

2021. 5. 14 (2021. 9. 10 改訂)

地方発「国際化政策」が創る地域の未来と夢 ～「小さな世界都市」のすすめ～

総括支援アドバイザー兼教授 奥原 英彦

● 国際的（グローバル）活動は、日本の地域や企業にとって重要なファクター

筆者は、地域の自律（自立）的發展のためにも、その地域が直接に海外とつながる「国際性」を持つ必要があると考えています。

また、特に若者に対しては、この地域の国際性を「見える化」（注 1）させることが、若者の東京への流出を食い止め、逆に、全国から若者を集める新たな潮流を引き起こす重要なファクターであると考えます。

（注1） 秋田県が 2004 年に公立大学法人第一号として開学した「国際教養大学」は、「外国語の卓越したコミュニケーション能力と豊かな教養、グローバルな専門知識を身に付けた実践力のある人材の養成」のカリキュラムを行うことを掲げ（見える化）することで、全国から学生を集めている。

○ 地方自治体が主導する国際的（グローバル）活動の実績と報道

マクロ経済的にみた日本の成り立ちは、海外との貿易によって「国富（GDP）」を得ていることもあり、2000 年頃までは、地方自治体での重要政策の 1 つとして、「国際化」が掲げられることが多くありました（注 2）。

更には、地方部の自治体においては、東京一極集中の是正策としても、海外都市との「姉妹都市」交流が盛んに行われるとともに、国際シンポジウムなどが地方都市での開催（注 3）などの「国際化施策」により盛んに実施され、しかも、地方新聞が地元におけるこれらの動向を積極的に取材し報道していました（注 4）。

このため、地方部に住んでいたとしても、地方自治体が主導する国際化施策の「見える化」によって、国際化する地域に住んでいるという感覚を持たたのではないのでしょうか。

筆者は、地方自治体での国際化施策展開および地方紙報道と、地方圏から東京圏への若者転出が減少傾向になったのとは、偶然の一致ではないと考えています（注 5）。

（注2） 当時、自治体に対応すべき課題として、「高齢化」「国際化」「情報化」の 3 つ「化」が挙げられていた。

（注3） 例えば、「世界地方都市十字路口会議」が、1992 年から 2007 年まで地元自治体と国（国土庁、国交省）の共催で開催された。

[平成 13 年 3 月 29 日 \(mlit.go.jp\)](http://mlit.go.jp)

[第 13 回世界地方都市十字路口会議の開催について \(mlit.go.jp\)](http://mlit.go.jp)

（注4） 例えば（注 3）における掛川市における第一回会議の様子は、地元新聞（静岡新聞）に第一面での「特集」記事掲載となった。

(注5) 1990年のバブル崩壊とともに東京圏への転入超過傾向は薄まり、1995年前後には、東京圏からの流出が流入を上回る(転出超過)現象が起きた。

○ **若者に希望(夢)をもたらす国際的(グローバル)な視点**

人類の進化のプロセスにおいて、若者は自分の住んでいる地域から外部の世界(夢)を求めて移動してきました。そのDNAは現代人にも引き継がれています(注6)。

つまり、若者がグローバルな環境下での生活(夢)体験を行いたいという願望は、人類DNAから発する「本能(衝動)」ともいえる必然であり、このため、卒業旅行、進学、留学や就職、転職などの機会に、その願望を最大化させるように、地域(国)を移動する現象が見られると考えられます。

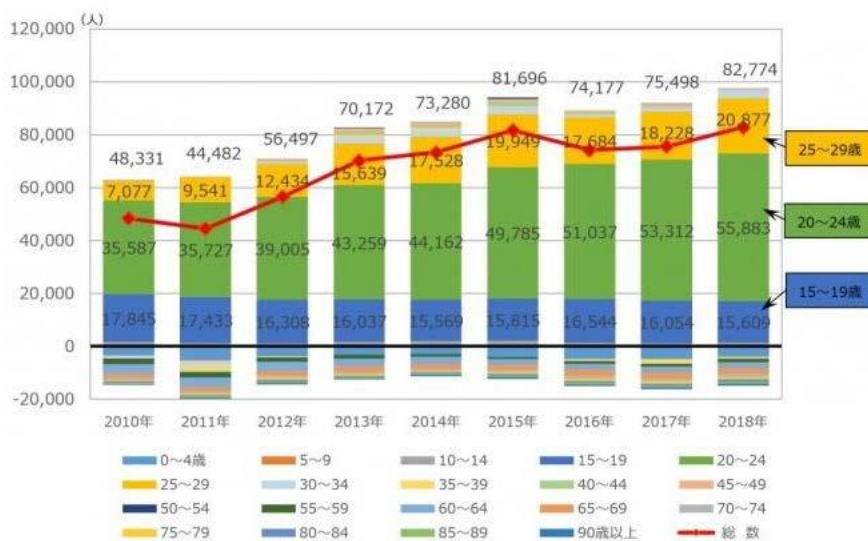
(注6) 篠田謙一(2007)『日本人になった祖先たち - DNAから解明するその多元的構造』日本放送出版協会

