関係者ヒアリング中間報告（アルパック分析）

資料５

１．高松の特徴

（１）まちなか・郊外ともに豊かで住みやすい／危機感がない

o 市民は五反百姓だが貯蓄率が高い。極端な富豪や貧乏人はいない。
o 気候が温暖で災害もなく、住みやすい（人口あたり災害予算が全国でも少ない）。水がないという先入観もあるが、水不足になったのは 11 年前だけ。
o 有効求人倍率が高く、都市機能も集積している。まちなかには三越と天満屋を中心に商店街が発達し、郊外型スーパーもできたことで、何でも買える雰囲気がある。
o 家賃も安く、８万円あれば 3LDK に住むことができる。顔が見えるコミュニティも残っている。
o 郊外にイオンはあるが、高齢者が気軽に行ける商店がない。
o ロケーションが魅力であり、耕作放棄地で農業もできる。
o 現状は危機感がなく、「中ぐらいの幸せ（うどんくらいがちょうど良い環境）」で良いと思っている。駄目なところを見ようとしない。

（２）支店経済が発達／強い本土志向／四国の連携なし

o 歴史的に交通の要所として栄え、支店経済文化が発達。特に四国電力本社が立地したことで、多くの支店が置かれるようになった。
o 転勤族が多く、また進学や就職に係る本土志向が強い（１回は県外へ出ている）。
o 外から来た人に対して排他的ではないが、おんぶにだっこになることもある。
o 坂出市や丸亀市から高松市への通勤が増加している。
o 26～36 歳を中心に、大学進学、転勤族１年目、出産・育児に係る里帰りなど、人口動態の変動が大きい。その後、再び県外へ戻るため、一番まちを楽しむ世代が高松に根付かない。
o 四国４県は真ん中に山があり、連携しづらい。かつては交通に時間がかかり、また各県は海に面しているため、船のほうが移動も早く、荷物を大量に送ることができた。

（３）適度に豊富な資源／厚みのある文化土壌

o 島と瀬戸内海は魅力的な資源である。
o 生島には野球グラウンドがある。下笠居地区では若宮神社の昔ながらの御神楽が続いている。丸亀町商店街では様々なイベントが開催されている。
o 江戸時代から続いている保多織がある。
o 江戸時代以降の文化的な暮らしの蓄積がある。特に連絡船が通っていた頃から拠点性が高まり、文化的な厚みが増した。
o 東京より高松のほうが、アンテナをうまく張れば面白いものに出会いやすい。東京は人や資源が多すぎて、むしろ近視眼的になってしまう。
o まちの規模は小さいが、「腐葉土」が深く、種を蒔くと芽が出る（育つかどうかは不明）が、腐葉土の深さが見える化されていない。

（４）ミーハーで流行に敏感／「せらう」土壌

o 商売人が多く、ミーハーで変わったことがしたい。しかし、飛び出さない。先駆けになって恥をかきたくない。
o 「せらう」（変革を嫌う）。
o 高松は「横を見る」（計算するか、知っている人のところへ行く）が、庵治は「まず作ってみる」（子ども時代から一緒で恥をかかない、職人としては「できない」と言うほうが恥である）。現場に出て学ぶことは多い。
o 「上を倒して、俺がやる」という文化はない。

２．経済の現状

（１）支店経済の縮小／行政機関は未だ集積／ネットワークの蓄積

o 瀬戸大橋開通以前から、高松経済の下降は想定されていた。支店数は減少し、従業員も 1/5 に減少した。大阪や広島へシフトしている。
o 行政の出先機関は未だ集積している。
o 行政や企業のトップが集まるネットワーク（笑狸会）がある。

（２）貯蓄や収入が少ない若者／定まらない幸福論

o 高松市の経済を支えているのは上の世代。20～40 代は上の世代と貯蓄率が異なる（貯蓄していない）。
o 人口減少や高齢化により、日本は貧乏になる中で、幸せに生きていかなければならない。今の若い人はお金がなく、それでも暮らせる幸福とは何か。給料が下がる中では、生活費を抑えることも大事である。一方で子育てをするには現金収入が必要である。
o 苦しんでいる若者もいるが、取り組んでほしい政策等を要求しない。
o 本当にその道で頑張りたい若者は高松を出る。一方で生活のしやすさから、高松で制作活動等を行う若者も増えている。

