

令和元年度

千葉県市町村職員海外派遣研修

事前研修会「講演会」講演録

公益財団法人 千葉県市町村振興協会

# 講演録目次

## 令和元年 8 月 23 日 (金)

「アメリカの地方自治制度について」

駿河台大学法学部教授 千草 孝雄 氏 ..... 1

## 令和元年 8 月 28 日 (水)

「米国ポートランドの地域活性化とその実現要因」

文化ファッション大学院大学 ..... 1 5  
ファッションビジネス研究科教授 内海 里香 氏

「アメリカの福祉政策について」

立教大学コミュニティ福祉学部教授 木下 武徳 氏 ..... 4 8

## 令和元年 9 月 27 日 (金)

「アメリカの観光政策」

桜美林大学ビジネスマネジメント学群教授 渡邊 康洋 氏 ..... 7 5



## 「アメリカの地方自治制度について」

講 師 駿河台大学法学部教授 千草 孝雄 氏

### 【講師略歴】

- ・ 東京大学法学部卒業 法学士
- ・ 1979年4月から1982年6月 東京大学助手（法学部）
- ・ 1994年4月から2000年3月 高岡法科大学助教授
- ・ 2000年4月から2002年3月 高岡法科大学教授
- ・ 2002年4月から 駿河台大学法学部 法律学科教授
- ・ 2006年4月から 駿河台大学大学院 現代情報文化研究科 法情報文化専攻 教授
- ・ 2014年4月から 駿河台大学大学院 総合政策研究科 法学専攻 教授（現在に至る）
- ・ 所沢市情報公開・個人情報保護審議会 会長など

### 【著 書】

- 千草孝雄・池田美智代『地方選挙と政治』志學社、2018年7月
- 千草孝雄『現代行政学研究』志學社、2016年10月
- 千草孝雄『アメリカの地方自治研究』志學社、2013年8月

## アメリカの地方自治制度について

駿河台大学法学部教授 千草 孝雄 氏

きょうはできるだけわかりやすく説明させていただきたいと思います。とにかく日本の制度とアメリカの制度は根本的に違います。今日お話しすることは日本語で書かれたものもありませんので、できるだけわかりやすく説明したいと思います。

日本国憲法には第8章に地方自治の章が置かれています。これは日本国憲法、戦後になってそういう規定が入ったのですけれども、大日本帝国憲法にはありません。第8章に地方自治という章ができて、92条から95条まで4条にわたる地方自治の規定が置かれているわけですが、そういうものはアメリカの仕組みの中にはないということです。それはアメリカの地方自治が盛んかどうかということとは全く関係がなく、連邦制という制度をとっている以上、そういうことになっているということです。

あるいは、アメリカの連邦憲法には、基本的人権に関することが書かれていますが、日本国憲法の25条にあたる規定、健康で文化的な最低限度の生活を送ることができる権利があるという生存権に関する規定がない。日本国憲法25条の規定を受けて、日本には生活保護制度があるわけですが、この生活保護というような制度はアメリカにはありません。個別に恵まれない人たちを助けるような福祉のシステムはあるのですけれども、世帯を単位にして生活を包括的に面倒を見るような生活保護の制度はありません。アメリカには生活保護を扱う部署はそもそもないということです。

それから、医療についても、日本では国民皆保険が前提になっていますけれども、アメリカは国民皆保険ではありません。国民皆保険ではないので、日本にあるような国民健康保険の制度もないということです。

まず、日本の地方自治制度とアメリカの地方自治制度は全く異なります。連邦制度をとっていますので、州政府は通常の国です。アメリカは州政府から構成されていますが、ステイトという言葉は国という意味です。ですから、ステイトと自治体の関係が、いわゆる地方自治の関係になるということです。でも、

何となく、日本の千葉市と対応するように、向こうに何かシカゴ市があるみたいな感じです。

シティーあるいはミュニシパリティが日本の市なのです。シティーとかミュニシパリティを市と訳しているわけです。それに対して、カウntyというものがあります。カウntyを通常、郡と言っているということは知っておいていただきたいと思います。しかし、その制度は全く日本の郡とは異なる。アメリカのカウntyと日本の郡とは全く違うということです。

そういったように制度は全然違うのですけれども、市とか郡という言葉であたかも同じものであるかのように使っているわけです。それは、アメリカの地方政府が全体として、日本の地方自治体と同様にサービス提供を行っているという面において大体同じような機能を果たしているということで、日本の市と向こうの市というふうに同じような感じで通常扱っているのですけれども、制度としては全く異なるわけです。

日本の地方自治制度については、地方自治法という法典があって、例えば私の住んでいる所沢市について、所沢市というものはこういうものなのだ、市長がいて、市議会があって。そういうふうに所沢市について、特に地方自治法を関連づけて制度を説明すれば、特別区とか政令指定都市のような例外を除いて、大体その他の市について説明したと言えるわけです。

このように日本の地方自治制度は画一的です。これが日本の地方自治制度の特徴です。これは、日本のことを勉強している限りにおいては自明に近いもので、アメリカから見ると非常に画一的な制度に見えるのですが、日本のことしか知らなければ、別にそれが特徴でも何でもないというふうに見えるわけです。

所沢市について説明すれば、日本の政令指定都市とか特別区を除いて、多くの自治体の大体のことについて説明したことになると思いますけれども、アメリカの自治体についてはそういうことは全く不可能です。まず、非常に多様性のある地方自治制度ですので、日本の自治体に関する説明のようなものをアメリカについて説明することは不可能です。ですから、今日お話しするような内容も概略、大体そのようなものというふうに受け取っていただければと思います。アメリカの専門家などは研究しているわけですが、徹底し

た説明をやろうとすれば時間のかかる話になります。

先程の連邦制ということから、州というものの集まり、50州が集まったものがアメリカ合衆国、ユナイテッド・ステイツ・オブ・アメリカになるわけです。州ごとに地方自治制度を規律する法が異なっているわけです。カリフォルニア州の州法と、これから皆さんが行かれるオレゴン州の州法では地方自治に関する規定が異なっています。また、カリフォルニア州内でも自治体によって制度が異なっていますし、オレゴン州の中でも自治体によって制度が異なっているわけです。

これから、まず都市について大体説明させていただきます。政府の仕組み、日本で言えば議会と市長あるいは首長との関係みたいなものをこれから説明させていただきますわけですがけれども、基本的には市、シティーについて言いますと、4つの類型に分けられます。同じ類型に属する都市でも都市によって異なっていることは、よくあることです。これは後でもう少し詳しく説明します。

先ほども申し上げましたように、日本の地方自治制度は極めて画一的であるのに対し、アメリカの地方制度は多様性を持っている。いろいろ違った制度があるということです。市長、首長、向こうは首長なんて言いませんけれども、市長と市議会との関係についても複数の制度があり、どの制度を採用するかについてはそれぞれの都市に委ねられているわけです。要するに、市長とか市議会の仕組みについて、その都市で決められるということになるわけです。

日本はもう地方自治法に規定されているような仕組みをとらざるを得ないわけです。ですから、東京都のような、もう1000万人をはるかに超えたようなところも、あるいは、人口50万人台の鳥取県も同じ制度になっているわけです。これは日本的な考え方だと当たり前だろうということになるわけですがけれども、アメリカのように多様性のある自治体を持ったところから見ると、非常に異なった制度であるわけです。あるいは、そういうふうに都市政府の仕組みを自治体が決められるわけです。ですから、そういったことからして自治体が自分で決めることができることから、アメリカは非常に活発な地方自治の営みがあるということが言えるわけです。

では、日本の地方自治は活発でないのかということ、それはまたいろいろと意見が分かれるところで、ここでそれについて断定することは避けさせていただきます。

きたいのですけれども、とにかくアメリカの地方自治は活発でダイナミックなものであるわけです。それはもちろん歴史にもよります。

日本の地方自治がどこから始まるかというのは大問題ですけれども、今、我々が通常接しているような地方自治の制度は戦後できたものです。まだ70年余りしかたっていないということです。それに対してアメリカは、アメリカの独立以前から既にもう自治の営みがあるわけです。お聞きになったことがあるかと思いますが、タウンミーティングというものは、そのころからあるわけです。ですから、全然歴史が違います。

アメリカと日本ではそういうところが違いますので、アメリカのことを参考にすることは非常に結構なことだと思うのですが、アメリカの制度をまねることについては非常に慎重である必要があると私は考えています。それは、あらゆることについてそうです。地方自治制度だけではありません。

そうした例を一つあげますと、戦後、例えば教育委員会、公正取引委員会とかといった行政委員会ができました。これは戦後、アメリカの占領下においてそういう制度がつくられたわけですが、それが本当にアメリカが期待するように機能しているかということについて、皆様どうお考えになるでしょうか。それは、アメリカが期待したようには機能していないと言って間違いないのではないかと思います。

行政委員会に関してもう少し説明させていただけば、これはアメリカにおいては、こういう合議制の機関はよくあるのです。それは連邦レベルでもそうですし、自治体レベルでもそうです。それは例えば、名称はいろいろです。理事会と言ったり、委員会と言ったり。委員会も英語で言うとコミッション、あるいはコミュニティーと言ったりします。とにかく、こういう合議体の制度があって、アメリカは合議制の制度になれているわけです。それに対して日本があまり合議制の制度になれていなかったということがあります。ですから、外国の制度を取り入れることについては基本的には慎重であるべきであるということが言えます。

次に、市の制度の仕組みです。日本はよく説かれるとおり、首長主義というものをとっています。それに対してアメリカは基本的には4つの類型があるということになっています。



どういう制度かという、1つは強力市長制、ストロング・メイヤー・システムと言われるものです。2番目が弱力市長制、ウイーク・メイヤー・システムです。3番目が委員会制であり、4番目が市支配人制です。この4つのタイプがあるというふうに、大体アメリカの教科書も日本の本も説いています。市支配人制はシティー・マネジャー・システムあるいはカウンスル・マネジャー・システムと言われるものです。これは全く同じものでして、学者によってシティー・マネジャー・システムと言ったりカウンスル・マネジャー・システムと言ったり、大体半々ぐらいで、全く同じものを指しています。この4つのタイプの都市政府のシステムがあるわけです。

強力市長制、弱力市長制、委員会制、市支配人制という政府の形態の中で最も古いのは弱力市長制です。これが一番古くからあるわけです。これは、市には市長と市議会があって、市長がもつ権限が少ない都市、それは例えば部局長なんかの任命権があまりなかったり、あるいは、都市政府に公選職、選挙で選ばれるポジションが多くて、市長があまり権限を持っていない、市長の権限が弱い、したがって弱力市長制というわけです。

アメリカという国は、特に19世紀は公選職、選挙で選ばれる職位が多くて、弱力市長制はもともと普通の制度であったわけです。それが19世紀の後半になって、アメリカは腐敗の時代に入っていきます。その時代には、政党のボスなどが市政を牛耳って、それが腐敗の原因になっていったわけです。

そういうことで市政が乱れる。それでは困るということで、19世紀末から20世紀にかけて改革運動が起こります。市政改革運動という運動が19世紀末から20世紀にかけてアメリカ全土にかけて繰り広げられていきます。その担い手となったのが中産階級あるいは上流階級です。

その市政改革運動の結果、出てきたのが、既にお話しました委員会制、市支配人制、強力市長制になるわけです。したがって、強力市長制、委員会制、市支配人制は大体100年ぐらいの歴史しかないということです。

次に、これら3つの形態について説明させていただきます。先ほど弱力市長制における市長は、任命権とか、さまざまな権限において弱いということを行いましたけれども、強力市長制における市長は、任命権などの権限を多く持っているわけです。権限が強い、あるいは持っている権限が多い市長を持っている



るところは強力市長制の市であり、権限が弱い市長がいるところが弱力市長制の都市であるわけです。

どれくらい権限が強ければ強力市長制であり、どれくらい弱ければ弱力市長制かという明確な基準はありません。相対的に権限が多い市長を持っているところが強力市長制の都市であり、権限が少ない市長がいるところが弱力市長制であるわけです。日本の地方、そういった首長主義に近いのは強力市長制です。もちろん、いろいろな違いがあることはいうまでもありません。例えば、アメリカの市議会は不信任決議などはできません。

3番目の委員会制は、市政を行う委員会があつて、部局長の集まりが委員会を形成して市政を行っている仕組みです。ただ、委員会制は、今のアメリカにとってそれほど重要な制度ではありません。というのは、委員会制をとっている市は数的にも少ないですし、委員会制にこれから制度を変えようという市もほとんどありません。ですから、アメリカの政府のタイプとしての委員会制は重要性を失っていると理解していただいて結構です。

今ふえているのは市支配人制という制度です。市支配人制については日本の法律学者あるいは政治学者も関心を持っています。ただ、もう何度も申し上げているとおり、アメリカの地方自治制度と日本の地方自治制度は根本的なところで異なっているので、市支配人制を日本の制度論として論じることはあまり実益がないと考えられますので、この点についてこれ以上立ち入ることは避けたいと思います。

こういうふうな、重要な類型としては強力市長制、弱力市長制、委員会制、市支配人制というものがあるわけですが、特に、先ほど申し上げましたように、第1の強力市長制、第3番目の委員会制、第4番目の市支配人制、これらは19世紀末から20世紀にかけての市政改革運動の成果として生まれてきたということです。なぜそういった改革運動が起こったのかというと、19世紀後半に地方政府も連邦政府も腐敗が多くて、それを改善するために公選職の地位を市長の任命職に変えていったということです。これが市政改革運動の成果になるわけです。

委員会制は重要性は少なくなったと申し上げましたけれども、歴史的にみると、この制度がはやった時期があるのです。委員会制の発祥の地は、メキシコ

湾に接したところにあるガルベストンという市です。このあたりの細かいことは歴史の本を見ても余り書いていないのですけれども、要するに、ハリケーンのようなものが来たのだと思います。ちょっと前にハリケーン・カトリーナでニューオーリンズが非常に被害を受けましたけれども、そういったようなことがあったのではないかと思われます。そうしたダメージを受けた市政を建て直すということで、それまでになかった委員会制でやってみようといったら、かなりうまくいったわけです。

災害に見舞われた都市の復興をするために生み出されたのが委員会制ということになって、できたときにはかなりうまくいったわけです。その結果、委員会制を採用する都市もふえまして、一時はかなりの数に上って、そこでは、先ほども言いましたように部局長によって委員会が構成され、部局長が市政を行う形態です。この後、委員会制は展開を遂げて、2つのタイプができました。1つはガルベストンのタイプです。ガルベストンのタイプは今お話ししたようなもので、もう1つ、これに直接民主制を加えたデモインという市があります。一時、かなり採用する都市もふえたんですけれども、委員会制にも問題があることが明らかになってきて、委員会制から他の形態へ移る都市がふえ、最近では委員会制を採用している都市は少ないということです。

ですから、20世紀初頭には盛んに使われたのだけれども、今となってはもうアメリカの中ではマイナーな制度になったのが委員会制です。それを改良する形であらわれたものが市支配人制です。その制度を説明しますと、市民が選挙するのは市議会議員だけです。市議会がその都市における政策であるとか、どういうふうに市政を行うかを決めているわけです。その決めたことを実施するために市支配人という専門職を雇うわけです。市議会としては、我が市としてはこういうふうにやっていきたい、こういうことをやりたい、だからそういうふうにやってほしいということをして市支配人に対して指示をするわけです。市支配人というのは、行政のプロ、専門職です。もし市議会が市支配人のやっていること、あるいは、やったことが気に入らなければ市支配人を解雇することもできるわけです。では、市長はというと、市議会の議長が市長なのです。市長は市議会を主催すること、他の都市との関係においてセレモニアルなこと、儀礼的なことを行うだけで、強力市長制における市長のような強い権限はありま

せん。行政は専ら市議会の指示を受けて市支配人がやっているわけです。市支配人制においては公選職、選挙で選ばれる職位は市議会議員だけになるわけです。

委員会制が20世紀の初頭、かなりうまくいきました。それを改善するものとして市支配人制ができてきたという歴史的な経緯があります。都市の規模から言うと比較的小さな都市です。アメリカは非常に小さな都市がたくさんあります。

市といえば大きな市というイメージが、日本では、もう昭和の大合併以降そうなんですけれども、特に平成の大合併以降、市というものは大きいというイメージが定着してしまいましたけれども、アメリカの市は人口数千人程度の市とかがいっぱいあります。そういうふうなところで、特に規模の小さい都市において市支配人制を採用するところが多くて、現在もふえている。

以上が市です。アメリカの地方自治体において一番重要なのは市です。シティーあるいはミュニシパリティが重要で、もう1つ、先ほど言及しましたカウンティについて説明したいと思います。それとともに、そもそも市とはということとも関連があるのですけれども、それについても少しお話をしたいと思います。

カウンティは、通常、日本においては郡と訳されていますが、これは全くの誤訳です。カウンティがアメリカのほぼ全土を覆っている行政区画になるのです。日本の郡は全く行政的な機能を持たない行政区画です。アメリカのカウンティは、アメリカのほぼ全土、ただし、ロードアイランド州とコネチカット州にはないのですが、それ以外の州に大体存在しています。カウンティというのは、単に行政区画であるだけでなくカウンティ政府という自治体でもあります。要するに、カウンティが行政サービスを提供しているということです。

アメリカも、ポートランドという市は大都市なので、ちょっと特別な制度になっていまして、今、御説明した制度が必ずぴったりと当てはまるわけではないのです。ポートランド特有の制度があり、ポートランドの中に3つの郡があります。それは、マルトノマ郡、ワシントン郡、クラカマス郡という3つの郡にまたがっています。通常のアメリカの市は、カウンティがあって、その中

の一部です。この区域が市になろうということで、これは法人化という手続をするわけです。インコーポレーションです。この範囲が市になるわけです。

だから、日本とは根本的に違うのです。日本は基礎自治体で全てがカバーされています。日本の国土はいずれかの市、町、村に含まれる。それぞれの市町村は47都道府県のどれかに含まれています。しかし、アメリカの制度は、そういう制度では全くないということです。アメリカの市はカウンティの中で都市化したところになる。そして、カウンティの中で法人化したところが市になるということです。

このカウンティと市との関係はどうなっているのかというと、カウンティは基礎的行政サービスを提供しているわけです。例えばどういうものがあるかということ、統計であるとか矯正、精神病に関すること、伝染病、財産評価、廃棄物処理、道路等のサービスを提供しているのはカウンティになるわけです。アメリカの例ですけれども。

ですから、この範囲内で、今お話ししたサービスについてはカウンティが提供しているわけです。法人化した市は自分たちが決めたサービスのみを提供することになっているわけです。日本の自治体において、例えばここは千葉ですけれども、千葉市に関することは大体において千葉市役所が提供しています。行政サービスについては。特殊なサービスは国がやったりしていますけれども、特殊なものを除いて、基本的に千葉市に関することは千葉市役所が行政サービスを提供しているわけです。

こういうやり方を、いろいろな呼び方があるのですが、概括授權主義とか概括例示主義、あるいは包括授權主義と言います。それに対して、アメリカの市は憲章に列挙されたサービスだけ提供している制限列挙主義です。要するに、都市のことをいろいろ決めてあるものを書いてあるものでないと提供してはいけないことになるわけです。そうすると制限列挙主義では差しさわりが出るのはないか。都市というものがどんどん、いろいろなサービスを必要とすると制限列挙主義ではやっていけないのではないかという考え方も出てくると思うのですが、そのようなことはないわけです。

それは、制限列挙するときによくの事項を列挙してありますので、市の行政をやるに当たって制限列挙主義が邪魔になって困ることは普通ありません。そ

ういう意味で、アメリカの都市政府は制限列举主義で掲げられたもの、それから、カウンティが行政サービスを提供しているという二重の構造になっているわけです。

ですから、この説明でもおわかりいただけるかと思うのですがけれども、カウンティを郡と訳すことは全くの誤りです。ただ、完全にカウンティイコール郡で定着していますので、アメリカのことについて書いてあるもので郡政府と言え、ああ、このカウンティのことを言っているのだなと思っていただきたいということです。

カウンティについて少し付け加えますと、アメリカにおいても地方自治研究は非常に盛んですが、アメリカの地方自治研究においても、カウンティ政府というのはよくわかっていなかったわけです。研究がかなり本格的に進み始めるのは1980年代です。ですから、まだ30年ぐらいしかたっていないわけです。最近、このカウンティを専門に研究している研究者も何人もいますのですがけれども、いまだにこのアメリカのカウンティが十分に研究されたとは言えないわけです。ですから、今日お話ししていることも、大体アメリカで現在わかっている範囲ということで、これからまだ、このカウンティについては、アメリカにおいても日本の研究者も、もっと研究をしていかなければならない存在であると言えるわけです。

なぜカウンティがこれまで関心を持たれなかったのかということ、カウンティ政府は古くから存在して、統計とか精神病とか伝染病とか、そういうことはやっているわけですがけれども、そういった問題は研究者にとってはつまらない。研究者の興味を引かなかったためにカウンティに関する研究もおくれたわけです。

ちなみに、このカウンティはイギリスから継承した制度です。古いです。イギリスのもともとのカウンティは古くて、もともとはシャイアと言っていたんです。歴史的には、ノルマン・コンクエスト、ノルマン朝がイギリスを征服したときに、それまでシャイアと呼ばれていたものをカウンティと呼ぶようになったわけです。それ以来、イギリスにはカウンティという制度が成立し、それがアメリカに植民地ができ、独立するとともにアメリカの制度として入ってきたということです。ただ、カウンティ自体はイギリスとアメリカで



は相当違った経路をたどったようです。

アメリカは今お話ししたような組織になっていますが、イギリスとは違ったものになってきているようです。

そのポイントは、カウンティは日本の郡のような、単なる行政区画ではないということです。ちゃんとカウンティ政府という自治体を持っているということです。アメリカのカウンティにはカウンティ政府です。これについては3つの類型があるとされておりまして。

第1は委員会制です。これも、先ほど都市の成長を説明したときの委員会制と似た感じの政府です。すなわち立法権と行政権を行使する合議体の委員会が統治の中心であるわけです。これが統治の中心となって、委員会を構成する人が部局長をやっているという点も、ここで市を説明したときにできた委員会と同じということになるわけです。これが1つのタイプです。

2番目に執行官制というものがありまして、これは、カウンティ政府は立法権を委員会に付与するが、支配人か行政官を任命するか、日常業務を運営する主席執行官が選挙されるということです。ですから、委員会があるところで支配人あるいは行政官を任命する。それが執行官制です。

第3に、公選執行官制というものがあります。公選執行官制において権力分立の原則を持つようになったということです。これが都市政府における、強力市長制に対応するのが公選執行官制であると言えるわけです。ですから、カウンティ政府も都市政府も基本的には似ていると言えます。

少し時間がありますので、今のカウンティ政府の問題について、ちょっとお話ししたいと思います。

カウンティと都市があり、その都市政府とカウンティ政府の仕事はどういうふうに分かれているかについては、先ほど説明しましたとおり、都市については自分の憲章に書かれている権能のみを制限列举主義で行使している。その他、自治体として必要な基本的なものについては、カウンティ政府についてカウンティ政府が提供しているという二重の関係になっているわけです。

ところが、今、アメリカは人口がふえております。21世紀に入るところに、も

う3億人を越えたのですが、今なお移民の流入が続いているわけです。だから、トランプがメキシコとの間に壁をつくるだとか、不法移民をどうこうするとかと言っているわけです。トランプの考え方についてどうこう言うことは、ここではしませんけれども、要するに、移民がたくさん来ていることは確かなことなわけです。

ということは、日本もそうですけれども、アメリカも全体が依然として都市化をしているということが言えるわけです。そうすると、都市がだんだん広がるわけです。都市というものは、先ほど説明しましたように法人化した地域にだけ存在するもので、法人化した地域以外はカウンティの領域になります。都市を超えて都市化した地域の人々に、本来カウンティ政府が提供するものではない、日本的な言葉で言うと事務をどう処理するかということが、今、現代的な問題となっています。

とにかく、都市化が全体として進行をしていますので、都市化への対応は都市政府の課題でもあり、それを取り巻くカウンティ政府においても、そこは問題になってくるということです。カウンティ政府は、いっぱい仕事をする仕組みにそもそもなっていないわけです。ですから、これからのカウンティ政府の課題はそういう面にもあるということです。

カウンティ政府について研究がおくれている理由の1つにカウンティに内在する問題があります。例えば日本の市を例にとりますと、副市長とかというポジションがあります。これは大体どの市でも副市長の職掌権限は、そう変わらないわけです。ところが、アメリカにおいては、ある特定の職種の権限をやっているポジションの名前がカウンティ政府ごとに違うということは、よくあるわけです。ですから、あるポジションの名前が出てきたからといって、そのポジションの人が別のカウンティ政府の同じ名前の人と同じことをやっているかどうかはわからないわけです。そうすると、個別的に調べていかないとそのところがわからないということになって、そこで、なかなかカウンティ政府を研究するのは難しいという話になるわけです。

大体今お話ししてきたのがアメリカの地方自治制度の大ざっぱな制度です。これで大体は理解できます。その他に、タウンシップとかタウンとかがありますけれども、それは、それほどいっぱいありませんので、とりあえずは都市、



市とカウンティを理解していただければと思います。

そのほかにアメリカの自治制度で要注意なのは大都市です。ニューヨークのような大都市には特別な制度が用意されています。皆さんがお行きになるポートランドは、人口で言うと50万人ぐらいいるようです。そうすると、日本で言うと政令指定都市の要件をクリアしているところなので、ポートランドの特別な制度があります。市についても広く広がっていて、先ほども申し上げましたように、マルトノマ郡、ワシントン郡、クラカマス郡、この3つの郡にまたがっているということです。

そのほかにポートランドにはメトロという、アメリカで唯一、直接選挙による地域政府があるということです。これも論文があつたりするのですが、アメリカの基本的な地方自治制度とは離れますので、説明は省略したいと思います。実際、皆さんアメリカへ行かれて、向こうの方からいろいろな話を聞くことになると思いますけれども、こと、地方自治制度に関して言うと、その説明があてはまるのは、その都市のみである可能性も高いということです。この市はこういうふうになっているという説明を向こうの職員の方がされても、それはその都市限り、あっても、またもう少しほかに似たものがある程度で、アメリカの制度一般とは異なることが多いということです。

アメリカの制度は地域によって多様です。州によって地方自治制度に関する法自体が違いますし、州の中でも自治体によって制度が違います。同じ自治体でも強力市長制があり、弱力市長制があり、市支配人制があるわけです。ですから、制度に関してはそういう点に気をつけていただきたいと思います。

制度というのは、今お話ししましたように、日本の地方自治法が規定するものとは、もう全く異なるものです。ですから、制度について、とりあえずアメリカのことをまねたり、そういったことをする余地は当面あまりないであろうというのが私の見解です。

以上、大体おしまいです。



## 「米国ポートランドの地域活性化とその実現要因」

講 師      文化ファッション大学院大学  
                 ファッションビジネス研究科 教授      内海 里香 氏

### 【講師略歴】

- ・一橋大学 大学院 商学研究科 修士課程 修了
- ・2012年4月から文化ファッション大学院大学 ファッションビジネス研究科 非常勤講師を務め、2019年4月より同大学の専任教授に就任（現在に至る）
- ・2018年4月から昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員（現在に至る）
- ・2017年度 日本百貨店協会「地域百貨店活性化委員会」コーディネーター
- ・2013年4月から日本マーケティング学会「地域活性化マーケティング研究会」幹事（現在に至る）

