 県外進学者の地域別就職先 浜松市ホームページ ※浜松市からの進学者が多い 134 校を対象に調査

3. 事例から検討する「はままつ学」

私たちは「はままつ学」の提言にあたり、学生に焦点を当てた取り組みで成功を収めている 2 地域の成功事例を学びました。

(1) 福岡県糸島市の事例

2019 年 9 月に当委員会の提言視察研修で訪れた福岡県糸島市(人口約 10 万人)は、中国の歴史書「魏志倭人伝」で「伊都国(いとこく)」と呼ばれ、大陸との玄関口として古くから文化が栄えました。また、山海に囲まれた風光明媚な地域であり、玄界灘で採れる海産物や農作物など地場産品も豊富です。糸島市では、福岡県と糸島市で構成する「糸島地域広域連携プロジェクト推進会議」を開催し、糸島地域の子ども達は、地域の文化・歴史を学び、郷土である糸島への誇りと愛情を育む「いとしま学プロジェクト」に基づき学習しています。

プロジェクトの 1 つとして、糸島地域の魅力が詰まった「テキスト いとしま学」(以下「テキスト」という)が編纂され、現在、市内の全小・中学校の総合学習の時間等で活用されています。テキストでは、糸島の文化・歴史・自然・産業等がわかりやすい言葉と色彩豊かな絵や写真・図で紹介されており、各小中学校ではテキストでの学習をベースにしながら、「校区の商店街の店主の話を聞き、商店街を活性化させる企画」や「地元の漁師をゲスト講師に呼び、吾智網漁のことを学ぶ取り組み」など、それぞれの特色を生かし

た授業を行っています。

授業内容も受動的な耳学だけでなく、生徒自らが興味を持った課題を選び、グループで思考ツールを用いて調査・発表・ディスカッションを行うといった能動的な学習方法が採用されています。生徒が能動的に学ぶことで、糸島人としての自分への理解が深まると考えられています。

また、テキストは小学校・中学校版の2種類共に電子書籍化し、インターネット上で一般公開。いつでも誰でも閲覧できる仕組みになっています。加えて糸島市の自然・遺跡等をヴィジュアルで紹介したDVDを作成し、図書館等公共機関に設置。これらを用いて社会人となっても生涯学習として糸島について学び続けられる環境作りを行っています。

(2) 島根県海士(あま)町の事例

島根県海士(あま)町は日本海の島根半島沖に浮かぶ隠岐諸島の中の一つで、島民 2400 人のうち島外からの移住者は約 1 割を占め、その多くは 20 代～40 代です。移住者が増えた理由の 1 つに、「隠岐島前教育魅力化プロジェクト」があります。

地域唯一の高校「島根県立隠岐島前高等学校(以下「高校」という)」は、2003 年に 145 人だった生徒数が減少し続け、2008 年には 89 人となり、廃校の危機を迎えていました。廃校になると、働き盛りの親も含め、家族ごと島を出てしまいます。後継者や未来の担い手が不足すると町の文化や産業も衰退し、人口減少に歯止めがきかなくなります。そんなときに生まれたのが「隠岐島前教育魅力化プロジェクト」です。このプロジェクトの結果、2009 年から生徒数は増え続け、2018 年には 179 人(島内生 94 人・島外生 94 人)となり、日本全国、さらには海外からも生徒が集まる高校となり、子ども達の地域外流出が止まりました。

プロジェクトのビジョンは、「魅力的で持続可能な学校と地域をつくること」です。高校でのキャリア教育の全体目標は、グローバル人材(国際的な視野を持ち、地域社会に貢献できる人材)としており、地域社会に貢献する夢や目標と、社会人として自立・自律に必要な資質・能力を兼ね備えた、他に代わることでできない人材と定義づけています。

プロジェクトの具体的な取り組みは以下の通りです。

- ① 島親制度: 島留学生一人ひとりに島親がつき、島留学の支援をしています。畑仕事や料理と一緒にしたり、船上で海釣りを教えてもらうなど、地域ならではの貴重な体験をすることができ、島留学生が地域と関わるきっかけとなっています。
- ② 島留学制度: 学校・行政・地域住民が協働し、日本各地から意志ある入学者を募っています。
- ③ 協働的探究学習: 地域資源を活用した学びや地域課題にチームで取り組む課題解決型学習方法。「気付く→考える→話し合う→実践する・巻き込む→振り返る→気付く→以下この繰り返し」のプロセスを重視し、学習と行動の相乗効果を目指しています。
- ④ グローバル教育: シンガポール・ブータン・ロシアへの海外研修(シンガポールは 2 年次全員、その他は希望者が長期休暇を利用)、マレーシアやブータンなど 6 カ国から留学生の受け入れ(2015 年～2018 年度は 10 名)。

- ⑤ ICT 活用で遠隔指導や海外交流:卒業生による遠隔指導や遠方・海外に住む高校生との交流。
- ⑥ 隠岐國学習センター:高校と連携しながら、生徒の自己実現を地域で支援する公立塾で、以下 2 種類のカリキュラムがあります。
- ・教科指導:自分の目標に合わせて計画を立て、実践し、振り返り、次の計画に生かすプロセスで「自ら学ぶ力」を育んでいます。
 - ・夢ゼミ:対話や実践を通して自分の興味や夢を明確にしていくための授業。多様なゲストを迎えた対話、自分の過去の振り返りや価値観の言語化をしながら、自分のテーマを設定し、実践を通じてテーマの探求をしています。

上記のプロジェクトにより、生徒たちが学校だけでなく島全体で学ぶことで島内に活気をもたらし、地域の祭りに神輿が復活する等、文化面での影響も出ています。

- ・観光宿泊客延数 9,329 人(2008 年)→12,202 人(2015 年)
- ・年間平均出生率 8 人(2003 年～2005 年)→18 人(2013 年～2015 年)
- ・祭で神輿を出せる集落の割合 36%(2006 年)→64%(2016 年)

学校や地域が魅力的になれば、地域に子どもが留まり、若者が流入します。未来の担い手が増えることで、地域の文化・産業は継続・発展するのではないのでしょうか。はままつ学では、このプロジェクトの一部を取り入れた教育方法を提言します。

4. 「はままつ学」の内容

(1)「のびゆく浜松」の深化と活用

現在、浜松市では小学校 3 年生と中学校 1 年生の全生徒に「のびゆく浜松」というテキストを配布しています。これは浜松の歴史・文化・産業等の情報を網羅した社会科の副読本であり、3 年に一度、浜松市の教育委員会で内容の見直しが図られ、浜松を学べる貴重な 1 冊となっています。しかしながら、情報量が多く、限られた授業の中で全てを学ぶのは難しいようです。

私たちの提言する「はままつ学」では、「のびゆく浜松」をテキストとして自発的に読んでみたくなるように、そして、能動的に学べるように編集することを考えています。(必要があれば新しい内容も加えます)また、社会科の一部ではなく「はままつ学」という教科を設定し、授業のカリキュラムに組み込んで、キャリア教育の場を設けることを提言します。

