

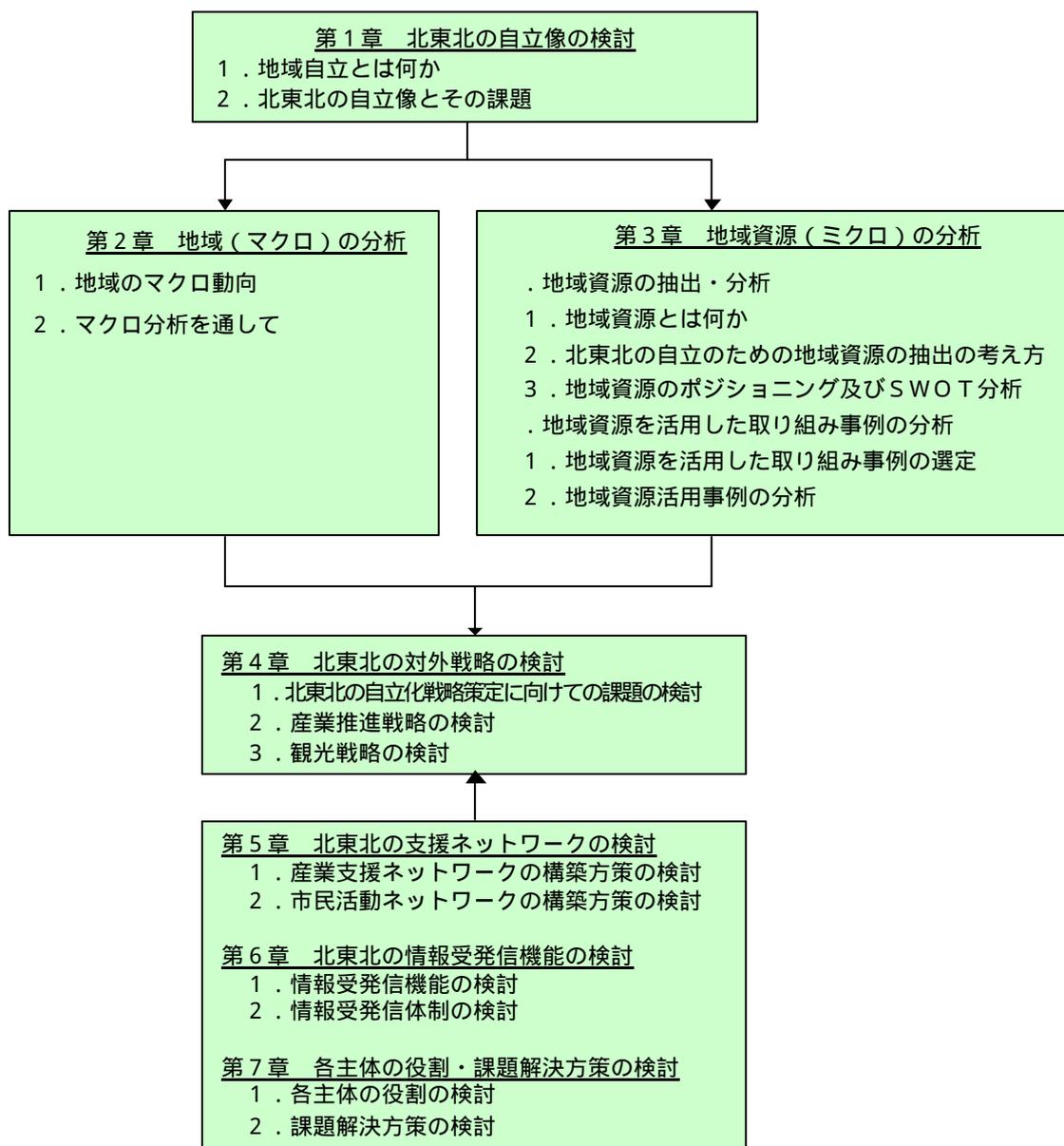
## 序言 本調査の基本的な考え方

### 1. 本調査の目的及び調査の流れ

本調査は、北東北における多様な地域資源や諸機能を広域的に有効活用することにより、その経済的自立を実現するための地域戦略を策定しようとするものである。

そのため、まず北東北の自立像及び自立のための課題を提示する。その後マクロの視点から北東北3県における経済動向及び地域経済の循環状況を把握する。また、北東北の自立のために活用可能な地域資源をミクロのレベルから抽出し、代表的な資源について分析を行うとともに実際の資源活用事例を考察し、一般的な適用可能性を検討する。マクロ及びミクロの分析結果から、北東北の自立化方策を策定するために対外戦略を構築し、その戦略を実現するための戦術を支援ネットワーク及び情報受発信の観点から提案、そのための各主体の役割を検討するものである。

### 2. 調査フロー



## 第1章 北東北の自立像の検討

北東北の自立像：

「経済的にも社会的にも主体的に課題を解決する経済社会システムを構築すること」

これを実現するための課題には以下のものがある。

### 頭脳集積・活用

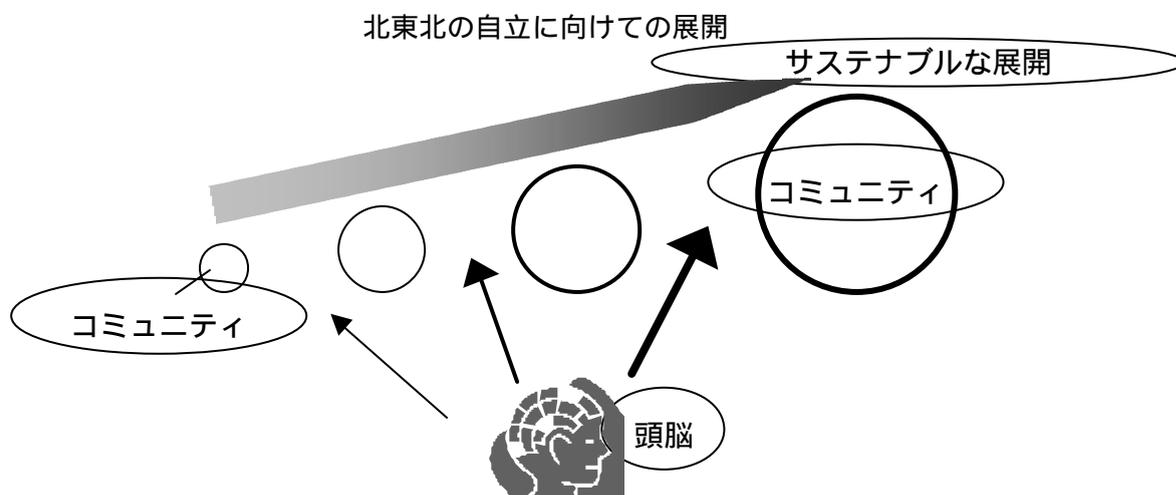
地域をめぐる様々な環境変化に対応し、域内と域外との関わりのあり方をコントロールしながら、生活基盤を維持・発展させていくためにどのようなことが必要かを自分の頭で主体的に考え、判断し、自己決定・自己責任の下、実行に移すことが重要である。

