

3 連携・協働による広域的な景観形成・保全の課題整理及び取組指針(案)の策定

3.1 風景づくりの仕組みづくりにおける課題の類型化

風景づくりの仕組みづくりにおける課題は、以下の3つに類型できる。

1) プロセスの課題

各地の現状を見てきたように、身近な場所に、様々な資源があるにも係らず、地域の人々がそのことに気付かず、取り壊されてしまったり、地域になじまない建物や構造物ができてしまったりするケースが見られる。

また、本物の資源が有する価値をさらに高める努力を怠り、利便性やコストといった目先の利益を求めたために、本物の価値を逆に下げているケースも見受けられる。

さらに、景観に関するマスタープランを作成したが、計画を作成することそのものが目的化し、その作成に住民等が係っていないため、住民の「地域づくりの方針」となっておらず、具体的な取組みが展開できないというケースも見られる。

こういった現状は、風景づくりの「プロセス」に問題があると考えられる。地域にとっても美しさとはなにか、身近にある資源にどのような価値があるのか、そしてそれをどのように磨き、活かしていくべきかといったことを十分に地域内で話し合い、将来を描くプロセスが必要である。

【プロセスの課題】

- 地域住民自身が、地域の魅力やらしさに気付く必要がある。
- 地域住民自身が、何とかしたいという思いを抱き、共有することが必要である。
- 次の世代にどのように資源や風景を残していくのか、ビジョンを描く必要がある。

2) 意識の課題

美しい地域づくりのための活動を点から線へ、線から面へと広げていくことによって、地域全体の風景が変わってくる。しかし、一部の住民しか地域の良さを理解していない、さらには、一部のリーダーのみが頑張っていて、地域住民に活動がなかなか広がらないといったケースが見られる。

また、その背景にはそのような活動をしなくても効果が見出せない、それは行政がやることであって自分達がすることではない、活動を続けていくことが大変である、といった住民の意識が大きく作用している。

【意識の課題】

- 地域住民や関係者一人ひとりに、風景を守り、つくり出していくことの意義を理解してもらう必要がある。
- 地域の資源に価値を見出し、それを高め自立した活動へと高めていく必要がある。
- 一過性の取組ではなく、先を見据え活動を続けていく必要がある。

3) 取組の課題

活動を始めたものの、だれがどのような役割を担えばよいのか、活動資金はどのように捻出すればよいのか、など現実的な問題に直面する。また、個々人が個別に活動を進めていて整合性が図れていないとか、複数の組織がバラバラに活動しており連携が行えていない、さらには関係機関との協議が進まないといった、体制面での問題、組織相互の関係性の問題も顕在化している。

こういった「人材」、「組織」、「資金」などの、具体的「取組」を進める上での課題への対応が求められる。

【取組の課題】

- 動いているのは限られたメンバーばかりであり、それぞれの活動を展開していくにふさわしい人材を確保する必要がある。
- 資金が限られている中においても、活動が動いていく仕組みが必要である。
- 活動をより効果的に推進していくための体制作りが必要である。

3.2 多様な主体の役割分担と課題についての検討

3.2.1 検討方法

多様な主体の役割分担の方法と課題について検討を行うため、現在、様々な活動、取組みにより成功している地域や施設などへのヒアリング調査を行う。

ヒアリングは、以下の活動家に対して、「プロセス」「意識」「取組」といった3つの課題を特に注意し、インタビューを実施する。

ヒアリング調査先

テーマ	ヒアリング調査先の詳細			
お遍路・町並み	【高知県室戸市吉良川地区】 名称: <u>吉良川町並み保存会</u> 細木氏・ 室戸市教育委員会 和田氏	【愛媛県内子町石畳地区】 名称: <u>石畳を思う会</u> 宝泉事務局長・ 岡田氏	【愛媛県愛南町】 名称: <u>柏を育てる会</u> 寿川氏・大森氏	【香川県東かがわ市】 名称: <u>NPO 法人東かがわ市ニューツーリズム協会</u> 大字理事長・ 赤澤事務局長
観光交流	【高知県黒潮町】 名称: <u>NPO 法人砂浜美術館</u> 村上氏	【香川県直島町】 名称: <u>ベネッセアートサイト直島</u> 笠原部長	【徳島県徳島市】 名称: <u>新町川を守る会</u> 中村理事長	
都市・中山間地域交流	【徳島県神山町】 名称: <u>NPO 法人グリーンバレー</u> 大南理事長	【高知県四万十川流域】 名称: <u>株式会社四万十ドラマ</u> 畦地代表	【愛媛県宇和島市】 名称: <u>NPO 法人段畑を守ろう会</u> 松田理事長	

3.2.2 多様な主体の役割分担の方法課題に関するヒアリング

(1) 特定非営利活動法人 東かがわ市ニューツーリズム協会

1) 組織概要

名 称 : 特定非営利活動法人 東かがわ市ニューツーリズム協会

設立主旨 : 地域に根ざした、長続きする、新しい観光・交流のあり方(ニューツーリズム)を中心に研究し、実践する組織として、NPO 法人 東かがわ市ニューツーリズム協会は設立されました。私たちは、東かがわ市にある小さくともキラリと光る資源を最大限に活かし、住んでよし、訪れてもよい、「持続可能な観光地」づくりを目指します。

所在地 : 〒769-2901 香川県東かがわ市引田 2163

業種など : ニューツーリズムに関する事業展開

資本金 : 0万円

年間予算 : 約4,200万円

規模 : 従業員 7名

設立 : 2005年(平成17年)4月NPO法人の認証取得

ホームページ : <http://www.hnt.or.jp/>



2) 取材結果

その1. キーパーソン ～まちづくりの仕掛人～

東かがわ市引田地区のまちづくりのキーパーソンは、現在、東かがわ市ニューツーリズム協会の理事長である大字数義さんである。

大字さんは、旧引田町商工会を35年、東かがわ市商工会副会長1年を経て東かがわ市ニューツーリズム協会に就任。自治会長も15年間務めており、文字通り地域の「顔」である。

そして、この大字さんをサポートするのがもう一人のキーパーソンである赤澤正己さんである。

赤澤さんは、東かがわ市職員。東かがわ市ニューツーリズム協会発足時から出向して事務局長を務める。大字理事長を「師」と仰ぎ、地域住民の活動を支え、行政とのパイプ役として活躍されている。

その2. きっかけ ～まちづくりの始まり～

引田町は城下町という歴史を持ち、多くの資源を抱えてはいたが、地域はどんどん衰退していた。

平成11年7月に合併特例法が一部改正されると、引田町、白鳥町、大内町による合併議論が本格化し、引田だけが孤立してしまうのではとの懸念が住民の頭をよぎる。

「この引田というまちが生き残るとしたら何で？」・・・と考えたときに出てきた答えが「観光」だった。

その3. 成功の萌芽 ～地元主体の取組み～

合併に際し、大字さんらはまちづくり協議会を立ち上げ、①安戸池を観光の拠点として活用すること、②城下町引田の町並みの開拓を行うこと、③国道11号沿道の有効利用及び引田への単独ICの設置を行うこと、という具体的な3つのプロジェクトを打ち出し、新市において、この内、①安戸池の整備に2.5億円、②の井筒屋敷の改修に2.5億円の予算化に成功する。

さらに、町並み保存協会（会長：山田和弘氏）が中心になって、引田の町並み保存を請願し、旧井筒屋敷の取得、改修・改築の予算化され、事業に着手した。

その4. 理念に魂を込める ～まちづくりの転機～

ニューツーリズムの概念が打ち出されたが、当時はまだ言葉だけが先走り、どのようなものが東かがわ市のニューツーリズムなのかが白紙の状態であった。

そこで、ニューツーリズムの基本方針の策定に取り組む。湯布院のまちおこしにも深く携わり、観光香川21戦略会議の座長も務めていた猪爪範子氏（地域総合研究所）、香川県地域振興アドバイザーの竹内守善氏を招き、赤澤氏（当時商工観光室職員）ら職員とともに、「自分たちの地域のセールスポイントは何か」をテーマに1ヶ月間に23回のタウンミーティングを開催し、住民から意見集約した。

そうして練り上げられたのが「東かがわニューツーリズム基本方針」である。

その5. 運命か、必然か ～まちづくりの発展～

平成17年2月に讚州井筒屋敷がリニューアルオープンする。オープン当初は、東かがわ市による直営だった。また、平成17年4月には東かがわ市ニューツーリズム協会がNPO法人の認証を取得し、讚州井筒屋敷の指定管理者となる。そして、同協会の理事長に、大字さんが就任することになる。

讚州井筒屋敷のリニューアルオープンと、東かがわ市ニューツーリズム協会のNPO法人の認証取得、そして大字さんが商工会議所の副会長を見限って理事長に就任した、ほぼ同時期となったのも運命的なものを感じる。

東かがわ市ニューツーリズム協会のNPO認証取得が何故この時期になったか。そこにも面白い経緯がある。

合併前の3町のうち、観光協会を有していたのは白鳥町のみであった。合併協議の中で、白鳥町の観光協会を拡大するのか、一旦解散して新たに立ち上げるのか議論になった。白鳥町の観光協会のそれまでの活動といえば、毎年100万円の予算を回しているだけの組織であったため、基本的にゼロから立ち上げようという結論に達した。そこで、平成16年度の1年間は観光協会としての活動は1年間休止し、予算消化の期間と位置付けることとした。その様な経緯もあって、ニューツーリズム協会の発足が平成17年にずれ込んだという経緯がある。

一方、讚州井筒屋敷も、運営計画がもっと早くに決まっていれば、平成16年中にもオープンにこぎつけることは可能であった。しかし、前市長は、運営計画をみて「もう一度練り直すこと！」と指示。結果、オープンが平成17年の2月にずれ込むこととなる。

また、理事長の大字さんは、引田町商工会から、東かがわ市商工会副会長のポストについていたが、その職を1年で辞することにした。この大字さんが副会長の職を辞さなければ・・・。

様々な偶然が重なり、何か見えざる手が引田の将来を導いていくようですらある。

その6. 新たな仕掛け ～持続的なまちづくりへの転換～

井筒屋敷が完成し、またニューツーリズム協会は出来たものの、引田地区の地域住民の意識はまだまだ低かった。ボランティア意識、そして観光に対する意識をどうやって高めていくか。大字さんの関心はその1点に絞られる。大字さんには、これまで様々なイベントや催し物の「仕掛け人」としての自負があった。

合併前の引田では、夏の風物詩として花火大会が開催されていた。ところが、東かがわ市に合併した際、夏祭りは合併したのだから旧町ごとにやるのではなく、一本化しようとの取り決めがなされ、毎年恒例だった花火大会が、合併前の平成14年を最後に休止されていた。ところが、行政の方からはいつまで経っても新しい夏祭りの企画が出てこない。地域住民からも不満の声がでる。「いつまで待てばよいのか！」そこで大字さんは、この花火大会をみんなで復活させることができなかと考える。花火大会の運営、すなわち実行委員会そのものを地域の手で運営して、あの夏の風物詩だった花火を、もう一度みんなで見る事ができないかと。

平成18年、これまでの地域での「顔」を活かして、まず地域の各種団体のリーダーに声をかけ、実行委員会を組織する。農協や商工団体に加え、地域の自治会や議員にも入っていただく。そして、実行委員会の主要メンバーとともに、自治会員および各種団体の員に対して、一人ひとり丁寧

に、そして熱意を持って説明し、花火大会の復活と、寄附金の協力についてのお願いに回る。実行委員会メンバーの中には、1人で100軒を超える方に声かけに回った人もいた。

この大字さんの熱意、そしてその熱意に賛同した実行委員会メンバーによる草の根戦略によって、ボランティアとして参加してくださる方、そして寄附金を提供してくださる方は、日を追うごとに増えていく。そうして4年ぶりに「風の港まつり」が復活することとなる。

引田のまちづくりは、一人の熱意が地域の多くの人々を巻き込み、大きなうねりとなって持続性を獲得しようとしている。

その7. 成功のポイント ～キーパーソンと地域の自立～

平成18年7月22日、梅雨の最後の雨の合間に花火がドーンと打ちあがった。4年を経ての「引田 風の港まつり」の復活である。

花火を眺めながら、スタッフとして参加した地域住民らは、自分達がつくりあげていったという大きな達成感を味わい、手をたたいて花火の復活を喜んだ。

「やろうと思えばできる!」「やればできる!」

この体験は、大字さんや赤澤さんだけでなく引田地区にとってかけがえのないものであった。

この初めての成功体験が、一般の地域住民のまちづくりの参加への意識、地域に関わることは何でも自分達でやろうという意識の高まりを生み出し始める。

平成15年の合併を契機に、住民のボランティア意識を変えたい、観光に対する意識を高めたいと思い、ここに至るまで、丸2年の歳月を要した。

これまでの道程は平坦ではなかったが、ポイントとなる地域の展開期における大字さんや赤澤さんというキーパーソンが存在と出会い、そして、2人を中心に地域住民自らが夏の祭りの復活などを自らの手で成し遂げた自信が、地域の自立心を育んだ。

その8. 引田の今・・・ ～新たな課題と未来へ～

平成15年に第1回を開催した引田ひなまつりは10名程度のひっそりとしたものだったが、平成17年の第4回目からは盛り上がりを見せる。東かがわ市ニューツーリズム協会の大々的な情報発信をきっかけに、評判は口コミでも伝わり、平成18年の第5回では観光バスが、平成19年の第6回には旅行業者がツアーを組むほどに発展をみせる。この第6回では、お雛様を展示する家も60軒程度に増えた。(自主的なものも入れると100軒を超える。)あまりに多くの見物客のため日常生活に支障をきたすといった不満の声が出るほどに至っている。ひなまつりの期間はボランティア延べ150名(20～30名/日)が、来訪者へのお接待にあたっている。祭り開催の実行委員会は、まち並み保存会、商工会、婦人会、子ども会、ほか地域の様々な市民グループなど10団体程度で構成されている。

また、平成15年から始まった讃州井筒屋敷の案内は平成17年のリニューアルオープンを経て、まちなみ保存会のメンバーによるガイドが行われている。平日と土曜日は昼12時～午後3時、日曜日・祝日は午前10時～午後3時で受け付けており、年間約90団体、約2,400名を受け入れている(平成20年度)。団体客の増加によりガイドの必要性はますます高まっている。まちなみ保存会は30名で構成されており、そのうち15名がガイドに携わっている。平日と土曜日は1名、日曜日・祝日は3名体制で行っている。まち並みや旧家を解説する看板の設置なども進めており、