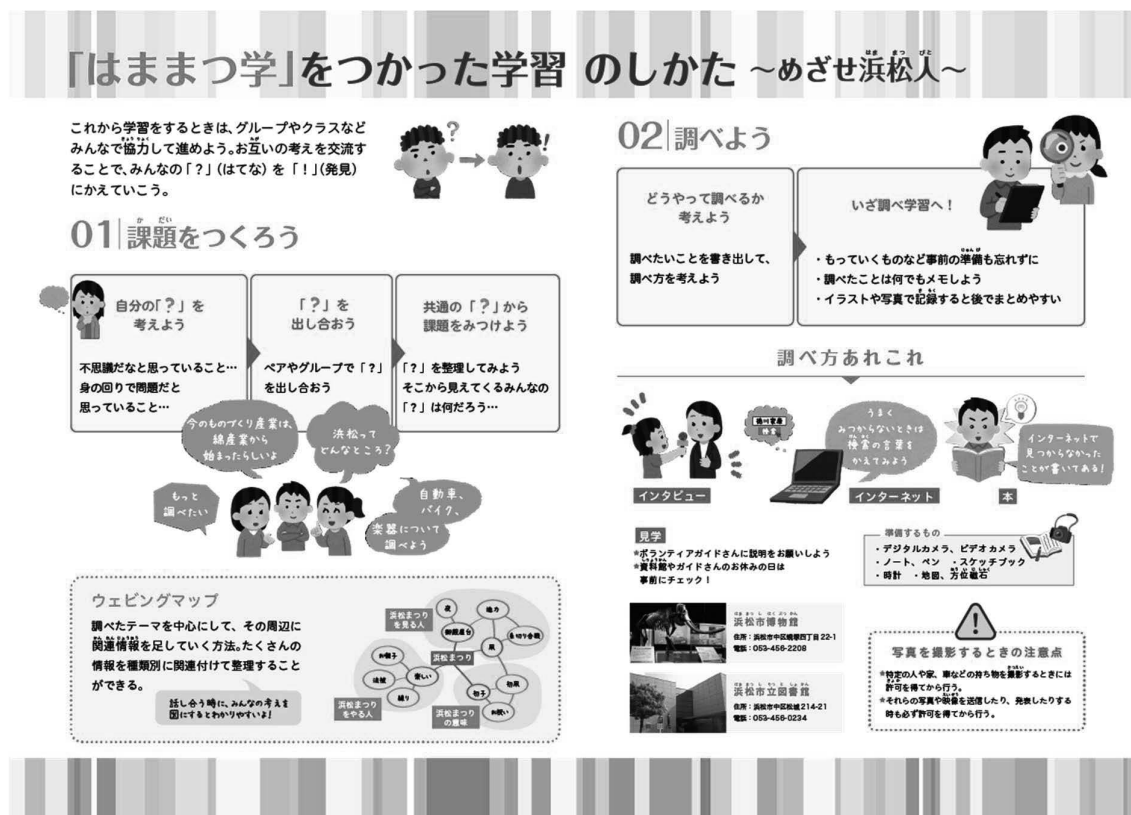
【のびゆく浜松を「はままつ学」のテキストとして使う際に】

- ①「小学生用・中学生用・社会人用」など、世代別に分けた内容であること。
- ②課題解決型(実践型)の学習方法にするため、PDCA サイクルを導入していること。(後述)
- ③子供から大人まで手に取って読んでみたいと思うデザインであること。
- ④電子書籍化(デジタル化)し、いつでも誰でも閲覧可能であること。
- ⑤社会人へのキャリア教育にも使用できること。

①PDCA サイクルを活用し、各学齢に応じた課題解決型の授業を実施

- ・小学校の 6 年間では、職場体験や地元のお祭りへの参加などを授業の一環として実施し、感想文を発表する機会を設け、浜松を知る・触れる・体験する場を創出します。
- ・中学校の 3 年間では、生徒が自ら興味を持った課題を見つけ、地域の団体や企業等の協力の元、グループとなって課題の調査・ディスカッション・実践をし、その結果や感想を発表します。
- ・PDCA サイクルは、いとしま学小学生版を応用した例を下記に掲載します。

小学校入学から中学校卒業までの 9 年間を通し、その学齢能力に応じた「はままつ学」というキャリア教育を重ねることで、浜松市の知識を身につけながら、自分がどんな仕事や分野に関心を抱くのかを知る機会にもなります。浜松市に興味を持つ人を学校が地域や産業と共に育成する事で、「人間関係形成・社会形成能力」、「自己理解・自己管理能力」、「課題対応能力」、「キャリアプランニング能力」を備えた人材が育ち、地域の文化・産業の発展に貢献し、浜松市はますます魅力的な街になります。同時に、夢やビジョンを描き、計画を実行・検証しながら、産業や社会に貢献できる人が、浜松市から多く輩出されることで、浜松市は人材育成が得意な街としてブランディングされ、子どもや若者の人口増にも繋がるのではないのでしょうか。



(図表 5-3) 糸島市いとしま学小学生版を応用した「はままつ学」における PDCA サイクルの例①

(4) カリキュラム具体例

「はままつ学」のカリキュラム案(小学生・中学生)の実施内容です。小学校入学から中学卒業までの9年間を通し、学校のある地域の特色や学齢能力に応じた学習内容になります。

実施内容	小学生	中学生
① 各学期に1度の職場見学を実施 1学期は工業、2学期は農業、3学期は商業または地域団体の分野を見学する。	○	-
② 本田宗一郎(天竜生まれ)、金原明善などの偉人から学ぶ教育	○	-
③ 地域の文化・伝統を祭や体験等から学ぶ 水窪町の峠の国盗り綱引き合戦。遠州大念仏の演奏体験。 浜松まつりの喇叭やお囃子体験。	○	○
④ 航空自衛隊浜松基地の職場体験 小・中学生それぞれの体験プログラムを用意。仕事内容を知る。また災害時の対応などを学ぶ。	○	-
⑤ 音楽の街はままつの体験 既存授業に、浜松の音楽(楽器)の歴史などの学びを追加。 浜松まつりなどで使用する喇叭の内容にも触れる。	○	○
⑥ 浜松市や区・地域で重点的に取り組みたい課題 学生自らが課題を見つけるタイプの他、地域の課題を提供し、その課題解決に向けて取り組む。	-	○

4. 「はままつ学」で得られる効果

9年間の「はままつ学」での学びを通じて、若者の地元定着・回帰を目指していきます。

(1) 浜松市で働く若者の増加

静岡県外の大学へ進学した学生の内、浜松市で就職する学生は全体の約20%です。この数字を首都圏と同じ26%を第一目標とします。

(2) 浜松市で暮らす若者の増加

「はままつ学」での学びを通じてシビックプライドを醸成し、浜松市での暮らしを楽しめる若者を増やしていきます。

(3)浜松市で活躍する若者の増加

浜松で働き・暮らしながら、世界に通用する若者を増やします。

本提言のまとめ

「はままつ学」の導入は、学校や地域を魅力的にし、地域に子どもを留め、若者を増加させます。未来の担い手が増加することにより、浜松の文化や産業は、発展するでしょう。また、産官学が一体となって人づくりをすることは、相互の交流を増加させ、信頼関係を築き、新たな関係性を作ることでもできるでしょう。

産官学が別の側面でも協力できれば現在、浜松市が抱える社会問題（働き方改革・待機児童・高齢化社会等）の課題解決に繋がると信じています。その活動の先に市民一人一人のシビックプライドは醸成され、世界に通用するブランド都市「浜松市」の礎となる事でしょう。

5 章-2 社会人へ向けた「はままつ学」

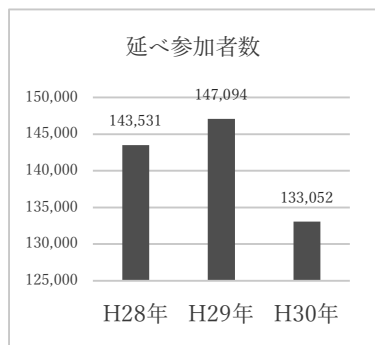
～浜松市生涯学習への提言～

1. 「はままつ学」を全世代へ

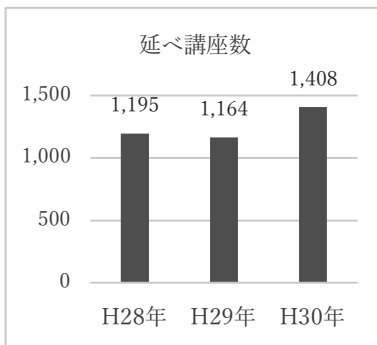
地域学は学校教育におけるキャリア教育に留まらず、世代を超えて愛されるべきものと考えます。セカンドキャリア、転職、終身雇用制の終了、副業などのキーワードを普通に目にするようになった近年、現在の職場での現状も踏まえ、我々社会人にとってのキャリア教育も必要です。今回私達は社会人への「はままつ学」の提供の場として、浜松市の生涯学習に焦点をあて、検討していくこととしました。

2. 「はままつ学」提供の場 ～浜松市生涯学習の現状～

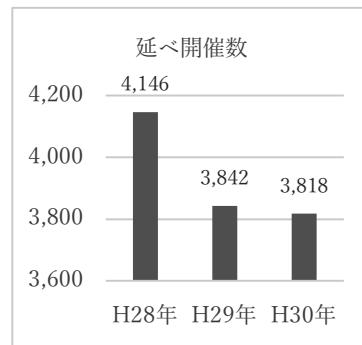
協働センター運営の役割の中には「生涯学習活動」があります。協働センターではコミュニティづくりを推進していくための様々な講座が開かれ、各種講座は協働センター毎に計画、提供されています。私達は過去3年間の浜松市生涯学習実施報告書より協働センター全体の講座実績を調査しました。



(図表 5-5)浜松市生涯学習実施報告書



(図表 5-6) 浜松市生涯学習実施報告書



(図表 5-7) 浜松市生涯学習実施報告書

上記は生涯学習実施報告書より作成した過去 3 年間の統計調査です。浜松市の生涯学習の延べ参加者数は約 140,000 人(図表 5-5)、延べ講座数は約 1,400 講座(図表 5-6)、延べ開催数は約 4,000 開催(図表 5-7)あり、参加世代は幼児からシニア層まで、多種多様な学習講座の提供があります。また、生涯学習での学習提供環境は、市民が講師となり、市民が市民同士で学習していく共助の概念が既にあり、定義された「はままつ学」を広範囲に波及させていく学習の提供環境として、優れていると考えました。

