

(様式第3号)

平成29年12月14日

登米市議会議長 及川昌憲 殿

会派又は議員名

新・立志の会 岩淵正宏



調 査 報 告 書

○ 調査の概要は次のとおりであります。

記

1. 調査目的
「起業への取組について」世界的イノベーションの潮流を調査
2. 調査先
inpact HUB 東京 (東京都目黒区目黒 2-11-3)
3. 調査期間 平成29年12月7日から
平成29年12月7日まで 1日間
4. 調査の経過と結果並びに所感
別紙参照
5. 添付書類
資料及び写真

インパクトハブ視察研修報告（平成 29 年 12 月 7 日）

報告者 新・立志の会 佐々木好博

▼視察研修目的

現在登米市で推進している起業支援の理解と一層の推進を図るため、また、見識を深めるために東京に創設されたインパクトハブ東京の活動とその内容について視察を行った。

▼インパクトハブについて

インパクトハブは 2005 年にイギリスから始まり世界に広がりつつある。社会に変化を作り出すことを目的に創設された起業家のコミュニティとして認識されてきている。現在世界 63 都市、日本では 2012 年に東京に開設された。

▼ハブの活動内容

活動内容と役割は大きく次の 3 点に分けられる。

1. コミュニティとネットワーク

起業を目指す人達を始めとして企業のプロジェクトを推進する人達など、ジャンルにとらわれない多くの人々によるコミュニケーションの場であり、活動拠点。

2. コワーク（レンタルオフィス）とイベントスペースの提供

創造のための会議や打合せをする場所を始めとしてセミナーやワークショップなどの各種イベントスペースとして利用出来る。

▼ハブが提供するイベントとプログラム

ハブが提供するテーマに沿って活動を展開する。

テーマの内容は以降の内容により行われている。

- (1) 新しいコミュニティの形を探るもの。
- (2) 自分の心身を調えるもの。
- (3) 社会起業家を育むもの。
- (4) 各自の活動のヒントや知的刺激を得るためのもの。

▼これまでの実績

ハブ東京が創出した人たちによるイノベーション例

起業家プログラムの卒業生による「アウトロー採用」という就活サービスがスタートした。これまでにない全く新しい企業と就活者のマッチングを実践。大きく注目されてきている。また、ゲノムエクスプローラー（それぞれが個人の遺伝子情報を所有する取組）をスタートさせた卒業生は企業からの資金調達を実現し、サンフランシスコに事務所を開設。本格的な事業を始め、今世界を変えようとするまでの取組となっている。など、確実にイノベーションを起こしつつある。現在の登録メンバーは 500 人程度にまで広がってきており、これからも多くのイノベーションが展開されていくと考えられる。

▼運営について

ハブの運営は会員の登録するスタイルにより分けられ、その月会費によって賄われている。

「ハブネットワーク」では 5,500 円/月。「ハブワーク」では利用時間により更に分類されるが、50 時間の使用で 20,000 円/月。「ハブレジデント」ではこちらも利用スペースの専有化などにより料金に違いがあるが、レンタルであれば 43,000 円/月となっている。

▼視察を終えて

時代の最先端がここには間違いなく存在している。言葉にするのは難しい部分もあるが、これまで私たちや行政が行ってきた取組とは明らかに違う方向に歩み始めていると感じた。新しい発想とそれを形にしてゆく場所としてこれからもその取り組みは広がりを見せていくものと感じた。

