

NUPRI NEWS

Nagano Urban Policy Research Institute

NPO法人
長野都市経営研究所

Vol.14

2002.AUG.

発行日 / 2002年8月1日(年4回)

NPO法人 長野都市経営研究所

発行 / NPO法人 長野都市経営研究所 〒380-0936 長野市岡田町178 長野バスターミナル会館3F TEL 026-223-7900 FAX 026-223-6166 http://www.nupri.or.jp E-mail : nupri@nupri.or.jp

第8回NUPRI総会開催

去る6月19日、第8回NUPRI総会が開催されました。NPO法人化後初めての総会として、鹿熊理事長代行の挨拶をはじめ、平成13年度事業報告や平成14年度事業計画の承認、新旧理事長挨拶などが行われました。昨年は、任意団体からのNPO法人化、理事長の長野市長就任など、NUPRIにとって大きな節目の年となりましたが、今年度も引き続き、積極的に事業活動を行っていききたいものです。

平成14年度事業計画

基本方針

昨年10月NPO法人化されたことで、社会的認知と責任が増してきました。数ある経済団体との違いは何か。

地域社会が求めている幾多の課題に対し、積極的に発言し、行動していくことこそNUPRIという組織の魅力であり使命であると考えます。住みよき生き生きとした街づくりを目指して活動している団体、個人に対しては積極的に支援をしていきます。各研究部会では具体的な目標をたて、1年間で何らかの成果が出せるように努力します。組織として取り組むべき重要な緊急な問題は特別委員会として活動していきます。

部会の研究テーマ

公共交通部会

部会長 / 岩野彰

デマンド交通体系の構築のほか、善光寺御開帳対策について研究します。

新産業創造部会

部会長 / 竹内伊吉

各種産官学共同研究委員会の具体的検討及び会員外参画企業の募集を行います。IT活用委員会に関

しては、HP等の活用にとどまらず、委員会を具体的に設立するほか、地域マネー等への活用を様々な分野に展開していくものとします。また、高齢者の住宅内事故や居住環境整備に向けた、高齢化に対応する住宅検討委員会を設立します。さらに、高齢者の市民参加事業の確立として、高齢者と市民・企業との連携について模索していきます。

地域連携創造部会

部会長 / 市村次夫

信越エキソチックトレッキング小委員会

「北陸の地域づくり戦略」において提示された「多自然型居住地域の創造」をテーマに、豊かな自然・文化に恵まれた上越の海浜地域から信越県境の山間部及び千曲川・関川・姫川沿岸周辺部までを縦横軸とし、一つの「流域圏」と捉え、21世紀の地域づくりフロントティアの位置付けにふさわしいトレッキングルートの提案を行います。また、県境や行政区を超えた、広域的な連携を深め、自活力あふれる地域の基盤づくりを共同で実現することを目指します。情報・コミュニケーション戦略、組織・ネットワーク戦略、人材育成戦略の3つの戦略を掲げ、成果目標に到達したいと考えます。そして、を構築するとともに15年度以降からの運営マネージメント戦略を上期に、実施を下期に計画していきます。

また、長野市周辺のトレッキングコースの開発や、地域通貨の研究を進めます。

スポーツ振興部会

部会長 / 山本方俊

オリンピック施設の後利用について研究を行います。また、スポーツ振興と老人医療、スポーツ医療との関係性について研究します。

環境部会

部会長 / 加藤誠

循環型社会システムの構築について、観光も環境

という大きなテーマの中で研究を行います。

ニューアグリカルチャー部会

部会長 / 掛谷嘉則

リンゴの木オーナー制度の拡大については、当面は50〜100程度に止めることが望ましいと考えています。拡大の手段としては、HP等での広告宣伝も継続的に行っていく必要性があります。また、地域ブランドの確立に向け、信州リンゴと一般化せずに低農薬等の特性を明確化し、三水低農薬リンゴ組合など独自ブランドの育成の視点を、消費者側に立つNUPRIとして提案することに活性化への寄与があると考えています。加工品等を名産品としてブランド化する方向性も研究していきます。



