

第3章 地方自治体の取り組み

「日野リビングラボについて ～日野市における地域連携・共創の取り組み～」

鈴木 賢史 氏（日野市企画部企画経営課 戦略係長）

伊藤 拓哉 氏（日野市企画部企画経営課 戦略係主任）

（第2回研究会でご講演いただいた内容をご確認いただき掲載しています。）

1. はじめに

日野市企画部企画経営課戦略係から参りました鈴木と申します。普段の業務は、官民連携や SDGs など国や都の補助事業等の取り組みを市のなかとつなぐようなことをしています。今年度は長期ビジョンの策定などで外に出る機会も減っていたところ、今回はこのようなお時間をいただき、大変に感謝しております。本日は日野市における地域連携・共創の取り組みである日野リビングラボを中心にお話をします。

2. 高まる協働・共創へ期待度

（1）多様性に富む地形、多くの工場が立地

日野市は、東京のど真ん中である多摩地域に位置し、面積は約 27 平方キロメートル。高幡不動尊金剛寺や豊田、日野といった 3 つの拠点のほか、南側には多摩丘陵もあるなど多様性に富む地形が特徴です。

また、1930 年代の昭和恐慌以降、工業を中心に工場等を相次ぎ誘致、日野自動車を含めたそういった企業が産業の基盤となっていました。しかし、その産業基盤であった工業が大きく変容していきます。その兆候は 1980 年代からあったのではないかと見ていますが、それが本日のメインテーマである日野リビングラボにつながってきます。

（2）社会環境の大きな変化、サステナビリティを探る

日野リビングラボの話の前に少し視点を定めるため、協働や共創について日野市が考えている定義のようなものからまず述べさせていただきます。

まず間違いなく行政においても今、協働や共創への期待値は高まっている事実があります。その理由は、少子化・超高齢化の進展のほか、気候変動、ライフシフト（働き方・生き方の変化等）、大きな社会環境の変化があります。地域側も、ベッドタウン地域は全国的にそうだと思いますが、人口・労働力の減少や社会保障費の問題、産業構造の変化の影響は少なからず受けています。

このように社会が縮んでいくなか、私たちは将来の世代にどれほどの選択肢を残せるのか。いわゆるサステナビリティといったところですが、そのために

はこれまでにない手法や解決策を探っていかなければなりません。そうしたことから、官民連携や共創の推進という流れが生まれています。

そのなかで大きく言えば、役所として契約に基づくものか、基づかないものかの2つくらいがあるのかなと。PPP（官民連携）は、PFI法に基づくものなどいろいろな方式がありますが、ここ4～5年の間に行政と民間企業、大学などが社会課題を共有したうえで一緒に取り組む共創が進んできており、日野リビングラボもそのうちの1つの手法になります。

（３）過去の積み重ねの影響が徐々に顕在化

東京都は、2020年度の国勢調査からも伺えますが、一極集中が強まっており、西側の人口は減ってきている一方で東側に重心が傾いているような状況です。その西側の中に目を向けると、高齢化が進んだり、活動人口も薄くなるなど、数だけではなく質の部分も変化してきています。

行政経営の視点で見ても、この10年間ほどで社会保障費が1.5倍ほどになっています。そこに従事する行政職員は増加しているものの、全体の職員数は微減しているために今、どのようにうまく仕事を回していくかも含めて課題になっています。

地域経済の視点でいくと、2008年の世界金融危機（リーマン・ショック）以降、さまざまな変化がありました。日野市においても、大規模な生産拠点が撤退したり、生産拠点が研究開発化する動きも目立ちます。具体的には2年ほど前に日野自動車の本社工場が完全撤退したほか、雪印や東芝の工場の撤退などもありました。

こうしたことによって土地利用も、工業から住宅への転換が進むなど人の流れや地域ニーズにも影響を及ぼしています。このように過去のまちづくりの積み重ねの影響が徐々にさまざまなかたちで顕在化しているのが現況です。ただ、これは良い悪いではなく、なるべくしてなったと考えています。

（４）複雑化する社会課題に対応する新たな価値創造

こうしたことを背景に新たな社会課題も生まれてきています。しかし、その一方でそうした新たな課題に注目し、その解決に関心を持つ企業や個人も増えつつあります。とはいっても、前述したように人口減少などによってそのリソースには限りがあります。加えて社会課題は複雑化し、ニーズも多様化しており、それとともに提供されるサービスも個別化・個人化しています。例えば子どもの出生数を増やそうとした場合、ただ単に保育園を建設するだけでは足りず、親の働き方なども含めた社会構造をどうやって変化させていくかも考えなければなりません。今、よく言われている包括的、包摂的といったことが、そ

れに当たります。

こうしたなかで今、価値創造の仕方に新しいオプションが必要になってきているのではないかと見ています。複雑な社会の変化に対応する新たな価値創造の仕組みが求められているわけです。そこで注目されているのが市民等も巻き込んだ共創やリビングラボです。これまでの手法に加えてさまざまな視点・知見を融合させながら、早期に仮説実証をしていく。それと併せてステークホルダー間の関係性についても、目が向けられるようになっていきます。

企業中心、また行政中心の価値創造は、端的に言えば、それぞれがそれぞれで頑張っていくことを前提にして消費者、市民に価値を届けるといったイメージです。それが消費者、関係者を巻き込んだ価値の創造となると、社会的な課題を丸ごと解決していくようなかたちになります。それを具現化するためにはまず「なぜその課題が生まれたのか」といった洞察が必要になります。そしてそうしたプロセス自体も一緒にやっていくことが重要になり、そのなかで共感が醸成されるのではないかと考えています。

例えば行政機関や研究機関、住宅事業者、交通事業者、IT 企業などが相互につながっていく。このネットワークの線の数を増やしていくことが第 1 ステップになります。その実現のためには「社会課題に対してこのようにしていきたい」という目指すビジョンがきちんとあり、そこへ向かう足並みをそろえると同時に得られた知見を共有していく。そうしたかたちが望ましいのではないかと見ています。

3. 日野リビングラボ、産学官民の対話型プラットフォーム

(1) 2つの「場」の機能

少し過去を振り返りますと、2015 年以降に官民連携を進めていくなかで感じたのは、企業と行政が 1 対 1 で対話した場合、企業の論理は理解できると。しかしながら、それを地域住民や地域包括などの支援機関の視点に置き換えると、「何かちょっと違うな」ということが多々ありました。だから、そのそれぞれの視点を融合していくところが必要ではないかと考えました。

そうしたことを踏まえ、2019 年に産学官民の対話型プラットフォームとして日野リビングラボを立ち上げました。リビングラボについては、2つの「場」の機能があります。1つは企業をメインにした事業構造を探る場です。それはユーザーとの対話であったり、住民等の協働によるノウハウの共有なども含まれます。