（３）共感に投資する傾向／情報過多で本当に共感かは不明

o 生活を楽しめるものや、好きなものにはお金を使う。
o 趣味は高じている。その際、バージョンアップする過程が大事だが、今は雑誌やインターネットで「買おうと思えば買えてしまう」ため、自分に合っているかどうか分からない。

（４）【農業】担い手不足／耕作放棄地と空き家が増加

o 農業の担い手がいない。農家の平均年齢は 70 代であり、80 代以上の人が農業を支えている。5 年先は不明である。
o 農地や果樹園は荒れる一方で、手入れより荒れるペースが早い。但し、急傾斜地など農業に適していないところは山林に返すべき。
o 空き家は増加するものの、子どもにとってはお荷物で、活用も進まない。
o 野菜摂取量は全国ワースト１位だが、家庭菜園野菜が統計処理されていないことが問題である。

（５）【観光】観光客が激減／観光地としての魅力の低下

o 観光客数が最大 250 万人の 1/6 まで減少している。
o 都道府県別宿泊者数は四国全体が低迷し、観光消費額も低迷している。日帰り客は宿泊客の 1/4 しかお金を落とさない。
o 近畿圏から近いこと（徳島と香川は阪神圏の入り口）、道後温泉など他県との競争が激しいこと、高松が観光地として見られていないことを理由に、今は高松に来る必要がない。わざわざ高松に来てもらう必要がある。

（６）【庵治石】海外競争の激化／他業種への参入は困難

o 420 年続いており、墓石（最高級品）を中心に成長したが、今は中国から安い商品が入ってくるため、技術を持った職人がご飯を食べられない状態である。
o インテリア業界への参入を試みているが、購入層が限られ、また高級インテリアは世界ブランドが競合であり、困難である。

（７）【讃岐かがり手まり】質の高い作品を多様な手段で伝承

o 讃岐かがり手まりは口伝されていたものを体系化し、作り手講座やカルチャースクールを通じて伝承している。
o 手まりは玩具だが、用の美ではない。しかし、手仕事であり、暖かく、飾ったり贈ったりと、人と人の間にあることに意味がある。
o 現状は需要に供給が追いついていないが、質の高い商品を作ることのほうが大事。海外からも話はあるが、そのレベルには達していないと判断。

（８）【音楽】全国トップクラスの音楽県

o 香川は音楽県であり、声楽とフルートは全国トップクラスである。東京から香川へ帰ってきている人も多い。

（９）【スポーツ】プロチームは多いが、いずれも財政難

o 野球、サッカー、バスケットボール、アイスホッケーとプロスポーツチームが多い。昨年まではバレーボールがあったが、失敗した。いずれも財政難だが、１つできると２つ、３つとできてしまい、１つに集中できない。プロと言いながら、皆働いている。

３．最近の施策・事業の評価

（１）再開発事業（丸亀町商店街・サンポート高松・北浜アリー）は危機感の結果／効果は不明

o 丸亀町商店街は人通りは多いが、入店しているか疑問である。しかし、自転車しか通過しなくなったことで危機感を持ち、必死で考え抜いた結果である。
o 高松築港駅と JR を立体交差で結び、つなげる動きもあったが、財政難でやめた。
o 北浜アリーは、昔は海沿いは近づいてはいけない場所だったが、行きたくなる場所になった。しかし、集客効果によって店主が売上にこだわるようになっている。
o 不良少年が行く場所がなくなってしまった。

