

発行/昭和63年 4月15日 No.4
えひめ地域づくり研究会議
財)愛媛県まちづくり総合センター



五感のまちづくり

五感のまちづくり

音と風景

カラダの半分はサツマイモ

感性のものづくり

元気印レポート

いきな島 一周マラソン大会

地域づくりの新しい風を求めて！
—東京ウォッチング報告記—

ルポ

第二回地域づくり交流研修ツアー

「人」からの出発
—愛・あう・安塚町—

交流研修ツアーあれこれ
—利賀村・安塚町—

研究会議 News Letter

課題別研究会「みち」レポート

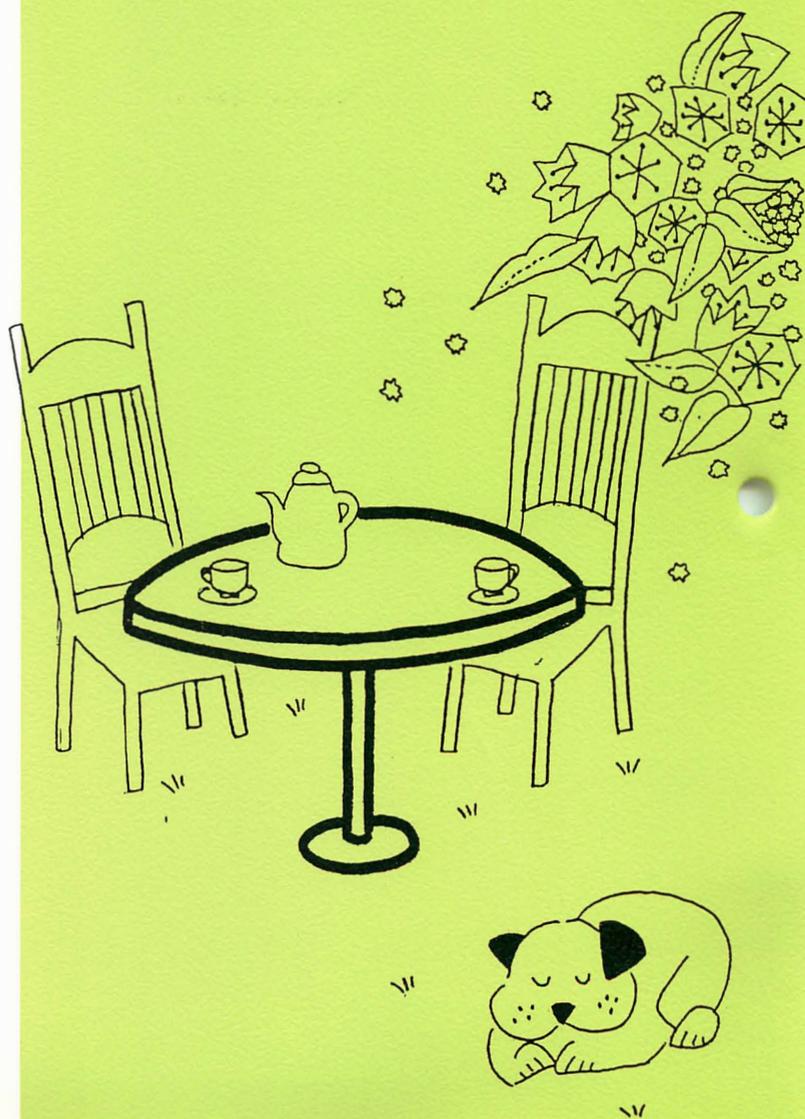
森川茂治氏の「モノ」論

「海」の原風景

まちづくりネットワークえひめ

舞 とうん

VOL 4



すてきな暮らしづくりのための感性

五感のまちづくり

その地域らしい快適な暮らしをつくっていくためにこの頃よく「地域デザイン」という言葉が使われる。デザインとは単に物の形とかラインなどという狭義な意味ではなくて、歴史性を踏まえながら、未来に向かってクリエイトする生活文化から生まれてくるものだと思う。人間の五感の感性を磨き、鋭敏に働かせ感じとる生活文化を見直して見ることがまちづくりをする場合に必要ではないだろうか。今回は特集として五感の五つの切り口からそれぞれの関り合いを持って生活をされておられる方々に執筆、取材をお願いした。

プロフィール

- とよた まきお
- 川之江市
- TOYO設計 and 地域計画研究所 所長
- 川之江紙まつりをはじめ、地域づくりなど幅広い活動を行っている。



地域計画研究所
豊田 真喜男

五感の まちづくり

「五感」

「内感」

「体感」

もともと人間には五感、すなわち視覚、聴覚、味覚、嗅覚、触覚の五つの感覚が生まれながらにして備わっている。それらは人間が本来、持っていた感覚である。

ところが、近代化を進めてきた高度経済成長時代においては、文明の毒気といった言い過ぎかもしれないが、どちらかというと理性に直結した視聴覚を優先させてきたのではなかっただろうか。

今日、日本は近代化を達成し、ソフト化社会を迎えての感性時代の到来、それはまたヒューマン・ルネッサンス、人間性回復の時代でもある。

私達が、まちづくりを展開していくためには、私達自身がまず五感を回復し、人間の生物的側面をとりもどすことが必要ではないだろうか。

内感とは、内臓感覚のことであ

る。内臓がどのくらい人間の感覚を支配しているかは、昔から内臓に関する表現が多いことを見てもわかります。「胸先三寸」、「胸をかきむしられる」、「胆を冷やす」、「肝腎かなめ」、「断腸の思」、「等々の五臓六腑（肺、心、脾、肝、腎）（胃、胆、大小腸、三焦、膀胱）の持つ感覚である。

おいしい食べ物を見ると、唾が出てきてゴクンと飲み込む。いやなことがあると拒絶反応を起こして胃がキリキリ痛み出す。何かすばらしいことがあると心臓が高鳴るし、せつない時は胸がキューンとなる。誰もが持っている気がついていない感覚である。

体感とは身体感覚のことである。五感と内感と全脳をミックスし人間の持つ生まれた本能で氾濫する情報やリソースを知恵そして知識を生かして選択しなければならぬ。鹿はワラビを食べません。ワラビには少量だが発ガン物質を含んでいるからです。鹿はワラビと他の草花とをどういうふうに見分け判断するのだろうか、こ

れが体全体で感じる身体感覚でな
かるうか。

この五感、内感、体感の復権を
通じて、本来の人間性を回復しな
ければならない。

そして感覚人間、高度人間のネッ
トワークが大切なのではなからう
か。私は近未来必ずやってくる野
生の時代には、活識人、感覚人間、
高感度人間がまちづくりのプロデュ
ーサーとしての必須条件のような
気がしてならない。

「感覚の覚醒」 パートー

目隠歩行

昭和六十二年十月の中頃、私は
摩可不思議な団体を見てしまった。
千葉のみなど公園で、早朝目を
つぶり歩いていく集団です。

よく観察していると先頭のリー
ダーらしき人だけ目を明けて歩い
ている。リーダーが手をつなぎ合
図らしきしぐさをしながら三分
から四十分間位、池のそば、芝の
中、歩道へ出たり、林の中へ入っ
たり、木に触ったり、土に触った

り、腰に手を当てたり、何んとも不思議な人間集団でした。

この集団の中の一人が、四国のどくれもん豊田こと私でありました。この手法は私の研究テーマ、「RSVPサークル理論に基づくテークパート・プロセス・ワークシヨップ」という集団創造性開発技法の目隠し歩行です。

この目隠し歩行とは、現在ややもすると視聴覚中心に物事を判断しがちな生活の中で、目をつぶって歩くため、五感のうち視覚は使わないことになるが、それがゆえに他の感覚を覚醒させる状況をつくり出すのである。

目をとじると宇宙が見える。それは個の宇宙です。先頭のリーダーの足音や、手の動きを感じとり次の人、次の人へと伝達することによって、その集団の信頼関係を図り途中で伝達方法をまちがえると次の人が池に落ちたり水たまりを歩くはめになる訳です。又、車の音、風の音、虫のなき声まで鮮明に聞こえてきます。太陽の光もまたしかり、心眼で見るといふか、

目をつぶっていてもまわりの修景が判断できる。これが目隠し歩行法という一つの手法であり体験しないと理解できません。

「感覚の覚醒」 パートII

覚識歩行

まちづくりのプロセスの中で大切なことは、いかにして集団のコンセンサスを得るかということにならうか。

そのためには、全員で参加し学習することが大切であり、まちづくりのデザインプロセスに市民が参加する仕掛けが求められる。

市民が感性を研ぎすまして「まち」を観るパフォーマンスこれが覚識歩行法です。紙面の都合でこれくらいでは後には割愛します。RSVPサイクル理論には基本的に四つの手法、すなわち「絵画描写法」、「目隠し歩行法」、「身体知覚法」、「覚識歩行法」があります。それぞれの手法はシンプルなものであり創造性開発技法としては、大変おもしろいものです。

「H×S×I

イ「C」ル「C」

なんと不思議な方程式、すぐに理解できればあなたはまちづくりプランナーである。

まちのCC（コミュニティ・キャラクター）を構成する要素としてH・SそしてH×SからみちびきだされるIがあると考えられる。

Hとはハード、自然やまち並み建物などの環境部分です。目に見えるそのままの姿です。

Sとはソフト、そのまちに住んでいる人の知恵や気質やタイプ、あるいはそのまちの伝統的な行事などを意味します。

Iとはイメージ、H×Sで創り上げられます。HとSが合わさって醸し出すまちの雰囲気であり、歴史的に育まれてきた風土の特質でもあります。このH×Sの三つが絡み合ってまち全体のCCを創り上げていると考えることが出来る。

ハードは、まったく新たに人工

視

的計画的に創り出すことも可能なのでまちづくりというと、ハードばかりに偏りがちです。しかし、整ったまち並を創り、緑地を創り入れ物を完備すればまちが完成するというものではありません。

まちを住みこなし、使いこなすソフトの裏付けが、まちにらしさの匂いをもたらし、イメージに集結していきます。H S Iのトライアングルで創り上げられていくのがまちでなからうか。

「新世紀を見る」

世紀末を生きる責任世代として新世紀をどう見るか？

世は四国新時代とか四国の夜明けと大騒ぎ、本当にそうだろうか。私は四国は戦国新しい乱世であると思う。そして四国変化の時代、水先案内人のいない船でなからうか。極言すれば四国崩壊の時代に突入したと言っても過言ではないと思う。

自給自足できる日本最後の楽園
四国、青い国四国……………

土地、人口、経済が三%の四国。

今、四国の人たちは、本当に自分の住むまちを愛し、知り、まちのにおい、そしてそこに生きる人を知らなければいけない。

近未来におとずれる野生の時代は活識人、そして高感度人間が生き残るのではなからうか。子供たちの、子供たちのために、四国のまちづくり、「高度快適社会四国」をスローガンに四国の復権、四国ルネッサンスを高らかに提唱する。



音と風景

福岡八重美



▲ ハイデルベルグのネッカー川にて
(ドイツ・写真右が福岡さん)

プロフィール

- ふくおか やえみ
- 五十崎町
- ピアノ教師、農業（柿と栗の幸福園）
五十崎町シンポの会
- 主婦としてアメニティ五十崎のためにまちづくり活動に取り組んでいる。

