

## デジタルを活かした地方創生【後編】

株式会社日本総合研究所創発戦略センターエキスパート

井上 岳一

編集者注：本稿は、自治大学校で令和5年7月27日（木）に行われた第3部課程第113期における研修講義の一部を紹介するものです。

※【前編】は2024年3月に発信しています。

前編では、巷間言われるDX、デジタル化に「デジタル技術とインターネットの進展による情報通信業の変革」と「AIとIoTによる全産業の変革」という二つの側面が存在すること、近年注目されているのは主として後者の意味でのデジタル化だが、そこに注力するのは時期尚早であることを見てきた。後編にあたる本稿では、前者の意味でのデジタル化を軸に、地域の創生に資するデジタル化のありようを考えていきたい。

#### 4. コミュニケーションのイノベーション

「デジタル技術とインターネットの進展による情報通信業の変革」とは、平たく言えば「コミュニケーションの進化によるイノベーション」を意味する。全国の山水郷で活躍するプレイヤー達の動向を見ていると、このコミュニケーションのレベルでのイノベーションが、地域にインパクトを生みだしているケースが多いことに気づかされる。難しいテクノロジーを使っているわけではない。インターネットを上手に活用しているだけだ。だが、その活用のスキルが非常に高いのである。

情報を発信する時、どのような情報をどのように発信するかが重要になる。ここで問われるのは、編集力と表現力と発信力だ。編集力は主としてヒューマンスキルだが、表現力と発信力については、デジタルテクノロジーの進化に負

うところが大きい。iPhoneがあれば、写真と動画を埋め込んだコンテンツをつくり、発信できる時代である。今の若い世代は、小さい頃からマルチメディアのコンテンツに触れているため、どういものが面白いと思ってもらえるかもわかっている。上の世代が相当な修練を積まなければ手に入れられなかったものを、今の若い世代は簡単に手に入れられるのだ。

若い世代にあって上の世代にないのが、受信力と応答力である。物心ついた時にはネットにつながっていた世代は、コミュニケーションは双方向だということが肌感でわかっている。だから、一方的な情報発信はしない。相手の反応を受信しつつ、応答的にコミュニケーションをするのがうまい。SNSのような双方向メディアの場合、この受信力と応答力がものを言うのである。

コミュニケーションのイノベーションによって地域にインパクトを生みだした例をいくつか見てみよう。

写真による情報発信で地域に変革を起こしたのが、小豆島カメラの事例である。小豆島カメラは、小豆島に暮らす7名の女性がつくったチームである。カメラメーカーのオリンパスが一眼レフのデジタルカメラを貸与し、写真家のMOTOKOさんがこの7人の女性達に写真の撮り方を教え、撮った写真をSNSで毎日アップする。ただそれだけの活動である。だが、これが小豆島のイメージを変え、小豆島カメラを入り口とする移住者の増加とシビックプライドの醸成というポジティブな効果を生み出している。

7人の女性達は、観光ガイドに載るような風

景や名所旧跡の写真でなく、小豆島の日常の暮らしの風景、とりわけ人物の写真を撮るように指導を受け、島に暮らす人ならではの写真をアップした。日常の中でも、自分が本当に素敵だと思えること、こうあって欲しい、こうあり続けて欲しいと思うポジティブな写真を撮り、アップし続けた。それは、広告代理店や旅行代理店では絶対に撮れない写真、地元暮らし、地元の人との関係があるからこそ撮れる写真である。その日常の目線、暮らしの目線で切り取られた写真は、小豆島の暮らしへの興味をかき立てる。そこから実際に島に行き、島の日常に触れ、島の人々と話すうち、こんな暮らしをしてみたいと思うようになって移住する。名所旧跡の写真は観光客を送り込むだけでそこに関係は生まれにくい、その土地の日常の暮らしの風景を映した写真は、外部の人間をその土地の暮らしへといざなうのである。

神奈川県真鶴町もここ数年で大きく変化している地域である。真鶴町は神奈川で唯一過疎指定された人口7千余の小さな港町である。ここに若い夫婦が移住し、真鶴出版という屋号で商売を始めた。「泊まれる出版社」と銘打っているが、夫が出版・編集、妻が宿を営むというスタイルである。

