

基調講演

「地域力の向上－基礎自治体での方策は如何に－」

一般財団法人公園財団 蓑 茂 壽 太 郎 氏

ただ今ご紹介いただきました蓑茂でございます。

今日は、「地域力の向上」を考えるということで基調講演の機会をいただきましてありがとうございます。ただ今、後藤会長からもお話がありましたが、地域力というもの、そのものが非常に広範な概念を含むものでございますので、私がお話しする内容が全てではありません。私の経験から、私なりにこの地域力というものを理解して、今日のお話を進めていきたいと思っております。30分という限られた時間でございますので、早速中身に入りたいと思っております。

「地域」にはいろんな捉え方があるかと思っております。一般的には、「等質地域」という、ある1つの質が一緒の地域という捉え方と、それから「機能地域」という、何らかの働きを持っている地域という捉え方、例えば、町内会でありますとか、大きく分けますとそういったのがあろうかと思っております。そういう概念がありますが、これら2つはリージョナリティという地域性の問題と地域単位という問題で、ある場面では同じものであったり、ある場面ではちょっとずれていたりすることがあるわけです。また、地域と言いましてもこれには階層性があります。非常に小さな範囲を地域と捉えることもありますし、東アジア地域みたいな大きな単位を捉えることもありますので、そのことも認識しておきたいと思っております。

今日は、市長会でございますので基礎自治体レベルで捉えた、あるいは、それから少し領域が広がったとか、そういうもの、そして、どちらかと言いますと地域性、等質地域という見方、そこから私の思っていることをお話してみたいと思っております。

(映像を示して)下に掲げましたのは、実は日本の基礎自治体の数でございます。明治以前には71,000ほどあり、それが明治22年の市制がとられた年ですけれども、その時に5分の1位になりました。それから昭和29年とか戦後ですね、中学校ができて、中学校が成り立つ規模ということで3,472という数になりまして、平成の合併で1,700位に減ってきているのが基礎自治体の数ではないかと思っております。

仮に、そういうふう地域というものを限定しましても、都市と農村では違いますし、都市でも大都市と地方都市では違うわけです。都市と農村では地域力の中身が違う、そういうふう言っているのではないかと思っております。都市は人口集中の魅力、農村では、場合によっては地域特産品であるとか、そういったものが地域力として注目されることがあるわけです。大都市では、多様性であるとか総合力が評価され、地方都市では個性が強く出ているのではないかというのが私の見方です。

そういったことで、今日は基礎自治体における地域力というものを、1つ目は「地域力と地域学」、2つ目は「地域力と資源の資産化」という問題、3つ目は「地域力と地域ブ

ランド」ということでお話をしてみたいと思います。もし、時間がありましたら、今私が関係しております熊本市都市政策研究所における「地域力と地域政策研究」の係りの話まで触れられたらと思っております。

まず、最初の話題でございます。地域力と地域学という問題についてです。

皆さんも既にご承知かと思いますが、東北学であるとか山形学、横浜学であるとか水俣学だとか、あるいは東京23区の1つである渋谷学であるとか、あるいは時系列を含めまして江戸東京学であるとか、そういう地域学が知られています。当初は地域学とやっておりましたが、次第に、これが地域科学、あるいは地域政策学として捉える、そういうふうに変わってきているのではないかと思います。

これはどういうことかと言いますと、認識の科学から政策の科学までと地域学というのが広がっているのが今日的状況ではないかということで、司馬遼太郎の「街道をゆく」を読んでおられますと、ますますそういう地域学というものが今注目を集めていると言いますか、その傾向が理解されるわけです。地域学が市民権を得て言葉の流通が盛んになってきていると思います。

私が言うまでもありませんが、中央集権から地方分権、あるいは原点回帰、木村尚三郎先生のお言葉をおかりするなら「振り返れば未来」、そういったことが今それぞれの地域に求められ、あるいは地域の人々によって、市民によって議論されつつあると思います。

私は、33年間ほど東京農業大学に勤めておりました。そこでは、「せたがや100の素顔」、「あつぎ100の素顔」、「オホーツク100の素顔」という、東京農大のキャンパスがあります地域の紹介本をつくるお手伝いをした経験があります。その後6年間ほど、熊本県立大学という公立大学法人の理事長として熊本で生活しました。そこでは「熊本学のススメ」という本をつくりました。（映像を示して）これが東京農大時代につくった、北海道の網走にありますオホーツクキャンパスの教員が書いた100の素顔で、続いて世田谷キャンパスの人が書いたもの、そして厚木キャンパスの人が書いたものです。熊本県立大学では「熊本学のススメ・地域学入門」という本を皆で書いて、学生の授業で使うことにいたしました。

