

「地銀シンクタンク」のネットワークの構築と「地方創生」

The construction of the network of “the local bank think tank” for “regional innovation”

黒田秀雄

(一般財団法人 日本総合研究所)

1. はじめに

日本には、各県ごとに地方銀行があり、地域に存在する企業への経済を活性化する上での血液循環（お金の流れ）を果たす大きな役割を担っている。そしてその地方銀行（以下、「地銀」と略する。）のガイド役（水先案内人）としての「地銀シンクタンク」が存在することはあまり知られていない。

サラリーマン時代に、私が勤務した東北地方には、青森県には「青森銀行」が、岩手県には「岩手銀行」という地域経済を支える主力の地方銀行があった。当時、私は私が所属する会社の出先の支店と支社の営業推進を考える立場であり、地方銀行の作成する地域経済の現状分析が書かれた「〇〇月報」を地銀よりいただき、地域経済の研究材料として有効活用していた。

「地銀シンクタンク」は、その地方・地方の経済の現状分析や将来の見通しを、母体行である地銀や地銀の取引先のために実施・発信している部署であり、私としては「〇〇月報」からその存在を知ることが出来たわけである。

ちなみに私の所属する会社は、損害保険業であったため「積み立て型の保険」の目標づくりには、担当地域の経済環境を知ることが必要であった。その中では、各地銀の作成される「〇〇月報」による地域経済の分析指標は、大変有効な材料の一つであった。特に、私の勤務する本社とのやり取りをする時や、自分の担当する出先を説得する上では、貴重な材料であったと言えるのである。

「地銀シンクタンク」とのやり取りは、サラリーマンを卒業後に私が大学の教員となり、鳥取県の日野町（人口3,000人）の「日野町魅力化プロジェクト」（地方創生）を大学生とともに実践してから再び、復活したのであった。

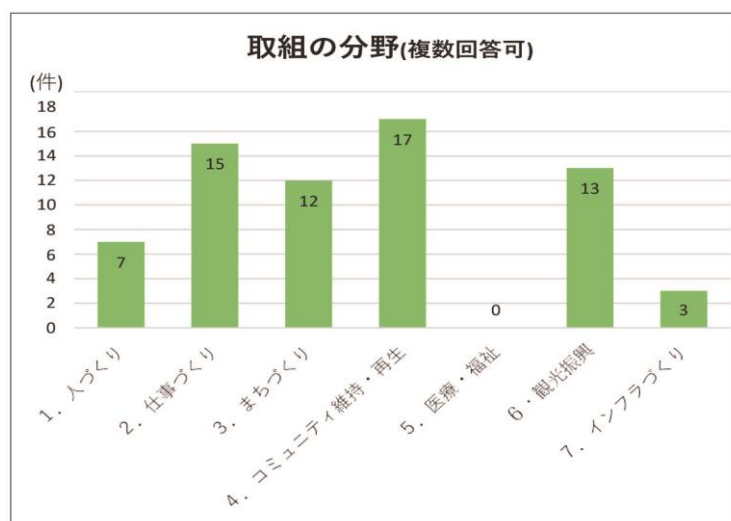
ちなみに、全国には、「地銀シンクタンク」が57（地方シンクタンク協議会調べ）存在し、私は、その中で、現在45の「地銀シンクタンク」と情報交換をさせていただいている。

