

# 事業紹介・事業報告

## また訪れてみたい 地域づくり実践会議報告



伊藤伸一  
調査第三部  
次長

### 1. はじめに

日本経済全般が停滞し、従来型の地域開発は限界を越えています。また、我が国の総人口もまもなくピークを迎えようとしている。このような環境下では、「産業開発により定住人口を拡大し、地域振興を図る」という発想から「地域間で連携・役割分担を行いつつ、交流人口を拡大し、地域振興を図る」という発想へ転換を図る必要がある。

そうした地域間の交流を促進するためには、魅力ある都市・個性と工夫に満ちた地域社会（「また訪れてみたい地域」）を形成することが重要であり、「個性ある地域の発展」という視点が重要となってきた。

そこで、多様な地域資源を活用した地域づくりを促進するために、地域が何を求めているのか、国としてどのような支援ができるのかをとりまとめるため、様々な立場から地域づくりに携わっている方々の参画により、「また訪れてみたい地域づくり」実践会議を開催した。

本実践会議における提案内容等は、実際に地域づくりに関わっている国土交通省の職員などを対象としたテキストとなるよう、「地域づくり実践の手引き（編集：また訪れてみたい地域づくり研究会）」として出版した。本稿は、この概要をとりまとめ報告するものである。

なお、今回の実践会議は、会議として一つの共通した結論を求めるものではなかった。7回にわたる会議における議論を通して出されたご意見を、事務局において大きく「地域づくりのポイント」として、1)訪れてみたい地域とは 2)地域の力 3)交流の場 4)地域づくりのプロセス、ツール 5)住民の意識、行政の関わり方 の5項目に分類し整理している。各々の項目におけるご意見に関しても、委員各位のお立場やご見識により相対するご意見となっているものもあり、それらも列記している。

実践会議のメンバーは、次のとおりである。

#### 「また訪れてみたい地域づくり」実践会議名簿

座長	森地 茂	東京大学大学院工学系研究科	教授
委員	青山 佳世	フリーアナウンサー	
委員	石川 治江	ケア・センターやわらぎ	代表理事
委員	大槻 茂	(株)広報戦略研究所	取締役主任研究員
委員	川勝 平太	国際日本文化研究センター	教授
委員	澤登 信子	ソーシャルマーケティングプロデューサー	
委員	セーラ・マリ・カミングス	榎一市村酒造場	取締役
委員	林 泰義	玉川まちづくりハウス	
委員	原 重一	観光開発プロデューサー	
委員	藤崎 慎一	(株)地域活性プランニング	代表取締役
委員	望月 照彦	多摩大学経営情報学部経営情報学科	教授
委員	安島 博幸	立教大学観光学部観光学科	教授

50音順

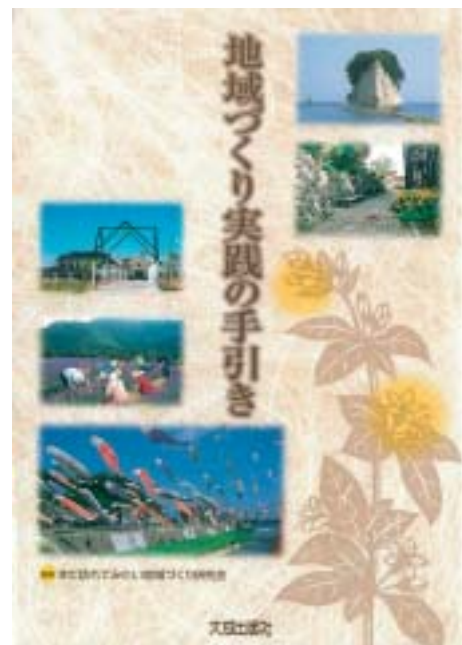


図-1 地域づくりの実践の手引き

## 2. 地域づくりのポイント

### 2.1 訪れてみたい地域とは

#### (1) 訪れてみたい地域づくりの基本的考え方

・「また訪れてみたい地域づくり」とは何かを考えたときである。「また」あるいは「何度でも」、「訪れてみたい地域」のイメージはどのようなものかを考えることが重要である。そのためには、各々の地域が自らに誇りを持つことが大切で、さらに、観光地域をつくることではなく、地域の住民にとって幸福であるということが一番のポイントとなってくる。

#### (2) 地域の歴史・文化の理解

・地域の歴史・文化を理解することが、地域への愛着の基礎となり、元気な地域づくりの活力のパワーの源となる。

特に地域の歴史や文化は大切である。古いものを大事にしながら新しいものを取り入れ、地域としてのブランドを作っていくことが重要である。

・地域の歴史や文化を大切にしていくためには、学校教育や地域の中で地域の歴史・文化を勉強する場を設けることが有効となる。

#### (3) 地域づくりのビジョン・目標

・地域づくりのビジョンは、訪れる人を満足させるという視点が重要である。

・地域づくりの範囲は、テーマや住民の意向により柔軟に設定すべきである。またマーケティングの戦略で連携していく地域を考えていく必要がある。

・観光地のこれからのコンセプトは、「街並みの保存」「歩けるルートづくり」「通年化」がキーワードとなる。特に歩いて楽しい街、楽しく歩ける街づくりの実践が重要である。

