

ウ 講演内容

「地域住民の創意と工夫で

農村地域資源を地域産業へ」

(株)日本総合研究所行政改革クラスター長 岸田拓士

はじめに

皆様こんにちは岸田と申します。地域をどうやったら元気にできるのか、住民と行政がどういう役割を担えば、住みよい・誇りの持てる地域ができていくのか、私はそんなことを考えながら、地域振興をお手伝いさせていただいております。

このような地域の振興を考える会の記念講演にお呼びいただいて、本当にありがたく思っています。今事例発表を二つ拝見させていただきました。あの事例の中に、何か今日私が申し上げたいことがぎゅっと詰まっていました。

どういうことかと申し上げますと、栃尾市さんのお話は、一つ一つはそんなに大きなことはないんです。でも、一つの特産品開発が他の特産品開発を生んでいって、みんなが動き始めている。一番初めに名水を核にした活動が動き始めると、じゃあ自分たちは何をやるのかと考え始める。それで、かなり多くの特産品が生まれ始めています。どれを取っても、東京の大市場を揺るがすような、そんな大きな経済活動にはなっていない。でも、祭りでは、全部売ってしまう。非常に地道な、これからもずっと続いていくだろうそういった活動がなされています。

後から少しご説明しますが、英語でコミュニティビジネスなんていう言い方が今流行っているんです。そういう言葉がなくても、実際に行われている地元の活動を栃尾市さんの事例からは学びました。

もう一つ、かたくり一座の皆さんの事例は、ちょっと重いお話だったですね。今、21世紀に入って、地方分権とか住民参加のまちづくりとかそういったことが当たり前のように話されています。何でそういったことが大事なのか、一つ一つ自分たちの頭で考えてみたいと思っています。武力ではない、話し合いで根気よく行政と住民が一つの合意に向かってまちづくりを続けていく。今ワークショップなんて

いう言葉がありますけれども、あの劇の中には住民と行政との会話、そういったものが自分たちの幸を生んでいくという、深い物が入っていたかと思います。

私が今まで地域振興に携わってきて、どうやったら地域が元気になっていくのか、私の意見を発表させていただきます。その中で、なるほどその通りだねっていうご意見もあれば、いやいや、都会の人がちょっと田舎を見て感じている感想に過ぎないねと、そういったご批判ももしかしたらあろうかと思っています。

何とか自分たちがいいまちをつくる、これから高齢社会に向けてどういったまちをつくっていったらいいのか、そういうことを考える時間にしたいと思います。また、あとで質問やご意見を頂く時間も取りますので、お話を聞いてください。

お手元に二つの資料がいつているかと思います。一つは、「地域住民の創意と工夫で農村地域資源を地域産業へ」です。これに沿ってお話をさせていただきたいと思います。時折、もう一つの少し厚めの資料集を引用しながら、元気のあるまちではこういった工夫がされているんですよといった事例に基づくお話を補っていききたいと思います。

それでは、資料をまずご覧ください。ざっと今日どういうお話をさせていただくのか申し上げます。まず初めに、1ページに地方分権を考えるなんていう非常に固い話が出てきています。

今、国もかなり厳しい財政状況です。各市町村も厳しいという中で、三位一体といって権限とか税収とかを地方に大幅に委譲して、それぞれのまちがそれぞれのまちで責任を持って良いまちを作ってくださいということです。国が指導するあるいは描くような画一的なまちづくりから、それぞれの地域の個性あるまちづくりといったものをやってくださいという流れにきています。一言で言うと、それを地方分権と言います。

これは私のルールなんですけれども、ある難しい言葉が出てきたら、それを自分の子供が「なるほど、パパ分かったよ」と言う。そういう日常会話を通じてお互いに理解ができるような言葉にかみ砕いて考

えていきたいと思っています。

1 ページの地方分権というものを少しかみ砕いて、それが今後のまちづくりにどうつながっていくのか考えていきます。

2 ページ目をめくってください。そういった地方分権といわれる中で、かたくり一座のお話じゃないですけれども、行政と住民がどういった役割分担を担えばいいのか。極論しますと、すべて住民が決めるということで、何もかも住民投票をするのか。それが豊かな暮らしでしょうか。私は決してそうは思っていません。行政と住民とが役割を担いながら一つのものを作っていくことが大切だと思います。じゃあどういった役割があるのか、そういったものを2 ページ目で考えてみたいと思っています。

次に3 ページです。そういった住民と行政がそれぞれ役割を担いながら、協力して活動し、協働あるいは連携するためには、どういったことを具体的にやればいいのか。この行政と住民の協働とか連携というのは、どういった形で具体的に表れるのか。そういったものを3 ページにまとめています。

次に4 ページです。住みよいまちというのは、それぞれの地域に住む人々が何でも話し合える、いわゆるコミュニティだと思います。これを今一度見直して、人々が単に生産活動だけに従事するのではなく、コミュニケーションを通じて豊かなまちづくりを担う。そのコミュニケーションの中からそれぞれの地域に合った活動が生まれて、その活動が経済的な活動にもつながっていくことになります。

昔は、そういったことをするとどのような経済効果があるのかという、経済効果のあるなしが非常に大きな決め手になっていた時期がありました。でも今はそうではありません。経済効果は徐々に生まれてくるものです。

森永卓郎さんというエコノミストが、「年収 300 万円時代を生き抜く経済学」という本を書かれています。暮らし方次第で、経済よりももっと大切にしなければならないものがあるのかもしれない。そういった点で、コミュニティというものを考えたいと思います。

この四つの段落から入っていて、その次に特産品

開発や都市との交流、若者が変えるまちづくりなどの全国の事例を通じて、様々な地域の工夫やチャレンジ精神などをご紹介しますと思っています。

地方分権を考える

今一度1 ページに戻ってください。この地方分権でよく言われるのは、自分たちのことは自分たちで考えて行動しなさい。そして、その結果に対してもちゃんと責任を取るんですよということです。固い言葉ですけども、自己決定・自己責任というように、地方分権という言葉が置き換えられたりしています。マスコミなんかでもよく使われています。

この自己決定・自己責任の自己っていうのは、果たして誰のことを言っているんだろうかと考えてみました。

それを考えてみますと、自己というのは行政だけじゃないと思います。行政が決定して、行政が責任を取るっていうのもおかしい。住民が決定して住民が責任を取るというのもこれもおかしい。地域全体ではないかと思います。

地域全体と言いますと、行政とか住民とか、もうちょっと大きく考えると、環境、自然、そういったものも含んで、みんなで考えてまちづくりを行って、そのまちづくりに対してみんなで責任を取ることでないでしょうか。

30 万都市であればすべての分野において一定規模の、あるいは一定水準のまちづくりができるかもしれません。ところが、1 万人程度の規模になってきますと、どうしても全てのものを都市以上の水準にもっていくというのは困難になってきます。その中で、若者が集まるまちづくりにしようとするのか、高齢者が安心して暮らせるまちづくりをしようとするのか、環境を大事にしようとするまちづくりにするのか。これは全部が大事なことです。全部が大事なんですが、その中でも優先度を付けてまちづくりを考えていかなければならないと思います。

