

〈3〉地域資源を活用したまちづくり —清原地区を事例に—

市政研究センター 係長 井上 俊邦

1 はじめに

本市の「第5次総合計画改定基本計画」(平成25年3月策定)において、まちづくりの重点課題として本市固有の地域資源や地域特性などを活かした「都市の個性づくりと発信」や地域の人材・資源を十分に活用した「地域が主体となったまちづくり」を掲げている。

これからの時代は自分たちが暮らしやすいまちづくりの実現に向けて、これまで以上に地域住民が積極的にまちづくりに参画し、住民自らの手でコミュニティや地域の産業を活性化し、それを担う人材を育て、ノウハウを蓄積していくことが求められる。また、自分たちが暮らす地域の特性や文化、歴史、風土、慣習などを把握・理解・活用することによって地域の特性を活かした新しい地域社会づくりを進めることも望まれている。

このため、本研究では地域の潜在的な力を活かしながら、持続可能な地域づくりの実現を図るための手法の1つとして「地域資源の活用によるまちづくり」に着目した。

研究にあたっては、市内で地域資源を活用したまちづくりを先進的に行っている地域を取り上げ、調査分析を行うことにより、本市における「地域資源を活用したまちづくり」を進めるための方策について検討した。本報告はその概要である。

2 研究対象地区

「第2次宇都宮市都市計画マスタープラン」(平成22年4月策定)では、都市の全体像のほか、市域を5分割に区分して、地域別の将来像を示している。この5地域の中の「東部地域」に位

置する清原地区は、都市活動を支える機能を集約しようとしている「地域交流拠点」のテクノポリスセンター地区や「産業・流通拠点」の清原工業団地を有している。また、農業の生産高が高いほか、飛山城跡などの歴史遺産、清原球場などの運動施設があり、さらにこれらを利用したイベントも開催されるなど、地区内にまちづくりに活用することができる多様な資源が存在する。また、これらを活用して地域住民が先駆的なまちづくり活動に取り組んでいることなどから、清原地区を研究対象地区として調査を進めるものとする。

3 地域資源の分類

(1) 地域資源の捉え方

今村奈良臣氏によると、地域資源の多くは一般資源と異なり、「地域だけに存在し、その地域だけが利用できる地域的な存在であり、非移転資源であるからこそ希少性を持っている」¹としている。まちづくりにおいて活用できる多種多様な資源は、どの地域においても存在している。これらは使い方によっては、資源として活用することができる「潜在的な可能性」を秘めている。しかし、たとえ活用することが可能な要素をどんなに備えているものであっても、それを活用しようという意図や戦略がなければ、資源にはなり得ないということでもある。

(2) まちづくりを構成する要素

一般的に、まちづくりにおいては、ヒト・モノ・コトの3要素があり、それらのバランスが重要であるとされている。本研究では、この3要素の係わりについても視野に入れる。

○ヒト(人) ⇒ 地域資源を発掘、保全、充実できる「個人」、「組織」など

¹ 今村奈良臣「地域資源を創造する」『地域資源の保全と創造』農山漁村文化協会、平成7年

○モノ（物）⇒ 地域資源として活用できる「生産物」、「場所」など

○コト（事業制度・文化）⇒ 地域資源を活用する「機会」、「仕組み」、「行事」など

(3) 地域資源の分類

一般的に、資源と言えばエネルギーや森林などを連想するが、地域資源は、「地域産業の技術・製品」、「観光資源」、「農林水産資源」、「人材」、「地域の大学・研究機関」など、その地域に存在し有効活用できるものすべてが対象となりえる。

地域資源の分類は、明確な定義はなされていないものの、国土交通省地方計画課からの受託事業により三井情報開発株式会社²総合研究所が分類・整理した地域資源の分類の中に、ヒト・モノ・コトを組み入ると表1のようになる。

表1 地域資源の分類

分類	3要素			事例		
	ヒト	モノ	コト			
固定資源						
地域に固定されているもの 地域内で活用、消費されるもの	地域特性資源	地理的条件	◎	◎	地質、地勢、位置	
		気候的条件		◎		
		人間的条件	◎			人口の分布と構成等
	自然資源	二次的自然資源件		◎		人工林、里山、農地
		野生生物		◎		希少種、身近な生物
		鉱物資源		◎		鉱物素材
		水資源		◎		河川・池沼
		環境総体		◎		風景、景観
	歴史的資源		◎	◎	◎	遺跡・文化財、歴史的建造物、歴史的事件、郷土出身者等
	文化・社会資源		◎		◎	伝統文化、芸能、民話、祭り、イベント、スポーツ等
人工施設資源			◎		構築物、構築物、家屋、市街地、街路、公園等	
人的資源	技術資源	◎			技能、技術、知的資源等	
	関係資源	◎			人脈、ネットワーク、相互信頼、ソーシャルキャピタル等	
情報資源			◎		知恵、ノウハウ、ブランド、愛着、誇り等	
流動資源						
地域内で生産され、地域外でも活用、消費されるもの	特産的資源		◎		農・林・水産物等	
	中間生産物			◎	間伐材、家畜糞尿、下草や落葉、産業廃棄物等	

