

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり



特集 ■ 映像文化とまちづくり

6

2006

3 巻頭エッセー ● 創造都市の実現を目指して 関 淳一（大阪市長）

特集 映像文化とまちづくり

4 地域活性化に向けたフィルム・コミッション活動

前澤哲爾（全国フィルム・コミッション連絡協議会 専務理事・山梨県立大学 国際政策学部 助教授）

8 北海道北見市 冬季五輪出場の女性チームが放つふるさとの光 長谷川京

10 東京都杉並区 アニメ産業振興でまちの魅力向上と活性化を目指す 田口昌実

12 横浜市 創造都市実現に向けた「ヨコハマ映像文化都市」づくり 梶山祐実

14 新潟市 映像文化を市民の手で守り地域づくりへと発展 田村聡昭

16 甲府市 映画をテーマにした中心市街地の魅力づくり 志村 修

18 特定非営利活動法人フィルム微助人 映像文化への支援が郷土文化発展に貢献 金子恭子

20 鳥取県境港市 「鬼太郎」をキーワードにした港町商店街の観光化 藤川順一

22 徳島県鳴門市 映画制作の支援を通じた「地域の誇り」の再認識 中村誠司

32 愛媛県西条市 合併による市民の融和・一体感を効果的に実現 吉井靖仁

34 北九州市 フィルム・コミッションが生み出す街の活力 川本一雄

36 熊本県山江村 テレビ番組も「地域」もつくる住民ディレクター 岸本 晃

38 宮崎市 市民とボランティアが作り上げた「まちの映画」

企画部 企画政策課・市民部 地域コミュニティ課

29 地域における映像とコミュニケーション 小川明子（愛知淑徳大学現代社会学部 助教授）

レギュラーレポート

コラム

24 魅力ある生活都市を目指して 山田勝磨（北海道小樽市長）

地域ブランド保護制度

40 地域ブランドの適切な保護のための地域団体商標制度 特許庁商標課

全国地域リーダー養成塾

43 「開講式」第18期生43人が入塾

合併市町村の新しいまちづくり報告〔兵庫県〕

44 地域の個性や住民意思を反映させた新しいまちづくり 板尾 隆

地域づくり団体探訪

46 特定非営利活動法人 ゆいの里 栃木県那須塩原市

48 佐賀県CSO推進機構 佐賀市

50 センター通信

グラビア

1・25 映像文化とまちづくり

51 都道府県漫遊●富山県

52 手前みそですが…●岩手県奥州市



法華宗総本山本成寺



三条・燕地域リサーチコアと県央地域地場産業振興センター

三条鍛冶道場と
実習風景（右）

三条まつりの「舞い込み」（三条八幡宮）

●表紙Ⅱ新潟県三条市
三条まつり

新潟県三条市の鎮守である三条八幡宮で五月十五日、毎年恒例の三条まつりが開かれた。当地の領主であった村上藩主内藤信敦が「八十二年、京都所司代に就任したのを祝い、十萬石格式の大名行列を模した神輿渡御を行ったのがその始まり。奴に続き傘鉾、道祖神の天狗など総勢約四百人の行列が街なかを練り歩き、最後は神輿に続き、無病息災を願って子供を肩車した住民が社殿を三周して拝殿に駆け込む「舞い込み」が行われ、行事を締めくくった。

昨年五月に三条市、栄町、下田村が合併して発足した「三条市」は、「豊かな自然に恵まれた伝統文化の息づくものづくりのまち」の実現を目標に掲げている。当面の重点戦略としては、「安全に安心して暮らせるまち」「合併効果を最大限にいかすこと」を通じた全国に誇れるまち、「全国有数の産業集積地をいかした活気あふれるまち」の建設に、市民と行政が一体となって取り組んでいる。

●文Ⅱ沢

●カメラⅡ小形又男



杉並アニメーションミュージアム

映像文化とまちづくり



ふるさとを舞台にした映画の撮影支援

● 北海道北見市 (p8) 映画の原案となったスポーツ「カーリング」

ヨコハマ映像文化都市に向けて ● 横浜市 (p12) 撮影風景



映像文化を市民の手で守る ● 新潟市 (p14) 市民映画館シネ・ウインド



映画「戦国自衛隊」ロケ風景 (御殿場市)



商店街を舞台にした映画祭と関連イベント ● 甲府市 (p16)
映画音楽を中心に行った「まちかどシネマコンサート」

映像文化への支援が郷土文化発展に貢献

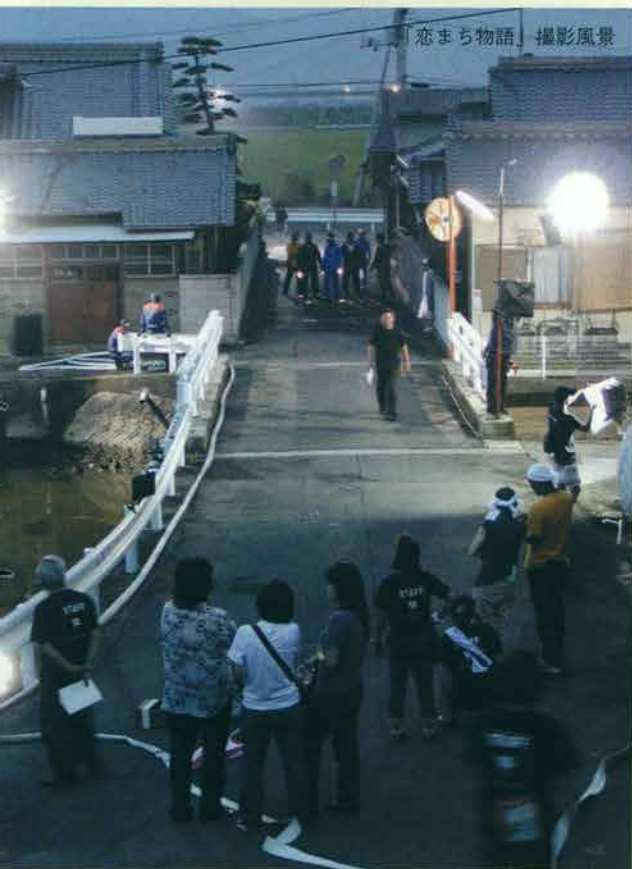
● 特定非営利活動法人 フィルム微助人 (p18)



ドイツとの歴史的交流を描いた撮影支援
● 徳島県鳴門市 (p22) 収容所のロケセット



妖怪をシンボルにしたまちづくり ● 鳥取県境港市 (p20)
水木しげるロードでの妖怪仮装行列(「かに感謝祭」(平成18年1月)のイベントとして)



合併した市民が一体となって映画制作 ● 愛媛県西条市 (p32)



JR門司港駅ロケ風景

「映画の街」推進のフィルム・コミッション活動
● 北九州市 (p34)

住民ディレクターが全国に
情報発信 ● 熊本県山江村 (p36)

村と全国各地、米国をつないだ
インターネットライブ9時間放送



山江村から世界へ4年生中継



役者も撮影もすべて市
民が行った(みんなで
ムービープロジェクト)

毎月村内各地をスタジオに
30分番組を収録する





大阪市長
関 淳一

創造都市の実現を目指して

大阪市は本年二月、「市政改革マニフェスト（市政改革基本方針）」を策定し、向こう五年間の市政改革の取り組み項目を明らかにした。

現在進めている市政改革の目的は、単なる市役所のスリム化ではなく、大阪という都市自体の活性化と真に必要な市民サービスの向上を目指すことにあり、内外から都市の活力の源である創造的な人材が集う活力・魅力あふれるまちとして、大阪市が新しく生まれ変わることを目指していく上での「未来に向けた発射台」と位置付けている。

マニフェストでは、①健全かつ持続可能な経営体質を確立するための「マネジメント改革」②自律的に社会責任を遂行する組織風土の確立を目指す「コンプライアンス改革」③環境変化に即応し、日常的な改革を持続させる組織体質の構築を目指す「ガバナンス改革」――の三つの柱の下、八十七の具体的な項目を掲げ、現在、精力的に取り組みを進めている。

中でも、喫緊の課題である財政危機を克服するため、平成十八年度予算において、経常経費、投資的経費、特別会計繰出金の合計で八百三十二億円（計画目標五年間で二千二百五十億円）の約三七％を削減し、職員数についても、本年四月一日時点で、昨年と比較して約二千五百人を削減（計画目標平成十七年度において約四万七千人の職員数を五年間で三万人台に削減）するなど、市民にとって必要なものについては充実を図りながら、見直すべきところは見直し、無駄を省くことにより、全会計で約二千八百億円のコスト削減（前年度比六・四％減）を行った。

また、このような市政改革の取り組みとともに、「創造都市」の実現に向けて、施策の選択と集中を進めている。「創造都市」とは、市民をはじめ大阪に集まる人々が、その創造性を発揮し、活発に活動することによって、豊かな文化や革新的な産業を生み出し、質の高い暮らしを実現する都市のことである。

これまでの大阪市の発展を振り返ると、創造的な人材が全国から集まり、これらの人々の活動が大阪の活力を生み出してきた歴史を持っている。「都市は創造的な人材が支える」という原点に立ち返り、創造力の源となる人材や投資を呼び込むとともに、幅広い市民や企業の創造性を生かして質の高い地域づくりを進め、人が集まり、働き、住み続ける魅力を高めることが必要である。そこで、創造都市づくりの第一歩として、「知識と技術の拠点づくり」「楽しく、味わいのある魅力づくり」「子育てしたいまちづくり」などを戦略テーマとする「重点事業計画二〇〇六―二〇〇八」を本年三月に策定し、事業展開を進めている。

具体的には、「知識と地域の拠点づくり」として、大阪駅北地区における知的創造拠点の形成や、次世代ロボットテクノロジ、健康・予防医療の分野を中心とした新たな産業の創出に取り組むほか、効果的なプロモーションなどによる企業誘致活動を進めている。また、人やもの、情報が集まる都市には、それぞれ、行ってみよう、働いてみたい、住んでみたいと思える魅力が備わっており、大阪でも、水都の特性を生かすなど、大阪ならではの魅力に磨きをかけ、「楽しく、味わいのある魅力づくり」に力を入れているところである。

また、三十―四十歳代の子育て期に当たる世代の居住魅力を高める「子育てしたいまちづくり」として、保育所持機児童の早期解消など子育て支援に向けた具体的な取り組みのほか、中高一貫教育校の開設や習熟度別少人数授業の全校実施など、確かな学力を身に付ける教育に取り組んでいる。

これらの取り組みをベースに、パートナーとなる市民やNPOからの意見もいただきながら「創造都市戦略」を策定し、さらなる市政改革の取り組みによって生み出す財源を創造都市の実現に重点的に投資し、新しい大阪づくりを進めていきたい。



地域活性化に向けたフィルム・コミッション活動

— 地域経済への貢献と文化振興への期待



全国フィルム・コミッション連絡協議会専務理事
山梨県立大学 国際政策学部助教授

● 前澤哲爾

フィルム・コミッション（FC）は現在、全国フィルム・コミッション連絡協議会（協議会）に加盟しているだけで八十七もある。六年前の二〇〇〇年二月、大阪で日本最初のFCが発足、その後設立ラッシュが起り、北海道から沖縄まで津々浦々に広がった（協議会のHPを参照）。設立を推進してきた一人として、実はこの急速な広がりにいささか驚いている。FCという名称は、

昨年ごろから多くの人にも知られるようになったが、その意味について本当に理解されているかは、まだ心もとない。そして、FCはこれからどこに行くべきか、を考えてみたい。

地域政策の一つとして全国に波及

二〇〇〇年に「FC設立研究会」を立ち上げた当初から、「FCは地域が自立的に設立すべきである」という姿勢を私は表明してきた。昨今の二

ユースを見るまでもなく、国が今まで行ってきた行政施策はほころびを見せ、地方分権によって日本を再構築せざるを得なくなってきた。

FCはその先駆けとも言うべき地域施策の一つである。FCは、地域がその魅力を認識し、映像制作の舞台として売り込んでいくことである。それは、地域自身が持つ個性とポテンシャルを認識することにはかならない。その意味で、地域の責任において進められるべきものだ。

そういう感覚をいち早く嗅ぎ分けた自治体からFC設立が始まり、その動きに刺激されて全国に波及していった。その中の一部には、近隣の町で設立する情報を察知し、負けてなるものかと慌てて設立した所もあるように思う。日本では、自治体の競争意識が強く、その流れに拍車を掛けたことも否めない。ただ、どちらにしても各地でFCの意義が認められ、多くの市民に認知されていくことは良いことである。

フィルムツーリズムによる観光振興

米国ユタ州で一九四九年発足したFCは、ハリウッド映画を呼び込み、巨額のロケーション費を地元へ落としもらうことを動機にしていた。イベント誘致と同じ発想である。当時は、遠くの地域への旅行などままならない状況で、映画誘致によって観光客が増えるという実感はなかった。よくFCの効果について語られる「ローマの休日」、「慕情」（香港）、「旅情」（ベネチア）などの映画は、映画に登場する場所に観光客が必ず立ち寄るようになってはいたが、そこはもともと観光地であった。いわば、観光地のプロモーション機能を映画が果たしたと言える。

ハリウッド映画がスタジオ制作からロケーション主体となるに従って、七〇年代に米国全土、八〇年代カナダ、オーストラリアなどにFCが急速



「ラスト・サムライ」の76%は、ニュージーランドのニュープリマス付近で撮影された

に広がった。経済成長も順調に進み、ロケ地が観光地化するようになった。アイオア州のダイバーズビルは「フィールド・オブ・ドリームス」、マジソン郡は「マジソン郡の橋」、ワイオミング州のデビルスタワー（山）は「未知との遭遇」でそれぞれ観光客が押し寄せるようになった。これを「Film Tourism」という。

直接的な経済効果と規制緩和の必要性

現在、多くのFCが観光部署、観光連盟などを母体とし、観光振興施策として設立されたケースが主流だ。数十人から百人を越える撮影スタッフが長期にわたり宿泊すれば、それだけで地元は潤

う（直接的経済効果）。トム・クルーズ主演の「ラスト・サムライ」では、姫路市の寺でのわずか一週間の撮影で約一億円が落ちた。茨城FC（県庁内）は〇四年実績として、二億八千万のロケ費が県内で消費されたと発表している。

だが、日本作品の制作予算はあまり多くない。全国配給作品で三億〜五億円、単館系作品で六千万〜一億五千万程度だ。ハリウッドのメジャー配給会社作品は、現在四十億〜二百億円で、比べると桁が違う。姫路市のようなケースは、まれなのである。

「それじゃ、ハリウッド映画を呼び込めばいい」と英語版のパンフレットを作り、日本の良さを売り込もうと考えても、そう簡単ではない。日本に美しい風景があること自体は米国人も知っている。問題は、予算が見合うか、自由に撮影できるかに懸かっている。ハリウッド映画を誘致したい国は、インセンティブ（税金の還付などの優遇政策）を取っており、また行政が全面的に協力する体制をつくっている。売り込みのプロモーションよりも、実は国内の道路規制などの対応が先決なのだ。簡単に解決する問題ではないが、地道に緩和の方向に進めていくしかないのである。

ロケ地の観光化による間接的経済効果

観光振興だからといって、観光地を撮影してほしいと要望することは、大変な誤解である。地元にも多額の協力を要求する観光主体のシリーズ映画や、「〇〇温泉殺人事件」といった二時間ドラ

マは別にして、一般の映画では有名観光地を多くは避ける。観光課がFCをつくり観光地を売り出そうと思っている、実際に活動していくとすぐ分かる。映像制作者も観光地ばかりを紹介するFCを理解不足と判断する。FCは既存の観光地を売るよりも、新しい観光地（ロケ地）をつくることに大きな意義がある。

日本でも、映画やテレビドラマが公開・放映されることによって、その作品の印象深いシーンが撮影された場所に訪れる人が増えてきている。観光客は、団体からグループ・個人に移っている。有名な観光地よりも、地域の良さを自分で発見したいという志向が強まっているためだ。

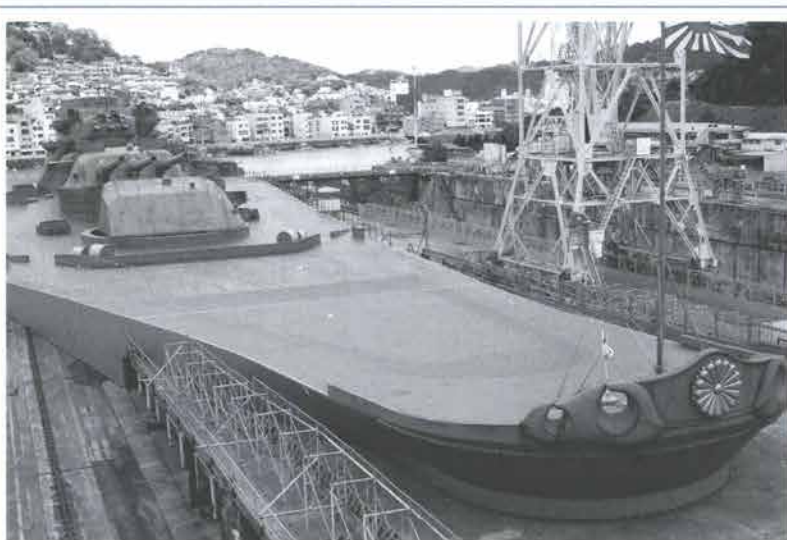
映画「世界の中心で愛をさけぶ」（〇三年公開）の中心的な舞台となった香川県庵治町（〇六年一月高松市に合併）には、公開から二年たった今でも若者たちが来る。映画「いま、会いにゆきます」（〇四年）では、ラストシーンを撮影したひまわり畑付近（山梨県北杜市）が昨年、交通大渋滞となった。

今、注目を集めているのは、「ロケセット」の観光地化である。「男たちの大和」（〇五年）では、広島県尾道市の日立造船ドックに実寸大（長さ百九十メートル、幅四十メートル）の撮影用の「戦艦大和」が建造された。昨年七月から八カ月で、ここに七〇万人が訪れた。入場料（大人五百円）だけで三億円、場内の仮設お土産屋の売り上げは四億円を超えた。市全体の経済効果は、二十五億円とはじかれた。もう一つの舞台となった呉市にある大和ミュージアムは、映画公開が契機となり、

百万人の入場者があったと聞く。これらはFCが直接担当しているわけではないが、きっかけを作り、映画誘致との連動の中で相乗効果を与えているのは間違いない（間接的経済効果）。

行政と住民の協力と協働

FCは、行政だけでは絶対に成功しない。いくら旗を振っても、地元住民が非協力的だったとしたら、撮影隊が継続的に来るようにはならない。撮影場所は、公的施設もあるが、民間所有の場所もある。市民との協力関係が深ければ無理が利く



実寸大「戦艦大和」のセットが撮影後、公開された

が、行政が信用されていなければ一歩も進まない。

また、簡単に撮影ができるような所ばかりで撮影するわけではない。今まで困難だった所での撮影が希望され、何とかそれに応える姿勢がFCに要求される。つまり、常に担当者はチャレンジングでなくてはならないのだ。

撮影困難な場所というのは、それなりの理由がある。その理由を解きほぐし、撮影のための期間限定の特別措置を取ってもらうためには、それに関係する多くの組織や人々と折衝することになる。時に担当者レベルでなく、首長にまで及ぶ話もある。

地域で仕事をする人は、そこに住んでいて逃げられない。映像制作者の多くは東京から一時的にきているだけだ。地域にシコリを残すようなことはできないので、タフなネゴシエーターの素質が必要だ。

地域振興の立場堅持とパートナーシップの確立

北海道FCが〇一年、道内全市町村（当時百二十二）にアンケートした。「FC活動をしたいか」という問いに幾つかの自治体から、「したくない」という回答があった。それらの自治体は、以前撮影隊が来て、ひどい目にあった経験を持つ所だ。よくあるのは、撮影関係者の横暴な振る舞いや経費の未払い、約束を守らない、迷惑を我慢したのに効果がない、などだ。

よく映像制作者から、全国にFCはあるがレベルが違うとの批判がある。だが、FCレベルの違い

よりもっと深刻なのが、制作者のFCに対する勘違いである。一部の制作者には、自分たちのためにFCは何でもやってくれる便利屋だと思っているやからがいる。見分け方は簡単だ。エキストラ百人の手配を頼まれ、八方手を尽くしたが、五十人しか希望者がなかったとしよう。その時、「なんで集まらないんだ。何とかしろ。それが、FCの仕事だろ」と偉そうに言われたら、その制作者は考え違いをしている。「二度と来なくてもよい」とはつきり言った方がいい。

まともな制作者ならこう言う。「五十人集めていただいて感謝する。残りはこちらで何とかする。でも、何かいい知恵があったら教えてください」。エキストラは明らかに被写体の一部で、多くの協力者が動いてくれたとしても、元来制作会社が責任を持つべきものだ。

FCは、制作会社の下請け機関ではない。地域振興のためという立場を堅持しつつ、制作者とパートナーシップを取ることが正しい。

コミュニティ形成と地域文化力の醸成

FCの副次的な成果は、実際に大きな作品を体験すると見えてくる。作品が町中で話題となり、多くの苦勞が達成感につながっていく。気の利いたプロダクションは完成試写やプレミア上映会を地元で行ってくれる。関係した人は友人、家族も誘って、映画を見に行く。完成品を見て、自分の映画へのかかわり、苦勞や楽しさを皆で話し合い、共有される。地域が一つになった話題ができてい



くことは、コミュニティにとって大きな結束力をつくっていく。

一方、映像制作の現場を体験した人は、現場の創造するためのエネルギーに圧倒される。スタッフの多さに驚くとともに、一カットに執念を燃やす集中力に心動かす。一度この緊張した雰囲気味わうとまた体験したくなるものだ。現場の魔力である。映画関係で働きたいと思っている若者たちにとっては、貴重な学習の場所でもある。北九州で撮影された「ウイニング・パス」(〇三年)では、ボランティアスタッフを募集し、五十人が各パートで働いたが、一人も脱落しなかった。その経験をしたことで、数人がプロを目指し、東京に出て行った。彼らの運命をこの映画が変えてしまった。

FCが活動をしているうちに、既存の映画祭と連携が深まり、また小田原市や逗子市のように新規に映画祭をスタートさせた所もでてきた。FCは外に対しては公共サービスであるが、地域にとっては文化力の醸成につながる。

