

農山村漁村における地域づくりは、 多様な価値の創出から

東京農工大学大学院客員教授／
地域ブランド・地域づくり支援ファシリテーター
福井 隆

福井 隆（ふくい たかし）

1954年三重県生まれ。東京農工大学大学院生物システム応用科学府客員教授。地域生存支援有限責任事業組合・組合員、NPO 法人日本エコツーリズムセンター理事、流通コンサルタント「リーフワーク」代表。また、地域ブランド・地域づくりの支援ファシリテーターとして、全国の農山村を精力的に訪れ事業支援を行っている。



■何を再生しての地域づくりか

福井 ただ今ご紹介頂きましたように、私は北海道から沖縄まで全国各地を歩いています。この仕事に就いたのが13年前で、この10年間は一年に200日、10年で延べ2000日は全国をまわり、地域の方々の内発的な部分から計画を作りかたちにすることをモットーに、皆さんのお役に立つことを心掛けてやってきました。

最近、農山村漁村で「マーケティング」という言葉をよく耳にします。私はこの仕事に就く前は流通コンサルタントを、それ以前は外資系商社の社員だったので流通に関してはプロですから、物を売ることは簡単だと思っています。でも、それだけに縛られるのはおかしいと感じています。また「地域づくり」という言葉に違和感をもって、「皆さんと一緒に考えたい」と思い、今回は敢えてこのような講演タイトルにしました。

現在行政のみなさんと一緒に仕事をする中で、行政に対して様々な逆風が吹いていると感じています。それは「地域づくりのものさし」が人によって異なることが大きな原因だと考えています。3.11の東日本大震災以降、「地域再生」が声高に叫ばれていますが、いったい何を再生したいのでしょうか。

震災後の9月に福島県の小浜を訪れましたが、集落は綺麗に残っていました。しかし、津波の被害を受けたため激甚の災害地域に指定され、「解体同意」と紙を貼るだけで国が無料で解体してくれるそうで、12月に再訪すると集落はほぼなくなっていました。住民のほとんどが高齢者の一人暮らしで損傷がないにも関わらず、子どもや孫に「お荷物＝家屋」を残したくないと解体を願い出たそうです。20年、30年後の中山間地や離島の現実が震災によって突如出現した…、私はそう感じました。このようにならないために私は考え行動していますが、いったい何を再生するのか。これが大きな問題です。

■貨幣に依存する社会の限界

最初に若干ネガティブな話をします。こちらは東京駅の隣にあるビルの最上階から撮影した写真です。ご覧いただければ分かるように、東京はもちろん京都を含む都会の街のほとんどは、外からのエネルギーや食料に支えられています。即ち、ほとんどが貨幣に依存しています。

3月11日、私は東京のど真ん中にいましたが、午後5時半にはコンビニからすべての食べ物が無くなったのを目の当たりにしました。交通手段もないなか、「いったいどうするんだろう」と…。都会を否定するつもりはありませんが、貨幣に100%依存した都会の暮らしは未来永劫続くのでしょうか。

一方、中山間地にはお金だけに依拠せず、地域の風土や自然の恵みの中で生活している方がたくさんいらっしゃいます。先輩たちが培ってきたこと、日本の風土の中で蓄積されてきた事、たくさんの知恵や文化は次の世代に受け継がれていくのでしょうか。危機的状况に様々な場所で遭遇し、これを何とかしたいと私は思っています。

電線が張り巡らされた風景はどこでも見かけますが、この写真は有名な小説家・片岡義男氏が一年ほど前に出版された『この夢の出来映え—謎だらけの日本』からお借りしています。片岡先生は都市化、便利、効率、自由、民主主義…と、アメリカの文化を日本に紹介し先導する立場にいらっしゃいました。しかし「良かれと思ってやってきた結論がこれか…」と悩み、この本を出版されました。「景観に配慮がなされていない」、便利さの中で忘れ去られてきた日本の不思議さを彼は言っています。都会は「コントロール=制御」

を基本に成り立つ社会ですから、電線が無ければ生きてはいけません。しかし、そこに何らかの配慮はあっても良いのではと思います。

自然と人を切り離す力=貨幣経済、統治の方法論は水戸黄門の時代、いわゆる朱子学、儒教の時代に始まっています。「廃仏毀釈」という言葉はご存知かと思いますが、日本で最初にお寺を壊したのは人と自然の間にある「信仰」に敵対心をもっていた水戸黄門です。その後明治政府が行ったのが「神仏分離令」で、近代以降も続いている流れだと私は感じています。

今日は「貨幣にだけ依存する社会がこのまま上手くいくとは思わない」を前提に話をします。こちらは群馬県の春の風景写真ですが、先ほどの風景と比べ非常にホッとします。この地域ではすべてを貨幣に依存することなく、おじいちゃん、おばあちゃんもお元気で、春になると山菜を積み、子どもが泣けばあやす…といった暮らしが脈々と続いています。

