

第二部

地域プライドによる
地域づくりフォーラム

地域プライドによる地域づくりフォーラムの概要

【テーマ】

地域プライドを活かした地域づくりとは
- グローバル化の急速な進展、人口減少・高齢化、地球環境問題など、現代人の生活が大きく変化してきた時代のなかで、「地域への誇り」や「美徳」というものが失われつつあります。本フォーラムは、地域固有の歴史・文化資源により築かれ、受け継がれてきた地域固有の歴史的精神文化（＝歴史的地域プライド）を継承し、地域プライドを活かした地域づくりを進めるアプローチとします。

日 時：平成 18 年 2 月 20 日（月）

13：10～16：30

場 所：ホテルルポール麹町

（東京都千代田区平河町 2-4-3）

主 催：文部科学省、文化庁、国土交通省

【次第】

開会あいさつ

文部科学省生涯学習政策局政策課長 大槻達也

基調講演

『歴史的地域プライドを活かした地域づくりへ』

東京芸術大学音楽学部教授 枝川明敬

事例発表

近江聖人中江藤樹の教えによる地域づくり

近江聖人中江藤樹記念館館長 中江 彰

地域の歴史と教えを誇りに「あいづっこ宣言」による地域づくり

会津若松市立会津図書館館長 野口信一

奥州藤原文化の保存と世界遺産登録をきっかけとした地域づくり

平泉町世界遺産推進室 伊藤孝志

旧後藤家商家の保存をきっかけとした地域づくり

NPO高城歴史文化のまちづくりフォーラム 鶴田 勝

パネルディスカッション

『地域プライドによる地域づくりのあり方と展望』

コーディネーター

高崎経済大学地域政策学部長

大宮 登

パネラー

国立民族学博物館文化資源研究センター長

石森 秀三

東京芸術大学音楽学部教授

枝川 明敬

サントリー次世代研究所部長

佐藤友美子

立教大学観光学部教授

安島 博幸

開会あいさつ

文部科学省生涯学習政策局政策課長
大槻達也

ご紹介に預かりました文部科学省生涯学習政策局政策課長の大槻でございます。本日は、「地域プライドの地域づくりフォーラム」という大変分かりにくいテーマにもかかわらず、大勢の皆様にご参加いただきまして、大変ありがたいと思っている次第でございます。また、検討委員会の委員の皆様、また、関係自治体の皆様には、多大のご協力、ご多忙の中で賜りまして、誠にありがとうございます。この場を借りて感謝申し上げます。

さて、今回のフォーラムの背景には、平成17年度の国土施策創発調査ということで実施しております「地域プライド創発による地域づくりのあり方に関する調査」というものがあるわけでございます。その成果を本日は発表させていただいて、皆様からのご関心に添いたいということでフォーラムを開催したわけでございます。

現在、地域の特性というものが薄れがちになっているわけでございますが、しかしながら、日本には北から南まで多様な文化が根付いているわけです。そして、金太郎飴のような画一的な文化、地域社会ではなく、それぞれの地域の伝統というものがあるわけでございます。そのようなものに対する再発見、地域への誇りと地域プライドということはそういうことなのかもしれませんが、そのようなものを取り戻していただいて、あるいは、再発見していただいて、そういったものを学ぶことを通じて、地域づくりに参加していただきたいということが根底にあるわけです。



今回の調査におきましては、地域固有の歴史や文化、民族を再発見して、これらの文化資源を受け継いできた、そういう地域精神、あるいは、歴史的な地域プライドというのを発掘して、地域プライドによる個性ある地域づくりのあり方を検討することがテーマになっているわけでございます。地域づくりといいましても、多様な切り口があるかと思いますが、フォーラムでは皆様に歴史的な地域プライドによる地域づくり、そういう取り組みについて一層ご理解いただくとともに、各地でそうした地域づくりが、さらに促進されるということをご期待しているところです。簡単でございますが、私のあいさつをフォーラムのご紹介がてら述べさせていただきました。今日はよろしくお願ひいたします。

基調講演

「歴史的地域プライドを生かした地域づくり」

東京芸術大学音楽学部

枝川明敬教授

(スライド1参照)

ご紹介を受けました東京芸術大学の枝川です。先ほど大槻課長から、地域プライドは分かりにくい概念であるというお話がありました。私といたしましては、もちろん本調査の検討委員会における「地域プライド」に対する考え方も踏まえておりますが、私が個人的に考えている「地域プライド」を少しご説明いたしまして、それから、「地域プライド」を活用した地域づくりといったお話を限られた時間ですが、お話ししようと思います。パワーポイントを使わせていただきますが、資料につきましては、既に白黒でちょっと恐縮なのですが、お手元についているかと思しますので、ご覧になっていただければと思います。

(スライド2参照)

まず、「地域プライド」ということですが、「地域プライド」という言葉の中の「地域」という言葉が結構大切だと思います。「地域」というのは一体なにであろうということについて私が考えますところ、「地域」というのは単なる広がりというのでしょうか、物理的な大きさというのでしょうか、そういったものだけではありません。「地域」というものの一つは物理的な条件であります。気候とか、あるいは、道路であるかもしれないし、あるいは、山であるかもしれないし、川といったような自然条件ですね。こういった所与というものが、はじめから大体与えられています。これは大きく考えると日本とアメリカとは違う。日本でも瀬戸内海と日本海側は違うだろうということがあるわけです。このようなものを和辻哲郎という人は戦前に「風土」というふうに呼んでいたわけです。それともう一つは、そこへ住んでいる「住民」のことを指します。「住民」の資質と(パワーポイントに)書いてありますが、「住民」の考え方であるとか、性格であるとか、その人たちの活動、あるいは、そのようなものに対して自分はどう考えるのかといったような考え方も

合わさりまして、何か地域固有のものが出てくるのではないか、これで「地域」というものが形成されているというふうには私は考えるわけです。

逆にそういうもので「地域」が形成されてきますと、「地域」が住んでいる住民の考え方などに影響を与える。それが地域の固有性を生み出すといったサイクル的に回っているということがあるのではないかと思います。

実はこの地域が影響を与える2つ(物理的気候的条件(所与):風土と住民の資質、活動、アイデンティティ)のうちの1つに「住民」が係ってくるわけで、「住民」がいなくては「地域」というものは形成できないということが分かるわけです。

数ヶ月前だったでしょうか、NHK テレビで地域が崩壊するというのが放映されたことがありました。

(スライド1)



(スライド2)



この例でいきますと、秋田県の山奥だったかと思いますが、過疎というのは通り越している。つまり、人がいなくなりました。人がいなくなると、高齢者もだんだんお亡くなりになり、また、高齢者だけでは暮らしてはいけないということで、どこか他所に行かれるわけです。そうすると、200年間ぐらい続いた神社を壊し始め、当然神社のお祭りとかそういったものなくなるわけです。ですから、犬や猿や猫が、別に「地域」を形成している もちろんその中で住んでいますけれど わけではない。つまり、人がつくっているわけです。物理的なものだけでは成り立たないのです。だから、「住民」というものが極めて大事になってくるということになります。

また、「地域」というものの大きさはいろいろ広がり考えることができます。県ぐらいの大きさに広がることも考えることができるだろうし、国ぐらいに広がることもできるし、もうちょっと小さく市町村レベル、部落的などころまで、狭めることもできるかもしれない。ですから、「地域の固有性」というものが当然出てくる。

現在、「地域の固有性」というものにつきまして、非常に大事といいますか、別の観点から非常に役に立つものだと考えられています。どのようなことかと申しますと、一つは、この「地域の固有性」の上に「住民」が乗っかっているわけですから、例えば、これをお祭りなどに活用したり、あるいは、お祭りのために人がやってくるということになりますと、地域が活性化したり、場合によって経済的な波及効果が生み出されます。ということは、今までの経済学では考えなかったような効果を生み出してくるわけです。したがって、これを「文化資源」、あるいは「文化投資」というふうに呼ぶことがあります。投資というのは、何かお金をかける、手間暇をかけると見返りがあるということです。資本という考え方がありまして、こういう「文化資本」に手心を加える、ものを加える、お金でも人でも時間でもいい。そういったものを投資と考えまして、それから見返りがあるのだということがいわれています。

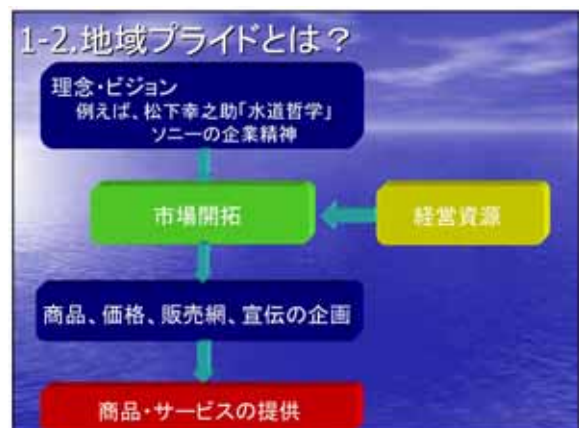
一方、反例といたしまして、ちょっと見にくいかもしれませんが写真があります。これは「越中富山

の風の盆」という、有名ですね。実は、地域的な、地域の固有性を満たすということは、「地域」というものが極めて大事になってきます。「風の盆」というのは、越中富山です。それを2年ぐらい前から東京の墨田区が向島でこれを開こうとしたのです。そうすると、風の盆をやっているところからクレームがついてしまった。なぜか。「風の盆」というのは、越中富山の固有の文化なのです。つまり、その特徴的な地理的な条件、気候、風土、そういったものの上に住んでいる人たちが作り出した1つの文化活動なのです。それが全然縁もゆかりもない、気候も何もかも違うような向島でやっても意味がないということです。これと同じように、今いろいろなお祭りを東京とか大阪とか大都市に持ってきて開こうとしています。これは人が集まるかもしれませんが、しかし、そうなってくると地域の固有性はどうなるのだということで、一つ問題提起したいと思います。(スライド3参照)

そこで、「地域プライド」というお話に移っていくわけですが、ここで企業の話の説明します。ちょっと違うかもしれませんが、この方が分かりやすいと思うので。

まず、企業についてですが、企業、会社というものには、理念、ビジョンというものがあります。例えば、松下幸之助さんの「水道哲学」。これは松下幸之助さんがナショナル、松下電器を作るときに、どういうことを考えて松下電器を作ったかといいますと、水道というのは、日本ではどこへいっても水道が引かれています。出る水というのは、誰でも飲むことができ、しかも安い。これと同じような

(スライド3)



考え方で、しかも水道の水というのは、生活に必要な不可欠。だから、松下幸之助さんは生活に不可欠な商品を、安く全国に普及させようと考えたわけです。二股ソケットとか、いろいろなものを作られたわけです。一方、ソニーというのは1946年にできます。そのときはソニーという名前ではありませんでしたが、ソニーを作った井深大さん、現在は亡くなられていますけど、その方はどういうことを考えたか。実はソニーの井深大さんは松下幸之助さんとは違いました。科学技術とか研究成果とかを商品に活かそうと考えた。この2つ考え方が違いますね。つまり、松下幸之助さんは消費者の立場から考えているわけで、ソニーの方は、何か研究的な技術的な成果を製品に活かそうと、製品の方から物事を考えています。当然、社風というのでしょうか、会社の理念というのが違ってきます。だからこそ商品展開というものに影響を与えてくるわけです。

いろいろな会社の中で商品を作ろう。開発しようといったときに、松下さんならどのように考えるか、井深さんならどのように考えるかというのが影響を与えるわけです。それで、商品・サービスというものが、それぞれ松下とソニーとでは違ってくることになる。今度は、そういう商品を作ったということで、理念・ビジョンにまた繰り返しに来るわけです。そういうことがぐるぐる回ることによって、先ほど言いました社風、会社の風土というものができてくるわけです。

(スライド4参照)

それと同じようなものなのですが若干違います。ちょっとうそを言っているかもしれないけども、比較的分かりやすく説明するために企業の話をしました。したがって、パワーポイントを見ると、地域の郷土に対するいろんな理念ですが、会社というものは人が作るもので、会社には人が集まってくる。あるいは、英語でカンパニーといいます。カンパニーとは「仲間」という意味です。人が集まってなんかやろうっていう団体ができたのです。ところが、会社を最初作った人が、先ほどいったように松下さんにしても井深さんにしても、こうやろうっていうことを、まず理念として掲げるわけです。ところが、先ほどいった地域の郷土に対する固有の理念、精神

的な活動というものは、風土の上に人が暮らしているうちにだんだんつくられてくるものです。これは企業と違って、やろうとってできるものではないのです。だから、企業とは違うのだけれども、そういった理念が地域にはあります。「地域の資源」と書いていますが、人がいたり、物があったり、金があったり、情報があったり、時間があったり、あるいは、戦略という偉そうなこと書いていますが、戦略というのは何かというと、何と何をいつの時期に組み合わせ、投入しようかという意味なのですけれども、そのような地域のいろいろ利用できる、ちょっと資源というと、あまり言葉はよくないかもしれませんが、そういったものです。それらが合わさりまして、多様な地域の活動、創造活動、例えばお祭りであるとか音楽であるとか、そういうものができてくる。これはどうもこういう考え方をみますと、先ほどパワーポイントでお見せしました企業の考え方にすごく似ています。ただ、理念のところだけが人がつくったのか、自然に発生してきたのかという違いであろうと思います。この理念というものもお祭りなどをやっているうちにぐるぐると回ってしまうわけです。どんどん地域の理念というものができてくる。ここで大事なことは、繰り返すようですけれども、「地域」の上に人が乗っかっているわけです。だから、ぐるぐる回るには時間というものが極めて大事なのです。

昔の江戸時代のように、あるいは、戦前もそうだったかもしれませんが、昔は人の移動があまりないですね。そうすると、こういうものは育ちやすいのです。ところが、現在の都市部を中心とし

(スライド4)



で行ったり来たり人がしていますね。よくいえば交流人事が盛んというわけですけども、そうなりますと、なかなかこういうのは取り組むことができない。それはお分かりかと思うのです。企業でもそうですよね。出たり入ったり社員がしていたら、なかなか企業風土もできない。同じだろうと思うのです。

(スライド5参照)

そこで、どのようにして、日本の文化、地域文化というものが作り上げられてきたのかというのを、少しお話ししようと思います。これは地域との兼ね合いということです。今回の国土施策創発調査「地域プライド創発による地域づくりのあり方に関する調査」では、大体、江戸期を中心に明治期以前ぐらいのお祭りであるとか地域の文化活動といった、遺跡であるとか偉人であるとかいうのを調査したわけです。というように、現在の地域の歴史的な遺産は、ソフトウェアもハードウェアも含めまして、大体、江戸期に完成しているのです。どうしてかと申しますと、江戸時代というのは、各地域からいろいろなものが来る。例えば、江戸だけではなく、大阪もあった京都もあった。それ以外に、土地に三百諸侯いたといわれていますけど、いろいろな大名たちがそれぞれの地方都市での非常に多様な文化、芸能、芸術といったようなものを盛んにした。例えば、お城があったところなんか行きますと、伝統的な和菓子っていうのは結構あります。そのように、それぞれの諸大名が、それぞれの地域でいろいろな食文化も含めまして、文化を育ててきたということがあるわけです。

一方、江戸との参勤交代により、江戸の文化というものを地方都市に持ち帰ったということもあるわけです。でも、一方で、農民の逃散とかを防ぐために藩があまり人を出しません。したがって、先ほどのパワーポイントを見たように、人の移動が少ない。したがって、地域固有の文化というのが育ちやすいということがあったわけです。例えば、松坂といったら失礼ながらそんな大きい都市ではないのですが、松坂とか萩という所では、有名な本居宣長、吉田松陰、それから、秋田の安藤昌益、後から例示しますけども、岡山県の高梁市というところの山田方谷といったような方も出ている。これは教科書に出

るぐらい有名な学者です。そういう人たちが、実は今で考えれば、地方の中小都市に居住しまして、それなりの学問業績をあげていたわけです。今の言葉でいうと、地域からの発信ということでしょうか、そういったようなことをやってきたわけです。

(スライド6参照)

ところが、明治になりまして、これが大きく変化します。何の変化かといいますと、工業化というのがすごく大きいのです。工業化というのは、均質かつ安価な製品を広範囲に配布する生産拠点の集中化、要するに大量生産、大量販売ということです。ここで、皆さん気がつかれていると思うのですが、昔は家内制手工業です。その地域で生産されたものは、大体その地域で消費するというのが当たり前です。ところが、明治になりまして、都会部、あるいは都会部ではなくても田舎に大きな工場を作って大量販売していこう、大量生産していこうとなる。これは実は企業の原理というものです。経済学というものは、効率化というのを求める。そうすると、集

