

地域の課題に対応した 人材マッチング・育成の価値

パブリックコンサルティング事業部 副主任研究員 日高 憲扶

はじめに

地域振興の推進には、地域づくりの核となる人材が重要な鍵を握っているが、人材の掘り起こし・育成、世代間でのネットワークの構築の必要性、ノウハウの蓄積等、課題は山積している。本稿では、地域振興のための人材育成にかかる取り組みの一つとして、これまでも地域振興に向けて、国のアドバイザー・講師派遣等の施策を積極的に活用し、様々な検討を行ってきた鹿児島県伊佐市（旧大口市・旧菱刈町）を例にとり、ワークショップ形式による研修の様子を紹介したい。

地域の取り組みと課題

（１）伊佐市のこれまでの取り組み

伊佐市では地域が一体となった独自のまちづくり活動を行うことを目的として、「伊佐地区産業活性化協議会（以下「協議会」）」を設立、平成 16 年 4 月から活動を開始し、国のモデル事業や大学との連携等も活用しながら、地域振興に取り組んできた。その一つである国土交通省地域振興アドバイザー制度（平成 15 年）では、講師として派遣された 2 名のアドバイザーに「まちづくり活動の取組のあり方」や「地域特産品開発」等について助言を受けた。特に特産品開発に関しては、地域振興アドバイザーの指導により一定の成果が期待できる兆しが伺えたため、国土交通省からの派遣終了後も個別に助言を要請し、特産物である「焼酎」と「黒豚」を用いての新商品「伊佐の焼酎豚」開発という成果を得た。「伊佐の焼酎豚」が「電気のふるさとじまん市」にて大賞を受賞したことで、百貨店等の流通業界に加えてマスコミが殺到し、広く大口市（現、伊佐市）の名前が知られることとなった。そして地域住民が主体となって優れた商品開発を行った地域としても広く紹介されることとなった。

（２）現在の課題

「地域住民が主体となったまちづくり団体の創設→新たな商品開発→市としての知名度アップ」までは良かったが、この成功を持続発展して次の展開に活かされていないという課題が残った。協議会としては商品開発の

次のフェーズである販路拡大に移行したいと考えているが、戦略的に“売り込む”ことが出来ず一過性のブームに終わってしまった感がある。また、“生産体制の構築”も課題となっている。現状としては「伊佐の焼酎豚」の生産は個人商店が行っており、大量生産ができないという状態にある。

伊佐市としては、それら問題の根底にあるのは、協議会にグランドデザインがなく、目指すべき目標が明確でないことであると考えた。例えば、伊佐市ではイベントも多く行っているが、イベントの実施自体が目標となってしまうことで、イベント終了後に「何のためにやっているのか」「外の人を集めるより協議会のメンバーや家族を動員し、ゴミ拾いをした方がよほど市のためになるのではないか」等の意見が挙げられるようになってしまっていた。しかしなかなかこの状況を打開するに至らなかった。

ワークショップでの議論と示唆

（１）伊佐ワークショップ開催概況

そこで伊佐市は、国土交通省の「まちづくりコーディネーター」関連調査を活用し、「伊佐市におけるまちづくりの課題とコーディネーター・人材育成等の必要性について」と題したワークショップを開催、伊佐市役所、協議会、大口市商工会、菱刈町商工会、一般市民の中から今後、伊佐市におけるまちづくり活動を率先して行うことが期待されるメンバーが参加した。伊佐市の事情に精通した学識者として早稲田大学教育・総合科学学術院の宮口教授を講師に迎え、「まちづくりの取り組みの考え方についてーまちづくりを成功に導くための『人材育成』や『ネットワーキング』の視点から等についてー」と題した講演を通じて伊佐市の特性やまちなかの再生についての学習を行い、その後、参加者自ら地域の課題抽出を行うための討議を行うこととした。

（２）学識者による講演

講演では、協働を作り出すコーディネーターの必要性についての指摘がなされた。コーディネーターは人と人とを繋ぎ、協働をつくり出すことを仕事とする人であり、

協働とは、行政と住民の協働という抽象的なものではなく、個々人を繋ぎ、一人ひとりが持つ能力を活かして飛躍的な力を生み出すことである。まちづくりにおいては、そうした力を身近なひと達で作りあげる必要がある。そうした力が身近にない場合には、外部の専門家の力を使えば良い。コーディネーターを活用してまちづくりを成功に導くためには、まずは多くの関係者が関与できる体制をつくり、幅広い視点を持つために他人（外部者）を交え、個々人が皆のため、まちのために行っているのだという意識が重要であるとした。

