

# 目 次

第 I 部 地域産業の現状と活性化の方向 .....	1
第 1 章 紀南地域の重点課題と同地域農業の基本方向（橋本卓爾） .....	1
1 紀南地域の重点課題 .....	1
2 紀南地域農業の保全・活性化の基本方向と当面の重点対策 .....	2
2.1 保全・活性化の基本方向 .....	2
2.2 当面の重点対策 .....	3
第 2 章 森林の現状と木材生産・市場の動向（山田良治） .....	5
1 森林の現状 .....	5
2 林業生産の動向 .....	5
3 木材の流れと製材業 .....	6
第 3 章 国土・環境保全型地域開発とエネルギーの地域自給	
— 木質バイオマスのエネルギー利用を中心に —（中村太和） .....	9
1 バイオマス・エネルギー .....	9
1.1 バイオマスのエネルギー利用 .....	9
1.2 欧米の動向 .....	9
1.3 日本の動向 .....	10
2 “エネルギー自給圏”の形成と地域開発 .....	10
2.1 “エネルギー自給圏”の形成 .....	10
2.2 木質バイオマスのエネルギー利用と地域開発 .....	10
おわりに：和歌山への提言 .....	11
第 4 章 紀南地域とグリーン・ツーリズム	
— ダイビングの可能性について —（大澤 健） .....	12
1 和歌山県とダイビング .....	12
2 「グリーン・ツーリズム」としてのダイビング .....	12
3 漁業とダイビング .....	13
4 ダイビングと既存の観光業 .....	15
5 おわりに .....	15
第 5 章 ベンチャー企業育成につながる支援にむけての提案	
：「先輩起業家」による「後輩起業家」育成（吉村典久） .....	17
1 はじめに .....	17
1.1 本研究の概要 .....	17

1.2	紀南地域の経済の現状 .....	17
2	「先輩起業家」による「後輩起業家」への支援実施にむけて ：起業家支援協同組合の活動 .....	17
2.1	設立経緯・概要 .....	18
2.2	活動・実績 .....	18
3	先輩起業家に期待される役割：「知恵」の伝授 .....	19
第Ⅱ部 商店街の現状と活性化の方向 — 田辺市の事例 — .....		20
第6章 商店街活性化と街づくりの課題（大泉英次） .....		20
1	はじめに .....	20
2	商店街各店舗の経営状態と対策 .....	20
2.1	最近5年間の売上高の動向 .....	20
2.2	個別店舗レベルでの対応策 .....	21
2.3	個別店舗の性格づけ .....	21
3	商店街の現状と対策 .....	22
3.1	商店街の現状 .....	22
3.2	商店街の性格づけ .....	22
3.3	商店街活動にたいする評価と今後の課題 .....	22
4	街づくりへの意識と関心 .....	22
4.1	田辺市に求められる都市機能 .....	22
4.2	快適な都市空間づくりへの重点課題 .....	23
4.3	今後の交通政策の方向性 .....	24
5	商店街活性化と街づくりとの結合 .....	24
5.1	アンケート調査結果の分析から得られる注目点 .....	24
5.2	商店街活性化と街づくりとの結合 .....	25
第7章 商店街の活性化とTMO（石橋貞男） .....		28
1	田辺市商店街整備・改善の現状 .....	28
2	TMOについて .....	28
2.1	中心市街地活性化法の概要 .....	28
2.2	中心市街地活性化法の包括性・継承性 .....	29
2.3	TMOとは何か .....	29
3	田辺市商店街事業主アンケート調査分析 .....	30
4	おわりに .....	31

第8章 商店街活性化と情報化（佐藤 周）	32
1 はじめに	32
2 インターネットと地域商業	32
3 近隣型商業、高齢化への対応	33
4 鹿児島県宮之城町に見る先進事例	33
5 商店街情報化とデビットカード	34
6 結びにかえて — 実施のための諸課題 —	35
第Ⅲ部 地域情報化と自治体の対応	36
第9章 地域情報化と行政サービス	
— 行政の広域ネットワーク構築を目指して —（佐藤 周・小島敏宏）	36
1 はじめに	36
2 行政を取り巻く環境の変化	36
3 市町村レベルの情報化	37
4 行政情報化の現状	38
4.1 自治体ネットワーク施設整備事業と情報化	38
4.2 紀南地域の自治体情報化の現状	39
5 結びにかえて — 行政の広域ネットワーク化を促進するために —	40
第10章 紀南地域の最新の情報公開条例	
— 串本町・熊野川町条例の紹介・検討 —（森口佳樹）	42
1 はじめに	42
2 条例規定の検討	42
2.1 条例の名称	42
2.2 目的・理念	42
2.3 対象公文書の範囲	42
2.4 実施機関の範囲	43
2.5 請求権者・手数料	43
2.6 請求方法	43
2.7 非公開事項	44
2.8 第三者との関係	44
2.9 公開等決定までの期間	45
2.10 審議会	45
3 まとめにかえて	45

## 第 I 部 地域産業の現状と活性化の方向

### 第 1 章 紀南地域の重点課題と同地域農業の基本方向

橋本 卓爾

#### 1 紀南地域の重点課題

紀南地域(ここでは田辺市・西牟婁郡、新宮市・東牟婁郡の2市2郡(14町村)の地域とする)は、自然的・経済的・社会的条件が不利な地域を対象にした地域振興立法の指定地域を多く抱えている。例えば、「特定農山村地域における農林業等の活性化のための基盤整備の促進に関する法律(特定農山村法)」による「特定農山村地域」は、紀南地域の全市町村が指定を受けている(ただし、白浜町は一部地域の指定)。「山村振興法」による「振興山村地域」には、中辺路町、大塔村、古座川町、熊野川町、北山村の全域と田辺市、新宮市、白浜町、上富田町、日置川町、すさみ町、串本町、那智勝浦町、古座町、本宮町の一部地域が指定されている。また、「過疎地域活性化特別措置法」にもとづく「過疎地域」には、中辺路町、大塔村、日置川町、すさみ町、古座町、古座川町、熊野川町、本宮町、北山村の9町村が指定されている。さらに、「半島振興法」による「半島地域」には16市町村すべてが指定されている。

こうした状況からも明らかなように、紀南地域の多くは自然的・経済的・社会的条件において様々な不利性を持っている。それゆえ、現在同地域には地域の存亡さえ脅かす幾多の問題が山積しているのみならず、問題によっては一層深刻の度を増している。それだけに、同地域においてはいかにして当面の諸問題を打開しつつ、地域の維持と活性化を図っていくかが焦眉の課題となっている。

ところで、こうした条件不利地域の維持と活性化を図っていくためには、地域に根付きかつ地域の基幹的産業の一つである農業の保全・活性化が不可欠である。このことは、拠点開発、リゾート開発等いわゆる「外来型(外部依存型)開発」の相次ぐ失敗から引き出された教訓であるし、97年に国土庁が実施した「今後の地域振興方策に関するアンケート調査」でも明確になっている。しかし、現在紀南地域に限らず中山間地域等の農業・農村は極めて厳しい状況下にあり、このまま放置すれば壊滅的狀態に陥ることは必至である。

他方、最近食料の自給率向上・安定確保とともに、豊かなみどり、きれいな空気と水、精神を揺さぶり・生きる力を与える文化、暖かい人情等のある地域こそ国民にとって掛け替えのないものであり、国民の命や健康を支える共同の財産であることへの理解・関心が少しずつではあるが高まってきている。そして、こうした国民の命や健康を支える地域こそ農村地域、とりわけその多くの部分を占める中山間地域であることが理解されてきている。また、5年前の「阪神淡路大震災」は都市が存続していくためには、というより人間が生きていくためには絶対に農業・農村が必要なことを改めて教えている。だが、こうした新しい気運の高まりにもかかわらず、農業・農村の現状は深刻である。

したがって、いま必要なことは中山間地域等の農業・農村の保全・活性化をいかに実現するかである。この課題は、わが国全体の課題でもあるが、とりわけ中山間地域のウエートの高い紀南地域にとって重大である。

## 2 紀南地域農業の保全・活性化の基本方向と当面の重点対策

### 2.1 保全・活性化の基本方向

紀南地域において大きな比重を占める中山間農業地域の将来方向(グランドデザイン)の基本は、同地域農業の現状と特性および食料・農業・農村に対する地域住民(国民)の意識変化等を勘案すると「交流型農業・農村」の創造である。

では、「交流型農業・農村」とはどのようなものか。その基本コンセプトを示すと下記のとおりである。

- ① 農業・農村の持つ多面的価値を生かした地域住民・都市住民との様々な交流活動を原動力とする農業・農村
- ② 地域特産物を軸にしながらも地域で採れるあらゆる農林産物を大切にす農業・農村
- ③ 土づくりを基礎に有機農業等「持続可能な農業」に積極的に取り組む農業・農村
- ④ 都市の大市場への大量出荷・販売、不特定多数への販売ではなく、直販等顔の見える販売・身の丈にあった販売・特定者への販売を中心にした農業・農村
- ⑤ 基幹的農業従事者のみでなくお年寄り、女性の役割が大きい農業・農村
- ⑥ トータルとしての農業・農村の価値(豊かな自然や文化、美しい農村景観、暖かい人情・もてなし等)が評価される農業・農村

ところで、以上のような基本コンセプトの「交流型農業・農村」を実現していくためには、つぎの5つの基本課題に取り組む必要がある。

(1) 多面的価値産業である農林業をベースに、「交流型農業・農村」づくりの核として「いのち産業」を起こす。

中山間地域、なかでも山間地域をめぐる厳しい現状のもとでは、これまで追求されてきた「一村一品運動」、「立地条件を生かした労働集約的、高付加価値型、複合型の農業育成」、「特色ある地域資源を生かした新規作物の導入」だけでは間に合わなくなっている。また、この方向だけでは「多面的価値産業」である農林業の特性を生かしきれない。これからは、農産物を生産し、都市の市場に出荷・販売するだけの農業・農村から、農業・農村のもつ多面的価値を掘り起こし、ビジネス化することが求められている。たとえば、レジャービジネス、ヘルスケアビジネス、シルバービジネス等は21世紀に一層伸長するといわれているが、農業・農村を“いのち産業”、“いのち・健康創造の場”として捉え直し、その果たしている役割・機能(安全でおいしい食べ物の供給、アメニティの保全、いこいやうるおいの創造、生きがい・自己実現の場の提供等)を適切に活用するならば、これらビジネスの一翼に十分参加できる。

(2) 安全でおいしい食べ物にこだわり、それを継続的に供給する生産体制をつくる。

農業は「多面的価値産業」であるとはいえその基本は安全でおいしい食料の供給である。この点を曖昧にすると「いのち産業」の展開は難しいし、国民の支持も得られない。そのためにも、地域の生産力を保持しつつ有機農業等を推進し、安心・安全な食料供給地としての機能を高める必要がある。

(3) 「地域産業複合体」の形成をめざす。

中山間地域の活性化を図るためには、基礎的産業である農林業の振興が不可欠だが、しかし農林業、農林産物だけでは不十分である。農林業を基軸に既存の工業、商業および新しく立ち上げた「いのち産業」等の複合化を図り、「地域産業複合体」の形成を追求していく必要がある。

そのことを通じ、地域における産業連関・資金循環・人的結合(人・もの・お金の地域循環)を促進し、地域の雇用・就業機会を拡大していく必要がある。

(4) 高齢者や女性の果たす役割を大切にし、その知恵と技術を生かす。

「多元的価値産業」としての農業の利点、特性を生かすためには様々な知恵と技術を蓄積している高齢者、生活技術の担い手であるとともに“もてなしのこころ”が豊かな女性の役割が不可欠である。お年寄りや女性こそ「いのち産業」の重要な担い手として位置づけ、それらが生き生きと活動できる状況をつくることが重要である。

(5) 「住民参加型農業」の構築により地域住民・都市住民との共生関係をつくる。

「交流型農業・農村」の創造・発展のためには、地域住民・都市住民等との交流活動を(1)～(4)で指摘した基本方策によって質・量とも飛躍的に拡充していく必要がある。その際とくに大切なのは、一過性の交流でなく農家と都市住民の相互理解・信頼関係にもとづいた恒常的な交流をどう確立するかである。そのためには、農家と地域住民・都市住民の共感と共働をベースにした「住民参加型農業」の構築が強く求められている。農家と都市住民が、ともに“額に汗して”中山間地域の農業を保全・活性化していく関係を築くことこそ、「交流型農業・農村」の真骨頂である。

## 2.2 当面の重点対策

紀南地域農業の保全・活性化のためには2.1で提起した「交流型農業・農村」の創造を基本方向にして5つの基本課題に挑戦することが必要であるが、加えて次のような対策も不可欠となっている。

その第1は、地域の実態にあった生産基盤の整備と農地の有効利用である。いうまでもなく、農地は農業の基盤であり、農地の保全と有効利用なしには地域農業の保全・活性化もない。しかし、紀南地域では圃場条件の劣悪な農地が多いだけでなく、近年そうした農地を中心に耕作放棄地が増加している。これに、歯止めをかけなければならない。そのためには、当面地域の実態と農家の要望に即した生産基盤整備(地形にあった小規模な圃場整備、自然と調和した農地造成、農地のフラット化、園内道の整備等)をきめ細かく推進する必要がある。また、不耕作地の解消と農地の有効利用も焦眉の課題である。そのためには、棚田オーナー制度の創設、「大豆トラスト運動」のような国民が望む安心・安全な農産物の増産運動の推進、「市民農園」の開設、「農業公社」の設立、農協・農家の農作業受委託組織の拡充等に取り組むべきである。

第2は、多様な担い手の確保である。中山間地域においてはとくにそうであるが、近年従来から地域農業を支えてきた家族経営の衰退・崩壊が著しい。したがって、この家族経営を支援・補完するシステム(農作業受委託、営農センター、農業公社等)の構築および農業の法人化による新たな担い手の確保に取り組む必要がある。また、多面的な役割・機能をもつ農業は、多様な担い手を必要とするし、また多様な人達を受け入れることができる。それだけに、先にも指摘した高齢者、女性のみならず場合によっては他地域からの新規参入者、「定年帰農者」さらには地域住民・都市住民等も農業の担い手として捉え、広く門戸を開放する必要がある(那智勝浦町等ではすでに実施)。

第3は、これまで多大の努力によって築いてきた主力産地、各種の特産物、定着しつつある新規導入作物等を守ることである。紀南地域にはウメに代表されるような全国有数の産地があるし、営々と築いてきた特産物も少なくない。したがって、これを維持・発展させることは地域農業の存

続にとって極めて需要である。そのためには、これまで培ってきた生産技術の一層の向上を図るとともに、土づくりや環境に負荷を与えない持続可能な農業の推進に力を入れる必要がある。と同時に販売・流通対策についてもこれまで以上の取り組みが求められている。また、現在ますます深刻化している「梅生育不良(梅枯れ)」の原因究明と適切な防止対策も急務となっている。

第4は、「地産地消」の復権と「地域内流通」の推進である。それぞれの地域はその内部および周辺でとれる食料に依拠しながら食生活や食文化を築いてきた。いわゆる「地産地消」である。しかし、それが現在大きく崩れつつある。そこで、紀南地域では「地産地消」の復権に取り組むべきである。それは、大都市の卸売市場出荷・販売の面で各種の不利条件にある同地域農業に対し販路を提供するという意味だけでなく、生産者と消費者が“顔が見える”関係のもとで安心・安全の食料を確保する意味でも、さらには自立型・持続型の社会を築いていくためにも大きな意義を持っている。そして、この「地産地消」を進めていくためにも多様な形態の「地域内流通」の再生と創造に取り組む必要がある。

第5は、各種の農産加工の開発である。これは、これまでも様々な取り組みがありそれぞれの地域で各種の農産物加工品が作られている。しかし、今一度消費者のニーズ、製品の魅力度、マーケティングの仕方、地域農業との結び付き等をチェックし、消費者の心をとらえる加工品を開発していく必要がある。そのためにも、農家女性や高齢者の英知を結集するだけでなく、食品加工の研究者、商品開発のプランナー、デザイナー等の専門家を活用すべきである。また、地域内の食品加工メーカーや消費者組織等との連携を深め、販路の確保と拡大にも取り組む必要がある。