3. 「はままつ学」の提供環境と育成環境

前項でも記載の通り、生涯学習への参加者はその名の通り、幼児からシニア層まで全世代が対象ですが、この「はままつ学」を波及させていくためには先だって、「はままつ学」を講師として教育できる人材の育成が必要だと考えます。まずは社会人向け講座に「はままつ学」を導入し、将来的には社会人が全世代に「はままつ学」を波及させていく環境を整えることが必要だと考えます。現在、講座としての事業は各種に区分されており、「はままつ学」を学ぶ講座と「はままつ学」を教える人材育成に関わる講座について、以下の事業の中での提供が考えられます。

「はままつ学」を学ぶ 社会人向け講座

事業名	講座・教室名	内容
生涯学習推進事業	浜松ヒューマンセミナー	一般社会人中級講座
	地域文化セミナー	地域住民対象の講座・講演
学習成果活用事業	学習成果活用事業	主体的学習成果の支援事業
コミュニティ活動推進事業	地域づくり講座	地域住民対象の講座

「はままつ学」を教える 社会人講師育成講座

事業名	講座・教室名	内容
生涯学習推進事業	アクティブシニア講座	高齢者対象講座
人材育成事業	浜松市と大学との連携事業	大学生講師 市と大学連携
	はままつ地域づくり講座	地域のリーダーを育てる講座
	生涯学習ボランティア養成講座	生涯学習推進の人材育成講座

浜松市の生涯学習の特質すべき点としては、近年ボランティア養成講座に力を入れていることです。地域の社会人が講師となり、市民に生涯学習を教えていく取組みを行っています。行政主導の公助での講座から、市民同士の共助での講座の提供を促していく中で、こういった枠組みの中に「はままつ学」を取り入れながら地域学の波及に取り組んでいくことが望ましいと考えます。

他方、浜松市は近年、市内5大学(浜松学院大学・静岡文化芸術大学・静岡大学・常葉大学・聖隷クリストファー大学)との連携事業に力をいれており、市内の大学生が講師となつて浜松市の生涯学習に参画する取組みを行っています。大学連携での活動により、北浜北部協働センターで2018年に、静岡県の公民館賞を受賞するなど実績を上げています。「はままつ学」の浸透を通じて、市内だけでなく県外から来た若者にも、地域愛と浜松市に居住することへの魅力を根付かせていくことこそが、将来の浜松市の流入人口増加に向けた取り組みとして重要なことだと考えます。



4. 「はままつ学」を含めた生涯学習参加人口の増加について

我々は生涯学習を通じたヒアリング調査を行っていく中で、浜松市民の生涯学習への参加状況に対しての課題があり、以下の課題を改善していく必要があると考えました。

【浜松市の生涯学習に対しての課題】

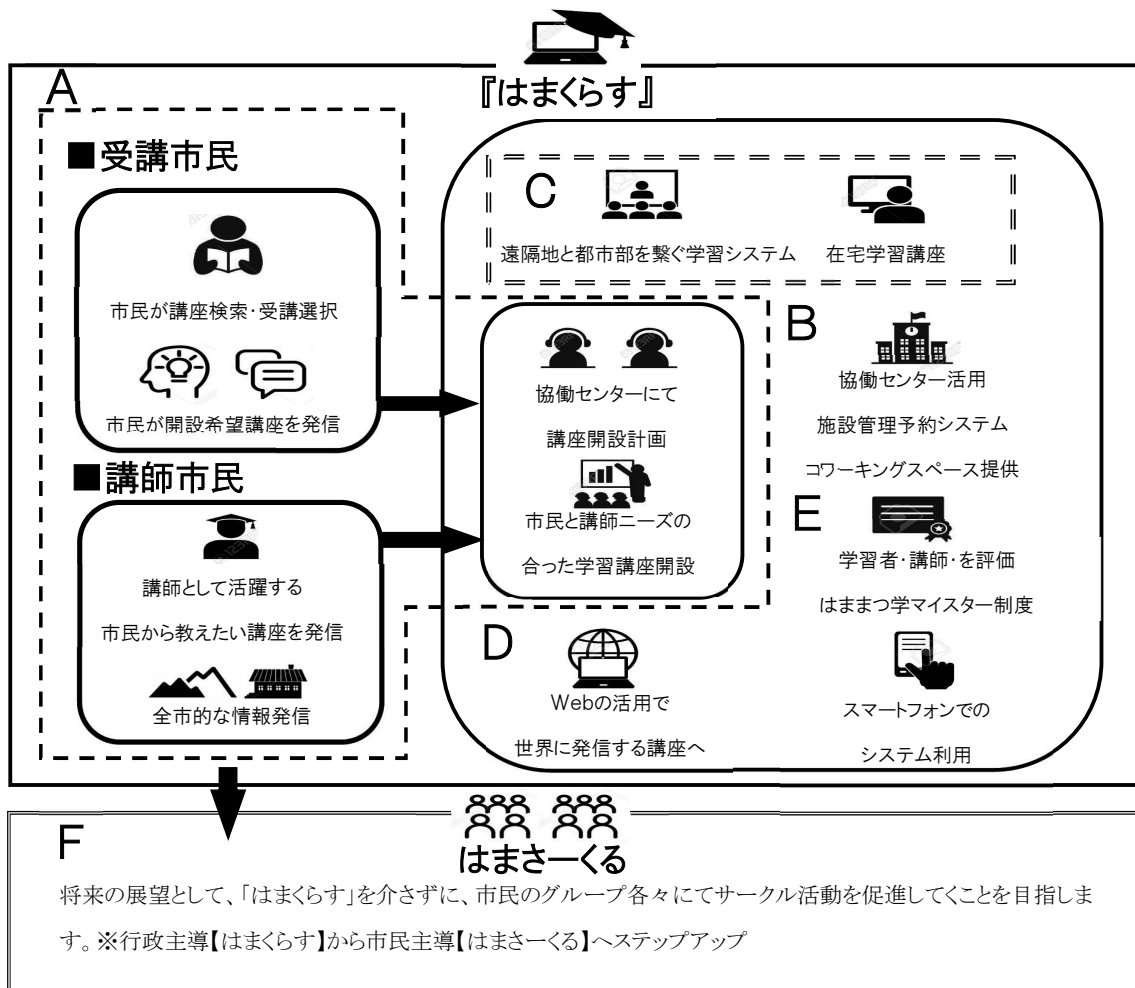
- ① WEB 検索が当然の昨今、講座情報発信ツールが世帯毎に配布される紙媒体・提示物のみである。
- ② 活動計画が個々の協働センターに任されているため、浜松市全体でどのような講座が開講されているか、市民目線では分かりにくい。
- ③ 行政手続き以外で各協働センターへ訪れる社会人の人口が少ない(特に男性)
- ④ 中山間地域と市街地で講座内容に格差がある。(中には定員不足で開講に至らない例もあった。)
- ⑤ 市街地に住まいながら遠隔地の文化を気軽に学びたいが、地理的環境から参加出来ない。

生涯学習プラットフォーム

～スタディコミュニティはまくらす～

これらの背景を踏まえ、私たちは新たな生涯学習プラットフォームとなる、スタディコミュニティ『はまくらす』の導入を提言します。『はまくらす』とは「はままつ」+「暮らす(LIVE)」+「クラス(CLASS)」の造語です。このシステムは時間や場所を問わず、気軽にアクセス可能で、全世代の市民が生涯学習に参画していけるシステムとなります。

『はまくらす』は、より多くの市民が生涯学習活動へ参画するための、PCやタブレット、スマートフォン等を利用したネットワーク上のプラットフォームとなります。『はまくらす』は現状でも実現、開発可能なシステムとして構成しました。付随機能としてテレビ電話等を利用し、市街地と遠隔地を問わず参加できる『在宅型学習システム』を設置します。世代間問わず、情報に格差がなく、時間を確保しづらい社会人も気軽に利用可能な、新たな学習の枠組みを提案します。次章の構成イメージから各項目に分けて説明していきます(図表 5-8)。



(図表 5-8) 『はまくらす』システム構成イメージ

A) 講座情報発信+マッチングシステム

『はまくらす』上で受講生(市民)の学びたい意欲と、講師(市民)の教えたい希望をマッチングさせることができます。マッチングは協働センターが主体となり、今までの経験を基に講座計画を立てていきます。市民は講座情報を『はまくらす』で閲覧し、受講の選択を可能にします。

B) 協働センターの施設利用管理・協働センター×コワーキング事業

現在利用されている浜松市の施設予約システム「まつぼっくり」を『はまくらす』上で管理し、団体予約だけでなく、個人利用にも活用の幅を広げていきます。また、施設の個人利用ニーズを広げるために、まずは人口の集中する地域から徐々に、現在の市街地の協働センターを改修、市民が気軽に訪れることの出来る場を提供していきます。

