

特集

「協働」と「連携」によるまちづくり③

田辺周辺広域市町村圏組合の地域活性化事業

更なる地域活性化を目指す
圏域市町村の取り組みを連携させて



和歌山県の中央部に位置する田辺周辺広域市町村圏組合は田辺市、みなべ町、白浜町、上富田町、すさみ町の1市4町で構成されている。昭和46年以降、文化・医療環境の整備事業を行ってきたが、近年、この土台の上に、地域産業を「連携」によって活性化させようという動きが高まっており、今回はその取り組みを紹介する。



【写真】
上段左上：龍神村の護摩壇山頂付近の「ごまさんスカイタワー」では樹氷が見られる
上段左下：世界遺産「熊野古道」を歩くツアー。険しい道が続くので入念な準備運動は欠かせない
上段右上：肉厚でやわらかい果肉が特徴のブランド梅「南高梅」は梅酒にしてもおいしい
上段右下：大塔日置川県立自然公園の「雨乞いの滝」。百間山溪谷にはたくさんのお名瀑がある
下段左上：大塔川を堰き止めた野趣あふれる大露天風呂・川湯温泉の「仙人風呂」(冬季限定)
下段左下：農業法人・株式会社 秋津野が経営する農家レストラン「みかん畑」
下段右：「熊野古道・中辺路」(「発心門王子」～「水呑王子」間)。この先に「熊野本宮大社」がある

地域資源の豊富な紀南地域で 広域市町村圏組合を結成

大阪の中心部から直線で約100km、紀伊半島の南西部に和歌山県の1/3を占める田辺周辺広域市町村圏は位置する。地形のほとんどが山地と丘陵地で、海岸線に山地がせり出して、河口部がわずかな平坦地となっている。

そうした地形を活用して、昔から「紀州みかん」で知られる柑橘類や、今ではトップブランドとなった「南高梅」などの梅、花卉栽培などの農業が盛んな土地だ。

また、黒潮紀南分流が流れる太平洋に面した漁港ではカツオ、アジ、

サバ、シラス、イセエビなどに加え、「ヒロメ」と呼ばれる海藻類の水揚げでも知られる。

さらに、世界遺産「熊野古道」を有し、白浜温泉や日本三美人の湯「龍神温泉」、「熊野本宮温泉郷」、パンダで知られる「南紀白浜アドベンチャーワールド」など、観光資源にも恵まれた地域となっている。

近年では田辺市の「秋津野ガルテン」にみられるニューツーリズム、白浜町の「南紀州交流公社」の教育旅行、「企業の森」にみられる都市農村交流などの取り組みも盛んに行われている地域でもある。

田辺周辺広域市町村圏組合は昭和46年、田辺市と日高郡の龍神村、南部川村、南部町、西牟婁郡の白浜町、上富田町、大塔村、中辺路町、日置川町、すさみ町の10市町村で結成された。古くからこの地域は、通勤・通学をはじめ日常生活圏としてつながりが強く、経済圏としても相互の連携が深いところだ。

当初は紀南文化会館の建設・管理や、輪番制病院（休日救急）の運営支援、休日急患診療所開設といった文化・医療環境の整備を進めてきたが、平成4年「ふるさと市町村圏」に選



定され、10億円の「ふるさと市町村圏基金」を開設し、平成7年に積み増しを行って20億円の基金となる。平成16～18年のいわゆる「平成の大合併」を経て、現在では田辺市（田辺市、龍神村、中辺路町、大塔村、本宮町）、みなべ町（南部町、南部川村）、白浜町（白浜町、日置川町）、上富田町、すさみ町の1市4町で構成する。平成18年、経済産業省の「広域市町村圏産業振興ビジョン調査モデル事業」の対象地域として採択された

ことよって、翌19年に「広域市町村圏産業振興ビジョン・アクションプラン」を策定。平成20年には「健康・観光産業クラスター推進協議会」を設置し、基金の運用益を活用して、圏域内での都市体験交流事業や人材育成事業、産品開発・販路拡大事業を展開してきた。