(スライド5)

2-1. 我が国の(文化の)歴史
(地域との兼ね合いで)

江戸時代まで

- 伝統文化は江戸時代までの日本の各地域から生み出された
(全国的な拠点として、江戸・大阪・京都...
都市は文化の保存機能を持つ個性的な気風)
- 土地の大名による地方都市での文化、多様化
(学問のみでも松坂の本居宣長、萩の吉田松陰、
秋田の安藤昌益)

(スライド6)

2-2. 明治時代以降

大きい変化

工業化⇒
均質かつ安価な製品を広範囲に配布する生産拠点の集中化

インフラの衰退
↓
多様な文化財の輸入 → 文化・生産と消費の一元化
海外文化を東京を中心に輸入

↓
芸能や芸術の衰退と
コピー文化の興隆

↓
地域での文化の衰退

中的に集めた方が絶対的に良い。少量ずつ作るより大量集中的につくった方が1個あたりの単価というのが安くなります。しかも、工業化だけではなくて、実は文化財、別にハードウェアだけではなくて、絵の描き方でもいいと思います。音楽というのでもいい。私がいる東京芸大というのは、実は明治期にできた音楽学校であり技術学校です。これは黒田清輝とか、そういった人たちが西洋文化を持ち込んでくるわけです。そうしますと、当時できた学校は東京中心です。そこを窓口としまして、西洋文化が広がり流行ってくる。それが地方の方へ流れていくといったような、ちょうど工業製品と同じようなことが行われた。ところが、江戸時代は全然違います。江戸時代は、三百諸侯なら三百諸侯が、それぞれ芸能とか文化とかいうのを生み出している。ところが、明治期になって、西洋文化だといって、それらが日本へ入ってきて、各地にブワッと広がっていくことになります。そうしますと、地域の芸能や芸術だといったものがどのようになるのでしょうか。衰退していく可能性がある。特に衰退していったのが、個人的な技能によるものです。つまり、集中的に団体でやっているものは、まだ抵抗できます。ところが、個人で細々とやっているものはやられます。

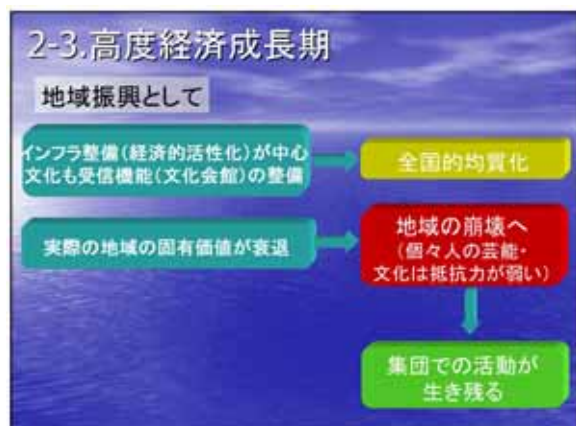
もう一つはコピー文化というのがあります。これは科学技術の進歩と関係あるのです。写真ができます。写真で同じものが何枚もできます。映画は今まで生で、歌舞伎だ、芸能だって見ていた人が、映画を見るようになります。映画だとおそらく均一のものが広がります。これは僕の専門分野の一つなのですが、江戸時代にできた劇場、芝居小屋というのは、3000ぐらいあったようなのです。それが、明治期になるとどんどんなくなります。それで、次に、松竹というような会社ができてくる。次にその松竹は、実はそれぞれで歌舞伎であるとか伝統芸能はやりません。生のものを見せるとお金が高いのです。人を雇ってこないといけません。したがって、映画をやるのです。1900年ぐらい、今から100年ぐらい前、映画ができると、これら劇場や芝居小屋が映画館になるのです。私が生まれた町では、昔、朝日座というのがあった。これは芸能をやる芝居小屋だった。座とかついているでしょ。ところが、映画館なのです。

したがって、そのようなことが20世紀の最初に行われると、全く東京と同じような、あるいは、大都市と同じような文化を享受するということになります。そういうことで、地域の活動を支えていたインフラといいますが、それがだんだん衰退してくるわけです。結果的に地域の文化が失われてくることになります。

(スライド7参照)

それで、高度経済成長まで飛んでしまいましたが、そのような状況がずっと続くわけです。高度経済成長期では、そのようなことを国の方が始めます。インフラ整備というか経済的な活性化、地域と都会との格差是正というのが起きようになってきます。国土開発計画というのもできてきます。経済的な格差を是正しないとイケない。その次出てくるのは、文化的な享受の機会、都会と田舎とは違うではないか。これもやれという話になります。実は私、役人をやっていたとき、こんなことやっていたのですけど、文化の受信機能といって文化会館を全国各地に展開する。そこへ、都会の芸能団体とかいうのがぐるぐる回る。これはツアーリズムといいますが、そういったことを、これも一つの全国の均一的な文化です。そういったことが行われるようになります。これはどういうことかといいますが、地域の固有価値、地域の固有性というのが失われてきているということです。よく考えてみると、地域の固有性が失われたということは、最初、最近の学問的分野ではという話をしましたが、地域の固有性があることによって得られる経済的な価値というものは、この時期になくなってきたということになるわ

(スライド7)



けです。

(スライド8参照)

そういうものが高度経済成長でしたけれども、そこへきてオイルショックです。1974年でした。ちょうど私は学生時代でトイレトペーパーがなくなるとかいうので走り回った。ちょうど大学でもトイレからトイレトペーパーを盗む学生がたくさんいた頃であります。その後で、反省を言うのです。「経済一本やり、しかも高度経済成長的な考え方はまずいのではないか」と。そのとき出てきたのが、“地方の時代”とか“文化の時代”、当時の大平総理が提唱したのですが、もうちょっと前から大都市部の知事さんを中心にこういった考え方が出てきました。つまり、産業振興のみへの反省。その裏には公害とか労働過重ということもあったわけなのですが、今までの高度経済成長、先ほど文化会館の整備といったように、地方というか地域の人たちは、受信だけ、テレビと同じです。一方的に受け取るだけで、自らがなんかやろうということがなかなかできにくかったわけです。ということは、地域の固有性が失われる。そういうものから送信しよう。受信から送信へ、発信へということがいわれるようになってきて、次はレジャーだ、開発だということで、どこかの開発センターがなんかいうのもできるようになったりして、文化活動が注目されたのはこの頃からです。これは地域の方から新しくできたものなのですが、湯布院での映画祭とか、草津音楽祭といったように、地域と直接は関係ない、固有性とは関係ないのだけれども、何か自分たちで文化活動をやっているという気運が盛り上がってまいります。これもいまだに続いているものもあります。

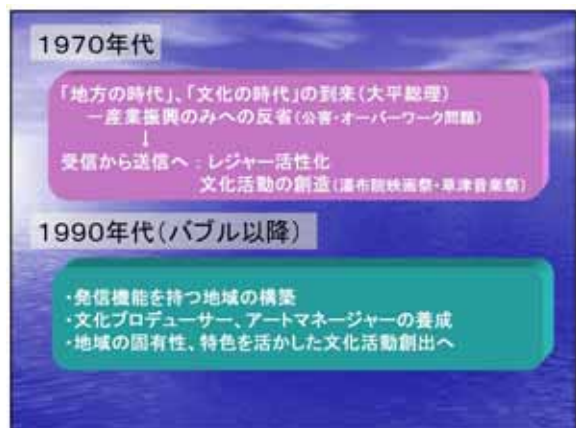
そういうものが盛り上がってきまして、1990年代、今から十数年前バブルがはじけました。それから、発信機能と送信機能、単なる送り出すだけではなく、双方機能を持った受信も発信もできる地域の構築といったものがいわれるようになってきました。むしろ、これは地域活性化のなところ、経済的波及効果、観光に役立つということもあった。でも、それだけではなくて、何か埋もれている、今までの地域にある伝統芸能であるとか、先ほどいった文化資源というものの、それに対して文化資本という考え方をしま

して、何か手心を加えようよと。われわれの生活も豊かになるのではないかという考え方が出てくるようになりました。それが地域の固有性、特色を活かした文化活動につながる。なお、そこで大事になってくるのは、みんな地域で働いている人ばかりですから、実は何もできないのです。だからこそ、いろいろなプロデュースをやる人とか、アートマネージャーという人が出てくるようになったわけです。

(スライド9参照)

ここに少し例を挙げました。これ(上段の写真)は山田方谷さんという高梁市の事例です。次に事例発表者がいらっしやいますので詳しくは言いませんが、これ(下段左の写真)は私の故郷のこのような建物を今まで大事にしています。これ(下段右の写真)は飛騨国際音楽祭という新しい文化発信という事例もできています。

(スライド8)



(スライド9)



(スライド10参照)

最後にまとめということで、私の提案にいきいたいと思います。ハンナ・アーレントという人がいます。この方はユダヤの人で、ナチスにいじめられましてアメリカに移住した方ですが、哲学者兼社会学者といってもいいと思います。もうお亡くなりになったでしょうが、90歳ぐらいまで生きておられました。その人が『人間の条件』という本を書いています。1960年ぐらいだったと思います。その中で、人間の活動を「レイバー」、「ワーク」、「アクション」の3つに分けています。「レイバー」とは“労働”と訳します。動物として生きていくために、皆さんは水を飲んだり、食事をしたりしなくてはなりません。つまり、生きていくためには何かしらの“労働”をしないとお金が入ってきません。やむを得ないのでやるという感じです。それに対して「アクション」とは“活動”と訳します。これは実は生きていくためだけではなくて、共同体を自分たちで作っていく。地域社会ならそのような共同体の共通利益のために行う行動、しかもそれが自分の活性化であるとか幸福につながるような行動というものです。その中間的なものとして「ワーク」を考えるわけです。この3つに人間の行動というのを分けたわけですが、私はこれから大事になってくるのは「アクション」であろうと思っています。特に地域づくりにおいては、住民の自発的な活動というものが大事です。

(スライド11参照)

例えば、岸和田のだんじり祭りっていうのがあります。岸和田のだんじり祭りというのは、山車の練り歩きなのですが、そこでは職業一切関係なく、皆が対等で、次はお前がよく知っているからリーダーになれと。その人が全部仕切ってやるわけです。それが済みますと、また元に戻るわけです。そのときに誰も儲けることなんて全然考えない。こういうのをやりたいというのでやっているわけです。そういうようなことが大事であると思います。したがって、これからは地域で伝統芸能にせよ、なんにせよ、いろいろなものを発見できるところをやっていく。強制的にやるのは「アクション」ではありません。自らやる。それから、対等の立場で考える。で

きる範囲でやっていくというのが大事だろうと思います。

そのために行政は何をするかということかというところ、インフラ整備だと思っています。人を呼ぶ必要がある場合、交通が不便だとなかなか難しい。いろいろな情報をやりとりするための軸、それから活動する時間も少し作ってあげようよと。そのためには、ある程度所得も必要だから、産業を呼び込んできて、所得の向上みたいなものを図るべきじゃないでしょうか。

そういうことで、時間もきましたので、私のお話を終わらせていただきますけれども、どうか皆さん地域に戻られまして、ハンナ・アーレントのいったアクションというものの、関心ある方はその関係の本でも読まれて、少し応用されていただければ、非常に私としてありがたいと思います。ほんのわずかな時間でして、早口になって、皆さん聞き取りにくいという方もいらっしゃるかもしれませんが、これで終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

(スライド10)

3.まとめと課題

ハンナ・アーレント(Hannah Arendt)『人間の条件』

- レイバー(労働): 動物として生きていくための行動
- ワーク(仕事): 何かモノを作ることで、時間的に残っていくような制作行動
- アクション(活動): 共同体のため(共通利益のため)に行う行動、本人の幸福にもつながる

↓

地域づくりのため、住民によるアクションを!!

(スライド11)

アクションとは?

- 地域といった共同体の利益のため、住民が主体的に活動することが必要(公共空間ともいう)
- お互いに固有の価値を認めて行動する

↓

- 地域の固有価値の創造につながる地域づくりを
- そのためには、住民が活動しやすいインフラ(交通・治安・情報ネット・活動時間・所得向上)整備も必要: 行政の機能

事例発表

滋賀県高島市

テーマ：『近江聖人中江藤樹の教えによる地域づくり』

発表者：近江聖人中江藤樹記念館館長

中江 彰氏

市の概要：滋賀県の北西部、琵琶湖の西側に位置し、平成17年1月1日、マキノ町、今津町、朽木村、安曇川町、高島町、新旭町の5町1村が合併し、新高島市となる。人口約55,000人



福島県会津若松市

テーマ：『地域の歴史と教えを誇りに「あいづっこ宣言」による地域づくり』

発表者：会津若松市立会津図書館館長

野口信一氏

市の概要：福島県の西部、会津盆地の東南に位置し、東に猪苗代湖を境とする市。人口約130,000人



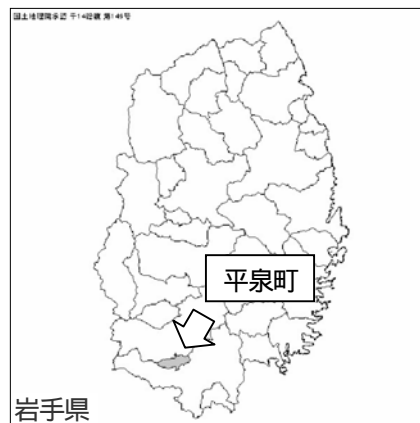
岩手県平泉町

テーマ：『奥州藤原文化の保存と世界遺産登録をきっかけとした地域づくり』

発表者：平泉町世界遺産推進室

伊藤孝志氏

町の概要：岩手県の南部に位置し、人口約9,000人のまち。中尊寺金色堂や奥州藤原氏の歴史史跡等がユネスコ世界遺産の暫定リストに登録されている。



宮崎県都城市（旧高城町）

テーマ：『旧後藤家商家の保存をきっかけとした地域づくり』

発表者：特定非営利活動法人高城歴史文化のまちづくりフォーラム

鶴田 勝氏

町の概要：平成18年1月1日に、都城市、山之口町、山田町、高崎町、高城町の1市4町が合併し、新都城市となる。旧高城町を含む都城市は宮崎県の南西部に位置し、人口約17,000人。旧高城町人口、約12,000人。



近江聖人中江藤樹の教えによる地域づくり

滋賀県高島市

1. 戦乱のなかの高島

琵琶湖の北西部に位置する滋賀県高島市。古代から、北陸と京都をむすぶ「西近江路」、若狭と京都をむすぶ「若狭街道」が通っていたが、高島独自の文化が育ったという歴史は見られない。ことに戦国時代の高島は、織田信長や木下藤吉郎が越前の朝倉攻めの際、逗留したほどに、至るところに山城・平城が築かれ常在戦場と化し、人々の心もすさんでいたであろう。

2. 中江藤樹

中江藤樹(1608-48)は、近江国高島郡小川村の農家の長男に生まれ、9歳の時から、サムライの祖父に育てられて、元服後、伊予大洲藩士となる。27歳の時、母への孝養をつくすため脱藩して小川村に帰郷。以後、41歳で亡くなるまでの後半生は、清貧な生活のなかにあつて学問と教育に身をささげた。住居に隣接して建てた粗末な会所(私塾藤樹書院)に、熊沢蕃山などの門人や近郷の人々が先生の教えをもとめて集った。

先生の学問は、二本の柱からなる。一つは、儒学(孔孟の学)・陽明学であり、サムライのための学問。もう一つは、人として至高のおこないの「陰徳」を、庶民のための学問として普及した。先生みずからも、陰徳を実践した逸話が数多く残る。「川に橋をかける」「そば屋の看板」等々。先生は研究や著述に明け暮れたのでなく、門人や村びとと苦楽をともにした草莽の学者であった。(註) 人の知られざる善行。

3. 馬方の陰徳

河原市宿の又左衛門は、ある日、加賀の飛脚の忘れた財布(金子200両)を見つけ、すぐに飛脚の泊まっている七里半さきの旅籠まで走り、届けてあげた。飛脚はそのお礼に15両の持ち金を差し上げようとしたが、馬方は一切受け取らずに家へ戻った。その帰りぎわに語った馬方の話。