1. 協働センター×コワーキング事業について

浜松市の生涯学習に対する課題③(行政手続き以外で各協働センターへ訪れる社会人の人口が少ない)を解決させる手立てとして、協働センターのコワーキング事業を提言します。現在、行政主導のコワーキングスペースやシェアオフィス開設の目的の多くがスタートアップ時の創業支援や在宅ワークを中心と

したクラウドソーシング、また企業交流の場としての機能となっています。協働センターへのコワーキングスペース導入の目的と効果は、働き盛りの社会人が協働センター内の「地域づくりの場」に自発的に足を運べる環境作りと、協働センターが地域共助を促すための「地域交流の場」としての機能を活性化させることです。自然と足を運びたくなるような楽しい空間を提供することによって、市民が協働センターへ訪問する意識を高めていけると考えます。

Before (例:天竜協働センター会議室)

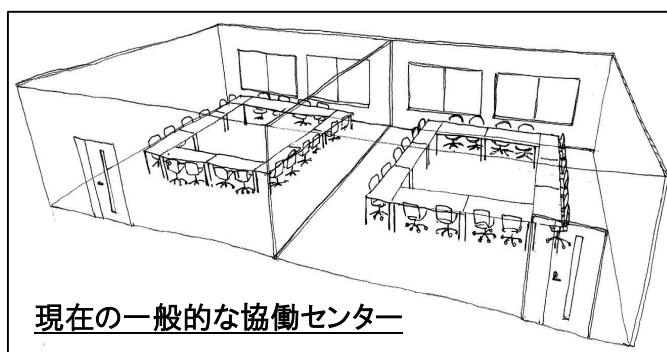


After (改修後イメージ)



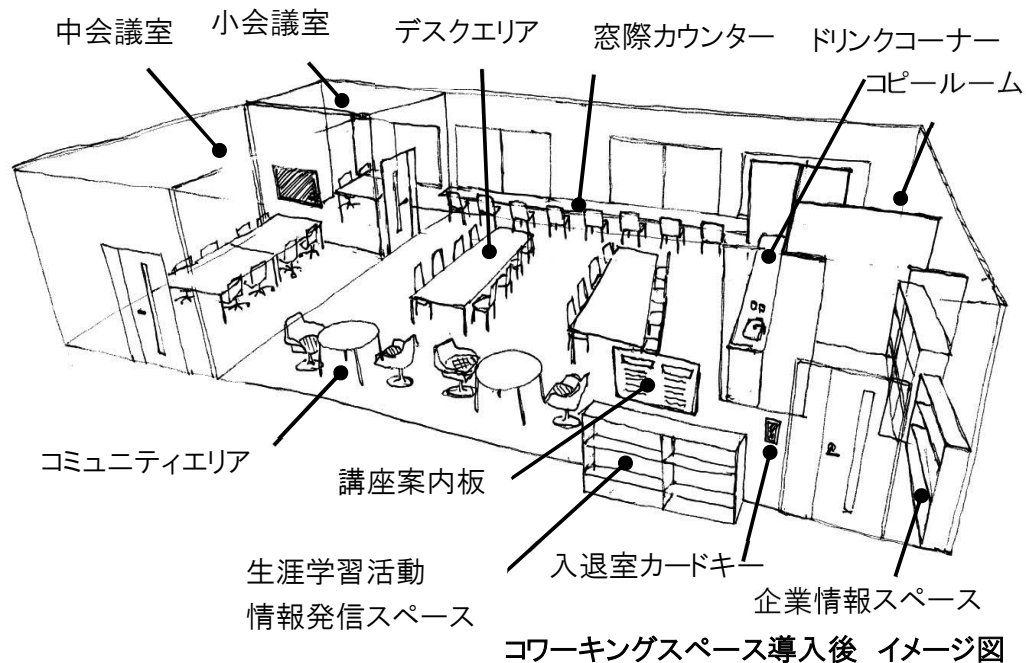
2. コワーキング導入の実現性について

コワーキングスペースの対象となる区分の検討について、現在各協働センターには様々な貸館スペースがあります。共有スペースを確保できる環境として、今回は対象を会議室・講座室・実習室に設定し、画一的な協働センターにコワーキングスペースを確保するための導入イメージを検討してみました。現在各協働センターでは以下の



ように、利用時間帯や貸室に応じて利用料金が決められています。現在、協働センターの利用可能な営業時間は 9:00～21:30 までとなっており、現時点でも社会人の夜間帯利用が可能です。

また貸室の利用料金は現在 1 時間あたり 80 円～300 円でレンタルされています。利用料金は低価格で、リノベーション費用を加算しても安価な料金でコワーキングスペースを提供していくことは可能だと考えます。リノベーション費用に関して、坪単価 30 万円と仮定すると 140 坪の協働センターでは改修費用 4,200 万円となります。躯体を残し改修する形をとれば、より安価な費用でリノベーションが可能です。集客力を高めるための導入イメージについて、ハードとしては協働センターの貸室に個人利用とグループ利用が同時に提供出来るような多機能な環境と快適性を持たせ、ソフトとしてはコワーキングスペースの入室時に地元地域のイベント告知や協働センター内で提供されている講座案内を設置し、自企業の情報発信ツールとしても活用できるスペースを用意します。民間企業と地域情報の同時スペースを設置し、官民協働の場を設けることで、社会人が地元地域と身近に関わりやすい環境となるはず です。



浜松市は他の地方自治体同様、今後人口減少が進んでいくことが想定されます。それに伴い、今後の区の再編計画により、益々市民サービスを始めとした地域の協働センターの役割が重要になっていくと考えられます。行政手続きだけでなく、普段協働センターへ訪問する機会の少ない働き盛りの社会人に対して地元の地域づくりの場に積極的に訪れる機会の創出を促すことは、地域活動への参加意欲を増進することにつながります。地域活動への参加意欲の増進は、その地域の力が強くなるということです。また、このコワーキングスペース開設が官民協働の場としてのモデルケースとなることで、浜松市は地方創生の見本となることとなり、市民が積極的に地域コミュニティと関わっていく環境作りが浜松市のシビックプライドの醸成に繋がると考えます。

C) オンライン講座

受講を決めた講座は、下記の利用画面イメージにて自宅や遠隔地にいる市民と協働センターでの講座をリアルタイムで繋げることができます。時間の無い市民や山間部など、遠隔地に住む市民が包括的に利用できるシステムとなります。

市街地と遠隔地の相互学習について

浜松市は政令指定都市の中で最も広大な面積があるため、市街地と遠隔地で学習格差が生まれやすい土地柄です。相互学習を通したアクティブラーニングやオンライン講座でその学習格差を取り除くための取り組みが必要だと言えます。事例として、浜松市北部に位置する天竜区水窪町では少子高齢化が進んでおり、現在人口は 1,900 人強、その内高齢者人口は 1,200 人程度(高齢者人口割合 60%)、小学生は 1 学年あたり 6 人程となっています。中山間地域のヒアリング調査において「NPO 法人街づくりネットワーク WILL」理事長の平澤文江代表にお話しをお伺いしました。平澤代表は独自に市街地の文化を取り

入れる取り組みをされています。
 昨年、平澤代表とダンス教室オーナー兼理学療法士の百里照泰氏は水窪町の小学生と市街地小学生との交流事業を企画し、市街地でストリートダンスを学ぶ子供達のダンスレクチャーやBBQ、ごみ拾いを行いました。遠隔地では体験出来ない文化を水窪町の子供達に提供すること



市街地から遠隔地の子供達へのダンスレクチャーとごみ拾いの風景

や、市街地に住む子供たちが遠隔地で文化交流を行うことは、普段の生活では味わうことの出来ない貴重な体験を通じて多様な文化を学ぶことに繋がり、子供たちの将来の選択肢の幅を広げます。

このような市街地と遠隔地を結ぶアクティブラーニングに力を入れる中で、両氏は将来的にはデジタル化により、市街地にいながら遠隔地との交流が出来るようなシステム開発にも期待されていました。

D)はまぐらす利用画面について

在宅の学習参加者と協働センターの参加者が同時に共有することが可能な利用画面や、クラス毎に学習者がリアルタイムな情報を投稿、共有出来るチャットボックスを用意します。各種の講座案内だけでなく、「はまぐらす」上の講座を浜松市内外に住む講師や、海外の講師とマッチング出来るシステムを構築します。こういった対外的な情報発信で浜松市を世界に発信していくことも可能です(図表 5-9)。



(図表 5-9) 『はまぐらす』利用画面イメージ図

E) はままつ学マイスター制度

「はまくらす」運用において、マイスター制度は重要です。「はままつ学」に参加した市民に一定のポイントが付与し、その取得数によって特典を設け、参加者増加を図ることがマイスター制度の目標です。勿論、目的はその先にあるシビックプライドの醸成にあり、特典そのものが重要ではなく、参加者増加を促す手段です。結果として関わる人々が楽しみながら参加率を高めていけるような取組みが必要です。まずは同様のポイント付与を使用した特典制度として、以下の二つの事例を挙げます。