もう 1 つが、市民サイドとして関わりしろ・共有知を生み出す場です。それは、ある住民が持っているものを他者と共有しつつ、本人もほかの人からの刺激を受けてレベルアップできるような場を想定。今、そうした考えのもとで取

り組みを進めています。

（２）フラットに意見を持ち寄る

イメージとしては、「多様な視点から地域を理解する」、「複雑な課題を深く理解する」、「現場で新規事業を開発・試行する」といったサイクルをうまく回していくようなかたちです。このサイクルのなかで企業や市民などが共に考え、試行し、学び合うことから、クリエイティブな解決策が生まれるのではないかと。それを実現するためには、市民、専門職、企業などがフラットに意見やアイデア、課題感を持ち寄れることがカギになると考えています。

企業が関わると、どうしても企業のリソースやアイデア、ソリューションが優先されるような雰囲気になってしまいます。そこを互いに対話を重ねるなかで課題等が変わっていくようなことが本来の姿のはずです。市民は生活の現場に即した課題をしっかりと把握しており、それは明文化されていないものの、何らかの価値があり、だからこそ市民が参加できる場をつくりたい。そのようにして立ち上げたのが、日野リビングラボです。

（３）「あったらよいサービス」の検討から開始

日野リビングラボのこれまでの流れですが、2018 年度（平成 30 年度）に着手し、2019 年度（平成 31 年度）には総務省のシェアリングエコノミー（シェアエコ）活用推進事業に応募して採択されました。2020 年度（令和 2 年度）にはスマートシティ推進事業として都立大学と KDDI と一緒に団地の中でのコロナ禍における新しいコミュニケーションを探るなどをおこないました。

シェアエコに関する取り組みの事例を紹介します。その当時、市としてはちょうど地域の NPO を含めていろいろと話をしていくなかで、市民同士で助け合う互助をどのように地域に根付かせて日野の文化にしていくかといったテーマを持って活動していました。

そのなかで企業に対しても働きかけたところ、そういったことはとても大事だけれども、それをどのようにしてビジネスにしていくかと。また、その検討のプロセスには当然、市民の方々や地域包括等の専門機関にも集まってもらい意見を聞くことが必要ですが、何をもって対話するのかと。そこで「実現したい暮らしの夢」をテーマに設定し、あったらよいサービスの検討から入りました。

ただ、行政のワークショップというスタイルでは、どうしても御用聞き的になってしまいます。そこで「自分がしたい」と同時に「そこでの自分の役割はどのようなものか」も考えてもらうような設計にしました。具体的には、生活のなかで感じている「あんなこといいな、できたらいいな」といったニーズ

をまず聞く。次にその解決には自分以外のどういう資源があればいいのか。そしてそれを踏まえて、そのニーズと資源がつながるためには自分自身も含めてどういう活動が求められるのか。そうしたことを3カ月ほどをかけて3回に分けて参加した一人一人の方に考えてもらいました。

当初は企業、住民、行政のそれぞれが少し分断しているようなイメージがありました。けれども、次第に互いに関わっていくことの必要性が理解されていき、全体的にやわらかく柔軟性が出てきた段階で、それを実証するために2019年度、総務省のシェアリングエコノミー活用推進事業に応募、それが採択されたという流れになります。

(4) シェアエコ実証までの歩み

もう少し具体的に見ていきます。前述のように3回ほど対話の場をマッチアップしたのですが、そのなかで民間企業から、最近のITビジネスが紹介され、個人が力を持てるような状況になっていると。それはSNS等も含めてですが、それをどのように暮らしに生かしていくのかを「シェアリングエコノミー」をキーワードにしてみんなで考えていきました。そして「私ができること」、また「してほしいこと」といった実際のネタを検討していったわけです。

このプロセスのなかでわれわれは多くの気づきがありました。若い層からも多数の参加があったのですが、例えば「できるリスト」のなかには、ある女性の方は「簡単なおつまみ程度ならば、30~50人前程度はつくれる」と。行政職員として接する場合には「子育てママ」としか映ってなかった方が、調理師免許を持っており、そういうことができるのだと。また、「子どもが好きで見てあげれるが、駄目なことはきちんと叱っていいのであれば、してもいいよ」など、それぞれの棚卸しをしていくことで「できるリスト」ができあがっていきました。

一方、「してほしいことリスト」では、お惣菜をつくってもらいたいや、断捨離のノウハウを教えてほしいなど潜在的な多様なニーズが出てきました。ただ、そういうことは友達に頼めばいいのではないかと思うかもしれません。そこで質問をしてみると、「親しい人にはそういうことは頼みたくないし、親にも知られたくない。でも、そのちょうどよい距離感がつくれるシェアエコならば、ありかもしれない」と。そういう話を聞いて納得させられました。

(5) 事業により生まれた副産物

このように生の声をいろいろと集めるとともに、それを踏まえて企業サイドも模索かつ実践しながら実現可能性を確認していきました。実際にその後、このシェアエコの実証実験の副産物として企業のリソースと住民のニーズがマッ

チングし、現時点でもおこなわれているスマホ教室など継続的な連携につながっているケースもあります。

また、地域で活動している NPO、地域団体にも、シェアエコ事業の副産物がありました。例えばファミリー・サポート・センター（FSC）事業に対して事務局は、「登録者は多いが実働は偏りがある」や「互助の循環を目指したい」など課題を感じられていました。そこでシェアエコを活用しながら、共通目標を立ててやっていこうということになりました。

そのためには新しい機能が必要になりますが、それも一緒に開発しましょうということで、FSC 事務局（NPO）が持っているノウハウ等を企業に提供しながら、共につくっていきました。そうしたノウハウは普通だったら外に出さないことですが、それが提供されることで新たな動きが生まれていくといったとても面白い段階だったのではないかと見ています。

そのほかでは、コロナ禍における地域共創の取り組みの一環で「多摩平の森団地」でスマートシティ推進事業をおこないました。高齢者向けの IoT 的などころを探ったわけですが、20 年度に KDDI、東京都立大学、日野市が関わりながら開発していきました。

4. リビングラボによる気づき

（1）場の求心力（経験と学び合い）

リビングラボは、まずは人が集まる場が必要です。そしてそこで個人、企業、行政、専門、教育などのそれぞれがやりたいことをうまく結び付いていくコーディネート役が、とても重要になります。ただし、これは非常に難しく苦労している点ではありますが、そのときに全員が何かをやらなければいけないといった堅苦しい雰囲気はつくらないことです。いわばフォローとフォロワーのような関係性がポイントではないかと。「あそこに行けば、何かありそうな空気がある」と感じてもらったり、「自分もアップデートされるのではないか」という感覚を持って参加をしてもらえそうなムードを醸成することが求められます。