このように、田辺周辺広域市町村圏組合の大きな特徴は、文化や医療環境の整備事業に加えて、地域の活性化を目的とする事業の取り組みにある。



梅の花が一齐に咲き誇る紀南地域の春

「健康・癒し」という付加価値を付けて 地域を強固に売り込む

その中心となって事業を推進してきたのが田辺市だ。

田辺市長の真砂充敏さんは言う。

「紀南地域は開拓精神に溢れる土地柄です。トップブランドである『南高梅』は今で言う『産学連携』によって生まれたもので、世界遺産の『熊野古道』や白浜温泉や龍神温泉などの名湯など観光資源にも恵まれている。熊野は歴史的に『癒し・再生』という意味合いを持つ土地で、人々は『熊野参詣』を行って『再生して帰る』というようなことが繰り返されてきました。小栗判官の物語がそれを表しています。だが、営業力が弱い。そのために私どもは産業部というものを設置しました。『癒し』や『健康』といった付加価値を付け、有機的な広域連携の力で産地間競争に勝っていきたい。キーワードは『癒し・健康』と『営業力』です」

10年ほど前まで、田辺市の産業政策は企業誘致に重点を置き、ICT産業の企業集積を目指していたが、リーマンショックを契機に「誘致よりも立地へ」という産業政策の転換期を迎えることとなった。

平成19年3月、同年1月策定の「田辺市広域市町村圏産業振興ビジョン」に続き「第1次田辺市総合計画」を策定。産業の活性化を図るため、産業界、地域間の有機的な連携を図り、相乗効果を発揮させるとともに、国内外へ効果的な情報発信を行い、豊富な地域資源を活用して、新産業を創造していくこと等が示された。

広域による農林漁業、商工業、観光業の連携で地域産業界を強化し、新産業を創出するという「新たな価値創造」を目指す取り組みを開始することとなったのだ。

平成20年、市庁舎に産業部を設立。産業界内に置かれた産業政策課では、産業界間、地域間、団体間の連携を一層強めるための地域コーディネーターを配置し、合併によって多種多様なになった地域産業の6次産業化や農工商連携による産品開発、グリーンツーリズム、ソーシャルビジネスに取り組み人材の育成、販路拡大等の取り組みを行ってきた。

そうした事業で、域内をはじめ全

国各地を飛び回るのが、昨年4月に新設された交流推進係だ。設置当初の陣容は係長の山本良明さんと地域コーディネーターの岸上光克さん、それに松本早也香さんの3人で、現在は4人体制。

係長の山本さんは「やはり、現場が大切です。自分で解決できないところは内外との連携で乗り切ることができると現場の中から学びました。産品開発や販路拡大、人材育成も人との交流によるヒントや気づきが大切だと思っています」と語る。

松本さんは田辺周辺広域市町村圏組合の柑橘類や梅の生産者などと近畿農政局の「6次産業倶楽部」に参加している。そこには大阪や神戸のバイヤーや農協も参加しており、産

品開発や販路開拓などをサポートする。

「やはり、この地域は『南高梅』のブランド開発にみられる先人からのDNAが受け継がれているの

か、起業意識の高い人が多いように感じます。こうした場を大切にして、地域づくりまでを射程に入れた生産者・事業者の数を拡大していきたい」と松本さんは言う。

地域産業活性化を 広域圏組合事業の柱として

そうした田辺市の産業振興策に歩調を合わせるように、田辺周辺広域市町村圏組合も様々な地域活性化事業を展開してきた。

「私たちは約40年にわたって広域連携で文化・医療環境整備を行ってきました。そうした土台の上に、圏域に山積する地域課題に取り組み、産業振興を行う。それが私たちの最大の強みだと思います」と事務

局の前芝啓史主査は語る。

域内の第1次産業人口比率は、平成22年段階で15・9%と全国平均の4・2%に比べてみても極めて高い。

前述したように農業では梅や柑橘類、花卉、漁業ではカツオやイセエビなどの産地となっており、昔から「梅干」や「鰹節」、「味噌」、「醤油」などの食文化の原点ともいえる産品を開発してきた。しかし、全国の中山間



田辺市長 真砂 充敏さん



田辺市 産業政策課 交流推進係 松本 早也香さん



田辺市 産業政策課 交流推進係 係長 山本 良明さん



地と同じように少子高齢化の波は、この地域に押し寄せてきており、生産年齢人口比率が域内平均で58.1%と、地域産業を担う後継者不足という課題がある。加えて、価格の低下による地域の主要産業である梅産業の低迷など、極めて厳しい状況下にあるのだ。