TMO部会

部長 夏目潔

TMO構想が本格的に動きはじめたとき、NUPRIとしてどう対応し提言するかを研究します。

「長野らしさ」研究部会

部長 室賀豊

街づくりに個性の発揮が求められます。衣食住、すべての面で「長野らしさ」とは何かを研究します。

特別委員会の研究テーマ

中心市街地活性化特別委員会

委員長 滝澤芳一

TMO、各種審議会の動向を注視し、中心市街地のあるべき姿、活性化の方策を研究します。

エムウエーブ特別委員会

委員長 清水光朗

出資者の立場で第三セクターの健全経営を支援していきます。

セントラル・スクウェア特別委員会

委員長 竹村國彦

(株)長野セントラル・スクウェアに対し、経営面での助言を行います。

中期展望特別委員会

委員長 若林健太

これからのNUPRIのあり方を考えます。PFI等、取り組むべき課題や組織のあり方について討議研究します。

事務局

事務局は総務・財務・広報の3部門で構成しています。広報委員会に新たにホームページリニユーアル担当を設けます。



鷲澤正一 直前理事長挨拶

NUPRIをベースにして市長に立候補し、当選させていただき7ヶ月が過ぎました。6月の議会では、日頃考えていたことに関する程度の方角づけをさせていただきました。昨日の委員会では、長野センタービルは長野市が取得するということが決定しました。また、皇月高校の移転建築に関してはと



市川浩一郎 新理事長挨拶

理事長をお引き受けるにあたり、私の使命は二つあると思っています。まず一つは

りやめるということで決定しました。とりやめの理由としては、財政上、90億もの資金を投入すべきではないということ、子供の数が減少していく状況の中で新しく学校をつくることはできないということが上げられます。移転先の土地に関しては、学校としてはなく別途の目的で買わせていただくことになりました。皇月高校そのものは、事務的なベースで県の教育委員会と市の教育委員会とで打ち合わせをすることが決まりました。平成16年から4通学区制になることも見えずどうするか決めていくことになりました。

また、旧長野市内の3つの小学校の統廃合の問題に関しては、山王小、後町小、鍋屋田小を一つにして、山王の場所に新しい学校をつくるという構想が出ていたわけですが、これをもう一度考えさせてくださいと申し上げました。というのも、中心市街地の活性化のためには中心市街地に人が住まなくては駄目だという声が大きくなり、再開発などいろいろな計画が持ち上がってきているため、将来的に人口移動がかなりあると考えられるから

です。また、ここに来て長野駅東口の再開発が急速に進みましたので、東口に住む人が増えるということも考えられます。なおかつ、緑ヶ丘小、古牧小、南部小、芹田小、これらの学校に通う子供がどんどん増えてきました。緑ヶ丘小はこのことを考えてつくられた学校ですが、もつすでに過大規模校になる寸前までできています。また新しい学校をつくるわけにもいきませんので、通学区そのものを少しいじらざるを得ないと思います。そこで、小学校の統廃合の件に関してはもう1回検討していこうと考えています。

理事長として皆様にお世話になったことを大変感謝しています。NUPRIで学んできたことをベースにして長野市の経営を行っていきたいと思います。また、これからもNUPRIとはいろいろな形で一緒に仕事をしていきたいと思っています。皆様方にはいろいろなアドバイスやご意見をいただきたいと思っています。

鷲澤理事長の築き上げたNUPRIという組織の目標や精神を引き継ぎながら、新しいテーマに対して一つ一つ具体的に活動して街づくりに励むということが挙げられます。もう一つは、発足して一年半という若い法人ではありますが、次世代への継承を行っていくこと、若い方々の発想力と行動力に期待しながら成果を上げていくことが挙げられます。また、必要に応じて行政に対して積極的に提言していくことも大きな目的であるとと考えています。オリンピック後の閉塞感が漂った厳しい経済の状況下ではありますが、こういった会の活動が、街の活性化や地域の活性化につながると思っています。まだまだ不足の点がありますが、皆様方のご指導ご鞭撻、ときには厳しいご示唆もいただきたいと思います。



