

南々空知地域ロングステイ型移住ビジョン策定委員会

まおいオープン大学

議 事 録

開催：平成18年11月3日（金）

概要

1. 日時 平成 18 年 11 月 3 日 (金) 9 時 30 分 ~ 19 時
2. 会場 (午前の部) 長沼町総合保健福祉センター「りふれ」
住所：夕張郡由仁町伏見 134-2 電話：0123-82-2001
(夕食会 & まちづくりトーク) マオイゴルフリゾートホテル
住所：長沼町東 5 線北 10 号 電話：0123-88-3010
3. 次第
 - 1) 午前の部
 - 09:30 主催者挨拶...板谷 利雄 (長沼町長)
まおいオープン大学の開校に当たって
...小林 英嗣 氏 (北海道大学大学院工学研究科 教授、NPO 法人
日本都市計画家協会 副会長)
...辻井 達一 氏 ((財) 日本グラウンドワーク協会 理事長、(財)
北海道環境財団 理事長)
 - 10:00 講演 1 「地方にこそある起業の芽 ~ つまもの需要を産業化」
...横石 知二 氏 ((株) いろどり 代表取締役)
 - 11:30 講演 2 「広域連携によるエリアマネジメントの実践 ~ スローな
阿蘇づくり・阿蘇カルデラツーリズム」
...坂元 英俊 氏 ((財) 阿蘇地域振興デザインセンター 事務局
長)
 - 2) 午後の部
 - 13:00 昼食 (りふれ 2F 研修室)
 - 14:00 まおい田園文化施設見学ツアー (バスツアー)
 - 17:00 夕食会 & まちづくりトーク (マオイゴルフリゾートホテル)

主催者挨拶...南幌町長・三好 富士夫 氏



皆さん、おはようございます。

きょうは、まおいオープン大学ということで、休日にもかかわらず、多数の参加をいただきまして、ありがとうございます。

本来であれば、地元長沼町の板谷町長がごあいさつを申し上げるところでございましたけれども、どうしても離れられない公務が入りましたので、かわりまして、私の方から一言ごあいさつを申し上げたいと思います。

実は、昨年から、この南々空知でいろいろなことを考えております。今、全国的に移住や定住、あるいは長期滞在型という話がありますが、この4町をまたいで何かできないかということでいろいろ相談をさせていただきました。昨年12月にそれをやりまして、1月には、開発局都市住宅課の音頭で、4町の首長によるお話をさせていただきました。その後、これを何とかしなければならないということから、いろいろな方々のご指導、ご助言をいただくべく、ここに書いてありますように、南々空知地域ロングスティ型ビジョン策定委員会がスタートしました。

皆さんは、自分のまちのよさ、隣のまちのことはわかると思いますが、今の時代、一つのまちではなかなかできないことがたくさんあるかと思えます。また、我がまちのよさというものを、自分たちでわかっているようでわかっていないところもあると思えます。南々空知は、地理的条件がよろしいです。千歳空港にも近いですし、大都市札幌にも非常に近いです。そういうことを含めて、いろいろな道を探れるのではないかと考えております。

きょうは、小林先生、辻井先生ほか、策定委員会の方々にもおいでいただいておりますが、この後、いろいろ議論をしていただいて、我々委員方にヒントを与えていただきたいと思います。

そして、きょうは、先進地でいろいろ活躍をしております方にお越しいただいております。特に、この関係は西日本の方が早いようですが、徳島県の横石さんからは、いろいろな事業展開のお話が出てくるかと思えます。それから、広域連携をやりながら阿蘇で頑張っていただいて、全国的にいろいろな広がりをつくっていただいている坂元さんにもお話をいただきます。どうぞ楽しみにしていただきたいと思います。

それらをあわせて、南々地域の4町が新しい形の連携をしながら、観光も含めて、そして基幹産業であります農業を取り込んでこの地域を発展させることができないかということで、私ども自治体もできる限りやっていきたいと思っております。

きょうは、開発局の方や空知支庁の方にも来ていただいておりますが、何とかご協力をいただいて、このいい地帯から発信をして、道内はもとより、道外にも発信して、皆さんに喜んでもらえる、地域の皆さんと一緒に喜び合える、それぞれ地方のよさを皆さんで分かち合いながら、地域発展のためにつくっていきたいと思っております。

それぞれのお話を聞いていただいて、いろいろなヒントをいただけたと思いますが、私どもの方にもご意見をいただきたいと思います。

きょうは、いろいろなお話が聞けると思っていますので、大事な、楽しい1日となるように祈念いたしまして、開会に当たってのごあいさつとさせていただきます。

きょうは、どうぞよろしくお願いたします。

まおいオープン大学の開校に当たって

…小林 英嗣 氏（北海道大学大学院工学研究科 教授、NPO 法人日本都市計画家協会 副会長）



おはようございます。

私は日本都市計画家協会という全国で700人から800人くらいの都市計画をなりわいとしている人で行っている協会のお手伝いをしております。10年間くらいやっています。

まちの中心の大きなまちの計画をするのが都市計画というふうに思われがちですが、実はそ

うではなくて、都市というのは、農村の力をかりながら、あるいは地域の力をかりながら成り立っているし、都市も農村と交流をしながら多少お手伝いをする、そのようなお互いに助け合う関係でまちというものがあるということを実感します。

最近その方たちが死力を注いでいるのは、中山間村を初め、地域に入って行って実際に活動をするというもので、その割合が非常にふえています。例えば、この間で1年たちましたが、山古志村が大きな震災の被害を受けて、復興までたくさんの時間と努力、そして多くの人たちの知恵とお金を使いました。その中核を成していたのは、山古志村の旧村長さんと、それを支えたまちづくり、地域づくりのリーダーの方たちです。

まちにお金を落とす必要があると石原さんなどはおっしゃいますが、実は、日本を支えているのは、全国で力を持ち始めているのは地方であるということを実感します。

阿蘇の方も手を挙げられて指定されたのだらうと思えますけれども、全国にシーニックバイウェイというものがございまして、その試行を北海道でやりました。きょうは、それに関連する方も何人かいらっしゃいます。

シーニックバイウェイというのはどんなものが、どうしてそれが地域の役に立つのか、

地域の人たちのどういう場所になるのかということをお話しするのに、全国の小さなまちのことも含めて話をしたことを思い出します。一言で言うと、小さな地域の底力みたいなものです。特に九州や四国や中国等々は、そこに住んでつくられた歴史の長さというのは確かに長くて、自分自身の地域に対するプライドは非常に強くお持ちです。そういう小さな地域の底力とか光を新しくつくっていくということに関して、自信満々、あるいはチャレンジ精神旺盛という感じがします。

北海道のいろいろな地域もたくさんの財産を持ち行動されています。ただ、先ほど申し上げましたように、シーニックバイウェイなどいろいろな機会で見にするのは、北海道の中の地域であるわけです。

北海道は絶対世界に勝てる環境を持っていると思います。ただ、ちょっと残念なことは、北海道に住みついた方は、もう3代目でそれは忘れた方がいいと思いますけれども、本州出身の方がほとんどです。なぜかわからないのですが、自分たちの地域のよさや大事なものを出身地あるいは東京の人に由をつけてお渡しするような感じで考えています。悪い言葉かもしれませんが、献上するのです。とれたものでも、環境でも、私たちはすべて差上げますのでぜひ来てくださいというようなニュアンスがまだ残っています。しかし、そうではなくて、実は私たちの方が価値のある環境に住んでいて、価値のあるおいしい食べ物を食べて、すばらしい風景を見て、美しい雪を見れて、すばらしい春が来る。それを、そういうことにめぐまれない、余りチャンスがない方たちにちょっとだけ分けてあげましょうという気持ちに切りかわっていく、そういう意識を持ちながらチャレンジされている方が北海道の中にもたくさん出てきているように思います。