今、力を入れているのは、域内における「6次産業化」や「農商工連携」の推進による域内産品の販路拡大と、後継者の育成をはじめ、起業や新産業の創出を担う人材の育成だ。

特に梅産業の一層のブラッシュアップを図る。梅産業では、昨今の「梅酒バー」に見られるような「梅酒ブーム」により、小ロットでも梅酒を生産している業者や、全国各地の蔵元との連携や海外の販路拡大などを目指す業者を支援している。また、しゃぶしゃぶで食べると美味しい海藻類の「ヒロメ」や「熊野本宮」という背景を持ち全国一の産出量を誇る柿、多種多様な柑橘類の加工品など、「地域ブランド」の販路拡大の可能性を探っている。

また、平成20年度以降、毎年のように、人材交流事業として和歌山大学と連携した学生インターンシップや民泊体験交流学習会、滞在型グリーンツーリズム推進事業としてのモニターツアーの開催も行った。

平成22年度からは「地域情報発信事業」として、産業振興に関わる各種講演会の開催、現地産品相談・商談会の開催をはじめ、「スパーマーケット・トレードショー」への参画や「南近畿地域の農林水産物を対象とした商談会」の開催等に取り組んできた。

昨年度、電源地域振興センターの事業を活用して、2回の「現地産品相談・商談会」を開催。これは生産者・事業者が消費地へ出かける費用を削減できることや、東京から招いたバイヤーに現地を見てもらい、商品の評価や今後の産品開発についてアドバイスを受けることができるもの。平成24年3月の相・商談会では、

「売れる商品」づくりを目指す 圏域内の事業者

食品加工販売会社「熊野の里」は、田辺市内でソーシャルビジネスを展開する事業者のひとつだ。昨年度に開催した圏組合主催の「現地相談・

19の生産者・事業者が参加して大好評であった。ただ、圏域といっても和歌山県の1/3を占める面積を持つだけに、課題も多種多様で、地域振興への温度差は確かに存在する。

「横並びで行うのは無理で、多様な時代なので、産品開発や販路拡大などでは、走ってもらう人はどんどん走ってもらいたいし、その支援をしっかりとやっていきたい。しかし、切り口によって広域的に取り組めることも多く、産品開発や観光関連事業など、事業者を一軒一軒回って、地道にできることからやってきました。それは今後も変わらないと思います」と、田辺市産業政策課に属する地域コー

商談会」にも参加している。

代表取締役の宮崎誓悟さんみやざき せいごの実家は梅干農家。大阪の漬物屋や商社を経て、平成20年9月に46歳で起業した。低迷する梅産業のなか、地域資源を活かした食品加工の製造販売の会社を立ち上げた。主力商品は高菜

の漬物で飯を巻く「めはり寿司」。「めはり寿司」は古くから熊野地方に伝わる郷土料理のひとつで、そうした『ふるさとの味』で2次産業からの6次産業化を目指す。



田辺市 産業政策課 交流推進係
地域コーディネーター 岸上 光克さん

ディネーターの岸上光克さんは語る。一昨年度まで田辺周辺広域市町村圏組合の「健康・観光産業クラスター推進協議会」で事業を推進してきた。

組合事務局の前芝さんも「数値目標を作ってはいません。数字を作ると、それを追っかけてしまうので。まずは行政、組合、事業者の役割分担を明確にして共通の認識を獲得することです」と口を揃えた。

会社を興して1年目は社員教育を行った。2年目に高菜を裏作で生産する農家と契約して、高品質の高菜を作ってもらうために、肥料の研究などの営農指導から始めた。農家の手取り収入を増やすには裏作しかないと思ったからだ。契約農家は当初の10軒から30軒に増えている。

JAから400坪の土地を紹介され、そこに高菜漬物の加工場を建て、繁忙期には15名を雇用しており、市内中心部の「めはり寿司」の作業場では4名を雇用している。

「低迷する梅産業をはじめ、この地域の1次産業の状況は厳しい。小

右:めはり寿司の作業場
下:「めはり」と「氷雪梅」



規模農家の人たちが少しでも収入を得られるような事業を起こしたかったのです」と宮崎さんは言う。郷土への強い思いが宮崎さんのモチベーション

になっている。現在の課題は、さらなる販路の拡大。昨年度、2回にわたって田辺市内で開催された「現地相談・商談会」にも参加した。そこでは、首都圏

や大阪圏のバイヤーから「地方の素材や健康食品というコンセプトがしっかりしている」という評価を得た。また、この相・商談会では、バイヤーの視点や、バイヤーから期待される事業者の姿はどのようなものを学ぶこともできた。