### 【著 書】

- ・宮副謙司・内海里香『米国ポートランドの地域活性化戦略』株式会社同友館、2017年6月
- ・宮副謙司・内海里香『全国百貨店の店舗戦略〈2011〉』株式会社同友館、2011年5月

## 米国ポートランドの地域活性化とその実現要因

文化ファッション大学院大学

ファッションビジネス研究科教授 内海 里香 氏

皆さん、こんにちは。今御紹介にあずかりました文化ファッション大学院大学の内海でございます。きょうは、皆さんがアメリカのポートランドとシアトルへ研修に行かれるということで、その事前の研修会の講師として伺わせていただきました。どうぞよろしく願いいたします。

きょう、皆さんにまずお尋ねしたいのですが、この中でポートランド州立大学のJaLoGoMaというプログラムがあるのですが、JaLoGoMaに参加したことがある方はいらっしゃいますか。いらっしゃらない。そうですか。ポートランド州立大学のお話も後でさせていただきますけれども、ポートランド州立大学にJaLoGoMaという日本の地方行政職員向けのプログラムがありまして、毎年8月に開かれます。なので、皆さん、地元のお役所のほうに帰られた折、そういうものがあるということもお役所のほうにお知らせください。

きょうは、ふんだんにポートランドの写真を準備してきておりますので、現地に行かれたときに、ああ、あのときの写真だみたいな形になると思います。

徐々に入っていきますけれども、その前に、今御紹介をいただいたのですが、改めまして、私の紹介から始めさせていただきます。上の2段ぐらいははしょりますけれども、私は、この講師として呼んでいただいたのもこれがあると思うんですが、実は、こちらにありますとおり、日本マーケティング学会の地域活性化マーケティング研究会というのを2012年に立ち上げまして、地域活性化の先進地域ということで、徳島県の神山町とか、アメリカのオレゴン州ポートランド市がその時点で非常に有名な場所でしたので、2013年に初めてポートランドに参りまして、2015年の暮れぐらいからですが、半年間、ポートランドで研究滞在を行いまして、以降、通算で12回ぐらいポートランドを訪れて、いろいろ研究しているという者です。

特にポートランドは、ポートランド州立大学というのが地域活性化のかなめになっている地域ですので、略してP S Uといいますけれども、ポートランド

州立大学の方々、あるいは地元のアーティストの方とか農業関係の方、あと女性の起業家がたくさんいらっしゃるので、そういった方々と交流を継続しつつ、地域コミュニティだとかマーケティングに関して引き続き研究をしているところでございます。

事務局のほうにはあらかじめ御案内をさせていただいたのですけれども、私と一緒に日本マーケティング学会の地域活性化マーケティング研究会をやっております青山学院大学の宮副先生と私で、アメリカのポートランドに半年滞在した研究成果をまとめたのが「米国ポートランドの地域活性化戦略」という本でございまして、私たちがポートランドに着目するきっかけをつくってくださったのが、有名な吹田良平さんという方がいらっしゃいますけれども、その方が書かれた「グリーンネイバーフッド」という本だったということで、もしポートランドに行かれるまでにお時間があるようでしたら、ぜひこの2冊にお目を通していただけますと、余計ポートランドがいろいろ楽しめると思います。

これは吹田先生の本の表紙になっているところですが、ポートランドのダウンタウンにエースホテルというのがありまして、そのロビーです。ポートランドを代表する場所になっています。ロビーは自由に入れますので、ぜひこれもポートランドに行かれたときに楽しんでください。隣が、ポートランドはクラフトコーヒーといいますが、サードウェーブコーヒーのメッカですが、それのはしりになったスタンプタウンコーヒーのお店になっています。スタンプタウンコーヒーでコーヒーを買って、エースホテルのロビーでくつろぐというのがトラベラーの一般的なスタイルになっていますので、ぜひ楽しんで来てください。

前置きが終わったところで、本日の内容になります。最初に、「ポートランドはどんな街か？」ということで、街の概要をお話しさせていただきます。その後、「地域活性化マーケティング視点でポートランドを捉えると」ということで、私どもは地域活性化マーケティング研究会の中の研究成果で、コトラのマーケティングの考え方に基づいて地域活性化を捉えてみると…ということをやっていますので、ちょっとそのお話をさせていただきまして、その後ポートランドの地域活性化がどういったことで実現されているのかということをお説明したいと思います。

まず、「ポートランドはどんな街か？」ということです。ネット環境があれば、ユーチューブなどの動画を見ていただこうと思ったんですけども、ここはないということだったので、これも御自宅とか役所に戻られて、ぜひお時間があるときに見ていただければと思います。トラベルポートランドといいまして、ポートランドの観光局がつくっているポートランドを紹介する動画、それだけでもすごく楽しめますし、ポートランドは街の特徴とか打ち出し方がなかなかユニークなんですね。そういう部分でも参考になるとと思います。動画として5分ぐらいですかね。ぜひ見ていただければと思います。

今回、トラベルポートランドさんは行かれますか。

ー 行きません。

トラベルポートランドもすごくおもしろい部局で、ぜひコミュニケーションをとっていただけるとおもしろいなと思いますけれども、ジェフリー・ハマリーさんという方と、その下に古川陽子さんという方がいらっしゃいまして、そのお二人が日本とポートランドとの観光振興の役割を担っていらっしゃるのですが、ジェフリー・ハマリーさんなんて青山学院大学に留学されていたということで、日本語ペラペラな、なかなかおもしろい人です。ぜひコミュニケーションをとられるといいと思います。

アメリカ合衆国がありまして、ポートランドはどの辺になるかといいますと、ここですね。皆さん、シアトルにも行かれるということで、ここにオレゴン州、ちょっと台形の形をした州があるのですけれども、こっちが太平洋で、こっちが日本ですね。その上にワシントン州があって、ここにシアトルがあるのですが、その下、アメリカ合衆国のパシフィックノースウェストと言われる地域の中にあるのがオレゴン州です。太平洋側の海岸からコロンビア川というのがありまして、そこから入ったところに、川沿いの都市ですけども、港湾都市なんですね。太平洋から大型の船がそのままコロンビア川へ入って、ポートランドまで来られるようになっています。

ポートランド市域の概要ですけども、このピンクで囲ってあるところが狭義のポートランド市というところです。人口は今64万人ぐらいだと思います。実はアメリカの行政組織は、皆さんは行政の職員の方なので、私が申し上げるのも失礼な話かと思うのですけれども、いろいろ複雑な仕組みになっていまし

て、メトロという行政組織があるんですね。ポートランドメトロという話になってくると、大体200万人ぐらいの人口という形になります。

皆さんが行かれると多分そのことが重要になってくると思うので、ここでお話をしておきたいのは、ここがさっき言いました太平洋とつながっているコロンビア川なんですね。その支流としてウィラメット川というのが流れているんです。なので、ポートランドは、むしろこのウィラメット川沿いに発展した街です。このウィラメット川が東西を分けるもとなっていて、あと皆さんが行かれると多分わかるんですが、バーンサイドという大きな通りがあるんですね。そのバーンサイド通りで南北が分かれているという行政の仕組みになります。なので、バーンサイドのウィラメット川右の北側だとNE（ノースイースト）です。バーンサイドの下側はSE（サウスイースト）で、ウィラメット川の左側、バーンサイドの上がNW（ノースウェスト）で、バーンサイドの下がSW（サウスウェスト）という呼称で、地区として分かれています。あと、この辺にノースと呼ばれるところがあるのですが、NE、SE、NW、SWということで覚えておいてもらえれば、大体の場所がわかるという形になっています。

皆さんがポートランドに行かれるときに、ありがたいことにデルタ航空の直行便がありますので、ポートランドの国際空港に到着されるということです。このポートランド国際空港というのも非常にユニークな空港ですし、利便性が高く、皆さんに人気のある空港というので非常に有名どころになっています。飲食施設だとかが非常に充実しております。なので、入国のときは時間がないと思いますが、御帰国の際、お時間があるようでしたら空港の中を見て回られるのも楽しいと思います。帰りはシアトルから出られるのか。でも、ポートランドからシアトルは陸路ですか。

ー バスです。

では、余り見る機会がない。

ちょっと余談ですけども、ポートランドの人たちの変わりぶりをすごく物語るエピソードがありまして、ポートランド国際空港に皆さんが到着すると、カーペットが敷かれているんですね。実は、そのカーペットは数年前にデザインが変わって張りかえられたんです。地元の人たちは前のカーペットに非常に



愛着があったので、何で変えるんだみたいなので大騒ぎになったというエピソードがあります。それもありまして、私もそうなのですが、ポートランド空港に来ると、カーペットと一緒に自分の足元を写して、来ましたとか、帰るときには、帰ります、また来ますみたいな形で写真を撮るというのを結構やっています。皆さん、それも楽しんでください。

これは、ちょっと前の写真になるんですが、2010年の写真です。ポートランド市街がよく見える。多分これはワシントンパークの上のほうから撮っていると思うんです。日本人にとって、なぜポートランドはこれほど心引かれるかというと、フッド山があるんです。これが何となく富士山のイメージがありまして、結構高いんですよ。3800何メートルぐらいかな、結構な高さがある山ですけども、これがいつもそびえているんですね。なので、ポートランドの人だとかオレゴン州の人にとってもマイマウンテンという感じで、非常に愛着を持っている山になります。

これがダウンタウンです。今はもっと開発が進んでいまして、もったによきによき高いビルが建っています。2010年当時の写真なので、まだそんなに高い建物はないですが、今はもったによきによき建っています。

これがウィラメットバレーの写真になります。ウィラメットバレーは行かれるみたいですね。ポートランドから車で20分も飛ばせば、すぐウィラメットバレーです。ここでは小麦、あるいは農作物、あとワイナリーがたくさんありますので、ブドウ畑が広がっています。私がポートランドを好きになった理由は、やっぱり食べ物がおいしいというのがすごく大きいんですね。土地が肥沃で、あとほとんどのものがオーガニックなので、野菜を食べて健康になれるということです。夏に行けばストロベリー、ブルーベリー、ブラックベリー、あとオレゴンだけでとれるマリオンベリーというのがあるんですけども、ベリー類が豊富ですし、秋ごろに行きますとリンゴとか、あとポートランドはヘーゼルナッツの非常に大きな産地なんですね。なので、ヘーゼルナッツの畑にいっぱい実りがあるという状況、あるいは9月ぐらいになると、ウィラメットバレーのワイナリーのブドウの収穫ということで、ブドウがたくさんとられているような状況になります。

これがウィラメット川です。コロンビア川の支流になりますけれども、ここ



に船が直接入ってきて横づけされて、これは小麦を船に乗せるターミナルになっているんですね。なので、ポートランドには領事事務所があるんですけども、領事さんは当然外務省の方ですが、副領事さんは、ポートランドは代々農水省出身の方がなられますね。ポートランドというのは小麦の輸出の関係で非常に重要な拠点です。

あと、ポートランドはウィラメット川に橋がたくさんあるので、ブリッジシティという形でも呼ばれています。たくさん橋がかかっております。皆さんは空港に着かれて、そのままバスですか。

— その日は市内視察。

MAXに乗られるかな。

— 多分皆さん自転車を借りて。

MAXに乗られると空港からダウンタウンに向かう。そうすると、スティールブリッジを通ったりして、本当に橋が身近な街になります。

これが1929年のころのポートランドの写真です。今はこんなに環境先進都市だとか地域活性化で有名で、オーガニックだとか、みんなが非常に憧れる。全米で最も住みたい都市ナンバーワンになったこともありますし、今でも4番目ぐらいです。ナンバーワンの座は明け渡していますけれども、それぐらいみんながポートランドに住みたいと思うような街ですが、実はそれはつい最近の話でして、長く余りよくない時代があったんですね。1929年のころの写真もこんな感じで、ここに鉄道の駅がありまして、船も太平洋から入ってくるということで、要は交通の要衝として栄えた街という形になります。

当然ながら、船が行き来するというところで造船業がありましたし、それを支える関連の金属製品、金型だとか、そういうものをつくる工場もたくさんありました。そういった資産が今の自転車の生産に結びついているわけです。あと、鉄道の輸送の拠点でもあったし、港としての機能もあったということです。

ノースウェストの地域にモンゴメリーパークというのがあるんですけども、MAXに乗ると、空港のほうから来てダウンタウンに入るとき、モンゴメリーパークの建物が見えるんですね。それは、アメリカの通販会社の大手でモンゴメリーワードというのが昔ありまして、その太平洋地区の巨大な倉庫だ

った。要は物流センターだったということで、それぐらいポートランドは物流で発展した街ということです。

先ほど見ていただいたウィラメット川沿いの港湾都市ということで、駅があったと思いますけれども、駅にまつわる物流とか倉庫街が、今、再開発されて、パール・ディストリクトという再開発で非常に有名な場所になっているということです。

ポートランドは、ポートランド市運輸局ですか、お話を聞かれるみたいなので、わかると思いますけれども、公共交通機関が非常に充実しています。そもそも、さっき昔のポートランドの写真をお見せしましたけれども、1970年代にある変わり者の市長さんがいたんですね。当時は当然アメリカのほかの都市と同じように自動車最優先の都市計画になっていまして、ウィラメット川沿いに高速道路が走っていたんです。それを変わり者の市長さんが、いや、人間優先のまちづくりをしなければだめだということで、高速道路をぶっ壊しちゃったんですね。それで、今、リバーサイドは人々がすごく安らげる公園になっているということで、そういう流れの中で、ポートランドというのは、要は人間優先、ダウンタウンになるべく車を入れないという政策をやってきました。そのために、こういった公共交通機関も発達させたということです。

これもポートランド市とメトロの関係になってくるんですけれども、MAX といって、広域のライトレールがありまして、これはメトロの管轄です。あと、バスがあるんですけれども、これもすごく広域を走るのので、メトロの管轄なんですね。このストリートカーだけがポートランド市の管轄です。ポートランド市が運営しているというものになります。

これがMAXラインの図になりますけれども、空港からビーバートンといって、ナイキの本社があるところで有名ですが、このビーバートンまで延びているのがレッドライン、それからヒルズボロというところがありまして、ここにはインテルの本社があります。むちゃくちゃ巨大なキャンパスです。そことグレシャムを結んでいるのがブルーラインです。グリーンラインというのが、クラカマスというちょっと郊外があるんですが、それとPSU（ポートランド州立大学）を結んでいる。あと、エキスポセンターというのがありまして、これとPSU、ユニオンステーションがあつて、それからミルウォーキーまでつな

がっているのがイエローラインとオレンジラインという形になります。ミルウォーキーも郊外ですし、エキスポセンターも郊外です。ユニオンステーションというのが鉄道の駅ということになります。ダウンタウンの中心がパイオニアスクウェアというところですよ。そういった位置関係です。

これがバイクタウンです。ナイキがスポンサーになってやっていますけれども、シェアサイクルですね。ただ、今こんなことを言っているのかわからないですけども、このバイクタウンは今余り使われなくなっちゃったんです。何年前かに登場しまして、そのときはすごかったんですけども、今はセグウェイだとか、そういったものをシェアしてまして、あとキックボードだとか、そっちに乗っている人のほうが、特に若い子なんかは圧倒的に多いですね。これは重いんですよ。皆さん乗ってみるとわかると思いますけれども、女性だと運転するのが大変です。でも、街なかにオレンジのいろんなステーションがあるので、ぜひ見ていただければと思います。

これがヒルズボロのほうになりますけれども、カリフォルニアのサンフランシスコをシリコンバレーといいますけど、オレゴン州のヒルズボロのほうにあるのはシリコンフォレストといいます。要はICT産業がいろいろ集結しているところですよ。

それ以外に、ポートランドの産業として見逃せないのはヘルスケアの分野です。OHSU（オレゴン健康科学大学）というのがありまして、そこが全米でもトップテンの中に入る非常に有名なメディカルスクールです。なので、それに関連した形で、ヘルスケア産業で大きいものがありまして、レガシーグループというのがそうなので、あとプロビデンスグループだとか、そういった大きなヘルスケア産業がいろんな大きな病院を運営しています。

それプラス、これはすごくおもしろいんですけども、ズームケアみたいなものがありまして、最初、眼鏡屋さんかと思っちゃったんですが、実は違いました、アメリカは日本と違って医療保険の制度がありませんよね。病院に行くというのは非常にお金がかかる。なので、風邪を引いたとか、ちょっとけがをしたみたいな話になると、こんな病院に行っちゃうとすごいお金を取られちゃうので、初歩的なケアに関しては、街なかにズームケアと呼ばれるところがあるので、ここで済ましちゃうほうが安上がりみたいなシステムを考え出してい

るんですね。ここには看護師さんが1人ぐらい常駐している程度で、あと、お医者さんとはPCを使った要は遠隔の診断を受けて、処方箋を出してもらって、それで済ませるといふ初歩医療を推し進める拠点みたいな形になっています。

次はポートランドの人々の生活意識ということで、大きいのはものづくりとか、こだわりという部分です。ポートランドへ行かれましたら、ぜひ地元のスーパーマーケットに行っていたきたいと思うんですけども、これはビール売り場です。すごく種類があります。どれを選んでいいのかわからないという感じになるんですけども、それぐらいマイクロブルワリーがたくさんあって、それが商品を出荷してスーパーに並んでいるということです。

それプラス、これはノースイーストのほうにあるんですけども、ADXという、要はものづくりをする人たちのための「場」みたいな形で、ここでワークショップをやって、素人の人たちがものづくりを深めていって、いずれは自分がプロのクリエイターになれるというところまでサポートする場所みたいな形になっています。あるいは起業しているのだけれども、自分で工具が買えない、あるいは家の中でつukれないという人たちは、ADXのメンバーになって、この中で工具だとか物を製作する場所を借りるといふシステムです。

これはコアヴァコーヒーです。ノースイーストのほうに行くと本店がありまして、有名なところですよ。コアヴァコーヒーは竹細工をするお店の一角を借りてやっているんですけども、自転車絡みで言うと、竹製の自転車があります。そんな感じですね。

あと、彼らがポートランドに住む理由としてすごく大きいのは、自然に近いというのがあると思います。私はノースウエストの25丁目というところに住んでいたんですけども、自分のアパートから歩いて20分か25分ぐらいすると、大きな国立公園なんですけど、フォレストパークというのがあります。そこの入り口に到達するんですね。なので、ウォーキングとか、この中に入るとオゾンいっぱいなので、ジョギングをして楽しんでいる、あるいは犬を連れて散歩しているだとか、いろんな家族連れだとかを見ます。仕事を頑張った後は、そういった形で、自然の中でオフの時間を楽しむというのがポートランドなんですね。

あと、私は、ポートランドでは女性の進出もすごく顕著な感じを受けています。実は、この方は女性の建築家なんですね。パトリシアさんという人ですけれども、後で御説明しますが、ポートランドの行政は、市長さんを含めて、市会議員は何と5人しかいません。メイヤーが1人いて、あと残る4人が市会議員、そういう議会運営です。日本からすると信じられないですね。それがなぜ成り立っているかという、住民自治ということで、ポートランドの市内は全てネイバーフッドアソシエーション、日本語では近隣組合と訳しますがけれども、そういった組織があって、そのネイバーフッドアソシエーションのボードメンバーが、自分たちの地域のいろんなことを取り決めて行うというシステムになっているんです。

この人はパール・ディストリクトの、今はおやめになっていますけれども、ネイバーフッドアソシエーションの議長さんでした。チェアマンですね。その下で副チェアマンとして活動していたのがケイト・ワシントンさんです。今、離婚されたのでケイト・ミルワードさんなんですけれども。彼女はポートランド州立大学で修士号を取って、地方自治とか地域活性化のことをいろいろ研究している人です。そういったことがありましたので、私が滞在していたとき、日本の内閣府がポートランドを舞台に、日本の各自治体の首長さん呼んで、「環境未来都市」構想推進国際フォーラムを開催されたんですね。そのときの写真です。

あと、これはノースイーストにあるのですが、この人はアビー・ワイゼンブルームさんという人ですが、カリフォルニア出身なんですけれども、自分はハウスコンサートをやるのが夢だというので、自宅を開放されて、いろんなミュージシャンを呼んでハウスコンサートをやっているという人です。そういった形で、自分の夢を、各自が自分の能力、あるいはコミュニティとのかかわり、そういった中から実現しているという感じですね。

これはノースウエストのほうに本社と工場がありますけれども、実は日本に製品はもう入ってきています。エッグプレスという活版印刷でカードとかレターをつくる会社の、彼女がファウンダーでCEOです。テス・ダロウという人です。あと、一緒にやっているデザイナーで、キャラ・ヤナガワさんという人ですね。彼女（テスさん）もナイキのテキスタイルデザイナーから自分で起業



したという人で、彼女はポートランドではすごく有名人で、オバマ大統領がナイキのキャンパスに来たときに、わざわざ彼女の名前を挙げて、非常に成功している女性だということで褒めたという逸話がある人です。これが活版印刷をやっている彼女のオフィスですね。そういった形で、要は女性の起業家が非常に多い。あと、クリエイターがいろいろ活躍しているというところになります。

これも私が所属しております地域活性化マーケティング研究会の中の研究成果で、地域資源を把握するときのフレームワークとして、GHIL分析というのをやっています。地理のGeography、HはHistory、IはIndustry、LはLifeという形で、要は4つのカテゴリーに分けて地域資源を分析してみましようというフレームワークです。皆さんも地元に戻られたときに、御自分の地域の資源がどういうふうなものかを分析する際に、このGHIL分析を役立てていただければと思います。こんな感じですね。

次に、「地域活性化マーケティング視点でポートランドを捉えると」ということで、価値の創造、伝達、提供というお話に入っていきたいと思います。

コトラーのマーケティングモデルで、価値を創造して、それを伝達して提供するというフレームワークがあるんですが、それに地域活性化を当てはめた考え方です。まず、先ほどGHIL分析でお話ししましたとおり、地域には地理的な資源、歴史的な資源、産業資源、生活の面、そういったいろんな資源がある。それを価値の作り手、要は地域活性化の担い手になるとは思いますけれども、それは地域の人々であったり、企業であったり、行政であったり、いろんな団体であったりということです。

その地域資源に着目して、いかに編集して地域価値につくり上げるかというところですよ。ここはすごく重要なポイントですけれども、皆さんも日々悩まれているところかもしれません。その地域価値といったときには、地域ブランドであったり、イベントであったり、ツアーであったり、環境だとか活動という部分があると思いますけれども、それは幾らいいものをつくっても、これはマーケティングの考え方なんです、要は伝達方法がよくないと、その価値は伝わらない。あるいは提供の仕方を考えないと、伝えたい人たち、これを買ってもらいたい人たちに価値が伝わらないという考え方がありまして、伝える

といったときに、宣伝だとかPRが必要ですし、提供するといったときには、販売・サービスという部分があります。それ以外にも、教えるだとか公開するというのも当然伝達という話になりますし、提供するといったときに発表するというのもあります。

最終的な価値の受け手側になったときに、地域の住民、あるいは企業であったり団体であったり、ほかの地域の消費者であったり企業が価値の受け手になるわけですが、伝えられたものを知って、あるいは学んで、体験して、提供されたものを買って、あるいは見てということで、地域活性化において一番重要なのはここです。共感する。自分たちが作り出した価値を伝達する、あるいは買ってもらったときに、その価値、あるいは地域の価値に共感する人たちがいかに育成できるかということがポイントですね。ひいてはそれをコミュニティ化して行って、それがまたその地域の社会的な資源として還流される。これがうまく回って初めて地域活性化がうまくいくということです。

ポートランドがこれだけ人々を引きつけて、あるいは全米で非常に住みたい都市になるというのはこれなんですね。結局、共感する人たちが結構いる。それがうまくコミュニティ化されているということで、皆さんポートランドにどんどん移住してくるということです。

ポートランドの地域価値の一番は、まず食にあります。食のライフスタイルです。皆さんもウィラメットバレーのほうに視察に行かれるみたいなので、ぜひオレゴン州の農業のあり方、あるいは農業を通じた食の資源がいかに豊富かというのはやっぱり見ていただきたいと思います。日程の中で土曜日は入っていますか。

— 土曜日は帰る日ですね。

ああ、残念。実はポートランド州立大学で開かれているファーマーズマーケットが規模的に一番大きいですね。ブースとして200~300あります。冬場になるとその数が減ってくるんですけども、多いときは200~300のブースが出るぐらい、非常に大きなファーマーズマーケットです。ここにその日の朝とった野菜を持ってきて並べるんですけども、本当に豊富ですし、いろんな種類があるし、非常に新鮮で、また安いです。いろんなサラダ用の葉っぱみたいなものがあるんですけども、それをつかんで普通のポリ袋に半分ぐらい入れるとする



じゃないですか。それで1ドルぐらいですね。非常に安いです。

すごく重要な話ですけれども、オレゴン州はセールスタックスがありません。消費税なしです。なので、物の値段が1ドルであれば、皆さんは1ドルだけ払えばいい。これは観光客だからということではないです。住民の人たちもセールスタックスがないです。オレゴン州はそういう税制をやっているんですね。そのかわり、プロパティタックスはすごく高いらしいですけれども、セールスタックスはゼロです。

そういったウィラメットバレーでつくられた新鮮な野菜が、素材の味を生かすという部分で、これも日本料理とか日本人の嗜好に通じる部分がありますけれども、ほかのアメリカの都市みたいにごてごて味つけをしないで、非常にシンプルに素材を生かしたお料理が提供されています。これは、NEにナヴァーというお店があるんですね。その料理の写真を撮っています。実はナヴァーというのは日本に進出していました。今、過去形になっちゃいましたけれども。創業者はジョン・タボーダという人で、彼もすごくおもしろい人ですが、シカゴから来た、もともとは建築家なんですね。だけど、自分はお料理が好きだということで、建築家の人は何でシェフになるかという、オーナーシェフなんですね。料理は創造性が求められるということで、自分でナヴァーというお店をつかって、やって、全米の中でも優秀なレストランということで認められたレストランで、日本の青山にお店を出していたんですが、今なくなってしまって、ナヴァーの名前も消えてしまっているんですが、ポートランドへ行くとNEにナヴァーがありますので、もし滞在中、時間があれば行かれるとよろしいと思います。非常においしいレストランですね。

そういった形で、ダウンタウンから20分ぐらい車で飛ばせばファームがバーツとあって、新鮮な野菜、朝とれたものがファーマーズマーケットで、これも市内のあちこちで、各曜日ごとに開催される場所が決まっています、そこで売られていますので、市民の人たちは、そういったオーガニックな野菜をファーマーズマーケットや、後で御紹介しますけれども、ニューシーズンズという地元のスーパーがありまして、そこなんかで地元でとれた新鮮な野菜を売っている、そういったものを食べて、とにかく皆さん健康に留意をしている人

たちです。地域価値の創造の食スタイルということです。

あと、クラフト系ですね。クラフトビールはマイクロブルワリーが本当にたくさんあります。これもノースウエストの19丁目か20丁目ぐらいにあるんですけども、この裏側がニューシーズズのスーパーマーケットになっていて、その反対側がブレイクサイドというブルワリーです。ポートランドの人たちは本当にビール好きで、こういったブルワリーに夕方みんな集まって、仲間とわいわい飲んで、それで楽しく過ごして家に帰って、家では簡単な食事をするだけで、10時ぐらいには寝てしまって、朝は6時ぐらいから働くという感じの街です。そういったブルワリーがあったり、あとクラフトコーヒーです。バリスタというのも結構古いサードウェーブコーヒーのお店ですけども、これはパールにあります。