## 第2章 森林の現状と木材生産・市場の動向

山田 良治

### はじめに

和歌山県の森林面積は、県土面積の77% (36万4千ha) に達しており、文字通り「木の国」と呼ぶにふさわしい。しかし、外材輸入圧力という構造的な問題に近年の長期不況が加わって、いま和歌山県の森林・林業とその関連産業は重大な危機に直面している。そしてこのことは、とりわけ林業への依存度が高かった紀南地域において顕著である。本章では、紀南地域の状況に特別の注意を払いながら、和歌山県の森林の現状と林業・木材産業の動向を概観する。

### 1 森林の現状

まず林野率を地域別にみると、南へ行くほど高くなり、紀南では88.0%に達する。また、林野面積および材積でも、それぞれ県合計の51.5%、51.9%と過半を占めている。保有主体別では、民有林が34万5千ha、国有林が1万9千haというように、民有林が大部分(94.8%)を占める民有林地帯である。紀南は少し国有林が多いが、それでも林野の82.9%は民有林で占められている。県の森林面積のうち、人工林面積は21万ha、天然林は13万haであり、人口林率は61%と非常に高い。とくに紀南地域は63.2%と、県内でも人工林化が進んだ地域である。

次に、人工林・天然林それぞれにおける樹種の構成をみると、県全体の人工林としては、ヒノキが52.9%、スギが42.9%を占める。人工林化は、ややヒノキに重心を置きながら、スギ・ヒノキの植林として進んできた。これに対して、天然林はほとんど広葉樹で占められている。この結果、全体では針葉樹が64.2%を占める。県全体と比較したこの面での紀南の特徴は、人工林においてヒノキの比率が59.9%と高いことである。県を南に下がるほど、ヒノキの比率が高くなる。

森林の資源状況として、民有林の齢級構成をみると、人工林では1976年のピークが3齢級であったものが、20年余を経た今日では、ほぼそのままの形を保ちながら8齢級にスライドした。一般論としていえば、齢級構成は、各齢級が均等に分布すること(いわゆる法正林の状態)が望ましい。第二次大戦前後の乱伐とその直後の旺盛な植林活動、そしてその後の植林の停滞・減退が、このような齢級構成に反映されている。他方、天然林は同じパターンを示しながらも、人工林に比べてやや高位齢級にシフトした分布となっている。

### 2 林業生産の動向

林業生産過程は、もっとも一般的な形態としては、森林を育て(造林)立木として販売する過程を担う林業経営(育林経営—その多くは林家)と、立木を購入しこれを伐採・搬出して素材(丸太)として販売する素材生産経営によって担われてきた(実際には、これらを一括した一貫経営や、逆に森林組合作業班が育林を請け負うなど部分行程を担当する受託経営が介在する場合など、様々な経営形態が錯綜する)。

もっとも上流の経営体である育林経営の立場からみれば、この間の最大の問題点は立木価格の低落である。スギの山元立木価格は、80年代以降価格は一貫して低下し、3分の1以下にまでなった。とくに98年以降、事態はさらに深刻になっている。また、和歌山県の価格水準はこれまで



全国平均を上回ってきたが、97年にはほとんど同じ水準になっており、より低落傾向が明確である。

こうした立木価格低下の最大の要因は、全体として木材需要が低迷する中での外材との競合にある。一般論として言えば、木材需要の収縮(市場の縮小)に歩調をあわせた供給の縮小があれば価格は維持されるはずである。実際、県内素材生産量は、80年代以降、バブル期の若干の反転を除けば生産量は一貫して縮小してきた。97年には24万9千立米と、80年の46万立米に比べてほとんど半減の状態なのである。つまり、これだけの供給の減退をさらに上回るような国産材需要の縮小が続いているということである。林業経営者は、伐採の延期すなわち長伐期化という選択か、それができるだけ余裕がなければ一種の窮迫販売を余儀なくされている状況である。

さらに、こうした素材生産の減少は、主伐だけでなくその準備過程としての間伐の減少をも含んでいる。既述の4~9齢級の森林は、間伐を必要とする要保育林である。しかし、間伐材の価格低迷による間伐の放棄は年を追って進んでいる状況で、各種間伐・造林事業による補助金の投入によって、かろうじて年間6~8千haの間伐が行われている。県全体でみた間伐該当齢級の森林面積は約15万5千haあるが、それにもかかわらず間伐が実施されていない森林が約8万5千ha(約55%)と推定される。とくに5年以内に間伐が必要な森林は4万7千ha(約30%)にのぼっている。林業経営の危機を媒介にして、森林そのものの荒廃が深刻な段階を迎えている。こうして伐採が減退することの必然的な結果として、拡大造林・再造林ともにやはり顕著な縮小過程をたどっている。

一方、国産材需要の縮小という枠組の中で、素材価格の低落もまた、立木価格と同様に顕著に現れている。県内4原木市場におけるスギ・ヒノキ丸太価格の推移によれば、県内各市場の格差(北高南低傾向)もさることながら、97年以降事態はとくに深刻になっている。立木価格の低下自体は、素材生産経営にとってのコストの低下を意味するが、他方では素材価格もまた低下しているために、素材生産経営もまた苦しい経営環境のもとに置かれている。

以上みてきたように、林業生産過程を担う育林経営と素材生産経営は、長年の外材圧力ならびに木材需要そのものの停滞という構造的要因に、90年代長期不況(とりわけ97年以降の不況深化)という要因が加重された状況の中で、まさに危機と呼ぶにふさわしい状況におかれている。このことは、当然かつて山村の重要な就労機会をなした林業労働の減少を伴うことによって、地域経済の衰退と山村の過疎化のひとつの重要な背景となっている。林業依存度の高かった紀南地域の場合は、とくにそのことがあてはまる。

### 3 木材の流れと製材業

このような状況の中で生産されてきた素材(丸太原木)は、次に製材行程に進んでそこから製材品として市場に出荷される。しかし、県内で生産された素材の一部は奈良県など他県の原木市場に出荷されるし、他方では、他県材が県内の原木市場に流入している。さらに県内の製材業者は、県内の原木市場だけでなく、県外の市場からも買い付ける。こうした錯綜した原木流通の流れに、さらに外材が加わるのである。そして生産された製材品はまた、多様な流通ルートで出荷されていく。

1997年の時点において、このような県内製材経営を介した素材と製材品の流れを県資料によって鳥瞰すると、この年に県内の製材業が買い付けた素材は、外材が84万6千立米、国産材が22万3千立米の合計84万6千立米であった。外材は米材が大部分を占める。国産材は、県産材

が18万7千立米、三重県・奈良県材などが3万立米という構成になっているが、他方では4万7千立米の県産材が三重県・奈良県などに流出している。

こうして集荷された素材は、県内256工場で製材される。このうち、国産材専用工場が105、外材専用工場が87、併用工場が64である。これら製材工場の総販売量は67万9千立米で、県内に25.8%、県外では大阪を中心とする京阪神、東京を中心とする関東地域が多く、順に31.1%、29.3%となっている。

同じく1997年の統計によれば、和歌山県は、素材生産量が24万9千立米であるのに対し、素材需要量は107万4千立米である。全国の都道府県の中で、前者は26位、後者が14位である。このことが示すように、全国有数の移出県であるといつてよい。

そこで次に、このような素材の流れを時系列としてながめると、第1に、全国では外材が傾向的に増大し、これと対照的に国産材市場が一貫して縮小傾向にある。第2に、和歌山でも国産材市場が縮小しているが(そのペースは全国に比べてやや穏やかでありその限りでは国産材の相対的健闘がいえる)、同時に90年代に入って外材需要も急激な縮小過程をたどってきた。

こうした傾向は、原木市場と製材工場の推移にも反映されている。まず、原木市場に関しては、出品量が、90年代においても98年を除いて15万立米を越える水準が維持されてきた。この点では、西牟婁と龍神市場、とくに前者の役割が大きかった(とはいえ既述のように、このことは価格低落と同時に進行していることに注意する必要がある)。

次に、製材工場の動向に目を転ずると、木材需要の停滞と工場の大規模化という状況の下で、84年の407工場が97年には256工場にまで減少しており、工場の淘汰が進んでいる。減少率で見ると、国産材専用・外材専用・併用の順に、22%・47%・58%と、外材専用工場と併用工場の減り方が激しい。これは、前述の外材需要の縮小と国産材需要の相対的ながんばりという事情と符合している。

このように、戦後1960年代から80年代にかけて、外材製材を軸に製材品移出県として発展を遂げてきた和歌山県の製材工業は、いま大きな曲がり角に立たされている。こうした動向を象徴するように、98年にはついに田辺港における外材取り扱いが停止されるに至った。ゆえに、とりわけこの先頭を切ってきた田辺地域の製材工業が、この深刻な状況にいかに対処し、どのように将来を切りひらいていくのかが注目されよう。

## おわりに

以上、和歌山県の森林の状況と林業経営や製材経営の動向を概観してきたが、改めて問題の深刻さを指摘しておきたい。根本的な解決という点では、問題の大きさは、個々の諸経営の自助努力の次元を越えている。本章で確認したような状況の多くは、和歌山にとどまらない日本全体の問題であり、したがって日本の森林をどのような社会経済システムの中で蘇らせ、どのような未来の森林を育てるのかといった、普遍的な課題の達成と不可分の問題だからである。端的に言って、この半世紀の展開は、森林・林業というものが、少なくともこの日本では、市場メカニズムに任せただけでは成立しないことを実証した。とすれば、森林を公共財・社会資本として位置づけ、その再生に向けた中・長期的な政策ビジョンと具体的なアクション・プランが必要である。

他方では、それにもかかわらず、当面の対症療法の展開はかつてない緊急性を帯びている。個々の経営・業界の自己革新、新たな木材需要の喚起と紀州材の見直し・再評価、県内あるい

は紀伊半島レベルでの生産から消費に至る連携システムの構築、森林育成に向けての地域住民の合意形成等々、現実にはすでに様々な努力が試みられている。これらの諸努力に依拠しつつ、やはり当面の鍵を握るのもまた行政である。従来型の補助金行政の枠を越えた新しい公的支援システムの確立、とりわけ各種NPO・NGO等を含めた住民参加の促進といった手法の開発も含めて、「木の国」の名に恥じない大胆な森林・林業の再構築へ向けた取り組みが必要とされている。

### 第3章 国土・環境保全型地域開発とエネルギーの地域自給 —木質バイオマスのエネルギー利用を中心に—

中村 太和

#### はじめに

日本経済の「国際化」すなわち企業の海外進出と国内市場の開放により、地域経済は今大きな転換期を迎えている。今後の地域開発を考える場合、豊かな自然環境を生かした国土・環境保全型の地域活性化のあり方を探究することが必要である。国土・環境保全型地域開発の基本的理念は、①地域資源の活用、②地域内経済循環の組織化、③廃棄物の地域内処理という3点に整理されるであろう。本論文では木質バイオマスのエネルギー利用による新たな地域開発の可能性について考える。木質バイオマスはクリーンで永続的な利用が可能なエネルギーであるだけでなく、林業経営に新たな活動領域を提供して過疎山村を活性化させる“切り札”になる可能性を持っている。

#### 1 バイオマス・エネルギー

##### 1.1 バイオマスのエネルギー利用

バイオマスとは、生態学用語で一定面積内の生物現存量を指すが、一般的には利用可能な生物資源を意味するものとして使用されている。バイオマス・エネルギーとは太陽エネルギーが植物により変換されて生物体に蓄積されたものであり、大量に存在するだけでなく、適正に管理すれば永続的に利用可能なエネルギーである。林木、農作物、海藻、家畜糞尿、生ゴミなど多様な形態があるが、圧倒的な部分を占めているのは林木すなわち木質バイオマスである。

かつてエネルギーの大部分は薪炭すなわち木質バイオマスによって賄われ、それが山村経済を支えていたが、“エネルギー革命”と外材輸入によって山村は解体寸前の危機にある。しかし、木質バイオマスのエネルギー利用によって山村経済を再生させる可能性が出てきた。薪炭に代わる新たな利用形態としては、①直接燃焼による熱利用、②直接燃焼またはガス化によるコジェネレーション、③エタノールなどの液体燃料化がある。バイオマスのエネルギー利用の中心は②バイオ・コジェネによる熱と電気の供給であり、技術は大きく①直接燃焼技術と②ガス化燃焼技術に分かれる。前者は直接燃焼により発生する蒸気でタービンを回して発電する方式であり、後者は不完全燃焼により発生するガス(主に水素と一酸化炭素)でエンジンまたはタービンを回して発電する方式である。

##### 1.2 欧米の動向

EUは97年11月に「再生可能エネルギーに関するEUの戦略・アクションプログラム」を公表し、2010年までに再生可能エネルギーの比率を現在の6パーセントから12パーセントへ倍増させる方針を打ち出している。バイオマスについては3倍増で、再生可能エネルギーの70パーセントをバイオマスでまかなう計画である。アメリカも99年8月の大統領令で、2010年までにバイオマス生産を3倍にし、これにより温暖化効果ガスを年間1億トン削減しつつ、あわせて農村地帯に年間200億ドルの新たな所得を作り出そうとしている。バイオマスのエネルギー利用で最も進んでいる

のはスウェーデンである。すでに一次エネルギー供給の19パーセント(国際統計準拠では15パーセント)を占めており、バイオマス・エネルギーの供給はほぼ原子力発電所10基分に相当する。94年時点で地域暖房燃料の4割がバイオマスになっており、250のコミュニンのうちほぼ200にバイオマスを燃料とする地域暖房システムが整備されている。

### 1.3 日本の動向

日本にもこれまで製紙・製材工場を中心に多くのバイオ・コジェネプラントが稼働していた。しかし、そのほとんどは旧式な小規模プラントであり、総合熱効率も10数パーセントに過ぎなかった。現在稼働中で最大のバイオ・コジェネプラントは、岡山県勝山町の銘建工業のプラントである。発電出力1950キロワットというかなり大規模なプラントであり、本社工場の電力・熱需要をすべて賄っている。しかし、現実には以下のような問題がある。①託送、売電が困難なこと。②投資効率が低いこと。③すべて輸入木材に依存していること。④個別の製材工場に限定され、地域レベルでのエネルギー循環システムになっていないこと。

銘建工業のプラントは直接燃焼方式であるが、ガス化燃焼方式についても新しい動きがある。愛媛県久万町では、林業活性化のための中核施設として「中予山岳流域木材流通加工施設」が建設中であり、そこで必要な電力・熱需要を賄うために日本では初めての本格的なガス化コジェネプラント(発電出力2000キロワット)を導入する計画が進められている。プラントの経済性は十分にがあるが、投資効率・リスクを考えると広域森林組合単独での事業化はきわめて困難であり、建設費の補助、電力会社による余剰電力の買い取りなど、バイオ・コジェネの普及に向けた政策的支援が必要である。

## 2 “エネルギー自給圏”の形成と地域開発

### 2.1 “エネルギー自給圏”の形成

自然エネルギーはクリーンであるだけでなく、地域をベースにした分散型のエネルギーであり、地域特性に対応してうまく組み合わせることが可能である。すでにEUは再生可能エネルギーへの転換戦略のなかで、2010年までに地域で必要なエネルギーのすべてを再生可能エネルギーで賄う100のコミュニティを建設する“100コミュニティ構想”を提起している。日本でも屋久島や山形県立川町は、それぞれ水力発電、風力発電をベースに地域の全エネルギーを再生可能な自然エネルギーで賄う計画を立てている。すでに“エネルギー自給圏”の形成という課題は単なる夢物語ではなく、21世紀における地域のあり方を考える上での現実的課題になっている。

### 2.2 木質バイオマスのエネルギー利用と地域開発

木質バイオマスのエネルギー利用を考える場合、燃料素材としては①枝・梢などの林地残材、②製材・加工時の残廃材、③間伐材、④建築廃材、⑤街路樹の剪定材などがある。総計すると毎年大量の素材が排出されており、一部は乾燥用の燃料として利用されているが、大部分は放置ないし焼却処分されているのが現状である。とりわけ③間伐材については、かつては建築用足場などに利用されていたが、現状では利用形態が見つからないままに放置され、林業経営のみならず国土保全上大きな問題になっている。植林された針葉樹林や里山は、人工的な手入れと管理によってはじめて維持・保存が可能となる。燃焼による二酸化炭素の放出は育林による吸収