### コミュニティの再構築

地域資源を活用した相互扶助等を目的としたコミュニティの確立は、各地域において生活圏の確立の点から今後必要性が増していく。

### 持続可能な経済の確立

経済活動は、地域の自立の重要な要素である。今後、域内資源の良さは残しつつ、足りない部分は域外から誘導することにより、持続可能な経済の確立を図っていくことが必要である。



地域の頭脳を集積・活用することで、地域コミュニティが再構築され、経済的にも安定的、持続的な展開が図られることにより、北東北の自立を実現することができると考えられる。

## 第2章 地域（マクロ）の分析

マクロの分析を通して、以下の点が北東北の地域経済の特徴、課題として整理される。

- ・ 地域内の一人当りの総生産額が低いことは、地域における付加価値の生産性が低いことを示しており、付加価値生産性の低さは、ひいては住民所得の低さ、地域マーケットの小ささに繋がっていくものと推測される。なお、主に製造業の従業者一人当り県内総生産額の低さが、従業者一人当り県内総生産額の低さに繋がっているものと考えられる。
- ・ 産業構造上農林水産業及び政府部門の特化度が高いとともに、公共投資の依存度が高く、経済活動において、官への依存度が高い構造にある。
- ・ カネの流動で見た通り、地域で集められたカネが域外に流出している状態は地域マーケットの小ささにも起因していると考えられる。
- ・ 地域における製造業等の生産活動から生まれる付加価値を向上させることにより、地域マーケットの拡大を図る一方、地域内のマーケットのみならず、地域外のマーケットを対象として産業全体の事業活動を展開していくことが必要。

## 第3章 地域資源（ミクロ）の分析

### ・ 地域資源の抽出・分析

#### 1. 地域資源の定義

地域資源：地域に存在し、地域に生活する人々の精神的な拠りどころや生活及び生活環境の一部を構成しているもの、また経済的に持続可能な地域を実現させるために活用可能なもの、であり有形・無形なあらゆる要素や状態とそれらを利用する人間活動も含めたもの

#### 2. 北東北の自立のための地域資源の抽出の考え方

上記で定義した地域資源から北東北の自立のために活用可能な資源を以下の考え方に基づいて抽出している。

- ・ 資源の生産量の多いもの（生産量大） 当該資源に関わる事業従事者等関係者が多く、地域の人々の経済的自立に深くつながっている。  
資源の例示：コメ、りんご、にんにく、サケ・マス等  
関連する自立の課題：＜サステナブルな経済の確立＞
- ・ 地域でのみ産出・生産されるもの（地元唯一） 希少性を持ち、全国的に認知度が高いものが多く、高付加価値での販売等が期待でき、地域の経済的自立につながっている。また、伝統芸能等は地域の精神的な拠りどころやこだわりに関連している。  
資源の例示：伝統工芸、伝統芸能等  
関連する自立の要素：＜コミュニティの再構築＞＜サステナブルな経済の確立＞

- ・ 国など第三者から評価を受けている資源（全国認知） 全国的、客観的視点から価値が認められ、様々な情報媒体を通じての情報発信がなされている。このため、観光、体験といった収益的な資源にもなっており、地域の経済的自立に貢献している。  
 資源の例示：国立公園、国定公園、国指定特別史跡等  
 関連する自立の要素：＜サステナブルな経済の確立＞
- ・ 資源として認識されていないが発展が予想されるもの（資源未認識） 意識や見方、考え方の転換、また他の資源との連携により新たな資源と認識されるものや発展の可能性が見出されたもので、地域コミュニティの再構築や地域の経済活動への貢献が予想される。  
 資源の例示：気象資源、技術資源・技術集積等  
 関連する自立の要素：＜頭脳の集積＞＜コミュニティの再構築＞  
 ＜サステナブルな経済の確立＞

### 3. 地域資源のポジショニング及びSWOT分析

上記で抽出した地域資源について、SWOT分析を行い、今後の発展の方向性を検討した。

（参考）SWOT分析

SWOT分析とは、企業内部の強み（Strengths）と弱み（Weaknesses）、企業を取り巻く環境における機会（Opportunities）と脅威（Threats）を記述することにより、戦略の構築及び評価を行うフレームワークであり、企業経営の分析・マーケティング戦略の立案に広く用いられている。1960年代にハーバード・ビジネススクールのケネス・アンドルーズなどを中心に開発された。

	内部環境分析	強み（Strengths）	弱み（Weaknesses）
外部環境分析			
機会（Opportunities）		〔SO戦略〕強みを活かし、機会を最大限に活用する。	〔WO戦略〕機会を最大限に活用し、弱みを克服する。
脅威（Threats）		〔ST戦略〕強みを活かし、脅威を最小限にとどめる。	〔WT戦略〕弱みを最小限にして、脅威を回避する。

#### （1）資源の生産量の多いもの

資源の生産量の多いものは、既に一定の競争力を有していると捉えることができ、今後も、そのブランド力をうまくPRすること等により、輸出等マーケットの拡大を図っていくことが望まれる。しかし、現在ブランド力を有している資源であっても、消費志向の変化により他種類の製品との競争関係等様々な要素に左右されることとなる。ブランド力に依存しすぎず、パイオ等の技術、他資源、観光等他産業との組み合わせにより、当該資源を活用する途を広げていく必要がある。

(2) 地域でのみ産出・生産されるもの

伝統工芸品、伝統芸能等各地域でのみ産出・生産されるものは当該地域に住む人々の心の拠り所となっている。これらは当該地域独特の文化を強く形成しているがゆえに、地域外から見れば、固定化したイメージで捉えられる傾向にある。この面がプラスに作用するのが伝統芸能であり、その固定化したイメージに魅かれて、地域外から多くの観光客がやってくる。一方、固定化したイメージで捉えられることで、発展していきにくいのが伝統工芸品である。デザイン等の工夫、他の用途への展開等により、固定化したイメージを払拭することが必要となる。