FCの広域ネットワーク化に向けた協議会の役割

十一のFCと関係団体が一緒になって二〇〇一年八月、全国フィルム・コミッション連絡協議会が発足した。当初、大きな役割だった「FC設立支援」は、その後の設立ラッシュもあり、あまり力を注ぐ必要がなくなった。今は、FC間の情報交換、人材育成、国際展開の方向にシフトしている。

また、ここ二年はFCの広域ネットワーク化に重点を置いている。日本全国あらゆる地域にFCがあり、どこでも撮影に協力してくれること自体は歓迎すべきだが、映像作品は広い地域で撮影する場合が多く、制作担当者は関係しそうな多くのFCに次々に問い合わせをすることになる。小さなFCが林立することは、それだけ手間がかかるということにもなる。

私は、全体で二十から三十のFCで全国をカバーする規模が適当ではないかと考えている。地勢的にまとまりやすい広域ネットワーク(道州レベルか近隣数県)と政令指定都市に一つずつくらいだろう。すでに、北海道は「さっぽろFC」が呼び掛け、「北海道FCNet」の設立準備を始め、四国では四つの県のFCが協議会をつくり、九州と山口のFCで定期的な会合を持つまでになった。制作者にとって、アクセスが時間的にも経済的にも重要であり、そのルートでまとめて撮影できればうれしいはずだ。

海外プロモーションの展開と国際連携の進展

協議会では、海外へのプロモーションを積極的に行っている。毎年四月にロサンゼルス近郊のサンタモニカで開催する「ロケーション・トレード



2004年10月BIFCOMに出展したブース



2004年文化庁映画週間でのAFCNet 設立発表

ショー」は、世界中のFCがブース出展し、北米の映像制作者にアプローチを図るイベントである。協議会では四年前からブース出展をしている。本年は、全国のFCを網羅したCD-ROMを作成して配布した。

三月の香港FILMART、十月ブサン映画祭/BIFCOM、十一月東京国際映画祭/TIFFCOMにもそれぞれブースを出して、来場者からの相談を受けている。また、二月ベルリン映画祭、五月カンヌ映画祭、九月トロント映画祭でも、映像関係者に資料を配布している。

さらに、アジア各国相互の撮影環境改善のために、アジア・フィルムコミッション・ネットワーク(AFCNet)を〇四年十月に設立し、連携を深めている。今後、アジアの一員として日本のFCの役割が大いに期待されている。

(URL: <http://www.film-com.jp>)



冬季五輪出場の

女性チームが放つふるさとの光

——若い世代に希望のメッセージを伝えた青春映画



常呂総合支所長

● 長谷川 京みさと

ここは北海道常呂町。私はこの町で生まれた。北見市常呂町を舞台にした青春映画「シムソンス」は、主役を演じる加藤ローサのナレーションで始まる。サロマ湖畔沿いののかな道を、ママチャリが進む。晩秋の凍え始めた空気を切り裂きながら走る、ローサの制服姿（北海道常呂高等学校）がまぶしい。森と海と湖と…。夢のような、美しい風景が続く。「紛れもない、わがふるさととは、こんなにも美しい場所なのだ」。誇るべきふるさととの情景が、いま全国の劇場で映し出されている。

（究極のチームワーク競技） カーリング

「ホタテと遺跡とカーリングのまち」。人口わずか四千八百人の町が生んだ映画シムソンスは、二〇〇二年のソルトレークシティ五輪に出場したカーリングチーム「シムソンス」がモデルである。映画のストーリーはフィクションだが、常呂町の四人のカーリングチームが放つ「キラキラした姿」が、この映画を生むこととなる。

長野五輪から公式競技となったカーリングは、「氷上のチェス」と呼ばれる。相手のショットを何手先までも予測する緻密な作戦と強じんな精神力が、勝敗を分ける。このマイナーなスポーツが、チームメイトを「信じる」という、とても奥行き深い「究極のチームワークの競技」であることを確信した映画制作者は、彼女たちのキラキラした姿を生んだ「ふるさとの姿」に関心を寄せる。この小さな町は、長野五輪から三大会連続でオリンピック選手を送り出している。

（合併に未来を求めた 町の卒業映画

映画制作者が初めてシムソンスのふるさとを訪ねたところ、常呂町は住民投票などを経て、既に北見市など一市三町での合併を決めていた。平成の大合併という地方制度の変革期に、常呂川流域を基盤とする新たな自治の枠組みを選択したのである。同川の流域から「地方分権のモデルを発信する」「旧市町区域を自治区とし、そこに副市長と

自治組織を置く」合併のあり方は、新北見方式として注目されているが、常呂町の住民はふるさとの未来を、より大きな可能性に求めたのである。

サロマ湖はホタテ養殖の発祥の地であり、オホーツクは国内有数の豊かな漁場である。オホーツクとサロマ湖とを隔てる砂州上に、国内最大のワッカ原生花園が広がり、国の指定史跡「常呂遺跡」の発見を契機に東京大学の研究施設が設置されている。そしてアジア初の屋内カーリング場があり、流水が押し寄せる季節にも実に多くの人々が、カーリングを楽しんでいる。小さな町には国際大会の代表選手たちがたくさんいて、市井にはカーリングの「語り部」たちがあふれている…などなどに、制作者が圧倒されていた時、「この映画は、合併する常呂町の卒業制作です。お金は出せませんが、可能な限りの協力は惜しみません」との一言で、映画シムソンスの制作は走り始めた。

（小さな町を挙げての映画制作支援

フィルム・コミッションなどという組織を持たない小さな町は、映画シムソンス担当の専任職員を配置し、カーリング競技のイロハを伝え、ロケハンから始まるあらゆる準備作業の任に、制作スタッフの一員として当たらせた。撮影は十一月からの、およそひと月余り…というスケジュールに耳を疑う。美しいふるさとの四季の中でも、最も色彩を失った季節。いつ雪が舞うこととなっても不思議ではない季節は、地元の人間にとっても最も過酷な季節でもある。体感温度が寒さを最も意識させる時期なのである。



カーリング場は、リーグ戦や各種大会、学校の授業などでにぎわっている。ゆえに、撮影は深夜から早朝に組まれる。カーリング初心者でもあるキャストたちを指導するのは、世界大会での実績のある一流選手た



撮影風景

た時間には搾乳作業が欠かせない。酪農家の笑顔が、乳牛たちを落ち着かせる。「こんな経験、一生に一度だから」。

酪農家の広い敷地には、容赦のない寒風が吹き荒れる。乳牛の鋭敏な感性は、母性そのものだ。撮影という非日常の動きに、乳牛たちは興奮する。決められた時間には搾乳作業が欠かせない。酪農家の笑顔が、乳牛たちを落ち着かせる。「こんな経験、一生に一度だから」。



十一月のオホーツクはしげが多く、なかなか出漁できない。ホタテ漁船は映画には欠かすことができない。ロケに要する時間は、一般人の想像をはるかに超える。なによりも寒い。ホタテ漁も終期に近い。「大丈夫、できる協力はすべてするよ」の声に、一挙に救われる。



カーリングチーム「シムソンス」を演じた4人の女優

の現場には、温かい心と心の交流があった。

「感謝試写会」と銘打った会場には、ふるさとを誇りと感じるたくさんの方々の笑顔があった。地域のコミュニティの厚みに対する実感があつた。胸を張って、ふるさとを発信できるという確信があつた。

涙をぬぐいながら会場を後にする幾人もの町民からは、「良いものを作ってくれて、ありがとう」の声とともに、

ち。仕事の合間を縫っての指導。夜を徹しての製氷作業。すべては、常呂カーリング協会のボランティアである。「楽しみながら手伝っているんだから、気にしないで」と、口々に言う。

地域コミュニティの厚みとふるさとへの誇り

深夜の炊き出しボランティア、深夜から早朝に及ぶエキストラの動員、民家での撮影、日曜日は常呂高校での授業のシーン、そして「初雪降ったら、いいことあるよね」と、ローサたちが夜空を見上げた日の除雪作業と、七十人を超えるスタッフとの共同作業のすべて

握手を求められた。

【映画を通じて開かれた地域づくりへの取り組み】

かつて東京で学生生活を始めることとなった私が、ふるさとを語るためには、他の町のあれこれを借りる必要があつた。だが、私たちの子供は、今や自前の素材で胸を張ってふるさとを語る資格を得た。どこまでも美しい風景、やさしい心情、日本に誇るホタテの味覚。司馬遼太郎が「採集のくらしの時代、常呂は世界一のいい場所だったのではないか」(オホーツク街道)と著したふるさととは、映画シムソンスによって、新たな光を見たのである。

シムソンスの公開から間もなく、トリノ五輪の舞台では、チーム青森の選手たちの輝く笑顔があつた。カーリングを通じて、自分たちの未来を強くイメージする勇気を得たシムソンスの四人の青春群像は、今を生きる若い世代に希望というメッセージを伝えることとなった。合併まだ間もない地域でも、ふるさとの未来を具体的にイメージする大切さを糧とする、新しい地域づくりの取り組みが始まっている。



「また常呂町を訪れたい」と全スタッフが手形の陶板を残した

舞台では、チーム青森の選手たちの輝く笑顔があつた。カーリングを通じて、自分たちの未来を強くイメージする勇気を得たシムソンスの四人の青春群像は、今を生きる若い世代に希望というメッセージを伝えることとなった。合併まだ間もない地域でも、ふるさとの未来を具体的にイメージする大切さを糧とする、新しい地域づくりの取り組みが始まっている。



アニメ産業振興で

まちの魅力向上と活性化を目指す

「アニメの杜」実現に向けた手探りのまちづくり

区民生活部産業振興課アニメ係 ● 田口昌実

「こんな広報が見られるのは杉並ぐらいだ」と、杉並区の広報紙（広報すぎなみ）が、ブログで話題になっている。その広報紙は平成十八年元旦発行の新年特集号。色鮮やかにアニメのキャラクターが紙面にあふれ、行政の広報紙らしからぬ体裁をしたものだ。この号は「アニメのまちすぎなみ」と題し、区とアニメのつながりを四ページにわたって特集した。

本稿では、アニメキャラクターが行政の広報紙を飾るようになった軌跡を追うとともに、「アニメの杜（みや）すぎなみ」構想を掲げ、アニメ産業の振興によって、まちの魅力の向上と活性化を目指す区の取り組みを紹介する。

世界的なアニメスタジオの集積地に

アニメの制作会社は、その華やかなイメージとは異なり、特設看板を掲げることもなく、オフィスビルやマンションに同居していることが多い。業界では、杉並区にアニメ産業が集積しているこ

とは周知の事実であったが、区民はもちろん区でもその実態を知ることはなかった。

新しい基本構想の策定を機に、地域の掘り起こしを行った結果、昭和四十年代からアニメスタジオが集まり始め、今や世界的な集積地になっていることが明らかになった（表）。平成十二年十二月、アニメ産業振興の専任部署が設けられ、本格的なアニメのまちづくりへと進んでいく。自治体の組織の名称に「アニメ」

表 アニメーション制作プロダクション数

地 域	制作会社数	割 合
全 国	430社	100%
東 京	359社	約83%
杉 並 区	71社	約17%

（平成14年秋 日本動画協会調べ）



キャラクターグリーティング「おでんくん」（アニメーションフェスティバルin杉並）



背景実演・制作ワークショップ（アニメーションフェスティバルin杉並）

と入っているのは、かなり珍しいのか、名刺交換で驚かれることもしばしばである。

イベント開催による 地域・企業・行政の連携

今でこそ、広報紙の特集号を飾るようになったが、専任部署が発足した当時は、区内でも「アニメ？」という状況であった。アニメのまちを標

ぼうする以上、まずは区民に知ってもらう必要があると考え、同十三年四月に「アニメーションフェスティバル」を開催した。ビジネスマッチング、シンポジウムのほか、上映会や子ども

向けのワークショップなど、硬軟取り混ぜたイベントとして約一万三千人の動員を記録、成功裏に終わることができた。約十万人弱を集客する東京国際アニメフェアは、平成十五年二月に初開催した。国・都に先駆けて事業を展開したことが、地域、区民の理解を早く得ることにつながったのだと思われる。



アニメーションフェスティバルは、区内の制作会社などからなる実行委員会を組織し、運営を行った。イベントの運営を通じてスタジオと対話する機会が増え、それまで謎のベールに包まれていたアニメ制作会社が抱える課題が浮かび上がった。制作スタジオの独立・小規模化と海外発注の増加と相まって、中小のスタジオではアニメーターの人材不足に直面していた。

（匠塾の開講と アニメミュージアムのオープン）

そこで区は、平成十四年に「杉並アニメ匠塾」を立ち上げ、スタジオ現場で実践的にアニメーターを育てる人材育成事業を始めた。課題を共有し、信頼関係を構築していくと、多忙を極める制作会



杉並アニメ匠塾（動画研修風景）

社も、地域の子どもたちのために学校授業や職場体験などに協力してくれるようになった。

アニメのまちづくりには、文化・産業の振興を図る拠点の整備・確保が欠かせない。区では、デジタル化の波にさらされ、急速に失われつつあるセル画や撮影台などの資料を集め、平成十五年に「杉並アニメ資料館」を開館させた。

しかし、八十平方メートルと極小のスペースでは、アニメの持つ魅力を伝え切れない。そこで、同十七年三月に日本初の総合アニメーションミュージアム「杉並アニメーションミュージアム」をリニューアルオープンさせた。

アニメの原理を学べたり、百五十インチの大スクリーンでアニメの鑑賞をできるほか、クレイア



アニメーションミュージアム内部（製作者再現デスク）

アニメや声優教室などのワークショップを充実させたことで人気を集め、開館一年で来場者が五万人を超えた。杉並区の新たな名所となり、米国やフランス、中国、韓国など、海外からの来場者も数多い。

（豊かなアニメ文化が 培われるまちに向けて）

アニメフェスティバルの開催、匠塾による人材育成、アニメミュージアムでの拠点づくりなど、順風満帆に映るかもしれないが、「アニメのまち」づくりは決して平坦なものではない。「アニメⅡ 萌え・オタク」と誤解されることもある。また、区の予算規模では産業振興に限界があり、現場で日々奮闘している制作会社から冷ややかに見られることもある。

アニメという、いわば仮想の世界をどのようにまちづくりに活かすか、複雑な業界構造を持つアニメ産業を具体的に支援する方法は何か、眼前の課題は大きい。

本年四月、大手アニメ制作会社が杉並区に国内最大級のアニメ制作スタジオを開設すると発表した。担当者によると「行政が振興しているぐらいアニメ産業が盛んな集積地」ということが、選定の大きな理由の一つだと言う。

あの手、この手、まさに手探りでアニメのまちづくりを始めた成果と信じていたい。「アニメの杜」の名のように、杉並区に森のごとくスタジオが立ち並び、豊かなアニメーション文化が培われるまちとなることを願ってやまない。

【杉並アニメミュージアムHPはこちら】

URL: <http://www.sam.or.jp/>



創造都市実現に向けた

「ヨコハマ映像文化都市」づくり

都市ブランド強化と映像関連産業集積を目指す



開港150周年・創造都市事業本部
創造都市推進課 担当係長

梶山祐実

（地域が育んだ芸術・文化発信のまちづくり）

横浜は一八五九年の開港以来、港を中心に独自の歴史や文化を育み、質の高い都市空間を創造してきたまちである。「映像文化」についてもいち早く取り入れ、日本で最初の封切館が開館するとともに、石原裕次郎の主演映画や「天国と地獄」など横浜を舞台にした映画が盛んに制作され、横浜のイメージアップに貢献してきた。最近、数多くの都市で設置されているフィルム・コミッションについても、横浜はかなり早い時期に導入し、フランス映画祭を継続的に開催するなど、ますます映像の街としてのイメージが定着してきている。

こうした流れを受け、市は現在、今後の活性化の柱として、「クリエイティブシティヨコハマ」を推進している。これは、都市の活性化・開発の際に、それまでの都市の歴史であるとか、文化・風土をベースとして都市づくりをしていくものであり、横浜はそうしたものをベースに新しい芸

術・文化を発信していこうと考えている。

この柱の一つとして、「映像文化都市」を掲げている。これは、これまでの歴史を踏まえた結果であるとともに、映像文化が文化芸術のジャンルの中でも総合的な芸術性を持ち、創造性が高く、また、将来著しく成長が見込まれる映像文化産業に着目したからである。

（個性ある映画祭の開催とフィルム・コミッションの活動）

まず、映像文化都市を含むクリエイティブシティの実現を目指すため、機動的な対応ができるような事業本部を設置した。これにより、これまで進めてきた既存の事業を強化するとともに、新規の事業についても取り組みを進めている。

既存の事業としては、フランス映画祭のほか、市民が主催の「ヨコハマ映画祭」、世界有数の映画単科大学である中国の北京電影学院との協力開催である「横浜学生映画祭」など、既に個性あるいくつかの映画祭が展開されている。横浜学生映

画祭は、今年度から新たに韓国からの参加も予定しており、アジアの学生の登竜門的な存在になりつつある。

また、歴史的建造物などが残りつつ、近代的な都市として「みなとみらい21地区」が発展するなど、絵になるロケーションが多いため、撮影の相談が他都市に比べて多く、横浜フィルムコミッションではこの五年余りで、三千五百件を超える作品の支援を行っている。

（映像関連企業の誘致と映像文化施設の整備）

新規の事業として取り組んだのが、わが国最高



新港客船ターミナル映像文化施設撮影映像スタジオ



の芸術高等教育機関である芸大大学院の誘致で、これは金銭では計れない効果があると考えられる。芸大を誘致することで横浜のブランドを高め、横浜が積極的に進める映像文化都市づくりを宣伝することができた。その結果、映像関係者が横浜に興味を抱き始めた。さらにこれに併せて、映像コンテンツ制作企業などを横浜へ誘致するため、最大五千万円を助成する制度を設けたことにより、民間空き倉庫を活用した映像関連の企業や教育機関の集積が進んだ。映像企業に特化した助成制度は全国初である。今回誘致に成功したのは、今後、横浜の映像文化を担う核となる企業であり、今後周辺への関連企業集積の波及効果が期待される。

これらの施策は、平成十六年度に開催した第一線で活躍する専門家による映像文化都市懇話会で検討されたものであり、実効性の高い提言としてまとめられた。

また、芸大誘致と併せて整備した二つの「映像文化施設」（整備費約十億円）は、東京芸術大学大学院映像研究科における人材育成のみならず、広く人材育成の場として活用するものである。また、この施設は横浜の特徴である歴史的建造物や港の倉庫を活用したものであり、空間そのものの価値も高いため、地域との連携事業の場や市民に質の高い文化を提供する場としても活用する予定である。

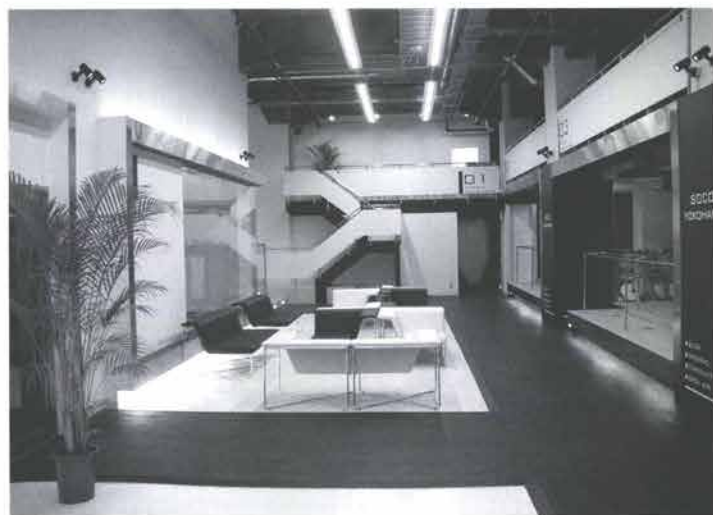


旧富士銀行映像文化施設大視聴覚室

（アジア映像コンテンツ市場の）拠点を狙う

映像文化都市としてのイメージが定着した結果、新たな映画祭など数多くの支援依頼が殺到している。また、市民からも映像文化都市づくりにかわる事業の要望などが多く、東京と違う横浜独自の映像文化圏の形成、歴史的建造物や空き倉庫などの活用による横浜らしさの演出が求められている。

そこで、開港百五十周年を機に、横浜独自の映像を使った祭典など、「映像文化都市横浜」を特徴付ける事業を展開していくとともに、フィルム・コ



横浜市が誘致制度により民間倉庫に誘致した映像関連教育機関の内部

な人材が地域で活躍できる環境を整え、「アジアの映像コンテンツ市場の拠点は横浜」を目標に、事業展開を図っていく考えである。

ミッションについても今以上の充実を図り、横浜のシティーセールスを強化し、観光客の増加を狙う。特に羽田の国際化をにらんだアジア地域からの集客を進める方針だ。

また、映像文化都市の最大目的である産業集積に向け、イベントなどを通じ、企業にとって魅力あるマーケットの形成を図るとともに、芸大生をはじめとする横浜で学んだ優秀



ASIAGRAPH YOKOHAMA 2006 4/26(水)-5/6(土)
亜州芸術科学学会

アジアをターゲットにしたCG作品の展示イベント「亜州芸術科学学会」のチラシ



映像文化を市民の手で守り

地域づくりへと発展

——復活シアターを核に月刊誌発行やイベントを展開



スタッフ ● 田村聡昭

今日また、シネ・ウインドを若者が訪れて来た。上映候補の日本映画をぜひ見たい。そのために企画、宣伝の手伝いをボランティアでしたい、と来てくれたのだ。恐らく二十一年前、私もこの若者と同じ目をして当時の「新潟・市民映画館建設準備会」のドアをたたいたのだろう。

新潟・市民映画館「シネ・ウインド」は、その誕生から現在まで数多くのボランティアスタッフの手により運営され、存続してきた。今回、本稿の依頼をいただき、当館の齋藤正行代表より開館前からのスタッフである私に執筆の要請がきたのだが、正直逡巡もあった。なぜなら、私個人は本稿テーマである映像文化普及であるとか、地域づくりといった意識を持ちながら活動してきたわけではないからだ。冒頭の若者のように、私も最初は自分の見たい映画を新潟で上映したいという目的から参加した。だが、ここには映画以外にもさまざまなことに興味を持つ人間が集まってくる。シネ・ウインドを語る上でこの点が重要だと思う

