

IV-25

地域活性化計画における地域間交流の
役割とその効果について

— 北海道全市町村を対象にして —

北海道大学環境科学研究科

山館清章

同上

太田 充

同上

正員 山村悦夫

1. はじめに

我が国の経済構造の変化、特に近年の内需主導型やサービス化経済への移行の中で、従来の生産者の立場や発想によるモノづくりよりも、消費者、生活者の視点からのモノづくりが重要になってきた。

また、地方、特に農山漁村地域においては、大都市圏への流出による人口の減少という状況が、近年いっそう顕著なものとなり、一方、大都市圏においては、農山漁村が持つ自然空間やゆとりなどのふれあいを求める都市生活者が増加しつつあることから、都市と農山漁村との連携をより強固なものとして、それぞれの住民が都市生活の利便性や活力、田園のうるおいや自然とのふれあいを共有するというような相互の補完を図ることが望まれている。

このような状況を踏まえて、これからの地方の地域活性化計画においては、自治体や企業サイドからの発想だけではなく、消費者、生活者である地域住民や非居住者（大都市住民）の視点がこれまで以上に重要視されるものと思われ、この観点から、大都市と農山漁村地域との地域間交流に対する各方面からの期待は大きい。

従来の地域活性化計画の代表的なものとして、国が奨励し、各自治体がこぞって誘致を競い合ってきた大規模工場や大規模リゾート開発などが挙げられるが、これら施設がハード的にはほぼ全国に整備されつつある現在、画一的なものはより規模の大きいものとの競争にさらされる状況に陥り、ソフト面、もしくはその地域の個性という、付加価値競争の時代に入ってきたものと思われる。

こうした我が国の中でも、過疎地域や農山漁村地域を多く抱え、近年、人口減少や構造不況に悩む北海道においては、一方で、豊富な土地・水・緑資源や生物資源、観光・文化・教育資源などに加え、豊かな自然や解放的でゆとりのある風土を有しており、また、これらの地域資源を活かした個性ある地域活性化計画が各地域で目白押しで、大都市との地域間交流も多くの市町村で積極的に推進されている。

本研究では、北海道212市町村と道内外（主として3大都市圏）との地域間交流の現状を調査、把握しそれが地域活性化計画においてどのような役割や効果を果しているのかを検討するものとする。

すなわち、ここでとりあげる地域間交流とは、原則として、道内全市町村とその他市町村（主として3大都市圏）との交流を指すものとする。

2. 地域間交流の基本的位置づけ

高速交通体系の整備や、情報・通信ネットワークの構築に伴って、北海道内各市町村と大都市圏との地域間交流が進展すると、各市町村の個性的な資源や特色が、地域住民、大都市圏住民双方に認識、あるいは見直され、それを活かした施策を地元自治体や企業などが連携して行なうことによって、その市町村の地域イメージや、地域文化などの生活の質が向上する。

A Study on the Role and Effects of Interregional Cooperation on Regional Development Vitality

— a Case Study of Hokkaido —

by Seisho YAMADATE, Mitsuru OTA, Etsuo YAMAMURA

その結果、地域の魅力度が向上し、大都市圏におけるその地域の生産物（地場産品・特産品）のブランド力や地域自体の集客力が高まり、地域生産物の消費や観光といったかたちで、新たな地域間交流が生まれ、それがさらに、地場産業の振興や、企業進出、Uターンなどを引き起こし、地域経済の向上が図られる。地域経済が向上すれば、それがフィードバックして、さらに地域のイメージや生活の質を高める。

近年の北海道各地域における地域活性化計画についても、このような一連の流れによる地域活性化の概念がその底流にあるものが多く、その中で地域間交流は根底をなすものとされている。