そういうことを住民と行政が協働で考える。そして自分たちの将来を託す。その代わりに、そうやって作り上げたまちに関しては、他の所と違っていてもそれはその地域の個性だと誇りを持ち、他の地域

を羨むことのない、自分たちの決めたまちづくりに対しては自分たちが納得していくということだと思います。

2 番目は、” 自己決定・自己責任は何を決定するの？ ”ということです。自己すなわち住民と行政が、その地域の自分たちの豊かさを決めることです。豊かさには、お金の豊かさあれば精神の豊かさあれば人と人とのしゃべることの豊かさなどいろいろあります。その地域の豊かさを何に求めるのか。これを自分たちが決めることが自己決定です。

具体的に言いますと、行政がまちづくりにおいてどういった分野に予算を多く配分するかということにもなってきます。あるいは、住民がいろいろな活動をするに当たって、どういったところに支援を手厚くするかということです。

私は市町村合併を担当していますが、合併後新しいまちをつくったときの目玉の事業として、ワンコイン介護保険をしたいというところがあります。合併した結果、介護保険を 100 円にするというものですが、それもやりようによってはできない話ではないんです。しかし高齢者のための合併なのか、住民全員の総意でそういったまちづくりを望むのか。そこに少し疑問が残ります。

今後どういったところに重点を置くまちづくりをするのか、それを自分たちで決定していく。そして、その自分たちが決めた豊かさに対して頑張っていく、そういう責任があると思っています。

よく勝ち組、負け組と言われる地域間競争があります。我々コンサルタントも、たくさん仕事の来る人となかなか仕事の来ない人と、そういった競争が自然と生じます。それはたまたまどういった分野を担当しているかによっても違ってきます。このまちづくりも同じです。自分たちの豊かさを自分たちで決めるのだから、他のところとは違うまちづくりになるわけです。

人が集まるまちづくりをしたときに、例えばこの地域で修学旅行とか観光客、グリーンツーリズムを大々的に目指すします。もし隣町で同じようにグリーンツーリズムをやっていると、お客さんの取り合いになるかもしれない。

そういったところを、地域間競争と言うのではなくて、地域間の連携を目指すのです。お互いのお客さんが、A 地域と B 地域を滞在型でぐるっと回っていくという交流型グリーンツーリズムをやるとか、あるいは地域間で連携してお互いの得意技を違うものにするのです。単に勝ち負けの競争だけではなくて、共に生きていく、そういった連携というものが可能になってくると思っています。

ただ、これはある面きれいな事かもしれません。それぞれが成功するまでは同じことに向かって競争しますから、地域間競争といった側面も否めないかもしれません。

次に ” 何が目標？ ” とあります。これはその地域ならではの、真似のできないまちづくりのことです。何で真似ができないのがいいのか。それは、競争にならないからです。ほかの地域が光っても、自分たちの地域の自分たちのような光り方ができるか。だから、今栃尾市さんは、名水を使った産業振興であるとかまちづくりを考えておられるます。あれは名水がなかったらできないことなんです。その地域特有の文化であるとか資源というものを本当に真剣に探す必要があると思います。

その次に、” 何から始めようか？ ” とあります。ここで今申し上げた地域資源、あるいは地域の誇り、もっと平たく言うと自慢です。こういったものは、もう住民の方は当たり前に思われていて、なかなか気が付かないんです。けれども、今一度地域資源というものを見つけて下さい。

どのような方法でやればいいのか。それは次に書いてあります。新潟県の吉川町が法政大学と組んで、若い学生の目から、あるいは都会の目から自分たちのまちのいいところをアドバイスしてもらおうという動きがあるという新聞記事を見ました。

産学官連携っていうと、何か工業的に実験を繰り返して特許を取っていくというような産学官連携が多いんですけれども、人と人との交流という意味の産学官連携だと思います。

私はこれはきっと先進事例になると思います。ここにも吉川町さんいらっしゃったら、どうか頑張ってください。そして、この成果をホームページと

かマスコミで発表なさってください。

よく、小学校、中学校の修学旅行とか農村体験があります。ああいった子供達の笑顔が楽しい。それによって高齢者の方々が元気になる。あるいは高齢者の方々が持っておられる技を皆さんに知らせることができる。そういうことも非常に有意義だと思います。しかし、地域の資源を見つける大人の目で定期的に訪ねて来てきてもらう。一過性でなく継続することが非常に重要なんです。私はこれに非常に期待しております。

それで、そういった自己決定・自己責任から始まって地域資源を見つけていく。そうするとどうなるのか。次の”地方分権時代は、地域が知恵と誇りで輝く時代”です。

この輝くというのは、経済的にお金が儲かるということではありません。この輝き方は、その地域の方々がどう輝こうか自分たちが決めた輝き方、自分たちが誇りに思えること、そういったことを自分たちで決めるんです。

”地域資源の発見・創造・活用に地域が協力して取り組む時代”です。ここには地域資源の発見・創造・活用と書いていますが、創造とは何ものなければ今から作り出してもいいんです。

埼玉県の富士見市というところが、そばをものすごく大きな鉄板を使って焼いて、そば焼きを特産品に作り上げました。あるいは、ご当地ラーメンといったものも地域資源を作りだしているんです。

何で作り出すのか。食べ物で作り出すのか、芸能でいくのか、歴史文化、偉人伝の中からそういったものを持ちだしていくのか、いろいろな方法があると思います。なければ作り出すのです。

ときどきこういうお話をさせていただくと、ちょっと青臭いねと言われちゃうんですけど、この言葉を信じているんです。「意欲のある、がんばる心が活かされる時代」である。

若者がその地域で生きることを誇りに思える、そして高齢者の方が自分たちの経験とか技を伝えることのできる、そういう場がある地域、そういった地域が一つの理想だと私は考えております。

ですから、今後それぞれのまちが異なる輝き方を

していくでしょう。逆の言い方をしますと、努力しないところは人は去り、若者は去り、財政的にも厳しくなっていく。これはもう必然なんです。

地域のがんばりで、輝くようがんばってもらいたいと思います。

行政と住民の役割分担を考える

そうするためにはどのような活動がいるのでしょうか。2ページ目をご覧ください。ここに大きく結論めいたものを書いてありますが、公務員とは行政あるいは役場の方はです。コーディネーターというのは、分かりやすく言うと世話人、あるいは世話好きの人のことです。自分たちがこうしたらどうかという発案もするんですが、それ以上に住民の声を取り上げて世話をする人です。