のだが、さまざまな価値観の人間が、映画館という場を中核としてアメーバ状に活動を展開していき、結果として新潟の文化に刺激を与え続けてきた。そして今や、新潟市内で一般館として最も歴史の古い映画館となった。このことは後に詳しく述べたい。

（ミニシアター開館を受け「市民映画館」を復活）

現在の新潟市における映画館状況は、当館と成人映画館が一館、そしてシネマコンプレックス（シネコン）が三館あり、計二十七スクリーンを有している。これが、当館開館前の昭和六十年三月までは、東宝など大手映画会社の直営館を含め（現在は直営館はない）九館計十五スクリーンがあった。その中の一つに、ロードショー作品の再映を行う二番館と、新潟未公開作品を上映する、現在で言うところのミニシアターの性格を持つ「名画座ライブ」という劇場が存在した。

昭和六十年三月、このライブ閉館からシネ・ウ

インドの歴史は始まる。当時、地元紙新潟日報に映画評を連載していた映画評論家の故荻昌弘氏が、ライブ閉館に寄せて「新潟市民の損失は、はかり知れない」と書いた。これを受け、立ち上がったのが齋藤代表であった。彼は職を辞し、仲間を募り、事務所を構え、話し合いを重ねた。そして、市民参加と市民出資による独自の新しい映画館をつくるため、前述の市民映画館建設準備会が結成された。この時、一口一円で五千人、計五千万円という目標が設定され、スタッフが会員を集めるとともに、二回の上映会を実施して市民へアピールを行い、こうした活動が報道にも多数取り上げられ、多くの賛同・支援を受けた。

齋藤氏の呼び掛けから五カ月後には建設地が決まり、準備会は「新潟・市民映画館鑑賞会」へと移行、同時に有限会社としての法人格を取得した。こうして同年十二月七日にシネ・ウインドはオープン。運動開始から一年も経たずに映画館は復活したのである。

（映画館を中核とした垂直と水平方向の活動）

当館は、このような経緯を経て二十年以上活動しているが、前段で述べた通り、どこからもバックアップはなく、観客収入や会費収入により経営を成り立たせている民間団体である。よく新潟・市民映画館という名称から、市や公共機関の補助や支援を受けているかのように思われるが、それは誤りである。

では現在、シネコンしか生き残れないような（恐らく地方都市の現状はどことも同じと思うが…）



新潟において、当館が今まで生き永らえている要因は何なのであろう。前述の、映画を上映する映画館を中核として展開する活動、先ほどと言葉を換えれば、垂直方向と水平方向に展開する活動、これがシネ・ウインドを支えていると言って過言でない。

（映画の制作と配給を柱にしたネットワーク）

具体的な活動を記す。まず垂直方向の展開だが、少し専門的な話で恐縮だが、映画業界には制作、配給、興行という三本柱がある。一般の流通に当ってはめて製造、卸、小売りと考えていただければ理解しやすいだろう。映画館は当然、興行に当たる。だが当館は配給、制作の道も開拓してきた。

まず配給面に関してである。現在は県下のホール、団体などの上映会での企画、フィルム手配、映写などを行っている。また、新潟には「にいがた国際映画祭」「長岡アジア映画祭」という映画祭があるが、初期の運営をお手伝いしてきた。

そして次は制作面だ。「阿賀に生きる」や坂口安吾原作「白痴」など、県下にて行われた映画撮影への協力からスタートし、それがきっかけで発足した「にいがた映画塾」と連携し、共催イベントを行っている。また、現在日本全国で盛んなフィルム・コミッションも新潟には「にいがた口



月刊ウインド

以来一号も欠かすことなく発行し続け、今年八月号をもって通刊二百五十号を迎え、今や新潟において最も息の長い月刊誌の一つとなっている。

この月刊ウインドの構成は、前述の通り齋藤代表の下にさまざまな価値観を持つスタッフが集まったからこそだ。そして、同誌と歩調を合わせる

ケネット」という名称で存在するが、ここにも当館を介して映画制作に携わったスタッフが多数いる。このように、制作、配給という柱から発生したネットワークはシネ・ウインドの大きな財産である。

（二百五十号の月刊誌発行とイベントの展開）

もう一つ、水平方向への展開だが、言い換えれば映画以外の展開と言えよう。

その象徴なのが月刊誌「月刊ウインド」の存在だ。もともと郷土が生んだ作家・坂口安吾に傾倒していた齋藤代表が、開館に先駆けて発行。会員への会報を兼ねている同誌は、上映作品の紹介に半分を割くが、もう半分は音楽、演劇、落語など、他文化の内容で占められている。創刊



毎週水曜夜行われる月刊ウインドの編集会議

今年、前述の映画祭、映画塾、フィルム・コミッションなどの協働・連携をより有機的に結び付けるため、「NPO法人新潟コミュニティシネマセンター」の設立を目指し、月刊ウインド二百五十号記念に県下の映画館史を調査・掲載する特集号を発行する。シネ・ウインドにはいまだよくもことなく、新しい風が吹き続けている。

シネ・ウインドは、このように新潟の文化発展に対する貢献は少なくないとスタッフとして自負している。その証しとして昨年、新潟日報社が県の進歩と県民文化の向上に大きな業績を上げた個人や団体を表彰する新潟日報文化賞社会活動（団体）部門を受賞した。

国際文化交流推進協会の調べでは、平成十五年に全国で封切られた映画は五百六十一本。新潟県はその四二%を公開しており、全国で十二番目の水準を誇る。そのおよそ半分をシネ・ウインド一館で上映している。当館は二十一年目の今年、前述の映画祭、映画塾、フィルム・コミッションなどの協働・連携をより有機的に結び付けるため、「NPO法人新潟コミュニティシネマセンター」の設立を目指し、月刊ウインド二百五十号記念に県下の映画館史を調査・掲載する特集号を発行する。シネ・ウインドにはいまだよくもことなく、新しい風が吹き続けている。

がごとく、映画館という空間を利用して寄席やコンサートなど、さまざまなイベントを行ってきた。こうした状況もあり「新潟で何かをしたい」と、シネ・ウインドを訪れる人は跡を絶たない。

（NPO「新潟コミュニティシネマセンター」設立へ）



映画をテーマにした

中心市街地の魅力づくり

——「やまなし映画祭」で広がったふるさとの再発見



甲府商工会議所地域振興部地域再生推進課

主任 ● 志村 修

かつて映画は、商店街へと人々を引き寄せる楽しみの一つであった。甲府市においても明治から昭和にかけて娯楽の中心は映画であり、最盛期には山梨県内に八十七館が立ち並んでいたと言われている。

現在、甲府市中心市街地には四館十二スクリーンがあるが、映画が娯楽の中心といわれていた時代に比べると数では減り、また郊外のシネマコンプレックスなどの勢いにも押され気味の感がある。しかし、中心市街地の魅力低下が叫ばれる中、この一定エリアに十二のスクリーンが存在していることは、この街の長所でもあると言える。

この長所を商店街の持つ買い物、飲食、街歩きなどの要素と組み合わせることにより、何か活かすことができなかつたかの考えがきっかけとなり、甲府商工会議所は中心部映画館、商店街、民間ボランティアなどと協力する中で平成十七年十一月、中心市街地を舞台に「2005やまなし映画祭」を企画開催することとなった。また、県にお

いても全国的には後発であるが、同十六年に「富士の国やまなしフィルムコミッション」を立ち上げ、積極的なロケ誘致・支援を通じた映像による山梨の魅力のPR、さらには地域活性化につなげようとの取り組みを始めたことも、当事業を展開するに当たり追い風となった。

映画の上映会と 関連イベント開催が柱

映画祭の事業内容は、アーケード内に百五十インチスクリーンを設置しての「アーケードシアター」、空き店舗を活用した「ちびっこ映画ワークショップ」、映画音楽を中心とした「まちかどコンサート」、「まちかど映画ポスター展」など、商店街を舞台にした映画関連イベントと、映画上映会の二本柱で進めることとなった。

映画館での上映については、往年



150インチスクリーンを設置した銀座アーケードシアター

の名作や話題作などの上映についても検討されたが、「山梨という地元根差した映画イベントの実施」「映像を通じたふるさとの再発見」との観点から、前述の富士の国やまなしフィルムコミッションの活動などによる県内ロケ作品を取り上げることとなった。

今回の上映では、県内のひまわり畑などでロケを行った大ヒット作「いま、会いにゆきます」を取り上げることとなり、合わせて助監督をはじめとする制作関係者、映画に登場したひまわり畑の管理者などによるパネルディスカッションを実施。撮影の舞台裏をはじめ、山梨がロケ地に選ばれた理由、その魅力などについて意見が交わされ、制作過程を考えながら鑑賞することができた。

このほかには、昭和十五年に公開された「秀子の車掌さん」という作品を上映した。これは、本県ゆかりの作家・井伏鱒二氏の原作によるもので、高峰秀子扮するバス会社の車掌さんが、甲府を舞台に奮闘する姿を描いている。当時のロケも甲府市内を中心に行われており、いわば県内ロケ作品の第一号といっても過言ではないと思われる名作である。

この上映会には、最近すっかり映画館に足を運ばなくなったかつての映画ファンである高齢者が数多く来場し、白黒の映像を通して



商店街の空き倉庫を活用してオープンした「桜座」

映画の地産地消を進めることは、映画が撮影されたその土地の人がそれを見ることにより、わが

甲府の懐かしい風景を楽しみ、若き日に思いをはせていた。上映終了後には、「当時、ロケを実際に行行った」「甲府の映画館で鑑賞した」などの声が多く寄せられ、心に残る意義深い上映となった。

映画の地産地消推進で地域に誇りと自信を醸成



商店街の空き店舗を活用して行った「ちびっ子映画ワークショップ」で映画上映の仕組みを体験

より見られていない状況があった。

今回の映画祭により、少しでも多くの人に「地元産の映画」を鑑賞してもらい、目ごろ見慣れた風景がスクリーンの中でどのように光を放ち、魅力を増しているかを感じてもらうことが必要と考えたのである。

（中心商店街を舞台にした）高校生原案の自主制作映画

今回の映画祭に合わせ、市民レベルでの呼び掛けにより、中心商店街を舞台とした自主制作映画づくりが取り組まれた。県内の高校生による原案を脚本化し、キャスト、撮影、音響、裏方までを一般市民が手掛けるというものである。

これには商店街も撮影場所としての空き店舗の提供、エキストラ出演など、撮影に協力して約一時間の作品が完成した。この上映会も商店街で行

街に誇りと自信を持つことができ、それがゆくゆくは地域に活力を与え、活性化に取り組み土壌を育むことだと考えられる。

最近はずっと映画などのロケが県内でも行われるようになり、エキストラとしての参加者やロケ地を提供した地元関係者など、作品にかかわりを持った人が多いにもかかわらず、完成作品はあ

い、市民と商店街をつなぐ大きな役割を担った。これからの中心市街地活性化には、多くの市民が「街をステージ」として活動し、かわりを持つていくことが大切だと考えられる。その意味でも今回は映画という一つのテーマの下、市民参加による街づくりのきっかけになったのではないかと感じている。

（復活させた芝居小屋が新たな文化拠点に）

このイベント実施の後、甲府市内においては、市民によるロケ支援隊が結成されるなど、徐々にではあるが映像により地域を盛り上げようという市民レベルでの動きが出てきており、実際にロケの誘致にもつながっている。

また、甲府商工会議所では平成十七年六月、NPOと連携し、大正時代まで実在した芝居小屋「桜座」を復活させようと国、県、市の支援の下、復活桜座プロジェクトを進め、昨年六月に中心商店街の空き倉庫を活用してオープンさせた。桜座はオープン以来、音楽、舞踏、演芸をはじめ、映画上映に加え、今では文化人の講演が行われるなど、市中心部の新たな文化拠点となりつつある。

かつて甲府に滞在した作家・太宰治は「新樹の言葉」の中で「きれいに文化が染み通っているまちである」と書き記すなど、甲府は文化的な雰囲気にも包まれたまちであった。

今回実施した「やまなし映画祭」を土台に、文化的雰囲気のある甲府市中心市街地を少しでもつくり出せるよう、新たな魅力づくりを進めていきたいと考えている。



映像文化への支援が

郷土文化発展に貢献

「狩野川の岸辺でビール」に始まったFC活動



理事長

金子恭子

「狩野川の岸辺でビールが飲みたい」——この一言から私とフィルム・コミッション（FC）の活動は始まったのかもしれない。

「つまらない地方都市が輝いて見えた」映画

学生時代を東京で過ごした後、故郷の沼津市に戻った私は、「地方都市ってつまらないな」と感じ、青年会議所など各種の団体に顔を出してはさまざまなまちおこし活動を行ってきた。沼津で活動を始めてから四年目の一九九八年夏、既成団体の課題や限界を感じていたところ、前述の仲間からの一言で野外映画上映会の企画を始めたのだった。

恥ずかしながら、私は昔も今もそれほど映画に詳しくはない。ただ、地元出身の原田真人監督との出会いが、私に夢を与えてくれた。上映作品を探していた時、沼津を舞台にした原田監督の映画「さらば映画の友よ・インディアンサマー」を鑑賞。映画の中で私の街沼津は、輝いて見えたのである。

普段何気なく通っていたあの商店街もこの橋も、フィルムを通して映画の舞台となっている感動。そこから見えてくる新たな地域の姿や、街への誇らしさなど、いままで悩んでいた事が一瞬にして晴れた気分であった。

上映会がきっかけで原田監督との交流が始まり、FCの活動を知った。当時を振り返ると、しっかりとしたFCの認識はなかったが、「絶対面白いはず」という確信の下、とにかく手探りでFC活動を一人で立ち上げた。

成功の要因は「フレッシュブルでボードレスな活動」

発足以来、現在まで活動エリアを沼津市内から伊豆半島を含む静岡県東部全地域へと広げ、私たちはエキストラの手配を通じてロケ支援を実施している。団体名を見ていただくと分かる通り、私たちはFCとは名乗ってはいない。あくまでも、FCの一部（なかでもエキストラの手配に特化）の支援を活動内容としているのだ。

まったくの市民から立ち上がり、活動を楽しみながら、自分のできる少しの力を出し合おうという「微助人」のコンセプトでもある。

二〇〇一年の初年度、依頼も実績も微々たるものであったが、エキストラ、スタッフのロケレポートを掲載した新聞、メルマガの発行をはじめとしたスタッフの地道なPR活動や、積極的なマスコミへの情報提供のいかもあって、撮影実績（現在七十九件）もエキストラ登録人数（現在二千三百人）もサポーター会員（現在百四十人）も静岡県内外に広がり、年々順調に増えている。



CM 飲料水「茶娘茶畑」〈富士市〉



TV「まさかのミステリー」船上外国人エキストラ（田子港）

成功の要因は、迅速かつ柔軟な対応と、沼津以外のロケにも積極的に進出する、自治体の境界にかかわらない対応にあると思う（ロケ地にボーダーは無い！）。地域住民が主力、しかも女性中心なので、口コミ力が絶大でフットワークが軽いのだ。

現在、できる範囲ではあるが、ロケーション手配のお手伝いもしており、少しずつサービスの範囲を拡大している。試験的な取り組みとして、コミュニティ番組を持ち、市民とコミュニケーションを行い、地元の劇団関係者と協働で演劇イベントや原田監督指導による脚本塾の開催、TMOや



映画「真夜中の弥次さん喜多さん」着替え風景（富士宮市）

まちづくり団体とのイベント、ロケーションマップの発行など、直接的にはFC事業とは関係ない活動にも取り組んでいる。

あくまでも目的は「まちづくり」であるとの趣旨の下、スタッフが主体的にやれるのであれば、さまざまな分野へ活動を広げていきたい。このような活動は今までは違うルートで会をPRすることにつながり、地域のFC事業への理解、会員数の増加という会の主力活動を支える好循環を生んでいる。

（地域）の信頼関係の確立が活動領域を拡大

最初の地域住民の興味・関心は、ロケ現場へ行けることや、芸能人に会えること、自分や地元が映像として出ることであることは間違いない。口

け地提供者に関しては必ずしも好意的な人ばかりではないが、あくまでも地元の側に立った彼らを守る姿勢で、長いスパンで接して実績を積みことで、自治体や公共機関、自治会などの賛同を少しずつ得ることができてきている。

これは、製作会社やロケーションコーディネーターではできない、同じ地域で生活するFCならではの強みである。これら地域の信頼関係の拡大が、会のサービス領域の拡大を支える一因と考えている。

（地域住民と自治体との）協働体制の確立が課題

当会は女性を中心としたボランティアスタッフで活動しているのだが、本格的なFC事業を行うにはフルタイムで働ける人材が不可欠である。それに伴う財政的な負担をどのように解決していくのか、また撮影実績をまちの財産としてどのように活用すればよいかなど、活動が定着し拡充するほど、抱える問題は大きい。

当面の重要課題は、さらなる地域住民と自治体との協働体制の確立が必要だ。今後、人口減の社会情勢の中、FC事業のエリア・プロモーション的な観点での評価はもちろん、地域住民のシテイ・アイデンティティー獲得のため、有益なサービスとしての評価にも、より多くの人のご理解をいただきたい。

映像文化への貢献を郷土文化への貢献と結び付けるのが私たちの活動だ。「狩野川の岸辺でビールが飲みたい」で始まったが、美酒に酔うにはまだ早いのだ。



「鬼太郎」をキーワードにした

港町商店街の観光化

——「妖怪」をシンボルにした新しいまちづくり



産業環境部通商課課長補佐
兼商工観光係長

● 藤川 順一

境港市は、鳥取県北西部、弓浜半島の北端に位置し、東を美保湾、西を中海、北に境水道を隔てて島根県松江市美保町、南を米子市に接する人口三万七千人の地方都市である。三方を海に囲まれ、東南にそびえる伯耆大山を背景に、風光明媚な景観を有し、土地は日野川から多量の砂が流れ出してでき上がった大砂州で、その全域が標高二メートル内外の平坦な砂地となっている。

産業の柱は日本海の豊富な魚介資源に依存した水産業で、アジ、サバ、イワシといった多獲性魚のほか、夏場のクロマグロなど水揚げ量・金額ともに全国有数の漁港である。特にベニズワイガニは全国一の水揚げを誇っており、この豊かな水揚げ量を背景に水産加工業の集積度が高い地域である。

境港市は、水産業のほかに貿易都市としての顔も持ち合わせており、韓国・釜山や中国・大連、上海などと定期コンテナ航路が開設されており、環日本海時代の一翼を担う国際貿易港として整備拡充が着実に進んでいる。また、市内には米子空

港を有し、東京、名古屋との間が航空路で結ばれているほか、韓国・ソウルとの間に国際定期便が就航している。

（商店街活性化事業で生まれた） 水木しげるロード

境港市は、平成元年から「緑と文化のまちづくり」をテーマとして、人に優しく、人々に親しめる快適な街づくりを進めてきた。この事業の一環として、境港市出身の著名人に集まってもらい、市の魅力やこれからのまちづくりについての提言をいただくためのシンポジウムを開催した。このシンポジウムがきっかけとなり、商店街活性化のための話し合いが繰り返され、その中から「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとし、

境港市は、平成元年から「緑と文化のまちづくり」をテーマとして、人に優しく、人々に親しめる快適な街づくりを進めてきた。この事業の一環として、境港市出身の著名人に集まってもらい、市の魅力やこれからのまちづくりについての提言をいただくためのシンポジウムを開催した。このシンポジウムがきっかけとなり、商店街活性化のための話し合いが繰り返され、その中から「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとし、



水木しげるロードで「妖怪大行進」（平成7年7月）

妖怪オブジェを商店街の歩道に設置する「水木しげるロード」構想がまとまった。

当初の計画は、観光客を対象としたものではなく、地域住民を商店街へ誘い込む事業として整備したもののだが、いざ、ふたを開けてみると、そのユニークな発想がテレビなどマスコミに多く取り上げられ、その結果、多くの観光客が訪れる県内でも有数の人気スポット、観光スポットに育っていった。これも、ゲゲゲの鬼太郎をはじめとする妖怪たちが、お年寄りから子供たちまで幅広い年齢層に受け入れられる存在であり、妖怪のブロンズ像を見て、触れることにより、それぞれストーリーが浮かんでくる、愛される存在であったからである。

（地域住民による） まちづくりの取り組みと広がり

多くの観光客が訪れるようになった背景には、地元住民の取り組みも大きく貢献している。水木しげるロードの完成後、住民による「鬼太郎」「妖怪」をテーマとした新しいまちづくりの取り組みが行われ始めた。

水木しげる氏のファンクラブである「ゲゲゲのしげる会」、水木しげるロードの自主的な清掃・防犯活動を行う「水木ロードを育てる会」、鬼太郎音頭を作り、それに踊りを振り付けし、普及活動やPR活動



ソフト面についても、「鬼太郎」「妖怪」をテーマとした各種イベントに民間組織が取り組んでおり、一月の「妖怪神社初詣で」から十二月の「妖怪厄払い護摩供養」まで、毎月のようにイベントを実施している。特に夏休み期間には、



目玉おやじと鬼太郎のブロンズ像

現在の水木しげるロードは、水木関連事業の集大成として、水木しげる氏が世界中から集めた妖怪コレクションや館独自に制作したオブジェの展示など、妖怪の世界を展示や映像で紹介した「水木しげる記念館」や、延長八百メートルの商店街沿いに妖怪ポケットパークやブロン



水木しげる記念館外観

今後の展開として、水産物を中心とした安くて高品質の生鮮品を、水木しげるロード周辺で供給することができれば、経済効果はさらに拡大するものと思われる。今のにぎわいに安心することなく、地域の住民と共に、さらににぎわいが増すよう今後とも努力していきたい。

を行う「鬼太郎音頭保存会」、水木しげるロードの商業振興を展開する「水木ロード振興会」など、多くの組織が結成され、水木しげるロードの活性化の取り組みが進められている。

ハード面では、民間企業による「妖怪神社の建設」、ロード沿いの郵便局による「妖怪ポストの設置」やJR西日本米子支社による「鬼太郎列車」の運行、さらにはJR境線の各駅に妖怪装飾を施す事業など、地域の取り組みにより水木しげるロードはますますにぎやかさを増している。



ねずみ男をペイントしたJR境線の鬼太郎列車

また、行政においてもゲゲゲの鬼太郎をはじめとする「妖怪着ぐるみ隊」を編成し、観光客と一緒に記念撮影に取ったり、子供たちと触れ合うなどして人気を集めている。このように、「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとして、地域住民、民間企業、行政が一体となって取り組みを進めてきた結果、年間八十五万人の観光客でにぎわう街となった。