### 2.2 地域のか

#### (1) 交流による地域の魅力への気づき、魅力の変化

・交流・マーケティングなど、他者の目により地域の本当の魅力に気づくことが大切である。

・地域に自信を持つことはいいが誰に向けて情報発信を

行うのかを忘れてはならない。

・旅人が何を求めているのかを知ることがポイントである。  
・ニーズの変化に対応するため、新しい観光と既存の観光を組み合わせる（グリーンツーリズム、エコツーリズム、ヘルスツーリズム、文化・産業観光、都市観光、体験交流）ことも効果的である。

#### (2) 地域住民の責務・問題意識

・地域づくりには、思想や哲学が必要。住民同士が互いに自己啓発を行い、自分たちで取り組んでいく必要がある。

・地域に住む人々が自分たちとして、その街をどうしたいのかという住民の意識が最も大切である。

#### (3) 地域力

・地域自身が地域の問題を解決していく自己解決能力を持つことが重要である。

・そのためには、自分たちが何をやりたいのかをワークショップ手法などで明確にしていく必要がある。

・日常の生活や環境を自分たちでよくしていこうということが人を元気にし、地域の魅力を生むことになる。

### 2.3 交流の場

#### (1) 共通の問題に対する取り組み

・地域で問題を解決できるようにするための情報提供、支援が行政には求められる。

・色々な地域の状況を横断的に把握し、地域間で協力して解決するための情報提供・支援が必要となる。

・国としての横（省庁間）の連携強化、特に美しい景観形成には、様々な省庁の連携が必要となる。

#### (2) コーディネーターの役割、地域のネットワークづくり

・地域の多様なパワーを結集していくためのネットワークが必要となる。

・行政には、ネットワークの場づくりやコーディネートが求められる。

・地域内の多様な主体間のネットワークづくりは重要なポイントである。地域の企業、NPO、住民、国の現場の事務所などが持っている様々なパワーを結集させることで効果的な地域づくりを推進できる可能性が広がる。

・地域づくりは、地域独自の知恵とそこに通う外部の人の知恵や投資の蓄積でできてくる。行政は、そうした外部の「よそもの」の受け入れを促すための交流の場、ネットワークを行う場を準備することが重要である。

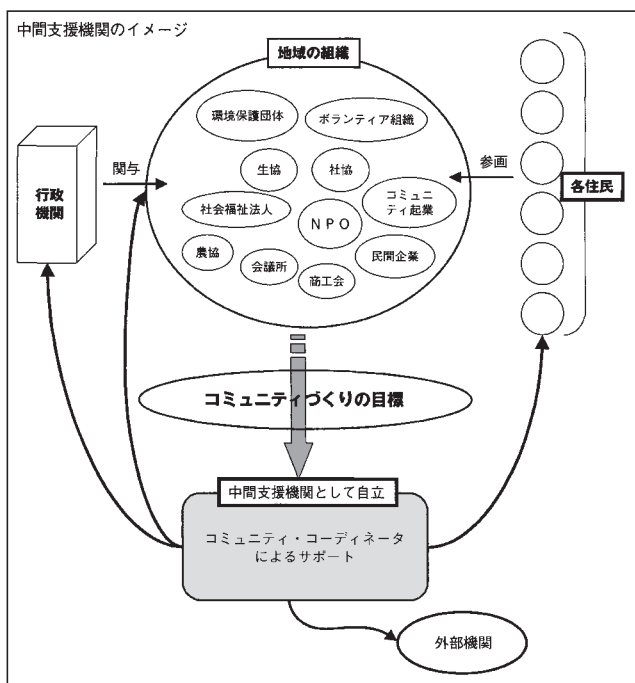


図-2 中間支援機関のイメージ

### (3) 広報・情報発信

・地域の情報を集め、来訪者が欲しているものに組み立て、提供していくことが重要である。そのために行政は、地域情報をとりまとめて、データベース化を行うことなどによる地域への支援が可能となる。

## 2.4 地域づくりのプロセス、ツール

### (1) 地域づくりはプロセスが大事

・地域づくりは結果を真似しても仕方がない。その地域ならではの何かを見つけること、そのプロセスこそ参考にすべきであり、結果は地域ごとに異なってくる。それぞれのプロセスの中で、地域が行政にきっかけを与えていく流れで、行政と住民がお互い歩み寄っていくことがポイントである。

### (2) インセンティブ型の支援

・活発で自立的な地域づくりを支援していくためには、

やる気のある自治体や人材がいるところに対して、集中的に投資すべきである。例えば、コンペ方式によって、地域づくりの補助金の拠出を審査するなど、競争型、インセンティブ型の補助制度を取り入れていくことが効果的である。