・固定とバランスし、二酸化炭素を増やすことなしに林木をエネルギーとして永続的に利用することが出来る。計画的な植林と手入れの中で木を切ること、間伐材を積極的に利用することが大事な課題になっているのである。

また、バイオ・コジェネは弾力的な電力供給が可能であり、風力や太陽光など間断的な電力と組み合わせることによって安定した電力供給が可能になる。熱の利用についても、製材工場の乾燥用熱源だけでなく、公共施設の冷暖房や温室農業さらには地域冷暖房など多様な利用形態が考えられる。木質バイオ・コジェネを普及させるためにはクリアすべき課題も多い。4点に整理しておきたい。①電力会社による買電の義務化。②安定した燃料供給と熱需要の確保。③効率的な燃料収集システムの整備。④里山の保存・再生。

### おわりに：和歌山への提言

自然エネルギー・木質バイオマスの潜在的可能性は上に見たとおり非常に大きい。紀南地域で自然エネルギーの導入を考える場合、当然ながら“緑と太陽”の利用が最重点テーマになる。バイオマスについては国レベルでようやく動きが始まったところであり、自治体主導の具体的事例はほとんどない。逆に言えば、取組次第では日本のトップランナーになりうる可能性があるという事である。紀南地域には豊富な木材資源があり、林業活性化については本宮町や竜神村など全国的にも注目される取組が行われてきた。“熊野”“南方熊楠”“天神崎”“秋津野塾”などに代表されるように、地域づくり・環境に関する市民の意識も高い。「環境都市」を目指す田辺市と周辺の林業地域が協力し、木質バイオマスのエネルギー利用を本格的に進める条件は十分にある。

すでに大口電力については小売りの自由化が認められ、3年後の見直しでは小売りの自由化がさらに拡大される可能性がある。自治体が市民と共同して“エコ発電所”を作り、地域に電力と熱を供給することは現実的な課題になっている。まずは、木質系・農産系・畜産系・都市系のバイオマス資源が地域にどれだけあるのか、対応する熱需要はどうか、新たな地域開発によって新規の熱需要をどれくらい見積もれるのか、実態調査が必要であろう。自治体主導で日本初の本格的な木質バイオ・コジェネプラントを立ち上げるという、夢のあるプランを提示して欲しい。

必要な財源をすべて自治体が負担する必要はない。フライブルク市に習って、例えば市民から1人10万円の出資を求め、売電によって収益が上がれば配当に回す。“緑のオーナー”制度と組み合わせる付加的にキノコなどの林産物を無料で提供する。あるいは、地域内に限定せずに都市住民にも開放してグリーン・ツーリズムの動きと連動させることも可能であろう。「木質バイオマスのエネルギー利用」をキーワードに、新世紀に相応しい「国土・環境保全型地域開発」のあり方を“木の国”和歌山から全国に発信して欲しい。

## 第4章 紀南地域とグリーン・ツーリズム —ダイビングの可能性について—

大澤 健

### 1 和歌山県とダイビング

近年、不況下にあってもレジャーの多様化が進んでおり、ダイビング(本稿では、主としてスキューバダイビングのことをさしている)もまたレジャーとして確実に浸透・定着しつつある。黒潮あろう和歌山の海は、ダイビングにとって非常に魅力的な海である。

国内のダイビング好適地は黒潮の流れにそっており、沖縄はもとより、高知から紀伊半島、さらには伊豆半島、三浦半島とかつての黒潮文化圏を彷彿とさせるようにダイビング好適地が連なっている。紀伊半島では黒潮がぶつかる和歌山県側にダイビングスポットが多数存在し、国内のダイビング地に関しては伊豆半島が東の横綱であるのに対して紀伊半島は西の横綱とさえ呼ばれている。

このような地勢的な好条件に支えられ、和歌山県内へのダイビング客は近年拡大しており、それにともなってダイビングショップの数も増大しつつある。和歌山県はマリナー全般の好適地であるのだが、「観光」立県を志向する和歌山県にとって、ダイビングの興隆は新たな魅力的な観光資源が加えられつつあることを意味している。

観光産業としてのダイビングの開発は、各種のダイビングショップによってなされており、このようなショップの主体は中小規模の私的経営体である。ダイビングは、ダイビング技術はもとより接客や集客ノウハウを必要とするひとつのレジャー産業である以上、市場動向に敏感な私的主体による開発が基本とならざるをえない。また、厳密な収支計算上に営まれる私的主体の経営が成り立つかどうかは観光「産業」としての試金石であり、このような主体によって営まれてこそ独立の産業の形成であるといえる。

ただし、ダイビングは施設型の観光産業とは違って、地方の自然を利用する観光であるだけに通常のレジャー産業とは幾分異なった性格を持ちうる。ダイビングの開発は、私的な経営主体による開発を基本としつつも、地域の産業や生活との連携という「公的」な性格を持たざるをえないのである。この「公的」な性格が意味するところを「グリーン・ツーリズム」としてのダイビングという観点から考えてみることにしたい。

### 2 「グリーン・ツーリズム」としてのダイビング

「グリーン・ツーリズム」とは、「地方」における観光開発の新しい形態である。「あるがままの自然を楽しむ」とされるこの観光の形態は次のような背景と特徴を持っている。

a. まず、「グリーン・ツーリズム」の背景には、地方開発として期待された「リゾート」型の観光開発が「バブル」崩壊以降不可能になりつつあるという地方の現状がある。観光資源開発のための巨額な資金が地方に流れ込むことはなくなったし、もとより一次産業の構造的な弱さに悩まされる地方がこれを代替しうるわけではない。それゆえ、自然に大きく手を加えて「開発」するのではなく、地方の自然や産業をそのまま観光資源化する方向が模索されている。これは他方で、「本物の自然」やその中に「健康」「癒し」などを求める都市住民の意識の変化を反映するものでもある。このようなグリーン・ツーリズムにおける観光資源開発は、自然を切り開いて巨大な施設を「開発」し、地域の産業や生活の「転換」をはかるような観光資源開発手法とは大きく異なっている。

b. そして、グリーン・ツーリズムはもう一つの側面として衰退傾向にある一次産業および地方経済の振興策としての意味を持っている。国内の一次産業は構造的な低迷に苦しんでおり、これを打開するために、この産業の多角化、複合化の道が模索されている。食品加工、物産販売などによる食品工業化、商業化とな

らんで、地方の自然とそこで営まれる一次産業の「観光資源化」は有望な選択肢でありえている。それゆえ、グリーン・ツーリズムは、地域内の既存産業と相互に連携し、それに何らかの恩恵をもたらすようなものであることが求められている。

このような二つの背景から考える場合、ダイビングもまたグリーン・ツーリズムを展開する場合の有望な選択肢でありえている。

まず、ダイビングはその開発にあたって大規模な施設投資を必要としない。もちろん、それなりの設備投資は必要とされるが、元来が施設型の観光ではないだけにその規模はそれほど大きなものではない。テーマパークはもとより、ゴルフ場、スキー場などレジャーが大規模施設化しているのに比べると、圧倒的に少ない投資での開発が可能である。つまり、自然の海に恵まれているならば、ダイビングは観光資源としての開発が比較的容易であり、さらには、このような特性は、安定的なダイビング客数を確保できるならばレジャー産業として非常に収益性が高いことを意味している。

さらに、「美しい海」が不可欠であるダイビングは、従来の意味での「開発」がなされてこなかった「地方」においてこそ開発可能である。つまり、工業や施設型大型観光拠点に恵まれなかった、一次産業を基盤とする地方ほどダイビングスポットとしての有望性を持っているのである。和歌山県、特に紀南地域が黒潮につきだした半島に位置することは、従来経済の中心軸からはずれることを意味し、「経済開発」にとって不利に作用してきた。しかし、開発から取り残されることによって自然がくれた魅力ある美しい海がそのまま残されたことはダイビングにとって逆に有利に作用することになっている。

ただし、「ありのままの自然」を楽しむ観光であるダイビングに関しては、先のbの点が強調されなければならない。ダイビングが地域生活の中に存在する「自然」を利用する観光であればこそ、ダイビングはその自然の上に成り立つ一次産業(特に漁業)や他の産業、さらには地域住民の生活と密接な関係を持たざるをえないのである。つまり、ダイビング開発においては、地域経済との相互的連携をいかにして行うかが重要になってくるのである。

グリーン・ツーリズムとしてダイビングを捉えるならば、そこで期待されるのは一次産業(漁業)複合化の一助となりうることである。ただし、両者の「連携」は単に漁業への一方的な恩恵関係を意味するのではない。このような連携によって、地域の自然利用との整合的な関係が築かれるならばグリーン・ツーリズムとしてのダイビングの魅力が増すし、この開発が容易になる。また、地方の既存資源が活用されるならば観光資源開発投資が抑えられるというメリットを持ちうるし、さらには、単に一次産業に限らず、既存の観光業、地域住民、さらには行政といったさらに広い連携によって相応のメリットを受けることも可能になってくる。自然を基本とした観光開発であるグリーン・ツーリズムは、孤立した観光資源の開発としてとらえるのではなく、地域の自然の上に成り立ってきた産業や生活との相互連携のもとで考える必要があるし、それによって双方に様々なメリットが生じてくる可能性を持っているといえるのである。

つまり、ダイビングは地域に残された「自然」を利用した観光開発であり、従来開発されてこなかった「地方」の新たな産業開発としての可能性を持っている。さらには、地域の産業や生活との密接な連携を持つことによって、相互恩恵的な地域活性化を模索しうる観光資源なのである。それゆえ、ダイビングは地域の自然利用から、「地域づくり」、さらにいえば「地域おこし」へと広がる可能性を持った観光資源であるといえる。

### 3 漁業とダイビング

ダイビングの場合にまず問題になるのは、海という自然の場を利用することによって成り立っている産業である「漁業」との関係である。



現在の「海」は主として食料生産の場として位置づけられており、沿岸部分の海域は主として漁業者の生計の場としての意味を強く持っている。このため、漁業権、地先権といった漁業者の生活に関わる権利が強く設定されている。ダイビングはこのような漁業者の権利の中からポイントを「開放してもらおう」立場にある。また、海域のみに限らず、港湾施設等も「漁港」として整備されており、食料生産と漁業者の生計確保以外の利用は原則的に制限されている。つまり、海もその周辺の施設も主体は漁業にあるのであり、ダイビングと漁業の関係が敵対的なものであるか、相互了解的なものであるのか、さらには相互依存的、相互恩恵的なものであるのかはダイビングにとって大きな問題でありうる。

海域利用の点で競合する漁業とダイビングの関係はもともと必ずしも友好的なものではないのだが、両者の関係は敵対的な関係から、共存、さらに相互連携という形へと変化してきている。このような変化の背景には、県内漁業が先細りつつあるという現状がある。漁獲量、漁業生産額は減少しつつあり、また、それにとまって漁業従事者の減少、さらには高齢化が進行しているという構造的な問題が存在している。このため、「観る漁業」へのシフト、観光化が県内各地で試みられている。漁業体験を含む観光漁業、釣り船、釣り堀公園、ホエールウォッチングなど様々な可能性が模索されているが、ダイビングもまた多角化(観光化)による漁業振興の手段であると認識されるようになってきている。

ダイビングと提携することによって漁業者がどのような恩恵を受けることができるかは、そのやり方次第である。現状では、漁業協力金という形でダイビング業者から一定の金銭的な支払いが行われているところが一般的だが、より深く関わることによってより大きな経済的な恩恵が漁業者にもたらされている(この点については拙稿「紀南地域グリーンツーリズムーダイビングの可能性についてー」、和歌山大学経済学部報告書「紀南地域の現状と活性化の方向ー『木の国活性化支援センター(グリーン・コミュニティカレッジ)構想』とかかわって」第四章、2000年3月、の「事例研究」を参照されたい)。

ただし、ダイビングと漁業との関係は、ダイビングが海を使わせてもらう代わりに漁業振興を手助けするという一方的な依存関係を意味するのではない。グリーン・ツーリズムという言葉によって意味されるものは、あくまでも新興観光産業と既存産業との相互恩恵的な関係の構築である。漁業者を中心とする「公的」な連携によってダイビングを開発していくことは、ダイビング業者の側にとってもメリットを持ちうる。

漁業者との連携することから生じるダイビングにとっての何よりも重要なメリットは、海域の利用調整が容易になり、ダイビングポイントの開放がスムーズに進むという点にある。先に述べたように自然を利用した観光資源の開発は、地域の自然利用との整合的な関係の中に位置づけられることを必要とするのであり、漁業との連携はこの点で非常に有効に作用する。ただし、メリットはその点ばかりではない。

まず、ダイビングという新たな産業開発の助走の時期に、漁協などからの「公的」サポートがうけられるというメリットがある。施設型ではないとは言え、ダイビングをレジャーとして開発するためにはクラブハウス、ボートなどそれなりの資源が装備されなければならない。また、宿泊施設なども必要とされる。このようなダイビングに必要とされる各種の資源を各ショップが独自に整備しようとするならば、当然のことながらそれなりのリスクをとらなければならない。既存産業との連携によって既存の資源を活用するならば開発投資のリスクはそれなりに軽減される。漁業者と連携するならば、開発資金のバックアップ、漁船の活用、さらには漁港の利用(これは原則的には許されていないが)などが期待される。また、このような連携によって資源を共有することが既存の遊休資源の活用につながるならば、これは漁業者の側にもメリットがあると言える。

また、漁業者という地域産業の核に位置する「公的」な存在との連携は、さらに広い公的連携を可能にする。まず、漁業との連携によって産業振興政策としての行政のサポートを視野に入れることができる。行政からすれば新興のレジャー産業であるダイビングを支援しにくい、漁業の振興という名目での支援は容易である。また、漁業振興という形ではないにしても、ダイビング施設はもとより、プール、周辺環境整備といった

様々な施設整備において行政との連携はきわめて強力な武器になりうる。設備投資の規模が大きくなるほど行政との連携の重要性が大きくなると言える。

このように、現在低迷傾向にある漁業にとってダイビングは新しい有望な資源でありうるし、ダイビングの側でも漁業と連携することには相応のメリットがある。このような連携によって、海域の利用調整が容易になることはもとより、漁業が持つ資金や既存資源、港湾等の周辺設備なども有効に活用しうるのである。

#### 4 ダイビングと既存の観光業

そして、ダイビングを広域的な連携の中に組み込むメリットは単に漁業者だけに限られない。これは既存の観光産業にとっても魅力的な連携でありうる。紀南地方において観光産業もまた非常に重要な産業であるが、ダイビングは観光地としての魅力を拡大するための手段でもありうる。

グリーン・ツーリズムは一般的に「体験」というキーワードによって特徴付けられるのであるが、このような「体験」型の観光はより付加価値の高い観光資源であり、さらに体験地での宿泊をともなうことが期待できる。ダイビングはもちろんこのような要件をみたす「自然体験」型の観光である。このため、従来通過型であった観光地に宿泊客を呼び込むことを可能にする資源となる。

また、既存の観光業との連携はダイビングにとってもメリットがある。まず、ダイビングが自然条件に大きく左右されるレジャーであることを考えるならば、ダイビング不能時の代替的な観光資源を持つことはそれ自体として魅力的でありうる。また、ダイビング客には純粋にダイビングそれ自体を楽しみたいとするコア層が存在する一方で、ダイバー人口の拡大にともなって、より複数のレジャーへの要求が広がっている。飲食はもとより、バーベキュー施設、温泉、より快適な宿泊施設、などダイビング終了後の楽しみがより充実していることが求められてきている。既存の観光産業との連携によって、このようなダイビング周辺レジャーの整備が容易になることは言うまでもない。