(3) 国などで第三者から評価を受けている資源

自然関連の資源に関しては、実際に当該資源の魅力を構成している景観や環境保全に配慮しつつ、一過性のものではなく長期的に観光客等を増やしていくための仕組みづくりが必要となる。

(4) 資源として認識されていないが発展が予想されるもの

資源として認識されていないが発展が予想されるものについては、それを活用しようとする意思、そのうまい活用方法を考えるという頭脳・知恵、さらにはその活用方法を実践するという行動が結びついた上で、資源として具現化する。ポイントは、当該資源の活用方法を単体で考える場合には、今までのやり方でない逆転の発想で資源の別の面に注目する方法、また、単体で考えない場合には、同種及び他分野の主体、資源の連携方法を検討することが重要である。

地域資源を活用した取り組み事例の分析

1. 地域資源を活用した取り組み事例の選定

3 県内の 14 事例についての分析を行った。事例の選定にあたっては、北東北の対外戦略（産業推進戦略及び観光戦略）に有効と考えられるものを選んでいる。

- ・ 産業推進戦略に関連するもの（ 、 、 、 、 、 ）
- ・ 観光戦略に関連するもの（ 、 、 、 、 、 ）

！ 分析事例（14 事例）

No.	組織名	活動地域	主な活動内容	活用している地域資源（ ）は4タイプの分類	各賞受賞実績（年度）
	企画集団「ラブリ一金木」	青森県北津軽郡金木町	地吹雪体験ツアー開催 ストープ列車車内サービス実施	地吹雪 鱈のじゃっぱ汁 津軽鉄道ストープ列車 (資源未認識) (地元唯一)	「都市と山村交流優秀事例」国土庁長官賞 (平成2年度) 観光カリスマ百選 (平成15年度)

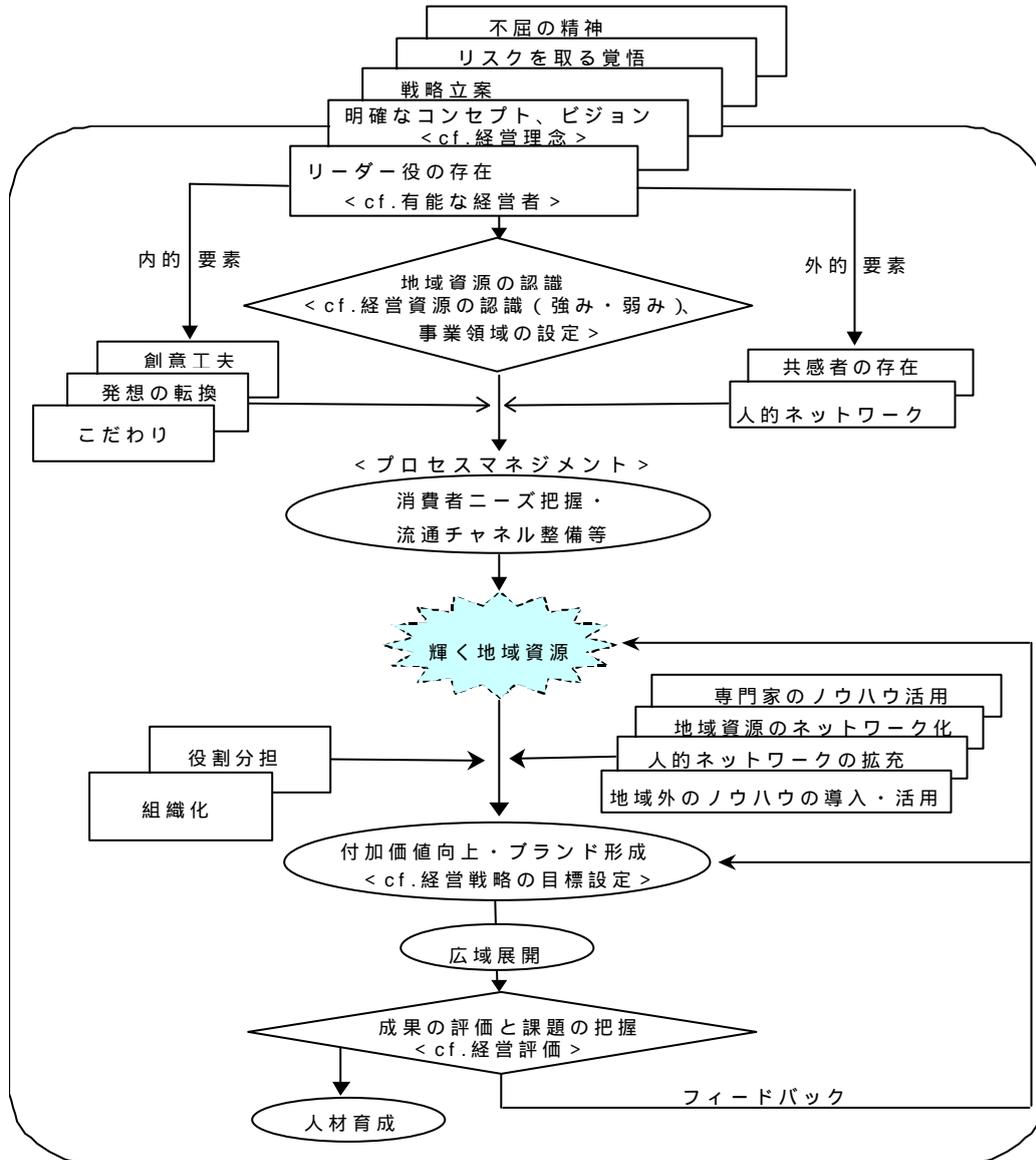
	有限会社北のグルメ都市	青森県八戸市	みろく横丁の企画、管理、食品リサイクル	地域の農産物 地域の食文化	全国ふるさとづくり賞振興奨励賞 (平成16年度) あおもり活性化大賞 (平成15年度)
	NPO 法人グリーンエネルギー青森	青森県青森市	青森県鮭ヶ沢町に市民風車を建設、売電を実施	風力 (資源未認識)	「あおもり活性化大賞」特別賞 (平成15年度)
	津軽こみせ株式会社	青森県黒石市	観光物販施設、津軽黒石こみせ駅の運営	こみせ 津軽じょんから節 (地元唯一)	
	展勝地がいあ市「バザール街道107」実行委員会	岩手県北上市	国道107号線、北上川流域の市町村の特産品を集めた市を開催	人々の交流の歴史 地域の特産品	国土交通省地域づくり表彰 (平成12年度)
	株式会社松栄堂	岩手県一関市	紫蘇の高付加価値化	紫蘇	
	あやおり夢を咲かせる女性の会	岩手県遠野市	夢咲き茶屋の運営 機織の体験会開催	地域の農産物、伝承料理 地域の文化	国土交通省地域づくり表彰 (平成15年度)
	株式会社岩泉産業開発	岩手県下閉伊郡岩泉町	水やどんぐりを活用した特産品の商品化	名水 地域の農産物 (全国認知)	国際食品リリック「エントレクション」大金賞 (龍泉洞の水)
	株式会社小山製麺	岩手県一関市	水、南部小麦を原料とした麺づくり	東北で最もきれいな川の水、南部小麦	
	電気機器メーカー	岩手県北上市・二戸市・花巻市・秋田県鹿角市	コンピューター周辺機器の組立・加工	生産拠点の集積	
	秋田トライアスロン芭蕉レース象潟大会実行委員会	秋田県由利郡象潟町	町の知名度向上に向けてトライアスロン大会を開催	自然環境 (全国認知)	総務大臣表彰 (平成10年度)
	JA あきた北央	秋田県合川町	比内地鶏の生産、加工、流通	地域の農産物	(社)中央畜産会畜産大賞 (平成13年度)
	モクネット事業共同組合	秋田県二ツ井町	米代川流域の杉の住宅部材供給	地域の林産資源 (生産量大)	
	北秋田森林組合	秋田県鷹巣町	木材の加工・販売	地域の林産資源 (生産量大)	国産材供給システム優良事例コンクール林野庁長官賞 (平成10年度)