「霊在月祭」として「ゲゲゲの鬼太郎ゲタ飛ばし大会」「妖怪ジャズフェスティバル」などのイベントを展開している。

（年間八十五万人の観光客で空き店舗も解消）

ズ像、レリーフ、絵タイルを設置した「水木ワールド」が広がっている。

このにぎわいに伴い、商店街は観光対応型店舗の相次ぐ出店により、空き店舗解消も進み、中心市街地の活性化も図られた。

「鬼太郎」と「魚」の結び付けが課題に

水木しげるロードは魚市場と場所的に離れているため、「水木しげるロード近辺で魚が購入できない」「海を感じ取ることができない」という感想をよく耳にする。境線といえは「魚」である。「鬼太郎」と「魚」をいかに結び付けるのか、今後の大きな課題といえる。

近年、家族、夫婦、友人という小グループが自分の見たいものを見、行きたい所に行くというスタイルの個人旅行が増えている。



映画制作の支援を通じた

「地域の誇り」の再認識

——ドイツとの心温まる歴史的交流を再現



経済部商工観光課
課長 ● 中村誠司

鳴門市は、四国の東北端に位置し、「鳴門の渦潮」に代表される豊かで美しい自然を有する観光都市であるとともに、四国八十八カ所霊場巡りの出発点として、今も昔もお遍路さんを温かく迎え入れるなど、「お接待の精神」を大切にする人口六万五千人の人情味あふれる街である。

明石海峡大橋の開通とともに京阪神との交通の要衝として、さらに四国の東玄関口としての役割を担い、地域間交流にも力を注いでいる。本市は二〇〇四年、基本理念を「交流と協創」、目指すべき将来都市像を「いきいき 未来に輝く 交流拠点都市 なる」とする第五次総合計画を策定し、地域の特性を活かしたまちづくりを進めている。

翌〇五年には、四国初のプロスポーツチームであるJリーグ「徳島ヴォルティス」が誕生したが、ホームタウンとしてその実現に向け、市民とともに支援を行うなど、常ににぎわいのあるまちづくりと交流人口増加を目指している。

第一次大戦時の ドイツ兵捕虜との交流の歴史

本年六月からのワールドカップサッカー・ドイツ大会を控え、国内でもドイツへの関心が高まりつつあるが、本市と同国との関係は古く、大正時代にまでさかのぼる。

第一次世界大戦時、中国の青島で捕虜となつたドイツ兵約五千人は、全国十二カ所の捕虜収容所へと収容されることとなったが、本市にあった「板東俘虜収容所」に送られてきた約千人のドイツ兵は、ここで奇跡的な交流を行うことになる。

厳しい待遇が当然の時代にあつて、板東俘虜収容所では、所長を務めていた松江豊寿（まつえとよひさ）をはじめとする所員たちが、ドイツ兵士たちの人権を尊重して人道的で寛容な心で接したことから、地元の人々も自然と心を通わせ、兵士たちを「ドイツさん」と呼び、心温まる交流を深めていった。

自由で開放的な生活の中で、ドイツ兵士たちは酪農や乳製品の製造、印刷・出版、建築など、ド

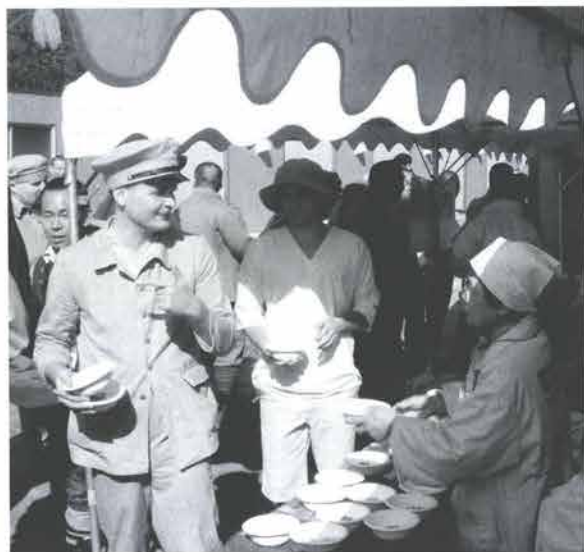
イツの優れたさまざまな技術や西欧文化を地元の人々に伝えるとともに、一九一八年（大正七年）六月一日には、年末の風物詩となり、平和へのシンフォニーとして全世界の人から愛されるベートーベンの「第九」交響曲を、アジアで初めて合唱付きで全曲演奏した（のちに鳴門市が「第九のふるさと」と称される理由である）。

ドイツ兵士と地元住民との間に芽生えた友情は時を超え、一九七四年（昭和四十九年）にドイツ連邦共和国リューネブルク市との間に姉妹都市盟約を締結するに至り、以来、親善使節団の相互派遣など市民レベルの交流が三十年以上続いている。

また、第九のふるさととして八二年（同五十七年）より、市民合唱団も参加して第九交響曲演奏会を継続開催。六月一日を「第九の日」と定め、毎年六月の第一日曜日には、全国の第九を愛する仲間とともに、歓びの歌を盛大に合唱し、今年で二十五回目を迎える。郷土の先人たちが築き上げてきた、ドイツとの交流の歴史や第九交響曲アジア初演の地という史実は、未来に向けて伝えていきたい「地域の誇り」であつたが、映画「バルトの楽園」（六月十七日全国公開）として映画化されることになった。

映画口ケ支援のための 市民組織を設立

本市にあった捕虜収容所を舞台とした映画の撮影は、二〇〇五年十一月～十二月にかけて、実際に収容所があつた近くの千平方メートルの敷地に、約三億円をかけて巨大なオープンセットを建設して行われた。これまで、テレビドラマなどの



鳴門ロケサポート協議会炊き出し風景

ロケ隊を受け入れたことはあったが、約四十日も及ぶスタッフ総勢約百人もの大規模なロケは初めてであり、先進事例などを参考に、市民支援組織を五月に設立して急ピッチで作業を進めた。

そして、商工関係団体や観光団体のみならず、地域の自治会など六十五団体が参加する「鳴門ロケサポート協議会」が七月に発足。鳴門日独友好協会会長が本会会長に就き、市民による支援活動が始まった。

まずは活動資金確保のため、募金活動から協力して行った。会員団体内のカンパや街頭募金、さらに市内の企業をはじめとして多くの協力が集まり、機運を盛り上げるための「のほり」の製作もでき上がって、ネットワークを活かした市内への掲揚もロケ隊を迎える前には完了した。同時に現地サポート部会も設置され、テント、いすなどの用品調達や、ロケ隊を支援するための役割分担、

ローテーション決めなども綿密に打ち合わせを行い、ロケ隊を迎え入れることとなった。

（市民ボランティア参加による） コミュニティの形成

約四十日にも及ぶ鳴門ロケには、ロケサポート

協議会会員としての多くの市民がボランティアとして連日、朝早くから参加した。撮影が円滑に行われるよう、映画スタッフの補助員として、炭火をおこしたり、見物客の整理を行ったほか、スタッフへの湯茶接待など裏方

役に徹するさまざまな協力を行った。特に、地元の特産品をふんだんに使用した炊き出しは、延べ二千人に上る外国人エキストラにも大好評であり、映画スタッフからも喜ばれた。

撮影の合間には、外国人

エキストラと談笑する地元住民の姿が日常的に見られ、まさに「お接待の心」を通じて、ドイツ兵士との交流を深めた約百年前の住民の姿がよみがえったかのようであった。延べ約千人の市民が撮影協力やエキストラとして映画に携わったことにより、地域内のコミュニケーションがますます深まるとともに、有名俳優や映画スタッフが長期にわたり市内に滞在したことで、市民共通の明るい話題ができ、地域活性化につながったことが実感された。



炭火起こし風景

何より募金活動に始まり、連日ボランティアとしてロケ隊を支え続けた鳴門市民の底知れぬ住民パワーを感じずにはいられなかった。

（新しい観光資源の誕生と 交流拡大への期待

六月十七日の映画公開を間近に控え、市内の機運も日々盛り上がっている。自分たちの街がスクリーンを通じて、どのように映し出されるだろうか。また、長年大切にしてきたドイツとの交流の

歴史や第九交響曲のアジア初演という史実がどのように描き出されるのか、非常に楽しみである。映画を通じて、自分たちが住んでいる街の素晴らしさを一人でも多くの市民が再認識できた時、ボランティアで映画作りを支えてきたロケサポート協議会の本当の意味でのサポートが結実する。

映画公開に先駆けて、オープンセットを地域の新しい観光資源として、「BANDOROケ村」(歓喜の郷)と名付け、一般公開を行っている(〇六年三月二十一日から二年間)。映画を見て、全国各地から多くの人に鳴門を訪れていただきたい。そして、鳴門の素晴らしさを体感してもらい、もてなしの心にあふれる市民と交流していただくことを切望してやまない。

魅力ある生活都市を目指して



北海道小樽市長

山田 勝彦

わがまち小樽

小樽市は、北海道の西海岸のほぼ中央に位置し、札幌からわずか三十分余、人口は約十四万二千人である。

海、山、坂と変化に富んだ地形に加え、四季折々の表情を見せる豊かな自然に恵まれ、さらには古くから天然の良港を有し、北海道開拓の物流拠点として、また、後年は国際貿易港として重要な役割を担ってきた。

明治から昭和初期には都市銀行や商社などが軒を連ね、社屋として建設された絢爛豪華で重厚な建物が街並みを形成し、「北のウォール街」と呼ばれていた。それらの建物が、今では歴史的建造物となつて、訪れる観光客を魅了しているが、戦後は経済情勢や流通機構の変化により、北海道経済の中心が札幌へと移り、景気の低迷が続いて「斜陽都市小樽」と呼ばれるようになっていた。

観光都市への変貌

約十年におよぶ市民の運河論争を経て、一九八六年に「小樽運河」の一部埋め立て工事が終わり、ガス灯を配した千百二十メートルの散策路が完成した。運河の整備を機に観光客数が年々増加し、今では年間約七百万人を超えるなど、小樽市は斜陽都市から「観光都市」へと変貌を遂げることができた。

近年では、香港、台湾、韓国など東アジア圏からの観光客が急激な伸びを示し、まさに小樽運河の再生が「小樽」を全国へ、そして世界へと発信した。

地方発の文化賞

観光都市として広く知られるようになった小樽には、地方発の二つの文化賞がある。

一つは、小樽輩出の叙情詩人伊藤整の没後二十年（一九八九年）を契機に創設された「伊藤整文学賞」。第一回の受賞者は、ノーベル賞作家の大江健三郎氏で、昨年（第十五回）は芥川賞作家の阿部知重氏が受賞し、いまや地方発の文学賞から全国の文学賞へと成長を遂げた。

もう一つは、絵本・児童文学の振興および普及・活用、文化向上を目的に、一九八九年に設立された絵本・児童文学研究センターが九五年に創設した「児童文学ファンタジー大賞」である。いずれも、市民有志または特定非営利活動法人の発想でスタートしており、小樽の市民力を強く感じる事例である。

また、「食」という点でも市民力を発揮し、小樽を支えている事例が数多くある。中でも、市内に点在していたすし屋の店主が結束し、軒を連ねたことから命名された「小樽寿司屋通り」は、今や小樽を訪れる観光客が必ず立ち寄る人気の

スポットとなっている。

こうした商業者の創意工夫が地域づくりの源となり、まちの資源となる成功例と言える。

イベントの振興

「文化」や「食」のほかにも、全国に誇れる地域づくりのモデルが小樽にはある。本年二月に地域活性化センター主催の「第十回ふるさとイベント大賞」の最高賞である総務大臣賞を受賞した「小樽雪あかりの路」である。

今年で第八回を迎えたこの冬のイベントは、文化や歴史を大切にし、豊かで快適な活力に満ちた「魅力ある生活都市」への再生を目指し、将来の世代に「世界に誇れるまち」として引き継いでいきたいという市民の想いから生まれた、市民主体のイベントであり、小樽ゆかりの詩人伊藤整の代表的な詩集「雪明りの路」から名付けられた。

当初は、小樽運河に浮き玉キャンドルを浮かべ、散策路や旧国鉄手宮線にスノーキャンドルを並べ、ほのかなロソクの明かりで幻想的な雰囲気味わっていた。ただこうとスタートした。現在では、この取り組みが多く、市民に受け入れられ、商店街や町内会、温泉街などの参加で全市民的な広がりを見せ、北海道観光の冬の風物詩として、十日間の期間中に全

国、世界の各地から約五十万人が訪れるイベントへと成長した。

市民と協働のまちづくり

小樽の魅力は、こうした数々の市民主体の取り組みの中で磨かれ、輝きを増してきた。

運河論争をきっかけとして、数多くの市民運動の波とともに、次々とまちづくり団体が生まれ、さまざまな活動により、郷土小樽を誰もが生きがいを持ち、にぎわいのある住み良いまちにしようと「市民力」を発揮している。

そのような市民の知恵や創意工夫を行政と連携させていく「協働の心」は、これからの自治体運営・まちづくりには欠かせない重要な要素である。

今日の時代は、厳しい経済情勢、激しい都市間競争の渦の中にあり、いかに街に魅力を生み出すかが課題であろう。

そのためには、新たなモノを作るのではなく、既に街にある資源を掘り起こし、市民と行政が知恵を出し合い、磨きをかけていくことが最も重要であると思っている。

厳しい時代だからこそ、市民一人ひとりが誇りに思い、幸せに暮らせる「魅力ある生活都市」を取り戻すことが、多くの人々を魅了し、輝く街となるのではないだろうか。

映像文化とまちづくり



会場風景



(写真上より) 上映後のトーク、受賞式 (左は市川昭男 市長、右は催洋一 審査委員長)、ボランティアの皆さん

人と映画の交流の場を創造するドキュメンタリー映画祭 ● 山形市

山形県では戦後いち早く学校映画教室が開かれ、地域に根差した自主上映が活発に行われてきた。また、映画産業斜陽の時代にも幾つかの劇場が生き残り、市民による映画館建設の動きもあって、現在では人口約25万の山形市に18館も映画館が存在する。映画に出会う機会を自らの行動と工夫でつくり出してきた情熱の系譜が、この山形には脈打っている。この命脈を養分とし、山形国際ドキュメンタリー映画祭は山形市誕生100年記念事業として、1989年10月に1回目が開催された。当時、上山を拠点にドキュメンタリー映画制作を続けていた故小川紳介監督らが準備段階から深くかわり、氏の呼び掛けに応えた県内各地の有志が映画祭の運営に参加した。行政と市民が力を合わせて映画祭の成功を目指す山形の土台をつくった。この映画祭は、世界中から優れた作品や貴重な映像を集め、人と映画の交流の場を創造する試みであり、ドキュメンタリー映画の多様な可能性を観客と共有しつつ、作り手を励ますことを目指している。世界を映す鏡（スクリーン）であり続けるこの映画祭を、映画祭に参加するすべての人が支えている。



閉会式

学校と地域の美化活動



美化活動で街づくり



敬老の集い



コミュニティ放送局のまちづくり活動 ● 千葉ガーデンタウン有線テレビ放送局 (千葉市)

住民がまちづくり活動の中核となってCATV活動を展開している放送局、CTS (千葉ガーデンタウン有線テレビ放送局) は千葉市美浜区幸町1丁目にある。放送内容はまさに地域密着で、幼稚園、小・中学校の入学・卒業式や運動会などの番組放送をはじめ、地域主催の盆踊り・敬老会などの地域イベントでは、放送にとどまらず設営・進行などにもCTSスタッフが働く。半年以上続けたゴミ問題キャンペーン放送は、自治会と一体となって行政を動かし、分別収集を当地域から市全域に広げた。現在は安全・安心のまちづくりで、防犯キャンペーンを自治会と一体となって展開している。1999年には、明日の日本をつくる協会から「ふるさとづくり大賞」を受賞した。30年以上ボランティアだけで運営、撮影・キャスター・編集と番組作りに年中無休（無給）の毎日を行っているCTSは、町の誇りでもある。

常に地域の笑顔を報道

テレビドラマ
「時効警察」



「営業開発課」の設置と 「みうら映画舎」の設立 ● 神奈川県三浦市

三浦市は、シティセールスプロモーションを政策の重要な柱として据え、行政としては例のない「営業開発課」を設置している。その有力な手段としてフィルム・コミッション事業を精力的に実施している。また、平成16年度には「三浦市地域再生計画」が内閣府に認定され、その柱として、「映画の中のアノ人と同じ事を経験できるスタイル」を提唱している。同時に、(財)地域総合整備財団からe-地域ビジネスとして認定され、若手民間事業者により設立された「みうら映画舎」との協働により、平成17年度だけで年間260日・110件のロケ実績を残している。市内への直接的経済効果はもちろんのこと、市が映画などの制作拠点となり、首都圏を中心にその魅力をセールスし、「まち」の活性化を図ることを目的としている。同時に、市民もこの「まち」の魅力を再認識し、誇りを持って生活できる環境を築いていこうとするものである。まさに、地域の再生へのトライアルでもある。

劇場公開映画「疾走」



オール三浦ロケ作品
「亀は意外と速く泳ぐ」

NHK大河ドラマ「義経」



映画「あずみ2」白水峠にて

撮影条件の優位性を活かした映像プロジェクトの誘致

● 神戸フィルムオフィス(神戸市)

神戸フィルムオフィスは、国際フィルムコミッションズ協会(AFCI)の日本第1号の正式会員に認定されたのを機に、2000年9月に開設。以来、映画「GO」では市営地下鉄の協力の下、全国で初めて線路内に入っての撮影を、「Retuerner」では公道を封鎖して爆破シーンなどの撮影を実現してきた。このように、これまで不可能だった撮影を可能にする一方で、韓国トレンドドラマ「ガラスの華」では神戸の美しい夜景や旧居留地など、神戸ならではの景色がふんだんに登場するようなドラマの撮影も手掛ける。韓国で放映された後には、同国から多数の観光客が神戸を訪れた。神戸は多様な景観がコンパクトに集まり、空港、鉄道など交通アクセスも非常に良い環境にあり、撮影に適した条件がそろっている。このような優位性を活用し、映像プロジェクトを神戸に誘致することは、経済効果や神戸の町が国内外にPRされることによる観光集客力の強化につながる。将来的には映像関連産業の集積も視野に入れ、神戸経済の活性化を目指す。



(左) 映画「GO」
神戸市営地下鉄
上沢駅にて

(下) 映画「交渉人 真下正義」
神戸市営地下鉄
海岸線にて

映画「ゴジラ FINAL WARS」
スカイブリッジ(空港連絡橋)
にて



映画「Retuerner」の爆破シーン



フェスティバル会場



市民主催の祭りに参加して、フェスティバル開催のPR



記者発表



歓迎パーティー



表彰式。第11回大会のグランプリは作品名「頭山」。日本の山村浩二さんが受賞

2年に一度開催の広島国際アニメーションフェスティバル ● 広島市

広島国際アニメーションフェスティバルは、「愛と平和」をメインテーマに1985年から2年に一度、アニメーション作家の国際的な団体である国際アニメーションフィルム協会公認の国際映画祭として、広島市で開催されている。この大会は、カンヌ映画祭のアニメーション部門が独立したフランスのアヌシー大会のほか、クロアチアのザグレブ大会、カナダのオタワ大会を含めた世界四大大会の一つとして数えられる総合的なアニメーション映画祭である。この大会運営を支えているのが市民ボランティア。招待海外参加者のホームステイでボランティアならではの温かい交流が続けられている。その様子は大会の特色としても現れ、大会を訪れたアニメーション界の著名人と来場者が気軽にロビーで会話できる、世界でもまれな大会として知られている。近年、地元経済界ではアニメーションを核とした集客交流や産業振興によって地域振興を図る動きが見られるなど、アニメーション芸術と地域とのつながりが一層進展している。

「キッズクリップ」世界の子どもたちの作品上映と原画展、ワークショップの場



大和ミュージアムでの撮影

“大和ブーム”で観光客が増加 ● 広島県呉市

呉地域フィルムコミッションは、映画、テレビ、CMなどの映像を通して呉地域の情報発信・イメージアップを図るとともに、ロケ隊の滞在や観光客の増加による経済効果で地域を活性化することを目的として、平成15年6月に設立された。主な支援内容は、道路、公園などの公共施設や民間施設の使用に係る申請などの代行、ロケ隊滞泊のための宿泊施設、関連業者などの紹介、ロケ地情報の提供や撮影現場への立ち会い、広報などである。呉地域では、設立後すぐに「海猿」や「男たちの大和」などの映画

の撮影に恵まれ、フィルム・コミッションとしてのさまざまな支援に加え、市民にエキストラやボランティアスタッフとして参加してもらい、一体となった撮影支援を行った。結果として、市民の故郷意識が育まれたり、“大和ブーム”が起り、大和ミュージアムを訪れる観光客が増えたりと、予想以上の成果を上げることができた。今後とも、この勢いを失わないように積極的な誘致を行っていきたいと考えている。



エキストラの活躍



海上保安大でのロケ



自衛隊基地内でのロケ



映画館テアトル徳山1入り口

魅力ある商店街目指す周南シニア劇場 ● NPO法人山口県アクティブシニア協会 (山口県周南市)

周南シニア劇場は、「徳山商店街に活気を呼び戻そう!」との声を踏まえ発案されたもので、徳山商店街の中心部にある映画館「テアトル徳山1」を活用して、シニア向けに昔懐かしい映画を毎月1回1週間(土〜金)定期的に上映している。映画の上映に合わせ、商店街や各種団体が魅力ある商品やイベントを提供して交流の輪を広げ、徳山商店街をかつてのように魅力ある交流の場として復活させ、地域経済の活性化を図ることを目的としている。将来は、映画館の周辺の街並みを昭和ロマン漂う「昭和ストリート」に変えようという計画も企画されている。