「名ある者にあらず、また何一つ知れる者にあらず。ただ我在所に近所に小川村という所あり。此村に与右衛門という人おわして、夜ごとに講釈ということあり。某も折ふし行きて聞侍りしに、親には孝をつくすべし、主人は大切にすもの也、人の物は取らぬもの也、無理非道は行ふべからず、などいう事常々語り給うにより、今日の金子も我物にあらざれば取るべき理無しと心得し迄のことなり」(『東西遊記』)

4. 農夫の道あんない

ある武士が旅行の途次、藤樹先生のお墓に参ろうと、近くにいた農夫に道をたずねた。そこで農夫は、家にもどり羽織はかまの正装に着替えて、懇懇の態度で先生の墓所まで道あんないをした。驚いた武士がそのわけを聞くと、農夫は「先生のお墓へ参る時は、いつもこのようにしている」と答えた。

先生没後、190年過ぎた時の話。江戸の昌平覺教授・佐藤一斎(1772-1859)が藤樹書院を訪れ、その折の感懐を七言絶句に表した。

その最後の一節

「いまなお士民は礼讓に敦く、疆に入れば問わずして君の郷なるを識る。」(藤樹書院蔵)

5．藤樹書院の無人販売

浪人生活を送ることになった藤樹先生は、酒や薪炭の小売りを行ない、そのわずかな口銭と門人からの月謝で生計を立てた。なかでも酒の小売りは有名で、勝手口に酒つぼと杓を置き、お客みずから酒を計って代金を箱に入れるという販売方法であった。

ところで、ごく最近までの藤樹書院は、毎日玄関を開けておいて、だれでも自由に参観、記帳することができ、そこに売られている物品は、観光客が代金を箱に入れて持ち帰るようにしていた。このような無人販売を昔から「藤樹商法」と呼んだ。すべての人間には「良知」があるのだから、ひとの物を盗むといった悪い行ないはしないという藤樹先生の教えが、その根底にあった。

6．藤樹先生の教え

「善悪のむくい、谷にこえをあげるがごとくなれば、善を思い善をおこなうには、かならず善のむくいあり。悪を思い悪をおこなえば、かならず悪のむくいあり。これ誠に天地感応の妙理なり」(『鑑草』)
「善をなすは耕耘のごとし。当下の穀を得ざるといえども、必ず秋実を得る。悪をなすは鳩酒を飲むのごとし。即席の燕楽を得るといえども、必ず死期来たる」

このような思想は、『易経』の「積善の家には必ず余慶あり、積不善の家には必ず余殃あり」にみなもとを發し、明代において庶民の間に広まり、それを先生はいち早く注目した。

7．さまざまな取り組み

伝統行事として、藤樹書院の講書始め(1月11日)、常省祭(7月23日)、藤樹祭(9月25日)がある。前2者は『孝経』の拝誦と講話。藤樹祭は儒式の祭典。

学校行事として、小学3年生を対象とした「立志祭」(3月7日)がある。また小学校では、副読本『藤樹先生』(3～6年生対象)を使って藤樹教育を展開している。小学校には、藤樹少年像や藤樹先生石像が建てられている。さらに、小学生を対象とした藤樹神社の「新春書き初め奉納」がある。

市民対象事業として、中江藤樹フォーラム(8月、講演とシンポジウム)の開催。藤樹先生書道展(9月、公募展)の開催。原田龍二主演映画「近江聖人中江藤樹」(112分、文部科学省選定作品)のテレビ放映および上映会の開催、ビデオ・DVDの販売。高島藤樹会主催第1回「藤樹賞」の贈呈式(1月、映画監督矢田清巳氏)。その他、啓発冊子の刊行。

8．次世代に伝えるもの

藤樹先生の教えのうち、知識人層に好まれるスマートな「陽明学」よりも、むしろ人間としての行動規範の根底に、「陰徳」のたいせつさを普及することが、現在の日本人に求められているのではなかろうか。社会の秩序やものの価値観が混迷をきわめている現在の日本は、ある意味で江戸時代初頭の日本とよく似ている。先生は、そういう混沌とした社会のすがたを憂い、中国の思想であった「陰徳」を、わが国の庶民の心のなかに取り入れようとした。

9．先生の教えが受け継がれてきた背景

藤樹先生が亡くなられた時、村民はあたかも肉親を失ったような悲しみに包まれたという。村民の先生にまつわる言い伝えをつうじて、今日まで先生の教えが受け継がれてきた。ことに地元上小川の人たちは、今も「藤樹さん」と呼んで日常生活のなかで自然に語られている。先生の教えは取り立てて何をとくものでなく、いわば目に見えない「空気」のようなものといえよう。



近江聖人中江藤樹画像



藤樹書院の正門



藤樹書院・講書始めの『孝経』の拝誦



藤樹神社の新春書き初め奉納



立志祭



立志祭の藤樹かるた大会



映画『近江聖人中江藤樹』ビデオとDVD



市民参加のエキストラ



青柳小学校の藤樹少年像



小学校副読本『藤樹先生』



藤樹神社



藤樹先生墓所

地域の歴史と教えを誇りに「あいづっこ宣言」による地域づくり 福島県会津若松市

1. 町の紹介

会津藩 23 万石の城下町

- ・ 東北では仙台伊達家 62 万石に次ぐ都市

歴史的経緯

- ・ 明治元年：戊辰戦争
城下が戦場となり、1ヶ月の籠城戦の末降伏。3000 人の人が戦死、自刃
町の5分の4近くが焼け野原となり、旧藩士らは各地に散り散りとなる。
- ・ 明治 32 年：福島県下最初の市（若松市）が誕生。昭和 30 年に周辺 7 村と合併し、会津若松市となる。

産業面他

- ・ 酒、漆器、薬用人参。
- ・ 現代は富士通の工場が立地し、富士通城下町となる。
- ・ 平成 5 年、県立会津大学が開学し、多くの人材を輩出。

会津若松城下絵図



砲弾の跡が残る
鶴ヶ城天守閣

2. 地域プライドのコンセプト

会津のイメージ

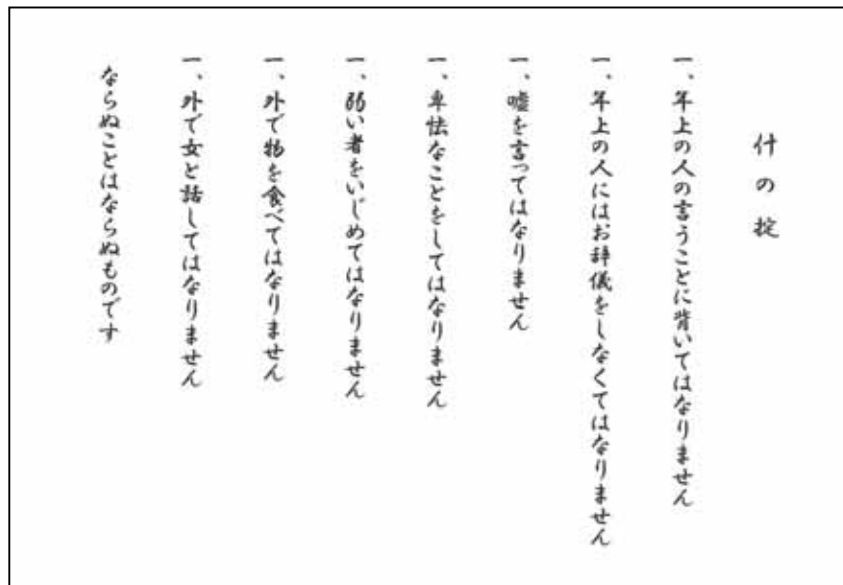
- ・ 「頑迷固陋」
頑固で融通の利かない性格
- ・ 「会津の三泣き」

転勤族の言葉で、

- ・ 会津に赴任してきた時、とっつきの悪さ、排他性に泣く
- ・ 慣れると人情の厚さに泣く
- ・ 会津を離れがたくて泣く

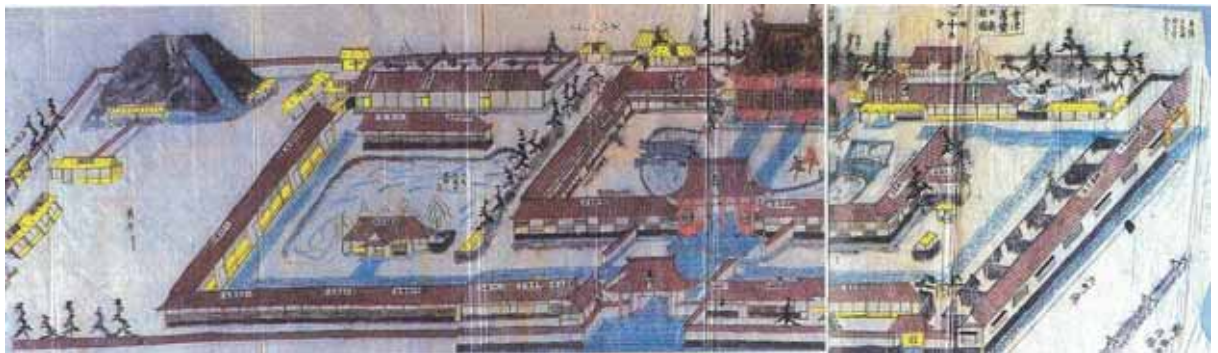
「ならぬことはならぬものです」... 什の掟

- ・ 侍の男の子は6歳になると必ず什という自分の住む地域のグループに加わる。
- ・ 10歳で藩校日新館に入学するまでの6歳から9歳までのグループ。
- ・ 年少者は年長者への礼儀と尊敬、同年者との友情を自然に身につける。
- ・ 武士としての日新館教育の前に、自然の遊びのうちに人の道、社会人としての基本を学ぶ。



日新館の教育

- ・ 10歳で入学する藩校日新館では、藩士皆教育、義務教育制度を採る。
- ・ 常時千人を超す生徒が文武両道の教育を受ける。



藩校日新館絵図



日新館での授業風景

3. 地域プライドを守り育て、受け継ぐための取り組み

図書館の建設

- ・ 戊辰戦争後の人材不足、戦災復興の時代、まちづくりは人づくり、何よりも人材育成が必要とされる。
- ・ 市民がいつでも学ぶことができる施設、学びの場と資料を提供する図書館建設に市民が立ち上がる。
- ・ 明治 37 年、日本の最初の市立図書館が開館。
- ・ 大正期までには、人口 4 万の都市に 4 館もの図書館(私立図書館が 3 館)が設立。

若松市立会津図書館



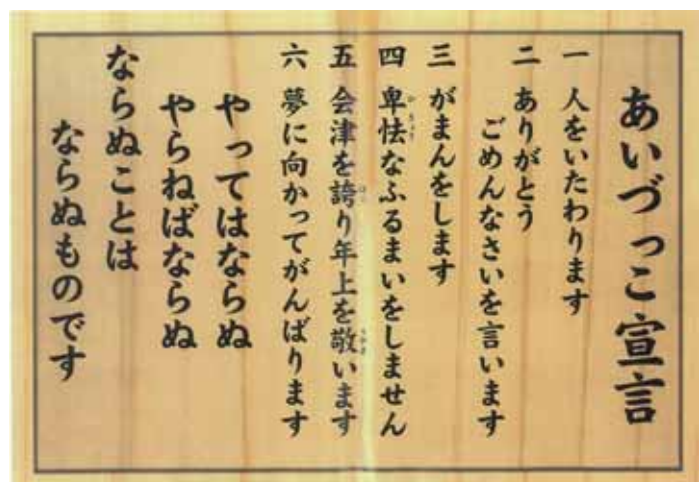
市史の編纂

- ・ 平成 11 年より 3 回目の市史の発行。(ビジュアル市史の刊行)
- ・ 市民も戊辰戦争頃についてはある程度知識はあるが、会津の長い歴史を十分認識しているとはいえない。
 一般向けと研究者向けを切り離し、一般向けに薄型大判のオールカラーで作成。内容も歴史、自然、文化、民俗の四部門全 25 巻構成。
- ・ 地域の歴史、来歴を知らなくては特色あるまちづくりはできない。
- ・ 市史を基にした小学生、中学生向けの副読本を作成し、総合学習の時間等で活用。



あいづっこ宣言

- ・ 現代版仕の掟「あいづっこ宣言」の策定。
- ・ 「あいづっこ宣言」を各学校や家庭に配り、子供の集まりなどで唱和し、理解と実行を深める。



4. 地域プライドによる地域づくり

長く地道に続けること

- ・ 歴史の勉強もあいづっこ宣言による教えもすぐに効果があらわれることではない。長く地道に続けることが必要。

ゆかりの地ネットワーク

- ・ 地域間交流として、全国各地の歴史的に会津と縁のある都市とゆかりの地ネットワークを結ぶ。

例：徳島県鳴門市



板東伊弉岐宮の資料が公開されている「鳴門市ドイツ館」(徳島県鳴門市)



街角各所に立てられた高札風の看板「あいづっこ宣言」

奥州藤原文化の保存と世界遺産登録をきっかけとした地域づくり 岩手県平泉町

1. 町の紹介

位置等

- ・ 岩手県の南部、東北地方のほぼ中央。
- ・ 人口約 9000 人。
- ・ 海と直結する北上川を流通経済の大動脈として奥羽を経営する要衝の地。

歴史的経緯

- ・ 1051～1062 年：前九年の役
- ・ 1083～1087 年：後三年の役
- ・ 1094 年、藤原清衡氏が平泉に居館を移す。
- ・ 中尊寺、毛越寺などを造成し、平泉藤原氏四代にわたり仏教を中心とした文化を誇った。
- ・ 1189 年、源頼朝氏が奥州征伐、「平泉の世紀」は終わる。



概況

- ・ 町内には特別史跡 3 カ所、特別名勝 1 カ所、このほか史跡・名勝が 4 カ所。
- ・ 現在の市街地は藤原氏時代のまちの上に存在するので、どこを掘っても遺跡があると言っても過言ではない。



2. 地域プライド

非戦の理念

長らく続いていた戦乱が終わり、奥州の覇権を握った藤原清衡は、蝦夷の世界と朝廷の世界の境界である衣川を越えた地、平泉に戦争のない理想郷を築こうとした。

そのことを中尊寺落慶供養で願文として読み上げたと伝えられる。

3. 地域プライドを守り育て、受け継ぐための取組み

地域プライドとして、史跡を守ろうとする意識

- ・ 史跡を守ろうとする意識は、ごく普通のこととして住民に伝えられてきた。
- ・ 長く水田として利用されてきたが、池の形状などそのまま残されてきたことがよくわかる。
- ・ 昭和48年から昭和53年にかけて史跡公園として整備した。



史跡とともにある生活

- ・ 市街地は、住居の建て替えの際などは発掘調査が行われる。
- ・ 40センチほども掘れば遺跡が出てくる。



国道4道バイパスのルート変更

- ・ 昭和63年に一関遊水地事業の堤防用地及び平泉バイパスの建設が事業化される。
- ・ 遺跡発掘調査が進むにつれ、住民を中心として遺跡の保存運動が行われた。
- ・ その結果、北上川の流れを100m以上も移動させることにより遺跡の保存がなされた。