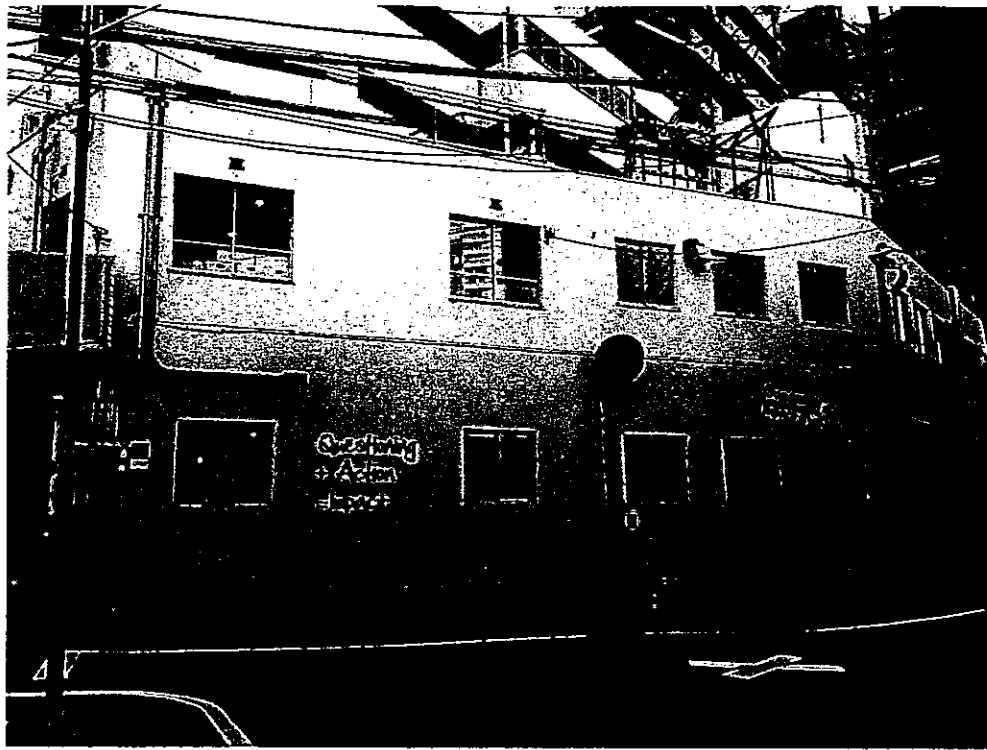
私たちの視察のお相手をしていただいた創始者の一人であり取締役の「ポチエ慎吾」氏からは「これからの東京においてイノベーションが起こることは限られてくる。

この先にイノベーションが起こるとすればそれは地方だ。地方からのイノベーションが地域と日本、そして世界を変えてゆく」という話を頂いた。

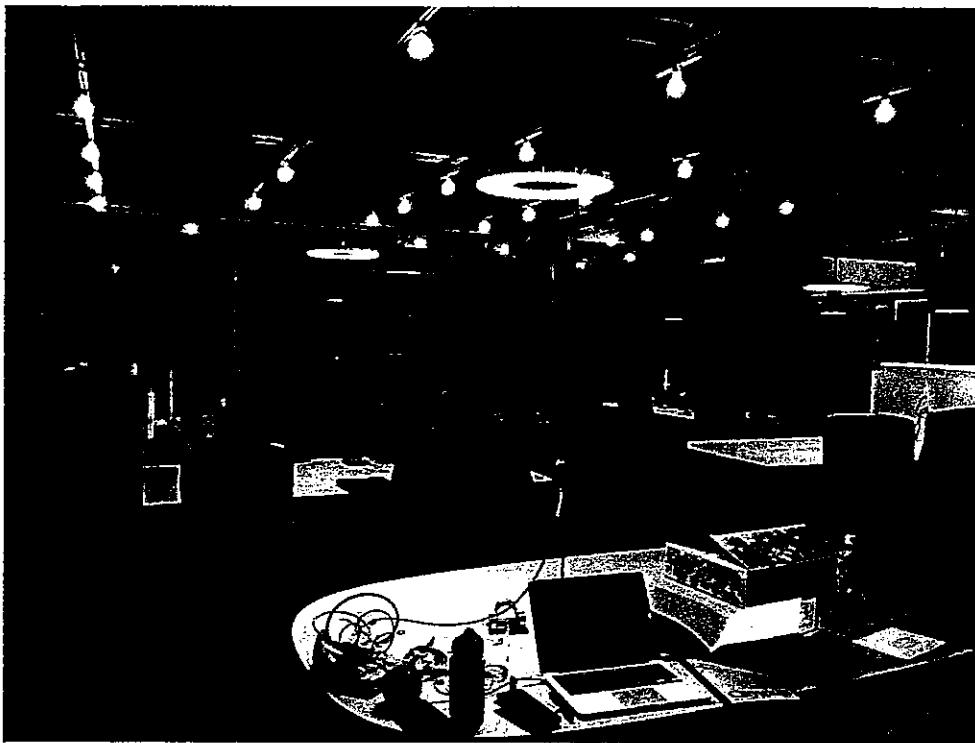
ぜひ、私たちの登米市でも世界を変えるべく「イノベーター」が現れることを期待し、私たちに来る取組を実現していければと思った。