何を狙いとしたかと言いますと、例えば、人文科学であるとか社会科学であるとか自然科学であるとか、それぞれ大学の教育はこういった部門の学部単位でなされておりますが、それを地方公立大学のような小さな大学では、横つなぎとして連携融合させることができるため、それを強みとした教育をしようとしたわけです。よく文系、理系と言われ、さらに、最近では文理融合と言われていますが、そういう分野を超えた考え方みたいなものが重要になっていると、先般のiPSの山中教授のお言葉にも、そういったものがあつたのではないかと思います。そういったことで、特定地域学研究、特定の場所を定めてさまざまな手法体系を持つ人が研究をするということにチャレンジしてきました。

人吉盆地という1つの限られた盆地の中の研究をやるとか、あるいは天草という島の研究をやるとか、そういったことをしてくる中で、例えば盆地型産業や沿岸域産業というも

のが発想できるのではないかという議論に進みました。7枚目のスライドは、人吉盆地の地形図です。この中に球磨川という川が流れています。球磨川の支流として川辺川というのがありまして、川辺川ダムの中止がなされました。また、この球磨川の下流域では日本で初めてのダムの撤去、荒瀬川ダムの撤去が今始まっています。そういう特定地域をさまざまな専門家が見ることによってどんなものが出てくるかということです。

(映像を示して) これは、かなり昔やった調査研究ですが、この人吉盆地の中にある小中学校の校歌から固有名詞を拾い出しまして、地域性の特長を解析したものです。また、(別の映像を示して) これは、天草の研究において、夕日を活かして地域の活性化を図るという研究で使った1枚の写真です。

そういった特定の地域学研究を踏まえて地域力というものを見て行こうというのが1点目の指摘です。

2つ目が、地域力と資源の資産化という問題です。

私は、造園家(ランドスケープ・アーキテクト)ですが、我々の大先輩にイギリス風景式庭園という様式を確立したランスロット・ブラウンという人がいます。1700年代に生まれた人ですけれども、この方が、ここに書きましたように「It had great capabilities」ということを口癖にしていました。ある地域を訪ねると、「ここはいける! いける可能性があるな」というようなことです。そういったことから、彼の名前は後にキャパビリティ・ブラウンというようになりました。そういう地域を見る目を持った人、眼力のある人が見ると、新しいものが地域に発見できるということでもあります。

私は熊本県立大学時代に、地元紙に連載で「きょうの発言」というのを毎週火曜日に書いていました。その中の1つとして「宝探しから資産化へ」というのを書いております。要は、今宝探しが盛んに言われていますが、単なる宝探しで終わったのではだめで、資産化してこそ初めて宝探しの成果を得るのだということです。私はいろいろな機会に、「見る・観る・診る」という3つの「みる」を話します。「見る」というのは単に見るだけです。そこに対してある程度の知識を持って見ると、2つ目の「観る」(ウオッチング)ができ、ウオッチングができれば、次は良いものをどう残し、悪いところをどう改良するかという診断の「診る」があるということです。そういったことを、これからはそれぞれの地域でやるべきではないかと思えます。

3つ目は、地域力と地域ブランドの話です。

地域力という話をしていきますと、しばしば「プライド・オブ・プレース」という言葉に行き着きます。自分のまち、我がまち自慢ということです。自分のまちにプライドを持たないでどうして自分のまちを良いまちにできようかということなのですが、そういったことと、実はこの地域ブランドというのは密接だと思えます。ものの本によりますと、ブランドというのは、元々、放牧した牛の背中に押された焼き印だそうです。目印でありアイデンティティを持たせることだと思えます。

そういうブランドを考えた場合に、どういう見方、要素があるのか、ブランドという観

点からどういう眼差しを地域に送ればいいかを次に考えてみましょう。1つは自然の力がなした業に対して送ることができると思います。自然景観というものを地域のブランドにすることです。11枚目のスライドは、イエローストーンの風景ですが、そこまで傑出していなくても、それぞれの地域には自然景観として興味あるものがいくつもあると思います。自然の力だけではなくて、人間の力が働いた文化的景観というのも非常に興味ある対象です。12枚目のスライドは、世界遺産にもなっているフィリピンの例ですが、ここに挙げましたのは日本のどこにでもあるような棚田です。こういったものが探せて棚田米としてのブランド化が進められているということです。