例えばお母様方が何か特産品を使って活動したい、商売をしたいと考えました。それで、会社を作りたいと言ったときに、物は作れるけれども、会社はそれだけではいけません。会社の作り方とか経理とか、それ以外のところも重要です。そういった申請手続だとかは行政が代わりにしてあげる、あるいはそういったことを得意な人を見つけてきてあげる。すなわち、住民のやる気、やりたいことを何とか応援する。そういった意味合いを込めてコーディネーターと呼んでいます。

下の方に、”住民の知恵と勇気が地域ビジネスの支え”とあります。これ本当なんです。ちょっと次のページの話、先走って申し上げますけれども、4ページ目にコミュニティビジネスというのがあります。4ページ目の下の方に事例研究があります。ここはタイトルしか書いておりませんので、もし気になる言葉があれば書き込んでみてください。

ここに載っている例は非常に有名な例ばかりですから、インターネットで検索していただいたら、詳しい情報はすぐ取れます。

まず、岩手県葛巻町の森のそばやです。ここでは水車を回してそば粉をひいて、家庭でみんなでそばを食べていました。その地域の当たり前の習慣だったんですね。ところが都会人が見ると、それは非常に新鮮な風景に映って、この水車を使ったそばとい

うものをビジネスにしようと考えました。最高齢 76 歳、17 人のお母さん方のビジネスなんです。これをやろうとして、10 年間努力されたんです。東京にある高島屋というところが応援したり、紆余曲折いろいろありましたが、その方は地域を元気にしたいというその信念で 10 年間がんばられて、今は全国を代表するビジネスになっています。

その次の小川の庄というところは、金額的にもすごいところですよ。お焼きとは野沢菜とかなすなどの野菜を使ったまんじゅうなんです。50 代 60 代の女性の方々が、それを作って売ること、年間 8 億円の売上げがあるんです。なにがすごいかっていうと、その売上げっていうものは、材料も、あるいは買う人も地域の方々が大半ですからほとんど地元で還元されるのです。今ではオーストラリアから小麦粉を購入するということで、国際交流が始まっています。

ですから大企業を呼んで、工場を建てて生産活動が始まりますが、地元と経済的な交流がありません。そういった企業誘致の方策よりも、地元で行われるこういったビジネスの方が地元の経済的な潤いは大きいかもしれません。

もう一つ、アモールトワというところが足立区にあります。商店街は今、東京でもそうですが、一部の高級ブランド店じゃないところはかなりシャッター通り化しております。その中でここは何をしたか。商店街が高齢者向けの宅配事業をやり、学校給食を受託しています。商店街のお店で学校給食を作るんです。地元病院の中にレストランを作って、その経営を行っています。本来だったらライバルになる大型のショッピングセンターの清掃事業を請け負っています。全国の特産品も取り扱っています。これは、商店街の生き方として、こういった知恵を絞ったらその商店街が生きていけるのか。その商店街が生きていくことができれば、その商店街の売上げも上がるわけです。

そういった住民の知恵と勇気が地域ビジネスの支えということで、今三つの例を申し上げました。例えば 2 ページ目の下の方に「地域の誇りの確認」とあります。

これは新聞紙上で勉強させていただきました新潟

県清里村の棚田米ブランドの例です。清里村には棚田という地名がある。冷たい雪解け水によって非常に品質のいい、おいしい米ができる。稲文字といった工夫でブランド化をしています。そういったところを注目されて北海道から指名買いが入っているそうです。

けれども、もしかするとその棚田で取れる米と普通の田んぼで取れる米と、味は変わらないかもしれない。でも、棚田で取れるっていう、棚田っていうものに対する地元の方々の愛情が、こういった米に対する棚田の気持ちを込めることができるんです。それによってブランド化されています。

あるいは、東蒲四町村、あるいは東頸六町村の中で、修学旅行や田舎体験とかいったものを受け入れ始められています。鹿瀬町では、そういった交流を深めるために、地元のインストラクターの方を養成されている。

私もよく地方に行くんですけども、都会の人が町村を紹介する、都会のガイドマップ、通常は「るぶ」とか「じゃらん」を持って、雑誌を持って地方に入るんです。それには食べ物屋さんとかお寺とかが多いです。

それよりも、地元の方々にご紹介いただくとか、あるいはホテルに泊まったときに、手書きでこの周辺の歴史マップがあったりします。そういったものの方が、何かこちらもうれしい気持ちになる。それをこの地元のインストラクター養成というもので実現されようとしている。修学旅行とか田舎体験といっても、1 回で終わっちゃったらあまり面白くないですよ。あそこに行って楽しかったよといった口コミは、思いのほか伝わるものです。

こういった体験学習とか都会との交流の中で、私が経験した中で面白事例を紹介します。北海道の士別市や北見市、別海町というところで、陸上選手を誘致して、練習をしてもらっているんです。そうすると、その三つの市町が連携して、坂道をこっちが造ると、こっちは平坦な道だよと。そうすると、1 週間ごとに地域を移りかわってもらったら、坂道の練習もできるし平地の練習もできるしということで、自分たちが持っていない環境を他の市町の環境

で補うことによって、1 カ月間のトレーニングコースを二つの市と一つの町が行っている。これは典型的な連携だと思います。

田舎体験とか修学旅行の受け入れでも、自分たちの良さをお互いに見せ合い、そしてお互いに連携することによって都会の人々に新たな魅力を伝えていく。こういったものも重要じゃないかと思います。

” 公務員は地域ビジネスのコーディネーター ” とあります。今特に都会では行き過ぎた住民参加も唱えられていると感じています。行政さん、ちょっと黙っててねと、住民が全部考えるから、それをあとから行政さんが承認してくれたらいいよと。そういった住民活動も始まっています。私はこれは間違っていると思っています。

すなわち、やはり行政と住民は役割分担がありますし、行政から住民の方にこうやったらどうだろうと提案する。例えば県が、新潟県下町村、全町村に対して一つのチャレンジ目標を提案するとか、何か行政の方から住民の方々の方に提案があっても全くおかしくないと思っています。

一番上に ” 行政リーダーシップによる提案 ” というのがあります。その中で有名な例を申し上げます。

愛知県知多市で 10 年前からごみの分別回収をやっています。ごみと言うとすぐ怒られちゃうんですけども、あそこは資源回収と言っているんです。なんで資源回収かというと、本当に集めた物が売れるんです。洗浄、つまり徹底して洗っているの、集めた収集所が全く臭わない。缶とか瓶、他の地域では売れないときに、知多市では売れるんです。それで、売れたお金を住民に地区会の会費として返している。この制度を行政が提案して、10 年かかりました。今では定着していますけれども、分別そのものは 12 分別で、そんなに大きな分別じゃないんですね。隣の碧南市というところは 32 分別やっている。ですから分別なんかでいうとそんなに多くはないんですけれども、今は行政が提案したりサイクル活動が定着して、ごみを集めて洗うこと、それが地域の人にとっては地区活動費を稼ぐ経済活動になっています。