■その土地で暮らす誇りを 次世代にいかにつなぐか

「暮らしがつくった豊かな生態の景—そこには豊かな暮らしの自治があった」とタイトルを付けたこちらの写真は、日経新聞からとりました。日本の先輩たちはいろんな意味で自立的に暮らしをつくってこられました、それが大事だと私は思います。政治による自治ではなく、人や自然、歴史や文化、そして時間軸を含めた自治。そこには今では悪いことのように言われている「あ・うんの呼吸」や「以心伝心」、「適当」といった言葉が非常に重要な意味を持っていました。「適当=適

度に的に当てる」と広辞苑にあります。「適当」はほとんどの場合悪い意味で使われています。しかし、農業の水制御など昔はすべて適当にやっていて、それが見事だったんです。自然界では今回の震災のような想定外は山ほどあります。つまり「想定しない＝適当」は、コントロールとは違って適度にやっていくこと。これが日本の生活を維持する原理・原則になっていたんだと思います。

以前、大手出版社の有名編集者に出版の相談を持ちかけた時のことです。彼は養老猛氏を世に送り出した敏腕編集者で、売れる・売れないに関しては鋭い嗅覚を持っていました。そんな彼が、私が提案したタイトルの中の「地域づくり」という言葉を目にすると、「これは売れない。だから出版できない」と言い切りました。「“地域づくり”という言葉は日本人は共有していない。言葉として抽象的で共有されていないものは売れない」と。この期に及んで原発を誘致しようしている地域もあるなど、行政の方々と仕事をする中で地域づくりに対するものさしの違いは痛感しています。みんなで「地域づくりとはこういうこと」とベクトルを合わせなければ、上手くいくものも上手くいかない、それが今日の主題です。

「先輩たちが積み上げてきた豊かな文化を次世代に繋げられないのでは」という問題意識は逆に、「その土地で暮らす誇りを次世代に繋げるためにどうすべきか」ということ。これが目指すべき方向性だと私は思っています。

こちらの写真は沖縄の竹富島の美しい暮らしの風景です。紅い瓦に白砂の道、そして石垣。昔、竹富島は農業の島でしたが、現在は島民のほとんどが観光業に就いています。年間30～40万人にも上る観光客の大半は白

砂の道を目当てにやって来ますが、白砂の道にはマラリアの猛威に襲われ水たまりを無くすために白砂をまいた…という経緯があります。美しい風景にも暮らしの意味があり、歴史の中で風景はつくられます。そこに本当の意味があると私は考えます。

こちらは京都・美山町の写真です。都会人には「田舎には何もない」と思っている方が多く、とある大学では「田舎にはコンビニがない。コンビニがない所で私は暮らせない」と言い切った指導教官もいました。確かに、田舎と呼ばれる地域に暮らす方の大半は「ここには何もない」と思っているかもしれません。紀伊半島の集落を訪れた時には「何をしに来たんだ？」とまるで不審者のように扱われました。こういったことはいろんな所で起こりますが、「ここは良い所です。よくいらしゃいました」「あそこに美味しい物がありますよ」と住人が言えるようになって初めて地域は良くなると思います。皆さんもご経験があると思いますが、イタリアやフランス、スペインなど海外の田舎ではどこに行っても「良い所でしょう」と住人に言われます。日本にも良い場所はいっぱいありますが、そう言われた経験はほとんどありません。諸外国のように自信をもって「良い所です」と言える地域が増えれば良いと思っています。

「地域づくり」においてここしばらく流行っていたのが、グリーンツーリズムや「交流で町を元気にしよう」といった取り組みです。

こちらは群馬県の山奥でおばあちゃんが草履を作っている写真です。交流館で体験交流をされていて、年間約1000人が訪れおばあちゃんも交流を楽しんでいるとの事です。それはそれでももちろん良いことですが、移り住む人もおらず、おばあちゃんだけが頑

張っているという構図でした。

一方、「アートで農村に人を呼ぶこと」は地域づくりでしょうか。観光客が訪れると村は賑わいますから、何もしないよりは良いと思います。しかし、それが答えなのでしょう。

■土着の食べ物に価値を見出す

私が一番多く手掛けているのは特産品の開発ですが、ほとんどの地域が“ものまね”をしています。富士宮の焼そばはオリジナリティがありソウルフードとして売り出すことができている良いと思います。しかし、わざわざB級グルメを開発し特産品として売り出す地域が多いことにはやはり疑問を感じます。皆さんもご存知の「生キャラメル」を売り出した地域はたくさんありましたが、今はほとんど残っていません。次に大ブームとなった「食べるラー油」も同様ですが、オリジナルの石垣島ラー油だけは現在も売り上げが伸びています。それぞれの地域がもつ意味、そこから生まれた価値は続くと考えています。

佐世保バーガーに始まったご当地バーガーのブームも下火になっていますが、佐世保の話に少し触れておきます。佐世保バーガーが有名になるまで「佐世保出身です」と言う佐世保市民はほとんどいませんでした。海軍の町、米軍の町、重工業の町…と暗いイメージが強く、第二次世界大戦後、最初に米軍が入って来た佐世保には戦争の負の遺産が山ほどありました。そんな中、佐世保バーガーを世に知らしめたのは市役所観光課の女性でした。京都の大学に通っていた彼女もまた出身地を聞かれると「長崎の近くです」と答えていたそうです。しかし、大嫌いだった佐