最後に連絡と施設案内をして頂いたメンバーの岩崎美咲氏と、忙しい時間を割いてまでお付き合いいただいたポチエ慎吾氏に感謝を捧げインパクトハブ東

京の視察報告とする。



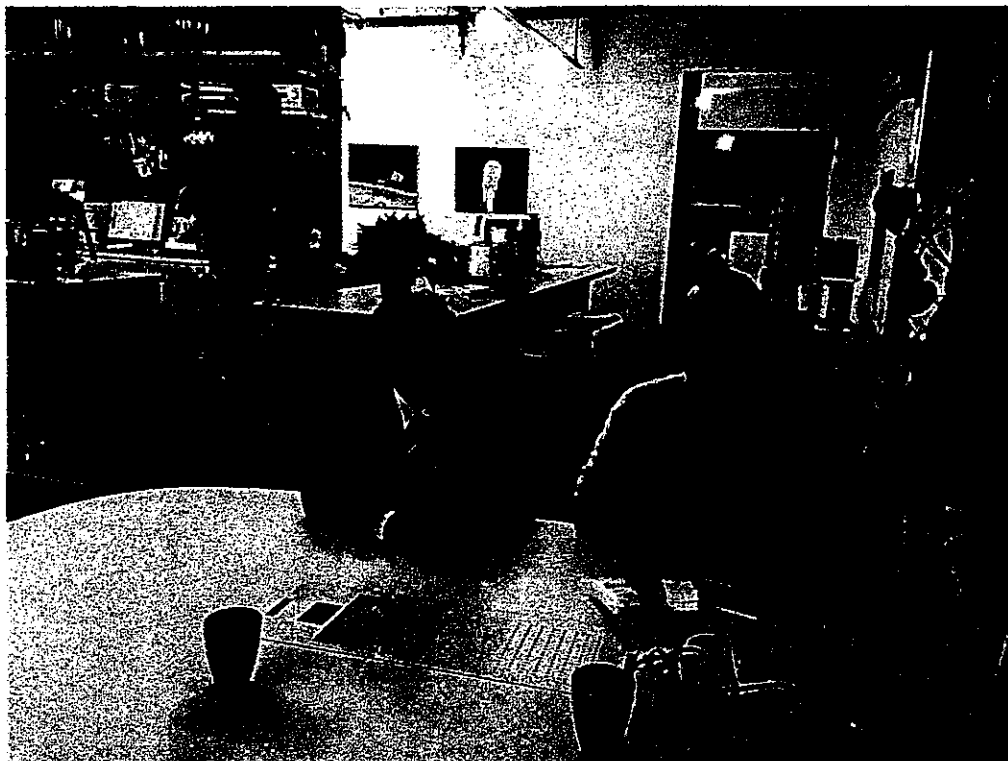
Impact HUB 東京外観



内観 1



内観 2



取締役ポチエ慎吾氏と報告者

平成30年 2月 1日

登米市議会議長 及川 昌憲 殿

新・立志の会
代表 岩淵 正宏



調 査 報 告 書

調査の概要は次のとおりであります。

記

1. 調査目的 いま、本市で抱える課題について、行政視察をおこない本市の事業執行に寄与するため
2. 調査先 東京ビックサイト「移住・定住&地域おこしフェア」
(移住・定住、地域おこしについて)
まるごとにつぼん (アンテナショップのあり方について)
東京都北区図書館 (図書館移転、運営について)
3. 調査期間 平成30年 1月21日から
平成30年 1月22日まで 2日間
4. 調査の経過と結果並びに所感 別紙の通り
5. 添付書類 調査地毎報告書、調査経費内訳書、領収書 (写し)
6. 調査者氏名 岩淵 正宏 八木 しみ子 関 孝
日下 俊 佐々木 好博 上野 晃

新・立志の会 視察調査研修レポート（移住定住）

視察年月日：平成30年1月21日（日）

視察調査地：東京ビッグサイト

調査項目：「移住・交流&地域おこしフェア」現地視察

フェアの概要

都市から地方への移住や両者の交流をサポートする「一般社団法人移住・交流推進機構」（JOIN）が毎年、都内で開催している。

移住を考える人が、自治体の担当者に直接相談したり、地域ごとの情報を入手したりできる場として定着している。今回で5回目、昨年は来場者が8591人を数え、今年は1万人を目指しての開催であった。