旧家への看板の設置の交渉なども含めてニューツーリズム協会のネットワークの中で、その調整を円滑に行っている。

保存会のメンバーは、現在、まち並みと港との関係をどのように作っていくか、建物の有形登録文化財への登録などによって保存継承をどのように進めていくか、また地元をどのように盛り立てていくかなどの課題認識をもって活動を進めている。

【教 訓】

～大字語録～

『よそのマネをする時代ではない』

『何をするにも、地域住民と体制を十字に組めるかどうかポイント』

『このまち並みを次世代にどう伝えていくかを議論しなければならない。そのためには、とにかく色々な体験を通して人材の育成をしないといけない』

『活動の輪を広げていくには、一人ひとりに接し、説得して回ること』

『会議に際しては、ポイントとなる人には根回しを先にして賛同者に変えていく』

～赤澤語録～

やはり大字理事長がどの場面にもいたというのが大きい。

言うなれば、「その時、この『人』がいた」というのが引田のポイント。

(2) 特定非営利活動法人 新町川を守る会

1) 組織概要

名 称 : 特定非営利活動法人 新町川を守る会

設立主旨 : 「できる人が、できる時に、できることを」を活動の基本とし、新町川を中心にした徳島の川全体を、みんなの手できれいにして魅力的なまちづくりを目指す。

所在地 : 〒770-0832 徳島県徳島市寺島本町東1丁目17

業種など : 市民ボランティア活動

資本金 : —

年間予算 : 年会費 個人 3,000 円 法人 30,000 円

年間予算約 1,500 万円 (吉野川イベントを除く)

規 模 : 会員 個人約 300 人 法人約 20 社

設 立 : 1990 年 (平成 2 年) ※法人化は 1999 年 (平成 11 年) 7 月 26 日

ホームページ : <http://www2.tcn.ne.jp/~nposhinmachigawa/>



2) 取材結果

その1. キーパーソン

NPO 法人新町川を守る会のキーパーソンは、理事長の中村英雄さんである。

中村さんは守る会の当初からのメンバーでもあり、活動をはじめてから 20 年近くが経過するが、初心を胸に、川を守り、川からのまちづくりを進めていきたいと精力的に活動を行われている。

その2. きっかけ ～行政の公園整備をきっかけに～

平成元年新町川の水際公園が完成した。その際水際公園を整備した徳島県、徳島市はハードに加えて、ソフトも大事だという考えのもと、この水際公園を活かしたラブリバー・フェスティバルを企画した。その時中心的役割を担ったのが、NHK の職員 1 名、徳島県職員 2 名、徳島市職員 2 名、そして現新町川を守る会の中村理事長の 6 名。中村さんは当時、商店街の事業部長を担っていたが、今までやったことがなかった水辺でのイベントが本当に出来るのかどうかと不安を感じていた。しかし、NHK 職員の熱心な「まちづくりを始めよう！」という働きかけに動かされ、一般（企業や住民）からもお金を集めたイベントにチャレンジすることになる。

そして、時を同じくして、中村さんは平成 2 年 3 月新町川を守る会を発足させる。楽しく遊ぶイベントに加えて、ゴミであふれる川の掃除もやっていこうというのが発足の目的だった。発足当時のメンバーは 10 名程度。漁師、花の先生、公務員、貸しポート屋、ヨット仲間など、メンバーは様々。今もその半数はメンバーとして活動している。

ラブリバー・フェスティバルで早速手がけたイベントは、「橋の上の結婚式」。平成元年 7 月に完成したふれあい橋の上で、結婚式を挙げませんかという企画である。受付をしたら 20 組もの申し込みがあり、そのうちの 1 組を選んで結婚式を挙げた。さらに、ラブリバー・フェスティバルとして、「ボートレース」「水際でのコンサート」「雅楽の演奏会」「寒中水泳」「川からサンタ」など、様々なイベントを企画し実行していった。

その3. 石の上に 3 年、川の上に 10 年 ～活動の姿が人を説得する～

ラブリバー・フェスティバルは当初行政が主体となったイベントであったが、次第に行政からの予算も減少し、5、6 年経った頃には、行政としてイベントをやっていこうという姿勢が減退していき、新町川を守る会が実質的な担い手となっていく。

これらのイベントを継続していく意味は、イベントそのものを楽しんでもらうことはもちろんであるが、それ以上に、イベントの会場を水辺にすることで、市民に常に川を見てもらうことに意味があると中村さんは感じていた。月に 2 回の川の掃除も続けていた。

川の掃除を始めた当初は、「あいつは何をやっているんだ」という声や視線が多かった。これだけゴミが多いのに、たまにゴミ掃除をすることにどんな意味があるのかという人もいた。そういった声に対して、それならゴミがなくなるまでもくもくと取り続ければ良いと思っていたという。100 のゴミがあれば、100 回取ればなくなると。

活動を続けるうちに、少しずつ市民も行政も自分達に対する見る目が変わってくる。

「石の上に3年、川の上に10年」

何事も10年間には続けないと、と中村さんは言う。10年間続けると市民の評価が変わり、環境がガラッと変わってくることを実感している。

掃除を終えて川辺で酒盛りをしていたら、昔は、あいつらは何をやっているんだと批判されたが、今は川辺に人が集まってくるようになった。

「もくもくとやる姿を見せることが大事」

ひょうたん島周辺には、「川にゴミを捨ててはいけません」という看板は立っていない。それは中村さんらがそのように県や市にお願いしているから。ゴミを捨てるなど怒ったり、注意したりすることよりも、もくもくとゴミを拾う姿を見せることのほうが説得力があると考えている。

その4. 本当にやりたい人が集まる ～赤字からみえたこと～

平成元年に、徳島市の市制100年を記念して開催された吉野川フェスティバル。このイベントも最初の年は市が1億円の予算を用意し、多方面からのお金を集めて、1億数千万円規模のイベントだった。

しかし、この水辺最大のイベントも、ラブリバー・フェスティバル同様、徐々に参加者数は減少し、7～8年経過する頃にはいわゆる廃れた状態となり、行政としても継続が困難な状況に陥った。

「吉野川の灯を消すな。下流の灯が消えれば、上流も廃れてしまう」

新町川を守る会のメンバーは、その思いを胸に、吉野川フェスティバルを引き継ぐための実行委員会を組織し、その実質的な担い手となる。

新町川を守る会が吉野川フェスティバルを引き継いで1年目。盛り上げたい一心で様々なイベントを企画し、蓋をあけると、1,000万円以上の赤字。しかし、赤字になったからこそ見えてきたことがあった。この大赤字の吉野川フェスティバルをきっかけに、去っていったスタッフ、逆に集まってきたスタッフがいた。つまり本当にやりたいと思う人が残った。こういった催しは、単なるイベントと考えていると結局はうまくいかない。地域づくりをしよう、川をよくしていこうという思いや発想がないと続かない。また、3年とか5年であきらめていたのでは、お金を捨てているようなもの。10年経てば、ノウハウを持った人が育ち、地域で活躍する。実際に、吉野川フェスティバルのスタッフに長く携わり、上流域で活動している人も出てきている。

その5. 地域が良くなることが配当だ ～活動の持続とひろがり～

これまでやってきたことは、大変だったけど楽しい。楽しむことが大事。まちが変わり、人が変わり、市民の地域への誇りが高まっていくのを感じる。景色そのものがどうというよりは、そこにどんな人がいるかが結局は大事。

地域が良くなっていくことが自分達への配当だと思っている。自分達が活動することで地域がよくなればそれでよいと思っている。したがって、ゴミ掃除の活動を行うときなど、動員はしない。来たい人だけきてくださいと言っている。最近はかなり川掃除をする団体が増えてきた。他のNPOや企業なども掃除に係るようになってきている。

その6. 決してNOと言わない ～信頼と安心のつながり～

NPOのメンバーは、中村さんを評して「決して『できん』と言わん」という。自分達が楽しいなあ、面白いなあと感じながらイベントを続けていると、色んな発想が生まれてくる。

また、いろいろな人が自分達の活動を応援してくれる。特に、地域をよくしていこうという動きに対しては、行政はよく応援してくれる。「できることはやりますから、何でも言ってください」と。もうちょっと反対してくれてもいいのと思うことがあるくらい、支持してくれる方が多い。歴代の徳島県知事、徳島市長ともまちづくりを通じて、気安い関係になった。

新町川を守る会として色々な事業を行っているが、それぞれの取組ごとに中心になってやってくれる人が集まってくる。その時、どの事業も、リーダーである自分がすべての人とつながり、全部責任を負うという態度を示すことが大切。メンバーにのびのび動いてもらうには、そういったリーダーの後ろ盾が必要だと思っている。300名のメンバーの中にはいろんな能力を持った人が入ってくれており、新町川を守る会に入ることがステータスだと感じてくれている人も多い。

一方で、リーダーになる人は、少々どんくさい方がいいとも感じている。これをやるぞと大風呂敷を広げてみると、よく見たらその風呂敷は穴だらけ。それを見たメンバーは、それなら私はこの穴を埋めましょう、私はここをと、どんどん埋めていってくれる感じ。そして、少しずつ各パートを責任を持って担当してくれる人が育ってきている。

仕事が出来るといふことと、情熱があるといふことは必ずしも一緒ではない。情熱のある人を育てていくのは、なかなか大変である。

その7. 自分よりも周りの人や相手の人 ～うまくいくまちづくりとは～

ひょうたん島クルーズや、今年度から始めた撫養航路も、乗船料金は保険代の100円/人のみとしている。周りには、もう少し乗船料金を上げてはどうかという人もいるが、自分達が儲かることではなく、市民に乗船いただいて川を見てもらうことが一番大事であると考えているため、値段は上げないでいる。

市民が川に来て、乗船してもらい、自分達の活動を知ってもらおうと、それがそのまま川を汚してはいけないという市民の考えに反映されていく。安くてみんなが乗船してくれて川が綺麗になるなら、自分達の活動資金を確保するより、その方が地域づくりになると考えている。

徳島県も護岸整備にこれまで百億円単位のお金を投じてくれたが、これに対して苦情を言う人はひとりもない。

現在3隻あるクルーズ船は、阿波銀行やロータリークラブから寄贈されたものであり、普通であれば考えられない。自分達の活動が地域づくりにつながっている、市民が見方についてくれていると実感している。市民が見方になってくれれば、行政や企業も応援してくれるのである。

行政と仕事をするときには、行政の担当者がほめられるようにすることが大切。行政の担当者を困らせないようにすることが大切。

吉野川の上流にあたる山には木を植えに行っている。上流を良くすれば、下流も良くなるし、今度は上流の人が下流のために動いてくれる。

尊敬される日本であり、かつて商店街で活動していた背景からは、尊敬される商人でないといけないと思う。かつてのように物がなく、がむしゃらにやってきた時代ではなく、現在のように

物が余ってきている時代の中では、自分のところさえよくなればいいという発想ではなく、どれだけ社会貢献できるかを考えることが求められる時代であると感じている。

「NPO の会員を 1000 名に！」

「来年の平成 22 年にはひょうたん島音楽祭を開催したい」

「川には川の駅を！商店街にはまちの駅を！

そこで特産品を扱うような事業を展開したい」

・・・中村さんの夢は尽きない。

(3) 特定非営利活動法人 グリーンバレー

1) 組織概要

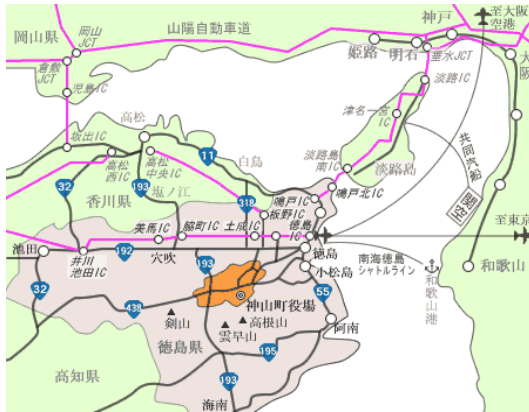
名 称 : 特定非営利活動法人 グリーンバレー

設立主旨 : 芸術や文化によって地域課題を解決し、経済的に自立した持続可能なコミュニティを作ること。

所在地 : 〒771-3310 徳島県名西郡神山町神領字中津 106

設 立 : 2004年(平成16年)

ホームページ : <http://www.in-kamiyama.jp/>



2) 取材結果

その1. キーパーソン

NPO 法人グリーンバレーのキーパーソンは、理事長の大南信也さんである。

1990 年、神領小学校の PTA 役員だった大南さんは、青い目の人形「アリス」の贈り主捜しを提案し、PTA が中心となって「アリス里帰り推進委員会」を立ち上げ、人形の里帰りを実現させた。

この活動は、「神山町国際交流協会」設立に発展し、県の「とくしま国際文化村構想」を契機として、現在の「グリーンバレー」へとつながっている。人を強制せず、人に強制されず自由な姿勢で「せかいのかみやま」づくりに、日々奔走されている。

その2. きっかけ ～青い目の人形の里帰り～

1927(昭和2)年3月3日のひな祭り。この日、アメリカの子供たちから日本の子供たちへ、12,739体の「青い目の人形」が贈られた。人形は、日本各地の小学校・幼稚園に配給され、徳島県にも152体の人形が到着した。神山町の神領小学校にもそのうちの1体が届けられた。しかし、戦争が本格化すると、日本では敵国キャンペーンにより大半が処分されてしまった。その中であって、神領小学校に届けられた人形「アリス」は、当時の小学校の先生がひっそりと校舎に隠したおかげで戦火を逃れたのである。

長い年月を経た平成2年、送り主を探そうという動きが始まる。人形「アリス」にはパスポートが添えられており、アメリカの出身地が書かれていた。そこは、米国ペンシルバニア州ウィルキンズバーグであり、市長宛に送り主を知りたいと手紙を出したところ、返事があり、アリスの「母」はペンシルバニア州エッジウッド市の小学校教師であった故アリス・ジョンソンさんであることが判明した。

平成3年3月3日、神領小学校のPTAが中心となり「アリス里帰り推進委員会」を立ち上げ、同年8月6日～14日、アリスの里帰りが実現した。

徳島県内に、唯一、1体だけ残った「青い目の人形」をめぐるこの活動は、テレビなどのメディアにも取り上げられ、当時話題となった。



その3. 達成感を共有する ～小さな成功体験で生まれた思い～

大南さんは、このアリスの里帰り推進委員会の会長として活動し、アリスの里帰りを見届けることとなった。

現グリーンバレーの主要メンバーがこの時の推進委員会のメンバーに含まれており、アリスを里帰りさせることができたことに対する達成感、成功体験を共有できたのが、今の活動の基礎となっている。「障害があっても何とか乗り越えることができる！」