また、上から四つ目に ” 自由に話し合える「場・

きっかけ」の提供 ” とあります。これは行政の非常に大きな役割だと思います。いろいろな地域の住民活動が盛んなところに行くと、必ずかっこよく言うとサロン、ちょっと平たく言うとたまり場のような場所があるんですね。そこにみんなが集まってくる。そういった所で今後何をしようか、そういう話し合いが行われている。

福井市は県庁所在地で大きな市です。43 の公民館があります。その 43 の公民館を中心に、住民参加の地区活動が実際に行われています。人口二、三十万都市で、全域にわたって住民参加のまちづくりが行われているという、非常に珍しい例です。

岩手県東和町については、別の資料を使いながら、少し詳しく申し上げますので、今は飛ばします。

この中の最後の事例として、東京都西東京市というのがあります。旧田無市と保谷市というところですよ。この中にお住まいの所が市町村合併を検討されていて、任意の協議会や法定協議会の検討をされている方がいらっしゃれば、ひとつの考え方として聞いていただきたいんです。この西東京市というところは、2001 年 1 月 21 日に合併をしました。そのときに、一つの大きな新しいやり方をしました。住民と行政が一緒になってまちづくりを考える。ここまでは他の地域でもやっていますが、合併後 1 年間でどういった事業をするか、3 年間でどういった事業をするか、5 年以内にどういった事業をするか、そういったものを住民に約束しました。これは合併公約と私は呼んでいるんですけれども、何をするかというのは住民と一緒に決めました。

何をしたかということ、合併して一番初めにやったことは、循環バスを 6 ルートも作りました。高齢者でも乗りやすい低床の小さなミニバスで福祉バスというように福祉施設を回るルートもあれば、大きなバスで朝の通勤時に新興住宅地から通勤バスのようなものまで、循環するバスを 6 ルートも作りました。

これは事業的には赤字なんです。年間 5,000 万円くらいの赤字が出ます。でもやれたんです。なぜかと言いますと、合併したことによって経費を削減して。どの経費を削減するのかもちゃんと皆さんにお見せして。合併するとそれぞれの市がやっていたこ

とが1つになるから、片方で済むと。そうすると、この片方のお金で循環バスというものを動かしましょうということ。名前を花バスといいます。

今3年間でやろうとしている公園整備や合併する前に決めたことが合併後どのように進捗しているのか、そういったことをちゃんと発表しています。

ですから、皆様方が合併を検討される段階において、みんなが住みよい明るい町とか、合併後のキャッチフレーズの言葉も非常に大事です。それと共に、合併後具体的に何を新しいまちはやろうとしているのか。十分に確認をし要望を出された方がいいと思います。

最終的に、西東京市は住民投票という形で合併が決まりましたが、その住民投票前に合併後のまちづくりについて、合併公約という形で発表されていました。それを見て住民の方が判断されたんです。

そういう意味からすると、住民が望む方向での課題の解決という行政のリーダーシップの発揮場所になっていると思います。

住民と行政の協働・連携

3ページ目に入ります。では住民と行政はどういう形でコミュニケーションをしたらいいのか。そのコミュニケーションの手法として、三つ代表的なものをあげています。

まずワークショップです。このワークショップという言葉は本当に有名になりましたので、名前は聞かれたことがあるかと思います。ワークショップと言ってもいろいろあります。このワークショップで最も大事なことを二つ申し上げますので、これは今後ご参考になるかもしれません。できればメモをしてください。

まず1つは一人1票ということです。参加者が必ず意見を言えること。大きな声の人とかとうとうとしゃべる人とか、そういった人が自分の時間をたくさん持たないこと。一人1票なんです。そのためにどういう工夫をするかというと、皆さんに1番から5番の旗を持ってもらう。参加者全員に1番から5番の旗を持ってもらって、最終的にはそれを旗揚げ投票といって、旗を掲げてみんなの声を聞く。ちょ

っとしゃべるのが恥ずかしいと思われる方も、必ずその旗で意思表示ができるという一つのルールがあります。

もう一つは、それぞれ意見の異なる人が相手を打ち負かすんじゃないんです。あなたの言っていることはここがおかしい、だから私の方が正しいんだという会議じゃないんです。言い換えますと、あなたの言うことも分かって、でも私のいうことも分かってくれと、お互いに分かり合うことです。その中で最終的にどっちが一番大事か。すなわち、否定し合わないことが根元にあります。

同じ正しさでも、今の時期、この地域にとってはどれが最も正しいか。正しさの度合いが一番大きいものを選ぶことです。

次に”プログラムとコーディネーターが鍵を握る”とあります。コーディネーターはファシリテーターとも言います。これは何をする人か。中立的な立場から皆さんの意見を引き出す人なんです。例えば、ある一つの方向に傾いているときに、その反対の人の意見をうまく引き出す。決して意見がないからこれで決まりですということじゃないんですね。全ての意見を引き出して、そしてその中から参加者にちゃんと選択してもらう。

このコーディネーター、あるいはファシリテーターというのは、初めは専門家の方がいいかもしれませんが、でも、これは行政の方々のやる気次第、あるいは住民の方の意欲次第です。1回か2回ワークショップをやると、見よう見まねでそれ以降はできるものです。住民の方が代表になってこういうファシリテーターとかコーディネーターをされているところもあります。

その中で有名なのが、兵庫県生野町というところの地域づくり生野塾です。大きなイベントをするのに、こういった催し物をやったらいいのか。それをワークショップで決めて、このときには専門家を呼んだんですけども、その翌年、総合計画を作ったり、あるいは景観条例を作ったり、そういったときに中心となって行ったのは住民だったんです。住民と行政の若い方が見よう見まねで皆さんの意見を引き出しました。出た意見全部の意見を白板であると

か、模造紙に書き込んでいきます。いろいろな色を使って書き込んでいきます。発言したのにこの紙の中に載っからないということはないんです。それぞれの意見が対等に扱われて、住民の合意のもとで選ばれていく。

もう一つよく聞かれるのが、たかだか 30 人とか 40 人で住民の意見と言えるのってという疑問です。これに対していろいろ意見はあります。

ワークショップをするときに、ある自治体では商工会の関係者を呼ぼうとか、自治会長を呼ぼうとかという話になっちゃうときがあります。しかし、ワークショップは完全に自由参加にすべきです。その問題に最も関心のある人を呼ぶ。それで、関心のある人が 30 人集まると、おおむねほとんどの意見が出ます。最終的にそこで議論を重ねて案を作って、その案を住民意識調査という形で、もっと大きな、1,000 人、2,000 人、3,000 人、そういった方々のアンケートで最終決定していくという方法が望ましいんじゃないかと思っています。

