

本誌は、室くじの普及・振興事業として助成を受け作成されたものです。

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 ■ 伝統産業の再生と
地域活性化

2

2009



神戸ワイナリー（農業公園）



神出神社



太山寺本堂（国宝）



学園都市

1 巻頭エッセー●「京都力」で未来のまちづくり

門川大作（京都市長）

特集 伝統産業の再生と地域活性化

- 4 伝統的工芸品産業のグランドデザイン 宮崎 清（千葉大学名誉教授）
- 8 福島県三島町 伝統技の復活による新しいふるさとづくり 小柴 謙
- 10 埼玉県川越市 産業観光の振興に向けた伝統産業の再生 徳田将史
- 12 新潟県村上市 地域特性を活かした資源活用のむらおこし 國井千寿子
- 14 石川県 異業種・産地間交流による新商品開発と地域再生への挑戦 緒方三郎
- 16 岐阜県関市 「刃物のまちづくり」で地域を活性化 波多野正人
- 18 三重県桑名市 地域ブランド創造と観光・交流拡大への期待 産業振興部
- 20 富山県氷見市 伝統的定置網漁業を活用した地域振興の推進 荻野直樹
- 22 兵庫県小野市 そろばんの進化による地域活性化への期待 上田剛嗣
- 24 広島県熊野町 「熊野ブランド」を生かしたまちづくりの推進 石井節夫
- 26 高知県黒潮町 地域資源の高付加価値化を目指す「さ・し・す・せ・そ計画」 松本敏郎
- 28 地域活性化に向けた伝統産業の再生と復活 柿野欽吾（京都産業大学経済学部教授）
- 32 伝統的工芸品産業の振興による地域経済の活性化を目指して 経済産業省伝統工芸品産業室

レギュラーレポート

- 35 第26回地域づくり団体全国研修交流会「愛媛大会」 企画調査課
宇和島から広がる地域づくりの輪
- 36 地域再生実践塾 第五回（福岡県久留米市） 井手修身
まちの「風景」「食」「物語」がつくる地域ブランド
- 38 公共スポーツ施設等活性化助成優良事業紹介 福岡県太宰府市
スポーツを通じた地域再生への支援
- 40 団体探訪 高松市
「三谷地区コミュニティ協議会」
コミュニティ活動で地域問題解決を
- 42 「和創良酒の会」 新潟県長岡市
酒造りによる地域循環型まちづくり
- 44 スポーツ拠点づくり推進事業 静岡県掛川市
第14回全日本トランポリントーナメント競技選手権大会
- 45 首長の思い 響き合いで創り出す地域の力 佐藤 陽一（日田市長）
- 48 センター通信

グラビア

- 2 伝統産業の再生と地域活性化
- 46 都道府県漫遊●神奈川県 47 手前みそですが…●宮城県大崎市



子鬼（追儺会）

●文Ⅱ沢 ●カメラⅡ小形又男

（神戸市西区）
神戸市西区にある太山寺で一月七日、恒例の追儺会（鬼追い式）が執り行われた。安土桃山時代からの伝統行事で、国宝に指定された本堂内で、運慶作と伝わる鬼面をかぶった「太郎鬼」などが、松明を持ちながら、太鼓の音に合わせて悪霊を退治する踊りを披露したあと、集まった住民などに餅を振る舞った。

神戸市の西端に位置し、北から三木市、稲美町、明石市に隣接する西区は、地域の個性・資源である「緑や水が豊かな自然環境」を踏まえた「美しい田園都市」を目指している。ニュータウンと農村地域がそれぞれの魅力を活かし、交流・融合しながら、多様な主体による持続的に自立した都市構造の「協働と参画によるまちづくり」に取り組んでいる。

表紙Ⅱ追儺会

「京都力」で未来のまちづくり

～「京都に住んで良かった」と
実感できるまちを目指して～

京都市長 ● 門川大作



私が市長に就任してからは一年、昨今の極めて厳しい社会経済状況などから、京都においても課題は山積している。しかし、京都の優れた地域力、文化力、歴史力、人間力、これらの「京都力」を結集すれば、必ず乗り越えられると確信している。

「ピンチをチャンスに」―市民の皆様一人ひとりと、夢や誇り、責任、行動、そして成果をも共有しながら、未来への展望を切り拓いて参りたいと、決意を新たにしている。

具体的な取り組みの一つとして、幅広い層の市民の参画を得て、京都の未来について議論、提言、行動する「京都市未来まちづくり100人委員会」を昨年九月に立ち上げた。この委員会は、行政が委員を選定し、行政が投げかけたテーマに対して答申をいただく従来型の委員会ではない。

運営自体をNPOに委ね、市民自らが白紙の段階から主体的に議論を重ねて企画し、同時に行政もそれをフォローする役割を果たす。そんな新しいスタイルの市民組織だ。新しい市民と行政の連携の在り方を模索する試みとして、多くの具体的な成果につなげていきたい。

二つ目に紹介したいのが、「DO YOU KYOTO? デー」の取り組み。今、世界で「DO YOU KYOTO?」という言葉が「環境にいいことしていますか?」の意味で使われているようだ。これをヒントに本市では、京都議定書が発効した二月十六日にちなんで、毎月十六日を「DO YOU KYOTO?デー」と定めた。市民や事業者の皆様とともに、「環境にいい取り組み」を実践する「DO YOU KYOTO?」プロジェクトを市内全域で展開している。京都

タワーをはじめ400箇所を超える屋外照明のライトダウンや、レストラン・料理店の御協力を得て、ろうそくやランプ等の灯でダイナーを楽しむ「京灯(きょうとう)ダイナー」など。こうした取組を通じて、京都から、具体的な温暖化防止の行動が広まるきっかけにしていきたいと考えている。

また、平成二十年七月に設置した「環境にやさしいライフスタイルを考える市民会議」では、自然のサイクルに合わせた京都らしいライフスタイルの実践など、我々が何をすればいいかの検討を市民ぐるみで行っている。

京都に生まれ、京都に育てられた私は京都が大好きだ。京都は、山紫水明の豊かな自然を有し、京都議定書を誕生させた環境先進都市。伝統産業の匠の技と先端技術とが融合するものづくり都市。更には、文化芸術、大学、宗教、人権、福祉、教育、国際、観光都市。

これほど多様な特性が、それぞれオンリーワンの光を放つ都市は、世界中でも稀ではないだろうか。この京都の特性をさらに磨き、市民の皆様と共に汗する「共汗」と縦割行政を排した政策の「融合」により、「京都に住んで良かった」と実感していただける、地域主権時代のモデルとなるような取り組みを着実に進めて参りたい。そして、全国の皆様にとっても「京都を訪れて良かった」と思っていただけの都市を目指したい。



伝統産業の再生 と 地域活性化



フランスでのしな織り実演 (上)
さんぽく生業の里でしな織り (左)
●新潟県村上市 (p12-13)



伝統工芸を活かした
九谷焼 USB メモリー (右)
と漆塗り洗面台 (下)
●石川県 (p14-15)



奥会津編み組み細工 (上)
三島町生活工芸館 (右)
●福島県三島町 (p8-9)



まちなか職人展鋸目立て (左)
まちなか職人展 (下)
●埼玉県川越市 (p10-11)



日本刀鍛錬 (上)
関鍛冶伝承館 (左)
●岐阜県関市 (p16-17)



そろばん組立実演 (上)
若狭塗算盤 (左)

●兵庫県小野市 (p22-23)



筆の里工房 (右)
筆祭り (下)

●広島県熊野町 (p24-25)



春日神社の大鳥居 (上)
「七里の渡し」をモチーフにした
マンホール (右)

●三重県桑名市 (p18-19)



黒砂糖工場 (左)
天日塩 (下)

●高知県黒潮町 (p26-27)



氷見の定置網漁 (上上)
海鮮館全景 (上下)

●富山県氷見市 (p20-21)



伝統的工芸品産業のブランドデザイン

伝統的工芸品産業の光をともし続けよう

企業数の激減と 従業者の高齢化

経済産業省の統計によると、平成十八年度の時点で、伝統的工芸品の製造を行っている企業は全国で一万六千七百四社ある。三十余年前には全国に約三万五千社があったので、この間に半数以上の企業が伝統的工芸品の制作をやめてしまったことになる。ちなみに、伝統的工芸品の全国生産額も、三十余年前には五千四百億円だったが、平成十八年度には千七百七十三億円に激減している。

企業数や生産額が減少しているばかりではない。伝統的工芸品産業への従事者数も、激減の一途をたどっている。三十余年前には約二十九万人いたが、十八年度には九万三千人ほどになっている。この三十余年の間に、なんと全国の伝統的工芸品産業従事者が約二十万人も姿を消してしまった。

加えて、職人たちの高齢化が著しくなっている。

平成十八年度は五十歳以上が七三%、三十~四十歳代が二一%、三十歳以下が六%である。三十余年前には全国の伝統的工芸品産業従事者の八割近くが五十歳以下だった。最近では、その年齢構成がほぼ逆転してしまっている。とりわけ、三十歳以下の若手の職人数が激減している。

このような最近のデータを見ると、伝統的工芸品産業はこの国からいずれ消滅してしまうのではないかとさえ思えてくる。日本のアイデンティティそのものといえる伝統的工芸品産業が消滅することなど、あってはならないことである。この短文では、伝統的工芸品産業へのエールをつづることにした。

「この国の光を消さないで」 の聲で生まれた伝産法

「伝統的工芸品産業振興法」（略称・伝産法）は、



千葉大学名誉教授
放送大学千葉学習センター

所長

● 宮崎 清

「この国の光を消さないで」という広範な国民の声を背景に、昭和四十九年五月に制定された。機械化による工業製品製造が主軸となって推し進められた一九七〇年代の高度経済成長期に、多くの国民が「日本各地に伝えられてきた手作りによる日常生活用具産業の火を消さないで」と叫んだのだった。そして、すべての国会議員がその声を聞き届け、議員立法として伝産法が生まれた。

「製造過程の主要部分が手工業的である」「伝統的技術または技法によって製造されている」「伝統的に使用されてきた工芸材料を用いている」「一定の地域で産地形成されている」などに加え、「主として日常生活の用に供されるものである」などを要件として、昭和五十年二月に南部鉄器、村山大島紬、飛騨春慶、宮古上布など十一品目が指定されたのを皮切りに、ほぼ毎年、日本各地に伝えられてきた手作りの品々が、国指定の伝統的工芸品に認定されてきた。



国指定伝統的工芸品の全国マップ

織物、染色品、陶磁器、漆器、木工品、竹工品、金工品、仏壇・仏具、和紙、文具、石工品、貴石細工、人形・こけし、工芸用具・材料などの領域にわたって、国指定の伝統的工芸品数は平成二十年四月の時点で二百十品目に達している。しかも、その指定品目は北海道を除くすべての都府県に存在している。

また、日本各地には伝産法による国指定品目のみならず、都道府県が独自に指定して保存・振興を図っている伝統的工芸品も数多く存在している。

国も、自治体も、それぞれの地域の風土の中

で育まれ、私たちの生活の中で親しまれてきた手作りの生活工芸品産業の振興を図ってきた。その背景には、何よりも、「日本の宝」「日本の手作り品の証」として、伝統的工芸品産業を愛し続けてきた日本人の心があるからである。

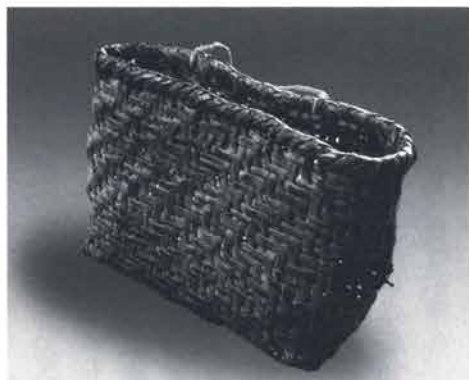
効率至上主義の見直し

これまでは、総じてものを大量に製造し、その販売量の秀でている産業が優良と評価されてきた。そのような産業の中で作り出されてきたものが、どれほど、私たちの生活に真の潤いをもたらしてくれただろうか。

確かに、私たちは簡単に手に入れることができる豊かな物質文明を謳歌し、享受してきた。しかし、その半面、私たちはものへの愛着やものを大切に使うとするやさしい思いやりを失ってきたとはいえないだろうか。溢れんばかりの物質文明の中にあつて、「また買い直せばいい」という安易な考え方が蔓延し、使い捨て文化が当たり前になってしまったのだ。家庭にあつても、ものが入れ替わり立ち代り変化し、愛着も、なじみも、ましてや、ものを大切に長く使うという、ものへの思いやりも生じる隙間がない。いったい、効率至上主義とは何なのだろう。大



伝統的生活工芸技術を生かして生まれた山葡萄の果物皿。節が無駄なく活用され、力強さを感じさせる造形である。ここには、「自然が育ててくれた素材をすべて活かさない」と申し訳ない」という伝統的工芸品作りの心が息づいている。



100年前に制作され使い続けられてきた山葡萄の腰籠。漆が塗られているかのような質感である。自然素材で制作される伝統的工芸品には、「古美る＝使い続けていくうちに美しくなっていく」という特質が見られる。

地球にやさしい伝統的工芸品

量に作られ使われること、ものの消費の回転率が早いことだけで、産業の効率をとらえる時代は過ぎ去った。強いこと、早いことがものの効率を計測するバロメーターであるとのみ考える時代は、もはや、過ぎ去った。

本物の効率とは、人間に対するやさしさ、ものに対するやさしさなどが総合されていることではないかと、今、私たちは考えるようになっていく。今や、これまでの効率至上主義ではなく、ものを使う側の論理を組み込んだ生産のあり方はもちろん、この地球上の全人類に本物の幸せを受け渡す生産のあり方が広く求められている。

これまでの効率至上主義の考え方からすると、今日まで、産業のサイクルは実に活発であつたといえる。しかしながら、その結果はどうだろうか。効率至上主義の中で手にすることのできた物質文明の代償として、私たちは、この地球を痛めつけ、

犠牲にしてこなかったであろうか。地球の有限な資源を際限なく利用し、その資源を加工してものを生産する過程では、大量のエネルギーが使われてきた。また、膨大な量の産業廃棄物が排出され、地球環境問題を引き起こしてきた。

今、地球環境全体のあり方が見直される中で、すべての産業に哲学が求められている。「この地球をどうしていくか」とするののか」「この地球の有限な自然資源とどのように付き合っていくのか」という哲学である。

このような中であって、伝統的工芸品産業は、地球環境を大切にし守り育ててきた長い歴史を有する産業として、大いに誇るべきである。この地球から適度に資源をいただき、資源をいただけることに感謝しつつもの作りを行い、ものを慈しみつつ生活の中で用い、そして、ものに寿命が来ると再び地球に戻していくという巡りの世界が、およそすべての伝統的工芸品産業には貫かれている。

その意味で、地球環境をもっとも大切にしてきた伝統的工芸品産業は、いわば、すべての産業の手本ともいえるものである。地球環境との付き合い方という点で、伝統的工芸品産業が優れた産業であるといえる背景には、それを支えてきた先人たちの知恵と工夫の歴史が蓄積されているからである。

「地域」「自然」「歴史」が キーワード

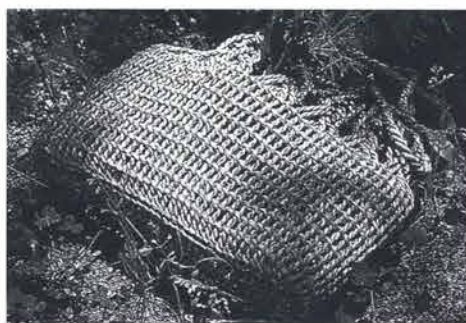
伝統的工芸品にかかわる生産者、流通担当者、生活者の存在を考えると、三者のそれぞれに「歴

史」「自然」「地域」という背景のあることが想起される。

この三者は、それぞれが独立して存在しているのではない。伝統的工芸品産業は、生産と流通と生活という三本の柱が一体となって成り立っている。この三本の柱を互いに結び付けているのが、「地域」「自然」「歴史」というパイプラインである。

例えば、環境にやさしいことを考慮したエコロジカルな生産の態様は、生産者と生活者とを「自然」というパイプラインによって結んでいる。伝統的工芸品の歴史の中で確かめられ、整備されてきた伝統的な販売方法は、流通と生活者といわば「歴史」というパイプラインによって結んでいる。また、産地の組合や問屋は生活者と流通担当者とを「地域」というパイプラインによって結んでいる。

陶磁器にしても、漆器にしても、織物にしても、伝統的工芸品にはそれを制作した人びとの個性と感性が生きて息づいているとともに、それが生産された地域の個性が凝縮されている。このよ



ヒロコ（学名：ミヤマカンスゲ）とシナ皮で編んだ伝統的な山菜籠。腰に結わえて、山菜取りに使用されてきた。この繊細で巧みな技術を活かして、新たな伝統的工芸品が生まれた。抱え、肩掛けのバックである。



ヒロコとシナを素材にした抱えバッグ。伝統的技術・技法を生かして現代の都市生活の中でも使用できる製品開発の一例である。

うな個々の伝統的工芸品に見られるアイデンティティは、生産者と流通担当者や生活者とは、まさに「地域」「自然」「歴史」の三つのパイプラインを介して、人、もの、情報の相互交流を緊密に重ねてきたことの反映といえるであろう。

「生活文化の創生」という役割

これまでの工業化による物質文明は、人間ともとの関係のほどよいバランスを崩してきたように思われる。巨大な消費構造に裏打ちされた大量生産方式は、この地球環境そのもののさえ消費し尽くさんばかりである。その点「自然」「地域」「歴史」をキーワードとして育まれてきた伝統的工芸品産業は、人ともとのより良い関係を堅持している産業といえる。

伝統的工芸品の一品一品には、作り手のメッセージが感じられる。どこで、どのようにして作ったのかを生産者の誰もが知りたくなるようなものばかりである。伝統的工芸品は、いわば「顔のあるもの」ばかりである。私たちは、ものの背後に制作者の姿を想起し、ものを通して作り手のものづくり、に寄せる思いを精一杯推し量り、そして、ものの背後に産地の特質を思い浮かべる。

こうして、伝統的工芸品はその作り手や産地のメッセージを乗せている、いわば乗りものである。品物に作り手たちの息づかいが感じられず、個性が薄れ、どの品物



も企業名やブランド名を見ない限り見分けがつかない品物群とは異なる顔を、伝統的工芸品の品々は有している。伝統的工芸品のそれぞれが、産地からの強力な生活文化情報そのものである。

伝統的工芸品産地を訪れる人びとは、「この産業は私たちに暮らしの提案をしてくれている」と肌で実感できるであろう。それぞれの産地が、地域で生産される様々な個性あるものを、美しい自然と豊かな人間関係を背景に、それぞれの生活の中で生き生きと活用されている姿に触れ合う時、私たちは「産地の顔」を感じずにはいられない。地産地消のもの作り文化が各地の伝統的工芸品産業で展開されている姿は、まさに「生活提案産業」としての伝統的工芸品産業の本質を私たちに示してくれている。



なんとにこやかな笑みであろう。「笑って」とお願いしてシャッターを切ったのではない。自然を愛し、もの作りを楽しみにしている姿が、おのずと伝わってくる。

地域生活文化のグローバル化

国という境界が取り払われた今日、もの作りには、作り手の思いや哲学、作り手の住む地域の生活文化の特質を鮮明に打ち出すことが求められている。また、作り手と使い手との緊密な結び付きを反映したもの作り文化が求められている。

これからますます、特色ある地域の生活文化が世界の人びとから尊ばれ、この地球の上に多様な生活文化、多様なものづくり文化が息づいていくことになるであろう。おそらく、真の国際化の時代、真に豊かな時代とは、そのような生活文化がそれぞれの地域に健全に息づいている姿なのだろう。

いずれの伝統的工芸品にも、作り手、流通担当者、生活者の三者が協働して育んできた人間的な息づかい、すなわち、使用するのにはどのような感触とどのような丈夫さを、私たちは感じる。今、多くの人びとが生活の中に求めているのは、味も素っ気もなく、むやみに丈夫な、金属ロボットのような存在ではない。

私たちと日々の生活を共にすることができ、一緒に年輪を重ねていくような手作りの伝統的工芸品を、多くの人びとが求めている。伝統的工芸品産地には、自らの生活の中で使用する日常生活用具を求める人びととともに、海外に出かける人びとが土産物探しに訪れている。また、外国人の姿も数多く見受けられる。

そのような人びとは、伝統的工芸品の中に、長い年月を重ねて淘汰され、洗練されてきた風格を

しっかりと感じ取っている。人びとは、それぞれの伝統的工芸品の背後に、それを生み出してきた地域の、また、日本の歴史・生活文化の厚みと深さを感じている。

伝統的工芸品は、工業製品とは異なった意味で、地域の、日本の、生活文化そのものを国内はもとより、海外に伝えることができる文化使節の役割を担ってくれている。伝統的工芸品産業は、まさに「日本の顔」である。

この短文の中では書き尽くせないほどの様々な特質を、伝統的工芸品産業は有している。作り手も、使い手も、流通担当者も、「日本の顔」としての伝統的工芸品の文化を、改めて見直していただきたい。最後に、伝統的工芸品産業の復活が地域再生・活性化につながっていくことを、切に期待する。



もの作りの原点は、楽しみだ。夜が更けるのも忘れて、自然からいただいた素材と格闘しながら丁寧にもの作りすることが、楽しみであり、生き甲斐でもあるような姿が、本来のもの作りである。



伝統技の復活による

新しいふるさとづくり

―受け継がれた「奥会津編み組細工」が地域を再生―



産業建設課文化観光係長

● 小柴 謙

三島町は福島県の西部、奥会津に位置し、尾瀬を水源とする只見川が町の中央を流れ、面積の八九%が森林という中山間の山村である。冬は一メートルを越す雪に閉ざされるこの地域は、日本一良質と言われる会津桐の原木産地として、また国指定重要無形民俗文化財「サイノ神」に代表される伝統行事、国の伝統的工芸品指定の「奥会津編み組細工」など、地域で育まれてきた文化と伝統、地場産業を大切に育てている。