その後、この人形を通しての国際交流を活発化させたいという目論見があったが、それ自体はうまくいかなかった。

しかし、一人ではなく、片手に余る程度の人数で成功体験を共有できたという点で、青い目の人形の里帰りが、自分たちの活動のベースになっていると大南氏は振り返る。

その4. 何ができるか！ ～自分達でつくる「国際文化村」～

アリスの里帰りによって、外国人を含めた活動の方向性を模索し始めて、平成8年、徳島県の新長期ビジョン「とくしま国際文化村構想」のことを知る。大南さんは神山町国際交流協会で活動をしていたが、国や県だけの考えでハード施設をつくるようなことではうまくいかない、将来的には必ず住民自身が管理運営をするような時代がやってくると考えた。そして、企画の段階から自分達の思いを込めておかないと面白いものができるし、いざ自分達が管理運営する時になったとしても、使い勝手が悪いものになるに違いない。そこで、国際交流協会の中に新たな会を組織して、自分達が何をやりたいか自分たちに何ができるか、という議論を進めた。

その5. 「環境」と「芸術」 ～国際文化村の明確な柱～

国際文化村は「環境」と「芸術」を2つの柱と決めた。

まず「環境」は、1989年のアメリカ旅行の際に、高速道路で「アドプト・プログラム」に関する1枚の看板をおもしろいと感じて読むと、道路に捨てられたごみの清掃を役所ではなく企業とかボランティア団体が掃除していくというプログラムであることがわかった。それを見た時に、これは日本でも将来使えるに違いないとアイデアを温めていた。

そして「国際文化村」をつくっていく中で、ごみのないまちをつくっていかうとアドプト・プログラムを始めたのである。県などの道路管理者と、看板を立てて良いか悪いかといったやりとりがあったが、勝手に看板を立てて始めると、徐々に県の事業そのものになっていった。

もう一つ「芸術」については、神山温泉のすぐ近くにコットンフィールドというオートキャンプ場があるが、1992年頃のオープンに際して、そこに芸術家が住んでいると、まちにいろんな活動が生まれてきて面白いのではないかと、もしかすると芸術家村だったら神山でもできるのではないかとということで国際芸術家村構想そのものが動き始めたのである。

今まで、神山町でも企業誘致などやってきた実績はある。誘致するために土地開発公社で用地の手当てから造成工事までして、さらに工場整備に補助を出す。しかし、誘致したと思ったら、数年で急に工場をやめてしまう。理由は中国で製造した方が安いので拠点をみんな中国に移しましたというような例がたくさんある。

そこで、自分達がやる場合には、資本がなくてもできるもの、撤退しても打撃を受けない仕組みが必要であると知恵を絞った。仮に、アーティストを「工場」と例えた場合に、アーティストに場所を提供し、アーティストが自己完結で製品を作ってもらおう。そこでもし、「もう神山、私、気にいらない」と言って、出て行ったとしてもほとんど投資していないので、打撃もなにも受けない。そんな仕組みで国際文化村を運営しようとしたのである。

こういった仕組みを作りつつ、神山アーティスト・イン・レジデンスでは、国内外から招聘した芸術家に地域住民の協力のもと、創作活動に専念できる環境を提供し、そこで得た体験が作家活動に好影響を及ぼすこと、さらに、芸術などとの交流に恵まれることの少ない地域住民が、この事業を通じて新しい発見、新しい価値観、新しい交流を享受できることを目指した。

「自然に恵まれた人情味あふれる日本の田舎＝神山」に身を置くことによって生まれる「インスピレーション」と、住民との出会いによって生まれる「カルチャーショック」で紡ぎだされる創意あふれる作品が生まれることを期待している。

芸術家が有形無形の「神山 (God's Mountain)」に触れ合うことによって創作された作品を通して、「未知との出会いと交わり」が作家自身に、あるいは神山にどのようなインパクトをもたらすか、このような実験的とも言える試みを事業としたのである。

1998年、国際文化村の構想を聞いた県の職員から、淡路島の津名町で芸術家を招待して町内で作品を作ってもらおうアーティスト・イン・レジデンスという事業を実施しているのを見に行きませんかという話があった。1999年に、県の職員と神山の国際交流協会の仲間10数名で見に行った。そこでは、津名町の職員の人々が中心になって事業運営していた。その時、みんながこう感じた。

「自分達の5、6年間蓄積してきた国際交流のノウハウを活かせば、

もっと面白いことが神山でできる。」

その6. ビジネスへの転換 ～網渡りの運営から見えた変化～

神山アーティスト・イン・レジデンスは、徳島県と神山町との予算約300万円でスタートした。2年目から5年間は、さらに文化庁からも百数十万円の予算を頂いて、両方で450万から500万くらいの年間予算でやってきた。その後、文化庁の助成が、しばらくして県の方の予算も無くなる。今は神山町からの140万円の予算で運営をしている。

アーティスト3人を2ヶ月間呼ぶと大体200万円のお金がかかる。その他に活動報告書の作成に80万円程度必要であり、本当に自転車操業のような感じの網渡りの状況ではあるが、10年間も続けていると、いろいろな変化も出てきている。

アーティスト・イン・レジデンスは、芸術家に非常に人気のあるプログラムで、3人募集に対して多いときには百数十名、今でもコンスタントに90名ぐらいの応募がある。そこで、今まで応募した人達200名に対してアンケート調査を実施した。その人達が1ヶ月当りいくらの出費が可能なかを聞いてみたところ、アトリエと宿舎に対して、両方で平均9万2千円、他のサービスを加えたら1月10万円ぐらいなら自費を出しても来たい、それぐらいは用意をしているということが分かった。

それなら、アーティストが滞在し、制作できる場をこちらで準備するなどによって、現在まで自分達が無償で提供していたサービスをビジネス化し、町の人にもメリットを分けることができると考えたのである。

「おばちゃん、ちょっと長いこと使っていない空き家をNPOに月3万円で貸してくれませんか」と借り上げ、それをNPOで整備し、例えば5~6万円でアーティストに好きな期間だけ貸し出せば、空き家を持っている人も、今まで収入ゼロだったものが収入になる。

その仕組みをうまく作れば、神山の温泉等が多少繁盛する程度の人間はすぐに運んで来られる。今までは、こちらで宿泊場所とアトリエを確保し、1月あたり2万円を実行委員会から出して1人のアーティストを呼んで来ていたが、逆にアーティストが滞在することで、例えば1ヶ月の滞りで10万円の収入がまちに入る仕組みを考えている。正規のアーティスト・イン・レジデンスでは、アーティストはすべての作品を残すことが条件となっているが、ここでは自分の作った作品を持ち帰っても売っても構わない、そんな緩やかな制作環境づくりを考えている。

その7. 素人の自由な発想 ～Win-Winの関係を築いていく～

「何もない何も知らないところから始めたので、最初のうちはすべてが手探りだった。」

例えば、芸術家を呼んでくるにしても、何もコネクションがなかった。そこで、県立美術館の学芸員に頼んで、そのネットワークで2人を、あとの1人は、応募のあった2名のうち1名のあわせて3名で初めてのアーティスト・イン・レジデンスを実施した。その後は、カミヤマアート（神山+アート）という造形ワークショップを通じて関係の出来た武蔵野美術大学の協力を得ながら作家の選定や芸術作品の評価等を行っている。

素人ばかりでスタートしたので大変だったが、逆に型に囚われず、自由な発想でやってきたことが、プラスに作用していると考えている。

また、グリーンバレーの活動で一番大事なことは、ソフトの資産を磨きあげることにある。そして、それが実ったときに収穫する。

お金については常に渴望状態にあるが、無理に補助金を取りに行くようなことはしない。言い換えると、お金がなくてもできることをやっている。補助金は、時間をかければできることをより短い時間でやってしまうための手段のようなものと考えている。お金をかけずに、お互いがWin-Winの関係をつくれるように腐心している。お金の代わる価値の交換である。例えば、このあたりの山はほとんどが私有地であるが、これをアート制作の場として使いたいと思えば、山の持ち主に草刈や間伐などの山の手入れはNPOが無償でやりましようともち掛ける。その代わりに、作品を作ったり、ベンチを置いたり、散策ルートを作ったりは自由にさせてもらうという協定を結ぶ。アーティストは制約を嫌うので、山の所有者とこのような協定を結んでおくことで自由なフィールドを提供することができる。これで、苦情を言う人もなく、うまく行っている。山の手入れについては、保険と昼食のための食材費としたワンコイン（500円）を負担していただいているが、参加してくれる人は多い。身銭を切ってまで作業をしたいというのは、価値の大転換がそこに起こっているからではないかと思う。つまり、山がきれいになったときの達成感はお金にはかえがたい経験となっているのである。そして、その人たちにとってその場所は、私有地ではなくパブリックスペースになる。そのような価値観をもった人も増やしていきたいと考えている。

お金がないからできないと言うのは、間違い。他のもので代替、交換できないかという頭のサーキットを常に回し続ける。

お金がなかったらできないという固定観念は捨てたほうがよい。

大学とのWin-Winの関係

カミヤマアートで武蔵野美術大学の先生と学生さんが2日間来てもらうことになれば、相当な費用を要するが、実際には交通費程度しか補助していない。しかし、グリーンバレーでは毎年、武蔵野美術大学からインターンシップを受け入れ、神山アーティスト・イン・レジデンスの企画や運営等で活動してもらっている。つまり、自分たちだけが良い所取りをしては、望ましい関係は築けない。双方が勝者となるWin-Winの関係が重要である。

その8. バイリンガル ～外国への窓を開く～

外国人アーティストは、神山に来たいと言うが、本音は神山にではなく、日本に来たいのだと思う。日本で制作をしたいという希望が非常に多い。徳島には藍染や和紙の技術がある。北斎への憧れもある。ところが、神山のように比較的経済的に、長期間にわたって制作、滞在できる場

所の情報が世界に対して開かれていないのだと思う。英語のサイトが少ないのが致命的だ。日本に滞在しようと思えば、日本人の友達などを通じて滞在場所やアトリエなどを紹介してもらう以外に方法が少ないのが原因だと思う。これらのニーズに応えるために、総務省の補助事業で制作したバイリンガルのウェブサイトを実格稼動（平成21年1月～）させている。ここで、宿舎、古民家、ホテル、温泉などの比較的安く長期滞在できる場を紹介している。コンシェルジュのサービスの提供である。

サイト運営には資金が必要となるが、ここでは仲介料などを取らずに、無償の情報提供に徹している。それはアーティストに対する「お接待」の気持ちと、有用な情報は必ず評価され、将来巡り巡ってまちに換金できないほどの価値もたらせてくれると考えているからだ。

その9. 神山町移住支援センター ～ビジョンが人を惹きつける～

神山町への移住を支援するための機能として神山町移住支援センターの指定管理をグリーンバレーは受けている。通常行政がこのような機能を運営する場合には、移住希望者を先着順とかくじ引きで選ぶが、これは現在ここに住まう住民にとって公平な話ではないように思われる。

そこで、神山町移住支援センターでは、「ワーク・イン・レジデンス」という企画を実施し、町が求める働き手や起業家を、家・土地付きで公募している。

多くの自治体では、団塊の世代やリタイア層をターゲットにしているが、国民健康保険への負担一つとっても、単に団塊の世代や、リタイア層というだけで受け入れていたのでは町の財政を圧迫する可能性もある。そこで、地域将来のランドデザインに基づいて、パン屋が要るなということになれば、パン屋を開業したい人をピンポイントで募集するなど、必要な職種を絞り込んだ上で公募をかける。

つまり、最終的には、自分達がどういう町をつくっていくのかというビジョンやイメージをはっきりさせ、そのビジョンやイメージに一番ぴったりするような人、それから、自分達が目指している町の機能を少しでも増進させてくれるような人を自分達で面接して選んで引っ張ってくるというような努力が必要ではないかと考えている。

現状、空き家6～7軒に対して、70～80名が待機という状態が続いている。中には、いつまで待たせるのかと怒りをあらわにする人もいる。そういう人には、次のようにお話をさせていただいている。

「引っ越してこられる方だけでなく、受け入れるほうも、いろいろなストレスを感じます。入っていただくからには、地区の寄り合いやお大師講などの行事にも参加していただくこととなります。そういった地域の慣習になじんでいただけるかどうかの判断材料として、一定の観察期間を置かせてもらっています。あとあと地域で、トラブルの原因になると困りますので。」

人はあまり熱烈に呼び込んだり、追いかけてりしなくても、意識の濃い人は必ず戻ってくる。あまり深追いしないことが大切。これは恋人にも共通することかと。

地域の人は、都会の人にサービスしすぎるきらいがある。お願いしてきてもらうのではなく、来ずにはおられないといった状況をつくるのが大切である。これが、神山町移住支援センターの「ワーク・イン・レジデンス」の考え方である。

その10. すべては人に行き着く ～多様な活動を支えるもの～

NPO グリーンバレーでは、組織そのもののあり方にも知恵を絞っている。現在、会員数は50名程度、理事9名、幹事2名であり、10を超える事業を動かしている。これらすべてを50名の会員でやるとなれば、忙しくなりすぎて長続きしない。グリーンバレーには会員以外にも自分の意志で運営に携わっている人がおり、それらを含めると大体200名くらいの実働部隊を形成している。この200名の人たちが分散してサポートしてくれるので、それぞれの個人の負担が小さくなる。組織的にはNPOの理事会が立てた運営方針に従って、各事業がその周りを衛星のように回っているイメージである。各事業には、それぞれリーダーがおり、その人を中心に組織が運営されている。

各事業のやりとりは専らメールで、しかも事務局からの一方通行の事務連絡に徹している。電話やファクスは極力使わない。電話やファクスでは返答を求められることが多い。これが逆にプレッシャーとなって、欠席が続くと参加しづらくなるものである。つまり、参加できないことに対する言い訳を作る必要がないようにしているのである。

またグリーンバレーのメンバーのうち、主要メンバーの5名は青い目の人形の里帰りの頃から一緒に活動をしてきた。それぞれのメンバーは、自分に確信が持てないときなどに必ず正しい判断を示してくれる。また、会議をするときにはメールで先に内容を伝えておくので、組織としての判断の時間が早くなる。また、何かに取り組むとき、決して難しいとか無理とか言わない。

