

ネイチャー・ポジティブ地域づくりの実践X

ネイチャー・ポジティブを実践する《3》

いであ株式会社国土環境研究所
地域共創推進部 上席研究員

幸 福 智

新しい時代を切り拓く自然との付き合い方

本稿では、「地域としてのアイデンティティ（その土地らしさ）やシビックプライド（地域への誇り）」を大切にしながら、外の環境変化にも対応できる新しい地域づくりに向けて、自然とどのように付き合っていけばよいのか」をテーマに述べる。

前稿までの議論の中でも、この「新しい地域づくり」に向けて必要な条件はいくつか示してきた。改めて整理すると、概ね次の四点である。

1. 地域の主導権（決める主体は地域）を守ること…住民が「自分たちが納得して決めた」と思える決め方（手続き）を大事にする。そのうえで、外部の要請に対応する場合でも、住民が議論や意思決定から外れないよう、ルールや計画づくりの進め方を整える。

2. 「どんな自然が大切か」を地域の言葉で決めて共有すること…里地里山のような人の手が入って守られてきた自然も含め、自然の価値を一つの尺度だけで測らず、地域の誇りや愛着につながる自然を、地域の側で言葉にして定義し直す。

3. みんなに関係する自然の利益（公共的な部分）をどう守るか決めること…水をきれいにする、災害をやわらげる、景観を良くする、といった自然の役割は、特定の誰かだけでなく多

くの人が恩恵を受ける。そのため、「誰が管理するのか」「費用をどう分け合うのか」「決める場はどこか」をはっきりさせ、負担が一部に偏りにくい仕組みを作る。

4. 地域として自然を「管理していく仕組み」を持つこと…企業が経営目標を立てて改善していくのと同じように、地域でも自然の状態や取組の進み具合を確かめる目印（指標）を決め、少しずつ良くする運用の仕組みを入れる。

地域の自然とともに新しい時代を切り拓いていくには、結局のところ、自分たちの地域を「納得できる形で」「誇りをもって」守り続ける力を身につける以外にない。ここまでの議論は、この一点に集約できる。そして期待される成果は、次の二点である。

① 住民に支持され、選ばれ続ける魅力的で持続可能な地域になる

② 地域が外からの評価にも耐える「強い担い手（産地・供給者）」になる

ただし、こうした条件はどうすれば満たせるのだろうか。そして、何から始めればよいのだろうか。筆者の提案は、「ネイチャー・ポジティブ（自然を減らさず、できれば増やす取組）に関する計画づくり」からスタートすることである。

計画の候補としては、生物多様性地域戦略、みどりの基本計

画、環境基本計画、（自治体の）総合計画、地方版総合戦略などが挙げられる。ここで複数を示したのは、どの計画を作るか自体よりも、中身と作り方に意味があると考えるからである。計画を作る過程で、特に大事だと思うポイントは次のとおりである。

1. 住民の声や気持ちをきちんと入れること…自然の話は専門的になりやすく、行政担当者や専門家だけで作業が進むことがある。しかしそれでは、住民の思い（大切にしてきた風景、暮らしの記憶など）が十分に反映されない場合がある。可能であれば対話会やワークショップを開き、難しい場合でもアンケートなどを通して、住民の意見や気持ちを計画に反映させる工夫を入れたい。

2. 地域の中でも「どこをどう扱うか」を丁寧に分けて考えること…計画の中では、「どんな自然が大切か」を、理屈だけでなく住民の思いも踏まえて決め、合意していくことが望ましい。その際、広い地域を一つにまとめて扱うのではなく、文化の違い、地形や土地の使われ方などに沿って、話し合いやすい範囲を設定することが重要になる。

3. 誰がどこまで担うかを、先に話し合っておくこと…自然には、特定の人だけでなく多くの人が恩恵を受ける役割がある。一方で、人口減少が進む中

では、行政だけで管理費用を出し続けるのは簡単ではない。自然は「利益が生まれる部分」と「みんなに関係する部分」が混ざっていることが多い。だからこそ、どこまでを行政が担い、どこからを民間や地域が（市場の仕組みも使いながら）担うのかを議論し、合意しておくことが大切である。

