

都市計画シンポジウム「市長と語る21世紀の都市計画」

平成25年2月19日(火)

地域力の向上

—基礎自治体での方策は如何に—

(一財)公園財団理事長
熊本市都市政策研究所所長

農学博士 登録ランドスケープアーキテクト(RLA)

蓑茂 壽太郎

- 地域力の「地域」には
等質地域(均質地域)と機能地域(実質地域)の
概念があり、そこには相互性もみられる
地域性と地域単位

- また「地域」には、ヒエラルキー(階層性)がある

「この地域ではお正月に……をする風習がある」といった場合の地域と「東アジア地域の今日的状況……」の場合とでは地域の広がり相当違う

- 今日の話は 基礎自治体のレベルでとらえた地域
とし地域性とのかかわりを強調したい

都市と農村、大都市と地方都市

地域をこのように限定しても

都市と農村では「地域力」の中身が違います

都市は人口集中の魅力、農村では時として地域産品の
魅力が地域力として注目されます

そして、同じ都市でも大都市と地方都市では

地域力の内容が異なります

大都市は多様性や総合力が

地方都市は個性で

地域力の評価がなされているように思えます

基礎自治体における地域力

次の4点から話題を提供してみたいと思います

1. 地域力と地域学
2. 地域力と資源の資産化
3. 地域力と地域ブランド
4. 地域力と地域政策研究

地域力と地域学

- 東北学、山形学、横浜学、水俣学、渋谷学、江戸東京学

- 地域学、地域科学、地域政策学の隆盛
 - 認識の科学から政策の科学まで

- 司馬遼太郎の「街道をゆく」などを読んでいると地域学の所以が一層よく理解されるように思います

- 地域学が市民権を得たことと、地域力という言葉の流通時期には同時代性があるように思います

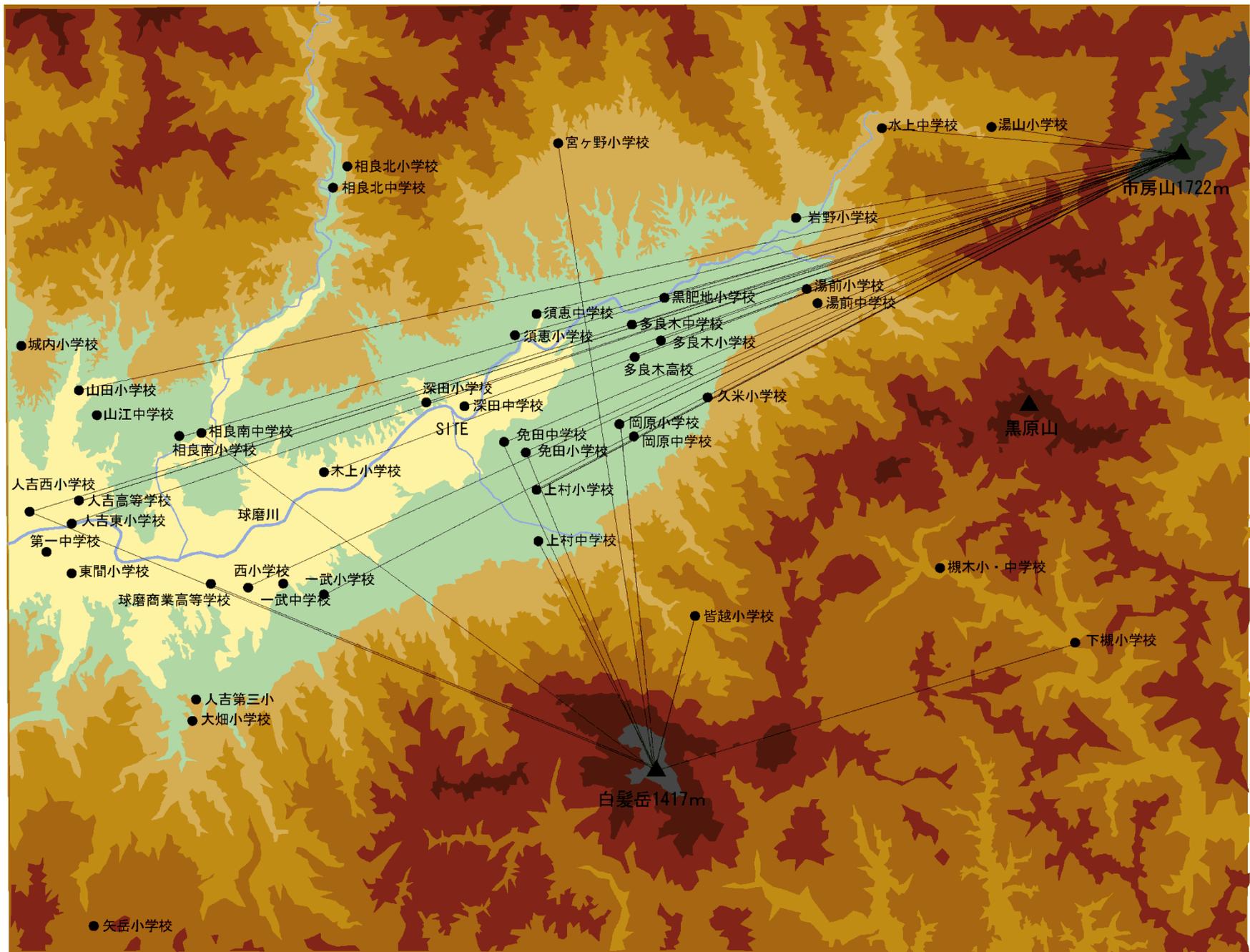
- 中央集権から地方分権、原点回帰、振り返れば未来など

- 私は東京農業大学では、「せたがや100の素顔」「あつぎ100の素顔」「オホーツク100の素顔」などキャンパスが置かれた都市の地域紹介本に関与し、
- 熊本県立大学では、「熊本学のススメ」の刊行に携わった

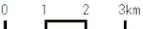
- 人文科学、社会科学、自然科学の連携融合
文系と理系の分野融合

分野を超えて考えることが重要になってきている

- 特定地域学研究の重要性を説き
人吉盆地研究、天草プロジェクトを実施した
- そして盆地型産業、沿岸域産業を考えた



直線は学校の枝歌に
謳われていう山との
関連を示す。