このような安心できる信頼関係や柔軟な対応力ある人とのつながりがまさにグリーンバレーの活動を支えている。

多く人は「アートで飯は食えない」と決め付けている、多様なつながりがビジネスにつながる可能性は非常に大きいと考えている。そして実際にアートにより地域の文化が向上に、創造性豊かなアーティストが集まるという良い循環が生まれている。神山に来れば、面白い人が面白い活動をしていると聞きつけて、さらに新たな面白い人が引き付けられてくる。これをカミヤマトライアングルとよんでいて、面白い人をどんどん取り込んでいく。多様性や創造性を持った人たちが集まってきて、普通の人が発想しないようなものが生み出される場であってほしいと考えている。私達は、面白い人が集積し、活動するための場づくりを行うことが仕事だと思っている。

(4) 吉良川町並み保存会

1) 組織概要

名 称 : 吉良川町並み保存会

設立主旨 : 平成9年文部省より重要伝統的建造物群保存地区に選定された吉良川町の歴史的文化遗产を保存活用し、次代によりよい環境で継承させるとともに個性ある豊かな町づくりに努めることを目的として設立。

所在地 : 室戸市吉良川町

業種など : ボランティア・市民活動団体

年会費 : 500円

年間予算 : ——

規模 : 会員 190名

設立 : 1996年7月

ホームページ : ——



2) 取材結果

その1. キーパーソン ～まちづくりの仕掛人～

平成19年まで、保存会の会長をされていた細木さんは、平成4年に、家業を継ぐために吉良川へ戻ってこられ、現在、事務局として吉良川町並み保存会で活動されている。



室戸市教育委員会の和田さんは、当初から吉良川の町並み保存に携わってこられた。



その2. きっかけ ～まちづくりの始まり～

「高知県で伝統的建造物が残っているのはここだけではないか」大学教授や建築士などの専門家が声をあげた。当たり前の風景として暮らしていた住民にはまさに寝耳に水といったところであった。

このような声に押されて、行政が重要伝統的建造物群保存地区の制度の調査を実施。そして、平成6年から2年がかりで室戸市が、有識者、県職員の協力を得て国の補助事業による調査報告書を作成し、平成9年に高知県初の重要伝統的建造物群保存地区の選定を受けた。この選定の流れの中、平成8年7月に「吉良川町並み保存会」が結成された。

国から県、市への取り組みに、住民が参加するまちづくりの流れであった。

その3. 成功の萌芽 ～保守的な土地柄～

吉良川のまちづくりは高知県初の重要伝統的建造物群保存地区（重伝建）の選定という大きな流れもあったが、そのことも含めて、地区の土地柄が大きな要因としてあげられる。

- ・古いものを大切にす土地柄
- ・最近まで青年団が夜回りをしていた昔堅気の土地柄
- ・耐久性の高い家屋であったため、建て替えが少なかった
- ・家ごとに大工が決まっていた、建物のメンテナンスが行き届いていた

このような背景があって、吉良川の町並み保存とまちづくりの活動が進められてきたと言える。そして、キーパーソンである細木さんは、実家の商売を継承するために平成4年に吉良川に戻ってこられた。それは、まるで平成6年から始まる吉良川のまちづくりに歩調を合わせたかのような出会いの流れであった。

その4. 重伝建が強めた連帯意識 ～根気強い対話～

重要伝統的建造物群保存地区（重伝建）の選定を受けると、建物の建替え補修に対して制限がかかる。当然ながら、そのことについて建物の所有者の同意が必要になってくる。

町並み保存会では、他の人の意見やアドバイスを受けながら、所有者に理解を求めながら対立が生まれないように、じっくりと努力を重ねた。そして、その対話の中で、敵対化しないコツもつかんでいった。

そして、町を分断しないように、重伝建の指定範囲を吉良川の4つの地区全体とした。広範囲で管理が難しいという問題もあったが、住民全員を集めた説明会でも大きな反対もなく決定された。

選定間近には、ほぼ9割の住民から同意書を得るまでに至り、この重伝建選定のための活動が、地区住民の意識をひとつにまとめることに大きく貢献した。

まさしく、吉良川の土地柄と保存会の根気強い対話が生んだ連帯である。

その5. “あうん”の協働 ～ハードとソフト～

吉良川のまちづくりでは、建物の修理や道の整備等のハード面については教育委員会が、町並みガイドや休憩所の運営といったソフト面については町並み保存会が役割を担当している。

例えば、現在、吉良川のまちなみ館は3軒目であるが、家賃は教育委員会が払っている。教育委員会が人を常駐させることは難しいため、管理は保存会がボランティアで対応するといった具合である。お互いの立場や、出来ること出来ないことをきちんと踏まえて、地域の実情に合わせて一つひとつ着実に活動を進めていく、そんな意識がそこにはある。

現在の保存会のメンバーは地区外も含めて約190名である。地区の世帯数は200ほどであるが、将来的には全戸の加入を目標として活動を続けている。

重伝建の指定の翌年の平成10年から続く恒例イベントであるひな祭りも、当初は数10人～数100人の見学者であったが、現在では数1,000人という規模になり、周辺地域を巻き込んで賑わいのあるイベントに成長している。

手作りマップも作成し、初めは300枚～400枚程度、それが平成15～16年には1,000枚となり、平成19年にはそれでも足りない状況というように発展してきた。

来訪者が増えてくると新たな展開として、休憩所「べっぴんさんの家」をオープンさせる。地元の主婦によるボランティア運営である。

吉良川の活動は地域周辺でも知られるところに成長し、平成17年「高知東海岸町並みネットワーク」が設立され、周辺の市町村団体との共同事業も始まっている。



その6. 永遠に続くまちづくり ～町並み保存と補助金～

重要伝統的建造物群保存地区（重伝建）に選定され、いざ実際の町並み保存活動の段階になるとやはり問題が出てくる。家の建て替え・補修問題についてである。

重伝建は国の選定の文化財であるため建て替えや補修には制限がある。また、吉良川の町並み特有の「土佐漆喰」「水切り瓦」「いしぐろ」などを保全維持していくには、コストの問題もある。

一方、年間の市の補助金にも限り（年間 2,500 万円程度）があり、一軒当たりの最高額も 800 万円と決まっている。すると、建て替えが集中すると建て替える家の選定が必要になってくる。こういった調整も根気強い対話が必要なところである。

この地区には 500 軒ほどの家があるため、すべての建て替えを考えると 100 年はかかる計算になる。すると、また最初に補修した家に戻ってくことになる。このように町並み保存の活動は永遠に続いていく。

今、吉良川が直面している課題は、地域の過疎化と少子高齢化であり、また、後継者問題を含む地域の将来像がまだまだ明確に描けないことである。

しかしながら、吉良川の人々は、これからも建物を守り、根気強く着実に対話を重ね、共通の認識を持ち、町の将来を語り合い、町並み保存の活動を進めていこう。

(5) NPO 法人砂浜美術館

1) 組織概要

名 称 : NPO 法人砂浜美術館

設立主旨 : 「私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です。」というコンセプトのもと、身近な資源を「作品」化し、新しい価値観を創造する企画や情報発信を行っています。この活動は、豊かに、気持ちよく、そして楽しく暮らしていくためのひとつのものの見方を伝える活動です。

所在地 : 〒789-1911 高知県幡多郡黒潮町浮鞭 3573-5 ビオスおおがた情報館内

業種など : —

資本金 : —

年間予算 : —

規模 : —

設 立 : 1989 年 (平成元年) ※砂浜美術館スタート

ホームページ : <http://sunabi.com/>



2) 取材結果

その1. キーパーソン

砂浜美術館のキーパーソンは、事務局の村上さんである。

その2. きっかけ ~ものを見方を変えると、色々な発想がわいてくる~

砂浜美術館の始まりは、「Tシャツアート展」というイベントが持ち上がったことに始まる。

折りしも「ふるさと創生」が叫ばれ、各地で地域活性化のための箱物建設ラッシュが起き始めたバブル期。地方の多くが都会の情報に惑わされ、画一的な町おこしや一過性のイベントで競い合っていた。

このとき大方町（現在、黒潮町）の若者達は、イベントや箱物よりもしっかりとした「考え方」「コンセプト」がなければ物事は本物にはならない、長続きしないと考えたのである。

そして、「何も建物だけが美術館ではない。自分達の町にはきれいな砂浜があるのだから、そこを美術館と考えるでもいいのではないか。」という発想から、現在の「砂浜美術館」のコンセプトが生まれた。

『私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です。』

この発想は、自然に恵まれた大方町で豊かに、気持ちよく、楽しく暮らしていくためのアイデアを創出するひとつのもの見方として発展した。

それは、取り組むメンバーが、それぞれの好きなことや得意なことを活かして地域資源を楽しむといった遊び心が根底にあるとも言えるのである。

その3. イベントの成功 ~自分たちの生き方を見せる~

1989年に、地元の若者で始まった“砂美人連（サミットレン）”は、「Tシャツアート展」をきっかけとして、砂浜美術館として様々な企画・イベントを展開していく。

高知のデザイナー梅原真さんは言った。「ブランドというのは、結局その地域で生きる人の生き方を見ること」である。「砂浜美術館」の活動は、言ってみれば何もなかったものが、「考え方とか出し方でこれだけ楽しく、面白く、地域を楽しくできるよ」ということが一番大事な部分であり、そういう楽しんでいる姿がおそらく「地域のブランド」になっているのではないかと。

砂浜美術館では、このような生き方をただ漠然とではなく、どのように外に情報発信するかを、常々考えている。チラシなどの印刷物や雑誌、新聞、インターネットなどの様々な情報について、デザイナーの力を借りつつ、押し付けにならないさりげなさに配慮しながら行っている。

その4. 存続の危機 ~成功の影で“楽しさ”を見失っていった~

「Tシャツアート展」をきっかけとして始まった砂浜美術館の活動は、砂浜美術館のユニークなコンセプトとともに、広く受け入れられ、年々注目を集めていった。この頃には、“砂美人連”のスタッフは、30人ぐらいにまで増えていた。

その一方で、活動が数年たち“砂美人連”のメンバーの中には、「また、来年もイベントをや

らなければいけない」といった違和感が生まれ始める。最初は、自分たちが面白くてやっていたイベントが、仕事ようになってきていることに、続けていくことに限界を感じ始めたのである。「楽しむ」という感覚を無くした時に、砂浜美術館そのものの考え方や意義を見失ってしまった。

「今年で「Tシャツアート展」を終わらせる」一度は、そう決まりかけた。

しかし、町とともに作り上げてきた“イメージ”をたやすく壊すことはできない。メンバーたちは、続けていく道を模索し始める。

その5. 活動の転機 ～事務局開設とボランティア募集～

1996年に専任のスタッフを1名おき事務局を開設する。これまで夏にシーサイドギャラリーという形でまとめて行っていたイベントを、1年を通して仕事ができる体制をつくり、いままで「砂美人連」のメンバーが主におこなっていたことを、事務局が主体で行っていくようになった。そして、当初の「砂美人連」のメンバーは“楽芸員”としてイベントの企画・実行をサポートするようになった。

しかし、事務局開設後も、イベント時の人手に困ることも多く、2000年からは、イベント時のボランティアを募集する。予想に反し、ボランティアは集まり、このボランティアスタッフの存在は、これ以降、イベント運営には欠かせない存在となっていく。

その6. 大きなパワー ～第2のお母さんとボランティア外交官～

ボランティアスタッフは、イベント期間を含めて10日間、黒潮町に滞在して、廃校になった小学校を活用した宿泊施設に寝泊りして、手伝いをしてもらっている。10日間も滞在していると、スタッフの世話をしている地元のおばちゃんたちと「第2のお母さん」のようなつながりが生まれる。また、イベントは地元の農業の忙しい時期と重なるので、以前ボランティアだったスタッフが、おばちゃんたちの食事の手伝いに加わったりして、ボランティア同士のつながりや継続していくための流れができてくる。

そして、10日間滞在したボランティアスタッフ達が、黒潮町のこと、砂浜美術館のことを自分の言葉で広めてくれる。まるで「外交官」のようで、大きなパワーとなっている。

その7. 持ち込み企画 ～技術を持ち寄って、イベントを開催～

砂浜美術館でのイベントや企画には、ボランティアスタッフからの発案によるものも多い。

その1つの例は、土佐くろしお鉄道「海の王迎駅」に、特急電車が臨時に停車し、そこから砂浜を4キロほどぶらぶら歩くというイベントである。普段ほとんど使われない駅が、イベントを通じて地域とのコミュニティの接点になるという方法を研究していた建築家のボランティアスタッフが、自分で鉄道会社に相談をして、パンフレットづくりや、実際に電車に乗って乗客を案内して、イベントを実行した。

このように、ボランティアスタッフの持つ技術を活かして、色々なイベントが展開されている。

その8. 実感としてのわかりにくさ ～組織体制の見直し～

砂浜美術館のコンセプトは、町のイメージづくりの大きな担い手となり、外部からの高い評価を得ている。しかし、一方で、コンセプトのみをもち、形となる物質を持たないということは、直接的に町へもたらす経済効果が見えにくい。町の人にとって、砂浜美術館がもたらす効果が、実感としてわかりにくいのである。

また、砂浜美術館の活動には役場の職員が大きく関わっており、町内から「砂浜美術館は、役場がやっている」「役場の業務としてやることなのか」といった批判もうまれていた。

そこで、砂浜美術館と役場の関係の見直しが行われ、“観光”という切り口で活動している「大方町遊漁船主会」「大方町公園管理協会」「大方町観光協会」をあわせた4つの団体を一本化し、法人化することとなる。

しかし、この異なる考えを持つ組織の一本化により、これからどのように連携していくか、「砂浜美術館」のコンセプトをどのように活用していくかなどの課題が具体的に見えてきたのである。

その9. マンネリからの脱却 ～多様な活動への展開～

砂浜美術館がスタートして約20年がたち、ややマンネリ化してきた部分もある。「Tシャツアート展」は、来訪者は、増えているが、応募者数が増えているわけではない。そこで、以前参加していたボランティアスタッフが、青年海外協力隊でモンゴルにいたので、モンゴルの子供たちが絵を書いて、砂浜美術館・モンゴルで展示しようと考えている。このようにして、イベントをツールとして、国際交流や国内のほかの地域とのつながりを積極的に作っていきようとしている。

イベントはほかにも展開していている。その活動の幅は教育や観光など、他のまちづくりの分野にも広がり、地域の学校に出かけて砂浜美術館の活動紹介や漂着物から環境問題を考える授業を行ったり、修学旅行や研修旅行向けのガイド事業も行ったりしている。さらに近年では、広域的なエコツアーの企画や、高知県西部の総合的プロモーション活動にも力を入れている。