ウィラメットバレーのほうで、行かれるかどうかわかりませんが、芝さんという日本人女性が実はワイナリーをやっているんですね。彼女がつくっているワインの写真を載せていますけれども、東京の杉並出身の女性です。実は気候温暖化の影響を受けまして、かつ、何年前、カリフォルニアの有名なナパバレーが火事になりましたね。なので、今、いいブドウがカリフォルニアでとれなくなってきていて、ブドウ前線も北上しているんですね。なので、オレゴンが将来的にはナパバレーになると言われていて、今、非常にいいワインをつくっているのが有名です。

それから、アート・クラフトです。こだわりのものづくりということで、先ほど御説明しましたとおり、もともと造船業とかがあったので、部品産業みたいなのが資産としてあって、そういったことで自転車が非常につくられていたり、あと革製品も結構あります。実は元日本人街がポートランドにありまして、今はチャイナタウンになっているんですが、その近くにこのオロックスレザーの店がありますけれども、このような形で革製品がつくられています。

あと、これもぜひ皆さんに行っていただきたいですけども、全米ナンバーワンの小売書店です。全米で最大規模ですね。パウエルズ書店というのがありまして、これも本当にポートランドを代表する名物です。ここは新書も中古本も同じ棚に並べられていて、その中古本も結構貴重なものがあったりするので、アマゾンにも出店していますけれども、中古本はパウエルズ書店の本に

注目です。こういったこだわりとか、アートには非常に理解が深い街です。

それと、先ほど言いましたとおり、スポーツとか健康に皆さん非常に熱が入っている。そもそもはビーバートンにナイキの本社があるということで、スポーツ産業のメッカですね。コロンビアスポーツというのもポートランドが本社ですし、それ以外にもアディダスの北米本社、それからアンダーアーマーもポートランドに拠点をつくりました。そういった形で、いろんなスポーツ産業がポートランドに集まってきているということで、市民の人たちも健康のため、食生活はオーガニックで、あとワークライフバランスが皆さん非常にとれているということで、余暇時間にはスポーツ、ジョギングだとかをして楽しむ。いろんなスポーツイベントなんかも開かれているということです。

これも視察対象になるのかな。環境とかエコロジーにも非常に熱心な街です。そういう意味で全米の中でも先進都市と呼ばれるわけですがけれども、多分皆さん視察の中でロイドセンター近くのハサローオンエイスは行かれるんじゃないかな。そこにもあります雨水を処理するシステムです。ポートランドというのは古い街で、昔の人口が少ないときの排水管のままなんですね。なので、人口がふえた今、排水管に流し切れないということで、新しく建つ建物は、なるべく雨水は地下に流すという感じで、こういった形で循環型を考え始めたということです。

本当に公園がいろんなところにありまして、非常に美しい。そこで市民の人たちがくつろいでいるというのもありますし、あと街なかにはアートが結構ありますので、そういう部分もぜひ見ていただけるといいなと思います。

まとめますと、ポートランドで実現されている地域価値というのは、地域活性化のマーケティング視点で言った場合、日本の地域活性化は間違っている部分も結構あるんですが、地域の魅力は、地域ブランド、物であったり、イベントプロモーション、観光ということではなくて、要はポートランドの人たちのライフスタイルそのものがポートランドの価値ということです。それは、一言で言うと、知的で健康的で自分らしいこだわりのあるライフスタイルを送りたいから、この街に移住する、あるいはそれが魅力だから、この街を何度も訪れる、そういうふうな街がポートランドです。地域価値に共感して、要はコミュニティができ上っているという感じですね。

私個人を見ても、私は、それまで大学院も国内でしたし、アメリカ留学も高校時代は全然やったことがないドメスティックな人間なんですけれども、2013年に初めてポートランドを訪れて、今はカリフォルニアからどんどん移住者がふえてきているので、ポートランドの街も大分よくなってきている部分があるんですが、2013年の当時なんて、まだポートランドって知っている人が少なかったんで、行ってびっくりした話がありまして、横断歩道を信号待ちで渡るのに立っていたら、車のほうがとまるんですよ。赤信号なんですよ。だけど、車のほうが、ああ、この人は横断歩道を渡りたいんだなと思ったら自然にとまってくれる、そういう街でした。びっくりしましたね。私は、もともとが商業系の会社で仕事をしていたので、商業施設の視察みたいなのでアメリカもヨーロッパもいろんな都市をずっと回ってきていましたけれども、初めて経験したことでした。車のほうがとまる街。ダウンタウンに本当に車が少ないので、空気も新鮮でおいしいですし、あとマウンドフードのおかげでポートランドはお水がおいしいんですね。だから、ポートランドの人は、日本と同じで、その辺に水飲み場があるんですけれども、ミネラルウォーターではなくて、そのお水を平気で飲んでます。そういった形で、お水もいいですし、何より人々が親切ですね。そういった部分が本当に魅力で、やっぱりこの街は全然違うぞと思ったのがポートランドに引かれるきっかけですね。

今は、これだけポートランドが発展して大きな問題が出てきていまして、浮浪者がめちゃくちゃ多いです。ホームレス。これは行かれると皆さんびっくりすると思います。これはポートランドで今一番問題になっていまして、ホームレスが非常にたくさんいます。ダウンタウンにもたくさんいます。決して危害を加える話ではないので、そんなにビビらなくて大丈夫なんですけれども、それでも、やっぱり夜なんかはホームレスがいると思ったら近づかないほうがいいと思います。彼らはドラッグをやるんですよ。なので、注射針が落ちていたりとかということもあって、ポートランドも今そういった問題に非常に揺れているところです。もうじき市長選があります。なので、ホームレス対策に非常に予算をとられているような状況で、インフラ整備がなかなか進まないんですね。だから、道路なんかも、冬だと、そんなに寒くはないんですけども、それでも車がスノータイヤで走りますから道路を傷つけますよね。そのへ

こみなんかがそのまま放置されている状況になってきています。そういった部分は今のポートランドの負の部分です。

地域価値の伝達とか提供を改めて見ていきますと、先ほどお話をしたとおり、ここです。伝えて、それを知ってもらって、共感するコミュニティにならないといけないということですね。

ポートランドとかオレゴンの人の非常にうまいところは、地域の徴表を発信することがすごく上手です。これは地域活性化においてもすごく重要な価値伝達の方法になるのですが、ポートランド空港のほうからMAXに乗ってダウンタウンに入るときに、これが大きなビルの上にあるんです。これはホテルにミニチュア版があったので、それを写真に撮っているわけですが、トナカイとポートランド・オレゴン、あとオレゴン州の地図の形になっています。クリスマスになると、トナカイの鼻のところが赤くなるんですね。そういう部分で、皆さん、これを見ると、ああ、ポートランドに来たとか、ポートランドに帰ってきたみたいな感じを抱くような地域の徴表になります。

それから、地域価値の伝達の方法として、これはもっと日本で広まってほしいのですが、ジンというものが非常に活発につくられています。これってやっぱりクリエイターが多いということも背景としてあると思うのですが、ジンという手製のミニ雑誌です。自分のところのビジネスであったり、仲間を募るためのジンが作られるんですね。それをいろんな商業施設や公共の場にフリーで置いていいみたいな話になっていまして、いろいろ置かれています。こういうものも、もっと日本で地域活性化のツールとして広がっていくといいなと思います。

地域価値の伝達で、イベントプロモーションがまた非常に活発です。これはトラベルポートランドの人にも取材をして確認している話ですが、ポートランドってインテルとかナイキみたいな大きな産業は郊外にあるんですね。ダウンタウンの中には別に大きな会社があるわけではないわけです。では、何で活性化をしようかといったときに、ポートランドはコンベンション都市を目指そうということで、トラベルポートランドは考えたんですね。ダウンタウンに入る前にロイドセンターという場所がありまして、あの辺がコンベンションの行われる場所になっているんですね。MAXにモーダセンターとかコンベン



ションセンターという駅もあります。

コンベンションを開いて、その街に滞在してお金を落としてもらうには、やっぱり食を充実させなければいけないというのがポートランド市の考え方としてあったわけです。オレゴン州なので農作物が盛んです。では、ポートランドに来て何を楽しんでもらうかということ考えたときに、やっぱり地元の農産物で豊かな食事をとってもらおうみたいなことを彼らは考えて、フィーストという、毎年9月に行われるんですけども、（オレゴンの食の恵みを味わう International Oregon Bounty Grand Tasting、ナイト・マーケット Night Market、サンドイッチのコンテスト Sandwich Invitational、ランチを楽しむ Brunch Village などのメイン・イベントほか、レストランが会場のスペシャル・ディナー、実践型クラス、お酒に関するセミナーなどが行われるイベント）これはふだんだと高いお値段のレストランで、特に地元の人だと敷居が高くてなかなか入れないようなお店のメニューを、みんな一斉に、この3点セットで幾らみたいな形で安く提供するという月間です。それをやって、ふだんは余り高いところで外食できない地元の人たちも、そういった形で、この時に安くそのお店で食べられるのなら外食しよう。この時期にたまたまコンベンションをやっていると、そのコンベンションに来た人たちがポートランドのおいしいレストランで、非常にお得に食事ができたりもするというプロモーションです。そういった形で、本当に月単位でいろんなイベントが行われています。

もっとすごいのは、それがちゃんとうまく連鎖しまして、週単位でもいろいろイベントが開かれます。パール・ディストリクトの中で、月の第1木曜日は、ポートランドのパール地区はギャラリーがたくさん集まっているところですけども、そのギャラリーを無料開放して、展示してある絵を一般の人が自由に見ながら、そのお店でちょっとしたミュージシャンみたいなのを呼んできて、生で音楽を聴いてもらいながら、あとワインだとかビール、おつまみみたいなのを提供して楽しんでもらおうみたいなのをやっているわけです。

それ以外にも、手づくりのアクセサリーだとかクラフトのグッズなんかをこういったテントで販売している。月の第1木曜日のパール地区のイベント、これも結局、観光客の方々、あるいは地元の人たちがギャラリーめぐりをして外食するきっかけになっているようなプロモーションイベントです。

さらに、曜日ごとにもいろいろありまして、毎週土曜日、ポートランド州立大学でファーマーズマーケットが開かれている。当然ながら、これも地元の人たち、あるいは観光客がたくさん朝から買い物に行っている。その中には、自分で音楽を聞かせて投げ銭をもらってということをやっている人もいる。単なる農産物の販売マーケットになっていなくて、やっぱり住民の人たち、あるいは観光客の人たちが、その場、その時間を楽しめるような工夫がいろいろなところであるんですね。そこは大きいです。

ファーマーズマーケットも、ロイドセンターのところにもありますし、イーストのほうにもいろいろありますし、あと毎週水曜日だったかな、シェマンスキー公園でも開かれていたり、曜日によって開かれる場所が違っていてという形になっています。なので、曜日単位でもいろいろなイベントが行われているということです。

これは、初めのほうにちょっとお話をしました地元のスーパーマーケット、ニューシーズンズというところですよ。街で最も親しみやすい店ということですが、見ていただければわかるとおり、お野菜がこんなに豊富で、これは日本でも法規制だとか、もっと緩めていいのではないかと思うんですが、サラダのセットですが、それがいろんな種類で、しかも既に洗ってあるので、これを買って帰ったらお皿に盛るだけ、ドレッシングをかけて食べるだけみたいな。これは生で、バルクで販売しているんですね。こういうことが行われていまして、アメリカはバルク販売が結構多いんですよ。ヨーロッパから来た人がびっくりしていましたが、そういう意味でアメリカは衛生基準が、厳しいのは本当に厳しいんです。日本なんかよりも添加物だとか、そういうのは全然厳しいですが、こういうバルクなんかだと、日本だと逆に衛生上問題があるみたいなので許されないかもしれないんですけども、向こうの人たちは自分が欲しいものだけ買っていく。かえって捨てるとか無駄にするほうが地球にとっては問題でしょうみたいな考え方ですね。なので、パスタとかお米とかコーヒーとか、いろんなものがバルク販売されています。各自、容器を持って行って買ってきてもいいですし、そこにポリ袋なんかもあるので、それに入れて必要な量だけ買うという形でやっています。

もっとすごいのは、スーパーマーケットも自分のところが扱う野菜に関して



非常に品質管理をやっているんで、うちの野菜は、このファームの、こういう人たちが、こういう考え方に基づいてつくっているものを扱っているんですよというのが、野菜の売り場だけではなくて、お魚の売り場、お肉の売り場、乳製品の売り場、全部こういった形で出ています。結局、これって商業者が作り手と消費者をつないでいる話にもなるわけですね。こういった形で、要はコミュニティ形成にもつながっているということです。私が買っている商品はこういう人たちがつくっているんだというのが必ずお店の中にある。

あと、これはローカルファインズというニューシーズンズがやっている話で、そのお店の近くでいいものをつくっているんだけど、知られていないみたいな話があると、そのマネジャーさんの権限で、ニューシーズンズのお店の一角で売ってもいいというシステムなんですね。なので、ローカルファインズということで、要は私たちが地元のいいものを見つけてきましたというので、お店の中に打ち出してありまして、これも自分たちのまちにいる生産者をみんな盛立てていこうよと。だって、それが結局、みんなが潤ういい話でしょということなんですね。ポートランドの人たちは、そういう街の考え方、まちづくりをやっているということです。皆さんも、どうせだったらナショナルブランドを買うのではなくて、地元の商品、店舗を積極的に選ぼうという形になっています。そういうニューシーズンズなので、街で住宅開発がされて、ニューシーズンズが新しく開発された街の中にできるとなると地価が上がる、それぐらいの価値を持っているスーパーマーケットになっているということです。

もう1つ、これは別にポートランド発祥の店ではないんですが、パール地区にスー・ラ・ターブルという家庭用品のお店がありまして、そこでやられていることですが、これも調理器具を売っているお店なので、その中で大きなクッキングスタジオをつくって、店にある道具を使ってお料理教室をやっているんですね。見てください。結構男性が多いですね。これも商売のあり方が、物を売ろうという話ではないわけです。だって、クッキング教室に参加するのに当然お金は取られていますけれども、結局、そういうイベントだとか、こういうクラスをつくることによって、このお店のファンをつくる。ファンになってもらって、そこから継続的にこのお店で商品を買ってもらおうという商売の考え方がポートランドはしみついています。なので、コミュニティ第一で考

えて、このクラスの人たちもいろいろ知り合って仲間になってもらう。この人たちによってこの店も支えてもらいたいみたいなことで、このお店はこういった教室を開いているということです。なので、決して先に物を売りたいという話ではなく、自分のお店のファン、コミュニティをいかにつくるかということに小売業は傾注しているというのがポートランドの特徴です。

これもそうなんですね。コミュニティ型の小売業ということで、ピープルズコープというのがあります。ここなんかは本当に小さなお店ですが、もともとはヒッピーが始めたお店で、こんな形でお野菜が売られていまして、ここは蜂蜜をバルクで売っています。そんな形で、ポートランドにあるスーパーマーケットの中でも最たる特徴があるというぐらいのお店です。それこそ本当に地域の住民の人たちに愛される店、小さいながらも置いているものは超一流というか、安心できる。仕入れ先が全部厳選されています。

もっとすごいのがここなんですね。お店の中にこういったミーティングスペースというか、休憩スペースみたいなのがあって、そこにありとあらゆる地域の情報のボードがあります。来た人が自分の何かを宣伝したいとか、自分が考えているイベントに集まってもらいたいとか、自分はこれを教えられますとか、ありとあらゆる情報をボードに張ってコミュニケーションが図れるということで、地域の情報の拠点にもなっていると言っていい話です。

同じくコミュニティ型の小売業のあり方がこういうところで、自転車屋さん。自転車屋さんというビジネスを考えると、自転車を売るというのが本来のあり方ですけども、自転車ってそう簡単に何度も売れませんよね。なので、大概自転車屋さんが自分のところで、アパレルでTシャツだとかウェアみたいなものをつくってまして、それプラス、サイクリングイベントみたいなのを打ち出すんですね。お店の固定客の人たちでグループみたいなものをつくってまして、今度こういうイベントをやるので集まりましょうみたいな話になって、それに参加したい人が参加して、そうすると、結局、自転車は高価だし、修理だとかということもそんなに発生しないけれども、何かの機会にウェアが売れたり、ちょっとした部品が売れたりみたいなことになりますよね。それもそうですし、あと、このお店自体、屋根にサイクリングのオブジェみたいなのが飾ってあったり、壁面に絵が描いてあったりという形で、やっぱり地域の核

みたいなことをあらわそうとするんですね。

これはスポーツ用品屋さんですけれども、非常にいろんなスポーツグッズが置いてありまして、お店のメンバーみたいなのを組織化していて、いろんなイベントのときに何かを買ってもらおうという形になっています。

それと、これもノースウエストの21丁目の通りですけれども、夏ですと必ずこんな感じで店の外にテーブルを出して、これも結局、お店の中だとクローズドのままですが、お店の外にテーブルとかがあることによって、地域の人たちが通りがかりに、ああ、あなたみたいな感じで話しかけたり、お店が地域にも開かれた形になっているというのがポートランドです。

「ポートランドの地域活性化の実現要因」ということで、ポートランドのマーケティングの図を見ていただいたところで、地域活性化の担い手というのがあったと思いますが、それは当然ながら地域の人々です。ですけれども、彼らの意識の中には、自分の生活、自分の街をよりよくしたい、あるいはこの街で自己実現したいという強い意識とか意欲があるわけです。それで彼らの側から行政機関であったり、民間企業であったり、NPOのほうに働きかけるという形です。

先ほどポートランド市役所は市長さんがいて、市議員さんは残り4人ということで、市議会は5人しかいませんと言いましたが、あと行政という形で、住民自治でネイバーフッドアソシエーションが担っていますというふうにお話をしました。そのネイバーフッドアソシエーションの人たちは、自分たちの街でこういうことをやりたいということがあると、市役所に行ってプレゼンテーションをして予算を分捕ってくるというやり方です。行政がやっていることは政策の策定と支援だけです。動くのはネイバーフッドアソシエーションやその地域の住民の人々です。民間企業が同じように活動主体であったり、コミュニティを支えている。あと、NPOの人たちもいます。

その中で橋渡し役、あるいはいろんなことでお知恵を授けているというか、応援している。あと、NPOであったり、民間企業であったり、行政であったり、地域の人々で中心となる人たちを育成する機関としてポートランド州立大学があるということです。ポートランド州立大学のモットーは「Let Knowledge Serve the City」、要は知識をもって街に奉仕しましょうという考

え方です。それが生活スタイルの活動につながり、それがポートランドというすばらしい街、皆さんがポートランドに住みたいと思う地域価値の実現になっているというのがポートランドの地域活性化の仕組みになります。

地域の人々の考え方とか、どうしてこういうことになるのだろうかというのを私もいろいろ考えて、インタビューを繰り返しましたがけれども、もともとポートランドというのは、オレゴン州もそうですが、ヒッピーの終着地だったんですね。それ以前は西部開拓の人たちです。一獲千金を夢見る人がカリフォルニアに行きました。だけど、いや、俺はもうそういう人生をやめて、落ちついて生活したいという人たちがオレゴン州に残った。それで、お互いに助け合い、農業をやりながらのんびり暮らしたというのがオレゴン州ですね。そういうDNAというか、そういった人たちと、ヒッピーが終着地としてやってきた。そういう部分で、やっぱりちょっと変わっている。個性的だけど、人間らしい生活という部分、あるいは友人とかコミュニティを大切にするという部分が、そもそもオレゴンの人たちの考え方とうまくリンクするところがあって、ポートランドという街のよさにつながっていったということです。なので、地域の人々というのは、みずからの生活や街をよりよくしたいとする意識、あるいはこの街で自己実現を図りたいということで、夢を持ってこの街にやってくる人たちが積極的に活動しているということです。

ポートランドは、大企業はビーバートンにナイキだったり、ヒルズボロにはインテルだったりということで、ポートランドの市内のほうに住んでいる人たちは、クリエイティブ系の人が多いんですね。要は、ナイキをみずからやめて、起業するためにやっているという人が非常に多くて、小さなクリエイターの人たちとか、あとはワイデン・ケネディという世界的に有名な広告代理店がポートランドにあるので、コミュニケーションの先駆的な人、宣伝の分野にたけた人、情報発信力にたけた人たちもいるので、そういう人たちとの交わりをやることによって、自分の夢も実現しやすくなるという街でもあるのです。互いが自分の活動を発信して、積極的に自分のビジネスにメリットがありそうな人とつながろうという機会を持つということ、彼らは行政や企業にも積極的に働きかけていきます。行政はいろんな主体と連携を図るということで、ただ行政は政策を示して、実行の枠組みや受け皿をつくるだけで

す。民間企業や地域の人々は、そこに入って活動を創造する、実践するというのがポートランドです。

生活スタイルの充実を生み出す背景はどういうところがあるのだろうかということを考えていきますと、ポートランドの人たちの意識、行動の特徴と言われますけれども、まず生活の価値観という部分で、セルフエンプロイドの人が多いという部分もありますが、自分自身をしっかり持っていて、自己実現だとか、とにかく人まねしない、オリジナリティを追求しようという人がやっぱり多いですね。

都市の近くに自然があるので、オンとオフの切りかえ、リフレッシュして仕事に励むということです。ポートランドの人たちは、仕事を4時とか5時ぐらいで終えて、その後、ブルワリーだとか、そういうところで一杯飲んで帰るといった人たちが結構多いんですけども、だからといって決して遊んでいるわけではなくて、非常に勤勉です。なので、朝6時ぐらいとか6時半ぐらいから平気でミーティングがあって、仕事の前にいろんなミーティングをした後に仕事に行くという形で、自分の専門性を高める、あるいは自分の仕事のネットワークに生かせる集まりに積極的に参加しています。

都市が非常にコンパクトです。先ほど地図でピンクの枠の中、これが狭義のポートランド市ですと言いましたけれども、非常に小さいので、通勤時間がとにかく短いというのはすごくいいですよ。なので、自分の時間、あるいは家族と一緒に過ごす時間が充実してくるということです。

それで、緯度が高いんですね。緯度的には日本の札幌と同じぐらいの位置になります。なので、夏は昼が長いんですけども、冬になると途端に4時ぐらいから暗くなってしまいます。逆に夜が長くなるということで、そうすると、余暇時間を充実させることが重要になってきます。夏はアウトドアでアクティブに過ごします。冬は非常に暗いので、なかなか日光を拝めないということがあって、夏は本当に皆さん楽しもうということで、屋外でいろいろ活発に動きます。だけど、冬は必然的にインドアの生活になってしまうので、読書が盛んなのもそうですし、クラフト、あるいは手芸・工芸、音楽、アートが盛んなのも冬が長いこともあります。

あと、日本は働き方改革がいろいろ言われていますけれども、ポートランド



の人たちは1週間どういうふうな働き方をしているかというのと、私が滞在しているとき、いろいろインタビューをするのでアポイントをとろうと思うんですけども、大変だったのは、彼ら的には、特に夏のお天気のいい時期になると、木曜日の午後ぐらいからお休みなんですね。別荘とかバケーションに行っちゃうという形で、そのつながりで月曜の午前中もなかなかアポを入れられないという感じがありました。実質的に火、水、木ぐらいしか働いていないんじゃないかみたいな感じでした。それでも楽しく過ごせるわけですね。日本も、別にそこまでとは言いませんけれども、せめて月曜から金曜で、ちゃんと定時に仕事が終わられて、週末は全く何も仕事の延長なく、自分自身のためとか家族と過ごすという時間が欲しいですね。

あと1日の過ごし方も、私がここで感動したのは、朝の使い方はすごく充実していました。決して彼らは怠惰なわけではないというのは、朝からバンバン仕事のミーティング、あるいは自分が所属している団体のミーティングがすごく活発に行われているんです。そこで結構ブレックファーストも出ますので、朝の頭のクリアな時間に、あるいは夜は逆に早くおうちに帰って家族と過ごしたいだろうから、早朝の時間を使って重要な会議だとかミーティングをやってネットワークを広げましょう。夕方は仕事を終えて、みんなで楽しくハッピーアワーで盛り上がりましょうみたいな感じですね。

セルフエンプロイドの人が多から、ネットワーキングが活発にならないと自分自身のお仕事が立ち行かないという部分もありますので、非常にネットワーキングが活発、あるいはいろんなところでコミュニティをつくらうとする動きがあります。なので、集う機会が非常に多い。あと、自己PRだとか、人脈づくりだとか、機会とか関係づくりというものに彼らは非常に熱心ですね。やっぱりうまいですね。本当に日本人ってそういう部分でコミュニケーションが下手だなと、自分自身、思いました。

あと、個人が積極的に起業する。この起業が活発だということも地域活性化に大きく貢献する部分ですね。特に、サービス人材、あるいはクリエイティブ系の人材がたくさんいる。背景にはワイデン・ケネディやナイキというワールドワイドでビジネスをしている、しかもクリエイターと呼ばれる人たちがたくさんいる企業があるからですけども、そういった企業をスピアウトした



人たちが起業して、彼らがそれらの企業にいたときに得たネットワークあるいはノウハウを生かしてビジネスをしているというのをもたくさん見ております。

ライフスタイルの充実を生み出す活動を支える仕組みということで、食と農の仕組みに関して言いますと、農の視察をされるというので、これは重要な話です。C S A (Community Supported Agriculture) というのがあります。私はC S Aフェアも見に行っていますけれども、日本はJ Aという団体が農業を支えています、あちらの農家というのは、農業すらも基本的に自立しています。何かの団体があるわけではないです。なので、自分が農場主となって活動資金を集めなければいけないということで、野菜づくりであったり、お肉づくりであったり、魚づくりであったりするわけですが、私はこういう考え方でやっています、だから、私に投資しませんかというやり方で、C S Aフェアで年間の農業を運営するお金を集めるわけですね。それをサポートしてくれる方には、当然ながら、年間一定のお野菜をただで収穫時にとってもらって構わないという形です。これって結局、農場主にとっては、自分で収穫しなくて済むし、商売用のもの以外に一般家庭の人たちがピッキングに来てくれるので、二重にありがたい話ですね。ロスが出なくて済むということで、非常に考えられたCommunity Supported Agricultureが進められています。

ファーマーズマーケットというのは、全部ファームが出店していますので、Community Supported Agricultureのサポーターの人たちが、そこでピックアップできるような仕組みにもなっているわけです。そのピックアップのメンバーには一般の消費者もいれば、有名レストランのシェフもいるという状況です。

あと、クラフト系のインフラで言うと、さっき言いましたADXみたいな話ですね。Do it yourself、要はそういった機材、場所、ノウハウを共用して提供する場所がある。シェアリングエコノミーですね。あと、発表の場、販売の場がたくさんあるということで、Made Here PDXだとか、いっぱいあります。パールのほうに行くと、ポートランドでつくられたものを集めたお店もありますので、ぜひそれを見ていただきたいですが、そういった形で活性化する機会がつけられているということですね。

あと、スポーツ、趣味などのコミュニティも、コミュニティメンバーが集う場と機会がたくさん準備されているということで、日本は物を売らんかなとい

う店ですが、そうではなくて、自分の店を支えてくれるメンバーをそもそも育成して、その人たちと一緒に何かをやっていくコミュニティとしての場ということがポートランドの姿勢になっています。

これはC S Aフェアで、各農場がつくっているもの（注：ビジネスカードやパンフレット等）ですけれども、美しいですよ。マーケティングをやっていると、こういったセンスだとか、人の心を引きつけるというか、そういう部分は重要なんです。だから、日本の農業も、もう少しこういう部分に力を入れなれないといけないなと思います。これがC S Aフェアの、ある農場のブースですけれども、自分のところで作った野菜を飾っていて、ここに、うちはこういったベジタブルをつくっていますと。これはフォーティーセブンスアベニューファームですね。ナヴァーの契約農場です。