凡例 (m)	
150以下	
150~200	
200~300	
300~500	
500~750	
750~1000	
1000~1250	
1250~1500	
1500以上	

地域力と資源の資産化

It had great capabilities
が口癖

造園界のシェークスピア
Lancelot Brown (1716-1783)
Capability Brown



きょうの発言

蓑 寿太郎

熊本県立大理事長

熊本ではいま「宝探し」が盛んです。自然資源に目を向けての宝探し、産業にかかわる宝探し、そして歴史や伝統行事に関してまでさまざまです。

今年の夏は、人吉の青井阿蘇神社の隣にある旧大宮司邸の庭園遺構調査でいい汗をかきました。時折SLの汽笛を耳にし、国宝となった社殿群を横目に見ながら。

私の手元に全国の歴史庭園をリストアップした資料があります。昭和18年出版のもので、全国で約800の庭が取り上げられ、熊本からは水前寺成趣園や南小国の満願寺庭園など11の庭園が記載されています。

残念ながら私たちが調査している庭は含まれていません。戦前の宝探しでは、漏れていたことに

なります。まだ調査の途中ですが、大変上品な庭で、年季が入った庭木もあります。人吉は小京都と呼ばれるながら京都らしさに欠けると思っていた

矢先に、興味ある庭園が見つかったわけです。

宝探しから資産化へ

私は以前から「資源の資産化」を唱えてきました。ナイアガラの滝周辺のホテルでは、部屋からの滝の見え方により料金が決められていました。(こ)熊本でも、たとえば川に面した部屋をリバー・ビューの部屋として差別化することで、資産化の第一歩が始まるわけです。

宝を生かす資産化の道筋があつてこそ宝探しに意味があることを忘れないようにしたいものです。

2010.8.24

見るSEE 観るWATCH 診るEXAMINE

地域力と地域ブランド

- ファミリーブランド(統一商標)と地域ブランド
 - 地域ブランドの2つのタイプ
 - 商品ブランドとサービスブランド
- ブランドとは、そもそもは放牧した牛の焼き印
 - 松坂牛と近江牛や宮崎牛
 - 草津温泉や
- ブランド商品企業だけの広告で出版されている雑誌の特集が「農業」という時代
 - プライド・オブ・プレイス
- 人と事のブランド、物と地域のブランド
 - 下村婦人会の漬物「市房漬」
 - 熊本の加藤清正、甲府の武田信玄
 - 札幌のクラーク、長崎のグラバー
 - 米どころ、酒どころ
 - 青森リンゴと長野リンゴ
 - 和歌山みかんと熊本みかん
 - 球磨焼酎
 - お茶と静岡
 - 亀山工場とシャープの液晶テレビ

