

# 地域づくりの新しい流れ

若井 康彦

(財)阿蘇地域振興デザインセンター・前事務局長

## はじめに

### —いろいろなおもしろい地域が現れた

近年、地方を歩いていて注目すべきことは、ところどころに元気のいい地域が見られるようになったことだ。周知のごとく、今日、特に地方には押し並べて明るい材料は少ない。以前から顕著だった過疎化、少子高齢化はほとんど極限の様相を呈してきたし、無論、農林水産や観光、伝統的な商工業も低迷を極めている。にもかかわらず、この押し並べて元気がない大海のような広がりの中、ぽつんぽつんと希望の灯火を点している島のように感じられる地域が現れてきている。

過去10年にわたる構造的な大不況の中では、ともすれば見落とされてしまいそうなこうした小さな事例は、実は今後、わが国全体が進むべき方向についてあるヒントを提供しているように思われてならない。こうした事例について学びながら、ともすれば画一的、一般的になりがちなのが国の活性化のあり方について再検討すべき時期ではないだろうか。今後、普遍的な方向づけの中においても、その具体的な展開はそれぞれの地域の固有性に立ち戻ってなされなければならないからだ。

## 1 地域づくりの新たな流れ

### ・ひとづくりが中心になった

少し付け加えさせてもらえるならば、こうしたおもしろい地域づくりにおいては、常に「ひと」が中心に据えられている、ということを強調したい。何が面白く、何に活力を感じるかと言えば、畢竟、そこで生きている人々の有り様に尽きる。これまで言われてきたようないわゆる「ひとづくり」、「人材育成」ではない。ある規範にしたがって、時代の社会的な要請に基づいてなされてきた、量としての「人材」のことではない。むしろ、それとは反対に、一般的な社会的風潮を超えて、個性的な、自らの技と知恵を恃みとしながら個性的かつ自立的に生きている、そんなひとびとのことである。

### ・地方に生まれた主体性と活力の機会

どんな人間も、生きている環境と無関係には自己形成をなし得ない。地域の特性がひとを創る。地方における地域社会は大都市のそれに比較して絶対的規模は小さいが、個人の相対的役割は大きい。また、その歴史的経緯から、固有性をより強く残しているといえる。さらに、小さいところから大きいところを見る方が、逆より全体的によく見えるということもありそうだ。その意味で今日、一般的には、地方により個性的に生きられるチャンスが生まれているといってもいいのではないか。そうした側面を意識

し活用している地域では、人々の主体性と活力を強く感じる。一方、そうでない地域では、現代的な地域資源を活かす知恵と努力を欠いているという意味で、より疲弊した印象を受けるのである。

### ・条件づくりとしての都市と基盤整備

工業化と都市化の過程で、成功のチャンスが都市に集中した時代には、それが自分に相応しいかどうかはともかく、より早く、より高く、そのチャンスを掴み、活かすことがよりよく生きることであった。都市の基盤整備はそのための舞台づくりであった。

しかし、そうした段階を越えつつあるわが国においては、より個性的に、自立的に生きることが人々の動機となりつつある。地域についてもひとつと同じことが言える。その意味で、今や地域とそこに生きる人々の有り様は表裏一体の現実となったのではなからうか。地域が元気はひとが元気、ひとが元気は地域が元気、なのではなからうか。

### ・阿蘇地域での地域づくり実験

さて、筆者は今春に至る5年間、熊本県阿蘇郡で、地域住民とともに新たな角度からの地域づくりに取り組んできた。その事例を、特にひとの側面に着目しながら紹介する。1,200平方キロの広大な領域に8万人足らずの人口を有するに過ぎないこうした地域では、老若男女にかかわらずひとり一人の住民が、持てる力のすべてを出し切ってはじめて地域の活性化があるはずである。

## 2 牛飼いと料理人のタッグマッチ —阿蘇のあか牛・なんでも料理店

第一は、畜産で苦戦している牛飼いと、腕を振るう機会のない料理人達。

阿蘇は全国有数の観光地である。その阿蘇において原風景とも言うべき草原の景観が失われる危

機にある。阿蘇の草原のシンボルはあか牛である。牛がいなければ草原は失われる。あか牛生産は阿蘇の柱をなす産業だが今や不振を極めている。一方、観光も有名観光地の例に洩れずステロタイプ化し、新たな活力を欠いている。例えば近年の主要な関心事であるはずの食の分野など惨憺たる状況で、旧態依然たる名物料理の域を超えていない。あか牛という個性的な食材を持ちながら、なぜか地元消費はさっぱりだ。いずれにせよ、これまでのようにそれぞれの業界の中に閉じこもっていても先はない。互いにこれまでの領域を超えて新たな境地を開く必要がある。