最近、サウンドスケープという

言葉をよく耳にします。カナダの音楽家が提唱したもので、「耳で捉えた景観」「音の風景」だそうです。都市化、近代化が進む中で音楽というものが、限られた室内（コンサートホール）、限られた人のためになってしまったのではないかと。そして町の中には騒音という人間の生活に何らかの害を及ぼす音が溢れているのではないかと。

音楽もデザインの対象として考えれば、人間の発する音、機械の音、人工物の音、物体の音、都市の音、田舎の音、これら全てを、新しいオーケストラと考え、宇宙のシンフォニーと捉えるのが、サウンドスケープという事です。

都市の営みが、クーラ、ヒーターのおかげで窓を閉じたままの生活になり、けだるい夏の午後とかひんやりと冷たい秋の風を肌で感じなくなると、季節の移り変わりからほど遠い所で生活をしているのではないのでしょうか。私は自然豊かな田舎に住める人間として、田舎の音にこだわってみたいと思います。

一番に求められるものは静けさ

だと思っています。その上で小川の流れる音、小鳥のさえずり、枯葉の舞う音、細々とした秋の雨、情けないほど切ない冬の風、そして花の咲く音。（もっともこれは、その地に住んでいる人だけに感じる心の音かもしれないけど……）

つい先日、私のレッスン生で、トビッシィの「月の光」が弾きたいという子が居ました。今のレベルでは少々難しいのですが、「弾きたい」という気持が強いので、楽譜を渡しました。さすが気に入った曲だけあってよく練習もして音を読んではいるので、どうもしっくりこない。「もっと静かに」「光っているのは月よ」。私の言葉も非常に抽象的なのに気付く。フツとその時思いついた。明かりを消してうす暗い裸電球にしてみました。鍵盤が少々見えにくい難点はあったけれども、しつとりと月の光なのです。顔の表情まで月の光なのです。思わず抱きしめたくなりました。部屋を夜にするだけで持っていた月のイメージが引き出せたのですね。

自然界の音を表現するためには本物の自然を知らないではどうし

ようもありません。感じて、感動して大切に思っていて表現する。そして、技術はそれのみのために存在するものではなく、何か訴えたいものがあってこそ、表現を支えるために必要なのだという事を、最近、特に思います。

音、音楽とは感じるもの。四季おりおりの美しさを想うように、出会った素敵な人を想うように。そしていい曲に出会って情景と共に思い出す音楽はともいいものです。湯布院に初めて訪れた日、天井数という喫茶店でバツハのミサ曲を聴きました。無駄な装飾のない白と黒のあの空間に何と見事に溶け合っているのか。かぐわしいコーヒーと香ばしいウーロン茶のおいしかったこと。そして先日再び訪れた時、ヘンデルのグレゴリオ聖歌が静かに流れていました。もう感動を通りこした思いです。ご主人の中谷健太郎さんが、「中世の宗教音楽はいいですね。ベートーヴェンは構えて聴かなくてはいけないので疲れます。」と言われた言葉が印象的でした。そしてヨーロッパに行った時の事です。ミュンヘン近郊にイノシユバ

聴



▲ 小田川とコスモス

ンシュタイン城というのがあり、山間に浮かび上がった白鳥のような優雅な姿は、この世の物とは思えないほど美しく、まるでおとぎ話の世界です。ワグナーの絶大な支援者だった王は、その楽劇の通りの、豪華絢爛たる城を造り、十八年かかって莫大なる国費を使って建てた城で暮らしたのは僅か三ヶ月で、湖に身を沈めたという事です。国を傾けるほどの費用を使って非難を浴びた城が、今ではヨーロッパ旅行のハイライトであり、世界各国の旅行者がひしめき合っている。国の財政はそのため豊かだというのは皮肉な話である。

どこまでも続く絵本のような風景、街並み、ロマンチック街道の美しさと、哀れな王の物語が交錯して、バスから流れるワグナーの壮大な音楽に酔った思いでした。さて我が町いかざきに流れる音楽は？

風が吹く さやさやと風が吹く
水が流れる さらさらと流れる
そして生きた土から自然の恵みがある。五十崎はそんな美しい町です。

透明な旋律が聴こえます？

カラダの半分は サツマイモ

山下征大



プロフィール

- やました いくお
- 宇和島市出身
- (有)ゆうゆう (有)あいさと
代表取締役
- 四国はもとより各地の土産
店に卸し、まただんご茶屋
&古里グルメ「ゆうゆう亭」
をオープンさせ、店頭でも販売
している。

頭にシラミが住みつき、服の縫い目にノミが潜んでおりましたが、それは、ごく日常的なことと別に驚くほどのものではございませんでした。米の入っていない、水っぽいカボチャの雑炊を毎日すっておりました。

たまには手づかみで、蒸したてのカボチャか芋が食べてみたいと、母にねだっていたそうです。

食べものの乏しい終戦当時、私は色白で可愛い（おふくろが可愛かったと言っておりました）三才の男児でありました。

昭和十七年、私は宇和島市の海岸部、石応というヒナビタ漁村で生まれました。

海と段々畑にせり込まれたわずかな平地に民家が密集し、迷路のような露地が入りくんでおります。もの心ついた時、すでに私はさつまいもや麦めしを主食とし、カイボシ（鰯の丸干し）やイリコを副食とした食生活に突入していたのであります。

蒸したてのさつまいもの甘味と、焼きたての脂ののったカイボシの

塩気が口の中でほどよく調和し、結構な旨味をかもし出しておりました。ただ慌てて食べようもんなら、たちまち喉を詰めてしまいまず。素早く茶を飲み胃袋へ流し込むという食べ方を子供ながら会得致しておりました。

「チンチマンマ」……ナンとなく卑猥な単語のようですが、決してイヤラシイ意味ではございません。南予語で「白い米のメシ」のこと。チンチとはきれいな、マンマとはごはんという意味なのです。

この様に形容されるほど、「チンチマンマ」は当時の庶民にとっては憧れの食べものだったのです。このチンチマンマが入るのには大切なお客様がみえる時とか、盆、正月等お祝い事のある時のみ。目を血走しらせ、青スジを立て、喉をならして食べたものです。

ナンと悲惨で貧しい食生活を送って来たもんだと、若い皆さまは同情の涙をお浮かべかも知れませんが、それは早合点というものです。

家族みんなで円い飯台を囲み、ラジオから流れる放送劇（花菱ア

チャコの「お父さんはお人好し」などという番組がありました）を楽しみ、蒸したての農林四号（いもの品種名）をほうばる顔は幸福感に充ち溢れていたものです。

モノのないかわりにイジメもない、家庭内暴力もない、受験競争もない、「ないないづくし」で、ある意味では良い時代だったかも知れません。

食べモノによって容姿がかわるとよく言われますが、あんがいそうかも知れません。

鯛はエビやカニの甲殻類を食べ、あの鮮やかなピンク色になると漁師さんに教わったことがあります。

「いもとカイボシ」を幼年期、少年期の育ち盛りに食べ続けた私に、いものような容姿になってしまった事実が、この説を証明致しております。

飽食の時代と言われて久しく、一億総グルメと言われて数年、今、私達のまわりには美味なるものがキラビヤかに満ち溢れ、プロは勿論のこと、アマチュア・グルメ評論家が氾濫致しております。

味



▲だんご茶屋&古里グルメ「ゆうゆう亭」

う私も身にあまる大借金をし、このメシ屋産業に参入し、悪戦苦闘を余儀なくされております。

私は決してグルメではございません。職業として庖丁を握ったこともありませんが、料理について語るだけの知識も持ち合わせておりません。唯、本能的に食べたいものを求めそれをメニューにのせるという素人まるだしの経営を致しております。美味(美しい味)を求めないのでなく、朴

「食は遊び」であり、「ファッション」でもあるようです。外食産業は陶汰の時代に入ったと言われておりますが相変わらず増えつづけているのが現状です。かく言

納とした古里・四国の旨さを求めたい、というのが私を含めたスタッフ一同の理念と言えます。

それは幼い頃「いもとかいボシ」で肉体と心を創った人間の回帰本

能なのかも知れません。

貴重な体験を与えてくれた古里・宇和島、そして古き良き時代に感謝し、そこで得た何かを若い世代に語りたいたい……とエラソーなことを思う今日、この頃です。

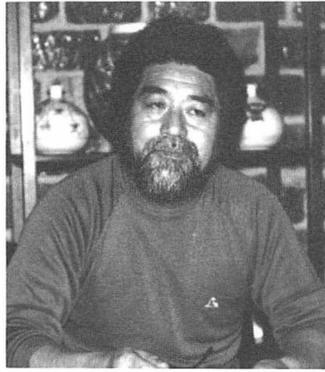
瀬戸大橋の完成で四国に新時代がやってまいりましたが、四国独特の文化や習慣は失いたくないものです。「ワシは四国人じゃ」と胸を張り、方言を喋り、ふるさと四国を自慢しようじゃございませんか。

もし、あなたに時間と勇気がございましたら、イモを自分で蒸し、焼きたてのカイボシをカッリ、この両勇がかもし出す不思議な味覚を体験して頂きたいものです。



プロフィール

- くどう しょうじ
- 岩手県出身
- 陶芸家・四国ものづくりの会
- 梅野製陶所の食品デザインを
されている他、自らの工房をも
ち、作家として活躍。



感性の ものづくり

陶磁器デザイナー

工藤省治

焼きものを作るというと、すぐ消費者に買ってもらう、売らなければいけないということがある。すぐ作って、すぐ売る、売ることが生活なんだという焼きものの産地になりがちである。昔の焼きものは窯から出してきて、いいものができて、人が集まってきて、そして、わけてもらう生活必需品であった。

焼きものだけでなく、世の中のすべてが、例えば、お菓子をつくっても、服を作っても、それをデザイナーが考えても、即、売買していくことに感性が働いて、このままいくと作ることに喜びがなくなってしまう。

陶磁器はひとつの表現や創造にまで繋がって、ただの湯呑みを作ったり、茶碗を作ったりするのは、創造じゃなくてただの茶碗屋で、少し別な物を作ると違う焼きもの屋になっていくんだという自我があって、自分を表現していく考え方もある。しかし、それだけでは食べていけないわけで、そういう作家意識を持ちながら、売れる物を作っていく感性が必要である。

もうひとつは、歴史的な背景でいい焼きものをつくっていく伝統

的工芸品を守る仕事もある。

● 個人の美意識と 大衆ニーズからの デザイン

どういうものを作るかは、自分の誇りや生き方で選択されるものであるが、産業としての感性をどう選ぶかというのが、地方の焼きものの産地の若い人達のこれからの生活に必要なことである。それは、使う人間のことも考え、作る人間のこととも考える感性が一番大事なような気がする。それが、デザイナーというわたしの立場である。

自分だけが突っ走って、いい感性だといっても大衆から放れていってしまう。しかし、大衆の中にいるからといって一つの感性が磨かれるかというとそうでもない。真中において、中間の立場で両方を見極めた状態で生み出されたものが、しっかりした「モノ」として世の中に存在するんだろうと思う。それが、工業デザイナーの秋岡芳夫氏などが言っている新しい意味のクラフトというか、新しい工芸の立場である。