2. 「地銀シンクタンク」の推薦する「地方創生」とは

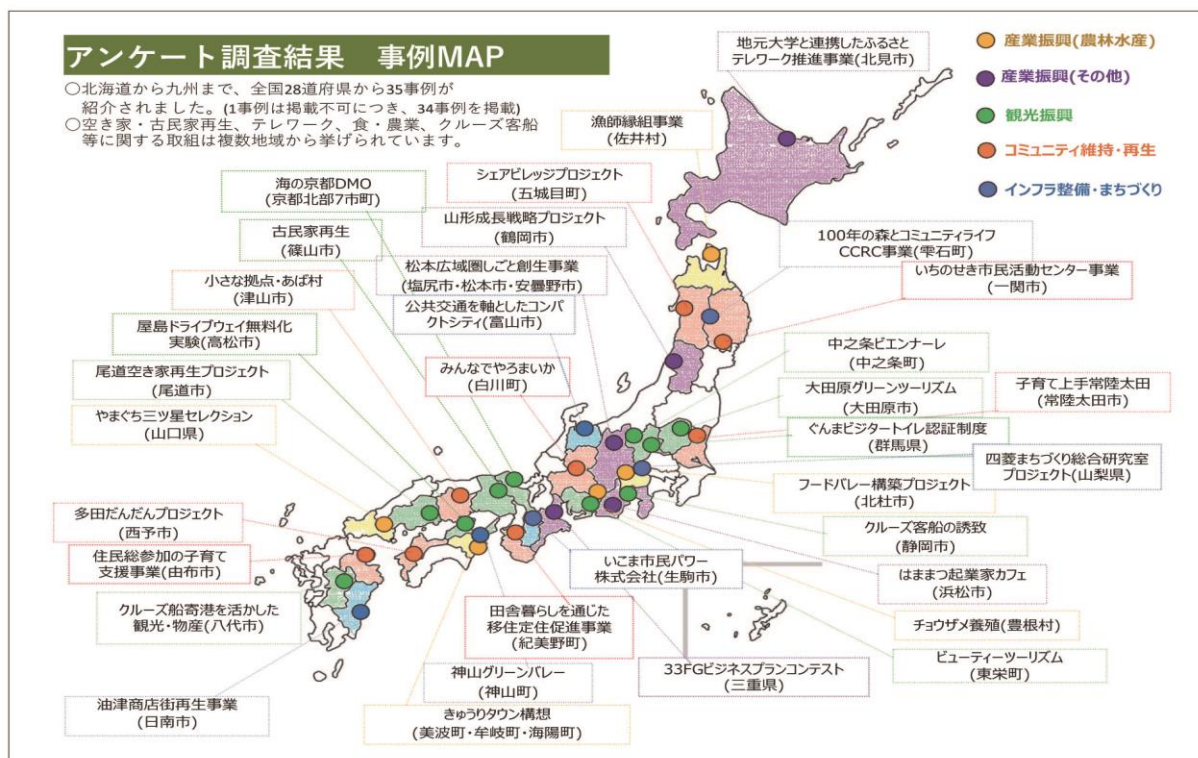
上記で述べたように、地方銀行（地銀）は、その地銀が存在する地方の経済の循環を推進する大きな役割を担っている。その地銀を、サポートする「地銀シンクタンク」は、民間のシンクタンクとして厳しい選球眼をもっていると思い、私は、大学の教員時代に、各地の「地銀シンクタンク」へアンケート調査を行った。アンケートの内容としては、各「地銀シンクタンク」が存在する地域において特徴的な「地方創生・地域活性化・地域魅力化」の事例を推薦してもらうことを目的とした内容であった。

アンケートは、45社に郵送し、34社から回答をいただいた。（回答率34÷45＝75.6%）

取り組み分野の回答状況は、1. 人づくり、2. 仕事づくり、3. まちづくり、4. コミュニティ維持・再生、5. 医療・福祉、6. 観光振興、7. インフラづくりの7分野に分けて分類すると、右記の棒グラフのようになったのである。（回答は、複数回答可能とした。）



さらに、各地の「地銀シンクタンク」からの回答を、日本地図に落とし込むと下記のような地図が完成したのである。



3. 「地銀シンクタンク」へアンケート集計内容をフィードバック、再アンケートを実施

全国各地の「地銀シンクタンク」（アンケート回答者・未回答者を含む）へは、アンケートの内容を報告書としてまとめたものを送付した。同時に、報告書の内容についてのアンケートを再度実施し、「地銀シンクタンク」の特に興味を示した内容をランキングしてみたところ、そのランキングの結果のベスト5は、次のようになった。

（人気のランキング・ベスト5）

- (1) 尾道空き家再生プロジェクト（尾道市）
- (2) 山形成長戦略プロジェクト（鶴岡市）
- (3) やまぐち三ツ星セレクション（山口県）
- (4) 公共交通を軸としたコンパクトシティ（富山市）
- (5) 神山グリーンパレー（神山町）

日本総合研究所は、「地方創生」ランキングの上位1位から3位まで現地の事態を調べるために出張調査した。同時に、ご報告をいただいた「地銀シンクタンク」と母体行を訪問し、さらに一層のコミュニケーションを深めることが出来た。

今回は、紙面の関係もあり、「地方創生」ランキング1位の「尾道空き家再生プロジェクト」とランキング3位の「やまぐち三ツ星セレクション」の2つを具体例として取り上げることにする。

