

# 交流が まちを 元気にする

大崎市政策専門員(シテイマネジメントプロデューサー) 清水 慎一氏

平成二十年十月から十二月にかけて開催される「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」。今回、全国のみちづくりの実践現場の最前線で活躍し、平成十九年四月一日付けで大崎市政策専門員(シテイマネジメントプロデューサー)に就任した清水慎一氏から「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」に向けて大崎市がどのように取り組んでいくべきかお話を伺いました。

## 交流の原点とは

「交流なくして活力なし」。地域を元気にするには「交流」と「交易」が必要です。昔、地方では地域の中だけで物が回っていましたが、外の地域と物のやりとりが次第に行われるようになり、交流や交易に発展しました。典型的なものが塩の道です。山の集落で塩が足りない。海岸の集落と交易し、海からは塩、山からはまきや材木を持っていく。そのときに大きな役割を果たしたのが道でした。もう一つは「市」です。

## 基本は近場の交流

大崎市には、八百屋市などいろいろありますが、市とは人の集まる場所です。昔はその場所が峠であり、互いの集落から上がってきて取引が行われました。それが市の原型で、やがて街の中心部に市がつくられました。そのうち近隣の交流から、街道ができ、国府との交流もでき、文明や文化が流入し、地域文化の度合いが向上しました。自給自足経済では停滞していた地域が「交流」と「交易」で元気になったのです。それでは、「交流」にはどういうものがあるでしょうか。

## 中央(都市)との交流

もう一つの交流は、「中央との交流」です。中央には地方には無いさまざまな文化・文明がありましたが、だんだんそれも薄れてきました。そのほかにも地域との交流でいえば観光・ビジネス・情報交流、さらには移住や定住というのも挙げられます。では、そういった「交流」や「交易」を活発にするにはどうすればいいでしょうか。

## 仕掛け・その一 地域の良さを知らう

地域に人が来なければ元気にならないと言いましたが、実は、元気がないと人は集まらないのです。元気の度合いは、住んでいる人たちが「自分の地域をどう思っているか」で決まります。自分の地域をけなししているようでは絶対元気にはなりません。自分の住んでいる地域が「すばらしい」と自負することで元気が出て、そこに人が集まって来るのです。住んでいる地域を愛し、誇りに思うか思わないか、これがアイデンティティです。「大崎ってなんだろう?」と問いかけてみてください。皆さんが大崎をいかに語れるか

なんです。それが無いと人は集まって来ません。

例えば、長野県小布施町。人口一万二千人の町で観光客が年間百二十万人。いわば大成功の町です。ここは、葛飾北斎の美術館「北斎館」があるだけです。しかし、それを老舗の栗菓子屋と行政が組んで「お客さんと呼ぶにはどうしたらいいか」と考え、「小布施の歴史を考えよう」といったら「葛飾北斎だ」「この町並みだ」ということで、これを大事にしようとしたのです。

さらに、住んでいると意外に気が付かないまちの魅力を住民に走りながら知ってもらおうと、町内全域を走るマラソン大会を始めたところ、いつの間にか観光客が参加するまでになりました。

これが仕掛けなのです。仕掛けには、お金を掛ける必要などないのです。地域の良さを知ることが大崎ブランドの育成にもつながります。歴史、伝統、食、そういったものでみんなが「これはいい」と言えるもの、その延長が大崎ブランドです。だから「大崎のお米」や「大崎の大豆」など、できるだけ大崎という名前を付けましょう。夕張メロン、大間のマグロ、伊勢の赤福、みんな地名と食材がセットになっています。

## 仕掛け・その二 ふるさとになろう

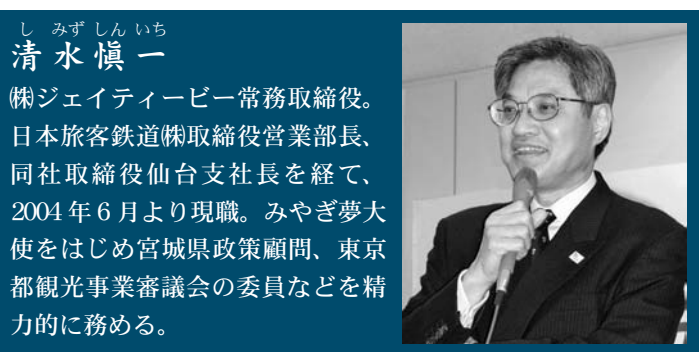
二つ目は、都会の人との交流です。例えば、東京都武蔵野市で行っているセカンドスクールでは、小学五年生になると長野県飯田市などで農業体験をします。子どもたちに農業体験を徹底的にさせる。すると、これはすごいことだから全国的にしようじゃないかとやってきた。

仙台的な農業を知らない小学生たちに一定の学年になったら、大崎の農家に体験民宿してもらおう。そんな交流を広げてみませんか。

また、ワーキングホリデーという制度を行っているのが長野県飯田市です。農家に学生の実験団が何千人も登録されており、田植えシーズンに「応援に来て」とメールを送ると手伝いに来る。その代わり

## 仕掛け・その三 交流からの発見

三つ目は、こうした人の交流を考えていくとまちづくりの問題点がたくさん見えてきます。交流という眼鏡を通してまちづくりの課題、住民や行政が気付かない課題、あるいは地域の魅力が、いろいろと見えてきます。実は、住民はとくに気がついていてもあきらめていない場合があります。皆さん分かっていてもなかなか言えませんが、お客様の立場で見るとはつきり物が言えるのです。そうしたポイントを変えられるのは実はお客様です。ですから、お客様の話を聞くことが重要なのです。



清水 慎一  
（株）ジェイティービー常務取締役。  
日本旅客鉄道(株)取締役営業部長、  
同社取締役仙台支社長を経て、  
2004年6月より現職。みやぎ夢大使をはじめ宮城県政策顧問、  
東京都観光事業審議会の委員などを  
精力的に務める。