三井情報開発(株)『いちから見直そう！地域資源 資源の付加価値を高める地域づくり』2003の表を一部加工

² 現社名 三井情報(株)

4 清原地区の概況

清原地区は、平成25年12月末時点において、26,206人が居住しており、その年齢別構成比は表2のとおりである。かつての地域の産業は畑作を中心とした農業と鬼怒川の水運を生業とした農村地域であったが、昭和40年代以降は清原工業団地やテクノポリスセンター地区などの宅地の整備が行われ、現在、地区の土地利用の構成比は図1のとおりになっている。現在も農業は盛んであり、2010年世界農林業センサスによると「販売目的の作物別作付面積」は市内でもトップレベルの地区（清原村）である（図2）。

表2 清原地区の年齢3区分別人口
(平成25年12月末現在)

年齢区分	総数	男	女	割合(%)
0～14	3,941	2,027	1,914	15.04
15～64	17,118	9,258	7,860	65.32
65～	5,146	2,370	2,776	19.64
総計	26,205	13,655	12,550	100.00

宇都宮市住民基本台帳から作成

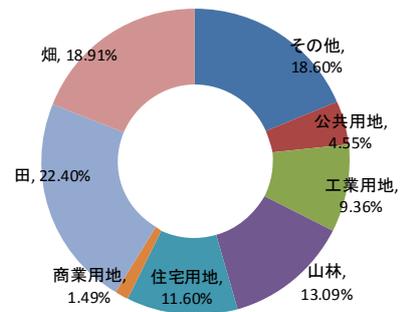


図1 清原地区の土地利用の構成比

栃木県平成24年度土地利用動向調査から作成

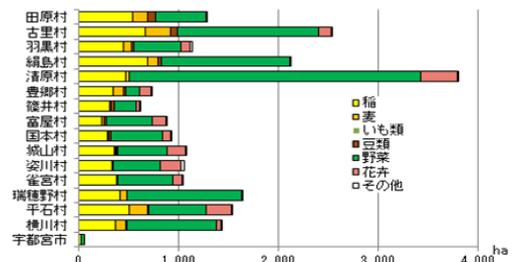


図2 販売目的の作物別作付面積

農林水産省 2010年世界農林業センサスから作成

地区内は小中学校のほか、高校や私立大学などの教育施設が所在している。また、清原工業団地には平成26年1月現在36社の事業所があり、約11万人が就労しているほか、工場の見学者として年間約1万人が訪れている。

さらに、清原中央公園内の野球場や鬼怒川の河川敷を利用した運動施設は、年間約46万人が利用するとともに、国指定史跡の文化財である飛山城史跡公園には年間約2万7千人が訪れている。3月に地域の住民らが実行委員会を組織し開催する「きよはら飛山まつり」をはじめとして、清原地区では年間を通じて、多くの来場者を迎えるイベントが開催され、主なイベントだけでも年間約46万人が訪れている。地域の主な施設利用やイベントでの来訪者は、年間約96万人と推計される(表3)。

表3 清原地区の主な施設・行事の来場者数

種類	施設名称	人数	小計	備考
工場見学	地域内工場 3社	10,024	10,024	24年度
イベント	宇都宮マラソン大会	6,257		25年度
	宇都宮花火大会	390,000		〃
	熱気球ホンダグランプリ	70,000	466,257	〃
運動施設	清原中央公園 清原球場	119,016		24年度
	清原中央公園 庭球場	37,399		〃
	清原南公園	6,643		〃
	石井緑地	84,495		〃
	柳田緑地※隣接地区	47,044		〃
	道場宿緑地	23,226		〃
	栃木県グリーンスタジアム	143,637	461,460	〃
文化施設	飛山城史跡公園	27,592	27,592	24年度
環境施設	エコパーク板戸	750	750	24年度
年間利用者			965,333	

施設管理者及び事業主催者からの聞き取りから筆者作成

このように清原地区は、農業や地域行事などの「内発的な要素」と工業団地やイベントの開催地としての活用など「外発的な要素」が融合している地区であるといえよう。

これらをヒト・モノ・コトで区分すると表4のように分類することができる。

一方で、清原地区は市内随一の農業地域にも係わらず、地区内に大規模な農産物直売所がなく、図3のように、イベント会場・集客施設や住宅地と地域の農産物等の販売所が離れており、これら