世保市のなんと観光課に配属。困り果てたそうですが、もう逃げられないと腹をくくり「嫌いな町にどうやって人を呼ぶのか」を考え、自分の町を好きになる努力をしました。

まず町の歴史を調べ、米軍の将校たちが母国の食事を懐かしみ食堂で作ってもらったのが日本のハンバーガーの始まりであり、佐世保バーガーだったことが分かりました。戦争の負の遺産の一つでもある米軍の食文化を敢えて売り出す、まさに逆転の発想です。しかし、商工会議所の会長は「いい加減にしろ」と激怒、地元では大反対を受けたそうです。でも彼女はやり通した。土着の食べ物文化に価値を見出す、そこに意味があるんです。

■地域の未来は茶の間で決まる

こちらは三重県桑名の郊外、圃場整備が終わった70ヘクタールの綺麗な田んぼの写真です。「耕作放棄地ゼロの素晴らしい取り組み」と国からも表彰され、上手くいっている地域に何故か呼ばれて行きました。

この地域に3日間通いましたが女性の姿を見かけなかったのも、「何故、女性がいんですか？」と組合長さんに聞くと、「女性がいないとマズいか」とやや逆ギレされました。「女性の方々は？ 息子さんや娘さんは？」と聞くと、「みんな正社員で働いている。ここには大手の工場もあるし、働く所はいっぱいある」と。農業をやっているのは高齢者の方ばかり、そんな地域に私が呼ばれた理由は「後継者を育てるにはどうすれば良いか」でした。

息子や娘に後を継がせたくないとな大半が思っている地域でどうやって後継者を育てるのか。「無理です」と私は答えました。「国

や県の政策でやってきたんだろう。あんたたち行政と大学の先生たちで何とかしろ」と叱られましたが、何ともならないですよ。こういう事例は山ほどあります。

こちらは水俣で地元学を提唱されている吉本哲郎氏のデータです。水俣で一つの集落全員をインタビューしたところ「11の属性に分かれた」というものです。全体の8～9割が「村から出て行きたい」と思っていて、特に驚いたのが「マチへの憧れ、年金高齢者派」です。おじいちゃん、おばあちゃんが子どもたちの暮らす都会に出たいと思っている、これはすごく辛い現実です。吉本氏が「毎日過疎化プロジェクト、日本全国で進行中」と命名された現状です。

こちらは「毎日、過疎化プロジェクト」がどういったプロセスを経て進行しているかを示した図です。紀伊半島的那智勝浦町色川原さんがおっしゃる「地域の未来は茶の間で決まる。夕飯の場で決まる」はつまり、祖父母や両親が「ここは良くない。木も売れない、米を作っても売れない、畑を耕しても猪しか来ない」と言っていたら、誰も後を継がないということです。

水俣でも同じことが起こっていて、毎日暗いことばかり言われ続けたら、将来は都会で暮らす方が良く子どもたちが思うのは当前です。高校や大学進学の時を狙って「〇〇の大学に行きたい」と子どもが言い、「一回くらい外に出て、社会を知って戻って来たら良い」と親は思う。親に「良いよ」と言われた瞬間子どもは「やった！逃げられた」と思い、戻って来る訳がない。もちろん世間は甘くありません。都会に出ても苦しいし、仕事はないし、就職率も悪い。だからといって地元に戻っても仕事はない。「この現象が全国各地で起こっている」というのが吉本氏の

説ですが、私も全国各地で目の当たりにしています。

だったらまずは、それぞれの地域で頑張っている方が「ここは良い所だ」と、その地で生きる希望をつくってあげなければ。立派な林業家の方が「うちの息子はデキが悪いから後を継がせた」。でも、それは絶対におかしい、逆です。まずは大人が変わらなければ駄目なんです。

80歳の方がいつか都会に出て行きたいと望む国はおかしいと私は思います。では、どうすれば良いのか。地域づくりでは有名で『プロジェクトX』でも紹介された湯布院の中谷健太郎さん。彼は私の尊敬する人ですが、40年ほど前にいやいや湯布院に帰って来ました。親御さんが亡くなり後を継ぐために仕方なく戻り、最初に思ったのは「自分の子どもが出て行くのは困る」で、「どうすれば湯布院に子どもが残るのか」というシンポジウムから彼の地域づくりは始まりました。ダムの底に沈みそうだった町、観光客もほとんどいないし予算もない。でも、今は年間400万人が訪れる湯布院。もちろん賛否両論ありますが、以前より良い町になったことに違いはありません。

■公共事業でいきすぎた近代化

私がマーケティングやマーチャンダイジングの仕事をしていて感じたのが「西洋に憧れる日本人」でした。その結果としてのジーンズであり、バッグであり、家であると。積水ハウスの社長さんは以前、「リカちゃんハウスをつくれれば売れると思ってやってきた」とおっしゃっていましたが、その通りです。

明治の始めから「鉄は国家なり」と、近代化・都市化をどんどんと進めました。特定郵

便局長に村長を任命するなど素晴らしい政策でたくさんの資金を集め、現在の郵貯制度の基礎がつくられました。この制度のおかげで巨額の財政を維持しながら動くことができ、近代化・都市化が進みました。これらを否定しているのではなく、結果として良かった部分もたくさんありますから、一つの流れとしてお聞きください。