整備前

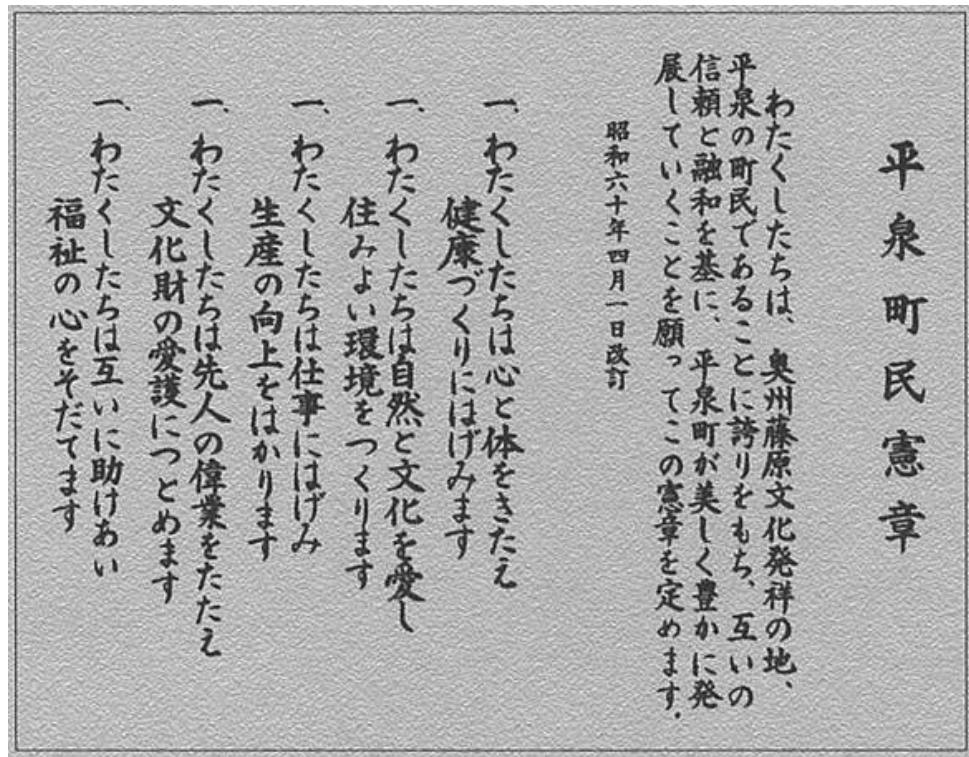


整備後



町民憲章

- ・ 奥州藤原文化発祥の地であることを誇りに持つことを憲章に盛り込み、まちづくりの理念に掲げている。



4. 地域プライドによる地域づくり

世界遺産登録の取り組み

- ・ 平泉藤原文化の遺跡が状態の良いまま保存されていることが世界遺産登録のポイント。
- ・ 当初は平泉町内の史跡等が対象であったが、隣接する一関市、奥州市内の藤原氏関連史跡も含めての登録を目指している。
- ・ 世界遺産登録をきっかけに町民意識のさらなる高揚。

ときめき世界遺産塾

- ・ 一関・水沢・千厩地域における小・中・高校生を対象に実施。
- ・ 地域プライドを受け継ぐ人材育成を進めている。



景観法に基づく取り組み

- ・ 平成17年1月景観条例施行。
- ・ コアゾーン・バッファゾーンについては建築等を事前協議し、許可制。
- ・ 看板等についても、規制。既存のものの撤去についてはお願いしている。

整備前



整備後



旧後藤家商家の保存をきっかけとした地域づくり 宮崎県都城市(旧高城町)

1. 町の歴史(東目街道と高城野町)

- 南北朝の時代、現高城町を中心とする地域は三俣院と呼ばれ、美田の広がる穀倉地帯であったため、在地の豪族たちにとって垂涎の地として幾度も戦場の地となった。
- その後、島津氏が土地を治め戦乱は収まり、薩摩藩の時代には、現鹿児島市から錦江湾を舟で福山町(現霧島市)まで渡り、都城を通過して日向まで続く「東目街道」がつけられ、その道筋に開けたのが「高城野町」、高城町の中心市街地の発祥である。
- 「東目街道」の沿道は、明治、大正、昭和と高城野町の賑わいを残しながら商店街を形成していった。



2. 郷土の誇り(仁義の精神)

- 高城町は、薩摩藩の時代に主要な拠点であったことから、薩摩藩の教えに根付く精神が、今も家庭教育を通じ伝承されている。
- 「人を持って城を成す。」薩摩藩の精神は、人間の本分を重んじる「仁義の精神」であり、この精神の代表的な例として、薩摩藩の木曾川・揖斐川・長良川(岐阜県)の改修工事(1753年)があげられる。
- 宝暦治水といわれ、幕吏や地域住民との対立、悪疫の流行などで80名余命の犠牲者をだした大変な難工事で、約1,000人を動員し工費40万両を費やした末、1年3ヶ月かけてやっと完成したものであり、現地には感謝の意を込めて、薩摩藩士を祭る治水神社が建てられている。



- 藩の出費の責任をとって自刃した治水総奉行・家老平田靱負の碑。
- 大正9年(1920年)、鶴丸城北側に建立された。

3. 後藤伊左門

- ・ 後藤伊左門は、文政十一年（1828）野町きつての旧家後藤家に生まれ、後藤家 10 代目の当主である。
- ・ 伊左門は、幕末から明治にかけて、私財を投資し高城村の産業（造林事業、養蚕業、綿花事業）を発展させた人物である。
- ・ 伊左門は造林事業を手がけ、村の産業を確立したが、明治 17、18 年の金融閉鎖による不景気の折に村を復興させるため、養蚕業、綿花事業を普及させ、村の新たな主要産業に発展させた。
- ・ 伊左門は、年行司役など町の惣代的仕事の他、明治 23 年からは貴族院多額納税議員の互選者に選ばれたのをはじめ、明治 27 年には農商務省統計調査委員を嘱託、明治 29 年には宮崎県商業会北諸郡郡調査員に選出、翌 30 年には宮崎県農工銀行設立委員となり、その取締役に当選するなど、高城村の産業発展だけでなく、公益事業にも偉大な貢献をなした。



4. 町のシンボル「旧後藤家商家」

- ・ 旧後藤家商家は、明治 33 年に、分家した伊左門の弟 伊助と、伊助の息子五兵衛が建設した商家である。
- ・ 「高城野町」の中心、「東目街道」沿道に位置し、「高城野町」が活況を呈していた頃、商いの拠点として機能した町の商業のシンボリックな建築物である。
- ・ 建物の中には、当時の売り掛け帳簿、や薩摩藩の御用船をしていた頃の「浦手形」等の商い上の書類、その他様々な生活用品が残っている。



5. NPOの設立（誇りと歴史を継承するために）

- ・平成10年、旧後藤家商家は、前面道路（県道）の拡張による移転を迫られた。
- ・旧後藤家商家は町のシンボリック建築物であることから、行政による移転・保存計画も出ていたが、財政難から計画は頓挫し、残るは移転補償費により建築物を撤去する方策しか選択肢はなくなった。
- ・旧後藤家商家には、薩摩藩の精神を体現した後藤伊左衛門が残した地域の歴史、町民の誇りがつまっている。道路はきれいになっても、町の誇りと歴史は喪失する。
- ・町の誇りと歴史を子どもの子や孫たちに伝えていくために、商家の保存と活用をはかり「まちづくり」をしていきたい。
- ・何とか残す方法はないかと建物所有者、町民有志と行政との協議を重ね、2000万円を行政が拠出、移転のために必要な残り費用を地元で捻出し、自らの手で移転して保存・運営することとなり、NPO高城歴史文化のまちづくりフォーラムが設立した。



6. 地域づくりの取り組み

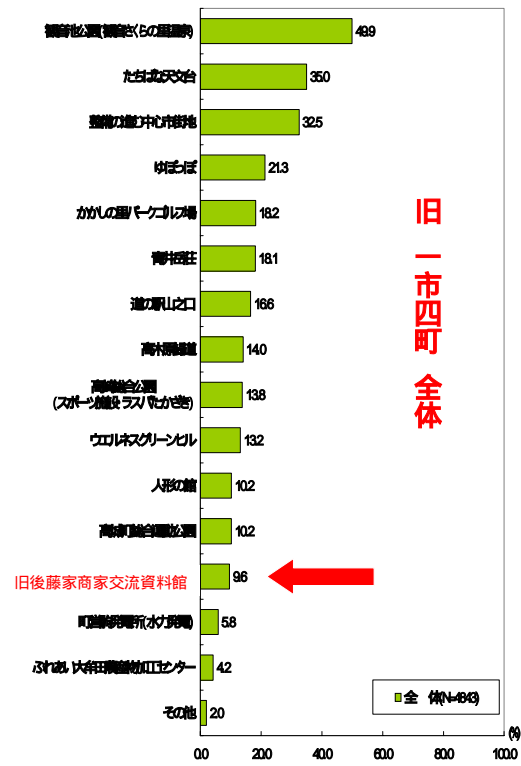
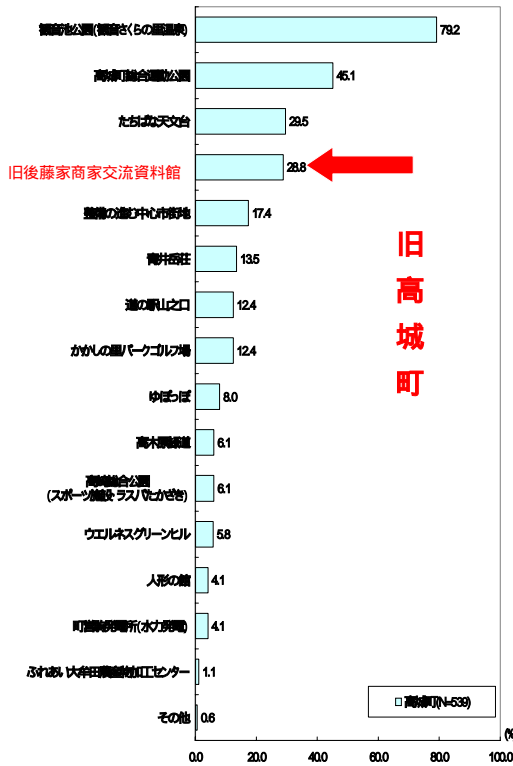
- ・旧後藤家商家保存後、しばらくは資料館として開館していたが、来館者も少なく、町の誇りと歴史の伝承すらできない状況であった。
- ・町の誇りと歴史の伝承には、まず人に認知されることが第一であり、年に一回、商家を中心に行う祭り（「東目街道秋まつり」）を企画し、毎年10月の末に開催した。
- ・また、商家に残る明治時代に作られたピアノの修復をきっかけとしたクラシックコンサートや、落語会等を商家で開催し、来訪者を増やすとともに、明治から昭和までの教科書を展示した「商家に残る昔の教科書展」、商家に残っている昔の写真を展示した「高城昔の写真展」、商家の書画等を展示した「高城昔の画報展」による歴史の伝承、「なんこ（南九州に古くから伝わる酒の席のゲーム）同好会」によるなんこ大会や雛人形展等により、楽しみながら文化の伝承に取り組んでいる。



7. 取り組み効果

認知度の向上

- ・ 旧後藤家商家を交流資料館として設立してから5年を迎えた。
- ・ 実施されたアンケート調査において、旧高城町内、1市4町が合併した都城市内においても、運営・経営を行政が行っている施設があげられるなかで、民間が運営する施設として、唯一「旧後藤家商家交流資料館」があげられており、認知度は高まったといえる。



地域のまちづくり活動に波及

- ・ 旧後藤家商家周辺には、薩摩藩時代の武家門が多数残っている。
- ・ 武家門をテーマに、地元高校の生徒たちと建築士が2カ年に渡って調査し、その結果を武家門の案内板や説明板を作成し、各々の武家門に設置する活動が実施された。
- ・ 活動終了後、生徒は「歴史ある門を調査できて、良かった。近くにこんな建築物があるのはすごい。自分たちの調査の結果が形になってうれしい。」との感想を述べ、誇りと歴史の伝承が、地域のまちづくり活動に着実に波及している。



パネルディスカッション

「地域プライドによる地域づくりのあり方と展望」

【コーディネーター（敬称略）】

大宮 登

（高崎経済大学地域政策学部長）

慶應義塾大学大学院社会学研究科修士課程修了。山形女子短期大学教授、高崎経済大学地域政策学部長（教授）中央教育審議会生涯学習分科会臨時委員、文部科学省地域づくり支援アドバイザーなど歴任。専門分野：地域づくり理論、能力開発論



【パネラー（五十音順、敬称略）】

石森 秀三

（国立民族学博物館文化資源研究センター長）

甲南大学経済学部卒業。オークランド大学大学院に留学後、京都大学人文科学研究所研究員を経て、1975年より国立民族学博物館。同博物館教授、研究部長を経て、2004年より現職。観光立国懇談会委員、国土審議会専門委員、文化審議会専門委員などを歴任。専門分野：観光文明学、博物館学

枝川 明敬

（東京芸術大学音楽学部教授）

名古屋大学工学部卒業。文部省に入省、元文化庁地域文化振興室長。埼玉大学、政策研究大学院大学、名古屋大学共同技術研究センター教授などを経て、平成16年より現職。名古屋大学客員教授。工学博士。専門分野：文化行政論、地方文化振興論

佐藤友美子

（サントリー次世代研究所部長）

立命館大学文学部を卒業。サントリー株式会社に入社、1989年サントリー不易流行研究所の設立メンバーに。1998年3月より現職、2005年次世代研究所に名称変更。文部科学省中央教育審議会、国土交通省交通政策審議会委員など歴任。専門分野：生活文化論

安島 博幸

（立教大学観光学部教授）

東京工業大学工学部社会工学科卒業。東京工業大学社会工学科助手、金沢工業大学建築学科教授などを経て、1995年立教大学社会学部観光学科教授、1998年より現職。工学博士。著書に「日本別荘史ノ・ト、住まいの図書館出版局、共著」他。専門分野：観光リゾート計画、景観工学

司会：大久保美穂

司会

それでは、これから第3部パネルディスカッションを開催いたします。まず、コーディネーターの先生をご紹介させていただきます。

コーディネーターは、先ほど紹介させていただきました本調査の検討委員会の委員長をお願いしております高崎経済大学地域政策学部長の大宮登先生です。

続きまして、パネリストの先生をご紹介させていただきます。本日、パネリストとして同検討委員会のメンバーでいらっしゃる4名の先生にお願いしております。

まず、左手から国立民族学博物館文化資源研究センター教授の石森秀三先生です。続いて、先ほど基調講演をしていただきました東京芸術大学音楽学部教授の枝川明敬先生です。続いて、サントリー次世代研究所部長であります佐藤友美子先生です。最後に、一番右手ですが、立教大学観光学部教授の安島博幸先生です。

先生方のプロフィールにつきましては、プログラムの方に簡単に紹介させていただいておりますが、地域振興、文化振興、流行、観光をはじめ、多方面の研究等で活躍されていらっしゃる先生方にお集まりいただいております。様々な面から歴史的地域プライドによる地域づくりのあり方や展望等についてお話いただけるとと思います。

以降パネルディスカッションにおきましては、コーディネーターの大宮先生に進行をお願いいたします。大宮先生、宜しくお願いいたします。



大宮

はい、それではただ今ご紹介いただきまして、本日進行係を務めさせていただきます高崎経済大学の
大宮と申します。90分ばかりの時間で、本日4人の先生方から、いろいろな話題を提供して、皆さんと

ともに、貴重な時間を過ごしていきたいというふうに思っております。全体的な狙いは、今ご紹介がありましたように、今回調査をした結果を踏まえ、あるいはその中でいろいろ議論をして、まだ出来上がってないのですが。実は今日10時から2時間ばかり、資料を基に調査結果をどんなふうにしてまとめて、どんなふうにして提言をすれば、今回の調査が日本全体の地域づくりに活かせるのかという議論をしたばかりです。そういう途中経過を踏まえて、皆さん方から提案していただきたいと思います。共通のコンセプトは、歴史的に営々と流れてきた地域の精神文化・プライドがある。それを大事に守りながら、地域づくり・地域活性化に活かせる方法・施策を考えてみよう。地域づくりは人づくり。地域はやはり人が育てて初めて地域の活性化が行われるというふうなことも踏まえて、地方分権時代の住民自治といいますが、市民自治というか。今の事例発表にもありましたように、自分たちの地域は自分たちの手で作るということを基本にして、これからの地域づくりを考えていこうということが狙いになると思います。調査そのものは、全国調査と、モデル調査を実施しまして、今まとめているところです。出来上がりましたら皆さんのところに報告できると思いますが、今日はそういうふうな視点で先生方からお話をいただきたいと思います。なお枝川先生から基調講演でありました新しい公共空間といいますが、新しい私たちの社会を「アクション」。自分たちが中心になって、公共空間を作っていくのだ、新しい社会を作っていくのだというふうな、非常に自立的な、積極的な意味合いも含めた、地域づくり活動を展開するにはどうしたらいいのかというふうなことも含めて、意見交換をしていきたいと思います。流れとしましては、最初5分間ずつこちらの方からこう行きますけども、5分間ぐらいずつ、それぞれ豊かな研究や活動をやっていらっしゃる先生方が多いので、自己紹介を含めて、先ほどの事例の紹介や、これまでの討論の中で何か感じていることを話していただき、もう1度、本題に入りまして、こういう歴史的な地域プライドを含めた地域づくりに関して、日ごろ考えていること、提言などを、5分間ぐらいで回ります。で、残り20~30分使いまして、皆