私の歩んできた道 長野の街に期待すること

第8回総会終了後の講演会では、長野高校出身でエイベックス(株)代表取締役会長兼社長の依田巽氏にお話いただきました。エイベックスは東証一部上場会社、音楽を中心に映像、アニメ、eビジネス等も手掛けるエンターテインメント企業で、安室奈美恵、浜崎あゆみ等人気アーティストを次々と送り出し、急成長したことで知られます。



エイベックス(株)
代表取締役会長兼社長 依田 巽氏

オンラインワンカンパニーを目指して

1988年3月にトーマス・ヨダ・リミテッドというコンサルタント会社を設立しました。同年の4月にエイベックス・ディー・ディー(株)より、コンサルティングを依頼されました。その当時は、ソフトウェアの時代がきたということ、円高に対応できるビジネスでないこと、太刀打ちできないということ、若者文化で何かないかということを考えました。1年ほど顧問をやっていました。その後、役員を経て社長になりさらに会長も兼務することになりました。エイベックスは90年代、急成長した会社です。日本のレコード業界全体としてはそれほど拡大しませんでした。エイベックスが伸びた分だけ市場が伸びたと思われるような成長ぶりでした。

経営戦略としては、「権利」というものをどう取り込むかということを大事にしてきました。

日本では情報や権利がないがしろにされている気がします。情報は高いもので、その情報をつまぐ権利に結びつけていくことが大切だと思います。当時の日本のレコード業界は、海外のメジャーなレコード会社やプロダクションが制作して送ってくる楽曲をプレスして売るといってビジネスが主流でしたが、我々は自分たちで権利を持つということに固執しました。音楽の場合、作詞作曲の権利をはじめ録音権や複製権演奏権などがあります。我々とはかく権利を取り込もう、そのためには小さなビジネスでいいということ、4、5年は静かにやってきました。そして徐々に権利を確保し様々な形で利益を上げる構造をつくりました。その後、ブランド戦略を取ろうと、テレビCMでエイベックスというブランドを売り込みました。有名なアーティストはいませんが、会社名を売りに出そう、エイベックスがつくるCDなら面白いだろうと思わせるのがブランド戦略の発想でした。また、レコードビジネスが落ち込んでグループ全体でそれを支えるグループ展開を行えば安定的な経営ができるだろうと考え、11社の子会社をつくりました。現在、子会社は本業の儲けと同じぐらいを稼ぎ出しグループ連結で95億円の経常利益を出していますが、これはグループ展開の成功の表れだと思っています。こうした動きの中で95年ぐらいから、21世紀にはインターネット革命、IT革命がおこるだろうと考え、マルチメディアの部門もつくりました。そしてインターネット関連では、超一流企業からもジョイントビジネスのお話をいただくようになりしました。企業の規模としては連結ベースの今期売上計画が90億円ですが、ビジネスモデルとしては、映像・IT・海外展開などホームエンターテインメントに関わるあらゆる事業を取り入れられました。このグループ展開により、「S21」という21世紀に向けてのプロジェクトの準備ができたのです。

経営哲学は、業界トップということではなく誰もやらないことをやる「オンラインワンカンパニー」であるということです。皆さんからは非

常に華やかで非日常的な企業に見えると思いますが、経営そのものは堅実かつオーソドックスで、「特異性ある創造と貢献」という経営理念を非常に大切にしてきました。1.顧客のニーズと満足のために、2.株主・社員・協力企業と社会のために、3.健全なる音楽文化・映像文化の発展のために、ということ経営しています。また、高収益体質を目指し、40%以上の粗利率を確保しようと努めています。

音楽はいつの時代にも存在し続けます。ただ、音楽の楽しみ方は変わってきています。今、違法なファイル交換やCD、Rへのデジタルコピーが世界的に大変な問題になっています。これはレコード業界だけでなく、例えば、自分の持っている情報をインターネットに載せた途端にそのまま盗用されてしまう、自分で作ったアイデアやビジネスモデルを簡単に盗まれてしまうという実態なのです。その影響を受けたのがCDです。日本では海賊盤率はほぼ0%でしたがパソコンで簡単に楽曲をCD、Rにコピーできるようにになったことから、ここ半年で急激に増え、世界でも海賊盤のメッカにさえなる可能性