こちらの写真、懐かしくありませんか。「皆さんで明るい住よい町を作りましょう」、「村が合併された。日本のそこら中で、明るい町が誕生した。明るいナショナル、光る東芝と、明るいことがスローガンだった」。これを国民みんなが信じていました。そしてその後の故・田中角栄氏の時代からは特に公共事業に依存し、インフラ整備中心の流れがあります。それは現在進行形で、田んぼの中に突如音楽ホールが出現したり、白神山地の山中で大型ダムが建設中だったりしています。これが町づくり、地域づくりだった時代があり、均衡ある発展として道路が整備され小学校にはプールができました。これはこれで良かったと思いますが、進みすぎた感はありません。その後、公共事業が日本列島にあまねく行き渡り、人のいない所にまで道路がつくられ、大きな批判が起きました。少し大まかですが、これが日本の近代化の一連の流れです。

■「答えのない仕事」が大事になる

次に、産業振興＝お金儲けの話です。

お金儲けの手っ取り早い方法は、公共事業が付いてまわる工場誘致です。成功事例の一つが三重県のシャープ亀山工場でしたが、今日も三重県多気町の第二工場閉鎖のニュースが流れるなどシャープは非常に厳しい状

況です。実は三重県に依頼された仕事でこの地域のお手伝いをしましたが、集落の区長さんは「シャープさんに来てもらったけれども良いことはなかった…」とボソッとおっしゃっていました。土建屋の親父さんですら良いことがなかったと言う、それが現実です。

一方、日本一の馬を生産している北海道日高川町の牧場の半分はドバイのグレイジャパンに土地ごと買収されています。水の問題は大きく取り扱われていますが、この話がどこからも出てこないのは積極的に斡旋しているのがJA だからです。肥育農家に大金を貸しているJA が不渡りを恐れ、「今のうちに…」と中東の資金に転換しているんです。

こちらは成功した「地域づくり」の典型例として捉えられている大分県九重町の写真です。これは町の庁舎でこの上に温浴施設があり、その上に中学校が、そのまた上に福祉施設があります。さらに10億円の費用をかけ日本一の吊り橋をつくりました。これが成功事例としてとらえられているんです。確かに、4年で600万人が来まし、お金も山ほどあります。話題の地熱発電で、人口1万人の町が使う電力の約2000倍、年間11万キロワットを発電して九州電力に売っています。その潤沢な資金で先の事業をやっています。

皆さんもご存知のように、「全総＝全国総合開発計画」の最終となる橋本内閣の時代には、「公共事業を中心に全国一律に均衡ある発展をめざすことを止め、多様な主体が参加して、地域固有の資源を生かした自立的発展、多自然居住地域の形成」とまったく違うことが謳われています。現在もその真っ只中で、先ほど紹介した九重町のような地域づくりもありながら、国はまったく違う方向に舵を切っています。

違った視点でとらえますと、これまでの道路や橋をつくるのは「答えのある仕事」でしたが、今後は「答えのない仕事」が増えるということ。これは非常に大事なポイントで、地域政策や行政は将来的にはそこを基軸に仕事をして欲しいと思っています。「つくる」あるいは「守る」、警察や消防、税務といった答えのある仕事も変化が大事です。

■変わりゆく地域社会

中山間地では集落機能そのものが立ちゆかなくなっています。そのベースにあるのが「水」。簡易水道で山中から水を引いている所では、おばあちゃんが水を確保するために山道を何キロも歩いています。地方都市では工場誘致に奔走していた時代が終わり、ショッピングセンターですら赤字になると即撤退、そんなことが起こり始めています。私は東京の郊外に住んでいますが、多摩ニュータウンでは団地毎に30軒以上あった商店も2軒開いていれば良い方で、特に夜は恐ろしい廃墟のようになっています。ショッピングセンターの前兆がパチンコ屋さんで、全国のあらゆるロードサイドでパチンコさんが廃墟と化しています。観光も同様に、JTBや近畿日本ツーリストが中心となっていたエージェント観光が通用しなくなり、唯一例外は、中国や韓国の富裕層をターゲットの観光に変化しています。

こちらの資料で見ると、日本の人口は右肩上がりで増え続け、現在をピークに100年先には約半分になると予測されています。「人口が減る時代」というのは有史以来初で、今後はこれを前提に物事を考えなければなりません。例えば商店街。2009年には1万3,259ヵ所あった全国の商店街の98%が停滞

もしくは衰退していて、この10～20年で約半数の店舗が消えました。その結果がこちらの写真です。最近はどこへ行っても見かける光景ですが、下が店舗で上が貸しビルと、オーナーが儲かる時代にビルに建て替え2階以上を貸していたものの需要がなくなり、今はほとんど「For rent」です。こんなビルを二代目に継がせようとは誰も思いません。なんとか新店をオープンさせようとしてもリスクが高すぎて誰も店を出さない。仕方なくコンビニにすると商店街と足を引っ張り合う結果に…と、どこに行っても崩壊の危機です。

