

終わりに

本章では、青森県青森市、栃木県佐野市、宮城県仙台市、北海道夕張郡由仁町、栃木県宇都宮市を対象とし、それぞれの自治体の地方活性化の在り方について述べた。

まず、第 1 節では、丹治が宮城県仙台市の外国人に対する取り組みについて調査した。丹治は、仙台市は一見外国人の受け入れが進んでいるように思われるが、身近な場所で外国語表記があまり浸透しておらず、真に「外国人の受け入れが進んでいる」とは言い難いのではないかと指摘している。外国語表記が必要か否かについては、公の場所のみならず、仙台市に暮らす外国人の視点に立って考える必要があるだろう。

第 2 節では、菅原が栃木県宇都宮市のゆるキャラ・ミヤリーを例として、ゆるキャラが地域振興にどのように関わっているのかについて考察している。菅原は、越川の指摘を受け、ミヤリーというキャラクターの PR が宇都宮市の PR に先行してしまっているのではないかと疑問を呈しており、最終的にはミヤリーがまちおこしのために明確な役割を担うことが出来れば、ゆるキャラを使ったまちおこしがより効果的に行われていくだろうと結論づけている。

第 3 節では、岡本が北海道夕張郡由仁町のムカデ祭りが地域社会にどのような影響を与えているかについて述べている。岡本は、ムカデ祭りへの参加によって、地域住民との連携が強化出来る点、由仁マルシェ等によって由仁町の特産品、ひいては基盤産業である農業を町内外に PR することが出来る点を地域社会に与える影響として挙げている。少子高齢化が進む現在、町の PR、活性化のために祭りの存在は必要不可欠であり、そのためには各自治体で子供や若者へ祭りの参加を促すこと、町内外への PR が更に必要になるだろうと結論づけている。

第 4 節で、秋田は、青森県青森市は、商店街の活性化のため官民複合再開発ビル「アウガ」を建設したものの、それがシャッター街となった商店街の活性化には繋がらなかったことを指摘している。そこから、行政はより明確なビジョンや目的をもって町の経営に努めなければならないと述べている。更に、官民一体の春フェスティバルは比較的成功を収めているものの、地方活性化に繋げるためには一時的な成功ではなく長年に渡って継続していく必要があり、そのためには若者をターゲットとした SNS などインターネット媒体による宣伝も必要不可欠であるとしている。

第 5 節で、田中は、栃木県佐野市における大型ショッピングモールの進出と商店街の関係性の在り方について考察している。商店街が衰退するから大型ショッピングモールが進出するのが必ずしも悪だとは言いきれず、むしろ仕方ない側面もあると指摘している。更に、商店街側も存続を望むのならば地域に密着したサービスを提供し地域住民のニーズに応えなければならないとし、商業エリアの経済効果を近隣地域の活性化にいかにつなげるかという視点を持たなければならないと述べている。

本章では、様々な地域を対象とし、「地方活性化のために比較的小さなアクターである地方自治体は何が出来るか」という視点からそれぞれ論じた。抱えている問題はそれぞれ多少異なるが、共通している点が2つあると筆者は考える。1つ目は、地方活性化は一時的なものではなく継続的に行われなければならない、そのために明確な計画や目標を必要とするということである。また、行政やアクターはそれに沿って行動しなければならない。2つ目は、地方活性化の当事者である住民の視点に立ったまちづくりを意識しなければならないという点である。特に、住民たちが暮らし、彼らによって作り上げられているまちであるという点でこの議論は避けて通れないし、これが冒頭で菅原が述べた「地域の現状に合わせたまちづくり」に繋がっていくだろう。

日本全国には6人が述べた事項に類似した問題を抱えた地方自治体が非常に多いように感じる。問題の規模は違っても、本質は似ているのかもしれない。その問題に挑むとき、先に述べた地方活性化の継続性と住民の視点に立ったまちづくりを常に意識する必要があるだろうと筆者は考える。