二井知事もご夫妻で来場



少年少女合唱団によるミュージカル



第1回上映は
「ローマの休日」

第1回上映 「ローマの休日」



満員御礼の張り出し



会場入り口



シンボジウム



パーティー



新作試写の舞台挨拶

30回を重ねた湯布院映画祭 ● 大分県由布市

湯布院映画祭は独自のスタイル(上映、シンポジウム、パーティーを三本柱にしてトコトン映画を語り合う)で、30回を重ねた。「実行委員の食事は任せて」と、町内のオバちゃんたちが三食の賄い。これは大きい。人間まず食べ物から始まるので...。「パーティーを湯布院料理の発表の場に」と、若手で結成した料理研究会が予算以上の素晴らしい料理を並べ、最終日の目玉になった。前夜祭の野外上映では、商店街のオジさんたちが総出で駅舎に大スクリーンをセット。町の若者も「映画祭は行ったことはいけどお手伝いします」と名乗り出た。映画祭は日常たくさん映画を見ていないと、プログラミングは難しい。そこは実行委員会が受け持ち、当日のおもてなしは町のいろいろな人がサポートする。湯布院映画祭も30年を経てようやく、そんなスタイルが固まったようだ。また、それだけでは満足できない人が「文化・記録映画祭」や「こども映画祭」をそれぞれ立ち上げ、「映画館一つない町。しかし、そこに映画は在る」との、当初のキャッチフレーズの町にようやくなった。



ゆふいん駅前の野外上映

地域における映像と

コミュニケーション

東京への視線と地域イメージの欠落

写真1を見ていただく。東京のゴミ集積所の表示を写したこの写真は、名古屋の大学生が「イメージ通りの／予想外の東京」を探すワークショップで、「東京の人がゴミを出すなんてイメージになかった!」と言いながら撮影した写真だ。どこに住んでいてもゴミが出ないわけではないのだが、彼女の気持ちも分らないではない。

テレビをつければ東京の華やかなスタジオが映し出され、雑誌を広げれば生活感に欠ける最先端の消費生活ばかりが目飛び込んでくる。もちろん



写真1 「予想外の東京」として撮影されたゴミ集積所の看板

ん、実際の東京での生活はほとんどの場合、慌ただしい日常の集積で、メディアが描く華麗な東京はごく一部、あるいは作られたイメージでしかない。しかし、「イメージに過ぎない東京」も、生活モデルやあこがれという一種の権威となって地方に暮らす人々に重くのしかかり、時にその地域や生活を積極的に評価できなくしてしまう。

写真2は、地域間交流を目指すプロジェクトで、群馬の学生が名古屋のイメージを記した「イメージマップ」である。マスメディアから得たイメージは赤、教科書はピンク、口コミや実際の体験は青で記されている。

このイメージマップはさまざまな地域間で数年にわたって作成されているが、共通しているのは、地域イメージの形成にマスメディアと教科書が大きく影響している点だ。逆に言えば、これらが取り上げない地域のイメージは空白のままというこ

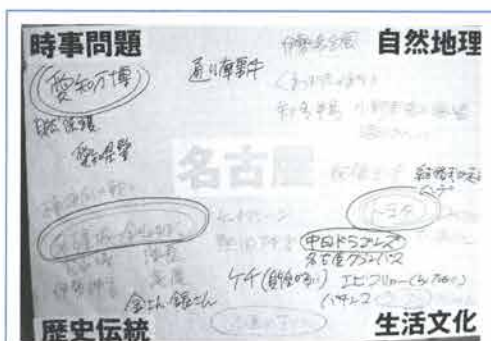


写真2 群馬の学生による「名古屋」のイメージ



写真3 名古屋の学生からみた「群馬」のイメージ



愛知淑徳大学現代社会学部

助教授 ● 小川明子

とになる。そして、例えば新潟県のイメージが、隣県である群馬から見ても、遠く離れた宮崎県から見ても、さほど変わらない点でも共通している。つまり、これまで多くの場合、各地域の情報はいったん東京に集められ、東京のメディア企業で働く人々の視点で選り取られたものだけが、一斉に全国津々浦々に流される構造にあった。こうした不均衡な構造を変えていきたいという胎動が今、各地で始まっている「映像で地域を表

現する試み」として現れているのではないだろうか。

地域情報流通の問題点と地域チャンネルの再評価

それでは地域「内」の映像発信はどうだったのか。私の短い放送局勤務の経験から考えても、地域には東京のタレントや番組に劣らない面白い人や場所、出来事が山ほどある。しかし、これまで地方テレビ局でも、記者や制作者たちの中に根強い東京志向や都市志向があつて、地域内の出来事が正當に評価されてきたとは言い難い。

しかし、こうした状況も現在、二つの側面から変化しつつある。

一点目は地域メディア側の変容である。政策として推進中のデジタル化で、地方テレビ局は多大な費用負担を迫られる上、BS、CS放送など新たな全国放送の出現によつて、その設立根拠が問われるようになった。

こうした状況下で、従来のような全国ネットの中継局としての役割だけでなく、地域密着型放送が経営方針に掲げられるようになってきたのだ。

同様の現象はケーブルテレビ局にも見られる。ケーブル局の場合、日本では多くが地域情報チャンネルを持っているが、光などのブロードバンドや、BS・CSデジタル放送など、他メディアとの激しい競争で経営方針の見直しが迫られる中、

こちらも地域チャンネルがケーブルの独自性として再評価される場合が多い。

二点目に、ビデオカメラや編集ソフトの普及と低廉化によつて、これまでよりはるかに多くの人が映像制作に携わるようになった。ビデオカメラはまだほとんどの場合、家庭のプライベートな記録に用いられているが、カメラを地域の出来事の記録や表現手段として使おうとする人も少なからずいる。



写真4 愛知県・刈谷市のケーブルテレビ局「キャッチネットワーク」のパブリック・アクセス番組作成のひとこま。学校の総合的学習の時間との連携も見られる

放送局側の地域密着化、そして住民の映像表現能力の向上。こうした状況の変化が結び付き、今、地域の出来事や伝えたい事を、住民自らが映像で表現し、ケーブルテレビやローカルテレビ局で放送する「パブリック・アクセス」番組の増加がもたらされつつある。これまでプロが作ってきた地域の映像を住民が制作する。成功事例を参考に、その効果を考察してみよう。

地域コミュニティの再発見

—山江村に見る成功の秘訣

本号の事例でも取り上げられている熊本県山江村の住民ディレクター制度は、パブリック・アクセスの先進事例として知られる。豊かな山村に暮らす彼らは、映像を制作してみたい、テレビに出

てみたいなど、シンプルかつ個人的な理由で始めに過ぎない。しかし、その過程で、地域やメディアをめぐる多くの事に目覚めていったようだ。

一点目に、地域コミュニティを再発見していった。都会に比べれば住民のつながりが残っているとはいえ、ディレクターたちも村民すべてを知っているわけではない。彼らは「取材を通して多くの知人ができ、面白い活動や身近な歴史に触れて、ますます村に愛着がわいた」と口々に語る。また、「伝える」という目的でカメラを持つことで、普段とは異なる視点が得られ、フレームに切り取ることで普段の町が違って見えてくる。

二点目に、住民ディレクターを通して村に多様な人的ネットワークが築かれた。彼らは、「放送する」という目的の下、普段なら出会うことのない村内のさまざまな出来事や人を取材するうちに、ネットワークを広げていった。取材相手の紹介で新たな取材対象者が生まれ、テレビ局のディレクターでも見つけられないようなネタを住民がいとも簡単に拾い上げ、映像化してしまう。また取材を機に個人的な問題の相談相手になってもらったり、仕事相手を見つけたりといった私的なネットワークも生まれたという。

三点目に、自ら制作することで、普段見ている番組が高度なテクニクと莫大な費用をかけなければ制作できないことに気付きながら、彼ら独自のスタンスを確立していったことに注目したい。東京の番組のような派手な場面展開はないものの、のんびり温かい村の様子がそのまま表現された、「山江村スタイル」と呼ぶべき穏やかな雰囲気



気にあふれた番組だ。東京から流され続ける資本主義的言説とは異なる、まさしく「地域からの」言説が映像化されている。

ちなみに地域で映像を作っても、東京の番組の真似をして失敗するケースが多い。プロの司会者を装ったり、標準語を意識しすぎたり、普段見ているテレビのカメラワークや編集、テロップを過度に模倣してしまうと、しよせん二流のテレビとしてしか評価されない。重要なのは、普段目にするテレビと異なる雰囲気や様式を地域独自に生み出すことなのだろう。英国BBCウェールズでも、キャプチャー・ウェールズというプロジェクトで、住民たちが写真と自らの声だけで映像制作を行っている。基本的には写真にゆくりとしたズームやフェイドを加えただけのシンプルな様式なのだが、普段のテレビとまったく異なる、詩的でゆったりしたスタイルが視聴者には新鮮に受けとめられている。(キャプチャー・ウェールズのウェブサイト <http://www.bbc.co.uk/wales/capturewales/>)

ローカル・アイデンティティを再構築

四点目に、山江村の事例が成功している大きな理由として、熊本市や全国といった地域外に番組が放映されている点が挙げられる。「自分の町のことをほかの地域に暮らす人にも知ってもらいた



写真5 三重テレビにも住民が撮影した映像を放映するコーナーがある。「わくドキ!元気!」内のひとこま

たちが外への発信を通じて「山江村民」であることに注目し、再認識した意義は大きいに違いない。

山江村の事例から見えてくるのは、カメラを通

した取材や映像発信という「作業」

そのものが、地域を再構築していく可能性だ。映像そのものも大事だが、この作業を限られたプロだけに任せておくのはもったいない。住民自らが映像制作・発信にかかわることによって、自らの地域を見直し、その価値を再発見していく。受け手としてただ東京を眺めているのとは違った、映像とのかかわりがそこにある。



写真6 スターキャットケーブルテレビ「でらなご」での様子。学生が取材した町の様子を放映する学生・市民の手作り番組制作風景

映像の発信方法を「デザイン」する視点

現在では、地域の映像をウェブ上で公開する試みも少なくない。ローカルな出来事やメッセージがウェブで公開され蓄積されることで、場所や時代を超えた人の下に届く可能性は無視できないし、広大なデジタル空間において、無関心な人をどうやって自らの地域の映像に誘導するのか、今後さまざまな方法が模索されることになるだろう。

日本で映像発信というと、IPTばかりがクロージアップされるが、例えばカフェで上映する、ビデオ化して図書館やレンタルショップに置くなど、アナログな方式だってある。

地域の映像を多くの人に見てもらうためには、どの、どのようなメディアを用いればよいのか。地域の規模、地域性、中心となる人物の思い、協力してくれるメディアの有無など、地域の事情はさまざまだから、残念ながらここで唯一の答えを導くことはできない。

その地域で可能な資源やメディアにどのようなものがあるのかを、チェックすることから始めてみてはどうだろうか。行政、住民だけでできることは小さい。地域内外のさまざまなメディアや専門家の協力を得つつ、一つ一つ試行錯誤してみる地道な作業から、また新たに地域のコミュニケーション・ネットワークが生まれてくるに違いない。



合併による市民の融和・

一体感を効果的に実現

——市民参加型の手作り映画「恋まち物語」



企画経済部企画課地域振興係

主査 ● 吉井靖仁

（2市2町が平成16年11月に合併

平成十六年十一月一日、西条市、東予市、丹原町、小松町の二市二町の合併による新しい「西条市」が誕生した。新市は、北に瀬戸内海の燦灘を臨み、南は西日本最高峰の石鎚山を主峰とする石鎚連峰を背にした、愛媛県の東予地方に広がる道前平野に位置し、約五百九平方キロの市域面積と約十一万七千人の人口を擁する地方都市である。

合併により、六千五百億円を超える四国随一の工業製造品出荷額と、生産量日本一の愛宕柿やハダカ麦、春の七草をはじめ、大豆、ホウレンソウ、イチゴ、メロンなどの農産物を産出する千百ヘクタールの耕地と重厚な農工業基盤を併せ持つ、四国屈指の産業都市への発展を続けている。

また市域の平坦部では、国の名水百選にも認定された「うちぬき」と呼ばれる良質かつ豊富な地下水が自然に湧き出すことから、自然環境に恵まれた「水の都・西条」としても知られている。

（新しいまちづくりを進める
記念事業を実施

当市では、新しいまちづくりへの歩みを進めるための第一ステップとして、新市発足から一年間を合併記念事業の実施期間と定めた。計二十三事業の記念イベントなどを実施することにより、市民の融和や一体感の醸成をはじめ、地域の活性化、連携交流の促進を効果的に実現することを目指してきた。

中でも、当誌で紹介する映画「恋まち物語」

（林弘樹監督）は、新市の“人づくり”と“仕組みづくり”の先駆けとなる取り組みとして、また合併後の市民交流と地域の一体感の醸成を図る一大イベントとして実施した。ロケハンや脚本作り、キャストオーディションのほか、エキストラ出演や炊き出し、スチール撮影をはじめとするロケ支援など、延べ千人以上の市民ボランティアスタッフ（市民スタッフ）が携わり制作した市民参加型映画である。

市民参加型映画の特長としては、①映画制作を通じて市民が長い期間交流でき、映画完成後も各地で上映会が開催されるなど、まちづくりへの広がり期待できる②映画の中で、それぞれの地域を架空の町としてつくり上げることで、お互いの地域を知ることができ、地域間の交流および一体感の醸成を図ることができる③企画、制作、配給のほとんどを市民が行うため、非常に少ない費用で制作できる④まちの魅力を全国へ発信でき、観光振興や市のPRにつながるなどが挙げられる。

（旧市町の地域性や特色を
再認識したストーリー

恋まち物語のストーリーは、市民スタッフによる「脚本塾」において形作られたもので、ディスカッションを重ねるうちに、合併前の旧市町が持つ地域性や特色に目を向け、お互いの地域を再認識するきっかけともなった。また、旧市町それぞれの地域が持つ財産（人材）を共有し、一体感を醸成するため、市内出身の俳優あるいはタレントをできる限りキャストとして起用することとした。

主人公の相手役である西興一朗（にしきょういちろう）さんは当市（旧小松町）の出身で、子供に大人気の某ヒーロー役を演じた有名俳優である。そのほか、俳優の藤岡弘、さんやタレントの真鍋かをりさんなど、当地ゆかりの俳優陣がその脇を固めている。こうしたキャストの人たちは、一様に「故郷に恩返しを」という思いで出演を快諾したが、こうした配役により、この映画がより身近になるとともに、これまでと違った視点で楽しめる内容となった。



市民が映画制作を全面的に支援し上映

映画は、市民スタッフ「恋まちプロジェクト」（制作スタッフ、運営、キャスト、エキストラなど）が、映画制作会社「ファイアーワークス」（プロデューサー、監督、脚本家のほか、最小限のキャスト、制作スタッフなど）を全面的に支援するという、通常の映画制作システムとは異なる手法により作り上げられた。



JR駅前で撮影風景

通常の映画制作であれば、企画から配給まですべての作業をプロのスタッフが行うため、一般人が参加できるのはエキストラ出演ぐらいしかないが、この映画制作はあくまで合併記念イベントであるため、「市民手作りの映画」として制作し、市民自らが上映していく必要があった。まず、チラシの新聞折り込みによりスタッフを募集したところ、説明会、ロケハンバスツアーにそれぞれ約二十、二十五人、脚本塾に延べ七十五人、監督塾に同五十人、応援メッセー



映画本編の前に映す応援メッセージの収録風景

映画制作を通じ行政・市民・企業のネットワークを形成

ジの収録に約三千人の参加があった。映画のロケに当たった約七十人の市民スタッフは、エキストラ班、小道具班、スケジュール班、ロケーション班、炊き出し班、メイク・スタイリスト班、広報班の七つに班分けされた。各班が主体的に活動することとし、休日・平日はもろんのこと、日常生活の間を縫いながら、プロのスタッフに混じって早朝から深夜まで精力的に活動した。ロケ最終日、日焼けで真っ黒になった顔に涙と汗を浮かべながら、プロのスタッフと抱き合って喜ぶ市民スタッフの姿に、映画作りの原点を見ると同時に、まちづくりの本質に触れることができた。



第1回目の上映会

延べ約三千人の市民を巻き込んだロケ期間中は、JR四国による臨時列車の運行のほか、宿泊施設の大幅割り引きや、ロケバスの無償貸与、あるいは炊き出し用の食材や飲料など、市内外の企業からさまざまな支援・協力を得ることができ、「映画」というものづくりを通して、行政・市民・企業のネットワークが形成された。完成した映画は、昨年七月末に約二千七百人の観客を前に公

開された後、現在も市民スタッフらによる上映会が各地で開催されている（総観客動員数四千七百七十人＝平成十八年三月末現在）。また、映画製作に携わった市民スタッフは、映画を利用したまちづくりをさらに進めようと、新たな組織「さいじょうシネマネットワーク」を立ち上げ、上映会を行いながら、新たな活動を模索するなど、さらなる広がりも見せ始めている。

今、日本の映画業界は憂慮すべき時代であり、国内で制作される年間二百八十本前後の邦画のうち、三分の二に当たる二百本以上が全国で劇場公開されない映画であり、多くの名作が国民の目に触れずに消えているという。

今回の映画作りは、地域限定の狭いエリアでの活動であるが、こうした既存の映画システムとは一線を画すものであり、本来、映画があるべき姿を身近に感じると同時に、「まち」と「映画業界」を結ぶ新たな取り組みができたように思う。このことは、新市のまちづくりを形成していく上で一つのベンチマークになると考えているが、一方で地域文化の継承や経済の活性化までも巻き込みつつ、今後いかに市民参加の取り組みを広げていけるかが課題となっている。



フィルム・コミッションが

生み出す街の活力

——住民の協力を背景にした地域振興への期待



広報室
報道課長 ● 川本一雄

（住みやすい都市に向けた イメージアップ活動）

北九州市は、日本に「フィルム・コミッション」という言葉がまったく認知されていなかった平成元年、市のイメージアップを目的に、広報室に「イメージアップライン」を設置し、フィルム・コミッションと同様の業務を開始した。

この業務を始めたきっかけは、北海道東北開発公社が昭和六十三年に行った全国十一大都市住みやすさアンケートの結果であった。このアンケートは、十一大都市の生活環境について八分野四十二項目を数値で評価したもので、「生活環境の実態」については、住みやすさで北九州市が総合一位の結果であった。しかしながら、「良好な生活環境を有する大都市はどこと思うか？」というイメージ調査では、何とワースト一位であった。

つまり、「実態」として一番住みやすい生活環境を有しているにもかかわらず、「イメージ」としては最悪な生活環境のまちということになる。

このイメージと実態のギャップを埋める一つの施策として、映画やテレビ番組などマスメディアに対し、「北九州市の本当の姿」を積極的に露出していくために、ロケ誘致・支援を行うイメージアップ活動を開始した。

平成十二年九月、これまでの活動を全市的な取り組みにグレードアップし、都市PRとイメージアップに加えて、地域への経済効果などを目的として、市内五団体とともに「北九州フィルム・コミッション」を設立した。

ちなみに、平成元年に設置したイメージアップラインは、米国にフィルム・コミッションという組織があることを知らず、また、国内に同様の活動を行う自治体もないことから、すべて手探り状態で試行錯誤を繰り返しながら、映画・TVドラマなどの誘致・支援を行ってきた。この間十数年の活動により蓄積されたノウハウや地元の協力体制は大きな財産となり、同フィルム・コミッションの活動を支えている。

（明治から昭和初期の港・街並みが セールスポイント）

北九州フィルム・コミッションは、市広報室に事務局を設置し、誘致・支援業務を行っている。ロケ誘致では、本市に「街」「田舎」「大自然」「工場」「港」など、さまざまなロケ素材が高いレベルでそろっており、一作品すべて市内だけで撮影できる。明治・大正・昭和初期の建造物・港・街並みが多く残っている。この二つをセールスポイントにして、「過去、現在、未来。いつの時代の設定でも、どこの国や地域の設定でも撮れるかもしれない街」をキャッチフレーズに、PRを行っている。

ロケ支援に際しては、ロケ隊が知らない土地でスムーズに撮影が行えるように、地元への協力要



真夏に正月の撮影



請、諸手続きの代行、エキストラ集めなどを行い、二十四時間体制でロケをサポートしている。また、同時にロケの様子をニュースや新聞などで取り上げてもらうことによつて、「映画の街・北九州市」のイメージ形成にも努めている。

現在、映画・ドラマのロケ実績は年々増加の一途をたどり、平成十七年はドラマ四本、映画五本のロケが行われた。その他ローカル局を含むテレビ番組への情報提供、撮影協力を含めると、年間百件前後のロケがある。さまざまなシーンの撮影に対応可能なことはもちろん、これまでの実績に加え、市民がロケに対して非常に協力的なことも要因となり、「ロケのしやすい街・北九州」という評価をいただいている。

（街のにぎわい創出と市民の自信・愛着の高まり）

北九州市でフィルム・コミッション活動を開始して五年、前身のイメージアップ活動からは実に十七年。この活動の効果が地域・観光の振興につながるまでには長い時間がかかるが、地道な活動を通じて数多くの実績を重ねることが重要である。

北九州フィルム・コミッションの設立後の直接的な効果としては、同十七年十二月末現在、全国・ローカル放送でテレビ番組二百四十五番組四



映画「初恋」ロケ風景

百七十六件を誘致。これを広告料金に換算すると約四十八億円（パブリシティ効果）になる。また、映画二十二本、CM二十四本の誘致を行った。さらには映画やテレビのロケ隊が市内に滞在することによる宿泊、飲食、機材費など、地元での消費効果も少なくない。

フィルム・コミッション活動の間接的な効果としては、「街のにぎわいの創出」が挙げられる。ロケが行われることで「非

日常的な空間」が生まれ、街に華やかなにぎわいが創出される。また、市民がエキストラとしてロケに参加することにより、市民に新たな「楽しみ」を提供することができる。さらに最近、特にロケが増えたことを背景に、北九州市では、市民が「ロケの多い街」「映画の街」として、わが街に対する自信・愛着を持つようになってきたように感じている。

観光振興面では、これまで誘致・支援を行ってきた作品の代表的な撮影シーンのロケ地をマップとしてまとめた「北九州ロケ地マップ」を同十七年九月に作成した。このマップはロケ地



走るエキストラの皆さん

を新しい観光スポットとして観光客に提供するとともに、市民も身近な風景がスクリーン上ではいつもと違う風景と感じて、街の魅力の再発見につながっている。

福岡・下関との連携と映像関連産業の振興

北九州FCは、福岡と下関の両フィルム・コミッションと連携し、誘致・支援に加え、ロケ地の相互補完体制を構築している。行政区を超えてロケ支援をスムーズに行うこの連携は、フィルム・コミッションとしての付加価値を高めていくために今後必要である。