これらは様々な社会課題のほんの一端で、こんなことだらけだと考えて下さい。それでも行政や大学の先生は「東京は活力があるから東京で流行っているものが良い。マネしましょう」と先ほどの特産品開発のようなことをおっしゃいます。あるいは「大型商業施設の方が上手くいくだろうから集積しましょう」と。新しいモノが好きだし、良いものをつくれれば売れるはずだと。しかし、地域特産ブランドをつくるには本当にいろいろありますし、コンパクトシティや流行の塩糰子もう廃り始めています。商店街をよく見ると、流行っているのは若者が行く美容室や子育てに関係する施設、女性専用のフィットネスなどリアルにニーズのあるものだけ。これまで通りでは駄目ということです。

■繁茂し荒れ果てる竹林、棚田、そして獣害

こちらは、堀尾先生が作られた資料です。戦後、右肩上がりで増えた消費エネルギーの原料として石油や天然ガスが使われるようになりました。反比例して薪や炭が使われなくなり、それと比例して松茸の収穫量が激

減。人が雑木林に入らなくなり松茸が採れなくなった。自然と共にある暮らし、風土を上手く使った暮らしが消えていくことを表わしたグラフです。

この現状をもう少し詳しくお見せしましょう。皆さんの近くにもこちらの写真のように竹が繁茂しすごい状態の竹林はたくさんあると思います。この理由は先ほどご紹介したグラフと同じです。こちらの写真は西表島の国立公園の美しい風景ですが、中に入ると酷い状態になっています。江戸時代には農業が行われていた西表島ですが、マングローブ林の中はこんなことになっています。

こちらは宮崎県の綾町で撮った写真ですが、道路から一歩中は人が入れない竹藪がいっぱいありました。ユネスコの自然遺産のエコパークにも登録されている照葉樹林帯の美しい地域が荒れ放題になっています。その中の一つ、綾町の元町長・郷田実氏の竹藪を地元学ネットワーク主催の吉本哲郎氏がお一人で綺麗にしてらっしゃいました。吉本氏に言われて竹を一本持ってみましたがとても重く、素人にできる作業ではないと痛感しました。こんな竹藪が全国各地に山ほどあり、手を入れる必要はあるけれど作業が危険過ぎる、かといって重機を入れるほどコストはかけられない。これが「竹」を例にとった日本の現状です。

こちらの写真は和歌山県和歌山市の西山東地区、日本有数のタケノコの産地ですが、とても綺麗です。これが我々の先祖が利用してきた竹藪の本来の姿です。

一方、三重県から「竹が繁茂して困る。どうすればよいか」という相談がありました。話し合いが終わり、レンタカーを借りて海の方へ向かった時に偶然目にしたのが写真の風景です。津市の狩師漁港でコンテナから竹

をおろしていましたが、海苔網の竿として使う竹を中国広東省から輸入しているそうです。この周囲には手が入っていない竹藪が山ほどありましたが、コスト的には輸入竹が安価とのこと。これもまた現実です。

こちらは結城登美雄氏が2006年と2008年に同じ場所で撮った写真ですが、山地の水田がわずか2年でこのような耕作放棄地になっています。

一方、美しい棚田が広がる写真は新潟県安塚の役場から頂いたものですが、国からの補助金が打ち切られ高齢者の方が必死で守っていた棚田の耕作を諦めた4年後に次の写真のように崩壊、その土砂は下流に影響を及ぼし砂防ダムを建設せざるを得なくなりました。ダムは国土交通省が防災対策として何十億もかけてつくっていますが、数万円の補助金の打ち切りが原因となり思わぬ影響を及ぼす。これから各地で起こる可能性のある問題です。

京都府の中山間地でも起こっているように、獣害被害は深刻です。こちらは和歌山県で撮った写真ですが、おばあちゃんは獣害防止のためにまるで檻の中で暮らしているような状況です。私が一番驚いた三重県美杉村の獣害被害は、一人暮らしのおばあちゃんの家に入ってきて勝手に冷蔵庫を開けるそうです。人を完全に舐めていて、さらに驚いたのは鹿が入ってきて冷蔵庫を開けたとのこと。まさに戦争状態です。

これは新潟県の佐渡で撮影した写真ですが、コンバインや車など大型の廃棄物が30台ほど捨てられていました。集落機能が低下すると力の弱い所に被害が押し寄せる…、こういうことも起こっています。

こちらは三重県熊野市の山村で撮影した写真ですが、廃校になった校舎を壊す資金が

行政にないとのこと。同じ理由で公民館や小学校、保育園など統廃合したまま放置され廃墟と化している建物は多数あります。これはもう粗大ゴミの域で、山中の産業廃棄物を含めかなり危険な問題です。

一方こちらは、「釜石の奇跡」と言われた鶴住居小学校の写真です。3年生の教室の窓に車が突っ込んでいますが、この小学校は復興という名の下にすべて取り払われ、市はこの場所をラグビー場にしようとしています。これも一つの地域づくりです。