【事例1: なごや学マイスター制度(名古屋市)】

概要:生涯学習センターで開催する「なごや学マイスター」講座の受講者に、終了後の学習や活動に対して、ポイントが付与しランクを認定する制度です。活動の意識づけや活動の意欲向上を図ることを通して名古屋について学び、学習の成果を社会に生かすことのできる人材の育成を目指した事業として、2007年より実施しています*。

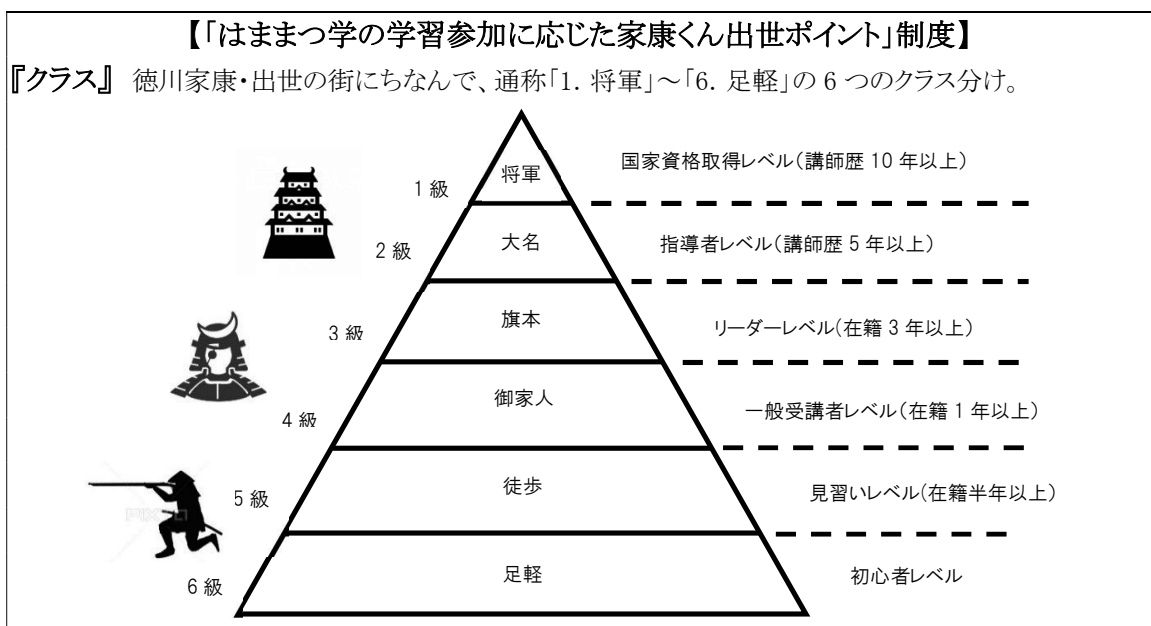
【事例2: 浜松市ささえあいポイント事業(浜松市)】

概要:主に65歳以上の市民が介護施設や地域の高齢者サロン、配食団体などでボランティア活動することで、換金できるポイントがもらえる制度です*。

目的:高齢者の社会参加を奨励・支援し、ボランティア活動を通じた地域貢献意識や介護予防意識の向上、また高齢者が住み慣れた地域で生活を継続できるよう、共助活動の活性化を図ることとなっています。

内容:ボランティア活動を行った人に対してポイントが付与し、換金・寄付することができる制度で、対象となる活動は「1.施設ボランティア」と「2.地域ボランティア」の2つに区分されます。市民の登録・研修開催・ポイント管理・換金受付事務等は、浜松市社会福祉協議会が行っています*。

名古屋市については、認定・称号を得ることが特典となるため、参加の動機付けとしてはやや弱く、また、浜松市については、特典が金銭のため、取得自体が目的となりかねません。そこで、2つの事例を参考に参加意欲の増進を図るため、以下の提案をします。



『制度概要』

- ① ウェブ上「はまくらす」でエントリー、ポイント数・所属クラスを確認。
- ② 「はままつ学」に出席するごとにポイントを付与。
- ③ 通算取得ポイント数でクラス分けを実施し、それとは別に年間取得ポイントで表彰を行う。
- ④ 履歴にかける肩書として浜松市より認可（公認）、就職（転職）面での優遇措置。
- ⑤ クラス毎に「出世大名家康君（はまくらす）カード」の発行。ID カード形式とし、前述の提言である協働センターでのコワーキング利用や美術館・博物館など、各種の市民サービスにも活用することが出来るようにする。
- ⑥ 浜松市・シビックプライドにちなんだ特典ということで、市の施設利用の割引が望ましい。特典を活用することで更なるシビックプライドの醸成に繋がる。
- ⑦ クラス（等級）に応じて市の施設利用料金の割引（上位クラスほど高い割引率）ないし無償化。
- ⑧ ストレートに参加率アップに繋がる市民税減額等の税金の優遇
- ⑨ クラス別イベントの実施し、知り合った仲間と新たな「はまサークル」の形成等もできれば理想。
- ⑩ はまくらす上でのインタラクティブ授業受講等でポイント付与が可能。

『年間ポイント表彰』

- 「はまくらす」HP に常時年間ポイント保持ランキング、氏名を掲載することで参加意識を定着。
- 年間最多ポイント取得者には、市長からの表彰、広報浜松へのインタビュー記事及び写真を掲載。

F) 市民主導サークル「はまさーくる」を想定した将来的な展望とその効果

『はまくらす』は浜松市の生涯学習を活性化させるためのきっかけづくりです。『はまくらす』の導入により、多世代の新たなコミュニティ創設が増え、生涯学習を増加させることに繋がります。将来の展望として、浜松市や協働センターで管理するシステムから、浜松市民が各々で活動する市民自立型のコミュニティグループ「はまさーくる」へステップアップし、自発的に、より浜松市を活性化させていく新たな地域コミュニティへ繋げていければと考えます。

企業に向けた地域貢献意欲の増進施策

1. 企業による地域貢献参加の必要性

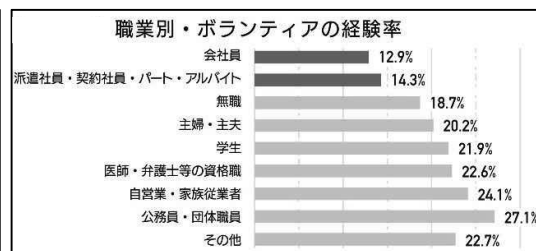
内閣府「社会意識に関する世論調査」（2016 年）によると、社会の役に立ちたいと感じている人の割合は、1986 年と 2016 年を比較して 30 年間で 47%から 65%に増加している一方で、総務省統計局「社会生活基本調査」（1986 年・2016 年）では、ボランティア活動をしている人の割合は 25.2%から 26%しか増えておらず、ほぼ横ばいとなっています（図表 5-10）。

また職業別・ボランティアの経験率は、会社員の経験率が 12.9%と最も低く、派遣社員・契約社員・パート・アルバイトは 14.3%と、主婦・主夫 20.2%、学生 21.9%よりも低く、自営業・家族従業者 24.1%や医師・弁護士等の資格職 22.6%、公務員・団体職員 27.1%よりも低い状態です*3（図表 5-11）。

そのため、企業に勤めている会社員の中にはボランティア活動を行いたいのにできていない人が相当数いると推察されます。社会課題が複雑化し、人口が減少するなかで数多くの地域やコミュニティが人の力を必要としており、社会人世代が地域貢献を行うには、就業する企業による支援や活動への参加が不可欠です。

社会の役に立ちたい人の割合		
	1986年	2016年
社会の役に立ちたい人の割合	47.0%	65.0%
ボランティア活動の割合	25.2%	26.0%

(図表 5-10) 内閣府(2016)「社会意識に関する世論調査」



(図表 5-11) 総務省統計局(1986、2016)「社会生活基本調査」

2. 企業の地域貢献意識の高まり

「企業の社会的責任(CSR)」という言葉が一般的になり、企業の地域への関わり方は変化し始めています。CSR をボランティアといった従来の枠組みで捉えず、地域の課題解決に貢献することは本業においてビジネスチャンスにつながると捉え、社会貢献活動に取り組む企業が増えてきています。企業が社会貢献に取り組む理由が、福利厚生などの守りから、イノベーションや越境学習という攻めに移り、リーダーシップ育成や組織風土改革を目的とした導入も増えていきます。