イベントブースは「移住・交流相談ブース」、「地域おこし協力隊募集ブース」、「わがまちマルシェブース」とあり、約400団体が出展し、日本最大級のフェアである。

調査の概要

各県、各自治体のブースを廻りPR（アピール）の状況を調査するとともに、足を止めさせる看板・パネル・サービス・ゆるキャラの活用など工夫の様子、相談者に対する接客対応を調査した。

所見

登米市ブースは入口を入ってすぐの場所に位置し、好条件に恵まれていた。黄色を基調としたのぼり旗や椅子・机、法被はすぐ目に飛び込んできた。相談者も切れ間なくあり、10人を超えていた。（午後2時現在）

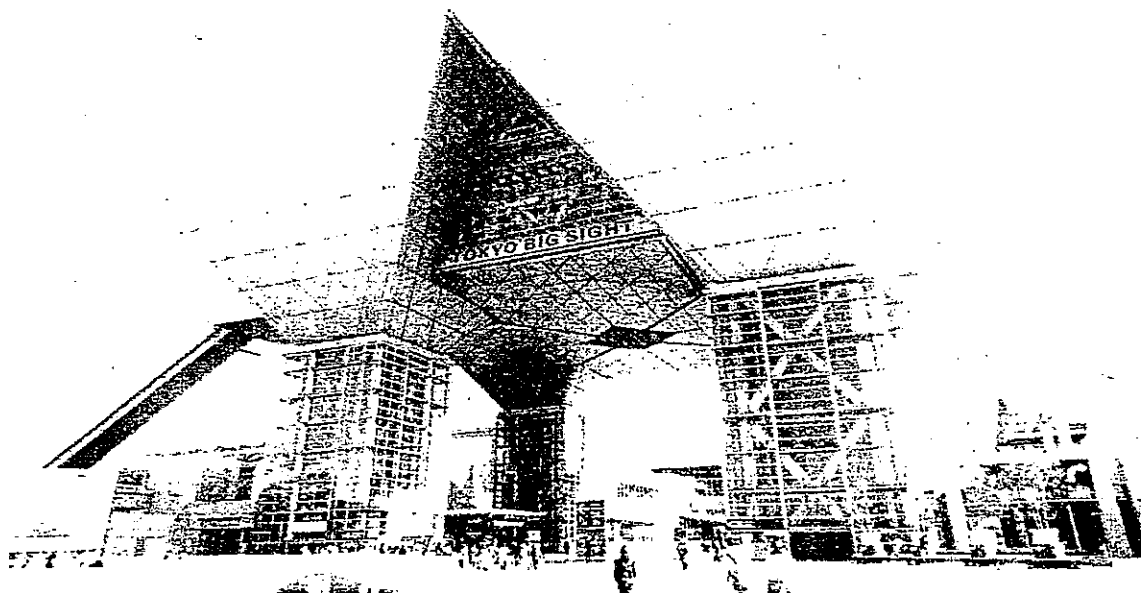
ただ、移住を促すためのセールスポイントはあったのか疑問である。自然環境なのか、補助金等支援体制なのか、子育て支援なのかなど。他のブースではそれらを前面に出しアピールしていた。

また、移住・定住に対する行政の取組度の違いもかなりあった。例えば、人口減少対策室を設置したり、大学進学者に奨学金を支援し、Uターンした場合に返済免除の制度があったり、お試し住宅を街・田園・山間部と3パターン用意したり等。

登米市でも人口減少を緩やかにするためにも、考えられる施策を「今」講じなければと感じた。このフェアに参加した自治体すべてがライバルである。優位性の発信、取組み体制の強化等を一層はかる必要がある。