こういった凄まじい被害がありながら、我々は豊かな所に住んでいるということも改めて認識していただきたいと思います。

■地域づくり成功のポイント

明治大学・小田切先生に教えていただいたことをグラフにしました。地域を良くするプロセスの中で放置することで衰退は加速しますが、ほとんどの場合は何らかのプロが介入します。建物を建てたり特産品を開発したり、外発的に地域づくりをサポートし一時的には上手くいきますが、プロが手を離れた途端に衰退してしまい、持続できない。逆に、地域に寄り添いながら内発的に動き出すのを待ち丁寧に支援を続けると突如変わり始める時期がある、こういった変化が見えてきたグラフです。つまり、地域づくりは内発的にやろうということで、「この地域は良いね」「ここが好きだからこうしよう」と住民自らが次の一步を踏み出す、これが大事です。

内発的な地域づくりの成功事例3つをお話します。

私たちは「寄り合いWS(ワークショップ)」と称し、地元の方たちの気持ちを丁寧に吸い上げながら、自分たちで計画し実行してもら

う地域づくりを支援しています。短くても数年…と時間はかかりますが、一つの成果として宮城県田代島の話をしします。

＜宮城県田代町・猫の島＞

平均年齢70歳の田代島が「猫の島」として人気を集め、JRのポスターになるほど観光客が訪れるようになりました。この島で私たちの仲間が行ったのは、島の資源を島民自身が調べ計画を立てていただくという方法でした。

昭和30年には1000人いた島民がわずか100人、平均年齢70歳以上の限界集落となった田代島。平成13年に初めて島を訪れた時には「今さら何をするのか。この先5年も生きていないのに…」と言われました。しかし、まずは島民自らが島のことを把握するために写真を撮ってもらい、それを「見える化」し、それらを使って何をやるかを計画し、動き出しとその後の支援に時間をかけました。

田代島には全国的にも珍しい「猫神社」があり、島民投票の結果、猫神社を活かすことを決めました。空き家を行政に借り上げてもらいIターンやUターンの人々を受け入れるといった計画も実行しましたが、猫神社をセールスポイントにする計画が上手くまわり始めました。自治会や自治区といった守りの組織に対して協議会など攻めの組織をつくり、自治コミュニティを再構築しながら価値を創造するプロセスをつくりました。

明治時代に養蚕が盛んだった田代島では、ネズミを捕獲してくれる猫を大切にしています。また漁村ですから猫がたくさん集まります。気がつけば島の形も猫に似ていて、猫神社と猫を目当てに年間1万2,000人もの観光客が集まるようになりました。人口約100人、高齢化率82%、平均年齢71歳、猫の数110頭の島に1万人を超える観光客です。し

かし、地震の津波により大きな被害を受けました。全国から「大丈夫か?」「あの猫は生きているか?」というお電話を頂きました。そこで「牡蠣のいかだの復興に必要な資金1億5,000万円をお一人1万円支援して下さい」と「田代島にゃんこ・ザ・プロジェクト」を立ち上げました。すぐにお返しはできないけれど、牡蠣が育てば少しずつお返ししますと。すると1ヵ月半でなんと1億5,000万円が集まったんです。その支援金で現在も産業おこしを行っています。

＜ 三重県多気町の農村レストラン ＞

今日一番お伝えしたいことは、経済価値だけではなく、教育や環境、交流、風景といった様々な価値をどのようにして上乗せできるか、つくりあげていくかが「地域づくり」だということです。

最も分かりやすい成功例として、三重県多気郡多気町をご紹介します。多気町をご存知の方はあまりいらっしゃらないと思いますが、「高校生レストラン」をご存知の方は多いと思います。それがこの多気町にあります。この町では以前、水路をコンクリートで三面ばりにしたことで江戸時代から続く農業用水路の掃除をする人が減ってしまったそうです。そこで危機感を感じた土地改良区の事務局長による「あじさい1万本運動」の取り組みからこの地域は大きく変わりました。20年ほど前に始めた「あじさい1万本運動」で観光客は集まるようになりましたが、増えたのは地域にとって何もプラスにならないゴミ捨てとトイレの利用だけ…。そこで「農村食堂をつくりお金を落としてもらおう」と立ち上がったのが、共同で味噌を作っていた主婦のグループでした。

県の行政から「あじさいの時以外は誰も来ない」と大反対されたり、いったんは下りた

補助金が食堂の完成直前にカットされたりと様々な壁にぶつかりましたが、「せいわの里 まめや」が完成しました。特産の大豆をメニューの軸にし、廃業した豆腐屋さんから豆腐の製造機を譲っていただくなどして、資金不足を補いました。バイキングスタイルの農村料理が大好評で、平日でも100人以上、週末には200人以上のお客様が訪れ、年商も1億円を超えました。

このレストランの成功にはいくつかのポイントがあります。まず、最も集客が見込めるゴールデンウィークが田植えなど農繁期と重なるため、なんとレストランは休業します。これはとても大事なことで、無理に営業すると「あの人だけ働いた」「あの人だけ休んだ」といった軋轢が起きます。ここは地域活性化の拠点として地域づくりのためにつくった施設であり、お金儲けのための施設ではないからです。

