

地元で学び就業し、子育てでできる環境づくり 原動力は快適で暮らしやすい地域の魅力向上

活気を呼ぶ

《マチナカ3000プロジェクト》

爽やかな南国の初夏……。そんな趣に満ちた4月半ばの朝、宮崎市の中心市街地は通勤・通学を急ぐ人たちにぎわっていた。

目立つのは、自転車の数だ。宮崎の中心市街地の歩道のほとんどは、自転車専用レーンと歩行者専用レーンにきれいに区分されている。シンガポールやジャカルタなど、南国の名だたるガーデンシティを思わせる花々に彩られた宮崎の中心市街地を、自転車に乗って会社や学校に急ぐ人々は軽快に風を切って進む。その風は中心市街地を貫いて流れ、河口部にも近い大淀川から派生してくる、涼やかで軟らかな、気持ちのいい朝の風である。

外国の高級リゾートをロケ地にした清涼飲料水や化粧品など、いわゆる好感度商品のCMを想起させるこの情景には、これから追々

具体的にご紹介させていただく《宮崎市らしさ》を醸し出す要素のエッセンスが、既にいくつも織り込まれている。端的には気候風土や豊かな歴史・文化が基盤となった多様な意味での快適性、その快適性にはぐくまれ、生き生きと暮らしている人々の日常の姿だ。

「宮崎市の強みは『食・スポーツ・神話・花』にあると考えています」と語る戸敷正・宮崎市長は、宮崎市のそうした強みを将来にわたり發揮していくのに不可欠な、都市としての宮崎市の《魅力》を、より一層盤石なものとするべく、《マチナカ3000プロジェクト》という名称の取組を平成27年度から開始した。

《マチナカ3000プロジェクト》とは、平成27年度～36年度までの10年間に中心市街地において、ICT関連やデザイン関連の業種など、クリエイティブ産業等をはじめとした3000人規模の雇用の創出に重点的に取り組み、その経済活動により、地域経済の活性化を目指すプロジェクトです（戸敷市長）

ただし
戸敷 正
宮崎市長



プロジェクト開始の初年度は立地事業者助成制度や創業サポート室設置などの準備期間と並行しながら実施された。そして、この平成27年度から、各事業が本格的に開始された翌28年度にかけての新規雇用者数は、目標の480人に対し、倍以上の999人（平成27年度分も含む）にも達した。平成29年度の数値に関しては、取材の段階（4月半ば）ではまだ出ていなかったが、勢いは変わっていないという。まさに上々吉のスタートといえるだろう。



神話の里宮崎を代表する祭礼・宮崎神宮大祭(通称「神武さま」)(10月)

『《マチナカ3000》プロジェクト』はもともと、平成19年に国の認定を受けた『宮崎市中心市街地活性化基本計画』の実施に引き続き、市の任意計画として平成25年に策定した『宮崎市中心市街地まちづくり推進プラン』から企画が派生したもので、平成27年度からプロジェクトを開始いたしました。



中心市街地はまさにガーデンシティそのもの

さらに今年度(平成30年度)からは、宮崎市のあらゆるまちづくりの指針であり、最上位の計画となる『第五次宮崎市総合計画』が始まりました。そのため『宮崎市都市計画マスタープラン』とともに、『宮崎市中心市街地活性化基本計画』(以下、宮崎市中心市街地まちづくり推進計画)も改訂しましたが、『マチナカ3000プロジェクト』の推進は、それらすべてのまちづくり計画においても根幹的な位置付けを成す、非常に重要なポイントと考えております。

そういう意味合いからも、クリエイティブ産業の集積と雇用の創出がスムーズな滑り出しを見せていることは、大きな手応えです」



(戸敷市長)

また、昨年度からは、ICT関連企業での高度技術者が不足していたことから、宮崎大学、JICA、バンングラデシユ政府、宮崎市で連携しながら、バンングラデシユから宮崎大学に留学生としてきた人材を市内の企業に採用される仕組みが構築された。具体的には、バンングラデシユ現地と宮崎大学(留学中)でそれぞれ3カ月間の日本語教育を行い、市内企業でのインターンシップ中に合意がなされれば、留学終了後、採用となる仕組みである。