さんと質疑応答をして、大体90分を過ぎていきたいというふうに思っておりますので、ご協力よろしくをお願いいたします。狙い、大体の流れを説明いたしました。それでは早速ですがこちらの方から、話をさせていただきたいと思っております。まずは石森さんの方からお願いしたいと思います。よろしくをお願いいたします。



石森

皆さんこんにちは。ただ今ご紹介に預かりました国立民俗学博物館の石森でございます。本日は、地域プライドによる地域づくりフォーラムに参加できて大変光栄に存じております。先ほど枝川先生の大変素晴らしい基調講演と、4人の方々の、これもまた大変素晴らしく、また時間も正確に、内容の濃いお話をいただき、私もいろいろ大変勉強させていただきました。ただ、先ほどお話を聞きながら、ふと思ったのですが、ここがイタリアであれば、このようなフォーラムはなかったであろうと。イタリアというのはご存じのように、全く郷土愛で地域が成り立っていますから。例えば今トリノで冬季オリンピック行われていますけども、例えばローマであるとか、ナポリ、フィレンツェ、ミラノ、それぞれ非常に地域固有の同じイタリアと言いながらも、食べ物も、同じイタリア料理でありながら相当違いがありますし。サッカーも強烈な地域に対する、われわれペルージャなんて全然知らなかったのが、われわれも何かこう巻き込まれていますけど。とりあえず、こう本当に地域愛とか郷土愛みたいなものを前提でイタリア全体成り立っています。おそらく地域プライドによる地域づくりフォーラムなんていうものはイタリアであれば必要がなかつたろうと。もう一つ、たぶん高度成長期の日本であれば、地域プライドによる地域づくりなんて、おそらく開かれる必要がなかつ

ただろう。もうガンガン行け行けで経済が伸びていきますから。みんな給料も上がるし、国の税収も上がるから、もう公共事業費もあって、押しなべて同じような開発行われていったわけで。そういう意味では、高度成長期であればこのようなフォーラムはなかったであろうというようなことを、皆さん方のお話し聞きながら聞いていました。ただ、それではなぜ今、現在の日本でこういうフォーラムが必要かと、これももう必然性があるわけです。これはもう皆さん方もご存じですが、今現在日本も少子高齢化時代に入ってきています。つい12月であったかと思いますが経済産業省が、2030年における日本の各地域の経済規模の予測というのを出しているのです。おそらくかつての政府であれば出さないような、とても厳しい予測でありまして、大都市圏を除くほとんどの日本の地域で2030年に経済規模が相当縮小する。特に北海道が一番ひどい、相当の厳しい状況に陥るといいます。札幌は大都市ですが、大都市の中で唯一マイナス、この2000年と比べると相当厳しい縮小が生ずるといような予測が立てられています。

したがって、今後の地域づくりっていうのはかなり厳しい状況に立ち入らざるをえない。そういう状況の中で今現在、国土交通省の国土計画局で、国土形成計画というものが作られ、策定中なのですね。これまでは総合開発計画ということで、どちらかというと開発を重視したような、この全国の開発計画というものを考えられてきましたけど、これからは開発ではなくて、国土形成計画ということで。例えば従来であれば大規模な社会資本をどういうふうに作っていくかといったようなことが中心課題でありましたけど、むしろこれからは、既存の社会資本をどううまく活用していくかといったようなことが考えられておりまして、そういった中で、従来の社会資本というと、例えば道路であるとか空港であるとか鉄道であるとか治山・治水であるといったような、どちらかというとハードの施設にかかわるようなものが、公共投資の対象として整備された。ただ今回の、私も参加いたしておりますけれども、今回の国土形成計画においては社会資本に対して文化資本の整備ということが出てきております。社会資本というのは今申しましたような、どちらかというところ

ドの施設経営で、どちらかという産業基盤の形成に役立つようなものでありましたけども、文化資本というのはどちらかという、国民の生活の質の向上に資するようなもの。そういったものも公共投資の対象として考えていくべきではないか。まだ明確な計画に固まっておりませんが、そういったようなことが、少なくとも私が参加しておりますこの国土形成計画の中の産業基盤である、東アジア連携専門委員会の中では種々議論されているところなのです。そういうふうに考えますと、先ほどのお話をいただきましたもの。例えば最初にお話いただいた中江さんのお話にもありましたけれども、まさにこの、中江藤樹記念館というものも、文化資本としてのおそらく役割を果たしているものだと思いますし、また最後に旧高城町の鶴田さんのお話の中で、旧後藤商家が単に貴重な古い建物を保存されるだけではなくて、そこでさまざまな文化創造につながるような試みをいろいろ積み重ねていって、ということ、そういう意味で考えますと、今後の日本というのは先ほど申しましたように、どうしても経済規模というのはかなり縮小していかざるを得ないということになりますから、既存のものを活用しながらもそこでさまざまな文化創造であるとか、また地域の活性化といったものを引き起こしていく一つの拠点にしていく必要があるわけでありまして、そういう意味では今日の事例発表いただいたものそれぞれの中に、僕は何かこう、文化資本としての役割を果たせるような要素を持った動きというもの、既に起こっていると。そういうものをもっと、国土形成計画といったような流れの中で、いろいろ明確に位置付けをしていく必要があるのではないかと、これを、皆さま方のお話を聞きながら、私自身も考えたこととさせていただきます。

最後に、とりあえず、それと私自身何をやっているかを簡単に説明しますと、20年ぐらい前まではまじめな民族学者でございまして、南太平洋の諸民族の研究をしております、30年近く前は禪1本で、ミクロネシア、ミクロネシアの皆さん方グアム島とかサイパン、ご存じだと思いますが、そこから西へ行きますとヤップ島という石のストーンマナーのところありまして、そこまで飛行機で行けるのですが

日本から。私はそのヤップ島という所から1000キロぐらい離れた離島に出まして、300トンぐらいの貨物船で、大体2週間ぐらいかかる所なのです。1000キロ離れていますから。そこは、いまだに電気・水道、電話もない世界で、男性は禪1本、女性は腰布1枚トップレスで暮らしている世界で、犬も家畜として食べておりますが、そういったことを1年間、世界観とか、宇宙観、コスモロジーの研究をしていますが、忽然と20年前に、観光研究に転じまして。どうしてそんなくだらない研究するのかと、揶揄されながら、20年間頑張っただけで、今はそういった中で日本も2003年に小泉首相の下で、観光立国宣言が出されて、観光が国家的課題になってきて、北は北海道から南は沖縄まで交流振興の拡大による地域づくりということになってきましたので、一挙に観光が重要になってきていると。そういう中で私も仕事をしているところでございます。具体的にそういうものとの絡みでの提言をまた後ほどさせていただきたいと思っております。

大宮

ありがとうございます。石森さんの方からは、重要な点がいくつか出されたと思いますが、イタリアや高度成長期と比較して、地域アイデンティティとか、地域への愛着というのがもう今、問題にせざるをえない。なぜ今、地域プライドなのか。そういうふうな投げかけと、後もう1点は、社会資本の整備。ハードを中心にした社会資本の整備から、ソフトの文化資本、文化創造への流れ。たぶん、ハードとともにソフトもという動きになると思うのですが、ハードの整備だけでなく、文化資本・文化創造としての地域づくりということがもう必要なテーマになっていると。それを先ほどの事例研究等を含めて、改めて感じたというお話でした。それでは枝川先生、先ほどに続いてとなりますがよろしくお願いたします。



枝川

私 30 分ほど時間いただきまして、お話しさせていただいたので、それに付け加えるということで、少々お時間いただきたいと思います。一つは、(基調講演の)まとめと課題に付け加えまして、「ネットワーキング」という概念というのがございます。「ネットワーキング」というのはどういうものかと言いますと、例えば、先ほど例で申し上げました、岸和田のだんじり祭りのようにですね、もう職業一切関係なくてやろうっていうことで加わっていくのです。それが一つアメリカでこういった考え方が一方で出てまいりまして、この個人間、参加する個人の人たちは対等なのだと。背景は一切関係ない。それから、個人とその参加している集団も対等なのだと。誰かの命令受けることはない。それから、参加者のレベルが同じなのだと。つまりそれは、これ言い換えたことでありますけど。それから意志決定というものです。民主的だ。上が命令するから、リーダーがこうやるからやるとかいうのではない。みんなて話し合っ決めていこうということです。それから価値観。価値観をお互いに共有するという。それから言えることは誰でもリーダーシップになれるということです。今年はこの人がやったけど来年は別の人がやるよと、いったようなこれがネットワーキングかとよくいうのですけれども。やはり、地域における文化資源とか、文化資本とか言われているものを活用した文化活動、あるいは新しい、これから起こしてくるような創造的な文化活動、芸術活動というものは、こういった「ネットワーキング」というものが非常に大事になってくるのではないかと思います。そういう意味で事例発表を見せていただきますと、それぞれ、特に NPO の方であるとか、あるいは、もちろん自分の仕事としてやってらっしゃる方もいらっしゃるかもしれませんが、好きで

やっている、といったような方も多いと思うのです。そういう方が、自発的に参加できるような雰囲気づくりというのはものすごく私は大事だと思うのです。だから、今回の調査では明治期以前のをやっていますが、これは東京の事例で、あまり地域の方には参考にならないかもしれませんが、すごく話題になったものが一つあります。それは熱狂の日と言われた音楽祭で、連休中に今年も行われますが、「ラ・フォル・ジュルネ」というのです。これはフランスのナントという町で造船所が盛んであったのですが、それがもう、造船が駄目になりまして、何とか造船以外の何かでこの町づくりをやっていきたい、達成したい、ということで当時の市長さんが、誰にでもクラシック音楽が聞けるような場の提供をしようよと、ということで始めたのです。今、ナントはフランスで一番住みたい町になっているそうですけれども。それをまねしたと言うのでしょうか、それを去年東京国際フォーラムでやったのです。1500 円という、普通のクラシック音楽を聴くにしては破格の値段です。普通 4000 円～5000 円が 1500 円という価格。それから時間を区切って行ったのです。45 分という。普通、クラシック音楽は長いから嫌なのです。退屈するのです。それを出たり入ったりしてもいいよって言えば、やっぱり来てくれます。ということで、実は私も関係したのですが、来てくれた人の半分が初めてのビギナーだったのです。これで、経済的に、実は直接換算すると 41 億円の波及効果ありましたとかいうことを、主催者は発表しましたけれども。地域はもちろん、地方ではそれほどにならないと思いますけど、結構参考になる事例じゃないかなと思うのです。つまりどういうことかという、新しい文化事業とか創造的なことをやるにしても、今までとちょっと違うような感覚を起こせばいいわけです。クラシック音楽だとすると、堅くて何時間も拘束されるとかいうのではなくて、誰でも参加できる、出入り自由と、いったようなことにすれば、また違った感じ方がする。でも、それは今までやってきた人は頭が固いから、なかなか難しいと思うのです。それがさっきのネットワーキング化につながると思うのです。やりたい人が出てきたら、何かいいアイデア出るかもしれないです。そういう

ものが、ちょっと足りない所もあるかもしれません。そういう所を地域とか地元に戻られているいろいろ考えてみていただければ非常にありがたいと思います。

そこで、私の専門分野は、今はあっちこっち飛んでいるのですが、どちらかという最近関心があるのは、経営学というのでしょうか、いわゆる企業の経営から見た地域経営というのを、私はやっています。ですから、例えば企業経営だったらこのような感覚で行くのにとか、商品開発とか、市場改革であるとか。地域の文化活動はちょっと遅れているなどが、もうちょっと工夫すれば何かうまくいくのではないかといったことを研究というのか、地方公共団体の方とお話をしたりしています。

大宮

ありがとうございます。枝川先生の方からは、先ほど基調講演のときに、「アクション」ということを提案していただきました。レジュメの中にもありますけども、「レイバー」、「アクト」、「アクション」という3つで、公共空間といいますか、共同体のための、共通利益のための行動を、私たちが起こすときが来ているのではないかと。日本の戦後、あるいは戦前から戦後、中央集権的なシステムを作って、自分たちのことを自分たちでやるというふうなことをやっぱり育ててこなかったのではないかと、そういう反省が出てきております。そういう意味では「おまかせ民主主義」じゃなくて、地域のことは地域に住むわれわれが、アクションを起こす。それに付け加えて、そのときに、重要なものとして「ネットワーキング」という考え方を大切にしないとうまくいかないよってことだと思っております。誰かが、行政や誰かが中心になってグイグイやるのではなくて、対等で、個人と集団も、個人間も対等で民主的で価値を共有化して、みんなが主役になるような仕組みを。で、さらに具体的に、ちょっと一工夫をしてマンネリに陥らないで、いろいろ考えながら、創造的にやりましょうよというふうな問題提起だったというふうに思っております。それでは、佐藤先生、お願いいたします。



佐藤

私はサントリーという企業の中で、生活文化の研究を17年ばかりやっております、実は昨年までは不易流行研究所という名前だったのです。これは、かなりプライドと関係があると思うのですが、特に歴史的プライドっていうものと関係があると思いますが、その不易っていうのは変わらない価値、で流行っていうのは変わるということなのですが、そのもとは一つである、というのが研究所の名前だったのです。ただその研究を16年間やっております感じたのは、実はその世代間ギャップですとか、社会のすごく大きな変化の中で、その不易流行をそのまま一つになるのがだんだん難しくなっているという、そういうような思いがありましたので、昨年、その変わらないものというのを、ではどうやって伝えていったらいいのだろうか、次の世代がこう元気に暮らすっていうのはどういうことなのだろうかという、そこまでたどり着かないと、研究としては意味がないのではないかと思います、名前を変えました。次世代研究所はとても小さな6人ぐらいしかおりませんで、全くその自主研究だけをやっているのです。ちょっと研究のご紹介をさせていただきたいと思いますが、若い人たちが何を考えているかっていうことを中心に研究しております。で、その研究の仕方も、実は少し従来型とは違っていて、今までは核とした、ある定説というようなものがあって、大人は何を考えていて、社会はこうなって、それにどうこう若い人たちは合わせているかっていうのが、多くの論調だったと思いますけど、大きく時代が変わった中で、若い世代っていうのはどういう状況の中に何を考えて生きているのだろうか。若い人たちの方からの発想を大事にしようということで、今、研究活動をしているところでございます。その中で、地域プライドっていうのがこれから非常に若

い人たちにとっても意味があるな、というふうに実は思っているところがあります。それは、すごく社会が変わって、便利になってという中で、若い人たちは自分たちの居場所っていうのでしょうか、自分たちのアイデンティティっていうのでしょうか、そういうものをなかなか持てづらくなっていると。それが今の若い人たちの不安な状況っていうのと実は非常に重なり合っているのではないかと。それは若い人自身実はもう気が付き始めていて、地域でどうやって生きていこうとか、それから意外に私たちと違って、自分に身近なものの中で、自分の存在を感じたいとか、成長に変えたいとか、そういう気持ちを持つようになってきております。その辺りが今日のプライドの話と非常に関係がある。なぜ私たちがその次世代研究をするのかということですが、実は日本の社会は、この100年ばかりの間に、すべてこう、自分が普段、家の中でやってきたこと、地域でやってきたことをアウトソーシングする社会になってきたのではないかと思います。文化とその地域というものも一体。家族も一体であったものが、何かきれぎれになってというのが今の社会で、それは実はつなぐものがないとつながらないような、掛け声だけではつながらないような社会っていうのが今来ているのではないかとこのように思っております。特に調査研究の中で、頑張っただけでやりたいなと思っているのは、そのつながりというのがどういう形であって、それが職業になっているのも実はいっぱいあるんですね。例えば学校だったら、スクールカウンセラーというのが一つの職業にもなっていますし、それから、美術館に行きましたら、説明するのにインテプリターという人がいないと、説明が分からないようになっておりますし、地域も、地域コーディネーターという人がいないと、もう住民の間がつながらないってことになっていて。実は社会が変わる中で、新しい職業みたいなものも生まれているなど。そういうのがどういう役割を果たしていくのだろうか、若い人たちはそれによってどう触発されていくのだろうかというように考えています。それは私の仕事なのですが、今日のご発表聞いていて、いくつか感じたところがあります。実は調査研究の中