また近年では、社員にプロボノを推奨する企業も現れ始めています。プロボノとは、ラテン語の「pro bono publico(公共善のために)」を語源としており、各分野の専門家が、職業上持っている知識やスキルを無償提供して社会貢献するボランティア活動を言います。欧米で弁護士が無報酬で法律相談を受けたりすることから広まり、今ではウェブ制作、マーケティング、デザイン、商品開発など、多岐に渡る分野でスキルアップの一環も兼ねた社会貢献活動として行われています*4。次項では、企業による地域貢献参加の加速・連携について提言します。

3. 施策「浜松市地域貢献事業所」認定制度の創設

浜松市の地域内企業の地域貢献活動を評価し認定・認証する制度の創設を提言します。浜松市ならではの事業経営を行い、本業およびその他の活動を通じて、地域ボランティア活動などの地域貢献活動に取り組んでいる企業を一定の基準に基づき「浜松市地域貢献事業所」と認定。その企業の成長・発展を支援する制度です。市内企業の既存の地域貢献活動を評価し、促進させ、未実施の企業にも地域貢献活動への参加を促し支援することで、企業の永続的な成長・発展と就業者の地域貢献活動への参加を促すことを目的としています。

他地域における同様の制度として、横浜市の「横浜型地域貢献企業支援事業」、宇都宮市の「宇都宮まちづくり貢献企業認証制度」、さいたま市の「さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度」、川口市の「川口市地域貢献事業者認定事業」などがあります。

横浜市の「横浜型地域貢献企業支援事業」では、下記の流れで認定が行われています*⁵。

①制度説明会
申請する企業は事前に説明会に参加し、制度や CSR についての認識を確認する。
②社内体制チェック
制度説明会で配布するチェックリストで、企業が活動を自己評価する。
③申し込み
④外部評価を受ける
書類審査を通過した企業に、中小企業診断士などの評価員が訪問し、実地調査・ヒアリングを行い、取組や進捗度合など客観的な調査・評価が実施される。
⑤認定委員会での判定
外部有識者で構成された認定委員会が、協議し認定の可否を決定する。
⑥ 認定(2年間)

評価内容としては、企業の地域貢献活動を通して、20代～50代の働き盛り世代である社会人の地域貢献参加を増加させるものとなるよう、経営理念やビジョン、地域貢献活動方針、目的目標、実施計画、組織体制や教育体制などについての項目が必要となります。

横浜市の認証制度では、認証を受けた企業には特典として、①事業所のイメージアップにつなげるための認証マーク使用や市ホームページなどでの取り組み紹介、②市が発注する建設工事における総合評価落札方式での加点、③横浜市中心小企業製造業設備投資等助成制度の資格要件緩和、④低利融資の認定などが提供されています。

2019年10月1日時点で475社の企業が活動を行い認証されている一方で、これらの特典が与えられたことで、市が発注する建設工事での受注を期待した建設業と、製造業設備投資への助成制度を活用したい製造業に偏っていることも確認できました。特典により業種に偏りが出てしまい、逆に幅広い業種での認定制度への参加に至っていないことが確認できました。

4. 「浜松市ワーク・ライフ・バランス等推進事業所」認定制度

認定制度を創設するにあたり、運営側の負担と事業所が参加する際のハードルや手続き上の負担などが大きくなりすぎると制度の継続性や幅広い業種への普及が難しくなります。すでに浜松市では「浜松市ワーク・ライフ・バランス等推進事業所」認定制度*⁶があります。そこでは「仕事や生活の場におけるあらゆる活動を自らが希望するバランスで展開できる環境づくりや職場における女性の活躍を推進するための取

組」という特定の分野でのみ、企業の取り組みを評価し認証する制度を実施しています。浜松市のホームページや市主催の就職セミナーなどでの紹介、市が発注する建設工事における総合評価落札方式での加点や認証マークの使用などの横浜市と同様のメリットを付与しています。

同制度を運営している浜松市市民部 UD・男女共同参画課へのヒアリングでは、申込期間は通年ではなく1カ月間に制限しており、昨年以前に取得した企業も2年ごとに更新対応に手間がかかるため申込日程は毎年変動するなど、申請者側にとって負担が大きなものになりつつあることが分かりました。また同認証制度は、市が発注する建設工事における総合評価落札方式での加点や、市が発注する物品購入及び業務委託における優先調達の特典があるため、認定に至る審査は厳密に取り行わざるを得ず、現状では認証を受ける企業も建設業に偏り、幅広い業種が参加している状況には至っていないことが分かりました。そのため、「浜松市地域貢献事業所」認定制度を創設する際には、こうした既存の認証制度の実施状況も参考に、運営側にとっても負担が少なく、幅広い業種で新たに参加する企業にとっても参加しやすく、続けやすいものとすることを提言します。



5. 施策「浜松市地域貢献事業所」認定制度への提案

(1) 認定による特典の見直し

現在の「横浜型地域貢献企業支援事業」や「浜松市ワーク・ライフ・バランス等推進事業所」における、認定事業所に対して、建設工事における総合評価落札方式での加点や、市が発注する物品購入及び業務委託における優先調達といった公共調達の受注機会の優遇を特典として提供しないことを提言します。

【横浜型地域貢献企業支援事業】の特典	【浜松市地域貢献事業所】の特典
認定証・認定マークの付与	認定証・認定マークの付与
横浜市のホームページなどで、広報支援	浜松市のホームページなどで、広報支援
低利融資の認定	低利融資の認定
認定企業間のネットワーク	認定企業間のネットワーク
認定企業限定セミナー実施	認定企業限定セミナー実施
公共調達の受注機会の優遇	特に優秀またはユニークな取り組みを行なっている事業所を表彰
横浜市中小企業製造業設備投資等助成制度の資格要件緩和	市が発注する就職合同企業説明会等への出店優先権
継続的経営コンサルティングの利用料優遇	
横浜企業経営支援財団主催セミナーの割引受講	

(図表 5-12)横浜型地域貢献企業支援事業と浜松市地域貢献事業所特典の比較

これらの特典は、企業の本業においてビジネスチャンスにつながるものではありませんが、恩恵を受ける業種が限られるうえ、参加企業の業種の偏りや、審査の厳格化・更新手続きの短期化につながり、認定制度

の運営側と参加する企業の双方にとって負担となります。特典として提供しないことで、業種の偏りの解消や、柔軟な審査の実施が可能となります。また、認定更新の期間も2年から3年程度に長期化することが可能となり、運営側と企業の双方にとって負担軽減となり幅広い普及につながります。提供される特典としては、認定証・認定マークの付与、認定企業間のネットワーク、認定企業限定セミナー実施、広報支援などが考えられます(図表 5-12)。

(2) 先達制度による企業同士での連携強化

企業単独での申請に加えて、すでに認定を受けている企業が先達となり、申請に必要な体制づくりや将来の取り組みへのサポート行い、同伴での申請を可能とすることを提言します。これにより認定制度の運営側にとっては、審査時に指摘する手間が少なくなり負担が軽減となります。また、新たに申請する企業にとっても、社内制度づくりなどで現場レベルでの課題を先達企業と共有することができるため、地域貢献事業所への登録申請が行いやすくなります。またサポートする先達企業にとっても、他社の取り組みに接する機会となり、自社の活動に対する気付きや改善箇所の発見につながる可能性があります。

既存の企業間での関係性に期待して社会貢献活動への参加を促す取り組みですが、先達企業として適切なサポートが行えていないことなど、制度への信頼を損なうような不正が発覚した場合には認証の取り消しと企業名の開示などの仕組みもあわせて先達制度が認定後の企業同士の新たなネットワークとして機能することで、個社では取り組みづらい活動での連携が強化されるなど、地域内の社会貢献活動や企業活動を行う上で、企業にとっても地域にとっても良い相乗効果を期待できます。

本提言のまとめ

前述の「はままつ学」では浜松を愛する人口の増加に触れましたが、その先には浜松市を愛する市民や企業が自ら浜松市を創る、という意識が芽生えるはずです。市民や企業が愛する浜松市を自らが創るという点において、上記の提言が浜松市をより豊かで魅力ある街にしていけることが出来ると考えます。今回の提言はそれを具体化する手法として行政と個人、そして企業、各々が将来に渡ってソーシャルキャピタルを構築していく為の施策となります。地域コミュニティの結びつきが希薄になっている現在だからこそ浜松市民の地域愛、郷土愛を育むことが、結果として長期的にシビックプライドを育んでいくことに繋がり、ひいては浜松市のブランディングに大きく寄与することでしょう。

【参考文献】

*¹生涯学習センターにおけるなごや学のあり方

*²浜松市ささえあいポイント

https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/kourei/care_net/sasaeaipoint.html

*³内閣府「平成 28 年度市民の社会貢献に関する実態調査」(図表 34)

*⁴経済産業省(2014)「グローバル企業が直面する企業の社会的責任の課題(調査報告概要)」

*⁵公益財団法人横浜企業経営支援財団(2019)