そういう意味で、先ほど申し上げました小さい地域の底力、小さい地域の大きな力、そんなものを体感することが非常に多いです。

もう一つ、サステイナブルとか、エコロジーとか、環境とか、世界的な動きがあります。そういったことについて、我々の地域は日本の中でかなりおくれでスタートしていますがけれども、追いついて追い越していけるような環境もあるし、資源もあるし、人材もいると思います。そういうことを、こういう場で皆さんの知恵を束ねながら次の世代へ渡していくようなことができればいいなと思っています。

つい5カ月くらい前に、山口県の萩にある吉田松陰が祀られている松陰神社に行ってきました。小泉さんが先に行ってしまったので、私は二番せんで嫌だなと思ったのですが、そこに、松下村塾という吉田松陰が主催していた小さな塾があります。馬を飼う馬小屋と、6畳か8畳くらいの小さくて天井の低い畳の部屋と、10畳くらいの庭が見える部屋があります。もともと畳ではなくて板の間だったらいいのですが、そこに行ってきました。それは小さい塾なのですが、戊辰戦争にかかわった人、あるいは明治政府の要人だった人が松下村塾で学ばれて日本を動かしていった。まさに小さい力、地域の力がそういう小さいところから生まれて日本を動かしていった。

そういうような動きがこの場所からも出てくるといいなと思っています。そして、そ

のシンボルがマオイ丘陵やマオイ山だろうと私は思います。

そんな意味で、きょうスタートするわけですがけれども、来年、再来年と展開していくように、ぜひ皆さんの力で動かしていただけるとありがたいと思っております。

最後に、横石さんと坂元さんには、大事な時期に地域を顧みず北海道にいらっしゃっていただいたことに改めて感謝して、ごあいさつにかえさせていただきます。

どうもありがとうございました。

まおいオープン大学の開校に当たって

...辻井 達一 氏(財)日本グラウンドワーク協会 理事長、(財)北海道環境財団 理事長)



皆さん、おはようございます。

今ご紹介をいただいた辻井でございます。

きょうは、まおいオープン大学にこんなにたくさんの方々が集まっていたいて、大変ありがとうございます。

大学というのは、よく閉鎖的だと言われますけれども、少なくとも近世以来の大学というの

はオープンだったのです。しかし、そのうちにといいますか、何となく閉鎖的になっていきました。その中でいいますと、きょうのまおいオープン大学というのは、まさに名前どおりにオープンということになります。

私は、随分前ですが、例の大学紛争以来と言っても若い方は余りご存じないかもしれませんが。大学が封鎖されて講義もできないという状態のときに、これによく似た移動大学というものを手伝ったことがありました。それで、KJ法というディスカッションをうまくまとめる手法を考え出したのは、当時は東京工大にいた川喜田二郎さんという方です。KJ法というのは川喜田二郎の頭文字をとったのですが、よく言うブレインストーミングとかグループディスカッションのときに、いろいろな意見が出て、似たような意見もあるし、全く違う意見や考え方もある、それを似たようなものでくくっていく手法がありますね。大きな紙に発言したことを書いて、似たようなものを集めてまとめるという手法、それをうまく体系づけたのがKJ法だったのです。その川喜田さんは、当時、大学が封鎖されているから、外でやったのです。大学へ行っても閉まっているので、各地にテントを張って、例えば長野県のニコルがいるあたりですが、そこでやったりしました。それで、北海道でやるから手伝ってくれという話がありまして、私も随分若かったのですがけれども、十勝の忠類村に牧場がありまして、どういうつてだったか覚えていませんが、その牧場を借りてテントを張りました。建物を借りると高くつきますから、テントを張って、そこにみんな寝泊まりしたのです。大きいテントを買って、そこを教室にしてディスカッションをや

ったり講義を聞いたりしました。

講義も、大学の先生を連れてきてやるのではなくて、土地の牧場主を呼んできて、牧場とは何かということから、そば屋のおやじさんを連れてきてやらせるのです。どこからそば粉を買ってきて、どうやればもうかるという話をさせたのです。非常におもしろかったです。

それで、設営から何から全部自分たちでやりまして、つらいことはつらいのですが、おもしろいといえばおもしろいのです。夜まで議論をしたということをやってきました。

そんなことを思い出したのですが、そういうことをやってもいいのではないかと思います。そもそも大学というものは本来はオープンだったのです。

また、そのときにつき合った連中というのは、いまだに何人が親しくしております。そういうものがこういう場を通じて生まれてくるといいなと思います。

もう一つの話は、私は東京生まれで、もちろん北海道に一番長く住んでいて、半世紀を超えました。その前は、子どもころに大阪にいたことがあるのです。10年くらいいましたから、今でもその気になれば大阪弁でやれます。そのときの記憶なのですが、大阪に箕面というところがありまして、そこはもみじの名所なのです。それで、秋になると、みんなそこへ行ってもみじ狩りをやるのです。非常にいい渓谷があって、なかなかきれいなのです。それで、その名物というのは、秋だけの名物ですが、もみじの天ぷらなのです。まだ青いのもあるので、緑のものと、黄色くなったものと、真っ赤になったものの3色のもみじに薄い衣をつけて天ぷらにするのです。それで一杯やるわけですが、それは大人の楽しみなのです。私はまだ小学生だったので、連れていってもらっても、何がおもしろいのかと思ったし、酒を飲むわけではありませんから、もみじの天ぷらを食べるだけではそんなにおいしいと思った記憶がないのです。実際に、そんなにおいしいものではないのです。ぱりぱりしていますから歯ざわりは悪くないのですが、そんなにおいしいものではなくて、少なくとも子ども向きではない。でも、それは一種の秋の風物詩というか、とにかく、そこへ行ってもみじの天ぷらを食べるとというのが、今でも続いていますけれども、いわゆる名物なのです。何となくうまいような気がするということではないかと思えます。

きょうの横石さんの講演でも葉っぱの話が出てきますが、考えてみると、葉っぱでだますのは狸ばかりではないなと思っています。横石さんが狸だと申し上げるつもりは毛頭ありません。

要するに、葉っぱはただなので、きれいなのをよってとってあげればいいわけですから、元手はそんなにかかっているわけではないですし、それを天ぷらにして出すというと、しかも3色並べるとというのがみそだろうと思います。結局、悪く言えば客をだましているわけけれども、客の方も喜んでだまされているのです。喜んでだまされるような仕掛けをつくるというのは大事なことはないかと思えます。これは、大阪の人というか、少なくとも関西人の発想ではないかと思えます。

僕は、北海道でもあちこちできれいなもみじの名所がありますから、そういうものを我流でやってみたらどうかと言ったのですが、だれも乗ってきません。北海道では、なかなかそういう考え方は出ないのかもしれませんが。あるいは、出しても、ただの葉っぱを食わせるのかとまじめにとる連中が多過ぎるのかもしれませんが。そうではないのではないかと思います。もっとおもしろがってもいいと思います。つまり、そのときだけなのですけれども、客の方もおもしろがるし、売る方もおもしろがるということです。そういうことがあってもいいと思います。つまり、好んでだまされるということがなくてはいけないのではないか。あるいは、巧妙にばかすと言った方がいいかもしれません。