さらには、現在、漁港の多目的利用による観光基地化が行政の側から構想されており、既存観光業との連携によってさらに魅力的な観光基地化を構想することができる。他のマリンスポーツとともに、飲食業、物産販売をはじめとして、他のアトラクションとの連携によって、多様なニーズを満たす総合的な観光資源開発が可能になる。「リゾート」の形成は、巨大な中央の資金によって巨大開発が行われなければならないわけではない。既存の観光資源や観光業、さらには既存の施設をうまく組み合わせることで有効に活用するならば、特色のある魅力的な観光基地の形成は可能であろうと思われる。ダイビングがそのための核になるとまでは言えないかもしれないが、このような相互連携の中にダイビングが位置づけられることによって、観光地の魅力が増すと言える。

#### 5 おわりに

このように、地域の自然を利用する観光であるダイビングは地域との連携という「公的」な性格を持つことが必要とされる。上で述べてきたように、その「公的」性格の意味は、公的性格を持たざるをえないという消極的な意味から、公的なサポートによって新しい観光産業の育成を促進させることができる、さらには公的な視点を持つことによってより魅力のある観光資源開発が可能である、など様々な段階があると考えられる。

和歌山県内においてダイビングがどの程度の地域との連携を行っているかについては、各市町村ごとにそれぞれ異なっている。県内のダイビングのメッカである串本町の場合には私的経営主体の独立性が非常に強く、漁協との共存共栄方針を確認しながら町などとの公的連携を模索している段階にある。同じく業者の独立性が強い白浜町では、既存の観光資源に加えて、ダイビングが新たな観光資源として認知されつつ

あり、行政が施設面でのサポートを試みようとしている。すさみ町と由良町の場合には、ダイビングの開発主体自身が「公的」な性格を持った主体によって行われている。すさみ町では漁協が開発と経営に関わっており、由良町では町と漁協出資による財団法人というより明確な公的主体がかかわっている。

本来私的経営体を中心として開発されてきたダイビング産業がどの程度の「公的」性格を持ちうるかは、それぞれの主体によって考え方が違うであろうと思われる。ただし、一般的に言って、ダイビングが地域経済と連携することによって、魅力的なダイビングスポットを形成していくための様々な可能性が示されていると言える。繰り返し述べてきたように、もともとダイビングは「自然」を利用した観光であるだけに、何らかの公的な性格を持つことを避けて通ることはできない。そして、なによりも地域経済の側から考えるならば、ダイビングはより公的な性格を持つ方が望ましいと考えられる。ダイビングの最大の魅力は、地域の自然を残しながら、あるいは自然を残すことによってこそ「産業」の開発ができる点にある。それゆえ、ダイビングが持つ「公的」性格については、「関わらざるをえない」というような消極的な意味を超えて、新たな自然利用の方法、新たな地域の産業資源として、地域経済との相互恩恵的な関係構築が模索される必要がある。

## 第5章 ベンチャー企業育成につながる支援にむけての提案 ：「先輩起業家」による「後輩起業家」育成

吉村 典久

### 1 はじめに

#### 1.1 本研究の概要

この研究では、紀南地域のさらなる発展につながる重要なファクターとして「ベンチャー企業育成」に焦点を当てる。紀南地域の産業構造は、地域資源を利用する地場産業を中心とするタイプ（地域資源立地型産業構造）のものである。現在、その産業構造を高い技術力をもつ企業をあつめるタイプ（技術立地型産業構造）に変換していこうとする取り組みが見られるようになっている。

この研究の目的は、紀南地域、とくにその中核である田辺市におけるベンチャー企業支援策がより実効性をもつための一助となるような策を提案することにある。

とくに、紀南地域でベンチャー企業を設立した起業家や、地場産業のなかでベンチャー的な試みに取り組んでいる（いわゆる「第二創業」）経営者（本章では彼らを「地域の先輩起業家」とよぶ）の役割に注目する。彼らのもつ「知恵」をうまく活用する。これをつうじて、紀南地域につぎつぎと「後輩起業家」を生み出す。こういったサイクルが紀南地域にて生みだされることが、技術立地型産業構造への変換には不可欠である。これが本研究で主張したいことである。

#### 1.2 紀南地域の経済の現状

議論の前提として、紀南地域経済（工業セクター）の現状分析をおこなっておく。まず市・産業レベル（マクロ・レベル）では、梅加工業をのぞくと足踏みまたは衰退傾向にあることは否めない。

しかし、各企業レベル（マイクロ・レベル）に目を転じると、その状況には将来有望な動きも観察される。たとえば、中小企業創造活動促進法（創造法）に認定されるような組織が誕生していることである。田辺市では、建設用ねじの「谷村設計」、冷凍豆腐を開発した「テンドレ」、「宮惣ケミカル」、「アークコーポレーション」、「エーオーツー」など5社が同法の認定を受けている。また、南部町の「和歌山雨漏検査協同組合」も同法の認定を受けている。6社いずれも独自技術にもとづく、まさしくベンチャー企業である。有望なベンチャー企業である。

マクロ・レベルでは低迷している。しかし、低迷しているだけではない。マイクロ・レベルでは将来への胎動も見られる。地域経済が目指すところの技術に立脚する企業誕生の息吹が感ぜられる。これが地域経済の現状であろう。

### 2 「先輩起業家」による「後輩起業家」への支援実施にむけて ：起業家支援協同組合の活動

われわれは、創造法に認定されるようなタイプの企業が継続的に誕生・成長することが工業セクター活性化にとって不可欠であると考えている。

そのためには、さまざまな支援プログラムが用意されることが必要であり、現にじつに多くのプログラムが産官学を問わず提出されている。そのなかでもとくにユニークなものとして、「起業家支援協同組合（谷村和明理事長・谷村設計社長）」の活動がある。いかなる点がユニークである

のか。以下、その活動をみていく。

## 2.1 設立経緯・概要

同組合は1999年4月29日、田辺市内に組織された。事業者を育成し地域経済の活性化につなげようと、谷村設計(谷村和明社長)など地域の先輩ベンチャー4社が中心になって設立された。設立に奔走された谷村和明・同組合理事長は設立までの経緯をつぎのように述べている。

「私が住んでいるのは人口約七万人の小都市だが、ベンチャー企業は県内の四分の一に当たる六社がある。冷凍豆腐、ペットボトルの再資源化、最新技術による雨漏りの検査など、いずれもユニークな分野のものだ。地方とはいえ、起業のシーズ(種)は、まだまだあると確信している。そんな種を“発芽”させ、起業化を促すためにとベンチャーの四社で昨年(1999年-筆者挿入)起こしたのが起業家支援協同組合だ。組合員の持つ起業のノウハウを後進に伝授できれば、面倒な過程に悩まされず、起業化はもっと進むと思ったからだ。経済の活性化を、地方から揺り動かすことも可能になる(『朝日新聞』2000年1月29日付朝刊)」

同組合は、和歌山県の認可をうけて法人登録もしている。全国的に異例な組合である。

同組合は、特別会員(理事長、副理事長2名、専務理事)、第一種会員(すでに創造法を取得済か申請中の企業で株式公開を考えている企業)、第二種会員(創造法の申請を検討中か知的所有権、工業特許とも、を保有する企業もしくは申請中の企業)、第三種会員(各種支援を受け将来は創造法の認定を目指す企業)および賛助会員(組合の趣旨に賛同し組合活動に協力する官公庁、大学、各種団体、個人)である。

組合員は、和歌山リサーチラボを月額3万5千円で利用できる制度もある(リサーチラボの家賃月額25万円以上)。

将来的には、支援をうけ株式公開にいたった企業から寄付金(税制上)を組合に入れてもらうなどして、組合が組織として安定的かつ継続的に運営されていくことが目されている。

## 2.2 活動・実績

同組合の具体的な活動内容としては、たとえば、創造法、新規事業法、NEDO(新エネルギー産業技術総合開発機構)、各種補助金・助成金、法人設立(株式会社のみならず、協同組合の設立方法もふくめて)などの申請書類の作成支援事業がある。くわえて、産官学ネットワークによる人材紹介、研究開発環境の提供、広報・販売支援事業なども活動内容の一環である。

特許取得およびその事業化にかんするサポートもおこなっている。同組合によれば、全国的に取得特許数にたいする事業化率は0.1%~0.2%でしかないとされる。同組合では、資金・販路面でのサポートを充実させることで、各人がアイデアを具体的な事業にまで発展させることを希望している。なお、特許申請をおこないたいものは、特許そのものにかんするアイデアなど知的資産については同組合にその内容を通知する必要性はない。アイデア保護を第一に考え、信用をおける専門家を組合が紹介する。

こういった活動のほか、官(行政)と民(企業)との間に位置することも重要であると考えられている。予算主義の官と決算主義の民。「・・・それに行政の支援には限界がある。経営者がしてほしいことは経営者にしか分からない。その温度差を埋めていきたい・・・(谷村・同組合理事長、『紀伊民報』1999年5月2日)」。田辺市では現在、市経済課を事務局として、ベンチャー企業育

成を支援する「ベンチャー企業支援会議」を発足させている。この市の取り組みにも、同組合はさまざまな形で関与している。

また将来的には、投資家(エンジェル)の募集も積極的に進めていきたい考えである。

活動開始後1年を待たずして、具体的な成果も生みだされている。「紀州建築工房協同組合(宮本弘一代表理事)」である。同組合は、大手住宅メーカーの紀南地域への本格的進出にともない伝統ある在来工法による住宅の普及そして自らの生き残りをかけて、田辺市と西牟婁郡内の工務店5店により設立された。同組合では、工務店の仕事のあり方を大きく改革しようとしている。従来であれば、各工務店では営業活動はしておらず、受注は親類・知人からの紹介、人からのききづてが大半であった。また、契約も施主との信頼関係というあいまいなものであった。同組合では今後、組合で営業活動を展開・受注し、組合員間で仕事を調整するなどの手法導入を予定している。また、信頼関係に依存せず、組合として完成補償制度を設定する。さらには後継者育成や、和風建築の良さや住宅についての正しい知識を理解してもらうための一般の人々を対象にした勉強会の開催なども企図されている。

この協同組合は知事認可を受けており、法務局への登記も済ませたものである。「なぜ組合という制度形態がいいのか」、「そのなかで、いかに従来の仕事のやり方を変えていくか」、「組合発足をどのように一般に認知してもらうか」、「どうやってプレス発表するか」。こういった組合結成にかかわる諸側面に密接にかかわり、「知恵」を授けたのは起業家支援協同組合であった。谷村理事長によれば、数え切れないほどの回数、勉強会を開催し、工務店の親方と検討を重ねたという。「組合」という制度がもつ利点、意識改革の必要性を検討、指導したという。

この紀州建築工房協同組合の設立のみならず、起業家支援協同組合の活動全体に興味を示すものもある。各地から組合の活動内容への問い合わせが多数、寄せられる状況にある。関西一円から関心を集めるにいたっている。

### 3 先輩起業家に期待される役割：「知恵」の伝授

同組合は以上のように、紀南地域の先輩起業家が起業を志す人材(後輩起業家)や、いわゆる「第二創業」に取り組む企業を積極的にバックアップする活動に従事している。

こういった活動がベンチャー企業育成には重要な意味をもっていると考えられる。なぜなら「ベンチャーの都」とも称される京都の起業史(企業史)を振り返ると、先輩起業家が後輩起業家にたいして「物心」にわたりサポートしたことが、きわめて重要な意味をもっていたことを指摘できるからである。

さらに地域の先輩起業家に期待される役割として、地域の学校での「起業家教育・経済教育」への協力がある。非常に長期的な視点に立つと、学校教育のなかへの起業家教育・経済教育の導入は不可欠であると考えられる。小中学生・高校生にたいして、事業経営の面白さを体験させる教育をおこなう。そういった教育をつうじて、起業家マインドをもった若者を一人でも多く地域に生みだしていく。

こういった教育実施に当たっては、学校教員だけでは十分な教育効果は望めない。多くの教員は事業経営の経験をもたないためである。そのため、豊富な事業経験をもつ地域の事業経営者の学校教育への協力(講演等)が望まれる。

先輩起業家のもつ「知恵」をうまく活用する。この枠組みをきちんと整備していくことが、既存企業の活性化、ベンチャー企業の新規創出には不可欠であろう。

## 第Ⅱ部 商店街の現状と活性化の方向—田辺市の事例—

### 第6章 商店街活性化と街づくりの課題

大泉 英次

#### 1 はじめに

紀南地域の中核都市である田辺市は、歴史的にこの地域における集散機能の一大拠点を形成し、県下でも和歌山市につぐ人口を有する都市である。また商業集積でも県下第二の規模をもっている。そして田辺市内を観察すれば直ちに了解できるように、一定のまとまりと集客力を維持する商店街が多数存在する点において、和歌山市をもしのぐ特徴を持つと言ってよい。田辺市の商店街は、今日もなおこの地域の商業集積において重要な地位を保っているのである。

とはいえ今日、大型店の進出、市街地から郊外への人口流出、そして市街地人口の高齢化という流れの影響を受けて、田辺市商店街は厳しい衰退傾向にあることも確かである。だが各商店街では衰退傾向に歯止めをかけようとする取り組みが続けられており、商店街連合会としての共同の取り組みも全国的に注目されるほどの意欲的な内容をもっている。また一部の商店街では再開発事業が完成あるいは進行中であり、他の商店街もこれに続く機運が見られる。

われわれは、以上のような特質をもつ田辺市商店街を調査対象にとりあげ、商店街事業主アンケート調査を行った。その意図は、①商店街の現状と振興策、②商店街活性化の有力な方策である情報化、③田辺市における街づくり、④中心市街地活性化法を活用したTMOの設立と事業化、等について、個店事業主レベルの意識と関心のありようを分析することである。本章においては、とくに上記の①および③について、アンケート調査結果を考察する。そしてそれを踏まえて、地域活性化のカギの1つとなる商店街活性化と街づくりとの結合という課題にアプローチする。

#### 2 商店街各店舗の経営状態と対策

##### 2.1 最近5年間の売上高の動向

商店街各店舗の経営状態を反映する1つの指標として、本調査では売上高の推移をとりあげた。最近5年間の売上高の動向についてのアンケート結果を見れば、「増加」は全体の6.9%にとどまり、「変わらない」は8.8%、「減少」は67%を占めている。

商店街各店舗の経営状態を左右する一般的な要因としては、①長期にわたる消費不況、②大型店の進出、の2つが考えられる。売上高の減退にたいしてどちらがより大きく作用しているかは即断できないが、大型店進出の影響についてはつぎの資料が参考になる。

田辺市では、平成8年10月にオークワ・パビリオンシティが開店した。小売・飲食・サービス業からなる大型施設である。同店の開店後1年を経過した平成9年10～11月に、田辺商工会議所大型店影響調査委員会が、商店街連合会に加入している事業所を対象としてアンケート調査を実施している。同調査の報告書『大型店影響調査事業報告書』（平成10年3月刊行）によると、同店の開店によって「悪影響をうけた」とする回答は62%に達しており、「好影響をうけた」とする回答は7%にとどまっている。また、同店開店前の1年間と開店後の1年間を比較して、売上高が「増加」したとの回答は8%にとどまり、「減少」したとの回答は66%にのぼっている。ちなみに同

店と直接・間接に「競合」関係にあるという回答は56%に達している。これらの調査結果からすると、大型店進出による打撃は相当に大きいと見ることができるだろう。

## 2.2 個別店舗レベルでの対応策

顧客や売上高を確保するために個々の店舗はどういう対策をとっているか、また今後とろうとしているか。アンケートで列挙した具体的な諸項目のうち、選択した回答が多数であったものを示そう。

①すでにとられている対策としては、第1位「品揃えの充実」(20.2%)、第2位「対面販売の重視」(15.8%)、第3位「店舗の改装または増改築」(11.3%)、第4位「販売価格の引下げ」(10.0%)、第5位「共通商品券・ポイントカードの活用」(8.9%)、という順であった(総回答数406にたいする比率)。

②今後とろうとしている対策としては、第1位「品揃えの充実」(19.8%)、第2位「対面販売の重視」(13.2%)、第3位「ダイレクトメールの強化」(11.6%)、第4位「配達・御用聞き等のサービス強化」(8.5%)、第5位「共通商品券・ポイントカードの活用」(7.9%)、という順であった(総回答数378にたいする比率)。