以上の概念を図1に表わしてみた。

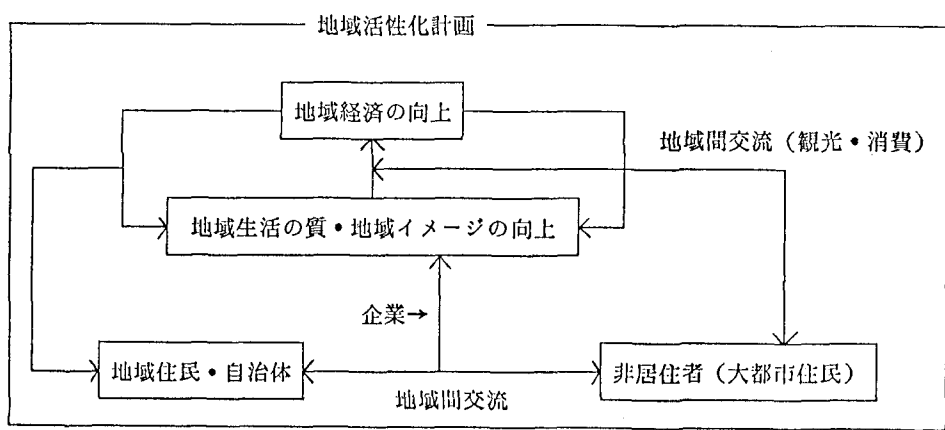


図1 地域間交流の地域活性化計画における概念図

3. 調査の概要

調査票は、1989年10月、道内全市町村（212）に配布し、首都圏（東京、千葉、埼玉、神奈川）、中部圏（愛知、岐阜、静岡）及び近畿圏（京都、大阪、奈良、兵庫）との地域間交流、またはこれらを含んだ広域的な交流を行なっているものを対象として記入してもらったが、その他地域との交流についても相当数回答があったことから、それらも加えて集計分析を行なった。

返送のあった172市町村のうち、46.5%に相当する80市町村で実際に地域間交流事業を行なっていて、それら交流事業の総数は113であった。

表1は調査項目を表わす。

表1 調査項目

①交流開始時期
②交流対象地域
③交流実施主体
④交流の種類
⑤交流を始めた動機
⑥交流に活用した地域の特色または施設
⑦交流相手地域の対象者
⑧交流対象者を受け入れる際の宿泊形態
⑨最近の交流状況
⑩交流への参加者数
⑪交流を行なった結果得られたメリット
⑫交流を継続していく上での課題
⑬交流継続に対する意欲の有無
⑭新たな交流に対する意欲と課題

4. 地域間交流の実態

交流対象地域は、首都圏が群を抜いて多く、これに中部圏、近畿圏を加えた3大都市圏で大半を占めるが、札幌市との交流が単独で中部圏を上回っており、北海道における突出した大都市という認識から、交流相手として身近な存在になっているものと思われる（図2）。

図3から、地域間交流は、近年急速に拡大したことがうかがえるが、1市町村あたりの平均交流事業数は $113/80 \approx 1.41$ であり、最も多い上富良野町では4件など、交流を複数行なっている市町村も多い。地域間交流を種類別に分類すると、ふるさと出身者との交流が最も多く、交流のきっかけとして取り組み易いためだと思われる(図4)。

交流を始めるにあたっての動機としては、地域の活性化や、地場産品・特産品の消費拡大など経済的なメリットへの期待が大きいが、教育や文化への期待も少なくなく、また人口の定住や過疎対策として期待しているところはごく少数であり、概ね現実的と言えよう(図5)。

交流を行なった結果得られた効果としては、心のふれあい、人間関係の形成が最も多く、地場産品の消費・販売の拡大を上回っており、さらに、農山村の良さに対する理解や郷土の良さの再発見なども多くあげられており、経済的な効果よりも精神的な効果が目立っている(図6)。

また、地域間交流が定着または活発化の傾向にある市町村がほとんどで(図7)、そのためか、交流の継続や新たな交流に対しても、大部分の市町村が前向きに考えている。

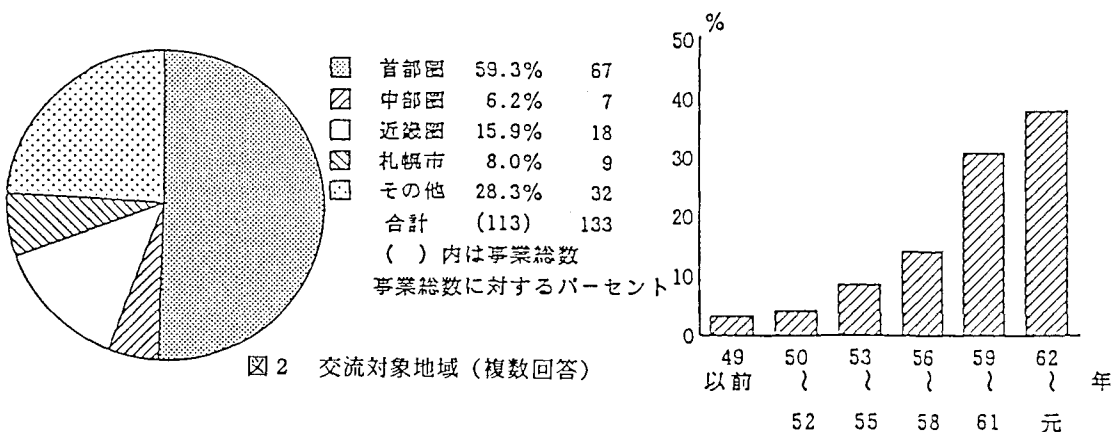


図2 交流対象地域(複数回答)