でも私は非常に大事だといつも思って申し上げたことがあるのは、やっぱり生活と離れて、いくらその歴史・文化、立派なものであっても生活とかけ離れたらそれは続いていかないということが大事だと思うのです。特に若い人たちは、その自分の中でそれをどう感じられるかっていうこと。それがとても大切なことなので、今日、4つの事例の中に、ああやっぱりこういうことなのだな、と思うのがいくつかありました。例えば近江聖人中江藤樹の話なんかでも、それから最後の後藤家というお話なのですが、中江藤樹は有名な人ですけど、お話を聞いていると、実は偉い人だからっていうだけじゃなくて、その地域に密着して、庶民と一緒に活動しているからすごく大事だっていうことがすごく出ていたと思うのです。最後の後藤さんも、逆に言えば、全国に有名な人ではないけれども地域にとっては大切な人であったという。そこが、その地域の人たちが大事にする思いというのが強いこととすごく関係がある。自分たちの地域から出たけど離れていってしまって、どこの者かわからないような人たちはやっぱりなかなか尊敬できなくて、地域に足を置いてきちりやっている人ってというのが、一つみんなのプライドとかかわりあっているのではないかっていうことを感じました。それから、中尊寺の例もそうだと思うのですが、平泉があるという、歴史遺産を持っている、そこが、それだけの点では、やっぱり地域の人はみんなまとまらないと思うのです。もちろん利害のある方たちはまとまれますが、そうじゃない人はなかなかできない。ですが、全体として自分の地域ってというのは歴史を持っている舞台であったという認識を持って、そこがやっぱり皆さんの地域全体の動きに強く結びついているな、っていうのがありました。それから、「あいづっ子宣言」の話。これは歴史のすごく難しいところで、先ほどの不易と流行なのです。たぶんその本質的なものはあの中に入っているのだけどやっぱり今考えて、「確かに女の人の話はいけないうの、今言われたら何だろうって思われますから、そこをどう読みかえていくか。やっぱりその時代に合わせて読みかえるっていう作業をしていかないといけないのではないかと。もう一つ思ったのは、最後の後藤家のところで

高校生の人たちが、武家屋敷の紋を調べたっていう話。ああいうのがすごく大事だと思うのです。今まで歴史的なものっていうのは、要するに上の世代の人たちが発見して見つけて、それを私たちが教えてもらう、私たちに教えてあげるっていうものであったと思うのですけれども、あそこでは、若い人自身が発見していくっていうこうストーリーが出ていたのではないかと。その中で、自分のものになる、そういうチャンスっていうものがあつたのではないかと。いうことを、すごく感じました。で、私は後からも話したいと思いますけれど、そういう現在の生活とか、暮らしとか、そういうものとどうやって結びつけていっていかつていうことについて、いろいろこの調査では考えさせていただきました。

大宮

ありがとうございます。佐藤さんの方からは、次世代研究所のもの名前が不易流行研究所で、次世代の子供たちをどうするかっていうことに論点を絞って、いろいろな研究やっていると。その中で若い人たちが、居場所と言いますか、準拠集団と言いますか、アイデンティティと言いますか、そういうものを作りにくくなっている社会が今あるのではないかと。それには個人化してバラバラになるものをつないでいく、つなぎ手、コーディネーター、それぞれがそれぞれの所で必要になっているのではないかと。いうふうな問題提起。あと、それぞれの先ほどの事例発表についてのコメント。生活の中、あるいは地域の中で、位置づけられているからこそ影響力を持つということや、共通理念として作りあげること。時代の適応、社会の適応、若い人への浸透等の視点から話題を提供していただきました。それでは最後になります安島先生、お願いいたします。



安島

私は、事例発表をお聞きいたしまして、先人の精神、あるいはその地域が栄えた記憶っていうよう

なもの、今にも連綿と生きているというのを強く感じました。いろいろなお話を聞いていく中で、やはりこういう歴史、あるいは文化的なものっていうのは、非常に長持ちするっていう感じを受けました。会津のお話を伺いまして、町は戦禍で焼け野原になってしまつても、そういう精神は生き残っていくという、いわゆる何て言いましょか、文化のDNAっていうものは引き継がれていくのかな、という感じを強く受けました。その中で、やはり永く続けていくと、じわじわと効いてくるというあたり、大変印象を受けたところでございます。それから、宮崎県の高城町の、後藤伊左衛門さんの話、私初めてお伺いしまして、こういう方がいらつしゃつたのだなあということも、感動したことにはございますが。その他に、今回ご説明にはならなかつたのですが、この宝暦治水の話が、資料の17ページにあり、ちょっとこれを読みまして、実はもう大学の頃ですから、三十何年も前に、このことを勉強して知つたときに、大変感動したのです。こういう、幕府と藩との板ばさみにあつて、最後は自刃をされてしまった家老の話、大変感動しまして、よく覚えている、大変感動したのです。こういうような事態になつたときに自分だったらどうするかっていうような、非常にそういうような決断を迫られるようなことですね。そのときの結果が自刃されたということなのですが、このお話は大変印象深く覚えておりまして、実は三十何年かぶりにこれを見たらですね、それをすぐ思い出しまして、やはりこういう何か感動するような話。人間のですね、そういうようなものっていうのは非常にやはり強いのだな、ということ、今更ながら思い起こしました。

私の自己紹介ですが、私は大学で何をしているのかといつますと、私は全国でも珍しい観光学部、立教大学の観光学部というところにおりまして、その中でも私は観光地づくり、観光地計画というものを専門にしております。と言いましても、今ちょっとリゾートブームの時代のような観光地計画っていうのはほとんどまれです。観光地づくりは非常に町づくりに近づいてきておりまして、ほぼ同じ、同義ではないかと思うほど、町づくりに近づいてきております。その中で私はどういうことに関心を持

っているかと言いますと、サスティナブルということ、持続可能な町づくり、観光ということではないかと思えます。と言いましても、一般的にサスティナブルと言いますと、自然とか環境とかですね、そういうことが思い浮かびますが、私はどちらかという長続きする、飽きられないと言いますが、長続きする観光地っていうのはどうしたらいいのかということについて、大変関心を持っております。ちょっと話し出すと長くなるのですが、答えを先に言いますと、人、交流など人間的な要素というのは非常に強いと思えます。人間的な要素あると、いつまでも残ると思えます。それと、あることを大事にできていて、それが、ある流行みたいなものはすぐ飽きられちゃうのですが、それが大事にされていく中で、文化的な、芸術だとか、そういうものの中に取り込まれて、古典化するというような状況になると、これは長持ちするんですね。つまり、クラシック音楽、これは枝川先生の専門ですが、何百年も昔に作られた音楽がまだに飽きられずに聴かれているというようなことですね。いろいろそういう意味で、古典化するというようなことが非常に大事なのかなというふうに思っております。まさにこの歴史、歴史的な町並みやその地域、歴史とそれからその昔の先人というものはですね、その両方の条件を満たして、そういう町づくりに欠くことのできないものだろうというふうに思っています。その中で、昔の人はこういう偉い人がいたというだけじゃなくて、この歴史に学んで、それを大事にしている。そして、そこに住む方々の、生き方の中にそういう精神が生きているっていうことが、とても大事なのではないかというふうに思っております。



大宮

ありがとうございました。安島先生には歴史文化のDNAと言いますが、脈々と流れている積み重ねに

についてお話をいただきましたが、大学時代勉強したこと、何十年ぶりに思い出したという、人の心を打つものが、ある意味ではわれわれにいろいろな行動を駆り立てると言いますか、そういうふうなことを改めて感じたということで。日本の中でも、日本の観光研究の中心にいまして、観光についての、あるいは交流人口の創出についての研究をなされている先生ですので、後ほどそのあたりから、また提言があるというふうに思います。

1回目が回ったのですが、私自身の話をちょっとするのを忘れていたので簡単にお話します。私は高崎経済大学、経済大学という大学ですが、10年前に地域政策学部を作りまして、日本で最初の地域地方分権時代の人材育成ということで、10年間取り組んできました。地域政策学科、地域づくり学科、今年の4月から観光政策学科を作って、地域振興についていろいろ研究しております。10年目になって、今何をやっているかっていうと、一つは学部長として、先生方全体のプロデューサーといえますか、コーディネーターをやっております。市町村丸ごとで、プランニングをしてくれとか、その後のただ計画だけ、提言だけではなくて、アフターケアも含めてずっと付き合ってくれというふうな、丸ごとの依頼が最近増えてきて、そういうふうな学部全体のコーディネートの仕事が相当増えてきております。コンサルタント的な、シンクタンク的なものが地方の大学には非常に求められていて、それにどう応えるのかっていうことが勝負かなと思えます。学生も院生も教員も含めて、問題提起と調査と提言と実践をどうやって担当していけるのかなっていうことが今悩んでおります。で、もう一つはDNAというのをご存じでしょうか。DNAとは“デザイン・ネットワーク・アソシエーション”という学生を中心にした、若者社会活動支援NPOを主宰しています。学生が中心にやっているのですが、実は私が後ろにいまして。何をやっているかという、学生を社会に駆り立てている活動です。どうしてもこもりがちな学生ですので、外のいろんな大人やいろいろな出来事に会わせる、そういうコーディネート、プロデュースをやっていると。50人から多いときは300人くらい動かして、今はジョブカフェ関係で1000万のお金

を、国からの支援で1年間動かして活動しています。多様な活動しています。1年間でものすごく学生自身が別人のように伸びていきます。われわれが、やはり社会のいろいろな人に出会わせるさまざまな仕組みを大人が若い人たちに用意しなくちゃならない社会ではないかということで、実践しております。

それでは、今度は本格的な提言と言いますか、問題提起ということで、また同じ順序でいきますので、今日のテーマの地域プライド、あるいは歴史的な地域プライド、あるいは地域づくりに関して、こんなところに視点を置いてやってみたらどうか、こんな工夫をしてみたらどうかということの提言を、また5分間ぐらいずついただきたいと思います。それでは石森先生お願いいたします。



石森

歴史的な地域プライドを活かした地域づくりについて、いくつか重要なポイントがあるかと思いますが、私一番重要と思っているのは、まず、内発的でなければならない。内発とは内から発するという意味。それはどういうことかという、これまでの日本の地域づくりの多くは、内発的というよりも外発的で、例えば、お金も多くの市町村が霞ヶ関を仰ぎ見て、それで何となく霞ヶ関が示す事業に合うように、こびへつらうと、悪く言うと。というところがたぶんにあったわけです。それでその結果として、北は北海道から南は沖縄まで、何となく似たような町がたくさんできたというところで、そういう意味では私は今回の地域プライドによる地域づくりというプロジェクト、これは文部科学省、文化庁、国土交通省でこういうプロジェクトを立ち上げられたという、大変今の日本にとって重要なプロジェクトと思っています。しかし、その根底には当然内発的な要素がないと絶対にうまくいかない。そういう

意味で本日の4つの事例発表というのは、もうまさに内発的にさまざまな地域プライドというものをベースにして、地域づくりというのをやっていたらいい。現に、先ほど最後にお話のあった鶴田さんの場合には、自分たちにはできることは自分たちで行うと、ぴしっとパワーポイントでお示しになっていらっしゃるから。まさに内発的ということに立脚してやっていたらいいということ。鶴田さんのように考える方々が、本来は全国にはいるはずなのですが、なかなかそれが力を発揮しえなかった。ですから今後の日本はそういう思いを持った方々が力を発揮しようという地域づくりの方向に動かしていくということだと思います。

私は今、観光のことを中心に考えておりますので、こういう内発的ということと絡めて観光を考えると、その内発的に地域をつくらうとしている人に大きな良い風が吹き始めていると見ておまして、それはどういうことかという、20世紀は他律的観光の時代であった。他律というのは他が律する、法律の律を使っているのですが、他律的観光の時代。一言で言うと、20世紀の日本の旅というのは、大きく言えば3つの要素からなります。1つ目は団体旅行、2つ目の要素は名勝見物、3つ目の要素は周遊。したがって、団体で名勝を周遊して回るというのが、極端に言えば20世紀の日本の旅とか、観光の非常に典型的なパターン。それをうまく演出したのがいわゆるトラベル・エージェンツ、つまり、旅行会社で、そして旅行会社が作る旅行商品というのが、これがアメリカの観光学者の評価では、非常に芸術的であるといわれています。したがって、自動車もアメリカ車を抜いて日本車が非常に高いクオリティを誇っているわけですが、旅行商品づくりも世界のトップを極めたわけです。ただその結果として、日本人の旅人も、何かというとトラベル・エージェンツのパッケージツアーに頼ってしまう。地域の側も、何となくJTBや近畿日本ツーリストにこびへつらうと。そういう極端ですよ、私は常にこういうのを、極論を言った方がわかりやすいですから、それがすべてではもちろんないです。ただ、今大きくそれが変わりつつある。団体旅行に変わって、個人旅行・夫婦旅行・家族旅行、小単位の旅行がもう7割ですから。

そして、従来の名勝見物に変わって、さまざまな参加体験であるとか、自己実現と。かつては名勝がなければ観光地に成り立たない要素が強かったわけですが、今は地域の資源をうまく使えば、成り立ちうる。しかも、かつての周遊型から、できるだけ1カ所に滞在したいと希望する人が増えてきていると。そういう観光ニーズの大きな変化が起こってきていますから、そういう中で僕は今自律的観光の時代が始まっている。例えば旅人も、インターネットで自分でもさまざまな情報を集められるわけです。必ずしもJTB等に頼らなくても、自分で相当の旅が組み立てられる。またホテル・旅館も、そのインターネットを通せば10%、20%、ディスカウントも起こりうる。地域の側も、従来は外に頼って地域づくりを考えましたが、自分たちで自分たちの持つ資源を考えて、自律的に、内発的に、地域づくりを行っていけば、それがこう、インターネットの情報でアクセスする人がいて、鶴田さん、ここにあったとか、旧高城町も面白そうだなとか、中江藤樹とか、平泉はもう言うまでもなくというところもあるわけですが、そういう時代に私はなってきたと感じております。そういった中でもう一つ大きな変化があって、これまでは観光というのは光を観ると書いたのですが、女性の研究者なんかは、その観光、光を観るという観光に変わって、“幸せを感じる”。感ずるの“感”と、幸せの“幸”で“感幸”。「先生、観光はこっちの方がいいのではないですか」と、いや、確かにそうだねと思います。光を観るといってどちらか、視覚重視ですよ。しかし、本来の観光というのは五感を通してですよ。味覚もだし、匂いもだし、また心を通してということもありますから、そういう意味では、従来、名勝がなければ成り立たなかったものが、実はそうではなく、さまざまな五感を通して地域の人たちや地域のさまざまな資源を活用しながら情報発信をし、そうしていると、心ある、その自律的観光者がうまく結び合えるときがある。そういう意味では先ほど枝川先生のお話で、基調講演の中で、ハンナアーレントのお話をなさって、そのアクションということの重要性。僕は特に幸福ということ出されましたけれども、今、日本全体がかつてのGNP、国民総生産、いわゆる経

済的な成長をだから、経済産業省なんかは2030年に経済規模縮小するぞと。あれ、自分の省のことも考えながらやっているのかなと思ったりしないでもないですが。ただど一方で今GNHという、その国民総幸福ということをもっと重視すべきではないかという。これまでは生産性というのは数値化されましたけど、幸せとか感動とか幸福なんていうのは数値化されないものですから、行政課題としても非常にこう軽視されてきましたけど、行政評価においても、そういう感性的なものを評価する手法がたくさん出てきていますから。そういう意味では、僕は先ほど枝川先生が、ハーレントをひいて、他人のために尽くすことで幸福を感じるといふ。光を観るといふのは旅行者が何かの名勝を見て感動するということですけど、幸せを感じるというのは何も旅する側だけじゃなくて、地域の側も未知の人と出会っていろいろなことを、おもてなしをしたりお話をしたりすることによって、いい人と出会えてよかったな、と思っているという、そういう幸いということもある。そういったことの一番のベースにはそれぞれの地域にしかない、まさにこの地域的な、歴史性に基いた誇りの源泉としての歴史的な地域プライドみたいなものが、一番重要な資源になっていくだろう。そういう意味で、本日の4つの事例というのはまさに、そういうことをやっておられますので、北は北海道から南は沖縄まで各地でこういう動きが、ずっとこの連続と起こって、そしてより良い形で、国とか自治体もそういう動きを支援していくシステムができれば、私は2030年に日本はそれなりにきちんとやっていける国ではないかというふうに思っております。

大宮

ありがとうございます。石森さんからは3つほど。1つは内発的であれという。内発的に地域づくりにとにかく取り組む、そういう意味では今回の調査研究は非常に面白かったという。2つ目は、研究、観光の研究の方から、他律的な観光から自律的な観光という意味なのですか。時代は動いてきていると。そのときに幸せを感じるという「感幸」。幸せを生み出すという「感幸」が重要になってきて、それが