を結び付ける情報発信なども行われていない。

表4 清原地区の地域資源の分類

	内発的な要素	外発的な要素
ヒト	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民 地域団体(自治会・地域振興協議会・農業関係団体など) 地元企業 	<ul style="list-style-type: none"> 来訪者 就労者 学生 施設利用者
モノ	<ul style="list-style-type: none"> 地域内の生産物(農畜産物など) 地域施設(自治公民館・集会所) 教育施設(中学校2・小学校4) 鬼怒川、飛山城跡 宇都宮百景(5カ所) 地元小売店 指定文化財(国1件、市9件) 	<ul style="list-style-type: none"> 清原工業団地(工場・製品) 大型商業施設 地区外資本の企業・施設 公共施設(公園50カ所) 教育施設(大学1・大学校1・高校2) 関東富士見百景
コト	<ul style="list-style-type: none"> 地域主催行事(きよはら飛山まつり・文化祭・農業祭・スポーツ大会など) 環境保全・防犯・交通安全事業など 郷土料理(鬼怒の船頭鍋) 伝統行事(秋祭り・天祭) 民謡(鬼怒の船頭唄) 	<ul style="list-style-type: none"> 清原地区を会場とするイベント・行事(宇都宮マラソン・世界熱気球選手権・うつつのみや花火大会・防災訓練・水防訓練など)

筆者作成

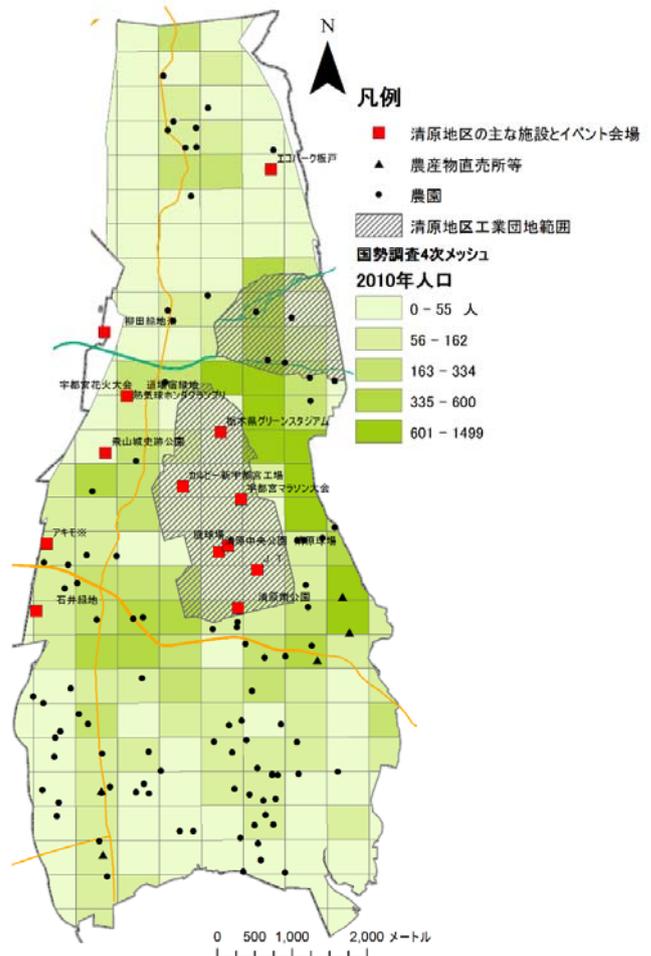


図3 イベント会場と農産物の販売所の分布

筆者作成

5 地域資源の活用事例

本章では、清原地区と長野県小布施町のまちづくりの事例から、地域資源の活用における共通的な要素を抽出する。

(1) 清原地区

清原地区における3事例をヒト・モノ・コトの視点で検証する。

1) 事例1：地元の農産物を使った商品づくり

① 農産物の活用

清原地区の面積の約1割は農地であり、特に畑地は市内の畑地の約4分の1を占めている。主な作物として梨などの果樹の生産と露地野菜などが作付され、これらの作物のほとんどはJAを通じた市場への出荷や生産者の直売により流通されている。

高品位・高品質の作物が生産される一方で、不整形や傷が生じたものは、廉価販売や処分の対象となる。しかしながら、生産コストは同じであることから、生産者はこれらの農産物の有効活用を望んでいた。

② まちおこしの素材探し

芳賀町に隣接する光が丘団地は、昭和40年に造成され戸数280、約900人が暮らす住宅団地である。昭和60年代までは、団地内に食料品店など小規模な店舗が10軒程あったが、平成20年には1店舗となり、地域住民の高齢化も進んでいる。

この団地で洋食店とパン屋を営む店主は、「団地の賑わいを取り戻したい」と考え、地元で収穫される食材を使い、「地域をPRできる商品づくり」を考えたが、生産者との接点がなく、また、地域の農産物に関する情報もなかったため、実現ができない状況にあった。