それは、何も葉っぱに限らず、ほかの面でもいろいろなことがあるのではないかと思います。そういうものを発見するのが、まさに自由な発想をするのが大事ではないかということをお願いして、私の開校のごあいさつとさせていただきます。

どうもありがとうございました。

講演1「地方にこそある起業の芽～つまもの需要を産業化」

…横石 知二 氏(株)いろどり 代表取締役)



皆さん、おはようございます。株式会社いろどりの横石でございます。

開校早々、狸の紹介がありました。最近、よく狸に似ているなど言われます。地元のおばちゃんにも、「横石さん、顔が狸に似てきたよ」とよく言われますが、本当に阿波狸だと思っております。

きょうは、私の方からは、起業というか、商売の持っていく方ということをお話しさせていただきます。私自身、そこは非常に好きというか得意な分野で、16年連続で売上を毎年1億から2億伸ばし、今は会社を運営して7年たちますが、一度も赤字にせず、7年連続黒字、7年連続伸びということで、商売に携わって24年間、一回も落とすことがありません。これが、自分では一番よかったなと思っております。

後のツーリズムの坂元さんの話にうまく流れていくと思いますので、前座で、商売の持っていく方の話をぜひ聞いていただければと思っております。

私自身は、地域づくりをしようとかブランドをつくろうと思ったことはありません。人は出番がある、自分のすることがある、自分が社会の役に立っている、存在感がある、これが一番おもしろいと思います。やはり、自分が磨かれてきて商品ができるのであって、自分がしんどいな、きょうも仕事をしていてつまらんな、こんな思いを持った人が商売なんかできるわけではないし、おもしろいこともできるわけがありません。自分がわくわくして、時間も忘れて、おもしろうてしょうがない、こういうふうになってこなかったらうまくいかないと思っています。ですから、私は、一人一人が原点だとよく言います。地域全体でやろうというより、そこにいる一人一人がみんなそういう気持ちを持てるかどうかということだと思えます。

上勝は2,000人しかおりません。86%が山で、今は四国の中で最も人口が少なくなりました。

皆さん、高齢化比率を見てください。47.44%です。もう廃村ゴールへ突き進むという形になりますけれども、非常に元気です。今、合併は予定しておりません。当面は単独でいきます。基金を積んできていますので、利益が出た分を町の基金に積んできたということもあるのですが、住民1人当たりの基金額が150万円あります。これは日本では非常に大きな額だと言われておりますが、当面、10年くらいはもつかなと思っておりま

す。

地域資源会社は5社つくってきました。キノコの上勝バイオ、WINS、木のもくさん、交流センターのいっきゅう、営業企画の当社いろいろでございます。130名働いておりまして、13年、14年、15年は全社黒字で、16年は1社だけ建てかえのために赤字という形になっております。

この資源の商売、葉っぱとかキノコとか資源で商売している額が昨年で32億あります。ですから、役場の予算額が30億、基金額が30億、資源商売が32億ということで、小さなまちとしては非常に大きな額が動いております。

寝たきりの人がほとんどおりません。2人です。寝ている間がないんやと言われますけれども、上勝町は9月30日で老人ホームを閉鎖いたしました。こういった保護政策はやらない。残った人は、済みませんけれども、民間へお願いしますということで、世の中の逆を行っているわけです。それがどうして出てきたかというのは医療費です。高齢者が多くなってくると、1人当たりの医療費が高くなります。高齢化比率順位の町村と1人当たりの医療費順位の町村が同じように並んでいます。上勝町で40万から50万です。徳島市内周辺が20万台です。上勝だけだと26万円です。一番多いところと20万ちょっと違うのです。1人で20万というのはすごい額です。2,000人で4億、5,000人で10億ですから、これはすごい額になります。

私はよく言ってきたのですがけれども、きょう皆さんが集まっているところは1次産業の町ですね。1次産業は、福祉、環境、教育に物すごく結びついているのです。ですから、どんどん福祉をやっていけばやっていくほど、何もなくなって、金がかかって地域はやっていけなくなるのです。ここをしっかりとやっていって、みんなが仕事ができる環境をつくっていく、一人一人が事業家になって事業を推進していく、こういうまちをつくっていくということがこれから地方にとってはすごく大事です。ですから、この地域はしっかり守っていくというか、守りではなくて攻めていく姿勢が必要だと思っています。

ごみを34種類に分別して2020年までにまちのごみをゼロにする、こんなことをやっています。北海道からもたくさん視察の方がお見えになっておりますが、現在、リサイクル率は80%、生ごみを入れると86%です。まちにはごみ収集車が1台もありませんし、燃やす施設もありません。全部住民が1カ所に持って行って34に分別をします。これはなぜやっているかという、一つは、ごみというのは何も得るものはない。税金として皆さんからいただいた大切なお金を、その処理のためにどんどん放り込んでいくということはよくない、もっといい使い方があるのではないかということが一つです。それから、環境問題に対しても積極的に取り組んでいかなければいけません。

では、なぜできるのかというと、住民にやらされているという感覚がないのです。普通はごみを34種類にしるといったら、なんで役所の仕事を私らに押しつけるのだとなるのですが、そうではないのです。きれいなまちをつくったら葉っぱが売れるよ、シイタケが売れるよと教えていくわけです。ごみを34に分別して、きれいなまちをつくったら自分

の商品が売れるのだとなってくると、役場にやらされているのではないのです。自分のことだと思ってやるわけです。だから、そんなに苦にならないのです。同じことをするのだけれども、自分のことと思えるか、やらされていると思うかによって全然意識が違ってくるのです。

それから、毎日あいているというのはすごく便利です。土曜日も日曜日も毎日あいてますから、勤めている人にとっては、こんなにありがたいことはないのです。もう一つ大きいことは、子どもに教えることができるということです。お母さんが子どもを連れて、出てきた自分のごみを持って行き、そして子どもにそれをやらせるのです。小学生のころからそういうことを教えていくことによって、だんだん大きくなって、環境問題とか、ごみを捨てたりということを経験させていくことがまちにとっては絶対にプラスになるのです。これは、土曜日、日曜日にあいていなければできないのです。ですから、ごみ一つとっても、北海道から九州までみんな同じことをしなくてもいいと思うのです。地域には地域のやり方があっていいと私は思っています。

それから、特区の町とも言われております。構造改革特区を次から次へと出しています。行政の立場の人だったら、一生懸命町のことを考えたら、一つや二つは特区が出てきてもいいはずなのです。しかし、徳島は全国で最下位なのです。沖縄県と徳島県が最下位で、長野県が1位です。全然特区がないのです。徳島県の中では上勝町だけが一生懸命申請しているのです。町内にタクシーの会社がない。だから、住民が送り迎えをする。そしてお金をもらうということやっています。1キロ100円いただいて、町内を5,000回くらい動き回っています。すごく人気があります。

それから、地域の燃料は地域で考えていこうことがこれからの時代は大事だと思います。上勝町では日本で初めてオーストリアの機械を入れて、木質バイオマス、間伐材をチップにして燃料にしております。地元の温泉は、これを導入していますけれども、重油代よりはるかに安いし、環境にもいい、資源は生かせる、こんなにいいことはないですね。立派な建物を建てて、それが利用されることは大事ですけれども、もっと大事なのは、こういう施設にお金をかけていって、地域内の資源を循環させるという考え方を取り入れていくことだと思っております。

