

- ・年5回程度草刈りなどの道路維持管理を行うことで、良好な道路環境が確保できる。
- ・定期的にシルバー人材センターへ委託することにより、高齢者の雇用の場が確保できる。
- ・看板の標語により「道路美化や交通安全の啓発」、「だんじりの絵」等により地元のPRとなる。
- ・協賛企業の社会貢献を示す看板により、企業のイメージがアップし、地域活性化につながる。



【設置された看板】

紙面の都合で、全てのプロジェクトの内容を紹介できないが、このほかにもPTでの検討をもとに、

○地域に散在する未利用バイオマスを技術的に確立した方法でペレット化することにより、循環過程を総合的にシステム化することを目指す「バイオマスペレット利活用総合対策事業」

○南予地域に現存する三つの町並みの交流連携や、南レク施設等を活用したスポーツ合宿誘致など、複数市町共同の取組みを支援する「南予地域広域連携プロジェクト推進事業」

が推進されている。

また、平成19年度においても、災害に強い地域社会づくりに向け「自助」と「共助」の取組みを強化することを目指した「えひめ防災力アッププロジェクト」や、団塊の世代を始めとする高齢者の生きがい創造と地域社会での活用を図る「第2の生きがい創造プロジェクト」など8プロジェクトが採択され、今後、予算化等がなされる予定となっている。

6. 終わりに

これらのPTでの検討で、共通するのは、如何に地域に眠っている資源を有効に活用するか、また、如何に地元市町をはじめ、NPOや住民グループ等の団体、企業との連携を図るかという視点で、施策・事業の具体化を図っている点である。

例え、どれだけ先進的で優れた政策であっても、地域資源を活用し地域のニーズを反映したものでなかったため、結局、長続きも定着もせず、“企画倒れ”や“画餅”に終わったケースは、過去に枚挙の暇はない。

その点、極めて厳しい財政状況の中で船出した「元気プロジェクト」では、従来の“県主導完結型”や“ばらまき型”の政策提案が採用されることはない。その意味で、「元気プロジェクト」は、喫緊の県政課題に対して、市町や団体・企業あるいは県民との役割分担のもと、相互に連携・協働を図りながら、効率・効果的な対策を講じていく上で、一定の役割を果たしていると言える。

「地域資源」とは、地域に存在し育まれた自然・文化・歴史・産業や、そこに住む住民（人材）等の総和であると言えるが、資源はそこに「在る」だけでは、例えそれが一級品であっても社会経済的な価値は生じない。地域の活性化とは、このような地域資源を燃料としたパワー（＝「地域力」）の発揮にほかならず、その発現には、内燃機関のような装置（あるいは触媒）の存在が不可欠なのは言うまでも無い。

昨今では、「新たな公」の考え方のもと、NPOや市民団体、住民グループなど、様々な主体が地域活性化の推進役としてクローズアップされてきているが、それでも、自治体及び行政職員が、依然として地域経営や活性化に大きな役割や責務を負っていることには変わりはない。

「元気プロジェクト」を経験した職員が、今後とも、政策形成能力をはじめとして、地方分権や行財政改革の進展に適確に対応する上で必要とされる資質・能力の修得や向上を図り、それぞれの分野において、地域活性化の触媒としての役割を果たしていくことを強く願っている。