そこで、危機感を持つ畜産農家と料理人達が「阿蘇のあか牛をおいしく食べる会」に集まった。『阿蘇のあか牛・なんでも料理店』は、彼等によるあか牛をテーマとした食文化に関わる連続イベントである。話し合っているうちに問題が明らかになってきた。なぜ地元のあか牛が観光客の食卓にでてこないのか？ 生きたまま下りていったあか牛は肉ではなく、現金に換って戻ってくる。生産地といっても牛に関する食文化はほとんどなかった。上がってくるのはフィレやロース等、難しい料理のいらない、しかも価格の高いほんの一部に限られる。内臓や骨回り等の部位はこれまでほとんど廃棄されていた。こうした条件下で牛の価格を一喜一憂していても消費は伸びないし、所得も上がらない。

例えば、もし骨や内臓等まで全て活用できたら牛一頭の価格はより高まる。地元ならではの食文化も生まれるだろう。ただし、前提としてこれらを食材化する料理が必要だ。そこで料理人の出番である。実は、海外で修行までした腕を持って余している人材が宴会料理の陰にけっこういる。両者の出合は、互いの活躍の機会を生むはずである。

他にはない食材と料理の方法が一体になる。あか牛の知名度が高まり、地域の食文化が充実し、地域イメージも高まる。このことがあか牛生産・消費を側面から支援するとともに、観光振興に寄与することが期待できる、というわけである。

特筆すべきは、これまで既存の経済システムの中でがんじがらめにされ、消極的に生きてきたシェフと畜産農家、食肉業者等が、こうした機会を通じて自発的に新たなシステムを生み出し、それぞれの仕事に創造的な意義を見い出していくことである。地域の伝統的な生産と消費のシステムはすでに分解している。今日、その断片のいくつかを改めて結びつけ、一体的に違った意義を持たせていけるかどうか、そのことが、あらためて地域づくりの課題として浮上している。小さな地域社会では本来、経済と文化は一体的であり、分けることは不可能だ。牛を育てることとおしく食べさせること、それを担っているのはどちらも同じ人間だからである。「阿蘇のあか牛・何でも料理店」におけるような異業種の共同作業が定着し、地域の固有の文化となる。またそれを共有する共同体が再形成され、その上に改めて生産と消費の新たな道筋を展望することができるのではなからうか。

### 3 居酒屋と福祉ボランティアが はじめたまちづくり祭

阿蘇神社奉納・21世紀ジャズコンサートは平成10年7月に開催された。阿蘇神社の巨大な樓門をステージに、参道を仕切り、椅子を並べて客席を設けたにわか仕立ての会場に、予想をはるかに超える500人ほどの聴衆があふれた。ドラムスのソロで始まったコンサートは次第に熱を帯びていった。陽が暮れ、樓門の上に月が上る頃、スポットに浮かんだトリオのノリと聴衆の興奮は最高潮に達した。こんな一体感の盛り上がりは町では久しぶり、とのぞきにきた高齢者の一人は述懐した。

ライブは地元の酒場でしばしば演奏している「辛島文雄トリオ」来演を機に取り組まれたが、企画は思わぬ方向へと広がったのである。これまで単独でライブ開催を実施してきた阿蘇ジャズクラブに、小

さなきっかけから福祉を中心に地域活動をしている主婦のグループが協力、商店街振興に腐心している門前商店会が合流し、実行委員会ができた。

当日を迎えるまでに準備会が数えきれないほど開かれた。小さな町ではあるが、互いに顔見知りではあっても、意外なことにこれまでほとんど個人的に話したことがない。しかも各々の立場ではそれぞれの「まちづくり」に精一杯努めてきた。今回もそれぞれ立場に応じて異なった夢と目標と役割を持ち寄っている。

しかし、物事が進むにしたがって、それぞれ、これまでの取組では達せられなかった目的が着実に実現していく、しかもその過程で、他にはできない具体的な役割を果たしているという手応えを感じていた。これまで知らなかった身近な仲間が、それぞれの得意分野で汗と知恵を出し合う、あらためての出会いの新鮮さ。そうすれば、思いがけない夢のような事業が実現することの喜びを実感したのである。