今は、地域通貨を絡めて、木を持っていくと地域通貨ポイントをくれます。地域通貨ポイントをもらうと、町内で買い物をすることができます。

ざっとごらんいただいて、何が違うのか。こんな山の中の小さいところは、大企業が来るわけではないので、そこにあるものをきらっと輝かせること、そこにある人、物、環境に磨きをかけていくことが一番大事だと思っております。全国からもたくさん視察にお見えになっておりますし、マスコミ各社も非常に取り上げてくれます。世界各国からの視察もどんどん入ってくるという状態です。今月は1,200人くらい視察にお見えになられます。

耕地がほとんどないところですが、でも、私はよく言うのですが、耕地はあるのです。皆

さんのところは平面ですが、うちは斜面がみんな耕地です。みんな商売用に植えていますから、台帳にはない耕地なのです。斜面には商売用の木が全部植わっているという形です。

* * *

26年前に町長にスカウトされて、上勝町に行くことになりました。

町民は大反対でした。住民反対、議会反対、何でよそ者を入れるんだ、地元の者を入れれば後継者になっていいではないか。でも、町長は、絶対に地元の間人ではあかん、よそ者を入れなあかん、こんな2,000人や3,000人の村は、みんな知っていて、みんな親戚、こんなような関係が事業を推進できん大きな要因だといって説得したのです。

今、上勝が非常に元気なのは、ここ数年間で128名がUターンしてきているからです。また、Uターンがすごく多く、拠点はすべてUターン組です。うちの会社も全部Uターンです。環境とまちづくりも、千年の森もすべてUターンです。

では、どこが違うのか。考えていることが全く違います。自分はここに出番があると思って来ていますから、やるやる、仕事をやるし、何でも一生懸命やります。やることがおもしろうてしょうがないのです。地元の人、できるだけかわりたくないと思っていますから、考え方が全く違います。

きょうから3日、4日、5日と連休ですけれども、1年間で一番物が動くときです。ですから、Uターン組は朝からフルでやっています。さっきも電話をしたら、もう一生懸命やっています。地元の子は、まだ寝ているか、パチンコに行くかです。全然違います。思いが違うのです。ですから、皆さん、外の子を入れてくるというのはすごく大事な時代になっているということです。

でも、第1号で行ったときはびっくりしました。とにかく、朝から酒を飲む人がようけおるんです。役場、農協は盛り場状態で、雨が降ったら、次から次へとよう来るなど。そして、言うことが、「なんぞええ補助金ないんか」「なんぞええ補助金でもあったらしようか」、こう言うのです。お母さん方は、「私はたくあん食べてでも子どもを東京や大阪のええ大学へやって、ええ会社に就職させるんだ。こんなところに子どもは絶対置いとくとうない」と言うのです。なんて寂しいことを言うのかなと思っていましたけれども、子どもに言う言葉を聞いて唖然としました。中学の自分の子どもに向けて、「あんた、勉強せなんだらこの町におらないかんでよ」、こう言うのです。ごっついことを言うなと思いました。こんな言葉が出てくるのはどうしてかなと思いました。

でも、調べたらすぐにわかりました。米をつくったって、そばをつくったって、大豆をつくったって、電子や縫製の下請け業、建築、ミカン、林業、どれをとっても都会のサラリーマンの足元に及ばんくらい経済の基盤が弱いのです。これはあかんなと思いましたね。こんなことではとてもあかん。そして、会合には役を持った人しか出てこないし、文句ばかり言うし、何をやってもあかんと言うし、女の人、は全く出てこない、時間もむちゃく

チャルーズです。7時の会といったら8時でなければ始まん。こんな環境、悪い慣習から早く脱却せなあかんと思っていました。

そして、会合があって、町長が、「横石、何でも言うてみい」と言ったので、「朝から酒を飲むのはやめた方がいいと思います。ここでなかったらできんようなことも考えていきませんか」と言ったのです。そうしたら、怒った怒った、机をどんと一発たたいて、「おんどれは、だれに向って物を言いよるんだ。おまえ、わしらの給料で雇ってやったんだ。ありがたいと思え」と。大学を出てきた者が偉そうに説教したと真っ赤になって怒った。最後は、一生忘れませんが、「あしたから来んでええ、家へ帰れ」と言われました。これはしまったと思いましたけれども、言ったことは間違いではないと思いましたので、ここは残るか帰るか二つに一つや、勝負をかけなあかんと思いました。徳島県庁に受かっていたので、県庁に入ると決めていたのですけれども、余りにもばかにされたので、このことを自分が一生背負っていかなければいけないのは嫌だ、これは絶対に見返して何とかやってからでも遅くないと思いました。

そして残ったのですが、地理がわからん、人がわからんに加え、あいつの言うことは絶対聞くなよとききましたので、手の打ちようかなかったのです。

そして、ひょっと見たら、行商人がいたのです。こんな田舎の人の少ないところで行商できるのだったら、行商人でもやってみるかと思ったのです。そして、親にお金を借りて、トラックを買って、毎日、行商人を2年間、朝晩、市場で寝泊まりをして、4時、5時に起きて、8時には出勤して、きょうは幾ら売れましたというのを伝えていって、やっと土俵に乗ったというのがスタートです。

この葉っぱのビジネスをどうやって考えたか。

とにかく、田舎は暇だったらほんまにええことはないです。嫁の悪口、近所の悪口を朝から晩まで何でもこまで言うかと思うくらい回すのです。この人は、何もすることがないのかと。またはゲートボールに行くか、パチンコに行くかです。この人が朝起きたときに、これをやらなあかんと思うようなことを考えないかんと思ったときに、大阪のがんこ寿司で御飯を食べていて、隣にごっついきれいな女の子が3人いました。大学生くらいだと思いますが、こちらは男が3人、おまえ、話をできるように、一緒に飲めるように声をかけてみいと言われ、ずっと寄っていって、ひよっとのぞき込んだら、つまのもみじの葉っぱのことを話しているのです。ハンカチに葉っぱを包むのを見たときに、なぜこんなうちの裏山にあるものをあんなに大事そうに包むのか、これは不思議やなと思いましたね。

ここで初めて気がつきました。環境の違いがビジネスの最大のチャンスだということに、この光景を見たときにはっと気がつきました。この都会と地方の環境の違いが最大のビジネスチャンスで、これが自分の探しているものだということに、この光景を見て気がつい

たのです。

これはおもしろいと思いました。確かに、葉っぱを集めようといっても、都会では大変だろう、しかし、こんなものはうちにいっぱいある。そんな面からも商売としてやっていけるのではないかと思いました。

そして、帰ってきて声をかけたら、こんなのを売るのは嫌だ、私にだってプライドがある、売るのは恥ずかしい、こんなものは売れるわけがないと。一番きつかったのは、おばあちゃんが、私に面と向かって、「横石さん、葉っぱを金にかえるのは狸か狐のおとぎ話よ。仕事はもっとまじめにきなさい」と説教をされたことです。「あんたは何を寝ぼけたことを言うんだ。北海道から九州まで山に葉っぱが幾らあると思っているんか。ばかなことを言うたらあかんでよ」と、真顔で怒りました。それは、山の人にとっては絶対に信じられないのです。葉っぱを金にかえるということは常識ではあり得ないことなのです。