## 2. 地域資源活用事例の分析

個別の事例分析から、具体的に個々の地域資源がどのように組み合わせられ、多面的に利用されているか、またその中で地域資源の持つ強みがどのように活用されているか、一方、弱みや事業を推進していく上で欠けている要素をどのように補完しながら、地域の自立に結び付けていったかを明らかにする。

そのために、中心となる人物が地域資源を認識し、消費者ニーズを把握する等のプロセスマネジメントを行い、地域資源の価値を高め、付加価値を上げ、広域的な組織展開を実現し、事業を継続していくために必要と考えられる要素を整理し、分析のための仮説として提示した。次ページの地域資源活用のフローがそれにあたる。

### 地域資源活用のフロー



個別の分析から、地域資源を活用した地域の自立を実現するためには、自らの頭脳で考え、判断することと他の人々の知恵や経験を活かすこと（頭脳集積・活用）また、地域に生活する人々が主体となり事業に参画し、地域に住み続けながら活動を行っていくこと（コミュニティの再構築）更に生活の基盤となる持続的な経済活動が確保されること（サステナブルな経済の確立）が必要であることがわかった。これら3点は、第1章で検討した北東北の目指す地域の自立像実現のための課題であると言える。

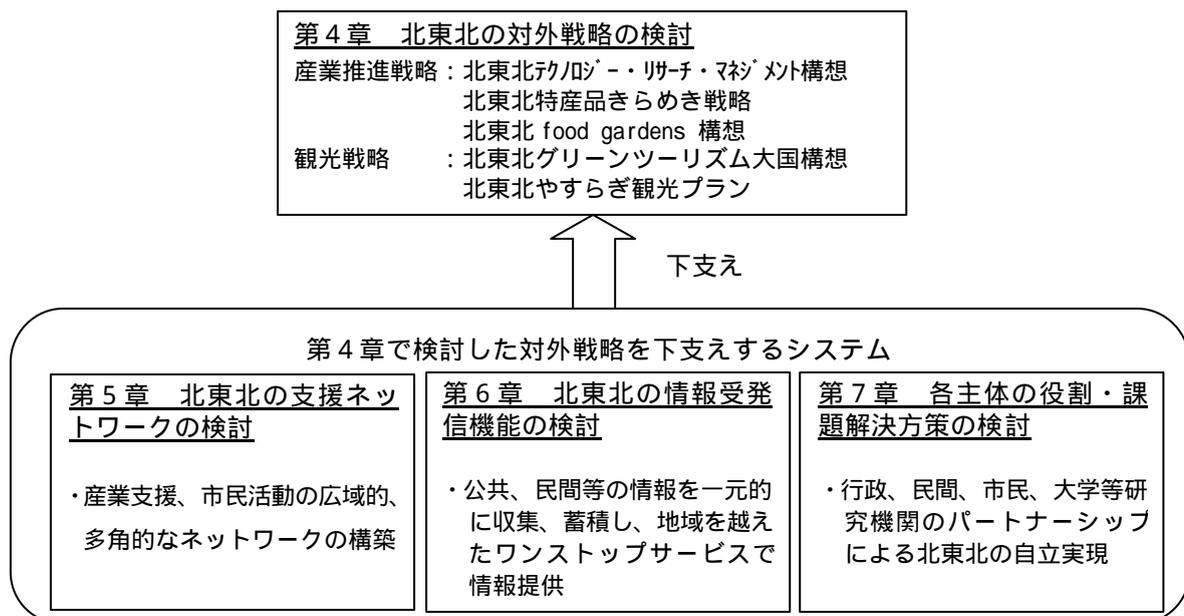
今後、北東北の自立に向け地域の人々が地域資源を有効に活用していく上で検討すべき課題は地域資源活用のフローで提示した各要素をどのように実現していくかということであるが、フロー図の要素のうち、特に重要なものとしては以下のものがあげられる。

- ポイント1： リーダー役の存在 明確なコンセプト、ビジョン 共感者の存在
- ポイント2： 消費者ニーズ把握、付加価値向上、ブランド戦略の確立 創意工夫、発想の転換
- ポイント3： ネットワーク化

#### 第4章 北東北の対外戦略の検討

前章までの分析結果から、今後、北東北の地域資源を活用した自立化戦略を立案する場合に検討すべき課題を記述し、その後、北東北の自立を目指す産業推進戦略と観光産業戦略について検討する。さらに第5～第7章においては、本章で検討した対外戦略を下支えするシステムについて検討を行なう。