上に見られるように、「店舗の改装または増改築」という対策と並んで、専門店としてのグレードアップ(「品揃えの強化」)や顧客のニーズにたいするきめ細かい対応(「対面販売」「ダイレクトメール」「配達・御用聞きサービス」の強化)が重視されている。「共通商品券・ポイントカードの活用」について言えば、田辺市商店街は全国的に見ても優れた取り組みの実績があり、個店の枠を超えた共同の対応が重視されているところである。

## 2.3 個別店舗の性格づけ

個店レベルでの経営力の強化、そして商店街の活性化において重要なことの1つは、消費者ニーズとの関係でみずからの業態のコンセプトを明確にすることである。われわれは、今回の調査でこの点を重視し、①比較的近隣に居住する消費者に対応する「近隣型」か、②広い範囲に居住する消費者に対応する「広域型」か、という基準を立ててみた。これについての個店ごとの回答を見れば、「広域型」がほぼ60%、「近隣型」が20%、となっている。

「広域型」の業態とする比率が圧倒的に高いことが目を引く。これは田辺市商店街が古くから大きな集積をもち、田辺市だけでなく近隣地域を含む広い商圈のなかで発展してきたことの現れと言える。

しかし今日、「広域型」の性格を持つ(あるいは、持つと考えている)ことが、大型店出店から多大の影響を受け、競合状態を強いられている原因とも言える。商店街が大型店と棲み分けをしていくためには、「近隣型」に徹するか、「広域型」に徹するかの選択を明確にすることが必要と考えられる。これは、「従来こういう形でやってきたのだから」という漠然とした判断ではすまされない。今後どういう形で業態を展開していくかについてのしっかりした判断、見通しにもとづいた選択でなければならない。



### 3 商店街の現状と対策

#### 3.1 商店街の現状

個々の事業主は所属する商店街の現状をどう見ているのだろうか。残念ながら「活気に乏しい」という回答が80%を超えている。先に見た売上高の動向のデータとも大いに関係するところであろう。

各商店街ごとの回答を見ても同様の結果が得られる。しかし、一部の商店街では本格的な再開発が完成途上であり、個店の構えも一新されている。これが活性化に大きく寄与するならば、同様の機運は各商店街にも広がっていくであろう。

#### 3.2 商店街の性格づけ

「広域型」か「近隣型」かの区別(あるいは選択)は、個店だけでなく商店街にとっても重要な問題である。まず、アンケート結果の全体を見れば、興味深いことに「広域型」と「近隣型」が30数%づつではほぼ拮抗している。

つぎに商店街ごとの結果を見れば、興味深いことに気づく。個店レベルでは「広域型」の回答がいずれも多数であるのに、商店街レベルとなると「広域型」と「近隣型」の回答がほぼ拮抗しているのである。この食い違いは、1つには、アンケート回答数が事業主総数に達していないことにも起因するとも言えるだろうが、もう1つには、所属する商店街の特徴づけというところで事業主間に共通のコンセプトが成立していないことを示すものと言えよう。

このことは商店街の活性化、個性的な商店街づくりにおいて障害になってはいないだろうか。今後の重要な検討課題と言えるのではないか。

#### 3.3 商店街活動にたいする評価と今後の課題

つぎに、現在の商店街活動において各事業主が評価している事項、そして今後の商店街活動において必要と考えている事項を見よう。

- ①現状については、「共通商品券・ポイントカード」の取り組みにたいする評価がきわめて高く、つぎに「駐車場対策」、そして「セールやイベント」「会員相互の親睦」等の順となっている。
- ②今後の課題としては、「空き店舗対策」「駐車場対策」が最重要課題とされている。また、比率は低いものの、「研修・調査活動」「異業種交流」が現状と比べて今後いっそう取り組みを強めるべき課題とされている。

### 4 街づくりへの意識と関心

#### 4.1 田辺市に求められる都市機能

最初に述べたように、本調査でのわれわれの問題意識の1つは、田辺市における街づくりの課題にたいして商店街各事業主が抱えている意識、関心の所在を知ることであった。アンケート調査のこの項目については、他地域での調査事例と比較検討が可能となるように配慮した。

和歌山大学経済学部・和歌山商工会議所・財団法人和歌山社会経済研究所の三者で設立された和歌山地域経済研究機構は、平成11年に「和歌山市の高次都市機能集積に向けて」と題する市民アンケート調査を実施しており、この調査結果が『和歌山市の高次都市機能』(平成11年11月刊行)にまとめられている。われわれのアンケート調査で「地域社会とまちづくり」の項目

は、そのなかの一部を抜粋して構成したものである。したがって、この項目に関しては今回の調査結果を和歌山市での調査結果、また一部は全国での調査結果と比較対照することが可能となっている。

ただし、上記の和歌山地域経済研究機構によるアンケート調査は一般市民を対象としたものであり、商店街事業主を対象とするわれわれのアンケート調査とは性格を異にする点に留意しなければならない。しかし、この項目に関する限り回答者はそれぞれの事業や商店街活動と直接に関わらせてではなく、より広い生活者としての立場をも念頭において回答しているものと推測される。その意味で和歌山市等との比較対照は意味があるし、また次に見るように興味深い相違点も指摘できるのである。

「田辺市の街づくりのなかで、都市機能として求められるもの」という項目についての回答結果は次の通りであった(複数回答なので総回答数265にたいする比率)。①「国際交流機能」3.3%、②「交通結節機能」41.2%、③「高度情報機能」9.9%、④「居住環境機能」57.1%、⑤「産業先進機能」21.4%、⑥「文化・学術・研究機能」8.2%、である。

他方、和歌山市での調査結果はつぎのようになっている。①「国際交流機能」9.9%、②「交通結節機能」57.6%、③「高度情報機能」7.8%、④「居住環境機能」65%、⑤「産業先進機能」23.1%、⑥「文化・学術・研究機能」19.3%、である。

これと比較しての田辺市での調査結果の特徴は、基本的傾向としては共通するものがあるとしても、「国際交流機能」「交通結節機能」「文化・学術・研究機能」というところでやや回答率(選択率)が低いことが目を引く。この3つのうち、前2者は関西空港や第2阪和国道延伸事業、紀淡海峡大橋建設計画等を身近にもつ和歌山市との条件の違いが背景にあるかと思われるが、後者の「文化・学術・研究機能」についてはどうであろうか。紀南地域の中核である田辺市においては、この種の都市機能を充実していく意義も効果も大きいであろう。今後の街づくりにさいして重要な視点の1つではないだろうか。これも今後の検討課題である。

#### 4.2 快適な都市空間づくりへの重点課題

「田辺市を快適で魅力的な都市生活空間にしていこうえでの課題」という項目では回答結果は次の通りであった(総回答数391にたいする比率)。①「建物の高さ・規模・デザインの調和」22.5%、②「看板・野外広告物の統一」14.3%、③「歩道・舗装・街路灯の整備とデザインへの配慮」46.2%、④「電線・電話線の地下埋設」44.0%、⑤「伝統的街並みの保存」39.0%、⑥「水辺を活かした街づくり」28.6%、⑦「緑を活かした街づくり」17.0%、である。

この項目については、和歌山市および全国での調査結果との比較が可能である。和歌山市と全国(建設省『建設白書』に掲載の1994年のデータ)については、それぞれ次の通りである。

- ①「建物の高さ・規模・デザインの調和」(和歌山市:20.3%、全国:28.2%)
- ②「看板・野外広告物の統一」(和歌山市:13%、全国24.2%)
- ③「歩道・舗装・街路灯の整備とデザインへの配慮」(和歌山市:54.9%、全国:46.5%)
- ④「電線・電話線の地下埋設」(和歌山市:48%、全国:46.1%)
- ⑤「伝統的街並みの保存」(和歌山市:44.7%、全国:23.6%)
- ⑥「水辺を活かした街づくり」(和歌山市:48%、全国:14.4%)
- ⑦「緑を活かした街づくり」(和歌山市:41.5%、全国:42.7%)

これらと比較してみても田辺市の特徴はどういうものであろうか。①、②および⑤については全国に比べて和歌山市との共通性が目立つ。③および④は田辺市、和歌山市および全国をつうじて最も高位にあがっている項目である。

興味深いのは、⑥と⑦についての調査結果である。「水辺を活かした街づくり」は、和歌山市では回答者の比率がきわめて高いのにたいして、田辺市ではそれほどでもない。また「緑を活かした街づくり」は、和歌山市、全国ともに比率が高いのにたいして、田辺市ではきわめて低い。

このことをどう解釈したらよいか。田辺市ではすでにこれらのニーズは満たされていると見るのか。それとも、ニーズそのものが少ないと見るのか。これもまた、今後の検討課題である。

#### 4.3 今後の交通政策の方向性

この項目での選択肢は、①「マイカー交通重視」か、②「公共交通重視」か、である。回答は「マイカー重視」が65%にも達し、「公共交通重視」は25%にとどまっている。

この項目は和歌山市での調査結果と比較可能である。興味深いことに、和歌山市では「マイカー重視」が43.1%で、「公共交通重視」が55.7%と多い。

「マイカー」と「公共交通」のどちらを選択するかは、とくに市街地整備のありかたにおいて大きな違いを生み出す。また、さきの「都市機能」や「都市空間」に関わる設問項目とは異なって、回答者が商店街事業主であることが大きく作用しているとも言えるだろう。商店街の整備・振興や再開発において消費者のマイカーによるアクセスを重視するという考え方が強く現れているのである。

ちなみに、全国の中心市街地整備・再開発において近年とくに活発化しているトレンドは、むしろ「公共交通重視」であろう。路面電車の見直しやパーク・アンド・ライド(周辺に駐車場を整備して、都心にはバス・路面電車あるいは徒歩でアクセスする方式)の推進という動きも見られる。こういうトレンドもにらみながら、今後の街づくりの方向を考えることも1つの重要な検討課題であろう。

### 5 商店街活性化と街づくりとの結合

#### 5.1 アンケート調査結果の分析から得られる注目点

前節までは、今回のアンケート調査結果の一部について分析してきた。中心市街地活性化法ならびに情報化に関する調査項目はそれぞれ第7章、第8章で分析される。ここでは、以上の分析をつうじてとくに注目されるポイントを振り返ってみたい。

##### ①活性化に向けた個別店舗レベルの対応策

消費者のニーズにきめ細かく対応するための方策、「品揃え」「対面販売」「ダイレクトメール」「配達・御用聞きサービス」の強化が重視されている。

##### ②業態の性格づけに見られる問題

個別店舗レベルでは「広域型」という特徴づけが多数であるのに、それぞれが所属する商店街レベルでは「広域型」と「近隣型」の特徴づけがあい半ばする結果となっている。

##### ③商店街活動の今後の課題

「空き店舗対策」「駐車場対策」が最重要の課題として意識されている。また、比率は低いものの、「研修・調査活動」「異業種交流」が現状と比べて今後いっそう取り組みを強めるべき課題とされている。

##### ④田辺市における今後の都市機能整備に期待するもの

「居住環境機能」と「交通結節機能」が重視されている一方で、「文化・学術・研究機能」についてはあまり重視されていない(この点は和歌山市での調査結果と比較してのことであるが)。

⑤ 快適な居住空間づくりに期待するもの

「歩道・舗装・街路灯の整備とデザインの配慮」「電線・電話線の地下埋設」「伝統的街並み保存」が重視されている一方で、「水辺を活かした街づくり」「緑を活かした街づくり」という課題はそれほど重視されているとは言えない(この点も和歌山市での調査結果と比較してのことであるが)。

⑥ 今後の交通政策に期待するもの

「マイカー重視」がきわめて多数を占める。和歌山市での調査結果では「マイカー重視」と「公共交通重視」があい半ばしている(しかも「公共交通重視」のほうが比率は高い)のとは好対照である。

## 5.2 商店街活性化と街づくりとの結合

つぎに、商店街活性化と街づくりとの結合という観点に立って、以上の6つの注目点がどういう意味を持っているかを掘り下げて考察し、今後の検討課題をできるだけ具体的に示すことにする。

① 商店街のバリアフリー化と基本的商業機能の充実

まず、商店街にたいする消費者のニーズはどのようなものなのかを考えよう。ここでは、田辺市商工会議所と田辺市が実施した『平成10年度消費者買物動向調査』を参考にする。とくに、消費者が商店街、そして大型店・専門店ですべて買物をする理由についての調査結果に注目したい。

消費者はなぜ商店街で買物をするか。「商品が良い」「信用できる」「なじみだから」「商品券で買物ができる」「近い」。これらの点で田辺市商店街は消費者から支持されているのである。10歳代の若い消費者層では「近い」という理由がトップになっているが、20歳代から60歳代(およびそれ以上)まで共通して、上記の順位である。

これは、大型店と商店街を比較すればこの都市でも同じ結果が出るだろうという程度の考え方で片付けられるものではない。商品券が高く支持されていることを含めて、むしろ田辺市商店街に独自の強みと判断すべきである。しかし商店街の現状はこの強みに安住できるものではない。だからこそ、個別店舗は(そして商店街としても)、まずこれらの理由にとことんこだわってみるべきではないか。

ところで田辺市商店街振興組合連合会は、平成10年度の中小企業活性化事業として「高齢者・障害者・働く女性に優しい商店街」事業を実施した。中心市街地人口の高齢化を踏まえた、適切な課題設定と言えよう。同事業の調査報告書(平成11年3月刊行)は高齢者、勤労女性等を対象としたアンケート調査を中心にまとめられており、商店街にたいする消費者のニーズを新しい角度から探ったものとして興味深い。そのなかから、とくに印象の強かったポイントをあげてみよう。

それは「バリアフリー」ということである。これはともすれば、高齢、障害といったハンディキャップを持つ人々に限られた特殊なニーズと見られがちであるが、そうではない。商業・サービス業について言えば、ハンディキャップを持つ人々にも容易にアクセスできる条件を備えていることが、あらゆる市民にとって快適な消費行動を保障することになるのである。

品揃え、接客態度、適切なサービスや情報の提供といった基本的商業機能についても同様のことが言える。さきに田辺市商店街が広範な世代の消費者に指示されている強みを指摘したが、

この点では事業者としてまだまだ研究、改善すべきことは多いと思われる。事業者相互の交流や研修を充実させつつ、検討していくべき課題であろう。

### ②個性を持った商店街づくりの追求

商店街の特徴について、所属事業者の間で認識がまちまちであるという現状をどう見るべきか。今回のアンケート調査では「広域型」「近隣型」という区分を採用したが、これに限らず、商店街という商業集積にふさわしい、ある程度統一した個性を求める努力は必要であろう。商店街の個性を明確にすることは、空き店舗対策や今後のハード事業のありかたにもつながっていく。

厳しい経営環境のなかで競合をよぎなくされているのは、なにも大型店と商店街との間でだけのことではなく、商店街相互の間でも言えることである。振興組合連合会としての共同の取り組みと並んで、それぞれの商店街が個性を発揮することで、いわゆる共存共栄、棲み分けが可能になる。この面でも事業者、振興組合には活発な議論と行動が求められているのではないか。

### ③街づくりをつうじた市民、行政との協同・連携

商店街活性化は、商店街を含む中心市街地の面的な整備、人口流出対策、人口高齢化対策、住民福祉等と結合しなければ実現できない課題である。ここでは事業者、市民、行政の協同と連携が必要なのであるが、そのためにも商店街活性化をより大きな広がりの中で追求していくという事業者、商店街の側の意識改革が求められる。

このことを踏まえて、さきに指摘した「快適な居住空間づくり」や「交通政策」に関わる注目点の意味するものを考えてみたい。

注目点の1つは、「歩道・舗装・街路灯の整備とデザインの配慮」「電線・電話線の地下埋設」「伝統的街並み保存」が重視されている一方で、「水辺を活かした街づくり」「緑を活かした街づくり」という課題はさほど重視されていないということであった。これを和歌山市での調査結果と比較して指摘したが、誤解のないように言っておけば、そのことはなにも和歌山市と田辺市の事情の違いを言うためなのではない。すでにことわっておいたように和歌山市での調査は一般市民を対象としたものである。つまり、ここでの本質的なポイントはつぎのことである。アンケート結果の違いとして現れているものは和歌山市と田辺市との違いというより、一般市民と商店街事業者との意識、関心の違いなのではないかと思われるのである。