しばらくは、売れないかもしれ

ない。ともあれ、伝統というものと、未来というものがあってその中間でしっかりした「モノ」を作っていくということである。

● いい「モノ」を 生活に 取り入れる

ムラおこしながら、今始まった話じゃなくて、鎌倉時代だって、江戸時代だって、ちゃんとい行われていたことで、町人宿をつくり、鍛冶屋のまちをつくり、染物屋のまちをつくりたりそれぞれの顔を持った「まち」づくりをやってきた時代があり、そして近代の「まち」がある。そして何かが崩れて、均一化されて、人間が一つのコマの中にはいって、工業化されたものの中で、テレビや冷蔵庫や何かあればそれが近代的な生活で、新しい人間の感性が生まれてくると思っている。しかし、それらは与えられた感性で、自分達がつくりだした感性ではない。

「まち」づくりの中にこういう工業デザインのを、手づくりものをどう入れていくか、何を選ぶかはコーディネーターの仕事で

触



あるが、そういうことが生活になわってこそ「まち」づくりができる。

● 伝統性と 未来性からの 新しい仕事

三十年代前半に砥部に来て、しばらくここで仕事をしようと思っ
て三十年になる。その仕事の中で、
己れが有名になりたいとか、権威

を持つという意識があったが、文学にしても、絵画するにしても決してそういうものではない而上主義世界もあるので、そうではない新しいクラフトの連中とつきあい始めて非常にスムーズに自分のモノづくりができてきた。クラフトは日展系の一偏性の美術工芸から離れて、大衆の中に工芸を普及しようというものである。工芸界には、有田や、清水や、備前や、萩などには因習があつて、いくらいいものを作っても、例えば柿右衛門が最高でほかのものはだめだという変な伝統がある。民芸などにしてもがんじがらめに縛られてそれしかつかれない。そういう因習的な産地でなくて、伝統性を加味しながら、使えないような新しさでもなくて、非常に使いやすい条件を当り前とし、新しい時代に適した「モノ」をつくっていきたい。それが民芸と言われたり、現代工芸と言われたりする必要はなく、しっかりした「モノ」をつくる新しい仕事を

していけばいいのではないか。ヨーロッパにおいてもそうだが、ドイツのワイリアムモリスあたりの「モノ」の思想もそういうことである。

● 表現の具体性を 把握した純粋な 「モノ」づくり

ヨーロッパでは美術館に人が入ろうが入るまいが、いいものを平気で日常生活で使っているし、ニューヨークの近代美術館等は家庭で使っているポットでも、いいものがあったらポーンと美術館に入れる。日本の美意識はつくられたものが美術館や、博物館に入ってしまうと芸術だと言ってしまう。

鎌倉時代や江戸時代の美術、工芸等の作家たちは大変な感性を持っていたが、決して美術館や、博物館のためにつくったのではない。今は「モノ」をつくるというのは相対的なもので作るが、おれは殿様のためにいい物をつくる、女のために「かんざし」をつくるんだということであった。表現の具体性を把握した状態で、表現者の中でどう血を染めていくかといっ

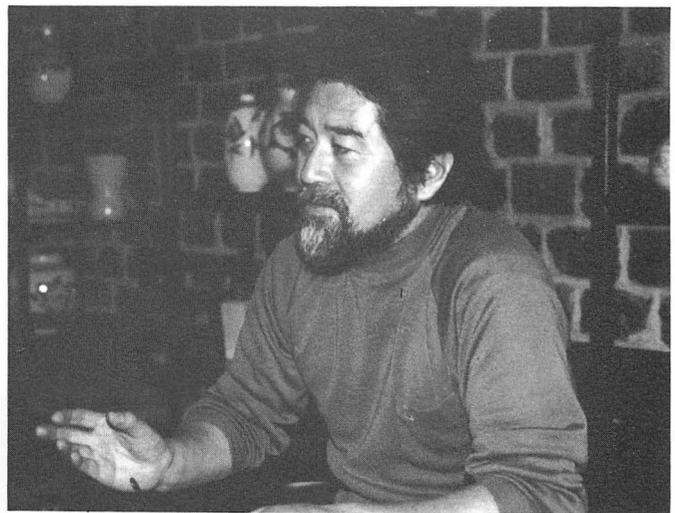
たことがなかなか今の時代にはない。そういう意味でもっと純粹な打算のない「モノ」をつくる必要があると思う。

● 美しさの感性と

生活の底辺の 「モノ」

ものを思う生活の感性、美意識というのは特別なことではなくて、農業や商業や漁業をしている人でも「美しさ」というのはそれぞれの場に存在するもので、突然にできるものではないと思う。物思いだとか、匂いだとか、もっともっとと素朴なものから生まれてくるものである。

しかし、何かをつくる場合いろんな人の感性が必要で、学習をする必要もあると思う。エゴイズムの感性ではだめで、ムラおこしは話し合いの合意のなかに感性がにじみでてくれば、誰かれの感性でもなくてコミュニティの感性として作られる。そして、お互いに勉強している感性のあるものが集まって、綴じる人がいる。その人が間違っていたら崩壊していく場合もあるだろう。そうならないた



めに、たまには引き下がって底辺の部分も見なければいけない。焼きものであれば、食生活の一番安い食器も見てみる。いいものと悪いものをいろいろ見比べないとものづくりにはならないと思う。

● いろいろなものを

思っ生活の中から の感性

一種類ものを作る人は広範囲の

感性を持っている。刃物や料理を作っているおやじがいろんなことにうるさかったり、画家が文を書いたり、食べ物にうるさかったりする。同じ物を見ても、聞いても、どの辺の所の美しさ、良さを受け入れることができるかというのが人間の歴史であると思う。器のデザインは手の情感や目で見て作り出すものであるが、その感性は「これいいなあ」とか「きたないなあ」と思うことや、「うまいなあ」とか「この風景いいなあ」とかいろんなことをいっばい思い、そう思うことを増やしていく生活から自然に生まれてくるもので、どこからも飛んではこない。そして、山を歩き、野原を歩き、草花を手に摘み、雨に打たれて歩いてみたりする自然を体感する生活も必要なことである。

(取材/宇都宮)

間に呼びかけ十名が集まりました。全員ジョギング愛好家です。

★

先ずこの大会を開催するに当り主催は実行委員会、後援には村と村教委と愛媛新聞社になって頂こうと意見がまとまり、運営費は出資金と参加料で賄い運営は村民のボランティアに期待しようということになりました。又、後援の村と村教委の中には広い意味で各種団体等も含むということで特定せず、村民一人一人に村づくりへの参加意識をもたらし「手づくり」を合言葉にやればできるの意気で始めました。村をつくるのは、基本的にはそこに住んでいる人達ではないでしょうか!。大会運営の協力者としてボランティアの募集を始めました。当日までに一二〇名程の申し込みがあり、生名の人達の郷土愛の強さを痛感しました。

★

観光も名物も何もないこの島に一人でも多くの参加者を如何にして集めるか、これが一番の課題です。人は言います「誰がわざわざお金を払いしんどい目をして走るか、村に頼んで金を出しても

らい参加料を無しにせえ」と、しかしそれでは何にもなりません。やはり走る者の気持ちは走る者にしか理解し難いのかも知れません。参加料に見合うだけの快い思い出を持って帰れば、それだけでジョギングは満足すると思います。

★

大会を盛り上げ生名を売り出すために

- ・瀬戸内海で一番小さい村
 - ・島一周道路が完成し海岸線の景色が美しい
 - ・レース後暖かい貝汁のサービス
 - ・土産物は特産のハッサク
- 以上をPRすべく全国版のジョギング雑誌に掲載して頂き、口コミはもちろんポスター等もフルに活



▲美しい瀬戸の海をながめながら イチ・ニ!



▲ 5 kmの部で健闘する選手たち。

用しました。又当日、参加賞として配布するタオルは、生名を宣伝できるデザインを考え、生名は読みにくいのでひらがなの「いきな」としました。

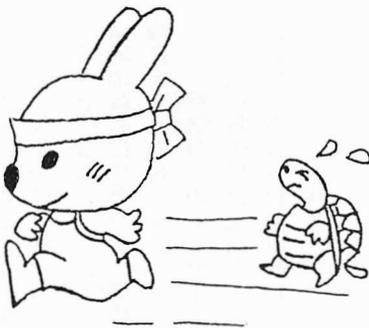
★

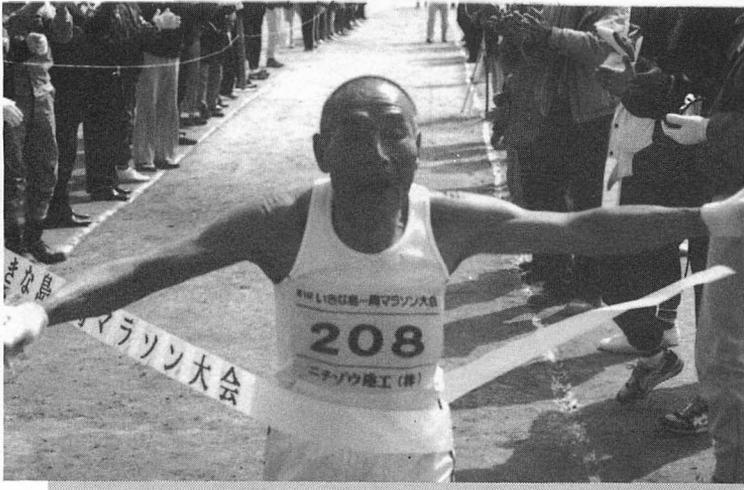
日がたつにつれ申し込みが予想を上回る勢いで増え続け、遠くは秋田県、愛知県ということでも徐々に村民の感心も高まって行き、当日の沿道での応援は目を見張るものがありました。目掘りもボランティアの手で三度行われ、一度は潮の都合で夜明け前の五時頃からラングを燈し、吐く息が真っ白になる中協力して下さいました。その他交通整理員、案内人、給水所、会

場の鯉のぼり設営等、皆様のご協力には感謝しています。又、村行政も積極的に参加して頂き、道路及び会場設備の整理等、色々と助かりました。

★

当日は、早朝六時頃より選手が集まり始め、会場は色とりどりのウェアで染められ、その様はまるで生名ではないかのようでした。村外からこんなにも沢山の人人々を迎え入れるのは、村始まって以来のことでしょう。ゴール付近だけでも約二〇〇名の応援がコースを埋めています。ある選手が言って





10kmを走走した
新居浜市の石川さん。
見よ、この馬力！

★
ました「途中で歩いてもよいとの
思いで参加したが、沿道全てで声
援があったので歩けんかった」と
しんどそうではあったが完走した
ことで顔はほころんでいました。



ボランティアの皆さん、ごくろうさまでした。
「ワカメ汁」「貝汁」のサービス。

最初に体験談を紹介しましたが
小豆島や江田島のような大会ばか
りではなく、中には二度と行きた
くない大会もありました。今回の
いきな島一周マラソン大会は素晴
らしかったと自負しています。今
日までに参加者からのお便りが四
通届きました。内容は「来年も参
加します」とのことです。中から見
た生名は平凡でも外から見ると案
外素晴らしいのかも知れません。
苦労はしました。しかし苦労話
は出ません。既に来年に向けての
プランが捻出されています。紙面
の都合上十分に語れませんでした
が、今後の生名村に期待して下さ
い。

インフォメーション

地域づくりビデオ
無料でご利用できます

① 川上からのメッセージ
（愛媛県まちづくり総合センター
では、次の「地域づくりビデオ」
を用意しております。無料でご利用
いただけますので、ドンドンお
申し込みください。）