「まちなかへの民間投資が今後とも多角的に行われ、中心市街地の活性化や都市機能が拡充していくことは、都市としての宮崎市の魅力のさらなるアップにつながります。ひいては少子高齢化の進展など、社会情勢の今後の変化に的確に対応していく上で、その魅力が大きな力になっていくものと期待しております」(戸敷市長)

まちなかへのクリエイティブ産業の集積への動きについては、『宮崎市中心市街地まちづ



プロ野球・キャンプのメッカでもある宮崎市

くり推進プラン』が策定される平成25年以前から、「実は自然発生的に萌芽が見られていた」という。宮崎市はその芽を見逃さず、折しも策定が進みつつあったまちづくり推進プランの中心軸にクリエイティブ産業誘致という《核》を機敏に据えた。それにより、その後に策定された『宮崎市まちなか活性化推進計画』の《芯》もできたわけだが、この「自然発生的に萌芽が見られていた」事実は重要だろう。

企業が進出したい街の条件を備えている宮崎市

ネット環境があれば成立するクリエイティ

ブ産業は多い。実際に現在、全国各地の都市がクリエイティブ産業の誘致に動いており、実績も挙がっている。ただ、ネット環境があれば仕事はできるとはいえ、そうした仕事が一応以上の質量を伴いつつ、さらに安定的に維持し続けるか否かという点においては、やはり交通環境や住環境などの都市機能の充実度が重要になってくる。

加えて、働き盛り世代にとって是不可欠の、教育環境なども含めた総合的な子育て環境が整っていないければ、人の移住も含む永続性を持った形での産業立地は難しいのが現実だ。

では宮崎市において、市が助成制度などを整える前に既にクリエイティブ産業の集積が始まりつつあったという事実が物語るものとは何か？ それは行政からの助成がなくても、前述したような各種の都市的魅力が既に、クリエイティブ産業の経営者や従事者の心をとらえていた——ということにほかならない。

宮崎市はその機を逃さず助成制度を整え、少しずつ吹き始めていた風を自分たちの手で見事に「強めの追い風」へと変換した。その結果がプロジェクトを開始して1〜2年目で、予測に倍する雇用数の生まれた要因につながっているのは、間違いないといえるのではなからうか。

平成25年度をピークに人口が減少化に転



南海トラフの対策として整備された避難タワー(蛸原地区)

じた宮崎市では、現在40万人弱の人口を、2060年の段階でも約34万人レベルに維持することを目指している。言うまでもなく人口減少の抑制に不可欠な根幹は働き盛り(子育て)世代の誘致にあり、それを支えるのは雇用の場の確保だ。《マチナカ3000》プロジェクト》は、宮崎市の魅力を高めるという意味合いにおいても、宮崎市の人口減少対策における根幹的な施策としての役割を担っているといえる。

「宮崎市における中心市街地活性化の基本理念は『働く』『住む』『訪れる』魅力をみんなで育むまちづくり』です。雇用の拡大、居住環境の充実、憩い・交流する場の創出、まちなかを訪れる楽しさの創出などが、それを実現するための目標として挙げられます。

そしてそれらを、市民との協働を軸に、事業者なども加えた多様な主体が連携し合う《エリアマネジメント》の考え方を持って実現



東京から進出した「リブセンス社」の活気あふれる社内

していく必要があります。中でも根幹は、やはり雇用の場の拡大。クリエイティブ産業の集積は、その鍵を握る重点項目なのです」(戸敷市長)

宮崎市がこうした施策を打ち出すとともに、宮崎市のまちなかに進出した首都圏の企業の代表的な事例として、株式会社リブセンス(東証一部上場)を訪問させていただいた。対応してくださったのは、同社・宮崎オフィス代表の遠藤正幸さんだ。