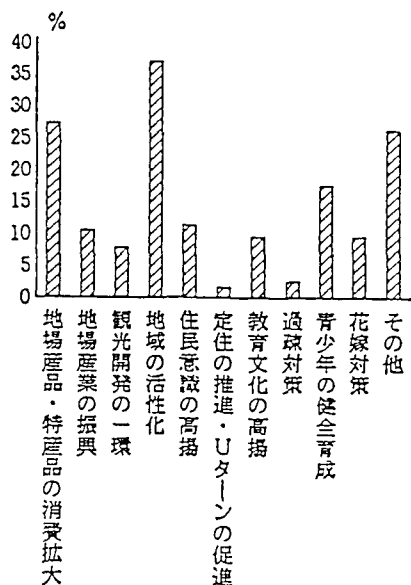


図4 交流の種類

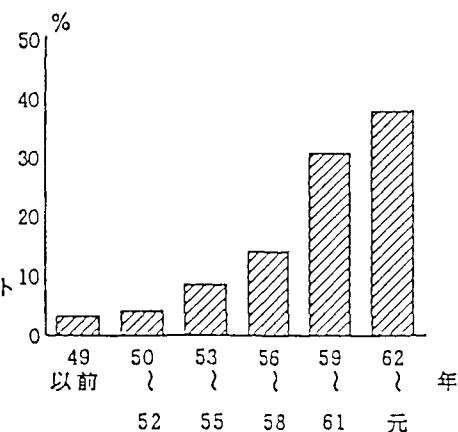


図3 交流開始時期

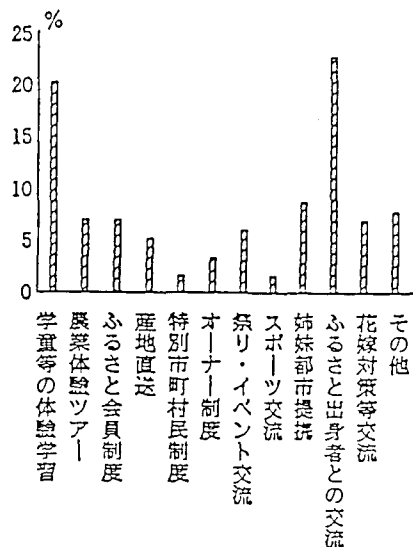


図5 交流を始めた動機(複数回答)

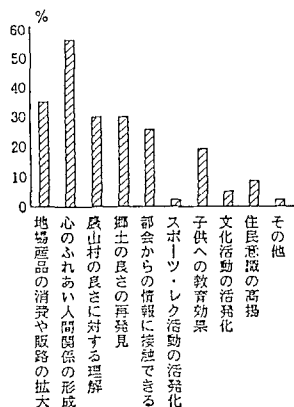


図6 交流で得られたメリット

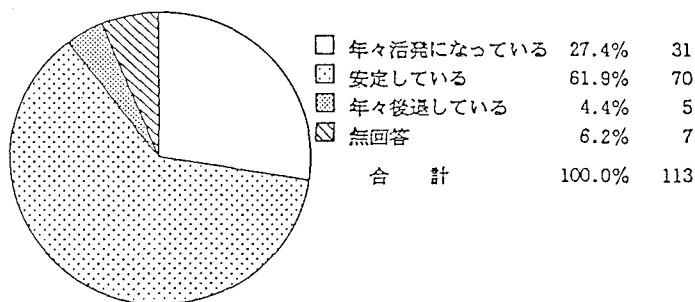


図7 最近の交流状況

5. 考察

地域間交流には基本的な目的や期待効果がある。例えば体験学習が青少年の健全育成を意図するのは当然のことであるが、それに次いで、地域の活性化、地場産品・特産品の消費拡大など経済的效果に対する期待も大きい。次に体験学習により地域間交流を行なった結果、実際得られた効果をみると、子供への教育効果や心ふれあいなど当然と思われるもののほか、地場産品の消費拡大を挙げたものが若干あり、ソフト面だけでなく、経済的な効果もわずかではあるがみられる。一方、ふるさと会員制度や産地直送といった直接経済的利益を期待して行なわれた交流では、やはり地場産品・特産品の消費拡大と、ねらいどおりの効果が得られているものが多い。

また、レクリエーションの活発化や子供の教育効果、文化活動の活発化、住民意識の高揚など、地域の教育・文化に対して寄与した地域間交流は、年々活発化の割合が高いものが多いという事実は注目すべき点である(表2参照)。

