

Regional Promotion とは（何か）

- 私の Regional Promotion の体験に基づいて - < 日本の経験を生かす >

いま日本では至る所で地域づくりの運動が展開されている。山奥の小さな山村でも、平野部の大きな農村でも、大きな都市でも、小さな町でも、浜辺の漁村でも、離島でも、すなわち日本の全国どこでも地域づくりの運動が行われている。マスコミにもかつてなく頻繁に出てくる。まさに地域づくりは、今花盛りである。どうして地域づくりはこんなに盛んになっているのだろうか。

1. 地域づくり運動ブームのきっかけ

まず第一に 1988、89 年度の二年間、竹下内閣の看板施策「ふるさと創生、1 億円」が果たした役割が大きい。この「自ら考え、自ら実践する地域づくりの交付金」と名付けられた財政措置は異例づくめであった。

自治体、住民側にすれば金額の多い少ないは別にして（1 億円は大規模な都市にとっては少ない金額で、小さな村にとっては大きな金額である）独創的に、好きなように使える機会が与えられたことになる。当然、地域の身近な問題や将来のビジョンを論じたりすることになった。このことが地域づくりを刺激することになった。もちろん、それ以前から地域づくりに取り組んでいたところも少なくなかったが、この制度が地域づくりを全国的に広めた意義は高く評価されてよい。この「ふるさと創生、1 億円」は地域づくり運動のブーム顕在化の一つのきっかけを与えた。

2. 地域づくり運動の背景

地域づくり運動のブームの背景、潜在的なものは東南アジアの国々とも共通しているので説明しよう。

戦後の日本の復興過程の結果を通して、日本の多くはふるさとを捨て都市に移住し、集中した。この結果、各地域が本来もっていた自然、歴史、文化、環境などの特徴が失われた。そして、全国が画一化されていった。さらに国際化していく中で、地域はさらに空洞化を強めていき崩壊するという危機感が生じた。このような中で、なんとかこの崩壊を食い止めなければならないという意識が高まってきていた。このような時、「ふるさと創生、1 億円」が提案され、地域づくり運動が顕在化した。

このように地域づくり運動は一時的、一過性のものではない。客観的情勢から必然的に生まれた不可避的な社会的な潮流なのである。

3. 地域づくり運動の思想「地域主義」

この地域づくりはもう一方で「地域主義」（ほぼ同義語として「地方の時代」）によって理論的にも、思想的にも支えられている。というより、その具体的実践として地域づくりが展開されている。

すなわち「地域主義」は 1970～80 年代、何人かの著名（例えば一村一品運動で有名な大分

県・知事、また長州一神奈川知事)な自治体首長によって提唱された時代思想である。この論点は、つぎの4点にまとめることができる。

- ・これまでは中央(政府)が主導権を握り、地方(政権)はそれに従属されていた。これからがこのような「中央の時代」から脱却し、地方が政治・経済・社会・文化などあらゆる面で自主性をもって行動する必要がある。
- ・これからはそれぞれの地域に有する自然、生態系、歴史、文化などの特徴に基づいた個性的で多彩(多様)な地域を構築することが重要である。従って、これまで推進されてきた全国画一化の路線を否定する。
- ・社会一般の価値観が「物の豊かさ」から「心の豊かさ」を優先する方向に移行しつつある。ここに着目し、地域づくりの目標を経済第一主義から生活・文化重視へと転換する。
- ・このような各地域の自主性を確保するためには、その基礎として地域住民の民主的、近代的な共同体的連帯感がなければならない。これは、これまでの古い社会秩序を維持してきた連帯感、共同体意識とは根本的に異なるものである。

こうした地域主義の論調は日本ばかりではなく、強・弱の差はあれ、他の先進諸国でも盛んに唱えられている。今後、遅かれ早かれ東南アジアの国々でも地域主義は盛んになってこよう。それも先進国のように近代化、全国画一化が進んだ果ての上で、地域主義が主義されるというのではない。東南アジアの国々では、まだ地域個性は残されている状態で、地域主義が主張されれば先進国よりもより豊かな成果が得られよう。私はこれを「一週遅れのトップランナー」、「スロー・フード」戦略、効果とも呼びたい。

今後、地域主義の論調はさらに強まることはあっても、もはや衰えることはないであろう。地域づくりは、こうした思潮に支えられながら進められてゆくであろう。

<私の Regional Promotion の体験に基づいて>

本セミナーでは私が実際に Regional Promotion し、成功した地域プロジェクトを具体例にして説明してみたい。

この地域活性化のテーマと内容は地域の社会的ニーズによって変化する。私がプロモーションした地域プロジェクトも同様に地域の内発的発展から、最近の地域ベンチャー・ビジネスというように変化している。