③ 地区市民センターでのマッチング

生産者も店主も自分が生まれ育った地域への愛着を強く抱いており、自らが持つ技能を活かし、

自分ができるまちづくりへの思いを地区市民センターに寄せてきた。

地区市民センターが、この両者を引き合わせる機会を設けたことにより、地元の農産物を使った加工品が作られるようになった。さらに、これを契機に互いの人脈やネットワークを広げ、地域内外でのイベントへの参加や異業種間の交流が行われるようになった。

2) 事例2：社会福祉事業と連携した地域農業

① 地域農業が抱える課題

清原地区は、市内でも大規模経営の農家が多く機械の導入による作業の効率化や多品種の栽培により、作業時期や出荷時期の平準化を行っている。このような取組が行われる一方で、果樹農家では、剪定した枝の収集や出荷用の箱の組み立てなど、人手を要する単純作業も多い。

他の地区と同じように農家の高齢化が進み、家族だけでは作業が賄いきれず、作業員を短期的に雇用することも経済的にも難しい農家もあり、労働力の確保が課題であった。

② 社会福祉施設の課題

地区内にある社会福祉施設では、障がいを抱え、就労に結びついていない利用者の労働の場の提供に取り組んでいたが、労働の場を提供しようとする企業が思うように見つからず、利用者と労働の場の提供者とのマッチングが課題であった。

③ 地域活動を通じた相互連携

果樹園の経営者と社会福祉施設の経営者が、地域活動を通じて互いの課題を認識したことにより、施設の近郊にある経営者の果樹園で労働の場を確保することが可能になり、継続的な単純作業を集中して行えるという障がい者の能力が活かされ、繁忙期や高齢農業者の作業支援が可能となった。

地域内の交流の機会を通じて、異業種が抱える課題に解決に繋がった事例である。

3) 事例3：境内地を利用した交流の場づくり

① 集落の共有の場

刈沼町には町名の由来となった農業用の溜池「刈沼溜」があり、沼に近接して集落の鎮守がある。また、かつて畔には湧水を沸かした鉱泉温泉があり、「湯場」として集落内外の人々が交流できる場でもあった。

② 集落の人々の交流の場づくり

集落では水源と交流の場の保全を図るため、溜池を整備し畔に桜を補植するなど、景観づくりに取り組み、平成23年2月に「認定とちぎのふるさと田園風景百選」に選定された。これまで伝統的に行われてきた神社の秋祭りに加えて、4年前より桜の開花時期に併せて「さくら祭り」を始めたことにより、集落到留まらず近隣の住宅地からも多くの来場者が集まり、古くからの「集落の集い場」が新たな交流の場として息を吹き返した。

③ 人々の交流の地域活動の披露の場

秋祭りでは氏子らによる神事や子供相撲の奉納などの伝統行事が行われた後、集落の人々による模擬店や地元消防団による放水展示などが行われている。また、春に行われるさくら祭りでは、イベントを通じて刈沼の素晴らしさを多くの人たちに知ってもらうために、自治会の協力はもとより、地域にあるスタジオで練習・活動するアーティストや料理店も参加している。集落の集いの場が、集落の伝統の継承と、地域で活動している人々発表を通じた、集落の人々と新たな住民との交流の場となっている。

4) 事例から導き出される要素

① 構成要素の分類

表1の分類を用いて清原地区の事例を分類すると表5のように整理することができる。

② まちづくりに求めるもの

本事例から、まちづくりに取り組んでいる人たちが必要としている事項として、「地域の情報」、「交流・活動できる場」、「人やモノのコーディネーター」などがあげられる。

表5 事例の分類

	ヒト		モノ				コト		
事例1	生産者・料理店主		地元産の農産物				地域商品の開発		
事例2	生産者・社会福祉施設の利用者		農地				効率的な農業経営		
事例3	地元在住民・団体		境内地・溜池・広場				行事による交流		
地域資源の分類									
人的資源			自然資源						
技術資源	関係資源	情報資源	二次的自然資源	水資源	環境総体	歴史的資源	人工施設資源	文化・社会資源	特産的資源
労働力・技能・技術・知的資源	ネットワーク・相互信頼	愛着・ノウハウ・誇り	農地	溜池	景観	神社	桜の植栽	伝統行事	農産物

筆者作成

(2) 長野県小布施町

平成25年12月16日に長野県小布施町において、同役場職員へのヒアリング調査を行った。

1) まちづくりの方針

小布施町は、長野県北部の長野盆地に位置する自然に囲まれた町で、町役場を中心に半径2kmの円にほとんどの集落が入り、町の人口は約11,000人、住民同士が互いに顔を知り合える相識圏が形成されている。周辺市町との合併を行わず、地域資源を活用したまちづくりを進めている。行政面積、人口とも本市の瑞穂野地区とほぼ同じ規模である。年間120万人もの観光客が訪れているものの、町では宿泊を伴う「観光ビジネス」を主要産業と捉えてはおらず、主要産業はあくまで「農業」であり観光地ではなく農産物の生産地であることを根幹に置いた地域戦略に取り組んでいる。このため、来訪者に町への好感を持ってもらい、栗やリンゴなどの特産物やこれらを加工した商品の販売につなげ、「量」ではなく「質」を地域のブランドに結びつけている。