があります。そこでエイベックスでは、国内で初めてCDの違法コピーを防止するためのCCD(コピーコントロールCD)を発売しました。今、我々はそういった難しい時代に立ち向かっています。

長野の街にもっと若い人を

長野の街は、アニメーションやソフト開発などベンチャー系の企業をつくり若い人を引っ張り込むような努力をすれば変わるのではないかと思います。音楽や映像、アニメ、映画などを作るクリエイティブな仕事をする人たちが長野にどんどん来るようなプロジェクトを行ってみたいと思います。例えば、映画撮影の街として長野にしかないようなスタジオやレコーディングのできるスタジオをつくらせて安く提供し、クリエイターの集まる街にしたらいと思います。野外コンサートをもっと恒常的に行うのもよいと思います。若い人が来れば街の中も明るくなり、中央通りの空きビルに関して面白い展開ができると思います。光と影のない街は栄えないといえます



が、ヨーロッパでは駅の周辺に危ないところがありその隣にファッショナブルな街があるという、光と影の同居した街づくりが展開されています。長野も光と影のある街、善光寺の古いイメージのある中に破天荒な一画をつくるのもよいと思います。若い人たちが常に引っ張って来られる施設やインフラをつくっていただくことを期待しています。

歴史を活かしたまちづくりNPO

2月23日、NPO信州伝統的建造物保存技術研究会等共催による講演会が行われました。世界遺産記念物会議理事であり東京大学工学部教授である西村氏より、街づくりに関する大変参考になるお話を伺いましたのでご紹介いたします。

歴史的なるものの「価値」について

私は歴史的なものの、伝統的なものが大事だと思つて保存活動を行つていますが、世の中全体から見ると必ずしも多数派ではありません。経済的な理由をはじめ様々な理由で歴史的建造物は壊されていきます。そこで、歴史的なものは何故大事かということをしつかりと考える必要があります。普通にいわれている価値は、値段になるもので使用価値といわれています。住宅として住めるとか、快適性があるという価値です。しかし、歴史的なものにはそうではない価値、オブショナルの価値があります。ないよりあった方がいい、なくなると寂しいという、存在そのものの価値です。また、今は見いだせないが将来の世代にとってはあった方がいいという価値もあります。最近では、経済の中でも歴史的なものがいくらぐらいいなるか計算する様々な実験が行われています。例えば、世界遺産の合掌造りの建物はいくらくらいなら守れるか調査したところ、ひとりあたり1年で20000、30000円は払つてもいい、つまり、国民全体としては数百億円を税金として投入してもいいという結果が出ています。こうした価値が明らかにならないと税金を投入することはなかなかできません。そこで、きちんとやつていくという動きが次第に起こっています。



東京大学工学部都市工学科教授
西村幸夫氏

また、町並みや集落に限ると、そこには我々が学ぶことのできる教えがあります。歴史的な集落は複数が変化し、それが調和のとれた環境を生み出しています。向こう3軒両隣に迷惑をかけないよう少しずつ変化し、周りとの関係を保ちながら自分の建物を造ることによって、全体としての調和を保っているのです。また、自然発生的でありながら明確な意図がみられるということも上げられます。例えば、集落の立地を見ると必ず立地のよいところにできています。そして、その町並みの姿は非常に素晴らしいデザインとなっています。自然発生的な集落というのは、ある種の合理的な意味で自然発生的に建物が増えているわけですから、それが積み重なっている姿は一つの意図を持つていてののです。そういうものを読み解いていくと町の意味が見え、そのことが価値を形成しているのです。