ですから、このワークショップっていうのは、合意形成であって、言い合いじゃないんです、認め合いなんです。

それとちょっと違って、住民投票っていうのはかなり対立的な立場になっている。なかなか話し合いでは妥協点が見出せない。原子力発電所を誘致するかしらないか。あるいは環境保護の問題で、環境保全なのか開発なのかというように、なかなか妥協点が見出せないものについて、この住民投票というものをやるんです。この住民投票においてもそこに至る過程においては、ワークショップなどでもっと話し合い、かたくり一座じゃないですけども、住民の話し合いというものがベースになって初めて住民投票が生きてくると、そう考えています。

ここで問題があります。市町村では、首長さんを住民が直接選ぶという意味で直接民主制になっています。住民投票だけをやってしまうと、議会との関係、議会で決めたこととどっちが大事なんだという問題が生じます。

住民一人一人の声と、住民から選ばれた議員さんの声とどう調整したらいいのか。

例えば今まではずっと住民と共にまちづくりをやってきた。でも、首長変わっちゃったら何も話を聞いてくれない。行政が全部一人で作って、あとから報告があるだけだ。そういったまちづくりに変わっちゃった。そういうことがないように、まちづくり条例が、住民参加の法的保護、住民参加でものを作っていくということを、住民の一つの権利として重要になります。首長がどう変わろうと、まちづくりの考え方がどう変わろうと今後共に作っていく、それを行政と住民が約束するんだと。まちづくり基本条例とかいろいろ呼ばれたりしています。これも一つの住民参加の法的な根拠になってきます。

今は直接の住民との会話の方法を申し上げました。そういった住民との会話以外に相互に補完する考え方として、産学官連携があります。今後この産学官連携というものが非常に大事になってきます。

地元で大学がなくとも大丈夫です。少々離れていても大丈夫です、その地域に研究価値のあるものがあればいいのです。あるいは、その地域の農産品の培養であるとか品種改良であるとか、自分たちがこうしたいという一つの研究テーマがあれば、それによって少々遠い所でも、その分野の権威を訪ねていけば、産学官連携というのは可能です。

逆の言い方をすると、地元にある大学と産学官連携するのは非常に難しい。この例が、実は柏崎市なんです。柏崎市というのは、産学官連携を目指して、新潟産業大学と新潟工科大学という二つの大学を誘致しました。でも、今産学官連携の可能性のあるのは、長岡技大や新潟大学です。それはたまたま研究テーマが合わないということなんです。そこで、地元の大学とどうやったら連携できるのかが、柏崎市の大きなテーマになっています。

もう一つ、産学官連携で非常に大事なことは、テーマが非常に細かいということです。例えばここに岩手大学とありますが、ある研究室に真空、空気のない所の皮の膜、真空皮膜の研究をされている先生が岩手大学にいらっしゃる。そうすると、その先生と一緒に研究したいからということで、千葉県や三重県の企業が自らその岩手大学の近くに乗りに来ていく。今、企業誘致なんていってもなかなかできな

いです。ところが、研究テーマで組める先生がいらっしゃったら、企業を誘致する力が生まれるんです。ですからそういう意味からしても、大学というのは大きな地域資源になっている。特に知的クラスとか産業クラスとか、そういったクラスタ制度というものを作りまして、産学官連携というものを今国は推進しています。これも一つの協働の現れです。

次に地域間連携です。これは先ほど申し上げた北海道士別、北見、別海の連携による運動競技の誘致のお話です。あとはグリーンツーリズムとかブルーツーリズムとかそういったものも、都会の人が1カ所に来るとするのは、私のように東京に住んでいて家族を連れて行くとなると、どうしても夏休みか春休みになる。少なくとも二、三日、多かったら1週間というところです。1週間同じ所に滞在できるでしょうか。海外に行っても、毎日毎日見学に行くのはちょっとしんどいんですね。田舎体験、農業体験するとしても、和紙の体験をしながら次の日はそば粉を挽いてみたいとか、ちょっと違ったことを複数してみたいという気持ちになります。地域間の連携で魅力あるメニューを作っていくということが非常に効果的じゃないでしょうか。

その次に書いてあります、“OBに学ぶ”です。ここは、今回のお話の中でも私が最も強調したい点でもあります。ただ、具体的にはどういった方法がいいのかなかなか分からない。といいますのは、企業でご活躍されて、あるいは農業でご活躍されて、ある一定の年齢になって退職された方々が、地域の中でどれだけ活躍できる場があるかが、今後のその地域の元気を決めると思っています。

よく言われるのが、若者が大学に入って都会に出て行く。もう戻ってこない。これは一つの事実かも知れませんが、その地域にしかない技術なり技があれば戻ってくるはずです。そこで、食べることでできる産業があるかないか、これは非常に大きな問題です。

高齢者の方々が自分たちの技を見せるためには、海外ボランティアで東南アジアに行かなければならない。これは一つの選択肢ではありますが、高齢者が活躍する場所がないというのは、非常に寂

しいことだと思います。

だからといって、どういう仕組みを作ればいいのかなかなか難しいんです。私もあと10年すると60歳になって、そうなれば家内と二人で東南アジアに行って数学でも教えようかと、そんなことも真剣に考えたりもするんです。どうやって60歳以降を豊かに暮らすのか、これは高齢化社会の本当に大きなテーマです。

そこで、高齢者が生き生きできる社会は、若者も生き生きすると思います。

愛媛県伊方町という最も九州に近い半島のところに伊方町という原子力発電所があります。そこを訪ねたときに、農業協同組合と一緒に活動されている農業生産家の方がいらっしゃいました。その方曰く、農業も一つの投資だと。露地でミカンを作ってた、台風18号で全部やられてしまった。自然に影響されない農業をやりたいから、2,000万円かけてビニールハウスを造って、これに賭けた。でも、この賭をやらなければ、自分の息子に農業を継げと誇りを持って言うことはできないとおっしゃるんです。

親としてやっている農業を子供に見せて、子供が自慢する。この農業も捨てたものじゃないぞと、そういう説明のできる農業を親がやらなければだめなんじゃないかと思うとおっしゃっていました。

非常に私は感銘を受けました。その方は、NTTドコモと相談して、そのビニールハウスの温度が一定温度以上に上がったり、一定温度以下に下がったりすると携帯電話にメールが来るようにしました。ビニールハウスはちょうど山の上なんです。ちょっと急で危ない所を小型の車で上がって行って、片道1時間くらいかかるところです。その携帯電話による温度管理をしなければ、3時間か4時間ごとに上って行って温度を見なければなりません。それを携帯を使って、温度が異状になるとメールが来る。これも子供に二、三時間ごとに山に登るような苦勞はさせたくないという思いだったと話されていました。