（過疎化の中で生まれた） 全国初の「ふるさと運動」

町づくりを進めるきっかけとなったのが、只見川電源開発後の過疎化である。国策でスタートした同開発は、当町に多くの恩恵をもたらしたものの、開発終了と同時に人口が流失する「過疎」という問題を引き起こした。昭和四十五年に福島県人口減少率ワーストワンを記録し、これを機に行政と町民が一緒になって進めていく「自分たちで

考える「町づくり」「ふるさと運動」に取り組んだ。

過疎の町がこれからの地域産業をどう起こしていくのか。町民皆で議論を重ねた。高度経済成長後に国民生活に余裕が生まれ、余暇の過ごし方が大切となり、「観光」が取りざたされた。三島町には有名な観光資源は何一つない。しかし、この「何もない」ことは「失われている」ことではなく、人情や自然、生活が息づいていることであり、一緒に理想の町をつくっていく人を募集しようと、全国初の都市と農村の交流事業「ふるさと運動」を昭和四十九年に誕生させ、特別町民制度による交流人口の増加を目指し、観光での町づくりをスタートさせた。

この取り組みは全国初ということもあり、各メディアに取り上げられ反響を呼んだ。特別町民への登録は八百世帯を越え、多くの人が三島町を訪れるようになった。これにより、町内では施設整備や町内雇用創出など町づくりが進み、奥会津の

山村でも観光産業をベースにした町づくりが行える、という自信を得ることができた。

また、この町づくりにより得たものは新たな産業創出だけではなかった。訪れる人から「何が大切なのか」ということを教えられ、また、経済的なことだけでなく、「人」という資源を三島町にもたらし、そこからさらなる町づくりが進んでいくことになる。

（町づくりの柱になった） 「生活工芸運動」

平成十五年に国指定の伝統的工芸品となった「奥会津編み組細工」のスタートは、町観光協会主催のコンクールからである。商品発掘のため募集したところ、会場に集まったのは日常使用していた「ザル」や「籠」であった。

しかし、そこで気付かされたのが、当時、生活には工業製品があふれ、自然素材を使用した手づくりの道具が姿を消し、生活様式が変化しようとしており、その時代の中で、三島町には「ものをつくる技」が

しっかりと残されていることだった。

そんな中、千葉大学の民具調査が三島町に入った。この調査を担当したのが、当時千葉大学の宮崎清先生であり、この出



三島町生活工芸品展



会いが「生活工芸運動」へとつながる。調査を進める中で、町では伝統的な編み組細工が今も受け継がれ、その工芸品が実際に生活の中で使用されている。

この編み組みの技術を、ぜひ未来に残していかなくてはならないとして、宮崎先生は町へ生活工芸運動を提案した。この提案を受け、町ではものづくり保存と振興を図るために、生活工芸運動を町づくりの大きな柱に掲げ、町の施策として工芸品製作の普及を図ることにした。

昭和五十六年にこの運動が始まり、同六十一年には生活工芸運動拠点施設「三島町生活工芸館」が完成した。生活工芸館には、宮崎先生の教え子であり、一般企業でデザイナーとして活躍していた人を職員に採用し、日常生活の中で使われていた品々に、デザインを組み合わせることににより、現在の工芸品の基礎をつくり上げ、都市の人にも利用していただける工芸品になった。

また、生活工芸館では工芸技術の継承・普及のため、毎年冬期間に「ものづくり教室」を開講している。町民が指導者となり、工芸技術を普及してきた。ものづくりに携わる人のほとんどが高齢者で、幼少のころから生活の中にもものをつくる環境があり、多くの町民が参加してくれた。また、ものづくりは雪に閉ざされる冬期間が本格的な製作期であり、「冬期間の楽しみができた」という声が多くあった。

■（町民の）一割がものづくりに参加

町民から「ものづくりは難しいけど楽しい」という言葉を良く聞く。「楽しむことを楽しむ」――



ふるさと会津工人まつり

この言葉が町のものづくりのキーワードであり、生活工芸運動の広がりになった要因である。

また、雪が解けると、人々は農作業に忙しく、収穫した野菜などを家族でおいしく食べる。また、夏秋には編み組細工の材料を採取する。「今年はこんなものを作ってみよう」と考えながら採取することが、きつい作業も楽しいものに変えてくれた。

そして、無理をせず、自分のペースに合った生活スタイルが基本にあり、それぞれの季節、日々の生活の中に「楽しみ」や「楽しむ」ことがあふれている。このようなスローライフな生活があるからこそ、ものづくりもこれだけの広がりを見せたのである。

現在、ものづくりに携わる人々で「生活工芸運動友の会」が組織されている。ものづくりをする人を当町では「工人」と呼び、その人数は二百人にも及ぶ。町の人口の約一割がものづくりに携わっていることになる。高齢者の人だけでなく、

四十代から始める人もいれば、七十才を越して初めて挑戦する人など、ものづくりには年齢制限はない。

この工人が自ら参加して行う、様々なイベントも長年継続している。六月に行われる「ふるさと会津工人まつり」は、当初二十人ほどの参加で始まったが、二十年を経た現在では全国から百五十人を越す工人が集まり、来場者も一万人を越す大イベントとなっている。

また、冬のものづくりの成果を発表する「三島町生活工芸品展」には、町民が製作した工芸品約八百点が出品され、生活工芸館に所狭しと並ぶ様は見事であり、生活工芸運動の広がりは着実に進んでいる。

■（地域産業の形成と）地域文化財としての活用

三島町が進めてきた生活工芸運動は、「奥会津編み組細工」という地域産業として、徐々に形ができて上がってきており、今後、品質向上や生産体制の検討を継続して実施し、質の高い工芸品生産を目指していくことが求められている。

また、今年度から文化庁の「文化財総合的把握モデル事業」に全国二十カ所のモデル地域の一つに選定された。今後三年をかけて歴史文化基本構想を策定し、過疎地域で人々が生きていくための振興策と、文化をより具体的に保存・活用していくための計画づくりが実施される。

奥会津編み組細工は地域産業としてだけでなく、重要な地域文化財として地域活性化には欠かせないものである。文化と経済をつなげ、より大きな波及効果を生み出していきたい。



産業観光の振興に向けた

伝統産業の再生

―地域文化・職人の活用と住民主体のまちづくり活動―



産業観光部観光課

● 徳田将史

川越市は、都心より三十キロ圏内、埼玉県南部に位置する人口約三十三万人の都市である。かつては城下町を基盤として江戸北西部の政治・商業の中心地として発展し、大正十一年には埼玉県で初の市制施行、平成十五年には県内初の中核市に移行した。

■（年間一千万人の観光客誘致が目標に）

埼玉県西部地域の金融、サービス、商業などが集積する中核市・川越は、工業でも県内第二位の出荷額を誇り、その一方で田畑を合わせた耕地面積が県内有数という面も持ち合わせている。また、市内には現在も喜多院、蔵造りの町並み、川越城本丸御殿など、歴史的文化遺産が数多く残り、これらの保存・活用による積極的な観光振興を図っている。

市は年間一千万人の観光客誘致を目標としており、平成十九年は年間約六百万人の観光客が訪れ

た。観光客が最も訪れる「蔵造りの町並み」は、昭和四十年代、商業の中心部が現在の川越駅、本川越駅が位置する南へ移動したことに伴い、蔵造りの建造物の解体が進むなど、一時は衰退を見せた。しかし、まちを愛する市民などによる保存運動が昭和四十―五十年代に動き出すと、同六十年代から店舗、道路などの景観が徐々に整備された。こうして北部商店街が活性化され、平成に入ってから多くの観光客が訪れるようになり、川越市の主要な観光エリアとなった。

■（蔵造りの町並み保存と伝統職人の活用）

これらの保存運動に深くかかわってきたのが昭和五十八年に組織された「川越蔵の会」（平成十四年に特定非営利活動法人化）である。市民、教授や建築の専門家など、様々な分野の人々が構成される同会は、「住民が主体となったまちづくり」「北部商店街の活性化による景観保存」など

をスローガンに掲げ、まちづくりに関する先駆的な活動を行ってきた。近年は活動範囲を蔵造りの保存運動以外にも広げており、その一環として、これまで川越で育ち、川越の文化を築き上げてきた「伝統産業に携わる職人」に着目し始めた。

一方、川越市では平成十八年度に策定した第三次川越市総合計画において、「産業観光（※）の振興」を目標に掲げて作業していたことから、その事業化が念頭にあった。時を同じくして、内閣府が実施する「地域再生計画」の事業が実施されており、本事業が川越蔵の会、川越市の事業構想に適合するのではないかと考えた。

そこで、両者による協議の末、川越の伝統職人を観光資源として活用する「地域再生計画」の認定申請を同十七年度に行うこととなった。認定申請にあたっての国（内閣府）からの支援メニューについては、「地域再生に資するNPO等の活動支援」を選択した。これにより、NPO（川越蔵の会）の事業が国からの支援を直接受ける形となり、市との協働による事業計画とした。

平成十七年十一月に本計画の認定を受けると、本会が内閣府より約三百九十万円の支援を受けることとなった。同会にとっては、事業を実施することとなった。同会にとっては、事業を実施する資金の余裕がなかったこともあり、本計画による支援を最大限活かせる形となった。ただし、事業を年度内にすべて完了させなければならず、準備は相当の駆け足となった。幾度にもわたる打ち合わせを重ね、多くの伝統職人や市民による協力を受ける形で、次の事業を実施した。

① 職人ヒアリング

自薦、他薦を問わず「これぞ川越の職人さん！」



長屋軒先展示（川越だるま職人）

と思う情報を、川越市の広報、市および川越蔵の会ホームページ、チラシ配布などで募集した。結果については、③のまちなか職人展や川越蔵の会公式ホームページにおいて、個人名は伏せる形で公表した。

②長屋軒先展示

川越蔵の会事務所を利用し、計五回にわたって、川越の職人による実演・展示を行った。江戸つまみ簪（かんざし）職人、桶職人、川越だるま職人、



「川越の職人」パンフレット



造園技術伝承および庭園鑑賞事業

竹細工職人、押絵師・面相師職人など、多岐にわたる職人の技がたびたび披露された。

③まちなか職人展

平成十八年二月二十五、二十六の両日に実施。本計画における最大の事業であった。市街地六カ所の各会場において、伝統職人による実演・展示・体験、職人映画の上映、職人によるトークセッションなどを行った。川越まつり会館で行われたトークセッションでは、俳優の三國連太郎氏も特別参加するなど、大きな盛り上がりを見せた。

内閣府からの支援終了後、平成十八年度の川越産業博覧会において、鋸鍛冶（のこぎりかじ）および木挽（こびき）職人の参加による「技」か



長屋軒先展示（桶職人）

ら感じる音と香り「のこぎり」展」を開催した。日ごろ接することのできない、様々な種類の鋸展示、直径一・四メートルもある桶の迫力ある木挽き実演などにより、鋸の伝統文化を伝えることができた。

平成二十年度には、川越市協働委託モデル事業において、市と川越造園組合との協働により、「造園技術伝承および庭園鑑賞事業」を実施した。市が保有する旧山崎家別邸の敷地内において、庭師が竹垣を作成する過程を実演し、若手職人に技術を伝え、その様子を公開して参加者が技術や庭園についての話を聞く機会となった。

（ものづくりの「ひと」育成による）伝統産業の活性化

これまで伝統職人に関する様々な事業を行い、改めて川越が多くの職人によって支えられてきたことを実感した。しかしながら、課題となっているのが「観光」と「職人」の関連付けである。取材を行う中で、自身がメディアなどへの露出はそぐわないと考える人もおり、市と川越蔵の会の打ち合わせ中も、伝統職人を「観光資源」として扱う手法に異論が出たりもした。

現在、埼玉県においても「産業観光」を推進しているが、川越市のケースは「もの」である産業遺産が観光資源ではなく、ものづくりを行う「ひと」を観光資源としているのである。観光客誘致は重要な目的であるものの、職人の育成や産業としての振興、「ひと」本位であることを念頭に、産業観光のさらなる振興に向けた伝統産業の活性化を今後も図っていききたい。

（※）蔵、工場、伝統工芸の作業所、農家などの様々な生産現場を観光の対象としてとらえ直し、見学・体験することにより、楽しみながら産業の理解を深める観光。



地域特性を活かした

資源活用のもらおこし

—しな布の復活と地域特性化への取り組み—



総支配人 ● 國井千寿子

さんぽく生業の里がある山熊田集落は、新潟県最北端の村上市山北地域（二〇〇八年四月に合併）に位置する。戸数二十二戸、人口七十一人の小さな集落で、冬期間は積雪が二〜三メートルに達する豪雪地である。同地区は、九三%が山林であることから、古くから林業を生業として生活してきた。近年の低迷する林業情勢の中、地域の人々は働く場を求め地域外に流出し、人口の減少が進行している。

このような環境の中で、地域の女性たちが中心となり、平成十二年に「さんぽく生業の里企業組合」を設立し、伝統工芸品の「しな布」（平成十七年に伝統的工芸品に指定）を織り継いでいる。

■（むらおこし事業への採択と） フランスでの実演展示の体験

山北町商工会（現・山北商工会）が事業主体となり、昭和六十一年に策定した「商工会地域ビジョン」がさんぽく生業の里企業組合設立のきっかけ

になった。策定には、旧山北町や産業団体の職員、若者などがかわつたが、精力的な議論の中で結論付けられたテーマが「地域の特性を活かした資源の活用と人材の育成」だった。

口角泡を飛ばした議論を机上の空論で終わらせてはならないとの思いから、翌六十二年には「むらおこし事業」に取り組み始めた。地域ビジョンは、地域のあるべき将来像を描いたソフト事業であり、むらおこし事業は、ビジョンの理念を具現化するためのハード事業である。このむらおこし事業では、地域の山里に古くから伝わりながら、どちらかといえばあまり日の目を見なかった伝統習俗「しな布」を取り上げた。

当地は、昔から山の恵みが多く、「科の木」の皮で作るしな布は、山里で生活するためには欠かせないのでできない生活必需品として利用されていた。このため、冬季節や農閑期の主婦の大切な仕事のひとつとして、昔から織り継がれてきた。

しかし、化学繊維の出現や時代の推移、産業構造の変化などにより、使い手も織り手も減少し、高齢者の手内職としてわずかに残されているだけになり、この伝統ある素晴らしい技術を絶やさず、継承してゆくため、むらおこし事業に取り組んだ。それから十年余り、旧山北町はもろろんのこと、新潟県の指導の下、織りの技術講習や消費者の意向調査などを行ってきた。このような地道な活動の繰り返しで平成七年八月、国際交流の一環として日本の伝統的工芸をフランスで実演展示するイベントに参加する機会を得た。しかし一家の主婦が、旧盆前の十日間を異国で過ごすなければならず、参加者を探すのに大変苦慮したが、ようやく二人の主婦が家族の理解を得て、参加することになった。

このフランスの十日間の経験こそが、自分たちの自然環境や日常生活そのもの、そして「しな布」が大変貴重な宝物であることを実感するきっかけとなり、今日の活動の源となっている。

■（集落住民の出資による） 企業組合の発足

数カ月後、このイベントに参加した主婦の口から、「自分たちも地域にかかわりのある仕事を仲間と一緒にやりたい」との声が出された。その時、「これが本物の地域おこしの原点である」と確信し、その声の下に、具体的な活動を開始したのが平成十二年春の終わりだった。

まず、集落の全戸を対象に、行政の参加も求め、幾度となく話し合いを重ね、地域の固有資源である「しな布を活用した地域づくり」への取り組みが合意されたのである。



最初に、活動に必要な土地と施設を整備するため、自分たちだけでどれだけの資金が出資できるかを協議し、集落の五世帯が一世帯当たり百万円を出資することで決まり、これを基金に活動の第一歩を踏み出した。

しかし、総額五百万円では心細かったため、集落外の人にも賛同を呼びかけ、八人の賛同者から新たに五百五十万円の出資を得て、合計千五十万円の出資金で同年十月にさんぼく生業の里企業組合を設立した。活動の拠点として集落の入り口にあった空き家を譲り受け、県・町から補助金を受けて約二千六百万円を投資し、同年十二月に「体験工房」が竣工した。

集落全員が参加した竣工式では、集落に伝わる数え歌が歌われ、その中に出てくる「鳥も通わぬ山熊田、今じゃ観光バスが行き来する」の歌詞を夢で終わらせることのないよう、頑張ることをお互い確認し合った。

■ 伝統的地域特産品の製造・販売と交流の拡大

企業組合のメイン事業は、しな布の製造・販売だが、このことは、しな布を通して誘客と交流の拡大による地場産物の提供とともに、地域の活性化でもあった。特別の用がなければ訪れる人も少なかった小さな集落に、ポツポツと人が訪れるようになったのは、忙しい春作業が一段落したところからだった。

心と心の触れ合いを接客の基本とし、迎え入れたつもりでも、様々な意見をいただいたのも事実である。何せ初めての接客業であれば、当然のことだった。そのような戸惑いと反省の中、「しな

織」の体験や地域固有の産物である木灰汁で作った「アク笹巻」、栃の実で作った「栃餅」、焼畑で栽培した「赤かぶ漬」の加工・販売などを手掛けた。受け入れ体制が充分に整っていない初年度から多様な事業展開だったが、実践しなければ進歩も発展もないという思いで努力する日々が続いた。平成十四年には体験工房が手狭になったので、隣地を買い取り、工房施設を千七百五十万円（前回と同じく県・町の補助を受ける）で増築した。しな布の製造販売を主体とし、アク笹巻き、栃餅、赤かぶ漬の加工販売やしな織、赤かぶ漬の体験イベントなどで、年間二千三百万円を売り上げるまでになった。現在、四人の組合員が常勤し、中心となって活動しているが、時には朝早くから



さんぼく生業の里全景

夜遅くまで作業しなければならぬことも多く、うれしい悲鳴を上げています。しかし、現状では十分なる利益の確保までには至っていないが、「内発的な地域づくり」への取り組みが、

徐々に軌道に乗りつつあることを実感するに至っている。

平成十七年には、しな布が長年の念願だった伝統工芸品の指定を受けることができ、また翌十八年には「立ち上る農山漁村」に認定された。このことは組合員はもとより、地域住民にとっても誇りとなっている。

■ 地域発展の機関的役割と住民に広がる自信と誇り

組合事業の基本は、組合員のための組合員による活動ではあるものの、活動の中で地域全体に及ぼす影響は大きいものと自負している。しな布の原材料になる「しな糸」は、集落全体の内職として、高齢者の作る楽しみとともに、小遣い稼ぎにもなっているし、春の山菜、秋のきのこ類、赤かぶ、栃の実など、各家庭の自家消費以外は組合で買い取るようにしている。

また、多くの人が訪れることによる交流人口の拡大、そして組合員をはじめ地域住民が自分の住んでいる地域に対する自信と誇りの醸成に大きな役割を果たしているものと確信している。組合員は「自分自身がこの組合の経営者であり、組合事業の主人公でもある。そして、この地域発展のための機関車の役割を果たさなければ」と励まし合っている。

今、さんぼく生業の里は、地域内の主婦たちにも「自分たちでも、やる気さえあれば、何かができる」との思いにさせる、灯台の役割を果たしているのだと思っている。今後、引き続き地域住民の参加を促し、さらにその輪を広げていきたいと念じ、日々の活動にまい進している。



異業種・産地間交流による

新商品開発と地域再生への挑戦

―伝統工芸イノベーション養成の取り組みと展望―



知識科学研究科 特任准教授

緒方三郎

北陸先端科学技術大学院大学は、平成十九年度より石川県、能美市、加賀市ほか県内各機関と連携して、石川伝統工芸イノベーション養成ユニット事業を推進し、伝統工芸の世界に革新を巻き起こす人材（伝統工芸イノベータ）を養成し始めた。本稿では事業二年目の取り組み状況と成果を紹介し、今後の展望について述べたい。

（県内伝統工芸産業の 従事者減少と規模縮小）

石川県の伝統工芸品は国指定でみると、品目数が十で全国第六位、生産額が四百六億円（平成十七年）で同三位、人材面では伝統工芸士が三百八十六人で同二位、人間国宝が八人で同二位であり、全国的に見て有数の伝統工芸産地である。

しかし、県内の伝統工芸産業三十六業種（表1）の生産額は平成二年の一千六十七億円をピークに減少に転じ、同十八年には四百五億円にまで縮小した。バブル期以降の生産額の減少は伝統工芸

（表1）伝統工芸品を活用した地域再生計画の立案

国の指定 (10業種)	九谷焼、加賀友禅、輪島塗、山中漆器、金沢仏壇、金沢箔、七尾仏壇、金沢漆器、牛首紬、加賀繻
県の指定 (6業種)	和紙、美川仏壇、桐工芸、檜細工、珠洲焼、加賀毛針
未指定 (20業種)	大樋焼、加賀竿、木彫（加賀獅子頭）、加賀象嵌、加賀提灯、加賀水引細工、金沢表具、加賀和傘、郷土玩具、琴、三弦、太鼓、竹細工、茶の湯釜、鶴来打刃物、手捺染型彫刻、銅鑼、七尾和ろうそく、能登上布、能登花火

産業に限ったことではないが、このような規模の縮小は伝統工芸産業における従事者の大規模な退出につながり、産業基盤そのものの存続を危うくしている。

輪島塗、加賀友禅、九谷焼、山中漆器など、全国にその名を知られた石川県の伝統工芸品は、文化、自然環境とともに地域を特色付け、その魅力を表現する大きな要素となっている。特に観光産

