

四国の地域力を考える

～四国西南地域のブランド化～

高知大学 国際・地域連携センター
教授(生涯学習部門長)

坂本 世津夫



平成14年4月から3年間、愛媛大学で「地域情報学」(伊予銀行寄附部門)を担当していた。「地域情報学」とは、「地域学」と「情報学」を一緒にしたような、今までにはない新しい学問で、情報化社会における地域のあり方を研究する学問である。例えば、観光振興や地域コミュニティづくりに情報通信技術を活用して、如何にすれば地域力を高め、地域を活性化できるのかについて研究してきた。そして、愛媛大学にいた最後の1年間は、愛媛県(松山)への外国人観光客受け入れ環境整備についても取り組んだ。その関係もあり、今回ご紹介する四国西南地域の「西南」というネーミングには非常に思い入れがある。愛媛県の南予地域と高知県の幡多地域をまたがるエリア、四国西南が私は大好きである。この「西南」というネーミングが付けられるエリアは、多分、日本の中でも四国しかないのではないかと考えている。この西南地域(半島地域)をブランド化しようと、この数年間取り組みを続けている。2年前に高知大学に移ったが、現在は「生涯学習」を担当しながら、本来の専門である地域づくり、地域産業おこし、地域人材育成について取り組んでいる。今回、こうした経験を踏まえながら、高知県の三原村を事例に、これからどうやって四国西南地域をブランド化していくか、西南地域の地域力を高めていくかについてお話しさせていただく。

1. 「濁酒特区」で村をブランド化する (高知県三原村)

高知県の西南部で、いま密かに濁酒で「村」をブランド化しようとしている村がある。高知県幡多郡三原村である。「密かに」というのは、まだまだ情報発信ができていないという程度の意味であるが、密造酒の代名詞である「濁酒」は、確かに「密かに」というのがキーワードであるかもしれない。密かに、こつこつとブームを作りあげていくということは、「都会」のブランド化とは違い、「田舎」のブランド化においては重要なことである。スローフードではないが、じっくりと時間をかけて熟成させ、ブランド化していくのである。しかし、そうは言っても、いつまでも「密かに」していてもいけない。そろそろ村をあげてのブランド化の取り組み、情報発信が必要である。その為の環境整備について、これから色々な仕組みを作りたいと考えている。

(1) 「桃源郷」の三原村

高知県は当初、市町村の合併を推進することよりも、むしろ市町村の自立を目指した地域づくりを推進してきた。市町村の自立に対する考えは今も変わっていないが、そのこともあってか、高知県内の市町村における自立に向けた取り組みは思ったよりも盛んである。しかしながら問題点は、高知は組織化、仕組みづくりが

あまり得意ではないという点である。県外・海外への情報発信もあまり得意ではない。さらには、色々な仕組みを作っても、マネージメント、マーケティングがあまり得意ではない。結果、高知県には本当に素晴らしい観光資源や産業資源がありながら、それがなかなか全国に知られていないという状況にある。高知県の産業振興も含め、これらの点が今後の課題である。

(2) 市町村合併の遅れた高知県

高知県は、市町村合併が非常に遅れてしまった。市町村合併によって自治体運営を効率化させることは非常に重要なことではある。しかし、そのことが地域の自立、競争力を高めることに向かわなければ、合併の本来の意味がない。反面、合併しなかった、正確には合併できなかった市町村においては、合併にともなう作業で多大な時間をとられなかったことが幸いしてか、合併した市町村よりも一歩早く、そして着実に地域の自立に向けた取り組みが進んでいるように感じる。高知県には、まだまだ沢山の「村」が存在している。その中でも特に元気があるのは、柚子を使った飲料、ゆずドリンクなどで日本的にも有名になった「ゆずの村」こと、「馬路村」である。そして、高知県の西南部にある三原村においても、濁酒を核にして、地道に「村」をブランド化する取り組みが始まっている。今回ご紹介する、「土佐三原どぶろく」の村である。この三原村を、是非、「村」としてブランド化したいと考えている。