（２）瀬戸内国際芸術祭は対外的に集客に成功／島や瀬戸内海のブランド化／市内経済効果は体感できず

o 対外的には成功した。新しいことをすれば、人は来ることが証明された。また、香川県の印象としてうどんと共に定着。
o 陸部の宿泊客数に影響はなく、既存観光客数は寧ろ低下した。従来とは異なる客層が瀬戸内国際芸術祭に来た。経済効果が見えない。
o 市内の人が島や瀬戸内海に目を向けるきっかけになった。20 年前までは海を舟で渡ることは普通だったが、改めて海を舟で渡ることを再発見する機会になった。
o 市内外の作家間の交流がない。市内の作家の活用も少なかった。

（３）コンパクト・エコシティを目指して地域で活発な議論／全市的な視点や取組が減少

o 理念は良いが、合併した旧町の扱いはどうしていくのか。
o 小学校区単位でコミュニティ協議会があり、地域課題について議論している。
o コミュニティ・ビジネスの検討をしている。
o コミュニティに係る事業にお金が落ちる傾向があるため、各団体も全市的な取組より、コミュニティベースの取組を重視している。

（４）魅力的なイベントや団体が多数存在／小さな勢力が多く、連携なし

o サンポートホール高松をつくる際に NPO 法人アーツカウンシル高松を発足させたが、高松市文化協会との間に軋轢が生まれ、ホールは高松市文化芸術財団が運営することになった。高松市市民文化祭アーツフェスタたかまつは、斬新な審査方法を取り入れるなど、面白い試みをしていたが、行政方針の変更などもあり、当初とは異なる内容である。

（５）四国経済産業局の取組で四国連携が強化

o 「四国らしさってなんだろう？ノート」の制作や「しこく編集学校」の開講などを通して、四国内のキーマン同士がつながった。

（６）グリーン・ツーリズムの全市的な取組がスタート

o 香川県はグリーン・ツーリズムが遅れている。体験メニュー以外にも、リスク管理などのノウハウが必要だが、情報不足である。
o 高松市グリーン・ツーリズム協議会は市主導で設立された。現在は体験施設同士の連携を模索している。
o 最近は自己実現を目的としたツーリズムが流行している。ボランティアをすることで社会貢献ができる内容だ。

（７）庵治石を活用した新商品開発やイベントを実施

o 庵治石に係る映画を撮影し、関連プロモーションビデオを 14 本制作した。地元ケーブルテレビでの放映を検討している。
o 庵治魂（あじだま）を制作した。面白い動きと、持った時の良い感触が売りである。
o 庵治石ブランドの発信と、切削技術の PR を目的として、AZIS を展開している。若い人が後を継ぎたくなるような突拍子のない取組をしている。
o むれ源平石あかりロードは集客に成功しているが、まわりにお金を落とすところがない。

（８）海外への志向が強まる盆栽

o 2006 年に日本青年会議所のアジア太平洋地域会議、また 2011 年にアジア太平洋盆栽水石大会がどちらも高松で開催された。国際会議を高松で開催するのは良いことである。
o 海外で盆栽の手入れをするワークショップを開催している。

（９）市内一等地にある四番丁スクエアの活用不足

o 市民活動センターは人手不足であり、ボランティア色が強い。
o 市内一等地であり、活用方策を検討すべきだ（マルシェ・テント村・インスタレーション会場など）。

（10）子育て環境は充実／市民の認知度は低迷

o 子育て環境は充実しており、待機児童数はゼロである。
o 芸術士の活動は、市民の認知度が低い。

４．課題

（１）高松ならではの地の利・鉱脈の(再)発見・利活用・発信

o 栗林公園や屋島の情報発信が不足している。かつて修学旅行で観光したシニア層を掘り起こす仕掛けが必要である。
o 屋島や栗林公園はイメージを使い回している。書き換えできる高松ならではの鉱脈を発見する。
o 栗林公園や屋島は「共感」することがあれば行くはずだ。今の屋島は共感できない。例えば舟を使わないと渡れないような不便さがあると良い。
o 讃岐松平家の三大事業（栗林公園・玉藻公園・法然寺五重塔）を活用する。まずは公園から庭園（Park から Garden）への変更など、イメージを替えていく。
o うどんは生活に根付いたものだったが、「うどん県」と編集しただけで大きな宣伝効果が出た。
o 地域に応じたマーケティングを徹底する。
o 塩江町をはじめ、自然を活用できていない。