夫は、真鶴の日常や風景を冊子にしたりカレンダーにしたりして発信する。それを見て真鶴に興味を持った人に、妻が宿を提供する。宿に泊まってくれた人には、町歩きのツアーを行う。車が入れない小さな路地が張り巡らされた町の中を歩きながら、町の人との触れあいを楽しむ。そうやって真鶴の日常を感じてもらおう。最後は、地元の人が集まる酒屋さんで角打ち（酒屋で買ったお酒を酒屋の中で飲むこと）を楽しむ。地元の人とのコミュニケーションが楽しく、これを経験した人は、必ず真鶴のファンになる。そして、結果的に真鶴に移住するのだ。そうして移住してきた人はもう50組以上になる。コロナ禍の2021年には、ついに転入超過を経験してい

る。

この事例のどこがデジタル化なのか。まず、夫が出版社を営んでいるのは、出版・編集がデジタル化され、一人でも出版業をすることが可能になったからだ。出版物は宿兼お店の店舗で売るほか、インターネットで販売している。日々の情報発信はSNSとnoteを活用している。また、妻の宿は、当初はAirbnbを使って販売した。温泉もない真鶴で宿なんてやっても誰も使わないだろうと揶揄されたが、Airbnbを経由して沢山の外国人客が真鶴に泊まりにきたのである。その時の外国人客達に町案内をしたことが、その後の町歩きツアーにつながっている。

このように、デジタル技術とインターネットの進展がなければ、真鶴出版という業態が成り立つことはなかったのである。そんな真鶴出版の貢献の一つが、景観条例「美の条例」の価値を再評価したことである。「美の条例」は、1993年に策定されたものだ。リゾートマンションの開発ブームが真鶴にやってきた時に、町の景観を守るためにマンション建設を反対する運動が生まれた。その運動が大きくなり、結果として結実したものが景観条例「美の条例」である。住民発意の景観条例は当時としては先進的だったことに加え、パタンランゲージという手法を使って抽出した町の魅力を「美の基準」として掲げたことから、この条例は、一時期、建築、都市計画界隈で大変に注目された。しかし、その運用は簡単ではなかった。必ずしもうまく運用されたわけではなく、むしろこの条例があるために開発が進まず、町の衰退が進んだと、住民達から批判される存在になっていったという経緯もあった。

これに対し、真鶴出版は、この条例の素晴らしさをSNSやnoteで発信し続け、町歩きの中でもこの条例があるからこういう景観が守られたのだと説明し続けたのである。それがマスコミにも取り上げられるようになり、住民自身による「美の条例」の再発見・再評価につながる

という効果をもたらされたのだった。

外からやってきた若い世代が、町の埋もれていた魅力を再発見・再評価することにより、住民達が町に対する自信と誇りを取り戻す。そんなダイナミズムが真鶴で起きたのだ。インターネットがなければ「美の条例」が注目されることはなく、静かに忘れ去られていっただろうことを思うと、インターネットの力、発信することの力、過去のを今の時代の文脈で解釈し直す編集の力、がいかに大切かがわかる。

他にもユニークな事例はたくさんある。デジタル技術の進展により出版・編集の敷居が下がったことは、全国各地で独自の出版・編集をする若者達の興隆を生んでいるが、そんな中でも特にユニークな活動で注目を集めているのが、一般社団法人ドット道東である。ドット道東は、北見や釧路など道東エリアのプレイヤーが集まって結成された団体である。道東に点在するプレイヤーを点と点をつなぐようにつないでいけば、面になり、大きな力を発揮するようになる。そういう思いでつくられた団体である。このドット道東が、最初のプロジェクトとして行ったのが、自分達の見線で道東を紹介する「アンオフィシャル」なガイドブック『.doto』を制作することだった。

このガイドブックの制作過程がユニークだ。クラウドファンディングで制作費を募集するのだが、そのリターンとして制作に参加する権利を掲げたところ、50人近くの参加表明があった。それで顔を合わせたことのないこの50人とガイドブックを制作するようになるのである。制作メンバーは、全国に散らばっていた。そもそも、ドット道東のメンバーも、道東とは言え、家は離れている。だから制作の過程は対面ではなく、ネットを介してのやりとりだった。ネットを介してのやり取りだけで、初めて出会った50名で一つの書籍をつくりあげてしまう。それだけの力がドット道東のメンバーにはあったということだ。

販売もユニークで、取次を通さずに販売したため、例えば Amazon.com など大手書店では販売していない。北海道の直に取引する書店とガイドブックに載せた店舗等で販売する他は、インターネットでの直売である。これを SNS を駆使して宣伝し、1万部を売った。北海道ローカルの書籍が、大手書店に頼らずに1万部売ったというのは本当に凄いことだ。