「村」という言葉には、どこか懐かしい響きがある。そこには、「故郷」「田舎」「共同体」というイメージがある。これから高知県において、「きらりと光る村」を核にして「日本一の田舎」を目指し、地域全体をブランド化していきたいと考えている。

(3) 三原村の位置的条件

三原村は、高知県の西南部に位置する小さな山間の村である。足摺岬がある土佐清水市、愛媛県と県境を接する宿毛市、そして日本最後の清流「四万十川」で有名な四万十市に三方を囲まれている。高知市からは

車で約3時間、約150キロの距離にある。道路については、まだまだ十分ではないが、国道・高速道（須崎以西で現在工事が進んでいる）とも順次整備されつつある。時間距離にして、東京から5時間、「辺境の地」という環境が幸いして、災いしてか、国道も交通量が少ない関係で、150キロという距離もストレスなく運転できる。そして、高知県の西南部は、四国沖を流れる黒潮の影響もあり、海を望む景観が抜群に素晴らしい。海の青と、木々の緑が素晴らしく綺麗である。また、遠くから波がうち寄せる広い砂浜もあり、サーフィンを楽しむには最高の地域である。海の景色を眺めながら、ゆっくり、のんびり旅するには、高知県の西南地域は最高の場所である。中土佐町や黒潮町など、「ホエール(鯨)ウォッチング」できる場所も沢山ある。

三原村へは、公共交通手段としてJR土讃線、土佐くろしお鉄道中村・宿毛線がある。土佐くろしお鉄道中村・宿毛線の平田駅で下車し、そこからバスで少し山間に入れば三原村に到着する。約9.6キロの距離である。途中、中筋川ダムや溪谷が眼下に眺められ非常に綺麗である。バスの便が非常に少ない関係で凄まじい不便さがあるが、この不便さを逆に売り物にするのも一つかもしれない。最近はトレッキングも盛んであるので、片道約10キロの道のりは運動するにもちょうど距離ではある。しかし、濁酒を飲まなくてはならないので、やはり公共交通を見直す必要性はあると感じるが、人が来なくては何かしたいので、これから人が来る仕組みを作らなくてはならない。

(4) のどかな田園風景と田舎の雰囲気

三原村は、山間部にあるとは言っても、高い山々を超えていくというイメージではない。少し山を登って、トンネルを抜ければ、そこはまさに「桃源郷」というイメージの村である。目の前には、素晴らしい田園風景が広がる。三原村にはこれといった観光資源はないかもしれないが、これら自然の景観や、色彩、のどかな田園風景など、田舎の雰囲気がまさに観光資源ではないかと思う。



写真1 旅行者を迎えてくれる八重桜



写真2 のどかな田圃風景(よく整備された田圃)

村内は、四季折々、色々な草花で彩られ、青い空と緑の森、春にはツツジや不思議なほど沢山ある八重桜などの花々が咲き誇り、それにみごとに整備された田圃の風景がマッチするのである。旅人としては、どんどん写真を撮りたくなる。村に入って感じるのは、「この村は生きている」という感覚である。美しい村で、ゴミひとつ落ちていない。ゆっくりと村に滞在し

て、毎日トレッキングを楽しむことができれば最高だと、ふと思ってしまう。トレッキングで疲れたあとは、冷たい小川の水で足を冷やし、濁酒の瓶を枕に昼寝でもすれば何と素晴らしいだろうと想像する。村内は非常に平坦な地形で、縦横無尽に村道と小川が走っており、トレッキングコースを作ると、10を超えるモデルコースができるのではないかと思う。コースは、それぞれに景観が違うのである。しかし、ここで問題なのは、泊まるうにも宿泊施設がないことである。昔は旅館もあったようだが、現在では旅館もない。いま流行のキャンピングカーだと、車を停めることのできる空き地はたくさんあるので、宿泊も十分に可能ではあるのだが、その仕組みも未だない。

(5) トレッキングルートの可能性

三原村は、昔からお遍路さんの通り道でもある。最近では特にお遍路をされる人びとも多くなり、村内ではお遍路姿の人と良くすれ違う。田園の中をお遍路する姿と、村の風景はみごとにマッチするのである。