今度は全く違う方にお会いしました。同じ伊方町の方ですが、「私はJAのやり方に反対する」と言われるんです。もっと自由にミカンを売りたいんだ

ということで、ＪＡから離れられて、農業生産法人を 10 年前に作られた。ドールという非常に大手の世界規模の会社にミカンを売る、東京に日参してそのルートを作りました。いわゆる東京市場を直接ねらった行動に出ました。その株式会社ニュースには、毎年 3 名から 4 名の地元高校生が就職されています。私自身は、農業で毎年数名の高校生が就職されるというところは知りません。そこに行くと、若者が生き生きと働いています。事務所のようなところでパソコンによる管理をされている。農業の生き方は、ＪＡさんと共に生きる、あるいはＪＡと離れて生きる、これはどっちがいいんだというような議論なんかはできないと思います。いずれにしても、農業が産業であり事業である限り、ある一定の投資があってリスクがあって、それでうまくいってはいじめて後継者が育ち、産業として成り立っていくということです。今農業を少しかじった者が偉そうなことを申しあげましたけれども、農業も本当に事業なんだということを痛感した事例でした。

最後に、” ＮＰＯ（社会起業家）” についてです。ＡＥＲＡという朝日新聞社が出している週刊誌に「社会起業家として生きたい」という記事が、7 月 7 日号に載っていました。これだけ豊かなんだから、物の豊かさは我々は望まない。それよりも、やりたいことをして生きていきたいというものでした。ある面非常に贅沢な考えなんですけれども、そういった方々が増えてきた。そういった方々を中心に ＮＰＯ というものが立ち上がっている。でも、ここで注意することは、ボランティアっていうのはどうしても限界がある。なぜならば、継続できるかどうか分からない。ボランティアというものを私は決して否定するわけではありません。相互扶助という今後の社会を支える考え方であるとは分かりますが、ボランティアでなくても、利益を儲けていいじゃないかと思います。利益を何よりも優先するという生き方、株式会社のような生き方はどうかと思うけれども、自分たちが使う費用くらいは、そのサービスを受けた人からもらってもいいと思います。ボランティアでは心細い、持続できるだけの適正利潤が必要になってくる。この適正利潤を生み出す支援として、行

政は ＮＰＯ に対して何ができるのか。税制の問題とかいろいろありますが、この活動を活発化するための支援として、今後行政として研究する価値は十分にあると思います。

コミュニティ再生

4 ページ目です。” コミュニティ再生 ” としています。” 無理なき相互扶助 ” というものが今後の地方を支えていく考え方になると思います。それでここは、” もたれあいではなく、得意技での助け合い ” だと考えています。井戸端会議とか、一見無駄時間を過ごしているようなそういった時間が地域を元気づける発端になってくるんじゃないかということにも思います。

上越市さんが地域通貨について表彰を受けておりましたが、ちょっと毛色が変わった地域通貨についてご紹介します。事例研究資料を見てください。12 - 1 と 2 です。島っていう離島の雑誌がありまして、最近読んで感動したものですから、許可を得て使わせていただきました。

地域通貨と言うと、何かお金のようなイメージがあって、エコマネーともいいます。非常に幅広いんです。いわゆる物と交換できる地域通貨もあれば、あるいは商店街のスタンプカード、ポイントと交換できるような地域通貨もあります。

愛媛県の離島の関前村で使われている地域通貨「だんだん」について、私は地域通貨の一つの典型例というか、こういう地域通貨を進めたいと思いましたので、皆さんにご紹介します。

ちなみにこの関前村というのは、9 - 1 の向かって右、一番下の段、1950 年、人口 3,885 人から 2002 年には 901 人、もう 4 分の 1 です。約 50 年間で 4 分の 1、高齢化率 7.7 % から 47.5 %、全国で第 3 位の高齢化率の村です。

この村で、一つの地域通貨という先進的な取組が行われました。簡単に言いますと、チップです。そのチップを 1 年間に 500 円払った会員の方は、20 枚もらうんです。その 20 枚をもらって、ある人に 30 分何かをお願いするときにそのチップ 1 枚を渡す。それだけなんです。物とは交換できません。

そして、各年度ごとに全部一旦取り上げられちゃいます。3月31日で取り上げられちゃいます。4月1日になるとまた20枚配られる、それだけなんです。

でも、それがどういう効果を生むのか。例えば、おばあちゃんが買い物に行ってきた欲しいということで、隣の小学生とか中学生にチップ1枚で物を買ってきてもらう。あるいは、蛍光灯の取り外しは高齢者じゃなかなか背が届かなくてできない。それを背の高い、そこを歩いている人に頼む。これが離島だからこそこできることなのか、小規模な村であればできることなのか、あるいは大都市の1地区であればできることなのか。本当にこのチップというものがあることで声をかけやすく、声をかけられた人もすぐに応じやすい。特に、結婚で都会からこの村に入ってきた人は、いろいろなしきたりとかやり方が分かりません。具体的にいいますと、ごみを捨てるのにいつどこに捨てたらいいのかとか、そういうことを教えてもらう。そういうときにもそのチップを使う。

ちょうど9-1の向かって左の一番下、真ん中辺りに「大切なことは、自分のできることは惜しまずする。できないことは悩んだり、気遣いしすぎずに気楽にお願いします。」とあります。もうちょっと左の方にいくと「背の高い人もいる。低い人もいる。背の高い人は上のほうのものを取ったりするのに都合がいい。低い人は、小さな穴の中のものを取ったりするのに都合がいい、それだけのこと。優劣も強弱もない。」本当に当たり前のことを、なかなかできないんです。これは「だんだん」という地域通貨と呼ばれるチップがあったからできたのかどうか。

9-2の向かって左、上から3段目のところで、「タイムダラーの大きな功績は、会員から心の過疎をなくしてくれたことです」と、このように話されているんです。タイムダラーというのは、時間当たりのサービスで配ったりする地域通貨のことです。この「だんだん」のことです。

一度この記事を書かれた島崎さんという方にお会いして、どういったご苦労があったのか、課題や実

態というものを取材にいきたいと思っています。これはうまくいった後の話ですから、こうなる前に課題とかあったはずなんです。あるいは、なかなかこういう運動に参加してもらえずに、一部だけの動きになっているのかもしれない。

この地域通貨のあり方っていうのは、コミュニティというものを支えていく非常に大きなツール、方法論になるんじゃないかと思います。また詳しくはこのあとにご一読ください。

地域資源を活かした知恵と熱意の産業育成

5ページにまいます。新潟県の中で私が具体的に取材させていただいて心動いたことがありましたので、ご紹介します。

これは長岡で行われた、一つの企業のお話です。この新潟のような日本一の米が取れるところでは、おのずと酒造りも盛んになるというのは分かります。

「越の雄町」というのは、新潟県の有名な酒米「山田錦」の祖父に当たる、そうです。この米というのは、岡山でしか取れない。新潟の米を使わずにわざわざ岡山に行って苗を少しもらってきて、3年がかりでやっと実ようになった。そして「越の雄町」というお酒を造るんですが、これは一升瓶で1万円くらいするお酒です。

それを造り出すのは、全国で唯一醸造科がある県立吉川高校を出られた、新潟県でも最も若い杜氏さんです。杜氏というのは、お聞きしたところ平均年齢が65歳から70歳だという中で、この杜氏さんは35歳です。