株式会社リブセンスは平成18年2月設立のインターネットメディア運営会社だ。ネットメディアを駆使して求人や不動産などに関する各種事業を手掛けている。具体的にはコ

ルセンターを設置し、そこで求人や不動産などの受付、仲介などの各種事業を行う。取引先は約5万社、月間約1000万人のユーザーが同社のサービスを利用しているという(同社公式サイトより)。

同社が宮崎オフィスを開設したのは平成27年9月だ。まさに《マチナカ3000》プロジェクト》が始まってすぐの時期である。では同社はなぜ、宮崎市への進出を決めたのだろうか。

移住者や進出企業が ステークホルダー化

「宮崎市にはもともと、コールセンターの誘致実績が豊富にあったということが、大きな動機の一つとしてありました。人材も豊富で安定的に採用が図れるというのは、私たちがのような進出企業には大きな魅力です。さらに宮崎市によるサポートが、進出費用などについての助成だけでなく、進出後においても多角的かつ継続的に望めるという点が、大きな決め手になりました」。そう口火を切った遠藤さんは、さらにこう続ける。「同時に私ももちろん、私と一緒に宮崎市に移住してきた妻や子どもも、宮崎市の暮らしやすさ、多様な魅力にどっぷりとハマってしまいました(笑)」

また同社初の試みとして地方(宮崎市)に進出した結果、東京では体験できなかった行政

との密接な関係性などを通じて、社会貢献への認識が従来以上に、具体的な形を持って高まってきたという。

「ご縁があつて進出させていただいた結果、最初の2年間で20〜30名の雇用が図れればいかと考えていたのに対し、100名近い雇用が実現しています。それは地域の人材が豊富だからこそですが、同時に行政や地域社会との関係性が私たちの事業推進の支えにもなるのだという実感を得ることもできました。従って私たちは単に地元の方たちへの雇用の場の提供だけでなく、地域社会とともに生きていきたいと真剣に考えています」

その具体的な方法はこれから煮詰めていく



鬼の洗濯板(波状岩)が特徴的な美しい海岸線



マンゴーなどのセリが行われる「宮崎市中央卸売市場」

たばかりの同プロジェクトは、進出企業の一つであるリブセンス社との以上のような関係性を見ただけでも、非常に前途が明るいというべきだろう。

時間は前後するが、リブセンス社・宮崎オフィスへの訪問の直前に、宮崎市移住センター（宮崎市第2庁舎内）も訪ねた。移住センターの主な利用者は宮崎市への移住を自発的に考える個人だ。年齢も多様で、子育て世代もいれば定年世代もいる。

としつつも、遠藤さんは「地域に暮らす人々が宮崎市の魅力を再認識すること。行政や企業、学校などがその魅力を、もっと自信を持って、子どもたちや若者たちに伝えていくことが重要。私たちはそのお手伝いをさせていただきたい」と力強く語った。

宮崎市のさまざまな都市的課題を解決するのにも不可欠な、宮崎市の都市としての魅力アップの目玉として始められた《マチナカ3000プロジェクト》の成否を担うのは、行政と進出企業との距離感であると思われる。それは進出企業が地域社会と同化し、単なる雇用の場としてだけでなく、いかに宮崎市のステークホルダーとなってくれるかにかかっている。

10年間の想定実施期間のうち4年目に入っ

3000プロジェクトを開始した平成27年の暮れに開設しました（運営は委託）。こちら

では移住を希望する方たちへの住宅相談から移住後の相談まで様々な利用者のご要望への対応を常駐の移住コンシェルジュが行っています。さらに、宮崎市の魅力発信をウェブサイトやSNSを活用して行っていますが、開設から1年半もしないうちに、38世帯71人が新たに生活を開始しました（平成29年3月のデータ）。宮崎市では、近年、転出者数が転入者数を上回る状況が続いております。しかし、《マチナカ3000プロジェクト》による新規雇用者数の著しい伸びや、個人の移住希望者の増加傾向を考えれば、2060年度での想定人口34万人の維持は決して不可能ではないと実感しております（戸敷市長）