マンネリからの脱却が課題であったが、今では多様で活発な活動となり展開されている。

その10. 連携とコンセプト ～砂浜美術館のミッションを見失わない！～

2006年に、公園管理協会の指定管理者制度を導入し、公園管理協会のスタッフ4名が加わり、現在はスタッフ8名で運営している。4つの組織が一つになったが、もともとはそれぞれが異なった活動を行っていた組織であり、1つになっても、まだ本当の意味で連携し、機能することができない。一番大事な砂浜美術館のコンセプトを一緒になった段階でどう活用していくことができるか、大きな課題となっている。

また、砂浜美術館の活動資金の大半が助成金や委託事業で成り立っていることから、今後は、自主的な収益活動にも力を入れていく必要があるが、砂浜美術館そのもののミッションを見失わないようにバランスをとりながらすすめていかなければならない。

(6) 株式会社四万十ドラマ

1) 組織概要

名 称 : 株式会社四万十ドラマ

設立主旨 : 四万十の天然素材を活かした商品開発で地域の活性化

所在地 : 〒786-0535 高知県高岡郡四万十町十和川口 62-9

業種など : 小売業・卸売業

資本金 : 1,200 万円

年 商 : 25,000 万円

規 模 : 従業員 20 名

設 立 : 平成 6 年 6 月

ホームページ : <http://shimanto-tennen.com>

2) 取材結果

その1. キーパーソン

四万十ドラマのキーパーソンは、代表の畦地覆正さんである。畦地さんは、もともと地元の農協に勤務していたが、生産者や顧客の顔を見ながら活動的に仕事がしたいとの思いから退職し、四万十ドラマ創業期に入社した。

四万十川流域の地域おこしに取組み、地域資源に付加価値を付ける形で商品開発を行い、販路の拡大を図ってきた四万十ドラマ成功の立役者である。第3セクターとして創業した四万十ドラマは、平成17年に完全民営化し、現在は畦地さんが代表取締役役に就任し、パートを含めて20名で運営している。

その2. きっかけ ～まずは、地元の資源の見直し～

「四万十川を守り、流域の物語（ドラマ）を織り成してゆこう。」地場産品の商品開発などを目的とした株式会社四万十ドラマは、平成6年旧北幡三町村（西土佐村、十和村、大正町）が出資した第3セクターとしてスタートした。だが常勤職員は1人、事務所は民家の一室だった。

畦地さんは、その当時職員で「右も左も分からなかったので、まず地元の資源を見直そうと思った。」と言う。最初の半年間は、地域にはどんな人物がいて、どんなことをしているのか、産物は何があって、どのように販売されているのか、といったことを見つめ直すことだった。

「十和村のお茶が、静岡でブレンドされて静岡茶になる」

「十和村の椎茸出荷量は十年くらい前に市町村で全国第一位になったことがある」

「洪水になると、沈んでしまう沈下橋が、三町村の四万十川本流に十一カ所もある」

「三町村には絶望危惧種の『ヤイロ鳥』がやってくる」など・・・

畦地さんの目に映る様々なものは、実に面白い人やモノ、そして、すばらしい自然であった。

その3. 商品開発第一弾完成 ～ひのき風呂の大ヒット！～

四万十ドラマのコンセプトは、「四万十川に負担をかけないものづくり」である。発掘した地域資源に、付加価値をつける形で商品開発を行い、販路の拡大を図ってきた。

会社設立時に、まったくの素人だった畦地さんは、デザイナーの梅原真さんに知恵をもらい“産業育成”と“ネットワーク”という2つの柱で四万十ドラマを作っていくこととした。梅原さんには、「知恵を使って商品にしろ!」と、絶えず言われていた。

その中で生まれたのが、「四万十ひのき風呂」である。製材所から出てくるチップとして燃やすしかなかった端材、これを活用するという発想の転換であった。端材を四角に切って、「四万十ひのき風呂」という焼印を押す。それに、桧の油を染み込ませるという商品である。

当初、「こんなものが売れるのかな」と思っていたが、ノベルティ商品として広がり、予想を覆す大ヒットとなったのである。

最近の開発商品には「四万十の地紅茶」がある。40年ほど前、四万十町（旧十和村）では紅茶が生産されていた。これに着目した四万十ドラマと地元の茶生産組合が製造に乗り出した。この地紅茶には二番茶が使用されている。二番茶は通常、他産地のお茶のブレンド用や加工原料とし

て安く取引されているが、紅茶にすることで付加価値を付けることができると考えたのである。畦地さんは言う、「四万十ブランドの力は強いが、何でも商品化していいわけではない。質にこだわり、生産者と一体となって売り出すことが大事」

その4. 豊かさを支えるつながり ～多様な人的ネットワークの構築～

四万十ドラマでは、商品開発と平行して、ネットワークづくりに取り組んでいる。そのひとつが会員制度「RIVER」である。

「もっと三町村のことを知ってもらいたい」と言う三町村の担当者の思いを原動力として、試行錯誤を続けた。その中で、「地元と都会を結ぶ双方向ネットワークづくり」を目指し、会員制度「RIVER」を平成8年4月に発足し、「四万十川をまん中に、豊かさを考えるネットワーク」という考え方で、全国から会員を募集することになった。会員への情報誌「RIVER」を通じて、自分達が発掘した地域に住む人びとの生活や産物をダイレクトに“実況中継”することで、失いつつあるもの、残していくべきこと、これからはすべきことを、地元は地元の立場で、都会は都会の立場で、真剣に考えていこうというものである。

情報誌には、四万十川にちなんだ付録（雑木の種、ひのきの葉、竹トンボなど）を付け、印刷はベジタブルインク（大豆油）を使用し、環境にも配慮し、その思いを徹底的に表現した。四万十ブランドは、新聞や情報誌にも紹介され、会員は最大時で約1,000人に上り、会員からは、「最後の清流を守りたい」「四万十川を次の世代に伝えたい」「自然を大切にしたい」といった数多くの声が寄せられている。こういった声を、今後のどのように活かしていくかが検討課題となっている。

そして次は「インターンシップ制度」である。四万十ドラマでは、原則としてボランティアを採用せずに、インターンシップの受け入れを積極的に行っている。これは、ビジネスとしての展開を考えており、学生などのインターンシップは、将来スタッフとして加わってもらって、貴重な戦力になるかもしれないという思いからである。

四万十ドラマの活動には、地元の生産者団体なども加わっているが、新たに加入する人たちの研修は、2時間コースで1人1,000円を受け取って行っている。これも、無料で行うと、ボランティアになってしまうからである。

さらに「シルバー人材センターとの連携」がある。地域資源の再生を図っていく中で、地元の農林漁業の素材にこだわった物品販売を行っているが、農地はあっても高齢化で実が拾えない場合や、下草刈ができない場合がある。このような場合には、シルバー人材センターの方に協力をしてもらっているのである。

四万十ドラマは、地域の実情を十分に把握して、その可能性を広げるための多様なネットワーク作りを行っている。

その5. 先生は普通の「村の人」 ～自然の学校・開校～

「自然の学校」は平成8年夏に開校した施設であり、「RIVER」の会員に、四万十川で色々な体験をしてもらうことを目的としている。「自然の学校」は、四万十川流域に住む「村の人」が先生になって、流域での生活で得た技術や知恵を人に教えたり、伝えたりする学校である。この学校では「エビタマ（エビすくい用の網）でエビをとる」「自分の机をつくる」「薪を割って

風呂に入る」「森を見る」などをみんなで体験する。延べ 500 人近くが参加し、参加者はその体験や、地元との交流で、料理を一緒につくったり、夜遅くまで語りあったりしたことを絵日記や作文に書いた。地元の人も、都会の人たちと語りあうことにより、色々なことを感じている。そうした体験交流が双方のネットワークを広げ、より大きな展開を可能にするのである。

その6. 販路拡大へ ～通信販売と四万十ドラマ民営化～

平成 10 年からは、“四万十良心市場”として通信販売を始め、地元産物を通信販売システムと卸販売をミックスさせ販路拡大を図る試みに着手した。ホームページでの商品紹介には生産者の顔や声を掲載し、商品にも生産者名を明記するなど、生産者の顔や個性を前面に出した販売手法をとった。これが見事に成功し、現在は四万十ドラマの収益の柱となっている。

平成 11 年からは、独立採算制で運営しており、平成 17 年には三町村から株式を買い取り、第 3 セクターから完全に民営化を果たした。

各町村に代わって、地域住民が株主となり、行政の手を離れ、行政にはできない地域おこしで、利益を地域に還元しようと更なる商品開発に取組む、そこには地域の自立した姿が見える。

その7. ここにしかないもの ～滞在型道の駅「とおわ」～

四万十ドラマは、道の駅「とおわ」の指定管理者として運営を行っている。オープン当初は、周囲に道の駅が点在していることから“激戦区”で、集客できるのか不安を唱える声も少なくなかった。

しかし、初年度 9 ヶ月間の目標入場者数 59,000 人を大きく上回り、12 万人となった。その理由は、茶や椎茸、ヒノキなど地元の農林産物を使った特産品開発や販路拡大に取組み、既に話題性のある商品を持っていたことである。また、「十和おかみさん市」など地元グループの支えも大きな力となった。おかみさん市は、野菜の直販や郷土料理バイキングを実施し、2 百万円以上を売り上げた。さらに、地元商店などと連携してもちつきなどのイベントを開催し、売り上げは 6 百万円近くにもなった。

畦地さんは、道の駅「とおわ」では、「ここにしかないもの」をテーマとしてこだわりを追求した。また、ほとんどの道の駅が単なる通過型道の駅なのに対して、滞在して、留まって、地元の人とふれあってもらおう“滞留型道の駅”を基本として運営したのである。

「道の駅そのものを目的地として来てもらう試みが成功した。」

また、道の駅のイメージ戦略にも力を入れた。ロゴマークを作成し、商品のパッケージや、道の駅のサインや、売り場のディスプレイなどトータルデザインを図っている。統一したデザイン展開により、一目で「道の駅・とおわだ！」とわかってもらい、他の道の駅とは違うオリジナルな場所・空間を提供している。

その8. また旅プロジェクト ～回遊・滞在型観光の仕組みづくり～

平成 19 年からは、経済産業省の広域・総合観光集客サービス支援事業の採択を受け「四万十また旅プロジェクト」として、四万十川流域 15 団体で、体験型プログラムにより、観光資源を連携させて、回遊・滞在型観光ができる仕組みづくりを行っている。

畦地さんが代表を努めており、現在は 20 アイテムほどのプログラムを、将来的には 100 ぐらい

での展開を目指している。

個別のアイテムでは発信能力が低いので、コンソーシアムを作るなどして連携しあうことで、より広く発信し、新たなプログラムを増やししながら、人材育成にも取組んでいこうとしている。

現在 15 団体が加入しており、多種多様な団体が集まっているので、これを活かして、「四万十川に来てもらう、高知に来てもらう」きっかけづくりのための仕掛けを行っている。

その9. 2つのレジ袋 ～オリジナルな発想を実現する～

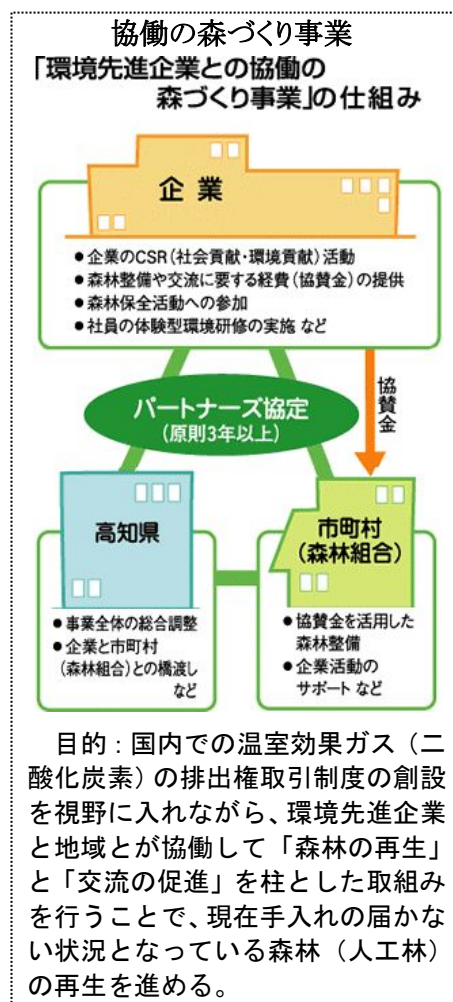
道の駅「とおわ」では、全国の道の駅で初の試みとしてレジ袋の有料化に取組んだ。有料化により経費を生み出し、売り上げの一部を山に還元している。具体的には、高知県の「協働の森づくり事業」の中で、近くの町有林の管理に協賛金を提供し、そこで「RIVER」の会員とイベントを実施するといった形で森づくりに参画している。

何かと競い合うのではなく、自分たちは自分たちのオリジナルでやっていく。自分たちの考え方は、他とは違う。だから、たくさんの人が「ここにしかないもの」というキーワードで集まってくる。

畔地さんは、「レジ袋の有料化も、他ではやっていない。自分達の取組みが、他のモデルとなって吸収してもらえればいい」と、考えている。

今、四万十ドラマの商品「新聞バッグ」は海外からも注目されている。もともと、四万十川に来たお客さんにはビニールのレジ袋ではなく、新聞紙で包んで持って帰ってもらおうと考えていた。最初は新聞紙で商品を包んでいたが、持ちやすいように、折り畳んで袋状にし、取手をつけ“新聞バッグ”にした。それが、インテリア雑貨バイヤーの村松正幸さんの目にとまった。村松さんは、「プレゼントを渡す際の話づくりがいい。機能的でデザインが良く作り手の温かさが伝わる」と評価した。ニューヨークやサンフランシスコで開かれた展示会に出品したところ、ロサンゼルスやボストンの美術館、ロンドンのポールスミスのショップなどから引き合いがあり、以後2、3ヶ月ごとに注文がくることになる。

思わぬ大反響に新聞バッグを考案した四万十ドラマでアルバイトをしている主婦の伊藤正子さんは、「まさかこんな事になるとは思ってもいなかった。米国の店頭と並んでいるところが見たい。」と笑顔をみせる。



(7) 柏を育てる会

1) 組織概要

名 称 : 柏を育てる会

設立主旨 : 昭和 59 年に、農山漁村地域生活環境改善対策事業モデル地区として、内海村柏地区が指定され、地域のシンボルづくりに地区の住民総出の共同作業によるへんろ道の復元を目的として『柏を育てる会』が結成された。道をとおして愛南町内をはじめ周辺地域との連携を図り、交流を深めること及び広く全国に向けて『豊かな自然が集う町・愛南町』をPRしていくことを目的とします。