以下、私の体験を紹介するが、各国のニーズ、参加者のニーズに応じて、これらの具体例を選択して応用してみたい。

1) 沖縄島おこし研究交流会(1978 - 1988 年)

現・法政大学総長(当研究交流会・会長)清成忠男氏が主催し、これに私も参加した。沖縄が日本本土に復帰(米国より)して、あまり日本本土と交流がなかった時期である。日本本土の各地のユニークな地域活動、物づくりをしている人々を、沖縄の各島に招きシンポジウムを開催し、両者の交流をおこなった。その結果、沖縄の地元の資源を使った木工、養蚕と織物、エコ・ツーリズムなど内発的な産業、企業が起き、現在も発展している。

2) 与那国島開港プロモーション(1987 - 1990 年)

与那国島は台湾・花蓮市にわずか 100 km という位置にありながら、開港（外国との貿易が可能な港）していないために、台湾へ行く場合、沖縄の首都・那覇市を経由しなければならない。それこそ 10 倍の 1,000 km の旅になる。物流に関しても同様である。

そこで私は沖縄にある新聞社（沖縄タイムス社）とシンポジウム、新聞の特集を協同し、与那国町民（わずか 1,500 名であるが）に開港のメリットをアピールした。このアピールが功を奏し、この開港プロジェクトが与那国町の前述した「ふるさと創生、1 億円」の正式プロジェクトに採用され、私も町の顧問として協力した。開港にこぎ着け、これによって台湾、中国と直接貿易することが可能となり、日常生活用品、建築資材の物価を 30% 引き下げることになった。さらに中継貿易や観光などさらなるプロジェクトに取り組んでいる。（CD-ROM 中のマテリアル参照）

3) 茨城(県)ふるさと塾(1991年 - 現在)

現在、私は沖縄大学（沖縄県）ですが、それ以前は日本本土の首都圏の茨城県にある筑波大学（筑波アカデミック・シティーとして有名）で教育をしていた。その茨城県で前述した通称「ふるさと創生、1 億円事業」（1988,9 年の実施）を試みた際、各市町で人材不足を痛感した。そこで県とその後、県内の市町村が共催事業として、「茨城ふるさと塾」という名称で人材教育、地域リーダー育成を実施している。私はこの企画と、この塾の専任講師を勤めていた。

茨城県庁の県知事が塾長となり「地域の歴史・文化・産業など個性を生かした自主的・主体的な積極的な地域づくり」という目標のもとで、それが可能な人材、地域リーダー教育をしている。県下の市町村職員と地域の有力企業の社員がその対象である。

本研修でも参考になると思われるので、このふるさと塾のカリキュラムと使っている手法を紹介したい。

各地の課題・問題の整理、KJ 法によるまとめ

- ・ 選択した幾つかの地域（1 カ月に一カ所、一泊研修で六ヶ所）を訪問、現実見学、ディスカッション。
- ・ 地域の課題・問題に解決のために、次の手法を使い当該地域の再発見をする。
- ・ 地域の資源地図、「ふるさと」暦、ふるさと年表による地域の再発見。

国内先進事例、先進地域研修

各地域の課題・問題を解決するに当たって、参考になる当該問題の先進地域を数カ所訪問・研修（3泊4日）をする。

参加者の課題レポート作成、その指導

各参加者のレポートのプレゼンテーション

本ふるさと塾は地域づくりの計画論、手法を学ぶと同時に幾回（毎月 1 回）にも及ぶ宿泊研修をする。そして研修が終わった後、それこそ夜通し研修生が酒を飲み交わしながらコミュニケーション、ディスカッションをすることも大きな目的の一つです。これによって県内の各市町村、そして企業の社員のコミュニケーションがスムーズに進み、友人関係も出来ます。これから各市町村また自治体（公）と企業（私）の広域事業、協同事業を進めるにはこのような（改めて自己紹介をせずに）、電話（最近はメールですが）一つで用事が済むような関係が必要です。

4) 沖縄(那覇) - 中国(厦門)間、航路(海・空)開設運動(1993年 - 1995年)

- ラジオ番組を地域プロモーションの手段として -

当時（1994年以前）沖縄は日本の国境に位置しているが、海外との航路（船、航空）がなかったため、そのメリットが発揮されていなかった。例えば沖縄 - 中国間の貨物も直行路があれば、日本の中では一番近いはずなのに、神戸港、北九州港などを経由しなければならなかった。

グローバル化の下で、国境に位置する沖縄の特性を発揮するためには、沖縄と中国（海外）を結ぶコンテナ船の航路開設、両国間の貿易を促進するための組織（協力）の設立、沖縄企業の対中国の連絡事務所の中国内での開設が必要である。