このフォーティーセブンスアベニューとかを見に行かれるとおもしろいんですけれども、すごく広い農場なんですけど、今どき馬に耕させているんですよ。だけど、その農場主自体が、リードカレッジというスティーブ・ジョブズも出たポートランドで有名な優秀な大学があるんですけど、そこで化学の修士号を持っている人なんです。だから、農業をやっている人たちは皆さんめちゃくちゃ高学歴です。そういったいろんな知識を持っている。彼女は、馬の足についている堆肥の菌だとかが土の中に入っていくことによって土が有機化されてとか、いろんな説明をしてくれましたけれども、そういう考えに基づいてやっているファームもあるということで、めちゃくちゃおもしろいです。

サイドヤードファームというのは、ポートランド市内のほうにある農場ですけれども、小規模農場で、日本には「料理の鉄人」という番組があって、アメリカにそれをまねした「アイアンシェフ」という番組があったんですね。それで優勝した女性のシェフがポートランドにわざわざやってきまして、自分はシェフなので、商業用、要は自分がシェフの立場で、こんな野菜があるといいのにみたいなので、レストランから委託を受けて野菜をつくっているという農場をつくったんです。それプラス、自分は、お店は構えないんですけども、ケータリングで自分の腕を振るうという農場をつくっているんですね。それらも全てC S A、要は投資家がいる、そのお金で農場経営をやっているということです。

クラフトの支援も、専門機材をシェアするということでADXだとかありまして、これは外観です。中に入るとこんな感じで、ポートランドってどこでもTシャツをつくって売るんですよね。要はメンバーであることのあかしということと、少しでも盛り上げるというのでTシャツをつくって売っています。これがADXのレセプションです。ここに係がいて、こういうことで使いたいですけどとか、メンバーになりたいんですけどということだと、この中が作業場になっていて、道具を貸してくれたり、場所を貸してくれたり、あるいはその道の先輩がいたら、その人からいろいろものづくりのやり方を教えてもらうという場になっています。

これはたまたま見つけたポートランドのWeWorkというシェアオフィスで、日本にも進出してきた有名な会社ですけれども、本当にこの言葉に尽きるなと思うんです。ポートランドの人たちは自分が大好きだということを生きる糧にする。それで物を食べていくことが人生の一番の充実だということでありました。

それプラス、地域の人たち誰もが自分の活動を伝えようということで、プレゼンテーションが上手です。これはワイデン・ケネディの中にあるミーティングスペースですけれども、階段状になっていて、これはイベントのときにいろんな人が来て話をしているということですが、それぞれが自分はこのことをやっているとか、名刺交換がじゃんじゃん行われているという話ですね。これもCSAフェアのときで、要は、うちはこんなものをつくっているんですということをやっていますし、同じように、これもCSAフェアのときに、あるファームがこういった形で自分のところの野菜を一々説明してやっているということです。

これはポートランド州立大学のミーティングの状況ですけれども、これも同じように、いろんなセクションの人たちとか、これからポートランド州立大学に入ろうみたいな人たちが来て、いろいろ話をして、自分はこのことに関心があるとか、いろんなことで、それだったら私はこういう人を知っているから紹介してあげるよみたいな話で、すぐに友達になって、互いのコミュニケーションを図って、地域の活動をみんなで盛り上げていく。自分一人が利益を得るという話でなくて、お互いさまだみたいな形でやっていくというのがポート

ランドです。

行政の専門の方にこういうことを申し上げるのは失礼かもしれませんが、行政は行政としてやるべきことをやるというのが、ポートランドを見て活性化の実現要因ではないかなと思います。行政は戦略と政策を出すということに専念しています。ポートランドの場合は、オレゴン州とメトロとポートランド市という形で、行政区分が3段階に分かれるわけですが、オレゴン州は各都市に成長境界線というのを設けているんですね。ポートランド市の地域活性化で皆さん勉強されているかもしれないんですけども、UGB (Urban Growth Boundary) といいます。都市成長境界線で、これで都市としてインフラ投資をするところと全くしないところを明確に分けているんですね。要は少ない行政の予算をいかに有効に使うかということです。

それプラス、このUGBによって農地を守っているんですね。オレゴン州は農業州ですから、とにかく農業を保護しなければいけない。ほかの全米の都市みたいに勝手に農地をどんどん商業地とか住宅地に変えていって、その結果、ただただ都市が拡大するだけで、中心地はゴーストタウン化しちゃうみたいな話で、そうすると、都市としてもインフラ整備なんかをするときに非常に効率が悪いですよ。なので、なるべく都市の規模は小さくして、そこに集中投資する。郊外は何も手を入れずに、農業がそのままできるように守る。そのおかげでポートランドの人たちは、車で10分も行けば農場なので、フレッシュな野菜が毎日手に入るという仕組みになっているわけです。フレッシュな野菜をたくさんとる。つまり、健康にもいい。そういうことは医療費もかからない。だから、ポートランドに移住しようという理屈になっていくわけです。

それから広域行政は、ポートランドはメトロという組織がありまして、広域で都市圏全体での交通政策とか公園の政策、あと環境政策を担っています。

ポートランド市がやっているのは都市ビジョンです。グリーンシティというのを掲げていますので、それをいかに実現するかということに専念している状況です。

そうすると、住民の政治参画、あるいは政治に対する意識は、住民自治、地域行政へ積極的に参加しないと自分たちの街が荒れていく一方ということになるわけです。なので、何とかして自分たちの街を悪化させないように、よくし

ていこうということで、みんな積極的に政治のことを考えざるを得ない。積極的に参画しようと思っていくということになります。ポートランド市としては、ネイバーフッドアソシエーションというのを形成して、彼らに地区の自治を任せているということになります。

これが、今年の春、3月に行ったとき、まだできたての、空港の近くにあるんですけれども、ゲートウェイ・ディスカバリー・パークというのがつくられました。この辺は、ポートランド市内ではあるんですけれども、市の中心地からは外れていますので、比較的経済的に豊かでない人たちが住んでいる。移住者が多く住んでいるようなところなんです。なので、その住民の人たちが安心して子供を遊ばせる場所、あるいは住民の人たちが積極的に交わる場所みたいなのがなかったということで、ポートランドのメトロが考えてつくった公園です。これは多分視察先に入るかな。どうでしょう。最近の視察では必ず行くので、多分行くと思いますけれども、こんな感じで作られています。

アメリカの教育システムですごく問題なのは、ポートランド市も当然ながら財政が豊かでないのですが、そうなってくると、アメリカの場合はすぐ教育の部分で予算がカットされちゃうんですね。何からカットされるかといったら、情操教育だとか、そういう部分からカットされちゃうんです。なので、貧困の地区にある公立小学校のほうに行くと、平気で音楽の授業がなかったりするんです。なので、この公園にもありましたけれども、音楽が学べるような音が出る遊具があったりという形になっています。向こうは教員でも授業がないときにはお給料が出ません。だから、Uberというシステムがあるじゃないですか。私がたまたま乗ったときに、ちょっと話をしたら、自分はふだん小学校の先生をしているんだ、だけど、夏休み中はUberの運転手をしていると言っていました。そういう感じですね。

これがさっきからずっと言っているネイバーフッドアソシエーションの分割図です。これだけかなり細分化されてネイバーフッドアソシエーションがあるということです。

あと、ポートランド市内の充実の度合いということですごく思ったのは、近隣の商店街とそれを構成する基本要素があるなと私は滞在研究で気がつきまして、各地区の有名な商業地を抜き出して、何が必要な要素になっているかをま



とめたのがこの表です。絶対、食品スーパーマーケットはあります。しかも複数あるところがある。それから、ブルワリーが必ずあるというのもポートランドらしいですね。あと、向こうは映画館が街なかに結構残っているんです。しかも歴史的な建物なんですね。なので、映画館はすごく重要な要素で、必ずある。それと、皆さんが視察される自転車ですけれども、自転車屋さんも必ずあるんです。おもしろい話ですけれども。

それ以外に近隣の人たちにとって何がニーズとして高いものなのかなというのがわかったのはこういったもので、病院であったり、あるいは本屋さんであったり、図書館であったりということです。

これがネイバーフッドアソシエーションがどういうふうに行われているかという部分の写真です。御厚意でパール・ディストリクトのネイバーフッドアソシエーションのミーティングにずっと参加させていただいていましたけれども、パール地区というのは、再開発で、今、億ションがたくさん建っているところです。お仕事の非常にクリエイティビティのある方々であったり、あるいは裕福なリタイアの人たちが住んでいるところなので、ここのアソシエーションだと、ほとんどの人がハーバード出身だったり、大学院出身だったりみたいな形で、高学歴で非常にいろんな分野の専門家、建築家であったり、あるいはマスコミの人であったりみたいな形で、話し合われている内容が、日本の自治会なんかの組織とは全く違うなという感じです。この地区に何かを建てようと思ったら、建築業者さんがネイバーフッドアソシエーションのミーティングに参加させてもらって、そこで、こういう建築物を建てたいんです、こういうことなんですというプレゼンテーションをするんですね。それで、この人たちからそれに対する質問だとか疑義とかが出て、それに対して、またその業者さんは修正をかけたり、あるいは説得をするという作業を、行政とかではなくてネイバーフッドアソシエーションにやらなければいけないというのがポートランドです。

これもポートランドですごく有名な話ですが、シティ・リペアという活動が行われていまして、これは街なかの住宅地にある交差点みたいなところで不幸なことに交通事故が起こったとか、いろんなことがきっかけで、この場所をみんなにとって楽しめる場所にしようみたいな活動をやるんですね。子供たちに



色を塗らせたりしてやるんですけれども、街なかに絵を描いちゃう。それをきっかけに、こういうことをやりますみたいな感じで、ふだん全然交流がなかった人たちが、この活動はおもしろそうみたいなので出てきて、そこでいろんな人と話ができ、ある種、自分のコミュニティを意識するだとか、そこに所属していることの安心感を得るとか、そういった交流の場にもなっている。要は、街の美化活動なんですけれども、それが自治意識を醸成するという活動です。

それ以外にも、これは郊外ですけれども、街にあった元教会を飲食施設にしたり、もとあった商業施設みたいなのを、こういった形で人々が集えるような商店街というか、ちょっとした場所につくり変えているという例です。同じように雨水を活用するような循環型のこともやっています。

そんな感じで、要は、民間企業は地域の活性化の担い手であり、支援者ということで、ローカル志向、コミュニティでの活動を重視し、教育活動の担い手でもあるという形になります。民間企業の地域活性化ということで、教育的、コミュニティ的なイベントもやっています。あるスーパーですが、子供向けの野菜の栽培、野菜がどういうふうに見えるかというのをスーパーが教えるという形になっています。

そういうことで、ポートランドの市内には地域住民向けに総合的な科目を設けているポートランドコミュニティカレッジ、OCACなど専門別のカレッジが多くあるということで、そういった人材育成が行われていたり、専門的な技術者養成のための専門学校をいろいろ充実させているということで、皆さんが趣味の時間を充実させる、あるいは手に職をつけて充実していくという可能性を高めるようになっている。こうした教育プログラムも、農場だったり、スーパーマーケットだったり、いろんなところで機会が提供されるということになります。

これが参考文献です。

繰り返しになりますけれども、こういった形でポートランドの地域活性化が実現されているということになります。

ご清聴、どうもありがとうございました。



## 「アメリカの福祉政策について」

講 師 立教大学 コミュニティ福祉学部教授 木下 武徳 氏

### 【講師略歴】

- ・同志社大学 文学研究科 卒業
- ・2016年4月から立教大学 コミュニティ福祉学部 コミュニティ政策学科 教授（現在に至る）
- ・2008年10月 日本社会福祉学会 日本社会福祉学会奨励賞受賞

### 【著 書】

- ・木下武徳、吉田健三、加藤美穂子、渋谷博史、中浜隆『日本の社会保障システムー理念とデザイン』東京大学出版会、2017年9月
- ・木下武徳、井岡勉監修、山本隆・牧里每治編『住民主体の地域福祉論～理論と実践』法律文化社、2008年8月
- ・木下武徳『アメリカ福祉の民間化』日本経済評論社、2007年8月

# アメリカの福祉政策について

立教大学 コミュニティ福祉学部教授 木下 武徳 氏

## 1. 自己紹介

### 1) アメリカ研究のきっかけ

埼玉県新座市にあります立教大学コミュニティ福祉学部コミュニティ政策学科で教授をしております木下武徳といたします。どうぞよろしく申し上げます。

今回、アメリカの福祉政策について話をしてもらいたいということでご依頼をいただきました。私は20年ぐらいアメリカの社会福祉制度について研究をしています。皆さんはポートランドに行かれるということですが、私自身は、ロサンゼルス、ニューヨーク、ウィスコンシンを拠点に、皆さんが行かれるようなホームレスの支援センターやNPOの就労支援事業所などを調査してきました。

私がアメリカの福祉のことに関心を持ったのは、私が大学生だったときにちょうど介護保険が始まり、これからは民間で何でも福祉を進めていくのだという政策変更がありました。そこで民間福祉が発展しているアメリカの社会福祉政策の研究に関心を持ちました。当時、他の多くの研究者はイギリス、フランス、ドイツ、スウェーデンなどを研究している中で私自身がどのように研究をしていくのかということを考えてときに、アメリカの福祉制度の調査研究がとても面白いことに気づきました。アメリカにはたくさんの大学がありますので、調査や研究の文献がたくさんあり、実際にそれに携わる研究者も多いのです。その後、日本の貧困の問題がだんだんクローズアップされてきました。アメリカは基本的に貧困対策中心の福祉政策を進めてきていましたので、そのところが余り研究ではよく明らかになっていないと思い、その分野の研究にかかわるようになってきました。

アメリカでは1996年に福祉改革 (Welfare Reform) という大改革が行われたのですけれども、後で少し紹介しますが、一部の自治体ですが、福祉事務所が民営化されているということがわかりました。ウィスコンシン州が特に有名だったのですが、そこでは公的扶助の利用者は営利企業やNPOの事務所に行っ

て現金を給付してもらい、就労指導を受けるということをやっていました。

日本では介護保険で様々なサービスが民営化され、行政は裏で管理部門を担い、直接の介護サービスは民間に任せるという方針が示されました。アメリカでは福祉事務所自体が民営化されているということなので、どんなふうに行っているのだろうと関心を持ちました。アメリカでは福祉の特徴として、NPOや営利企業が非常に多くのサービス提供部分を担っています。例えば、元厚生省の長官が営利企業をつくって福祉関係の民間委託をどんどん引き受ける「マキシマス」というコンサルティング会社をつくりました。多くの自治体で、マキシマスが様々な給付業務を担ってきています。ウィスコンシン州でも、福祉事務所の1つをマキシマスに委託しています。そういう意味でも、アメリカの福祉というのは、結構日本の先を行っているのかなという感じが私自身にはあって研究しているところです。

## 2) 本日の内容

今日お話ししたい内容としては、アメリカの社会福祉政策の概要と特徴、もう1つは、NPOとホームレス支援の概要と特徴についての理解を深めていきたいということです。

皆さんは、シアトル、ポートランドに行かれるということですので、具体的な話は実際に行って見ていただいたほうが良いと思っています。アメリカは州によって、その地域によって、かなり特色があります。ポートランドはアメリカ人が住みたい街ナンバーワンの地域になっております。私も一度だけ行ったことがあるのですが、とても安全な地域で、まちづくりも計画的に行われている地域だと感じておりました。

## 2. 福祉制度の特徴

### 1) アメリカの基本データ

福祉制度の特徴について説明する前に簡単に見ておきたいことは、人口、面積、GDPです。アメリカの人口は3億人、日本の3倍ぐらいです。面積は日本の25倍程度ということで、非常に広大になっています。GDPは、世界で一番経済発展しており、アメリカは18兆ドルあり世界一で、日本の4倍以上あり

ます。GDP＝国内総生産というのは、1年間に市場で取引されている金額で、その国の経済規模を見るときによく使われる指標です。日本は今中国に抜かれて3位になり、今後人口も減少していくので、これから低下していくのではないかという心配はあります。

それを理解してもらった上で、特徴ということなのですが、福祉の制度を理解するときに、3つ理解してもらいたいというキーワードがあります。連邦制国家、移民国家、隠れた福祉国家という3つの特徴です。

## 2) 連邦制国家

### (1) 連邦制度

さて、連邦制国家についてですが、アメリカは50州とコロンビア特別区（ホワイトハウスがあるところ）で成り立つ連邦制の国家です。連邦制というのは、自治権を持つ多数の国家が共通の政治理念のもとに結合して構成する国家です。日本の感覚で言うと、州は日本の県のような感じで認識されがちですが、全然そういう感じではありません。国家というのは英語でステート（State）ですが、アメリカはステート＝国家が、ユナイト＝統合してできたのです。United States of America、「U.S.A」ですね。USAというのは、アメリカ合衆国というふうに訳されていますけれども、この「衆」が本当は州政府の「州」です。アメリカは一般「大衆」が重要な民主主義国だから「衆」になったのではないかと思います。でも、英語的に言えば、「州」が集まってできたのがアメリカということです。そういう意味では、アメリカで連邦政府の職員が一番恐れているのは、州がアメリカから出ていくんじゃないかというのを恐れているというふうに言われています。というのは、アメリカの各州は、連邦制に参加しているという発想なのですね。だから、日本のように東京を中心に全国を、昔だったら明治時代に知事を派遣し統治したということとは全然違う仕組みになっているということです。

歴史的に言えば、ヨーロッパの植民地として発展してきて、植民地支配されるイギリス政府に対して独立と自由を求めて、1775年、独立戦争、その後、独立して、植民地・州が集まって、1787年に連邦政府国家をつくり上げたということになっています。そういう意味で見れば、各州が1つの国であるというこ

とで、極端に言えば、EUをイメージしていただいたほうがわかりやすいかもしれません。

そういう意味で言えば、州・地方政府をもとにした連邦政府、その行政システムになっていて、基本的には州・地方政府の自治権が極めて大きいということで、北部と南部の差も激しいということになるのです。先ほどの貧困家庭一時扶助の話もしましたが、連邦政府はある程度目安は出しているのですが、州が決めるということになっているので、州ごとに違いがでるのです。

基本的な発想の仕方として、財政の話聞いていて、何となくわかってきたのは、州政府が連邦補助金を利用する場合に、州政府は連邦政府のおおまかなルールに従って事業をするということになります。連邦補助金が要らなければ余りやる気がなくてもいいということです。連邦政府のルールというのは非常に大まかで、それを強化したり、緩和したりする余地が州政府には残されています。

これに加えて、いろいろな免除（ウェイバー）制度があって、連邦政府の規定どおりにしないと連邦補助金は出さないよとなるのですが、実際には一部のルールを免除する制度が多く連邦法についています。そういったものを使って州政府がいろいろ実験をしたりする自由を州政府に残しています。

## **(2) メディケイドの例**

例えば、1965年に成立したメディケイドという連邦政府の医療扶助制度があります。この制度に参加するかしないかというのは州政府が決めます。メディケイドは連邦政府と州政府のマッチングファンドといいまして、かかった費用のうち大体6割ぐらいを連邦政府が負担してくれるという仕組みになっているので、4割分は州政府が出さないといけないということになっています。

実はメディケイドが嫌だと言っていたアリゾナ州が1982年にやっと参加したということがあります。メディケイドは1965年に歴史的には成立しましたが、実際にアリゾナ州で運用が開始されたのは、アリゾナ州では1982年ということです。日本でそういう医療扶助制度とか生活保護制度とかという事業を、20年も後になってからやるということは多分余りありえないと思います。



### **(3) 貧困家庭一時扶助の例**

先ほど言いました貧困家庭一時扶助という公的扶助制度は、1996年にできた法律ですけれども、それは「ワークフェア」といって、公的扶助の受給は一生で5年（60ヶ月分）と期間制限（タイムリミット）を導入し、公的扶助の現金給付と引きかえに就労活動の義務をさせなければならないことにしました。そのとき、日本でも生活保護を5年の「有期保護」にしようという議論が一時期ありました。ただ、厳密に言えば、期間制限には利用者の20%までは障害などの理由があれば免除しますという連邦ルールをもっていたり、州政府の資金で期間制限後の生活保障をしたりする仕組みをつくったりしていました。一方、例えばカリフォルニアでは期間制限が、現在48カ月になっています。コネチカット州も21カ月になっています。州政府によって大体60カ月にしているところが多いのですけれども、制度開始後年々連邦補助金が減らされるという仕組みになっていたのも、それじゃお金がもたないからということで、州政府によっては、期間制限を厳しくして受給できる期間を減らしていったという経緯があります。

## **3) 移民国家**

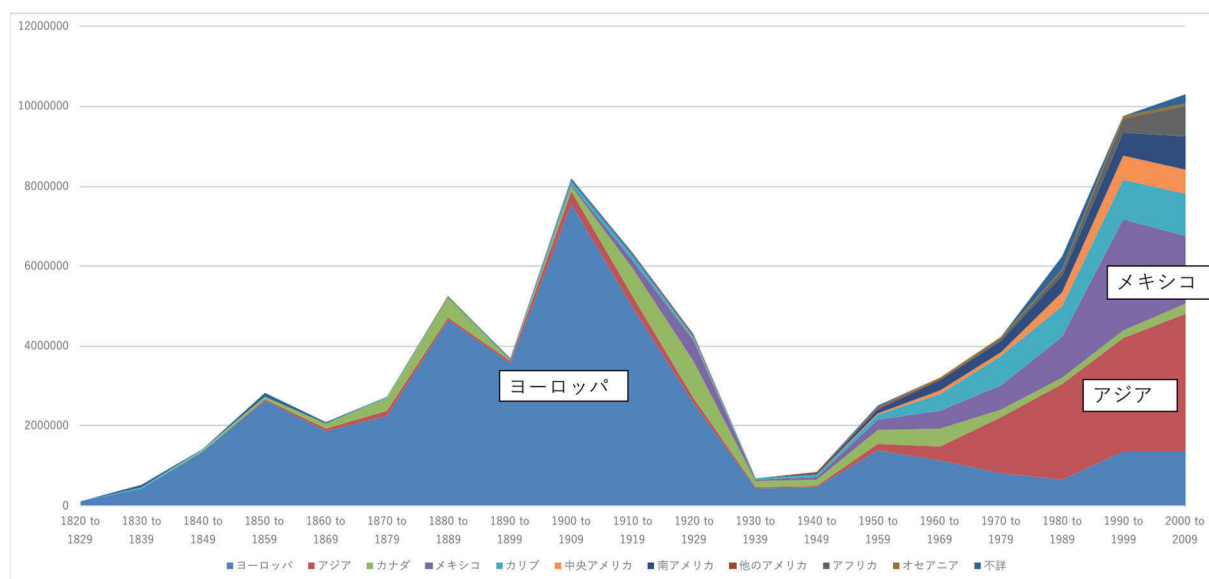
### **(1) 移民により拡大した国**

もう1つ、移民国家です。アメリカに行ったら本当にいろいろな国の人があります。日本も最近、観光客などでいろいろな国の人 coming いるなという感じがすると思いますが、アメリカはもっともっとたくさんいろいろな人種の人がいるということが感じられると思います。アメリカは「人種のるつぼ」などと言われています。

アメリカはもともと「ネイティブ・アメリカン」の大地で、インド人と間違がわれて昔は「インディアン」とか言われていました。20世紀初めごろまではヨーロッパから多くの移民が入ってきました。1800年代後半、これはちょうどアメリカの黄金時代と言われる時期なのですけれども、そのころにドイツとか、スウェーデンとか、ヨーロッパから移民がやってきて、1890年代、1900年代もアメリカに来る移民が非常に多かったようです。このころだと年間で800万人ぐらいの移民がやってきました。第二次大戦などの戦争があつて、一時期

移民の人数は減少していたのですが、戦後になって、アジアとかメキシコの移民がどんどんふえてきました。近年は若干右肩下がりになっています。トランプ政権が移民制限を強化していることが背景にあると思います。合法移民の最近の動向を見ると、アジアが一番多くて、次にメキシコから来ています。

図1 合法移民の主たる出身地域別の割合、1820年～2009年（単位：人）



出典) Department of Homeland Security(2016) 2014 Yearbook of Immigration Statisticsの表2より作成

## (2) 不法移民に対する意識

大きな問題は不法移民です。1980年から2011年の間に1143万人の不法移民がアメリカに入ってきたと推計されています。ただ、日本と不法移民に対する意識が異なります。日本だったら不法移民といったら違法状態なので、そんなの追い返せよと言う人がとても多いと思います。しかし、私がアメリカに1年ほどいた2010年の話ですが、ちょうどそのころ、不法移民が非常に多くなっていると議論されて、アリゾナ州知事が不法移民の取り締まりを強化するという州法をつくらうとして提案したのです。そうしたら、ロサンゼルス・カウンティ（郡）議会で、もしアリゾナ知事が法律を通したら、アリゾナ州の製品を全部ボイコットするという議決をしていました。日本人には不思議な感じがす

ることだと思えます。ロサンゼルスは不法移民の人たちがたくさんやってくる  
ところだったので、そこで取り締まりをすることになると、その地域の  
産業を維持できないという理由もあったようです。

なお、郡（カウンティ）というのは、正式な独立した議会や行政を持つとこ  
ろです。日本だと県の次が市町村というイメージがあると思うのですが、  
アメリカの場合はステート（州政府）の次はカウンティ政府になります。  
カウンティ政府の下にシティ（市）とかタウン（町）とかがあるというイメ  
ージです。カウンティがアメリカの福祉制度の実質的な主たる担い手になってい  
ます。多くの自治体で福祉事務所もカウンティレベルで整備されています。

表1 入国期間ごとにみた不法移民の人数とその割合 2012年1月現在

入国期間	人数	%
2005年～2011年	1,540,000	14
2000年～2004年	3,250,000	28
1995年～1999年	2,920,000	26
1990年～1994年	1,720,000	15
1985年～1989年	1,110,000	10
1980年～1984年	890,000	8
すべての期間合計	11,430,000	100

出典) Bryan Baker & Nancy Rytina(2013)*Estimates of the Unauthorized  
Immigrant Population Residing in the United States: January 2012*, Office  
of Immigration Statistics, U.S. Department of Homeland Security, p.3

### (3) 移民の福祉制度

さて、移民の話が福祉とどう関係しているのかということなのですが、  
これは日本も一緒だと思うのですが、アメリカでは移民に対して福祉に頼  
らないように自助を求める仕組みになっています。外国からやってきて、何で  
この人のために税金を使わなければならないのだ、支援なんかやらなくてもい  
い、さっさと出ていけみたいな話は、日本ではヘイトスピーチなどをみても大

はやりです。それは日本もアメリカも多分同じなのではないかと思えます。

アメリカの公的扶助、つまり先ほど述べたような貧困家庭一時扶助なども、5年間は移民の人たちは受給できないというルールになっています。ただ、緊急医療だけは不法移民の人も受けられるということになっています。待機期間5年あり、その間は自分たちで勝手にやってきたのだから、自分たちで何とかしなさいよということです（ただし、アメリカでは5年経過すると正式に受給できるようになります）。

#### **(4) 移民による相互扶助・地域活動を前提とした支援**

さて、自助というのが成り立たないから生活に困るわけで、それではどうするかというと、基本的には移民同士の助け合いが進められます。アメリカにはチャイナタウン、コリアタウンがあります。サンフランシスコにはジャパントウンがあり、ロサンゼルスにはリトル・トーキョーもあります。そういった地域の中での同じ人種、同じ国から来た人同士の助け合い、地域活動、NPOの支援が活発になっています。