所在地 : 〒798-3701 愛媛県南宇和郡愛南町柏

業種など : へんろ道を中心とした地域づくり

資本金 : —

年間予算 : —

規模 : —

設立 : 1884 年 (昭和 59 年)

ホームページ : —



2) 取材結果

その1. きっかけ ～へんろ道復元の始まり～

へんろ道の復元、昭和 59 年に農山漁村地域生活環境改善対策事業モデル地区として内海村柏地区が指定されたことがきっかけとなった。この時、「柏を育てる会」が結成されたのである。農業改良普及所が 2 カ年事業の指導で結成。昭和 59 年から 60 年の 2 カ年で、むらづくり意向調査・郷土芸能の復活・子どもからお年寄りまで 3 世代の知恵と技を出し合った。その中から、地区の住民総出による共同作業によって地域のシンボルであるへんろ道の復元の活動が始まる。翌 60 年にかけて、けもの道と化していた旧へんろ道の復元がなされたのである。

それは、環境庁や国土交通省において、へんろ道を復元する事業が始まった時期とも重なっていた。

しかし、ここでは年 2 回のへんろ道整備や行事は育てる会が中心で進めている。

その2. 成功の萌芽 ～人が集まる山道の魅力～

現在、盛況を呈する「トレッキング・ザ・空海」であるが、当初はこれほどの人が集まるとは、イベントに関わる人々も思っていなかった。地元主催の時で 150 人、村主催の時で 350 人の人が集まった。

「正直たまげた！舗装の道のイベントに人が来ないのに、山道のイベントに人が来るなんて！」

「人が集まったのは、自然でしょうね。自然の資源に魅力を求めて人が集まったのではないかな。」

そして、今ではこのような思いが人々の間にはある。

「柏坂のへんろ道は一級品！巔目目でいえばトップと言いたい。」

美しい景観と山の中のへんろ道という自然の魅力が多く
の参加者を集め、地域の人々に大きな自信を与えたとも言える。



その3. トレッキング・ザ・空海の誕生 ～ピンチをチャンスに～

昭和 60 年のへんろ道復元から 10 周年の平成 6 年度に、当時の自治会長が何か記念にやりたいと役員に呼びかけた。その頃、へんろ道を維持する活動に参加する人が少なくなってきて、このままでは逆に保存意識がなくなるのではないかという危機感があった。

その時に役員たちと考えたのが、復元して維持しているへんろ道をみんなで歩くイベントだった。

平成 6 年、柏を育てる会 10 周年の記念イベントとして実施した「へんろ道ウォーク大会」は、地元だけで開催した舗装道路を歩くイベントだった。行政はノータッチで地元主導で開催した。記念品なども地元の産物を持ち寄った。ところが、そのときは予算を全部使ってしまう、翌年のイベントを継続しようにもお金がなくなるという事態になってしまった。

「お金がないからやれない」

「いい活動だからやろう、良ければお金が集まるから」

役員の意見は分かれ、イベントは一時休止の状態に陥ってしまったのである。

そして、平成 10 年度の内海村 50 周年行事で何か企画して欲しいと言われた際に、柏地区は再び旧へんろ道を歩くイベントを提案する。イベント名を新たに考案した『トレッキング・ザ・空海』である。

この改名は大成功であった。関係者も「たまげた！」ほどであった。そして、イベントは記念事業でもあり、1 回のもつもりであったが、住民からの要望で継続することになった。

現在では、官民が一体となり事業をさらに持続性を持って継続させるため、官と民のもつ「心」を一つにして取組んで行こうと試行錯誤中でもある。



その 4. 地域にはバカが要る ～人と違う視点、そして行動力～

情報と知恵と知識を一番持っているのは行政マンである。トレッキング・ザ・空海は、これをやるぞというものを持っていたから、活動を作り上げて、行政を動かそうと思っていた。

「こういう組織を作るぞ。お金は出してくれ。でも、文句は言わなくてくれ。」

そうすることで、愛南町をつなぎ、宇和島、宿毛もつないでいった。

「そんなバカが地域には要る。」

外へ発するには地元がしっかりしていないとできない。内でがんばる人、将来を見込んで外へアンテナを張っていく人、両方の役割が要る。それを今から徐々にやっていくべきではないかと考える。

人とは違う見方をあえてして、それを行動に移すことができる人の存在が重要である。

その 5. 背骨とあばら骨 ～地域資源を見極める～

桜など地域の資源はそれぞれの地域どこにでもある。へんろ道を歩く「トレッキング・ザ・空海」を大動脈や背骨のようなものとする、新四国や由良半島はあばら骨にあたる資源である。愛南町全体を見ながら付加価値をつけていくこと、西南地域を資源としてつないでいくことが重要である。

現在、背骨の維持活動はいろんなところがやっている。それぞれの地域の会や自治会などで、歩くついでにゴミを拾おうと呼びかけると、喜んで拾ってくれる。そういった動きがどんどんつながったらいいと会のメンバーは考えている。また、この背骨の活動を経済につなげていきたいとも考えている。

内部だけでなく、外からの評価や参加の必要性を大きなポイントとしている。内部の力を得るには、外部の評価が要る。それは車輪のようなものだと考えている。

そのために旅行会社との連携を図ろうと 16 社にのぼる会社回りも行った。まさにコミュニティビジネスのスタイルである。

「私たちのところには添乗員さんは必要ありません。私どもが案内できます。そんな風になりたい。」

道の駅で合流して道の駅で帰ってもらえば、道の駅の売り上げだって伸びる。そんなふうに、

地域への経済効果を具体的に描いている。

愛南町の活動やその心は周辺の地域へも影響を与え出している。

その6. リーダーの背中 ～伝統を引き継ぎ、心を育てる～

へんろ道を復元したのは24年前のことである。当時は、役場を退職した人がリーダーとなり、補助事業を住民に下ろそうと活動をおこなっていた。

「みんなが元気になるシンボルを作ろう！」

「地域がまとまる仕組みを作ろう！」

それまでも、郷土芸能を興すとか、子供達のお田植え祭りや稲刈りをするとか、古い踊りを教えるなどの仕掛けはあったが、これからは大きい目標をやっていこうと考えていた。また同時に、あいさつ運動やお接待の心を仕掛けていった。

しかし、今から10数年前のことである。

「われらはもう体がよう動かん。後はお前ら若い者が引き継げ。」

そう言って、当時のリーダーは現在のリーダーへとバトンタッチした。その先輩たちからトレッキング・ザ・空海へ、心は引き継がれていった。

平成10年の第1回「トレッキング・ザ・空海」の時は、秋の開催だったが、当日も予備日も台風にあたってしまった。当日、予備日の2回とも雨ならば中止するのが普通だが、台風が来ている中で、主な役員に「絶対やめないように」と説いて回った。来ていたマスコミにも「やります」と断言した。それでイベントをやってみたことが今につながっている。地元の熱意があつてできたのである。当時のリーダーは不安と言っていたが、成功することで人はついてくる。

リーダーの熱意は周りに伝わる。柏を育てる会では、地域づくりは「迷惑をかけ合うこと、助け合うこと」と考えている。迷惑か助け合いかは気持の持ちようひとつで変わる。そして、リーダーが無理を言うためには、地域の経済状況を見極めることが重要だとも考えている。イベントのステージの組み立てなども専門業者に頼まず、地域のボランティアを引き出す。そのためには、住民の生業の動きや経営状況など、いろいろな生活状況を把握しないと継続的な活動はできない。そして、その裏で黒子として率先して汗をかく。リーダーの背中が次の後継者を育てるのである。

高齢化や少子化の問題はどこにでもある。土台となる地域力の低下を楽観視することはできないが、他の地域のコピーではない、伝統を引き継ぎ自分たちの心を育てること、そのことが美しい地域を育てることになるのである。

(8) NPO 法人 段畑を守ろう会

1) 組織概要

名 称 : NPO 法人 段畑を守ろう会

設立主旨 : 水荷浦段畑の自然景観の保持と環境保全を推進し、後世に伝え残すことを目的とする。

所在地 : 〒798-0103 愛媛県宇和島市遊子 23-23-3

業種など : 地元物産品の販売

資本金 : —

年 商 : 約 1 千万円 (平成 20 年の馬鈴薯販売額)

規 模 : 段畑を守ろう会 会員 80 人・賛助会員 100 人

設 立 : 平成 19 年 3 月 (法人化)

ホームページ : —



2) 取材結果

その1. キーパーソン

遊子水荷浦のまちづくりのキーパーソンは、段畑を守ろう会理事長松田鎮昭さんである。

松田さんは、松山で仕事をされていた平成11年から土日など休みの日を中心に、賛同者代表として活動に参加されていた。

その後、宇和島に帰ってこられて、重要文化的景観である段畑の保全を第一義に、常に戦略を考え、意識改革に取り組まれている。

その2. きっかけ ～段畑が消える！～

江戸末期ごろから始まった「段畑」であるが、昭和20～30年代にはネズミの大発生による被害に悩まされていた。

そのころ、魚の養殖が活発になりだし、畑の仕事をしていた人たちも収入の多い養殖のほうへとうつついていった。

これにより、畑には人手がなくなり、荒れ放題、見渡す限り段畑だったのが、日当たりがよくおいしい馬鈴薯のとれる水荷浦だけになってしまった。

それでも、地元の年寄りたちが必死になって畑を作ってきたが、元々「段畑」での農作業は経済効率からいうとまったく成り立たない重労働である。

「耕して天に至る、段々畑」と親しまれた美しい景観も、平成10年頃から、段畑の頂上付近が耕作放棄され、荒れ始めた。このままでは、次の世代の子どもたちにこのすばらしい自然を残していくことができない！このままでは、段畑が消えてしまう！

その3. 文化や景観で飯が食えるのか！ ～重要文化的景観指定への道のり～

荒れ始め、このままでは消えてしまうと危惧された段畑を、本格的に保全する動きが現れる。

発端は、平成11年に文化庁の審議官が「宇和島築城400年」のイベントで、水荷浦を訪れたときに、「段畑」の素晴らしさを指摘したことによる。行政主導で景観保全の取組みを進めることとなり、平成12年にこれまで「段畑」を守ってきた地元の人たちで、「段畑を守ろう会」を設立する。

しかし、「段畑」の回復と保全を説く行政と「段畑を守ろう会」に対して、当初地元の人たちは、「文化や景観で飯が食えるのか！」とあまり乗り気ではなかった。

水荷浦は約40戸の集落であり、漁業で生計をたてている家は10戸程度であり、以前と比較して衰退傾向にある。漁業経験者は、かつて漁獲量が多かった時代の生活の意識が根強い。

段畑の地権者と農地の復元と保全、段畑を後世に残していくことの意義を何度も話しあい、「段畑を守ろう会」は、「ふるさとだんだん祭り」やコンサートを行いながら、視察の案内など小さなことから根気強く活動していく。

結局重要文化的景観の指定申請について、地域の同意を得るまでには、6年かかった。行政と地元の議論は延々と続き、最後は市長自らが地域の人を集めて、協力を求め説得し、多くの地権者の了解を得た。

その4. 広がる活動 ～ふるさとだんだん祭りと段畑夕涼み会～

「段畑を守ろう会」が設立して、数年たち、地元の人達の理解も得て、平成12年に2haだった耕作地は、今では4haに広がっている。

保全を進める上では、理念だけでは続かない。常に「文化や景観で飯が食えるのか!」という問題が根底にある。このためには、地域の人及び地域の外側の人に理解や関心をもってもらうことが不可欠である。

このため、平成14年から毎年4月の初旬に、段畑で獲れる早掘り馬鈴薯の収穫祭として、「だんだん祭り」を開催している。年々来訪者は増加し、最近では3,500人が来訪している。当初は、「段畑を守ろう会」が中心となって開催していたが、現在では自治会を中心とした遊子全体の祭りとなっている。

また、「段畑夕涼み会」は、竹を利用した行灯を用いて夜間に段畑をライトアップすることを通して、景観文化財としての段畑の魅力を再発見することを目的として、遊子小学校の児童を中心に遊子全体で実行している。

これらのイベントが、地域外の人との交流や、地域の子供たちとの交流を増やし、地域の活性へとつながっている。

その5. 馬鈴薯焼酎「段酌」 ～期間限定の特産を年中通してPR～

「段畑を守ろう会」では、遊子地区水荷浦の段畑でとれた早掘り馬鈴薯を主原料とした焼酎「段酌」を製造・販売している。

この「段酌」という名称は、「段畑」と特産の「男爵」とをかけたネーミングで、市の広報で一般公募し決定した。このユニークなネーミングと、重要文化的景観というお墨付きの畑でとれた「馬鈴薯」で製造しているということで、人気を得ている。焼酎の原料として利用している馬鈴薯は、これまでは捨てていたもので、販売で得た利益を地元還元している。

守ろう会は「早掘り馬鈴薯は約2カ月間で完売してしまう期間限定の味だが、焼酎に加工することで収穫期以外でも地域をPRできる。焼酎を通じて地元のよさを全国に伝えたい」と意気込む。

その6. 子供たちに伝える ～「遊子を知り」「遊子に学び」「遊子に生きる」～

平成18年から、地元の遊子小学校の6年生が、総合学習の時間で、「段畑の復活」に挑戦し、馬鈴薯とサツマイモを栽培している。きっかけは、平成18年に、遊子小学校に友澤校長が着任し、段畑の風景を見て、「子供たちに、段畑を作ってきた先人たち、おじいちゃん、おばあちゃんの苦勞と遊子の歴史、食文化を通じて、ふるさとを語れる人になってほしい」と感じたことに始まる。

「遊子を知り、遊子に学び、遊子に生きる。」

大人になって、遊子から出て遠くにいても、心は遊子にある。」

そういう子どもを育てたい。そのためには、段畑を借りて馬鈴薯とサツマイモを植え、収穫するだけではなく、学校から常に見えるところに段畑を借りたい、と友澤校長が松田さんに相談した。

その思いを知った松田さんが、段畑を貸してくれる人を探し、7人目ようやく、現在の小学

校そばの土地の所有者を見つけ、遊子小学校の児童による段畑の開墾が始まった。

今では、季節のジャガイモやサツマイモを作って、昔のひら飯やカンコロ飯を毎年作って、食文化や遊子の歴史の授業が、遊子小学校の6年生のカリキュラムに組み込まれている。