4. 目標を「見える形」にすること・自然の管理は、対象とする範囲を決めないと、負担が際限なく増えやすい。長く続けるには「選ぶ」「集中する」という判断が必要になる場合もある。どこを重点的に守るのか、どこはやり方を変えるのか、といった判断をするためにも、取組の進み具合を確認できる目印（KPI＝大事なチェック項目）を決めておきたい。

そして、これらにはそれぞれ得意な専門分野がある点にも触れておきたい。1は話し合いの進め方（ファシリテーション）、2は生態学や土木・景観、3は環境経済や制度設計、4は経営・マネジメントである。自然の話が大きく捉えすぎると「結局、誰に相談すればよいのか」となりがちだが、少し分けて考えるだけで、頼るべき相手は見えやすくなる。

さて、最後に、読者の皆さんの気持ちを代弁してみたい。

*「そんなきれいで、うまくいくのだろうか」

*「一次産業と結びつけるなら、値段や売り方で報われなければ意味がない。環境に配慮した商品を高く買ってもらうのは難しいのでは」

*「自然の価値が上がってうれしいと思うのは、一部の人のみでは」

こう思ってしまうのは自然なことである。感情は過去の経験に左右される。これまで、現場で努力しても評価されなかった

経験があれば、慎重になるのは当然だろう。だが筆者は、やり方に工夫は必要だが、成果が出る可能性は十分にあると言いたい。いくつか勇気づけられる研究成果を紹介する。

まず、地域の自然の価値が高まると、住民の気持ちはどう変わるのだろうか。自然が人の気分や満足感、幸福感（Well-beingの一部）に良い影響を与える可能性を示す研究は多い。中には、メンタル面に良い影響があるとする報告も見られる。筆者は心理学を専門とする研究者と共同研究を進めており、その中で、地域の自然の中でも特に「景観（見た目の心地よさ）」が住民の幸福感に大きく関係し、幸福感を高めることが示された。

また、幼少期に自然と触れ合う機会を増やすことで、子どもの気持ちのうち「自尊感情（自分を大切に思える感覚）」が高まりやすいという結果も得られている。情報が多く、他者比較が起こりやすい時代で、子どもの自尊感情を育てることは家庭や教育現場の大きな課題である。しかし簡単ではない。そこに対し、自然との触れ合いが一つの助けになり得る、というのは重要な示唆である。教育機関にとっても、子育て中の家庭にとっても関心が高いテーマであり、地域づくりの文脈でも、人材の育成や子育て世帯の定着・流入に貢献する可能性がある。

次に、ネイチャーポジティブな一次産品は本当に高く買ってもらえる可能性があるのだろうか。農林水産省の発表によると、お米などを中心に、環境に配慮した商品がその他の商品と比べて高く売買されている事例が多く報告されている。最近では、とりわけ「どんな表示や伝え方なら価格の上乗せ（価格プレミアム）につながるか」をめぐる研究が進んでいる。筆者も牡蠣

を対象に、ネイチャーポジティブな商品に価格プレミアムを生む要件や、優先的に購入してもらうための介入研究を進めている。未発表ではあるものの、結果の一部を紹介すると、幼少期の自然との触れ合いは自然への関心を高め、さらにネイチャーポジティブな商品の優先購入意欲を高めることが分かった。

そして興味深いことに、生産に科学が関与することや、科学的データを付けて示すことで、価格プレミアムが生まれる可能性が高まるという結果も得られた。地域が研究者と連携し、力を合わせてデータを取得することとは、地域の目標設定や管理に役立つだけでなく、自らの生産物の価値を高め、価格プレミアムの創出にもつながり得る。これまで「環境に配慮しても高く買ってもらえるわけではない」という徒労感が広がってきたが、科学や研究者の力を借りて少し工夫することで、地道な努力が報われる可能性はある。もちろん、地域産業の発展や地域ブランドづくりの観点から重要な要素である。

伏線回収ではないが、ここでも「科学」が一つのキーワードとして浮かび上がる。筆者自身、コンサルティング企業に勤めながら博士課程で研究にも取り組んでいるが、これから地域でネイチャーポジティブを実践し、自然と付き合いながら新しい地域づくりを進めるためには、多様な分野の研究者との連携が鍵になる。研究者との連携と聞くに身構える人もいるだろう。しかし研究者側も、連携できる地域や実務者・行政担当者を探し、望んでいることが少なくない。筆者に限らず、その間を取り持つ人材もいる。是非、地域のか

（おわり）