関わりを持つ企業の方と話していると、当初は「高齢者を中心にアプローチしたい」といったようなことを言っていたところから、半年ほど経過すると「あそこの何々さん」というように変わってきます。全体の高齢者という目線から「あそこの何々さん」になったときようやくその人を理解したのではないかと感じました。企業にとってもそうした体験は価値になり得るだろうし、そうしたことに共感してくれることが 1 つの参加条件にもなってくるのではないかと考えています。

（２）継続可能性のある協働・共創を

リビングラボにおける行政の立ち位置ですが、おそらく住民と企業との中間地点的な存在なのではないかと捉えています。リビングラボ参加企業からは、「生活者の声がダイレクトに届く」、「評価・改善を短期間で繰り返せる」、「住民サイドの協力者も増える」などの声が聞かれますが、企業が地域共創に求めているものはさまざまです。だからこそ、行政の中立・中間の立場はすごく重要になり、加えてその立ち位置から企業等にも会いに行きやすいというのは行政の強みだと見ています。

リビングラボの事業は、継続することの難しさはあるものの、行政としての立場、強みを生かして信頼感を積み重ねていくしかないと考えています。私自身もこの事業を通して地域ネットワークの大切さ、価値を再認識しました。今後はそうしたところの理解も広げていきたい。現時点では、コロナ禍の影響等によってまだいろいろともがいている段階ではありますが、現在はこのような考えで事業を進めています。

【質疑応答】

Q 官民連携や協働事業を立ち上げる際、集まる人たちが「いつものメンバー」になる傾向が強いと思います。この偏りを打破してより幅広い人たちを巻き込むために何か工夫をされていることはありますか。

A 基本的には営業をするしかないと思っています。

Q それは一般市民に対してもですか。

A はい、一般市民に対してもです。待っているだけでは、同じ顔触れのメンバーになってしまいます。だから、例えばNPO等に「こういうことをやりたい」と声掛けし、それに共感してもらえれば、それに適した人や、「こういうような視点を入れたほうがいい」といった方々のリストを共有してもらうようなこともあります。

Q 地域のなかではどうしても「この人たちが来るなら、私たちは行かない」といったこともあるかと思いますが、そうした影響はありませんか。

A 日野リビングラボにおいては、そこまではつきりしたかたちではないです。

もしかしたら、事前にそうしたことも含めて NPO 等が調整してくれているのかもしれない。

Q 私はもともと NPO の研究者ですから、市民活動や NPO などに関心があります。連携・協働という話になったとき、市民活動団体、NPO との協働といったブームのようなことがずっと続いてきました。日野市でも、10 年ほど前にそうした推進資金などをつくられています。それらのところと、リビングラボに代表される現在の日野市の地域連携・共創の関係性はどうなっているのでしょうか。以前のものはなくなってこちらにバージョンアップしたのか、それとも並行してやっているのか。その辺の整理の仕方を教えてください。

A 結論としては、並行してやっています。もともとは内発的に産業を盛り上げていこうといった発想から来ており、主に産業に対する施策のような側面があります。そして実際にそれをやっていくとなると結局、市民活動団体や NPO の方々とも話をしますし、そこでうまく回している方にも「一緒にやっていきましょう」と声掛けをしています。

一方、市民活動サイドも企業に対して何らかのかたちでうまく関わってもらいたいという思いがあるのは強く感じていました。だから、一度そこを一緒にこじ開けましょうと。そのようなことに今はなっているのではないかと見ています。

Q 今回のリビングラボのような取り組みと、自治会・町内会といった地縁型コミュニティの関係性はどうなっていますか。例えば市民を巻き込んでいくためのツールとして自治会等を活用していくようなことはありますか。

A 先ほども少し触れましたが、KDDI と東京都立大学、日野市とが「多摩平の森団地」においてスマートシティ推進事業をおこないました。こちらがまさに団地の自治会と一緒に取り組んだ事例になります。

最初に困りごとを把握していきましたが、つながりのある方々の課題感はいっかかりと見えるけれども、自治会との関係性が薄い方々に関してはまったく見えてきません。そこに対してどうアプローチしていくか。そこで自治会の方々と話し合いながら、ICT をうまく活用しながらやっていこうということになりました。

もっとも、自治会の役員もご高齢の方が多く、デジタルの活用などというと腰が引ける部分もあります。そこはそれまでの信頼関係の積み重ねで「あなた

たちがそう言うなら、そうしようか」という感じで突破し、初めて Zoom を活用したりしました。自治会の先にはやはりさまざまな住民の方々がつながっていますから、見えないところを細かく探っていきたいときには自治会の存在は大きいですし、そうしたニーズは必ずあると思います。

Q 市民活動団体や NPO が企業と一緒に何かやるとなると、自分たちは利用されてしまうのではないかという警戒感を持たれたりしませんか。

A 最初はやはり警戒される面はあると思います。実際に日野リビングラボに参加された方が、地元で学習塾の経営をやりたいといったようなことがありました。でも、最初は「なぜ、このプライベートなところに来るのか」という印象を持たれてしまいました。それでも、その方が地元のいろいろな活動に顔を出すことで、最終的には受け入れられ、企業会員の第 1 号となりました。そのように「地元のネットワークと何かやりたい」という熱意を持った参加の積み重ねがきちんと見えることも、大事ではないかと思います。

Q 先ほど「人との関わりはある程度の距離感があったほうがいい」という話がありましたが、自治会などは近すぎるために少し距離を置きたいというような感情もあるのではないのでしょうか。近いからこそいいという方もいますが、その距離を置きたいという方に対して何か工夫をしていることはありますか。

A あくまでも日野リビングラボというコミュニティをつくる過程での話になりますが、シェアエコの際もそうですが、プロジェクトが終われば、そこで一度はおしまいにはしています。つながりをつくることは大切だけれども、それがほどけることも大事だと考えているからです。もちろん一度リセットしてからでも、引き続きやりたい方はできるという余地は残してということになります。

Q 日野市でも、企業の撤退などの環境変化がこの日野リビングラボの取り組みの背景にありますが、そのなかで企業が活動を続けていくプラス面を見いだせるような機運は出てきていますか。

A 企業側もさまざまで、大手になると 3 年で 10 億ほどの事業規模が求められるケースもあります。そうしたビジネスの視点が企業側のサービス開発のなかにはあるわけですが、日野市単体のマーケットではキャパが小さいため、

それほど大きな事業規模は見込めません。しかし、例えばファミリー・サポート・センターの事業は全国へ横展開が可能です。だから、それによって会員数は何十万人が見込めます。そこを視野に入れて新たな仕組みづくりをしていく。そうすれば、目標とする規模に達することができるのではないかと説明をするようにしています。また、デザイン面でも、高齢者向けに杖を持ったようなアイコンを作成する企業があり、「今の元気な高齢者にはそれは反感を買います」などを伝えたりしています。