② サヨナラ後楽園球場
（利賀は、今）

③ 氷点からのチャレンジ
（「利賀フェスティバル・世界演
劇祭」や「利賀そば祭り」、ま
た都市と農村の交流などで村お
こしを行っている様子を紹介し
ます。）

④ 教育と交流の村
（「富山県利賀村」
スノーフェスティバル
・安塚町の雪を後楽園球場に運び、
東京人の度肝をぬいた一大イベ
ントの取組を紹介します。）

⑤ 西瀬戸村おこしテレビ会議
（「地域活性化センター製作」
大分県の中谷健太郎、矢幡欣治、
溝口栄治の三氏と、愛媛の亀岡
徹、岡田文淑、若松進一の三氏
が「村おこしの根っ子の部分」に
ついてテレビ対談しています。）

⑥ 成川溪流上り駅伝大会
（「まちづくり総合センター製作」
【主催：広見町を
元気にする若者会】
⑦ 第二回トライアスロン中島大会
【主催：中島町】
⑧ 愛媛県まちづくり総合センター
【主催：中島町】

◆お申し込み先

（愛媛県まちづくり総合センター）
☎〇八九九（二五）五五五七

とサフォーク産業の振興、を通
して雪国の人々のアイディアと
まちづくりにかける熱いエネル
ギーを伝えます。

④ 教育と交流の村
（「地域活性化センター製作」
田野畑からのメッセージ
・岩手県田野畑村は人口五千余人
の寒村。教育立村を旨として、
国内はもとより海外の学生と交
流を通して村おこしに取り組ん
でいる様子を紹介します。）

⑤ 西瀬戸村おこしテレビ会議
（「地域活性化センター製作」
大分県の中谷健太郎、矢幡欣治、
溝口栄治の三氏と、愛媛の亀岡
徹、岡田文淑、若松進一の三氏
が「村おこしの根っ子の部分」に
ついてテレビ対談しています。）

⑥ 成川溪流上り駅伝大会
（「まちづくり総合センター製作」
【主催：広見町を
元気にする若者会】
⑦ 第二回トライアスロン中島大会
【主催：中島町】
⑧ 愛媛県まちづくり総合センター
【主催：中島町】

⑧ 愛媛県まちづくり総合センター
【主催：中島町】

⑨ 愛媛県まちづくり総合センター
【主催：中島町】

◆お申し込み先

（愛媛県まちづくり総合センター）
☎〇八九九（二五）五五五七

地域づくりの新しい風を求めて!

公民館主事「東京ウォッチング」報告記

野村町教育委員会

大塚 佑三



大塚 佑三さん

県青果連正部長から県内産物の
▼動向について聞く。



日本の、いや世界の情勢が集中している東京を自分の目で見、肌で感じ、それを地域づくりに役立つように。

似た者同士の情報交換だけでは、新しい発想は生まれない。今こそ、異質な都市東京の街が発信する情報を受けとめ、隣近所の発想を超えた、新しい地域づくりの戦略を拓こう——こういう主旨のもとで、「東京ウォッチング」が始まった。

参加者は、兵頭社会教育課長補佐を団長とする全公民館主事、総勢十三人。二月八日から十一日までの四日間、「東京塾」に入門、精力的に研修した。

野村町むらおこし係では、東京ウォッチングを取材することにした。

二月八日(月)▼国会内見学

衆議院議場をはじめ、議事堂内をくまなく見て回る。予算委員会を傍聴する予定が、浜田委員長の発言問題で開かれず残念である。

赤いジュータンを踏みしめて見学中、各大臣や国会議員とすれちがい、国会が国権の最高機関であって、国の唯一の立法機関であることとを改めて認識、威厳を感じる。院内食堂での昼食もまた格別……

▼渋谷・NHK・原宿界内

永田町から地下鉄半蔵門線で渋谷へ移動する。東急ハンズ渋谷店に入ると若者が多いのに驚く。ディックの元祖だと言われるが、手づくり・本物志向へとニーズは変わり、消費者の個性を重んじた商品がど

ンドン売れている。

若者の街「原宿」は単に物を売るだけでなく、街全体が時代の流行をつかむショーウィンドウの役目を果たしているらしい。

大手メーカーのダイエーやレナウンなどは「アンテナショップ」として店を出し、パルコ戦略を展開していると聞く。

NHKでは「トライ&トライ」にも出演して、その夜の電波に乗り全国のお茶の間へ。

二月九日(火)▼東京中央卸売市場

始発の銀座線に飛び乗り、赤坂見附から神田へ直行する。神田青果市場のせりを視察するためだ。

国内は勿論、世界中の産物がどンドン入って来ており、競争の時代の感をもつ。フライト農業への取り組みや、売り込むための宣伝効果の大きいことに驚く。



2月9日早朝 威勢のいいせり市を視察
(中央卸売市場)

▼地域活性化センター

六本木にそびえ立つアークヒルズビル。その十七階にある(財)地域活性化センターへ。島本総務課長から業務内容の説明を聞く。

当センターは、まちづくり・産業おこし情報のキーステーションである。地域振興事業の実践例・アイデア・具体策から工業立地の為の情報、特産品・イベント・観光、更には、地域のお祭りやレジャー情報といったその土地固有の情報に至るまで、地域に有益な

情報が集められている。

郷土野村の三大祭り等もインプットされていた。

続いて、地域総合研究所の森戸哲所長から講義を受ける。

森戸所長は「東京論ブームが盛んだが、東京三百キロ圏構想など、生活圏は増々広がりを見せている。東京圏内に住む者から見れば、圏外は外国も同じとの意識感覚が生まれようとしている。東京の市場やデパートは、物流機能だけではなく、情報発信基地としての機能がある。だから、一村一品などの

地域総合研究所

森戸所長の講義に聞き入る



特産品は情報ショーウィンドウとして見てほしい。店には地方と外国の物が並んでおり、生活レベルで国際化を見る材料がある。どんなソフトをもって物売っているかがポイントだ。東京をじっくり見て時代の動きを感じることは、行政マンの能力や感性を高めることに必ず役立つであろう。」と力説された。

▼有楽町マリオン(西武・阪急)

有楽町の「情報を売る百貨店」といわれる最先端のデパートを、営業政策部の西室担当の案内で上から下まで見て回った。

店頭はショールーム、商品のイメージづくりの機能を有しており、時代・季節の流行を先取りした店である。

旬のギャラリー、訳あり商品が並び、物資経済から情報経済へ移行する中で、情報を売る店として人の流れを大きく変え、いわゆる「マリオン現象」を引き起こしている。

日が暮れるまでのわずかな時間、疲れた足にムチ打って「銀座の街歩き」もいしげきになる。

二月十日(水)▼秋葉原・国技館・サンシャイン60・池袋ふるさと屋

秋葉原は家庭電化メーカーの卸売・小売店が何百軒と並ぶ電器街で、日本の物の豊かさをつくづく感じる。

西武池袋店内の「ふるさと屋」は地方と都市を結ぶ情報のオアシスといわれ、ふる里の日常化情報



▲「情報を売る百貨店」といわれる有楽町 西武デパート

をマーケット戦略の軸に日本各地に伝わる暮らしの知恵を発掘、再生、流通させ、都市生活者に提供している店である。

地方の伝承を受け継ぎ、言い伝わり、手づくり、しっかり作った物「訳あり商品」が西武という流通経路に乗せて売られていることに何かを感じられずにはいられない。

二月十一日(木)▼後楽園東京ドーム・浅草・東京駅などを視察して、羽田発一七時三五分、空路松山に着いた。

「東京の風」を存分に吸って帰った公民館主事の仲間たち。地方を見る目が変わってきた……新しい地域づくりをめざして!

第二回地域づくり交流研修ツアー

『人』からの出発……

新潟県 愛・あう・安塚町

(明)愛媛県まちづくり総合センター

宮本清幸

●利賀から安塚へ

富山県利賀村の「そば祭り」に参加して得たヒント（訪れる人を迎える一、一八〇人村民の自信）をポケットにしまった私は、JR直江津駅からタクシーで安塚へ向かった。暖冬で少雪とはいっても雪国安塚はその日、二月十三日も

雪が舞っており、約四〇分かつて庁舎前に着いた一行十三名はすぐ前の町民会館に案内された。

さっそく役場総務課企画振興係長渡辺さんから「安塚町のまちづくり」について一時間あまりのスピーチ。続いて、十七名の安塚「人」との交流、婦人グループの心づくしの手料理を囲んでの食談へと進み

み尽きない話は、降頻る雪に足を取られるかたちとなって、一行は午後七時半すぎに民宿「雪ん子」にはいった。

●愛・あう・安塚のまち

安塚町は長野県と境を接する県西南部に位置し、東は大島村、西は牧村、南は長野県飯山市に、北は浦川原村に接している。東西七・〇km、南北十四・八km、面積七〇・三七km²で、町の南部には郡内最高



峰の菱ヶ岳（標高一、二九m）がそびえ、そこに源を発する小黒川が町の中心を流れ、保倉川と合

流して関川へ注いでいる。集落は、小黒川ならびにその支流の両岸にあり、昔から米を中心とした純農山村形態をなし、各集落の標高は六〇m〜四六〇mで、役場のある中心地は約八〇mの高さである。気候は裏日本型で、冬は北西の冷たい季節風が吹き荒れ、十一月頃に初雪となり、四月にはいつてようやく雪は消えることとなる。この雪こそが町の生活様式や産業経済に大きく影響するのである。三か村が合併した昭和三〇年当時一、〇〇〇人を数えた人口は、

高度経済成長の波の中で五、三〇五人（六〇年国調）まで減少した。

●「あきらめ」から

「まちづくり」へ

過疎、雪といった重圧をどうするのかが、町の将来を考えると、「行政」は何をするのか。過疎の町にあって、「行政」の組織的強みをどう活かすのか。生活の中で実際に動く住民とのジョイントをどうつけるのか。安塚町の「まちづくり」の出発は次のようなことであった。①発想の転換、②「あきらめ」の原因を取り込むこと③「現状分析」ではなく、「自分に今、何ができるのか」

昭和五十一年、八つの各小学校区単位に地域館を結成し、地域スポーツ大会、雪中運動会や塞の神の復活、町の文化財めぐりなどの行事が実施されている。一方、町民の年齢層を見たとき、二〇〜三十五才の年代は青年団とか消防団に属しているが、その年代をこえて六〇才代までの人たちが集まれる組織がなかった。地域の共同意識を作り出してコミュニティ活動を進めていくためにも、この年代

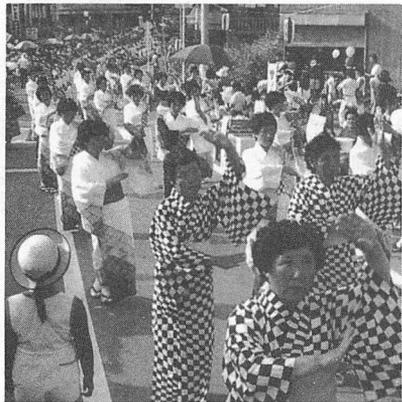


▲安塚の雪景色

イベント



▲ 安塚神社の春まつり（4月27日）



▲ ふるさとまつり（8月第1土曜・日曜）

への期待は大きかった。そこで、翌五十二年に成壮年会の結成が各地区ではじまったのである。以降、

いには金もできない。金がいらないのではなく順位がかわった。逆に言うと、そうでなければ小さい

社会教育・公民館関係団体一覧

団体名	主な行事	会員または団体数
連合青年団	・レクリエーション大会 ・演芸大会 ・他市町村との交流会 ・花いっぱい運動 ・町事業への参画	80名
婦人会	・ボランティア活動 ・リーダー研修会 ・婦人講座 ・町事業への参画	190名
文化協会	・文化展 ・芸能祭 ・広報の発行 ・各団体による行事	23団体
体育協会	・各クラブによる教室、大会の開催	12団体
地域館	・コミュニティ計画の作成 ・運動会（夏、冬） ・スポーツ教室 ・花いっぱい運動 ・環境整備 ・各種対話集会 ・講演会 ・世代交流会 ・地域館だよりの発行	小学校区 単位に7 地域館
成壮年会	・講演会 ・先進地視察 ・環境整備 ・町事業への参画 ・地域行事の開催	10団体