三原村は、古くは「三原郷」と呼ばれ、明治22年の町村制施行により「三原村」となった。現在は13集落によって構成されている。2006年9月現在、人口1907人、世帯数789である。周囲を450～850メートルの山々に囲まれている割には、村の中は不思議なくらいに平坦な地形である。まさに盆地のような地形ではあるが、三原村は風の通り道でもあり、いつも爽やかな風が吹いている。村道、農道はよく整備されていて、村内はどこに行くにも楽に移動できる。車どころか、人も歩いていない。ただ、集落は各所に点在しており、道を歩いていても淋しいという感じはない。この地形と自然の景観を見て感じたことは、村内を縦横に走る村道を活用してトレッキングのルート(コース)を作ることができれば、非常に面白いのではないかということである。村道は良く整備されていて、綺麗な公衆トイレも各所にある。



写真3 よく整備された農道



写真4 よく整備された農道

三原村は、写真の撮影スポットとしても素晴らしい。実は、三原村は写真家、野町和嘉氏の出身地でもある。野町和嘉氏の写真は三原村役場の村長室や、三原村農業構造改善センターなどに、たくさん展示されている。素晴らしい作品の数々である。まさか、このような「田舎」で、野町和嘉氏の写真と出会えるとは夢にも思わなかった。確かに、この村の風景は、写真の被写体としても素晴らしい村である。三原村に写真ミュージアム（ギャラリー）を造り、そこで写真家などを育成する仕組みができればと、ふと考える。

村内を縦横無尽に走る小川は、水量は多いが、水はけがよく、昔はたくさんの川魚やエビがいたようである。今でも、少しだけではあるが川エビを捕ることができる。これを河原で焼いて食べると、まさに珍味である。

(6) 濁酒特区で「村」おこし

農林業が主産業である三原村は、美味しいお米「みはら米」でも有名である。現在では、県内でも有数の米産地として「みはら米」が好評を得るまでになった。しかし、単なる米だけでは付加価値をつけることは難しいのが現状である。そこで三原村では、この「みはら米」を活用した濁酒づくりを計画し、2004年12月、「三原村濁酒特区」の認定をうけた。適用される規制の特例措置は、農家民宿等における濁酒の製造許可の要件緩和である。

要は、農家レストラン等（農家食堂方式）での濁酒の製造・販売である。三原米で作った濁酒をセールスポイント（トリガー）にして、三原米の消費拡大に繋げていくとともに、県外や都市部の消費者が、三原村の直販所「夢市場」や農家食堂などを訪れて農産物や硯などの特産品を購入していくことは、生産物の販路拡大や地産地消を促進することにも繋がる。そして、農業を含めた地域産業と「食」を繋げていくことは、「村」のブランド化にとって非常に有効な手段である。しかし課題は、これから如何にして夢を膨らませ、実現していくかである。その「仕組みづくり」である。

2007年4月中旬に三原村を訪問したとき、まず目に飛び込んできたのが、村のど真ん中の四つ辻に立っている「土佐三原どぶろく案内板」であった。



写真5 土佐三原どぶろく案内板

案内板を確認し、農家食堂「風車」に立ち寄り、三原村どぶろく組合組合長の池本公二氏とお話させていただいた。現在は7軒の農家で、それぞれの農家の個性を醸し出した濁酒が造られている。また、濁酒を使った酒饅頭「土佐三原どぶろく饅頭」など、新たな商品開発も行われている。今後は、如何に製品の品質を高め、製造量を増やしていくか、そして新たな商品開発が課題だということである。そして、やはり「土佐三原どぶろく」の販売量を如何に増やしていくかが課題である。現時点では、三原村への来訪者は限られている。その来訪者を如何に増やすか、そして如何に販売経路を拡大していくか、そしてインターネットなど、新たな手段を活用した販売方法も検討する必要がある。