<https://www.idec.or.jp/keiei/csr/>

*⁶浜松市ワーク・ライフ・バランス等推進事業所認証等に関する実施要綱

<https://www1.g-reiki.net/hamamatsu/reiki/youkou/pdf/shimin/uddanjo/000615E19.pdf>

【ヒアリング調査先】

浜松市役所教育委員会学校 教育部指導課教育指導・発達支援グループ

一般社団法人 糸島市観光協会

福岡市経済観光文化局 観光コンベンション部 観光産業課

公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー 観光事業部

福岡国際空港株式会社 空港営業本部活性化推進部

西日本鉄道株式会社 都市開発事業本部 まちづくり推進部

福岡地下街開発株式会社 総務企画部

浜松市創造都市文化振興課 生涯学習担当

浜松市市民部 UD 男女共同参画課

クリエイト浜松(浜松市中部協働センター)

浜松市北浜南部協働センター

NPO 法人まちづくりネットワーク WILL

StreetDanceSchool TripleStar

第6章 提言内容の実現に向けて

前章までの通り、我々は『健康都市』＝『浜松』をブランディングテーマに掲げ、「食」・「スポーツ」・「音楽」・「地場産品」のコンテンツについて調査・研究を行ってまいりました。

食と人間ドック、観光を融合させた「メディカル&パワーフードツーリズム」の実現により、インバウンド需要の拡大を狙った第1章。「浜松市生涯スポーツ宣言」と銘打ち、『競う』『育てる』『楽しむ』の3つのサイクルが循環することにより、健康意識の向上とスポーツ人口の増加を狙った第2章。ストリートピアノの設置や浜松音楽マップサイトの製作により、日常の生活の中に音楽が溢れ、音楽に興味を持つ人口が増え、本来の意味での「音楽の都」への発展を願う第3章。地場産品を活用し、健康都市浜松としてのブランドを構築していく第4章。学習テキスト「のびゆく浜松」を深化させ、これからの浜松の未来を創る人材育成の仕組み「はままつ学」を活用したキャリア教育を通じ、将来浜松で暮らし、働き、活躍できる人材を育成。さらにはその「はままつ学」を社会人の生涯学習参加に結びつけ、浜松市独自の生涯学習プラットフォームの運用を目指した第5章と、いずれの提言内容も、浜松市が持つ固有のコンテンツや特徴を生かしたものであり、浜松市という都市をブランディングする上での柱になると考えております。

また、我々は「交流人口の増加」と「域内消費額の増加」をもってブランディング成功と位置づけており、その実現を目指した提言内容となっております。本提言内容がただの夢物語で終わらないために、しっかりとブランディング成功に向かっていくためにもう一步踏み出す必要性があります。

こだわったのは実現すること

本年度我々が活動する中でこだわったのは提言内容を実現するという事です。鈴木仁 2019年度浜松商工会議所青年部会長の「より良い浜松を創造し、実現できる未来を残す」という当年度の活動方針に基づき、すべての提言は『実現可能な提言』に落とし込んであります。

夢を語ることは大切ですが、形にできなければ意味がありません。「言うは易し行ふは難し」とよく言われます。これまで浜松商工会議所青年部は多くの提言をしてきましたが、実現という部分ではまだまだその数はあまり多くありません。まずは我々が行動することから初めて行くべきだと考えます。そうした活動が、今回の提言先の皆様にもご理解いただければ、我々の提言を実現するという形につながっていくのではないかと考えます。

浜松商工会議所青年部には、「事業委員会」と「実現委員会」という委員会が存在します。これまでも「提言委員会」が提言した内容を「事業委員会」が実現したという実績もあります。モノを申すならまずは自らの行動を正し、示すことが必要です。我々「提言委員会」で提唱した内容を次年度以降に当会の事業や同好会活動で実現するために、以下の提言を行います。

1. 浜松商工会議所青年部×地元大学生

『まちのトレジャーハンティング 大学生 観光・まちづくりコンテスト』

(1) 交流人口の増加&域内消費額の増加×シビックプライドの醸成

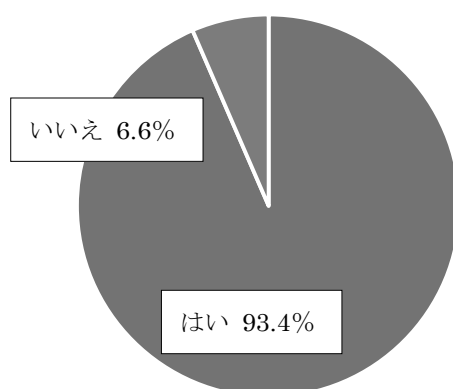
我々は、前述の通りブランディングの成功として定義づけた『交流人口の増加』と『域内消費額の増加』を達成するための重要なキーワードは「シビックプライドの醸成」だと考えました。日本では現在、主には行政や自治体を中心となり、多くの地域が移住者や観光客などの「人」を集めることに躍起になっています。少子高齢化が進み、人口減少による経済衰退が避けられない問題として降りかかっているからであり、たくさんの組織が地元の良さを知ってもらおうと外部に目を向けプロモーションを行っていますが、外部発信と同じくらい、内部にいる人々が自主的に誇れる地域をつくっていくことが、独自のブランド形成を考える上で大切なことだと考えます。

自分たちが関わる地域に誇りを持ち、市民一人一人のシビックプライドが醸成されることで、都市のコンテンツはより輝きを増し、浜松がもっと魅力的な街へ、そしてたくさんの人々から憧れる街へと発展します。郷土に誇りを持つことは人口流出の歯止めとなり、かつ都市への集客効果がもたらされることでしょう。

下記アンケートは、浜松商工会議所青年部メンバーならびにその家族、所属企業の従業員など総数 215 名を対象に取ったものです。「今後も浜松に住みたいと思いますか？」では、約 93%が「はい」と回答し(図表 6-1)、「子どもたちにも浜松に住んでほしいと思いますか？」では約 67%が「はい」と回答(図表 6-2)。「浜松に魅力を感じていますか？」では約 71%が「とても魅力的」と「やや魅力的」に回答しました(図表 6-3)。

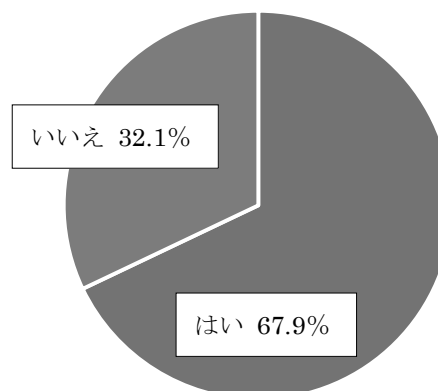
2019 年 提言アンケート

期 間：2019 年 7 月 24 日（水）～ 2019 年 9 月 30 日（月）
対 象：浜松 YEG の会員及び会員企業の社員及び家族
方 法：インターネット アンケート調査
アンケート総数：215 件



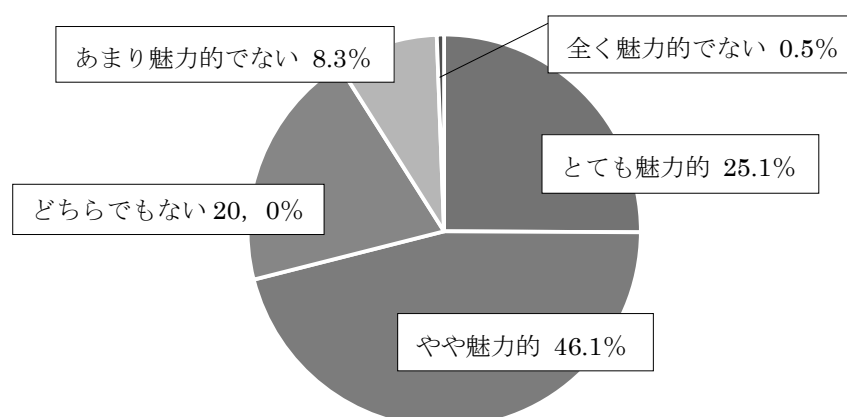
■ はい ■ いいえ

(図表 6-1) 今後も浜松に住みたいと思いますか？



■ はい ■ いいえ

(図表 6-2) 子どもたちにも浜松に住んでほしいと思いますか？



■ とても魅力的 ■ やや魅力的 ■ どちらでもない
■ あまり魅力的でない ■ 全く魅力的でない

(図表 6-3) 浜松に魅力を感じていますか？

つまり、大多数の人が浜松市という街に一定の魅力を感じ、生活をしていることが分かります。かつ、自分の子供を含め、後世の人たちにも浜松市に住んで欲しいと望んでいる結果となりました。我々、浜松商工会議所青年部の使命として、これからの地域を担う若者にしっかりと地元に残ってもらい、若者と地域の青年経済人が一緒に地域の魅力を拡散する事業を展開することが必要であると考え、ひいてはそれがシビックプライドの醸成につながるものと信じています。