（２）まちなかと島の連携・交流

o マルセイユのように街中を港町にする。女木島や男木島から通勤できるように、本場の船着場を整備し、駐車場と同じ料金で船を置けるようにする（女木島や男木島へ 15 分、小豆島や豊島は 30～40 分）。女木島や男木島の定住人口を増やす。

（３）市内の地域性を活かした施策・事業の実施／地域内の連携

o 中央商店街を広く取りすぎている。Ａ～Ｇ街区までの商店街と、田町商店街では性格が異なるため、商業振興の施策を変えるべき。田町商店街は地元客向けに何ができるか検討する。
o 自転車を活用する。
o 琴電に乗る人が少ない。

（４）活動団体・県市・四国４県の連携強化／一体的な取組の実施

o 各事業の横連携が必要である。
o 四国４県の連携による域内宿泊観光の拡大が大事。
o 香川県と高松市の一体化も課題だが、一向に進まない。

（５）東京や世界など外部との連携強化／外部への発信強化／集客強化

o 創造都市にするためには、外部からの刺激が必要。今も東京の作家とアーティスト・イン・レジデンス形式で作品を作っており、成果が出ている。但し、外部から仕掛けても壮大に成功するか、壮大に失敗するか。
o エディンバラ国際映画祭のように、外部に開いたイベントも大事。良い作品は外に出ていく仕組みが大切である。
o 東京と香川では、新しい物が出来上がった時の反応が異なる。東京は新しい物を認めてくれるため、もっと新しい物を作ろうという思いになる。
o 台湾から高松空港への定期路線就航を活用し、既に５～６回訪日している台湾人をターゲットした取組を行う。

（６）一元的な情報管理／受け手のニーズに応えるリアルな情報の発信

o 海外に向けた情報発信が大切である。インターネットでは手に入らない、ヨソ者による体験や、リアルな生活を垣間見える情報が大事である。
o 市内の単発イベントの情報発信を市が集約する。
o マネジメントと情報拡散方法が課題である。
o 昨今は Facebook で情報が来る（市長や商店街の情報など）。

（７）市内外まで含めた異業種連携による新商品開発／既存産業からの脱却

o 全国各地の第一人者と連携した商品開発を行う。上下関係で連携するのではなく、波長が合うか、楽しめるかどうかが大事である。
o 卸業もプライベートブランドを持つことが必要になる。企業と創造性のあるデザイナーが連携する。
o 産業創出・雇用創出は企業責任だが、今とは違う、儲ける方法を考える必要がある。
o 既存産業から脱却できるか。

（８）中小企業の本社機能の定着・誘致と法制度の改善

o 企画やデザインなどの本社機能を高松に残せるようにする。自動で収入になる固定資産税と住民税で歳入を組み立てるべき。事業所税は従業員１人に対してかけるのはおかしい。
o 創造都市では大企業ではなく、中小企業が個性もあり、大事になる。

（９）集客力のある複合的なイベントの開催・継続

o 観光客を呼び込む大きなイベント開催が必要である。サン・セバスティアンは国際映画祭と国際音楽祭を開催している。
o 小さなイベントを複数実施するより、大きなイベントに１回参加するほうが良い。
o 瀬戸内国際芸術祭では、まちなかで都市型イベントを開催してもらいたい。
o 何かのイベントに行けば、他にもあれができる、これができるという状態にする。総合的・複合的にする。
o 何かの枠で括らないようにする。また、１回きりのイベントではなく、継続する。