昔は、たくさんの石を運んだために、荷こぶができたり体型が変わったりしたこと、その重労働のおかげで食を得ることができたことを、子供達は調べて学んだ。

教室から外にでて、段畑の開墾や石を運ぶ重労働を通して、先代が味わってきた“しんどさ”を体感し、自分の言葉で、家族やおじいちゃん、おばあちゃんに段畑のことを語れるようになった。遊子だからできること、遊子しかできないことを、子供達は体験している。

昔から今日までの人たちが「しんどい」ことを続けてきて、それが今の水荷浦の文化をつくったことを感じ、ふるさつを見る目を変え、段畑を保存する次の世代を築いている。

その7. 「段畑を残したい」という思い ～求められる意識改革～

「段畑を守ろう会」では、行政の助成を受けて直売所“だんだん屋”を建設し、ここで、段酌（焼酎）や馬鈴薯、ひじきなどの、海の幸、山の幸を販売している。“だんだん屋”を開設した頃は、店番の女性に払える時給は300円だった。それが、段酌の販売を始めて、今では600円払えるようになっている。あと100円上がれば、愛媛県内の相場とほとんど変わらない。

しかし、「だんだん屋」はまだまだ発展途上である。年間のうち200日ほどが空白となっており、これをどのように埋めていくかを模索中である。ただ営業するだけでは意味がないと考えている。

松田さんは、「ボランティアという言葉が大嫌いだ」と言う。それは、ボランティア意識や地域おこしという理念や論理で頭でっかちになってはいけない。まず手段を固定化し、戦略をたて、利益を出さなければ、長続きしないからである。まさに、「文化や景観では飯は食えない！」のである。

遊子の人たちは、お客さんが来たら手当たり次第サービスして、お土産をあげすぎて、我に返ったら赤字になっている。それが今日の遊子の地域を支えてくれた精神的なバックボーンであるが、それだけではこれからは生きられない。100円のものを買ったら5円なり何なりが残るようなシステムにしなければならない。これには、意識改革が不可欠である。

また、重要文化的景観に指定された畑でとれた馬鈴薯は、“早堀馬鈴薯”として、高値安定でブランド化してきている。耕作者の中には、“ブランド”と言って騒ぐ人もいるが、松田さんは彼らに言う。

「おっちゃん、ブランドじゃないんだ！ブランドというのはあんたがきめるんじゃないんだ。消費者がきめるんだよ」と。

馬鈴薯への要求が高まる中で、いかに生産、供給、品質、広告における責任を向上させるのか、耕作者の意識改革が重要である。

人から認められる、商品が売れる、利益が出る。それが狙いではない。それによって生まれる“活動の意欲”こそが狙いである。

そして、松田さんは常に地元の人たちに“意識改革”を説いてまわる。それは、第一義として、“重要文化的景観である段畑の風景を守りたい”という強い思い故である。

その8. 最大の課題を克服したい ～オーナー制度に挑戦～

後継者を育てていくことは、段畑の景観を後世に残していく上での最大の課題である。

「段畑を守ろう会」ではその足掛かりとして、「オーナー制度」を採用した。現在の守ろう会は、遊子水荷浦地区内の農家の大部分が会員となっている。同会は約 0.7ha の農地で地権者と賃貸契約を結び、馬鈴薯を栽培している。

この「オーナー制度」は、1 区画約 70 平方メートルの段畑に種芋 10 キロを植え付け、管理は地元耕作者が行い、収穫物はオーナーへ届けるシステムであり、現在、県内外から約 30 人がオーナーとして登録している。もちろんオーナーは、馬鈴薯の植え付けや収穫等の農作業も体験できる。さらに、収穫した馬鈴薯は、重要文化的景観地区内にある段畑で収穫された馬鈴薯と一緒に、他産地に先駆けて「早掘馬鈴薯」として出荷することも可能である。

守ろう会の人たちは、こうしていろいろなアイデアを生み出し、次々と実践している。多様な活動によりチャンスを広げ、後継者問題に取組み、重要文化的景観となった段畑の景観を守り、後世に残していきたいと信念をもって活動を行っているのである。

(9) 石畳を思う会

1) 組織概要

名 称 : 石畳を思う会

設立主旨 : 地域固有の資源を発掘し、それに磨きをかける活動を行っていく。「自立」を旗印に自分たちのやりたいことを行う会とする。

入会勧誘などは行わず、本当に自分からやりたいと思う人だけが集まる自主性を重視する団体を目指す。

所在地 : 〒791-3343 愛媛喜多郡内子町石畳 2910 (事務局)

業種など : 村並み保存の活動など

資本金 : 年間約 30 万円

年間予算 : ——

規模 : 会員 25 名

設立 : 1987 年 (昭和 62 年)

ホームページ : ——



2) 取材結果

その1. キーパーソン ～まちづくりの仕掛人～

内子町・石畳地区のまちづくりのキーパーソンは、石畳を思う会の事務局長として日々地元で活動されている宝泉武徳さんである。

石畳を思う会の結成時（当時は最年少であった）から参加し、現在は事務局長として、まさに石畳地区を東奔西走されている。

そして、もう一人は、石畳を思う会の発足のきっかけをつくり、活動の指南役としても奔走した岡田文淑さんである。

石畳地区の村並みづくりだけでなく、八日市・護国地区の町並みづくりなど内子町の各地のまちづくりに深く関わってこられた文字通り「内子町のまちづくりの顔」である。



その2. きっかけ ～村並み保存への船出～

「石畳を思う会」の結成のきっかけをつくったのは、それまで内子町の八日市・護国地区の「町並み保存」などの活動を進めていた岡田さんである。岡田さんは自らの役場の人事異動を契機として、それまでの「町並み保存」から「村並み保存」へ、内子町の農村集落へと目を向けようとしていた。

岡田さんは地元の人々に地域の自立（自律）を投げかけた。

「21世紀、お前たちの子や孫にどんな顔をして、石畳という地域を渡すつもりだ?!」「補助金にぶら下がっているから、こんなに農村は寂れたんだぞ」「自立（自律）しろ」「自分のことは自分でやれ」

この岡田さんのメッセージをきっかけに、有志による「石畳を思う会」が結成された。

その3. “ジリツ”をかたちに ～地域で暮らす自信へ～

1987年、岡田さんの呼び掛けを機に、現在事務局長を務める宝泉さんも含め、地域の存続を危惧した地区住民ら有志12名で地域活性化をめざして「石畳を思う会」が結成された。石畳を思う会は、地域にある既存の自治会や団体とはまったく別のゲリラ的な集団としてスタートした。また、「補助金に頼らない」「会則を設けない」「役員任期を定めない」という自立した集団として活動していくことを旨としての始まりであった。

「石畳を思う会」では、夜な夜な民家に集まっては、地域づくりの夢やアイデアを語る夜なべ談義が開かれた。そして、その中から「地域資源を生かす」というヒントを得て、昭和30年代までは地区に30基あまり存在していたという「水車」の復元に取り組むことになった。

土地は地主さんの協力を得て、水車と水車小屋の復元費用は自分たちで一人5万円ずつを出し合った。この自立的な地域活動はテレビでも放映され、メンバーたちの活動の自信と共に、水車小屋完成をきっかけに地区を訪れる人も多くなり、それとともに地区住民の価値観も少しずつ変わり始め、地区に暮らす自信と誇りがよみがえ



ってきた。

その4. 魅力づくりが地域をおこす ～連鎖する思い～

最初の水車の成功は次々に連鎖反応を起こすように、続々と多様な事業の着手を推し進めることとなる。この後、水車は第2、第3の水車へと継続していくことになる。第2の水車は内子町の事業と連携し「石畳清流園」として公園整備がなされ、茅葺民家の復元も行われた。この民家が後の「石畳の宿」へと続くことになる。第3の水車は会員が石工作业などをして貯めた資金で製作を行ったものである。水車は単なるシンボルと言うだけでなく実際に精米や糠取りの道具として活用している。水車は10年と持たないため、維持管理も大変で会員の大工さんが担当している。

このような地域活動は、その周辺の各集落や自治会へも大きな影響を与え広がっている。その佇まいが有名となった屋根付橋の保存・改修作業もその一つである。平成18年には橋脚の改修を、平成19年には杉皮屋根の葺き替えを皆で行った。

また、毎年開催されるしだれ桜まつりの中心である石畳東のしだれ桜保存会などの活動にも協力している。桜の石垣も住民の手作りであるし、肥料の油粕散布は毎年のものである。平成17年には歩道(木道)の整備を行い、平成21年には樹木医の診断を受け、幹へのピートモス詰め作業を行った。

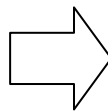


地域の資源を慈しみ、自らで守り、育て、地域の魅力づくりが行われている。そうした活動を通して、新たなむらの担い手を育て、持続するむらづくりを目指した活動が行われている。

このような活動は連鎖を生みだし、石畳東集落の住民は、案内看板を設置して日常の農家の風景(「かわじの湧水」「久保川の湧水」「しだれ桜」)を楽しめるよう工夫したり、庭先カフェを開いたりしている。

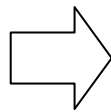
一方では、景観形成の一環として、ホテルが育つ環境づくり、川づくりにも励んでいる。

コンクリートの擁壁に覆われたところを、近自然河川工法により改良した。地域的な名称としては「なげ」と呼ばれているが、巨石を組み合わせ、水の流れを制する堰をいくつか造ることで、大雨の度に下流側に土砂が溜まり、新しい草地に成長していく。このような緑地ができることで、川の中にはホテルの餌となるカワニナが育ち、ここがホテルの生息地になっていく。



また、地滑りの復旧工事では、従来、コンクリートを吹き付けるところを、

在来種である地元の照葉樹のポット苗約20種類を植えることで、10年経った今では、自然な森の風景に戻っている。



こういう自然再生の運動もまた、景観づくりの非常に大きな課題になっている。フィジカルな景観をどうするかだけでの問題ではない。祭りのあり方を勉強し、食文化も追及しなければならない。自然環境も学んでいく。いろんなことを相乗しながら、「らしさ」で表現できる地域の景観が出来上がっていく。村並み保存運動は、そんな幅広い運動の成果である。

その5. 「エプロン会」 ～役場との連携と活動の発展～

水車の復活から始まった地域づくりの芽を大きく展開させることになる活動が動き出した。1993年、水車に隣接して、明治時代中期の約90年前の古い民家を移築して新たな活動拠点をつくらうという試みである。町も事業費などを支援し側面からバックアップを行った。

「民宿やって誰が泊まりに来るんだ!？」

農家130世帯の全員が「NO!」であった。「こんな田舎」という石畳の人が潜在的に持っている常識が頭を出した瞬間である。田舎の人が求める常識、都会の人が求める非常識(日常と非日常と言っても良いかもしれない)。新たな闘いが始まった。

この建物は町営の民宿だが、実際の運営は石畳地区の主婦によるもので、それが「エプロン会」である。

それまで地区の若手の男性を中心に進められてきた村並み保存の活動が大きく展開していく。村の女性9名が手作りで民宿運営を行うものであった。しかしここでも、やはり田舎の常識が頭を出す。村の主婦が考える“おご馳走”とは、自分たちが晴れ着を着て、松山や大阪に行ってオーダーする“レストランで食べるご馳走”を思い浮かべてしまった。この土地では、それらを出す意味はない。

「エプロン会」では食材を町中から購入することをご法度とし、周辺の山野や家庭菜園で採れる石畳地区の法事や祝い事などにつくっていた献立をもとにした料理を、宿泊者に提供することとした。

「美味しかった」、「素晴らしい料理だったよ」

田舎の価値というものを、宿に泊まったお客さんの喜ぶ姿や声が、初めて田舎に住む人自身に気づきを与えることになる。

今では、この宿の人気の秘密は、エプロン会の主婦たちの手料理だとさえ言われている。



その6. そば店をつくる! ～新たな挑戦「石畳むら」～

石畳を思う会には「そば班(班長: 亀田さん)」と言う活動部隊がある。年に数回、地元で栽

培したそばの実でそば打ちを行ってきた。

平成 15 年と平成 17 年の 2 回にわたり山形県まで出かけ、そば打ちの修行も行った。そして、いよいよ本格的に思う会の有志でそば店の開業を目指すことになったのである。

平成 20 年 2 月に法人化の検討を行い、同年 10 月には企業組合「石畳むら」を設立したのである。そして 12 月には製麺業の許可を取得し、平成 21 年の 2 月、開業へとこぎつけた。

そして、やはり店舗づくりだって、「自分たちでやる！」のである。

しだれ桜が眺められる絶好の場所に、「そば処石畳むら」は完成した。

水車を作った当初は、地域から反発の声も上がったが、水車まつりを行い、地元の産物を販売し、地域以外から注目されることで、地域住民も今では思う会の活動に期待を寄せるほどである。

“ジリツ”から生まれたエネルギーは相当なものである。



その7. 地域を礎(いしずえ)とする ～引き算型の地域づくりとは～

ここまでを概観すると、次のような負としての特徴が浮かび上がってくる。

先ず、石畳という地域を評価したとき、ごく普通の山村集落であり、全国的に共有される常識的な価値観のもとで地域が営まれている。それは、①田舎であることを肯定したくない。②田舎であるため何もないと感じる。③地域づくりの全てを行政に求めること。④地域づくりの全てを政治に依存すること。⑤地域共同体としての自助、自立、協働の意識が低くなったことなど、過疎と高齢化からくる後ろ向きの姿勢である。

地域が元気になる、地域に活力が漲るための必須は「人」でなければならないが、住民個々が持つこれらの常識が、担い手の成長を妨げてしまう。これらの要因を「負」として受け止め、これらの常識に拘ることなく、積極的な排除を通して地域づくりに処することを「引き算型」と読んでいる。さらに、他にも取り除くべき常識には、金権体質、他力本願、多数決民主主義、組織への依存体質、打算と損得を是とする価値観など、多岐にわたる。

アイデンティティとしての地域の景観や特性を維持、発展させるためには、これらの常識を否定し、かけ離れた価値観を礎にして取り組まれる地域づくりを大切にしている。

【教訓】

～岡田語録～

『何もないのが美しいはず。何が、誰が地域をだめにしてきたか。ありとあらゆる公共事業が原因である』

『引き算のまちづくりをすれば地域は美しくなる。足し算が日本を汚くしてきた』

『自分の家の周りをいかにきれいにするか、その底辺に美がある』

『目先のパフォーマンス、即効性を求めてはいけない』

『美しさの認識ではなく、汚さの再認識が必要である』

『“美がわかる”市民をピックアップすることが重要である。肩書きで選んではいけない』

その8. 内も外も ～活動の向上と継続～

「石畳を思う会」ではこれまで国内外に多くの視察研修を実施してきた。国内は 20 カ所以上、国外も 2 カ所に行っている。すべて自費での研修である。そのために積み立て方式で資金をストックしている。