○ **東京発に偏在する国際的(グローバル)なマスコミ情報が若者を東京へ引き寄せる**

近世までの世界では、これらの願望の「きっかけ」を提供するのは、海外からの「モノ(物流)」や、これらの物流を担い港湾や街道を移動(出入り)する商人などの「口コミ」が中心でした。しかし、現代においては、これらのモノや口コミに加えて、マスコミや専門誌の「取材情報」による比重が高くなってきています。

わが国では、マスコミ機能の東京一極集中により、「東京での仕事」「東京での暮らし」「東京での流行」「東京での食べ物」など、あらゆる情報が「東京発」になる傾向が高くなっていきます。これらの情報の中に、東京の「グローバル」情報が巧みに「見える化(ビジュアル化)」されているため、20歳~24歳を中心とした全国の若者が東京に集まって来ると考えられます(注7)。

(注7) 東京都の年齢階層別転入超過数の推移(2010年~2018年)



● 国際化政策のイメージ（小さな国際都市）

世界には、人口規模の比較的小さな都市であっても、何らかの分野・部門において、その地域が直接に海外とつながっている「国際都市」が多数あります（注8）。

1990年代前半、国は、これらを「小さな世界都市」と呼称して、日本における世界化戦略を検討しました（注9）。

前述したように、若者はグローバルな魅力に引き寄せられて、地域を移動します。地方の若者が、東京発のグローバル情報だけをインプットされている限りは、東京一極集中は止まらなると考えます（注10）。

地方での国際化（見える化）の情報発信力を高め、（注1）「国際教養大学」のように、全国や世界から若者を引き寄せる政策が、地域の自律（自立）的發展のためにも必要なのです。その「見える化」の1つが「小さな世界都市」戦略になります。

（注8） ダボス（グラブビュンテン州、スイス）の「世界経済フォーラム」、デモイン（アイオワ州、米国）の「現代建築の美術館」、モンテカルロ（モナコ）の「国際エンターテインリゾート」など。

（注9） 「地方都市の世界化戦略」国土庁地方振興局編（大蔵省印刷局、1992年）

（注10） 最近では、インターネット、SNS などによる「個別発信情報」へのアクセスが高まってきてはいるが、若者の東京一極集中の流れを変える影響力は出ていないと考えられる。

○ 「小さな世界都市」のイメージ

地方の持つ保有資源を生かした「小さな国際都市」展開のイメージとしては、次のようなものです

- ・ 一次産業の産品を生かした「サケ（日本酒）・サミット」「ピーチ・フォーラム」の開催を行い、世界のバイヤーや愛好家を集める。
- ・ ものづくりの技を生かした「ものづくり・グランプリ」の開催を行い、製造業における「匠の技」の伝承と世界化をめざす。
- ・ 自然資源を生かした「露天風呂・サミット」の開催を行い、自然の中での温泉浴のすばらしさと効果を訴え、国際的な観光振興（インバウンド）を目指す。

○ 「小さな世界都市」の体制

上記の小さな世界都市の施策は、イベントを行うのは手段であって、目的ではありません。目的は、地域が直接に海外とつながる「国際性」を持つことであり、その「見える化」がイベントなどの手段になります。

また、これらのイベントなどを、地方新聞などのマスコミが、大々的に取り上げて、地域住民に広く伝達する必要があります。サミットなどのイベント開催をしたものの、地元新聞では数行の記事にしかならなかったのでは、目的が達成出来ません。

そのためには、自治体の広報担当を中心とした国際化プロジェクトチームを作るとともに、地元マスコミ（新聞社、TV局）と連携・協力した「情報発信体制」を構築することが大切になります。

更に言えば、地域の若者に参加してもらい、たとえ半日でも国際化体験をすることで、地域に対する目つきが変わってくるはずです。

そして何よりも大切なのが、自治体職員がこのような国際化政策を企画・計画・実行すること自体が、明日の地域の自律（自立）的發展を支える人材育成になることです。

以上

※ このコラムは執筆者の個人的見解であり、公益財団法人ふくしま自治研修センターの公式見解を示すものではありません