石見銀山のまちづくり

島根県大田市に大森という、人口は5000人ほどですが、今大変元気のよい町があります。16世紀、世界の銀の3分の1をとつていたといわれる石見銀山の遺跡があり、全盛期には20、25万人が住んでいたそうです。この町に1軒の店があります。建物の表側はコトンの雑貨や洋服を販売する店、裏は商品のデザインや制作を行うアトリエになっています。この町から一番近い大きな町が広島ですが、車で2時間ぐらしかかります。しかし、この小さな店には年間5、10万人のお客さんが来ているんです。普通ならこの町は空き家が多くお年寄りも多いというところでマイナスになります。しかし、この店を営むご夫妻は、空き家は様々なことで使える大きな可能性があるという逆転の発想で考えたのです。実際、この店も空き家だったものを買ったもので、他にも5軒ほどを買ったり借りたりして利用しています。そして、この店の宣伝用の

チラシが大変ユニークです。「私たちの住む大田市大森町は東西に長い島根県の日本海側に位置しています。700年の歴史を持つ石見銀山は宝の国としてマルコポーロにより世界に紹介されています。当時20万人が住んでいた古い町並みには、大合掌、武家屋敷、商家などが点在し栄華を偲ばせますが、その頃の賑わいはもはやなく、現在はひっそりとした500人足らずの町となりました。一気に廃墟と化した町は、余計な変化にさらされず自然な形で残されています。こうした背景を持つ石見銀山をこよなく愛し、ほかではできない田舎だからできる心温まるものづくり、優しい人づくりをモットーに日々励んでおります。何も無いように見えたこの町になんと多くの宝が隠されていたのです。日々この発見に驚き感動しながら、この町でしか表現できないもの、つくれないものづくりを行うことが私たちの願いです。……こんなコンセプトでものづくりを行っている会社はそんなに多くないでしょう。自分たちの町は歴史と自然があり、だからこそいろいろあるアイデアがわく、都会ではできないものがつくれるのだと。この店を始める前、このご夫婦は東京で行われた見本市に自分たちの作品を出品しました。そのときの出品の仕方が非常に面白いものでした。普通なら商品を所狭しと並べてアピールするところですが、このご夫婦は「私たちの町にはこんなものがあります。ここには楽しい田舎暮らしがあります。楽しい田舎暮らしができるようなものを母親が娘にさせる、そんなものを私たちはつくりたいのです」と、数点の商品とクワやスキ、地元のとや草を並べたんです。ここには歴史と田舎暮らしを大切にしている企業としてのコンセプトがあり、これが大変うけました。あるデパートからは、全商品を買っから下請けになってくれといわれましたが、彼らは拒否しました。大企業の下請けとして働くのでは意味がないわけですから。そしてその後、今の商売の様々な原形ができたんです。この町にはそういう企業がいくつかあります。

また、この町にはILPG（石見ローカルデザインプランニンググループ）というNPO的なグループがあります。名刺には「私たちは感じます。考えます。行動します。創造します。交流します。そして感動します」というスロー

ガンと「自然環境、景観工学、町並み保存、建築環境、インテリア、空間装飾、ファッション、歳時記、感性学、ライフスタイル工学、男女間研究、人間交流学、郷土愛促進学」という活動内容が書かれています。自分たちのライフスタイルを定義することがビジネスとして成り立っているのです。私はこれをライフスタイル産業、生き方産業とよんでいます。これからの時代、こういった産業が各地で出てくるでしょう。新たなものの見方に光をあてる、発想の逆転によって面白くやつていくことが大切です。大都市よりこういう町の方が面白くなる時代だと思いません。

日本のNPOはまだまだ初期段階です。自分たちの町が変わっていくことに対し、きちんとチェックしたり提案することが大切で、都市計画や建築確認のシステムも変わっていくかなければいけないと思います。個人の情報だから表に出せないというのでは自分たちの町の将来は守れません。町の将来を守るには、町がどう変わっていくのか知らなければいけない。それがよいのか悪いのかサジェスチョンする役割を持つていのがNPOです。ひどい建物が建てられそうになりそれはNOだというときに、NPOだということとは非常に重要です。それが個人や任意団体の場合は裏に何かあると思われてしまいがちですが、NPOであれば個人の利害とは関係ありません。全部はできなくても歴史的に重要なものに対しては実験的でもいいからやつていくことが大切です。日本のNPOは楽しく面白くやることから始まっているところがあります。しかし、法人化したらそれを一歩越え、自分たちの位置を見つけ提案をしていくことが重要です。