●「人」がいる町
「成熟社会では、経営の三原則がかわってきた。今は、人がいないとモノは作れないし、モノがないのではなく順位がかわった。逆に言うと、そうでなければ小さい

●菱ヶ岳の「マグマ」たちは何をやってきているのか
ぐつぐつとたぎる行政と住民一体となった地域づくりの歩みをとどけてみよう。町民は、地域館の結成、成壮年会、コミュニティ推進員の設置、自主研修、地域振興担当員の任命などを通して、ごく身近で簡単なところから共同意識を高めていった。

我々は生き残れない。金がないのに金が先に来たら戦略的に負けている。まず何より人なのだ。」と言った人がいるが、安塚町はその見本のように思える。昭和五十六年には行政内部にコミュニティ推進員が設置され、並行して、職員の自主研修活動、地域振興担当員の任命などが行われた。行政の人たちが、地域館、成壮年会などの中で、住民と一緒に汗を流している。

雪の宅配便

日本の雪国、越後安塚より

ロマンを贈る白いメッセージ

『ホワイトくん』
(A) おひなまつりに
雪10kg・ひなあられ・ハートのおもち
(B) バレンタインのお返しに
(ホワイトデー用)
雪10kg・雪だるまクッキー
木の葉のハートイヤリング
どちらも送料込み **3,500円**

『越後春紀行』
残雪と春の恵みの新鮮パック
雪10kg・ウドなどの山菜セット
送料込み **4,000円**

昭和五十八年には「コンニチハ集会」（生活の中で困難なもの何か、何が荷になっっているのか、その解決のため知恵を出し合い、輪をつくらう）の開催。同六十一年には全国に先駆けて、重庄になって来た雪の「雪の宅配便」が開始された。
そして、ある意味では、これまでのまちづくりの集大成として実現したのが、昭和六十二年二月十



▲ 徹夜で雪の配分作業



この町では、若い女性グループが「POCKET」という楽しいタウン誌を出している。青年団の連中は、「夢想花」というグループをつくって、花いっぱい運動の

● 安塚町から得たヒント、それは「人」であった

三日から三日間、東京は後楽園での一大パフォーマンス、あのサヨナラスノーフェスティバルであった。小さな町が一億五千万円をかけ、四五、〇〇〇人を呼び込んだのである。町民の三分の一が後楽園に行った。運んだ雪五、〇〇〇m³、十一トントラック四五〇台分。

ボランティアを続けている。本年になって、行政の中に地域推進員も置かれた。
各地域館は、地区の高校生以上全員を対象とした地域づくりアンケートの実施と集計を行い、小委員会を組織して、何回となく会合を重ねながら、二年間で地区のコミュニティ計画を作成している。館の中に人がいて、館のまわりに人が集まり、人、人、人の地域づくり。
第三セクター北越北線が開通すると二時間あまりで東京。渡辺さんによると、六十三年度、町は観光関係予算を前年度比三倍計上し

季刊情報誌

Pocket

No 7



特集

雪国の文化を考える

200YEN 秋号

ているようだ。安塚一人は今、菱ヶ岳の向こうに「何」を見ているのだろうか。

山と緑と水と雪
大自然の中の人情の里
中川のあした

ふれあいの日々に
より豊かさを求めて
あすの中川を創る生活会堂
あしたの新展開を創る運動近況・中川 三郎 著

コミュニティ計画

中川地区の未来像がごまじり
た。中川地域館が中心に打って、
このたび中川地区のコミュニティ計
画を作成しました。この計画はモ
デル地域として指定された昭和
六十年度と六十一年度の二年間で
まとめ上げられたものです。

▼ やすづか
かわら版より

安塚は 宿のぬくもり 雪深く
また訪れん 人のぬくもり

第二回地域づくり

交流研修ツアーあれこれ

◆富山県・利賀村、新潟県・安塚町

(S 63・2・11～14)

『暖冬なれど北国』

双海町(漁業) 対馬 忠一

まさか私がこの季節に北国へ行けるとは、思ってもいませんでした。今日ここに、私自身のイベントの幕あけです。

事前研修で参加者の方達と顔つなぎしたが、一つ一つの言葉にしても自信に満ちあふれ、熱意あふれる皆さんでした。当研修にあたって、気持ち

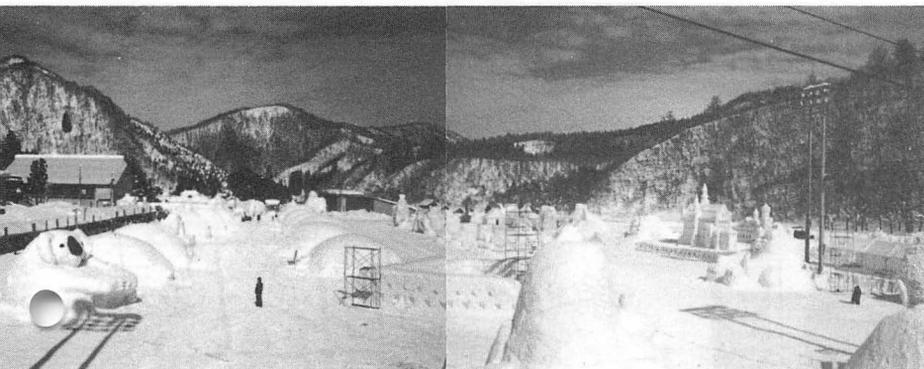


の持ち方がたらないなと思いましたが、耳にすることすべて新鮮でした。今の気持ちを継続したいと思います。



▲ イワナをほおばる対馬さん

二月十一日、本日晴れ。青い四国から、白い町「利賀」へ。バスでいくつもの山を越えても、目的地はまだまだ……。昔のCM風ですが、トンネルをぬけるとそこに人家があった。久し振りだ。電信柱や木々が、雪に埋もれてやけに短く見えた。やはり豪雪の地だ。ここで当研修の目標を、頭に入れておかなければならない。とにかく



▲ 村民総出で作った利賀そば祭り会場

くいい所を見ることである。これから、いくつ言葉にすることが出来るか心配です。

まず初めに感心したのは、村の皆さん総出で作った会場です。私の所(双海町)では、担当の者、また役員が行うのが当たり前です。何はともあれ、みんなが参加することに夢を感じます。たくさんの雪像を見ましたが、物を作って見せるだけのイベントも良いけれど、

俺が私と参加しようとする「心」を作ったまでの過程に、拍手を送りたい。

まだ誰もいない雪の上。色とりどりに映しだされた雪像。皆さんも一度目で確かめて下さい。

安塚町においては、地元の人達との対話が主でした。逆に質問攻めにあい、私の場合どちらが研修にきているのか分かりませんでした。残念です。明日を語る安塚の若者は、言葉が止まりません。

今日、マスコミ・雑誌などでこの研修中に出た言葉が頻繁に出て



▲ 日毎に元気になる矢野さん

第二回「地域づくり交流研修ツアー」に双海町から参加しましたが、私にとっては「地域づくり交流『体験』ツアー」となる貴重な研修となりました。

まちづくり研修 ツアーに参加して

双海町役場 矢野 真人

きます。やる気、こだわり、自信回復、等その他たくさん。自分も少しやる気ができたかな？
よりよくするために、新しい目を持ってガンバラなければならぬと思います。皆さん、やりましよう。
北の国もよかったです。四国・双海も又よい所です。



▲ 雪像のステージで演じる
利賀の若者達

富山県利賀村、新潟県安塚町と豪雪地帯を立春が過ぎたとはいえず寒さの残るこの時期に訪れる事ができたのは、その地域性、住民性を知る上で又、私にとっては、一つのカルチャーショックとして、とても良い体験となりました。

背丈ほどある積雪。それをものともせず雪のロマンを求め、過疎をバネにたくましく、そして、したたかに生きる人達。

利賀村では、雪に囲まれて何もすることがない冬のこの時期に、三日の間に二万数千人という人を呼び込んでの「そば祭り」。

安塚町では、空から降ってきた雪を宅配便を使って全国に送る、

雪の売り出し。そして、そうすることによっての地域住民の、町・村に対する壮大な思い入れと自信の回復。

雪に縁のない私には、過去ジャマ物でしかなかった雪、その雪のために暗いイメージしか持たれなかった地域にスポットを当て、白いイメージを持たそう、持つてもらおうと努力する人達がとても新鮮に見えました。

しかし、なによりも私にとって、このツアーに参加して良かったことは、愛媛県外に愛媛県内各地の人達と三泊四日の研修に出て、同じ釜の飯を食べることによって得た連帯感と各地の情報です。情報を得ることによって双海町の事が、そして双海町の「まちづくり」が県内各地の人達に、どのようにとらえられ、見られているかが分かりました。つまり、自分の足元が見えてきたということでしょうか。地域における自分の今後の在り方と小さな役割が、少しだけ分かりかけたような気がします。

過去、行政が企画する研修は、暖かい時は涼しいところへ、寒い時は暖かいところへと慰安会研修の感がありますが、今回のように研修先の季節行事に参加することを目的にした体験研修も、今後検討してみる必要があると思います。が、今回の研修期間中「なんて無謀な研修なんだ」と、同行のまちづくりセンターの井口さん、宮本さんに毒づいたのは、何を隠そうこの私です。

最後に、この研修に参加した皆さんの今後の活躍と、そしてどこかで又一緒に酒が飲める日を期待しております。



▲ 安塚町の人と
熱心に語り合う

「地域づくり交流ツアー」

つれづれ回想記

城辺町役場 竹田 文明

田舎の小さな町や村で、俗化されていらない人情、人の良さを観光のキャッチフレーズにしている所が全国に幾つあるだろう。

昔ながらの食品に自然、本物、手作り等のレッテルを貼り、ふるさとの特産とした商品が数多く市場に出廻っている。

「人情」だけが売れる訳がないし、「昔ながら」がそんなに売れる訳がない。商品化するなら、別の何かと結び付けるなり、現代風にアレンジするなど工夫と付加価値を考える必要がある。何かの本の中に、素朴主義は学習不足だと書かれていた。私もそう思う一



▲ 安塚町の若者と竹田さん語り合う (写真左)

人である。

今回の研修ツアーで訪れた人口千百人余、富山県の山深い利賀村のそば祭りには、会場の三日間だけで一万食余のそばが売れる。大型雪像二八基、大型カマクラ一〇基、数千本のローソクで幻想的な世界を演出し、