今後は、高菜だけではなく、地域産品を活用した新たな商品開発も行って、年商70億円を目指している。営業部部長の南克彦さんは「コンセプトをもっと明確にして、女性を



熊野の里株式会社 営業部
部長 南克彦さん

世界に開かれた持続可能な観光地を目指して ～熊野ツーリズムビューロー～

平成16年にユネスコの世界遺産に登録されて以来、「熊野古道」は全世界から注目され、その知名度は一挙に高くなった。それを背景に「平成の大合併」に伴って平成18年に、田辺市内の5つの観光協会は一般社団法人熊野ツーリズムビューローを設立。熊野地方のプロモーション活動の一環としてイベント行事などを行いながら、国内の募集型企画旅行を実施できる第2種旅行業資格を取得、着地型旅行事業を実施した。



熊野ツーリズムビューロー
事務局長 竹本昌人さん

現在の大きな取り組みのひとつは外国人旅行者への対応。世界遺産登録以降、オーストラリア、アメリカ、フランスなどの旅行者が急増し、団体旅行者のみならず個人旅行者も増加したため、ハード、ソフト両面での域内の整備を行った。

ハード面ではまちまちであった熊野古道にある案内標識の型や色彩を統一。外国人観光客に分かり易い案内標識に変えた。ソフト面では事務局内に外国人スタッフを常駐させ、宿泊地域住民とコミュニケーションを円滑にする日本語と外国語(英語、フランス語、中国語、韓国語、スペイン語)対称の「指差し会話帳」を作成した。また、観光特区でのエリア内外外国語通訳の規制が緩和されたため、事務局スタッフもこの資格に挑戦している。

こうした外国人対応の取り組みの成果は着実に現れてきた。ホームページなどによる予約数はその80%が外国人。本年はすでに34ヶ国から観光客が訪れている。昨年東日本大震災と紀伊地方集中豪雨被害の影響で観光客が激減した時期もあったが、現在では内外の交流人口総数は昨年の6

倍にまで回復した。今後は、関西国際空港からLCCが飛ぶため、東南アジア人をターゲットにしている。

日本人観光客向けには龍神温泉と体験型プログラムをマッチングさせた商品などや、身障者に優しいソーマライゼーションのコース造成、特産品を絡める広域の連携の取り組みも行っていく。

事務局長の竹本昌人さんは「外国人観光客に優しい観光地づくりは、実は日本人観光客にも優しいんです。その意味で、世界に開かれた持続可能な観光地を目指しています」と語る。



田辺市!
世界的観光地

熊野地方から日本を眺むイラストのポスター

ターゲットにした販売戦略や、実演販売、試食販売で得られた消費者の評価を大事にしていきたいと思っています。また、冷凍食品会社や宅配事業者との協働の事業などを考えています」と言う。

ソーシャルビジネスにおける産品開発では、ともすれば「ひとりよがり」になりがちだ。消費者を見据えた「売れる産品」づくりが重要になってくる。そのため、田辺周辺広域市町村圏組合は、域内の生産者・事業者に対して相・商談会やトレードショーへの積極的な参加を呼びかけている。

ここに上秋津地区は、平安時代から集落が形成されていた地域で、明治の水害で地域が崩壊しても長い時を掛け、住民が力合わせ復興を遂げた

地域住民とともに グリーンツーリズムを展開する「秋津野」

田辺市上秋津の新興住宅街の一角に、古い2階建ての廃校舎がひときわ目立つ。その横には木造の「農のある宿舎」、「農家レストラン・みかん畑」などが建ち並んでいる。

ここがグリーンツーリズムで全国的に注目を浴びている「秋津野ガルテン」だ。年間6万人が利用して

り、運営するのは主に地域内の住民を株主とする農業法人株式会社「秋津野」。「農を元気にし、地域を元

にする」をコンセプトに、近くにある「秋津野直売所・きてら」の運営ももっている。主な事業は、食育事業や貸農園事業、農家レストラン、オーナー樹事業、田舎暮らし支援事業、地域づくり研修受け入れ事業などとなっている。

ここ上秋津地区は、平安時代から集落が形成されていた地域で、明治の水害で地域が崩壊しても長い時を掛け、住民が力合わせ復興を遂げた

～田辺周辺広域市町村圏組合の地域活性化事業～



廃校舎を活用した「秋津野ガルテン」



みかんや梅の加工品

成19年、地域内住民が議決権を持つ株主と、地域外からの株主による農業法人株式会社「秋津野」が誕生し

自信を持った住民は、地域社会のあり方や農業の活性化、地域資源を活用した事業などのマスタープランを作り、住民の出資による秋津野直売所「きてら」やみかんの加工事業「俺ん家ジューズ倶楽部」などの事業を展開する。