業との関係においては不可欠な存在であり、県内の伝統工芸産業の衰退は一産業だけの問題にとどまらないものである。

県は、県内の伝統的工芸品産業の抱える課題として、外部環境の変化や産地の問題点を指摘している。外部環境の変化としては、①生活様式の変化（生活の洋式化、祭事など）②消費者の嗜好の変化③安価な製品の供給（百元ショップ、中国製品など）④流通構造の変化―など。また産地の問題点としては、①問屋機能の弱体化と産地統括機能の低下②消費者ニーズの把握力の欠乏、新製品開発力・販路開拓力の不足、経営人材の不足③知名度・情報提供の不足、低いブランド力④準備工程における後継者不足、原材料などの確保難―をあげている。

一方、北陸先端大・知識科学研究科は平成十五年十月、知識科学を基盤とする技術経営（MOT）コースを東京で開講し、翌年には石川県内でも同コースを開講して、職業人向けリカレント教育の分野で経験を蓄積してきた。そこで、上述のような伝統工芸産業の状況を鑑み、伝統工芸産業に特化したMOT教育を試行し、伝統工芸産業の次代を担う人材の育成を目標とする教育プログラムの構築に着手した。

（伝統技法・技能の継承と 革新への挑戦）

石川県の伝統工芸産業におけるイノベータ（革新者）とはどのような存在だろうか。古くから伝わる伝統技法を技能の形で継承するだけでは、現在に伝わる多くの素晴らしい技法は生み出されなかったに違いない。先人たちが工夫を重ね、いろ



いろいろなアイデアを試してきたからこそ、多くの技法があるはずである。つまり、伝統工芸の先人たちは技法を継承しながらも、常に革新（イノベーション）を起こしながら、伝統工芸の世界を豊にしてきた。

イノベーションとは何だろうか。シュンペーターという経済学者が唱えた古典的な分類では五つの形がある。①新しい財貨（新しい商品）②新しい生産方法③新しい販路の開拓④原料（半製品）の新しい供給源の獲得⑤新しい組織の実現である。

これらは伝統工芸の世界にも当てはまる。魅力的な新しい作品や商品が作れる人、そのために、新しい生産方法を考え出せる人、新しい市場を開拓し販路を拡げられる人、新しい原材料の活用に取り組む人、そして、そうした新しい活動を可能とするために組織を改革できる人、あるいは新しい組織を立ち上げられる人。伝統工芸に関わる人々がネットワークをつくりながら、こうした動きを進めていけば、きっと伝統工芸産業のさらなる発展につながっていくはずである。

■（受講生間に生まれた異業種・産地を超えたネットワーク）

平成二十年九月、東京で開催された国際見本市、第六十六回東京インターナショナル・ギフト・ショーに受講生の開発した商品群を展示した。そのうちのひとつ、木製漆塗り洗面台は「暮らしを飾る+αインテリアコンテスト」で準大賞を受賞し、伝統工芸における商品づくりの可能性を示した。

また、受講生の間で交流が進み、異業種による商品開発を行った事例もある。九谷焼や山中漆器など石川県の伝統工芸を活用したUSBメモリー

スティックがそれで、新聞・雑誌にも取り上げられ話題を呼んでいる。

伝統的な工芸品の世界で勝負をかける者、工業製品との組み合わせに挑戦する者、伝統工芸によって生活を豊かにすることを提案する者―伝統工芸への思いは様々であるが、受講生はそれ成形にし、伝えようと努力してきた。

そのような熱心な受講生の間で交流が進み、コミュニケーションが活性化した結果、個々にネットワークが生まれ、異業種を巻き込みながら個々の産地を超えたネットワークに拡大しつつある。

また、修了生が母体となって自発的に商品開発研究会が発足するなどの事例も出てきた。例えば、ある九谷焼の商品開発グループは参加十一事業者のうち、代表を含め五人が修了生である。このグループでは、本年度より国・県の補助金を申請して三カ年の商品開発事業に取り組んでおり、北陸先端大も事業推進に関する支援を行っている。

こうした受講生、修了生の活動を背景に、現在、両者を結びその活動を支援するため、本事業では「伝統工芸イノベーション・ネットワーク構想」を検討している。

■（伝統工芸品を活用した地域再生計画の立案）

伝統工芸MOTコースの選択科目である「地域再生システム論」は、内閣府と連携して平成十八年に開講した講座である。北陸先端大の大学院生が受講するほか、地域住民、自治体職員の体験聴講の機会となっており、そこに伝統工芸MOTコースの受講生も参加することによって、地域住民間の交流が促進され、地域づくりのための新たな企画が生まれてくる。



北陸先端科学技術大学院大学

例えば、受講した加賀市の職員はこの講義で山中漆器を活かした地域再生計画案を立案し、それを基に民間助成財団の助成金を獲得してさらなる調査を進め、

本年度、その成果を「漆のふるさと」山中温泉地域再生計画として内閣府に申請し、認定を受けている。また、能美市においても受講生が立案した地域再生計画案が、市の九谷焼を活用した地域づくり振興のための計画に反映されるなどの成果を上げている。

以上、本事業の取り組みと成果を紹介した。今後も石川県をはじめとする県内各機関と連携し、教育プログラムの改善を続けて、一人でも多くの伝統工芸イノベータを輩出するべく努力したい。そして、本事業の取り組みから得られた知見を基に、他の地域にも適用可能な教育プログラムを構築したいと考えている。これからも受講生や修了生とともに、商品企画し、試作し、市場に問いかけていく営みを続け、一つでも多くの新しい価値を創造し、伝統工芸の世界や産地にぎん新でわくわくするようなシーンを展開していきたい。



「刃物のまちづくり」で地域を活性化

— 地域挙げて個性ある産業観光地づくりを推進 —



環境経済部商業観光課係長

● 波多野正人

■（日本一の刃物産地

関市は、岐阜県のほぼ中心に位置し、鵜飼と清流で名高い長良川の中流部にあって、「西のゾーリンゲン 東のセキ」と言われ、世界的な刃物産地である独・ゾーリンゲンと並び称される、世界を代表する刃物産地でもある。市では、活力ある地域産業のまちづくりの一つとして、観光資源の発掘とネットワークの形成を掲げている。産業観光という点では、関鍛冶の発祥以来、古くから刃物を通して世界の人々に貢献してきた歴史と伝統のある刃物文化・産業を活かした施設やイベントを中心に、積極的な展開を図っている。

関市の刀鍛冶の起源は、鎌倉時代に刀匠「元重」がこの地に住み着いた時に始まるといわれている。戦国時代には、実用的な刀剣に対する需要が飛躍的に高まり、「四方詰め」と呼ばれる独特の鍛刀法をあみだして、「関の孫六」で有名な孫六兼元（二代目兼元）や兼定らの有名な刀匠を生み、最盛期には三百人もの刀匠を擁する刀の産地として栄えた。

関の刀は「折れず、曲がらず、よく切れる」といわれ、実用性を誇る名刀として、多くの武將に愛用された。その後、日本一の名刀の産地として栄え、この卓越した伝統技能が現代の刀匠や刃物産業に受け継がれ、平成十八年度国内出荷額シェアにおいて、包丁は約四七％、ナイフ類同五八％、理髪用刃物同七三％のシェアを占める、日本一の刃物産地となっている。

■（刃物文化の拠点整備と回遊性 観光への期待

「刃物のまち・岐阜県関市」の知名度を一層向上させ、刃物産地のPRや観光客の誘致および物産の販路拡大のために、関市全体のフィールドミュージアム化を推進することを目的に、刃物会館、フェザーミュージアム、春日神社の刃物関連施設が集積する地域を刃物文化の拠点と位置付け、その核の施設として「関鍛冶伝承館」が平成十四年十月八日にリニューアルオープンした。

一階は、兼元・兼定などの重要刀剣をはじめとする日本刀や刀装具などの展示や、その製造工程・歴史に関する様々な資料を映像・展示により紹介。日

本刀鍛錬や技能師の実演場もあり、年六回その実演を一般に無料公開している。二階は、関の刃物文化が生んだ包丁やはさみなどの近代刃物産業製品、国内外のカスタムナイフ作家のナイフコレクションの展示、関の刃物に関するパソコンクイズコーナーもある。また、特別展示室では現代刀や赤羽刀などを展示する特別展を年四回開催している。

関市の刃物産業の振興と後継者育成、技術伝承を目的に、市街地を東西に走る関市本町通り商店街にある空き店舗を関商工会議所が整備し、岐阜県刃物産業連合会の運営協力で、「関の刃物工房」が平成二十年九月十八日にオープンした。工房内には刃物の製造に必要なボール盤などの工作機械を設置し、土・日曜日には刃物職人の技術力を活用した刃物製造の実演によって、観光客に刃物の理解を深めてもらい、平日は家庭用刃物類の販売を行う。観光客や市民向けの体験コーナーや市主催の刃物セミナーも今後、企画の予定だ。

また、関市の中心市街地における観光資源である関鍛冶伝承館、刃物会館、フェザーミュージアム、新長谷寺、関善光寺、春日神社などは、一・五キロ四



刃物まつり



方の中に点在している。各観光資源は魅力的な資質を多く持っているが、距離が離れており、観光客が市内を回遊し、買い物、食事をするには利便性が悪い状況にある。それを踏まえ、各施設の中間に位置する刃物工房が、市内観光回遊の中継点として、また、観光産業として初めて設置・運営する観光スポットとして、市内観光がより充実したものになると期待される。

（行政、企業、住民が連携した）刃物イベントの開催

関市の一大イベント「刃物まつり」は、十月の体育の日の前の土・日曜日に開催される。刀祖・元重の遺徳をしのび、「刃物のまち・岐阜県関市」を内外に広く宣伝し、刃物産業の発展に資するとともに、健康で文化的な祭典を目的に、昭和四十三年に第一回を開催し、平成二十年で四十一回目を迎えた。刃物まつりを通して「刃物の正しい使い方」「身の回りの道具としての便利さ」をPRするため、毎年内容を充実し開催している。

本町通りをメイン会場として行われる「刃物大廉売市」は、市内の刃物業者約五十社がテントを



刃物工房

る。トンテンカンのリズミカルな響きで打っては折り、折っては打つ、折り返し鍛錬で飛び散る火花は圧巻だ。

伝承館内では研師（ときし）、鞘師（さやし）、柄巻師（つかまきし）、白銀師（しろがねし）の職人の技を間近で見ることができ、施設周辺の特別会場では居合道の試し斬りや抜刀術の実演が行われる。アピセ関では、国内外のファクトリーメーカー、カスタムナイフメーカー約八十社が一堂に集合し、日本最大規模のカスタムナイフの展示・即売を行う関アウトドアナイフショーが開催される。また、市内各所では三十以上もの市民団体が協賛行事としてイベントなどを開催している。

「関の刃物とまちおこし」が五月十七、十八の両日、市中心市街地の本町通り商店街を会場にして開催された。これは、関商工会議所が主催となつて、「関の刃物」ブランドを高めるとともに、市街地の活性化、農村部の再生を図るために行われた新しいイベントであり、平成二十年で二回目となる。空き店舗を利用した刃物関連業者は四店舗あり、メイドイン・SEKI、ブランドの包丁、ナイフ、ハサミ、爪切りなどの刃物製品がそろえられた。商工会議所内では「関アウトドアナイフショー2008春」を行い、市内はもちろん国内有名メーカーからの出展もあり、会場をにぎわせた。

刃物検定は、刃物のまち関市の住人として、「地場産業である刃物に誇りと愛着を持ってほしい」「刃物に対する正しい理解を得てほしい」という思いから、市内外問わず、多くの人に刃物を知ってもらおうという趣旨から生まれた。市工業振興課が中心となり、平成二十年三月に一般応募を行

い、市民七人からなる検定作成メンバー決定後、毎月の会議や工場見学などを経て、刃物を題材とした初級、中級、上級の試験問題を作成。

試験的な検定の形ではあったが、七月の関市ふるさと夏まつりでは三百人、十月の刃物まつりでは千人の検定参加者を集め、大成功であった。今後、問題の精査、正解者のランク付けなどを検討し、お国自慢検定としての位置付けを検討している。

（刃物資源をネットワーク化した）「歩ける観光づくり」

関市では、活力ある地域産業のまちづくりの一つとして、観光資源の発掘とネットワークの形成を掲げている。現在、道の駅や温泉を情報発信拠点とし、刃物産業観光資源（関鍛冶伝承館やフェザリミュージアム、ナイフ博物館、関の刃物工房などの民間刃物施設、古式日本刀鍛錬、刃物まつり、刃物検定などのイベント）を一つのキーワードにして、観光客が自然体験、水資源などの観光キーワードと組み合わせ、市内各地域をいきいきと周遊できるようなハード・ソフトを含めた観光ネットワークづくりを進めている。

今後、関商工会議所、刃物関連業者、団体はもちろん、市民との協働を推進しながら、刃物産業観光資源の拡充および資源間のさらなるネットワーク化を図るため、イベントなど資源の充実、観光ルートの策定および看板による誘導を行い、刃物文化の拠点を含む市中心部の歴史・文化と施設を結ぶ「歩ける観光づくり」を積極的にPRしていく。そして、産業観光を中心とした個性ある観光地づくりの推進により、観光客の誘致を図るとともに、産業観光のさらなる発展を目指したい。



地域ブランド創造と

観光・交流拡大への期待

― 鋳物によるまちづくりとハマグリの生産復活 ―

産業振興部

桑名市は、三重県の北部、揖斐、長良、木曽の三大河川が注ぐ伊勢湾最奥部に位置し、西に鈴鹿連峰、北に養老山系、東に濃尾平野が広がる水と緑豊かな自然の下、東海道五十三次の宿場町、城下町、湊町として栄えた。現在は、高速道路のインターチェンジ五カ所を有し、国道四路線が縦貫しているほか、JR、近鉄などの鉄道網も整備され、東海地方有数の交通結節点となっている。

■「東の川口、西の桑名」の 「二大鋳物産地の確立」

桑名鋳物の歴史は古く、本多忠勝が桑名藩主となり、鉄砲の製造を始めたのが起源といわれている。造られたのは灯ろうや梵鐘（ぼんしょう）、農具や鍋などであった。寛文七年（一六六七）、松平定重が桑名にある春日神社に日本一の青銅製の大鳥居（高さ六・九メートル、柱の周り五七・五センチ）を当時としては大金の二百五十両を費やして造った。建立後、何度か災害で傷ついたが、その度に修復して、今なお残っている。また、市南魚町にある仏眼院には、万治二年（一六五九年）製の「喚鐘（かんしょう）」が残る。

古くから伝わる鋳物の技法のうち、天然産の砂を使って造形する生型法は、新しい砂を補給しながら、どんな鋳物でも低コストで造れるために普及した。桑名では、隣村の小向（現在の朝日町）で発見された砂が、この生型法に最も適した鋳物砂であったことから、鋳物が躍進する大きな原動力となった。

明治三十六年（一九〇三年）に製麵機や水道器具などの機械鋳物が桑名で最初に鋳造され、次第にマシン鋳物など各種の機械鋳物が造られるようになった。明治、大正期を通じて、「東の川口、西の桑名」と呼ばれるのが二大鋳物産地が確立した。その後、桑名鋳物は昭和十五年ごろまではストーブ、鍋類、氷削機、マシン、ガス器具などの日用品が多かったが、終戦後は産業経済の復興に続く高度成長の波に乗って近代化が進み、生産量も増加して、工場数は二百を越えるようになり、製品も近代産業にふさわしい内容になった。

近年は、橋の手すりや照明器具に鋳物が使われ、美しい景観をつくりだしている。現在も、フェンスや街路灯など桑名の町を歩けば様々な鋳物に出

会うことができ、マンホールの蓋についても、桑名らしく「七里の渡し」「桑名の千羽鶴」「ハマグリ」をモチーフにしたものなど、デザイン性を凝らしているものもある。ほかに、ハマグリの形をした鋳物風鈴や高級ガスレンジに使用するホールー鋳物五徳が有名になるなど、高度な技術力を保持している。

■「埼玉県との交流進展と 外国人研修制度の導入」

鋳物工業の振興と鋳造技術の向上を図ることを目的に現在、三重県、桑名市、県鋳物工業協同組合などが主催する鋳物生産技術競技会（平成二十年度で五十三回を数える）と埼玉県などが主催する埼玉県鋳造技術コンクール（同四十四回）に、双方の企業がオープン参加して、技術を競い合うなど、産地競争が進展している。

また県鋳物工業協同組合は、桑名の地場産業である鋳物について、「鋳物の火を消すな」「物造りの根源である鋳物」との考えから、組合活性化の活動の一つとして「外国人研修制度」を取り入れ、成果を上げている。同制度は、開発途上国への国際協力事業であり、受け入れ企業にも様々な効果がある。

特に海外進出企業にとっては、研修生を受け入れることにより、現地法人への技術移転が円滑に進む効果が見込まれている。さらに一生懸命研修に励む研修生の姿を見て、従業員の仕事に対する取り組み方が変わったという意見もある。今後この制度を取り入れた活動を行うことにより、海外との交流が増えるとともに、企業が活性化し事業拡大につながることが期待できる。



桑名のハマグリは、前述の木曾三川から流れ込む淡水と海水が適度に混じり合う河口域で漁獲され、江戸時代から歴代将軍に献上されるなど、桑名名産「焼き蛤」は宿場町の特産品として、全国にその名が知られた。桑名産ハマグリは、貝が厚くて色つやも良く、身は大きくてまろやかな味わいを特色としている。さらに、貝殻は色彩や形状がきれいなことから、貝合わせや貝絵に利用されたり、薬の容器に加工されてきた。このように桑名のハマグリは、漁獲の対象種としてだけでなく、地域の伝統文化の一端を形づくってきた。

■ ハマグリ生産復活と 漁業・観光の拠点整備

桑名ハマグリは、昭和四十年代には年二千三百トンの漁獲量があったが、干拓事業や地盤沈下などの影響により生息域である干潟が失われ、漁場環境が悪化する中で、昭和五十年代以降急激に減少した。このような中、漁業者の間でハマグリ資源の増殖、生産対策が強く望まれるようになり、市と漁協、県はハマグリの子苗生産の可能性について検討し、実用化に向けた取り組みを開始した。

市は、的矢湾養殖研究所にハマグリの人工採苗技術開発を委託。その結果、ハマグリの種苗生産に成功し、昭和五十一年に稚貝千二百個を掛斐・長良川河口に放流したのが、人工種苗生産の始まりである。その後、漁協内に研究会が発足し、人工孵化技術の習得、改良に努め、翌五十二年には幼生飼育、

同五十三年以降は人工授精から稚貝生産まで、市が協力して取り組んできた。一時は〇・八トンまで落ち込んだハマグリ漁獲量は、三十年以上にわたる種苗生産と種苗放流を継続してきた結果、平成十九年には八十七トンまで回復した。

中でも稚貝の放流については、次世代への教育活動の一環として、地元小学生と共に実施されている。漁協関係者は、子供たちが大人になった時に、放流を思い出したり、ハマグリ資源の保護により理解を深めることを望んでおり、市としては地域と漁業者の協働につながっていくことを期待している。

このような長年にわたる漁協などの取り組みは、名産ハマグリの復活の兆しとしてテレビなど報道機関に取り上げられ、他漁協からの視察も多く、資源管理や栽培漁業への波及効果も高い。なお、市が赤須賀地区で建設計画を進めている（仮



ハマグリ種苗生産作業



ハマグリ放流（長島沖）

称）漁業観光学習交流センターにおいて、ハマグリの種苗生産の取り組みについて広く紹介していく予定だ。

同センターは、漁業に対する理解を深め、漁業地域の活性化、地産地消の推進など、水産業の振興のための活動拠点として整備するもので、施設を有効活用するため、城東公民館・赤須賀漁協事務所との複合施設にする。「本物の漁業を観る・学ぶ・体験する」をコンセプトに、漁業と観光の拠点施設として、桑名ブランドであるハマグリの紹介も取り入れていく予定である。

■ 地域ブランド力向上と 業種を超えた新事業の開発

本市は、鋳物業など伝統的な地場産業、それに伝統工芸品（古万古、箆笥、かぶら盆）、文化財（旧東海道、多度大社、六華苑、石取祭）、木曾三川や里山のもたらす天然資源（ハマグリ、シラウオ、ノリ、タケノコ、ミカン、ナバナなど）、レジャー産業（遊園地、温泉）など独自の地域資源を数多く有している。鋳物、ハマグリなど桑名で市民が誇りを感じる地域資源・特産品を掘り起こし、ブランド力を向上させることによって、観光・交流の拡大や物販を促進させ、地域文化と地域経済の活性化につながる地域ブランド力の調査・研究事業を展開している。

また、市はこうした豊富な地域資源を活かし、桑名の地場産業が業種の枠を超えた協働によって新たな事業の開発を行い、また、それぞれの事業者が競合によって技術革新・経営革新へと進むことで、さらなる地域経済の活性化につながることを期待している。



伝統的定置網漁業を活用した

地域振興の推進

—二百万人交流の都市づくりを目指す—

産業部水産漁港課 ● 荻野直樹

氷見市は、富山県の北西、能登半島の付け根部分に位置し、東方一九・五キロの海岸が富山湾に面した人口五万五千人の都市である。この富山湾は、日本海で最大の外洋性内湾で、日本の湾の中でも水深の深さと魚の豊富さで知られており、氷見漁港には春のイワシ、夏のマグロ、秋のカマス、冬のブリなど、四季を通じて「キトキトの（新鮮で活きがいいという意味の富山弁）魚」が水揚げされる。