あえて言えば「歩道・舗装・街路灯の整備とデザインの配慮」「電線・電話線の地下埋設」は、もちろん一般市民にとっても大いに望ましいことであるが、事業者から見れば、むしろ個々の店舗や商店街の環境整備という観点からとくにこれらが切実に意識されているのではないか。これにたいして「水辺や緑を活かした街づくり」はたしかに商店街活性化とはへだたりの大きい課題である。このあたりに果たして市民の意識とギャップはないのだろうか。

たしかにこれは1つのアンケート項目というきわめて限られたところからの推測にすぎない。しかし、事業者と市民の間に街づくりの課題をめぐって意識、関心のギャップはあるのかないのか、また、ギャップがあるとすればそれはどの程度のものか等は、真剣に検討されてしるべき問題である。そしてそれは、商店街事業者の間だけで論じられるべきものではなく、市民と事業者が一緒になって大いに議論すべき問題である。

交通政策をめぐる「マイカー重視」か「公共交通重視」かという問題でもまた同じことが言える。和歌山市での調査と内容を一致させるために、二者択一という制約の強い設問になっているせいもあるが、それにしても、すでに見たようにきわめて対照的な結果となっている。

今日、環境問題や資源問題にたいする意識の高まりのなかで、世界的にも国内的にも都市内

交通政策において公共交通手段整備の必要性が認識されている。しかし、もちろん個々の都市において交通体系整備のありかたは多様であろう。田辺市の実情にそくした交通政策が求められることは言うまでもない。

ここでも「バリアフリー」の原則は重視されなければならない。いわゆる交通弱者の視点に立った検討が必要である。駐車場対策は商店街、事業主にとって切実な課題となっているが、これは公共交通の適切な整備との組み合わせによって解決されるべきものであろう。そうでないと、増えつづけるマイカーとのいたちごっこが続くだけである。

街づくりをつうじた事業者、市民、行政の協同と連携は、利害の対立と調整そして合意というプロセスのなかで追求されるほかはない。商店街事業者は、消費者市民との緊密な結びつきや信頼関係という強み、財産を持っている。それを活かしたリーダーシップの発揮が求められる。

このことと同時に、市民にたいする積極的な働きかけがいつそう求められている。商店街の現状そして活性化について強い関心とアイデアをもつ市民を一人でも多く見出して、彼らと一緒にあって議論し、行動する。これは、いわば商店街の応援団づくりである。他方、商店街の側も市民の地域活動に積極的に参加していく。「市民に開かれた商店街活動」という観点を振興組合の活動のなかに大いに取り入れていくことが必要であろう。

## 第7章 商店街の活性化とTMO

石橋 貞男

### 1 田辺市商店街整備・改善の現状

田辺市商店街の活性化は、これまで「特定商業集積整備法」に基づき都市計画道路の整備と一体をなすものとして推進されてきた。計画の一部がようやく竣工を迎えつつあるが、全体構想の途半ばといった状況である。つまりアオイ通り・銀座商店街では、道路の拡幅がなされ、新築の店舗がセットバックされている。新しい街並みが現実化しつつある。そして今後は、元町新庄線の街路整備事業が、早急に事業化されるべきものとして残っている。しかし、この事業にはこれまで以上に地元の関係者の協力が必要とされるであろう。

実際には、この元町新庄線の街路整備事業が完成しなければ、既になされた事業を真に生かすことにならないだけでなく、残されたその他の諸事業がうまく遂行できないおそれもある。切荘跡地開発事業のように、既に実現が困難になっているものもあり、駐車場問題も含めて、新たに全体的に構想を練り直す段階にあるように見える。そこで、「中心市街地活性化法」の枠組みを利用することが一案となってきた。

そのほかの事業としては、飲食店街・味光路の活性化と駅前整備との2つがある。味光路の活性化は、既に着手され一定の成果を得てきているが、今後さらに工夫を必要としている。駅前整備は、大がかりなものであり、未だ構想の域を出ていない。したがって、今後は、特定集積エリアの整備もこの2つの事業との関連のなかで、つまり中心市街地の活性化にかかわるものすべてにいわば大きく網をかぶせる形で進められていく必要がある。この点についても「中心市街地活性化法」はうまく適応できる枠組みとなっている。

ところで多くの市町村では、既に新法を活用して中心市街地の活性化、ひいては商店街の活性化を考えていこうという動きがみられるのに対して、田辺市ではまだそのような動きが具体化していないように思える。そこで以下では、中心市街地活性化法の概要とその中心的な役割を果たすTMOの意義とについてみてみたい。

## 2 TMOについて

### 2.1 中心市街地活性化法の概要

この法律の基本的考え方としては、(1)市町村のイニシアティブを重視すること。(2)「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」を車の両輪とすること。(3)個店や商店街に着目した「点」・「線」から、「面」的な商業活性化策がはかれること。(4)各省協議会等、関係省庁の連携による各種措置の一体的推進。(5)「都市化社会」から「都市型社会」への歴史的転換期にあたっての「都市の再構築」といった項目が、挙げられている。

さらに、筆者は次の点を追加したい。(6)既存の関係諸法との間に継承性があること。(7)この法律のコンセプトは、海外の事例から学んでいること。(8)また、支援する対象を単に保護しようというのではなく、リスクをも負う競争の主体として位置づけていること、といった点である。

次に、実際に法律の適用を受ける場合の手続きをみておこう。(1)国が「基本方針」を作成。(2)市町村が「基本計画」を作成。(3)「基本計画」に基づいて、市町村、民間事業者は、「市街

地の整備改善に関する事業」と「商業等の活性化に関する事業」等を一体的に推進する、となっている。そして、「基本計画」に「中小小売商業高度化事業」に関する記載のある場合（これが一般的とされる）、TMO構想（中小小売商業高度化事業構想）とTMO計画（中小小売商業高度化事業計画）とが「基本計画」と「事業実施」との間に入る。それらを担う機関が、TMO（Town Management Organization）である。

## 2.2 中心市街地活性化法の包括性・継承性

中心市街地活性化法は、これまでの都市政策すべてに大きく網をかぶせる包括性と、これまでの法律との整合性を図っていく継承性とを併せ持つ総合的な都市政策であるといえる。

まず、各省協議会等や関係省庁の連携による各種措置の一体的推進がなされることになっている。支援メニューを出しているのは、通商産業省・建設省・自治省・農林水産省・運輸省・郵政省・警察省・国土庁・文部省・厚生省・労働省・北海道開発庁・沖縄開発庁である。そして、関係省庁の統一的窓口として設置されたのが「中心市街地活性化推進室」であり、「中心市街地活性化関係省庁連絡協議会」が設けられている。このような連携は、地方公共団体の内部においても、同様に形成される必要がある。

次に、法律の継承性についてはどうであろうか。国の考えは、特定商業集積法は引き続き重要な意義を有するとしながらも、郊外において商業集積の整備が相当進んでいて、とくに支援する必要性はほとんどなくなっているような場合、特定商業集積法に基づく支援措置の対象としない、となっている。全体的な政策の方向性としては、特定商業集積法から中心市街地活性化法への継承を図りつつ、地方自治体にそれに沿った移行を促しているように推察できる。

## 2.3 TMOとは何か

TMOは、中心市街地活性化法を実際に運用していく主体で、中心市街地活性化のさまざまな関係機関の間をとりもついわば触媒的な機関である。つまり、TMOは、中心市街地における商業集積を一体的に捉え、業種構成、店舗配置等のテナント配置、基盤整備及びソフト事業を総合的に推進し、中心市街地における商業集積の一体的計画的な整備をマネージ（運営・管理）する機関とされ、さまざまな主体が参加するまちの運営を横断的・総合的に調整し、プロデュースし、時には施設の建設主体となることもある、とされる。

TMOになることができるものは、(1)商工会(2)商工会議所(3)3セク特定会社(4)3セク公益法人、に限定されている。TMOとは、このようなTMOとなりうる機関が、TMO構想（中小小売商業高度化事業構想）を作成し、それを市町村が認定したものをさし、これを「認定構想推進事業者」という。つまり、TMO＝「認定構想推進事業者」ということである。

ちなみに平成12年5月17日現在、「基本計画」を提出している市町村は、259市町村である。TMO構想が市町村に認定され、TMOとなった機関は55機関である。

そしてさらに事業実施に移るためには、「TMO構想に盛り込まれた事業を実施しようとするもの」が、「TMO計画」を作成し、こんどは、通省産業大臣の認定を必要とする。

ここで注意すべきことは、TMOだけが必ずしも事業実施主体となるわけではないという点、およびTMOとその他の実施主体との関係である。

TMO制度をわかりにくくしているポイントは、制度上は(1)TMOそれ自体と、(2)TMOと共



同して事業を行う組織との2種類があることであり、さらに(1)TMO自体も事業を行えること、(2)2種類の組織は多くの点で重なり合うということ、にある。

実施主体になることができるものは、実施事業毎に決まっているが、たとえば商店街振興組合、商店街振興組合連合会、事業協同組合、協業組合などであり、その他に商工会、商工会議所、特定会社、公益法人も含まれる。ただし、特定会社と公益法人に関しては、TMOと実施主体とではその要件が異なる。つまり、TMOについては、地方公共団体の所有もしくは出資、又は拠出が義務づけられているのに対し、実施主体については地方公共団体の出資、拠出という要件はない。しかしながら、地方公共団体の実施主体への出資等の割合は、補助率を通じて事業の採算性にも影響を与えることになってくることに留意しておく必要がある。

その結果、TMO体制の類型は、大きく(1)企画調整型(2)企画調整+事業実施型の2つが考えられ、さらにそれらのバリエーションとして、(1)-1「TMOは企画調整に徹し、商工会・商工会議所・特定会社・公益法人が事業を実施する」、(2)-1「TMOが事業を実施するが、商工会・商工会議所・特定会社・公益法人も事業を実施する」や(2)-2「TMOを事業部制にする」なども考えられている。

いずれにしても、TMOの役割は大きい。つまり、「TMO構想」は、「基本計画」に先取りされつつ、「TMO計画」を見込んだものにしておく必要がある。事の成否はこの「TMO構想」がうまくできあがるかどうかにかかっているのではなかろうか。

### 3 田辺市商店街事業主アンケート調査分析

まず、田辺市も基本計画の策定等の「中心市街地活性化法」の適用を受ける体制を整えるべきであるとお考えですか、という問いに対しての結果は次のとおりであった。「早急に取り組むべき」が61.1%と最も多く、「検討する組織をつくるべき」の17%をあわせて、78.1%、約8割近くの方が「中心市街地活性化法」について早急に何らかのアクションを起こすべきだとしている。「他の市町村の様子を見てから」は、1.6%と想定していた数値をかなり下回った。「分からない」と「不明」をあわせて19.8%あった。

次に、TMOへの関わり具合についての問いに対して、結果は次のとおりであった。「TMOの設立に賛成であり、できる範囲で協力したい」が52.7%と最も多く、約半分を占めた。「TMOの設立に賛成であり、積極的に関わっていききたい」が11%あった。あわせて、63.7%の方々が協力的な姿勢を示している。「TMOの設立に賛成であるが、協力できない」が3%あった。それに対して、「TMOの設立には反対である」は1%であった。「分からない」が20.9%、「不明」が11.0%あった。

そのほかに、個店の売上高の状況と商店街の現状認識についてもアンケートした。まず、個店の「最近5年間の売上高」の変化については、増加傾向にあるのは12店舗(7.1%)にとどまる。それに対して減少傾向にあるのは、122店舗(67%)にのぼっている。

次に、所属する「商店街」についての認識については、「きわめて活気がある」3名(1.6%)と「多少活気がある」17名(9.3%)とをあわせても、約1割の20名(11.0%)にしかならないのに対して、「やや活気に乏しい」48名(26.4%)と「きわめて活気に乏しい」99名(54.4%)とを合計すれば、148名(80.8%)にもなる。約8割の事業主の方が自分の属する商店街の活気が乏しくなっていると認識されており、約5割を超える方々が、きわめて活気が乏しくなっていると感じられている。

#### 4 おわりに

(1) 最終的な責任主体は、商店街事業者の方々であると考えられる。そこで必要となるものの1つが事務局体制であろう。TMOこそ、事務局の役割を果たさねばならない。また、責任主体とは、投資もし、リスクも負うという意味である。

(2) さまざまな関係者の協力のなかでとりわけ重要なのは、地方自治体である。中心市街地の活性化について、地方自治体にとっての積極的な意義づけが必要である。

(3) そのためには、中心市街地を活性化することについて、市民全体の理解と協力とが必要となる。中心市街地活性化が市民にとって意義深いものにする工夫が必要となる。

\* 本稿は、『“木の国”活性化支援センター(グリーン・コミュニティカレッジ)構想』第7章のダイジェスト版であり、参考文献、引用箇所、図表等を割愛した。詳細は上誌を参照されたい。

## 第8章 商店街活性化と情報化

佐藤 周

### 1 はじめに

地域商業の中核をなしていた商店街がその活気を失い、消費者の購買意欲を引き付けることが出来なくなって、衰退の一途を辿る例は全国に数多存在する。その要因として、郊外型大型店の進出、消費者のモータリゼーション向上、旧市街地個店の品揃え機能低下など数多くの点が指摘されているが、結論としては、消費者ニーズに適切に対応できず、その支持を失ったということであろう。

小売商業の世界は厳しく、現在そのスピードを増している情報化社会の進展は、既存の商店街衰退の構図を更に一段変化させ、これまでの勝ち組とされている郊外型ショッピングセンター等をも再編させつつある。情報化社会にあつては、情報を手し、その情報を的確に処理して、商品やサービスの流通・販売に結び付けられるものが勝利者になれる。流通業界における競争は日々変容しており、既存の商店街が再活性化し、再びその賑わいを取り戻すための活動を困難にさせている。これまでの個店ごとでの対応では不十分で、商店街全体で一つのビジョンを共有し、それを実現するための方策として、競争のための情報共有、新しいサービス、付加価値の創造を通じて、他の業態の店舗群と競争することが求められる。しかし、これまでは、情報化投資の遅れ、機器操作の不馴れ、情報化マインドの不足、強力なリーダーシップの欠如などにより、十分に対応してきたとは言えず、大型店やコンビニエンス・ストアとの格差は広がる一方である。

商店街が活性化するためには、既存の商店街が担ってきた役割を一新し、商業活動という側面だけでなく、地域づくりの担い手として自らを再定義し、新しいビジョンの下で再構築することも求められる。

ここでは、このような観点から、現在導入可能な情報技術を利用し、地域が抱える課題を解決する主体として、商店街がどのように生まれ変われるかを考察する。進むべき一つの方向は地域に居住する高齢者向けのサービスであり、更に、それを実現するための契機となりうるのはデビットカードシステムの導入である。

デビットカードのサービスは、平成12年3月から、全国的に展開された新しい決済サービスであるが、このサービスの導入が次なるサービスの創出を引き起こす可能性を持っている。何かの契機がなければ、商店街が新しい方向に向かって動き出すことは難しい。現在進展しているインターネットとデビットカードサービスの導入が商店街を変える契機になるであろう。

### 2 インターネットと地域商業

情報化やインターネットは急速に社会に浸透しており、消費者行動そのものを変えつつある。和歌山県にあつても住民のプロバイダへの加入はコンスタントに増えており、インターネットを地域で利用する条件は確実に整いつつある。こうした中で、他地域の商店あるいは商店街はいろいろな試みを行なっている。

ネットワーク上で仮想的な商店街(virtual mall)を形成し、そこに店舗することがまず考えられる。この場合には、消費者は日本全国あるいは海外の消費者であり、取り扱われる商品も、ある

地域でしか買うことのできない希少品か、もしくは、全国どこでも入手可能であるが、流通過程を合理化して低価格での販売を行なう特殊な事例がほとんどである。地域の小売店が利用できるようなビジネスモデルではない。