この『.doto』の成功をきっかけに、ドット道東には雑誌や広報誌をつくらせて欲しいという依頼が舞い込むようになる。そこからだんだんと以前は東京資本の広告代理店がとっていたような企画の仕事やブランディングなどの仕事を受注するようになる。全国に散らばる協力者とのネットワークを生かして、そういう仕事を受注できる体制をドット道東は整えてきたのである。

インターネットを使いこなすことで、道東に仕事を生みだし、道東のイメージアップに貢献しているドット道東がやってきたことは、とてもイノベティブだ。AI や IoT など最新のデジタル化がなくても、インターネットを使いこなすだけで、これだけのことができる。

## 5. 地域に変革を起こすローカルコレクティブ

巷間言われる DX、デジタル化が、技術偏重の話になっていることが気になっている。技術も大事だが、それ以上に、それを使いこなす人のほうが重要だというのが、上記で挙げた事例から学べることだからだ。インターネットが当たり前になってから育った世代は、インターネットを使いこなすことができる。そういう人がいて初めて、インターネットで価値を生み出すことができるようになるのである。

DX も同様で、早い段階から最新のデジタル技術やサービスを取り入れることは重要だ。ただ、技術としてまだこなれていない段階で導入することに、一体どれだけの意味があるのかは、よく考えたほうが良い。今の段階の技術やサービスは、値段ばかり高く、かつ技術的にもこなれ

ていないので使いこなすのが難しい。いち早く導入することで先進的な自治体という印象を生み出すことができることに一定の価値はあるが、それで喜ぶのは首長だけかもしれない。であるならば、そこに回すお金や労力を他に使ったほうがいい。

上記の例で見たように、最新のデジタル技術でなく、既にこなれている技術でもできることはまだまだある。インターネットを使いこなすだけで価値を生めることは沢山ある。何せインターネットのような技術ならば、使いこなせる人はそこら中に今はいるのである。

単に技術的に使いこなせれば良いというわけではない。発信力、表現力、編集力、受信力、応答力に長けた人が価値を生むのである。職業としては、デザイナーや編集者、ライター、フォトグラファー、動画制作者、WEB エンジニアなどが、これらのスキルを持つ人になる。表現力という意味では、美術家、音楽家、舞台演出家など、アートや芸能関係の人々も地域に新たな価値をもたらすきっかけになる。料理人も、地域の魅力をわかりやすく表現してくれる人だ。最新のデジタル技術を導入するお金があったら、これらの人々を集めて、地域をポジティブに変えていくために何をすべきかを共に考え、形にしていくようなプロジェクトをするという。それも一過性のものでなく、地域に根差した活動をしてくれるような人々を集めるのである。

アートの世界では、様々なスキルを持った人間が集まって作品をつくる集団のことをコレクティブと呼んでいる。近年、アートと町づくりが近接しているが、アート×町づくりの分野で活躍しているのが、このコレクティブである。恐らく町づくりには多様な切り口やスキルが必要になるから、一つの切り口でなく、多様な切り口で活動できるコレクティブの活躍が目覚ましいのだと思う。

地域に根差し、地域に新たな価値を生み出す人々の集合体をローカルコレクティブと呼ぼう。

今の地域に必要なのは、まだ技術的にこなれていない最新のデジタル技術を導入することでなく、インターネットやデジタル機器を駆使しながら、地域のことを発信し、表現してくれるローカルコレクティブを育てることだと思う。

では、ローカルコレクティブを育てるために行政にできることは何か。

一つは、ローカルコレクティブの拠点となるような場所をつくることだ。これは歴史的な建造物などを活用できると良い。歴史的な建造物は地域のシンボルとなる。良い建物には良い人が集まる。放っておいたら取り壊されてしまう建物を行政の力で再生させ、ローカルコレクティブの活動拠点にするという。

山形県新庄市は、昭和9年に開設された旧農林省の蚕業試験場を「新庄市エコロジーガーデン」として再生させた。ショップ、カフェ、ゲストハウス、産直市、集会場を兼ね備えた施設になっているが、この施設ができてから、地域のデザイナーなどクリエイティブな人々が中心になって、kitokito マルシェと呼ばれるマルシェイベントを毎月開催し、多数の人を集めるようになった。その後、マルシェを通じて知り合った人々が、次々にイベントなどを仕掛けるようになり、結果、新庄は内外から注目されるようになっていく。