さらに、人間の力でもデザイナーが係わったものには、1つのブランドになる可能性があると思います。自然がつくったもの、あるいは、無意識でしようけれども人間がつくったもの、そして、非常に意識して人間がデザインしたものと3つのカテゴリーになります。私の専門でありますランドスケープ・アーキテクトというのを最初に使ったのは、13枚目のスライドの右上の写真にあるフレデリック・ロー・オルムステッドという方です。ニューヨークのセントラルパークの設計者の一人です。その時に、なぜマンハッタン島の真ん中にセントラルパークという公園を計画したかと言いますと、ニューヨークをイギリスのロンドンなどに負けないようなプライドのあるまちにしたかったからです。要するに、ニューヨークというものをブランド化したいという狙いから、公園を位置づけデザインをしたと言われております。

これら3つの話を並べてみますと、変な言い方ですけども、ゴッドメイド、神様がつくった自然の景観と、人がつくった文化的景観と、マンメイドの、そして人がデザインした風景というものと、こういったものに関心を示すことで地域力を探し、つくり、そして次の世代へ伝える、そういったことが可能ではないかと思えます。つまり、どこにでも光が当たる、当てられる、そういう時代が今ではないかと思えます。全国で文化的景観に対する関心が高まっているのは、私はそのことの顕著な表れだと思っております。

フレデリック・ロー・オルムステッドは、世界で初めて更地に大公園をつくった人です。日本にそういう人がいたかどうかということになりますと、実は本多静六という当時の東京帝国大学の林学の教授がそうです。日比谷公園の設計者としても知られていますが、その日比谷公園の設計をして、後年に福岡市の大濠公園の設計をしております。14枚目のスライドの左上が現在の大濠公園です。その右下の、真ん中にあるのが、大濠公園付近鳥瞰図です。何のために大濠公園の計画をしたかと言いますと、さらにその右下にあります図に示された博覧会のためで、これを契機とした公園整備なのです。公園を整備するお金が潤沢に無いものですから、公園用地を少し広目に確保しまして、一等地の一角を住宅地として売却しています。そして、そのお金で公園の整備をしたというパーク・マネジメントをやった方です。そうした仕事をしているついでに、実は永見健一という弟子を連れて行き福岡に泊まり込んでやるわけなのですが、「俺は一寸温泉へ行ってくる」と言って、由布院へ行っみたい。由布院へ行った本多静六は、そこで「由布院温泉発展策」と

いう講演をしております。その記録が残っておりまして、後にこの記録を読み解き、それを基に今の由布院のブランド化は進んだとされています。

そういうふうには、事の起こりや転機は本当にアクシデントなのです。本多静六が日比谷公園の設計をしたのも、これもまさに偶然なのです。最初は辰野金吾という建築家がやっておりましたが、その人のところを訪ねていってついあることを発言したことから、その仕事が本多静六に回ってきた、全く畑違いの林業経営の専門家に回っていったということです。このような逸話も調べながら地域力というものを考えるのもいかがかなと思います。

地域学という閉じ込められた狭い範囲の学問だけで見るとはなくて、たまには横つなぎに底辺を、裾野を広くして地域を見るというようなことをやってみてはどうだろうかというご提案、さらには、やはりブランド化するのだという意気込み、地域ブランドをつくるのだという夢を描くということ、夢のままではだめですから、夢の後にこれを目標に変えるように考えていくようなこと、そして、やはり地域にはいろんな資源が眠っていますので、これをいろんな方に訪れてもらって見てもらうということだと思えます。地域の人にはわからないけれども外部の人に言われて気づいたということが、よくあるかと思えます。それは、単に初めての景色だから気づいたのではなくて、そういった方がやはりいろんな知識を持ち、経験をしているから、そういう目で見るとウオッチングができるのだということです。そのことをきちんと考えていただけたらと思います。

最後、4つ目の話をします。それは、地域力を高めていく、あるいは今ある地域力をきちんと政策に活かす、そういうことをするためにはやっぱり地域政策研究というのが必要だということです。