さらにいえば、政府の支援というのが言語の異なる人々、宗教の異なる人々、文化の異なる人々に対して、簡単に言えば、白人でキリスト教、プロテスタントの人が支配的な行政職の人が、日本語、タイ語、多言語をしゃべって支援することができない。そういうのは、地域のリーダーの人たちにNPOをつくってもらって、支援してもらったほうがスムーズに行くということなのです。そういうふうにならざるを得ないので、アメリカというのは、相互扶助、NPO活動、地域活動というのが非常に活発になっています。政府のほうもそれに乗っかる形で、つまり、そういう活動に助成する形で支援してきたのです。

#### **(5) ニューヨークの福祉事務所**

4年ぐらい前だったと思いますが、ニューヨーク市で生活保護の業務のなかで英語を読めない人に対して英語で公的扶助の廃止のための通知文書を出したのですが、その人は英語を読めないので弁明の機会があったのですが、それができずに公的扶助が打ち切られたということがありました。それが裁判になって争われ、現在、ニューヨーク市では、法律で公的扶助に関する通知は少なく

とも6カ国語で通知をしなければならないということになっています。

私がニューヨーク市の福祉事務所の担当者に会ったときにそのことについて聞くと、システム上、通知文は英語とスペイン語しか出ない。それ以外は全部手作業で翻訳して通知を書かないといけないので、これはとても大変な作業になっている。だけど、システムを変えらるとなると巨額の費用がかかるので、なかなかできない。それでずっとそれをどう改善するのかという会議ばかりしているというふうな愚痴を聞いた記憶があります。このような配慮も日本ではなく、アメリカならではなのではないでしょうか。

#### 4) 隠れた福祉国家

もう1つ、「隠れた福祉国家」、英語では「Hidden Welfare State」と呼ばれているもので、公的福祉が非常に見えにくい形になっているということです。アメリカでは、年金制度は最低限で企業年金の加入を促進されていますし、公的医療は低所得、高齢者・障害者に限定されていて、一般の人向けの公的医療保険制度がないといわれています。アメリカでは、一般的には、民間医療保険に加入することになります。多くの場合は、雇用主提供保険に入ります。事業主が提供している民間医療保険に入ることです。また、福祉、特に貧困対策については、就労要件や期間制限（タイムリミット）があり、給付額が少なく非常に厳しい。

しかし、そんなことばかりでは、アメリカ社会では生活が成り立たず、崩壊してしまいます。アメリカがなぜそんなに低福祉でもやっていけているのでしょうか。実は、非常に見えにくい公的福祉が多いということです。アメリカでは、民間団体への委託費、助成金、税制、規制を通じた給付が非常に大きくなってきています。例えばアメリカでは、企業年金や民間医療保険の加入を保証する仕組みができています。また、貧困対策では勤労所得税額控除（EITC）という税制を通じた支援が貧困対策のもっとも大きな制度になっています。さらに、生活困窮者に対して、政府が直接支援するというよりも、NPOへの助成を通じた支援をします。基本的に現金による支援は見えにくいですね。銀行振込で公的扶助を渡しても、周囲の人には全然見えないし、支援をしているという感じがしないと思います。介護や就労支援など目に見える支援はNPOなど

が主にやっけていて、見えやすくなっています。しかし、そういうNPOに対して政府が資金援助をしています。そういう意味では、国による社会保障や社会福祉が見えにくいまま発展してきたということがアメリカの大きな特徴です。

「隠れた福祉国家」はどこにポイントがあるかということ「福祉国家」だということ。

## 5) ナショナルミニマムがない

アメリカでは、北部のほう、特に北のほうに行けば行くほど、比較的福祉国家的な特徴が強くなります。南部に行けば行くほど、人種差別が強くなり、福祉制度が乏しくなります。後でもちょっと出てきますが、貧困家庭一時扶助(TANF)という子どものいる世帯に対する生活保護＝公的扶助ですが、ミシシッピ州だと1カ月220ドル＝2万円ぐらいしか出さない。ロサンゼルス(カリフォルニア州)では700ドル弱ぐらい＝6万円ぐらい給付されます。だから、ミシシッピ州の人は、貧困家庭一時扶助という公的扶助だけではほとんど生活ができない水準です。

アメリカの福祉制度の大きな特徴として、ナショナルミニマムという概念がありません。日本では生活保護制度があり、最低限度の生活が保障されることになっています。アメリカには最低限度の生活保障という概念が基本的にありませんので、貧困対策としてお金をちょっとでも出せば、とりあえず貧困者に支援したということになっています。アメリカでは連邦政府が貧困統計をとる時に、貧困線、つまり貧困の基準を作っているのですけれども、どの州でも3つぐらいの公的扶助制度の給付を組み合わせても貧困線を超えることができません。公的扶助、つまり、貧困家庭一時扶助(子どものいる世帯に対する公的扶助)と、昔、フードスタンプと言われていたSNAP(食料支援)の金額で、その他を入れてもなかなか貧困ラインを超えることができないのです。

貧しい人はいろいろな公私の支援を得られるように自分の足で稼ぐという発想のようです。つまり、いろいろな支援がアメリカには散らばっています。公的な支援民間の支援、いろいろな制度や支援が非常に複雑にありますので、それをみずから進んで利用手続をして利用するという努力をすれば、何とか生きていける、そういう発想のようです。例えば、食料も、地域のいろいろなとこ



ろでフードパントリーとか、食料の配布がされています。そういうところから食料を得る努力を積み重ねて、何とか自分で頑張りたいという発想です。日本では、生活保護制度1つで、教育も住宅も医療も一応保障されるという仕組みになっています。そのあたりの発想が大きく違うところです。

### **3. アメリカの福祉制度**

#### **1) アメリカの福祉制度の全体像**

ここからアメリカの代表的な福祉制度について見ていきたいと思います。まず、年金制度は、基本的に「老齢・遺族・障害年金」(OASDI)という制度があります。日本と同じで、老齢年金、遺族年金、障害年金が支給されます。メディケアは高齢者・障害者向けの医療保険制度で、メディケイドは低所得者対象の医療扶助制度です。児童医療保険プログラムというのは、児童向けのメディケイドのようなもので医療保険の支援のプログラムがあります。

アメリカでは医療扶助が一般的な公的扶助とは別立てで実施されています。日本では生活保護はオールインワンです。住宅も教育も医療も入っているし、生業扶助で就労支援も一応入っている。生活保護を受給できたら、いろいろな支援が受けられる。実際受けていない人もたくさんいると思うのですが、受けられるようになってはいます。

一方、アメリカの公的扶助制度は、いろいろな制度に分立しています。貧困家庭一時扶助というのは、子どものいる世帯に対する公的扶助ということになっています。それは子どもがいる人向けの公的扶助です。子どものいない人向けの公的扶助というのは、連邦政府は基本的には制度としてはありません。では、どうしているかというと、州・地方政府によっては、ジェネラル・レリーフ・一般扶助という形で支援をしています。一般扶助は実施されているところもあれば、実施されていないところもあるということです。もちろん、地域によってルールも異なります。例えば、ロサンゼルス郡の一般扶助は、1年間で9カ月しか受けられないというルールになっています。12カ月中、3カ月の待機期間があります。ずっと受けられるようになっていないと働かなくなるのではないかとされており、そういうルールが設けられています。

ニューヨーク州は、州憲法で生存権が規定されている州になっているので、

先ほど言いましたように、貧困家庭一時扶助で期間制限（タイムリミット）60カ月となったときに、支援を継続するために「セーフティーネットプログラム」というもの作っています。そういう意味で、基本的にここで挙げているのは、連邦政府で取り上げているプログラムということになります。州政府までいくといろいろなプログラムがあって、皆さんが今度行かれるオレゴンとか行かれたら、またそこは異なるプログラムがあると思います。

ちなみに、貧困家庭一時扶助のネーミングも州によって違うので、カリフォルニアでは「カルワークス CalWORKs）」、ウィスコンシンだったら「ウィスコンシンワークス Wisconsin Works」と言っています。連邦政府のプログラムですが、州によってプログラム名が異なっていることを注意してください。

公的扶助に関しては、補足的所得保障（SSI）という就労困難な高齢者と障害者向けの所得保障制度があります。貧困家庭一時扶助（TANF、Temporary Assistance for Needy Families）は、子どものいる貧困世帯を対象にしています。

補足的栄養支援（SNAP）はもともとフードスタンプと言っていたものです。2008年に名称が変わりました。名称だけではなく、昔はフードスタンプはチケットでしたが、今はデビットカードみたいなものになっていて、カードでピッとやってお金を払う感じになっています。

最後に、勤労所得税額控除で、これは税制を通じた所得保障制度というふうに言われています。厳密に言えば、公的扶助ではないのですが、貧困対策という意味でここに入れていきます。

## 2) 年金制度

ここから制度の具体的な中身について見ていきます。まず、年金制度である老齢・遺族・障害年金は、連邦政府の社会保障庁（Social Security Administration）が運用しています。全国統一の公的年金制度で、アメリカでソーシャルセキュリティといったらこの年金のことになります。ソーシャルセキュリティ受けているかとか言われたときには、社会保障受けているか全般のことを聞いているわけではなくて、年金のことを指しているということに注意をしてください。

被保険者資格は被用者と自営業者となっており、無職、一部の州・地方公務員は適用除外で、働いている人の94%が加入しています。基本的には労働している多くの人がこの制度に加入することになります。

保険料は「社会保障税」ということで、給与から天引きされることになっています。保険料ではなく、税ということになっています。ただし、税なのですけれども、所得に応じて保険料がとられており、つまり、所得に応じて給付額が決まってくるので、日本的には保険と言ったほうがわかりやすいので、保険料というふうに紹介されることが一般的です。

ちなみに、社会保障税のための社会保障ナンバー、ソーシャルセキュリティーナンバーは働く可能性のある人だと、アメリカに行くほとんどの人も持っていないといけないものになります。私自身も1年間だけですけれども、アメリカのロサンゼルスにいたときに、連邦政府の大きな建物があって、そこでソーシャルセキュリティーの手続をしました。別に働くつもりで行ったわけではないのですけれども、ソーシャルセキュリティーナンバーというのは、日本で言うマイナンバー制度みたいなものになっていて、社会保障税の支払いだけではなく、例えばハローワークの手続などでソーシャルセキュリティーナンバーを入れないと職探しの検索ができないようになっていたりします。つまり、政府発行の身分証明書のような機能を持っているのです。

さて、アメリカの年金制度というのはかなり制度的には確立していますが、給付額が十分でない、基礎的な保障が不十分と言われています。アメリカはお金を非常にたくさん使う国ですので、お金がないと人間ではないみたいな感じにもなりかねないのです。

では、どうしているかというと、多くの方は企業年金に入っています。アメリカの企業の48%が企業年金提供事業所となっています。しかも、企業規模が100人以上になると提供率は89%になりますので、そこそこの会社であると基本的には企業年金がつくということになります。この企業年金というのは、日本でも401(k)と知られていますが、保険料を株式投資して、給付額が変動するという確定拠出年金です。拠出は確定しているのだけれども、給付が確定しない、それは株式相場で決まるということです。自動車会社のGM（ジェネラルモーターズ）が年金破綻して、財政破綻するということになって、年金がど

うなるのだということが日本でも大きな議論になったことがあります。

ただ、アメリカの企業年金というのは、民間に丸々投げているというだけではなくて、1974年にエリサ法ができ、企業年金は賃金として権利保護することが法律で明確にされていて、受給権保護が規定されています。ここで言う受給権保護というのは、運用に関する企業年金の情報開示、最低積立金の基準、制度終了保険などがあります。制度終了保険とは企業年金をもしやめるといったときに、政府のほうで年金の一部を保障するというものです。

こういう制度、エリサ法を通して、日本だったら企業年金、勝手にやっている私的年金というふうなイメージがあるかもしれませんが、かなり準公的な仕組みになってきているというふうに言われています。

### **3) 医療制度**

#### **(1) メディケア**

次に、医療についてです。メディケアは連邦の保健福祉省、アメリカは労働省といわゆる厚生省が別になっていて、厚生省にあたる省が運営しています。社会保障税を10年分納付したらメディケアを受けられることになっています。また、障害年金を受給していたらメディケイドが受けられるという仕組みになっています。保険料は社会保険税2.9%を労使折半することになっています。65歳以上になると保険料負担はなくなります。

メディケイドでは、基本的に強制保険のパートAという保険に入り、入院した場合に保障されるというのがメディケアの基本的な特徴になっています。入院医療、在宅医療、専門介護サービス、ホスピスの医療費の給付を行います。

アメリカの医療について言いますと、公定価格がありません。日本だと、国のほうでいろいろと、風邪、注射1本打ったら何点というのがあって、それが基本的に公定価格になっていて、日本全国どこで受けても大体同じような金額になると思うのですが、アメリカでは病院やお医者さんによって金額が変わり得るということになっています。

以前に新聞のロサンゼルスタイムズで膝の手術をした場合にどれぐらいかかるかという病院ごとの比較表が出ていた記憶があるのですが、何倍も異なっており、全然違います。病院の中でも「神の手」みたいな感じで言われて

いる医師になると、もっと高くなるということです。

任意加入のところで通院時の医療保険ということで、これはプラスアルファで保険料を払わないといけないということになっています。パートB、C、D、Eとあって、公的な医療制度なのですけれども、追加的な保険料を支払った場合に支給されるものです。また、これらのなかには、メディケアとして民間保険に加入するものもあります。これも民間を活用した公的医療制度となります。

## (2) メディケイド

次に、メディケイド（医療扶助）です。これも同じ保健福祉庁が提供して、州政府で運営しています。2016年度で連邦政府で3634億ドル、州政府2125億ドルの支出をしており、多くの連邦政府の補助金がメディケイドのために使われています。対象としては、子どもがいる低所得者の家庭で、連邦貧困ガイドライン、これは先ほど言いました貧困線ですけれども、その133%未満の6歳未満の子ども、同100%未満の6歳から19歳の子ども、補足的所得保障の高齢者・障害者の受給者になります。

高齢者は通常メディケアで医療を受けているわけですが利用負担があり、何年もするとどんどんお金がなくなっていくので、長年入院しているとお金が底をついてメディケイドを利用するようになることもあります。皆さん、『ジョンQ』という、デンゼル・ワシントンが出ていた映画を御存じないでしょうか。子どもが病気で医療が必要ですが、お父さんが解雇になって、雇用主提供医療保険がなくなり、子どもが医療を受けられなくなり、病院を占拠するという映画もありました。そのくらい雇用主提供医療保険制度に入っているか入っていないということが重要なのです。

メディケイドに関連して、1997年にできた児童医療保険プログラムがあります。日本でも医療保険に加入していない子どもがいることが大きな問題になったことがあります。親の責任で子どもが医療を受けられないというのはおかしいのではないかとということで、子ども向けの医療保険プログラムが整備されました。注意していただきたいのですけれども、その方法は、メディケイドの要件に満たないが、民間医療保険への加入が困難な低所得世帯の子どもに民間医



療保険に入れるよう助成金を出すというものです。日本であれば、公的な医療保険に入ってもらえるようにすることが基本だと思いますが、アメリカには子どもの入れる公的医療保険はありませんので、民間の子ども向けの医療保険に加入できるように助成金を出す仕組みになっています。こうしたことは日本では想像できないことだと思います。このことは後にオバマケアにつながってきます。

### **(3)雇用主提供医療保険とオバマケア**

さて、一般的には、ほとんどの人が民間医療保険、とりわけ雇用主医療提供保険に加入します。あのアフラックがやっているかわかりませんが、いろいろな医療保険会社が、アメリカには、カイザーパーマネンテ、ブルークロス・ブルーシールドのような巨大な医療保険会社があって、そこに加入します。その保険会社には連邦や州政府の規制があり、特に州政府の規制によって、保険の契約更新保障、つまり契約を必ず更新させなさいというルールを設けている州があったり、保険料の高額化を防ぐための料率規制のルールを設けていたりします。民間の医療保険なのですが、公的な介入があって、民間の医療保険に多くの人が入れるように政府が支援しています。この辺は余り知られていないところではないかと思います。

さて、民間医療保険の加入を大々的に進めたのがオバマケアです。2010年にオバマ大統領が5000万人ぐらいいる医療保険の無保険者をなくすことを目標にし法律Patient Protection and Affordable Care Act、いわゆるオバマケアを制定しました。オバマケアでは、第一に、医療保険の購入助成金を出すかわりに民間医療保険の加入義務化を進めました。ただ、当初、加入しない場合には罰金が課されていたのですけれども、オバマケアに反対していたトランプ大統領が法改正で罰金はとらなくすることにしました。そうすると、保険に加入しなくなる人がふえてくるのではないかと危惧されています。

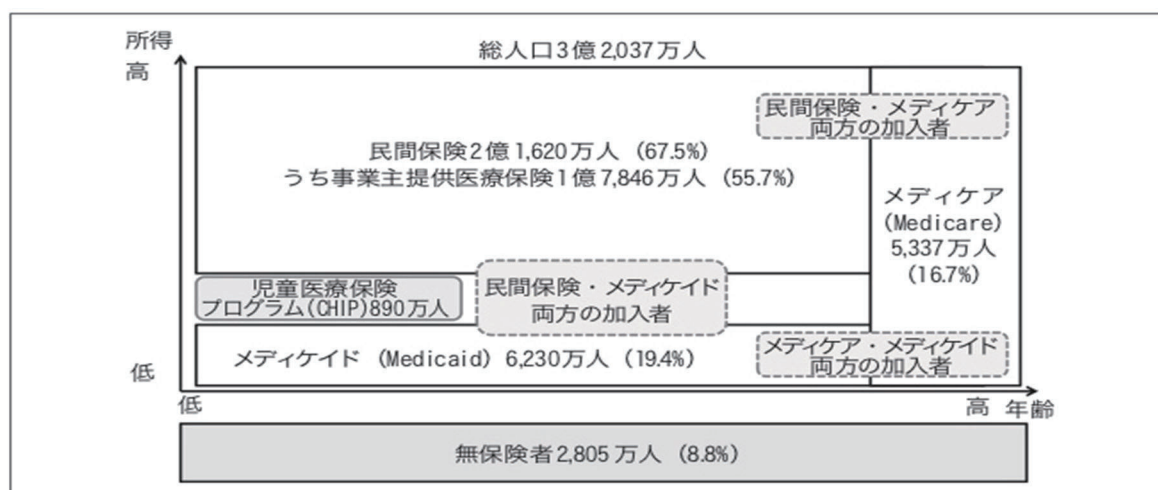
第二に、オバマケアでは、民間医療保険を購入するための助成金を出します、加入義務化を進めますとしましたが、そのときに低所得の人でも買いやすい医療保険を買うことができる市場（「エクスチェンジ（取引所）」と言われています）を全国各地にたくさんつくりました。



第三に、オバマケアの大きな特徴は、以前に病気をしていたなどを理由に、つまり既往症を理由に、医療保険の加入を保険会社が拒否することを禁止する規定です。第四に、保険だけでは限界があるので、医療扶助であるメディケイドの受給者を拡大することにしました。これらによって、無保険者を減らすことにしたのです。

図2によると、民間の医療保険に入っている人が2億1620万人、67.5%。そのうち、事業主提供医療保険、雇用主提供医療保険に入っているのが1億7846万人、55.7%、人口の半分ぐらいが雇用主提供医療保険に入っているということで、すごいですね。日本と全然違う。働くのだったら、医療保険がつかないと意味がないみたいな感じまで言われています。あと、先ほど言いましたように、メディケアで5000万人ぐらいで、メディケイドで6000万人ぐらいの受給者がいます。児童医療保険プログラムで890万人です。その結果、無保険者は2805万人です。オバマケアが始まる前からすると無保険者は半分弱ぐらいに減ったということになります。

図2 医療制度の加入状況の概要 2015年



(出典) 米国センサス局“Health Insurance data in the United States: 2016”より作成 (CHIP加入者については Kaiser Family Foundation のデータを使用)

出典) 厚生労働省 (2018) 『2017年 海外情勢報告』 p. 94

#### 4) 貧困対策

##### (1) 貧困家庭一時扶助 (TANF)

それから貧困対策についてです。先ほどから何回か出ています、貧困家庭一時扶助（TANF）ですけれども、それは福祉ウエルフェアではなくて、ワークフェア、働くための福祉、ウエルフェア・ツー・ワークとされています。

このTANFでは、福祉が権利だと思うから利用者の福祉依存が進むとされて、それまであった受給権、つまりエンタイトルメントという仕組みをなくしました。エンタイトルメントというのは、受給要件に合っていれば必ずサービス、福祉が受けられるという仕組みです。そのような制度はエンタイトルメントプログラムとも言われます。例えば、所得が200万円以下だったら公的扶助を受けられるとなっている場合、200万円以下になったら誰でも全て受けられるというのがエンタイトルメントプログラムです。その場合は、連邦政府もその利用人数に合わせて補助金を出してきました。つまり、この貧困家庭一時扶助の前の要扶養児童家庭扶助（AFDC）と言われる制度のときは、利用者がふえれば後から連邦政府がその分、ふえた分、補助金を出してくれていたという制度になっていました。貧困家庭一時扶助になり、期間制限（タイムリミット）や制裁措置などを導入するにあたって、これはエンタイトルメント（権利）ではないことを明確にしました。

その象徴的なことが、TANFでは連邦政府補助金の支給方法をブロックグラントという包括補助金にしたことです。つまり、国から補助金は一旦きめられた金額、例えば10億円だとしたら、それ以上は利用者が増えても金額はふやさないというルールにしました。そうすると、利用者がふえると州政府の持ち出しがふえてしまうことになります。基本的には権利ではないというふうにしたので、職員も受給者の権利を気にしないで対応してしまい制度変更時には様々な問題が生じていたようです。

また、期間制限（タイムリミット）のために生涯60カ月、5年分しか受給できないということになっています。州によっては、子どもときの受給期間もカウントして、子どもときに5年間受けていたら大人になっても一切受けられないという州もあります。カリフォルニア州では子どもはカウントせず、大人だけカウントすることになっています。そのため、TANFの利用者の内訳が非常にいびつになっており、利用者の世帯の半分が「子どものみ世帯」になっています。つまり、親の分が期限切れで支給されず、子どもの分しか支給されな

い世帯ということですが。

また、労働要件があり、週35時間ほど、就職活動やボランティア活動、職業訓練などをしなければならない。それをしなかったら制裁措置で、扶助の即刻廃止か、もしくは減額となります。これは州政府によって違います。労働要件が1時間でも足りなかったらすぐに廃止する州もたくさんあります。北部のほうは大体1回減額し、スリーストライクでアウト、つまり、3回失敗したら廃止するなど、州政府によって異なっています。

1995年の制度が導入される前は、要扶養児童家庭扶助（AFDC）という、エンタイトルメントで受給権がちゃんとあるとされていた制度のときは、1366万人の人が子どもがいる世帯向けの公的扶助を受けていました。しかし、2018年3月には受給世帯は101万世帯、受給者は228万人になっているので、大幅に利用者を減らしたことがわかります。そのため、アメリカでは公的扶助と言えば、昔はAFDC、最近までTANFと言っていたのですが、ほとんど機能していないような制度になってきています（ただし、それでも権利性が明確な日本の生活保護の利用者数207万人（2019年12月現在）よりは多いです）。2008年から2009年のリーマンショックのときに、リーマンショックで失業者がどんとふえたのですけれども、TANFの利用者はほとんど増えませんでした。これはブロックグラントにしたことが大きな理由ではないかと思います。権利性のみならず、貧困対策としての役割も大きく低下してしまったようです。

## **(2) 補足的所得保障（SSI）**

補足的所得保障（SSI）は高齢者や障害者向けの所得保障になっています。受給者数は2016年12月時点で830万人、平均給付額は542ドルとなっています。社会保障庁（Social Security Administration）が運用しています。

## **(3) 補足的栄養支援（SNAP）**

補足的栄養支援のSNAPですけれども、こちらは食料しか使えないということになっているので現物給付制度となっています。その理由の1つは、農業省が実施していることです。日本で言うと農林水産省が、国民の栄養を保障するプログラムを実施している感じですが、もともと始まったきっかけは、大量に

余ったミルクを市場に出すと価格がだぶつくので、どうするかという処分に困って、低所得者のために使ったらいいということで始まった制度のようです。それが今や貧困対策として非常に大きなプログラムになっています。受給者は2017年で4212万人と人口の13%を占めています。しかし、平均給付額、1人当たり月額125ドルということですので、1人当たり大体1万円ぐらいということになります。ただ、アメリカは幾つかの制度を組み合わせることが前提にできているので、貧困家庭一時扶助を受けていたら、同時にS N A Pの受給資格は得たことになっています。そのほかにも、女性向けの栄養補助事業とか、学校給食の制度なんかも農業省が提供しています。

注意が必要なことは、民間でチャリティーで食料を提供しているところがアメリカはたくさんあります。しかし、そのなかには連邦政府が民間団体に食料を支援する制度もあります。例えば、私が訪問したなかには、ロサンゼルスにカソリックチャリティーという宗教N P Oがあつて、その団体が食料を配布していたのですが、食料を受け取るときに、「ステイト・オブ・カリフォルニア」と書いている書類に名前を書かないといけいことになっていました。なぜ州政府の書類に名前を書いているんだらうなと思って、そのときはわからないままいたのですけれども、その後、調べてみると、連邦政府のT E F A Pという制度があつて、その支援を受けて食料配布をしていることがわかりました。チャリティーで配っている食料に連邦補助金が使われているというのは、先述の「隠れた福祉国家」という側面を象徴しているように思います。

#### **(4) 勤労所得税額控除 (E I T C)**

通常は公的扶助とは言えないのですが、貧困対策として非常に大きな影響力を持っているのが、勤労所得税額控除 (E I T C) です。これは連邦政府の税を所管する内国歳入庁 (I R S) が実施しているものです。勤労所得のある世帯に対して税額控除、つまり、その所得が低過ぎる場合は税の還付＝給付を行うというものです。子どもが2人いる場合に最大で5728ドル (2018年) ですので、50万円ぐらい返ってくるというような仕組みになっています。これは働いている人でないと受けられないので、無職の貧しい人には支援になりません。したがって、これはワーキングプア対策です。さらに関連して、子どものいる

世帯の経済的支援のための税額控除もつくられています。

### (5) 貧困対策の規模

以上のような貧困対策についてその給付の度合いについても見ておきましょう。表2は貧困対策の最大のプログラムで、連邦支出だけで見たものです。第一に食料支援（SNAP）が一番大きくて704億ドルということになって、その次がSSIで、その次がEITCで、その次がACAC。TANFは64億ドルぐらいしかなくて、EITCの10分の1ぐらいになってしまっているの、公的扶助というふうにして見ると、日本でアメリカのことを見て貧困対策として何をやっているのか、貧困は生活保護のイメージがあるので、生活保護の制度はどれかといったら、大体TANFかSNAPかSSIを見るわけです。そうすると、子供のいる世帯に対して、働き手向けの公的扶助、ほとんど微々たるものにしかなくてというふうに見えるかもしれませんが、実際、勤労所得税額控除のほうで巨額のお金を出していることになっているということです。だから、そういう意味で、アメリカは低所得の人を雇った場合の税額控除とか、障害者の人を雇った場合の税額控除とか、税額控除で民間に働きかけているのです。結構雇ってもらえるようにしたりとか。そういうことで、本当に見えにくい。日本だったら障害者を雇ったら助成金が出るみたいな感じになりがちだと思うのですけれども、アメリカの場合はそうではなくて、雇ったら税金が控除されますよという仕組みになっている。発想が逆転しているという感じがするかと思います。

表2 公的扶助等の連邦支出の比較、2016年

貧困対策プログラム	億ドル	%
補足的栄養支援 SNAP	704	31.4
補足的所得保障 SSI	667	29.8
勤労所得税額控除 EITC	605	27.0
追加的児童税額控除 ACAC	201	9.0
貧困家庭一時扶助 TANF	64	2.9
合計	2241	100.0

出典) Congressional Research Service, “Federal Spending on Benefits



and Services for People with Low Income: In Brief” , 2018, p. 6.