■（四百年の歴史を持つ） 氷見の定置網漁業

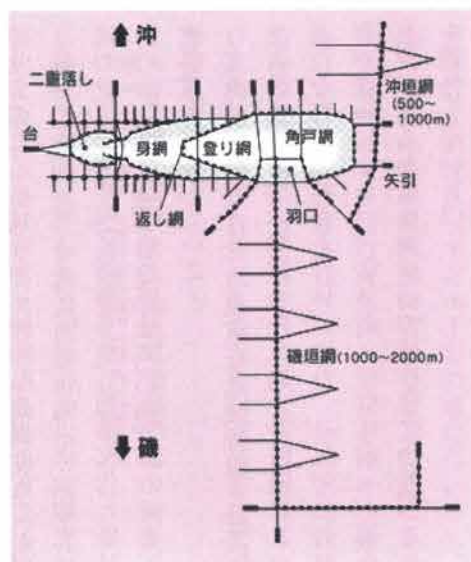
「魚のまち氷見」の漁業を支えているのが、ここが発祥地の一つといわれる定置網漁業である。氷見沖には、富山湾の恵まれた漁場を活かして、大小合わせて四十五カ所の定置網がひしめくように敷設されている。氷見では、古くは台網と呼ばれる、四百年前の慶長一九年（一六一四）の古文書に残されているのが最も古い記録とされている。また、文禄四年（一五九五）十一月、在京の加賀藩主前田利家が家臣を介してブリ十七本を塩漬け

にしたうえで至急京都へ送るよう命じた文書なども残されており、氷見の魚が古くから広く知られていたことが伺える。

この台網（定置網）が、先人たちにより幾多の改良や工夫が重ねられ、現在のものに発展した。定置網の主な構造は模式図のとおり、垣網、角戸網（囲い網、運動場）、登り網および身網（主網、箱網）からなり、身網を網起こしして魚を捕る仕組みである。

まき網や底引き網のように魚を追いかけて、そこにいる魚のほとんどを捕獲する漁法とは異なり、集まってくる魚を待ち受ける定置網漁法は、捕獲する割合がいったん網に入る魚の二割程度といわれ、網目の大きさによって漁獲量のコントロールが可能である。また、網の周辺には小魚が群がり、ロープには貝が付き、イカなどが卵を産み付けるのも多く見られ、網に付着する海藻や稚貝などが魚礁の役目を果たしている。

資源の再生産を促し資源確保につながる定置網漁法は、捕る漁法であると同時に増やす漁法であ



定置網模式図

り、限りある水産資源を持続的に利用でき、環境に優しい漁法であると注目されている。このほか、魚を傷つけずに生きたまま水揚げでき、鮮度の高い魚介類が提供できること、漁場が近いので働く人たちが毎日帰宅することが可能なため、省燃費、省力的な漁法であることも定置網の特徴であり、利点であるといわれている。

■（定置網トレーニングプログラム 事業の実施

富山県内でも少子高齢化が進んでいる氷見市は、地域活力の低下が懸念され、近年の漁業の現状においても、高齢化の進行や担い手不足、海洋環境の悪化などによる漁獲量の減少、漁村地域の活力の低下など、厳しい状況に直面している。

そこで、本市の主要な産業である漁業を存続させ、さらに活性化させていくための新たな取り組みとして「氷見定置網トレーニングプログラム」事業を平成十二年度を開始した。

初年度は、定置網を富山県内の人に理解してもらうため、県内を対象に定置網シンポジウム（四百



タイの定置網漁業導入事業

人参加)の開催およびコスタリカ共和国と中国から研修生を氷見に招き、国際定置網実地研修などを実施した。二年目は、定置網を日本中の人知ってもらうため、全国の漁業関係者を招き定置網新世紀フォーラム(千人参加)の開催および漁業関係者や水産高校生など二十三人の氷見定置網漁業国際交流団をコスタリカ共和国に派遣しての海外技術指導などを実施した。

■(世界定置網サミットの開催と東南アジアへの普及)

最終年度は、さらに定置網を世界中の人に知ってもらうため、三十五カ国と地域から政府関係者や研究者、漁業団体代表者が参加した「世界定置網サミット in 氷見」(延べ三千人参加)を開催。

二十一世紀の地球社会に求められる漁業の姿や、定置網漁法を通した国際協力について議論し、「海との共生」のため、世界のパートナーとともに定置網漁法の発信と普及に取り組んでいくためのサミット宣言を採択した。

このサミットに参加した東南アジア漁業開発センター(SEAFDEC)から、タイで定置網漁業導入事業を実施するため、市にその技術指導の協力が要請され、市は平成十五、十六の両年度に定置網漁業者をタイへ派遣し、技術指導に協力した。さらに、同十七年度からの三年間、氷見市が国際協力機構(JICA)草の根技術支援事業の採択を受けて、定置網漁業者をタイへ派遣しての現地技術指導、タイ漁業者の国内技術研修の受け入れや漁業者からの寄付による漁業資器材の提供などを行った。

これにより、タイ国ラヨン沖には二カ統の定置網が敷設され、氷見市からの技術指導により漁獲量、漁獲金額とも大幅に上昇し、タイ定置網漁業者の収入も安定してきた。また、同国でも定置網で捕れた新鮮な魚への評価が少しずつ認知され、魚価が上がるなどの成果も表れている。

■(地域の財産・誇りの浸透と交流都市づくりの期待)

一時期、待ちの漁法であり消極的で時代遅れの漁法とまで言われた定置網を、環境にやさしい漁法として見直し、国内外に積極的に発信することにより、テレビ、新聞、雑誌などのマスメディアに広く取り上げられ、定置網そして氷見の知名度のアップにつながった。さらに、身近に当たり前のようにある「定置網」が地域の大きな財産の一

つであり、誇りにすべきものではないかという意識が少しずつ市民に浸透し、市民の「愛郷心」や「自信」の醸成にもつながった。

また、地元の水産高校からは、ほぼ毎年のように大型定置網経営体への就職があり、若い漁業者が着実に育ってきている。そして、進路指導の教師からは、「以前は朝早いし、汚いし、臭いという声を聞いたが、今は意欲を持って定置網へ行きたいという生徒が増えた。これも、氷見に定置網あり」と宣伝してくれたおかげだ」と言った話も聞こえてくる。

これまで氷見市は、水産都市として広く知られているにもかかわらず、観光客が気軽に立ち寄り、魚介類を買ったり、食べたりする施設がない通過型観光のまちだった。そこで、この定置網トレーニングプログラム事業のスタートと同じ平成十二年に「魚のまち氷見」をPRし、水産業および観光の振興と地域の活性化を図るため「氷見フィッシューマンズワーフ海鮮館」を開設し、本市の観光の中心としてにぎわっている。特に、同二十年七月に東海北陸自動車道が全線開通して、中京方面などからこれまで以上に多くの観光客が訪れ始めている。

また、氷見市は海だけでなく美しい里山や棚田が広がっており、そこから取れる氷見牛、稲積梅、はさかけ米やほとと麦茶といった里山の幸も豊富である。氷見市は今後、全国的に有名になった寒ブリなどの魚介類と合わせてこれらの特産品を活かし、「都市と漁村の交流」や「食のまちづくり」を進めながら、二百万人交流の都市づくりを目指していきたいと考えている。



そろばんの進化による

地域活性化への期待

―産地としての住民意識改革の推進と技術の継承・発展―



産業課商工振興係

上田剛嗣

小野市は兵庫県の南部に位置し、市の中心を流れる加古川の中流に広がる平野部に開けたまちである。温暖な気候と豊かな水量に恵まれ、古くから米どころとして知られてきた。江戸時代以降、

加古川の水運を活かし、地場産業である算盤や金物を大阪市場へ出荷してきた。近年は、中国自動車道に加え、山陽自動車道の開通に伴い、西日本有数の交通の要衝として工業団地が整備され、伝統産業と併せて、一大ものづくり産地に発展した。

（江戸時代に播州算盤の一大産地に発展）

播州算盤の歴史は古く、豊臣秀吉が三木城を攻めた際、大津に逃れた者がその技術を持ち帰り、生産が行われるようになったのが始まりで、江戸時代に小野に生産拠点が移ったと伝えられている。その後、播州算盤の一大産地として発展し、昭和三十五年のピーク時には年間三百五十万丁もの生産量を誇り、同五十一年には県下初となる伝

統的工芸品の認証も受けたが、電卓の普及に伴って需用が減少し、現在では年間十五万丁程度の生産量にとどまっている。

職人の高齢化も顕著で、平均年齢は七十歳を超えている。当然、そのような状況下では後継者を育成する余裕もなく、産業としては存亡の危機にあり、このままでは数年後、播州での算盤製造が不可能な状況に陥る可能性がある。国内における算盤の産地は、播州以外に島根県の雲州が有名だが、播州から珠（たま）やひごなどの部材を供給している背景もあり、部材の製造が止まると、播州のみならず全国的に算盤の製造ができなくなる。

（復興を目指した「コラボレーション」による商品開発）

そこで、播州算盤の復興を目指し、近年、播州算盤工芸品協同組合を中心に様々な新商品の開発や、算盤のPR・普及活動などを行っている。まず、算盤自体に興味を集めるため、話題性のある

商品を各種産業とのコラボレーションにより開発した。

箱根寄せ木細工算盤Ⅱ箱根の伝統的工芸品である箱根寄せ木細工を枠と珠に利用して、伝統的工芸品のコラボレーションを成功させた。

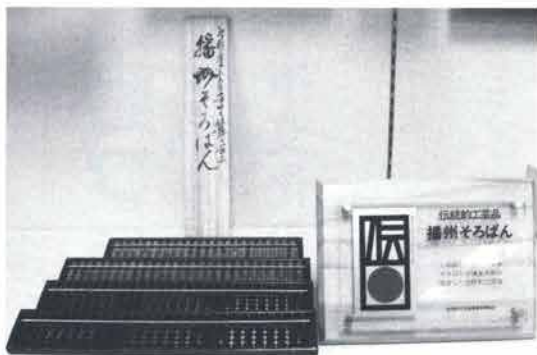
若狭塗算盤Ⅱ塗り箸で有名な伝統的工芸の若狭塗を枠と珠の一部に施し、高級感あふれる算盤を開発した。

間伐材を利用したエコ算盤Ⅱ算盤の材料として現在、主に使われるのは輸入材の黒檀（こくたん）やつげで、非常に堅く材料に適している半面、育成に時間がかかり、森林の乱伐に拍車をかけることになる。そこで、輸入材を使わずに、県内の森林組合と連携してヒノキの間伐材を圧縮加工し、それを材料とした算盤を開発した。

（夏の一大イベントとなった「そろばん甲子園」）

また、算盤を使用するシーンの創出のために、各種珠算大会の開催および後援を行っている。市が主催する全国高等学校珠算競技大会（通称Ⅱそろばん甲子園）は、珠算競技を行う高校生にとって、夏の一大イベントとなっている。

小野市制一周年の記念事業として昭和三十年に始まった当大会は、今年で五十五回目を迎え、これまでに延べ三千二百二十三校、一万九千三百五十五人もの参加があったが、少子化の影響もあり、昭和六十年ごろをピークに、年々、参加校・参加者数が減少している。近年は大会開催時に、伝統工芸士による算盤組み立て実演ブースを設け、播州算盤のPRをするとともに、市の特産品の販売などを行い、小野市を全国に発



播州そろばん

また、播州算盤の産地として、市民一人ひとりがそろばんを持つように、「そろばん一丁運動」を展開し、新生児に名前入りのそろばんをプレゼントすることによって、播州算盤の産地であることを市民にPRしている。小野市では、マイ算盤作りおよびそろばん一丁運動を通して、現在人口約五万人のうち、七千人以上がそろばんを手

信している。また、そろばんグランプリ兵庫、小野市珠算競技大会を小野市で開催し、市内外より多くの選手を小野市に招き、播州算盤の産地をPRしてきた。

さらに市は、市民に播州算盤の産地であることを忘れさせないようにするために、算盤普及に取り組んでいる。市内小学校では、授業で算盤を用いる三年生を対象に、マイ算盤作りを行っている。伝統工芸士が各学校を回って指導を行い、授業で使用する算盤は児童自らの手で組み立て、名前を刻印したものを使用している。自らの手で組み立てることによって、算盤自体に興味・愛着がわき、児童たちは算盤の産地で育っていることを実感できている。

（そろばん一丁運動の展開と知育玩具としての利用）

これまで、非常に厳しい状況に置かれてきた算盤業界だが、近年、「一縷の望みが出てきた。従来、算盤は計算の道具として利用されてきた。しかし、近年は脳を鍛える器具として注目され、東京のおもちゃ美術館でも播州そろばんが展示されるなど、知育玩具としての地位を確立しつつある。県内では、尼崎市が「尼崎計算教育特区」を設立し、そろばん教育に非常に熱心に取り組んでいる。このことにより、尼崎を中心に、珠算検定受験者が大幅に増加し、算盤の需用もわずかながら高まってきている。

小野市においては、日本古来の学習法である「読み」「書き」「そろばん」を発展させた「おの検定」に取り組んでいる。検定に向けた練習において、書き取りや簡単な計算を反復することにより、脳を活性化させることができる。現在、市内小中学生のみならず、一般成人や高齢者の間にまで広がりを見せている。

（そろばん進化を目指す意識改革と体験型観光への活用）

この「おの検定」が計算への関心を高め、そろばん一丁運動などが算盤自体への興味を集め、市内における算盤への注目が徐々に高まりつつある。この流れを受け、さらなる進化を目指すべく、算盤製造に携わる職人、問屋、行政などからメンバーが集まり、「播州そろばんの明日を考える会」を発足し、今後の対応について検討を進めている。考える会では、平成十九年に産地診断を受け、その結果を基に会議や視察研修を通して、まずは



全国高等学校珠算競技大会

手立てを考えるようになった。

次に、播州算盤の生産機構に着目した。現在の生産機構は、製造卸問屋を中心として、各部品の製造業者と組み立て業者から構成され、製造卸問屋が部品を購入して組み立て業者に発注し、その製品を販売するといった昔ながらの分業体制となっている。そこに、近代化機械設備を完備した一貫生産のできる施設を整備することによって、流通・生産コストの軽減を目指すとともに、体験型観光資源としても活用していく計画を進めている。また、そういった施設を整備することにより、後継者育成・雇用の創出にもつながると考えている。

播州算盤は今、窮地からはい上がろうとしている。しかし、それは産地以外からの要因によるものであり、産地内での動きは、胎動が始まったばかりである。今後、様々な側面から播州算盤を盛り上げ、算盤産地としての市民の意識改革を推進するとともに、播州算盤の技術を途切れさせないように取り組みを進めていく。

職人の意識改革に取り組んだ。以前は、自分さえ食べていけばそれでよいといった考え方があった職人が、算盤を生業としてきたことへの誇りを持ち、後生にその技術を継承するための



「熊野ブランド」を生かした

まちづくりの推進

―筆文化の発信と交流・定住の増加への期待―



地域振興課 課長

● 石井節夫

熊野町は、国際平和文化都市を掲げる広島市、戦艦大和で知られ、造船、鉄鋼など瀬戸内海有数の臨海工業地帯として広島県の産業を牽引してきた呉市、国際学術研究都市を目指し、「酒都西条」としても知られる東広島市を頂点とするトライアングルのほぼ真ん中に位置し、人口約二万五千人、面積約三十四平方キロ、標高約二百メートルの盆地状を成す広島県中南部の町である。

■「江戸時代から」「筆の都」として発展

本町は、平成二十年十月に町制施行九十周年を迎え、江戸時代から伝わる筆の製造を産業の中心に、全国一のシェアを誇る「筆の都」として発展を遂げてきた。また、昭和初期から続く「筆まつり」「全国書画展覧会」などの伝統的な行事をはじめ、平成六年に筆文化の発信と地域振興の拠点として「筆の里工房」を整備するなど、個性ある歴史と伝統を生かした様々な取り組みを進めてき

ている。こうした取り組みにより、熊野筆の品質の高さが化粧筆の分野でも、世界で認められるなど、「熊野ブランド」として実を結びつつある。

江戸時代末期、農閑期を利用して、奈良地方から筆や墨を仕入れ、それを売りさばいていたことがきっかけとなり、筆と熊野の結び付きが生まれた。約百七十年前になると、広島藩の工芸の推奨により、全国に筆、墨の販売先が広がり、本格的に筆作りの技術習得を目指すことになった。その後、住民の熱意と努力により、筆作りの技が根付き、明治五年に学校制度ができ、同三十三年には義務教育が四年間になるなど、学校教育の充実とともに、筆が使われるようになり、生産量が大きく増加した。

第二次世界大戦後、習字教育の廃止により書筆の生産量が落ち込んだ時期もあったが、昭和三十年ごろからは画筆や化粧筆の生産も始まり、同五十年には広島県で始めて国の伝統的工芸品の指

定を受けた。現在は書筆、画筆、化粧筆のいずれも全国生産の八〇%以上を占めるまでに発展した。

■「筆産地の活性化に向けた支援の強化」

熊野町は、第四次総合基本計画（平成十二年九月策定）で熊野筆の需要創造と交流産業の開発を戦略プロジェクトに位置付け、地域資源を活かした熊野ブランドの育成をテーマに、「熊野筆を生かした観光振興・交流プロジェクト」「地域提案型雇用創造促進事業」など、筆産地の活性化に向けた産業支援機能の強化に取り組んでいる。

特に今年度は、地域活性化センターの「活力ある地域づくり支援事業」の助成により、宮城県石巻市（雄勝硯）、三重県鈴鹿市（鈴鹿墨）、鳥取市（因州和紙）の三市とともに、文房四宝（ぶんぽうしほう）と言われる「筆、墨、硯、紙」の伝統文化と地場産業を通じた地域間交流と情報発信のため、「町制施行九十周年記念筆まつり・伝統産業フェア・文房四宝博覧会」を開催した。

また、昨年九月には議員発議により、筆の歴史と文化の価値を改めて認識し、町、事業者および町民が連携して、その魅力を全国に発信することにより、筆文化の振興と筆産業の発展を図るため、春分の日を「筆の日」として定める条例を制定した。

地元産業界においても、平成十六年度から経済産業省・中小企業庁の支援により、「JAPANブランド育成支援事業」に取り組んでおり、欧米のグリーティングカード市場向けに、書筆の製造技術を活かした横文字の書き易い「絵てがみ用筆」を開発し、フランス・ルーブル美術館やアメリカ・



化粧筆

ロスアンゼルスで展示会や商談会を開催するなど、手書き文字の浸透を目指している。さらに、同十九年度からは、同じく中小企業地域資源活用プログラムの認定を受けた書、画、化粧筆の地元六社が、新商品開発や国内外での販路開拓に取り組んでいる。

■熊野筆を活かした （観光振興・交流プロジェクト）

筆を活かした観光振興・交流事業は、総務省の「頑張る地方応援プログラム」に係るプロジェクトとして実施しており、短・中期的に滞在拠点、周遊型観光事業所、ルート上の観光施設の整備促進などに取り組み、観光客など交流人口の増加を図るとともに、定住促進や各種産業の育成を目指している。この、プロジェクトを構成する具体的な事業・施策は次の通りである。

企画展示および需要開拓推進事業Ⅱ地域振興の拠点施設である筆の里工房で、観光客の増加を図るため、従来からの筆の博物館としての常設展示のみではなく、企画展示「筆の世界に遊ぶ文化人

たち」を実施した。これは、熊野町長、俳優の石坂浩二氏、映画監督の市川崑氏（故人）、漫画家の藤子不二雄（A）氏らが発

起人として、高橋英樹氏、北野武氏、八代亜紀氏、ちばてつや氏、モンキーパンチ氏など著名文化人二十六人の賛同者を募り、筆を使った芸術作品として、書、絵画、アニメなど約百点の作品を集めたユニークな展覧会である。また、多くの人を筆の世界へ誘うことを目的として、「ありがとう」をテーマに「筆の里ありがとうのちよつと大きな絵てがみ大賞」など、公募事業の充実も図っている。

伝統産業啓発および参加体験促進事業Ⅱ熊野筆伝統工芸士による筆づくり実演、書筆や化粧筆づくり、絵てがみなど各種体験メニューの開発、観光ボランティア・イベントボランティアの育成、筆事業所を観光施設として開放する観光資源化実験などを実施している。

筆の普及促進事業Ⅱ地域住民の参画により、筆まつり、全国書画展覧会など伝統的な行事を通じて、筆の都の広報と筆文化の普及促進を図っている。

■筆産業活性化に向けた （地域提案型雇用創造事業の展開）

平成十八年七月に本町は国の地域再生計画の認定を受けたことにより、同十八年度から三年間、筆職人の後継者育成や筆産業の活性化、観光の振興を目的に、厚生労働省から地域提案型雇用創造促進事業を受託した。町は熊野町雇用促進協議会（町、商工会、伝統工芸士会）を組織し、次の三つの事業を推進しており、現在まで八十九人が町内企業に就職している。受託事業は、今年度で終了するが、引き続き産業界が実施する後継事業の支援を予定している。

筆職人後継者育成事業Ⅱ穂首づくり、軸づくり、仕上げの三工程の職人養成のため、三ヶ月間の技



筆職人後継者育成事業受講風景

込みがあり、現在まで七十五人が受講した。また、修了者の八割以上が地元筆産業の後継者として活躍している。

求職者、創業者支援事業Ⅱネットや広報誌による求人情報の提供、合同事業所説明会、職場見学会などの実施により、町内事業所への就業を促進し、現在まで三十人以上が町内企業に就職している。

観光推進関連事業Ⅱ観光ガイドの養成やガイド事業を行うNPOなどを起業することにより、雇用を開発するもので、郷土の歴史文化財講座や観光マップ作成に取り組んでいる。

熊野町は現在、熊野ブランドの基盤づくりが進展したことから、より一層の地域住民の参画による協働のまちづくり、並びに将来の人口停滞・減少の対策として、熊野ブランドを活かした定住交流人口の拡大や世界に向けた筆文化の情報発信に努めることが、今後の地域課題であると考えている。