第4章から第7章の検討フロー



## 1. 北東北の自立化戦略策定に向けての課題の検討

北東北の対外戦略の方向性：

消費者の視点から地域の自立のために活用可能な資源を地域の頭脳で抽出し、民間、市民、大学、行政等の連携支援ネットワークの下、対外的にアピールしていくことが必要。

なお、上記の対外戦略の方向性は、地域資源を活用した個々のプロジェクトを想定した、点の活動であるが、それにとどまらず、地域を越えた点と点を結ぶネットワークの構築、また、街道を利用した線の連携・展開を図ることにより、継続、発展したものとなっていく。このような活動を推進にあたっては、関係者及び関係機関のネットワークの構築とそれを実現するための情報受発信機能の整備が必要である。

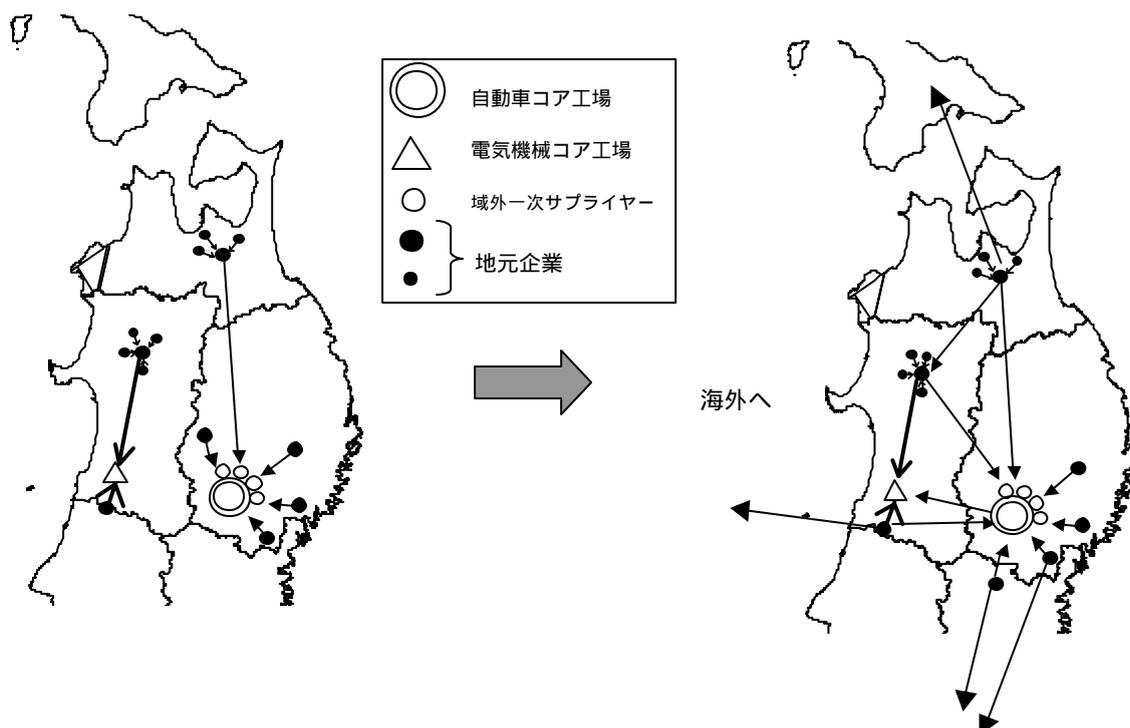
## 2. 産業推進戦略の検討

前段の北東北の対外戦略の方向性を受け、産業推進の観点から、地域資源を活用し、地域の自立を図る戦略を提案する。

### <北東北テクノロジー・リサーチ・マネジメント構想>

第2章のマクロの分析でみたように、北東北における県内従業員一人当たり生産額が低い主な理由は、製造業の従業員一人当たり県内生産額が低いことにあり、また、製造業の内、電気機械、精密機械等については、地元企業との連携があまり高くないため付加価値を産み出していないものと考えられた。地元企業の技術力を高め、得意分野において独自の地位を築くことで自立が進むとともにそれらの集積が域外、海外からの企業誘導に有効であるため情報交流やマッチング、共同研究、マーケティング等の企業支援を産学官の連携により一層促進する。

### 既存企業の多展開のイメージ



例えば、秋田県に立地する東京等から進出した電気機械関連のコア工場にのみ部品を納入している地元企業が、この工場だけを顧客とするのではなく、創意工夫することで岩手県に立地する自動車のコア工場へ新たな部品を供給するという展開やその逆の展開が考えられる。地元企業の集積、連携や大学、研究機関等との連携により既存の技術が他の分野に発展させる。