伝統的な技で作ったそば粉100%の本物のそばと、本物の雪の美しさを、現代感覚で見事に結び付け商品化している。

毎年、国際演劇祭がこの小さな村で開かれることでも有名である。

新潟県安塚町、これも山あいの人口五千三百人余りの純農産村地帯である。六十二年二月この町は、



▲ そば粉 100%のそばを食べる観光客

「サヨナラ後楽園球場スノーフェスティバル」を町民の半数近くの人に参加して実施している。トラック五〇〇台もの雪を東京まで運び、町がイベントの出勤をしたのである。雪の宅配便もこの町が発祥の地である。すなわち邪魔ものだった雪を見事に商品化していた。

利賀村も安塚町も雪のイメージを逆手にとり、時代錯誤することなく町づくりを行っている。

双方のまちとも、役場職員との取り組み意識と誇りと

自信が素晴らしかった。法律の番人として縦割り行政の中、与えられた仕事を無難にこなすことのみを考えをめぐらす、どこかの公務員とは異質の職員像がそこにあっ

た。企業のちよっとした社員には負けない役場職員の頑張り仕事っぷりに感銘せざるを得なかった。

【私の町づくり思考、

イベント思考】

イベントで町づくりが出来るか、イベントをやって何になるか、？と疑問を繰り返す、言うは易し行は難し、イベントに限らず何でもそうである。はっきりした主義主張を持たずに論議のみ先行し、何もしなければ何の発生も無いし、何も動かせない。やる気から知恵とヒントが生まれやがてエネルギーとなる。

調査、研究は確かに必要である。ただ、他より良いものかと思うがあまり、研究・思考の期間が長くなりタイミングが遅れると、やっとな表現した時には二番煎じとなり、古いと言われる。急ピッチで変化していく現代社会に自らの身を置きテンポを合せず、ターゲットが見えてくるはずである。

行政の職員は頭が硬いとか、古いとか決め付ける者がいる。言わ

れるほど硬くもないし古くもない。逆に、言うほど進歩的か、と言いたくなる。古い考えの人間を説得してから事を始める程の時間の余裕は自分にもないし、社会にもなからう。

しかし、説得力のない提案はアイディア不足とも言える、一考が必要である。杓子定規の線上でしか物事を考え付かない人間には、アイディア発生装置を付けければ良い。立場の違いはあれ「背広とネクタイ」姿でしか一年を過ごせない者からも新しい発想は生まれない。気が付けば時としてネクタイをはずし、背広をセーターに着替れば、自分が違ってくる。

今回の交流ツアーで見た利賀村と安塚町は、ツアー参加を前に私の研修テーマとした町づくりへの行政のかかわり方、そして何故イベント行動を起こさねばならなかったか、という疑問に対して二つの町とも、その答えを明確に出してくれた。

すなわち、辺地、過疎ゆえであった。



▲ 安塚町の方々と「はい、ニコリ！」

都市あるいは都市近郊の町で、人口なり二次、三次産業が立地条件の良さによって自然発生的に増加している町では、それ自体日々イベントである。そんな町に「まちづくり、村おこし」などと題したイベントの必要は：「イベント」＝「祭」でしょうか？こんな質問をする者にはどんな装置を付けければ良いのか！

町づくりの運動家なり仕掛け人と呼ばれる著者の方がたくさん存在する、得てして個人が評価されたり、名声を売る。町づくりの評価は地域が評価されるべきであり、

どこか違った方向に進みつつある例も幾つか見当る。シカケる前に客観的に自己を見つめ直すメガネをかける必要がある。いずれにしても町づくりなり、地域の活性化はそこに住む人々のやる気意識の高揚と、発想の転換こそが原点ではないかと思う。

【雑言】

あなたの酒は、Alcohol依存症予備軍だとか何とか言う、妻の立場とはそういうものであるかと理

解もしている。しかし、自分ではいつ飲みニケーションの必要性を唱え、俺の酒にはそれなりの取り得と理由がある等と正当化する。夫婦の中の小さな戦争、これもまた結構な遊びだなーと理由をつけたAlcohol依存症予備軍人。

二m程の雪の中、民宿のストロブを囲みながら参加者一同よく飲んだものである。意を同じくする者同志話題はほとんど町づくりについてであった。深夜までよく討議した。

前記した私の思考は、この飲みニケーションの場から発生した参加者同志の討議の集約ともいえる。そして家庭の話、子供の事、それぞれの町の問題点など、飲みニ

ケーションも大収穫の研修ツアーであった。

雪と、雪国の熱い思いと、地酒の味の余韻が今も残る……。



▶ 利賀そば祭りでは活躍する村人たち

地域づくりの交流

研修ツアーを終えて

瀬戸町農協 菊岡喜一郎

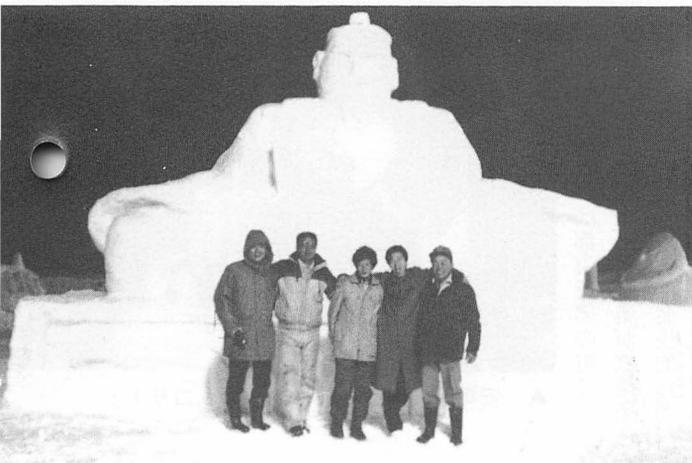
今回、二月十一日から三泊四日で富山県の利賀村と、新潟県の安塚町へ県下十数名の交流研修ツアーに参加させていただきました。



↑ 団長として活躍した菊岡さん（前列左）

私にとって冬の北陸、しかも豪雪地へ行くと言うことで寒さが気になりましたが、テレビ等で見る雪ん子や、かまくらでの一杯もいいだろうなあ、などと思いを詰め込んで行きました。

利賀そば祭り前夜の会場 役場の方々と



さすがに雪は多く、銀世界そのものでした。雪に閉ざされたままの生活は、大変だろうと心配しましたが、素人考えでした。

利賀村にしても安塚町にしても、豪雪による暗いイメージをなんとかしようと、大雪を逆手にとっての観光や、行事、イベント、さらには商品化するほど、地域住民の自主的な活力ある地域づくりが着

実に進んでいるのが、彼等との会話の中での目の輝きで感じましたが、当然これまでには大変な苦労話もあったようです。

それでは、なぜうまく行っているのだろうか、私達の町とどこが違うのだろうか、どこが！暗いイメージの大雪を逆手にとるうというのだから、私の住んでいる地域の中で暗いイメージのものもあるはずだから、それを逆手にとることが出来ればしめたもの。

一番大切なことは、自分達の住んでいる町や村をどれだけの人が、どれだけ深く愛しているかで決まるのではないだろうか。自分達の住んでいる地域を愛していれば、自然に活気が出てくるはずだ。

私にも息子が一人いますが、この子供たちに、「この町に住みたい」と言ってもらえるような地域づくりを進めていきたいと思っています。それが二十年かかろうと、三十年かかろうと、私達はその捨て石の役目であり、私はその石の一つになりたい。

地域づくりの交流

ツアーに参加して

瀬戸町（農業） 毛利 武

私達は、三泊四日の村おこしツアーに参加し、富山県の利賀村、新潟県の安塚町に行きました。冬のことですから、すごい積雪や、寒さを心配していましたが、思ったほどではありませんでした。とは言っても、雪は私の身長より高く積もっていました。



ツアー最終日
“疲れをいやす”
毛利さん

利賀村は、富山県の南西部の岐阜県境に位置しています。深い谷間に集落が点在する人口一、一八〇人の村です。

私達は「利賀そば祭り」に参加しました。そば粉百%の「そば」や、雪国での雪像など様々なイベントは、素晴らしいもので、住民

総参加であり、村の力の入れようはたいしたものでした。

夏には「利賀フェスティバル・世界演劇祭」などの一躍注目を集めた村です。

このような豪雪山村で、総面積の九七％を山林が占める村でのイベントは画期的なもので、私達の瀬戸町も町民一体のイベントにしていききたいものだと思います。

新潟県の安塚町は、昭和六十二年に「サヨナラ後楽園球場スノーフェスティバル」を東京で開催し、全国に名を売った町です。人口は五、三〇〇人で、町の主産業は稲作、野菜・畜産の複合経営を行っています。

「愛・あう・安塚町」のキャット



▲ 利賀そば祭り
「丑引き」

チフリーズのもとに、本音で話し合い、行政・農協・住民が密接に連携され、イベントによって色々なものが生みだされていきました。

部落集会、コミュニティ推進委員会の働きは活発なものでした。ユニークなものとして「雪の宅配便」という、雪国ならではのアイディアもありました。

私は、この利賀村と安塚町で感じたことは、町民の熱意とやる気でした。それは力強い、前向きなものでした。瀬戸町も海をメインとし、他の町村に負けられないようにしようと思います。「花嫁まつり」をもっと盛大なものにしたいと思っています。

町民一人ひとりの理解により、農かな瀬戸町をつくって行きたいものだと思います。



▲ 安塚町にて

イベント・グルメ気分

瀬戸町 岩村 寿彦

「イベントする」ということは、料理づくりに似ている。まず、材料から。良いモノをつくるためには、良い材料を吟味しなければならぬ。その土地ならではのモノ

を見つけることが大切だ。独創的で新鮮な材料を見つけることが、結構難しい。

良い材料が見つければ、次は味つけ。こつてりとした味つけにするか、あっさりとしたものにするか。これは材料次第。素材の持ち味を生かさなければ、せつかくのモノが死んでしまう。煮加減、焼き加減などは、経験・知識・感覚等に頼らなければならない。

最後に盛り付けであるが、食欲をそそるようなモノが好ましい。ただ雑然としたものは、個々の味が良くても食べる人の手は案外伸びない。

「見た目も味のうち」なのである。色彩が良く、バランスの良い盛り付けができればOK！
さあ、召しあがれ！！



安塚町の民宿「雪ん子」で
岩村さん



▲ 利賀フェスティバルが開かれる合掌集落

こうして見ると、料理づくりとイベントづくりには共通点がある。真心のこもった素晴らしい料理をつくるには一流のシェフとコックが必要であるように、イベントを手掛る場合にも強力なサポートするスタッフが必要である。モノを吟味できる目と知識、体験、やる気を合わせ持った「人」を育て、集めなければならぬと痛感した。などと偉そうなことを書いてみたが、今回、イベント先進地へ行ったことで、ちょっとした「イベン

ト・グルメ気分」に浸ることができました。

そして、今回ツアーに参加したことで一番の収穫は、いろいろな人と知り合えたこと。

利賀村、安塚町でお世話になったみなさん、本当にありがとうございました。私も「瀬戸の花嫁」のネーミングに合うイベントづくりに、もっともつとガンバリマス。岩村は今日も元気で。

利賀村役場前にて



田 田 まちづくり総合センター人事消息

▼ 四月一日から次のフレッシュマンが登場しました。どんどん出向いて参りますので、よろしくお願ひします。() は実家です。

◎主任研究員 山本幹男
(愛媛県調整振興部市町村課)



◎研究員 幸地慎一
(愛媛県経済連)