Q 企業はノウハウを取得した後、それを今度は別の採算が取れるところで使うみたいなことも、企業論理としてはあり得えますか。

A あり得えます。しかし、これはそう簡単なことではありません。だから、たとうまくいかなかったとしても、うまくいかなかったことを学んでもらえればいいのではないかと考えています。

Q 2019 年の段階で実証実験が終わり、そこからの話をメインにされました。その過程ではコロナ禍もあって本当に大変だったと思いますが、それをどのようにクリアされてきたのか。また、全体的な規模感としてこの 2 年半のなかでどのくらいの利用者がおり、提供者とのマッチング件数はどのくらいあったのでしょうか。

A 全体像の整理ということですが、まずシェアエコの事業に関しては、2019 年度に始まり、2020 年 1 月くらいから企業側の自社事業に切り替わりました。そこから始まったわけですが、2020 年 4 月には緊急事態宣言が出るなどコロナ禍に入り、同年 6 月ごろには打ち切りになったというような流れになります。規模感ですが、詳細なデータは手元に今ないものの、実証も含めた半年弱ほどの期間に会員数は 400 名弱、マッチングは 20~30 件だったかと記憶しています。

さらにそこから少し広げてコロナ禍における地域共創の取り組みをおこないました。それが前述した 2020 年度に「多摩平の森団地」で実施したスマートシティ推進事業で、自治会と一緒にやっていました。そこでは高齢者に対してのコミュニケーションの課題が分かったのですが、それはシェアエコとは少し離れ、別ものとして開発したところになります。それも 1 年くらいは回してはいるのですが、まだ ICT 等がサービスそのものに結び付いていない状況です。

Q そうすると、2021 年と 2022 年は「できる」と「してほしい」というようなことは止まっているわけですか。

A シェアリングエコノミー自体はいったんそこではおしまいになっています。

Q 企業との提携についてですけれども、今回の話のなかには KDDI の名前だけが出てきましたが、ほかの企業との開発はされているのですか。また、KDDI とのプロジェクトの中身についてもう少し具体的に知りたいです。

A 日野市内には、このリビングラボ的なこと以外にも、「社会課題に対して何かをしたい」という企業は複数あります。例えば、コニカミノルタ、GE ヘルスケア、富士通などです。それに対して官民連携プラットフォームのようなものをつくり、そこでその「何かをやりたい」という企業の人たちとつながる仕組みづくりはしています。そこには数十社が参加されていて、さまざまなテーマで会を催しています。

ほかの市町村にもこうしたプラットフォームはありますが、コミュニティのほうに主眼を置いたり、それが企業側だったりという傾向はあります。日野市の場合は、そもそも企業に相乗りしていくようなところから始まっており、それぞれの企業と共通の社会課題に向かってばらばらに取り組んでいます。企業から例えば「サービスの最初のユーザーの探索をしたい」という声があれば、行政として「こういう団体があって、そこに当たると理想的な展開につながるかもしれません」と。それを受けて企業側が UI や UX、サービスデザインのようなところも含めていろいろな手法でまとめます。それを地域のコミュニティ側へ「こういうような状態ですよ」と可視化して返すといったようなこともしています。あとは実際にプロトタイプをつくり、その実証をするといったことも、企業側ではやっています。

Q UI を可視化するということが、どのようなデータを KDDI では自治会に持っていく、誰が納得しているのでしょうか。

A 納得するのは、自治会の会長をはじめ役員等です。自治会自体も、なかなか呼び掛けても参加をしてくれない人もいるため、全員が何をしているのかまでは把握しきれいていません。その点に不安感があり、どうにか接点を持ちたいのだけれども、その機会がなかなかない。そこで企業が入ってくことで、「自治会のなかで新しいサービスを開発するにあたり、あなたのことが聞きたいそうだ」というように 1 つの接点を持つネタとして使えるわけです。

そのなかでその人が普段に何をやっているのかなどを相乗りで確認できます。そうしたことで少しつながれる余地が出てくるわけです。それは自治会にとってのメリットにもなります。例えばそのように 1 つのネタとして企業という存在を使うケースもあります。

Q 当初の実証実験としてシェアリングエコノミーから始めたというところで、それはリビングラボと非常に相性がいいのかなと感じました。このシェアエコは、IT 企業の方とのいろいろなやりとりをされたなかで出てきたことのようにですが、この IT 企業は具体的にはどちらですか。

A このときは富士通でした。その前段として市民活動を支援するというようなことを同社と少し一緒にやっていたなかに市民活動向けのポータルサイトづくりがありました。加えてパーソナルヘルスレコードの取り組みをどうしていくかというタイミングとも相まって、シェアエコへ向かう取っかかりとなっていきました。

Q そちらの検討のなかで 1 つはファミリー・サポート・センター（ファミサポ）の事業なども扱われてきたわけですが、そのファミサポに関していえば、NPO 法人の市民サポートセンター日野がもともとの事務局になっているのですか。

A そうですし、現在のファミサポ事務局（FSC 事務局）も市民サポートセンター日野が担っています。そしてスマートシティ推進事業としての事務局は、日野市と KDDI、あと日野市からの委託先、それとそのファミサポの事務局も入っています。

Q なるほど。FSC 事務局も、事業主体の 1 つということですか。

A そうです、はい。

Q リビングラボを進めていくなかでは、もう 1 つの中間支援組織として株式会社エンパブリックが関わっているかたちになっています。これはリビングラボそのものを動かしていくうえでの中間支援組織として関わっているということですか。

A そうです、はい。

Q これは市が委託してやっているというかたちですか。

A エンパブリックに関しては市が委託しています。

Q 先ほど言われた中間支援組織とは、このことをイメージされていたわけですか。

A いえ、そうではありません。エンパブリックも、ノウハウのようなものを提供しながら、それを地域に落として回していくというようなところの委託先になります。日野リビングラボとしての中間支援となると、おそらく行政だったり、ファミサポ事務局である市民サポートセンター日野だったりが一緒になってやっていくところなのかと思います。

Q シェアリングエコノミーの中間支援組織の主体はどちらになるのですか。

A シェアリングエコノミーに関しては行政かと思います。

Q このところは、地域や民間がやっているような事業のなかで中間支援的に行政が入っていくと。

A そうです。

Q リビングラボの取り組みとしていえば、基本は民主体でおこなわれていくようななかで、行政が中間支援的な関わり合い方をしているという見方をされているということですか。

A そうです、はい。

Q シェアリングエコノミーの実証実験の後、企業、住民、行政のそれぞれの状況も変わってくると思います。行政も中間支援として関わるにせよ、行政の事業としてリビングラボを評価するという視点で考えたとき、どの点を評価しますか。例えばまちづくりへの参加に消極的だった若い層が多く足を運んでくれたといったことが行政にとっての 1 つ目標だったり、指標として考えられるのでしょうか。