圧倒的に評価の高い“宮崎牛”（全国和牛能力共進会）

完熟マンゴー「太陽のタマゴ」初セリと ワールドカップラグビーキャンペーン地

ところで取材日の4月19日は、宮崎市中心卸売市場における恒例の宮崎市産完熟マンゴー「太陽のタマゴ」の初セリ（16日）からわずか3日後。宮崎市中心卸売市場ではその余韻が冷めやらず、マンゴーなどが翌日の競りに備え、続々と搬入される様子を見ることができた。また同市場は野菜や果物を扱う青果部のほか豊富な魚介を扱う水産物部、宮崎市のシンボルの一つである花を扱う花き部で構成されるが、「日本一の品質を誇る宮崎牛を扱う精肉業者」（戸敷市長）も場内に店舗を構え

宮崎市

市 政 報

(宮崎県)



南国らしい景観を備えた青島ビーチパーク

ている。「日本一の品質」と戸敷市長が断言するように、宮崎牛は5年毎に開催される牛の品質を競う最高峰「全国和牛能力共進会」で、平成19年度の第9回大会から平成29年度の第11回大会まで、3大会連続で内閣総理大臣賞を受賞している。

「第五次宮崎市総合計画」では、これまでご紹介してきたクリエイティブ産業の立地などを中心とする「クリエイティブシティ推進プロジェクト」とともに、豊富な地元産食材を軸とする「フードシティ推進プロジェクト」や「観光地域づくり推進プロジェクト」「子ども子育て推進プロジェクト」「地域コミュニティ活性化プロジェクト」を戦略プロジェクトに

位置付けている。そのうち地元産食材の魅力発信は地域の魅力発信の重要なコンテンツであり、観光振興とはとりわけ密接な関係にある。同時にそれらの「魅力の総合」が醸し出す、宮崎市の地域性全般に漂う暮らしやすさの雰囲気、必ずしも大都市圏での立地を必要としないクリエイティブ産業の企業誘致の有効な原動力にもなっていることは、ご紹介してきた通りだ。

さらに子育て支援の充実や活気ある地域コミュニティの形成に向けた施策は、企業進出に伴う外部からの移住者や、個人的な移住希望者にとって見過ごすことのできない最重要事項の一つといえる。それらすべての要素が連携しつつ動き始めた、「第五次宮崎市総合計画」に基づく宮崎市の今後10年間のまちづくりは、宮崎市が想定する2060年の人口レベル(約34万人)の成否を占う重要な試金石でもあるのは確かだろう。だが、そうした数値的な成否へのこだわりよりも、重要なのは宮崎市が自認する「食・スポーツ・神話・花」などの強みを未来永劫、いかに維持、向上させていくかではないかと思われる。

取材翌日の4月20日には、宮崎を代表する観光地・青島に従来の「海の家」とは異なり、コンテナを使って飲食や物販を提供し、南国らしい景観を生かしながら居心地の良い空

間を演出した「青島ビーチパーク」がオープンした。また奇しくも同日には、2019年ラグビーW杯(日本大会)の優勝候補・イングランドの公認チームキャンプ地として、宮崎市が内定したと正式発表があった。

「決め手はイングランド代表のエディ・ジョーンズ監督が、前回W杯で日本代表を率いた際、宮崎市でキャンプを行って感じた快適な気候、豊かな食材、美しい風土、市民の示した素晴らしいホスピタリティなどへの満足感によるものだろうか」といいます(戸敷市長)

さらに、5月24日には生目古墳群や蓮ヶ池横穴群などが、宮崎県内で初めて日本遺産認定を受けた。造られてから悠久の時間を感じさせる森と化した古墳と、当時の姿に復元された古墳を対照的に体感できる生目古墳群の景観は高く評価されている。

宮崎市の魅力発信はこのように、既に多彩かつ多様なカタチで花開きつつある。

(取材・文 遠藤隆 / 取材日 平成30年4月19日)



宮崎県内で初めて日本遺産認定を受けた“生目古墳群”