写真6 三原村どぶろく組合組合長の池本公二さんとメンバー

ネットなどで公開していくことが、ブランド化の一つの方法になるのではないかと考えている。



写真7 土佐三原どぶろく



写真8 どぶろく饅頭づくり

(7) 濁酒、どぶろく饅頭、プリン

4月に訪問した時は、ちょうど各農家のメンバーが集まり共同作業が行われていた。各農家は、それぞれの家で濁酒を製造販売している関係で、こうして日中に集まることはなかなか難しいようである。月に2度、木曜日に集まって「どぶろく饅頭」を作っているが、各農家が全員、共同作業で釜戸に火を焚いてお湯を沸かし、饅頭を蒸している風景は何ともいえなく素晴らしいと感じた。こうした地道な作業を見ているからこそ、その場で味合う饅頭の味は、スーパー等で購入した饅頭とはまったく違った味に感じられるのである。安心・安全のためにも、このような製造風景をインター



写真9 土佐三原どぶろく饅頭

このように、濁酒を核にした地域内での連携の輪は確実に広がっている。特に、三原村は女性たちが非常に元気である。帰りにどぶろく饅頭と、濁酒を4本いただいできたが、濁酒もそれぞれの農家でやはり味が違う。この違いがあるからこそ、意味があり素晴らしいと思う。いただいた濁酒は、思ったより辛口であったが、風味といい、味わいといい、本当に素晴らしかった。三原村の濁酒は、最高の味（風味）だと思う。濁酒は、通信販売もしているので、是非一度ご賞味いただければ、その味の良さが分っていただけると思う。また、「どぶろく饅頭」は素晴らしい食感（味）と、ほのかに香るお酒の風味であった。非常に人気があるようである。

他にも、三原村では「どぶろくプリン」なども製造販売されている。このプリンは、どぶろくの香りと、米粒の食感がなんとも言えない濃厚な味のプリンである。素朴であるが、非常に美味しい。卵は、放し飼いにした卵肉兼用種の鶏が産んだものを使用し、鶏は「百姓工房みゆ」の有田二三氏が5年前から精魂こめて育てている鶏の卵を使用している。朝作ったプリンを、その日のうちにクール便で発送している。8月9日、再び三原村を訪問した時に、有田二三氏ともゆっくりとお話したが、なかなかプリンだけで生計を立てるのは難しそうである。しかし、プリンが三原村をブランド化する一つの手がかりになればという思いで、コツコツと作っている。濁酒も、饅頭も、そしてプリンも、そういう思いをこめて作られているのである。このような生産している人びとの顔を知ることが、やはりそれを食するものにとっては重要なことではないかと感じる。これを如何に消費者に伝えていくか、それがブランド化では重要だと考えている。

秋が深まる11月には「どぶろく祭り」も行われ、毎年大盛況のようである。当然、お酒であるので、公共交通での参加が必要であるが、どぶろく祭りの時には送迎バスも出て、旅行プランも作られているようである。



写真10 どぶろくプリン

(8)「いきいき三原会」の取り組み

三原村のどぶろく特区は、農家が食堂や民宿を営む場合に限り、酒類製造免許を得て、どぶろくを製造・販売できることとなっている。今、三原村では、もう少しどぶろくの生産量を増やせないかと考えている。三原村はお米やお茶が非常においしく、本当はお米が高価格で売れば良いのであるが、認知度が低いので、まず、三原米でできた「どぶろく」をブランド化することによって、逆にお米の認知度を上げていこうと考えている。

兵庫県で農家が無農薬栽培した米を、神戸にある米屋を通して販売する取り組みを知っている。そこでは、米を5キロあたり4,000円～4,500円ぐらいの値段で、収穫の2～3カ月前に予約して売っているが、すぐに完売している。こういう取り組みは、生産者と消費者というお互いの心が通じて、安全・安心な商品であることがはっきり認識されていることが成功の要因である。

観光でも、大金を出しても行きたいと思う人をいかに見つけ出していくかが重要である。三原村の「どぶろく」は、容易に手に入らないので、現地に来て、飲んでいただいて、そしてゆっくり滞在してもらうことを考える必要がある。ただ、三原村には宿泊施設がほとんどないので、農家民泊の充実などをいま検討している。