また、ロケがさらに増加していけば、将来的にはロケーション関連業者の設立や誘致、映像産業の振興、さらにはスタジオの建設など、ビジネスへの発展が見えてくるのが期待できる。さらに、北九州市が物語の舞台となる映画を増やしていくために、映画のシナリオ募集、原作となるような文学作品の奨励、大学などに映画関連の学科を設置・導入することで人材育成を行い、地元出身の映画人を増やしていく必要がある。

今後は、ロケ支援にとどまらず、ビジュアルインダストリー（にぎわいによる産業）や映像文化によるまちづくりの担い手になれるよう、市民の協力を得ながらフィルム・コミッション活動の発展を進めていきたい。



テレビ番組も「地域」もつくる

住民ディレクター

地域力を統合した村のインターネット放送局



(有)プリズム
代表取締役 ● 岸本 晃

を発酵させるのが「住民ディレクター」である。

（村の活性化が目的の「やまえ村民てれび」）

「住民ディレクター」とは地域づくりのディレクターのことで、テレビ番組づくりを通して総合的な企画力を身に付ける手法を指す。私がテレビ局で十四年間、ニュースや番組制作を経験して気付いた発想である。

番組を作るには「自分が伝えたいこと」を企画し、取材、編集、放送する。苦勞も多いが楽しい作業でもある。視聴者から反応があり、さらに次なる発信をしていくが、この循環を繰り返しているうちに総合的な企画力が身に付く。取材を通して今まで見えなかったものに気付き、編集では漫然と思い描いていた事が明確になり、いやが応でも自分自身の考えがハッキリ映し出される。

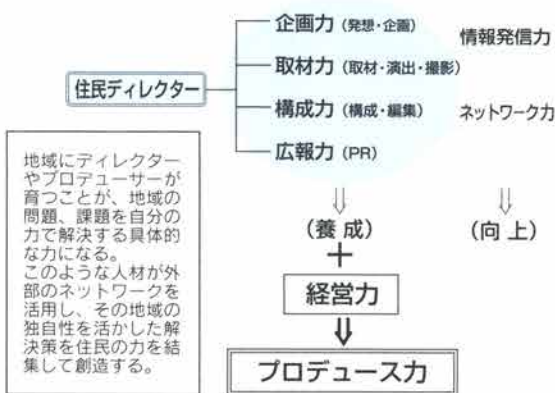
私自身は熊本県内九十八市町村（約十五年前当時）を五年以上かけて二周半し、特に農林水産業に携わる人のたくましい生き様を大地や山林、海などの現場でダイナミックに学び、生き方に大きな影響を受けた。このような地域に根差した「人間力」と「テレビの力」を融合させて、「地域力」

人口約四千人の熊本県山江村には、住民ディレクターが二十人おり、民放や熊本市のケーブルテレビ（村にはない）、衛星放送などで番組を作ってきた。そして数年前から、村の活性化を目的にインターネット放送局「やまえ村民てれび」を運営している。

ブロードバンド普及率はやっと四％で、ほとんどの村民には見られない。しかし田んぼや温泉センター、村民の自宅が臨時スタジオになり、毎月各地区で番組を収録し、にぎわっている。やはりテレビ番組を作ったり、出演するのは面白いからだ。

もちろん、企画から取材、編集、収録のカメラマンや司会、ゲストまですべてが村民である。昔なら数百万、

なぜ、住民ディレクター養成が「地域活性化」につながるのか？



地域にディレクターやプロデューサーが育つことが、地域の課題、課題を自分の力で解決する具体的な力になる。このような人材が外部のネットワークを活用し、その地域の独自性を活かした解決策を住民の力を結集して創造する。

（第一号の住民ディレクターが村長に

数千万円もする機材を持つテレビ局じゃないとできなかつた撮影や編集が、ITの進歩のおかげで今では家庭用ビデオカメラやパソコンがあればできる時代になった。

実際、山江村では今年の正月に民放で独自の一時番組を放送し、住民ディレクターの総合的な企画力が発揮された。反響も大きく、県民から四百三十一通のはがきが届いた。ローカル局では自前の情報番組でさえ、めったにない数である。しかもはがきにはどれもビッシリ「感動した」「山江に行ってみた」などの感想が書かれていた。

同村で第一号の住民ディレクター、元役場職員の内山さんが四年前、村長になった。彼はグリーンツーリズムや商品開発と情報発信を有機的に結び付けた、新しい産業興しの政策を始めた。住民ディレクターがその一翼を担っている。

当初はビデオカメラの記録がなぜ村の振興につながるのか、村民や役場職員にも理解されなかつた。しかし、住民ディレクターを学ぼうと全国各地からさまざまな分野の人が訪れて、マスコミでの注目度が上がり、村民の理解も深まった。昨秋には全国から市民メ



ディア関係の約二百人が訪れた。

ここで住民ディレクターたちは日ごろ鍛えてきた企画力を生かし、訪問者の到着から解散までの全プロセスを村の支援を受けて事業化した。メディア分野だけでなく、訪問者の食事、宿泊、農家体験プログラム、学習会の運営などが住民ディレクターグループによってプロデュースされた。

得意のインターネット放送局はライブで全国、

世界にも発信した。名古屋から来た男性が放送直後、熊本市内にたまたま住んでいた旧友から「見た」との電話が入ったと感激していた。この素早い反応がコミュニケーションツールとして、テレビの優れたところである。人は知られることで元気になる。

（普段着の会話と暮らしをそのまま発信

最近、タレントが田舎を訪ねて面白おかしく村を紹介する番組が増えているが、山江村では誇張や過剰な演出は一切せずに、普段着の会話をそのまま発信することに専念してきた。日ごろの暮らしぶりをそのままの空気で発信する。そのことが十数年間継続できた秘けつだと思ひ、着実な山



全国の地域が連携したインターネット放送局（IT機器展示会）

江村ファンの拡大につながっている。つまり独自にマーケットをつくり出しているのである。

今では、日本最大のIT機器展示会で全国を結ぶインターネット放送局のメインスタッフを任されたり、他地域の応援に出掛けることもひっきりなしである。同村を初めて訪れたほとんどの人が「岸本さんは随分大風呂敷を広げていると思っていましたが、来てみたら、聞いていた話より十倍いいところだね」と語る。事前に番組を見た人が多く、自然体の情報発信がこういうところに行きついていると感じる。

しかし山江村は今、過渡期にあるかもしれない。本来目指していた総合的な企画力を持った住民は増えつつあるし、一次産業とITを結び付けて新しい産業を興すという目標にもかなり近付いてきた。しかし小さな村だから住民ディレクターには行政職員が多く、行政主導型でここまで来た。

真の民間活力で事業化を図り、収益を上げる体制をつくるには、企業家の発想と行動力が求められる。しかも放送と通信の融合の問題がライブドア事件



市民メディア集会

前後から大きな関心と呼んだように、これからの情報化は目まぐるしく変化し、進歩するIT業界の先端動向を読む力、使える力が求められる。

（「コミュニティづくりの最強の道具に

元気な大人の背中を見て故郷に帰ってきた若者たちは、道具を繰るのは得意だが、農林業や村の生活には年季が入った知恵が必要だ。このマッチングをスムーズに行い、お金を生み出す力を持った村の住民プロデューサーの登場が未来を開いていくと思う。

これからは情報を共有し、自由なコミュニケーションの場をつくるのが、このような人材輩出の環境になると思われる。「自前のテレビ」をつくるのが具体策につながる。

山江村はテレビに必要なソフトは山積みされているが、ブロードバンド普及率をどう上げていくか、ITを活用できる環境づくりをいかに具体化

するか、今まさに総合的な企画力が問われる新しいステージに入ったのではないかと感じる。テレビというコミュニケーションツールの活用が、「地域力」を統合し、次々と新たな企画・事業を生み出す手法とも言える。ゲームのように楽しみながら新たな発見をし、創造していくコミュニティづくりの最強の道具が今、私たちのすぐ手元にある。

(URL: <http://www.prism-web.jp>)



市民とボランティアが

作り上げた「まちの映画」

——地域を愛する心を醸成したムービープロジェクト

企画部 企画政策課・市民部 地域コミュニティ課

温暖な気候に恵まれた宮崎市は、「九州一のまちづくり」を目指して、六つの目指すべき像を設定し、さまざまな施策を行っている（図参照）。

「なぜ日本一でないのか」については、「まったく手の届きそうもない目標より、やればできるといふ目標を掲げることにし、その達成感が重要である」という考えに基づくもので、当初四つの目指す像があったが、現在は六つに増え、それぞれの分野で住みやすいまちづくりに取り組んでいる。

（ボランティア都市づくりがまちを活性化）

その中の一つ「九州一のボランティア都市づくり」を目指して、市は市民活動を支える拠点づくり（市民活動センターを平成十二年八月にオープン）、人材育成、資金確保（受け付けた寄付と同額を市が上乗せして積み立てるマッチングギフト方式）などに取り組んできた。九州一のボランティア都市づくりを打ち出したのは、津村重光市長が姉妹都市である米バージニアビーチ市を訪問し

た際、市民一万人がボランティアとしてまちづくりに貢献しているのに感銘を受けたのがきっかけだった。

同市長が示した「市民が精力的に活動することがまちの活性化につながる」との方針を踏まえ、宮崎市のボランティア育成がその後本格化する。

ボランティア都市づくりは、市民のパワーをまちづくりの活力にしていけるのが狙いであり、市民の社会貢献活動がしやすい環境づくりに市が取り組んだ結果、今では約九十のNPOを含む五百以上の市民活動団体が生まれ、約八百人が市に個人としてのボランティア登録をしている。

そういった動きの中で、

宮崎市の目指す6つの九州一のまちづくり

1. 九州一の健康福祉都市づくり
2. 九州一のボランティア都市づくり
3. 九州一の教育創造都市づくり
4. 九州一の環境都市づくり
5. 九州一の景観都市づくり
6. 九州一の子育てサポート都市づくり

市は平成十六年に市制施行八十周年を迎えた。市民と一体となって進めていく事業を展開するため、市は市民発案事業枠を設け、市民の自発的な活動をサポートする体制を整えたところ、十五事業から四十事業の提案があった。そのうち二十事業を八十周年事業として行うことを決め、市は補助金支援を行った。今回紹介する「みんなでムービープロジェクト」は、その中の一つであるが、企画立案から実行に至るまで、すべて市民、ボランティアの手によって行われ、「宮崎を愛する心を映画制作を通じて醸成した事業」として、市民に広く受け入れられた。

（NPOが実行母体に地域の「秋祭り」をテーマ）

みんなでムービープロジェクトの実行母体となった「宮崎文化本舗」は、NPO法人としては全国初の映画館「宮崎キネマ館」を運営しており、地方でなかなか見る機会の少ない優良映画の上映とともに、映画や音楽といった文化を通してまちづくりを進めるために組織された。特に、中心市街地の活性化と子供たちへの「場の提供」を視野に、まちを取材して、それをラジオ電波に乗せ、市民に聞いてもらう「子ども放送局」事業などに取り組んできた。

プロジェクトの映画テーマとなったのが「秋祭り」。子供を中心にして、「中学生の監督」とボランティアを中心にした「素人」だけで撮影・制作した映画である。ストーリーを広く市民に公募する



ことで、市内に埋もれていた話や陽の当たらなかったテーマを掘り起こすことにつながるなど、地域風土が育んだ文化の中から誕生した映画でもある。

スタッフとなった人たちはこれまで、ロケ支援の経験はあったものの、映画制作については初めての経験なため、郷土出身という縁から花堂純次監督の指導を仰ぎながらの制作となった。まずは人集めである。出演者はもちろん、制作スタッフ、脚本作成や主題となる映画のテーマをすべて公募し、広く市民の参加を得た。

その説明会に集まった人たちは、これから何が起きるのだろうという期待と不安の入り混じった表情でスタッフの話聞いた。そして、何も決まっていなことが次第に分かってくると、自分たちの手で映画を作り上げるんだというやる気が会場に沸いた。「まちづくりをしましょう」と漠然と言ってもなかなか腰が上がらない宮崎人質質であるが、具体的に映画制作という目標を持ったことで、映画によるまちづくりに興味が深まったのである。

中学生を監督に抜擢し 地域資源の素晴らしさを表現

そうして決まった市民の自主制作による「秋祭り」は、古くから市内各地に伝わる神楽の伝説を



まちの出来事を子供たちが取材（こども放送局）

踏まえ、神楽面をかぶったために神隠しにあった妹を、中学生の姉や同級生が救出するストーリーだ。神武大祭のパレードや市内の神社など、地元の風景を映画にふんだんに取り入れ、市民に対して親近感を持たせた。制作費は約百二十万円で、うち百万円を市からの助成金で賄った。

ストーリーは脚本家志望のある若い女性の手で仕上がった。監督候補には、花堂氏が

ある一人の女子中学生に目を留めた。「周りを見る力がある」「まとめ上げる力がある」との才能を見抜いた花堂氏は、彼女を監督に大抜擢。それまでの彼女の行動、発言などから周囲のスタッフも納得いく人選となった。そして、克蘭クイン。

八十周年記念事業として行われた映画制作だったが、携った人たちの中から「将来の夢がはっきり見えた。映画の道に進みたい」という中学生も現れた。映画制作・鑑賞を通して、宮崎の文化、



祭りのクライマックスシーンを演出

自然といった地域資源の素晴らしさを発見し、その良さを感じた人も多かった。地域の映画を作り、映像に残すことにより、映画を通じて地域意識が芽生え、いろいろなボランティア活動に参加する人が続出した。

市民の参加と力が目指す 「九州一のまちづくり」

昨年八月に宮崎市で行われた映画「海猿」のロケには、延べ二千人を超えるエキストラ、ボランティアが参加し、羽住英一郎監督も「宮崎のエキストラは精一杯楽しんでやってくれて、いい画が撮れた」と地元で感謝した。特に台風十四号の影響などから、参加できなかったボランティアも数多く、地元の映画制作に対する支援の意気込みを見せ付けたケースとなった。

映像を作るといふ一つの目標により、市民が力を合わせ、郷土を題材にした映画を作り上げたことは、これまでまちづくりやボランティア活動に無関心だった人々に郷土愛やコミュニケーションを醸成する意識付けにもつながった。この映画制作プロジェクトを通じて、多くの市民が参加する「九州一のまちづくり」の実現を目指す環境が、次第にでき上がったのではないかと考えている。

地域ブランドの適切な保護のための

地域団体商標制度

—平成十八年四月の施行に当たって

特許庁商標課

1 はじめに

近年、特色ある地域づくりの一環として、地域の特産品等を他の地域のもと差別化を図るための地域ブランド作りが全国的に盛んになっています。

地域ブランド化の取組では、地域の特産品に、その産地の地域名を付す等、地域名と商品名からなる商標が数多く用いられていますが、改正前の商標法では、そのような地域名と商品名からなる商標は、商標としての識別力を有しない、特定の者の独占に馴染まない等の理由により、図形と組み合わされた場合や全国的な知名度を獲得した場合を除いて、商標登録を受けることはできませんでした。

全国的な知名度を獲得するには、時間や費用がかかるため、登録までの間、他人の便乗使用を排除することができず、また、図形に地域名と商品名を組み合わせた商標は、他人が図形部分を変えて使用した場合には、その使用を排除することが

できない等、地域の事業者が安心して地域ブランドを展開できないという問題がありました。

なお、我が国では、現在約百七十六万件の商標が登録されていますが、図形やその他の表示に地域名と商品名を組み合わせた商標は約五百件あり、全国的な知名度を獲得したとして登録された地域名と商品名からなる商標は約八十件程度あります。

2 改正商標法 (地域団体商標制度)

特許庁においては、地域名と商品名からなる地域ブランドを適切に保護するため、平成十七年に商標法を一部改正し、本年四月より、地域団体商標制度を導入しました。

本制度は、地域経済の活性化に向けた地域の取組を応援するもので、これから地域ブランドを活用しようという地域の事業者団体の方々が、本制度を積極的に活用して地域興し

をしていただくことを期待しています。

地域団体商標制度では、地域名と商品名のみからなる商標でも、事業協同組合や農業協同組合等によって、商品の産地である等の地域との密接な関連性を有する商品に使用されたことにより、その商標が当該組合又はその構成員の使用に係るものとして一定程度広く知られている場合には、地域団体商標として、登録を受けることができます。

これにより、①地域名と商品名からなる商標がより早い段階で商標登録を受けることが可能となり、他人の便乗使用を排除することができ、さらに、②地域ブランド活動を展開していくとする事業者の方々には権利化へのインセンティブとなり、地域の活性化につながっていくことが期待できます。

① 全国的な知名度を獲得し、登録された例（例：夕張メロン、西陣織、信州味噌、笹野彫等）

夕張メロン

信州味噌

笹野彫

西陣織

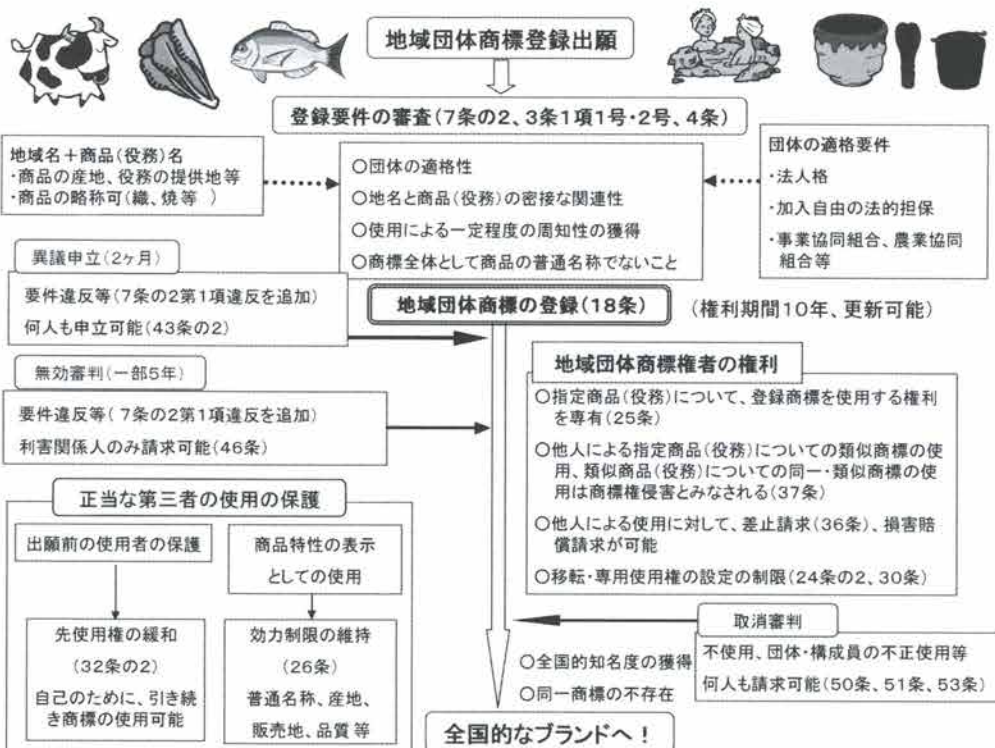
② 図形などを組み合わせて、登録された例（例：小田原蒲鉾、大館曲げわっぱ、関あじ・関さば、三ヶ日みかん等）



3

地域団体商標制度の適切な施行に向けた努力

商標法はこれまでも数次の改正を行ってきましたが、今回の改正では、マスコミをはじめとして、過去に例を見ないほど多くの地域の事業者の皆さんから注目を浴びています。例えば、昨年四月から本年の三月末までに、全国紙、地方紙を併せて、



また、日本弁理士会でも、平成十七年度事業計画の柱の一つとして「地域知財活性化運動」を掲げ、その一環として、地域ブランドの保護・活用の支援のため、商標キャラバン隊を結成し、地域に根ざした活動を行っている組織などに対して、地域団体商標の掘り起こし、保護、活用の支援を実施するとともに、地域ブランドセミナーを全国で開催したと聞いております。

地域名と商品名からなる地域ブランドが一定程度の使用実績を積むと、やがて地域団体商標制度の対象となりますが、地域興しを行う地方の事業者の方々に対し、本制度の趣旨、内容、出願された地域団体商標の審査基準など、全国津々浦々きめ細やかに説明会や相談事業を行ってまいりました。説明会は全国七十カ所で開催され、延べ約一万人の方の参加がありました。

地域団体商標の周知活動

地域ブランドに関する新聞記事は約五百回取り上げられています。特許庁では、他の省庁や日本弁理士会等の民間団体とも協力し、一体となつて、地域ブランド化の支援をするために、地域団体商標制度の趣旨、内容を広く普及するための普及啓蒙活動や、個別の事業者団体に対するきめ細やかな相談事業等、円滑な施行に向けて努力してきました。

4 地域団体商標出願の出願状況

このような特許庁における周知活動を通じ、各地域における地域団体商標制度への関心の高さを感じていましたが、新制度が施行された四月一日の出願受付初日においては、土曜日であったにもかかわらず二百五十八件もの出願を受け付けました。

5 地域団体商標出願の審査処理の予定

商標登録出願がなされると、出願から平均六、七カ月後に審査が行われます。地域団体商標出願も、同じ時期に審査が行われる予定です。したがって、本年四月の施行時に出願されたものは、本年十月頃に審査の第一次結果（登録査定又は拒絶理由通知）が出される予定です。

6 地域団体商標出願の際の注意点

地域団体商標として登録されるためには、次の要件を満たすことが必要です。

- ① 出願人が主体要件を満たしていること
- ② 構成員に使用をさせる商標であること
- ③ 商標が使用された結果、団体又はその構成員の使用に係るものとして周知となつていること
- ④ 商標が地域の名称及び商品又は役務の名称等からなること
- ⑤ 商標中の地域の名称が商品（役務）と密接

地域団体商標出願リスト (4/1~4/10、323件)

【都道府県名】商標

【北海道】宗谷黒牛、鶴川ししゃも、十勝川西長いも、虎杖浜たらこ、苫小牧産ほっき貝、音更大豆、音更小豆、音更黒豆
 【青森】たっこにんにく
 【宮城】仙台名産笹かまぼこ、仙台北長茄子漬、仙台北牛
 【秋田】比内地鶏
 【山形】米沢牛、山形おきたま産はえぬぎ、米沢織
 【福島】喜多方ラーメン
 【茨城】結城紬
 【群馬】高崎だるま
 【千葉】富里スイカ、房州びわ、八街産落花生
 【東京】江戸木版画、江戸甘味噌、稲城の梨
 【神奈川】小田原蒲鉾、小田原かまぼこ、松輪サバ
 【新潟】新潟県産コシヒカリ、魚沼産コシヒカリ、岩船産コシヒカリ、佐渡産コシヒカリ、新潟米、魚沼米、岩船米、佐渡米、にいがたねぎ、新潟えだまめ、新潟茶豆
 【長野】信州諏訪みそ、諏訪味噌、市田柿
 【山梨】甲州手彫印章、やはたいも
 【静岡】三ヶ日みかん、由比桜えび、駿河湾桜えび、遠州灘天然とらふぐ、焼津鯉節、静岡茶
 【愛知】八丁味噌、八丁味噌、八丁味噌、愛知八丁味噌、愛知八丁赤だし、名古屋