今回のテーマの地域自身が観光地に住んでいる人、あるいは観光地に訪れる人、地域自身が地域の特性とか個性とかプライドを持って、しっかりと地域づくりをやっていると、幸せを感じるような空間ができるのではないかと、そういうふうな問題提起も含めて、話題提供をしていただきました。それでは次に枝川先生、お願いいたします。



枝川

それでは少しお話しさせていただきます。実は石森先生のように、文化資源の研究センター長という要職にあられる方から、先ほど文化資源が大事だということで、新しい国土計画の中に大事だということが取り上げられているという、非常に心強いお話がありまして、やっと日本もそちらへ投資しようというところになってくるのかということと、また、専門家が、そのような中に入っているという、今まではあまりなかったのではないのでしょうか。それが今やっと石森先生のような方が入ってきて、それなりに発言力を持ってくるということ、つまり政策決定にかかわってくるというのは、やはり国も大分政策の方向性が変わってきたのかな、という印象を受けまして、先生の活躍に大いに期待したいと思うのです。先ほど安島先生の方が、クラシック音楽の話をされまして、実は私それでハッと思いついたのですが、実は、普通投資する、投資するって話をいたしますと工場を造る、機械を買う、土地を買う。土地は永いこと永続しますけれど、建屋を作るということですが、これらは毎年毎年償却するのです。機械が古くなった、それでおしまいよということなのです。ところが文化資源、あるいは文化資本と言われているものは、逆に言うと使えば使うほど増えていく可能性があるのです。例えばモーツァルトは、今年生誕 250 年です。モーツァルトの音楽は著作権がなくなったらみんな使い放題です。それだけけれど

も、あれだけ波及効果あるものはないです。例えば、ザルツブルクはすごく儲かっているわけです。ザルツブルクに僕も行ったことがありますけど、いろいろなものを売っているのです。モーツァルトは全然なくならないで、むしろ拡大するのです。だから投資しても、すごい長生きなのですよね。だから文化資源というものは、使い減りしない。いったん確立すると、相応に役に立つ資源でもあるわけです。だから、経済学的に見ても非常にこれは大事ですから、発掘するということが非常に大事になってくると思うのです。もう1つは、私は先ほどネットワーク化という話をしましたけど、それは組織としてのネットワーク化のことで、つまり、参加する人は平等である、お互いに意見を尊重し合う。しかし、私は学校で大学院生に地域の文化活動を調べさせているのです。そうすると、案外整理をしないでいっぱい持ってくるのですね。それ見ますとどこで失敗しているかということ、実を言うと、企業ならこんなこと絶対やらないよってというようなこといっぱいやっているのです。例えば企業なら、マーケット・リサーチといって、誰がどのように欲しがるかという、そのための商品開発するわけです。そういった観点ほとんどないのですよ。NPO にしても、すべてとは言いませんけれども、意志決定の過程では、みんなワイワイワイワイと、お互いに平等で分権的にやられてもいいのだけれども、いざ実行する段階とは別です。実行する段階では、案外企業的な考え方が役に立つ場合が多いのです。私はそちらの方から少しアプローチしているのですが、そういうことは、実は専門家がかわってないために、せっかく良い資源を見つけても有効に活用されてないのです。これはすごく惜しいことだと思います。ですから、もしもそういったことに興味ある方がいるならば、企業的な考え方を持つ人とか、あるいは例えば中小企業診断士みたいな方でも結構ですけど、ちょっとですね意見聞いてみると、こうやればうまくいくよって、ほんのちょっとした思いつきかもしれませんし、からくりかもしれません。そういうものを少し考えてもらえればいいかなと思います。

大宮

枝川先生の方からも、2つほど非常に貴重な提言がありました。文化資本っていうのは使えば使うほど拡大するという。大量生産・大量消費でもう廃棄するところがないようなものと違って、使えば使うほど影響力が増し、使えば使うほどまた必要性も高まってくるという、そういうところに着目して、何を育てるのかっていう視点を持った方がいいのではないかっていうのが第1点。もう1つは、NPOもこういう文化創造、文化活動をやっているような人も、やっぱりマネジメントと言いますが、経営的な能力・ノウハウっていうのがちょっと欠ける傾向が多いと。マネジメント的な経営的な感覚を専門家の方にちょっと聞いて、経営とは何かと、継続的に事業を続けるとは何かっていうことを、少し学べば相当面白いぞということ。これはよく言われていることですが、相変わらずそういう弱点を持っていますので、そういう視点を改めて皆さん考えた方がよいのではないかという問題提起だったと思います。それでは佐藤先生お願いいたします。



佐藤

今枝川先生が、その企業の人が入った方がいいのではないかとおっしゃったのですが、私は行政の人が入った方がよいのではないかと思います。それは、行政のままではなくて、行政の知識を持ちながら一人として社会に参加していくってことだと思うのです。それはソーシャル・ベンチャーというような言い方、社会企業家というふうに言われていますけれども。そうした人たちが入ることによって、非常にやる事がバージョンアップするとか、お金も上手に取ってきますし、いろいろな制度も使えますし、いろいろな顔つなぎもできるってことで、結構その成功している事例、私もNPOとかちょっと調べたりしておりますも、そういう人が、個人として参加しているっていう場合が結構

多いなというふうに思いますので、これからそういう意味では垣根がなくなって、みんなが一個人として地域に参加できるっていうところが、非常にこれからの発展のすごく大事なところかなって思っています。実は私はその研究所の中で“共立”のデザインといって勝手に名前をつけている概念があります。それは一人一人が自立して生きていくっていうことは、十分にできている時代なので、共に生きていくかというところがこれからのすごく大きなテーマであろうと思っています。そのときに、いくつか考えないといけないことはあるかと思えます。それをご紹介させていただきたいと思います。なぜこういうことを考えたかという、関西、大阪で企業がやっている劇場がいくつかつぶれるということが数年前に起こったのです。それはなぜかという、企業のメセナというものに期待していて、企業がなかなかそういうところにお金がまわらなくなって、どうしても切られてしまうのが文化だと。例えば行政でも似たようなところがあって、お金がなくなると、じゃあ博物館を閉めようとか、いろいろそういう話が出ると思うのですが、そういうふうに、誰かに期待して、大きなお金を持っているところに期待すること自体、そろそろやめたほうがよいのではないかと思っていたのです。そう思っているときに、テレビで、ロンドンのナショナルギャラリーの話を見たんですけど、それは昔、貴族が持っていた絵を美術館に預託しているわけです。貴族もお金に困っているわけで、自分の家で維持していくにはお金がたくさんいるっていうときに、ではアメリカのお金のある企業に売ってしまおうっていうことになって、それをみんなで寄付をして、食い止めるっていう話だったのです。それは一人一人のお金はそんなに大した金額ではないですけど、それを出すことによって何が起こったかっていうと、自分たちの絵だというふうにみんなが思いだすと。そのお金を出したおばあちゃんが孫を連れて、これは私が守った絵なのよって連れてくっという話だったので。そのときに思ったのは、メセナっていうのはヨーロッパから入ってきた概念で、企業はそれを受けてやったわけですけど、どうもその昔、日本が企業に期待されていたのを向こうは貴族がやっていて、

それをやっぱり駄目になっているという同じ流れの中で、そろそろ日本も一人一人の、こう市民が何をできるかってことを考える時代なのだろうなっていうことが、すごくそこで感じられたのです。それでその“共立”のデザインっていうのを考えようということになったのです。大きいお金を出すってこととちょっと違うのですね。ある意味では、その参加者になって見に行くっていう。先ほど、たくさんの方が見に来られたコンサートの話をしているんですけど、いろんな形の応援があると思うのです。これはよく文化をやってらっしゃる方とお話をしていると、メセナでお金を出してもらって、その催し自体はできたけれども、企業の人たちにチケットをせっかくあげたのに来てくれないとか。そういうことをよく言われるわけですよ。そうすると、実はその文化を支えるニーズは全然増えてないわけです。ということは、文化のその価値っていうのは実は全然上がってないということになるわけです。それをどうやって上げていくかということ、やっぱり一人一人がお金を出して見に行くっていう行為をして、最初の一步はハードルが高いのです。でも何回かその機会を持っていくと人間って不思議なもので、だんだん行くのが楽しくなる。そういうことを実践しているわけです。そういう状況を作っているっていう、新しい循環の仕方っていうものをどう作るかってことを考えないといけないなと思って、その共立のデザインを考えだしました。共立のデザインっていくつかポイントが実はありまして、まだ実験中っていうかまだ研究中なので結論が出ているというわけではないのですが、今までの閉じられた文化ではなく、オープンにどうやってしていくか、お祭りだからその地域の人だけじゃなくって、やはり行った人が楽しめるにはどうするかっていうこともあります。みんなが入っていけるっていうのはすそ野を広げるため大事なことだということですよ。それと、利用者価値っていうのでしょうか、ボランティアにお金を出して、例えば障害者の方が作られたパンを買う。でも、あまり美味しくなかったらやっぱりそれ続かないわけですよ。本当に楽しい気分になれないわけです。そうすると、やはりその買う商品自体をどうレベルアップするかっていうこ

と、これもまずボランティアな精神で、商品を買うだけじゃなくてそのデザインとか、商品価値を上げるっていうことに対してどういうことができるかっていうことも考えられると思うのです。そこはすごく大事だと思います。

それから、人間って不思議なもので、自分がさっきのお金を出して絵を買ったら見に行く例ではないですが、参加することの喜びってすごくあると思うのです。そのハードルをいかに低くして、みんなが入っていけるかっていうところに、やっぱり心を砕いていかないといけない。それが実は今までは文化を消費していたのだと思うのです。それが文化の創造側になるっていうこととすごくつながっているのではないかと。その3つぐらいを大事に考えて、1つのデザインを考えていきたい。そのときに、組織論があって、さっきからおっしゃっている、フラットな関係っていうのはすごく大事だと思うのです。やらされ感がないのはみんなが平等で言いたいことが言えるからっていうところにすごく。そこに先ほどおっしゃったように、マーケティングとか、そういう決めるときには大事だっていうことなのですが、ただ1つ思うのは、やっぱり企業と違うと思うのです。その、効果効率を優先するっていうものとはやっぱり違って、みんながどれだけ楽しめるかってことが大事なので、そういう意味では売れない商品で作ってしまっただけでがっかりっていうのはいけませんけれども、やっぱり時間っていうのは結構大事なんじゃないかな。それからこれ、一つ問題にこれからなると思うんですけど2007年に団塊の世代がワッと地域に、もう既に地域に出始めていますけれども、やっぱり企業の論理で動かそうとする人たちも結構いるという話を聞くのです。それで、若いNPOのスタッフがみんなもう引いてしまって、ついてこないって事例もたくさんあるので、やっぱり地域とか、その全然違うマジックで動いている部分もあるので、そこはやっぱり尊重しつつやる。それには、実は女性っていうのはあんまりこう出てきませんが、女性の感性みたいなものっていうのがまだ地域で脈々と生きているわけですから、そうした人たちとうまくタッグを組んでいくっていうのでしょうか、お互いを尊重し合ってやってくっていくのがす

ごく大事なのではないかというふうに思います。

大宮

自立と共同を合わせたような、“共立”のデザインということで、佐藤さんからは、企業も行政も市民もみんなそれぞれが役職とは違って、地域づくり、地域にかかわっていく時代がもうやって来ているのではないか。それぐらい市民社会が成熟してきつつあるのではないか。そういう活動が少しずつ出てきているのではないかと。そのときに、“共立”のデザインという考え方を紹介していただいて、オープンな空間を作るとか、利用者・参加者が満足できるような利用者価値を上げるような工夫をするとか、参加しやすい空間を作るとか、あるいは最後はフラットな関係というふうな形で、そういうふうな視点をまとめているということで問題提起がありました。最後にちょっと話が出ていましたが、私もいろいろなどころの地域づくりにかかわっているのですが、団塊の世代の人たちが地域のいろんな市民参加の会議とか、あるいはPTAとかいろいろなどころにかかわってきて、大体失敗していますよね、今のところ。何で失敗しているかっていうと、本当に待たないっていうか、成果志向なのです。5分で話し合うようなことをどうして30分も話しているのだっていうふうな、無駄な時間をどうして過ごすのかと。ところがそういう地域づくりとかフラットな関係ってというのは成果を求めているのではなくて、みんながそれぞれみんなの価値観を調整しながら何となく満足するという。5分で解決した方がよいのではなくて、1時間かけたからいいのだ、みたいな。ちょっと逆転の発想で取り組まないと、イライラしてかかわってられないですね。そして、もう2回目から集まりに来ないというのは何度も見えています。優秀で能力があってもすごい仕事ができる人が、その市民会議とか市民参加会議とか、いわゆるフラットな時間の流れがゆったりとした会議に参加して、もう頭にきて来なくなるっていう。そのへん、何を大事にして参加していくのかっていうこともやはりお互いに学び合うという。先ほど枝川先生から話があったように、あんまり悠長なことを言っている、事業が継続しないっていう、やはり

マネジメントとか考えないと、継続できないっていうものと、成果っていうのと、参加者の満足っていうことをどんなふうにして折り合いをつけていくのかが結構難しいかな、というふうに思っております。貴重な視点を出していただきました。それでは安島先生にお願いいたします。



安島

この地域プライドが地域づくりに役立っている事例報告をいただいたように、非常にうまくいっているところもありますけど、基本的には、この地域プライドが、地域づくりに効果をもたらすのには時間がかかるということを実感した方がいいかなというふうに思っております。山に落ちた水が染み込んで湧水となって湧き出てくるまでに何百年もかかったりするように、文化的な投資ってというのは時間がかかるのかなというふうな気がします。

私は金沢に長くおりました。先ほどの枝川先生のお話の中に、吉田松陰とか本居宣長とか、地方で大変優れた業績を残した学者の出た例もごございますけど、金沢の場合は江戸時代にはそういう全国に名がとどろいた学者は出ていないのかなって思うのですが、この加賀藩というのは外様でございまして、100万石の富を文化に投資をしたわけです。それが今にもいろいろな形で残っていると思いますが、文化的な面で言いますと、明治になってから、泉鏡花とか、徳田秋声とか、室生犀星とかで、明治の3文豪といわれている人が、ぞくぞくと出ました。それからその他にも西田幾多郎とか、あるいは高峰譲吉、科学者とかですね、いろいろなそういう世界的な人たちを輩出したのです。これは江戸時代につぎ込んだ文化的な投資の果実なのではないかなというふうに思っております。先ほどから文化資本というような話が出ておりますけど、これなかなか難しい概念ですが、文化資本というのは住んでいる人にとってみれ

ば、みんなが、少し知恵があって、学問があって少し賢くなるという文化を住んでいる人が身につけるということだと思いますので、時間がやはりかかるのかなというふうに思います。ですから一つは、この文化的投資は何かこの経済的なもの、そういう量的なものではかるのではなくて、もっと質的なものとですね、時間の関数だという気がしております、あまり焦らないで、このプライドの醸成を図っていくのが必要なのかな、というふうに思っております。

もう一つは、このいろんな事例の中で、もう燃えてしまった例もありますけど、見ていましてやはり、その方が住んだ生家ですとか物が、大事にされているというのを見ましても、やはり歴史的な町並みとか、偉人とか、そういうものはやはり大事に残していくということが、何かそういうことを思い出す非常に有力な手がかりになったりする気がいたしまして、やっぱりそういうものを大事に残していくということが、プライドづくりの最初にあるべきではないかな、というふうに思います。もう一つは、人を感動させるのは、その人の生き方とか信念とか、正義感とか勇気とか、そういうようなものがあるわけで、そういうストーリーをうまく結びつけて残す。そういうストーリーづくりが非常に大事であると思いました。

大宮

ありがとうございます。これまでに抜けていたが、“時間”という考え方を出示していただきました。そんなに簡単に歴史的なプライドが、地域プライドが生まれたり消えたりするわけではなくて、長い時間じっくり取りかかれないと、本当の意味での力にならないのではないかと。そこを正面から据えて考えていく必要があるのではないかとというふうな、生き方・感動・スタイル・ストーリーづくりも含めて、あるいは教育のあり方も含めて、時間という視点を忘れないで取り組んでほしいという問題提起だったと思います。

以上、それぞれの研究活動から、非常に面白い問題提起をしていただきました。で、フロアの皆さんから、ちょっとだいぶ時間がたっているのですが、2～3質問を受けたいと思いますが、どなたでも結