拠点をつくるだけでなく、スキルを学べる場をつくるのも重要だろう。奈良県生駒市では、住民がプロの写真家や編集者から撮影や編集を学び、自ら地域のことを取材し、市のウェブサイト「グッドサイクルいこま」で発信する「いこまち宣伝部」という取組を10年近く実施している。発信力や表現力を持つ市民が育つだけでなく、住民目線での地域の魅力発信が、生駒市に対するシビックプライドを醸成することに役立っている。

ローカルコレクティブが立ち上がる契機をつくったり、既に立ち上がっているコレクティブの活動を側方支援してあげたりすることも有効

だろう。滋賀県長浜市には、30代の女性8人が立ち上げたコレクティブ「イカハッチンプロダクション」が存在する。『サバイブユートピア』という雑誌をつくり話題となっているが、この女性達がコレクティブを立ち上げる契機となったのは、酒屋さんで開催された漬物をつくるワークショップでメンバーのうちの何人かが出会ったことだという。同じ地域に暮らす同世代が出会ったことで意気投合し、コレクティブを立ち上げようという話になったのだ。それまでは同じ地域に住んでいても、なかなか出会う機会がなかったという。このイカハッチンの立上げ経緯を踏まえると、同世代が集いやすいイベントを行政が主催したり、開催を応援したりするだけで、ローカルコレクティブが生まれる可能性が高まるということだ。そして、既にイカハッチンのようにローカルコレクティブが立ち上がっている場合は、市が積極的に取り上げてあげるなどして、活動を応援するといい。長浜市では、長浜市長がイカハッチンのメンバーと対談し、それを市の広報で発信している。

## 6. おわりに

コロナ禍を契機として、国を挙げてのデジタル化の推進が図られている。デジタル化は、人口減少が進む地域を持続可能にするために、確かに必要なものだ。だが、ここで言われるデジタル化が、スマートシティの建設や都市OSの構築、自動運転やデジタル通貨の導入、自治体基幹システムの統一など、かなりシステムやハード寄りになっていることに危惧を抱いている。確かに、あと何年かしたらこれらも当たり前のものになるのだろうが、今はまだこなれていないし、それがどういうふうに住民の福祉を向上するのも曖昧なものが多い。

このようなデジタル化(DX)を「ハードなDX」と呼ぶとすれば、もっとソフトでヒューマンなアプローチもある。それは既に普及したデジタル技術やインターネットを活用して情報通信面

で変革を起こすことだ。デジタル&インターネットの双方向性やマルチメディア性を生かし、発信力、表現力、編集力、受信力、応答力のあるコミュニケーションを行うことで、地域に新たな価値をもたらすのである。事実、そうやって地域に新しい風を吹かせている若い人々が各地に誕生している。彼・彼女らのアプローチを「ソフト&ヒューマンなDX」と呼ぼう。ソフト&ヒューマンなDXであれば、そんなにお金をかけずに進められるし、住民主導で進めることもできる。ソフト&ヒューマンなDXで、地域に価値をもたらしてくれるクリエイティブな集団をローカルコレクティブと呼ぶならば、このローカルコレクティブを育てることに、今は注力したほうが得策だろう。DXやデジタル化という言葉に踊らされないほうが良い。それ以前にできることは沢山あるのだ。

どうしたらこのローカルコレクティブを育てることができるのか。武蔵野美術大学と日本総研研究所は、共同研究拠点「自律協生スタジオ」を2022年に立ち上げたが、共同研究のテーマの一つが、地域にローカルコレクティブを育てる方策である。まだまだ不明なことも多いが、知見は蓄積されつつある。ローカルコレクティブを育てることに関心のある方は、共に考えられたらと思うので、以下に連絡をください。

連絡先:<https://rcsc.musabi.ac.jp/contacts/>

### 著者略歴

株式会社日本総合研究所創発戦略センターエキスパート

井上 岳一 (いのうえ たけかず)

1994年東京大学農学部林学科卒業後、林野庁に入庁。2000年米国Yale大学大学院修了(経済学修士)。Cassina IXCを経て、2003年より日本総合研究所。

先人達が築いた山と水と人が織り成す豊かな関係世界の継承・発展、多様な人と地域が本領発揮して生きられる社会の共創をテーマに、研究・実践活動に従事。著書に『日本列島回復論』(新潮選書)等。