

国と地方公共団体が担う役割（案）

1. 熱心な人を得るためには、

現在、多くの成功例を見れば、若い頃、都会や外国で暮らし、何らかの理由で地域で暮らすことになった人が、地域のために熱意を持ち、過去のしがらみに捕らわれず、物事を進めている事例が多い。この人が非行政の場合、地方自治体は何らかの形で熱心な人を支援していると、円滑に進んでいる事例が多い。これは地方自治体の役割ではないか。地域づくりが良好に進んでいる場合には、地域に魅力を感じて自然と他から人が集まってくる例が多い。

2. 外からの工場・プロジェクト誘致に期待せず、農業・ものづくりなど生活に必要な活動がほどほどに存在し、住民の生活に必要な所得が確保されるためには、

まず目指すべきは、地元で産した商品・サービスを地元で消費する（地産地消、コミュニティビジネス）こと、地元企業が地元出身者を雇用すること、地域で形成された資金を地域の事業に融資・投資することなど、「地元の中で経済を回す」ことが基本である。日本全国ボーダーレスで流通するなかには、キャンペーン、予算上

の補助、地域通貨の導入などが、これを実現する手段であり、これらは主に、地方自治体の役割ではないか。

次に目指すべきは、商品が大消費地である国内の都会や産業集積拠点、東アジア等に出荷販売すること、国内や外国から工場を誘致したり、観光客を呼び込むこと、住宅などを開発販売して住居者を呼び込むことなどである。商品の外部販売に関しては、古くからは「一村一品運動」などがあるが、日本全体の消費が低迷する中、市場が急拡大している隣国への輸出が重要な手段となる。地域の中小企業が輸出販売するためには、地方自治体、地元の取引銀行、商社、国などによる総合的な支援体制が必要ではないか。日本全体で消費需要が伸びる商品、すなわち今後の成長産業のビジョンを示すのは国の役割ではないか。工場誘致に関しては、東アジア等が行っている投資優遇策を超える誘因を提示したり、東アジア等から工場を誘致するなど既存の枠にとらわれない誘致を地方自治体の実施する役割があるのではないか。国内外からの観光客の呼び込みに関しては、地方自治体が事業者と協力し、国の支援により観光資源の開発、広報などを推進する役割があるのではないか。

地域における起業を活発化するためには、地域の大学等高等教育機関が核となり、それを国と地方公共団体双方が支援するのではないか。

3. 住民が地域に対する誇りや愛着を持ち、住みたくなるようなまちづくりを行い、住民が精神的な満足感を得るためには、

住民、NPO、企業、商工会議所、青年会議所、地方自治体など地域の多様な主体が参

加し、主体的に個性的な地域づくりを手づくりで行うことが重要となる。

その活動資金面に関しては、地方自治体は、活動の立ち上げ当初、誘因を作り出すような側面的支援を行う役割があるのではないか。

活動の仕組みを作り上げていく過程においては、地方自治体は、かつて日本に存在していた住民自治組織（団、組、結、講など）が姿を変えて復活している住民活動を促し、リタイア時期に差し掛かっている元気な団塊の世代を取り込み、自治体職員も活動に参加して協働するなどの役割があるのではないか。

多様で創造的かつ主体的な地域づくりの計画を作るためには、国と地方、又は事業主体と利用者、又は行政と非行政との間で徹底した論議を積み重ね、合意に至るようなボトムアップ型の仕組みが重要ではないか。

4. 情報提供等により、以上を総合的に支援するためには、

国は地方公共団体に対し、地方公共団体は住民に対し、各種媒体を通じて、事例、支援措置、リスクなどの情報提供を行う役割があるのではないか。

地方公共団体は、地域イメージ向上のための対外的な広報活動を実施し、また首長自らトップセールスを行う役割があるのではないか。