2) 地域資源の保全と活用

葛飾北斎は、高井鴻山の招きにより小布施に訪れ、多くの肉筆画を残したが、町ではこれらが画商により町外に散逸されることを危惧し、北斎の作品の収集と併せ、住宅団地の整備による利益を活用し、作品を展示する「北斎館」を整備した。また、郷土の芸術家の作品を展示する美術館や江

戸期に作られた屋台を展示する収蔵庫の整備を行っており、民間の美術館や寺社仏閣も所蔵品を公開している。

町の顔とも言える商家の見世蔵が点在する中心部は、建築家の宮本忠長氏がアドバイザーとなり、建物の外観を強調し周辺景観と調和を図る町並みの「修景事業」が行われ、これらの建物は現在も建物本来の用途で利用され、地域の特産品の販売所として町の魅力を高めている。また、「おぶせフラワーセンター」を整備し、町民に花きの生産と技術の普及に取り組んでいる。これらは個人の庭づくりに活かされ、現在38軒が庭を公開し、花きを用いたまちづくりにもつながっている。

3) 地域愛の醸成

町の教育機関は小中学校のみであり、高等学校以上の高等教育は町外で受けることから、町から若者が流出し、そのまま転出につながる可能性がある。このため、町への定着を促すため、小学生から歴史建造物などの町の歩みに関する知識を習得させている。また、野道や路地などを走るマラソン大会には7千人、町民運動会には3千人が参加するなど、個人・団体ごとに地域愛の醸成を図る取組が行われている。

4) 町外の能力の活用

町外からの意見もまちづくりに取り入れるため、東京理科大学・信州大学・法政大学と行政課題についての共同研究に取り組み、外部の若者の力をまちづくりに活かしている。

5) 「町民力」づくり

役場の職員のほとんどが町民でもあり、行政と地域の関係が近いことから、「町の資源」を町民と行政が価値観を共有しながら、自分たちが暮らしやすく、来訪者が親しみをもちまちづくりに取り組んでいる。町では小布施の宝は「人」であるとし、心と心、人と人との交流を大切にしている。来訪者が小布施の人々の暮らしぶりに触れながら、

互いの「よいもの」を交換し合うことにより、小布施に暮らす人々の生活文化の向上に寄与する取組は現在も息づいている。山間地域の風土とともに育まれた人と人との自然体での信頼関係がしっかりと根付いている。

6) 小布施町のまちづくり

本視察を通じて、ヒト・モノ・コトの観点から、以下のことを捉えた。

- 小布施町では、自然や環境などの地域の風土と、長い年月とともに培われてきた人々の営みとが調和した「まちづくり」が行われている。(ヒト・モノ)
- 町内の資源を把握し、町民と行政が価値観を共有するとともに町外へも発信を行い、評価を取り入れることにより、地域資源の質を高め、町の魅力を高めている。(ヒト・モノ)
- 自分たちが暮らす「小布施」への愛着を育くむ教育が行われている。(ヒト・コト)
- 小布施の魅力にひかれた来訪者が「カネ」を落とし、町の経済に寄与している。(コト)

6 清原地区のまちづくりへの意向

清原地区での事例について、地域資源の活用に繋がる住民の意識・意向があったのかを検証するため、清原地域振興協議会が「清原地域ビジョン」の策定にあたって地域住民を対象に実施したアンケート調査の一部を用い分析を行った。

(1) アンケートの概要

調査実施	平成22年10月～11月
回答者	15歳以上の清原地区の住民
配布数	6,150世帯
回答者数	3,943人
回答率	64.1%

1) 設問①「清原地域の産業・農業分野の将来の目指すべき姿はどれだと思いますか？」(複数回答2

つまで)

図4のとおり、約6割の住民が「安心・安全な農産物が供給」を望んでいる。また、「農業経営の基盤の整備」や「清原ブランドが内外に浸透」を約3割近く住人が望んでいる。

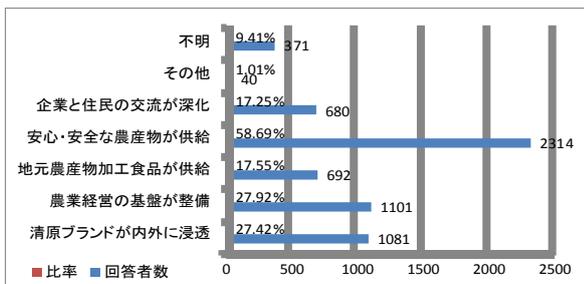


図4 産業・農業分野の将来像

清原地域ビジョン策定に関するアンケート調査から作成

2) 設問② 産業・農業分野の実現のためには何が
必要だと思うか (複数回答3つまで)