ブランドを生む
自然の力、人間の力、デザインのカ



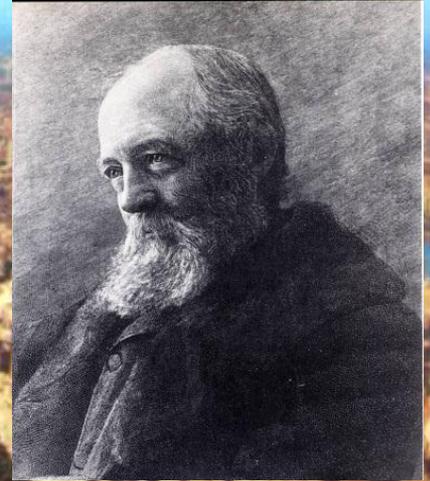
自然の力

イエロストーン

人間の力



1857



デザインのカ



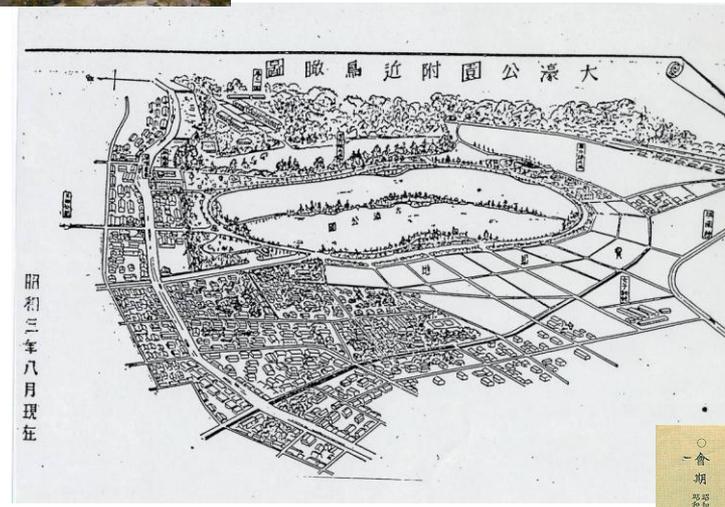
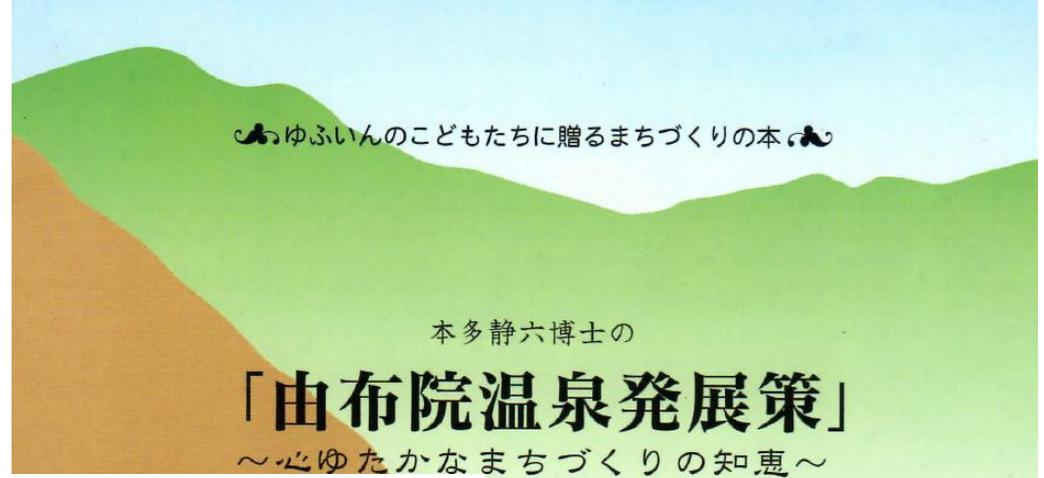
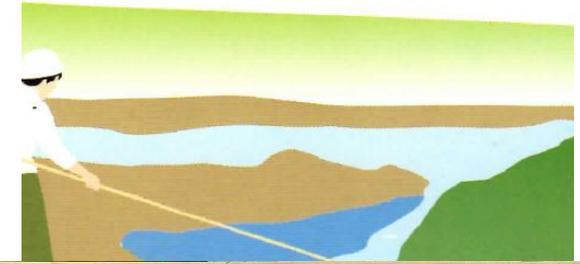


図-1 大濠公園付近鳥瞰図(1938)

Dr. Seiroku Honda
 PLAN FOR YUFUIN HOT SPRING
 balanced and fulfilled life~



本多 静六・ほんだ せいろく
 1866-1952



地域力と地域政策研究

熊本市都市政策研究所での試み

- 「必要な」から「**どうしても必要な**」組織に
 - **日本で**20番目の政令指定都市
列車の最後尾と先頭車両
 - **東アジアの**ゲートウェイ・九州の政令市
境界と交流
 - **九州の**真ん中にある政令市
縦軸連係(携)と横軸連係(携)
変化に対応し進化する組織

研究所の使命

- **調査研究** 政策課題への科学的アプローチ
経験知（暗黙知）と形式知
- **人材育成** 政策立案能力を有する人
施策執行・処理能力に加え
- **情報受発信** 発信すると情報は集まる
In-formationが意味するところ



調査研究 人材育成 情報受発信



現在の取組み

イマジネーションに役に立つ調査研究と
連携につながる研修

- 熊本市域の地域認識に関する調査研究
- 熊本都市政策の時代認識に関する調査研究
 - 都市政策の基本理解に係る研修
 - 大都市圏の特性理解に係る研修
 - 地域政策の課題に係る最新事情研修