

地域力の創造へ向けて

今なにをすべきか

椎川 忍 (総務省地域力創造審議官)



1 地域力の大もとは「資源力」と「人間力」

国力の場合と同様、人口やそれを支持する経済力は地域力を表す有効なバロメーターであると考えられますが、地域力とは決してそれだけではないと感じられる方も多いと思います。例えば、東京の地域力といったときと、松山、宇和島、今治などの地域力、沖縄の地域力といったときは、それぞれ思い浮かべるものが異なるのではないのでしょうか。

大規模な企業立地と地場産業おこしでは少し違っている面もありますが、地域の資源(資源力)とそこに住む人たちの英知(人間力)を活用して産業をおこせば、経済力が増し、人口増加につながりますので、地域力の大もとは、資源力と人間力であるといつてよいと思います。



豊かな自然はかけがえない天然の地域資源(西日本最大のブナ林を誇る伯耆大山)

2 地域資源には天然資源と人間力の蓄積(文化)とがある

地域資源には海、山、川、土地、水、鉱物など天然の資源があり、また、歴史、伝統、文化、生活様式など長年にわたる人間生活の知恵(人間力)の蓄積(文化)があります。これらの力をまとめて地域の資源力と考えることにします。

この地域資源を発掘したり再発見したりして、人間の生活、特に産業に活用できるようにし、付加価値の高いものにブラッシュアップしていくことが必要であり、それが今生きていく人たちの知恵すなわち人間力であると考えられます。地域の資源には、そこに住んでいる人たちは資源と感じていないけれども外部の人から見ると大変価値のあるものがあつたり、また、継続的な人間の努力で作りに上げられていくものもあつたりします。



伝統文化は長年にわたる人間力の蓄積(日本三大曳山祭りのといわれる秩父夜祭り)

3 今を生きる人たちの人間力が重要

人間力は単なる人間の数でもなければ個人のやる気と能力(人材力)の積和(兩者をかけ合わせて足しあげたもの)でもないと考えられます。

当然、人間の数が多の方が基礎的条件としては有利ですが、ただ数が多いだけでは駄目で、まず、やる気と能力のある人

間の数とその力の総量（積和）が問題となります。この場合、個々人の能力を0から100までの評価とするならば、やる気はマイナス100からプラス100までの評価としなければならぬのではないかと思います。しかし、人間力はこのような人材力の積和にとどまるのではなく、異なった能力を持つ人たちが内と外につながるにより、乗数的に伸びていくものと考えられます。これを最近「つながり力」といつている人もいます。いわゆるネットワークの力です。

これらが総合して地域の人間力を構成するものと考えられますので、地域リーダーや地域活動をする人たちの能力を伸ばし、やる気を持つてもらうための研修の機会をできるだけ多く提供することが重要であり、また、地域内では異なる能力を持った人がつながることができるよう人材ネットワークを構築し、さらに、公務員が地域活動に積極的に参加できる体制を作っていくことが求められます。また、地域おこしには外部の人材、いわゆる「ヨソ者」が必要とよくいわれますが、それを得るためには全国的な人材ネットワークにつながり、そこで知り合った人材を引き込む地域の熱意と魅力が必要だと考えられます。

人間力は、資源力とは違って、今生きている人たちの心がけや努力により伸ばし

たり、引き出したりすることが可能であり、現に多くの地域の成功事例を見ると、そのような努力が実を結んでいるものが多いと思われま



ワークショップは地域の人間力の総動員（福岡県上毛町のコミュニティ計画づくり）

4 現代に求められる人間力の要素

以上述べてきましたように、地域力は究極的には資源力と人間力に帰着するのですが、さらにそれらを要素分解していくことができ、その要素のそれぞれを伸ばしていく努力が必要です。本稿ではあまり詳しく触れる余裕はありませんが、いくつか重要な点だけを指摘しておきたいと思えます。

人間力のなかで、現代社会において特に重要だと考えられるのが、情報受発信力、経営力やマネジメント力、住民力などではないかと考えられます。IT社会の中で、世界中（日本中）の人が何に興味を持ち、何を求めているかを素早くキャッチし、それに応じて地域の魅力や特産品を全世界（全国）に向けて売り込む力が重要である

ことは論を待たないでしょう。また、いろいろな地域資源や人間力を組み合わせる地域おこしなどをする場合には、それらうまくマネジメントしていく力、そして最小のコストで最大の成果をあげる経営力が必要です。さらに、住民自身が自分たちの抱えている課題を正しく認識し、それを解決しようとする力すなわち住民力が地域力に大きく影響することは間違いありません。

最後に、自分たちが持っている消費する力やこれまで蓄積してきた資本力をいわずに外部に流出させることなく、できるだけ地域内で回していくようにする知恵が大切であることを付言しておきたいと思えます。最近では消費面で「地産地消」の取組が全国的に盛んになってきていますが、資本の域内循環を円滑にする地域ファンドなどへの取組はまだ不十分であり、地域の総力を挙げてこのようなことを実現していくことが地域力創造という観点から極めて重要ではないかと思えます。



住民の情報受発信力の強化はこれからの力（岡山県高梁市の電子町内会）