内にこもらず、外に出て多くを学び、多くを吸収しようとしているのである。

思う会の組織も特徴的である。地元の自治会や婦人会などの既存の組織の肩書きのある人とは無縁に組織されているのである。これは、一般的に考えられる地域づくりなどの団体組織とは逆の発想かもしれない。そして、この肩書きのない人たちによる組織が成長し、地域の人々もこの組織に大きな期待を持つようになってきた。現在では、石畳を思う会の結成当時、年長であった人たちが各自治会の主要な役割を担うようになってきている。まさに地区全体として一体的に地域づくりに取組む体制が出来上がってきている。

思う会は自分たちの内と外の活動だけでなく、外への情報発信や外から内へと入ってくる人にも意識を払っている。

これまでの実績により自分たちの活動が全国で評価され、多くのまちづくりや景観づくりの受賞を果たしたことは、地域に誇りを生み出し、活動の継続性を決定的なものとしている。このように、全国に知られるにいたった石畳地区であるが、その情報発信に際しても、「取り上げてもらうなら、ちゃんとした専門誌で取り上げてもらいたい」と旅行雑誌や芸能人の番組ではなく、地域のドキュメンタリーなどで紹介されることを大事にしたいと考えている。一時の流行りではなく、高いレベルで「ちゃんとした評価」をうけることが地域に自信と誇りをもたらすのである。

(10) ベネッセアートサイト直島

1) 組織の概要

名 称 : ベネッセアートサイト直島

設立主旨 : 瀬戸内海の風景の中、ひとつの場所に、時間をかけてアートをつくりあげていく…。直島の自然や、地域固有の文化の中に、現代アートや建築を置くことによって、どこにもない特別な場所が生まれます。都会の喧騒から離れて、心にも身体にも元気を与え、安らぎを感じさせるこの環境の中で、人間が真に「よく生きる」とは何かを考える場所をつくりたい。

所在地 : 〒761-3110 香川県香川郡直島町

業種など : —

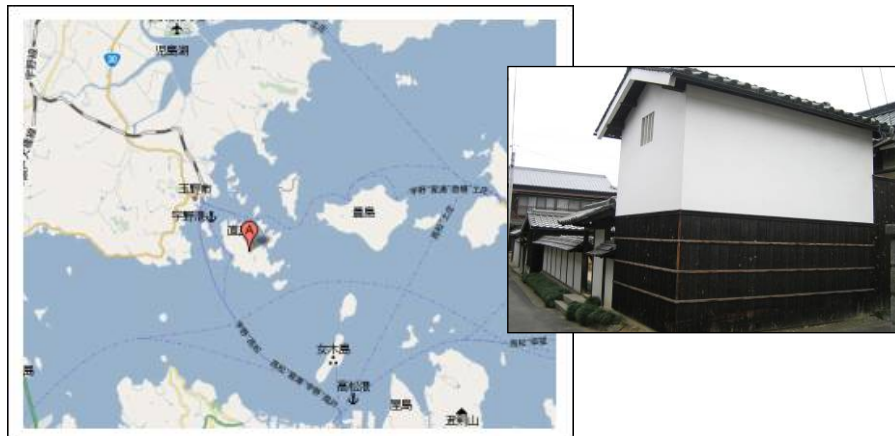
資本金 : —

年間予算 : —

規模 : —

設 立 : 1989年(平成元年)※直島国際キャンプ場オープン

ホームページ : <http://www.naoshima-is.co.jp/index.html>



2) 取材結果

その1. キーパーソン ～まちづくりの仕掛人～

ベネッセアートサイト直島におけるキーパーソンは、ベネッセアートサイト直島の笠原さんである。笠原さんは、岡山大学の学生だったころから、直島のサマーキャンプの運営に携わっていた。その後、ベネッセ（当時：福武書店）に入社し、数年後、ベネッセハウスができ、1993年から担当者として、企業が行政と共に地域再生に係わる姿・取組みを見てきた人物である。

笠原さんは、「私は、当事者としてその都度一生懸命やってきた立場なので、客観的に何が良かったのかはお伝えできないかもしれませんが。ただ、『企業の取組み』において、直島では、企業単独ではなく町との共同で取り組んできたということをお伝えしたい。」と言って、インタビューは始まった。



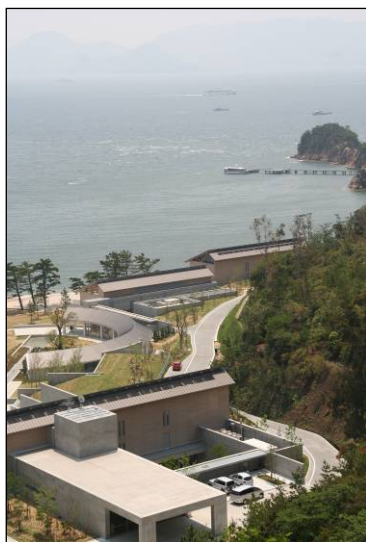
その2. きっかけ ～2つの思いが重なった～

昭和35年、島は三宅親連町長が「島の北部は精錬所を中心とした経済基盤。中央部は教育と文化の場。南部は美しい自然景観を観光に活用し、将来の町の産業の柱の一つとしたい。」と、文化的で清潔な観光を目指し、島は転機を迎えていた。

その担い手として名乗りを上げたのが「藤田観光」である。昭和42年には、海水浴場やキャンプ場・レストハウスなどを備えた「無人島パラダイス」をオープンし、人気を博した。しかし、国立公園の規制が新たな開発を阻み、さらに48年のオイルショックが追い打ちをかけた。10年間、藤田観光が所有したまま開発が止まり放置された。三宅町長は、次の10年間新たなパートナーを待った。様々なオファーもあったが、開発のイメージがあわないなど、信頼できるパートナーはみつからなかった。

1985年、「瀬戸内海の島に世界中の子どもたちが集える場をつくりたい。」との思いを抱いていた福武書店（現在のベネッセコーポレーション）の創業社長福武哲彦氏と、町長が会談を行った。両者は互いの思いや夢に共感し、「この人とだったら」と直島開発の約束が交わされた。

この約束を契機に、「直島文化村構想」を発表、直島国際キャンプ場オープンと、島が動き出すのである。



その3. 成功の萌芽 ～点から線へ 二人三脚のまちづくり～

1997年、本村地区の“角屋”という葺も落ちかかったボロボロの家屋が売りにだされ、これを何とかできないかと、町はベネッセに相談した。現地を見ると、建物としてはボロボロだけど、よくよく見るとかなり柱もしっかりしているし、それなりの価値の建物だろう。これを再生してみようじゃないか。と、これが、「家プロジェクト」の始まりである。

地域の人々に、古いものを残す参考事例として「外観は古いものを残しながら、内部に関してはどんな使い方もできる。」という一つの見本を作ろうという思いが生まれたのである。そうして、角屋が98年、南寺が99年に完成した。

家プロジェクトが1軒だけの時は点だったが、南寺ができた時に線となった。そうすると、人が歩く流れができる。外からの人の流れが、地元の人に町並みを意識させることになっていく。これが、3軒・4軒となった時点で面となり、街並みを美しくして行こうという一つの意識につながっていった。

一方、町は住宅マスタープラン（HOPE計画）の中で、「直島町は、本村地区を古い町並みを残し景観を整備する地区」との位置づけを織り込んだ。つまり、ベネッセは、まちづくりについて、「家プロジェクト」で半歩先を行くが、町もこれは民間が勝手にやっていることではなく、住環境計画との整合の中で、民間の活動実態があるとしてHOPE計画において裏づけをしたことにより、次の「家プロジェクト」の展開へとつなげやすくなる。このようにして、ベネッセと町は、民間が少し先行し、それを行政が裏づけをするという形でバックアップし、二人三脚でやってきた。

ベネッセが直島で活動を始めた当初は、島の人たちの中には「ベネッセは本当にずっと直島でやっていく気があるのだろうか？」と、疑問を持つ人も多かった。「藤田観光も、10年は続けた。ベネッセはどうか」と。活動が10年を越え、更にベネッセハウスパークをオープンさせた頃には、「本当にこの島でやる気なんだ！」と、ほとんどの島の人たちに受け入れられた。

まちづくりや地域再生に『企業』が取組む際には、企業自らの意思を持って島の中で何かやろうとすることも大切ではあるが、それ以上に、それを受け入れる地元側の強い思いが重要となる。ベネッセアートサイト直島のこれまでを振り返ったときに、いつもその時々で考え、企業と地域がコミュニケーションを図りながら歩んできた。明確な目標、具体的な展望を見据えながら活動をするだけでなく、「アートの場として極めていくこと」、「成長し続ける回路でいくこと」、「小さくてもいいからやめないで続ける」という意識を絶やさず、これからも歩み続ける。

その4. 呼応する企業と町 ～屋号計画とのれんプロジェクト～

2001年、町としても「民間がやっているだけでは面白くない」「行政もやらなければ」という気持ちがあり、ハードの整備は大きなお金が必要で難しいので、ソフト的なところで動きは始める。

町では、以前から家の呼称を言い回しの良い「でんさく」「おおみやげ」などと屋号で呼び合っていた。しかし、昭和に入って新築する家が増えると風習は自然と消滅した。

町が、住民から景観整備に伴うアンケートをしたところ、表現や呼び名が非常に面白い屋号が多かったから復活させてほしいなどと要望が多かったため、町を挙げて取組むことに決めた。こ

れが、「屋号計画」である。

同じく、2001年にベネッセは「スタンダード展」を実行し、この中で「のれんプロジェクト」を始め、13軒の家の玄関に染織家・加納容子さん制作の「のれん」を掛ける。このプロジェクトは、徐々に島の人たちにも広がり、自分の家にも「のれん」が欲しいという人が出できたので、町の助成金を受けながら、ベネッセ、「のれん」の持ち主も自己負担するソフト事業を立ち上げ、2008年までに31軒が参加している。まちなみに統一感のある「のれん」を掛けるだけで、町並みがお化粧をし、美しくなる。また、「のれん」を掛ける人にも、「今日はお客さんが来るから掛けようか」「今日はしまっておこうか」とハレとケの日を演出する楽しみやまちなみづくりに参加している意識を生んでいる。

「家プロジェクト」だけでは、面白みが少ない。そこに「屋号」や「のれん」が加わり、人が訪れる。企業が少し先行し、それを行政が裏づけ・バックアップし、行政なりに何かひとつプロジェクトを実行する。そこに賛同者が増えていくという構図が、うまく展開していった。



その5. ターニングポイント ～まるやと地中美術館～

「2004年というのが、一つのターニングポイント。」

と笠原氏は語る。4月、本村地区に“まるや”というカフェがオープンした。これは、一人の女性が、直島に魅せられ、本村地区で“カフェ”を展開するという相談を、手紙にしてベネッセに送ったことに始まる。

当初、“まるや”のオープンについては、地元の人の中に賛否があり、新しいものに抵抗感を示す人もいた。笠原さんは、「“まるや”の成功は、島のために絶対良いことだ」「新しい人が来て成功するという事は、直島にとって大切なことだ」と、協力をお願いした。

ベネッセは、資本などで直接的に何か手を出すわけではなく、これまで“町”がしてくれたように、“民”と“民”で緩やかにバックアップする関係となり、現在では同様のお店が7・8軒できている。

また7月には、地中美術館をオープンさせて、島の観光入り込み客が急増した。地中美術館が開館する前は、まちなみの建物に少し目を光らせていて、ある一定のテイストを守るためには、良いものを作り、悪いものを排除するというのがあるが、悪いものを排除するときに強制力が無い。そこで、具体的に何かをしたわけではないけれど、家プロジェクトや地中美術館が出来たあとは、少々色々なものができてもいいかなという気持ちになった。アートの島としてのクオリティはある程度担保されたと思えた。

門前町で例えるならば、地中美術館がアートによる神域を形成し、その周辺に“まるや”みたいなものがたくさんできてきて、賑わいがすそ野へ広がっていくのが良いと思う。

その6. 地域住民の意識が変わる ～伝えるべき資源、守るべき資源～

笠原さんは当初、直島で活動を行っていくにあたり「直島町史」を読んだ。町史を読んでもわ

からないことは、郷土史家で県や町の文化財保護員の委員長をされている高橋さんに尋ねた。高橋さんも、それに答えようと一生懸命勉強し、歴史議論を重ねた。歴史を知ると、それを人に伝えたいくなる。この活動によりいろんな人のつながりが生まれた。同時に、本村地区での活動もあわさり、強いつながりとなっていった。高橋さんが「歴史の勉強会」をはじめ、そのグループが現在では、観光ボランティアガイドの会と成長をとげている。

ベネッセが直島で活動を始めた頃、島では“架橋運動”がおこっていた。それが、今では「橋は要らない」という人のほうが増えてきた。

“橋がない島へ訪れる人がいる”ということは、ほかの観光地と比べて目的意識を持って船に乗って、足を運んでくれる人がいるということである。橋を渡ってふらっと行ける場所ではないので、“船に乗る”という行為は、本当に直島へ来たいという人をふるいにかける効果がある。

そして島の人も、わざわざ来てくれているのだから、もてなしてあげたいという意識を持つ。

「島だから価値がある」

「島であることが重要な地域資源である」

ということに多くの地域住民が気づき出したのである。

自らの地域を学び、多くの人々の評価を知り、その結果、直島が伝えるべきもの、守るべきものが明確に意識されてきたと言えるのであろう。

3.2.3 取組指針(案)の策定

(1) 取組指針策定の目的

課題を抱える地域が風景づくりの活動を進めるに際して、「地域の魅力の再発見」から始めるための具体的コツやポイントを示すことが重要である。

また、有名な観光地などの資源だけでなく、地域住民の人々が日常の生活環境にある魅力を発見し、それを地域の魅力として認識し、保存や育成していく取組みを始めることができるようにすることが大切である。

そのため、本取組指針は、風景づくりに係る活動がうまく展開されている地域の状況を「人」に着目し、以下の点が分かりやすく理解できるよう整理する。

- この指針を読むことによって、風景づくりの原則や手順を学ぶことができる。
- 風景づくりのより現実的な課題(たとえば、保全活動に必要な活動資金や人手の確保など)を抽出し、それをどのように乗り越えていくとよいかを、成功事例を交えて示す。
- 単なる施策アイデア集ではなく、各段階における「人の動き」に着目した内容とする。

こういった各地域の状況に応じてどのような活動を、どのような姿勢で行えば良いかを示す取組指針を取りまとめる。