図5のとおり約4割近くの住民が「後継者ができる農業」と答えており、農業の持続性を期待するとともに、清原産農産物の市場を広げるため、大型直売所の設置や地元企業との交流やアイデア農業も高い回答率を占めている。

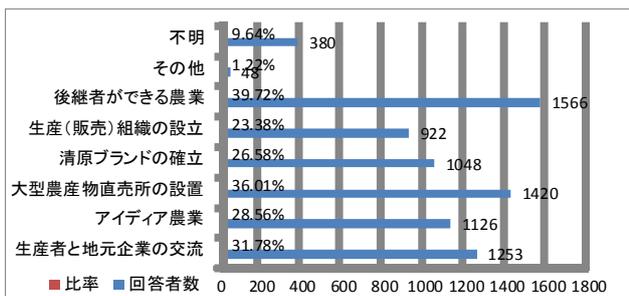


図5 産業・農業への必要な要件

清原地域ビジョン策定に関するアンケート調査から作成

3) 設問③清原地域のイベント分野の将来の目指すべき姿はどれだと思うか? (複数回答2つまで)

図6のとおり「イベントによる地域の一体」、「特性を活かしたイベントの開催」、「イベントの開催による地域振興」、「情報発信による地域の活性化」などがほぼ同数であり、イベントを通じて内発力を高め、地域振興や地域が一体になること

を望んでいる。また、地域の情報を地域内外に発信し、地域が活性化することも求めている。

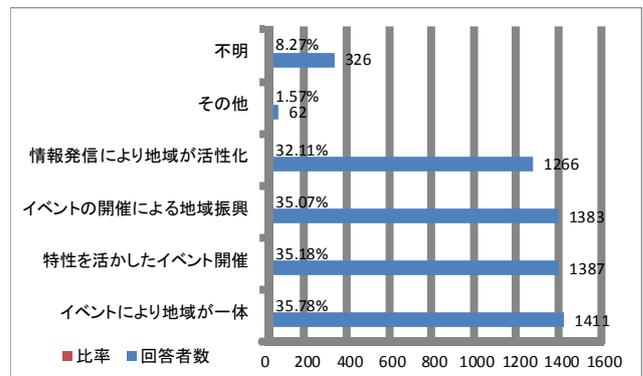


図6 イベント分野の将来像と方策

清原地域ビジョン策定に関するアンケート調査から作成

4) 設問④イベント分野の実現には何が
必要か? (複数回答3つまで)

図7のとおり「人材の育成・充実」に約4割の回答があり、またそれを支える「支援体制の強化」や「地域意向の把握」も高い回答率になっている。

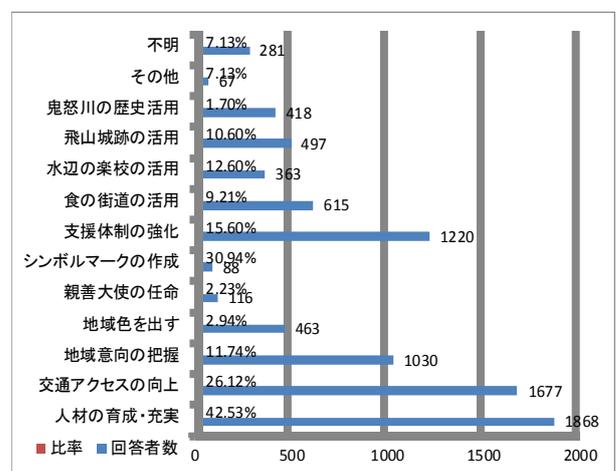


図7 イベント分野の必要な条件

清原地域ビジョン策定に関するアンケート調査から作成

(2) 地域の意向

本アンケート調査結果をヒト・モノ・コトの観点から整理すると以下のことが見えてきた。

- 安心安全な農産物を持続的につくり出せる環境・基盤づくり。(ヒト・モノ)

- 清原の地域ブランドの確立と浸透(モノ・コト)
- 大型農産物直売所の設置 (モノ)
- 地域の特性を活かしたイベントの開催(ヒト・コト)
- イベントによる地域の一体と人材の育成(ヒト・コト)

7 地域資源の活用の在り方

本章では、これまで整理した事項を踏まえ、本市において地域資源を活用したまちづくりに効果的であると思われる事項を記載する。

(1) 地域資源の活用のポイント

これまでの分析から、まちづくりを進めるには以下の事項を強化することが必要であると思われる。

- 地域情報の集積・評価・発信
- 地域の人々の交流の場・機会の創出
- 地域コーディネーターの確保・育成
- 地域愛の醸成

(2) ポイントの具体的な強化事項

① 地域情報の集積・評価・発信(モノ・コト)

地域住民が主体的に地域資源を活用したまちづくりに取り組もうとしても、自分たちの暮らす地域の現状や資源を把握できなければ、自らの力でまちづくりを進めることができない。各自治体では役場や図書館などに自治体誌や行政資料が備え付けられており、また、ホームページにより情報が外部にも発信され、自治体の概要を容易に把握することができる。