### (3) 外国人のニーズ把握

・外国人が欲する情報の発信も重要である。行政や民間団体（観光協会等）は、外国人旅行者のニーズも把握していく必要がある。そのため、例えば外国人旅行者のリピーターの研究や、海外での外国人旅行者のニーズの把握などを行っていくことが有効である。

### (4) 支援方法の柔軟化、地域の発想の尊重

・中央省庁は、一律の支援ではなく、バラエティを持った支援（インセンティブ型の支援）を実施すべきである。少数の提案でも、良い提案なら支援すべきである。押しつけをやめ、柔軟に対応することを考えていく必要がある。

### (5) 専門家と地域支援のマッチング

・ハードづくりの段階で、コンサルタント等専門家のサポートが重要になるが、地元がはじめから何でもかんでも任せようという姿勢は問題である。行政の役割は、適性を見極めて、うまく地元と専門家をマッチングさせることである。

### (6) 地域の成長支援

・地域づくり活動には、いろいろな成長パターンがある。スパイラル型に成長する地域もあれば、階段型に成長していく地域もある。行政においては、それぞれに応じた成長支援を行っていく必要がある。

## 2.5 住民の意識、行政の関わり方

### (1) 行政の立場、行政官の役割

・行政は、現場に近いところで丁寧にものを見ていくことが大切である。住民の地域づくりの発想、知恵を引き出すために力を発揮すべきである。行政は、住民の意識を常に意識しつつ連携していくことが大切である。  
・地域を支援していくためには、現在ある様々な行政機関が連携する必要がある。

## (2) ハード整備、ハード管理と地域づくり

・生活の場の景観再生が大切で、そのためには、建築素材等の工夫に地域で取り組むことや、公開空地、道路の使い方（管理プラン）を地元を考えてもらう、「建築協定的まちづくり」も有効である。このためには、住民の意識づくりなどを通じて地域が自ら地域づくりに取り組むことがポイントである。

## (3) 行政の継続性

・地域づくりには時間がかかるため、地域づくりに関わる行政職員が短期間で異動してしまうことは、地域づくりのための議論や活動の継続性を担保する観点から好ましくない。本来ならば地域づくり担当の行政職員は、地域づくりが安定するまでの立ち上げの期間程度は、その地域にとどまることが望ましい。

## (4) 行政の持つべき哲学

・行政は、地域づくり活動を行っている民間団体や住民組織への側面支援に徹するべきで、地域住民自身が自立的に地域づくり活動を行うことが重要である。  
・行政は、地域づくりの哲学を持って取り組むことが大切である。そのために行政は、地域づくりのノウハウの蓄積・活用を効率的に行うことによって地域の発展段階や地域の実情に応じた支援を行えるようにするなどの力を発揮すべきである。

## (5) 行政官に求められる素養

・行政官は、地域住民と一緒に学ぶ姿勢が必要である。そのような場を通して行政と地域住民とのコミュニケーションの円滑化を図り、行政と地域との協働・連携に資することができるからである。そのため、行政官には職務上の視点にとらわれない幅の広さが求められる。  
・行政は地域住民と一体となる必要もなく、地域住民とは異なった角度から哲学を持って地域づくりに取り組む姿勢も重要である。

## (6) 国土交通省の意識改革

・行政の役割を考えると、今の国土交通省は、地域に降りていく必要があり、また地域が行うことをじっくりと腰をすえて見守っていくことが大事である。

## 3. 実践するために

地域づくりのポイントとして様々な視点から示された委員の提言を受け、国土交通省として地域づくりを進めていくための以下の5箇条の基本姿勢を整理した。

- ・関係者（地方公共団体、住民、地元企業、国など）の協働（パートナーシップ）を基調とする。「地域の動きやニーズを知る」
- ・地域の主体性を前提とし、やる気や自助努力を後押しする。「おせっかいはしない。」「背中を押してあげる。」
- ・自然・文化・歴史など地域の多様な資源や特徴に応じた支援策を検討する。「地域からの視点を大事にする。」
- ・NPO等地域住民の参加に積極的に取り組む中で、人材の発見や育成に努める。「地域の人たちに教わる。」
- ・施策の展開やアフターケアにおいては、関係省庁の連携に努め、地域から見た「ワンストップサービス」に留意する。

## 4. おわりに

今回の実践会議においては、委員の方々から、基調講演・問題提起・国土交通省への期待等を語っていただき、その内容を基とした意見交換を中心に進め、最後に、全体の示唆・指摘を踏まえて、国土交通省としての地域づくりの考え方（また訪れてみたい地域づくりの考え方）をとりまとめている。今回、示唆・指摘された内容を見ても、必ずしも全ての委員が同じ考え方ではないのが見て取れる。今後の地域づくりに当たっては、こうした多様な見識があることを理解した上で取り組んでいく必要があると思われ、JICEとして様々な形で地域づくりに携わっていく立場として非常に参考となる内容となった。

### 参考文献

1) また訪れてみたい地域づくり研究会編集、2004年8月発行、「地域づくり実践の手引き」、大成出版社