平成に入ってから、この地域に新しい住民が流入し、農村地域のあり方が変化していくことに危機感を覚えた住民たちは、平成6年に地域づくり塾「秋津野塾」を結成。町内会、公民館、消防団等幅広い団体が結集し、合意形成を得ながら、農村文化をPRするためイベント交流や農業体験学習を実施してきた。その成果は平成8年に農林水産省の「豊かな村づくり」部門で天皇杯を受賞というかたちで表れた。

という歴史を持つ。昭和時代には、かつての上秋津村の村有財産を地区民に復帰して「社団法人上秋津愛郷会」に所有権を移すなど、地域住民の地域への思いが強い土地柄だ。



農業法人株式会社 秋津野 副社長 玉井 常貴さん

た。その後は冒頭のような事業を展開することになる。

「秋津野」の副社長の玉井常貴さんは、「秋津野塾」の時代から中心となって地域づくりを行ってきた。今では講演で全国を飛び回る。

「肝心なのはどのように地域資源を

広域連携で取り組む地域活性化策のメリットは高い

「平成の大合併」を経た今、自治体にとって「行政の効率化」を図ると同時に「行政サービスの低下」をどのようを防ぐかが大きな課題になっている。その意味では広域連携の重要性はますます強まっているといえよう。

地域産業振興においても、厳しい経済情勢の下で「産地間競争」にさらされている自治体に様々な施策が求められている現在、周辺地域との広域連携による手法が極めて有効といえる。特に、地域産品の販売促進という面では、広域で取り組むことのメリットは高い。個々の市町村にないものを補い合い、地域資源を共有化

活かすか、人や組織をどう活かすかです。産業をどう育成させていくかは、行政や他地域とよく連携して物語にするからです。私たちの経験から言えば、突き詰めていけば地域づくりは『ヒト』です」と、玉井さんは語った。

その意味で「秋津野」は、田辺周辺広域圏組合の人材育成事業でも大きな役割を果たしている。

することで地域は売り易くなる。なぜなら、消費者にとっては個々の市町村名よりも地域の通称のほうが分かり易いからだ。本年8月に「第5次田辺周辺広域市町村圏組合計画」ができあがった。

それによると、「生き甲斐を持ち、快適に住みよい圏域づくり」という基本理念を堅持しつつ、「地域資源を活かした圏域市町村の独自の取り組みを推進するとともに、それらの取り組みを連携させることにより更なる地域活性化を目指す」とされている。

市民に支えられる「田辺・弁慶映画祭」

全国的にフィルムコミッションや音楽イベントなどの「芸術コンテンツ」による活性化事業が盛んだ。田辺市でも2007年から毎年11月初旬に「田辺・弁慶映画祭」を開催している。ちなみに、田辺は源義経の郎党として知られる弁慶の出生地。その名を冠した映画祭だ。2009年から「東京国際映画祭」の提携企画となり、株式会社キネマ旬報社、東京テアトル株式会社の協力を得て、新人監督の登竜門として知られるようになった。



田辺・弁慶映画祭 実行委員会事務局 高井 正臣さん

第6回目となる本年は11月2～4日に開催されたが、コンペ参加は90作品。過去、この映画祭からは沖田修一監督など4監督作品が「市民審査賞」を受賞し、その後商業映画デビューを果たしている。

もともとは、地元民間企業を中心としたフィルムコミッション活動から発展したもので、この映画祭でも行政と民間による実行委員会方式。会費3,000円を支払うと上映作品を見放題の特典が与えられる「市民応援団」と民間企業がスポンサーとなって映画祭を支え、「市民審査員」を募集して審査するなど市民参画によるイベントとなっている。

実行委員会事務局の高井正臣さんは「今後はコンペ参加作品を200～300くらいまで伸ばすことと、市民に支えられた映画祭ですので『市民応援団』の数を増加させることが課題です」と語る。また、「この映画祭を通じて、田辺市民と映画関係者などとの更なる交流の促進につながる」ことを期待している。

今後、田辺周辺広域市町村圏組合は圏域内の地域の独自性を十分に配慮しつつ、様々な知恵を結集させ、地域産品開発や販路拡大、グリーンツーリズムに代表される「ニューツーリズム」の展開などに向けた「織機」のような役割を果たしていくのであろう。