A 関わっていなかったところ同士が接点を持っていくであったり、ネットワークがより密になっていく。いわゆるソーシャルキャピタルのような話ですが、今まで一度も接点があったところが対話するといったことも、指標の 1 つかと思います。あと、おそらく継続率も重要な点ではないかと見ています。これに関わることによって少し能動的になれたかどうか。それを測るには、何回くらい関わったかというところも参考になります。企業の視点では、事業化した件数が重視されるかもしれませんが、リビングラボではそうでなくてもいいのではないかと考えています。

Q 実際、事業評価であったり、そうした指標を入れ込んだりしているのですか。

A 日野市のなかではそこまではしていませんが、総務省にお示ししたもののなかには、そうしたところのものも入れていると記憶しています。

Q 団地でおこなった事業を描いた図には、2 名の個人名が出ていますが、こちらはどういうことを意味していますか。

A これは団地の自治会長と、まとめ役的な方のお名前です。この方々が主体になって自治会を回しています。メンバーはどうしても同じような顔触れになるものの、このお二方のおかげで何かをすることになると人が集めやすい面もあります。だから、どうしても自治会のなかだけで完結してしまいがちで、その点は課題感として持っています。

Q このように事業に自治会などが関わっている場合、どこが中間支援組織となりますか。そこもやはり行政なのでしょう。

A その話として、リビングラボなるものが小さいかたちでいろいろなところで生まれればいいなと考えています。その視点でいうと、自治会だったり中間支援になるのかと思います。ただ、全体像としては行政側も政策等で緩く何らかのかたちでつながっているという感じではないでしょうか。

Q ある意味で自治会は当事者でもあるわけですがけれども、その当事者自身が中間支援的なものでもあると。リビングラボの当事者ですから、当然その構成主体でもあると。

A その辺はすっきりとした整理がまだできてはおりません。

Q あえて中間支援組織について質問したのは、日野リビングラボではそれぞれの関わりのなかで中間的な立場になったり、当事者になったりしています。その辺をどのように意識されているかを少し聞きたかったために質問させてもらいました。

Q 根源的な質問ですが、リビングラボとまちづくりワークショップとの違いは何ですか。

A 私自身がまちづくりワークショップの経験があまりないのですが、おそらく自分が関われるようになるころと、それに対してほかの人からのフォローを得やすいことが違いではないでしょうか。まちづくりワークショップは、どちらかという自分自身が能動的に「何とかしてあげよう」という関わりだと思うのですが、リビングラボでは「ほかの人に頼ってもいいのだよ」と。実際に私はこれまでも、「頼れる人が見つかるのがリビングラボだ」ということを強調して説明をしてきました。

Q 先ほどの説明でもありましたが、リビングラボは企業側からプロダクトが具体的にできてくるといったことでは必ずしもないと。そういう意味では、まちづくりに非常に近いような要素もあるのかと感じます。だから、リビングラボはかなり広く捉えていけるものではないかというイメージを持ちました。

日野市ってどんなまち？



9 産業と持続可能な基盤をつくらう

素敵な企業が
たくさん

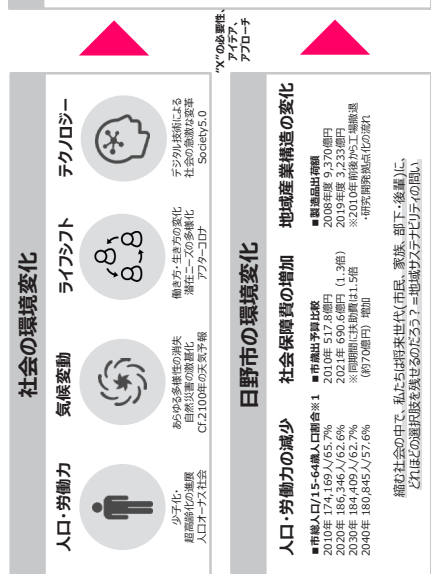
多様性に富む
地形

高層不動産など
3つの拠点

東京のど真ん中

行政においても協働・共創への期待値が高まっています

社会・地域が変化がする中で、地域課題をビジネスで解決する必要性が指摘されています。社会・地域・組織の変容（トランスフォーミング）を促し、福祉を実現するための手段として共創が期待されています。



過去の積み重ねの影響が徐々に顕在化している

日野市は農村と工業都市を経て、高度経済成長期にベッドタウン化し人口が急増しました。リーマンショック前後から、まちひと、しごとに関係性が大きく変わってきています。

①産業構造の変化

【現象】

- 大規模事業所製造拠点の撤退（研究開発拠点へ転向、住宅など）
- 共働き世帯の増加、現役世代を中心に職住近接など生活行動の変化

【課題】

- 産業分野との長期的な連携が必要
- 「働く」と「暮らす」の再定義（リ・クリエイション）が必要
- 魅力的な働く場の不足

②地域社会構造の変化

【現象】

- 高度経済成長期に建設した「まち」が一斉に高齢化
- 高度経済成長期に増加した「ひと」が一斉に高齢化

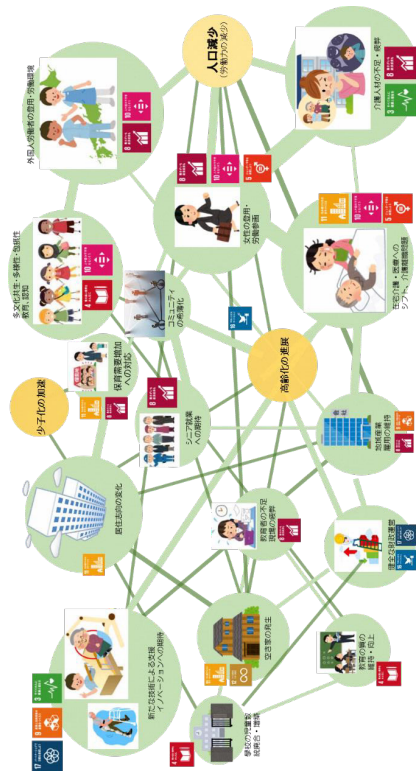
【課題】

- QOLの維持（社会的接点、生活援助、移動、買い物など）
- ボランティアや民生委員など、互助の担い手が不足

近年はこうした「社会課題」に注目が集まり、社会や地域の課題解決に関心を持つ企業・個人が増えている。

リソースに限りがある一方で社会課題は複雑化し、ニーズも多様化している

社会における様々な課題が複雑に関連しています。複雑だからこそ、課題や社会のニーズは多様化し、提供される製品・サービスも個別化・個人化しつつあります。



5

Copyright 2022 日野市企画推進課

共創・対話の場として日野リビングラボを立ち上げました

日野リビングラボは2019年に産学官民の対話型プラットフォームとして実施し始めました。日野リビングラボでは2つのコラボを目指します。

日野リビングラボの2つの機能

① 事業構造を探る場（企業）

- ・利害関係者とのビジョン創発、あるべき姿の特定
- ・住民、地域と企業との協働によるノウハウの共有

【事例】

スキルシェアサービスの機能を子育てでNPOと民間企業が協働開発。対話によるあいたい姿と課題の特定、サービスへの実装を短期間で繰り返す手法（アジャイル開発）で実施。

