

「産」「官」「学」「地」のまちづくり 民間事業者が果たす役割とは

森田俊作氏 [大和リース(株) 代表取締役会長]

システム建築を核に土地活用の提案や商業施設の開発・運営、駐車場建設や自動車・農業福祉分野のリース事業、都市緑化・再生可能エネルギーの推進など幅広い事業を展開してきた大和リース(株)。同社はこれからの人が何を必要としているか、公の精神^①に基づき事業を展開し、サステナビリティ経営を実践しつつ今日に至っている。早くからSDGsを通じ、持続可能な社会の実現を目指してきた同社代表取締役会長の森田俊作氏に、「まち」と「まちづくり」、そして大和リースおよび理事長を務めるまちづくり団体での取組みなどを聞いた。

公共×公益×収益で新たな バブリックウェルフェアを創造する

——貴社はこれまで、国や自治体、地域と関わりをもちながら、さまざまな形でまちづくりに貢献されてきました。森田会長が考える「まち」の定義とはなんでしょうか。

森田 基本的には主役である「人」が「法ルール」によって共生する生活空間であると考えています。規模によって異なりますが、一般企業や社会的企業の「産」、自治体行政や関連事業の「官」、大学などの教育機関および調査研究機関の「学」、そして住民や市民で

構築される町内会や学校父母会、商店会や同業組合など農工商業者による「地」が主要なステークホルダーとなってお互いに生活を支えていく場。そんなイメージで捉えています。

近代から高度成長期ごろまで、伝統的な文化・風習や地域的な共同体意識によって「まち」は形成されてきました。ところが現在はコミュニケーションの手段がインターネットに偏り、SNSなどを通じた「個人的なつながり」の頻度こそ高まったものの、「社会的なつながり」の密度は希薄化する一方だと感じています。人とのつながりの再生はもちろん、「まち」に落とし込まれた産・官・学・地を伴う地域コミュニティの再構築が求められているのではないのでしょうか。

加えて申し上げれば、営利法人など、企業も社会を形成する一員であり、公共・公益性のある事業展開が必須です。そのうえで柔軟性に富む「産」、専門性の強い「学」、安定性の「官」、連携性をもつ「地」と、各セクターそれぞれ強みを重ね合わせ、そこから生み出される地域を成長させる効率的・安定的な投資、新たな価値創造の場の形成、地域コミュニティの再構築、地域ビジネスの担い手育成支援は、地域やまちの自立と持続可能性を高め、民間活力

と技術革新の地方展開へとつながっていきます。

——お話に出てきました企業の公共性を高め、垣根を取り払う活動の一環として、2022年に森田会長が設立し、自ら理事長も務める（一社）公縁クロス機構が挙げられます。

森田 人々の交流や憩いの場となる公園や公有地を使って、「価値共創・事業創造の場の創出」「多様な人々がボードレスに交流できる憩いの場の創出」「社会課題解決につながる実証実験等の場の創出」など公益性の高い活動を創出しようと、先に述べた産官学地から企業や団体が参加しています。活動から生み出される公共の利益（公益）が、舞台となる公園や公有地、その所在する地域に持続可能性と価値向上に寄与し、国民生活の質の向上と健康で文化的なまちづくりに貢献することを目的としています。

事業には「公共」と「公益」、そして「収益」が重要で、その3つをクロスさせ、バブリックウェルフェア（公的利益）を実現する。公園や公有地はその舞台に最適です。公共事業は救急車を例にとっても、時間に関係なく、要請があれば出動しなければなりません。つまり、公共事業は必然的に赤字となるケースがほとんどです。一方、民間企



1. ショッピングセンター「フレスポ飛弾高山」に設けられた交流拠点「まちスポ飛弾高山」
2. 「キャッセン大船渡」では、大船渡市とのパートナー協定により、災害復旧・災害復興支援のほか、エリアマネジメントの具体化に向けて地元商業者にアドバイスも送る
3. 海岸に沿って、スポーツ施設、飲食店、地元食材の市場、キャンプ・グランピングなど多彩なコンテンツを盛り込んだ「泉南りんくう公園」

業や営利団体はしっかり利益を出し、税金を納めることで、行政を通じ、公共に分配するというサイクルを生み出すことが必要となります。ところが公益を求める団体のほとんどが行政の関連団体になっているのが現状です。そこで公縁クロス機構では民間の立場から公益事業に取り組んでいこうという考えになりました。

新たなパブリックウェルフェアを創造する一環として、公園で働く人々と利用する人たちの垣根を取り払おうと、作業着ではなく気さくに話しかけられるジャンパータイプのお洒落なユニフォームを製作し、自治体に無償で

提供しています。これまでに全国101の自治体・団体から申込みがあり、3000枚の在庫があつという間になくなりました。そこには、自治体に予算が限られており、先立つものがなければ何もしないという現実があります。