4. 具体的事例

(1) 尾道空き家再生プロジェクトについて

空き家の問題は、全国的に発生している問題で、過疎化する地方では、避けられない問題の一つである。「尾道空き家再生プロジェクト」は、全国の地方の抱える課題（人口減少、空き家の増加、雇用の創出）に正面から向き合い、確実な成果をあげていること。NPO法人が、実施主体となり、移住者増につながっているほか、移住者の雇用創出にも貢献している点がある。

(尾道の概要) 尾道市は、広島県と岡山県に囲まれた海沿いの場所で、南側は海、北側は山に囲まれ、「坂の街」と呼ばれ、人口約13万人の街である。また、林芙美子や志賀直哉などが居住して作品を執筆したことから「文学の街」とも呼ばれている。最近では、小津安二郎や大林宜彦が、尾道で映画を撮影し、「映画の街」とも呼ばれている。尾道市は、このように瀬戸内海に面した風光明媚な場所である。このプロジェクトが始まる前、2007年当時には、尾道駅の周りの市街地に500軒の空き家があったと言われている。

(プロジェクトの中心人物・豊田さんの活動状況) このプロジェクトの主体は、豊田さんが設立したNPO法人(2008年7月)で会員は約200名、現在その中で約100名が尾道の空き家に居住している。設立者の豊田さんは、尾道の出身者で高校まで尾道に暮らした。大学や働く場所は、尾道ではなかったが、30歳ごろに尾道に戻る。豊田さんが、尾道で居住スペースの空き家探しを始めた時点からこのプロジェクトの始まりが開始された。

豊田さんは、6年ほど物件(空き家)を探したが、不動産には空き家が扱われていないことが判明。自分の足で回り始めて、近所の方やお寺さんに声をかけ、このような動きが豊田さんのネットワーク作りに繋がっていった。豊田さんが尾道で活動を始めた同時期に、同世代の人が尾道で空き家を使い雑貨屋やレトロカフェを開きだした。豊田さんは、1933年に建築された後に尾道の「ガウディハウス」と言われる空き家を購入することができた。豊田さんは、同時期にブログで、尾道の空き家再生や空き家問題を発信すると問い合わせが100件あり、中には尾道にやってくる人もいた。その後、「空き家バンク」を行政とNPO法人は、協議運営するようになっていった。活動結果としては、NPO法人が空き家再生プロジェクトに手を付けてから、10年で100軒が再生・成約した。

(このプロジェクトの持続可能要因)

①尾道の旧市街の街に魅力を感じる仲間を「空き家再生」をきっかけにしながら増やしていった。「仲間(会員)」の多さがこのプロジェクトの持続性の要因の一つである。

②代表の豊田さんの尾道への想いの強さと困ったときに助けを求める「助けられる力」「発信力」も奏功している。街並みを残したいという想いから、空き家を地域資源として見つめ直し、その地域資源を磨いていくために行動し仲間をじわじわと集めていった。さらにその輪にインターネットを媒体とすることで、地域の仲間だけでなく地域外の若者・よそものにも広がった。

③豊田さんの活動が核となっていることは確かだが、一人のキーパーソンだけで成立しているのではなく「尾道空き家再生プロジェクト」というチームが存在することが、この取り組みの強さと言える。地域内外の多彩なメンバーが集まるチームは、常に外からの空気を取り入れながらも生活者視点を大切に活動を進めている点である。

3. 地銀・地域シンクタンクとのネットワーク_地方創生先進事例 Japan Research Institute

① 尾道空き家再生プロジェクト

NPO法人尾道空き家再生プロジェクト

2007年 通称「尾道ガウディハウス」着工
2008年 NPO法人設立
空き家の再生事業を通じて、
古い町並みの保存と次世代のコミュニティを確立

古くからの港町として栄えた尾道市旧市街地の500を超える空き家問題(←少子高齢化)

空き家●●?
空き家×建築
空き家×環境
空き家×コミュニティ

空き家×観光
空き家×アート

尾道空き家再生プロジェクトの特徴

- ・主な事業は空き家再生・活用、空き家バンク、ゲストハウス(あなごのねどこ補助金に頼らない法人運営)
- ・空き家バンクは行政からの委託事業、月50件の問合せ
- ・空き家再生はセルフ・リノベーション(約200人のメンバーがボランティア活動)
- ・[町の特徴=資源]
「生活者の視点・不便さを伝える」
「発信と巻き込み」

(2) やまぐち三ツ星セレクションと「地域商社やまぐち」について

ランキング3位の「やまぐち三ツ星セレクション」は、県内の地域商社に関与していることもあり銀行の関わり方やブランディングの進め方、マーケティングなども大変参考にもなる。母体行でも農業生産法人を立ち上げ、同分野への取り組みを強化していることから関心が高く、そして地域商社という形態についても参考になる点が多いのである。

