

金丸弘美著

## 「地元」の力 地域力創造7つの法則

NTT出版 定価=1,600円+税

創意工夫に満ちたまちづくりをしている地方は元気だ。

人口2万人弱の愛媛県内子町は江戸から明治期にかけての町並み保存を行い、それを生活の場として使うことで、観光客100万人を誘致できる町となった。また、農家の直売所を景観に配慮したところに設置することで、60万人を呼べる地域産業に育て上げた。

長崎市は市民と行政の協業で、長崎市内の街歩きのマップを観光につなぎ、住民ボランティアが街中を案内するという地域資源を存分に活かした観光事業をつくり上げた。観光客は550万人である。長崎市の中心市街地には空き店舗がない。

三重県伊賀市の農業組合法人「モクモク手づくりファーム」は、農業生産、加工、レストラン、体験教室、農産物直売所などを融合させた新しい農業体験型総合アウトランド施設ともいえる産業をつくりだした。中山間地に50万人を呼んで売り上げ47億円、雇用400人を確保し、これまでの農業の概念を変えてしまった。

長野県根羽村は人口1100名。森林が92%を占める山間地である。村が製材所を買い取り最新鋭の製材機と乾燥機を導入。村外の設計施工家と直接に取引し、中間マージンを撤廃。設計家の要望に合わせた製材を行うというオーダーシステムを構築した。これによって森林資源の活用が復活。地元へ村外から若者が雇用でき、村民の3分の1を迎えるまでになった。

本書には、活力ある地域を生みだした全国各地と海外の18カ所の実践事例が取り上げられる。

現在、多く語られている「過疎化」「農業の高齢化」「地域の疲弊」「中心市街地の衰退」「観光の低迷」などが、全く当てはまらない。いずれもマイナス面として語られていた要素を逆手にとって、小さいが確実に地域に経済が生まれる仕組みを創造した。

新たな活気あるまちづくりが台頭してきて

いることが分かる。オリジナル性を生んだ所に、人が流れ、新たな経済が生まれているのだ。

一方で、経済優先の大企業誘致、箱ものや道路拡幅などの大型公共事業、大量生産の商品、大型出荷などに見られるような、これまでの人口増加と経済成長を見込んで生み出されたものは、地方では大幅に縮小し、あるいは移転してしまい、活力がなくなっていることも分かる。

取り上げられた活力ある地域は、個性を際立たせた手法を用

いている。そこに共通するのは、デザイン力、発信力、知恵力、コミュニティー力、編集力、伝統力、連携力である。いずれも自ら各地に出掛けて新しい発想を学び、外部の視点も上手に入れながら、人まねでない自分たちでのづくりをしている所だ。

小さな経済をつなぎ合わせ、それを地域全体に広げ、さらに街並みや地域性に溶け込ませることで、雇用や仕事を生みだしている。地道に積み上げてきたことが、持続的な社会を形成し、成長し始めているということが分かる。

それは、行政が主体を持ち、地域住民の創意を取り込み、地域ならではのものを活かした結果だと言える。こういったまちづくりが、今後の主流となるのだろう。 (K)