◎研究員 井上謙二
(野村町役場)



▲ 昭和62年度 センター職員
(上段、左から)近藤・宮本・山本・井口・宇都宮
(下段、左から)都築・宮本 所長・田村

◎主任研究員 山本均
(今治地方局)

◎研究員 井口浩志
(愛媛県信連)

◎研究員 宇都宮栄一
(久万町役場)

▼ 三月三十一日付けでセンターOBとなりました。今後は、「えひめ地域づくり研究会協議会」として活躍します。() は活動先です。

課題別研究会「みち」レポート

63・3・5 新居浜市福祉会館

(財)愛媛県まちづくり総合センター

近藤 誠

“いはいまで語ろうよ！”の「みち」が来た道*「みち」と「道」を考える”というテーマに行われた課題別研究会「みち」は、我々にとって一番身近な空間と言える「道」を、改めて考え直してみるのに良い機会であったと思う。

◆ 基調講演には、現在京都精華大学の教授であり、旭川買物公園等を手掛けられた上田篤先生を、パネルディスカッションには、コーディネーターとしてNHKの木村知義アナウンサーを、パネラーとして内子町の岡田文淑さん・川之江市の谷井裕さん・新居浜市の安井節子さんをお迎えし、途中新居浜市のスライドによる現状報告などを交えて行われた。上田先生は、「これからは『家の時代』ではなく、『道の時代』が来る」ということを結論に、「日本人はもともと定住の民ではなく漂泊の民であり、『めぐる』という行動様式は人間の本質的なものであるから、現在のこのような欲望の多様化の時代においては、定住

時代の道ではなく漂泊時代の道づくりが必要である」とおっしゃられた。

先生による道の作り方・道の分類は図1・2のようになっている。現在は、家で防衛をする時代ではなくなってきたので、これらの道すべてが必要になってくる。では、道で防衛するとはどういうことなのか。都市計画法における街づくりでは、だれが来ても解りやすいように区画整理をしている。そのため、出口・入り口がはっきりしており団地内での犯罪が多くなってきた。だから家では防衛できなくなったのである。

◆ それでは、規格的に街を作らなければどうか。思い思いにまちを作り・家を作れば、ご

ちやごちゃして何が何だか解らないが、住んでる人にとってはきわめて明快である。訪問者にとっては迷路であっても、住民にとってはきわめて明快なものであるから、道で防衛ができるのである。「なわばり」のなかでは、「なわばりの主」の方が強いということなのである。

◆ 但し、大動脈は整備しなければならぬ。ハイウェイは、ロードパークとして整備しなければならぬ。

大切なのは、上からの都市計画ではなく、下からのまちづくりである。その中に沢山のバイウェイが含まれておれば、そこは、漂泊民のやさしい「なわばり」になってくる。そのまちで快適に暮らそうとすれば、様々な「みち」が必要になってくるのである。

◆ 下からのまちづくり、つまり住民参加のまち・みちづくりという問題は、パネルディスカッションにおいても議論の中心であった。道路は、常に与えられたものであったがために、ふれあいの場としての「みち」を私達は無くしてしまった。

規格的に、機能的に道を作ってきた結果かもしれないが、私達にとって一番身近な空間が、危険な場所でしかなくなってしまったのである。その思いが、コミュニティ道路に対する議論を呼び、身近なものとしての道路をもう一度取り戻そうという意識になったのではないだろうか。



▲ 基調講演 上田 篤先生



木村知 (左) パネルコーディネーター
岡田文淑 (右) パネルコーディネーター

ただ、みちづくりのプロと呼ばれている人が、パネラーとして出席していなかったために、一方的な議論になってしまったことは残念であるが、「みち」についての議論は、今始まったばかりであると感じる。総論的になつてしまった今回の議論の中から、問題点を探り出し、テーマを絞り次回へと発展させていかなければならないと思う。

瀬戸大橋が開通し、高速道路も整備されつつある現在、急速に世の中が変わろうとしているが、それに対して、共生の意識のもと本当にそれでいいのか、ふれあいの道とは、四国の道とはということを中心に考えていくことの大切さを感じた。

課題別研究会『みち』が終了後、えひめ地域づくり研究会の会員であり、松山市でL A T 環境設計事務所四国事務所の所長をされている檜皮孝夫さんから、『みち』に参加しての感想文が送られてきたので、それを紹介し『みち』の報告に変えたいと思う。

地域の環境デザインを担当させて頂いてい

るものの一人として、少し感想をまとめてみました。

(1) 社会的背景

道路はこれまで、都市の構造を規定するものとして、産業の動脈として地域の中心的役割を果たして来ました。行政人や産業者等の多くの方々が、「地域の振興を図るのはまづ道路だ」と考えていらっしやったのではないかと考えられます。

今、都市の構造を規定するものは鉄道や道路に加え、川・海・山の緑・公園といったよりヒューマンで自然味のある要素が加わりつつあり、産業の動脈としての機能(物を運ぶ)に変わり、情報が行き来するという時代になりつつあります。

このような時代を迎え、道の機能は車の往来ということだけでなく、別の機能が強く求められつつあります。

その代表的なものは『景観』という視点です。よい景観とは「美しさ」「親しみやすさ」「わかりやすさ」を備えたものを言いますが、



川之江青年会 谷井 (左) パネルコーディネーター
安井節子 (右) パネルコーディネーター

道のつくり方 (図1)

項目	内容
ロードパーク	道路そのものを公園化していく(例)道路に街路樹を植える道路を緑化する等
パークウェイ	公園の中にできる道のこと 公園の中に作る道は、できるだけ公園に合わせさせる

シンポジウムの中でも安井さんが別の形で、形容詞のつくまっつくりということをおっしゃっておられたと思います。

第2は人と道路の関わりの方であろうと思います。上田先生も豊かさの中での人と道との関わりを言われておりましたが、このような点に関して私は次のような解釈をしております。

本来道は、子供達の遊び場や奥さん達の会話の場であったり、ロボのパン屋さんを通る所であったり、生活と深く関わり自分たちの知っている人が利用するものであったのです。つまり、私達のもの、私達の生活には欠かせないものでないものだという気持ちが住民の方々にあり、それ故、道に対する感謝の気持ちがあったのではないかと思います。

それが今は、幹線道路を走る車の多くは見知らぬ人々であり、任んでいる人々には関係のない行動であります。造るのは役所であり、住民には何の相談もありません。そのような現代の道に対する気持ちは、変わってくるのは当然のことといえます。

気持ちのなかではすでに我々のものという

意識が希薄になっていることに根本的な問題が潜んでいます。

情報の散乱する中で、多様な価値の時代を迎えており、物が有り余るほどに溢れているまちに住んでいるということは、環境に語りかけたり、あるいは身の回りの人々に訴えながら生きていくことを邪魔しています。

今ハイタッチな感覚が求められている中、住民参加という形はまさにその感覚で、人と環境とに新たな意味(物語)を与える一つの方法だろうと思います。自分の住んでいる地域を自分たちがやるということは自信や連帯感をもっていく上で重要で、幸せや充実感を感ずる良い機会であると思われるからです。

行政というか道路を造っていく人も、道としての機能だけを重視するのではなく、もっと地域住民のなかに入って苦しみながら、ものを造っていくことに楽しさを見付けられれば、解決するのではないかと思います。つまり住民も行政もそしてそれに関わる人々も今、生き方も含め、物づくりの考え方やおよび進め方を見直さなければならぬ時代と言えると思います。

(2) 今後の道づくり

① このような時代の中で、今後の道づくりは、生活との関わりを強く求める道—生活道路

② 地域の人々が胸をはって、他の地域に誇れるような道—シンボルロード

③ 広域的な見地から整備されるべき道—



ちよつと一息
コーヒータイム

▼パネルディスカッション
まっさいちゅう!



幹線道路
の三点に分けて考えていくべきだと思います。この点については、別表のように整理してみました。

道の種類 (図2)

名称	内容	
ハイウェイ	自動車道路・パブリックな道、ロードパークにしなければならない道 (例) 表通り・街道等	
バイウェイ	「みち」に近いもの。 4種類ある	
	裏道	裏通り
	私道	自分の庭の敷き地。 建物に自由に路地を作り人を入れる場合もある。
	野道	本来道と認定されない道 (例) 田圃の畦道・竹藪の中の道・川岸
	隠し道	およそ道とは考えられないもの (例) 避難場所・非常の道 (屋根伝いに逃げる・抜け穴等)

今後の整備すべき道の分類 (表)

項目	生活道路	シンボルロード	幹線道路
ものづくりの主体	地区住民	市	県、国
デザインの主体	地区住民+行政+アドバイザー	環境デザイナー+行政	土木コンサル+行政
デザインの考え方	生活感覚からの発想、暮らしがにじみでるような演出(道路法は最低限守る)	市の象徴性の演出(道路法に準じた整備)	走ることの快適性(道路法による整備)
管理の主体意識の持ち方	地区住民 地区住民だけのもの	行政 市民の誇れる道路	行政 県の振興の為の道路
その他	居住者にとって分かりやすく楽しければ良い。かいわい、めいろ等のバイウェイも良い。		

西武百貨店営業政策部長

森川茂治氏の「モノ」論

63・2・5「モノ」研究集会より

(財)愛媛県まちづくり総合センター

文責 宮本清幸

●第二ラウンドは

三つの方向

一村一品運動とか、まちづくり村おこしとかが第二ラウンドにはいったなという感じを強く持つ。私の感じでは、ポスト一村一品運動とか、ポストふるさと産品運動というのは三つの方向が考えられると思う。

① 広がりを持ったネットワーク型の運動へ

② 運動から事業へ

商品開発することが目的ではなく、開発された産品を軸にしてふるさと産品事業を展開していく。

③ 運動の質へ

地域の経済自立から始まってきた運動が、質的に変化をし、地

域の生活文化を見直していく運動、すなわち生活文化運動となつて、運動そのものの質的転換をしている。

●消費と地域の

産業おこし「モノ」

モノについてお話をする場合、いろんなアプローチがあると思うが、ここでは十二の視点から見てみたい。

(1) モノの流れ

流通というのは、生産と消費のちょうど中間にあり、マーケットを川にたとえると、川上が生産現場で、川下が消費ということになる。川が流れてくるということでは、川上からモノをつくりましょうということ、いわゆる川下理論といわれる。

モノが、つくる人↓運ぶ人↓売る人↓買って使う人というふううに手渡しの流れる。ところが、現在ではその流れが通用しなくなってきた。つくる人が売ったり、運ぶ人が売ったりと、一人一役ではなく、二役も三役も担うようになつてきている。ハンドアウト型のマーケティング

グから流通のクロスオーバー化が進んでいる。

生産と消費のインターフェイスということから、流通戦略は、商品が実際に動いていく、売れていく現場に近づいていく。二十一世紀は流通産業の時代となる。そこは草刈り場の様相となる。川下と川上の間、川中が注目され、流通戦国時代は川中島の合戦となる。

(2) モノづくりにおける個性

ふるさと産品の特徴は、材料・技術・人のうち少なくとも二つは同じ所にあるということ。できた瞬間からほかの地域と違った商品でなければならぬ。ふるさと産品におけるエリアマーケティングは、歴史・地理・風土・生活の中から、その地域固有の価値観を探り出し、育まれてきた生活様式と生活文化を擬似体験することである。