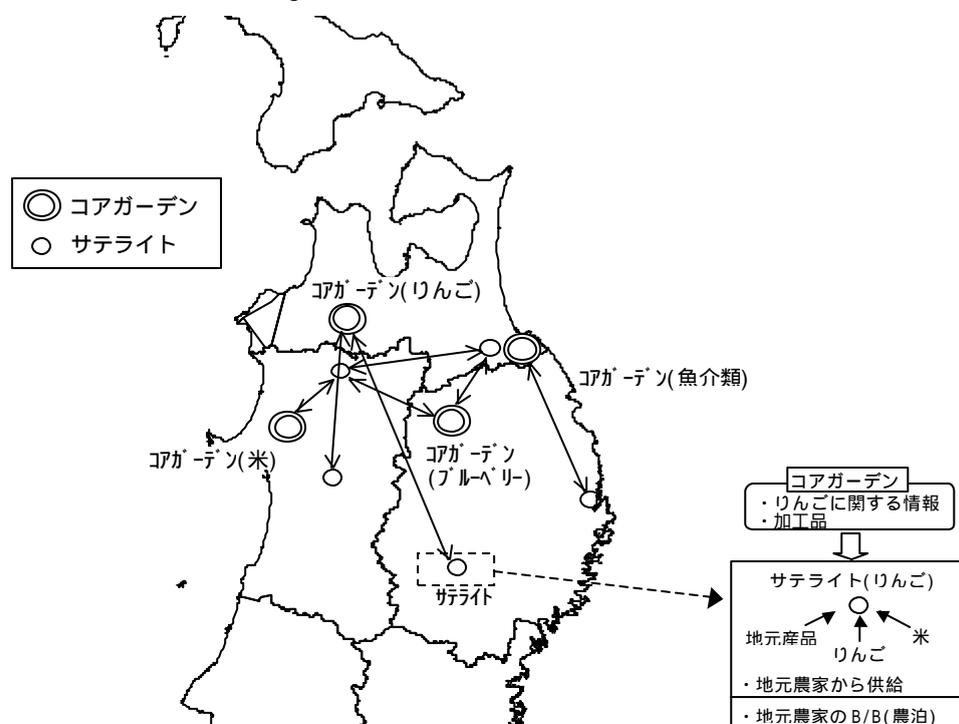
#### <北東北特産品きらめき戦略>

伝統産業や地域特産品については、技術ノウハウや消費者ニーズを把握し、域外への販売・マーケティングの強化と外部の知恵を活用し現代的なデザインの導入や新しい技術と融合した商品展開等を推進する。そのための共同研究や共同マーケティング、観光と連携したイベントの実施、IT を活用した情報発信を促進し、きらめく北東北の特産品の品質・ブランド力の向上を進める。

#### <北東北 food gardens 構想>

地域の農畜水産物を活かし、1次、2次、3次産業への波及と同じ生産物を生産する県域を越えた広域連携を実現させることにより、りんごやブルーベリー等をテーマとした一次産品、加工品、農業体験や産物に関する情報提供、生産者の協力による農泊等のネットワークを実現する。北東北が誇る豊富な自然環境と農畜水産物資源を活用し、持続可能な経済の確立とコミュニティの再構築の実現を目指す。

北東北 food gardens 構想イメージ



### 3. 観光戦略の検討

#### <北東北グリーンツーリズム大国構想>

豊かな自然と豊富な一次産品を活かし、他地域と一線を画す多彩なメニューを提供し、グリーンツーリズムの新市場を開拓するために3県を越えた北東北のグリーンツーリズムを支えるネットワークを構築し、広域的な情報提供機能を実現する。これは、北東北のグリーンツーリズム関連情報提供の他、研修等を通じた人材育成、プログラム開発、エージェント機能、現場との調整等を行うことが考えられる。地域の人々のボランティア活動（ガイド活動等）や環境NPOの支援等を得て、行政とのパートナーシップの下で運営される。

#### <北東北やすらぎ観光プラン>

日本人向け（ターゲット層は個人や小グループ）に食（スローフードや手作りで暖かみのある郷土料理）や自然といったおおらかで安らぎを与える地域資源を体験し、満喫してもらう周遊型を、外国人向け（特に韓国、米国、中国、香港、台湾の訪日外国人旅行者）には現在の北海道や宮城県の観光ルートに北東北を取り込むことを提案する。具体的には、縄文文化等テーマを絞った広域観光ルートの設定、食と「日本のふるさと」や歴史を感じさせる資源を活かした周遊観光等を提案する。

なお、観光については、魅力をアピールする情報のデータベース化、ネットワーク化とそのPRが必要であり、地域の人材のほか外部専門家の知恵を活用する。

## 第5章 北東北の支援ネットワークの検討

### 1. 産業支援ネットワークの構築方策の検討

第4章では、産業推進戦略を具現化する上で、行政、大学、研究機関等が連携して支援を行っていく必要性が課題として考えられた。また、観光戦略を具現化するためには、北東北の魅力をアピールする情報のデータベース化、ネットワーク化とそのPRが課題として認識された。

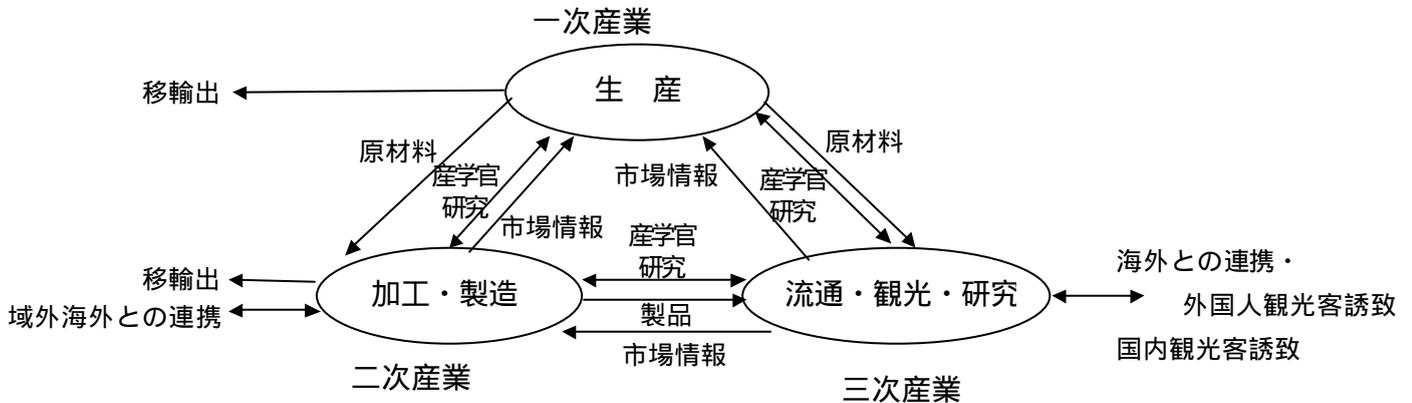
今後は多様な分野について業種を越え、地域内の縦割りの機能に固執することなく、大局的な見地から北東北全体にとって産業支援のあり方を検討することが必要である

例えば「食」の観点から考えると、北東北の地域経済は、全国的な生産量の多さなど強みを持つ1次産業、それを加工する食品産業や原料として活用し新たな製品を製造する産業等の2次産業、また、素材のまま、あるいは加工された製品を流通させる流通業や観光客等による消費・購入といった観光産業、1次産品の育成や加工可能性等を研究する農業関連の研究所や大学、試験場等3次産業とつながっている。この関係は、地域や国内にとどまらず、海外への輸出や海外の研究機関との連携、また外国人観光客の誘致等にもつながっている。

こうしたより幅広い産業への拡がり、より広い地域への拡がりを考えると、総合的な観点から、産業支援のあり方を検討することが必要になる。したがって、今後、北東北に求められる産業支援ネットワーク像とは、これに対応した各業種・各地域を横断的に繋ぐ総