それでも、4人を口説いてスタートしたのですが、全然お金になりません。その理由がわからなかったのです。そこで、ひょっと料理人が来て、商品を見て、ああ、これはわしは使わんと言ったのです。その一言でまた気がつきました。そうか、現場へ行ったことがない、料亭というところに行ったことがない、これがあかんと思ったのです。やはり、事業をするんだったら現場を見に行ってみなあかんと思って、早速行ってみました。

そして、「こんばんは」と玄關から行ったら、「裏木戸へ行ってください」と。裏木戸へ行ったら、「お帰りください。そんなのは人に見せるところではありませんよ」と断られてしまいました。残念やなと思って帰ってきました。これはどうしたものかなと思ったときに、ある人が、「横石さん、客で行ってみなさい。そうしたらいけるかもわからんよ」と言ってくれたので、そうかと思って、電話してみたら、1万5,000円、2万円、3万円ですと言われた。給料が7万8,000円でしたので、高いなと思ったのですが、とりあえず一回行ってみようと思って、3万円をポケットに入れて、2万円のコースを頼んで行ってみたのです。そして、玄關から「こんばんは」と行ったら、何と今度は、三つ指ついて、「いらっしやいませ。奥へどうぞ」と迎えてくれたのです。そのときに、客で行くのとは使用人とはこんなに違うのだなと思いました。部屋へ通してくれて、葉っぱが出てきて、これはどうやってお使いになるのですかと聞いたら、これは、庭からつんできて、季節感を添えてお客さまに喜んでいただいておりますと教えてくれたのです。これはありがたいなと、お客さんで行ったら確実に物にできるなと思いました。

でも、帰ってきて、金がかかるということで上司に相談したら、料亭に行く費用なんか出せるかと言われてしまって、難しいなと思ったのですが、もうこれは行くしかない、やるしかないと思って、何年間かずっと料亭に通いました。

そこで、2年くらいたったときに、ご主人が調理場を見ていけと言ってきて、見せてもらったのです。うれしかったです。そして、見たときに、これはやったと思いました。料理を見てではなかったのです。これはごっついな、どついたり、蹴ったり、こんな世界があるんだな、この修行の世界はもう10年もたん、だから絶対ビジネスになると確信しま

した。やっていこうと決めました。

ことは北海道へ行くぞ、仙台、東京周辺、名古屋、大阪、北陸...と、何千軒と回りながら商品の拡販をかけていきました。

そうすると、だんだん売れるようになってきて、ビジネスとして成長していきました。この間、お金も使いまくりまして、家に1円も入れる金がなかったのです。16年間、給料は全部これに注ぎ込んでしまいました。また、体も調子が悪くなって、倒れて救急車で運ばれたり、体の左側がしびれて動かなくなったり、心筋で倒れてステントを6本張ったりしましたけれども、どうしてもやりたかったのです。このまちにとっては、絶対にこの商売が勝負だ、ここでなかったらできんという商売をつくり上げることが一番大事だと思っていましたので、ひたすら夢を追いかけていました。

そして、有名な料理人に、ノビルとか、カンゾウとか、ヨメナとか、ヨモギとか、こんなものはないかと言われたときに、それはうちにたくさんありますと言いました。それをおじいちゃんやおばあちゃんに言ったら、牛や馬じゃあるまいし、そんなものをだれが食べるのかと言われたので、これは連れていかなあかん、現場を見せてやらないかんと思いました。

だから、次に起こした行動は、社員というか、葉っぱをとっている人を現場に連れて行って見せるということです。恥ずかしかったです。電車に乗ったことはない、飛行機に乗ったことがないという人がたくさんいましたし、衣装ももんぺにジャージがおりましたので、本当に恥ずかしかったです。ある有名な料亭のおかみさんから、こんなお客様は今まで一度もお見えになったことはありませんと言われました。京都や赤坂などの超有名どころに何回も何回も連れて行って、現場を見せてあげる、料理長の話を聞かせてあげるということを繰り返していきました。

知らないというのはすごいことですが、今は全然違いますよ。着物、イヤリング、ネックレスで行きます。今月の11日にもお昼の3万円のコースをみんなで食べにいこうということで連れていきますが、私の方がきれいな格好をしていかなければ恥ずかしいくらい、着物姿でぞろぞろと行きます。

そして、料理人も来てくれるようになり、関心もどんどん高くなっていきました。

このビジネスは、190名でやっており、平均年齢70歳です。ええ顔をしておるでしょう。最高の笑顔です。毎日の仕事がおもしろうてしょうがない。世界じゅう探したってこんな楽しいことはないという毎日のように言います。

でも、何がごついかというと、やっぱり稼ぎもごついんです。びっくりするくらい稼いでいきます。大体1日3万円の方もいます。80代で1日に3万円の売上はすごいですね。町長も、パソコンの中身を見て、わしの給料より多いのではないかとびっくりしてしまし

た。働いている時間からしたら、朝8時からやって夕方にはしまうのですが、それだけ稼げるのは本当に大きいと思います。孫にマンションを買ってあげたりしているおばあちゃんもいます。

軽い、きれい、根気が要るということで、高齢者のビジネスとしては最適です。死ぬまでやめられんと。いまだに苗木を植えているのが私は信じられませんが、何歳までやるのかなと思っています。

商品は320アイテムです。大体このパックが一つ250円から300円で、カキの葉っぱ1枚が30円ですから、小判が舞い落ちてくるようです。昨年が一番売り上げの多い柿の木で30万の葉っぱがとれました。

飛行機便には最適です。北海道にも全部空輸でびゅっと飛ばしていきます。

北海道もうちも同じですが、絶対にやらなければいけないのは、商売の仕組みをつくることです。これが地方はめちゃくちゃ弱いのです。上勝は絶対的によそでできない仕組みを次々と組み立ててきたのです。日本でこれだけの仕組みを持っているところはどこもありません。総務省が毎年調べても、日本でこんな仕組みをつくっているところはないです。

まずは、町の防災無線を使っています。2年間かけて口説き落として、同報FAX無線という防災電波を使ってびゅっと送信をかけるのです。早い者勝ちで、自分の商売をやりながら、来たオーダーのどっちをとるかを瞬間的に判断するわけです。そして、携帯電話、短縮電話を使って「もしもし、行けるで」ととりにいくのです。

例えば、はすいもの葉っぱを50枚、たった50枚と思いますけれども、1枚100円ですから、10分で5,000円の売り上げとなります。そして、決まったら、さあ行けと取りに走るのです。そして、農協まで持っていくわけです。

そして、高齢者が使えるコンピューターを開発しました。これが一番強かったです。10~40代が使うものを高齢者は使えません。なぜこれを考えたかということ、町の中が商品棚だと思って、セブンイレブンについての勉強を一生懸命したのです。あのコンビニができたのころ、これはすごいと思いました。こんな商売ができるのかと思ったときに、ふと、待てよ、まちの山の斜面を商品棚だというふうに考えようと思ったのです。必要な人に必要なものを必要なところへ渡す、これが大事だなと思ったのです。これは、北海道でもできそうですね。

それから、データを見せてあげなければあかん、流れをつかむこともすごく大事だと思いました。それでコンピューター導入を議会で言ったら、「わしらが使えんもんが親に使えるか」と断られました。確かに、高齢者では使えないなと思ったのです。

あるまちに見に行きましたら、やはり、全然使っていなかった。役場の説明は非常によかったし、全戸に配ってよかったなと思ったのですけれども、1軒1軒回らせていただいて、ちょっと話を聞かせていただくと、使うことがないのですと言われました。ああ、これは自分の考えていることが間違っているなと。何を見たいか、どういう形で見せるのかという内容の部分がすごく大事だなということに初めて気がついたのです。全国はこの逆