(10) まちなかへのスポーツ施設の(再)整備による集客力の向上

o 高松中央公園に中央球場を復活させる。また、サンポート高松の北側に球技場を整備することで、まちなかでスポーツを楽しめる。そこに人が集まるようになる。

(11) 新規就農者の受入／複合的施設の整備を通じた高松らしい農業の振興

o ３～４年前から地域内外や男女を問わず、新規就農者の受入れを開始している。パソコンを使えたり、企画プロデュースができるなど、従来とは異なる概念で農業をする人を受け入れる。
o 耕作放棄地をなくすため、法人を設立し、新規就農者とマッチングする。
o 道の駅を開設し、体験農園や市民農園を併設するとともに、独居老人への配食サービスや、加工品（ジャム・藻塩など）製造を目指していく。はじめの一歩として、朝市を開始している。
o 高松らしい農家民宿や着地型観光を目指す。但し、原価計算等の基本的な知識をしっかりと身に付ける必要がある。

(12) 食を重視した取組の強化（食育／グリーン・ツーリズム）

o 学校給食の地産地消化と食育の取組が必要である。今はロット及び単価が合わない。
o 食を重視したグリーン・ツーリズムを目指す。高松は消費者と生産者が自転車で行ける距離である。対象は本土の人や転勤族が良い。

(13) 歩きたくなるまちづくり

o 市民一人ひとりがスポーツできる環境づくりが大切であり、その第一歩は「歩くこと」である。道路に印をつけたり、ベンチや自動販売機を設置して休憩ができるようにする。

(14) クリエイティブ人材の確保・育成／クリエイティブなマネージャーの確保・育成

o クリエイティブ人材が日常的にいるまちは良い。しかし、大半が兼業アーティストであり、特に 40 代以下はご飯を食べていく方法がない（芸術士が１つの突破口になれば良い）。
o 人材の底上げが必要である。人材育成講座やコーディネーター育成講座などを実施する。
o 東日本大震災の被災者を受け入れている。移住者はクリエイティブな人が多い。
o レベルの高い人材は多いが、まわりが評価できていない。また本人も生きていけてしまうため、活かされない。
o 全体的に作り手がいない。管理する人が多く、その手法に問題がある（財団などは市の OB がトップ）。但し、アートマネジメントは内容の幅も広く、何を学べば良いか分からない。また、マネジメントを行政が行うのは難しい。管理から生み出す方向へ変化が必要だ。

(15) 創造都市に向けたノウハウのオープン化／専門化の育成

o まちづくりの専門家がいない。
o ノウハウやメソッドのオープンソース化を目指す。他都市を視察するとともに、地の利の研究を行う。
o 次のステップに進むために必要な取組が分かる仕組みが欲しい。
o 全国展開のプランを立てることができる人材が大事である。

(16) 幼少期の創造性を育成する多様な人材との交流／寛容な環境づくり

o 子どもの頃から、どんな人が周りにいるかが大事である。人種や個性などに偏見を持たず、何事も受け入れる姿勢が大事だ。
o 平均の人ばかりで社会を作るのではなく、面白い人も大事。但し、田舎では能力のある人が踏み潰されるところがある。

(17) 空き家や廃校を活用したたまり場 兼 実験室の確保・整備

o たまり場と実験室がない。気軽にトライアンドエラーができる楽しい場所が必要である。
o まちなかには空き家が多く、どう活用するかが課題。空き家バンクを設立する動きがある。
o （文化芸術系の）練習場所の確保が深刻である。特に秋は稼働率が高い。
o まちなかの小学校が閉校になっている。体育館や理科室、家庭科室などが整備されており、使い勝手も良い。創造都市推進局も職員室に入り、情報発信の拠点となるべきだ。高松の人がいつでも遊びに来れるようにする。
o パーティーをするだけの交流は必要ない。切磋琢磨するような深いところで交流できることが大事であり、ただの異業種交流は必要ない。

(18) スポーツ・文化・芸術を資金面で応援する仕組みづくり

o プロスポーツチームは観客数が少なく、増やすためには有名人を連れてくる必要があり、資金力が必要だ。スポンサーとして大企業にお願いするか、市民一人ひとりがお金を拠出したくなる、イニシアチブを持った人が大事。

５．審議会

（１）審議会形式は意見を出し難い

o 審議会方式では、良い発言ができない。本音を話せていない。第１回だけではお互いの腹の中が分からないため、意見を言い難い。

（２）手続きや順序を明確に

o 審議会の手続きや順番は大事。審議会の目的、市長の思い、市の具体的な施策案を提案してから、委員に協力を要請すべき。委員長の就任や、コンサルタントの選定理由も明らかにすべきだ。