今、世の中、モノは溢れている。差別性のある商品でないと売れない。ふるさと産品はもともとオリジナルティのある商品コンセプトを内在していることを理解するこ





共催団体・五十崎町商工会
会長 亀岡 徹さん

と。

(3)モノの付加価値

付加価値というのは、ふた価値だというのが。価値が二つ以上ないと付加価値とは言えない。農産品に限って言うると、「おいしい」という基礎になる価値がある。プラスチックアルファーで四つくらいの方がある。①健康によい②合理性(花王の洗剤アタックが大ヒットした様な)③ファッショニ性(売り方の問題にもなるが、置かれてある場所、誰と、どういう環境で食べるのか、など)④なごみ、ふるさと志向(都会人にとって)

(4)モノの販路

差別性があり、おいしいことがベースで付加価値のついた商品ができた。販売拠点・販路・販売チャンネルを考えていかなければならない。川ということになってくるのだが、一級河川からどぶ川まで、大動脈から毛細血管までいろいろな販売チャンネルがある。

大動脈ねらいはリスクも大きくやめた方がいい。今の時代がすぐ変化していることから、毛細血管ねらいが面白い。毛細血管の良さは、いろいろなどところで細かい実験ができること。テストマーケティングでは全国はねらわないこと。まず地域の市場だ。地域に受け入れられなければ、全国マーケットに受け入れられるはずがない。今は、新しい水路が作りやすい時代。いろいろなどところでモノが売れる時代だから、このことが重要だ。もう一つ、ネットワーク型の販路がある。そこでは、ロット合成、バラエティ合成ということが考えられる。一つの町だけでなく、また、一品目の量を追うだ

けでなく、多品種・多品目の合成など。

(5)モノが売れるワケ

一つは持っていて、もう一つはなくてもいいのに、水着が売れていく。新しいモノが売れていく、必要な時ができてくる、そのメカニズムを真剣に考えること。

行動消費ということになる。使われるシーンを考えて流れる商品、シーンマーケティング型商品。考えるだけのシーンではなく、目にみえるシーンを、描けるシーン。新しい生活提案ができる商品。そのあたりにワケがある。

(6)モノとサービスソフトの関係

OA機器がリースというサービスソフトがあって売れている。スポーツ用品がスポーツ教室とくっついて売れている。ビジネスは今、サービスだけでもいけないし、モノだけを売り込もうとしても失敗する。両方がバランスをとること。(7)モノを使う人

「あの人」に食べてもらうために、この商品はつくったのです。だから、この商品には話せばつき



▲「ラッピング」を語る
石毛真理子さん

ない「物語」があるんです。ターゲットはしぼるほどいい。シルバーマーケットもこれからのターゲットになってくる。

(8)モノを贈る

これからの時代、自分が使ってもいいものだから、人にも使ってもらいたいと思って贈る。ギフトはメッセージがポイント。

生活のファッショニ化、コミュニケーション化の中で、商品は中身が六割で、あとの四割はラッピング。石毛さんたちのしごと。

(9)モノの流行、情報鮮度

今の時代は、商品のライフサイ

クルが短くなってきたことを考えなければいけない。ふるさと産品のモノづくりは十年はかかる。情報鮮度を追いかけるやり方ではなく、まったく無視してしまう方をすすめる。都会人の一時的浮気、流行を追ったモノづくりはしないこと。ふるさとブーム、ふるさと志向は、いわゆる流行ではない、根の深い本質的なものである。

ふるさと産品は、ばく大な利益をあげるものではない。息の長いモノづくりをめざして事業展開していかなければならない。

(10)モノの価格

つくる人や買う人が決めるといふ理論もあるが、これからは、市場の自然淘汰が価格を決める。ほかよりも高いというのも差別化であるが、その場合は高いワケがわからないといけない。

(11)モノのかたち、デザイン

これからはデザイン、デザイン・マーケティング、マーケティング、プランニング、プランニングということ。

(12)モノの機能

持つ、使う、遊ぶということがある。遊心機能、遊用機能というか、「遊ぶ」という部分が大事になってくる。この点のマーケティングがポイント。機能を明確にしてモノづくりをすること。

●風・水・土の民の活動

日本の豊かさは、地域に豊かな個人的な文化がたくさんあるということである。国際社会の仲間入りのためには、もう一度ここを見直してみることが重要である。



一村一品運動を表層的にみているといけない。モノは時代を映す鏡、読みとる鏡、センサーだ。モノは使う人の心を映す手鏡だともいえる。

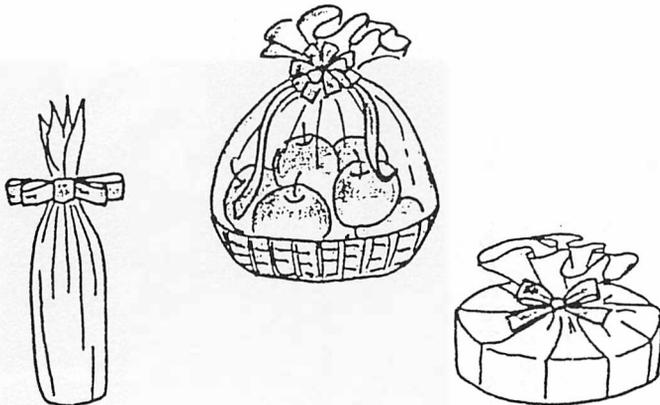
国際社会に向かっていろいろな活動をする場合、地域の動きというのが日本の豊かさとなり、手鏡となるのである。

近代のしくみは大量生産のしくみであり、プロセスをいくら切り捨てても結果を求める。一村一品運動のモノづくりは、それとはまったく違う動きである。それは、もしかすると、近代化でつくられた流通システムを大きく変えていく可能性を秘めている。

今までの「企業の活動」に対して「民の活動」ということがいえる。土の民というのは、地域に住む土着のエネルギーを持っている人。水の民は、土のエネルギーに対して水を注ぐ、知恵を注ぐ、養分を与える人。そして風の民というのは、ほかのところから情報を持ってくる人間。土が抜けると風水害。水が抜けると風土病。三者

がそろっていることがポイントで、一番重要なのは土のエネルギーがあることだ。

あらたなる国際化の時代に、あらたなるオリジナリティーをつくっていく日本になっていくため、地域は、みなさんは、二十一世紀にロングセラーとして残る『モノ』づくりをしてもらいたい。



「海」の原風景



えひめ地域づくり研究会議会員

鶴井啓司



一、ラ・メール

日本人であれば、誰でもそういう気持ちがあるのではないかと思うのですが、私も海にはこのほか憧れをもって生きてきました。生まれたのが野村町という山合いの町で、そのせいか、夏休みなどに宇和島の親戚の家へ遊びに行く時、トンネルの合間に汽車の窓から眺めた海の風景は、子供ながらに胸が踊り心が広がる思いがして、とてもうれしかったことを思い出します。

当時は決してそういう気持ちはなかったのですが、私が高校を宇和島へ、大学を高知へと海のあるところへ求めていったのも、そしていま水産業という海とは極めてかわりの深い仕事に携わっているのも、海への強い憧れがあったから……と、最近はそのような理屈づけをして、実際は挫折の繰り返しだった自らの半生を正当化し、海と親しくしているのです。

ところで、人間が海に憧れるのはどういうことかと考えてみますと、海はフランス語でラ・メールといい、これは「母」と同じ意味だそうですが、まさに人間にとって海の存在は、子供にとっての母の存在に等しいイメージがあるからではないかと思われまます。

縄文遺跡から貝や魚骨の出土が見られるように、私たち日本人は農業よりも古く長い歴史の間、海の恩恵を受けてきました。このことが、母なる海の美意識の原点をつくりあげる大きな要素になっています。また、子供の頃によく歌った「うーみはひろいな、おおきいなあー」とか、「わあーれはうーみのこ、しいーらなみのおー」とかいった、多分一生涯忘れることのないロマンチックでノスタルジックな海の歌は、確かに母のイメージであり、私たちの心の中にはそういった海のイメージが原風景として生きているのです。

二、海を否定した開発

にもかかわらず、私たちはこの母なる海に随分と反抗し、迷惑をかけてきました特に二〇世紀の海洋開発は、十九世紀までの土や石や木を使った開発と違って、コンクリートや鉄を使ったの開発でしたから、海の景観を大きく変貌させてしまいました。いい例が第二次世界大戦後の工場立地を軸とする臨海部開発で、海を埋め立てて陸にし、しかもそこに立地した工場からは排水をたれ流し、海に処理をさせていたのですから、海がかんかんになって怒るのも当然で、昭和四〇年代に頻発した公害は、母なる海の人間に対する「おしおき」だったのではないかと思うのです。

明治維新以後、貧しかった日本を豊かにするためにやむをえないことではありましたが、この間の日本人の海に対する価値基準は美か醜かではなく、富か貧かでした。海を使って海でなくする、つまり海を否定した海洋開

発を行うことによって、日本は豊かになってきたのです。

このため、瀬戸内海は、美の象徴である白砂青松が富の象徴である灰色のコンクリート海岸と赤白のエンツトツにとって代わってしまいました。土や石や木と違って、コンクリートや鉄が自然に風化して海の原因が戻ってくることは、もはや人間が意識してそのため「海洋開発」をしない限り在り得ないのではないのでしょうか。

三、二十一世紀の海の時代

「二十一世紀は海洋の時代」という言葉がよく使われるようになってきました。

「海は人類に残された最後のフロンティア」（一九九一年）といったのはアメリカのケネディ大統領でした。その頃、海洋資源やエネルギーの開発が盛んな時期がありました。第一次オイルショックとともに熱が冷めてしまったようです。二十一世紀を十数年後に控え、今また海への関心が高まっているわけですが、どうも社会が豊かになり余裕が出来る、と海に目が向くようです。

私も、四面を海で囲まれ、陸上資源の少ない狭大な国土で高密度な経済活動を営む日本にとって、国土面積の約十二倍の四五一万km²と試算される二百カイリ経済水域の開発利用

は、これからの重要な課題だと思います。

しかし、海洋開発の名のもとに海を海でなくしてしまうことには抵抗があります。自然の中の生き物の一員である人間が海よりも偉かったりすることは在り得ないはずで、あまりやり過ぎればきっと人間のほうが滅びるでしょう。

これからの海洋開発は、海は海らしく、海本来の良さを生かす開発を考えなければなりません。ですから私は、宇和海マリノベイション構想には常に海との共生を念頭において取り組んでいます。また、最近では、余暇時間の増大や価値観の変化、自然志向の高まりを反映してリゾート空間としての海が注目され、瀬戸内海では「えひめ瀬戸内リゾート開発構想」が進められようとしています。リゾートとかウォーターフロントは海を美しいものとして生かそうとする発想ですので、期待しています。

五月の研究集会では、今の子供たち、そしてこれから生まれてくる子供たちに母なる海の原風景いかに残すか、そういった視点で海を語ってほしいと思います。

まちづくり活動の情報紙としてこの「舞・たうん」を隔月で発行しております。

皆様からのレター通信紙として活用下されば幸いです。

内容についてのご意見や、活動内容についての記事など気楽にどんどんお寄せ下さい。

次回「舞・たうん」特集は「むら」です。

「舞・たうん」編集係

二人のGAL（都築・

田村）まで。

〒七九〇 松山市道後一万一の二

（財）愛媛県まちづくり

総合センター

TEL 〇八九九（二五）五五五七
FAX // （二五）六六八〇