をやっていますね。役所が全部つくって、下におろそうとやっていますね。これは、全体を動かすような形にはならない。見ないわけです。そこに気がついた。

そして、通産省の公募事業を見つけてきて、65案件中15案件採択という中で応募したら、見事当選しました。それで、1億600万円かけて私がつくったシステムですが、トラックボールを動かします。マウスは動きますからうまく使えない。正座して使っていますが、日本でもこんな格好でパソコンを見ているところはどこもないと思います。

ことし上勝町に光ファイバーが入りましたが、まだ電話回線を使ってやっているので、つながっていくまでに3分、5分かかるのです。おばあちゃんというのはおもしろいのですけれども、必ず手を合わせて、「きょうももうかりますように」とやるのです。ほんまにおもしろい。

一番見るのが個人情報です。何が大事かということ、地方で仕事をするということは、評価をしてあげることがすごく大事です。全体の売上を、自分の売った分が幾らになったか分かるように、個人事業家として切って行って見せるわけです。そして、私が何を考えたかと言うと、順位をつけることです。何人中何番という順位が出るのです。これがおもしろくてしょうがない。あの人に勝ったか負けたかがもうすごく気になる。売上より順位です。とにかく順位にこだわります。1番の人は、常に1番でありたいのです。一つでも上がったら、にこにこして喜びますね。近所同士の会話を聞いていたらおもしろいですよ。自分よりも下がわかっているから、「あんた、何番や」と聞いているのです。その聞いている顔の優越感が何とも言えません。にこっとしていて、言われた方はちょっとむかっとくる。

この間も、1番の人から、北海道に3日間旅行に行くと言ってきたので、「土産こうてきてよ」と言ったら、横石さん、ちょっと聞きたいことがあると。「3日間旅行に行ったら2番の人に抜かれへんかな」と。どうして聞いてきたかと言うと、北海道に行く旅行の気分が違う、抜かれなれないと思ったらすごくたのしいし、抜かれると思ったら何かすごく不安になってということでした。おもしろいなと思います。これが大事なのです。

トラックボールをくるくると回すと、画面上のボタンの色が変わります。自分でもよくできたと思います。色を変化させることによって、見たいところをクリックできる。グラフにも全部色が入っているのですけれども、あしたの目標は赤、きのうは青というふうに非常によくわかるようになっているのです。だから、だれが見ても理解ができる形になっています。

「主要品目の動き」というところがすごいですよ。全部先読みをします。1カ月後何月何日はどれくらい需要があって、どれくらい売れるかというデータがとれるのです。11月は、今日が一番売れるのです。11月初めの3日です。これはどうしてかと言うと、金土日の3連休はイベントが物すごく多いこと、5日の最終日が大安であること、祝ごとや婚礼需要が全国的に一斉に出ますからすごい需要があります。だから、きのうときょうは、

今夜は残業、あすは早起きで徹底してやって、ゲートボールもお出かけもすべて禁止です。そういう措置をとっているわけです。これが先にわかるということがすごい大事なことです。

商売のためにやったのですけれども、物すごく大事なことを発見したのです。この仕組みをつくったことが、上勝にとっては起死回生になりました。私は、講演会や視察を何十回とやってきていますけれども、昔は何回開催しても結果が出なかった。どうしてそうだったのか、今はよくわかります。全部その場限りでした。「ああ、横石さん、いい講演会で、いい講師を呼んでくれてよかったな」「いい、研修会だったな」「いい視察だったな」とよく言ってくれた。講演会で、家に帰って3日は覚えていてくれていても、またもとどおりの生活に戻る。同じ道を通る習慣は変えたくない、安心感がある、考えなくていい、ここにどっぷり浸かっている。一番上勝が変わったのは、自分で考えるという起業家としての習慣づけがみんなに出てきたことです。だから、今は、補助金の補の字も言わない。仕組みによって人間を変えることができたのです。

昔はリーダーがいて、情報を発信して、地域全体を引っ張っていたのです。今は、合併してどんどん組織が大きくなってきて、その形が崩れてきた。出るくいは打たれる。がーっと行ったら、頭をこつんとされたり、足を引っ張られるという形になってきた。今までは農協とか役場、市役所、県の組織とか、商工、森林という組織の中にリーダーがいて、地域をしっかりとめて、という形だったけれども、今は、本当にそういった人がいなくなりました。全国でもまずいないです。いたなと思っても、ちょっと勘違いしている人だったりしますね。ちょっときつい言い方ですけども、リーダーが集まって、自分たちだけが楽しんで会をしているというのがよくあります。

本当に大事なものは、会社で言ったら社員、まちで言うと地域住民一人一人がレベルが上がっていかねばいけないのに、上の人だけで楽しんでやっているなど。それがいいのですね。下に行ったらたたかれるけれども、上に行ったら持ち上げてくれるから、人間はみんなそこに行くのです。上に行ったら大事にしてくれる、下に行ったらたたかれる、だれだって上に行きたいですね。先生、先生と言ってくれたら、みんなそこに行くわけですけども、これがいけない。一人一人の力をつけていくような形になると、自分のことにならなあかんとみんなが思いかけた。問題意識をしっかりと持つようになりました。

そして、脳を鍛える訓練が必要です。私が上勝に行ったときに、60の人が今は80半ばになります。60半ばの時代と今の80半ばでは、全然違います。とにかく頭が良くなった。びっくりするくらい脳がしっかりしてきたなということを感じています。これは、毎日のトレーニングだと思えます。情報が自分のものになるということ。頭を使う生活習慣がすごく大事です。私は、都市と農村の差はこれだと思えます。都市と農村の起業家も

そうだし、住民もそうだと思います。結局、このことが、今は、都市はどんどん伸びて田舎は減っています。この現象によって格差が出てきたと思います。インターネットの時代、都市と農村の格差は縮まると言いますが、どうでしょうか。どんどん開いてきました。みんな東京に持っていかれた。これは生かす力が違います。いざなぎ景気を超えるというのは、東京や名古屋ではよく言われますが、地方では考えられないことです。

例えばいざなぎビジネスをすると、毎日指先を使いますし、売上も計算しますし、会話を、書くとか読むとか、こういったことが生活の中で、ぱっ、ぱっ、ぱっと切れ味があります。昔も今も上勝の人は、時間とか仕事は変わらないと言います。でも、もうけは違って何十倍にもなった。そして、会議をしても10分前には必ず来ます。ぱっと来て始めます。病院に行って、薬が出る時間が長かったら、1回帰って仕事をしてきます。そんなふうには時間の使い方がすごく上手になりました。

皆さん、忙しい人は、何であんなことができるのかと思うほどできるでしょう。経営者でも起業家でもそうです。あれは、自分のスケジュールを自分できちんとコントロールできていくのです。与えられるのではなくて、自分で組み立てて、ぱっ、ぱっ、ぱっとできるのです。この生活の習慣が地域の中にできるかどうか。地域の中に、この生活習慣をやるかどうかということが、起業家とかまち全体の活力をつけていくことだと私は最近思います。生かせる力がつくこと、生かせる力がつくような生活習慣の部分の仕組みの中につくって行って動かすことが、大事でないかなと思います。