一方、産地直送やオーナー制度といった直接、経済的な効果を目的としている交流は、少数ながら民間企業が実施主体となっている割合が高く、また、年々交流が活発になっているものの割合も高いことがわかった(表3、4参照)。

さらに、地域間交流の実施主体として民間企業で行なっている場合は、少数ながらすべて年々活発化しており、逆に年々交流が後退しているのは、地方公共団体・公営企業等や非営利団体であり、これは民間企業は利益を追求するものとして、交流事業を活発化させるノウハウを蓄積していることによるものと思われる(表5参照)。

以下にクロス分析表を示すが、これらは全て、カイ2乗検定による有意水準5%以内のものである。

表2 交流のメリットと最近の交流状況との関係

最近の状況 メリット	年々活発 になっている	安定している	年々後退 している	無回答	合計
地場産品の消費 拡大	12 30.8 17.9	22 56.4 15.1	2 5.1 23.6	3 7.7 18.8	39 100.0 16.5
心ふれあい 人間関係形成	14 21.9 20.9	44 68.8 30.1	2 3.1 25.5	4 6.3 25.0	64 100.0 27.1
農山村の良さ の理解	6 17.8 9.0	23 67.6 15.8	2 5.9 23.6	3 8.8 18.8	34 100.0 14.4
郷土の良さ の理解	9 26.5 13.4	23 67.6 15.8	0 0.0 0.0	2 5.9 12.5	34 100.0 14.4
都会からの 情報に接し 続ける	6 20.7 9.0	20 69.0 13.7	1 3.4 14.3	2 6.9 12.5	29 100.0 12.3
レクリエー ションの活 発化	3 100.0 4.5	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	3 100.0 1.3
子供の教育 効果	8 36.4 11.9	5 59.1 3.4	0 0.0 0.0	1 4.5 5.7	14 100.0 5.9
文化活動の 活発化	3 50.0 4.5	3 50.0 2.1	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	6 100.0 2.5
住民意識の高 揚	6 60.0 9.0	3 30.0 2.1	0 0.0 0.0	1 10.0 5.7	10 100.0 4.2
その他	0 0.0 0.0	0 100.0 2.1	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	3 100.0 1.2
合計	67 28.4 100.0	146 61.9 100.0	7 3.0 100.0	16 8.8 100.0	236 100.0 100.0

(上:実数, 中、下:パーセント)

表3 交流の実施主体と種類との関係

実施主体	地方公共団体 公営企業等	民間・財団等 非営利団体	民間企業	個人	その他	合計
児童等の 体験学習	10 43.5% 13.9%	0 0.0% 0.0%	1 4.3% 20.0%	1 4.3% 16.7%	11 47.8% 39.3%	23 100.0% 20.4%
職業体験 ツアー	7 87.5% 9.7%	1 12.5% 50.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	8 100.0% 7.1%
ふるさと 会員制度	5 62.5% 6.9%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	3 37.5% 10.7%	8 100.0% 7.1%
産地直送	3 50.0% 4.2%	0 0.0% 0.0%	2 33.3% 40.0%	0 0.0% 0.0%	1 16.7% 3.6%	6 100.0% 5.3%
特別市町村民 制度	2 100.0% 2.8%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	2 100.0% 1.8%
オーナー制度	2 50.0% 2.8%	0 0.0% 0.0%	2 50.0% 40.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	4 100.0% 3.5%
祭り・ イベント交流	3 42.9% 4.2%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	4 57.1% 14.3%	7 100.0% 6.2%
スポーツ交流	1 50.0% 1.4%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	1 50.0% 3.6%	2 100.0% 1.8%
姉妹都市提携	10 100.0% 13.9%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	10 100.0% 8.8%
ふるさと出身 者との交流	17 65.4% 23.6%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	5 19.2% 63.3%	4 15.4% 14.3%	26 100.0% 23.0%
花嫁対策等 交流	7 87.5% 9.7%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	1 12.5% 3.6%	8 100.0% 7.1%
その他	5 55.6% 6.9%	1 11.1% 50.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	3 33.3% 10.7%	9 100.0% 8.0%
合計	72 63.7% 100.0%	2 1.8% 100.0%	5 4.4% 100.0%	6 5.3% 100.0%	28 24.8% 100.0%	113 100.0% 100.0%