他方、実際の商店街が、地域の消費者への販売や広報の手段として、インターネット上でサービスを展開する例も全国の各地で事例が見られるが、この種のビジネスモデルも、残念ながら成功しているとは言いがたい。これまでは、地域内で十分な数の消費者を確保することができず、また地域で十分な数の商店がインターネットに対応できなかったからである。

これ以外のネットワークの利用法としては、中心市街地活性化法による事業展開の中で、駐車場の「空き」情報の発信、GPSと連動したカーナビゲーションシステムによる誘導が紹介されている。また、決済用のカードやポイントサービスなども取り組むべき課題とされている。これらの事業は、基本的に商店街の外部に広範囲に居住する消費者を商店街に呼び込み、そして囲い込むことによって、商店での売上増に繋げるという発想で考え出されたものである。

地域に居住する住民の福利向上に寄与し、地域の課題解決に対して貢献するという「地域づくりの担い手」としての役割はそれほど考慮されていない。

### 3 近隣型商業、高齢化への対応

田辺の地元商店街は、モータリゼーションの進展、住宅の郊外へのスプロール化を背景に、郊外立地店舗との競争激化と既存店舗の老朽化、経営者の高齢化、後継者不足など内的要因のため、地盤沈下の方向に向かいつつある。これを打開するため、この数年、商店のセットバックと店舗改装による町並みの一新、街路灯、駐車場などの共同施設整備、共通商品券、ポイントカード、共通駐車券システムの導入事業などを行なってきた。その一連の活動の中で、商店街振興組合連合会では、田辺の商店街が目指すべき一つの方向として、社会的な弱者や働く女性が快適に買物のできる街づくりを提示している。

田辺市の高齢化率は平成7年4月時点で16.8%であり、平成12年で19.6%、平成37年(2025年)には28.1%に上ると推定されている。近い将来高齢化は大きな社会問題になると予想される。行政も様々な施策を考えてはいるものの、その施策体系は高齢者の中でも身体に障害を持つ高齢者、寝たきりの高齢者、あるいは痴呆性高齢者が主たる対象であり、高齢ではあるが、まだ元気に生活している住民の快適な生活に配慮するゆとりはない。

田辺の商店街がこの問題に対処する一つの方向は、地域全体で高齢者の住みやすい環境を整え、アメニティの高いハード、ソフトのサービスを提供することである。これは地域に居住する消費者をターゲットとする近隣型商業集積を目指すことを意味する。田辺は、これまで、中心部に性格の異なるいくつかの商店街が相互に競争しながら共存してきたが、今後は広域型商業集積と近隣型商業集積の共生を目指したまちづくりが求められるであろう。

### 4 鹿児島県宮之城町に見る先進事例

田辺の商店街のように、広域型と近隣型の商業集積が混在する例は、紀南ではそれほど多くない。田辺市、新宮市を除くと、ほとんどが数キロメートルの範囲内に居住する消費者をターゲットにする近隣型商業集積である。郡部の近隣型商業集積が、高齢者や働く女性など、家庭から外出して買物をするのできない住民に対して、ネットワーク等を活用しながら新しいサービス

を行なっている例は全国にいくつか存在する。その中で、全国的にも早期にサービスを開始したのが鹿児島県宮之城町である。

鹿児島県は、全国で3番目の高齢県で高齢化率は20%を越え、他府県に先駆けて超高齢社会に突入している。郡部で暮す高齢者が多く、行政がすべてに渡って手厚い支援をすることも困難であることから、鹿児島県商工会連合会が「高齢者等買物支援システムモデル事業」としてシステム開発を行ない、現在県内の3町村で稼働中である。

この事業は当初は大隅町と大浦町で平成9年から開始されたが、現在は、平成10年11月からスタートした宮之城町が最も活発に運用している。

このようなサービスを始めるにいたった経緯について、報告書では、それを大きく以下の5つにまとめている。

- (1) 商工会地区の中小小売業を取り巻く環境が大きく変化している。
- (2) 環境の変化に伴い地域で顕著になったこと
- (3) 商工会が果たすべき役割
- (4) これから商店や商店街が地域で果たすべき役割
- (5) きめ細かなサービス実施のために

宮之城の宅配システムは、「みやんじょまごころ便」と命名されている。この種のサービスは、高齢化の進む郡部の町村にとって不可欠のものである。しかし、現在の売上高規模とその配達方式では、持続してサービスを提供することは困難である。規模の経済を享受できるだけの売上高増加と、効率的な運用による費用の削減が欠かせない。

売上高を増やすための一つの方策はインターネットなどの情報メディアを活用し、町外の消費者にも販売することであり、もう一つは町内での利用者を増やすことである。しかし、現在の運用方法では、利用が増えれば増えるだけ、運用コストを増加させ、採算性を悪化させる危険性がある。利用者が高齢者であることを考えると、注文をインターネットなどを通じたメディアに頼ることは難しい。また、配送を数人のパートに依存することも規模の増加に従って困難になるであろう。これを効率化するためには、行政とタイアップして、福祉サービスの一環として実施するなど、行政、様々なボランティア組織、商工会関係者との間の緊密な連携が必要である。

## 5 商店街情報化とデビットカード

宮之城町の事例でも明らかであるが、今後、商店街活性化のための事業を行なうためには、商店街の個店自身が情報武装することは欠かせない。ここで言う情報武装とは、個店自身が情報の入出力端末を持ち、情報収集を行ない、収集された情報を分析し、売上高増加や新しいサービスの創出を含むサービス向上をはかることを意味している。商店街全体で活性化に取り組むような場合には、より大きな組織の設立と運用が必要になり、ここでの情報端末とネットワークを通じた情報共有は不可欠である。

このような情報武装の必要性はやる気のある個店では十分に認識されているが、様々な個店からなる商店街全体としてはなかなか全体的な合意を得るには至っていない。全体として取り組むためには、何かのきっかけが必要である。

平成12年3月6日、日本全国で一斉にデビットカードのサービスが開始された。このデビットカ

ードは、簡単に言えば、金融機関のキャッシュカードで、そのまま決済できるサービスであるが、これを商店街全体で導入するための取り組みが、商店街全体の情報化促進の契機になりうる。

今回のデビットカードのサービスは、これまでの銀行POSとは、

(1) 消費者(利用者)の契約している銀行と小売店(加盟店)の口座のある銀行が別であっても良い。

(2) 消費者がデビットカードとして使うために、何の届け出も必要としない。

という2つの点で異なる。

ところで、カードと言った場合、デビットカードの他にクレジットカードでの決済が考えられるが、それぞれに一長一短があり、今後どのようなサービスが付加されるかによって、どちらを使うか、決められることになろう。

## 6 結びにかえて—実施のための諸課題—

「誰が」「何を」「いつ」「どこで」買ったかについての消費者情報は、ワン・ツウ・ワン・マーケティングや宅配サービスのための基礎的な情報として活用可能であり、既存の商店街がこれらの情報を総合的に収集、活用することによって、商店街再生への途が拓かれる。宮之城町の高齢者向け買物支援サービスでも、購入物品のデータはその都度パソコンに蓄積され、「誰が」「いつ」「何を」という情報は利用可能である。また、デビットカードとポイントカードシステムの結合によって、同様の情報が商店街単位、もしくはセンター単位で利用可能になる。現在商店街が置かれている競争条件、すなわち競合する郊外型スーパーマーケットやコンビニエンス・ストアがこの種の情報を利用し、多角的なサービスの展開を図っていることを思えば、商店街が同様の情報を収集し、更に商店街独自のサービスを創出する必要があるのは明らかであろう。

商店街がこの方向での商店街再構築を図る上では、いくつかの問題点、課題が存在する。それらを列挙すると以下の4点に集約される。

- (1) プライバシーへの配慮
- (2) 他店および他のサービスとの連携
- (3) 情報機器の導入
- (4) リーダーシップと情報提供

商店街が再生するためのハードルは高く、変革はかなりのエネルギーを必要とするものである。行政や組合だけでなく消費者をも巻き込んだ地域づくりとして進められるべきものである。

### 第Ⅲ部 地域情報化と自治体の対応

#### 第9章 地域情報化と行政サービス—行政の広域ネットワーク構築を目指して—

佐藤 周  
小島 敏宏

##### 1 はじめに

1990年代中頃から話題になり始めたインターネットは、日本国内のいたるところ、いたる分野に急速に普及し、産業、教育、医療、福祉などすべてにわたって革命的な進歩をもたらしつつある。この中において、世界同時に進行しつつあるIT革命の影響から最も遠くにいると言われてるのが“**地方行政**”である。市場での激しい競争にさらされることもなく、財政状況の厳しい折から効果の定かでない情報化投資は抑制されがちである。公平性、公開性の求められる行政サービスにあっては、一部の国民しか利用していないインターネット世界の住人に特別扱いのサービスをするのは、考慮の外であった。その結果、国民がその活動を行なうにあたって、最も基本的かつ必要不可欠な市町村レベルの行政サービスを受けるのが、最も不便であるという事態になりつつある。

和歌山県は従来からいわゆる「南北問題」が存在すると言われ、道路・交通環境、通信・放送環境、医療環境など、ほとんどあらゆる社会基盤整備について紀北が紀南に先行してきた。ことに紀南地域(西牟婁郡、東牟婁郡、田辺市、新宮市および日高郡の龍神村、南部川村、南部町)は、情報化のための社会基盤整備が遅れており、NTTなどの民間会社も効率の悪いこの地域への投資を敬遠しがちである。行政分野での情報化は、高齢化、少子化、過疎化、地域の広域性など、この地域の特性を考慮するとき、特に必要とされているにも拘らず、未整備のままである。「いつでも」「誰でも」「どこでも」「何でも」「簡単に」「安全に」できる情報化基盤は、克服することの難しい地域課題を抱えるこの地域こそ、最も優先的に整備されるべきである。

ここでは、このような現状にある紀南地域の情報化を推進するため、当地方の自治体情報化の現状、今後発生するであろう情報化ニーズ、それに応えるための情報化基盤について考察し、その上で実現可能と思われる具体案を提案する。

##### 2 行政を取り巻く環境の変化

インターネットを中心としたネットワーク環境の進展には目を見張るものがある。民間の、特に商業的な分野(電子商取引)では日進月歩ならぬ秒進分歩のスピードで進歩が続いている。政府は民間に遅れないようにと、地方自治体に関して種々の情報化プロジェクトを推進している。地方行政分野での情報化に関わる様々な動きは、以下の省庁に関わる施策として要約されよう。

- ・首相のミレニアムプロジェクト
- ・総務庁：行政情報化推進基本計画
- ・文部省：全国の小中高等学校のインターネット接続
- ・自治省：住民基本台帳ネットワークの構築と市町村合併
- ・郵政省：情報通信基盤の整備

これらの施策は、まさしく、「いつでも」「誰でも」「どこでも」「何でも」「簡単に」「安全に」できる環境を作るため、利用者全般から、情報の主たる発信者、技術者を含むすべての構成員に対して、開発から普及に至る各段階について、全般的に支援するものである。政府の目論見通り、ネットワークの利用環境が整うとき、残される問題は、インターネットの使い手が情報マインドを持っているかどうかだけになっているかもしれない。

### 3 市町村レベルの情報化

地方の市町村が抱える地域課題の中で、最も深刻で早急な対応を求められているのは“少子・高齢化の問題”である。特に紀南地方にあつては高齢化の問題は“過疎の問題”と同義であり、広域で放送・通信環境、交通機関に恵まれない中山間部に居住する住民に対して、如何にして質の良い行政サービスを提供するかがほとんどの市町村にとっての共通の課題になっている。過疎と少子・高齢化の進行は地方財政に対し、極めて深刻な打撃を与えている。すなわち税収の減少と介護サービス等、行政サービス需要の増加による支出増である。この結果、地方行政の財政状況は確実に逼迫の度合いを強めている。自治省が市町村合併を喫緊の課題として、様々なアメとムチの政策で合併を促進しようとするのも、行政を効率化しない限り、財政的な破綻が避けられないからである。

官民の状況は、積極的な市町村合併の促進を支持するようになってきている。地域がその特色を活かして、地域独自の文化、経済を考えなければならない時代になってきている。国も財源や権限の委譲を含む地方分権化と市町村合併とをワンセットとして考えており、市町村が自主的に、創意工夫し、相互に競争する状況に誘導しようとしている。金融や産業など民間部門の規制緩和と競争の促進の流れが、確実に行政の分野にも押し寄せ、厳しい自治体間競争がはじまるのを予感させる。

自治体間競争時代を迎えた自治体は、民間並の発想と行動を求められる。これまでのように、国からの委任事務や法律で定められていた行政事務だけを行なうのではなく、その地域に住民を引き付けるために実効ある行政サービスの提供が必要になる。行政サービス業者として、民間のサービス業者とも対等に競争する姿勢が求められる。

行政情報化の目的も豊かなコミュニティを形成することが主になる。具体的には、以下の諸点に要約される。

- (1) 地域経営ビジョンとそれに基づく実現可能な情報化計画の策定
- (2) 計画を実施するための内外の人材を集めた組織の編成
- (3) 可能な限り、内外の組織とネットワーク化(国、企業を含む)
- (4) 既存の業務のコンピュータ、ネットワーク利用による効率化
- (5) 住民生活を豊かにする新しい行政サービスの創出
- (6) ネットワークを通じた知識共有の基礎となる文書の電子化(ペーパーレス化)
- (7) すべての職員・住民に対する、継続的な情報化教育
- (8) グローバル化や住民のライフスタイルの変化を考慮した24時間対応
- (9) ワン・ストップ・サービスの実現

インターネットの利用は、基本的には外部への情報発信サービスから住民向けサービス重視



へと変化せざるを得ない。観光や文化情報の発信など、直接的な住民サービスにならないようなホームページの作成だけでは、到底、住民が満足しないであろう。自組織で対応の出来ないものは、外部へアウトソーシングしたり、広域で連携し、共同組織を作って対応するなど、確実に、安価に、継続的にサービスを提供できる体制の整備が求められよう。

#### 4 行政情報化の現状

##### 4.1 自治体ネットワーク施設整備事業と情報化

中央政府のみならず、地方の自治体も社会の情報化に合わせて庁内事務のコンピュータ化に取り組んできている。恐らく、今日ではどのような小さな村役場でも事務処理の多くをコンピュータで行なっているであろう。前述のように、近年ではコンピュータ・ネットワークを利用した更なる情報化への動きが必要になっている。

このような状況下、郵政省は自治体のネットワーク事業を支援するために2、3年前から活発な支援を行っている。今回のプロジェクト研究では、これらの自治体が他の自治体に対するモデルとなるべき先進事例であると考え、自治体のネットワーク(対外ネットワーク)がどの程度のレベルにあるかに関するアンケート調査を行なっている。さらに、これらと比較して、紀南の市町村のレベルはどのようなものかを考察するため、一部の自治体に対し、ヒアリング調査を行なった。概要は下記の通りである。

調査票送付先 : 全国 79 自治体

実施時期 : 平成 12 年 3 月上旬

回答自治体数 : 都道府県 4、市町村 47、計 51 自治体

#### サービスの内容

この事業の中で行なっているサービスとしては、以下の4つのタイプがあった。

- (1) 行政情報の提供サービス
- (2) 行政相談サービス
- (3) 学校・教育システム
- (4) 住民参加サービス

#### 利用している技術

電話、FAXといった旧メディアを押さえて、インターネットとテレビ会議が上回った。

#### 目標達成度

今日までにどの程度目標が達成されたかについて、回答された 51 自治体の過半数が「まあまあ達成している」という回答であった。

#### アンケート調査の自由筆記から指摘された問題点

アンケート調査の各項目に関するデータは別稿に譲るとして、情報化担当者の生の声が最も良く反映されているのは、自由記述欄であった。様々な論点が指摘されたが、大きくは以下の諸点になる。

- (1) 情報リテラシーの問題
- (2) システム運用上の問題
- (3) 技術的な問題
- (4) 費用の問題
- (5) システムの有効性の問題
- (6) その他