術研修
生をイ
ンター
ネット
などで
募集し
たとこ
ろ、関
東、関
西、九
州など
各地か
ら申し



地域資源の高付加価値化を目指す

「さ・し・す・せ・そ計画」

―住民協働でブランド商品を確立へ―



総務課企画振興係

● 松本敏郎

黒潮町は、高知県の西南部に位置し、高知市からは約百キロ西にあり、太平洋に向かい長く広がる地形を成している。平成十八年三月に、旧大方町と旧佐賀町が合併し誕生した総面積百八十八平方キロ、人口は一万三千四百三十七人（平成十七年国勢調査）の町。高齢化率は三二・二％で、都道府県別全国第三位の高知県平均をさらに六・三ポイント上回る高齢化先進地域でもある。

■（日本一の漁獲高を誇るカツオ一本釣りの町）

産業別就業者の状況は、第一次産業従事者が二八・九％、第二次産業が一八・七％、第三次産業が五二・四％となっており、高知県平均に比べても第一次産業の構成比が高く、第二次産業および第三次産業が低くなっている。気候は南国特有の温暖多雨で、年間平均気温十六・十七度と農業環境には比較的恵まれており、旧大方町では早くから施設園芸や花き、黒砂糖やラッキョウなどの特産

品栽培が盛んに行われるとともに、観光面ではホエールウォッチングの町としても知られてきた。

また、「私達の町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です」と言う、長さ四キロの砂浜や周辺の自然そのままを美術館と考える砂浜美術館の考え方は、人と自然の付き合い方を求めてきた二十年間の取り組みの中で、黒潮町における「まちづくりの理念」として定着している。

一方、旧佐賀町では、カツオの一本釣りとしメジやエリンギなどのキノコ栽培、天日塩造りが盛んである。特に、日本一の漁獲高を誇るカツオ一本釣り船団を有し、高知県内漁獲高の五三・八％（平成十八年）のカツオを水揚げする同町では、地域産業の歴史から創設された「黒潮一番地」を拠点としたカツオ文化の伝承活動により、黒潮町をカツオの町として定着させ、地域産業の振興に大きな成果をもたらした。

カツオの薬焼きタタキが特産品として全国的に

有名になり、カツオのタタキ造り体験は、関東・関西の修学旅行生の入り込み客を中心に、年間三千人を突破し、今後もさらに増えることが予想されている。

しかしながら、空港から車で二時間半かかり、交通便が悪く、時間・距離的に大きなハンディを持つ地域であるために、企業誘致などは大変困難である。地域経済全体をみると、少子・高齢化による人口減少や経済の地域間格差に加え、基幹産業である農業・漁業は、昨今の原油高騰などの影響をともに受けて疲弊し、地域内の事業所数並びに従業者数は減少し続けている。

■（雇用創出に向けた「黒潮印」の商品開発）

平成十九年六月に実施した住民意向調査の中で、「今後、町が最も力を入れるべき施策は何か」との設問に対して、十代から五十代のいずれの年齢階層で最も多かった回答が「雇用の場の創出」であった。このことから地域の深刻な雇用状況が浮き彫りになっている。

そのような中、平成二十年六月に策定された第一次黒潮町総合振興計画では、『今、黒潮町のまちづくりにとって大切なことは、これまで二つの町で育まれてきた、まちづくりに関する理念や地域個性のエキスを再構築するとともに、人が元氣、自然が元氣、地域が元氣な黒潮町の将来像を描きながら、住民と行政が協働して、暮らしやすく、豊かさにとぎわいのある「ふるさと黒潮町」を築き上げることである』と宣言。そのシンボルプロジェクトに「黒潮印」の商品開発として「黒潮町のさ・し・す・せ・そ計画」を掲げた。



薬焼きタタキ

この計画は、社会とコミュニケーションしやすいタイトルと、町が自然の中に持っている最もベーシックな素材を切り口にして、町内に六十八事業所五百十二人が働いている製造業を中心に、地域資源の高付加価値化を目指す計画で、そこから観光振興も含めた広がりを目指すものである。

新しく誕生した黒潮町の知名度はまだまだ低いが、海流「黒潮」は誰でも知っている。その黒潮のネームバリューと、南国の海、里、山で取れる良質で豊富な第一次産業の生産物を活かして、これから十年の間に黒潮町産品ブランド「黒潮印」の商品を確立する計画である。

■ 伝統的製法の天日塩と黒砂糖造り

「さ・し・す・せ・そ」は和食の基本で、「さとう」「しお」「す」「しょうゆ」「みそ」のことであ

り、黒潮町は自然環境の中にこの全てを持っている。地元では、二十年以上前から全工程を太陽熱と風力のみで自然結晶させた天日塩造りを行っている。うま味があり、まろやかな天日塩は、ミネラルが豊富で、本物志向を求める人に利用されてきた。

また、この地域では江戸時代から黒砂糖が造られていた歴史があり、現在も加工の伝統技術を継承しながら明治時代の製法にこだわり、まきを使って炊き上げている。この黒砂糖は、最近では和菓子を中心に製菓業者からも注目されており、現在は地域に適した品種の試験栽培も実施中である。

加えて、大方精糖生産組合と県内企業の連携により、黒糖酒が開発され、平成二十年には「高知県産サトウキビを活用したサトウキビ酢の商品開発および販路開拓」が経済産業省の農工商等連携事業に認定されたことから、さらなる発展が期待されている。

本計画は、安全で質の高い基本調味料と組み合わせた地域資源の高付加価値化を図り、地域の製造業、卸売業、直販店、宿泊業などの連携事業を展開し、それぞれの分野での活性化を図っていくのが狙いである。

現在は、地域製造者自らの商品基準である「さ・し・す・せ・そ商品認証基準」も検討されているが、その中味は、①化学調味料を使っていない②遺伝子組み換え原材料を使用していない③卵は産地を明記する④天日塩100%使用⑤黒砂糖100%使用⑥原材料は可能な限り高知西南地域産などが基準の柱になる予定である。

■ カツオ漁師町そのものをブランド化に

砂糖、塩、酢、しょうゆ、みそだけでなく、「安全、クオリティ、オーガニック、ベーシック」などのキーワードを基に、黒潮印の製品を生産するプロジェクトを推進することも大切であろう。

一本一本のカツオを、竿で釣り上げる一本釣り漁は、カツオの高品質を保つばかりではなく、資源を枯渇させない自然にやさしい漁法であり、その特性を最大限に顕彰するとともに、カツオに含まれる食品機能（抗疲労効果のあるアンセリンなどが多く含まれている）を化学的に分析し、併せて有効な各種認証も検討する中で、巻き網漁で獲れたカツオと差別化した一本釣りカツオのブランド化を目指す。

また「日もどりカツオ」など、あまり知られていない漁師町の味を、黒潮町の「さ・し・す・せ・そ」と併せて提供するサービスを官民協働の取り組みにより



一本釣り

整備し、「カツオ食うなら黒潮町！」というカツオ漁師町そのものをブランド化するプロジェクトを推進していきたいと思っています。



地域活性化に向けた伝統産業の再生と復活

―伝統産業の町・京都の取り組みからみた振興策の方向性―



京都産業大学経済学部教授 柿野 欽吾

現在、わが国経済社会は、激変期を迎えている。米国の金融危機に端を発した世界同時不況は、わが国にも大きな影響を与えている。大手企業をはじめ全国各地の製造業で雇用者の解雇が相次ぎ、小売業では低価格販売競争が常態化しつつある。

特に、今回の不況は大都市圏以外の地域経済も直撃している。これら地域経済は、昭和五十年代後半以降、①雇用拡大を見込んで誘致した大企業の工場②公共投資に大きく依存する建設業③地域に蓄積された技術・ノウハウをベースに独自製品を生産し、主に地域外に販売してきた伝統的な地域産業（伝統産業）―の三つのセクターで維持・発展してきた。しかしその後、大企業の中国生産移転に伴い、地方の工場閉鎖が相次ぎ、加えて財政再建・規制緩和の掛け声の下、公共投資の大幅な削減により建設業も倒産・廃業が相次いでいる。

地域交流の基礎、誇りとして存在した伝統産業

そうした中、縮小傾向にあらながらも、伝統産業が唯一の地方経済の担い手としての地位をかる

うじて維持しており、全国的にその復活・再生が喫緊の課題となっている。それは、伝統産業が、地域にとって働く場（所得獲得機会）の提供だけでなく、街並みなど地域の生活・文化の基盤、同業・取引先という関係を通じた経済的・人的交流の基礎、体験・見学などの貴重な観光資源として、地域に密着した役割を果たし、地域の人の誇りとして存在してきたからである。

それでは伝統産業とは何か。その定義の代表的なものが「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」（昭和四十九年制定）である。同法第二条によれば、伝統産業に（実際には伝統的工芸品として）指定されるには、①日常生活の用に供される②製造過程の主要部分が手工業的である③伝統的な技術または技法により製造される④伝統的に使用されてきた原材料である⑤一定の地域において少なくとも数人の者がその製造を行い、またはその製造に従事している―の五つの要件が必要である。

平成十七年度にはこの要件を備え、経済産業省から指定を受けた伝統的工芸品は、実に二百七品目に上る。また、指定以外に⑤の要件を備え

ていない、小さな産地や都道府県・政令指定都市が指定している伝統産業も含めると、全国で千二百七十五品目に及ぶ。

それらの品目について業種別に見ると、郷土玩具・人形、木工品、陶磁器・瓦、その他工芸品、織物、竹工品、金工品、和楽器・神祇調度・慶弔用品、和紙、漆器、染色品の順に多く、それ以外には扇子・団扇・提灯、石工品・甲骨皮製品、ひも・糸・刺繍ほか、仏壇・仏具、文具が続く。実に日本の衣、食、住に関連した多様な製品を産出しているだけでなく、伊勢型紙や金箔、庄川挽物、木地といった、他の伝統産業



「伝統産業の日」のイベント「手しごと展」（於：みやこめっせ）



伝統的工芸品（全品目）の業種別状況—平成17年—

業 種	品目数	業 種	品目数
織物	96	和紙	57
染色品	46	文具	30
ひも・糸・刺繍他	32	石工品・甲骨皮製品	35
陶磁器・瓦	131	郷土玩具・人形	197
漆器	50	扇子・団扇・和傘・提灯	38
木工品	174	和楽器・神祇調度・慶弔用品	69
竹工品	81	その他の工芸品	104
金工品	81	工芸用具・材料	24
仏壇・仏具	30	合 計	1,275

（出所）『全国伝統的工芸品総覧 平成十八年度版』

（財）伝統的工芸品産業振興協会、平成19年3月より引用。

伝統的工芸品（全品目）の都道府県別状況—平成17年—

都道府県	品目数	都道府県	品目数	都道府県	品目数
北海道	4	山梨県	13	岡山県	13
青森県	28	静岡県	22	広島県	17
岩手県	17	富山県	15	山口県	6
宮城県	19	石川県	36	徳島県	10
秋田県	28	岐阜県	42	香川県	37
山形県	38	愛知県	32	愛媛県	23
福島県	38	三重県	38	高知県	12
茨城県	47	福井県	32	福岡県	37
栃木県	63	滋賀県	43	佐賀県	12
群馬県	17	京都府	80	長崎県	12
埼玉県	23	大阪府	21	熊本県	32
千葉県	25	兵庫県	28	大分県	13
東京都	40	奈良県	20	宮崎県	29
神奈川県	12	和歌山県	10	鹿児島県	35
新潟県	32	鳥取県	30	沖縄県	17
長野県	22	島根県	61	合 計	1,281

（注）工芸品の品目数合計が前掲表に比べて6品目多いのは、1品目で2つの県にまたがって生産されているケースが6品目あるからである。

（出所）『全国伝統的工芸品総覧 平成十八年度版』より引用。



（注）平成13年の年生産額は、203産地のうち判明した197産地の数値である。
平成17年の年生産額は、筆者の推計値である。

（出所）『全国伝統的工芸品総覧』各年度版より筆者が作成。

の材料まで作られている。

また、都道府県別にその分布を見ると、北は北海道から南は沖縄県まで、全ての地域に伝統産業が存在している。京都や栃木、島根、茨城、滋賀、岐阜、東京、山形、福島、三重、香川、福岡をはじめ、二ヶタの伝統産業を擁している都府県は、実に四十五にも達しており、全国各地の地域の経済・文化に多大の役割を果たしていることが分かる。

和の生活離れの本格化が衰退に拍車

これらの伝統産業は戦後、石油ショックまでは、所得水準の上昇とモノの豊かさ追求を背景に、ほぼ一貫して成長・発展してきたが、二度の石油ショックを契機に昭和五十年代後半以降、バブル

景気の時期を除いて、低迷・衰退することになる。その要因として、①所得の伸び悩み②和の生活離れの本格化③中国など海外からの競合製品の流入④産地の意識・構造改革の遅れなどを指摘されるよう。

特に、戦後一貫して進んできた洋の生活スタイルは、乗用車の普及、大都市でのマンションの浸透とともに本格化し、都市では畳部屋・床の間がなくなりつつあることに象徴されるように、衣、食、住のあらゆる面で和の需要は減退していったことが特筆されよう。中でもここ数年、人口減少や格差社会の到来をきっかけに、国内需要が減少する中で、和の生活の最後の経験者である団塊の世代が退職した影響は大きく、伝統的工芸品需要は急速に減少していると推察される。

地域活性化に向けた
伝統的工芸品の指定獲得

その結果、伝統産業の生産額をはじめ、企業数、従事者数は大きく減少し、その衰退速度を速めている。伝統産業のうち、国指定の品目に絞って（財）伝統的工芸品産業振興協会『全国伝統的工芸品総覧』の数値をもとに確認してみよう。

まず注目されるのは、国指定の品目数が年々増加していることである。昭和五十一年には九十九であったものが、平成十七年には二百七にほぼ倍増している。これは、各都道府県・地域が伝統産業を重視し、その技術・技法を掘り起こして指定を獲得することによって、地域活性化につながりうとしてきた現れであろう。



京都・西陣夢まつりパレード

これに対し、それら指定された伝統産業の生産額、企業数、従業者数は、昭和五十年代をピークに、逆に五・六割強も減少している。こうした生産額や企業数、従業者数の減少は、その地域の伝統産業に携わる経営者とその家族、雇用者の働く場を奪うという経済面での一次的な波及にとどまらず、運輸、金融・保険、小売・飲食・各種サービスなど、地域の他産業へ二次的な悪影響を与える。特に、伝統産業の占める割合が大きいほど、地域経済は深刻な状況を呈する。

さらに、地域の技術・技能や原材料・道具類、デザイン、販路、経営ノウハウなどの弱体化・喪失につながり、長い歴史の中で先人たちの努力によって培われてきた貴重なこれら地域資源がなくなるという問題が起きている。既にいくつかの伝統産業では、地元や国内から原材料が十分に確保できず、海外からの輸入品に大きく依存している。その典型的な例が生糸であり、漆である。

職人の高齢化と伝統的街並みの喪失

また、職人の手と一体になってその高度の技術・技法を発揮できるように、伝統産業ごとに独

自に工夫されてきた道具類も、当該伝統産業の衰退とともに道具職人の高齢化が極端にまで進んでおり、その安定的な確保が危ぶまれている。織物に使用される箒・杼や力織機の各種部品、塗りや彩色に使われる独特の筆・刷毛などである。

しかも、この伝統産業衰退は単に産地そのものにとどまらず、その立地する地域やわが国全体の生活や文化、環境など、多面にわたりマイナスの影響を及ぼしている。例えば、地域の人的な紐帯（ネットワーク）や祭り、独自イベントを消滅させて、地域の独自な絆、文化を希薄化するとともに、伝統産業に携わる企業が廃業または倒産すると、これまで地域の独特の町家や住いはマンションや駐車場に変わるなど、街並みが一変して地域特性のない景観となってしまうことは各地で散見される。

伝統産業の町・京都でも不振

京都は、千二百年の歴史を誇る古都である。それだけに、現在も西陣機業、京友禅業などの染織、京焼・清水焼業の陶磁器、京仏壇・京仏具業、京漆器業の木工・漆芸など、国指定だけでも十七品目、それ以外を含めると実に七十二品目の多岐にわたる伝統産業を擁しており、まさにわが国で屈指の伝統産業の町なのである。

しかも、その多種多様な伝統産業が明治以降、京都の医療機器・電子部品などの、今日の先端産業を生み出す苗床（なえど）になってきたことが京都地域のいま一つの特徴であり、誇りでもある。それだけに、中小・零細企業から構成されるこの伝統産業

に対して、京都府、京都市とも染織・工芸課、伝統産業課という部署を置き、その振興・育成に向けた様々な施策を実施してきた。

しかし、他地域と同様に、近年、この京都の伝統産業も不振に喘いでいる。特に、伝統産業の中でも中心的存在である和装関連の西陣機業、京友禅業の不振が著しい。その理由として、やはり昭和五十年ごろから急速に展開した生活様式の洋風化による和装需要の激減、中国など海外製和装品の輸入増大などが挙げられよう。

府・市が協調して取り組む 伝統産業の振興策

そうした中であつてまず注目されるのは、平成十七年に府市が協調し、京都府が「伝統と文化のものづくり産業振興条例」を、京都市が「伝統産業活性化推進条例」をそれぞれ制定して、伝統産業振興の基本的な姿勢・取り組み方針を改めて示したことであろう。

また、京都では条例制定とほぼ同時に、伝統産



西陣織会館でのきものショー

業として清酒（伏見の日本酒）、京菓子、京漬物、京料理といった食関連産業を指定したことも強調しておきたい。特に、京料理はしつらいや器と一体となつて供されることから、



きものパスポート (左) と
きものパスポート持参客の優待店舗ガイドブック (右)

では、これからの伝統産業はどう展開するのであろうか。それを予測することは難しいが、わが国経済社会の潮流からある程度推測できる。時代は、①高齢化社会の到来であり②グローバル化の一層の進展であり③IT技術がさらなる進化を遂げ④環境に優しい社会の確

立である。高齡化社会の到来は、ある意味でモノを追求する時代から心の豊かさを欲する社会への転換であることを示唆している。グローバル化の進展は、日本人のアイデンティティ・和の文化、さらには地域の文化・生活そのものの見直しにつながる。インターネットの進化は伝統産業の販路を三百六十度に広げ、環境への優しさは、再生可能な原材料を使用する伝統産業の復権に通じる。こうしてみると、伝統産業は時代の要請に沿った産業であり、その将来は決して悲観することはない。



「伝統産業の日」のイベント「わかば会（京都市の伝統産業技術後継者育成制度対象者の会）40周年記念作品展」（於：みやこめっせ）

ただし、伝統産業はこのチャンスを手元に引き寄せ、伝統産業そのものを時代に合致させる努力が必要である。ただし、伝統産業の復活・再生に向けた具体的な対応策は、個々の産地により異なる。ここでは進むべき方向性について二点を指摘しておきたい。

業種間・地域間の連携強化で 新たな展開を

第一は、業界の垣根を越えた連携である。これまで業界単位で実施されてきた伝統産業振興策

は、今後、他の伝統産業との連携を強化する必要がある。例えば、新製品の開発や販売は、個々の産業だけでなく、衣、食、住のトータルで考案・提案していくことが重要となる。各地域には大小合わせて二ケタの伝統産業を擁しており、そうした連携を可能な限り追求すべきである。具体的に京都では、京友禅と西陣織の共同展示会や、伝統的なデザインをモチーフに大企業との新製品の共同開発などが指摘されよう。

第二は、地域を越えた連携である。これまでの伝統産業振興策は、各都道府県・地域に限定したものであった。今後は、他の都道府県・地域との連携を進める時期にきている。今や、需要拡大や原材料や道具類の確保問題は、もはや一産地だけの範囲を超えている。関係する産地が県境を越えて共同して取り組む必要がある。既に西陣の工房・ギャラリー公開など秋のイベント「京都・西陣夢まつり」には「近畿伝統的工芸品フェア」を同時開催してその良さを広くアピールしている。

秋開催の伝統的工芸品国民会議全国大会や きものサミット開催を通じ重要性を発信

今秋は経済産業省・伝統的工芸品産業振興協会主催の「伝統的工芸品国民会議全国大会」と、和装産地持ち回りの「きものサミット」が京都で開催される。これを機に伝統産業が国民の暮らしに潤いをもたらす、日本のものづくりの原点であることを改めて全国的に発信したい。今、伝統産業の新たな展開に向けて各産地がその殻を破る時代である。関係者をはじめ、一人でも多くの人たちが参加し、関心を深められることが期待される。



伝統的工芸品産業の振興による地域経済の活性化を目指して

製造産業局伝統工芸品産業室

伝統的工芸品は、長い歴史を有し、手工業性と伝統性を維持しつつ、国民生活に豊かさや潤いを与える、わが国のものづくり文化を象徴する存在であるとともに、「日本らしさ」を表す顔と言えるものであり、立地する地域の生活、風土と深い関係を持ち、地域経済においても重要な位置付けにある。

しかしながら、同産業は近年の社会情勢の変化により、需要の不振、後継者の確保難、伝統的技術・技法の消滅の恐れ、用具・原材料の生産基盤の不足・入手難などの大きな問題に直面している。人から人に伝承される技術・技法は、一度途絶えた場合、再生は容易ではない。

本稿では、このような現状に直面する伝統的工芸品産業を支える者を支援することにより、同産業の振興、ひいては地域経済の活性化に資することを目的とした経済産業省のこれまでの取り組みとその成果について紹介する。

伝統的工芸品産業を取り巻く現状と課題

1. 伝統的工芸品とは

伝統的工芸品とは、「伝統的工芸品産業の振興

に関する法律」に基づき、経済産業大臣が指定した工芸品である。伝統的工芸品として指定されるためには、次の五つの要件を満たす必要があり、現在（平成二十一年一月時点）、全国で二百十品目が指定されている。