これらを実現させるためには、沖縄県内の関係者に上述のことのメリット、また具体的に事業に参加したい人に対する呼び掛けなど広く行なう必要がある。そこでラジオ番組を定期的（「大交易ルネッサンス」、毎週日曜日、午後5時 - 6時）に企画し、いわばビジネス・コーディネーターの手段、場として活用し、事業への参加を呼び掛けた。その結果、沖縄（那覇）・中国（廈門）間のコンテナ船定期航路が実現し、現在月3回就航している。また沖縄・中国間のカーゴの航空チャーター便を4回就航させ、これが現在の上海との定期便（1日1便）へ結びついた。私は

（社）沖縄中国经济交流協会の顧問を務め理論研究、政策提案、また中国側との交渉役を果たした。

5) 沖縄型ベンチャー・ビジネスの提案と普及・実践活動(1995年 - 現在)

沖縄の失業率は日本本土の2倍、そして所得は72%にしか過ぎない。一方、今、沖縄に100年に1度のビジネス・チャンスが訪れている。ビジネス・チャンスを実現する最も現代的な方法の一つは、ベンチャー・ビジネスの創造であろう。

1995年に沖縄大学へ移ったことを機に、このビジネス・チャンスを実現するためのベンチャー・ビジネスの理論、類型化、政策提案を行なうと同時に普及・実践活動を行なった。まず私が担当する夜間の授業を「ベンチャー公開講座」にして、一般の社会人にも公開した。毎年、平均50~60人の参加をみている。

また沖縄地区放送大学テレビ講座で『沖縄新産業論』で30分番組を13本企画・制作し放映した。さらにNHK沖縄のテレビ番組「吉川教授のやわらか経済学」（毎月1回10分）として3年間、企画・制作をし、沖縄におけるベンチャー・ビジネスの紹介と普及に努めた。さらに同講座の修了者など幾つかのベンチャー・ビジネスの立ち上げに現在、協力、参加し挑戦中である。今、沖縄で一番必要なのは具体的なロール・モデルの提示、成功例である。

< 望ましい地域とは、振興とは >

私が係わってきた5つの主な地域振興を述べたが、その内容はその時代と地域のニーズに対応して変化してきている。今後、地域社会がどのようにグローバル化しようが、IT化が進もうがどのような国、地域でも共通して求められるのは自立型、内発型の視点からの地域振興である。

では我々が地域振興の目的としている「地域開発」、またその対象としている「地域」をどのように考えればよいか。明らかにしておこう。

「望ましい地域」とはそこに住んでいる人々が、自分の持っているいろいろな能力をどのくらい、その地域で発揮しやすいかです。

すなわち、その地域の人々が持っているポテンシャルを顕在化しようとする時、それを阻害したり、邪魔をすることがより少ない社会である。

例えば個人が能力を発揮しようとする時、個人ではどうにもならない、生まれたときから決まっている性別とか家柄などに差別されないこと。つまり、個人も持つ能力がフルに発揮できる機会が十分に確保されていることである。

この状況をより積極的、能動的に求めるのが振興である。であるから例えば、農業しかなかった地域へ工場誘致、また地域の工業化を進めるという意味は、確かにそれによって所得を増加させるかもしれないが、それが最終的な目的ではない。その地域に住んでいる人々はいろいろな能力を持っている。これまでは農業に向いている人々（例えば力があるとか同じ仕事を長時間できるとか）にしか、その能力を発揮できる機会がなかった。

その地域に工場が誘致されると、今までとは別の工業化に適した能力も（例えば細かな詳細な作業とか工夫、創造力など）発揮できる機会を増大させ、顕在化させる手段である。

つぎに、この振興や工業化、産業化をどのようなレベル、範囲、次元で評価すべきか述べてみたい。

< 振興の評価 >

それは国家レベルでも産業レベルでもない。私が振興や工業化を評価するのは、農民や市民の日常的な生活が完結している小宇宙、沖縄では「マチグラー」、インドネシアでは「パサール」、タイでは「タラート」と呼ばれる定期的市場を中心とする、せいぜい数キロメートルのミクロ・コスモスという次元でしかないと思う。

振興は振興だから、工業化は工業化だから正しい、望ましいということは、まったくない。それが農民や市民の生活、社会の構成員一人一人に、より幸福をもたらしたかどうかによって評価されなければならない。

本コースでは地域振興をこのような視点から、私の沖縄での体験を中心にして講義し、そしてそれぞれの国へお伺いし、皆さんと一緒に演習を展開したい。