6年間ほど熊本におりまして、この4月に東京に帰りました。そうしましたら、10月に熊本の幸山政史市長から、政令市になったから都市政策研究所をつくるので、その所長をやってくれるようにということになりました。市長、あるいは市議会の皆さんが、やはり政令市だから都市政策研究所が必要だということのでつくられましたので、これを、どうしても必要な組織だと言っていただけるようにするのが私の使命だと思って今やっております。

熊本市は日本で20番目の政令市です。列車だと最後尾についてきたことになります。ターミナルに着きましたら今度は逆の方向に向かいますので、今度は熊本市が先頭車両になって走るのですよと言っております。そうなりますと、そういう役割を果たさなくちゃいけない、また、東アジアのゲートウェイが九州ですので、先輩政令市の福岡や北九州と一緒にその役割を担う都市にしなくちゃいけない、さらには、九州のど真ん中にありますから、縦横連携の核になる都市にしなくちゃいけないということ等をいろいろと考えまして、種々変化にも対応できる、進化する組織としてこの研究所を運営したいと思っております。

皆様ご承知のとおり、この手の研究所には調査研究と人材育成と情報の受発信という3つの機能が一般的に求められることとなります。この3つの機能をそれぞれ個別に置くのではなくて、これを束ねていくというのを私はやりたいと思っております。限られた人数の

組織でございますので、マルチスタッフとして運営をしていきたいということです。そのことによって、キャッチアップ型だけではなくてフロントランナー型の行政ができるような自治体、そのお手伝いを研究所がするのだと所員にもハッパを掛けています。

日本の行政を見ておりますと、これまでは、法律があり、条例があり、あるいは規則があってというルールドライブで施策を進めてきたと思います。しかしフロントランナーで走るためには前例横並び主義だけではいけませんので、やはりミッションドライブの運営をしなくちゃいけないと思います。自分たちでステークホルダーを探し、その方たちのために何をやるのが我々の使命であるかということを見極めてやっていくということです。

ここで申すまでもございませぬが、基礎自治体というものは施策の執行能力には長けています。ただ、これからは施策の執行能力だけでは十分でなく、政策を形成する能力が求められるわけですから、そのことについてもこの中で考えていかなければならないと思っています。

さらには、私は公園が専門でございますが、今私がおります公園財団は全国の国営公園のマネジメントをやっておりますが、国営公園以外にも市町村の指定管理もやっております。これらを見ておりますと、これまでは全て行政が担う公共としての公園の維持管理をしておりました。しかしながら、そうではなくて市民が担う公共というものをこれに加えて公園の運営管理をしていかななくてはならない。そういったことをやることによって市民力がつき、さらにはその市民の力が地域力になるのではないかと私は思っております。

創造的な政策をやるということを申し上げましたが、クリエイティビティーという創造性というものが重要になります。どこかにあった前例で、それを真似してやるだけじゃなくて、新しいものを生まなくちゃいけないわけですから、その原点は、私はイマジネーションという別の想像という言葉にあると信じています。そのために、熊本市では地域認識と時代認識というものをきちんとやろうということ、この研究所でスタートアップ研究として始めました。熊本市域の地域認識、熊本市は明治22年に全国31都市の中の一つとして誕生しましたが、その時九州一の都市でした。その時から現在まで17回の合併を繰り返しまして、人口で17倍、面積で70倍になっております。そういう地域というものを、市民はもとより、このまちづくりに関与するコンサルタントでありますとか専門家が共有できるようなデータを揃えたいと思っておりますし、もう1つは時代認識です。今年が市制124年目に当たるとかですね、そういったことをきちんとし、その年にお隣の福岡市はどうだったかということなどが比較でき、そういったことを情報提供することによってさまざまな方が新しい発想をできるような、情報源を盤石なものとして揃えたいと思っております。

加えて、講演会等を適宜開催することで、地方に居ながらにして新しい情報を、しかもそれが一方的に聞くだけではなくて、議論をする中で新しいものを生むように、そんなことも考えています。

地域力というのは大変重要だとは思いますが、しかし、ややもすると捉えどころのないと言ったら極端ですが、捉えにくい概念だと思います。今日のこの後のお三方の市長さんの

お話を私も聞きながら、さらにはその後のパネルディスカッションを拝聴して、私自身もブラッシュアップをしたいと思っております。

今回、この機会をいただきまして本当にありがとうございました。時間でございますので終わりたいと思います。どうもご清聴ありがとうございました。