- ① 日常生活で使用する工芸品である
- ② 製造工程の主要部分は手工業的（高度な手作品）である
- ③ 伝統的な技術・技法によって製造されるものである

④ 伝統的に使用されてきた原材料である
ある

- ⑤ 一定の地域で産地形成がなされている

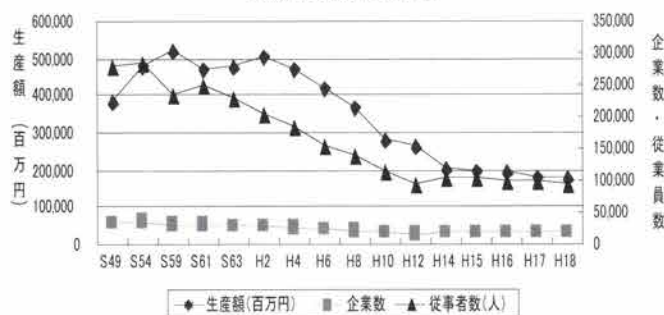
2. 伝統的工芸品産業の現状

財団法人伝統的工芸品産業振興協会の調査によると、平成十八年度の伝統的工芸品産業の全体の生産額は約二千億円であり、平成二年度の五千億円をピークに減少を続けている。ここ数年は、横ばいで推移しており、下げ止まり傾向にあるものの、厳しい状況にある。また、企業数・従事者数についても、従事者の高齢化による自然減が続く中、微減で推移している。

3. 伝統的工芸品産業が直面する課題

伝統的工芸品産業が厳しい状況に直面している

伝統的工芸品産業の推移



(出典：(財)伝統的工芸品産業振興協会調べ)

図1 伝統的工芸品産業の現状

主要要因としては、次の五つが挙げられる。

- ① 国民の生活様式や生活空間の変化、大量生産方式による安価な生活用品の普及、海外からの輸入品の増加などを背景にした需要の低迷。
- ② 製造工程の主要部分は手工業的でない

ればならないため、量産化に不向き。

- ③ 若年層の製造業を敬遠する就労意識、それに伴う作り手の高齢化といった人材、後継者不足。
- ④ 枯渇しつつある自然素材を原材料とすること、伝統的工芸品の需要低迷に伴う生産用具提供者の減少に起因する生産基盤の減衰。
- ⑤ 伝統的・歴史的な情報・理解を必要とせず、利

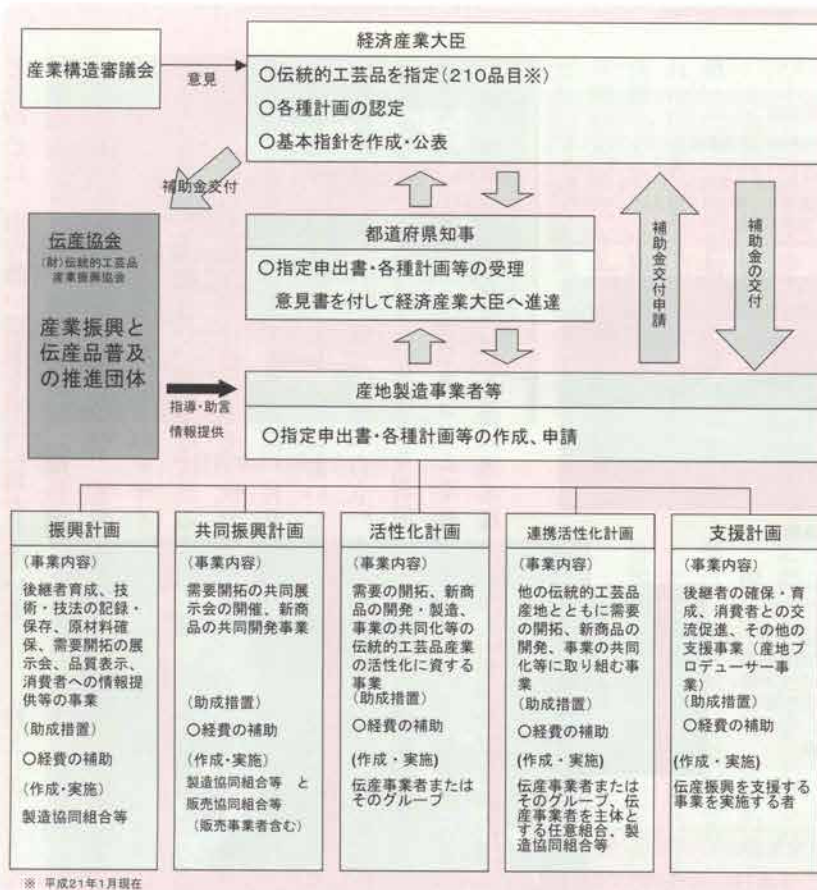


図2 伝産法に基づく振興施策スキーム

発展を目指すものである。平成十七年度においては九十三件、同十八年度にお

き、きめ細やかに支援することにより、伝統的技術・技法を継承し、伝統的工芸品産業の産地振興・活性化を促し、産地の自立的成長、

伝統的工芸品製造事業者などが作成し、経済産業大臣の認定を受けた振興計画、共同振興計画、活性化計画、

連携活性化計画および支援計画に基づく事業を、伝統的工芸品産地のニーズに則

して、きめ細やかに支援することにより、伝統的技術・技法を継承し、伝統的工芸品産業の産地振興・活性化を促し、産地の自立的成長、

伝統的工芸品製造事業者などが作成し、経済産業大臣の認定を受けた振興計画、共同振興計画、活性化計画、

連携活性化計画および支援計画に基づく事業を、伝統的工芸品産地のニーズに則して、きめ細やかに支援することにより、

伝統的工芸品製造事業者などが作成し、経済産業大臣の認定を受けた振興計画、共同振興計画、活性化計画、

いては九十五件、同十九年度においては百十件の事業に対して、資金面での支援を行っている。成果事例①…需要拡大、新商品開発（岐阜提灯）岐阜提灯の技術・技法を活用し、現代のライフスタイルにマッチした新しい商品を開発・販売することにより、製造事業者・販売事業者のモチベーションを高め、革新的な商品展開を生み出すことを目的として事業を実施。図面の製作にCADを用い、灯体にLEDを使用するなど、伝統的な技術に現代の技術を活用することによって、新商品「現代のキャンドルライト」を開発し、全国のインテリアセレクトショップな



「伝統的工芸品活用フォーラム」事業

・平成19年度にスタートし、40社、52の研究を立ち上げ。
・平成20年8月には、産地の作り手44事業者、デザイナー等支援者79事業者が参加。



越前漆器

・越前、山中、輪島といった主要漆器産地職人、デザイナーが連携して「飯碗の郷（雅コレクション）」を制作

岐阜提灯

・図面の製作にCADを用い、灯体にLEDを使用するなど、伝統的な技術に現代の技術を活用することによって新商品「現代のキャンドルライト」を開発



図3 新商品開発の取り組み例



博多織

・NPO法人「博多織デベロップメントカレッジ」において、「創造」と「自立」のための能力開発カリキュラムを構築。
・毎年10人程度を受け入れ、2年間の教育を実施。



京都伝統工芸大学校

・陶芸、木彫刻、漆、竹、石、和紙、金属等の伝統工芸について教育を実施。
・毎年300人の生徒を受け入れ、卒業生の約8割が全国の工芸品分野に就職。

図4 後継者の確保・育成の取り組み例

伝統的工芸品教育事業

・全国約750校において小中高生5万人の生徒に対し、伝産品の歴史や体験の授業を実施。



図画・作文コンクール

・「伝統的工芸品月間」の一部として全国で図画、作文コンクールを実施。
・平成19年度の応募者総数は、図画：726点、作文：1,422点。



全国伝統的工芸品センター

・全国で唯一の伝統的工芸品の総合展示場(展示面積1,735㎡、池袋メトロポリタンプラザ内)。
・1Fは常設展示場、2Fはテーマを決めた特別展示を実施。
・入場者数は、年間約144,000人(月平均12,000人)。

図5 伝統的工芸品PRの取り組み例

の安定化、基盤整備を図っている。

成果事例②…伝統的工芸品のPR

伝統的工芸品の製造に携わる職人を全国の小中高校に派遣して、製作を公開、体験させることにより、伝統的工芸品の持つ技術・技法、原材料などについて学んでもらうほか、教師など周辺に対しても普及啓発を推進する事業を実施。平成十九年度は全国約七百五十校において小中高生五万人の生徒を対象に事業を実施。

また、全国で唯一の伝統的工芸品の総合展示場、全国伝統的工芸品センター(展示面積千七百三十五平方メートル、池袋メトロポリタンプラザ内)において、消費者をはじめ、関係者に対し伝統的工芸品を広く紹介。センター一階には常設展示場、二階にはテーマを決めた特別展示を実施し、年間約十四万四千人が来場。

今後の展望

伝統的工芸品の製造事業者は中小、零細企業や個人事業者が大半である。経済産業省としては、伝産法による支援はもとより、地域資源を活用した新商品の開発、販路開拓を総合的に支援する「中小企業地域資源活用プログラム」「JAPANブランド」などの中小企業施策を効果的に投入しながら、消費者の感性に訴えかけるものづくり活動の推進を図る。

また、観光セクターと連携しながら、国内だけでなく海外からの旅行者を積極的に呼び込み、伝統的工芸品の持つ魅力を世界中の人々へPRするといった取り組みにも着手しており、これらの活動を通じて、伝統的工芸品産業の更なる振興および地域経済の活性化を実現していく考えである。

とを中心に、取り扱い店舗を着実に増やしている。

成果事例②…人材、後継者育成(博多織)

博多織の技能技術を伝承しつつ、世界に飛躍するブランドを確立するため、そのデザインや商品開発の基礎となる染色や、仕上げに至るまでの博多織製造技術を総合的に修得させ、次世代の博多織を担える人材を育成するために、NPO法人博多織デベロップメントカレッジにおいて能力開発の養成を目的とした「創造」と「自立」のためのカリキュラムを平成十八年度より創設。二年間(千九百二十時間)のカリキュラムを終えた生徒には、博多織生産者として今後の博多織を担う人

材として大きな期待がかけられている。

3. 伝統的工芸品産業振興協会を通じた支援
(伝統的工芸品産業振興事業)

同じく伝産法の規定により、伝統的工芸品産業の振興を図るための中核的機関として、国、地方公共団体、産地組合および団体などの出資などにより設立された財団法人・伝統的工芸品産業振興協会が実施する全国的規模や全国的視点に立った事業に対して支援を行うものである。

成果事例①…生産基盤の確保

伝統的工芸品を生産する際に必要不可欠な用具や原材料の調達・供給状況ならびに代替策などの情報を収集してデータベースとして集積。「伝統的工芸品づくりの材料・道具ネットワーク・データベース」を伝統的工芸品産業振興協会のホームページに掲載し、全国の伝統的工芸品産地のみならず、関係機関などに公開・提供することにより、伝統的工芸品の生産・供給

宇和島から広がる地域づくりの輪

第二十六回地域づくり団体全国研修交流会「愛媛大会」が、十一月十四、十五日の二日間、地域づくり団体全国協議会、愛媛大会実行委員会、愛媛県ふるさとづくりネットワーク推進会議の主催により、愛媛県宇和島市を中心に開催された。全国各地から集結した三百名以上の参加者が意見を交換し、地域づくりの情熱を高めた。

大会前日には、同市で「伊予の寄合酒」と題した前夜祭が開催された。これは作家の司馬遼太郎氏が生前、「寄合酒」と称して宇和島の友人たちと飲み明かしたというエピソードにちなんだものだ。松野鬼城太鼓保存会の迫力



松野鬼城太鼓保存会の演奏

ある演奏で幕を開けた寄合酒には、石橋寛久市長も歓迎に駆けつけた。会場では鯛めしやじゃこてんなどの郷土料理が振る舞われたほか、十五の分科会ごとにポスターセッションブースが設けられ、それぞれの地域の特徴が紹介された。分科会ごとに持ち寄った特産品の抽選会も行われ、翌日の大会開催に向けて大いに盛り上がった。

明けて大会初日、会場の南予文化会館は「愛媛産には愛がある。」と書かれたエコバッグ入りの資料を手にした参加者で大いににぎわい、ミカンジュー



加戸愛媛県知事（左）と椎川総務省地域力創造審議官（右）

スの出る蛇口も設置され、好評を博した。全体会では、岡崎昌之地域づくり団体全国協議会会長、加戸守行愛媛県知事のあいさつに続き、来賓の椎川忍総務省地域力創造審議官、石田直裕地域活性化センター理事長がそれぞれあいさつした。

また、大洲市長浜町に伝わる田植えから収穫までの農作業を表現した「伊予長浜豊年踊り」が披露され、軽快な囃子とユーモラスな動きで会場を和ませた。続いて、「夕日のまちづくり」で有名な若松進一氏とゲストコメンテーターの土井中照氏の進行により、会場参加型のトークセッション「みんなで地域づくりトーク！」が行われ、「地域づくり活動を漢字一文字で例えると？」などの問いが会場に投げかけられた。

参加者は、用意された「喜」「怒」「哀」「楽」といった四つの選択肢から回答を選び、それぞれの考えや地域づくりのエピソードなどを語った。トークセッションを通じて、多くの参加者が地域づくり活動を楽しんでいると思いがち、仲間を集めるのに苦労し、地域づくりの知恵や活力を吸収するために、ネットワークづくりを期待していることが分かった。



「みんなで地域づくりトーク！」の土井中氏（左）と若松氏（右）

全体会の最後に、次回の佐賀大会実行委員会がステージに上り、PRビデオによる分科会の紹介と参加の呼び掛けが行われた。全体会終了後、参加者は地元宇和島市が中心となつて企画した分科会に移動し、それぞれの地域の独創的な地域づくり活動を視察・体験した。どの分科会でも暖かいおもてなしを受け、また、夕食交流会や夜なべ談義を通して、全国各地の仲間たちと充実した交流ができた。今回の佐賀大会も大成功となることを期待している。佐賀大会は平成二十二年二月五日（金）と六日（土）に佐賀市を中心に開催する予定である。

（財）地域活性化センター研修交流課

● 八塚桂介

まちの「風景」「食」「物語」がつくる地域ブランド

イデアパートナーズ株式会社 代表取締役 井手 修身

(財) 地域活性化センターは、地域再生の担い手の育成を目的として、実践者を講師に迎え、フィールドワークやグループワークを通じて、そのノウハウを共有する研修会「地域再生実践塾」を、毎年全国五カ所で開催している。本号では、平成二十年十一月十九日から三日間、福岡県久留米市で開催した内容を主任講師の井手修身氏より報告していただく。

今回のテーマは「地域ブランドづくり」である。一般的にブランドとは、商品・サービスが持つ「らしさ、意味、メリット」などの独自の価値が表現され、受け入れる客に認識され、一定の評価を確立しているものを言う。ブランドとは、受け手が価値を感じるイメージの総和であり、送り手(約束する)と受け手(期待する)の信頼関係の中で構築される。

地域ブランドの場合、地域資源(農産物、加工品、景観、街並み、歴史、文化、物語など)を活用し、「買いたい」「行きたい」「進出したい」「住みたい」という価値の商品・サービスにして、ブランド化したものをいう。個々の地域ブランドが、地域全体のイメージを形成していくことになり、それが個々の地域資源の商品・サービスのブランド化の底上げ、相乗効果を増すといえる。

久留米市は、筑後川流域の交通、商業、サービス業の要所として栄え、現在人口三十万人、平成二十年には中核都市となった。同十八年の久留米市観光・コンベンション振興基本計画で、「誰もが訪れてみたい住んでみたいまち」を策定。その実現に向け、今年には「ご当地グルメの祭典B・1グランプリIN久留米」の開催、「くるめほとめき旅博覧会」の開催など、多様な主体が協働し、地域資源を活かした取り組みが進行している。

今回は「まちの「風景」「食」「物語」がつくる地域ブランドづくり」をテーマに三日間、全国から四十二人の受講生が参加して、講義や現場のフィールドワークを通して学び、受講者が各地元の課題に置き換えて、地元の地域活性化にフィードバックさせていくことを目的とした。

三日間のカリキュラムと講義内容

■ご当地グルメによる地域おこし活動II野瀬泰申・日本経済新聞特別編集委員

野瀬氏からは、ご当地グルメから全国的なイベント「B・1グランプリ」開催に至る経緯や地域の取り組みについて紹介があった。

ご当地グルメは、地域の食生活に根差したものであるため、まちおこしの素材として住民の共通認識が既にでき上がっており、合意形成やイメージ形成ができ安く、地域の食ブランドになりやすい。またご当地グルメはすぐ始められ、やめられる、初期投資がかからないなど、取り組みやすい一面が報告された。



フィールドワークの様子

■ラーメンによるまちおこしII玉置敬一・久留米商工会議所会員サービス課

玉置氏からは、ラーメンによるまちおこしとして、「ラーメンフェスティバルIN久留米」の取り組みについて紹介があった。

「とんこつラーメン発祥の地」をヒントに、イベントを仕掛けていったが、その背景には、ラーメンで久留米の名前を知ってもらい、行きたくなる、住民が自慢したくなるという、まちおこしの考えがあった。自分たちスタッフの立場を「種」ととらえ、スポンサーを「実」として、ラーメンを作る人やイベントに参加する住民を「花」として持ち上げることが、成功の秘けつであるという。

■「農と食」がつくる地域ブランドII濱田哲(有)銀のすぽーん代表取締役

濱田氏からは、「農と食」がつくる地域ブランドとは、まず地元の消費者の目で、農や食の商品・サービスに感動することが大事である。そこから、商品・サービスの背景、それを提供している生産者を知りたくなり、消費者が生産者と一体感となって、他人にその感動を伝えたいと思うことにある。そこから地域ブランドが醸成される。実際、濱田氏が地元梨との出会いから、「藤山なし ジャム」の販売に至る物語が述べられた。

フィードバック 「久留米ほとめき歩き」

「久留米ほとめき歩き」を地元のガイド付きで実際に歩き、田主丸地域、草野地域における風景や街並みがつくる地域ブランドを体験してもらった。

「み」の地域のブランド戦略 高山美佳 UPLANNING & DESIGN 代表

高山氏からは、沖縄の栄町市場商店街での「笑うマチグラー」の仕事、インター定住した田主丸地域での「み」のうの豆本「田主丸ん本」制作の取り組み、よそ者の視点で挑む地域のブランド戦略を話してもらった。

地域が輝くためには、潜在的な魅力を探ること、文字や紙、写真として伝えてゆく（デザインすること）、まち元氣＝原石を磨くこと、人と人をつなぐこと、行政区を越えた連携の道が大切である。地域のブランドづくりには、「風景」づくりを磨き、一次産業とつながることが大事であるという。

地域の考え方をデザインする 梅原真・梅原デザイン事務所代表

梅原氏からは、ローカルが豊かであってこそ、その国は豊かであり、その基本には、第一次産業が面白くないといけないとの話があった。

一次産業×デザイン＝新しい価値を作ります。デザインはコミュニケーション

をデザインすることであり、これによって一次産業を立て直すことができる。四十万十川の新聞バッグは、世界に売り出すことができた商品だが、その基本には、時代の本質を探り当てる必要がある。また「信楽のためきの休日」の話を、住んでいる人が楽しみながら、面白く、センス良く生きることが重要であるとの話が披露された。

グループワークと三日間のまとめ

三日目に、各グループで地域ブランドを形成する四つの要件、地域づくりの成功要因と課題などについてまとめた。

①推進母体組織づくり、キーマン人材については、民間側でこれを推進していく人材と組織が必要である。行政も入った地域ブランド形成のための任意協議会もあるが、NPO法人や観光協会などの中間支援組織もその役割を担う。久留米市で言えば、商工会議所もその役割の一端であり、サポートする行政の役割も大きい。しかし、最後は組織の真ん中で率先垂範する実践者がいることが必要条件である。



グループワークの様子

②ブランド・アイデンティティについては、ブランドの価値を設定するに当たり、地域の一次産業、風景など何かを守り伝えたいという本質の考え方が必要である。誰もが賛同できる単に経済的視点だけでなく、自分の地域における「地域循環」という観点が必要である。ここを関係者で何度となく議論を重ね、消費者に提供する「期待と約束」を設定する過程そのものが、ブランドづくりで最も重要である。

③ブランドの要素となる分かりやすいコピー、スローガン、ロゴマークは、外部の視点による情報の編集・加工、デザイン力が必要になる。地域の物語をデザインし、コミュニケーションをデザインすることが求められる。

④受け手に伝える接点としては、商品・サービスの開発、PR、WEB、広告、これらを含めたマーケティングである。コストが少ない中で、大事なのは商品のターゲットである。「買いたい」「行きたい」「進出したい」「住みたい」という価値で商品・サービスを設定し、個々に発信したい消費者のターゲットを絞り込んで、効果的なPRを展開する。こうして個々のブランドを育成していく中で、地域全体のイメージを形成していく。そして地域全体のイメージの形成が個々の地域資源の商品・サービスのブランド化の底上げ、相乗効果を増すといえる。

「人財」におけるネットワークづくり

今回、久留米市を舞台に、同地域で地域ブランドづくりを推進している人、全国でブランドづくりをサポートしている人の刺激的な話を聞き、議論してもらった。あえて一つの方向に結論付けずに、多様な価値観を受講者に触れてもらい、その中から自分の地域にフィードバックできるものを吸収してもらった三日間であった。

地域ブランドを通じたまちづくりでも、最後は、課題を率先して解決していく「人財」と、その人財が活躍できる「組織」をつくり出すことに尽きる。特に、人財には他の人を巻き込む「高いエネルギーのある人」が必要であることが分かった。高いエネルギーのある所には、自然と高いエネルギーを有した人が集まり、知恵を出し合い、新しい価値を形成していくことができる。

今回の地域再生実践塾の受講者にも、この人財に相当する人が数多くいたと思う。受講終了後から、受講者間のネットワークづくりが行われ、自発的にオフ会も開催されようとしている。そういう自発的な一歩の活動が、これからのまちづくりに必ず反映されることであろう。