そのような中で、三原村の豊かな景観を見直して、交流事業を促進するために、NPO法人「いきいき三原会」という組織が立ち上がり、取り組みが進められている。村内には宿泊施設がない中で、間伐材を活用して簡易旅館「清水川荘」を新築し、高齢者、軽度の在宅認知症の方々の一時預かりにより介護者の負担軽減に協力したり、同時にお遍路さんの宿泊サービス、農林業の体験宿泊、観光客の宿泊サービスなども行っている。滞在型の旅にも対応する一つの取り組みが徐々にではあるが始まっている。まだまだNPO活動の課題も多いが、やはり地域を活性化させる（地域力を高める）には、新たな組織が必要である。「いきいき三原会」の今後に期待している。



写真11 簡易旅館「清水川荘」



図1 土佐三原どぶろくのパンフレット

2. ブランド化の課題(地域力を高める)

地域をブランド化していくには、地域全体が一枚岩にならなくてはならない。地域に暮らしている人びとが一体にならなくてはならない。地域の情報をみんなが共有し、地域の良さをそこに暮らしている人々が自ら語れなければならない。ブランド化では、特に地域からの情報発信が重要である。高知県には、ブロードバンドゼロ市町村が3カ所ある。その一つが三原村である。今後、地域をブランド化していくためにも、情報通信環境の整備、ブロードバンド環境の整備が重要となる。そして、地域をブランド化するには、「人」をブランド化する（仕掛け人）、「産品」をブランド化する（知名度）、「地域の名前」をブランド化する、この三つのブランド化を同時におこなうことが重要である。

三原村には、濁酒以外にも色々な産品が存在する。昼夜の寒暖差が大きい高原でできる三原米に三原茶、そして高知特産工芸品にもなっている土佐硯、その他にも素晴らしい産品がたくさんある。特に三原米は最高に美味しいお米であるが、ブランド化というところではまだまだ苦戦し、米の低価格化に甘んじている。産品のブランド化においては、常に品質のチェックが重要である。産品の品質を常にチェックし、向上させていく仕組みをつくるのが重要となる。これは、単に村の中だけではできない。地域の大学や、工業技術センターなど公設機関と連携することが重要である。そして、産品に付加価値をつけていく作業もしなくてはならない。健康により成分が含まれているとか、どのような効果・効用があるかなど、具体的に分析して示していくことが重要である。これは、食品のブランド化においては特に重要な作業である。さらには、新たな商品をどんどん生み出す仕組み（商品企画）、販売ルート、市場の開拓も重要である。

(1) 広域で戦略的な政策を如何に組み立てるか

三原村を含む、高知県の西南地域での第一の課題は、各市町村単位だけではなく、西南という広域のエリア（範囲）で、いかに戦略的な政策や地域づくりの仕組みを作り上げていくかということである。これは高知

県だけでなく、愛媛県の南予地域も含んだ、「四国西南」地域全体でも考える必要がある。例えば、高知の西南地域の自然で言えば、四万十川や入野の松原、足摺岬などが代表的な観光資源である。こうした私たちの周りには素材が本当にどういう価値を持っているのか、また、そうした資源を近隣の資源と組み合わせることで、新たな価値を生み出すことができないのか、もう一度、私たち自身で見極める必要がある。地域づくりや地域産業おこしの最大のポイントは、その地域に住んでいる人びとが、自分自身で考えてみて、アイデアを生み出していく仕組みをつくり上げていくことだと考えている。従来は、市町村単位で、長期戦略とか長期政策などを作っていたが、これからは広域市町村が連携して、一つの地域戦略（地域振興ビジョン）をつくり上げて、展開していくことが重要である。

(2) 「地域」のブランド化

第二の課題は、これから如何に「四国西南」という地域をブランド化していくかである。高知県では地産地消に積極的に取り組んでいるが、高知県に限らず、日本の中のどこの地域も地産地消と言っている。その中でどういう特色をこの地域が出せるのかを考えていかなければならない。地産地消と言っている最大の理由は、食材の安全・安心である。今までは地域から出て行く商品をブランド化して、安全・安心なものとして東京など中央で売っていたが、これからは、「地域の名前」や「商品」に付加価値をつけて、それを呼び物にして、この地域に来て食べていただくという仕組みを作っていかななくてはならない。