(2) 具体的な事業内容

「トレジャーハンティング」とは宝探しを指し、街の中に埋もれている資源や魅力を改めて発見しようというものです。今回の提言書作成に至るまで、色々な場所、機関、企業に調査に出向き、浜松市における資源や魅力について研究をしてまいりました。ブランディングを成功に導くために、改めて浜松市の魅力を

再発掘し、それを観光・まちづくりというフィルターを通し、市内外に発信していく必要性を感じました。

観光による国内外の交流人口の拡大や、その地域独自の文化財・伝統芸能等の文化遺産の活用は、地域経済活性化や雇用機会増大の切り札であり、観光立国を担う人材の育成が不可欠となっています。特に、従来の「観光」の枠にとらわれない自由な発想ができる若者のアイデアを期待しています。背景として、大学教育の現場においても、実践的な能力を育成する講義・ゼミやキャリア開発支援プログラムが大学教育で重視されるようになり、フィールドワークやインターンシップ等を通じて自分磨きに積極的に取り組む学生も増えてきています。

このような状況を鑑み、次年度以降の浜松商工会議所青年部の事業委員会、実現委員会の活動として、観光・まちづくりを通じた地域活性化プランを競う『(仮称)まちのトレジャーハンティング 大学生 観光・まちづくりコンテスト』の開催を提言します。このコンテストでは、浜松市内の大学生を対象に、現地でのフィールドワークを通じ、新しい観光まちづくりアイデアを創造してもらいます。普段、大学で学んでいる知識・スキルを実際に活用して、地域に埋もれた資源を掘り起こし、新たなビジネスが地域で生まれ、地域経済が活性化するような、観光まちづくりプランが提案されることを期待しています。

新しい発想やアイデアを活かした「ミライのまちづくり」を創造することで、自分たちが住む・関わる地域に誇りを持ち、自らが積極的にまちを盛上げていくことで、人々が住みやすく、また懂れる地域へと発展していくと考えます。市民一人一人の郷土愛を育み、シビックプライドの醸成につなげ、卒業後も浜松で暮らし、浜松で仕事をする若者の定住化につながることを期待します。

2. 市役所やその他関連団体との関係(連携)強化

浜松商工会議所青年部は、かねてより地域の経済的発展や豊かで住みよい郷土づくりに貢献するため、事業活動を行ってきました。それは、小中学生の職業体験であったり、高校生に対する企業説明会であったり、また、中田島砂丘を利用したビーチスポーツの催しであったりと、様々です。

それと同時に、毎年浜松市や地元関連団体及び企業に対して提言活動も行ってきました。これらの活動を、今後、もっと幅広く効果的に行うため、浜松市役所や関係する諸団体との連携を強化したいと考えます。

我々のような青年経済人が浜松市役所および関係団体の皆様の想いを汲むことができれば、さらに地域に対して効果を発揮する事業を展開することができるのではないかと期待しています。

そのため、浜松市役所の職員の方との意見交換会あるいは相互研修を行うことを提言します。前述の通り、浜松商工会議所青年部は、浜松という地域のため事業活動を行っています。浜松に住まう地域の皆様の想いを実現させるため、連携を強化することにより、より良い浜松を創造していきます。

3. 提言委員会の2年制導入

年度初めより、提言活動を行って参りましたが、提言書を実現するというレベルまで深く掘り下げ調査研究するためには、1年という時間はあまりにも短いです。浜松商工会議所青年部の活動が年度単位であるが故に仕方がないことかもしれませんが、我々の提言活動をより有意義なものにするためには、提言委員会に限って2年制を導入することを提言します。

初年度にテーマを決め、基礎調査を行い、2年目にそれを検証し提言書を作成する形をとることで提言の内容はより良いものになることは間違いありません。浜松商工会議所青年部が年度事業という部分については、提言委員会のみ定員を半数にし、提言委員会Aと提言委員会Bのような形にしてスタートを1年毎にずらして活動する形をとれば、毎年提言を行う事が可能になります。

4. はままつ学導入に向けたキャリア教育支援

第5章において小中学校のキャリア教育内における「はままつ学」の導入を提言しました。その中で、我々経済人がキャリア教育の現場に積極的に協力していくべきだと述べています。学校の先生方としても受入れの窓口を統一することで、キャリア教育に経済人の講義を取り入れることが容易になると考えます。そのために、我々浜松商工会議所青年部としてもキャリア教育の講師受入れ窓口を設置し、教育委員会に周知することを提言します。

第5章でも述べましたが、キャリア教育への講師参加は商工会議所青年部の綱領や指針に準ずることにもなり、我々の活動意義にも一致します。

結びに

今回提言テーマを『健康』とし、浜松の資源をセグメント化して提言内容を作成しました。「食」「スポーツ」「音楽」「地場産品」という 4 つの資源を生かし提言を作成すると、奇しくも現状の浜松市の取組みに方向性が一致しました。

「食」は「日本一のインバウンド応援都市」をメインに、
「スポーツ」は「ビーチ・マリンスポーツの聖地」をメインに、
「音楽」は「音楽の街」をメインに、
「地場産品」は「健康はままつ 21」をメインに、

それぞれ沿った内容となりました。

この結果は、当初より想定していたわけではなく、提言をまとめていく過程で生じた結果です。現状の浜松市の資源を良い形でブランディングすることを考えた結果、浜松市の施策や宣言に沿った形になりました。

ブランディング…

非常に大きなテーマで時間のかかることです。

しかし、コンセプトを決め、ターゲットを選定し、身近なことからひとつひとつ積み上げることでしかその結果は現れません。

浜松市に住む人が、浜松市の事を考え、浜松市のために…

最後になりますが、我々のこの提言が未来の浜松を良くする一助になればと思います。

あとかき

2019 年度の提言書が完成しました。

この提言書は、浜松商工会議所青年部発足の年から連綿と毎年作成されてきたものです。昭和から平成へ。そして、令和となりました。今回は、令和という新時代となつてはじめて提言するものでもあります。時代の変遷の中で、バブル崩壊からリーマンショック、消費税の施行そして増税、高齢化に加えて少子化。経済環境が様々に変わる中で、浜松商工会議所青年部は、その時その時の提言を行なってきました。変化する時代の中にあっても、その精神性は変わりません。それは、地域の経済的発展の支えとなり、豊かですみよい郷土づくりに貢献することです。これに文化的創造と先導者たる気概いう価値を付与して作成されています。

2019 年度は浜松のブランディングをするために「健康」をテーマとして提言をしています。また、実現することに重きを置き、より良い浜松をいかにして創造するかにこだわりました。

作成に携わる委員会メンバーが、調査研究を重ねる中で浜松の可能性とポテンシャルを再確認し、それを体系的にまとめました。地域発展のため「これならできるはずだ」という気概が込められています。拝読いただいた皆様が、できそうなこと、できることを取り上げて、実現に向けた一歩を歩んでいただけると幸甚です。

最後に、多大なるご協力と勇気をいただいた関係各所の皆様及び提言委員会メンバーの皆様に、深く感謝申し上げます。



浜松商工会議所青年部

担当副会長 **松本 力洋**

【巻末資料】

当提言書内に掲載しきれなかったデータは以下のページに掲載しております。

<http://www.hyeg.jp/advocacy/2019data.html>

【2019 年度提言委員会メンバー】

担当副会長:松本力洋

委員長:大久保貴通

副委員長:大高旭 瀧澤幸也 武田博康 富田悠 豊田晃央

委員:足立綾 天野尚紀 安間宏也 飯田晋介 井川正美 池谷英丈 井上大輝 上原一成 内田努
岡本真一 小栗有美子 加藤真樹 鎌田安啓 岸本裕一郎 北川秀介 佐々木まり子 澤田光行
嶋俊輔 嶋裕信 白川亜紀子 末弘庸一郎 鈴木栄里子 鈴木祐樹 高林達也 高森将之
竹下和範 竹林伸太郎 田村啓太郎 寺田俊二 永井裕生 中川健太郎 中村英治 中村庸
中山拡紀 成田裕之 野田滋丈 初澤飛宇馬 平野利直 深瀬泰宏 藤田直弘 本庄昌実
前嶋宏明 町田拓郎 松井小織 松井孝倫 峯野忍 村松貴通 山下正剛 山根結

担当事務局:荒木謙介

【事務局】

本書に関するお問合せは下記までお願いいたします。

浜松商工会議所会員共済課

〒432-8501 静岡県浜松市中区東伊場 2 丁目 7 番 1 号

TEL:053-452-1113 FAX:053-452-6685

青年部 Email yeg@hamamatsu-cci.or.jp

青年部 HP <http://www.hyeg.jp/>



浜松商工会議所青年部