この会社のすごいところは、新しいものにチャレンジするということともう一つ、若い力を活用するということです。そういう会社が長岡にありました。これは地域の動きというよりも一つの会社の努力ですけれども、私はこういう方々とお話をさせていただいて、地域を育てるのも会社を育てるのも本当に共通したところがあるなと、そう感じました。

次に6を見ていただけますか。これは上越市の事例です。私もこれは食べさせていただきました。上

杉謙信の食べたご飯を歴史、史実に基づいて再現したものです。

この試行錯誤のところに書きましたように、史実に忠実に料理を再現することを最大の目標としました。でも、醤油とか砂糖はその当時ありません。文献を読んで、大豆を原料とした酢をベースに調味料を作ったりするんですが、なかなか口に合わない。その中で、試作担当者会議の上越市屈指の名人4人が、史実に基づきながらも現代人が食べておいしいといわれる謙信公のかちどき飯を作り上げるんです。これは爆発的に売れたりしないんです。ここにも書きましたように、平成12年度で178食、平成13年度で377食、売上げはすごく伸びていますけれども、経済的にはこれを作ったからといって大儲けをしているわけじゃない。けれども、これが上越市の一つの看板になる。地道に地道にその地域の看板を作っていくこと、こういったものが地域のパワーになるんじゃないかと思っています。

最後に岩手県東和町のお話をします。1-1、一番初めです。あるいは1-2、英国王室が愛したラン、オドントブロッサムが咲き誇る町と書いてあります。

岩手県東和町というところは、平成4年にバラを作って非常に経済的に潤った町なんです。平成4年にバラ作りをゼロからスタートし、2億円産業にまで発展させました。その後売上は落ち、現在はランの栽培が盛んですという書き出しです。

何でバラで失敗したかという、バラという花をそんなに高い花じゃないんだ、みんながキッチンや机の上に飾る花、カジュアルフラワーとして売り出したんです。

ところが、ある日本の企業が韓国で大規模な土地を購入し、そこでバラを作り、高速フェリーで舞鶴、新潟まで運び、あとは高速道路で東京まで運びました。そうすると1本20円で運べちゃう。どれだけ頑張っても東和町は1本60円だったんです。これはもう予期せぬ障害といえますか、解決できない問題です。連作障害とかいろいろな障害は農業につきもので、ある程度事前に分かりますが、日本の企業がこんなことをするとは夢にも思わなかった。

このランにいくきっかけとなったのは、ニチレイからオドントブロッサムというランの栽培委託がありました。名前は多分聞かれたことないんじゃないかと思いますが、ダイアナさんがご結婚なさるときに飾った花なんです。いろいろな色がありますが、白が有名です。

普通、ランというのは暑いところがいいんですけども、この花は、南米の高山植物なので寒いところでなければ咲きません。そういうところから、ニチレイが東和町と一緒にやらないかという声をかけました。なんでニチレイが声をかけたのか。この裏話は次の話のでてきますので、今はこのニチレイから声がかかったと思ってください。

なんでやったかという根拠を1-1の下から2段目のところに書いてあります。英国王室の愛した希少価値のランであること、寒さに強く東和町の気候に合うこと、希少かつ暑さに弱い輸入品が増加しないこと。この3点がすごいです。

すなわち、バラをやったときには輸入品で負けたんですね。だから今度も輸入品が入ってきたらどうしようということで考えたら、希少かつ暑さに弱いので、輸入していたらその輸送のときにまいっちゃう、だったらこれは安価な外国品がやってこないだろうと考えたわけです。ここでバラの経験が生かされているんですね。

土を使わないこと。これは苔のようなもので栽培するから、土を使わないのでバラのときに悩んだ連作障害が生じないだろうと。もう一つ、ニチレイと日本大学が産学連携でこういった研究もやっていった。

ランの栽培は確かに難しいんです。でも、この米田教授がオドントブロッサムのDNAをほとんど解析している。だからバイオ的にどのように育てたらいいのか、そういう研究がほとんど終わりかけていた。そこまで調べての決断でした。

でも、一方で大きなリスクも感じました。まず、希少性ゆえに市場価値が決まっていなかった。ほとんど出回っていませんから、高いのか安いのか決まっていなかったんです。

2番目、いろいろ産学官連携で理論はできている

んですが、それが現実問題そのとおりいくかどうか分からない。

3番目、安定供給を求める顧客の開拓、誰がこの花を愛してくれるのか。ランというとコチョウランが有名です。コチョウランのような、会社対会社へ送る交際費のような花じゃないんです。雑草と言ったら怒られちゃうかもしれませんが、パンジーとかスミレとか、そんな感じのランなんです。

でも一応これでやってみるんです。それで、やったところ、どこに売ったらいいか分からなかったんです。ところが花を運送する専門会社の人が、「これならあそこの市場で売れるよ」ということで、運んでくれたら、地元盛岡や埼玉県の花市場で売れたんです。さらに2002年、2003年の「世界らん展」で入賞しました。

こういう頑張ったものがだめになったときに新たなものに挑戦し、そしてまた継続的に町のシンボルを作っていく。一つのもので5年、10年もつことは多分ないと思います。何らかの形で挑戦はし続けなければなりません。

それで、ここのもう一つの優れた点は、インターネットで売らないんです。流通経路を開拓して売るのは難しいから自分でホームページを立ち上げて、ネットで売る直販取引したら売ったらいいんじゃないかという動きがあります。直接取引すると最も高い値段で売れます。市場で売ると、このオドントブロッサムというランが1本二、三万円です。ところがネットで売ると1本3万円で売れる。確かにそうなんです。でもそれはやらなかった。なぜか。お客様の好みじゃないランが行ってしまったとき、あるいは輸送による傷付きがあったあとき、そのクレームの対応というものがものすごくしんどいです。販売や栽培なんかやってられないくらい、一人のお客様への対応に時間が取られる。だから、もし直販取引をやるならば、アフターケアができる大会社じゃなければできないと考えました。ニチレイは直販取引をやっています。この東和町は全くやっていない。ここにこの直販取引に対する見識というものを非常に強く感じました。

そして、今申し上げたようにニチレイからの話が

ありました。それがどこから起こってきたかという、それは1 - 3と4を見ていただけますか。

東和町出身の方が川崎市に勤めたんです。あるとき台風の被害によってリングがほとんど市場に出せなくなってしまいました。衛生上の問題はないんですが、傷が付いていたりして市場に出せないリングを段ボール箱で家から送ってもらって、それを川崎市役所のメンバーに配りました。そこから東和町と川崎市との交流が始まったんです。

それで、川崎市はそのお礼ということで、小中学生を農村体験に連れて行く。今度は東和町が地元産品をなんとか都会に売りたいということで、この川崎の武蔵小杉というところにアンテナショップを造るんです。