次年度も開催される時には、自信を持ってアピールできる施策を発信し、実績の伴う出展になることを望み、所見とする。

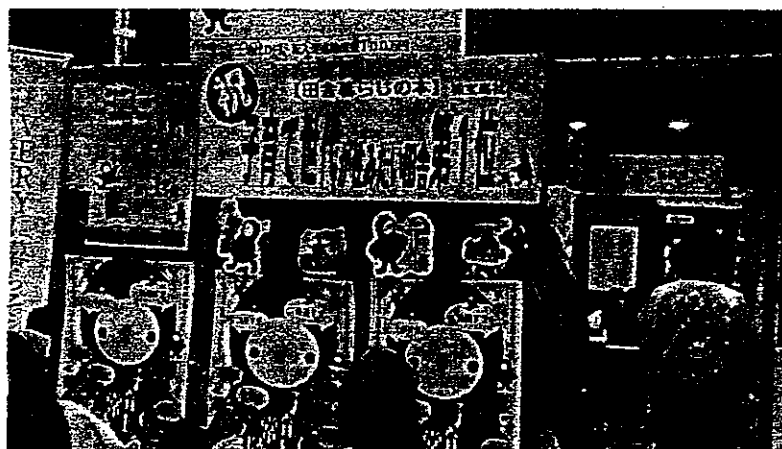
会場：東京ビッグサイト



登米市ブースに相談者



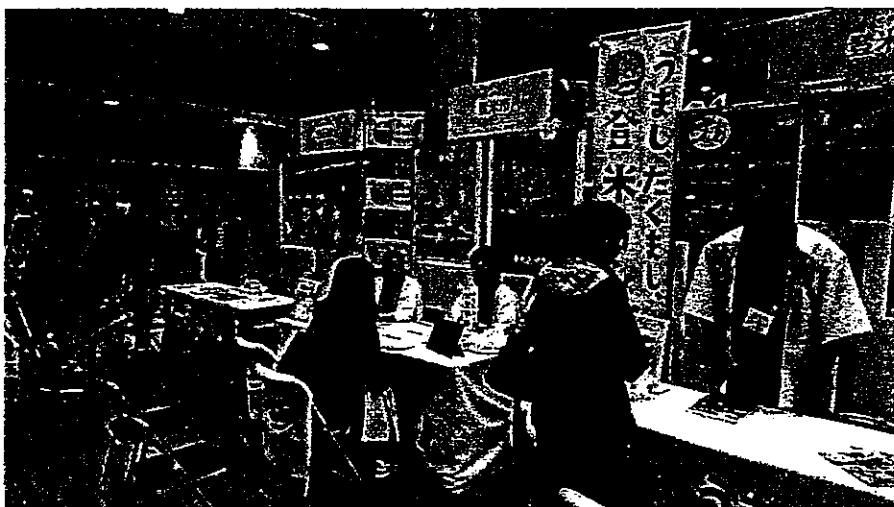
子育て世代にアピールする自治体ブース



目を引く黄色の、のぼり旗に法被



子供連れの相談者（奥）



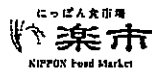
ゆるキャラと「ミスさくら娘」でPRする自治体



まるごとにつぼん研修報告 (30年1月22日研修)

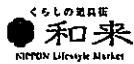
47 都道府県の全国の隠れた名産品を紹介する「まるごとにつぼんプロジェクト」により2015年12月17日に開館。年間観光客2,800万人を誇る浅草の新しい観光名所となっている。

このプロジェクトは単なる商業集積ではなく、日本の古き良き伝統や食文化、製品を後世に伝えるなど地域貢献や震災復興といった側面も兼ね備えている。



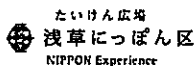
1F につぼん食市場

「KURA」の全国の地産食品を集めたコーナーをはじめとして各県のアンテナショップや専門店が並ぶ。



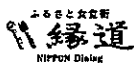
2F 暮らしの道具街

木工品、茶器、神棚、化粧品、「きもの」など日常の生活用品から伝統的な工芸品に至る様々な全国の特産品を展示販売している。



3F たいけん広場

日本全国の料理作りが体験できるコーナーや各市町村の観光物産コーナー、各地のフリーペーパーの閲覧や情報発信をしている。



4F ふるさと食堂街

風土に根付いた地方の料理や旬の味わいを体験できる各地の食材を使用したレストランがある。

*<所見>

他では中々手に入らないこだわりの食品や食材、加工品や工芸品などを地域の特産品を展示販売し、全国の「見る・買う・体験する」を一つのビルの中に実現しており、大変魅力的な場所になっている。

につぼん食市場のお米専門店では、本市産の「ササニシキ特別栽培米」が、玄米1kg 630円(税込)(1俵60kg換算で37,800円)で販売されており、改めて販売戦略の重要性を実感したところである。