また、周辺に生えているツクシやふきのとうを園児らに積んでもらい買い上げる形をとっています。その際、ツクシの“はかま”を取る作業を子どもたちにさせているんですね。これは北川さんという代表の方が意図的に行ってらっしゃることで、大きな意味があります。子どもたちがお小遣い欲しさにツクシのはかま取りをしていると、おじいちゃんやおばあちゃんが手伝ってくれる。おじいちゃん、おばあちゃんは「孫のためになって良かった」と喜びを感じ、子どもたちは一緒にはかまを取りながらおじいちゃん、おばあちゃんから昔話を聞くことができる。ここで教育効果と福祉効果が上がっているんです。

私は驚くと共にとても感動し、ここから「多面的な価値をつくる」という発想が生まれました。農村食堂をプラットホームとして上手に利用し、経済価値はもちろん教育価値

や福祉価値など様々な価値をつくり出す。この方法であれば、他にもいろんな価値が生み出せます。あるものを活かし多面的な価値をつくる、お見事です。

「まめやのお弁当」はオーダーすれば1,500円で購入できます。お弁当に入っている飾りの葉っぱもすべて毎朝お母さんたちが山から採ってきます。これはとても豊かな文化ですし、こういったことこそが大事だと私は思います。余談ですが、「葉っぱビジネス」で有名になった徳島県上勝町ですら、お弁当にその葉っぱは使っていませんから。

町内で作った大豆20町歩36トンのうち24トンを食堂で使用するほか、給食にも入れています。一昨年、食堂の隣に直売所「田舎のおすそわけ」ができ、お豆腐の製造過程で出るおからを使ったおからの野菜などを販売しています。地域に必要な価値をつくり出すことを考え行動していますが、最終的な目標は「風景の再創造」だと思います。

こちらが有名な「高校生レストラン」ですが、「まめや」の成功があったからこそ行政と高校の提携が実現しました。シャープの工場が撤退予定など厳しい現実の中、同じ三重県にある多気町ではいろんな良い動きが起こり、頑張っています。

< 阿蘇市・阿蘇神社門前町商店街 >

最後の成功例は熊本県阿蘇市・阿蘇神社門前町にある商店街です。阿蘇山は年間2,000万人近くもの観光客が訪れる観光地ですが、門前町にある商店街は衰退し過疎高齢化が進んでいます。『消えゆく灯』といった記事が地元の新聞に掲載され、「2,000万人が素通りする商店街」と呼ばれていました。しかし、平成15年の閑散とした商店街が一転、平成22年にはこちらの写真のような見事に変貌しています。この2枚は同じ場所で撮影した写

真ですが、地元の人でさえ買い物をしなかった商店街に年間20万人以上が来ています。この地域でもまずは自分たちの町を好きになることからスタートし、「どのようにして商店街に人を呼ぶか」を真剣に考え、「土地にあるもの＝阿蘇の湧水」に着目しました。「地域の誇りは水」から始まった地域づくりが成功に至るプロセスは2009年の日経ビジネスオンラインに『辺境でかがやく』というタイトルの記事を書きましたので、ぜひご覧になって下さい。

このように「滞在して楽しい価値」をはじめ多面的な価値を形にし、この成功が阿蘇全体に広がり、観光庁長官賞をいただきました。「滞在交流型観光」と命名し、国の観光庁が今後の政策の根幹にしようとしています。

■さいごに

顕著な成功例「まめや」のように、地域の活性化はその地で生まれた人と地域が織りなす機能の再生と再評価、それらを元に新たな価値を創出していくことです。もっと簡単に言うと地域の質を高めること。「あそこで子育てができたら良いな」「あそこでビールを飲んだら美味しいぞ」、そんなことだと思います。しかし、我々は「土着」から逃げ過ぎていた。日本の土の豊かさをもう一度考え直し、土こそが日本の知的財産の最高峰だという点を今一度掘り起こしたいと思います。人の暮らしや自然の豊かさといった多様性プラス場所性＝風土と地域の持続性。そこに住居する生活文化の再創造だと思っています。

地域には、様々な価値があります。その価値を地域の風土に根ざし再創出していくことこそが地域づくりの本質です。

こちらの文言は、焼酎・百年の孤独で有名な宮崎県の黒木本店の社長にお会いして感銘を受けまとめたものです。循環型の地域づくりを目指す民間企業の取り組みとしては実に見事で、様々な価値を創出する素晴らしい事例の一つです。

最後に、ガンジーの3つの言葉「組織哲学なしの社会啓発」「組織規律なき組織活動」「実施理論なき実施活動」を紹介します。組織哲学のない社会啓発は扇動に過ぎず、それぞれの地域に生きる哲学が必要だということ。ビジョンとマネジメントの必要性を謳い、形だけではどうすることもできないということです。地域づくりとは、「何を目指すか」を共有してこそ、初めて実施に移すべきだということです。

ご静聴、ありがとうございました。

[質疑応答]

質問 日本人の大半は都会で生活し土着から離れていく現状ですが、人口でいうとわずか0.1%の人間がこのことに気付き実践しています。これを広めていくにはどうすれば良いでしょうか。

福井 すごく良い質問ですが、根が深い問題です。明治以降、日本は「土着」を「封建的」とし、土に繋がることは土に束縛されることだと教育してきました。皆さんもそういう感覚をもっていて、これを覆すことは並大抵のことではありませんが、だからこそ変えていかなければなりません。いくつか可能性を感じていますが、まずは若い女性に変わっていただくことで、そのために「土をプラスに感じるもの」が必要だと。