本日の地域再生実践塾は、受講者が地域に帰り、現場で活動し始めてからスタートするのである。

スポーツを通じた地域再生への支援

地域活性化センターは、公共スポーツ施設等活性化助成事業として、地域スポーツの振興や健康増進の推進による地域の活性化を目指し、市町村による公共スポーツ施設などの有効利用の促進を支援している。平成20年度にこの制度によるソフト事業として、年齢や体力に関係なく誰でも気軽に楽しむことができるスポーツ（ニュースポーツ）を市民に体験してもらう「ニュースポーツ体験会」を実施した福岡県太宰府市取材した。

福岡県中西部に位置する太宰府市は、学問の神様である菅原道真公（天神様）で有名な太宰府天満宮などをはじめとして数多くの歴史的文化遺産を有し、「史跡・観光のまち」として全国的に知られている。また、平成十七年十月には全国で四番目の国立博物館である「九州国立博物館」が開館したこともあり、人口約六万八千人の都市ながら年間約七百万人の観光客が訪れる。

スポーツ施設を利用した「コミュニティづくり」

ニュースポーツ体験会を実施した「太宰府市体育センター」は、市の中心部を流れる御笠川沿いにある。昭和五十二年に建設された後、現在に至るまで市民の健康増進の中核施設としての役割を担っている。施設は、敷地面積二千二百平方メートルの体育館だけの単独施設であり、普段の利用は、主にバレーボールや卓球の市民サークルの練習といった定期利用者が中心だ。



太宰府市体育センター

観客席がないことや駐車場が狭いことなどから、大規模なスポーツ大会を実施するに難点もあり、施設の老朽化と利用者の減少傾向が

課題となっていた。

また近年同市は核家族化と少子高齢化が急速に進行し、かつて新興団地だった地域で老人会が解散するなど、コミュニティの崩壊が大きな問題となっている。

こうした状況の下、市では「健康で生きがいのあるまちづくり」「新旧住民

の隔たりなく住民こそぞって触れ合えるコミュニティづくり」のために、スポーツ施設を活用し、定期利用団体以外にも多くの一般の人に施設を利用してもらうとともに、自主的・定期的な活動を促進し、サークル発足の足掛かりを手助けすることでスポーツの振興普及と地域活性化を目指すことにした。

こうして、地域の中核的スポーツ施設である市体育センターを活用し、地域のあらゆる年齢層が気軽に体を動かすことが楽しめる「健康づくり」「生きがいづくり」「地域づくり」につながるニュースポーツ体験会が企画された。

幅広い年齢層が楽しんだ「ニュースポーツ体験会」

この体験会では、「ケアビクス」「キンボール」「ラート」などといったニュースポーツが紹介され、子どもたちから高齢者まで幅広い年齢層が楽しんだ。ケアビクスは、「エアロビクス」を高齢者向けに改良したものであり、ここ

ろと、からだのケアと健康づくりを目的に、同市在住の人が考案したものである。いすに座ったまま行うことができ、体への負担が少なく、安全に楽しく行えるよう工夫されている。手軽に行える高齢者や低体力者向けの健康づくりプログラムとして、全国的に



ケアビクス

も注目され始めている。ケアビクス教室は同二十年十月から翌十一月にかけて七回実施され、計二百人程度が参加し、参加者から毎回好評を得ていた。市では、今後も継続実施することで、さらに広めていくことを予定している。

キンボールは、カナダ発祥のスポーツで、日本において競技が知られるようになってから、まだ四、五年の新しいスポーツである。直径約百二十二センチ、重さ約一キロの巨大なボールを二十一メートル四方のコートで一チーム四人、三チームでポヨヨンと打ち合うユニークなスポーツである。

取材に訪れた日も多くの小学生たちが指導を受けてキンボールを楽しんでいたが、どの子どもたちも「もっとやりたい」との感



キンボール



ラート

想を口にしていた。現在、市内にはキンボールのチームはないとのことだが、このイベントでの体験をきっかけにして継続的に親しんでもらうことで、市内にチームができることを期待したい。

ラートは、ドイツで考案された遊具で、二つの鉄製リングをバーでつなぎ、バーやグリップにつかまりながら、回転したり飛び跳ねたりするスポーツである。ゆったりと回転する器具に身を任せ、宇宙遊泳のような浮遊感が味わえる。競技としては「直転」「斜転」「跳び越し」の三種目があり、体操競技のように技の難易度や美しさを審判員が採点する。

平成二十年七月に元世界チャンピオンの楡皮貴子（ひわ・たかこ）さんを講師に招き、体験教室を実施した。ラートを保有している自治体は全国的に太宰府市を含め五カ所しかないとのこと

公共スポーツ施設等活性化助成事業

【助成概要】

市町村などが設置する公共スポーツ施設や健康増進に寄与する施設の有効活用を促進するため、効果的・効率的な利用システムの整備および特色あるソフト事業に対する助成を実施し、地域社会の活性化を図ることを目的とする。

【助成金額・助成率】

・システム整備事業：1,000万円
（システム整備事業とソフト事業を併せて実施する事業を含む。ただしその場合のリフト事業については100万円を上限とする）

・ソフト事業：100万円

助成率は、助成対象経費の100%以下

【助成対象施設】

市町村（特別区を含む）および一部事務組合などが設置する公共スポーツ施設や健康増進に寄与する施設（教育施設を除く）

【交付団体】

2007年度 27団体

2008年度 25団体（予定）

【問い合わせ先】

企画調査課 電話 03-5202-6133

公共スポーツ施設の活用と地域活性化への期待

だが、同市は小学生用から成人用まで三台のラートを保有し、毎週一回、市内の小学校でラート教室を開くなど、積極的にラート普及を推進している。

これら以外にも、今回のニュースポーツ体験会では、室内ベタンクとも呼ばれる「デイスコン」や「車イスダンス」など、全国的にはまだまだ知名度が低く、競技人口が少ないスポーツを幅広い年齢層の市民に体験・普及していた。

運営が必要である。このような状況下、自治体では、公共スポーツ施設を核にして、市民の健康づくりとともに、幅広い年齢層に利用してもらうことでの利用者増、ひいてはスポーツを通じたコミュニケーションづくり、サークルづくりによるコミュニティ再生を図ることが、今後、求められているのではないだろうか。

大規模な体育館でないからこそできる、地域に密着した活動がある。今回の太宰府市の取り組みは、まだまだ競技人口が少なく、レクリエーション感覚で誰もが気軽に楽しめるニュースポーツを体験してもらう企画を打ち出すことで、地域の小学生から高齢者まで幅広い年齢層の参加を得た。スポーツあるいはスポーツサークルを通じた地域コミュニティ再生の可能性を感じさせるような取り組みであり、今後の展開が期待される。

（企画調査課課長 大山澄男）

「コミュニティ活動で地域問題解決を

高松市は、香川県のほぼ中央に位置する人口約四十二万人の県庁所在地都市である。北は国立公園の瀬戸内海に面し、南は緩やかなこう配をたどりながら讃岐山脈に連なり、豊かな自然に囲まれた土地柄である。高松市は古くから港町として発達したことからも分かるように、市街地の北側が直接海に面しており、近年、市街地は南側に発展拡大してきた経緯を持っている。

三谷地区は、高松市の東南部に位置する旧木田郡三谷村だったが、昭和三十一年に高松市に合併し高松市三谷町となった。この地区は新しい都市計画法の施行に伴い、市街地調整区域の指定が外されたことで宅地化が進み、現在では平成十七年より約四百人増の約三千七百人の住民が暮らしている。

三谷地区は、高松市の東南部に位置する旧木田郡三谷村だったが、昭和三十一年に高松市に合併し高松市三谷町となった。この地区は新しい都市計画法の施行に伴い、市街地調整区域の指定が外されたことで宅地化が進み、現在では平成十七年より約四百人増の約三千七百人の住民が暮らしている。

★団体プロフィール★

設立年＝平成 15 年 8 月
設立・運営主体＝自主運営
代表者＝佐々木 宏
会員数＝ 2360 人
＜事務局連絡先＞
〒 761-0450
香川県高松市三谷町 1161-1
(電話) 087-889-4938

この地区で住民相互の支え合いを重視し、「地域のことは地域で解決する」ためのコミュニティ活動を取り組んでいる団体「三谷地区コミュニティ協議会」（会長・佐々木宏氏）を訪れた。

人材と資金面の整理で

持続可能な運営体制を構築

三谷地区コミュニティ協議会は、住民の総意と協力により明るく住みやすいまちづくりに取り組んでいる地域活動団体である。当該地区に属する二十九の自治会住民を中心に構成され、地区を愛する思いを大事にしながら、会員同士が家族的な温もりを感じられるつながりで活動している。

協議会設立のきっかけは高松市が地域コミュニティ推進本部を平成十四年に設置し、各地区にコミュニティ協議会の設立を促したことから。他地区と同様、翌十五年には三谷地区コミュニティ協議会が設立され、活動のあゆみが始まった。ところが協議会が活動を進めるに従い、既存の各種団体（自治会、社会福祉協議会など）との連携統合がないまま、活動が重複する事態や、複数団体が存在することで市の補助金や住民からの会費徴収の際の資金処理が

はん雑になる手間が発生した。

このままでは「単なる団体の寄せ集め」「組織した意義がない」ことを憂慮した協議会は、平成十六年に市が推進した運営体制を見直し、各種団体と協議を重ね、何度も現場に向いて住民に説明をしながら、「三谷方式」と呼ばれる組織再編と財源の一元化を実現し、地区内におけるコミュニティ活動に要する人材と資金面の整理に成功した。具体的には、協議会活動は内部の各部会が連携して事業を実施しつつ、同様な事業は統一し拡張するなど



全員が主役の住民総会

のスクラップ・アンド・ビルドをしている。

資金面に関しては、協議会が一つの財布で補助金と会費などの収入を管理し、協議会各部局の活動内容に沿って予算の調整を行い、査定を踏まえて活動資金を配分するシステムを機能させている。このような企画財政運営を確立している地域活動団体の例は珍しく、活動連携の効率化の手本や財源の有効活用先進事例として、全国の市民団体が視察研修に訪れている。

郷土への愛と誇りが活動の原動力に

「三谷の素晴らしいところは家族的なところ。小学校が一つだけの地区なので同じ学校の先輩後輩が多く、隣近所との仲も良い。まち中にはない牧歌的な魅力がここにはある」と、佐々木会長は笑顔で話す。一般にコミュニティが一丸となって活動を展開していく上で、人と人がつながるための求心的なビジョンや、コミュニケーションの拠り所となる共通の信念や信頼関係が存在している場合が多い。

三谷地区の場合、その原動力を表現したものは「三溪（さんけい）」というキーワードだ。「三溪」に込められた意味は二つある。一つは、地理的名称を指す「三谷」の美称である「三溪」という説に基づく、美しい郷土・誇り高い三谷の表現そのものである。

二つには、幕末から明治にかけての学者で捕鯨術など、近代水産業の先駆者となった、当地出身の「藤川三溪（ふじかわさんけい）」の人徳を称えた意味

を持って
いる。藤
川三溪の
ように立
派な人物
を教育し
ようとい
う願いか
ら、明治
三十二年
に地区の
小学校が
三谷では
なく「三
溪小学校
」と名付
られてお
り、この
学校で儒
学者であ
る三溪の
精神を学
び、教訓
を得たこ
とが住民
生涯の誇
りとされ
ている。



地域で盛り上げた小学生ミニ駅伝

「三溪は、私たち三谷住民の誇りであって支え」と佐々木会長は語る。地区内では文化教育に関する地域活動を中心に「三溪」の名を付けることが多く、毎年、三溪祭が行われる。三溪幼稚園や三溪墨彩画クラブ、三溪吟詠会など、住民の心には三溪の文字が深く刻まれ、幼少のころから地区に対する愛着が醸成されていると語る。

このように当地区は「三溪の誇り」により人と人がつながる風土が存在しているため、話し合いの習慣と支え合う文化が根付き、地区を思う意識が高い。いわゆる民度が成熟した地域と評価されているゆえである。

「ふれあい祭り」開催と キャラクターの採用

協議会の活動は、行政組織のように設置された各部会により環境衛生、福祉保健、安全防災、文化活動など多種

多様である。しかし、いずれも二十九自治会の代表と公募住民による幹事会を通じて、住民ニーズに沿った形で企画されており、あくまで住民の希望に沿った活動内容に仕上がっている。

一般に数多くの住民ニーズを把握し、かつ、それらを調整することは骨の折れる作業である。主義主張の異なる住民間の利害関係を調整しようとしてもなかなかうまくいかず、現実的に合意形成が不得手な行政や市民団体というものが数多く存在している。

そのあたりのコツを尋ねると、「人と自然が調和するまちづくりが自分たちの活動理念である以上、悩みや思いを気軽に打ち明けられる雰囲気づくりと話し合いの時間はとても大事。時にはこちらから訪ねて意見を聞きに行ったり、相手の意見を尊重して聞く姿勢があつてこそ、合意という調和のデザインが見えてくる」と、対応してくれた七人の役員は口をそろえて答えてくれた。

各部会の活動と並行して力を入れていく行事に「ふれあい祭り」がある。これは毎年十一月三日ごろに開催する、地区を挙げての交流行事であり、地区の老若男女が一堂に会する重要な日だ。この日の狙いは各部局のまちづくり活動を支えるための土壌となる「つながりと助け合い意識の醸成」であり、平成二十年で十三回目を数える。老若男女が参加できる催しとあって、全員体操、ゲーム、仮装行列などが開催されるが、企画内容は毎年少しずつ変わり、その時勢の合意形成に即した運営で多くの賛同とやりがいも得られている。人と自然のつながりを大切にする協

議会の取り組みに、その思いをくんでくれた外部からの応援団も現れた。平成十九年六月に事務局の友人として訪れたイラストレーターが三谷地区のまちづくりに賛同して、シンボルキャラクターをデザインしてくれた。

三谷三郎池の水色、里山の緑、そして円錐の美しい山々を頭に描き、三谷地区の自然の特徴を全身で表現した可愛らしいキャラクターは、役員会の承認を経て本格的に誕生し、同年のふれあい祭りと同時に開催された地区文化祭会場で名前を募集、数多くのアンケート結果から「みたにん」に決まった。

これが契機となり、三谷地区の新しいアイデンティティと広告塔となる「まちの顔」が確立され、外部からも「まちにキャラクターがあるなんて素敵」と好評を得ている。そして何より、外部から評価されたという後押しもあって、三谷地区を誇りに思う気持ちがいかに強まり、いつまでも住んでいたいという思いとつながりの絆が住民にも輪のように広がった。

平成二十年三月には、交流の場づくりとキャラクター活用を図るため、かねてから立案していた小学生対抗のミニ駅伝大会の開催に合わせ、ボランティア協力による「みたにん」ぬいぐるみの製作に着手、それを小学生が喜



まちの顔・みたにんのグッズ

ぶ優勝賞品として提供するなど、楽しみながらの人と人のつながりづくりに余念がない。「私たちのまちが『みたにん』のおかげで多くの人に覚えてもらえるようになった」とわが子を思うような笑顔で、事務局の溝淵雅子氏はキャラクターの誕生に感謝していた。

新規居住者受け入れと 万能型人材の育成が課題に

現在、新規居住者が増えて受け入れ体制の整備が大きな課題となっている。新しい地域ですんなり溶け込み、共に活動する仲間づくりへ移行するために今、「地域コミュニティ加入促進プロジェクト」に取り組んでいる。これは人と地域を大切にする思いにはかならない。

人づくりの取り組みはほかにもある。協議会の役員任期は一期二年の三期までと定め、協議会の各部会と連携した人材の流動化と経験の積み上げに努めている点だ。やる気あるリーダーの自主性を妨げないように活用し、他分野に精通する万能型の人材を多く輩出することも狙いの一つである。いずれは協議会のメンバーにとつて、まだまだ弱い分野である史跡研究や郷土史の学習にも本格的に取り組む、郷土に詳しい専門家の養成を通じて、まちなかガイド員の育成やルートマップの制作に取り掛かることも目指している。

幅広く人を大切にし、地域のあらゆることに一生懸命に取り組む協議会の姿に、「まちづくりは人づくり」を身をもって証明している優良事例であると確信できた。

酒造りによる地域循環型まちづくり

「和創良酒の会」——なんとも酒好きが集まりそうな会だが、地域づくり団体である。母体となるのは「三島町ふるさと塾」という、地域の若者や役場の若手職員が集まった、地域づくりを考える会だ。

この会の名前には、「会員自らが酒米づくりと酒の仕込みなどにかかわり、会員、農家、蔵元、自然のすべての要素の和をもって、良い酒、心を創り上げる」という意味が込められている。棚田保全や植林活動などを通して、地域循環型の酒造りを行うトラスト組織である。

今回は、そこで活動している、関充夫さん、河内忠之さん、西雅勝さんにお話を伺った。

酒の持つ魅力が活動に

中山間地の天水田で酒米を育て、地元の酒蔵で醸造し、「頒布酒」として会員に配る。そこで生まれる余剰金を、植林活動に活かしている。会員になるには一万円を会費として支払い、酒米作りは田植え、草刈り、稲刈りを体験、酒造りでは仕込み、絞りを体験する。そして生原酒の「は

しりの酒」、生貯蔵酒の「旬の酒」、最後はひやおろしの「なごりの酒」と、季節の旬の酒を楽しむことができる。会員は、全国に二百人。酒の持つ魅力が、その地域を知らなかった人、地域づくりも知らなかった人、そんな人も巻き込んだ活動を生み出している。

同じ町内と言いつつ、米作りなどほとんどしたこともない関さんらが蓮花寺地区で酒米を作りたい、と言った時、米作りを請け負ってくれる農家がなかなか見つからなかった。「酒米作りは面倒だ」「コシヒカリより単価が安い」などの理由があった。その時「うまくできるかわからんけれど、手伝ってくれるんならやってみよう」といっ

★団体プロフィール★

設立年月日 1999年5月
設立・運営主体 自主的組織
(コミュニティ組織)
代表者 元井 孝幸
会員数 200人
事務局連絡先
氏名 関 充夫
〒940-2313
長岡市吉崎 75
電話番号 0258-42-2016
ブログ <http://www.soiga.com/npo/wasou/>



棚田の草刈作業

てくださる方が見つかった。初めての田植えは、地元の人たちが遠巻きに自分たちの様子を見ていた。「一緒にやろう!」と声を掛けても、「そんなことやったって…」と言う、冷やかな目もあった。しかしそのうち、「そんなじゃだめだ!」と

こうやらないと」と、手伝ってくれるようになった。作業の後は、近くの大杉会館で交流会を開く。地元のおばちゃん作る郷土料理、地元の酒と米…汗を流し、そこで取れたものを食べ、参加者はすっかり地域のファンになっていく。

同じ地域で農地を守るためにそば作りをしている蓮花寺保全組合との交流も三年前に始まり、種まき、収穫そしてそば打ちなどを行い、会員と蓮花寺地域住民との交流の輪が一層広がっている。

会員と地域の間で築いた

信用が生む波及効果

酒米作りを請け負った農家には、苗は提供するが、コシヒカリより安いからといって価格の補てんなどは行わず、酒米として買い上げる。農家にとってはコシヒカリを作った方がもうかるが、活動を理解し協力してくれる。一方、活動を通じてこの地域の米を気に入る、購入する会員もおり、生産者も大変喜んでいるという。

蔵元は、普段生産している酒よりも安いコストで醸造してくれる。割に合わないはずだが、活動に共感し協力してくれる。蔵元の河内さんは、「酒蔵は一般の人の立ち入りを嫌う。酒の発酵過程は繊細で、人の匂い

や雑菌に影響され、発酵のリズムが崩れるからだ。でも、和創良酒の会の仕込みの際は、蔵に入り、杜氏から酒ができる行程の説明を受け、蒸した米を広げる作業を体験できる。本来なら蔵に入れたくないけれど、仕込み水と同じ水系の田で、皆さんが育てた米を、ここで仕込むというつながりの中で、こういうことをやると皆さんに喜んでもらえるので。」と。一方、酒蔵を訪れた会員が酒を買ったり、会員のクチコミで直接買いに来るお客さんもあるという。



酒の仕込み

うおおらかさがある。会員と地域との間に信用（トラスト）を築くことで、双方から会の活動を認めてもらい、三島を認めてもらうことで地域が良くなっていけば：：関さんの言う「地域トラスト」の言葉には、そんな思いも込められている。

酒を接着剤にしてつなげた人と地域資源

三島町ふるさと塾は当初、地域に元気を！を目的にいろいろなことをした。子どもを対象としたイベント、他の地域のまちづくりの人たちとの交流、講演会、視察、地域の見詰め直し：：。その中で、「ワークシヨップや地域の宝探しは、しよせん方法論。何が見つかったかだけではだめだ。小さなことでも何か成果を出して、それが継続できるかどうか。それが地域の元気につながるっていく」と考えるようになった。そこで皆で議論し、「酒造りをしよう」ということになった。良い水があり、棚田があり、協力してくれる蔵元や、田の面倒を見てくれる農家も見つかり、周りの人に恵まれた。そういう地域の資源を活かすことができたのも、塾での学びや交流を通し、仲間内だけの議論でなく、いろいろな人から知恵や情報を得ることができたからだ、と関さんは振り返る。

会員の中には、九州、四国、大阪、東京など、各地方の人がいる。また、子連れの家族、二十代の若夫婦、七十代の高齢者など、参加する世代

の幅が広いのも特徴だ。テーマは「酒」だが、「発酵文化」という切り口で酵母でパンを作ったり、田植えをしたりなど、子どもが参加しても楽しい活動が盛り込まれている。

「酒がメインになっているが、酒はたまたまの接着剤。例えばここにはよい水があり、棚田があり、酒蔵がある。そういう地域の資源をくつつける、間口を広げるための接着剤、それがここ三島では酒だった。自然保護、棚田保全などを前面に出してしまうと、そこで線引きができてしまう。この会は、皆ができること、やりたいことに参加してくれたら、結果として棚田が守られ、景観が守られ、植樹ができるなど、そういうトラストにつながるっていく」と、関さんは訴える。