世の中には、各地地方に特産品があるが、売れる特産品もあれば、全く日の目を見ない特産品もある。そんな現状にも関わらず、毎年毎年、特産品の新商品開発がされ、市場に出回るのである。何と無駄な努力であろうかと、思われる方もいるだろう。

やまぐち三ツ星セレクションを扱う「地域商社やまぐち」は、民間資本のみの地域商社で、売れない特産品の商品は扱わないし、市場でどのようにしたら売れるかを試行錯誤している。例えば、商品のパッケージが市場に合わない場合は、地元のデザイナーに新しくデザインさせ、市場に出す工夫をする。民間企業であれば当たり前のことを、行政の資本が入った「地域商社」では、そこまでの工夫をしない。なぜなら商品を提供してくれた地域の企業への無用な気遣いをするためである。その結果は先ほどの記述した特産品の例と同じことになり、市場では、売れない結果になる。

「地域商社やまぐち」は地域資源である特産品のブランド力を最大限に高め、商品開発・生産から市場・販路開拓、販売までの役割をトータルに担いつつ、「地産外商」により地域外から経済的恩恵をもたらす存在である。つまり「地域商社やまぐち」は、銀行系として比較的早い時期に設立された先駆的な組織である。特に、地方銀行では、地域創成に向けて金融支援以外の手法による地域貢献施策を展開しているが、銀行が主導的に地域商社の設立と運営に関与することが、将来の地域経済の底上げにつながる可能性を大いに秘めているという事が出来るのである。このような点が、他の地域にある「地域商社」との違いであり、全国的に注目を浴びているのである。

3. 地銀・地域シンクタンクとのネットワーク_地方創生先進事例 Japan Research Institute

② やまぐち三ツ星セレクション (地域商社やまぐち/山口銀行)

地域商社やまぐち株式会社

2015年、山口県と山口銀行の間で、地域商社の構想が練られる
2017年 地域商社やまぐち設立
地域を感じる逸品 (=やまぐち三ツ星セレクション) を届け、地域の発展に貢献する
“生産者とともに地域を元気に”

県：県産品をどうすればもっと売り込めるか
銀行：金融支援以外で地元産業の活性化を図れないか



◀地域商社やまぐちの特徴▶

- ・銀行系の地域商社のハシ的存在 (地域商社やまぐちの評倉社長は、山口銀行出身)
- ・民間出資100% (山口銀行14.9%、ベンチャーファンド65.9%、県内民間企業6社19.2%)
- ・審査会による厳正な商品選定、商品認定
- ・これまではプロモーション、販路開拓、PB開発に注力、今後は大都市圏・海外への販路拡大、取扱商品の拡大、情報発信

5. おわりに

日本総合研究所は、「地域シンクタンク」とのネットワークを構築して早3年を経過している。日本総合研究所と「地域シンクタンク」との大きな差は、地方創生に関しては、3年前からフィールドを自ら持って活動している点である。鳥取県の日野町での「日野町魅力化プロジェクト」、そして山梨県の市川三郷町での「市川三郷町魅力化プロジェクト」を、都会の大学生と共に、実践している点である。

特に、鳥取県の「日野町魅力化プロジェクト」では、町に対して大学生たちが、10の提案をした。その中で、町が取り上げ、実践していただいた提案が5つある。現在も継続している提案内容もあり、提案をした大学生にとっては、大変な財産となっている。

「地域シンクタンク」は、母体行の存在する道府県の地域に対する調査研究は優れているが、他県の状況は、情報が入らないために理解できない。ベンチマークしたくても材料がないためである。今回取り上げた「空き家対策」・「地域商社」などがその典型の例である。

日本総合研究所としては、「地域シンクタンク」に対しては、今後も情報公開を進めるとともに、各地の「地方創生」が推進するための材料を調査研究して提供していきたいと考えている。また、このことは「地域シンクタンク」からの強い要望事項の一つである。今後とも「地域シンクタンク」とは良好な関係を持ちつつ「地方創生」推進していきたいと考えている。(終)

【参考文献】

- 1、一般財団法人日本総合研究所、2019年1月、地域シンクタンク向け「地方創生・地域活性化・地域魅力化」に関するアンケート調査結果レポート (概要版)
- 2、一般財団法人日本総合研究所、2019年11月、日本総合研究所の地方創生に向けた取組：今後の構想と各種ネットワークング