合的なネットワーク化と言える。

「食」産業のネットワークイメージ



これをうけ、産業推進戦略、観光戦略を具現化するために必要なネットワークの構築方策についての検討を行う。

(産業推進戦略実現のためのネットワーク)

- ・ 3県内の大学や研究機関等との情報共有、民間事業者間の連携、補助や資金調達支援情報等、事業化に向けた総合的な支援の仕組み作り
- ・ 技術等に明るいコーディネーターの活用により、大学や研究機関のシーズと民間事業者のニーズの円滑なマッチング、地元金融機関の開催する「ビジネス商談会」等の参加、現場のニーズ把握、大学や研究機関との橋渡し
- ・ 研究や技術が製品化され、市場に売れ、事業化の道筋が見える等事業化までを想定したマーケティング等の支援

(観光戦略実現のためのネットワーク)

- ・ 北東北全体の観光プロモーション(グリーンツーリズム、周遊観光等) 情報収集と発信(日本語及び外国語) 北東北における自立的集客の促進
- ・ 各ターゲットのニーズに対応するための共同マーケティング、他地域との差別化戦略、自地域のポジショニング戦略の立案
- ・ 関係団体等の情報交流、交流会等を通じた face to face のネットワークの構築
- ・ 広域的な観光ツアーやテーマ性を持つツアーの共同企画や特産品、郷土料理等の紹介、販売

## 2. 市民活動ネットワークの構築方策の検討

### (1) 広域的な市民活動ニーズの存在と制約

産業推進戦略や観光戦略を実現するためには、情報交流、人材開発などの面において市民の立場からの参画が求められ、市民、企業、行政、大学等の広域的な協働による支援体制が望まれているが、現状その整備状況は十分でない。

「北東北の広域連携等に関する地域住民のニーズ分析調査」でのアンケート結果を見ると、NPOの6割が県域を越える連携や交流を行っているとは回答しているが、そのうち7割近くが交流に関して障害があると答えている。その障害の内容としては、異なる県等行政の対応、移動の不便さ・距離の遠さ、予算不足等が挙げられている。また、NPOの45%が今後の事業活動エリア拡大の必要性を認識している。

このことは、市民活動分野において、広域的な活動のニーズは存在しており、事業活動エリアの拡大の必要性も認識されている組織も多いが、北東北ならではの居住密度や地理的な条件等による移動距離や費用面での制約があり、それらは、行政の対応の相違等により十分な支援サポートが受けられていないと推察される。

### (2) 広域的な市民活動の分野

広域連携の取り組みとして今後力を入れるべき分野としては、広域観光とする回答が最も多く、その他では環境、共同研究、農林水産分野をあげる回答が多かった。

### (3) 産業推進戦略実現のための市民活動ネットワークの構築

産業推進戦略を具現化するためには、以下のような機能をもつ市民活動の参画が期待され、そのネットワークが求められる。

- ・ 環境保全、食や素材の安全等市民の安全・安心に関わる分野の共同研究やチェック活動等の連携や情報共有
- ・ 第一線を退きつつあるも国内外での企業活動の経験等により広範な見地を有すると考えられる団塊の世代、更には専門的知見を有する人々のマーケティングやデザイン能力、人材育成・研修等の能力、人的ネットワーク等の活用
- ・ 消費者の視点からの製品評価や商品情報の共有

### (4) 観光戦略実現のための市民活動ネットワークの構築

観光戦略を具現化するためには、以下のような機能をもつ市民活動の参画が期待され、そのネットワークが求められる。

- ・ 地域の市民やNPOによる観光ガイドや地域の紹介、宿泊者の受け入れ等に関わる連携や情報提供
- ・ 各地域での同様な活動の方法や事業運営ノウハウ等の共有や問い合わせ対応、事業のコンサルティング
- ・ 観光に関連する人材教育や人材育成
- ・ 市民の視点からの観光関連情報の受発信、ホスピタリティの具現化
- ・ 地域資源の魅力の再認識、再発掘、創造への意欲醸成

## 第6章 北東北の情報受発信機能の検討

情報の提供にあたっては、相談すべき機関などを特定できない状態にある個人や団体の一次的な情報入手のニーズに対して、また、ある程度の情報を入手したうえで詳しい情報を必要とする個人や団体の要望にも、広域的に一元的に対応できる体制を整備することが望まれる。

