

Ⅲ.「元気なまちづくり」の土台

1. しっかりとした地域コミュニティ

「元気なまちづくり」を進める上では、「まちづくり」を支える居住者、商業者といった「地域生活者＝人」が問題意識を共有しながら、それぞれが参加意識をもってかつ適切に役割分担をしながら一丸となって取り組むこと、すなわちしっかりとした地域コミュニティが実質的な活動を行い、まちづくりを支える母体として機能していることが不可欠である。

参考：まちづくりを支える7人の侍

まちづくりを実践していく上では、まちづくり「組織」や組織の集合体としてのまちづくり「体制」において、人・組織が適材適所に配され有機的に役割分担していくことが必要であり、その意味において、「組織」や「体制」においては以下のような「7人の侍」が存在することが望ましい。

- ①発案者（こういうことをやったらいいのでは、という人）
- ②同調者（提案に賛同し、一緒になって進める人）
- ③リーダー（牽引する人）
- ④仕掛け人（調整する人）
- ⑤推進者（汗をかく人）
- ⑥後援者（側面から協力してくれる人）
- ⑦仲立ち人（世の中の動きをもたらしたり、逆に外に発信してくれる人）

【祭りイベントを例に考えてみよう】

- ①まずはグループ内の漠然とした「思い」を結晶化し、具体的なアイデア（祭りをしよう）として提唱する「発案者」の存在が必要。
- ②そのアイデアに対し「是非やろう」と同調し、グループメンバーの気運を高め、実行の意思決定を促す「同調者」の存在も重要。
- ③実行の段階においては、「祭り」の代表者となり、グループを引っ張っていく「リーダー」の役割が重要。
- ④また、祭りの場所の確保、他のグループへの呼びかけ、マスコミへの売り込みや資金集めなどにかかる対外的な交渉等に際し、対外的及びグループ内部のまとめ役、調整役としての役割を果たす「仕掛け人」の存在が重要。
- ⑤「祭り」を盛り上げるためには、決して目立ちほしくないが、煩雑な準備作業を汗をかいてこなしていく「推進者」の存在も重要。
- ⑥行政や協賛企業、協賛団体など、「祭り」に賛同して資金的な支援を行ったり、場所の提供や交渉相手との調整をサポートしてくれる「後援者」も大きな役割。
- ⑦また、より多くの人の関心を引き「祭り」を盛り上げるためには、マスコミや他地区「祭り」実行組織など、各地の情報を提供し、また情報発信をしてくれる「仲立ち人」の存在も重要。

2. 行政、地域生活者、NPO・大学等の協働体制

「元気なまちづくり」を進めるためには、地域生活者のみの力では資金、能力の面で限界があり、行政や、行政と地域コミュニティの橋渡しを行い、また市民活動を支えるNPO、大学などの高等教育機関等との連携が不可欠である。

行政と地域生活者との役割分担、協働のあり方は、地域地域によって様々であるが、これまでのような「サービス提供者＝行政」と「サービス享受者＝住民」という意識から行政、地域生活者が脱却し、NPOや高等教育機関とともに真の意味でのパートナーとして相互理解を深めつつ、協働して「元気なまちづくり」を進める体制を確立する必要がある。

また、大学などの高等教育機関においても、その果たすべき社会的役割を強く認識し、まちづくりに関して行政と地域生活者とをコーディネートする役割をこれまで以上に積極的に果たしていくことが求められる。

3. 「愛着」と「誇り」をもてる歴史・文化・伝統・街並み等の地域資源の継承、創造

地域生活者がそのまちに「愛着」と「誇り」を持つことができれば、いくら行政側が働きかけたとしてもコミュニティとして一丸となって「元気なまちづくり」を進めることは困難である。

この意味において、地域コミュニティや行政は、「街なか」に存する歴史、文化、伝統、街並みなどの地域資源について、時として新たな資源の創造も視野に入れながら、その保存、継承を図り、地域生活者が「地域愛」を持てるような地域づくりを進める必要がある。

また、これまで地域コミュニティの象徴として存在感を誇ってきた小中学校のいくつかは、少子化の進展に伴い閉校の憂き目にあうことが想定される。学校という貴重な地域資源を、閉校に伴うコミュニティの喪失感を払拭する意味でも、まちづくりに有効に活用していく取り組みも求められる。

4. 人を引きつけ、パワーを引き出す知恵と工夫

地方都市においては、住民意識が高く、整った街並みを形成している地区においても、徐々に活力を失いつつある地区が存在する。この原因として「街なか」居住者の減少や高齢化など様々な要因が考えられるが、域外者を含めた人を引きつける魅力や人々が織りなす「活気」が必ずしも十分ではなかったことも一因として考えられる。今後、全国的な人口減少や高齢化の進展が予想されている中で「街なか」の再生を図る上では、域外者も含め様々な人々が「街なか」で活発な交流・活動を展開することがますます重要となると考えられる。

このため、若手事業者や若手クリエイターなどの若い世代の人々をその「まち」に引きつけ、継続的にこのような人材のパワーを引き出す舞台や仕掛けを構築することが必要である。

5.「新陳代謝」・「継続性」

ディズニーランドのように何度来ても新たな発見のある空間は、それ自体が人を引きつける魅力となる一方、定常状態で変化の生じる余地のない「テーマパーク」は、それ自体いかに魅力があろうとも時が経つにつれ陳腐化し、魅力を失っていく。「元気なまちづくり」においても、訪問者が何度でも訪れたいくなる「いつ来ても面白い」といった「街の魅力」を醸し出すことも重要なポイントであり、決して排他的、閉鎖的な「まち」に陥ることなく自由に新陳代謝が行われるよう、常にかわりゆく部分を舞台装置として有していることが必要である。

また、祭りなどのイベントでいくら訪問者が増えたとしても個々の商店の魅力を伴わなければその賑わいは一過性の「イベント」にとどまり、持続的な街の活性化には直結しない。各個店においても、それぞれに商店としての魅力を高める努力を継続的に行っていくとともに行政もそのような取り組みをサポートする必要がある。

さらに、まちづくりの主体となる行政、住民組織、NPOなどの組織においても、固定メンバーでルーチンワークを繰り返すだけの硬直化した組織とならないよう、常に新たな試みに取り組んだり、若手人材の積極的な活用を図るなど、「動き」続ける仕組みを内部装置として保持していることが必要である。