私は、ヨーロッパが大好きでイタリアやスイスなどに時々でかけている。例えば、スイスのチーズは高温での殺菌処理をしていないが故に、菌が生きていて発酵して非常に美味しいのであるが、一方で、菌が死んでいないために輸出することができない。また、スイスには良いワインもあるが、輸出するだけの量が生産されておらず、国内で消費する量しかないのである。スイスには、このチーズやワインをターゲットに、グリーン

デルヴァルトなどの観光地へ、外国から多くの観光客が訪れている。このように、地元ならではの食材を、地元で食するという環境を作ることが重要ではないかと考えている。これこそ、まさに「地産地消」である。つまり、高知のものをブランド化して、首都圏に持って行って食べさせることも重要ではあるが、それだけで終わらせるのではなく、もっと美味しいものを、高知に来ていただいて直接食べていただく、「価格は都会の半分か、3分の2で食べられますよ」と訴えることによって、高知へ人を呼び込むことができるのではないかと考えている。このような、仕組みをうまく作れば、地域の活性化や交流人口の拡大は、それほど難しくはないのではないかと考えている。

また、「色彩」や「音」というものも非常に大きな地域資源になる。例えば、イタリアのナポリの南に浮かぶ「青の洞窟」で有名なカプリ島に行った時、ここは南予とまるで同じ風景ではないかと思った。ただ、向こうの海は非常に青い群青色の海であり、「青の洞窟」は下から差し込んできた太陽の光が、海の中の石灰岩に映されて本当に美しいブルーに見えるのである。このブルーを見るために、世界中から人々が集まってくるのである。また、スペインのマラガでは、道路の側溝の線を全てブルーで統一しており、色彩を統一することで街並みを美しく見せている。こういった色彩を、ヨーロッパの人々は売り物にしているのである。

(3) 情報発信・情報通信環境整備の必要性

第三の課題は、地域からの情報発信と、その為の情報通信環境の整備である。ヨーロッパの国々に行くと感じるのだが、ヨーロッパの人びとは日本のことに大変興味を持っている。5年ほど前、フィンランドにオーロラを撮影に行ったことがある。その時、ヨーロッパを代表するカメラマンのマーティン・ケルス氏と同行したのであるが、マーティンは「英虞湾（あごわん）の真珠と宇和島の真珠を取材に行きたいけれども、どうやって行けばいいのかわからない」と言っていた。ヨーロッパでは、日本に関する必要な情報、資料が全

く見つからないのである。今は、少し改善してはいるが、インターネットを使っても見つからないのである。日本の航空会社に尋ねても、「一人ではなかなか行けるところではないですよ」という返事しか返って来なかったらしい。

観光振興、それも国際観光振興を図るためには、こうした旅行の前段階での情報（計画情報）や、現地での滞在時の情報（行動情報）を十分入手できるように、環境整備していかなければいけない。日本語だけではなく、諸外国に対応した言語で整備する必要がある。

また、海外に旅行に行く場合、ガイドブックは色々あるが、これを事前にいくら読んでも、まるで頭に入らない。しかし、一度でも現地に行ってみると、資料で見たことのある情報がどんどん頭に入ってくる。やはり何事も、現地を自分自身の目で見てくるのが大切なのである。リアルな体験が必要である。このようなリアルな体験を、観光に訪れた人から発信していただく仕組みを作ることも重要である。

この西南地域というエリアの情報を売り込むためには、やはり自分たちの資源をもう一度見直す作業が必要であるが、誰かがつくり上げたコマーシャル的な情報ではなくて、相手の心に伝わる情報を地域に住んでいる人たちが自ら作ることが重要だと考えている。その時、相手の心に響くような、嘘（飾りごと）ではなくてリアルな物語、本物の物語を作っていかなければならない。

従来は大きな広告宣伝費を使ってメディアに載せていたが、今はそれだけではなくて、例えばインターネットのホームページで自ら発信する、ブログを活用する、メールを活用するなど、色々な方法が可能である。そういう仕組みをまず作って、地域のストーリーをリアルに作りあげていくことが重要である。情報の発信力を向上させることである。これが地域力にも繋がると考えている。