② 関わりしる・共有知を生み出す場（市民）

- ・「オープン」に共有「で」チャレンジを生む環境に

【事例】

住民同士でスマホを教える活動が誕生。趣旨に賛同した地域企業も参加。退職者、創業者、育休中の方などが地域で課題解決力を試す機会にも。

日野リビングラボの2つの機能

① 事業構造を探る場（企業）

- ・利害関係者とのビジョン創発、あるべき姿の特定
- ・住民、地域と企業との協働によるノウハウの共有

【事例】

スキルシェアサービスの機能を子育てでNPOと民間企業が協働開発。対話によるあいたい姿と課題の特定、サービスへの実装を短期間で繰り返す手法（アジャイル開発）で実施。

② 関わりしる・共有知を生み出す場（市民）

- ・「オープン」に共有「で」チャレンジを生む環境に

【事例】

住民同士でスマホを教える活動が誕生。趣旨に賛同した地域企業も参加。退職者、創業者、育休中の方などが地域で課題解決力を試す機会にも。

7

Copyright 2022 日野市企画推進課

変化に対応する新たな価値創造のしくみが求められているのではない

複雑な社会に対応するため、これまでの手法に加えて様々な視点・知見を融合させながら、早期に仮説検証をする取り組みやステークホルダー間の関係性について注目されるようになっていきます。



※課題の状況や社会情勢によって、求められるスタンスや進捗は変わってくる。

6

Copyright 2022 日野市企画推進課

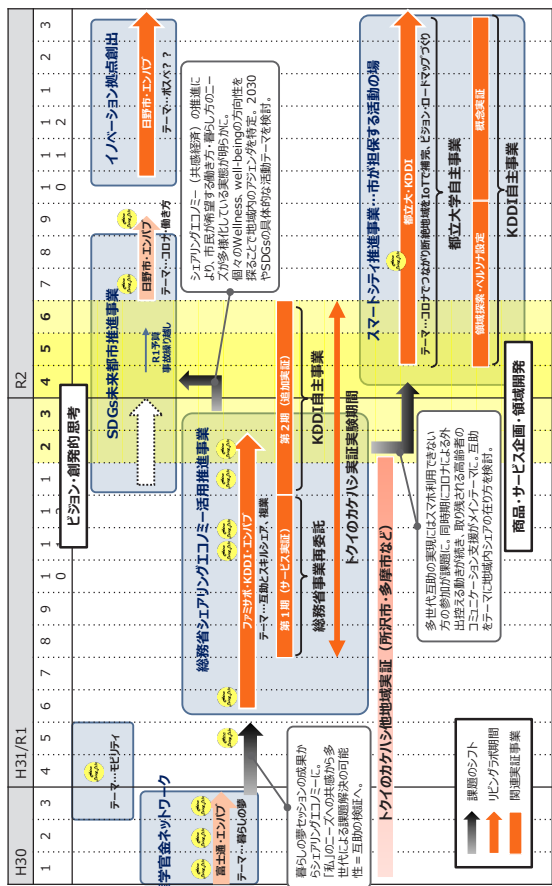
市民・専門職・企業などがフラットに意見を持ち寄ります

これまでとは異なる解決策を検討するには、自覚していない視点や知識を学び合うという視点が大切です。生活の現場（＝生活課題）にこそ価値が生まれます。



8

Copyright 2022 日野市企画推進課



Copyright 2022 日野市企画推進課

シェアエコ実証応募までの歩み



【できるリスト】

- ・児童館で子供を見て。できる！
- ・おつまみ30〜50人前をつくる。できる！
- ・グチを聞く。できる！
- ・献立決め。できる！
- ・パソコン操作のお手伝い。できる！
- ・キャンパ体験。できる！
- ・犬の散歩。できる！
- ・子供と遊ぶ。叱ってOKの条件付き。
- ・思春期の子育てのお手伝い。できる！

【してほしいことリスト】

- ・お惣菜作って！夕ご飯4回で2000円でやって！
- ・一緒にダイエツトしてくれる人 同じ目標の人募集
- ・断捨離ノウハウを教えて欲しい。知らない人の方がよい。
- ・編み物を教えてほしい（刺繍等）ベテラン過ぎない人。
- ・台所の換気扇掃除一緒にして下さい。後日お昼ごはんごちそうします
- ・犬の散歩自分のペースの散歩のついでに。月5,000円
- ・DIYが出来るスペースを借りて欲しい「1日500円」or「困ったときに助けてます券」

【生の声の特徴】→実現可能性を実証実験で確かめよう！

できごと…意外なスキルを持っている方も多くいること。前提条件も存在すること。してほしいこと…ママ友や近所、家族に知られたいという「距離感」の存在。対面も出せること。