コーチン、純鶏名古屋コーチン、純系名古屋コーチン、常滑焼
 【岐阜】飛騨牛、岐阜提灯、美濃白川茶、美濃焼、飛騨ヨーグルト、飛騨コーヒー、飛騨アイスクリーム、飛騨プリン、飛騨フレッシュボーク、飛騨牛ホルモン、飛騨牛串、飛騨牛乳、下呂温泉、飛騨春慶、美濃焼の里滝呂
 【三重】松阪肉、松阪牛
 【石川】能登みそ、加賀みそ、中島菜、能登和牛、能登牛、能登豚、金沢仏壇、七尾仏壇、牛首焼、加賀友禅、輪島塗、金沢焼、大野醤油、山代温泉、山中温泉、粟津温泉、片山津温泉、和倉温泉、金沢箔、加賀野菜、加賀太きゅうり、加賀れんこん、金沢一本太ねぎ、加賀つるまめ
 【福井】越前おろしそば、若狹塗箸、越前そば、越前竹人形、若狹かえり
 【滋賀】湖産あゆ、琵琶湖産鮎、近江牛、雄琴温泉、近江の麻、近江ちぢみ、草津メロン
 【京都】京生菓子、京飴、京せんべい、西陣爪搔本綴織、西陣御召、西陣金襴、京房もも、京念珠、京くみひも、京仕立、宇治茶、湯の花温泉、京都ハッ橋、京銘菓、京都産丹波大納言小

豆、京都産丹波黒大豆、京都丹波産馬路大納言小豆、京都丹波産新丹波黒、京黒紋付染、京印章、間人ガニ、祇園鯖すし、京の小倉饅頭、京の小倉餡、京の小倉ぜんざい、祇園饅頭、祇園だんご、京三笠、京の五色豆、京名物そばばうろ、京のハッ橋、聖護院だいこん、壬生菜、堀川ごぼう、京人形、京象嵌、京みたらし団子、京味噌、京麩、京ゆば、京名物昔菓子、京の伝統野菜、九条ねぎ、賀茂なす、鹿ヶ谷かばちゃ、伏見とうがらし、聖護院かぶ、京の色紙短冊、和本帖、京菓子、北山杉、北山丸太、舞鶴かまぼこ、京みず菜、伏見甘長とうがらし、万願寺甘とうがらし、万願寺甘とうがらし、京山科なす、丹波くり、京野菜、京都大納言小豆、丹波黒大豆、京都米、京たんご梨、丹波松茸、京たけのこ、京手描友禅、鷹峯とうがらし、田中とうがらし、京せり、西京味噌、京料理、京念珠、京都肉、京小紋、京友禅、京名物そば餅、京和装小物、祇園の紙おしろい、京の油とり紙、京菓子、京名菓、京名物ハッ橋、京名菓ハッ橋、京の生ハッ橋、京舞妓、京都

名産しば漬、京都しば漬、京都名産すぐき、京都すぐき、京都千枚漬、京都名産千枚漬、京つけもの、京漬物、京仏具、京仏壇、京甲冑、京雛、京人形、鴨川納涼床、京おかき、京あられ、京鹿の子紋、京佃煮、京つくだに、山科なす、京表具、京焼、清水焼、京石芸品、京石塔
 【大阪】大阪欄間、泉州タオル、和泉木綿
 【兵庫】明石鯛、明石蛸、明石海苔、但馬牛、神戸ビーフ、神戸肉、神戸牛、但馬ビーフ、但馬牛、神戸シューズ、豊岡靱、豊岡杞柳細工、丹波ひかみ米、垂水産あなご、三田ビーフ、三田牛、三田肉、神戸いかなごき煮、垂水わかめ、須磨海苔、播磨毛鉤
 【奈良】吉野杉、吉野松、吉野材、吉野木、吉野葛、高山茶、吉野和紙
 【和歌山】有田みかん、紀州みなべの南高梅、紀州うすい、和歌山ラーメン、紀州備長炭、しもつみかん、すさみケンケン鯉
 【鳥取】東伯和牛、東伯牛
 【広島】ひろしま牛、太田川しじみ、広島酒、広島みかん、広島レモン、広島はっさく、広島いちじく、蓬菜柿、福山琴

【徳島】なると金時
 【高知】四万十川の青のり、四万十川の青のり
 【愛媛】西宇和みかん、真穴みかん、川上みかん
 【福岡】小石原焼、合馬たけのこ、博多人形
 【佐賀】神埼そうめん
 【長崎】長崎カステラ
 【熊本】黒川温泉、阿蘇たかな漬、球磨焼酎、熊本名産からし蓮根
 【大分】豊後別府湾ちりめん
 【宮崎】宮崎牛、宮崎和牛
 【鹿児島】本場奄美大島紬、鹿児島黒牛、本場大島紬、薩摩焼、知覧紅、自然交配加世田のかぼちゃ、かごしま知覧茶、南さつまハウス金柑春姫、知覧茶
 【沖縄】沖縄そば、沖縄黒糖、伊平屋島産黒糖、粟国島産黒糖、多良間島産黒糖、小浜島産黒糖、西表島産黒糖、波照間島産黒糖、与那国島産黒糖、おきなわ和牛、石垣牛、沖縄もずく、琉球びんがた、首里織、石垣島産ウコン、石垣島産ゴーヤー、石垣島マンゴー、石垣牛、石垣島パイナップル、石垣黒鶏、八重山そば、石垣島唐辛子ラー油、八重山そば、石垣の塩、八重山かまぼこ、琉球泡盛

地域団体商標は、特に「その商標が使用された

な関係を有していること
 ⑥ 普通名称化していないこと、他に周知とな
 っている同一・類似商標がないこと、商品
 (役務)の品質の誤認を生じること、おそれのない
 こと等

これらの登録要件を満たした地域団体商標の出

結果、団体又はその構成員の使用に係るものとし
 て、例えば隣接都道府県に及ぶ程度の範囲におい
 て知られている」ことが登録となる要件のポイン
 トとなりますので、必ずしも先を争って出願しな
 ければならないものではありません。

7 おわりに

地域団体商標制度は、新制度のスタートとして
 順調な滑り出しではないかと考えています。これ
 までも、新制度の円滑な導入に向けて万全を期す
 ために可能な限りの周知活動を行ってきました
 が、今後も引き続き制度の周知徹底を図ってまい
 ります。

これから地域ブランドを活用しようという事業
 者や団体が、本制度を積極的に活用し、地域興し
 をしていただくことを期待しています。

【参考】地域団体商標制度に関する問い合わせ先

〈制度に関する〉

特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室
 電話 03-3581-1101
 内線 2806
 FAX 03-3580-5907
 電子メール PAT80@jpo.go.jp

〈審査・基準に関する〉

特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室
 電話 03-3581-1101
 内線 2807
 FAX 03-3580-5907
 電子メール PAT00@jpo.go.jp

※提供原稿と表を原文そのままに掲載しました。

(地域づくり編集)

全国地域 リーダー

養成塾

開講式

第18期生43人が入塾

理論・実践面の飛躍を目指す

(財)地域活性化センターが平成元年
度から実施している全国地域リーダ
ー養成塾の第十八期開講式が五月十
日、東京・銀座ラファイナートで行わ
れた。開講式には、大森彌塾長(東
京大学名誉教授)をはじめとする講
師陣、総務省の荒木総括審議官ら関
係団体、塾生派遣元

団体関係者が出席す
る中、地方公共団体、
地域づくり団体など
から、過去最多とな
る四十三人の塾生を
迎え入れた。

同養成塾は、「広い
視野と深い見識、卓
越した想像力と豊か
な人間性を備え、常
に問題意識と確固た
る使命感を持ち、積
極的・主体的に行動
できる地域のリーダ
ーを養成する」を基

本理念に開講し、これまでに五百四
十三人が卒業、地域のリーダーとし
て全国各地で活躍している。

開講式では、大森塾長が養成塾の
基本理念を訴え、「与えられた情報
に関心がないと行動は生まれない。
また言葉、表情、動作によって自分
自身を表現し、相手の
ことを理解する。研修
を通じ、この能力を個
人がどう磨くかが問題
だ」と塾生を激励した。

これに対して、塾生
を代表し長谷川弘光さ
ん(まちづくりネット
ワーク・かぞ)が、「全
国から集まった入塾生
は、地域づくりが一個
人、一団体のみでは解
決できないことを理解
しており、今後一年の
活動の機に、改めて地
域を見詰め直し、理



開講式集合写真



決意の言葉を述べる塾生代表

全国地域リーダー養成塾 塾長・主任講師一覧

【塾長】大森 彌 (東京大学名誉教授)

【主任講師】

宮口 侗迪 (早稲田大学教授)

卯月 盛夫 (早稲田大学教授)

小田切徳美 (明治大学教授)

辻 琢也 (一橋大学大学院教授)

内海 麻利 (駒澤大学助教授)

論・実践面
ともに磨き
をかけ、地
域づくりの
実践家として飛躍したい」との決意
を述べ、開講式を終了した。

同養成塾の主な特徴は、①地域づ
くりに必要なテーマについて複数の
講師の講義を中心に体系的に行う②
通常の講義のほかにも、専門家、行

政・民間の実践家などの多彩
な講師陣によるワークショップ
、ディベートなど実践面を
重視した演習を多く取り入れ
る③五人の主任講師による少
人数のゼミナール形式の講座
を開講し、塾生の課題研究に
対して、きめ細かい指導を行
う④卒業後も修了者を対象と
した研修会、情報交換会を定
期的に開催するなど、フォローアッ
プを行うなどが挙げられる。

研修は東京で五月、六月、八月、十
月、十二月、二月に各三〜四日間行
う一般研修のほか、七月には寝食を共
にし、交流を深めることも目的とし
た合宿研修、各ゼミ単位で課題研究
やまちづくり団体とのネットワーク
拡大を目的とした先進地視察も行う。
特定非営利活動法人を主体とする
まちづくりの進展、地元企業・団体
との連携による地域活性化など、住
民自治に関連するさまざまな新しい
取り組みにより、地域の枠組み自体
が大きく変わろうとしている中で、
塾生はこれから十カ月に及ぶ研修
に参加する。

(財)地域活性化センター研修交流課

● 野口みさ子

地域の個性や住民意思を反映させた

新しいまちづくり

合併市町村の地域課題解決の基本的な仕組み

企画管理部企画調整局
市町振興課長

● 栃尾 隆

兵庫県は平成十四年十二月、「合併後の旧市町の自立的運営の保障システム」として、多核的ネットワーク型や機能集約型など、合併後の地域構造に応じて住民の意見を反映しながら地域課題を現地で解決する基本的な方策を提案した。

その後、合併が具体的に進展し、地域自治体や地域審議会などを通じ、旧市町村の個性や住民意思を反映させた新しいまちづくりが模索されているが、なおその具体的な運営方法が課題となっている。

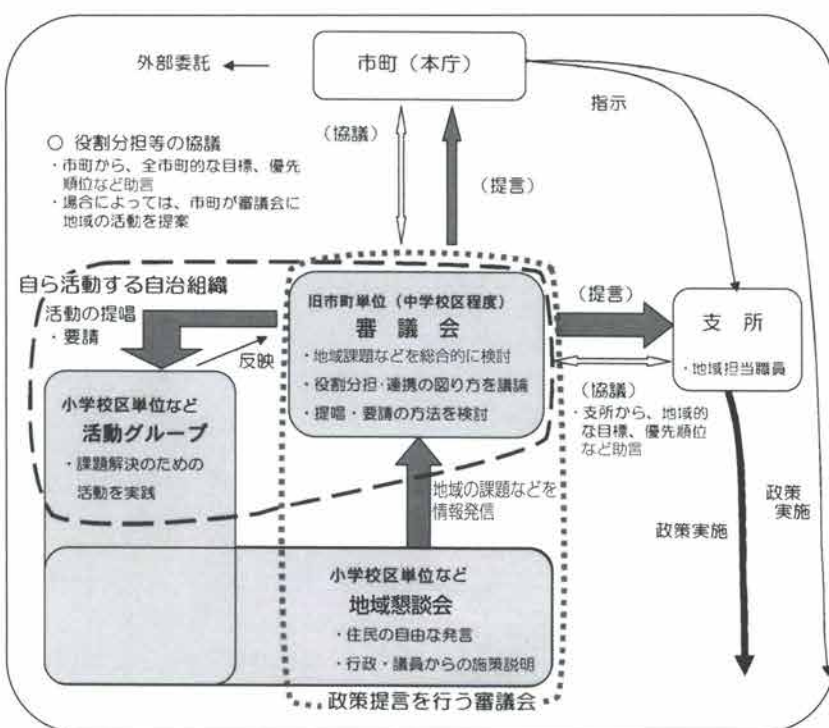
このため、このたび、有識者の意見も踏まえ、合併に際して設けられた地域審議会などがより効果的に活動することで、地域の個性や住民意思を反映させたまちづくりを進めていくことができるような、より具体的な方策を提案した（「自立的運営の保障システム」については、兵庫県の市町振興課HPおよび本誌百八十号二十一ページ参照。なお、兵庫県においては村がないため、以下通常の都道府県では「市町村」とすべきところを「市町」としている）。

住民と行政の役割分担と連携のまちづくり

地域サービスを担うのは行政だけではなく、住民も共に担い手となって自分たちでできることは行っていくとの視点に立って、住民の参画と協働の下、行政と住民との役割分担や連携を行い、各地域の個性を生かしながら、均衡の取れたまちづくりを進めていくことを目指している。

行政と住民の協働のあり方、住民意思の反映のための基本的な型として、地域の中に「地域懇談会」「審議会」「活動グループ」を置き、「地域懇談会」プラス「審議会」の部分で「政策提言を行う審議会」の部分、「審議会」プラス「活動グループ」で「自ら活動する自治組織」の部分と想定し、全体をワンセットとして提案している。

全体イメージ



地域懇談会

（小学校区などの単位）

地域居住の職員・議員を含め、住民すべてが参画できるようなオープンな地域懇談会を定期的に開催し、幅広く住民の意見を拾い上げる。

懇談会は、地域の施策に係る意見など自由な意見の収集に主眼を置いており、議論のテーマは、地域特有の課題に絞るなど、地域ごとの差もあり得る。また、市町や議員から行政施策の情報提供を行うことも考えられる。

審議会

（旧市町単位・中学校区程度）

旧市町単位（中学校区程度）で、審議会を設置

し、市町とも協議しながら、地域懇談会に寄せられた幅広い意見などを総合的に検討。地域課題を明らかにし、コスト面も踏まえながら、課題解決のための実施主体（行政、住民、外部委託など）の役割分担と連携の図り方などを議論する。その際、行政と住民が協働し地域サービスを担っていく視点から、住民に応分の負担を促すことも検討する。

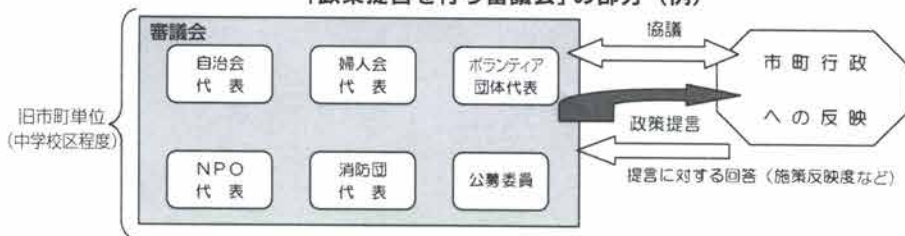
行政が主体となって解決すべき課題には、市町（本庁または支所）への政策提言を行う。また、住民が主体となるべき課題に対しては、課題解決や地域振興を図るための活動内容を議論し、その活動を活動グループに提唱または要請する。

活動グループ

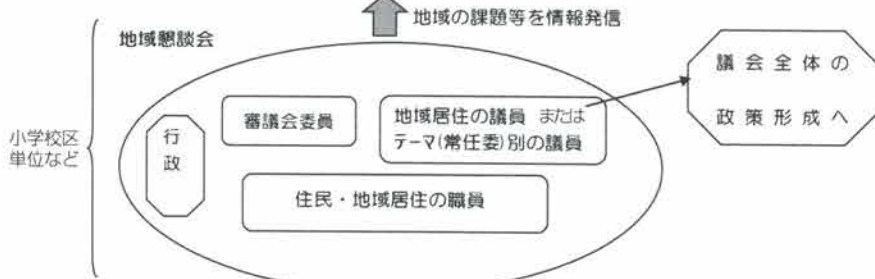
（小学校区などの単位）

審議会から要請・提唱を受け、地域で既に活動を展開している自治会、NPO、ボランティアなど、さまざまな団体が連携などを行い、活動を行う。例えば、活動内容によっては、個別の団体が活動を展開するケース、または、安全・安心部会などの部会を構成し、活動内容に関係のある部会

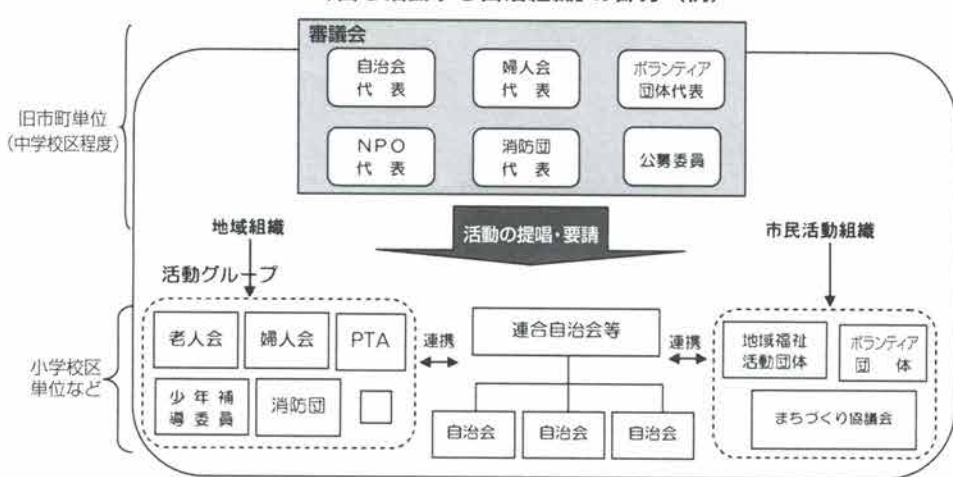
「政策提言を行う審議会」の部分（例）



地域の課題等を情報発信



「自ら活動する自治組織」の部分（例）



が中心となり活動するケースなどが考えられる。活動単位は、旧来から最も基本的なコミュニティの単位である小学校区などとしているが、活動内容や活動の提唱・要請を受けた団体などによって、小学校区よりも広い単位、小学校区よりも狭い単位（例／各集落・各家庭など）も考えられる。

地域の実情に応じた採用を

「地域懇談会」「審議会」「活動グループ」のワンセットで提案しているが、地域の実情に応じた

採用も可能だと考えている。

例えば、政策提言に重点を置くのであれば、地域懇談会と審議会のみを設置する地域もあり得るし、より充実した地域懇談会のみを設置する地域も想定している。

また、段階的な採用を目指すならば、当初は一部分のみを採用しながら、将来的に「地域懇談会」「審議会」「活動グループ」のワンセットに移行する地域も想定している。

支所が配置されている旧市町単位（中学校区）などにおける自治を充実させるためには、支所ごとにある程度の財源・権限を付与し、地域の課題を地域で議論・決定し、実践・解決できるように独立性を持たせることが望ましいと考えている。

求められる現地解決型の地域経営

以上が本提案の概要である。市町と住民が連携しながら住民活動などにより、地域課題の解決や地域サービスの充実を図ることは、いわば新しい現地解決型地域経営のあり方の一つとして、今後求められる重要な機能ではないかと考えている。

「地域の個性や住民意思を反映させた新しいまちづくり」の提案（本文）は、兵庫県企画管理部企画調整局市町振興課のHPに掲載しています。

(URL: <http://web.pref.hyogo.jp/sichou/postpost/gappei.htm>)

手づくり福祉が築く

”大きな家族“

「ここに居ていいんだよ」——驚くほど居心地のいい空間だった。人が集まってくる。童謡が、ポップスが、クラシックが心地よく流れている。時として歌もうたう。気が付けば、認知症のおばちゃんも声を合わせている。その笑顔と歌声にみんなも

生きがいづくり、介護予防と中心市街地活性化を目指した街中サロン「なじみ庵」も開所した。

NPO法人化で
介護保険指定事業者の道

につこり。ゆいの里は大きな家族だ。特定非営利活動法人「ゆいの里」は、民家を活用した小規模の通所介護施設「デイホームホットスペースゆい」をはじめ、介護や福祉に関する相談窓口、ホームヘルパーアシスト、在宅介護支援事業所を兼ね備えたトータルサポートセンター「あったかいごや」などを運営しているNPO法人である。昨年十一月には、地域高齢者の

ゆいの里は、介護保険制度開始以前から自主事業として住民参加型在宅福祉サービスを実施してきた。運営には、ボランティアであるスタッフはもちろん、利用者にも相應の負担がかかった。制度施行後、指定事業者になれば利用者負担は利用料の一割で済む。ボランティア団体であるゆいの里は試行錯誤の後、NPO法人として介護保険の指定事業者になる道を選んだ。法人化により定款を定め、役員を置

き、理事会を開くなど、組織の形が明確になったことをよかったと感じている。

現在、小規模多機能の介護福祉事業に携わる職員は常勤が中心だ。大規模施設でキャリアを積んだ人がゆいの里の理念に共感し、口コミで飛び込んでくる。パート雇用中心とする事業者が多い中、ゆいの里の目指す「認知症や障害があっても、地域の



相馬さんと代表の飯島さん(右)