（３）市が力を入れたい施策が不明

o 市長や、新しく設置された創造都市推進局が何に力を入れたいのか分からない。

（４）各論の具体的な内容が不明

o「創造都市」の名前に押し潰されている。総論は良いが、各論に落とした時に具体的な内容が見えない。

（５）小委員会制で動ける組織に

o 審議会の下に小委員会を設置し、小さなグループワークから始め、動き出す。

６．行政

（１）リーダーシップが大事

o リーダーである市長の方向性が大事である（金沢のように）。

（２）財政を考慮した施策の実施

o バランスシートの考え方を持つべき。収入と支出があって成り立つ。

（３）丁寧な市民サービスの実施

o おもてなしの教育が必要である。

（４）高松ならではの取組の実施

o 市民の意見を形にしたり、国の施策をそのまま するのではなく、独自の取組も大事である。

（５）中立的な行政の取組が重要

o 市役所は利権がなく、行動もしやすい。中心となって行動すべき。

（６）ムーブメントに向けた取組

o 創造都市の動きを自己満足で終わらせず、ムーブメントにする。

（７）アクティブ副市長の実現

o アクティブ（副）市長として、市長や副市長が行政窓口を担当する。市役所におらず、まちをウロウロして、携帯電話で連絡できるようにする。大学へ出向いたり、ラジオに出演したりする。

（８）トップダウンによる取組

o 行政が「こうするぞ」と言えば動く可能性がある。県民はお上の力を幻想のように信じているところがある。市は本当にやりたいことがあるなら、本気になるべきだ。

（９）市民が自立できる取組

o 市民が自立することが大事だが、１回きりの行政支援では自立できない。

７．高松らしい創造都市の姿

（１）センスの良いまち（NOT 金沢）

o 金沢市とは人口規模は同じだが、文化蓄積の度合が比較できない。
o ヨーロッパの地方都市を目指す。センスの良いまちだ。

（２）交流・集客都市

o 行政機関の集積を活かすべき。
o 美食のまちで有名なサン・セバスティアン（スペイン）は、地の利を活かし、誰を呼ぶかという観光戦略を徹底している。
o 高松の場合、国内の人を呼ぶのは難しい。海外が対象。
o （小売や卸の発展のためには）人が集まることが大事である。
o 自分にはないものを持っている人と生かし合う関係づくりが大事。

（３）経済が循環する都市

o 経済のダイナミズムが必要である。努力した分だけ収入が増える将来にする。
o 農業で飯を食えるようにする。年収 600 万円を目指す。
o 本当の生業で食べていけるようにする。アルバイトをして生業を成り立たせるのは間違い。生業を維持できない。
o 赤字財政後世に残してはいけない。

（４）生きがいのある都市

o 健康維持や生きがいを目的とした農業という考え方もある。
o 社会との接点は様々であり、お金より「働く」事実が大事な人もいれば、仕事や家庭以外に目的が必要な人もいる。社会と関わらず、趣味に没頭することが大事な人もいる。
o 市民の生活を良くすることで、市民が皆、高松は良いところだと認識できるようにする。

（５）寛容な都市

o 寛容なまちを目指すための手段として、アートや石がある。いきなり「アート」と言わない。
o 利権がある人も含めて一致できるストーリーが必要であり、「寛容」は 40 万人の多様な人々を包括できる概念だ。
o ２時間圏内に海や山もあり、農村部と都市部もあり、様々な人が住むことができる。

（６）瀬戸内海と島の活用

o 女木島は過渡期にあり、若い人を呼び込んでいる。ちょっとオシャレな島を目指す。但し、東京資本を入れない仕組みを検討する。

（７）ライフスタイルへの共感

o ライフスタイルに共感した人が、集まって住まう。
o 今のライフスタイルは「少し不便」であることがキーワード。古さと新しさを調和させる。