Copyright 2022 日野市企画推進課

シェアリングエコノミーに関する取り組み

「実現したい暮らしの夢」をテーマに、あったらよいサービスを検討。シェアリングエコノミーの事業提案へつながり、実証実験を開始。

日野リビングラボ
@hino11

日時

2019年1月19日

2019年2月3日

2019年3月3日

テーマ

私の生活で感じる「あんなにいいな、できたらいいな」と思っていることは？

その解決にはどんな資源があればいい？

ニーズと資源がぶつかるためには、どんな活動があればいい？

総務省へ事業提案

事業採択

事業採択後：自発的な活動のきっかけ

FY2018

1. 実施前の各主体の状況

企業	住民	行政
社内検討事項で商品・サービスを提供。提供されるもの。	若い住民はまちづくりへの参加に積極的。	

2. 実施後の各主体の状況

企業	住民	行政
商品・サービスが実現する価値が重要。	自分もリソースを持っているかも？条件も重要。	住民が参加したいと思う活動のデザインが必要。

【わかってきたこと・残された課題】

- ・シェアができる条件（距離感・コスト）の深堀りが必要

FY2019

誰かの困ったに、私が力になれるしくみ

＜市民が利用するにも＞

＜利用者が利用するにも＞

＜提供が利用するにも＞

・保留国の送迎

・送迎手伝います

・今から取組むたい

10

Copyright 2022 日野市企画推進課

事業により生まれた副産物（市民）

空き時間を利用してほしい民間学習塾と、自分でも何かをしたいと思っている市民がマッチング。コラボできる場が生まれています。

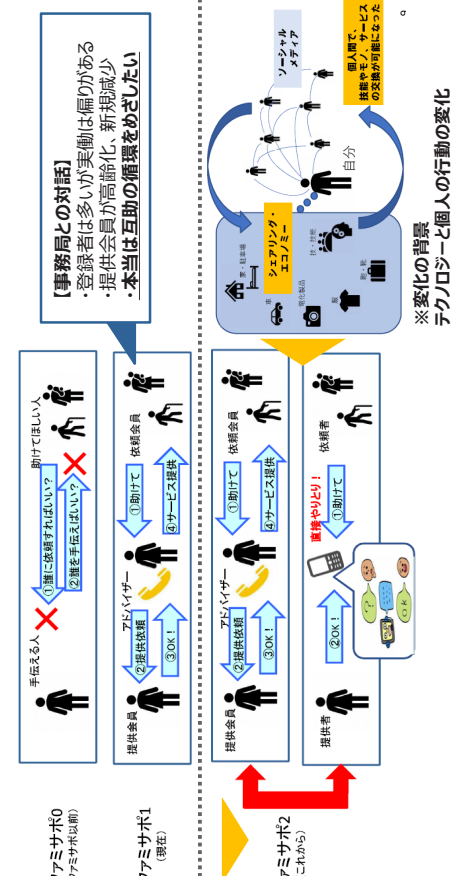


12

Copyright 2022 日野市企画推進課

事業により生まれた副産物(地域・地域団体)

地域におけるファミリー・サポート・センター事業は活発だが、現場の事務局は課題を感じていた。シェアを活用することで、「ファミサポ2.0」をめざすという共通目標を立てた。

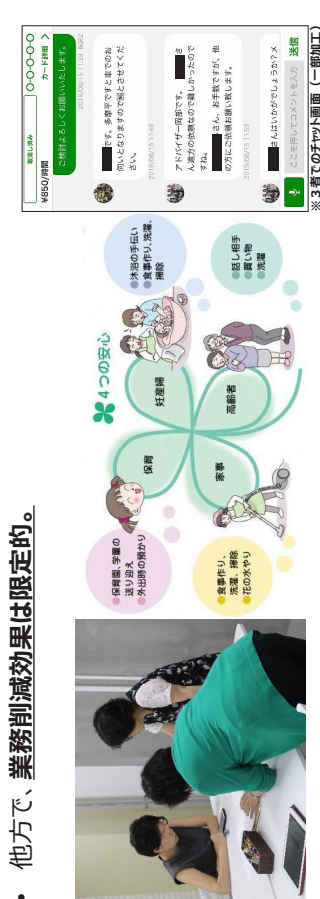


FSC事業との連携概要

FSC事務局 (NPO) では会員への対面での登録フォローアップやノウハウ提供でご協力いただく。

ポイント

- ・安心して利用いただくために**3者チャット機能を企業と共同開発**。
- ・**地域の中の担い手の顔**がわかるようになり、コーディネート業務が見えやすく、利用地域を限定したが、9月の依頼成立を皮切りに利用され始めた。
- ・他方で、**業務削減効果は限定的**。



コロナ禍における地域共創の取り組み

背景

コロナ影響下によるニューノーマル (新常态) 時代では、外出ができない、不安定との声がある。住宅地でもよほど近所づきあいがない、最近顔を見ない人が増加している。

目的

接触機会が減ったとしても社会的接点を維持することができ、新しいシステムを地域の構成員と共に検証する。提供面直 (共助)による見守りや健康状態の変化) なども検証する。

事業案 (検討段階)

入口：初心者向けスマホ、タブレット教室、オンライン井戸端会議
 中間：サークルや地域組織の運営、趣味 (カラオケ、映画など)
 出口：買い物代行などの連携、オンライン診療への送客、有償ボラなど

全体イメージ

■スマートフォン推進事業 (仮)
(ステークホルダーのイメージ)

■日野市
・対面、シニアに対する近隣の共有
・サークル活動、地域活動の発展

■多摩平の森
・多摩平の森、地域団体
・内外関係の強化、福祉サービスの提供

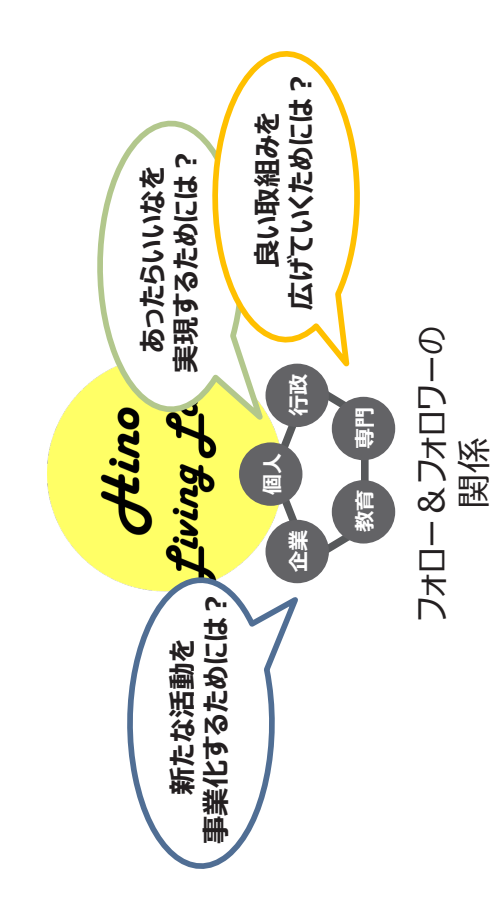
■日野市
・多摩平の森、地域団体
・内外関係の強化、福祉サービスの提供

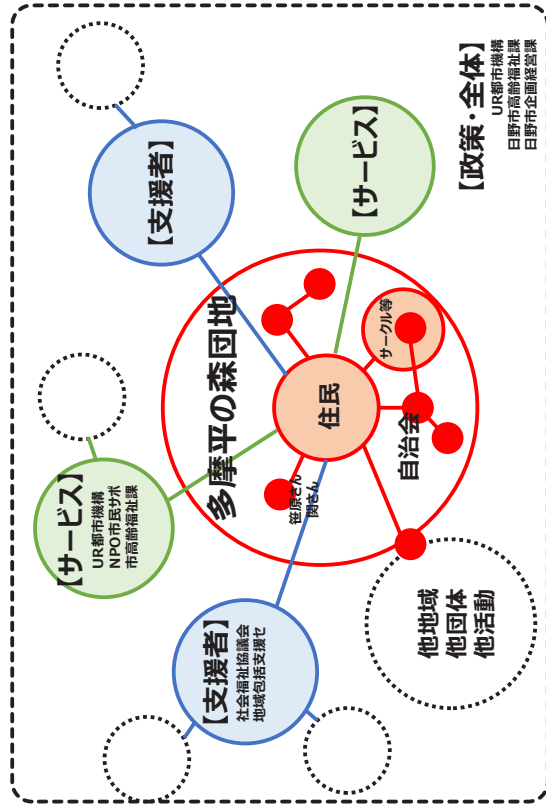
■多摩平の森
・多摩平の森、地域団体
・内外関係の強化、福祉サービスの提供



気づき:場の求心力(経験と学び合い)