## 4. ホームレス支援とNPO

### 1) アメリカのNPO

さて、ここからホームレス支援とNPOについて見ていきたいと思います。

アメリカのNPOは、連邦税が免除される公共的な組織というのが基本的な定義になっています。株式会社とは異なり、利益を配分しないということが非営利の大きな特徴になっています。内国歳入庁に対してNPOは財務データを出さないといけないことになっています。アメリカでNPOと言った場合、パブリックチャリティーのなかの501(c)(3)に当てはまります。これらの団体は、基本的に議員などに対するロビー活動をしてはいけないことになっているので、政治活動をするとう税金の免除が受けられなくなり、寄附の控除も受けられなくなります。しかし、アメリカのNPOのなかには、黒人のNPO、ヒスパニックのNPOとか、LGBTのNPOなどがあって、そういう意味で、社会運動という形ではアドボカシーや社会的な働きかけを行っているところがほとんどです。

NPOがどのような役割を果たしているかについては、公共サービスを提供する機能や、社会の価値を訴えていくような機能、コミュニティ形成の機能、一定の価値観を保護する機能があると言われています。

データをみると、アメリカのNPOでは、病院が資産や支出額が一番大きく、次いで大学がメインになっています。福祉サービスやホームレス支援は「ヒューマンサービス」に区分されるのですが、資産や支出額は、病院や大学と比べると、かなり少ないのです。しかし、ヒューマンサービスの団体が一番多くなっています。大学はとても少ないのですが扱うお金はとても多い、という対比的になっています。

アメリカのNPOの大きな特徴としては、NPOを支援してくれる財団が多いことが挙げられます。アメリカの財団が2015年には8万6203団体あり、助成総額が6兆円ぐらいになっています。非常に多くのお金が財団を通じてNPOに配分されています。この財団の原資を考えてみますと、第一に、遺贈、つまり亡くなった場合に寄附をすることです。特にアメリカのお金持ちにとって、



ノーブレスオブリージュ、高貴な者の使命のように、地域でお金持ちとしての役割を果たさないといけないと思う人が多いということだと思えます。

第二に、アメリカの寄附の文化を支えている特徴として、給与の天引きが行われていることです。ある意味、取りっぱぐれがないようにしています。会社と契約したり、会社の中で個人個人がいろいろな財団と契約して、給与から例えば毎月1万円などを寄付する仕組みです。ユナイテッドウェイというロサンゼルスのお古くからある老舗の財団に行ったことがあるのですが、ここでは遺贈と給与の天引きが構造的な収入としてとても重要だと聞きました。

第三に、複数の政府の委託金・補助金です。これは日本と同様に特に利用者が利用料を支払うことが難しい福祉サービス分野では重要になっています。ニューヨーク市の歴史のあるNPO、ゴダート・リバーサイド・コミュニティ・センターの年次報告書『2011年度報告書』を見ますと、一番最後のページにこのような団体や人からお金をいただきましたと名前が一覧になっています。そこに連邦政府、ニューヨーク州政府、ニューヨーク市の様々な省庁、部署から助成されていますと示されています。

注意点としてお伝えしておきたいなと思うことは、日本ではNPOは比較的小さい事業所というイメージがあると思いますが、アメリカで社会福祉領域で言えば、日本の社会福祉法人のほうがイメージにあっていると思います。

## 2) ホームレス支援

アメリカのホームレス支援に関連して、近年、アメリカの家賃の高騰がとても激しくなっており、多くの人にとって住宅の確保が非常に難しくなっていることがあります。私は2000年のときにロサンゼルスウェストウッドというところで大学の運営するゲストハウスを借りたときに1泊105ドルだったので、今は210ドルになっています。大学と言ってもUCLAで州立の大学です。この15年ぐらいで倍になっていました。ちなみに、私が2010年にそのUCLAの大学が職員用に運営しているアパートメントに住んでいたのですが家賃が月25万円でした。

ニューヨーク市では、1つの家に複数の家族が住んでいる人が全体の38%に

なっていると聞きました。アメリカはワンルームみたいな家がほとんどなくて、家を借りるといったら3～5部屋とかついてしまうのですけれども、その1部屋に1家族が住む状態になっているそうです。そうしないと家賃が高くて住めないということでした。そうして家賃を安くする工夫をしているのですが、それができないとホームレスになってしまうのです。

日本では、ホームレスというと、高齢者のイメージがあると思うのですが、アメリカは若者がメインです。20代、30代の若者で、大体黒人かヒスパニックの人のイメージがあります。ロサンゼルス行ってホームレスの人をみると、ほとんどの人が黒人のようです。一方、アジアの人はホームレスにはほとんどなっていません。

また、アメリカのホームレスの定義は、シェルターに入っている人、立ち退きにあっている人もホームレス支援の対象になっています。家族でホームレスをしている人もいますので、ホームレスの家族支援も充実しています。現在の支援としては、ハウジングファーストが主流になってきていて、ホームレスへの支援として施設に入れるのではなくて、家やアパートに直接入れるようにするほうが、結果的にはその後の定着につながっているという調査結果が出ています。日本ではまずどこかの施設に入所し、1週間とか2週間、下手すると3カ月ぐらいいてから、アパートに移すという方法が取られていることが多いと思いますので、かなり違った支援が行われています。

だからといってアメリカはホームレスの人に優しいかというと、そうでもないとは思いますが。公共の場で眠ることを禁止する法律を持っている都市があったり、物乞いを禁止する法は187の都市で禁止されていたりします。日本でも、軽犯罪法で物乞いしたら捕まることになっていますので、日本と同様かもしれませぬ。

さて、アメリカのホームレスの定義について先程も述べましたが、日本では、ホームレス自立支援法によって、駅舎、公園など外で寝ている人だけがホームレスということになっています。アメリカでは公営、私営のシェルターに住んでいる人とか、家を退去しないといけない人なんかも含まれるというふうになっています。ちょっと古いデータですが、2011年には63万人の人がいるのですが、路上にいる人はその38%でしかなく、61%がシェルターに入っ

いる人でした。アメリカのホームレスの人では、シェルターに入っている人のほうが多いのです。ホームレスの予算についても、住宅都市開発省、日本の国交省みたいなどころがお金を結構出してはいるのですけれども、それ以外の省も多く出している。

アメリカでは、ホームレスマッキニー法というのができて、地域で協議会をつくってトータルな支援を進めるように計画されてきています。先ほどNPOの助成の話をしましたけれども、日本とちょっと感覚が違うところは、日本だったら国の補助金とか、県の補助金を市町村のNPOが受けようと思ったら、大体市町村経由や県経由で補助金が多来ることが多いと思いますが、先ほどの例を見ていただいたように、連邦政府と直接委託契約、州政府と直接委託契約をむすんでいたり、助成金を受けたりします。

私をはじめアメリカに行ったときにびっくりしたことがあります。それはあるNPOがあって、保育をしている。その保育のお金はどこからきているのかを事務局長の人に聞いたら、刑余者の就労支援として司法省のお金で入っている子どももいれば、低所得世帯の就労支援のために労働省のお金で入っている子どももいる。もちろん、貧困世帯の福祉として保健福祉省のお金で入っている子どももいるということでした。しかも、お金は多様ですが、保育は同じ部屋でごちゃまぜになって利用しているのです。日本だと、補助金によって部屋をちゃんと分けて、そのために入り口も別につくるなど厳密になっていることが多いと思います。そこで、こうしてごちゃまぜにしてどうやってアカウントビリティー、つまり説明責任が果たされているのか疑問に思いました。聞いてみると、保育を提供している職員はわからないけれども、事務局長はどのような収入で運営をしているのかはわかっているということでした。つまり、どのような人にどういう制度のルールで保育をしているのかよくわからないまま職員は働いているということでした。

その後、バージニア州のジョージ・メイソン大学に行ったときに、連邦政府で働いていた経験のある先生がいて、アカウントビリティーについてどう考えるかを聞いてみると、一緒に保育をしたほうが効率的だということでした。同じサービスするのだったら、一緒に実施したほうが効率的で、しかも、少ない金額で多くのプログラムが実施できる、つまりより良いサービスができるの

で、それで何が問題なのだというようなことを言われました。アカウントビリティー、説明責任はと繰り返し聞くと、少ない助成金だが、他の資金と合わせてより良いサービスが提供できるのだから、それがアカウントビリティーだということでした。日本では、報告書を出すことがアカウントビリティーという感じですが、アメリカでは、税金を効率よく、安くうまく使うことが市民に対するアカウントビリティーということのようです。

以上、大雑把ですが、アメリカの社会福祉制度の特徴です。皆さんのアメリカでの学びに少しでもお役に立てたらと思います。どうもありがとうございました。



## 「アメリカの観光政策」

講 師        桜美林大学ビジネスマネジメント学群教授   渡邊   康洋   氏

### 【講師略歴】

- 上智大学外国語学部卒、日本大学大学院総合社会情報研究科修了。
- 桜美林大学ビジネスマネジメント学群 教授。富山大学名誉教授。青山学院大学地球社会共生学部非常勤講師。修士（国際情報）。
- 近畿日本ツーリスト勤務の後、高岡短期大学、富山大学を経て現職。一般旅行業務取扱主任者（総合旅行業務取扱管理者）、通訳案内士（英語）。専門は観光開発、観光マーケティング、観光英語。留学生に対し英語による観光講義を行う数少ない日本人教授。
- 論文「地域が観光を発信するための取組み」、共著『東アジアの競争と協調』など多数。
- 日本旅行業協会ツーリズムエキスポ国際部会長、富山県観光未来創造塾主任教授、高岡観光戦略ネットワーク会長、日本青少年海外研修研究会事務局長など要職多数。

## アメリカの観光政策

桜美林大学ビジネスマネジメント学群教授 渡邊 康洋 氏

桜美林大学で観光を教えております渡辺と申します。きょうはお忙しい中お集まりいただき、どうもありがとうございます。皆さん、午前中も既に研修があったんですか。大変ですね。私の後もまだ講義があるのでしょうか。丸一日、きょうは勉強ということですね。これだけの方が一日持ち場を離れて大丈夫なのかなとちょっと心配です。

私は、東京の板橋区に住んでいますが、そんなに台風の被害は、おかげさまでというのは失礼な言い方になるかもしれませんが、受けませんでした。ニュース等で、今回、皆様の地域、首都圏でこんなになって、毎日毎日、ニュースを見て心が痛みます。皆様におかれましては、プライベートな地域、それから、皆様のお仕事の場も、本当に大変だったと思います。そして、一部にはまだまだずっと大変な状況が続くと聞いております。改めて、皆様におかれましては、大変お疲れさまでございました。まだ過去形で言うてはいけないのかもしれませんが、これからも大変なお仕事が続くのではないかと思いますので、どうか県民の皆様のために、もうしばらくお骨折りいただきたいと思います。お疲れ様でございます。

さて、今日はそんな中で、初めは、皆様の研修がどうなってしまうのかと心配になりました。やはり、大変残念なことに何人かの方は持ち場をお離れになることができなかつたと伺っています。きょうお集まりいただいた皆様は、何とか研修にお出かけになれるということで、大変ありがたいことだと思っております。

早速なのですけれども、きょう皆様にお話しする内容です。今回、皆様、米西海岸、アメリカの北西、オレゴン州、それから、ワシントン州を中心に研修されると伺っております。そして、私のメインテーマは「観光」ですけれども、今回の研修は、特に現地で観光をメインに掘り下げることでは必ずしもないのですよね。私の話の後半のほうでお話し申し上げますけれども、観光地としてはアメリカはちょっと地味に思えますが、実は、アメリカは世界一



の観光国なのです。世界一というのは、訪問者の人数的にはフランスが一番なのです。しかし、後半でお話をしますが、観光から最も潤っている国が実はアメリカだと言われております。そこを落とすところにきょうは少しお話をさせていただきたいと思います。

きょうは、1時間半ほど時間を頂戴しております。皆様の中に観光振興のお仕事しておられる方もいらっしゃるんですね。その皆さんにはすでにおわかりのことが多いかと思えます。まず、一般論としての観光振興についてお話を申し上げて、後半で、30分ぐらいで皆さんがいらっしゃるアメリカと、具体的な両州、オレゴンとワシントン州の観光の状況について、情報共有できればと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

資料があるかと思うのですがけれども、今、御紹介いただきましたように、私は現在、桜美林大学というところに籍を置きまして、観光、観光開発、要は観光の力を使って地域を活性化する、地域を豊かにする、人々に対してプラスをもたらす、そのような研究をしております。

もとはといえば、今御紹介がありましたように、20年ちょっとサラリーマンをやっておりました。旅行会社で営業とか企画の仕事をやっておりました。勤めて二十何年たって、少し疲れたこともあって、ある日、ふと、自分の話で恐縮なのですが、頭の使い方を変えたいなと思ったのです。皆さんの中で民間におられた方はご経験あるかもしれませんが、日ごろから、数字、数字、数字でずっとやってきています。それ自体、私は旅行会社ですので、私たちが頑張って仕事をすると、お客様が、いい旅をして、旅の感動を得られるということなので、本当にありがたい仕事をしてきたのですが、四十幾つになりまして、ちょっと違うことをやりたい、本を読んで物を書くということをやりたいなと思ったのです。

それで、一念発起しまして、ちょうどそのころできた通信制の大学院を目指しました。通信制は、今で言えばネット制の大学院、インターネットを使った学校です。そのころのインターネットは今みたいにWi-Fiじゃなくて、皆さん、覚えていらっしゃるでしょうか、電話回線を使って、ピーヒュルヒュルヒュルというものです。御存じない方が多いかもしれませんが、そういう時代なんです。そういった回線を使って、大学院で資格がとれるというのが日本

で3つの大学で始まったらしいのです。そのうちの1つが家の近くにある日本大学だったものですから、そちらのほうの大学院で、勤務をしながら、勉強して研究して学位をとることができました。

そのころ、私は四十七、八だったかと思うのですけれども、もちろん会社を通じて職を得ていて。家内と相談したんですね。かくかくしかじかで、どうしようかと思って迷っているんだと。そのころ、景気がよくなかった時期で、あと2年ちょっと待てば退職金割り増しだったのですよ。家内は、そういうチャンスがあるのになぜ今やめるのかと盛んに言いましてね。どうしようかなと思ったんですけど、まあ、いいやと思って、家内を説得して、転身したという次第です。

私は旅行会社で、営業とか企画をずっとやっていて、ちょっと頭の使い方を変えたいなと思う時期があり、結果的に仕事が大きく変わりました。というわけで、今、観光の研究をしながら、学生の指導をしたり、それから、千葉県の行政の方々とかうやってお話をする機会をいただいたり、国の旅行系のお仕事のお手伝いをさせていただいたりしています。

私自身、旅行会社時代、ガイドとか、旅行業務の資格をとってしまして、一時、結構ガイドもやりました。この話をし出すと本当におもしろい話ばかりなのですが、そんなわけにはいかないのです、きょうはメインには観光のお話をします。

きょうお話を内容ですが、もう1回振り返りになりますが、基本的には、前半、観光というものを確認します。現在、国も観光立国を終えて、観光先進国を目指すという言葉を使っています。ちょっと思い上がり過ぎかなという気もします。いずれにせよ、国としては観光を育てていこうというような姿勢が間違いなくあろうかと思えます。それをベースに、皆様方には、観光とは何ぞやとか、観光を振興するということにどういう意味があるのか、あるいはマイナスがあるのか、そんなところをおさらいしたいと思います。すでに御存じのことも多いかもしれませんが。基本的には観光がよいことであるということに基づいて、どうやって観光振興をすれば、理論的にどういうプラスが、ベネフィットが出てくるかというようなお話を全体でお話しして、あと、時間が許す限り、アメリカの観光の状況についてお話をしたいと思います。

初め、禅問答っぽい話になってしまうのですが、観光とは何かというところから始めようかと思います。御存じの方も多いかもしれません。「観光」というのは「光」を「観る」というふうを書くのですね。これは中国の古い本、『易経』の中に出てきた言葉とされています。この中に「国の光を観る、用て王に賓たるに利し」といった表現があるのだそうです。ここの「国の光を観る」というところから「観光」という言葉が生まれたとされています。諸説あります。要は、遠方より偉い方が来られたら、その方たちに国の光、つまり国のすばらしいところをお見せするということがプラスになろうということを行っているのではないかと思います。これが観光という言葉の元です。英語ではツーリズムです。ツーリズムという言葉には、ツアーという言葉が入っています。自転車、バイクのツーリング等と言います。あちこちをめぐるという意味だそうです。イズムがついていますから、その名詞形ということだと思います。日本では、20世紀の初頭ぐらいからツーリズムという言葉が、観光と結果的に一致するようにして使われるようになったとされています。

次に観光の定義をしておこうと思います。定義自体が特に重要なことではありません。また、実際はいろいろな定義が存在しています。例えば、日本では国土交通省の中に観光庁があり、観光政策審議会という会が存在します。そこでの観光の定義というのはこうなっています。「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」は全て観光と呼ぼうと言っています。

一方で、これは知っておいていただきたいのですが、UNWTOというアルファベット5文字があります。WTOは世界貿易機構（World Trade Organization）ですが、観光ではWorld Tourism Organizationです。WTO、Trade Organization、といえ、**「世界貿易機構」**のほうが一般的には主流です。そういう意味ではWorld Tourism Organizationは後発です。私たちの世界ではWTOと言え、必ず観光のことになるのですけれども、世の中はそうじゃないですよ。ですので、奥ゆかしく、頭にUN、United Nationsをつけて世界観光機構と呼んでいます。世界観光機構は世界の観光の研究や統計調査をやっています。本部はマドリードにあります。

UNWTOは観光の定義についてこんなことを言っています。これは本当に御参

考までに。彼らの観光の定義というのは、訪問の主要な目的が、訪問国内で報酬を得るための活動を行うこと以外です。おもしろいですね。このことは日本の概念には入ってこないのですね。アルバイトをしちゃいけませんということですね。そして、1泊以上12カ月を超えない期間、居住国以内の国で通常の生活環境を離れてする旅行、これのことを国際観光というとUNWTOは決めているようです。1泊以上12カ月。12カ月を超えてはだめなのです。

ちょっと余談なのですが、二、三年前、マレーシアを旅行していて、宿で白人のすごく大きい男性2人とちょっとお話をする機会がありました。その方と、どこから来たの、僕は日本だよ、とかお話をしました。お若くて20代、30代ぐらいの旅行者なのですが、その方に聞いたら、ニュージーランドから、マレーシア、クアラルンプールを経て自転車で世界一周旅行をしているんだそうです。旅行はどのぐらいの長さですかとお聞きしたら、なんと2年間と言うのです。うらやましいですね。仕事はどうしたのかと聞くと、当然やめてきたそうです。何でこんなことを聞くのかという感じでした。ニュージーランドのオークランドで勤めていらっしゃって、友達同士、会社をやめて、仕事をやめて、ちょうど今、マレー半島を北上中の2年間の旅行です。しかし、国連から見ると、このお二人は観光者じゃないということになります。

一方で、観光庁はこんなことを言っています。下のほうを見ていただければいいのですけれども、日本の観光庁が言う観光というのは、余暇、レクリエーション、業務などの目的を問わず、非日常圏へ旅行すること、動くことを観光と言いましようというふうに、日本の観光庁は言っています。それで、観光庁は宿泊旅行と日帰り旅行と2つ分けていまして、宿泊旅行というのは、自宅以外で1泊以上すれば、全てそれが宿泊旅行です。別にホテルじゃなくても、旅館じゃなくても、親戚の家でもいいし、ましてや、今はやりのエアビーアンドビーでもいいですよと言っています。

一方、日帰り旅行はこうですと言っています。日常圏から出る旅行が全て観光で、そのうちの日帰り旅行というのは距離が80キロ以上とのことです。ちょっと中途半端だと思いませんか。何で100じゃないのかなと思うのですけれども、わかりますか？皆さん、今回アメリカにいらっしゃるので、ちょっと考えてほしいのですけれども、なぜ80なのか。これはアメリカの影響です。元がマ

イルなのです。50マイルだそうです。1マイルは1.609キロですから、50マイル以上、つまり80キロ以上非日常圏から出ると、日帰り旅行と言っているようです。

このように観光は定義がさまざまです。一般的に一番簡単だと言われている定義がこれです。日常空間を離れて楽しみのために行う旅行、あと、これは条件ではないですが、経済的行為、お財布を開くという行為です。なので、今は、一番シンプルな観光の定義はこれです。日常空間を離れます。日常空間というのは、勤務先、あるいは自宅です。あとはその間の通勤路ですか、それもあられるかもしれません。それを離れて、楽しみのためにどこかに行くというのが観光と見ていただいていた方がいいかと思います。

見る、食べる、遊ぶとありますが、これは例示しているのですが、これも最近知っている方が多いと思うのですけれども、楽しみのために行う旅行というのは、見たり、食べたり、遊んだりというのです。見る、食べる、遊ぶで、最後の文字、るるぶですよね。ガイドブックで「るるぶ」をお使いになったことはありますか。ちょっと派手なガイドブックですよね。ごちゃごちゃしている感じがあります。雑誌名「るるぶ」、ここからとったんだそうです。いい響きです。Rの音が動くみたいで、素敵なネーミングだと思います。

旅行に関する言葉では、トラベルという言葉があります。これは単純に人が移動することを言います。バスケットボールでトラベリングがあります。ボールを持って何歩以上か歩くことを指すそうです。また、何とか「ジャーニー」とか、何とか「ツアー」、何とか「トリップ」なども関連した言葉です。最近ではトリップアドバイザーというアプリもあります。ご覧のこれらの単語は、全部、旅行とか、観光とかを意味しています。

旅行、人間が移動する際には、目的が3つあると言われていています。これはUNWTOも言っているのですが、この言葉、研修現地で観光の話題の中で出てくる可能性があると思いますので、お話ししておきます。人間が日常圏を出る移動をするには、目的が3つあるのだそうです。逆には3つしかないのだそうです。1つがビジネス、1つが観光、つまり楽しみのためのるるぶ、もう1つが、日本語では帰省というふうに訳されているのですが、VFRです。Visiting Friends and Relativesの略です。友達とか、親戚を訪ねる旅。日本



語は帰省と訳されています。今回の研修旅行の中で、観光の話題でVFRという言葉が出てくるかもしれません。でてきたら、それは帰省のことだと思ってください。飛行機、交通機関の話題の中で、VFRが何%いるなどと出てくるかもしれません。

さて、ここまで、観光とは何かというところをお話ししました。次にお話しておきたいのが、観光の効用です。功罪と言ってもいいかもしれません。今言ったように、観光は、人が日常空間を出て楽しみのために何かをする行為、るぶをする行為、これが観光でした。人が観光をすると、その行為の結果、影響が出てきます。

その影響は、いい影響であり、悪い影響であるという、その2つを確認しておきましょう。まずプラスを見ていきます。皆さんも当然、観光旅行をなさると、自分に対して何かプラスがあったなと思われませんか。よく言われるのが、健康効果、交流効果、文化効果です。もう1つ言えば教育効果です。健康効果は、例えば、一生懸命頑張ったから、今週末は御褒美で温泉に行こうと思われた方、いらっしゃいますか。実際、土日で温泉旅行に行くと、月曜日、かえって疲れてしまうこともあります。温泉旅行は癒やしになります。つまり、いずれにせよ、健康効果となります。交流効果というのは、わかりやすく言えば旅でお友達がふえるということかもしれません。文化効果、自分が文化的な知識を得ること。そして、教育効果、旅そのものが勉強である、人生であるとかと言います。かわいい子には旅をさせよと言いますから、旅というのは古くから勉強の場なのでしょう。皆さんはどうですかね。小さいころ、旅をさせられましたか。させられなかったですかね。させられなかったらきっとかわいくなかったんでしょうね。かわいい子には旅をさせよ、ですから。

これが観光で人々が動くことによって、人々が得る効果です。健康になり、知人がふえ、自分の文化的な行動が身について、なおかつ学ぶことが多い。一方で、旅行すると、旅行先に、必ずしも旅行先だけではないですが、プラスがもたらされます。これが文化効果、交流効果、美化効果で、そして、もう1つが経済効果です。

これらの説明はかなり長くなってしまうので、簡単に言ってしまうと、文化効果は人に対してもありますが、観光地に対する文化効果というのは、旅



行者が来ると、その土地の文化が向上するという考え方です。

実際こういう例があるのですけれども、地域で行われている例えば何か夏の盆踊りがあったとします。その盆踊りに対して何かツアーが組まれたとしましょう。遠くから、これまで地元だけで行われていた盆踊りに遠くから人がやってくるようになったと仮にしましょう。そうすると、例えばなのですが、踊り手さんだとか、コスチュームをやっていらっしゃる方とか、そういう方々は、せっかく人が見に来るのだから、もうちょっと振りつけを考えようかとか、練習をしようかとか、それから、衣装をもうちょっとよくしようかとか、こういうことを考えますよ。実際、このような例は世界的にもありますが、やはり人が見に来ると、レベルが上がると言われています。これを文化効果と言います。

交流効果は同じです。観光の受け入れ側は、遠くから人が来ることによって知り合いがふえる。美化効果、あるいは環境効果と言いますが、人を呼び込もうと思えば、やはり身の回りを整頓します。皆さん、どうですか。オフィスの周り、机、どうですか、ごちゃごちゃしていますか、きれいですか。しかし、お客様がいらっしゃると、多少、机の上を片づけるでしょう。それと同じです。ビジターが来るということにより、自分の周りの環境はレベルアップする、これも1つの観光の効果です。

そして、次が観光の経済効果です。国のリーダーも一様に観光は大事だとおっしゃっていますが、これは経済効果のことを指しています。その経済効果に関してはこれからお話をします。

経済効果とは、人が動くことによって、観光することによって、地域にお金が落ちることが基本です。それだけの話ですが、それによって税収がふえるということです。これは一旦置いておいて、経済効果の前に、逆に観光のマイナスのほうを見ておこうと思います。観光のリスクとも言えます。観光のリスクは実はこの3つと言われています。

まずは環境問題、これはわかりやすいと言えればわかりやすいのですけれども、人が動くことによっての環境が害されるということです。ごみ、それから、排ガスとかは最近はいろいろ規制とかがあって、大分害は少ないのかもしれませんが、やはりタクシーがふえる、観光バスがふえると、どうなん

でしょうか、やはり空気は悪くなります。

もう1つが、下水の問題です。日本ではまだ余り聞かないのですけれども、世界的には大きい問題になっています。インドネシアのバリ島へいらした方がおられるかもしれませんが、バリ島は今でも、最近やはり下水は問題だそうです。ホテルから出てくる下水が処理しきれない。お客様が多くなって、観光客はごみは持ち帰ろうとできますけれども、お食事後に恐縮ですが、トイレは持ち帰れないですものね。これはそこでしなければいけませんから、地元で処理されなければなりません。そこで、御専門の方もおられるかもしれませんが、バリ島ではお客様が増えた分、下水パイプの太さとか、必要な処理能力が想定よりもどんどんふえてきて、問題になっているのだそうです。