活動がもたらす地域への経済効果

「この会で誇れるのは、会費という形で入ってくる収入のほとんどが外部からで、それが三島という地域に落ちていること。活動を始めて十年間で、二十万円くらいがこの地域に入ってきた計算になる。微々たるものかもしれないが、これだけのお金をこの地域に持つてくるのは、公共投資以外ではなかなかできない。さらに、会の活動がきっかけでこの地域の米を買ってくれる人が増えたり、イベントで地元の食材を使ったりと、いろいろな面でそれ以上の効果が生まれている。地域の人々が活動に参加することで、少しでも収入につながる



和創良酒の会のみなさん

り、楽しめる仕事を生み出すことができれば：：。地域の人々が交流を通して、正当な対価を得るような仕組みに少しずつシフトしたい」と、関さんは語る。

「他の地域でも、同じような活動が行われるようになった。自分たちのやってきたことがこの地域だけでなく、外の世間にも認められてきからだと思っている。しかし、他の地域に真似できないのは、ここの地域の人たちのもてなしの心。それがなるべく伝わるように、料理を作ってくれる女性など、地域の人もどんどん前に出てほしい。これからも、和を以って創る良い酒のファンは、ますます増えていくことだろう。」

地域住民の健康づくりを支援

第14回全日本トランポリン・ナメント競技選手権大会

掛川市は静岡県の西部に位置し、

近年は東名高速道路のインターチェンジや東海道新幹線駅の設置による工業誘致や、NHK大河ドラマ主人公ゆかりの地としての観光にも力を入れるなど、地域に活力を与える取り組みを展開している。同市が、地域住民の生きがいづくりや健康づくりを推進し、活力あるまちづくりを目指すため、普及を推進するのが、幼児の運動素養づくりから成人の筋力向上まで、幅広く効果が期待されるトランポリン・トランボックスである。

全日本トランポリン・トナメント競技選手権大会が、地域活性化センターのスポーツ拠点づくり推進事業の承認を得て、今後十年間大会を継続開催することになったことを機に、市は大会の開催と同時に、トランポリン・トランボックスの市民への普及、それに関連設備の整備の三点を柱に、「掛川市トランポリン拠点づくり事業実施要綱」を策定し、毎年の実施計画に基づき活動を実施している。

今年度も、トランポリンやトランボックスの指導者育成研修、体験会の

開催、市民サークルの育成を積極的に開催。モデル地区やモデル校を定め、

学校のクラブ活動、体育授業に対して指導している。また、保健委員体験研修会や生活習慣病予防運動教室メニューにも指導者を派遣、スポーツ振興の目的ばかりではなく、健康づくり活動としても、全市的に普及に関する取り組みを展開している。

その総まとめとして、平成二十年十一月二十一日から二十三日にかけて、掛川市にて第十四回全日本トランポリン・トナメント競技選手権大会が開催された。大会は、先の北京オリンピック出場選手も全員が出場経験を持つ伝統・ステータスのある大会となった。

参加選手もは年々増えて五百人に迫る勢いである。レベル向上も著しく、最近では決勝トナメントに残るのにはかなりの技が必要になっているという。競技は九歳から二歳刻みで年齢別に別れ、予選では十種目の自由演技を行い、跳躍の美しさ(演技点)と難しさ(難度点)の合計を競う。年齢別の上位八人が決勝トナメントに進出、二人ずつが演技を行い、合計点の高い選手が準決勝、決勝へと勝ち進む。決勝トナメントは年齢が高くなるに従い、高度な技が発揮。会場からはため息と歓声が沸き上がり、大会はいやが上にも盛り上がる。

決勝に先立つ二十日には、かつてこの大会でチャンピオンになったこともある、シドニーオリンピック選手の中田大輔氏による、トーク&トランポリンショーが開催された。この催しも、市のトランポリン普及活動の一つ。最近ではテレビのスポーツバラエティ番組でなじみの中田選手の華麗な演技に、家族連れや子どもたちが大喜び。楽しいトークショーの後には、中田選手も参加した体験会に引き継がれ、百五十人ほどの参加者は思い思いにトランポリンを楽しんだり、中田選手と記念撮影をしたりと、あつという間の一時間半を過ごしていた。

地域の住民が楽しみながらトランポリンに触れ合う機会を、大会に併設して実施することは、地域住民への普及活動だけでなく、翌日から

の大会参加選手の競技力やモチベーションの向上にもつながり、行政と競技団体がスポーツ拠点としての役割りを果たす大きな一助になっていることも見逃せない。

競技団体も市も、来年度それぞれの立場で、新しい取り組みを考えていくとのことだ。会場では、毎年開催される障害者の授産施設ボランティアによるリサイクルフェアなどの取り組みも根付き、新たな地域間交流も始まってきた。十四年にわたる開催の歴史を経て、全国から千人以上の参加者・観戦者を集めるまでになった同大会を、より一層のスポーツの振興と地域の活性化に向けてうまく活用して欲しいと期待する。

(情報サービス課)

スポーツ拠点づくり推進事業

- 対象：小・中・高校生が参加する各種スポーツの全国大会を継続的に開催しようとする市区町村およびスポーツ団体の取り組みを支援することにより、全国各地に青少年があこがれ、目標とするスポーツ毎の拠点を形成し、スポーツの振興と地域の再生を推進することを目的としたソフト事業
- 助成：大会に要する経費のうち市区町村の負担経費を対象
10/10 500万円上限
(ただし、初期費用の負担がある場合は1,000万円上限)
- 助成期間：10年間
- これまでに承認された大会：64大会





日田市長 ● 佐藤 陽一

響き合いで創り出す地域の力

私たちの日田市は、九州北部の中心に位置し、平成十七年三月に一市五町村が合併し、今は人口七万四千人の市です。三年が過ぎましたが、合併した時の人口は七万六千人でした。三年間で、二千人もの人口が減っているわけで、どうにかしなければ大変なことになってしまいます。

しかし、市内を見渡せば、良いものがたくさんあります。いくつか紹介しますと、日田は江戸時代、幕府の天領で、西国筋郡代が置かれていました。当時の歴史的建造物を活かした「豆田地区の町並み」づくりは、商店街の再生、町並み観光の先駆的な取り組みです。古い町家に飾られた「雛祭り」に多くの観光客が訪れます。

「小鹿田」という地域があります。この地名を読める方は市外には少ないと思いますが、「おんた」と読みます。焼き物の里で、三百年近く、独特の技法を十軒の窯元が長子への「一子相伝」で伝えており、国の重要無形文化財の指定を受けています。柳宗悦先生の評価を受け、以来、民陶として評判を呼んでいます。昨年三月には、三百年来、半陶半農で培われた地域の景観が評価され、国の重要文化的景観地区としての指定も受けました。

「一村一品運動」は今や海外まで広がっておりますが、元祖「一村一品」は、実は日田市の大山町です。「梅栗植えてハワイへ行こう」の合言葉で地域農業の活性化を実現し、時代を先取りした産地直売の取り組みは、「木の花ガールテン」の名でたくさんのお客を集めています。

また、元来、日田市には二つの特徴がありました。一つは「林業の町」です。市内の面積の約八割が森林で、しかもその約八割が人工林です。かつては「日田杉」で名を馳せた時期を経験し、今は厳しい経営環境にありますが、市内には多くの製材所や家具・木工の事業所があります。

もう一つは「水郷日田」です。「すごい」ではなく「すいきょう」です。盆地の中心部へ周囲の山々から生まれた水が川となり集まり、山紫水明の景観をつくり、江戸時代から伝わる「鵜飼」や「屋形船」での船遊びは日田の名物です。

また、九州一の大河「筑後川」の上流域にあり、先人達が営々と育てた豊かな森林から「水が生まれ育つ、水のふるさと」水郷日田は、九州北部の福岡都市圏へ水を供給する重要な地域で、上下流交流も活発に行われています。

加えて「日田温泉」「天瀬温泉」もあり、資源は沢山ありますが、活かされていません。今は市町村合併も障害になっています。

そこで私は、市長はいわばオーケストラの指揮者の役割があると思っています。個性の強い演奏者を束ねなければならぬので大変ですが、響き合わせて、良いハーモニーを生み出す地域づくりを進めていかねばなりません。

歴史文化、伝統産業、豊かな自然環境、これらを組み合わせ、ネットワーク化し良い音が出れば、人口減に歯止めがかかること間違いなしと自信を持って、市民と一緒に合併後の新しい展望を切り開いていきたいと考えています。

色とりどりの花が迎える四季の神奈川
花に感動するなんて、古くさいと思っていた。

神奈川

ポスターギャラリー

ススキ (箱根町仙石原)

あじさい (開成町あじさいの里)

ひまわり (座間市ひまわり広場)

梅 (湯河原町幕山公園)

コスモス (平塚市馬入・光と風の花づつみ)

紅葉 (南足柄市最乗寺)

菖蒲 (横須賀市しょうぶ園)

かながわ観光親善大使
バレリーナ 上野 水香
(東京バレエ団所属)

監 神奈川県観光協会 神奈川県横浜市中区山下町1 TEL.045-681-0007
URL: <http://www.kanagawa-kankou.or.jp/>

手前みそ
ですが！

宮城県

大崎市

121

■鳴子峡 鳴子より

自然溢れる宝の都「大崎市」

■川渡温泉 - 菜の花と桜

宮 城県北西部に位置する大崎市は、平成 18 年 3 月 31 日、1 市 6 町（古川市、松山町、三本木町、鹿島台町、岩出山町、鳴子町、田尻町）が合併し誕生した。人口約 13 万 7 千人、面積 796.76 平方キロの豊かで広大な平野「大崎耕土」を有し、おいしいお米「ササニシキ」や「ひとめぼれ」の発祥の地でもある。

当市は自然環境にも恵まれており、「春の桜・菜の花」「夏のひまわり」「秋の紅葉・コスモス・彼岸花」など四季折々の彩りを感じることができる。

また、同 20 年 10 月に「蕪栗沼」に続く市内 2 ヲ所目のラムサール条約湿地に「化女沼」が登録され、日本に来るヒシクイの 90% が同沼に飛来する。

山間部に位置する鳴子温泉郷には、温泉の源泉が約 400 本あり、日本全国に 11 種類ある泉質のうち 9 種類が同温泉郷に存在し、多種多様な温泉を楽しむことができる。また、冬にはスキー・スノーボードも楽しむことができる。

戦国の名将伊達政宗が 12 年間に過ごした岩出山地域では毎年、「政宗公まつり」が開催される。その華麗で勇壮な歴史絵巻は圧巻である。



■政宗公まつり

■加護坊山夜桜



■ずんだもち

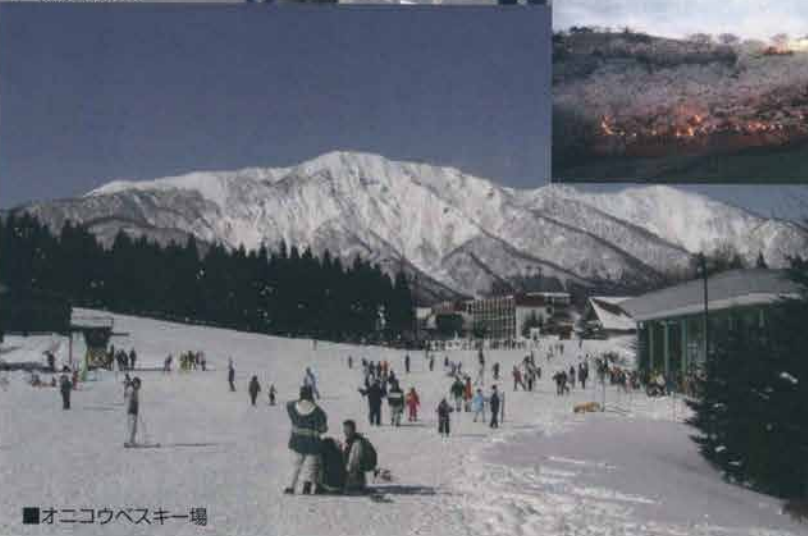


■ガンの飛び立ち

市内には多くのおいしいものがあり、400 年の伝統を誇る朝市「古川八百屋市」は、4 月から 6 月までの 3 と 7 の付く日に開催され、また、鹿島台では春と秋に 200 年の伝統を誇る東北最大級の互市も開催され、大崎の魅力も体感することができる。そのほかにも、米どころ大崎ならではの造り酒屋が 7 ヲ所あり、全国に多くのファンがいる。

宝（たから）の都（くに）大崎市には、東北新幹線「古川駅」や東北自動車道「古川 IC」など全国からの交通アクセスが整備されており、気軽に訪れることができる。また、JR 陸羽東線でリゾートトレイン「みのり」が同 21 年 2 月末まで運行しているので、ぜひ一度ご乗車下さい。

自然溢れる宝（たから）の都（くに）大崎市へぜひお越し下さい。市民一同おもてなしの心でお待ちしております。



■オニコウベスキー場



■古川八百屋市



■鳴子温泉 - 滝の湯外観

「第13回ふるさとイベント大賞」決定へ!

今回も、全国各地から地域の魅力が詰まったイベントを多数ご応募いただき、ありがとうございました。第13回ふるさとイベント大賞選考委員会において、選考委員長・北山孝雄氏をはじめ、総勢9人によって審

査し、大賞(総務大臣表彰)をはじめとする受賞イベント各賞を決定します。

この受賞イベントについては、東京都千代田区の東京国際フォーラムで表彰式を開催し、イベントおよびその取り組みについて、広く紹介いたします。ぜひ、会場に足を運んでいただき、受賞の喜びの瞬間にお立ち会いください!

「第13回ふるさとイベント大賞」表彰式

日時:平成21年3月11日(水)
13:00~

場所:東京国際フォーラム
B5ホール(東京都千代田区)

※引き続き、「平成20年度地域再生実践フォーラム」を14:10から開催します。

【問い合わせ先】

業務第1課 島浦
業務第2課 瀬戸・伊藤
(TEL03-5202-6136)

通信センター



北山孝雄氏

平成21年度 日本橋イベントスペースの出展募集

地域活性化センターでは、各地域の産品や観光PRなどを目的としたイベントを実施するため、日本橋プラザビル1階南広場のイベントスペース(屋外80㎡)ならびにイベントで使用する資材などを無料で提供しています。平成21年度の出展にあたり、下記のとおり募集をしますので、多数のご応募をお待ちしております。

■対象期間

平成21年4月1日から同22年3月31日までの期間中3日以内(土、日、祝日、年末年始を除く)。

■対象団体

地方公共団体、観光・物産協会(連盟)など。

■対象イベント

特産品の販売やPR活動などを目的としたもの。

■対象会場

東京都中央区日本橋2-3-4日本橋プラザビル南広場

■会場および資材使用料

無料

■応募方法

所定の利用申込書に必要事項を記入し、申し込んでください。

利用申込書は、地域活性化センターHP「地域づくり百科」よりダウンロードできます。

■申込期間

2009年2月2日(月)~2月20日(金)

【問い合わせ先】

地域活性化センター業務第1課
(TEL03-5202-6136)

地域活性化ビデオ第32巻

「元気な地域をつくる食のまちづくり最前線

~山下真司&富永美樹の“元気づくり総研”

日本は、全国各地に農産物や海産物などの食材が豊富にあり、多様な食文化が形成されてきました。近年は、地産地消、地域ブランド、食育、ご当地グルメ、食による交流など、多様な取り組みが行われています。

これらの食をテーマにした取り組みにより、地域内でのにぎわいが生まれるとともに、地域の魅力を全国に発信するなど、地域の活性化が図られています。

単に食の観点からだけでなく、産官学の連携が図られたり、地域に根付く伝統文化とコラボレーションすることによって、地域の人々が自分たちの地域の魅力を再発見し、さらに観光誘致や経済の活性化につながるなど、付加価値の高い効果が生まれている事例もあります。

そこで今回、地域資源である「食」に着目した全国の活性化の事例の中から、今後の地域振興を考える上で参考となる3事例を異なる視点で取り上げ、「食による地域活性化」を実現するためのヒントと具体的アイデアをご紹介します。

会員の皆様には、別途配布しますので、ご活用ください。また、無料貸出(ビデオ・DVD)もしますので、ご利用ください。

【問い合わせ先】

情報サービス課
(TEL03-5202-6135)



2月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 2月18日～20日
七尾特産品協会（石川県）
- 2月25日～26日
白河市（福島県）

★有楽町ふるさと情報プラザ

- 2月2日（月）～6日（金）
瀬戸内四都市広域観光協議会
『瀬戸内四都市（神戸、倉敷、鳴門、琴平）食べ尽くそう！』
- 2月12日（木）～13日（金）
胎内市（新潟県）『地域限定「うんめえもん」と一足お先に「春」をお届け』
- 2月16日（月）～17日（火）
女川町（宮城県）『おながわ豊漁まつり～新鮮・獲れたて！女川港から直送便～』
- 2月18日（水）～20日（金）
群馬県沼田市『上州ぬまた物産展～み（観）るべー・か（買）うべー・く（食）ってべー～』
- 2月23日（月）～27日（金）
湯浅町（和歌山県）『紀州湯浅の食・観光フェア』



3月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 3月5日～6日
財名古屋観光コンベンションビューロー（愛知県）
- 3月9日～11日
宇土市（熊本県）
- 3月18日～19日
長野市の観光と物産展実行委員会（長野県）

★有楽町ふるさと情報プラザ

- 3月2日（月）
藤岡町（栃木県）
『藤岡町観光物産展』（仮題）
- 3月3日（火）～6日（金）
群馬県
『群馬県富岡地域のPR展』（仮題）
- 3月9日（月）～13日（金）
横浜市
『横浜市観光PR展』（仮題）
- 3月16日（月）～19日（木）
笠間市（茨城県）
『笠間市観光PR展』（仮題）
- 3月23日（月）～27日（金）
下妻市（茨城県）
『下妻市観光PR展』（仮題）

(写真)

- 1 12月 3日～5日 平鹿地域振興局
横手まるごと売込班
(秋田県)
- 2 12月11日～12日 社埼玉県観光連盟
(埼玉県)
- 3 12月17日～19日 おいらせ町(青森県)
- 4 12月15日～17日 檀原・高市(奈良県)
- 5 12月18日～20日 野々市町(石川県)

【編集後記】

▼「日本人の生活」「日本の文化」の原点と言える伝統産業の再生に取り組み各地の事例を紹介する「伝統産業の再生と地域活性化」を今月号の特集テーマに取り上げた。戦後の高度経済成長による効率性の追求と生活様式の欧米化に伴い、かつての家にあった伝統工芸品が姿を消し、同時に古来からの伝統的な農漁法なども、最近は一部の地域でしか見ることができなくなった。

▼しかし近年、自然環境の保護意識の広がり、高齢化社会の到来に伴う「モノから心の豊かさへの関心の高まり」などを背景に、わが国の伝統産業・工芸品に対する関心が高まっている。わが国古来の技術や材料を凝縮したこれら伝統工芸品を復活させ、使用することで、日本の生活・文化そのものを見直そうとする動きでもある。

▼国も地域活性化の切り札として、地域資源を利用した商品・サービスを開発・販売する地域中核企業の育成に本腰を入れている。地域の特産品を作り上げ、雇用や所得機会の増大ばかりでなく、地域に自信と誇りを取り戻そうとする狙いである。

▼それも、県や地域を越えた産地間や異業種間の交流による融合商品、高付加価値商品の開発、それにインターネットを通じた販路拡大などによって、地域経済の再生を後押しする。伝統産業の復活は、若者の定着を促すとともに、個性あるまちづくりの取り組みにもつながるなど、生活・文化大国を目指すわが国にとって、必要な地域活性化策と言える。

(沢)

【3月号予告】
特集Ⅱ平成二十年度地域づくり総務大臣表彰

地域づくり2月号

2009年2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 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131 (代) <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/> 印刷・製本／株式会社サンワ

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

落丁・乱丁はお取り替えます。情報サービス課（03-5202-6135）まで、ご連絡下さい。

宝くじ

ルーツものがたり

【はじまりは、摂津・瀧安寺から】

宝くじの前身は、「富くじ」といわれる近代的なくじ。その起源は江戸時代初期の「富会」にさかのぼります。約380年前、摂津箕面（現在の大阪府）の瀧安寺で、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に入れて、寺僧がそこから3人の「当せん者」を選び出したのがはじまりでした。唐びつをキリで3回突いて3人分の木札を選び、選ばれた者には「福運のお守り」が授けられました。

【あまりの人気に禁止令が】

富会は、次第に金銭が当たる「富くじ」となつて町にはんらんしました。その人気はすさまじく、徳川幕府が元禄5年（1692年）に禁令を出すほど。しかし寺社に対してだけは、修復費用調達の「方法として」富くじの発売を許したため、



世間ではこれを天下御免の富くじ「御免富」と呼んで親しまいました。とくに谷中の感応寺、目黒の瀧泉寺、湯島天神の御免富は「江戸の三富」として有名でした。しかし、この御免富も天保13年（1842年）の「天保の改革」によって禁止され、明治元年（1868年）の「太政官布告」によっても、厳しく禁じられました。

【いよいよ宝くじ、誕生】

昭和20年（1945年）7月、政府は軍事費の調達をはかるため、103年の空白を経て富くじを発売しました。その名も「勝札」。しかし、抽せん日を持たずに終戦となり、皮肉にも「負札」と呼ばれました。戦後のインフレ防止の必要を感じた政府は、同年10月、「政府第1回宝籤」を発売。ここに「宝くじ」が誕生したのです。政府くじは昭和29年に廃止され、その後は地方自治体が発売する宝くじのみとなり、現在にいたっています。

そして夢は現在も続く。

宝くじの収益金は、身近な街づくりに役立っています。



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.jla-takarakuji.or.jp>