大切なのは、何をやっているかというよりは、「何かありそうな空気」「自分もアップデートされる」感覚 (ビジネス、知識…etc) 。





参考：リビングラボとは



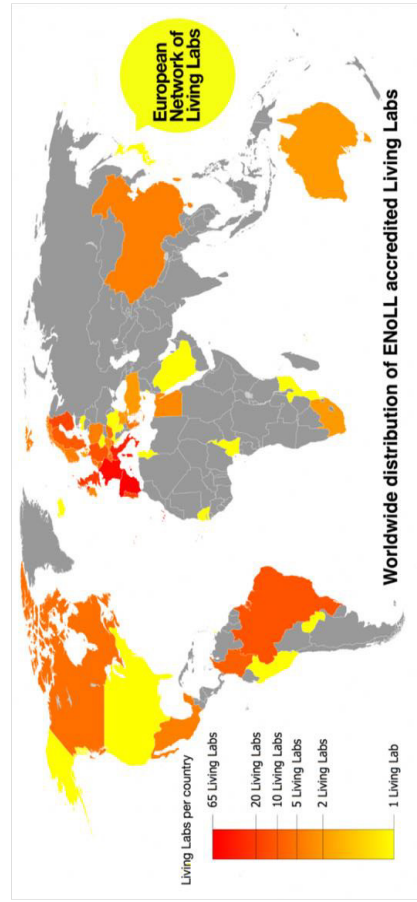
■リビングラボ参加企業からの声

- ① 生活者の声がダイレクトに届く。
- ② 評価・改善を短期間で繰り返すことができる。
- ③ 住民サイドの協力者も増える。
- ④ 生活者を取り巻くパートナーと連携しやすくなる。
(ビジネスモデル検討への影響)
- ⑤ 行政（国・都含む）の方針や温度感がわかる。

- ➡ 企業が地域共創に求めるものはさまざま。
- ➡ 協働だからこそ生きてくる自分のアセットも。
- ➡ 中立・中間の立場、信頼などの積み重ね、地域ネットワーク、共有できるアジェンダ、継続することの難しさ

1. リビングラボとは…世界に広がるリビングラボ

約400のLLが世界で展開



1. リビングラボとは

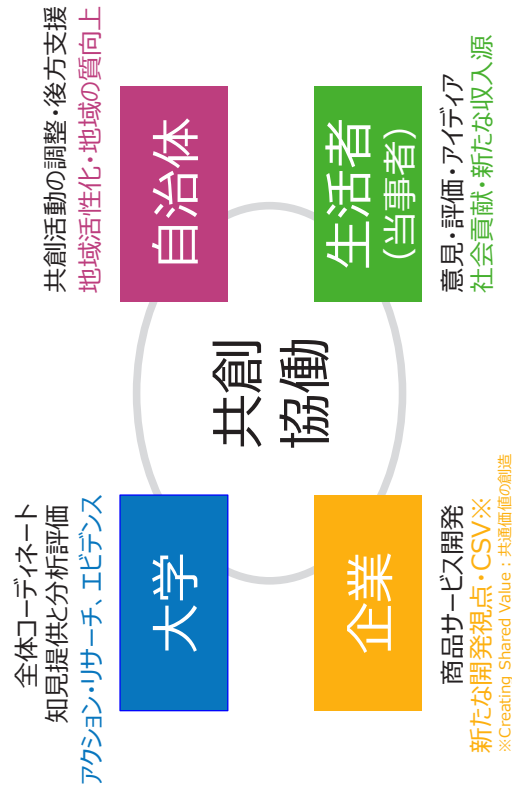
生活の現場において、企画段階から住民を巻き込み、企業・大学・各種団体・自治体等が互いの強みを持ち寄って新しいものやサービス、新たな価値を共創する活動・場のこと。

- ・舞台は生活の現場
- ・主役は生活者である住民
- ・生活者のニーズを起点とする
- ・産官学民による多様な参加者の協働
- ・繰り返し改善を行う長期的プロセス

生活者のニーズに通ったものやサービスの開発を通じて、個人：生活がより便利で、快適で、楽しくなる
社会：既存のシステムや制度を変えていく

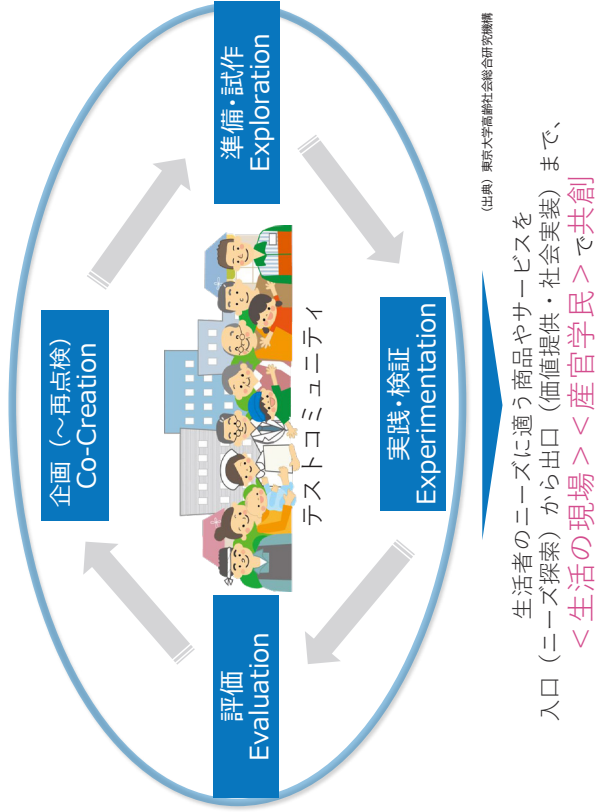
(出典) 東京大学高齢社会総合研究機構

1. リビングラボとは・・・リビングラボの役割とメリット



(出典) 東京大学高齢社会総合研究機構

1. リビングラボとは・・・リビングラボの共創サイクル



ありがとうございました。
お気軽にお声がけください。



日野市企画部企画経営課 鈴木・伊藤
連絡先：senryaku@city.hino.lg.jp