具体例として、長崎県にいらっしゃる城谷耕生というデザイナーが焼き物の町・唐津で

その土地の在来種の野菜＝土着の野菜を調べ、その野菜を使った郷土料理を調べ、その郷土料理を美味しくお洒落に食べられる器を佐賀大学の学生に作らせるという取り組みをされています。お洒落なパンフレット等を作り、「農陶祭」というイベントを開催。若い女性を中心に多くのお客様が集まりました。唐津焼や土地の野菜の素晴らしさにデザインという力をプラスし、今の暮らしに合うように丁寧に伝えてらっしゃいます。「土は良い、大事だ」と単にアピールしても伝わりはしません。ちなみに、城谷耕生氏はイタリア・ミラノのデザイン事務所に長らく勤務され、イタリアのデザイン大賞も取られた優秀なデザイナーです。その方が長崎の小浜に帰り、「ソーシャルデザイン＝社会のためのデザインを志した」とおっしゃっていました。

質問 全国的に商店街が衰退していますが、活性化させるプロジェクトとして成功した事例はありますか。

福井 最後にお話した阿蘇神社門前町にある商店街が成功の代表例です。私の仲間が商店街に呼ばれて最初にお聞きしたのが「この町が好きですか？」で、答えは全員「いいえ」でした。次に「自信をもって売れるものがありますか？」とお聞きすると「ない」と…。そこで「1ヶ月後にまた来ますから、この町に生まれ育ち商売をされている皆さんが好きなものを3つ探して下さい」とお願いしました。とにかく探してください、もし探せないのなら…諦めましょうと。そこからのスタートで見つけたのが「水」。

阿蘇はとても豊かな湧き水に恵まれ、生活用水はすべて地下水です。その湧き水を商店街の前に竹のとゆで引き飲めるようにし、ベ

ンチを置き、木を植えて…と。どんなに衰退していても、買い物客がゼロ人ということはありません。わずか100人でも来てくれるなら、10分でも20分でも滞在してもらえ、仕組みをつくりました。と同時に、自信をもって販売できるものをつくろうと。一方的に「売れる商品をつくりなさい」ではなく、「今日はお肉屋さんのことをみんなで考えて一緒につくろう」、次は「食堂のメニュー開発をみんなでやろう」、これを毎月行いました。みんなで力を合わせてつくるから「あそこの〇〇美味しいよ」となります。最初の一品は阿蘇で有名な馬肉と特産品のじゃがいものコロッケでした。馬肉のコロッケだから「馬ロッケ（バロッケ）」と名付けたんですが、大人気となりました。こんな小さなことから年間20万人が訪れる商店街になったんです。

質問 「ものさしの共有」についてお聞きします。私は数年前に田代島に行きました。もちろん猫を観に行ったんですが、島民全員が猫を好きかというところという訳でなくて、嫌いな方も結構おられるそうで。たまたま知り合ったおばあちゃんが「猫はあんまりなあ…」とおっしゃっていましたが、どの程度の「共有」があれば、物事は成功するのでしょうか。

福井 私たちが「寄り合いワークショップ」で一番大事にしているのは「相場＝ベクトル」です。計画を立てる場合はいろんなアイデアが地元の方から出ます。20のアイデアが出たとして多数決で決めるのではなく、一人何点と持ち点を決めて投票し、1位100点、2位80点3位75点、4位60点…を決めます。ここで1位をやるのではなく、「みんなが思っている相場はこういう感じ」をまずは共有します。7位で20点を獲得した案を「絶対

にこれがやりたい!」と思っている人がいますから、まずは1位、2位の案をやり、その後いつの日か7位の案をやろうと。相場をつくるのが非常に大事だと思っています。先ほどの田代島でも1位は猫神社ではありませんでした。集落にある湧き水や田んぼを基軸に活性化を…が一番支持された方向性でしたが、猫を最初にやったんです。無理強い絶対にはせず「みんなで合意の上」がポイントです。行政が強引にやってしまうと反感を買うだけ。つまりは意見の相場の「見える化」です。

質問 地域でいろんなことを行う場合、中心となるキーマンが必要です。しかし、実務をやる人、引っ張っていく人に作業が集中し、多忙極まりない状況になってしまいます。でも、その人がいなければまともでないし、動かない。そういったご経験やキーマンが見つからなかった場合の対処法はありますか。

福井 私たちが心掛けているのは、「キーマンに頼る地域づくりはやめよう」ということです。役割分担で3人いれば組織は動きます。まずはお酒の席など「裏で動くのが得意な方」。次に女性に多い「会計的な作業が得意な方」。最後に年配のご婦人に多いんですが、とにかく走ってしまうけれど何だか憎めない「人気者」。この3人がいれば勝ちです。要は3人であれ5人であれ役割分担することが一番大事なポイントです。一人飛び抜けた人材がいて成功したとしても、その人がいなくなると終わりですから、極力避けるようにしています。何れにせよ、地元の人たちが自分たちでやっていくことが一番大事です。

(2013年5月25日)