さて、なぜ、ジャズか？ できそうなものが、たまたまジャズだったのである。しかし、それが実現してみると、誰にとってもいつのまにかジャズが身近になっている。福祉グループの活動の場で、ラジカセがジャズをいつのまにか奏でている。これまで寄り付かなかったジャズクラブのメンバーがそこで昼御飯をご馳走になっている、と言う具合である。ひとつの動機が実現すると、それを機会にそれぞれの持っている動機が共有される。また、そこで経験したものとごとの進め方は別のケースにも役に立つ。それは、生きたコミュニティが新たに形成される瞬間でもある。

### 4 冬の阿蘇を創ろう—誰でも、 どこでも、それぞれの持ち場・立場で

これらの主体も含め、阿蘇地域の「冬の阿蘇を創ろう」活動は年々拡がりつつある。

阿蘇のアキレス腱は冬である。訪れる人が減るだけでなく、そこで暮らす人々のポテンシャルが極端に落ちる。このことが地域の活力を損ない、経済的な隘路ともなっている。何とか活力ある冬のシーズンを創りたいということが地域の共通の願いである。

「冬の阿蘇を創ろう」は、特定の主体が担う活動ではない。地域の有志、すなわち阿蘇で生活する人、働く人、訪れる人、そして阿蘇に関わる全ての人々が参画する。行政と民間、町村や地域の境界を越え、協同して、冬の阿蘇を題材に、地域づくりや観光リゾートの振興に当たる方策を探る。冬のマイナスイメージを払拭し、より豊かで魅力的な冬のライフスタイルと観光活動を提案し、創造しようという実験である。

平成8年度の発足以来、多様な主体が参加した。一の宮町の文化・福祉団体、阿蘇町の旅館組合、産山村の畜産グループ、南阿蘇のペンショングループ、各地の料理人の有志、小国町の地域づくり財団そして(財)阿蘇地域振興デザインセンターと自治体等。それぞれが持ち場、立場でできる事業を企画し、互いに連携・協力しつつ進めてきた。この間、活動の顔とも言える「うさぎ追い」、「ジャズライブ」等、「冬の阿蘇を創ろう」の定番となった事業もいくつか生まれた。さらに熱気球やうさぎ追い等のアウトドア体験、バードウォッチングや天体観測等の学習、そしてジャズや童謡等のエンターテインメント、あか牛や新酒等の食等、多様な活動が定着しつつある。

この活動の特徴は、事業が多様かつ雑多な事業により構成されていることである。それぞれが思いきり得意技を発揮すればよいのだ。それらを「冬の阿蘇を創ろうムーブメント」のプログラムとして組織し、調整しながら進める。個々の事業はすでにこれまで個別に行われてきたものも少なくない。しかしその多くは小規模であり、また長い冬の季節、広大な阿蘇に分散していて、単独でアピールできるだけの質量を持ち得なかった。「冬の阿蘇」はこれらをプログラム化し、ひとつの行事としてひろく情報発

信する。小さい要素を束ね、組み合わせて、豊かで変化に富んだ冬の一日を、充実したシーズンを創りあげる。

年々、手応えは確かなものとなってきた。実行委員会方式を通じて、多様な主体が自ら進んで事業の実現に当たる。また、個人、団体、企業等の相互理解と異分野の交流・連携が定着してきた。活動を通じて形成されたネットワークは、冬だけでなく、一年を通じて多様な活動を生み出す素地として定着し、地域づくり全般のベースとなりつつある。

## ● おわりに — 正のセーフティネットを創る

以上、近年、阿蘇地域を例に今日の地域づくりの一端を紹介してきた。

3つの事例のいずれにおいても、前もって一定の道筋を決めるのではなく、人々の自発性と個性が発揮される道筋を発見することを主眼とし、そのための試行錯誤の繰り返しという点で共通している。その中で、今後の地域づくりの展開への期待感が高まり、参加意欲が広がっていく。また、新たな視点から地域資源を活かす可能性の認識が高まり、地域の個人・団体の複層的なネットワークが形成されていくわけである。

今、地域に必要なのは、さらに社会を畏縮させ、地域の活力を損ないかねない競争的な方策ではない。求められているのは、安心して新たなチャレンジができる、自らの発想を活かした事業を展開し起業ができる、そうした条件を創ることである。雇用の保障や疾病の回復等、各種の保険制度が負を補うセーフティネットだとすれば、地域が果たし得る役割は、それ自身がひとの可能性を伸ばし、具体化するための言わば正のセーフティネットとなることである。今、地域を創るとはこうしたしくみを構築することではなかろうか。