その例で、昨年なのですけれども、ひょっとすると、お聞きになったことがあるかもしれませんが、フィリピンのすごくきれいな島で、ボラカイ島という島があります。ハネムーン先としても結構有名な場所なのですが、ここが去年、半年、閉鎖されました。フィリピンのドゥテルテ大統領が、閉鎖を決めたそうです。半年、この島での観光客がシャットアウトされました。理由はまさに下水の問題だそうです。主にはお手洗いの問題で、観光客がふえて、下水の処理能力が全く追いつかなくなってしまった、それがレベルアップするまでシャットアウトしました。地元の観光業者の方は驚いたことでしょう。その間、フィリピンの観光局が研修などを実施し現地で問題はなかったと言います。このように、環境問題では、ごみの問題と、空気の問題と、それから、下水の問題だとよく言われます。これが環境問題です。

経済的問題は、これは物価の値上がりの問題です。観光客がふえると物価が値上がりする。これもあちこちで最近言われるようになりました。極端な話では、九州ではクルーズ船が着くと、まちの中のコンビニが空っぽになると聞きます。需要がふえるわけですから価格は上昇するでしょう。また、観光客は地元の値段の相場がわかりませんから、高くても買ってしまいます。すると、当然ながら経済原則で物価が上がってくる。観光客が高いものを買うのは自業自得(?) でしょうがないとも思いますが、地元の方にはちょっとお気の毒です。観光客がふえた形で、観光客が落とすお金ももちろんあるのですが、しかし、高いお金を払わなければいけない。

社会的問題と、あと文化に対する問題なのですけれども、社会的問題というのは、端的な例として教科書に出てくるのは、東南アジアのドラッグの問題なのです。これはどこまで検証されているのか若干微妙なのですけれども、アメリカ人のヒッピーと、それから、ちょっと古くなりますけれども、ベトナム戦争のアメリカ人兵隊さんです。ベトナム戦争中は、我々、映画を見ていると、兵隊さんは毎日戦争しているかと思ったら、そうじゃないらしいですね。アメリカ軍、週休3日ぐらいお休みがあったんだそうです。なので、ベトナムで働いていた人たちは、週休3日ぐらい、お休みのときはタイに行ったり、南のマレーシアのほうに行ったり、そこでリゾートで遊んで、それでまた戻って鉄砲を撃つと、すごい話ですよ。そういうことだったらしいのですね。そこでの人たちが地元に対してドラッグを持ち込んだという、こういったような話もあります。

また、社会的問題で、これは私の知っているフィリピン人の方、おばあさんが言っていたのですけれども、フィリピン人は昔はジーンズをはかなかったというのですね。ジーンズが悪いとは思いませんけれども、アメリカ人がジーンズを持ち込んだので、今、若い人たちがみんなジーンズをはく、よくないのだそうです。世界中がコカ・コーラの赤い看板だらけになってしまっていて、まあ、いいじゃないかと思うんですけれども。あれも一種の社会的問題というふうに見られないこともないですよ。

また、観光による土地の値上がりが最近急に言われ出しました。日本ですと宮古島です。宮古島には、新しい飛行機、LCCが飛ぶようになって、それから、宮古島に台湾からのクルーズが結構入るんだそうです。それで、ホテルが建つ、それから、民泊がふえるということで、いわゆる通常 of 土地の値段が上がり始める。アルバイトの時給も上がってきたというデータがあります。

世界的に見ると、同じ事がスペインのバルセロナと、イタリアのベネチアで言われています。土地の値段が上がっています。ベネチアはいらっしゃった方がおられるかもしれませんが、まちの真ん中は、ゴンドラがあって、水路があって、それはそれは美しいのですが、でも、あの町の中には地元の人々が住んでいらっしゃるわけです。ホテルで働いていらっしゃる方、デューティーフリーショップで働いていらっしゃる方のお家があるはずですよ。当然そこで

通勤なさっているわけです。その人たちがこれまでベネチアなりバルセロナに住んでいたのですが、土地の値段、家賃がかなり上がっているのだそうです。二倍以上になっているらしいです。外資系のホテルが自分のホテルを建てようとどんどん土地を買うそうです。これまで古い商店だったところの土地を買い上げて、そこにきれいな五つ星、四つ星のホテルを建てます。その結果、地価が上がってしまいます。なので、これまでの人たちも、自分が新たにそのまち、ベネチア、バルセロナに住もうという人たちも、もう高くて買えないということらしいのです。また、学生さんたち、若い人たちが住む下宿とか、ドミトリーとか、そういうところもどんどんなくなっているらしいのです。これはバルセロナで見られます。例えば、エアビーアンドビーで貸したほうが、普通の人に賃貸するよりもうかるのだそうです。そのような状況ができています。

そうすると、バルセロナとか、ベネチア、恐らくこれから宮古島も、多分そこに住みたくても高過ぎて住めなくなってしまうというような状況が、一センセーショナルな言い方をしているのですが、もうちょっと冷静に見なければいけないと思うのですが—そういう状況が、スペインとイタリアに関しては、五、六年前から始まっていることです。実際、地価のデータを見ると上がっています。地価も沖縄県はトップクラスらしいですね、この前の公示地価では。これが観光の社会的問題です。

文化に対する問題は、これもいろいろな見方があるのですが、例えば、これはインドネシアの踊り、宗教的なダンス、ケチャダンスとか、バロンダンスとかです。あまり詳しくはないのですが、そのようなダンス等は、本来、地域の伝統に基づいた宗教的な行事が多いのだそうです。そのようなお祭りは元来宗教的行為ですので、何日間にわたってずっと朝から晩までやるものなのだそうです。ところが、観光客が入ってくると事情が変わります。それはおもしろいものだからぜひとも見学に行きます。しかし、実際、皆さん、どうですか、旅先の文化的ダンスとか伝統の踊りとかというのは、どれぐらい見られますか。言葉がなかったら、1時間見たら結構満足ではないですか。内容があまりよくわからないから、もういいやという感じになってしまいがちです。そういう傾向が当然ながら観光客にはあるので、元来ならば、宗教的な文化的な歴史的な

そういった行事とかお祭りが、観光客にフィットするように時間がぐっと短くなったり、内容が短編ものになったり修正されます。これはいろいろ見方があるのですが、ずっと続いてきたインドネシアの文化的行事が観光によって悪い意味で修正されてしまったという見方があります。これが観光の悪いところです。

一方で、この前、銀座の外国人用のお土産屋さん街を歩いていたのですが、そこで浴衣を売っていました。浴衣といっても化繊の浴衣です。安い、4800円ぐらいなのですけれども。見たら、浴衣の柄の何と奇抜なことか。私たち、浴衣というと、夏の風物詩ですから、色はパステル調とか、そういうのを着たりするでしょう。お土産浴衣は全然違いますよ。ちゃんとしたものもありますが、本当にゴッホの絵とか、ピカソの絵とか、そんな感じの柄のものがあります。こうして見ると、見方によっては、観光需要によって日本の着物とか、伝統的な着物の柄が少し変わってきたとも考えられます。これをいいと見るか悪いと見るかなのですが、文化的な問題とも言えそうです。

このように観光というのは、プラスもあるし、マイナスもあります。観光推進というのは、いかにプラスを多く引き出して、一方で、いかにマイナスを抑えるかというのが求められることです。当たり前ですけれども、そのように言われています。

次に、御存じの方も多いかと思いますが、経済効果の根拠は、日本の場合はどのように計算されるかを話ししようかと思いますが。観光の経済効果は、さきほどお話しましたように、人々が観光のために動くと、つまり、楽しむ目的のために、るるぶのために、日常から出て行くと、どのような経済効果が生まれるか。

例えばなのですけれども、国内の日帰り旅行、皆さんもやっぺらっしやると思うのですが、台風の影響が続く千葉県の方々にこういった話をするのは不適切かなと思うのですが、ちょっとお許しください。皆さん、旅行にいらっしやったことがあると思うのですが、日帰り旅行では大体幾らぐらい使いますか。1万円くらいでしょうか。学生はかわいいですよ。学生に日帰り旅行にどれぐらい使うと言ったら2000円とか答えてくれます。2000円、そんな使うのなんて言う子もいますのでね。大体、皆さん、どのぐらいですか。振り返ってみ



て。日帰り旅行に行って、お1人当たり、どのくらい使われますか。当然、これは旅費、自動車をお使いになっておられれば、ガソリン代、高速代、それから、旅先で御飯を食べて、場合によってはお土産を買います。入場料を払うとしたら払って、帰りのガソリン代、高速代。電車にお乗りになったら交通費、大体合わせて1人当たりの額です。これは観光庁が調べているのですけれども約1万7000円なんですね。日本人、結構リッチです。お食事とかお土産に結構お金をかけているということだと思います。

一方で、宿泊旅行はどうでしょう。宿泊は長短がありますが、日本人のほとんどが1泊です。悲しいです。平均で1.何泊です。大半の旅行が1泊ないしは2泊ということです。日帰りが1万7000円ぐらいだとしたら、宿泊だとどうでしょうか。宿泊旅行のほうがどうしても遠いところに行きます。ですから、交通費はちょっと上増しになるでしょうし、当然宿泊費が入ってくるだろうし、宿泊が入ってくると御飯を食べる回数も多いでしょう。

人間はおもしろいもので、遠くへ行けば行くほど、何となく財布のひもが緩みます。これは、おもしろいです。ご経験ありませんか。遠いところに行くと、何か高いものを買ってしまうとか、お寿司も、ふだんは回転寿司しか行かないのに、旅先では特上注文してしまおうとか。地元ではそんなことをしないんですよ。面白い人間の心理です。

宿泊旅行での支払額は約5万4000円です。1人当たりです。お2人、お子さんお1人でいらっしゃって、これで2泊、例えば沖縄に旅行された、北海道に旅行された、あるいは九州に旅行された、京都に旅行されたという、そこそこのぐらいの数字になります。1人当たり。家族4人でいくと15万円から20万円ぐらいという感じになるのだと思います。このような数字が観光庁から出ています。

そして今、無視してはいけないのが、インバウンドですね。成田空港におおりになる方。これは新聞によく出ていますが、外国人旅行者が日本滞在中に使う、落とすお金の平均は幾らでしたか。毎年調査ごとに、上がったたり下がったりしますが。もう3年ぐらいになりますか、流行語大賞で「爆買い」がありました。最近は少し減ってきたそうですが、それでも一人大体15万円だそうです。



これが経済効果のベースになる数字なのですか、観光庁が調べていて、1人日帰り1万7000円、宿泊旅行で5万円、それから、外国人の方が滞在中、これは平均の平均です。一番多くお金を払うのは何人だか覚えていますか。新聞報道がありましたけど、オーストラリア、ロシアだそうです。二十万円以上だったと思います。でも、考えてみると、私たちも、外国、遠いヨーロッパまで行くと、このぐらいの額は一気に使うかもしれません。ちなみに一番少なく使うのは、これは言うまでもなく、当然滞在の短い人たちですから、韓国です。今、韓国は観光でいろいろな意味で問題です。

一方で、今見ていただいたように、旅行に行くとこれだけお金が実際払っているそうです。これも皆さんのほうがよく御存じかもしれませんが、一方で、日本人の1人当たり年間消費額は、世帯当たりで1世帯1カ月平均28万7000円と出ていました。そうすると、1人当たり直すと1カ月1世帯2.98人で割ると、1人当たり1カ月大体10万円になるそうです。つまり、国民は1人1カ月10万円支出する。年間にすると120万円を支出するということになります。

さて、ここで、釈迦に説法ですけれども、日本の問題は少子高齢化ですから、当然人口が1人減ると、年間116万円、約120万円からのお金が経済の循環から失われるということになるわけです。一方、おさらいすると日帰り旅行では1人1万7000円、宿泊旅行は1人5万4000円、インバウンド、外国人の方は日本に来ると1人15万円払ってくれます。その上で、このような計算が出てきます。外国人は1人15万円払ってくれるわけですから、約7、8人、外国人が来れば、日本人の1年間分の消費分を補ってくれるということになります。これが観光の経済効果の根拠です。宿泊旅行だと1人5万円払うわけですから、21人というと、その辺を走っている、ツアーのバス1台が宿泊旅行だとしましょう。そうすると、中に20人から30人ぐらい乗っていらっしゃるでしょう。あのバス1台に乗っている人の旅行中の合計消費額が、1人の日本人の1年間の消費額と大体イコールというデータが出るわけです。

だから、そういう根拠味で、こんな言い方はいけないのかもしれませんが、人口が1人減っても外国人が8人来てくだされば、もちろん消費額のいろいろ分野が違いますから、こんなきれいな算数ほどにはいかないと思うのですけれども、失われた額が補われることになります。ゆえに、今は観光客をふ

やすことが重要になります。来年は訪日外国人、4000万人を、そして2030年には6000万人を目指すわけです。6000万人という数字は政府が言っている10年後の目標ですが、大体日本の人口の半分ぐらいの外国人を日本に受け入れようとするのですよ。考えてみたらすごいことです。以上が、観光の経済効果の根拠です。

ここまでで、観光がどのような行為なのかを押さえていただきました。観光というのは日常を出て、楽しみのためにるるぶ、経済行為、という行為です。その行為を人がすると、人間に対してはどのようなプラスがあって、それから、観光地とか、地域、社会に対してはどのようなプラスがあって、あるいはマイナスがあるかを押さえていただきました。それから、その中でも経済効果、今最も観光で注目されている、人が動くときこんな経済効果が生まれるという計算法をご紹介しました。実は、日本のこの計算法は、アメリカの計算法に準じていますから、アメリカも基本的には同じはずです。1人当たりのを出して、それでトータルに持っていくという方法です。

政府は来年4000万人のインバウンド客を目指しています。一方、国内の目標があります。宿泊旅行の目標です。今、1人日本人が、年間の宿泊する泊数は年間で、2泊ちょっとです。2.2泊ぐらいですよ。

皆さん、この1年間、御出張を除いて、何泊なさいましたか？ けっこうそんなものではないですか。御家族旅行などをいれても。この数字は外国人に言うとき、全然相手にされません。冗談を言っていると思われれます。彼らは大体1週間とか2週間、いわゆるバケーション、ホリデーで、何日ぐらい旅行に行きましたか、年間どのぐらい？ 2週間ぐらいかなと平気で答える。しかし、日本の統計によりますと、日本人の平均は年間に1つの旅行が年平均の泊数が1.3泊で、日本人平均が1.7回の宿泊旅行に行くから、足して2泊ちょっとぐらいなんだという話をします。そうすると、話が白けてしまいます。相手が信用してくれないのです。そんな感じがありますね。なので、皆さんのところの働き方、千葉県は今、働き方という問題じゃないのかもしれませんが、そういうところにも影響があるというふうに思います。

時間が押していますが、次はこれを押さえておかなければいけません。観光が発生するために必要な要素です。これまで、観光はこういうものなのです、

観光というのはこういうプラスがあります、とりわけ経済に関してプラスがあります、ゆえに、観光を発展させることのそれなりの大義名分があります、というお話をしてきました。では、観光を起こすとしましょう。観光を起こすためにはどうしたらいいのでしょうか。安いツアーをたくさんつくればいいのか、それとも、テレビでたくさん観光宣伝をすればいいのか。テレビは最近、トリバゴとか、ホテルを安く買える宣伝がすごく多いと思います。どうしたら、人々が観光をよりするようになるのでしょうか。

観光振興、観光開発のために、次に皆さんと考えておきたいのが、人々が観光するにはどういう要素が必要なのかという、禅問答っぽい問題です。しかし重要なのでこれを見ておきましょう。

観光、あるいは人の流れで観光流動などと言う先生もいらっしゃいます。この観光流動が起こるために必要な要素は何でしょうか。まず、当たり前なのですが、人が必要です。観光するのは人間だけなのでしょうか。最近、思うのですが、猿も観光するのでしょうか。動物園の猿は別ですが、野生の猿というのも、当然自分の縄張りがありますでしょう。自分の縄張りをちょっと出たいと思うんですかね。よくわからないですが。あと、魚とかクジラさんなんかもどこか遠くに行きたいと思うのかなと思うんですね。やがてわかったら面白いですね。

人がいて、それから、次は行き先がなければだめですよ。もちろん、多分お思いになっていると思いますが、人はただいるだけではなく、人にはお金も必要でしょうし、また、時間も必要です。さて、人がいて、行き先があつて、人間がいて、行き先のエッフェル塔があつたとします。さらに必要なのは当然移動手段がなければいけません。松尾芭蕉さんの時代は、奥の細道をずっと歩いていらっしゃったのですけれども、川を渡るときはきっと何かに乗ったのでしょう。それから、松尾芭蕉さんはそれなりにお金があつたでしょうから、途中で疲れたらかごに乗ったと思うのです。昔は移動手段は要らなかったと思いますが、今は移動手段が必要です。

それから、情報がないとだめですね。行き先は、例えばナイアガラの滝という存在を知らなければ、ナイアガラの滝に行きたいとは思わないです。私たちは歴史を学んで、エジプトのピラミッドが3000年、4000年前にできたというこ

とを知っていますから、写真を見て、ピラミッドという存在を知っているから、ピラミッドを見てみたいなと思うのです。だから、情報が必要です。根本的にはこの4つがないと観光というのは発生、そもそもスタートしないと言われる。これが観光に必要な4要素です。

実はこの中に細かいものが少しずつあるので、一部だけ後でお話しします。また、このほかに、当たり前ですが、この3つのベースの要素があります。当然、平和でなければだめです。戦争だったらだめでしょうし、それから、衛生、健康と言いかえてもいいと思うのですけれども、必要です。最近、これがすごく強いと思います。当然、自分が健康でなければ旅行に行こうという気にならないし、行きたいと思っているところが、そこで例えば伝染病がはやっているとか、そこまでいかないにしても、インフルエンザがはやっているとか、最近では何か悪い蚊がいましたね。デング熱の蚊がありました。そういうのがあるとしたら、そこへは行かないですよ。治安が悪いとか、当然そこは避けます。

この中では恐らくローマとかパリへいらっしゃったことがある方がいらっしゃると思います。パリとかローマは治安は極めて悪いですね。添乗員は、お客様の大事な切符とかをまとめて持ちます。最近の外務省の指導でお客様のパスポートは預からないのですけれども、かつては預かりました。チケットだとか、結構大事なものを添乗員は鞆に入れて持ち歩くのです。なので、見ていらっしゃるとわかるのですが、添乗員は絶対鞆を手放さないはずですよ。

ローマで私の後輩の女性添乗員が、肩掛けのバッグでローマを歩いていたのです。当然バッグも、必ず車道側ではなくて、歩道側に肩掛けをして歩きなさいという指導を受けるのですが、面倒くさいから時々守りません。あるいは意識しないこともあります。その添乗員は車道側に肩掛けの鞆をこうやってかけていたのですが、バイクの2人組が後ろから来て、ばーっと鞆をとろうとしたらしいのです。しかしその添乗員は、このバッグをとられたらアウトと思い、絶対放さなかったんですね。そうしたら、なんと脱臼しちゃったという話があります。そんな昔の話ではないですよ。

フランスでも、私自身もこの前パリの地下鉄に乗っていたら、小学4、5年の小さいかわいい女の子たちが、考えてみたら、その段階で、不思議だったの

ですけれども、数人ば一っと乗ってきました。悪い人が小さい子供たちを操って、すりをさせるんですね。乗って来るのを見て、これはまずいなと思ったんです。わかったので、ずっとこうやっていたのですけれども、小さい子供たちは私のバッグに手を伸ばし、中に手を入れていました。捕まえましたが。そんなこともありました。

このように、ローマで脱臼した私の後輩の添乗員。パリで私個人が経験したことなど、非常に治安が悪いと言えます。しかし、私たちはローマやパリには行きます。

一方で、例えばどこかで強い伝染病がはやったとしたら、そこへは行かないですよ。こうしてみると、衛生の影響力は強大です。治安より衛生のほうが強いと思います。2003年に流行したSARSを皆さんは覚えていらっしゃるでしょうか。まだ学生さんでいらっしゃるかな。あの年は世界的に、日本ももちろん、観光客が減りました。だから、いかに健康、衛生が大きい影響力を持つかわかります。

さらに、観光には自由が必要です。北朝鮮の人たちは海外旅行できないでしょう。私たちのパスポートは世界で一番強いのだそうです。日本とシンガポールのパスポート保持者が一番いろいろな国に手続なしで行けるそうです。

話がずれてしまいましたけれども、このような要素があると、観光が発生します。逆を言えば、これのうちのどれか1つでもないと観光は発生しないと理論的には考えられています。ですので、これらの要素をつくり出すことが観光振興の場合のマーケティングだと思っています。

これら要素の中で少し詳しく見ていきたいものがあります。例えば旅行者です。単に人がいればいいというものではなくて、この人が実は3つの要素を持っていないといけない。当たり前と思われるものばかりですが、当然ながら、お金がなければだめでしょうし、それから、時間がなければだめですよ。最近、「ブラタモリ」でタモリさんはあちこち行っていますけれども、タモリさんが「笑っていいとも！」—最近の若い子、学生たちは「笑っていいとも！」、知らないんですね。ぼかんとしているんですね。—あのころはタモリさんは、必ず月曜日から金曜日は昼間新宿にいたのでしょうか。土日は歌番組の司会をやっていました。そこで、タモリさんは、あのころ、「私は旅行できな



いんです。」言っていました。多分お金はいっぱいあったでしょうね。だけど、時間がない。

もう1つが、動機、です。好みと言ってもいいかもしれません。あるいはニーズと言ってもいいかもしれません。旅行に行きたいという気持ちがないとだめです。

私の母は旅行嫌いでした。帰国子女のことを話しましたが、実は私の父は、日本政府観光局に勤めていまして、日本の観光宣伝をしていました。私が小学校3年生のときにロンドン事務所に転勤になって、私は、小3から中1までイギリスに住みました。おやじが、そのころ、1970年代、日本の観光宣伝をロンドンでしていて、それで行ったのです。だから、私のおふくろは、配偶者が観光で、息子も観光をやっているのに、自分が旅行嫌いという、私から見ると変わった人でした。そういう人もいます。しかし、観光には動機が必要です。

観光のニーズというのも結構いろいろな要素があって、人々は、なぜ旅行に行くかは、これもかなりいろいろな研究が進んでいます。皆さんはなぜ観光するのでしょうか。

調査によると、今一番、日本人が観光に行く理由は、おいしいものを食べたいからです。どう思われますか。おいしいものを食べたいのだったら、三つ星レストラン、探して行きなさい、と思うんですけど、そうではないらしいです。浜名湖に行ってうなぎを食べようとか、山口に行ってふぐを食べようとか、そういう動機らしいです。今、日本人の最大の観光の動機は、「グルメ」です。ちなみに2番目が「非日常」。つまり日常空間から開放されたい、これは納得です。3つ目が「癒し」です。心身ともに癒しが欲しいからとされています。これらが観光の動機ですね。

動機に関しては、恐らく経営学を勉強された方は覚えていらっしゃると思うのですが、人間の消費行動からは、人間の本来の欲望はわからないと言われます。一番いい例だなと思うのが、皆さん、スターバックスにいらっしゃったことがありますよね。スターバックス、何しに行きましたか？ コーヒー飲むためにいきましたか？ 多分違うでしょう。コーヒー飲みに行くのだったらマクドナルドのコーヒーのほうが安くていいですよ。絶対スターバックスに行ったのはそんな理由ではないと思います。私はスターバックスに行くの



は、ほぼ、Wi-Fiと電源が欲しいから行きます。あるいはお友達とお話をしたり、待ち合わせのためにです。人間のコーヒーを買うという消費行動と、本来の動機とは違うことがあるのです。

多分、経営学を勉強なさっている方はこんなことを覚えておられると思います。ホームセンターに、穴をあけるドリルの刃を買いに行く人の話が出ていませんでしたか。ホームセンターでドリルの刃を買う人は、本当にドリルの刃が欲しいのか。そうではない、とされます。その人は壁に穴をあけて、棚をつかって、その棚の上にお花を飾って、部屋をきれいにしたいという動機があるから、ホームセンターに行って、ドリルの刃を買うんだと。つまり、現象面からはその人の本音はなかなかわかりませんよということの教えです。

もう1つ出てくるのが、皆さんの中でベンツを持っていらっしゃる方はおられますか。ベンツを買いたい人、ベンツを買う人は本当にベンツが欲しいのか、あの自動車が欲しいのか、いや、違いますよと教科書には書いてあります。ベンツを買いたい人、ベンツを買う人は、俺はベンツを買える人間なんだということをほかの人に見せびらかしたいから、だそうです。ベンツお持ちの方、ごめんなさい。

ヤマハのピアノ、エレクトーン教室、これもよく出ていますね。皆さん、特に女性の方、昔、小さいころ、ピアノとか、バレエとか、習わされましたか。そういう方は親が情操教育をしたいから子供にピアノとか、エレクトーンとか、バレエを習わせたいのか。そういう人もいるでしょう。教科書は意地悪で、そんなことはない、お母さんは、「私は娘にピアノを習わせているんですよ、おほほほ。」と言いたいから、習わせているんだと書いてあります。

旅行も観光もそうなのです。ハワイのワイキキビーチに行っている人は、ワイキキビーチが欲しいのか。必ずしもそうではないかもしれない。ワイキキビーチでお父さん、お母さん、子供が楽しく微笑ましく遊んでいて、お父さんがムービーを撮っている、非常にきれいな美しいシーンなのですけれども、それはワイキキビーチでなくてもいいんです。そのようなファミリーの場が持てれば、常磐ハワイアンセンターでいいのかもしれない。

旅行もそうです。スイスのきれいなアルプスを見たい人は、アルプスが欲しいんだろうか、それとも遠く日本を離れてひとりで空気の中に自分が埋もれて

いる、その瞬間が欲しいからなのか。マーケティングの勉強で出てくることなのですから、動機はそう簡単ではないのですよということだと思います。

あと、これも重要です。さきほど「観光地」のお話をしました。観光が起きるには、人がいて、それから、行き先が必要でした。この行き先なのですが、これは特に皆さんにはお話ししておきたいのですが、観光地には実は観光資源と観光施設があります。例えば京都で言うならば、金閣寺は観光資源です。観光資源というのは、私たちが、あそこに行ってみたいと思う場所のことです。だから、世の中、私たちが観光地と言っているところは、ほとんど観光資源です。エッフェル塔とか、ナイアガラの滝、金閣寺もそうですし、富良野のきれいな畑もそうでしょう。沖縄のビーチも観光資源ですね。世界中にある観光資源は、観光の動機となります。

一方で、観光地で時間を過ごすには、その周りに附帯的なサービス、つまり観光施設が必要です。一番いい例がトイレですね。トイレがなければ、だめということではないけど、トイレは必要です。それから、休憩場所が必要ですね。あるいはちょっと寒いからそこでコーヒーを飲もうと、いわゆる飲食系が現実には必要です。さきほどの話題で、経済効果を考えると、お土産さんも必要と言っていいでしょう。

去年の冬に、私は水仙を見たくて越前海岸に行ったのです。越前海岸、東尋坊はいらっしゃったことありますか。「火曜サスペンス劇場」か何かでよく出てくる場所です。東尋坊に行きました。風花が本当にきれいでした。2月でしたから、寒い、寒い。私が東尋坊で外にいたのは、せいぜい5分です。寒いので、レストハウスに入って、そこで何か温かいものを飲んだり、お店をぶらぶらしていたり、オムライスを食べたりしました。こうしてみると、人間は、観光資源のために観光地に行くんですけど、実際は観光資源より観光施設で過ごす時間のほうが多いのです。