一方、本市の各地域では、地域の概要が取りまとめられた資料は少なく、まちづくり組織による地域内の活動状況等をまとめた「地域情報紙」を市内39地域のうち38地域で年1回～6回発行している程度である。また、ホームページによる情報

発信は3分の1以下の11地域でしか行われていない。

地域住民が主体的なまちづくりを進めるためには、地域全体を俯瞰的な視野から捉えるとともに、幅広く地域の情報を収集し、これらを地域の人々が共有することができる環境づくりが必要になる。また、これらの情報をもとに、幅広い視点や専門的分野から評価も踏まえながら、地域資源の価値を高め、利用の可能性を広げるため、地域内への浸透や地域外へ周知を図る情報をこれまで以上に発信することが必要だと思われる。

② 地域の人々の交流の場・機会の創出(モノ・コト)

小布施町のような小規模な自治体は、行政と地域との距離が近く、地域からのニーズを把握しやすい。また、行政の意向も住民に伝わりやすいことから、相互に連携しながらまちづくりを進める関係が構築されている。本市のように地域が主体的にまちづくりを進め、行政が支援する構図においては、市民がまちづくりの当事者としての意識を持ち、地域内や地域間での交流・連携によるネットワークの構築を図ることが求められる。

この中で行政が担う役割として、地域の拠点である地区市民センターの機能を活かし、イベントや施設の提供など人々が交流・活動することができる「場づくり」が必要である。

③ 地域コーディネーターの確保・育成(ヒト・コト)

第5章の事例1で取り上げたように、地域に暮らす人々は、組織や団体で抱えている課題の相談場所として、地区市民センターを「よりどころ」にしている。これは職員の中立性と行政が持つ幅広い情報とネットワーク、ノウハウ等が提供されることに期待しているものであり、地区市民センターが「ハブ」となって、地区内のヒトとヒト、ヒトとコト、ヒトとモノや地区外からの専門家の紹介、地区外で行われるイベント情報など、地区

外のヒト・モノ・コトを結び付つけるコーディネーター機能が求められる。

ただし、行政の支援には制限があることから、幅広い分野でコーディネートをすることができる人材の確保や育成も必要になる。

④ 地域愛の醸成（ヒト・コト）

中心市街地にはヒト・モノ・コトが集まり、にぎわいと経済が活性化される一方で、周辺地域には他の地域にない自然や伝統文化、人々の絆が残り中心市街地と違った魅力がある。活性化している地域とそうでない地域の差は、人々のまちづくりへの関わり合いの差が大きいものと思われる。

まちづくりに携わっている人々が共通して持っている価値観として、自分が生まれ育ち、現在も暮らしている地域の風土や文化への「愛着」と「誇り」を持っており、特に地域の人間関係を大切にしている。このような「地域変革の志」を持つ人たちの基本条件として、「市民主体（市民、個人事業者、市民団体、NPO などを含む市民起業型の事業）」、「地域密着（地域の様々な資源を活用した地域密着の事業）」、「地域貢献（事業利益を地域に還元する地域貢献型の事業）」があり、その根幹に、「地域を愛する心」「地域を良くしたい志」があるとしている³。

清原地区では、表6のとおり地域集会所を利用して住民が直にふれあう機会が多く、農村地域では集落単位で集会所を保有している。

また、図9のように清原地区においても、5年以上暮らす人の割合は6割程度になっており、地域外からの転入してきた住民が、地域づくりへの興味や関心を持てるための機会づくりが求められる。

地域のことを一番知っているのは、地域に暮らす人々であり、人材こそが地域資源を活用する「鍵」

となる。このためには、人材の「発掘」と「育成」を図りながら、コミュニケーションの場をつくることが重要であり、本市においても地域ごとで地域のことを知り、「地域愛」を育む機会を設けて、地域全体の人的能力の向上を図る必要があると考える。

表6 地域集会所の利用回数（平成24年度）

町名	形態	人口	世帯	利用回数	集会所
板戸町	農村	1,249	455	323	4か所
桑島町	農村	192	60	160	
上籠谷町	混在	2,547	913		2カ所
清原台1丁目	住宅	1,120	529	197	
清原台5丁目	住宅	1,789	880	410	