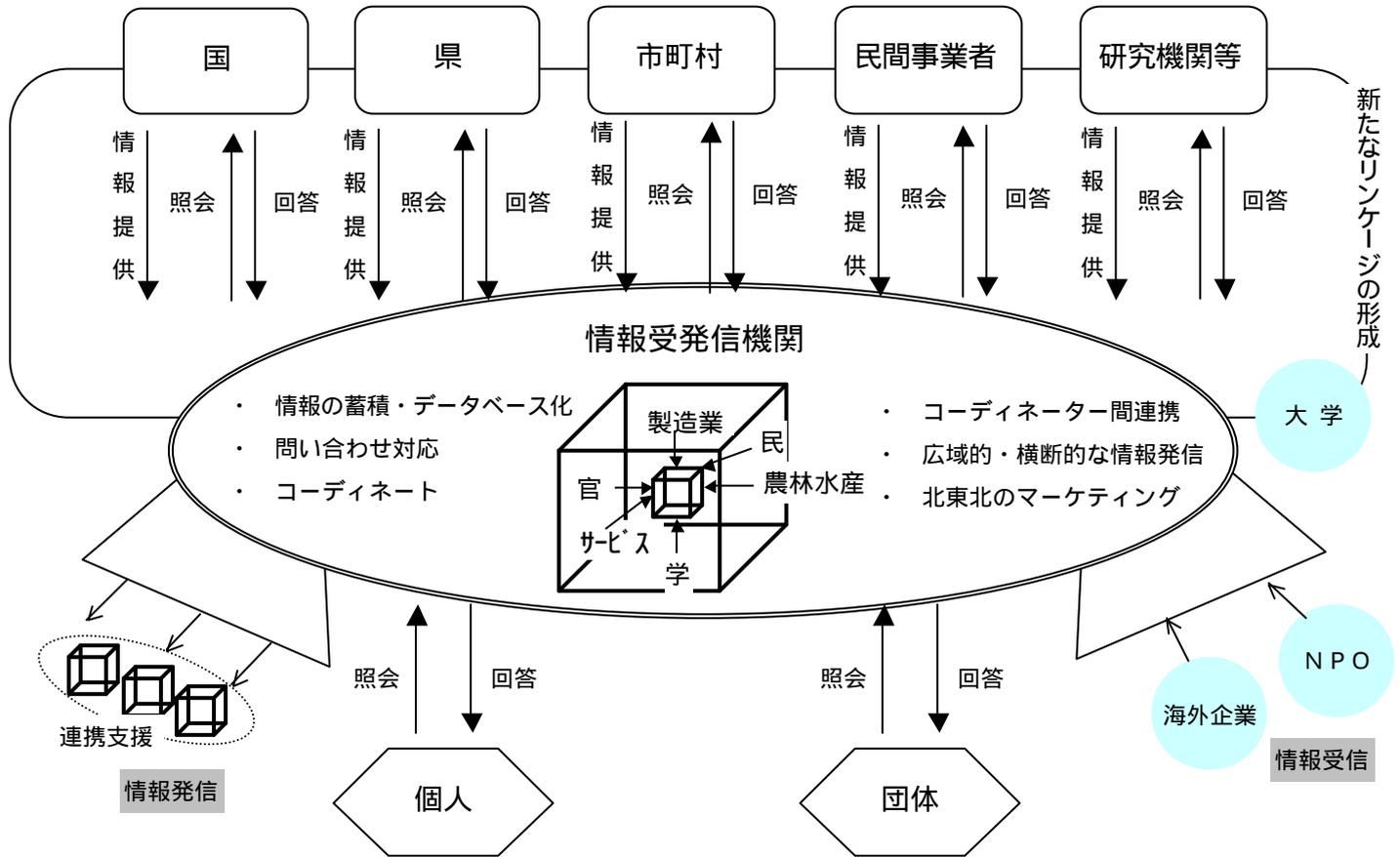
具体的には、国、各地方公共団体や民間事業者、研究機関などに関する総合的、広域的な情報を一元的に収集、蓄積し、ワンストップサービスで情報を提供できる機関を設立することが望ましい。受信し、発信する情報は、ひとつのテーマに対し単発で整理するのではなく、一次産業（農林水産）、二次産業（製造業）、三次産業（サービス）および官、民、学の六面から整理し、キューブ情報として受発信することが期待される。「北東北プラットフォーム（仮称）」がこのような機能を持つものと想定されるが、その一部を産業推進戦略や観光戦略実現のために活用する。

なお、当該機関は、実際の活動のしやすさ等を考えると、民間団体を中心に広域的に幅広い層が参画し、運営していくことが望ましいと考えられる。一方、行政は広域的な情報の公平性を確保するという観点等から、その側面支援を行うことが妥当である。

産業面では、上記「北東北プラットフォーム」の産業分野を活用し、北東北産業ポータルサイトとして、各県の大学等が中心となって運営している地域連携研究センターや産業振興センター等の情報一元化、企業からの問い合わせ対応や情報発信、交流会やマーケティング支援塾等イベントの企画・実施を実現する。

また、観光面では、北東北総合観光ポータルサイトのような総合的な北東北の観光情報を提供できるインターネット上のポータルサイト（日本語及び外国語）を設置し、刻々変化する自然資源に関する情報を始めとして、食、交通、イベント等の情報に簡単にアクセスできるようにする。また、様々なニーズに対応するための県域を越えた観光ルート・体験プログラムの策定・提供、風景・景観のデータベース化等により、北東北に実際に訪問した場合に得られる魅力を伝える。

総合的な情報受発信体制のイメージ



第7章 各主体の役割・課題解決方策の検討

北東北の自立のための産業推進戦略、観光戦略を進めるためには、県域を越えた地域のネットワーク化とそれを実現する情報受発信機能を整える必要があるが、ここでは、行政、企業、市民、大学等各主体の役割と課題解決の方策を検討する。

1. 各主体の役割の検討

(1) 行政の役割

- ・ 事業の旗振り役、事業の立ち上がり時点の広報活動等認知度向上に向けた活動  
 なお、県と市町村の役割については、国の持つ情報の流通や市町村毎の情報把握、広域的な情報流通等市町村レベルで個別行うには手間がかかる業務については県が対応。

(2) 民間の役割

- ・ 事業の主体、事業の推進役  
 地域資源の活用や地域の事業を支援することを新たなビジネスチャンスと捉え、新しいネットワークをビジネスに活かしながら広域的な情報受発信機関への参画、共同研究やマッチングを実施していくことを期待。また、企業の社会的責任の観点からは、社会還元型

ファンドや地元金融機関による低利融資のスキーム等の構築等が期待される。

### (3) 市民の役割

#### ・ 事業の主体、事業支援の主体

市民は、事業に参画し、事業を行うに際し、民間のように利益追求を目標とするだけでなく、生き甲斐や社会貢献といった点も重要視している。また、個人としてだけでなく、志を同じくする、または考え方に共感する市民とともに協働化を図り、ネットワークに参加し、活動を進めることにより広域的に事業が一層進展することになる。

### (4) 大学等研究機関の役割

#### ・ 知識と情報の提供、人材の育成、共同研究活動

大学等研究機関は、研究内容と事業との連携や技術指導・共同研究、情報発信や研究機関間での情報共有等を通じて産業推進戦略や観光戦略に参画することになる。

### (5) 各主体間の関係

地域の資源を活用しての活動を実現するためには、各主体がパートナーシップを組み、連携することが必要となるが、事業を成功させるためには、give and take、相手と対等の立場に立ち、市民、企業、行政、大学等の各々が利益を得る、四方一両得の仕組みが大切である。一方的に寄付だけを期待する、補助だけを期待することでは、パートナーシップは成り立たない。

## 2. 課題解決方策の検討

産業推進戦略や観光戦略を実現するためには、事業の各ステージにおいて、市民、民間、行政がその役割を認識し、その出番で最大限の貢献をすることである。かつてのように行政のみに頼ることは厳しい財政状況の下、難しくなっている。そのため、事業の推進・支援にあたっては、市民レベルの発言・議論の場を提供し、その決定に市民の視点・意見を反映させることで市民も主体的に役割を分担し、責任を持つということが必要となろう。このような仕組みがうまくいくことで行政と市民、NPO、大学等との信頼関係が醸成され、地域の合意の下、地域に根ざした自立への事業が実現していくこととなる。

行政がすべてを単独で決定するのではなく、市民とのパートナーシップのもとに課題を解決していくことが、市民の自立を促し、北東北の自立の実現が図られる。