主にここで注目しなければいけないのは、観光資源、例えば金閣寺の入場料は数百円です。しかし、金閣寺の少し手前のところに、おいしいおそば屋さんがあるそうですよ。そこだったら、にしんそば1600円なのです。だから、こうしてみると、観光施設のほうが、消費額が大きいものなのです。

時々、行政の観光担当の方とお話をするのですが、観光資源につい

では、どこをどうきれいにしようとか、壊れそうだから直そうとか、しっかりと検討をされています。これはもちろん大事なことなのですが、観光施設に関しては、意外に無頓着で、余りケアなさない市役所の観光の方が多いような気がします。ちょっと残念です。観光資源をグレードアップするということは、それだけそこに行きたいという人がふえますから、それは重要なことです。しかし、そこでの消費をふやすためには、あるいは滞在時間を長くするためには一滞在時間を長くするとお手洗いや行き来もしますが、消費もしてくれずから一観光施設を充実させることも重要です。宿泊、飲食、物販、ガイド、休憩所、駐車場、トイレなどなど、これらを観光施設と読んでいます。

次に、こんなお話をしようと思います。観光振興と地域住民についてです。これは皆さんのほうがよく御存じでしょう。理論的なお話にはなりますが、地域の住民の方と観光振興とのかかわりの話をしようかと思っています。

まず、地域住民は、観光資源の一部であるということです。沖縄に行きますと現地の沖縄の方はすごい観光客にフレンドリーだと感じます。皆さんお感じになったことはありませんか。例えば、ソーキそば屋さんに入って、たまたま、余り忙しい時期じゃなかったんでしょうけど、食べ終わってお店から外に出て、レンタカーのところに行こうとしたら、おばさんが出てきて、写真撮りましょうかと、わざわざそのために言ってくれる。それから、道順を聞いたなら一緒にそこまで連れていってくれるという、絵に描いたような親切を私は那覇で経験しまして、ほんとうに沖縄の方は旅行者に親切だと感じます。

沖縄県の観光教育について、御存じの方もいらっしゃるかもしれませんが、小学校用の副読本をおつくりになって、沖縄県は、観光を大事にしていることがわかります。そのために沖縄県の県民の方が、沖縄県の観光資源の一部になっているということを理解している。小さいころから、観光客は沖縄に対してプラスをもたらしてくださるし、自分たちが観光客に対して沖縄の魅力の一部になっているんだということを教えていらっしゃるからかもしれません。

それから、地域振興策というのは、住民の環境にかかわります。なので、住民の方が観光をどう捉えるかについては重要なことで、観光の研究者たちも話題にします。観光の経済効果という点では、住民の方の目から見ると、例えば

当然ながら、まわりで仕事がふえてきます。例えば、住民の人から見ると、これまで遊んでいたフリーターの誰々がお土産屋さんで働くようになったとか、です。それから、収入がふえます。データでも確かにふえるのですけれども、これは残業がふえるからかもしれません。そして長い目で見ると、地域の税収がふえて、インフラが整備されたり、福祉が向上したりするはずで、理想的にはこのようなことでしょう。一方で、さきほどお話しした物価上昇とか、交通渋滞とか、マイナスな部分も見えてきます。

観光を推進すると、さきほどの観光の美化効果もあります。確かに地域が例えば観光を推進しようとする、電柱の地中化とかも大分話題になっています。住民の目から見ると、私たちのところ、ちょっときれいになっている部分があるよねと思うようになるかもしれません。このようなプラスがあるかもしれませんね。

一方で、自尊心とか、誇りもあります。これは、アメリカ人はすごく強いらしいのです。アメリカ人は、トランプさんを見ているかもしれないけど、自分の国は世界で一番すごい国だと思っているような気がします。すごい国だから、外国人がアメリカを見に来るのは当たり前であるという感じがします。アメリカの観光関係の方と話をしているとそのように思えます。別に嫌な気はしません。私たちはグレートカントリーだから、皆さんはグレートカントリーを見に来ているんだよねと言われて、ああ、そうですねと思って、確かにグレートカントリーだなというふうに思います。

つまり、観光客がふえると、地域の人には、自らの地域の誇りをもたらします。これは先生によっては、ローカルアイデンティティーという言葉が使われる方もいらっしゃいます。アメリカ人を見ていると、それは本当にうらやましく思います。そのような意味でも観光はプラスがあると思います。

さて、観光に対して、地域の人々は3種類の態度を示すというふうに考えられます。1つが、無意識の人たち、観光とは全然関係ないよという人たちです。ところが、自分たちは外客から見ると地域の一部になっているのです。無意識の人たちがいるからこそ、沖縄というのは観光教育をして、それが成功していると考えられます。

ところで、NIMBY現象という言葉を知っていますか。違う分野

で使われる言葉ですが、NIMBY現象とは、ノット・イン・マイ・バック・ヤード、私の裏庭ではだめよという現象だそうです。観光について意識していない人の中にはこのような人が出ると言われています。ノット・イン・マイ・バック・ヤード、NIMBY現象というのは、総論で、このまちにはもっと観光客のためにバスの路線をふやさなきゃいけない、大いにそうすべきである、つまり総論賛成。しかし、ある日、話が変わって、じゃ、うちの前にちょうどバス停をつくるようになった、それじゃ、ごみがふえちゃうから困ります、と言い出します。このような、総論賛成、各論反対という人が出てきます。これが、NIMBYです。バスは大いに結構だけれどもバス停は自分の裏庭には困るよということです。

次が能動的ななかかわりということで、市民のタイプの2つ目です。おさらいすると、1番目が無意識の人です。全然無関心です。しかし、無関心でいながら、結果的にはその人は観光資源の一部になっているという人たちです。

2つ目が、観光に能動的にかかわる人たちです。どのようななかかわり方をするかというと、例えばボランティアガイドをやったり、例えばまちの駅となるとかです。普通のお店屋さんが観光客のためにトイレを開放したり、市内の観光パンフレットを置いてさしあげたりとか、そういう場所のことです。あるいはNPOや、観光の有志の人たちが集まって、このまちの観光をよくしようとかという議論をする組織です。このような能動的ななかかわりというのは、既にやってこられるお客様に対して、まちの住民として、サービスを提供しようと考えている人たちです。これはさきほどの無関心とまたちょっと違うタイプです。

それから、もう1つが、これは千葉県にもおられるかもしれませんが、自分たちの地域の中で新たにツアーをつくり、ビジター、観光客を自分たちの力で能動的にふやしていこうという積極的な活動をなさる方々です。これが3つ目のタイプです。能動的の1というのは、さっき言ったボランティアガイドとか、まちの駅とかで、例えば旅行会社が連れてくるお客様に対してボランティアガイドをしてさしあげたり、あるいはうちのお手洗いを使っていいですよとか申し出たりです。これが2つめのタイプで、3つ目が、そうではなくて、私たちのまちの中で、非常にきれいな井戸があるからぜひ見に来てくださいとツアーを宣伝したりします。これは滋賀県のケースなのですが、ふだん都会の



人たちが気づかないような自分たちの地域資源を使って、新たなツアーをつくり上げて、それでネットで宣伝して、新たな需要をつくり出そうというような人たちも中にはいらっしゃいます。

このような人たちがつくる旅行のことを最近では、これも有名な言葉ですけど、聞いたことがあるかもしれませんが、「着地型観光」と言われています。着地型に対して、着に対して発、出発の発で、発地型観光というのがあるはずなのですが、発地型観光というのは、世の中のパッケージツアー、ほとんど全部です。発地型観光というのは、例えば東京にある、関東にある、あるいは関西にある、大阪にある旅行会社が、関東、首都圏、あるいは大阪の人たちに対して、首都圏の旅行会社が、関西の旅行会社が北海道のツアーをつくる、沖縄のツアーをつくる、あるいはオーストラリアのツアーをつくるケースです。通常のツアーはほとんどこれです。世の中のパッケージツアーというのはほとんど発地型観光です。

これに対して着地型観光というのは、行き先、旅行の目的地の人たちが、自分たちのエリアのことをすごくよく知っているから、自分たちのエリアでどこを見たら素敵かというものをしっかり考えてつくるツアーのことです。このような旅行のことを着地型観光と言っています。最近、地域で、こういったみずからの旅行をつくって、SNS等で発信して、中には人気が出てきているところも出てきています。

この着地型観光は、1つ、大変大きな重要な点があります。これは観光庁も言っているのですけれども、発地型、通常のパッケージツアーは、東京の旅行会社が東京の住民に対して地方行きの、例えば沖縄のツアーをつくる、北海道のツアーをつくる、オーストラリアのツアーをつくります。そうすると、その旅行会社にとって一番大事なのは、出発するお客様がいかに満足するかということであって、目的地、北海道、沖縄、オーストラリア、グレートバリアリーフのケアンズ、そこの住民の人たちがどう困るかは、極論を言いますと、あまり重要視しない。あくまでも2番目の問題となります。発地型観光にしてみると、一番大事なのは、マーケット、自分たちの市場にいる人たちがいかに満足してお金を払って観光地に行くかです。ここでハッピーになってくれば、この人たちが口コミでもう1回行ってくれるということになります。これが発



地型観光です。なので、発地型観光は、着地、つまり、目的地の環境とか、目的地の状況というのは、比較的注目しづらいのです。あくまでも2番目の関心なのですね。1番は自分の地元、つまりお金を払ってくれる発地の人たちがいかに満足するかということです。

これに対して着地型観光は、地元の住民が自分の地域のツアーをつくるわけですから、自分たちの住んでいるところを悪いようには絶対しないはずで。着地型観光は、住民の観光に関するかかわり方の第3のパターンとして、研究が進んできました。エコツーリズムという言葉聞いたことがあると思うのですが、地元のエコエコというのは自然であり、あるいは文化であるそうなのですがけれども一それらを守ろうという動きがあります。着地型観光では、地域の害になるようなものは絶対地元の人につくらないはずですから、エコツーリズムであるとも考えられます。その点でも着地型観光は重要です。

着地型観光は、ひょっとすると、コミュニティ・ベースド・ツーリズムという言葉が使われるかもしれませんが。これは着地型観光のことです。コミュニティですから、地域ベースを基本にした観光です。ですので、着地型観光は、コミュニティ・ベースド・ツーリズムというふうに訳されます。ポートランドでは、コミュニティ・ベースド・ツーリズムを一生懸命推進しているという話が出てくるかもしれません。そうだとするならば、いかに住民の方々の観光に対する意欲的な態度、それを大切にしているかということのあらわれです。

ちなみに日本はまだまだおくらせています。日本は逆に言えば、発地の旅行会社の力が強過ぎるのかもしれませんが。旅行会社で働いていた人間がこんなことを言うてはいけないのですが、その影響はあると思います。

最後に皆さんがいらっしゃるアメリカの観光について、あまり詳しいご説明までは行きませんが、これだけは知っておいていただければというところだけお話ししておこうかと思います。

さきほどもお話したように、アメリカは観光の研究の中では、グレートセントカントリーです。アメリカが一番観光で成功している国だというふうに言われています。その1つの理由をお話しします。

まず、外国人旅行者の受け入れ数で世界ナンバーワンは御存じのとおりフランスです。ノートルダム寺院は焼けましたが、2017年に年間8600万人がフラン

スを訪れています。2番がスペインです、こちらが8100万人。3番がアメリカです。7600万人の観光客です。4番が中国です、緑色はアジアです。中国は6000万人。悪口を言いますが、中国の国際観光統計は時々注意が必要です。というのは、香港とマカオの数字が上手に入っているのです。皆さんの認識はどうですか、香港は最近、いろいろありますから、中国にとって外国かなという感じがしますが、中国のメインランド、北京の例えば外国人受け入れ数の6000の中には、香港、マカオからの人の数字が入っています。香港マカオの人たちが中国に入るには、パスポートは要らないのだけれども、何か旅行証というのですか、それが必要なのだそうです。見ていただきたいのですが、日本は訪問外国人が3200万人でした。数字的には外国人観光客受入数、アメリカは世界で3番です。

ただ、ここで注意が必要なのですが、ヨーロッパは陸続きですから、例えばフランスの外国人観光客の中には、チャリでドイツから来る人が入っています。ベルギーから歩いて入ってくる人もいます。もっともシェンゲン協定だから、そもそも外国人と言うかどうか微妙です。いずれにせよ、外国旅行の状況が異なります。

一方で、最近、このようなデータが大事にされます。空路とか水路での外国人観光客です。そうしますと、ちょっと違ってきます。さきほどのチャリでドイツの人がフランスに行く人がカウントされません。そうすると、1番がスペインになるのです。さきほどお話ししたバルセロナのあるスペインはそんな変わりません。スペインは上の表で8000万人でしょう。水路、空路にしても6000万。スペインはそういう意味ですごい国ですよ。遠くから、飛行機に乗って、クルーズ船に乗ってくる人がそれなりにいます。

アメリカの600万人は自動車でカナダから入ってくる人、あるいはトランプ大統領がいろいろ言っていますが、メキシコから来る人が入っています。飛行機に限ると、アメリカはナンバーツーになってきます。また日本も大分頑張っています。なので、こうして見ると、アメリカは非常に外国人が多いというところ、本当の意味で外国人観光が多い国というのがわかります。

フランスは、世界ナンバーワンの国だともてはやされていますけれども、いわゆる観光、飛行機に乗って海外旅行という意味での海外旅行からすると、必

ずしも世界ナンバーワンではなくなります。

あと、観光収入ランキングも注目が必要です。これは断トツ、アメリカです。アメリカはかなり観光収入が大きい国です。中にはこれは統計のとり方がおかしいのだと言う方もいらっしゃいます。アメリカの観光の人たちは、私たちは絶対多くの外国人のお客様を満足させているから、あの人たちはいっぱいいろいろなものを買って、いろいろなものを食べるんだということをおっしゃいます。当たっているのかもしれませんが。

ごらんとおり、観光収入ランキングからいくと、ナンバーワンはアメリカで、その次がスペイン、フランスです、こうして見ると、フランスというのは人数的にはナンバーワンなのですが、収入的にはナンバースリーです。それにしてもスリーというのは大したものなのですが、アメリカの2000億ドルちょっとに比べると、大分見劣りしますが。

重要なポイントは、アメリカは1人当たりの観光客にお金を落とさせる術がすごくたけているということです。先ほどお話ししたように、遠くに行くほうがお金を多く払います。これは経験則的に正しいです。そうしてみると、アメリカがフランスに比べると、フランスは歩いてベルギーから来る人もいるし、チャリでドイツから来る人もいるわけですから、それはちょっと不利かもしれませんが。アメリカもそういう意味ではカナダとかメキシコからとか、そんなに条件は変わらないのです。しかし、これだけ差が出るということは、アメリカはそういう意味では旅行者1人当たりが払う環境を多くつくっているのです。

このアメリカの観光を見ると、アメリカは商売が上手なのです。少なくともフランスに比べたら間違いなく上手です。これの1つの理由が、間接消費を入れるか入れないかです。

これも多分、釈迦に説法ですけれども、私たちは、旅館に泊ったら旅館にお金を1万5000円、2万円払います。旅館の方はそこから材料費でいろいろなところにお払いになって、手元に残っているのは例えば6000円ぐらいです。旅館から他の業者に流れる金額、そういった波及効果、二次効果を入れるか入れないかで違いが出てきます。よく観光の勉強で言われるのが、観光客がふえると当然旅館の売り上げも上がるのだけれども、クリーニング屋さんの売り上げが間違いなく上がる。旅館に泊まると、チェックアウトするころ、大きいクリ

クリーニング屋さんのバンがついていて、係員の人シートを乗せているシーンをごらんになったことがあると思うのです。それを入れるか入れないかによって随分違ってくるのです。だから、余り細かいところを見ないでいただきたいのですけれども、年間消費額は、日本は26兆円に対して、60兆円ぐらいになります。

ちなみに日本はすごく上がってきて、これは統計のとり方が若干違うのですけれども、GDP比が5%ぐらいです。雇用が、これもどこまで入れるかなのです。クリーニング屋さんを入れる。クリーニング屋さんを0.7人として数えるとか、いろいろなことを言う人がいるのですけれども、大体アメリカの900万人に対して日本がその半分ぐらいということです。

アメリカの観光政策について少しだけお話しします。これ、連邦政府の話です。恐らくなのですが、皆さんがもしワシントン州、あるいはオレゴン州で観光の担当の方とお話される際に、きっと州の独立性を強くおっしゃるはずで、言いかえれば、アメリカの全国、日本で言えば観光庁、連邦政府の観光政策は、最近ほとんど実態がないのです。

簡単なところだけお話ししてしまうと、近代観光というのはそもそも19世紀にイギリスで始まるのです。SL、蒸気機関が走るようになったのは、1820何年とかでしょう。ところで、最近、新聞にでていましたが、イギリスの旅行会社がつぶれました。トーマス・クック社という旅行会社です。世界の最老舗です。私は個人的にはショックです。トーマス・クック社は、トーマスさん、トムさんという人が初めてイギリスでSLが走るのを見て、これをパックスツアーにしたらみんな便利になるだろうなと、世界で一番最初にパックスツアーをつくったと言われていました。

ちなみに日本ではそこから約100年後に、琵琶湖から長野の善光寺に行くツアーができて、それが今、日本旅行という旅行会社になっています。その創始者の人は、滋賀県で駅弁を売っていたのですが、ここでパックスツアーをつくって、善光寺へ行ったら売れるんじゃないかと思ったそうです。これが1910年ぐらいだったと思います。だから、100年ぐらい日本はおくれるのです。いずれにせよ、世界の近現代の観光は19世紀にSLから始まります。

最終的には飛行機になるのですが、20世紀になると、2つ大きな交通観光の

革命が起きて、1つが船です。皆さんは映画の「タイタニック」をごらんになりましたか。沈没するのが1912年です。あの映画を見ると、大きい船がヨーロッパ大陸とアメリカ大陸の間を動いていたことがわかります。

あと、もう1つが自動車です。フォードさんという人がT型フォードというタイプをつくられて、これがアメリカで1910年ぐらい、ちょうど20世紀になってからです。ここでアメリカが偉いのは、自動車を普及させるのです。自動車をつくったのはベンツさんだったでしょうか。ドイツです。だけど、アメリカは、普及型フォードをつくります。なおかつアメリカが偉いのは、自動車と同時に、連邦政府がフリーウエーもつくるのです。日本の名神高速道路は1960年代でしょう。ずいぶんとちがいます。アメリカはすでにその段階で、既に自動車というものが観光にとってすごく大事であると考えていたのでしょう。

アメリカの連邦政府が最初に行った観光政策が、「シー・アメリカ・ファースト」です。タイタニックのような大型客船が大西洋を渡るけれど、ヨーロッパを見に行くのではなくて、せっかくアメリカにはいい、安い、自動車ができたのだから、T型フォードの自動車に乗って、せっかくつくったフリーウエーを走ってアメリカ国内を見なさいよという連邦政府の観光推進です。20世紀に入ってからのことです。100年ちょっと前のことなのですね。

その後、第一次世界大戦がおき、しばらくして大恐慌があって、観光などと言っていられないということになってしまいます。そして、戦争が終わった後なのですけれども、盛んにアメリカの観光を、フランスとのつながりでヨーロッパに対して支援をするという時代がちょっとあるのです。その後なのですが、第二次世界大戦が終わった後、またアメリカ政府も連邦政府は少しずつ観光を大事にしていくのですね。

USトラベルサービスという、日本で言う観光庁のような組織があります。これはちょっと長く続きますが、1981年に突然閉鎖になります。その後、似たような名前の観光組織が続くのです。USトラベル・アンド・ツーリズム、これ、アドミニストレーションですから、行政です。これがまた96年に閉鎖になります。アメリカの連邦政府は、景気が悪くなると観光で何とかしようというのですけれども、ちょっと上向くとすぐやめてしまうという傾向が続きます。すると、それを見ていた州政府が、今回、皆さんがいらっしゃるオレゴン州、



ワシントン州のみならず、自分たちで観光を何とかしなければいけないという  
ような風潮になりました。もしそんなお話が研修中に聞けたらすごくおもしろ  
いと思います。

連邦政府の観光政策は極めて不安定です。州レベルから、あるいは市レベル  
から見ていると、連邦政府の観光政策や、観光に対する補助金とか、そういう  
のは極めて安定的にもらえないという理解になったのだそうです。なので、観  
光振興は自分たちでやらなければいけないということになってきて、それで州  
レベルが始まるのです。州といっても四十幾つありますから、なかなか一般的  
なことは言えませんが—これは日本の観光もまねをしようとしているのですけ  
れども—観光ビジネスとの連携、ホテル協会だとか、バス協会だとか、そうい  
ったものとの連携して活動するというものです。予算的、それから人脈的な連  
携というのは州レベルの州の観光行政が強くみられます。この連携は日本に比  
べるとたいへん強いです。

それから、もう1つの特徴が、次に出てくる、コンベンション・アンド・ビ  
ジターズ・ビューローという組織を州の観光当局がつくっていることです。こ  
れは日本でいう財団法人なども組織と考えられます。コンベンション・アン  
ド・ビジターズ・ビューローは、C V Bと訳されます。現地で学ぶ観光の資料  
にはまず出てくると思います。

見ていただくように、アメリカの州レベルの観光は、今言ったように、バス  
会社との連携、レストラン協会との連携、それから、会議場との連携などがた  
いへん強いと言えます。また、会議客を誘致しようという姿勢がアメリカはす  
ごく強いのです。ちなみに世界のナンバーワン会議国は実はアメリカです。国  
際会議の開催数です。続いて、ドイツです。会議客を誘致しようという姿勢が  
州レベルではすごく強くなっています。

御存じかもしれませんが、これも最近出てきた言葉ですが、M I C  
E、マイスという言葉が、多分観光の話題の中では出てきます。M I C Eとい  
うのは、これは省略語で、M I C EのMはミーティング、会議、Iはインセン  
ティブ、報奨旅行とか、招待旅行とかと言われます。Cはコンベンション、会  
議ですね。Eはイベントであったり、エキシビションであったりします。皆さ  
んの県ですと、幕張がすごくいい例です。幕張メッセ、たいへん重要な要素で

す。幕張は日本最大、非常に有数のM I C E施設だと思います。千葉県もM I C E客を誘致しようという、そういう方針なのだと思います。

なぜM I C E客が重要かという、さきほど日本の観光庁の統計の中で、訪日外国人が1人当たり日本で落としてくれるお金は15万円ぐらいでした。これは、全ての目的の人、つまり観光の人も、帰省の人、V F Rの人も、ビジネスも全部入った額です。ところが、ビジネス客だけに絞った数字ですと、これが何と25万円近いのです。皆さんもそうじゃないですか。御出張で旅行されるでしょう。そのときのほうが、プライベートで旅行されるときより、トータルで見たら多くお金を使いませんか。もちろん交通費とか宿泊費が勤務先から出るということもあるし、お土産を買おうとか、同僚にお土産を買って帰らなければいけないとか、御家族にお土産とかとあるでしょう。だから、ビジネス客のほうが消費額が大きいと言えます。これはアメリカに限らず、日本でもそうです。飛行機で「ビジネスクラス」とも言いますが、根本的にはビジネスで使われるお金というのは、観光、冒頭でお話した「るるぶ」よりは多いのです。アメリカの観光収入が大きい理由の1つは、このビジネス客だと言われます。これだけが要因ではないと思いますが、アメリカはビジネス客を大事にしていることはまちがいなさそうです。

ビジネス客を大事にしている方針の中の説明に絶対出てくるコンベンション・アンド・ビジターズ・ビューローは、各レベルに存在します。州レベルにありますし、州の下郡にも、それからシティーにもあります。そういったレベルそれぞれで、コンベンション・アンド・ビジターズ・ビューロー、つまり、会議誘致、それから、会議で来た人に対するサービス提供などを仕事としている組織が存在しています。ポートランドもあります。

それから、そういうお客様のことをM I C E客。マウスだから、ネズミの複数形ですね。というふうに呼んでいます。これも覚えていただければいいかと思えます。

ポートランドの観光政策はホームページを見ていただこうかと思ったのですが、時間もなくなってしまうました。ポートランドは市ですね。観光政策ですけども、ここではN P O、非営利団体であるトラベルポートランドという団体が活動しています。ここももしお話を聞く機会があれば聞いてほしい

のですが、ホテルとか旅行会社とか、レストランとの連携、情報更新、それから、推薦とかはどのように管理をされているのか。そのような提携先にホームページからリンクが飛ぶようになっています。

それから、いわゆる旅行ビジネスとの連携も強くなっているように思えます。これは、例えば日本でいったら、観光庁のホームページからバス会社のウィラーに飛ぶとか、そのような形です。日本ではちょっと考えられないです。それに近いようなことがアメリカでは起きています。

それから、実際、トラベルポートランドの予算なのですがけれども、宿泊税が使われているはずですが。千葉県は宿泊税ないですね。横浜ははじまりました。皆さんは今回ご自分でホテル代を払うことはないのかもしれませんが、アメリカのホテルでチェックアウトすると、紙のレシートをくれるでしょう。その明細をチェックしてみてください。何とかタックス何%、何とかタックス何%、何とかタックス何%とすごいですよ。ぜひごらんになるといいと思います。

このように、州税、市税、郡税などがあります。そのうちの市の宿泊税からこのトラベルポートランドに予算が移っているのですが、その分は、ビジネスから来たお金なので、その分はまたビジネスにフィードバックしていくという姿勢がとられているのではないかと思います。確かなことは、連邦政府の観光行政は非常に不安定です。

今、事実上、アメリカの政府観光局はありません。おもえばこれもすごいことです。ブランドUSAは多分出てこないと思いますが、非営利団体が何となくやっている程度で、あとは全部州レベル、あるいは州以下で観光振興をやっています。ラスベガス観光局なんてすごい力が強いのですね。あちこち、旅行会社に営業に行っていると聞きます。州、あるいはそれ以下のレベルで、地域の宣伝をしています。宣伝の中で、このお金、財源のことを考えて、ビジネスと非常に密接な、関係を保っています。人脈もあるのだと思います。それがために、州とか市がどんどん直接お客様を呼び込むような活動をしています。たいへん特徴的なアメリカの観光振興です。

次はシアトルですが、ここではビジネス客にフォーカスを置いている施策をとっています。日本も多分もうしばらくしたらそうなると思います。日本はど

っちかというと、まだ、ようこそジャパンとか、何となく、観光客、「るるぶ」客目当てになっています。これが日本の外国人に対する観光政策です。しかし、アメリカはそうではなくて、ほぼMICE客をメインにプロモーションをしていると思えます。もし研修中、観光関係の方のお話をお聞きになるチャンスがあったら、きっとコンベンションという言葉が出てくると思います。

予定よりも15分以上も長くなってしまいました。ほんとうは、もう少しお話したかったのですが、申し訳ありません。多少勉強になった部分はあったでしょうか。

観光はどんなことか、なぜ観光が重要なのかということから始めて、若干ですけれども、市民の方、県民の方と、実際、観光振興との関係というところをお話しました。これは、これからいろいろ注目されてくると思いますので、そこのさわりのところを多少でもわかっていただければ幸いです。

本題より余談のほうが皆さんの頭に残っているかもしれません。ほんの少しでも皆さんの視察の参考になれば幸いです。

現地のワシントン州、オレゴン州の観光の方の話、私も本当に聞きたいと思います。観光に対して力をいれている箇所ですから、どうかしっかりと勉強してきてください。よろしければ、帰ってきたら学ばれたことを教えてください。よろしくお願いします。

2時間になってしましまして、申しわけありませんでした。早口で大変失礼申し上げました。どうか皆さん、実り多き研修になりますようにお祈り申し上げます。きょう、お聞きいただいて、本当にどうもありがとうございました。