3階の全国市町村の観光・物産コーナーは、定期的に市町村の入れ替えが行われて

いる。宮城県からは女川町が出展され、観光PRと併せて特産品が販売されている。

浅草という場所柄、近年急速な伸びを見せるインバウンドの集客や地方情報発信にもおおいに期待できる。また、不定期に行われる地域ごとのイベントや季節に合わせた情報発信など、今後の展開も期待される。

本市においても、市のPR、市産品の販売戦略は、市民所得の向上に直接結び付く重要課題である。動画「登米無双」による市のPRの次の戦略として、これまでの「道の駅」や「直売所」から、首都圏のこうした施設のアンテナショップ的活用により、本市の「全国ブランド」に向けた積極的な挑戦を検討すべきである。

北区図書館研修レポート (30年1月22日研修)

近年、スマートフォンやタブレット等の普及により、手軽にインターネットに接続することが可能となった。総務省の「通信利用動向調査」によれば、平成27年末の国内のインターネット利用率（調査対象年齢は6歳以上。）は、80パーセントを超えている。

インターネットを利用すれば、瞬時に世界中の情報にアクセスすることが可能であることから、インターネット普及以前に比べ、必要とする情報の収集が格段に容易となった。

更には、地域間による情報の偏在化という問題も、インターネット上では起こり得ないという利点もある。

しかし、インターネット利用による情報の収集には、問題点も存在する。

いくつか挙げれば、次のようになると考える。

- ・情報の真偽の判断が、読み手側に強く求められる。
- ・情報が断片的になりがちであり、体系的な知識取得が難しい。
- ・インターネット利用者が青少年である場合、いわゆる有害な情報に触れることによる健全な精神的成長の妨げになる可能性の排斥が困難である。

対して、従来型の情報収集手段の要は、「図書」及び「人との会話」の2点であったものと考ええる。

このうち、図書について考察すると、図書は情報の出所が明確である上に、体系的に作られている。また、出版に至るまでに多くのチェックがされることから、上記のような問題点は起こりにくいものと考ええる。

さて、本市には残念ながら、人口規模に見合った図書館が存在せず、多くの市民が、良書と出会う機会に乏しい状況にある。

そこで今回、東京都北区立中央図書館（以下、赤レンガ図書館という。）を視察し、充実した図書館の在り方を勉強してきた。

赤レンガ図書館は、「利用者が主役」、「永く愛される」、「区民が活動する」という3つのコンセプトの元に運営されている。

名称である「赤レンガ」の由来は、施設の一部に赤レンガで造られた旧陸軍の軍事施設を改修の上で使用していることによる。

しかし、大正8年築の建物を改修して使用しているにも関わらず、広い公園に面した赤レンガ図書館は、採光性に優れ、段差のないフロアレイアウト、車イスを使う利用者も不便のない高さの書架や障がい者に配慮したトイレ等の優れた設備を有する。

また、ソフト面においても、子供を1時間預かるサービスや、プライバシーへの配慮から、セルフで書籍貸出の手続きを行えるサービス等もあり、まさに利用者が主役と言える、一日中居たくなる程に居心地の良い図書館であった。

赤レンガ図書館は、開館の経緯として、多くの区民が建設段階から計画に関わっており、また、現在においても、「図書館利用区民の会」が行政と一体となって運営している。

赤レンガ図書館は多くの区民の主体的な活動の元に、充実した施設となっており、区民活動の拠点となり、また、子供を持つ親同士の情報交換の場になったりと、単に本を読むだけの施設としてだけでなく、コミュニケーションを図れる場となっている。

その結果、前述の従来型情報収集の手段の一つである、人との会話をすることにも、大きく貢献する施設となっている。

最後に、図書については、かつてイタリア・ルネサンスやフランス革命に多大な影響を与えたとされる、共和制ローマの哲学者：マルクス・トゥッリウス・キケロは次のように述べている。

「書籍は青年には食物となり、老人には娯楽となる。病める時は装飾となり、苦しい時には慰めとなる。内にあっては楽しみとなり、外に持って出ても邪魔にはならない。特に夜と旅行と田舎においては、良い伴侶となる。」

*＜所 見＞

充実した図書館の整備は、多くの市民の知的好奇心に応えるものであり、また、赤レンガ図書館のように、市民交流の拠点となる可能性もある。

本市が一日も早く、充実した図書館の建設に向け、具体的に動き出すことを強く希望する。