構ですので、ご所属と、あとお聞きになりたい先生の名前を言ってご質問していただきたいのですが、どなたかいらっしゃいますか。

質問者

今日は、大変貴重な話をありがとうございました。今日は一般からの参加者なのですが、私の所属は、全国8万の神社を統括します神社本庁で、そちらからまいりまして、今日は非常に有意義なお話を聞かせていただいて、ありがたく思っております。

その中でいくつかこうアドバイスというか、お答えしづらい質問かもしれませんが、お耳をお貸しいただけたらと思っております。先ほど冒頭のお話にもありました通り、先ほど地域プライドによる地域づくり。これはまさしく私どもから見れば、全国津々浦々の神社、また仏閣、こういったものを、もう一度改めて見直していただく。そのことが非常に、この地域づくりを進めていく上で、非常に力強いものを発揮できる手助けになるろうかと思っております。私ども神社のことをお話しいたしますと、先ほどもありましたように過疎化で、確かに神輿の担ぎ手がいなくなったりですとか、今まで伝わっていた神楽がだんだんなくなってきたりといった中で、文科省さんの方では、財団法人伝統文化活性化国民協会、その他、ふるさと文化再興事業とか、伝統文化子供教室というものによって助成をいただきまして、毎年少しずつではありますが、こういった地域文化・地域伝統行事・祭礼行事っていうものが復活したり、継続して行われたりしています。また今日のお話の中で、インフラ整備が大事であるといったこともお話があったのですが、実際には、インフラの整備、いろいろなインフラの整備の仕方がありますが、神社にとってみれば例えば国道を作るとか、県道を作るということで、神社の森が削られたり、ダムを造らなくてはいけないといったことで神社を壊さないとならないという状況もあります。また、毎年、東京ドーム何十個分というような森が、日本の中から消えていくといったような状況の中で、インフラの整備も大事なのですが、こういったことも少し歯止めをかけつつ、新たなもう1度文化を見直しつつ、地域づくりというものを展開していいい

ただきたいという風に思っております。

また観光立国宣言なんていうものもございまして、国内において観光といわれれば神社・仏閣巡ったり、温泉を巡ったりといったことが主になるうかと思うのですが、こういったところも各地方自治体なんかでも、視点に入れていただきながら、もう一度神社・仏閣というものを、その地域の文化センターであるとか、そういった精神的な中心的な施設であるといった再発見・再認識をする形で、ぜひとも活用いただきたいとも思いますし、また、今後自治体が、こういった神社・仏閣等が、よりよい形で地域づくりを展開していくに当たって、どういったことが必要であるか、また私どもでも足りないところかと思っておりますが、何かアドバイスをいただければというふうに思っております。

大宮

ありがとうございます。具体的に神社・仏閣という、そういうふうな意味では今日のテーマの地域プライド、あるいは歴史的な地域プライドというふうな意味では、非常に重要な点ですが、どなたか、では、佐藤さん。

佐藤

高知県の檮原というところに神社があって、お神楽があって、行ったことがあるのですが、そこはやはり四国なので、すごく「まれびと」というか、よそからの人たちを歓迎する習慣があるのです。それで、前の日から、無礼講的なお祭りがあって、泊まりがけで行ったのですが、翌朝そのお神楽に行ったら、小学生の子たちや中学生の子たちも、お神楽の練習に来ていて、その子たちがその、当日やお神楽を見ながら涙を流しているのです。なぜ涙を流しているかという、自分ができないことを上のおじいさんたちはできるっていうので涙流しているのを見て、私は非常に感動しました。やっぱり地域の中でちゃんとそうやってこう伝わっていくっていう文化があるのだな。それをやっぱり大事にしていると、子供たちは出ていってしまうかもしれませんが、やっぱりその気持ちっていうのは絶対忘れないものだと思うので、そこをすごくやっぱり大事に、

とにかく伝えていくっていう、身近な人に伝えていくっていうことがまず基本だというふうに私は思います。

それからもう一つですが、最近その若い人たちの情報コミュニケーションというので調べていましたら、面白いことがわかったのです。今の若い子ってテレビとかあまり見ないのです。テレビとか共通のもの見てなくて、会話の話題にならないっていうのです。では何を話題にしているのっていうと、季節行事なのです。節分とか、紅葉狩りとか、お花見とか、そのようなものをネタにしている。花火もそうですね。実はこれは神社と非常に関係があって、たぶん神社の方はそのようなつもりでやっていらっしやらないと思いますが、若い人たちはそのような情報を求めているのです。そのような時は雑誌も買ってみたいという熱の入れようです。したがって、新しい動きというものに敏感に感じていただいて、従来の上の人たちに対する情報発信だけではなく、若い世代に新しいかたちで、情報提供していただくというのをもひとつきっかけになるのではないのでしょうか。

枝川

まさにその通りだろうと思います。神社、仏閣というものは似たようなものだけでも、昔は地域の核となっていたと思うのです。そこに集まって何かを行うということが非常に大事というか、公民館的な施設としての役割を果たしていたと思います。それだからこそ、お祭りがあり、伝統行事が神社やお寺にくっついてあったのだと思うのです。それがだんだん疎遠になってきているということがあろうかと思えます。したがって、先ほど佐藤先生がおっしゃったように、ニーズがあるのであれば、そこにくらいついていくというのが当たり前だと思うのです。私が見るところ、大きな神社はそのようなことを敏感になさっているが、小さな神社というものは案外、内に閉じこもっているようなところもあるのではないのでしょうか。ただ、もう少し情報的に開かれたものであるべきでしょうし、あるいは何かの集まりのときの場として提供するという意味でも賑わいは取り戻せるのではないのでしょうか。江戸期の時

にあったような、地域としての公的な施設、今は文化会館とか、文化ホールとか、公民館とか公的な施設がどんどん整備されてきたり、都会では民間ホールがあるので、そこを借りればよいという話になってきたりしていますが、そうではなく、廉価でお貸しするとか、私などもいろいろと調査をしているのですが、神社仏閣でコンサートを行っているところは結構あります。したがって、このような一つの取り組みをやられればどうでしょうか。

大宮

国や都道府県、市町村の行政が支援できることはたくさんあると思うし、そのようなものを充分支援していかなければならないということで、中心市街地と同じですが、商店主自体が努力しないかぎり、どんなに支援しても元気にならないという意味では、神社仏閣の皆さんが創意工夫をして、例えば、オープン化とか、利用者が満足できる仕組みがあるとか、そのようなことをもう一度改めて神社仏閣の活用というものをお考えになるということだと思います。トトロの鎮守の森の神社が日本からなくなるということは非常に悲しいことだと思いますので、そのような意味では、是非皆さんとともに思っています。じつは昨日シンポジウムを群馬県でやっていまして、お寺の住職さんがNPOを作って、身寄りのない一人暮らしの人が亡くなったときの法要・供養を全部やっているという話がありました。欧米の文化というと、協会が地域の一つの核となって、人と地域のまとまりをシンボライズしていますけど、日本の神社仏閣とかがそのような機能をもてば、非常に面白いまちづくり、地域づくりができるのですが、なかなかそのような動きがないということで、工夫すれば面白いかと思えます。それでは、もう一人どなたか。

質問者

千葉県の道の駅から来ました。地域づくりは人づくりという言い方もあるかと思うのですが、先ほど大宮先生が、学生さんを外に出す活動をNPOでやられているというお話を紹介されましたが、そのへんをもう少し教えていただきたい。

大宮

実は2年前くらいに私が所属する高崎経済大学の学生だけではなくて、短大や他の大学などの群馬県の大学生の調査を行ったのです。日頃NPOに係っているかとか、大学のサークルをやっているかとか、いろいろなことを聞くと、いろいろなことをやっている活動群というものがあるのです。ほとんど何もやらないで、授業と家でパソコンとインターネットくらいで、ほとんど人と合わないし、しゃべらない非活動群の学生がいるわけです。この活動群の学生と非活動群の学生を比べてみますと、例えば、家族とか友達とかとのコミュニケーション度合いでは20ポイントも30ポイントも違いがあるわけです。あるいは、社会に出て、いろいろな仕事をしてみたいかという、活動群の学生の方がすごくやってみたい。非活動群の学生はちょっと恐い、不安だと明らかに違うのです。そうすると、私たちの社会は、いろいろなところに係らせて、なるべく社会や人と出会わせた方が、むしろその人の個性を伸ばすのではないかという風に考えて、NPOをつくったわけです。具体的な内容に関しましては、時間がかかりますので、例えば、コミュニティ放送で毎週30分、取材をしたものを学生自身が放送するとか、若者就業支援の活動の中でジョブカフェを朝から晩までいろいろな人の受付をやったり、あるいはまちづくりに参加したりするなどを行っています。

それでは、時間が来ましたので、一言ずつ簡単に言い残したことなどをお話いただき、それで終わりにしたいと思います。

石森

私は今回の地域プライド創発による地域づくりというものを大変重要なプロジェクトであると思っております。むしろこれが、文部科学省、文化庁、国土交通省でそのような形で展開があるのかということに、大変期待しております。ただし、先ほども内発的とか、自律的とかで地域社会の重要性をお話しましたが、様々な地域資源をどのようにマネジメントするのか、地域マーケティングとか、かなり専門性を必要とすることでもありますので、最終的には民産官学のコラボレーションが重要だと思います。

ますが、そのなかでも学的重要性がもっと発揮されるべきではないかと思っています。実は北海道大学も今年の4月に観光学高等研究センターというものを設立することになりまして、私はセンター長に選ばれて、4月から北海道大学にいて、来年の4月に北海道大学で観光創造の大学院を設置しまして、こちらは企業のためではなく、地域社会のために役立つような人材を養成したいと思っていますので、また、皆様方からご支援をいただきたいかと思えます。

枝川

ちょっと私の説明が不足であって誤解を招いたところもあるかと思えますので一言訂正させていただきます。NPOなどの地域づくりに係っているところにおいて、意思決定にあたっては皆さんが平等で、それぞれが参加し、対等な立場で発言をする。しかし、先ほど佐藤先生がおっしゃったように、例えばパンを作るということにおいて、NPOだから何でもよいということではなく、おいしいパンを作るという場合、いわゆる商品開発ですが、そういった場合に企業の培ってきた手法というものが役に立ちますということであって、企業的なマネジメントをそのまま適用しなさいということを行っているわけではないのです。手段としての商品開発としてで、地域づくりという場合に、産官学が必要で、学の研究者としてアドバイスできる場所もあると思えます。そのような人たちがお互いに平等な立場に立って話し合っ、実際に行う場合においては、それぞれ利用できる資源は利用するということですので、私の言葉が足りなかったところをお詫びいたしまして訂正させていただきます。

佐藤

できることをもち寄って何かをやりたいということは非常に大事なことで、今まではあの人がやってくれるのではないかと、行政がやってくれるのではないかという風だったのですが、自分は何ができるかということをもっと考える。私は非常に庶民的な考えですので、例えば、桜並木のよいところがあったらお花見に行くということも大事だと思うので

す。そこが賑わうということは、それを敬っている人たちにとってはうれしいことです。いろいろな参加の方法があるのではないかと思っているので、それでは何に参加することができるのかということを考えることが大切だと思います。もう一つ、このような考え方があるなあと思うことで、湯布院で事務局長を外から迎えているのです。このようなことは非常に大切で、何にいる人は歴史とか文化とかいうものに煮詰まってしまうとか、それらがよいものだということに客観的に思えないというようなことがあると思うので、第三者を上手く活用していくということも考えた方がよいのではと思います。

安島

地域プライドによる地域づくりなのですが、観光から見ると、安易にそれにより人寄せをしようというよりも、地域の方々が地域プライドを活かした地域づくりをすることによって、皆さん地域に愛着を持つ、住んでいるところが好きだということが人をひきつけるのではないかと思います。もともと観光の語源が国の光を観るといふか、地域が光り輝いているものを観に行くというものであるから、観光はそのようなものの結果としてついてくるのであろうと思えます。

大宮

すでに、いろいろな提案がありました。繰り返すことはないかと思いますが、結論から言うと、一人一人がそれぞれの立場で自主的に粘り強く協力してということになると思います。地域にそれぞれのスタンスで参加してほしい。そのときに歴史とか文化とか地域資源とか、ずっと残ってきて精神的な核になっているものというのは非常に貴重なのでこれを大事にゆっくりと育てていこうというのが本日の結論になるかと思えます。長時間集中して参加していただいてありがとうございます。また、本日お忙しい中参加していただいた4人のパネリストの先生方に感謝いたしまして、皆さんの拍手を持ってお礼を申し上げます。

地域プライドによる地域づくりフォーラム

グローバル化の急速な進展、人口減少・高齢化、地球環境問題など、現代人の生活が大きく変化してきた時代のなかで、「地域への誇り」や「美徳」というものが失われつつあります。

本フォーラムは、地域固有の歴史・文化資源により築かれ、受け継がれてきた地域固有の歴史的的精神文化(=歴史的地域プライド)を継承し、地域プライドを活かした地域づくりを進めるアプローチとします。

- 【日時】 平成18年2月20日(月) 13:10~16:30
【場所】 ホテル ルポール麹町 (東京都千代田区平河町2-4-3)
【主催】 文部科学省、文化庁、国土交通省

プログラム

-
- 開 会 (13:10)
-
- 【第一部】 基調講演 (13:15~13:45)
-
- 【第二部】 事例発表 (13:45~14:45)
- 滋賀県高島市
福島県会津若松市
岩手県平泉町
宮崎県都城市(旧高城町)
-
- << 休 憩 >> (14:45~15:00)
-
- 【第三部】 パネルディスカッション (15:00~16:30)
-
- 閉 会 (16:30)

第一部：基調講演（13：15～13：45）

『歴史的地域プライドを活かした地域づくりへ』

講師：東京芸術大学音楽学部教授
枝川 明敬 氏

第二部：事例発表（13：45～14：45）

近江聖人中江藤樹の教えによる地域づくり

《滋賀県高島市》 発表者：中江 彰氏（近江聖人中江藤樹記念館館長）

地域の歴史と教えを誇りに「あいっこ宣言」による地域づくり

《福島県会津若松市》 発表者：野口信一氏（会津若松市立会津図書館館長）

奥州藤原文化の保存と世界遺産登録をきっかけとした地域づくり

《岩手県平泉町》 発表者：伊藤孝志氏（平泉町世界遺産推進室）

旧後藤家商家の保存をきっかけとした地域づくり

《宮城県都城市（旧高城町）》 発表者：鶴田 勝氏（NPO高城歴史文化のまちづくりフォーラム）

第三部：パネルディスカッション（15：00～16：30）

『地域プライドによる地域づくりのあり方と展望』

【コーディネーター】

（敬称略、五十音順）

大宮 登（高崎経済大学地域政策学部長）

慶應義塾大学大学院社会学研究科修士課程修了。山形女子短期大学教授、高崎経済大学地域政策学部長（教授）中央教育審議会生涯学習分科会臨時委員、文部科学省地域づくり支援アドバイザーなど歴任。専門分野：地域づくり理論、能力開発論

【パネリスト】

石森 秀三（国立民族学博物館文化資源研究センター長）

甲南大学経済学部卒業。オークランド大学大学院に留学後、京都大学人文科学研究所研究員を経て、1975年より国立民族学博物館。同博物館教授、研究部長を経て、2004年より現職。観光立国懇談会委員、国土審議会専門委員、文化審議会専門委員などを歴任。専門分野：観光文明学、博物館学

枝川 明敬（東京芸術大学音楽学部教授）

名古屋大学工学部卒業。文部省に入省、元文化庁地域文化振興室長。埼玉大学、政策研究大学院大学、名古屋大学共同技術研究センター教授などを経て、平成16年より現職。名古屋大学客員教授、工学博士。専門分野：文化行政論、地方文化振興論

佐藤友美子（サントリー次世代研究所部長）

立命館大学文学部を卒業。サントリー株式会社に入社、1989年サントリー不易流行研究所の設立メンバーに。1998年3月より現職、2005年次世代研究所に名称変更。文部科学省中央教育審議会、国土交通省交通政策審議会委員など歴任。専門分野：生活文化論

安島 博幸（立教大学観光学部教授）

東京工業大学工学部社会工学科卒業。東京工業大学社会工学科助手、金沢工業大学建築学科教授などを経て、1995年立教大学社会学部観光学科教授、1998年より現職。工学博士。著書に「日本別荘史ノート、住まいの図書館出版局、共著」他。専門分野：観光リゾート計画、景観工学