図表1 講師講演とワークショップの様子



（3）地域の参加者による目標の設定

参加者による討議に移り、まず地域資源の棚卸しをすべく、参加者の現在の活動や地域が有する素材について紹介しあった。環境意識を高めるためのゴミ袋の提唱、イベントスペースの設置と活用、商工会の助成金を活用した商品開発、インターネット特産品販売、I ターン者によるマクロビオティック料理教室等、多くの試みが互いに紹介された。地元の若者中心の地域づくり団体からは、イベントなどの活動を紹介しつつも、活動メンバーの拡大、次世代を担う後継者育成が課題として挙げられた。

次に市が進むべき方向性について討議した。伊佐の風土のすばらしさをアピールしながら、外部から訪れたいくなるまちづくりに取り組み、将来的にはUJI ターン希望者も受け入れることができるよう「住居の斡旋」のほか「仕事の創出・紹介」等も積極的に行い、UJI ターン先として最も魅力あるまちにしたいとの方向性を得た。

それを踏まえて、地元の課題について討議し、多面的な意見を得た。豊富な食材を活かした飲食店の開業、メニューを開発する試みの必要性、商店や飲食店に集まる多くの情報のまちづくりへの活用、地域への還元的重要性、地産地消の拡大、新しい地域資源の発掘等多くの課題が出て、課題に対する対策の議論もなされた。議論を通じて、伊佐市をアピールする場合に「売り」になるポイントを整理しておく必要性を意識することとなった。

（4）「人」をキーワードとした課題の討議

それらの議論を「人」というキーワードで整理しても多くの課題が抽出された。新しい試みを行う際の相談相手がわからない。地元の食材を活かした飲食店の運営者をどうするか。地産地消を創出、拡大するために人と人の繋がりの再構築から始める必要があるが、その際繋ぐ

べきメンバーは誰か。地元の名士や公務員の退職者が議員となっている地域では、彼らがリーダー的な存在となつて地域を引っ張っている。多少強引ではあっても、時にはそうした強引さが地域住民に刺激を与え、周りを先導してくれるだろう。情報を滞留させずに流すには、ミニコミ誌やホームページを作ればよい、若年層にスキルを持った人がいるはずだ…。どのような人材が、どの場面や段階で活用できるかを考えながら議論が進められた。

合間に講師による他都市の事例照会などをはさみながら討議を深め、情報誌やインターネット、プラス情報交換する“場”の必要性が議論された。イベントを何故行なうのか、イベントを行う前に話し合いの場が必要ではないかという意見が出た。そして“1人のリーダー”というよりも“みんながリーダー”であるべきであり、1つの目標があつて協力していくことが理想であるとの意見が出た。集まって話し合うことは、過去にはない地域の価値が生み出される胎動であり、実際に動き、必要な仕組みが無ければ、新たに作って積み上げるという作業が地域づくりであるとの共通認識を得た。

また、これまでの取り組みやそれに関する情報は、少人数の仲間内や口コミで活用されているに過ぎず、これらを組織的に活用する次の段階に進むためには、コーディネーター機能を持つ組織・人材が求められるとした。地域情報を収集・蓄積・活用し、効果的なコーディネーターを実現するため、民間・市民主体の地域情報誌・ミニコミ誌の発行が提案された。

おわりに

伊佐市のように、地域住民が主体となった商品開発の「成功事例」として紹介された実績を持っている都市であっても、その後これまでと異なる課題にぶつかる等の理由で、閉塞状況に陥ることもあると思われる。そのような状況のブレイクスルーのために、今回紹介したワークショップのように適切な外部人材を招聘することは有益な手段の一つである。また、地域課題を共有することで、人的ネットワークもでき、課題解決意欲も向上することが期待される。

課題解決にあたり知見・ノウハウを持った人が地域内にいなければ、外部人材の力を借りれば良い。

しかし、恒常的に外部人材に課題解決を丸ごと依存するのではなく、外部人材から学び、自らが課題を解決していくというセンス・力を身につけることの必要性は強調しておきたい。肝心なのは、課題に応じて適宜必要な人材を見出すようなマッチングを行い、課題解決を図れる人材を育成していくことである。成長するまでに、時間とコストはかかるかもしれないが、結果的には独自性ある地域の新たな価値を創出することに繋がるのである。