### 今後求められる行政サービス

「サービス内容の充実」、「ワンストップサービス」、「情報弱者への配慮」が多かった。

### 情報化教育・研修

ほとんどの自治体で行なっているが、問題は一部の人のみで、すべての利用者を対象にした教育になっていない。組織内に情報弱者を作らない配慮が求められる。

### 広域対応

地方財政の危機的状況のなかで必要な施策を進めるためには、なによりも効率的な運営が肝要である。折しも自治体の広域合併が叫ばれているが、その精神も行政の効率化であり、行政改革である。したがって、情報センターの経営形態にも共同経営が考えられるべきだというのが我々の考えである。「必要でない」という回答はゼロであったが、大半は「検討中」にとどまった。早急に具体的な協議を進めるべきであろう。

## 4.2 紀南地域の自治体情報化の現状

自治省は毎年4月1日現在での情報化の現状を調査し、その概要は地方自治情報センターが公開している。以下の表はこれらからの抜粋である。当地域の特徴は圧倒的とも言える高齢人口比率である。全国平均が16.2%、和歌山県全体が19.8%であるのに対し、すべての市町村が全国平均よりも高く、田辺市と上富田町を除く16市町村が県平均を上回っている。面積の広さでは、和歌山県の大きい方から10のうち、8つまでを当地域の市町村が占めている。

### 情報化のための費用

現在、各市町村が行政情報処理のために負担している人件費、ハードウェアの利用に係わる諸経費、ソフトウェアの開発に係わる費用、そして外部に委託する際に支払っている費用は、次表のように要約される。今後は、庁舎と関係機関などとの接続、県などとの接続などが専用線に移行する蓋然性が高いので、通信費の高騰が懸念される。安くて品質の良い専用線サービスが提供されるよう、何らかの措置を講じる必要がある。今後様々な情報サービス特にネットワークに係わるサービス提供を求められるようになると、これまでとは異なるスキルを持つ人材、ハードウェア、ソフトウェアの環境が要求されることになる。何らかの方法を考えない限り、行政が負担しきれないという事態になるであろう。

表 計算業務に係わる費用

市町村名	電算関係職員	電算機費用	人件費	需用費	SW購入費	外注費	合計
田 辺 市	7	94,422	54,684	11,142	22,779	65,977	249,260
新 宮 市	5	69,083	21,100	8,367	0	261	100,146
龍 神 村	0	8,433	0	1,782	3,049	6,815	20,079
南 部 川 村	0	0	0	0	0	15,766	15,766
南 部 町	1	6,811	6,525	800	882	2,865	18,007
白 浜 町	4	43,222	23,938	4,000	3,604	5,626	80,390
大 塔 村	0	20,456	0	780	10,788	0	32,024
上 富 田 町	3	25,536	19,344	270	4,826	0	50,019
日 置 川 町	1	11,345	5,842	500	0	4,500	22,187
す さ み 町	0	11,806	0	2,650	0	0	14,478
串 本 町	3	19,079	15,873	4,903	0	0	39,855
那智勝浦町	3	32,072	18,844	880	7,304	0	59,100
太 地 町	1	9,855	8,737	3,277	6,282	2,713	30,964
古 座 町	2	7,310	19,066	1,878	2,850	2,957	34,061
古 座 川 町	2	10,612	12,605	1,291	6,642	5,416	36,821
熊 野 川 町	0	5,599	0	0	1,854	2,485	9,938
本 宮 町	0	17,765	0	0	2,444	12,026	32,235
北 山 村	0	10,957	0	0	0	156	13,136

金額の単位はいずれも千円である。

費目は主たるものだけを掲げたので、合計額はここに掲げた費目の合計額よりも多くなる。

## 5 結びにかえて—行政の広域ネットワーク化を促進するために—

現在、地方行政は2つの面で困難な状況に立たされている。一つは、財政の逼迫で、少子・高齢化、過疎化による収入の減少と支出の増加を打開するために、既存事業を見直し、合理化する必要に迫られている。他方、インターネットや若者のライフスタイルの変化に代表される新しい文化の創造、技術の進歩、社会の変容は、行政に対して更なる新サービスの提供を迫っている。

これら相矛盾する2つの要求に同時に応え、解を選択するために重大な岐路に立たされ、喘いでいるというのが、現在の地方行政の姿である。この局面を打開するためには、以下のようにいくつかのレベルで情報資源を共有するしか方法はない。

- (1) ハードウェアの共有
- (2) ソフトウェアの共有
- (3) ネットワーク運用の共同化
- (4) 研修事業の共同化

以上4つの共同化を実現する一つの方法は、将来の市町村合併の核ともなりうる地域共同コンピュータ・ネットワークセンターの設立と運用である。現状、田辺広域では、田辺市を中心とする市町村合併や行政情報サービスの提供に関わる非公式の合意が形成されつつある。いずれこの自治体担当者も、田辺のリーダーシップがあれば、その協議に応じる意向を示している。田辺広

域では、田辺を中心としたセンターの運用がベストであろう。

他方、もう一つの核たるべき新宮広域での中核センターが取り扱いが難しい。規模的には新宮市がイニシアチブを握るべきであろうが、田辺の第3セクター、テレコムわかやまのような実績を持つ組織が存在しない。テレコムわかやまのように、十数人のスタッフを抱え、地域で活動する組織を一から作るのは相当に困難な作業である。県や隣接する田辺広域の協力・支援がなければ、設立は困難であろう。

県による強いリーダーシップと地元における地道な合意形成のための活動が必要とされる。

## 第10章 紀南地域の最新の情報公開条例—串本町・熊野川町条例の紹介・検討—

森口 佳樹

### 1 はじめに

1999年に成立した情報公開法によって、地方自治体の情報公開条例制定の動きも加速化しつつある。この傾向は、同法律案が国会に提出された1998年以降強まっており、法律が成立した今日、同法41条において、地方自治体の情報公開への努力義務が規定されるに至った。

本稿は、このような状況の下で、最新の紀南地域の情報公開条例の規定を分析・検討することによって、より良い情報公開制度の構築に向けての提言を行うことを意図する論稿である。特に、1999年12月議会において条例が可決成立した、串本町と熊野川町条例の規定を紹介・検討する。

この法領域においては地方自治体の条例が国の法律に先行してきた。そこでは新しい制度がそれまでの制度の運用から新しい知見を得てより進歩した制度となっており、最新の条例を検討することはその点において意義のありうることと考える。

### 2 条例規定の検討

以下では、条例における論点のいくつかを紹介・検討し、その特徴・改善点を指摘することとする。

#### 2.1 条例の名称

条例の名称については、串本町条例が「公文書」開示条例、熊野川町条例が「公文書」公開条例という名称を採用している。条例の名称自体によって請求権の範囲に広狭の差異を生じることにはなからうが、公開対象とされる「公文書」の範囲の拡大とあいまって、情報公開条例という名称が主流になってきていると思われる。電磁的情報は、プリントアウトすればなお公「文書」としての形態を有するが、カセットテープに録音されている情報、あるいはビデオテープに録画されている情報の公開請求がある今日、公文書という概念では狭義に過ぎる虞れがあろう。

#### 2.2 目的・理念

両条例とも、住民の行政への参加を推進し、行政の公正性の確保とともに行政の発展に寄与するとしている点に大差はない。しかし、ともに「知る権利」「地方自治の本旨」「説明責任」には全く言及していない。できれば、情報公開法で採用された「説明責任」には言及することが望ましい。なお、「知る権利」の権利内容が不明確であるということなら、条例の前文に同概念をとりあげる方法もあり得よう。

#### 2.3 対象公文書の範囲

両条例とも、いわゆる文書・図画等に加えて、電磁的記録による情報も対象公文書に含めている。しかし、決裁等を終了した文書に限定している。電磁的情報を含む点では、最近の水準に達しているが、決裁後の公文書に対象が限定されている点は、情報公開法の制定以後では古い形態となっている。組織共用文書に対象を広げるべきであろう(情報公開法2条2項参照)。なお、これに関連して、これまでの行政規

則、すなわち行政の内部規定としての文書管理規程を質量ともに充実させ、条例化することも検討されるべきであろう。情報公開請求権が権利として保障される前提として、その管理法が請求者(住民に限定されない)に対する外部法として当然に必要となるからである。

なお、ともに平成11年4月1日以降に決裁等を終了した公文書に原則的に対象を限定しているが、それ以前の公文書でも整理を終了した公文書を対象としている点と、条例の施行時点より一定期間以前の公文書を施行時から対象公文書としている点とは評価されよう。

## 2.4 実施機関の範囲

両条例とも、執行機関と議会とを実施機関としている。

しかし、出資法人については、ともに実施機関に含めていない。確かに自治体の機関ではない別法人を条例の実施機関として包含することは問題があるが、一方で、自治体の出資により運営されるこれらの法人の業務内容についての情報公開も必要なことは事実である。したがって、条例中にこれらの出資法人の情報公開の努力義務をおく条例が多い。首長による当該法人への情報公開への働きかけを規定する条例もある。両条例ともにこの種の規定を設けていないのは、問題がある。別に要綱があつたとしても、条例中に何らかの規定をおくことが望ましい。これに関連して今後一般的に、一部事務組合等の情報公開についても検討される必要があるだろう。

## 2.5 請求権者・手数料

請求権者に関して、両条例は、町の在住在勤在学者、事業所を有する法人その他の団体、実施機関の行う事務事業に利害関係を有するものにその請求権を限定している。しかし、住民が行政区域の範囲を超えて活動することが当然になり、住民税が当該自治体を財政的に支えているという論拠も地方消費税の導入により一部は崩れた。また、さまざまな活動団体によって用いられているように、ある住民に依頼すれば他の自治体の住民も容易にこの制度を活用することができる。両条例にも、情報提供の努力義務が定められていることから、何人にも請求権を認めるのと大差がないであろう。ならば、「何人」型に改正する方が時代に適合していると思われる。

手数料については、両条例とも、閲覧に関しては無料とし、写しの交付については、実費の徴収を規定している。

## 2.6 請求方法

両条例とも、住所・氏名・公開を請求する公文書の内容(特定に必要な内容)について請求書を提出することが必要とされている。なお、今後はファックス・電子メールによる請求・公開方法などの導入も検討する必要があるだろう。既にいくつかの自治体では導入しており、先進自治体にその導入の手法を学ぶ必要がある。紀南自治体の多くは、その区域が平均的には広大なため、これらの方法の利便性も高いものと思われる。

## 2.7 非公開事項

### 1) 非公開事項の規定手法

両条例とも、「公開・開示しないことができる情報」として一括的に非公開事項の類型を定めている。

### 2) 非公開事項の規定類型

両条例とも、個人情報、法令秘情報、法人情報(事業活動情報)、犯罪予防・捜査等情報、他行政機関等関係情報、意思形成過程情報、行政運営情報という、一般的な非公開事項を規定している。さらに、公開しないことを条件として提供された情報で、提供者の承諾なく公開することは協力・信頼関係を損なうゆえに公開しないとする、非公開約束条項を規定している。

いくつか問題点を摘示する。まず、個人情報のうち、公務員情報について特別の規定が必要であろう。個人が識別し得るとして公務員に関する情報公開が制限されるとすれば問題である。少なくとも職名の公開は必要と思われる。つぎに、任意提供情報の非公開について、相手方との約束により公開しないこととなれば、例えば、調査権限があるのにその権限を行使せず、行政指導により、公にしないことを条件に任意に入手した資料は、公開されないことになる。これは不合理であるから、少なくとも情報公開法に規定された程度の限定条件が改正時には織り込まれることが必要である。また、それまでの間は、この「公開しないことを条件とする」ことに合理性があるかの検討が、公開請求の際に実施機関によって、また、不服審査の場においては審査会によって、厳密に検証される必要がある。

### 3) 公開対象の情報の不存在

両条例とも、請求された情報が存在しない場合の対応については規定していない。しかし今後は、少なくとも国の法律(9条2項括弧書)のように不存在通知を非公開決定と同様に、不服申立ての対象とし、公開請求者から争い得るようにする必要がある。この点について条例に何らかの規定をおく必要があろう。できれば、国レベルと同様の対応が望ましいが、審査会運営との関係で考えれば、理由付記において非公開事項の場合より詳細な理由づけを条例において要求することによって、公開請求者に対して説明責任を全うできるとも考えられる。

## 2.8 第三者との関係

両条例とも、公開しようとする情報に第三者の情報が含まれる場合は、当該第三者の意見等を聴取する旨の規定をおいている。原則的には、意見聴取の必要性の判断は実施機関の裁量事項とされている。確認として、公開・非公開の判断は第三者の意見に拘束されないということである。あくまで、実施機関・審査会の独自の判断が必要であることは当然である。よって、第三者の意に反して情報が公開されることも有り得る。

そこで、第三者による法的対応のための時間的間隔が必要となる。つまり、実施機関による公開決定とその公開実施の間が極端に短ければ、第三者としては何らの法的対応も不可能になるからである。

したがって、第三者に関係する情報を公開する場合には、当該第三者に通知するとともに公開の実施までに一定の期間をおくべきことを条例上に明示する必要がある。情報の性質上、公開されてしまえば事後救済は事実上困難であるから、事前の救済手続は重要である。情報公開法では、少なくとも二週間の間隔をおくことを規定している(13条3項)。両条例とも、公開等決定後「速やかに」公開することと規定して

いる点に、一定の配慮が必要となろう。

## 2.9 公開等決定までの期間

両条例とも、受理日起算で15日以内に原則的には公開の決定の可否について判断を行うこととされている。延長できる期日として、60日までの延長を規定している。情報公開法においては、公開請求日から最大限60日までの延長が認められている(10条)。両条例とも、法律と同様の規定をおいているが、周辺自治体の条例と比較すれば、いささか長期に過ぎるように思われる。出来れば条例を改正して30日間程度の延長に、あるいは運用により可及的早期に公開にかかる決定がなされるようにせねばならない。

## 2.10 審査会

非公開・部分公開に対する行政不服申立ての手續において、諮問機関としての第三者から構成される審査会がおかれることは、情報公開に関する不服の救済手段としては通常となっている(ごく少数、オンブズマン制度を採用する自治体もある)。したがって、両条例ともに、審査会を設置し、それに関する規定をおいている。委員数としては、ともに5名以内と規定し、任期については、2年となっている。また、審査会は情報の公開に関する審査並びに制度に関する建議をも行う権能を有することとされている。

まず、審査機能については、両条例とも、審査会の権能について詳細な規定をおいていない。規則事項とされているのである。しかし、現実にはどの審査会でも行われているような、最低限、審査会が対象となる情報に直接接して判断することができ、実施機関はその要求を拒むことが出来ない旨の規定がほしい。さらに、インカメラ審査、ヴォーン・インデックスの作成などを請求できる権利なども、これからは規則ではなく条例上で規定しておくべきである。

委員の任命については、首長の委嘱によるものとされている。しかし、議会も実施機関となっているので、議会の同意を必要とした方がよいのではなかろうか。また、不可能ならば、何らかの形で一定の範囲でその人事についても関与できるとすべきであろう。

## 3 まとめにかえて

本稿で、紀南地域においては最新の情報公開条例である、串本町、熊野川町条例の内容の検討を行った。オーソドックスな構造の条例であるが、一定の範囲でこれまでの知見を取り込んだ内容を有し、一定の水準に達していると考えられる。しかしながら、法律をベースとするとなお物足りない点も残っていることも事実であり、これらの検討課題については、条例施行後の運用に取り入れ、いずれは条例改正を含んだ対応が必要となるものと思われる。

いずれの条例も現在のところ(平成12年3月)施行されていない。串本町条例は平成12年4月1日、熊野川町条例は平成12年7月1日施行となっている。今後条例の施行後、その運用が定着すれば、その実態についても紹介・検討することと致したい。

## 追記

本稿の執筆に当たっては、串本町総務部総務課吉村氏、熊野川町総務部総務課中村氏から全般的に資料提供を受けた。ここに記して謝意を表す。



また、本稿の姉妹編をなす論稿として、拙稿「地方自治新時代と紀南自治体の対応—情報公開条例の分析・検討を通して—」（学長決裁研究報告書『紀南地域の現状と活性化の方向』第10章）がある。同論文においては、新宮市、白浜町、那智勝浦町、太地町、古座町条例を検討対象としている。

なお、紙数の関係上、引註・参考文献等の摘示を省略した。この点については、前記拙稿を参照されたい。