その際にネックになるのが、情報通信環境、ブロードバンド環境である。西南地域も、まだまだ十分なブロードバンド環境が整備されていない。現在、総務省

四国総合通信局と連携して、四国のブロードバンド環境整備と、地域コンテンツの連携・利活用に向けた具体的な仕組みづくりを行っている。これからの地域力向上には、やはりブロードバンド環境の整備が特に重要となると考えている。

（４）大学と地域とのパートナーシップ

第四の課題は、大学と地域とのパートナーシップである。高知大学では、西南地域では四万十市とも連携協定を結んでいるが、これからは大学もどんどん地域に出向いていく必要がある。今まで、大学は産学連携という形で産業育成やベンチャー企業育成、地域企業の支援に重点を置いていたわけであるが、これから重要になるのは、地域における「まちづくり、人づくり、地域づくり」などの連携支援である。私自身も今年から大学でプロジェクトを立ち上げ、大学、県、市町村、NPOなどの色々な組織と連携して、産業だけではなく、まちおこしや、地域づくりのための社会的な環境・基盤を作っていきたいと考え活動を開始している。

最近、国では省庁横断的な政策を推進している。地域においても、例えば、農業分野を強化するための観光支援などを、どんどん国に提案してゆくことが重要である。「観光」と「農業」など、こうした複合的な政策の受け皿を地域でつくり上げていくことも、これからの課題である。

（５）人的ネットワークの重要性

3年半前、政府から「地域産業おこしに燃える人」の33人の中に選定していただいた。首相官邸に呼んでいただき、当時の小泉総理から「地域には本来素晴らしい、光るものがたくさんある。それをいかに輝かせるかが課題であり、地域で一生懸命もがいて地域おこしをしている方を支援していただきたい」との激励の言葉をいただいた。その後、昨年8月には、「地域産業おこしに燃える人」のメンバーでNPO的な組織を立ち上げ、現在は島根県の沖にある隠岐、海士町の活性化に取り組んでいる。また、今年3月には「地域

活性化伝道師」(内閣官房)にも選定され、11月には「地域情報化アドバイザー」(総務省)にも選定された。これらの人的ネットワークを活用して、四国西南地域の活性化、ブランド化に取り組みたいと考えている。

3. 最後に

これからの時代は、その地域の生活(暮らし)が最大の観光資源になりうるものであり、それにつながる情報をいかに大都市圏や海外に売り込んで、四国西南地域を滞在型の観光地にしてゆくかが重要な課題である。四国西南地域で、是非、その仕組みを作ることができればと考えている。「地域力」を向上させる仕組み作りである。

(参考)

三原村ホームページ

<http://www.vill.mihara.kochi.jp/>

土佐三原どぶろくのご案内

<http://www.kochi-shokokai.jp/mihara/doc/doburoku.html>

三原村濁酒特区(H16.12)農家レストラン等での濁酒の製造・販売(首相官邸)

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kouzou2/kouhyou/041208/dai6/079toke.pdf>

土佐経済同友会二〇〇七年提言「高知県経済活性化の方向性と活性化策に関する提言」

<http://www.tosa-te.ne.jp/~tosadoyu/pdf/2007-teigen.pdf>

「地域産業おこしに燃える人」(内閣官房・経済産業省)

<http://www.kantei.go.jp/jp/kakugikettei/2003/0917moeru.html>

燃える人ブログ：<http://blog.moeruhito.com/>

Profile 坂本 世津夫(さかもと せつお)

1956年高知県南国市生まれ。四国銀行、愛媛大学客員助教授などを経て現職。日本の情報化を、地域という視点で見直し、地域における「知的能力」と「コミュニケーション能力」を高めることにより、新たな産業集積や地域の活性化(地域の自立)が実現できないか研究・実践している。地域産業おこしに燃える人(内閣官房・経済産業省)、地域活性化伝道師(内閣官房)、地域情報化アドバイザー(総務省)等。