各自治会への聞き取りから著者作成

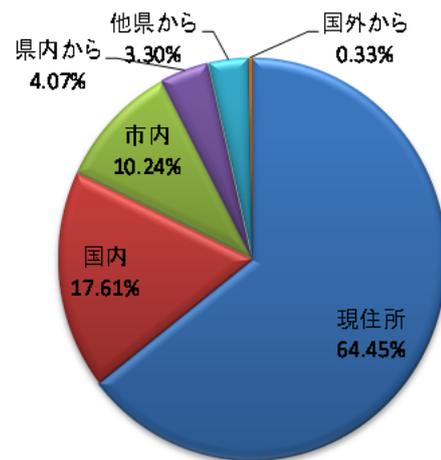


図9 5年前の常驻地

総務省統計局平成22年国勢調査から作成

(3) 地域資源の活用の流れ

地域で暮らす人々が地域の「資源」に気づき、活かすことにより、地域内のコミュニティの活性化が図られるとともに、地域外との連携も期待される。これによって地域では、まちづくりのノウハウを得るとともに、地域経済の活性化が図られることにより、まちづくりの財源の確保も見込め、これまでの行政依存の体質から脱却し、自主・自立したまちづくりが進められる好循環が期待できる。この流れを整理すると、図10のようになる。

³ 境 新一 「社会的課題解決ビジネスと社会的企業に関する考察」成城・経済研究第187号2010.

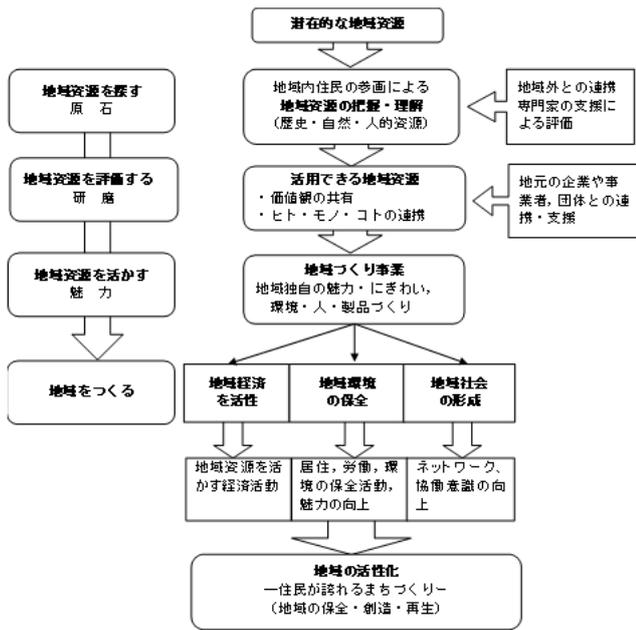


図 10 地域資源の活用の流れ

筆者作成

(4) ヒト・モノ・コトの相関関係

本研究は、事例をもとに地域資源の活用をヒト・モノ・コトの観点から検証を進めてきた。いずれの事例においても、ヒト・モノ・コトの有機的な結びつきによるバランスが図られ、まちづくりへの効果が生み出されている。この相関関係を整理すると図 11 ようになる。

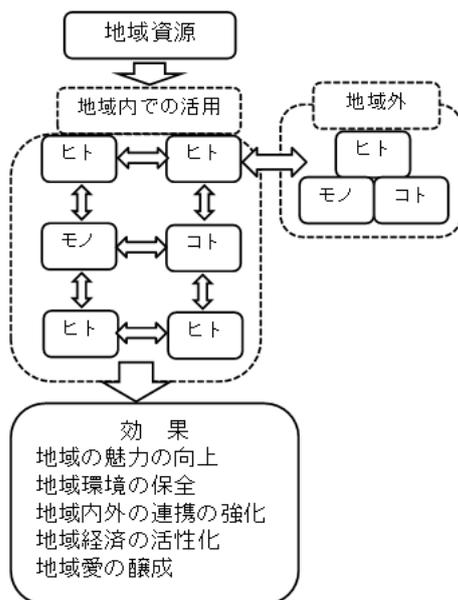


図 11 ヒト・モノ・コトの相関図

筆者作成

10 まとめ

地域資源を活かすためには「どのように地域づくりを進め、地域で暮らす人々が守り伝えていくものは何か」といった、地域に暮らす人々でしか分からない身体に染みついたものは何かを意識し、あらかじめ地域の中で価値観を共有し、形にしていくことが大切である。地域の人からは、「うちの地域には価値があるものは何もない」、「昔からあるのは知っているけど、どんないわれがあるのかはわからない」などの話をよく聞く。

地域の人たちからは、暮らしや風景の一部になって「当たり前なもの」であっても、地域外からの「よそもの視点」で捉えて評価すると、地域づくりの宝になりえる「原石」が発見されることもある。

これを人々が「研磨」し、地域の魅力を高めることにより、新たな「地域の宝」になることが期待できる。

地域資源を活用することにより、地域が活性化し、その恩恵を一番享受するのは、その地域に暮らす人々である。

末筆ながら本稿の作成にあたり、視察調査及び多くの報告書等から貴重な示唆を受け、その概要を引用させていただいた。そのすべてを明記するのは困難であるため記して感謝申し上げる。

参考文献

地域資源を活かした地域活性化策に関する調査研究会 財団法人・北海道市町村振興協会『地域資源を活かした地域活性化策に関する調査研究報告書』平成 20 年