表4 交流の種類と最近の交流状況との関係

交流状況	年々活発	安定	年々後退	無回答	合計
児童等の体験 学習	7 30.4% 22.6%	13 56.5% 18.6%	0 0.0% 0.0%	3 13.0% 42.9%	23 100.0% 20.4%
職業体験ツアー	0 0.0% 0.0%	6 75.0% 8.6%	1 12.5% 20.0%	1 12.5% 14.3%	8 100.0% 7.1%
ふるさと会員 制度	2 25.0% 6.5%	5 62.5% 7.1%	1 12.5% 20.0%	0 0.0% 0.0%	8 100.0% 7.1%
産地直送	4 66.7% 12.9%	1 16.7% 1.4%	1 16.7% 20.0%	0 0.0% 0.0%	6 100.0% 5.3%
特別市町村民 制度	0 0.0% 0.0%	2 100.0% 2.9%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	2 100.0% 1.8%
オーナー制度	2 50.0% 6.5%	2 50.0% 2.9%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	4 100.0% 3.5%
祭り・イベント 交流	4 57.1% 12.9%	3 42.9% 4.3%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	7 100.0% 6.2%
スポーツ交流	0 0.0% 0.0%	2 100.0% 2.9%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	2 100.0% 1.8%
姉妹都市提携	3 30.0% 9.7%	7 70.0% 10.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	10 100.0% 8.8%
ふるさと出身者 との交流	5 19.2% 16.1%	19 73.1% 27.1%	0 0.0% 0.0%	2 7.7% 28.6%	26 100.0% 23.0%
花嫁対策等交流	1 12.5% 3.2%	5 62.5% 7.1%	2 25.0% 40.0%	0 0.0% 0.0%	8 100.0% 7.1%
その他	3 33.3% 9.7%	5 55.6% 7.1%	0 0.0% 0.0%	1 11.1% 14.3%	9 100.0% 8.0%
合計	31 27.4% 100.0%	70 61.9% 100.0%	5 4.4% 100.0%	7 6.2% 100.0%	113 100.0% 100.0%

表5 交流の実施主体と最近の交流状況との関係

実施主体 交流状況	地方公共団体 公営企業等	社団・財団等 非営利団体	民間企業	個人	その他	合計
年々活発に なっている。	16 51.6% 22.2%	1 3.2% 50.0%	5 16.1% 100.0%	0 0.0% 0.0%	9 29.0% 32.1%	31 100.0% 27.4%
安定 している。	50 71.4% 69.4%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	5 7.1% 83.3%	15 21.4% 53.6%	70 100.0% 61.9%
年々衰退 している。	3 60.0% 4.2%	1 20.0% 50.0%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	1 20.0% 3.6%	5 100.0% 4.4%
無回答	3 42.9% 4.2%	0 0.0% 0.0%	0 0.0% 0.0%	1 14.3% 16.7%	3 42.9% 10.7%	7 100.0% 6.2%
合計	72 63.7% 100.0%	2 1.8% 100.0%	5 4.4% 100.0%	6 5.3% 100.0%	28 24.8% 100.0%	113 100.0% 100.0%

6. まとめ

本研究では、近年活発に行なわれている農山漁村地域と大都市圏との地域間交流について、その現状と地域活性化計画における役割を北海道全市町村を対象にして検討を試みた。

その結果、地域間交流そのもので、直接地域の経済的な活性化に結びついている明確な例は、顕著なものには現われてはいないが、その一方で、人間関係の形成や、その地域がもつ自然や文化等の特色に対する理解や再認識、都会の情報に接触できるといったソフト面での効果はかなり上がっていることがわかった。また、最近になって交流を始めた市町村が多いため、その効果が明らかでないものも多い。

以上のことから、地域間交流には短期的な経済効果を期待するのではなく、長期的な視点で交流を進展させていくことが重要で、さらに、交流で得られた、各市町村、その他地域双方に認識されたその地域特有の自然的、文化的資源を今後の地域活性化計画の中で活用することができれば、個性的なまちづくりが行なわれ、その結果、地域そのものの魅力が高まり、活性化は十分可能だろう。

その際には、地元自治体だけではなく、多様なノウハウをもつ民間企業や地域住民と連携して、交流相手である大都市住民をも市町村人口の一部として考えた施策がのぞまれる。

本研究では、大都市側からみた地域間交流や、道内相互あるいは国際的な交流に関して、また道内の地域活性化計画全般の把握など、検討すべき課題も少なくなく、今後の研究に残すところである。

参考文献

- 1) 北海道開発庁：都市田園交流コミュニティ基礎調査，1990。
- 2) 伊藤俊夫：北海道経済を考え直すー活性化をめざしてー，共同出版社，1986。
- 3) 日本経済新聞社：北海道プロジェクト新時代，1988。
- 4) 天野光造：地域活性化のための社会資本整備のあり方，1990。