現在、来春に向けユニフォームを増産していますが、こうした自治体との接点も、声を吸い上げるコミュニケーションの機会と考えています。

「パブリック」の本来の意味を認識し 公民連携を積極的に展開

——大和リースにおいても、産官学地の連携による好循環で、自治体の課題解決を後押しするような、まちづくり・商業開発を行なっていますよね。

森田 当社が開発したショッピングセンター「フレスポ飛弾高山」（岐阜県飛弾高山市）では、地域の人たちが集い、交流できるコミュニティゾーンとして

「まちの縁側」というスペースを配置するとともに、NPO法人として「まちづくりスポット」（まちスポ）を立ち上げ、まちの縁側の一面に交流拠点「まちスポ飛弾高山」を設けました。官との関わりが薄くなりがちな商業施設において、地域社会との接点となり、地域交流の拠点にしていこうという考えです。2012年に開設した同施設を皮切りに、現在は全国で10か所の「まちスポ」が、少子高齢化や過疎化など、それぞれのエリアで抱える課題の解決また地域コミュニティの活性化、にぎわいの創出に地域住民とNPO、企業、自治体が協働する形で活動しています。

公民連携の事例としては岩手県大船渡市の「キャッセン大船渡」が挙げられます。14年に大船渡市と当社はパートナー企業として連携し、東日本大震災後の土地利用計画において、民間のノウハウを投入していくことを目指しました。〝まちを育てる〟エリアマネジメントの具体化に向けてサポートするとともに、商業施設の運営や賃貸の概念に関する基本的な考え方を地元商業者にアドバイスしています。応急仮設住宅をはじめ、災害復旧・災害復興は当社にとっても使命と考えており、いろんな経験を得ることのできたプロ



森田俊作(もりた・しゅんさく)

1955年生まれ。大阪府出身。79年大阪経済大学経済学部卒業後、大和工商リース(現 大和リース)入社。97年取締役、2008年代表取締役社長、21年より現職。22年、(一社)公緑クロス機構設立、理事長に就任。社会課題の解決につながる公益性の高い活動を創出し、「公共」と「公益」と「収益」にかかるパブリックグッドの実現を目指す活動を行なう。24年には、(一社)ONSEN ガストロノミー推進機構・理事に就任。(公財)共用品推進機構・評議委員、(一社)CSV 推進機構・理事、岐阜県森林技術開発・普及コンソーシアム・理事なども務める。

ジェクトでした。

公緑クロス機構とも絡んできますが、公園や公有地の活用にも力を注いでいます。17年に施行された公募設置管理制度(Park-PFI)は、都市公園の魅力と利便性の向上を図るため、公園の整備を行なう民間の事業者を公募し選定する制度ですが、当社では大阪市の「大阪城公園パークマネジメント」と「花博記念公園鶴見緑地」、大阪府の「泉南りんくう公園」、福井県の「武生中央公園・日野川河川緑地」など、全国50か

所・1150haもの公園で実施しています。この制度で一番のポイントとなるのが、民間事業者のノウハウを活かして飲食店や売店等の公園施設の設置または管理ができること。本来は利益を生まない公園で収益施設の設置が可能となるのです。そこから生まれる利益の活用により、公園整備や管理にかかる財政負担が軽減できるため、公園管理者(自治体)に大きなメリットが生まれます。その先には、緑いっぱいのなかでの住空間の提供、「公園住宅」の

ような発想も出てくるかもしれません。

一般に「Public」(パブリック)という言葉は、いろいろな概念・意味をもっていますが、日本では「公共」という意味に特化し、国や自治体のイメージで語られます。しかし実はこの言葉には「民間の活用」という意味も含有しているのです。

「Public＝公共」のイメージに引っぱられすぎると土地利用の選択肢を狭めてしまいますので、公園管理者(自治体)、民間事業者、公園利用者の三方にメリットがあるならば、積極的に取り組むべきですね。たとえば「泉南りんくう公園」は、公民連携による大規模な公園整備となりました。開業は20年7月で、食を通じて地域を活性化(食文化)、にぎわいや交流を創出(環境整備、健康的なまちづくりに寄与(スポーツ文化)を三本の柱に、約2kmの長い海岸に沿って、スポーツ施設、飲食店、地元食材の市場、キャンプやグランピング施設など多彩なコンテンツやアクティビティを盛り込んでいます。大和リースでは泉南市が課題としていた財政面をサポートするとともに、維持管理・運営の契約期間である30年にわたり、健やかにいきいきと暮らせる地域づくり、にぎわいづくりに貢献しています。

私事ですが9年前に余命1年の宣告

を受けた経験があります。幸いにも病は完治。あきらめていた娘の花嫁姿も孫の顔も見ることができました。その体験があるので、「健康」という柱は欠かせません。これまでのまちづくりにおいては、建築家や都市工学の専門家が、機能面を重視した体育館や健康増進施設という、いわば「ハコ」を中心に形にしてみました。その点、今回のテーマである「アクティブシティ」は、スポーツマーケティングの専門家による、ハード面だけではなく、ソフト面の工夫で「健康になれるまち」をつくらうという視点が新鮮です。言うならば、住むだけで健康になれるきっかけづくりができるまちでしようか。街なかに身体を動かしたくなる仕掛けをどんどんつくっていく「アクティブシティ」の考え方は、当社や公緑クロス機構の取組みにおいても通ずるものがあり、健康づくりにつながるスポーツはもちろん、観て楽しむスポーツもどんどん採り入れたいと考えています。いずれにせよ「アクティブシティ」を形成するには、健康づくりやスポーツなどとの接点を、どれだけ日常生活に設けられるかというのが大きな鍵になっていくのだと思います。

——ありがとうございます。