でも、ここに大きな間違いが初めにありました。都会人というのは非常に優れた、しゃれた高価な和食を好むだろうという大きな間違いのもとで経営してました。初年度3,200万円、次年度1,900万円、2力年で5,000万円を超える赤字を出して、即撤退というような話になりました。

ここで東和町の藤井課長が村長さんという名前で、ここのアンテナショップの建て直しに出かけられます。朝8時から夜11時まで、ずっとその店の前に立ってお客さんの対応をしていると、「なんだ聞いてみたら東北なまりがしょっちゅう聞こえるじゃないか」となりました。ここに来る人というのは、東北出身者が来るのであって、何も都会の高級なものを食べに来る人じゃないんだということに気が付きました。

高級料亭とすっぱり縁を切って、地元の板前をこのアンテナショップのレストランに呼んだんです。そして、このふるさとの香りのするスポット、ふるさとの味を売るという店に作り替えたとです。

多分、アンテナショップなんかで黒字が出ているところは数少ないんじゃないかと思います。

その中で生牡蠣で食中毒を出してしまいました。即日、東和町長が記者会見をして、謝罪をしました。その後、この藤井さんは2週間かかって全ての食中毒を起こされた方のご自宅を回られた、という逸話も聞きました。

現地の産品をこのアンテナショップで売っていますが、現地の農家の方々を武蔵小杉に連れて行って、「皆さんが作られた農産品がこのようにして都会の人に売られていますよ」と。いわゆるフェアというものをやって、地元の農家の方々が自身に売ってもらっています。そういう交流もやっています。それによって、作り手の励みにもなっています。

最後に書かれていますが、全国の電源市町村の皆さん、これは電源市町村でなくてもいいんですが、東和ふるさと村で特産品販売やイベントなどを一緒にやりませんか。小さいですが、スペースも用意しています。この方々が全国に呼びかけて、四、五坪の場所をお貸しするので、一緒に組んで特産品を売いませんかという呼びかけもなされています。

このように、実はこのアンテナショップを建て直したのも、このオドントブロッサム、バラからランにもっていったのも実はこの藤井課長のご判断なんです。地元ではスーパースターのように扱われているんです。決してスーパースターじゃないんですね。

「本当に分からないことだらけなんだけれども、たった一つ自分ができたことは、逃げ出さなかったこと。」とおっしゃっていました。

全てのことが全部分かっているわけじゃないですよ。私はこの人を見て、本当に世話好きの人だと感じました。だれかが困っていたら何か一緒にやる。困っているときだけ手を出すじゃなくて、最後まで手を出す。ここにこの方のすごさがあると思うんです。

ここに強く共鳴して、この2ページ目に書いたのが、「公務員は地域ビジネスのコーディネーター」ということです。そういうように、私の思いにつながっていったんです。

今日はいろいろとお話しをしました。一番始めには、地方分権のことを話しました。地方分権とは、地域が自分たちの豊かさを決定して、それに対して責任を持っていく。その豊かさを決定するためには、住民と行政と、もしかすると自然環境まで含んだ全部で自分たちの豊かさを決めていく。それが望ましいと思います。

そのためには、行政はリーダーシップを発揮し、地域のコーディネーターであれ。住民は知恵と勇氣でいろいろなものにチャレンジする。

企業経営をご経験されたことのない、お子さんができたことによって家庭の中に入られた主婦の方々が得意技を作って企業を立ち上げて、その企業が地域を有名にし、経済の一つの柱になっていく。そういったことも、小さな町村では当たり前ようになってきて、お父さん方がちょっと肩身の狭い思いをしています。

その中で企業を退職された高齢者の方々の活躍場所といったものをどう作っていったらいいのか。これは行政の大きな仕事じゃないかと思っています。

それで、そういったことを検討していくに当たって、ワークショップ、みんなが一人一票意見を発表しあえる場、そういったワークショップというものを根付かせていく。始めは専門家がいるかもしれないけれども、慣れてしまえば住民あるいは行政といった方々ですぐにできてしまいます。非常に有効な技です。

他に、地域通貨の可能性をお話も申し上げました。

この資料の中にホワイトファームという愛媛県野村町の事例があります。ここは若者と高校を卒業した方が初めて特産品開発に立ち上がったお話です。

それと、長野県大桑村の「ますのうの花漬」の話です。ニジマスのその臭みを取る努力をして、日本の特産品ナンバーワンの特産品大賞に選ばれたお話です。

サッカーで有名になりました中津江村では、ワサビの加工・販売に取り組みました。ここのご担当の方の宝は顧客名簿や顧客名刺 5,000 枚だということで、机の中は全部名刺でした。そういった方々とのつながりを非常に大事にされているというお話です。

次は大分県安心院町のグリーンツーリズムです。ここは「本当に何も無いのが私たちなんです」という、気取りも肩に力が入ったところでも何もありません。その代わりに、行ったときに地元の住民のように扱っていただける、そういったグリーンツーリズムです。

最後は山形県一関市のチャレンジショップです。これは大学生が大学を出て自分の町に戻ってきた。そのときに商店街を見てみると、ほとんどシャッター通りだった。そういう場所を借りて、一坪ショップ、二坪ショップを作って、小物やコロッケなどを売りたいと思われている方に、ただ同然の値段で場所を提供します。1年間商売が成り立てば、それ以降ずっと契約して商店街の本通りに出てもらう。その一つの挑戦なんですね。だからチャレンジショップというんですが、大学生が起こしたチャレンジショップ、そういったお話です。

本当に地域にはまだまだ隠れた勇気と知恵と工夫が埋もれています。そういったものも、インターネットを通じてたやすく手に入るようになりました。

この資料をできればご一読いただいて、これから自分たちのまち、新潟県をよくするためには、何を誇りにもてばいいのか。地域資源をどう見つけていこうか。見つけた地域資源をどうやって使っていこうか。そういったところを考える素材にしていなければと思います。

ここでもしご意見とかご質問があればお受けしたいと思うんですけども、何かご質問等ございますか。ないようでしたら、これで終わらせていただきます。本当に長い時間ご清聴ありがとうございました。なんとか皆さん、まちをよくするために頑張ってください。

今黒板の方に私のメールアドレスを書かせていただきますので、ちょっと宣伝でごめんなさい。宣伝というよりも、何かもしお尋ねの件とかありましたら、私は人と交流するのが好きなものですから、メールアドレスを書きますので、そこにメールをいただけましたら、その日というのは厳しいかもしれませんが、必ずいただいたときの次の土曜日か日曜日にお返事を出したいと思います。私は岸田拓土といいます。開拓の拓に武士の土と書くんですけども、メールアドレスは、kishida.takushi@jri.co.jp です。お尋ねというよりも、自分たちのまちでこういうような特産品を開発したよとか、こんな動きがあったよという情報提供ならなおさらうれしいです。そう

いったことがあれば、是非ご連絡下さい。

どうも本当に今日はご清聴ありがとうございました。これで終わらせていただきます。