

第4回新たな「国土のグランドデザイン」構築に関する

有識者懇談会における主な意見

○ 冒頭、広井教授、野城教授、渡邊常務より提出資料について説明

(地域の価値の再発見、地域の豊かさについて)

- ・ くまモンは今、熊本県を代表する宣伝マンのようにになっているが、元々は九州新幹線の開通を熊本県民がどう考えるかということを引き付けに生まれた。熊本には全く利がないのではないかと県民の冷めた感じを、いかに変えていくかというミッションに対し、提案したのが「くまもとサプライズ」というキャンペーン。

これは、新幹線の開通を引き付けに、身近なところに眠っている財産に自分たちがもう一回気づきましょうというもの。例えば、熊本の水のおいしさなど、身近なところにある最良の価値を発見し、びっくりしようよ、ということでキャンペーンを展開し、その象徴として、いつもびっくりしている熊で、くまモンが誕生した。

今年1月から、改めて、心の豊かさをデザインする象徴にしようということで、くまモンを人事異動で、営業部の部長からしあわせ部の部長を兼務させ、そして県民がくまモンに、今日幸せだと感じたことを1行メールで送る。これは日常のささやかなことを幸せだと感じる気質に変え、それによって熊本県の幸福量上げていこうというキャンペーン。人々が少しずつ変わり始めているのを実感している。

国土のグランドデザインは、インフラのデザインとともに、やはり日本人の心をどうデザインするか。2050年の日本人が今のように優しく、正直で、あるいは、もっとさらにいい心を持った国民にするためにはどうすればいいかというようなことを考える機会になってもいいのではないか。

また、人々を動かす、あるいは人々を巻き込むために何かを立ち上げることが必要。クール・ジャパンというネーミングによって、いかに日本を発信しようかと人々が考えるようになった。しかし、外に発信するためのキーワードはあるが、内に向けたワードがまだない。例えばジャパン・ハピネスとか、クール・ジャパンに対抗してウオーム・ジャパンとか、日本人の心、あるいは日本人の身の回りがある暮らしがどうやったらもっと豊かになっていくだろうかというようなことを人々が考える、そういうプロジェクトをこの国土のグランドデザインの中で立ち上げてみてはどうかと思う。

(都市の中心部を歩行者だけの空間にする場合の規模について)

- ・ 定まった規模があるわけではないが、国内でも、例えば商店街の成功例として有名な高松の丸亀町商店街は2、3キロにわたり完全に歩行者中心になっていたり、静岡の駅前等では、完全に歩行者中心ではないが、ある程度の規制をしている。

1、2キロぐらいの範囲にわたり、車を規制し、安心して歩行者だけの空間で楽しむというような空間を思い切ってつくっていったら、かなりまちの雰囲気が変わってく

るのではないか。そういった例をモデル的に幾つかつくっていくと、日本のまちの印象がかなり変わるのではないか。

(現行法との整合の問題について)

- 資料3、8ページの熱融通については、一定の敷地の中で熱融通するのは容易であるが、公道をまたぐ場合は、道路管理者との協議は非常に難航する。

ただ、強調しておきたいのは、ホテルや病院や住宅といった大きな熱需要がある建物と、その近くに大きな屋根がある建物との熱融通というのは非常に筋のいい組み合わせであり、仮にそれが一体の敷地ではなかったとしても、何らかの形で敷地を越えた熱融通ができるような課題意識を関係機関にぜひ持っていただくことが必要。

建築基準法では、建物単体で設備が自己完結することが暗黙の前提となっている。隣の建物の設備を使うと一体の建物と見なされ、そこにあるさまざまな既存不適格を問われる可能性がある。熱融通のために建物が接続される場合の機能や安全性について、形式論に陥ることなく実態的な安全性や機能を直視した法のあり方や運用があるべき。

また、居住の安定、豊かな住生活のためには、資産価値の保持、ライフステージに合わせた居住形態、住生活サービスの享受が重要。このためには、住宅履歴書の整備により既存住宅の市場流動性を高めるとともに、情報を統合して住生活サービスの創造を促す必要がある。

(街づくりにおける民ではできない行政としての役割について)

- 行政も財政が厳しい中、様々な工夫や規制緩和など、どうやって知恵を出すかということが重要。例えば、老朽化した住宅、集合住宅の建てかえに関して、時間が経てば経つほど、建てかえ決議等の意思決定もどんどん難しくなってくる。建てかえの意思決定を促すような法整備が必要だ。現行法にどのようにメスを入れるか。

また、郊外住宅地域の更新においてコミュニティ施設の普及が重要になってくるが、例えば、公園の中にコミュニティ施設を作るとしても法律の関係上難しく、法整備が必要である。

コミュニティ施設に民間の事業として投資を促すためには、住宅の一部にコミュニティ施設機能を取り込む等も考えられるが、採算性の観点から、住宅の容積率の緩和等が必要。そうしなければ、郊外住宅地域の更新も進まない。経済成長戦略の中では、都心部の容積緩和や大開発はイメージできやすいが、郊外の老朽化している施設に民間の資金をどう誘導していくのかといったような戦略観が必要。