「広域行政」から「広域連携」へ

近頃、広域連携による事業で、地域の持続可能性を探求するという動きが目立っている。

地方圏、特に中山間地における生産年齢人口の減少と高齢人口の増加は、域内市場の縮小から地域企業の収益悪化、税収減少・社会保障負担者の減少、行財政の悪化、公共投資・サービスの削減へと進み、ついには地域社会の過疎化、地域経済の縮小という「負のスパイラル」を進行させている。

この「負のスパイラル」から脱却するために、広域連携による事業で雇用を創出し、行政サービスの改善を行って、定住人口を増加させて地域を活性化しようとする市町村は多い。

市町村間協力については従来「広域行政」という言葉が用いられてきた。交通・情報通信手段の発達によって住民の日常生活圏は市町村の行政区画を越えて拡大しており、消防・医療・水道など効果的な行政サービスを行うためにはさらなる広域化・高度化を進める必要があった。

しかし、「平成の大合併」を経た今、「広域連携」という言葉を用いることが多く、そこには市町村の枠を越えて、行政サービスのみならず、想定する地域の社会・経済の活性化を図ろうというニュアンスが色濃くなっている。

広域連携の地域的枠組み

現在の広域連携の枠組みは、日常生活圏や経済圏を想定するものがほとんどだが、もうひとつ、まとまりとして意識できるのが「江戸時代の『藩』である」という識者の意見がある。

加賀藩や仙台藩、薩摩藩といった雄藩は別として、かつての10～30万石程度の藩域を参考にしても良いの

ではというものだ。そこでは、地産地消型の域内向け産業と、地域特産品などの移出産業の有機的な組み合わせ、城下町を中心とした町割りなどの機能集積や、藩校・寺子屋といった教育システムや、庶民の相互扶助システムなど、文化・社会的繋がりの強い地域となっていた。

現在の生活圏域は、江戸時代とまったく違うという地域はあるものの、地域資源を活用した事業化や地域コミュニティの活性化を図るうえでは、地理的・文化的・歴史的繋がりを基にしたほうが、その可能性は広がるのではないかというもの。これは一考に価する注目したい意見といえる。

広域連携を担う主体づくり

地域産業の活性化においては、「ヒト」「モノ」「コト」「カネ」といった域内の資源を総動員した6次産業化や特産品開発、販路開拓、滞在型交流観光などの内発型の産業振興や、外発型の企業誘致においても地域の強みを活かす産業振興策を推進することには、論を待たない。

また、その過程において地域内での資源や利益を循環させる、交流人口を呼び込み消費を喚起する、地域資源を活用して付加価値を高めた商品を地域外に売り込み、いかに「儲け」を出すかといった仕組みや取り組み手法についても様々語られてきた。

そうした個別の手法とともに広域連携における重要な視点は、出現する農林水産業や商工業、自然環境、歴史・文化などの分野における個人やグループの経営体をいかに連携させていくことができるかということである。

ただでさえ、合併によって行政サービスの低下が心配される多くの市町村には、それを担う人的資源や、財政的なゆとりはないという自治体も

多い。

しかしそれ故に、情報のプラットフォームや関係者間のコーディネーター機能を担う主体が極めて重要で、この主体が広域連携の様々な事業の核となる。

特集で紹介した田辺周辺広域市町村圏組合は40年にわたって、広域連携で文化・医療の環境整備を行ってきており、その土台を基に産業振興に取り組んでいる。また、広域で株式会社やNPO法人といった法人格を持つ事業主体を結成して、事業に取り組むところも多い。

「トップランナー」の創出

最近では「シンクタンク」的な機能に加え、それ自体が具体的な事業を推進する、いわゆる「ドゥタンク (Do Tank)」を広域で結成するところもある。いずれにしても、域内の人材を探し出し、あるいは育成するとともに、外部人材の活用による多様な「協働」の仕組みを作り、コーディネート機能に加えて実際のマネジメント機能を強化した推進主体づくりが、大きな課題となっているのではないだろうか。

マネジメント機能を強化するうえで重要なことは、各経営体のモチベーションの維持である。それを図るためには、連携する様々な経営体による域内雇用創出や定住人口の増加など、小さいものであっても、何らかの「成功体験」が必要になる。そのためには、経営体のなかから「トップランナー」をひとつでも、ふたつでも作り出していく努力を重ねていくことしかない。

「トップランナー」による「成功体験」は、地域内に刺激を与え、良い意味での「競争」に拍車をかけ、創造的で豊かな圏域を形成することになることは間違いないだろう。