日本の経済の成長を見ても、アイデアとか知力がプラス要因で、労働時間とか労働者数は絶対的にマイナス要因です。例えば昨年、個人所得伸び率は徳島県が全国1位です。吉本の漫才師に言われました。「何で徳島が1位ねん」と。大塚製薬、それからこの間優勝した日本ハムも徳島が生まれの地ですけれども、女性起業家とか起業という面では非常にベースが高いのです。個性的な起業のベースが非常に高いのが、ここに来てぐっと高くなっているのです。アイデア力とか発見、個性、知性という言葉を使いますが、この部分だと思います。

そして、これを動かすのは、情報です。情報で気を育てること。これが独自戦略です。人の動きを見ていて自分からはやらない、失敗したら喜んで、成功したら黙ってついていくではだめで、自分に磨きをかけるということがすごく大切なのです。だから、コンピューターの使い道は、気を高めてやる気を起こすのは7割で、データを見せるのは3割。気を高める方に非常に重点に置いているのです。

皆さんに配ったパンフレットのおばあちゃんは94歳です。はしごをかけてすごく高いところに登っています。こんなことができるのです。ですから、気というのはいかにすごいか。

メッセージFAXを私は手書きで書いてほぼ毎日送ります。「ああ、しんどいなー」という気持ちは必ず出てくるのです。地方はそういう環境なのです。だから、気を送ってあげなければいけない。どうして地方がだめになってきたか皆さんおわかりになるでしょう。

組織がどんどん合併してきたことによって、中心的な役割存在が消えてきたこと。自分が育ってきた学校がなくなると、その地域は壊滅的に気を落としてしまいます。そして、一次産業がもうからなくなってきたこと、公共事業が激減してきたことに、地方の中で渦巻いていた気が、塩のごとくずっと引いているのです。そして、今はそれが加速しています。

そこへ待っていましたのごとく福祉産業が入ってきて、じいちゃんには若い娘、ばあちゃんには男をつけて、いらっしゃい、いらっしゃいで引っ張るものだから、人間の気がそっちに向いてさーっと取られていく。これは、地方が全くだめになる構図です。大事なのは、気を育てることです。さあ、行くぞ、気合いを入れて目標達成するぞ、しっかり行け、鉢巻き締めてやれと、この紙を1枚送ったら、よしやるかということで気がぱっと上がりますね。

人間って気で動くものですよ、皆さん。だから、キーボードの「キ」は気持ちの「キ」だと言うのです。うちの社員によく言うのは、「コンピューターを使ってもあかんぞ。ばあちゃんのところに行って、肩をさわれ。行って肩をさわって話を聞け。そして、帰りにまたもう一回さわって、あした頑張ってお出せよと言え。そのことが中身をくれるきずなじゃ。パソコンはあくまでも道具だ。大事なものは中身。だから中身ができなんたらあかん」と。

ほぼ日刊イトイ新聞を知っていますか。糸井重里さんの1日に100万人が見るサイトです。私の記事が先週ずっと出ていましたけれども、あそこの社員の顔を見たらすぐにわかりました。24人くらいおりましたけれども、ああ、これだからできるのだなと。とにかく顔がいい。おもしろい、楽しい、そういう社員ばかりがずらっとそろっていますね。糸井さんの考えで、そういう人ばかりを集めるのだそうです。コンピューターが使える人を入れても、結局、見てくれない。おもしろいとか楽しいという自分の感性を持った人を集めてこなかったらいけない。そこなのですね。そのメンバーが集まってくるか、来ないかによって、自分の商売とか自分の発想、それから地域が元気になっていくのです。会社もそうです。起業したときに、社員と肩をたたいて、よし、やらんかと言って楽しい雰囲気です。ぱっとできるような会社になったら強いですよ。今、経営者はそれができない。楽しい雰囲気で行きたいと思ってがーっとやっても、すかっと株を放られる。だから、今、経営者と社員は一線置いているのです。本当に昔のようにはやれない。それができる会社、それができる事業というのが成功できる大きなきっかけをつくるのです。だから、キーボードを、押してみよう、使ってみよう、見てみようということをやっていかねければ、形を配っても動きません。

「隣に負けとうない」これがあるのです。皆さんのところもあるでしょうけれども、田舎はこれがすごい。でも、これが大事です。競争心がなくなったら、私は絶対あかんと思う。恨みやねたみはだめ、でも、あの人に負けとうない、私はこれだけ頑張る、この競争心がなければ絶対にモチベーションが上がらないし、上に行かない。これを死ぬまで持ち続けてくださいということを言います。これをなくしたらあかんよと。ある面で、いい面

での競争はしなかったらだめだと思っています。そうすると、何が大事かということがわかってくる。

24年間商売をしてきましたが、上をとめておいて、下にコストをかけても、絶対にもうかる構図にはならないのです。これは、勘違いをしている人がよくやります。上に持って行って、逆に下のコストが下がるのです。商売は、コスト意識はすごく大事だけれども、上にしっかり攻めていくことによって逆に下でコストが下がる場所なのです。それが的を射ているのです。

例えばおばあちゃんが何もしない、そして病院へ行く。そうすると、薬をもらって、診察を受けたら1万5,000円くらいかかる。ばあちゃんが一生懸命仕事をして1万円稼ぐ。上と下で2万5,000円違います。まちが、社会保障費を落とさなければいけないと言って落とす。これは、会社の経費を落とさなければいけないと言うのと一緒です。会社の経費を落とすのではなくて、ビジネスの部分が成功することによって、逆にコストが下がるということと同じなのです。そういう発想が必要です。ごみがふえるからといってごみ処理施設をどんどん建てても、これは結果的には絶対うまくいかない。的を射ていないのです。価値を売るということ。価値は地域の魅力で、物を売るのではないということです。

そして、これがきょうのメインですけれども、商品とか観光資源というものは、実はたいへん小さいということです。これが、昔と違うことです。それに、場面、価値、情報、仕組みをどうやってうまくからめるかが一番大事です。だから、上勝のものは、徹底して場면을追究していきます。売上はすごく高いです。商品は、実は2流かもしれないけれども、使う場面の持っていき方によって、すごく光るところがあるのです。

先ほどおばあちゃんが多いと言ったら、皆さん、すごいなーと思うでしょう。すごくないのです。おばあちゃんだからできるビジネスなのです。葉っぱを集めたり、こつこつやったり、植物に対する知識、木登り、自分が生まれ育ってきた家の周辺の環境を見たりするこつは、ばあちゃんがすごく長けています。だから、この人は70幾つでいろいろ事業を始めたのですけれども、もうすごく喜んでくれています。息子が帰ってきた、孫が帰ってきた、嫁さんもろた、子どもでけた、葉っぱの仕事をして、自分がこんなに幸せになれたことはないと言います。4世代が帰ってきたのです。孫は20の後半ですが、ばあちゃんの仕事の半分くらいしかできません。そのくらい元気です。

ばあちゃんではなかったらできないということもあるということです。じいちゃんではなかったらできない、若い人でなかったらできない、このまちではなかったらできないということがある、人も、この人でなかったらだめだということがあるのです。そこに磨きがかかるか、ぴゅっと行けるかどうかということがすごく大事です。だから、場面をつくるとい

うのはすごく大事です。

この間も、愛媛に行ったら、ミカンの売り方を教えてと言われました。どうやったらミカンが売れるのかと。ミカン農家は全く生活ができない。1キロ70円、80円ですから、1反つくっても本当にお金にならない。1ヘクタール、2ヘクタール、3ヘクタールと経営していても生活が本当に苦しいのです。