(住民主導のまちづくりの必要性について)

- 新たな街づくりに取り組もうとするリーダーはいるが、彼らは行政の押しつけは嫌い、一方で地元住民は変化を望まないという図式で前進しない例が多い。行政が主導して変わるものではなく、住民が変わり大きなムーブメントになるかどうかは鍵。

(人口減少社会、高齢化社会における新しいまちづくりの形について)

- ・ 人口減少、高齢化が進み、自治体の財政も厳しくなり、経済全体もシュリンクしていく中で、必要な整備をどうやっていくのかという、かなりハードルの高い問題がそこにある。理想を描くと同時に、都市のコンパクト化や再編に必要な資金については、今までの受益者負担だけではないような仕組みを考えていく必要がある。

200年住宅など、長く住宅を使えるようにするというのは1つのやり方ではあるが、日本の今までの感覚からすると合わない。逆に住宅を分解して、その材料を使ってまた建てかえるといったような、建物の寿命を短くし、建て直すというような発想もあるのではないか。

さらに、出生率を回復し、人口減少時代に歯どめを打つような新しいまちの形を考えることが必要。

- ・ 国土のグランドデザインを考えるときに、1つずつのクラスターのサイズや性格は異なる。例えば東京のような、1,000万人以上いるような大都市と、人口50万、30万とかというところとでは、状況が違う。少し分けてディスカッションしなければならない。また、心の問題として日本人の幸福度が低いということは、効率や安さだけではない目標があるはず。いままでのやり方の限界がどこかにあると思われる。技術論だけではなく、何を目指すかということから、グランドデザインを考えたほうがいい。

(これからの都市のあり方について)

- ・ 高度成長時代の人口を吸収するために開発した郊外型の都市について、成功と失敗のケーススタディーが必要。

テーマとして視野に入れなければならないのは、次世代の産業構造、リニアや圏央道などの次世代交通インフラ。こういったものが郊外の住環境をどう変えていくのか。さらに、災害対応、東日本大震災の教訓をどう取り込んでいくか。企業城下町や郊外型都市をどういう方向に持って行くのか、成功モデルを構想していく必要。

(地域の価値を再発見する仕組みの必要性について)

- ・ 局地的な、小さな話にはなるが、鉄道は地域を変えていく力がある。JR九州のななつ星は、決して高級なマーケットを狙っている訳ではなく、地元の誇りの発見のきっかけになっており、料理人が自分の料理の価値を再認識し、地元の食材を使用することで農家のレベルがまた上がっていくと。たった1つの列車が通ることによって、各地が、今まで閉じていた花が開いていくような、そういうことを実感している。そういう仕組みを考えていく必要がある。

(若い世代のローカル志向について)

- ・ 若い世代のローカル志向に関して、例えば、ゼミのほとんどの学生が農村部でさまざまなインターンや仕事を見つけ、夏休みに大学にいないという状況が、ここ数年間常態化している。こういった動きが、おそらく人口移動にまでつながってきているというふ

うににらんでおり、今、里山資本主義で話題の中国山地は、移住ラッシュという言葉は少し強過ぎるが、そういう傾向が見られ始めている。当然自然減が続いており、人口としてはまだ増えていないが、社会増、入ってくる方々が増えているという状況になり始めている。こういった状況の中、中国地方では空き家がないという悲鳴が出てきており、こういう傾向が向こう10年定着化するかどうかというのが、おそらく50年後を考えた国土のグランドデザインの一番大きな論点の1つだろうというふうに思っている。欧米で言われているカウンター・アーバンゼーション、逆都市化という動きにつながっていくのか、そういう潮目と理解していいのかどうか、ここはぜひ議論したい。

- 地方への人口移動は、決して、例えば3・11の後の比較的短期的な反応とかいうことではなく、非常に構造的な変化だと思っている。成長の時代というのは時間軸に沿っていろいろな地域が序列化された。東京が進んでいて、田舎は遅れているとか、アメリカは進んでいて、アジアは遅れているなど。それが成長の時代から成熟、定常化すると、時間軸によって社会が進歩してくという構図が背景に退き、それぞれの地域ごとの空間的な多様性やそれぞれの地域が持っている伝統や文化、歴史性など地域固有の特性に人々の関心が向かうようになった。成長の時代は東京を中心に求心力が強く、浮揚力が働き、そこに人の流れが向かっていくが、そうではない、逆の流れが人口減少社会で起こっていくのではないか。そういう視点を踏まえた上で、2050年のビジョンを考える必要があり、同時にそういった中で、本当に地域で経済が回るのか、そういった点を構想していくということが非常に大きな課題になっていくのではないか。

(高付加価値のマニファクチャリングを呼び戻すための拠点の必要性について)

- 産業の空洞化は進んでおり、もう一度、宇宙航空産業を含め高付加価値型のマニファクチャリングを日本国内へ呼び戻す必要がある。イノベーションを喚起するためには、硬直的に垂直統合された企業だけではなかなかうまくいかず、大学のような横断的・中間的な組織が横つなぎ機能を担わねばならない。今の国土のグランドデザインの中にも、そういった横つなぎ拠点をつくる必要がある。

以上