中でその人らしく暮らす」という介護支援体制の確保のためには、常勤専門職によるきちんとした対応が必要と考えているためだ。

しかし、一人ひとりに合わせた支援には手間も掛かり、効率性は悪くなる。第三者評価を受けた際、充実した支援内容は評価されながらも、組織のマネジメント力が課題と指摘されたことが象徴的だ。

運営が困難な
トータルサポートセンター

街中の交差点の角という好立地に目立つガラス張り。空き店舗を活用した建物があったかいごやである。介護に関する悩みや不安を抱える多

くの人が駆け込み、勇気付けられてきた。

四年前、経済的な無理を押してまでも同施設を開所したのは、「このまちにとって必要だから」という

思いがあったと代表の飯島恵子さんは当時を振り返った。それまで、ホットスペースゆいの二階を事務所兼相談窓口としてきたが、地域を見渡した時に「困った時、気軽に相談できる場所が見える所に出てきた。」「思い切って街中

ひっきりなしに電話が掛かる。相談者が訪れる。その一人ひとりに、飯島さんやあったかいごや管理者の相馬律子さんは、心を込めて対応する。その温かい対応に、相談者はほっとした顔で帰って行く。あったかいごやが、このまちの人にとってどれほど大きな存在かが分かる。

しかし、今年三月末で閉鎖。家賃、光熱費、いつでも対応できるスタッフ体制を整えると、月々数十万円という大きな出費になる一方で、施設の運営に必要な収入を確保することが困難だった。四年間頑張ってきた

★ 団体プロフィール ★

設立年＝平成8年3月
(平成12年法人化)

設立・運営主体＝特定非営利活動法人

代表者＝飯島恵子

会員数＝200人

<事務局連絡先>

〒329-2724

栃木県那須塩原市西幸町2-16

(電話) 0287-38-1868

(FAX) 0287-38-1869

(URL) <http://www.yuinosato.gr.jp>

が、再びホットスペースゆいの二階に戻る。あったかいごやの存在がまちの人に浸透したところでの閉鎖。残念に思うものの、「やるだけのことはやった」とも感じている。

街中サロン開所で 地域高齢者の生きがいづくり

街中サロンなじみ庵の開所に当たって、初めて補助金を受けた。県の「ここだけの商店街創生事業」(十七年度のみ)と市の「街中サロン事業」(五年間。運営費を含む)である。地域高齢者が会員となり自らの力を発揮する生きがいづくりと、空き店舗を活用した商店街の活性化、地域住民同士の交流が目的だ。

ゆいの里は、「介護に至る前の段階で食い止めるような地域活動をしたい」とずっと考えてきた。しかし、そのためのスペース、人員を割く余裕は生まれない。そんなゆいの里と行政の意向が合致し、街中サロン構想が動き出す。当初はあったかいごやで展開するつもりだった。しかし、商店街に位置していないため、助成要件に当たらないことが判明。場所を変えて検討し、現在のなじみ庵に落ち着いた。

活動の場として高齢者に力を発揮してもらいたい。しかし、「あと一

歩」がなかなか踏み出せない。趣旨を理解してもらおうのに時間がかかっているが、口コミで利用者は増えており、地道な広がりにも手応えも感じている。高齢者のみならず多様な人に来庵してほしい。地域の人が利用することで、高齢者も安心して立ち寄ることができているのではないか。その相乗効果にも期待しているとコーディネーター宮本幸代さんは、なじみ庵への思いを語り始めた。

世代間交流の場への期待と 男性利用拡大の課題

子供たちに向けるまなざしも実に優しい。かつて携わったことのある学童保育では、子供たちの置かれている状況の厳しさを感じた。今、なじみ庵に何かを求めて来る子供たちももちろん、この子供たちにとっても居場所になるのではないか。子供たちのかかわりを高齢者に持ってもらいたい。しかし、世代間交流は



街中サロン なじみ庵

難しい。小学生が「ただいま」とやって来るのは夕方。高齢者は活動時間を終えている。この時間差。それでも、夏になれば涼しくなっ

てからが活動時間になるはずだ。今後、どのように人の動きが変わっていくか、楽しみでもある。

なじみ庵は、その人の人の使い方があってよい。活動の場として力を発揮するのにもよい。ゆっくり休むだけでもよい。食事に来るのもよい。求めるものは一人ひとり違う。地域の中で、より自分らしく生き生きと過ごしてもらうきっかけになればと思う。「ここはスタッフが楽しそうね」と声が掛かる。「ここに来るとほっとする」、そう思ってくれる人がいる。コーディネーターとして喜びを感じる瞬間だ。

レストランの営業許可が取れたことも大きい。人が集まる所に食べ物が必要だと実感する。「ゆっくりしちゃったわ」と、一、二時間おしゃべりを楽しんでいく。利用しやすい

ように価格も抑えている。シビアに原価計算する人がいれば、この価格では提供できないかもしれない。行政からの助成がある今、価格を低く設定することでより多くの人に利用してもらいたい。ここに足を運ぶことで、閉じこもりなどを防止することにつながるっていいじゃない。その広がりやを大事にしたい。

圧倒的に女性の利用が多い。男性はどのようなことに興味を持つのか。誰もが利用しやすいするにはどうすればよいのか。何をきっかけに外に目が向くようになるのか。それがこれからの課題だ。

「元氣な高齢者が地域を支える」。なじみ庵を足掛かりに「おせっかいし隊」が生まれたらなあ、新たな希望を語る飯島さん。「困っている人がいると通り過ぎることができない」とは、相馬さんによる飯島さん評だ。気付いてしまうと見て見ぬふりができない。磁石のように困り事を引き付けていると言われたことも。「おせっかいなんだね」と屈託なく笑う。仕事だけではない。人も引き付けられる。ゆいの里には磁石のような魅力があった。

(財)地域活性化センター

編集委員 ● 宮内恵美

市民社会組織の

自立を支援！

「CSO」という言葉をご存知だろうか。近年、地域協働の動きが各地で活発となり、住民やNPOとの協働を掲げる自治体が増えてきている中で、佐賀県ではCSOと呼ばれる組織を協働のパートナーとして位置付けている。

CSOとは「市民社会組織」(Civil Society Organizations)の略で、NPO法人、市民活動・ボランティア団体に限らず、自治会、町内会、婦人会、老人会、PTAといった組織・団体を含めたものであり、古川康佐賀県知事が使い始めた言葉である。

なぜNPOでもなく、CSOなのか。かつては佐賀県NPO推進機構という組織があ

★ 団体プロフィール ★

設立年＝平成16年10月(17年10月法人化)
設立・運営主体＝特定非営利活動法人
代表者＝川副知子
事務局長＝石崎方規
構成人数＝6人(職員)、15人(会員)
＜事務局連絡先＞
〒840-0813
佐賀県佐賀市唐人2-5-12
(電話) 0952-26-2378
(FAX) 0952-26-2227
(URL) <http://www.saga-cs.org>

ったが、もともと佐賀の土壌として自治会などの地域に根差した「地縁組織」の活動が盛んであり、同じ関心の下に集まる「志縁組織」であるNPOだけを取り上げるのは、これまで頑張っていた地縁組織を協働の対象から外すこととなり、県の実情にそぐわないと考えたためである。

県民協働指針の策定に併せたCSO推進機構の発足

佐賀県CSO推進機構の設立は、県が平成十六年に打ち出した県民協働指針がきっかけとなった。CSOと県が対等な立場で協力し、地域づくりに取り組むための指針であり、これによりNP

Oの支援組織として設置されていた県NPO推進機構が発展的に解消され、川副代表理事や石崎事務局長らが中心に機構を立ち上げた。機構は、佐賀県内のCSO活動の支援、行政との協働におけるコーディネート、中間支援組織の取りまとめなどを目的としている。

主な活動としては、県民協働を考える集い(勉強会)の開催、県民提案公募事業である^{はのおけく}焔博記念地域活性化事業の応募事務、気軽に相談できる環境を提供するCSO活動フォローアップ事業などである。

住民組織まちづくり事業のコーディネート役

焔博記念活性化事業の応募事務は、県から平成十六年度以降受託した。この事業は、NPO以外にも、自治会や婦人会などの地縁組織がまちづくり事業を活性化に提案しているのが特色だ。一件当たり五十万円が上限の補助事業だが、採択総数は毎年五十件に上る。公的な資金を使って事業を実施するため、CSOは自分たちの活動を第三者に説明できるような客観的に評価し、情報公開する必要がある。



ティーンズ・ミュージカルSAGAの舞台

る。経営を意識し、自立に向けた取り組みを進めていくことを促す効果がある。

また、採択されなかった事業についても、少し工夫をすれば採択される可能性が十分あるものが少なくない。つまり、努力しようという気持ちを誘い出す仕組みになっている。

コーディネート役について取材しようとしたところ、幾つもの団体が続々と事務局へ申請の相談に来ていた。その中で、ティーンズ・ミュージカルSAGAの栗原誠治代表に話を伺うことができた。

彼らは、ミュージカルを通じて子供たちに舞台の厳しさや素晴らしさを教えたいという気持ちで活動している任意団体である。年に一度、佐賀市文化会館の大ホールで子供たちに

よるミュージカルを開催、一つの芸術作品を作ることを目指している。まちを元気にする取り組みとして地元でも注目を浴びる存在になりつつあるが、彼らにはまちづくりをやっているという意識はそれほど強くない。あくまでも良い作品を作りたい

いという目的で活動している。

しかし当初は、資金面や活動方法について問題があり、石崎事務局長に相談に行くことがあった。その時、石崎氏はまちが元気になる活動を説いた。「目的は違ってもまちづくりの担い手となるCSOを増やしていくこと。それが私たちの役割だ」と訴えた。

石崎氏は「とりあえずあそこ(CSO)へ行けばなんとかなるという場になりたい。それだけの機能を備えた支援体制をつくりたい」という思いを持っている。看板屋を営んでいたという同氏は、この機構の仕事は看板屋に非常によく似ているという。



石崎事務局長

やりたいことを行いながら、行政と協働することは十分可能であるということを、CSOも気付き始めている。

行政と対等に協働できる組織の確立が課題

しかし、行政とCSOとの協働には課題も多い。行政と協働できる自立したCSOがまだまだ少ない。また、県職員の間には県民協働指針の意識が行き渡っていないが、市町村になるとかなり温度差があるのも実情。いずれにおいても、県内各地でCSO活動を活性化させる必要がある。

県は今年度までに拠点となるCSO活動支援オフィスを県内七カ所に設置する予定だ。その拠点において、佐賀県CSO推進機構と同じような役割を果たすことができる中間支援組織を形づくっていく取り組みを進めていく予定である。

さらに、NPOなどの志縁組織と自治会などの地縁組織との連携も課題。地域に密着した組織の継続・連続性と、NPOの専門性がタイアップすれば、行政に依存しない地域経営が成り立つという考え方で、今後の支援の方向を見据えている。

資金、信用力、人材において、CSOと行政はあまりにも格差が大きく対等ではない。それは佐賀県CSO推進機構も同じ。石崎氏は「協働、協働と声高に叫ばれているが、まだまだ時期尚早。協働できる自立したCSOを地域にたくさんつくりたい」と語る。また同氏は、説得力のある助言を今後行うためには、自分たちがまず自立しなければならいとも考えている。行政との委託関係がなくなっても活動していけるような、自立した経営を目指している。

市の指定管理者に続きTMOにも参画

佐賀県CSO推進機構は、佐賀市

から公衆トイレのあるコミュニティ施設管理について平成十八年四月、指定管理者の指定を受けた。自立に向けた取り組みの一環である。三階建ての一階部分で喫茶店「TOJIN茶屋」を経営。二階は会議や研修に使えるスペース。そして三階には事務局がある。ここには、中小企業診断士や就労支援などの専門家も集まる。C



TOJIN茶屋と公衆トイレ

SO活動にかかわることならなんでも、相談に乗れる体制を整えつつある。

佐賀市との協定書はとても簡素な内容だ。「中心市街地活性化基本計画策定の時から市と一緒に仕事をしてきた経緯があり、施設運営についてもお互いに知恵を出し合って進めていこうという認識を相互に持っている。非常に良い形で行政との協働が実施できているのではないかと川副代表理事は語る。

さらに今後、佐賀市のTMOマネージャーも入居してもらい、中心市街地活性化における行政と協働できる連携したまちづくりを考えている。「二、三年もすれば、佐賀はがらっと変わっていくと思いますよ」との石崎氏の言葉に、少しずつではあるが着実に成果を上げている自負と、CSOによるまちづくりが活発になっていくであろうという期待を強く感じた。

(財)地域活性化センター

編集委員

辻

晋吾

センター 通信

地域活性化 フォーラム in 宮城

団塊の世代が地域を変える！
ゴールデンエイジによる地域活性化

二〇〇〇年の国勢調査によると、団塊の世代（昭和二十二年～二十四年生まれ）の人口は、日本の総人口の約五％に当たる六百八十九万人に上るとされています。この団塊の世代が二〇〇七年に定年退職することから、労働人口の減少や技術・技能が継承されない



木村政雄氏

地域活性化フォーラム in 宮城
●日時：平成18年7月14日（金）13:30～17:00
●会場：イズミティ21・小ホール
仙台市泉区泉中央2-18-1
TEL.022-375-3101

●主催：（財）地域活性化センター
●定員：400人
●参加費：無料

<内容>

■基調講演：木村政雄（プロデューサー）

■パネルディスカッション

コーディネーター 村松真貴子（キャスター・エッセイスト）

事例発表とパネラー 菊谷秀吉（北海道伊達市長）

福富善廣（NPO法人シニアしごと創造塾理事長）

パネラー 久田 恵（ノンフィクションライター）

山田晴義（県立宮城大学事業構想学部教授）

<問合せ先>

企画部情報サービス課

TEL.03-5202-6135 FAX.03-5202-0755

<申込方法>

（財）地域活性化センターホームページ「地域づくり百科」（<http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/>）からお申し込みいただけます。

どの二〇〇七年問題一が起きることが予測されます。また、この世代の大部分は、退職後も就労したいという意欲を持ち、退職後に社会とのつながりがなくなることによる不安を持っており、社会で活動することを希望しています。

一方、地方公共団体は地域の人口減少によるコミュニティの崩壊、税収の減少による財政の悪化という課題を抱えており、また、地域住民から多様化・高度化する行政サービスの提供を求められています。

このフォーラムでは、団塊の世代に対する就労支援、移住促進、地域づくりへの参加促進など、地方公共団体および地域づくり団体などの新たな取り組みについて考えます。

● INFORMATION

ヨーロッパ地域づくり 海外調査団のご案内

海外の先進事例から、より良い「まちづくり」を学びませんか？

当センターでは毎年、先進的な地域づくりを調査・研究するための海外調査団を派遣し、参加者から好評をいただいております。

平成18年度は、次のコースを企画しましたので、ぜひご参加ください。

●調査テーマ

官民協働によるまちづくり
地域資源を生かしたまちづくり
循環型社会を目指したまちづくり

●専門調査地

◇コペンハーゲン（デンマーク）
「行政と住民との協働によるまちづくり」

◇オスロ（ノルウェー）
「食の安全・地産池消によるまちづくり」

◇アムステルダム（オランダ）
「環境に配慮したまちづくり」



「オーマーク」ラベルの商品（オスロ市）

◇パリ（フランス）

「PPP（公共と民間のパートナーシップ）手法によるまちづくり」

●日程＝平成18年10月2日（月）～13日（金）

●費用＝618,000円

●募集人員＝20人程度

●お申込み

平成18年7月31日（月）までに、企画調査課へ。

TEL.03-5202-6133

FAX.03-5202-0755

スポーツ拠点づくり推進事業 開催されたスポーツ大会より



第17回都道府県対抗全日本中学生ソフトテニス大会
（3月開催・三重県伊勢市）



第5回全国小学生ソフトテニス大会（3月開催・千葉県白子町）

※大会に関する詳しい内容、その他スポーツ拠点づくり推進事業に関するお問い合わせ先

情報サービス課 TEL. 03-5202-6135
FAX. 03-5202-0755



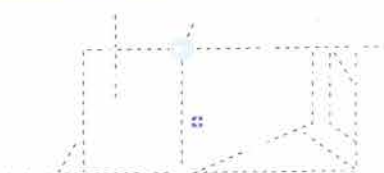
一年中、クライマックス。



富山

富山県観光課 TEL 076-440-1222 FAX 076-440-1223
富山県観光課 TEL 076-440-1222 FAX 076-440-1223

ときめき!
やすらぎ!
まごころ!
富山の旅



富山県

都道府県漫遊
POSTER GALLERY

手前みそ
ですが！

岩手県

奥州市

89

蔵の町



平成18年2月20日、岩手県南部の水沢市、江刺市、前沢町、胆沢町、衣川村の5市町村が合併して誕生した奥州市は、人口、面積とも県内第2位となる県南の中核的都市となった。実り豊かな大地が広がり、米、畜産物、野菜、果実など農畜産物に恵まれ、古くから息づく伝統産業、観光資源も豊富だ。

江戸時代、城下町として栄えた水沢区。市街には武家屋敷が保存され、訪れる人に当時の歴史を語り掛けている。北上川舟運による物資の集散地であった江刺区は、古くからの土蔵を利用した店が並ぶ「蔵町モール」が好評だ。みちのく東北の歴史と文化が体験できるテーマパーク「藤原の郷」は、映画、ドラマのロケ地としても利用されている。全国から高い評価を受ける牛肉の産地、前沢区。牛の博物館は、生き物として、産業として、人とのかかわりの面から牛について教

自然と伝統にうるおう副県都を目指す

武家屋敷



えてくれる。館内のレストランでは、本場の味を楽しむこともできる。平泉町に境を置く衣川区。その昔、平泉で栄華を欲しいままにした藤原氏の影響を受けた多くの史跡が残されている。



牛の博物館



長者ヶ原廃寺史跡



焼石連峰

「柳之御所・平泉遺跡群」として国指定史跡に含まれており、世界遺産登録を目指す「平泉の文化遺産」を構成する資産候補の一つでもある。奥州市全域を胆沢区にある奥州市最高峰の焼石岳が見下ろしている。高山植物に富み、花の山百名山にも選ばれたこの山を、訪れる登山愛好家が増えている。

これまでの紹介は奥州市の魅力のほんの一例。市内8カ所にある温泉を拠点に、じっくりとご覧いただくのもよろしいかと。皆様のお越しをお待ちしております。

6月

★日本橋ブラザビルイベントスペース

- 6月15日～16日
甲州市（山梨県）
- 6月22日～23日
松本市（長野県）
- 6月27日～28日
東根市（山形県）

★ふるさと情報プラザ

- 6月5日～7日
滋賀県
近江の夏の装い～近江上布～
- 6月8日～9日
栄村（長野県）
栄村観光物産展
- 6月12日～14日
福井県
セバレートゆかた & 半夏生サバ
- 6月15日～16日
上越市（新潟県）
上越はすまつりPR
- 6月20日～22日
群馬県
おいでよ群馬県立自然史博物館と西上州かぶらの里～富岡製糸場を世界遺産に～
- 6月26日～29日
〔財〕三重北勢地域地場産業振興センター
夏の風物詩をお届けします～よっかいちの名産品～



7月

★日本橋ブラザビルイベントスペース

- 7月5日～6日
大滝村（長野県）
- 7月12日～14日
甲府市
- 7月19日～21日
埼玉県
- 7月24日～25日
山梨県

★ふるさと情報プラザ

- 7月3日～7日
盛岡市
さんさ踊りPR展
- 7月10日～14日
新潟市
新潟の夏まつり展
- 7月18日～21日
岩手県市町村東京事務所協議会
いわてのお祭り展
- 7月24日～28日
関市（岐阜県）
小瀬鶏飼と刃物のPR展

(写真)

1 須賀川市の特産品と観光キャンペーン（4/6～7）、
2 みちのく岩手・いちのせき～関の物産と観光キャンペーン（4/20～21）＜以上日本橋ブラザビルイベントスペース＞、3 花と光のファンタジー熱海～アタミアートガーデンフェスティバル2006～（4/3～7）、4 好奇心の旅、始めませんか？大人が楽しむ臨海学校・南三陸町（4/10～14）＜以上ふるさと情報プラザ＞

【編集後記】

▼今月号は、全国各地で目立っている映画やテレビのロケ誘致・支援、自治体による住民参加型の映画作り、映画祭の開催や映像関連産業の誘致などに焦点を当てた「映像文化とまちづくり」を特集テーマに取り上げた。

▼映画はかつて大衆文化の象徴で、昭和三十年代までは都市中心部に映画館が立ち並び、親子連れで映画を楽しむ光景が多く見られた。その後のテレビの普及とビデオの登場で、映画館は急速に姿を消したが、映画鑑賞が家庭に場所を移したにすぎない。しかし、テレビでは味わえない臨場感や迫力感から、都市郊外部では近年、多くのスクリーンを持ち、邦画から洋画までを一つの建物で楽しめる複合映画館が注目を集めている。

▼こうした変化の一方で、各地ではふるさとの美しい風景、やさしい心情を映像で発信しようと、ロケ誘致や映画作りに行政・住民が一体となって取り組んでいる。その背景には、住む地域の魅力を再認識し、誇りを持ってまちをPRしようとする動きだ。地域再生へのトライアルとも言える。

▼また、市町村合併が急進展する中、市民参加の映画作りを通して、広域化した地域間の交流と地域一体感を図る試みも少なくない。郷土愛やコミュニティの醸成への期待もにじみ出ている。地方分権化社会の到来に備え、文化性の高い映像による「クリエイティブなまちづくり」が、各地の取り組みの背景に共通してあるようだ。

(沢)

7月号予告
若い世代、地域と歩む

地域づくり6月号

平成18年6月1日発行 編集・発行＝財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋ブラザビル13階 電話03-5202-6131（代） <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/> 印刷・製本／株式会社丸井工文社

法律で許可された場合以外に、本誌からの無断転載を禁止します



日本の宝くじの起源は江戸時代初期。撰津
箕面 (現在の大阪府) の瀧安寺で、正月の元
旦から7日までに参詣した善男善女が、自分の
名前を書いた木札を唐びつの中に入れ、
7日の日に寺僧がキリで3回突き、3人の「当せ
ん者」を選び出して福運のお守りを授けた
富会 (とみえ) が始まりとされています。

宝くじは約380年前、
瀧安寺から始まった。

宝くじの収益金は、
身近な街づくりに役立っています。

宝くじ



財団法人 日本宝くじ協会

当せんはしっかり調べて、しっかり換金。

<http://www.takarakuji.nippon-net.ne.jp>