答えは簡単とは言いませんけれども、よく考えてみると、ミカンを使う場面がないからいけないのだと。「横石さん、ミカンを使う場面がどこにあるの」と。「ここにあるやないか、今、会場にあるよ」と。こういった会場では必ずペットボトルのお茶が出ます。どうして、ここでお茶が出るのか。ペットボトルという容器で、この場をつくれているのです。ペットボトルは、話を聞きながら飲めるでしょう。事務局が、ここでお茶を配っていたら大変なことです。それでは、どうしてミカンが使えないか。それは、ここで事務局がミカンを配ると皮が出る。皮が出ると後で掃除をしなければならないから困る。手が汚れるから文字が書けない。ということは、ミカンを演出するには、袋にミカンを入れて、私のお話を聞きながら皮をむいて、袋に皮を戻す。それから、必ずティッシュをつける。そう考えたら、ペットボトルは1本150円で、ミカン2個でも150円。愛媛県全体でやったら、何百万個と動くのです。全国、県の全体で市町村が会議で使っているお茶の数は1年間で物すごい数です。これをミカンでやってくれたら、1キロ150円だから、10倍の売上が場面としてできるということです。今は、こんなふうには考えなかつたらいけません。

先ほど言ったように、カキの木の実には相手にしないのです。全部葉っぱです。葉っぱの方がはるかに価値があるということです。ミカンの話ですが、今、どこで何時に会があってというのは、情報で全部わかるでしょう。宅急便に頼めば、配達時間の指定までできます。そうすると、この場で今言ったことができるということです。それが仕組みです。だから、観光も、商品も、まちについても、実はこの四つの組み立てがすごく大事な時代が来たということです。

ハンカチが売れなくても、斉藤君が汗をふいたら、ハンカチが売れに売れる。今またハンカチが売れているのです。どうしてか知っていますか。最近は余興でやるのです。こういうふうに、話をするとき、ちょっと青いハンカチを出して汗をふいたら、「ははは」とすごく受けるのです。多分、ことしの忘年会の一番の出し物でしょうね。部長がハンカチを出して、汗をふきながら話をしましょう。だから、青いハンカチを必ず買うのです。

あんなに売れなかった業界が、ああいったことによって、すごく動く形になっています。場面、価値、情報、仕組みの構成をどうやって考えて、それをつくり上げるか。昔は素材7で生かす力が3でしたが、今は素材が3で生かす力が7割くらいは必要だということです。

福岡で一番有名なおすし屋さんのご主人は上勝町出身です。あの店がなぜ1番になるのか。ちょっと食べても1万円くらいかかりますから高いのです。でも、前に立つ職人の話

し方、演出力が抜群です。とにかく、前にぱっと立って来て、料理を出すタイミングがすごくうまいし、話もうまい。大将は、今は場面が7割くらいを占めるといいます。そのお客の考えている様子を見ながら、そこにうまく話の場面をつくれるかどうかということです。これがどこでとれて、どんなふうにして、ちょっとこういうふうにして食べてくれたらという間の入れ方がすごくうまい。タクシーの運転手とか近所の人に聞いても、すぐそれを言います。向こうが、うまいというのを感じさせてくれると。東京で一番有名なお寿司屋さんはメニューがないです。その日にとれたものを一番いい状態で揚げてきて、それを築地を見て、料理を変えていきます。わくわく、どきどきしますね。

いかす力を自分がつけられるかどうか、この素材のよさをいかせる力を出せるか。このまちの素材はいっぱいあります。このまちの素材の部分をいかせる力をつけて、それを演出できるかどうかです。ここに勝負がかかっているのです。

それから、20年間やってきて、一番よかったのは葵のご紋づくりです。世の中は何でも難し過ぎると思います。スローフードもそうだし、トレーサビリティ、ポジティブリストと農家さんにも難しいことを言いますね。どうしてももっと自分の地域の言葉をしっかり使わないのかなと私はいつも思います。難しいということは理解ができないのです、理解ができなかったら行動はしない。これをわかってもらうまでに、大方10年近くかかりました。でも、これが一番強い戦略でした。

田舎の人は水戸黄門がすごく好きです。「横石さん、8時40分は電話したらいかん。印籠を出しよるから、あれが済んでから電話しいよ」というわけです。

「腰に印籠つとれよ」というのを言ってきたのです。自分の地域、自分の商売に切り札がなかったらあかん。私は、ここが違う。皆さん、山が奥深いというのはどうしていけないかということです。すごくいいのです。もみじの色つけ競争、香りのいいもの、すごくいい。北海道の紅葉は、私にとったらめっちゃめっちゃうらやましいです。今は、あの手この手、あの手この手で紅葉したものを出しているのですけれども、ここは自然に紅葉しているのですから、すごくいいのです。それは、自信を持つこと。ここでなかったらできないことを考えるのです。これを切り札として持つことです。これが違う、これを見てくれ、これが自分の一番いいところだということを相手に対してきちんと言えなければいけない。この思いがぐっと行くと、相手は感じてきます。

この間、ある役場に講演に来てくださいと言われまして、担当の女性の方が車でお迎えに来てくれました。それで、車に乗って、ここは何かいい特産品はありませんかと聞くと、別にないですと。何かおいしい食べ物を夕方にでも食べたいと思うのですけれども何かありませんかと聞くと、ないですと。もう帰ろうかなと思いました。観光担当の人ですが、うちは何にもないのが特徴でございますと。何か一つもないのかと本当に言いたくなりま

す。

切り札を持つ、わかりやすく説明する、納得されて自信を持たせることは、すごく大事です。自信がなかったら人は動かないものです。私は、バーコードを説明をしたときに思いました。全部データを入れておいて、バーコードの説明をしたのですけれども、会が始まる前に、おばあちゃんが質問だと言って手を挙げて「横石さん、きょうの会は私らに順番つけてどないするんや」「それはどういう意味ですか」「バーコードって、ばあさんに順番をつけるんじゃないの」と真剣に聞いたので、私もびっくりしまして、ほな、ジークードもつけようかと。わからないということは難しいですね。

きょうの大学も難しいですね。ロングスティ型移住ビジョン策定委員会という難しい言葉を使っているなと思って見ていました。もっと、まおいの地域の方言を使ってやった方がよっぽどいいなと思います。だから、いろどりの本は、紀国屋のベスト1位になったのです。何がよかったかと聞いたら、阿波弁で書いてある。そのままの言葉をかたらず書いてあることがすごくいいと言います。

私は、まちづくり講演会などでもよく言うのです。まちづくり講演会と、こんなに大きく書かない方がいいと言います。それは、役を持った人しか来ないからです。それでは何て書いたらいいのか。まちづくり講演会は小さく下に書いておいて、上に、この話を聞けば自分の商売がもうかるヒントになるから集まれとか、この話を聞けば地域がよくなるヒントがあるから、きいよとか、来てねとか、その地域の言葉を使って書くと、自分のことだと思ってくる。まちづくり講演会だと思ったら、人のことだと思ってくる。だから、全然違うのです。

そして、今、何もしなかったら下りのエスカレーターに乗るということ。皆さん、自分の会社の悪口やまちの悪口を言っていいたら落ちていきます。絶対に攻め続けなければ、今は守れません。強いものがあって、10、9、8、7、6と欠点を消していかなければいけません。そして、自慢ができて、自信ができて、行動に移していく。これが、自慢、自信、行動へのパターンです。

それから、情報発信がすごく大事です。私は7対3で外へ行きます。どうして7対3で外へ行くのか。これは、価値を外に振って、外から入れるのです。内輪の価値を言ってもわかりません。言っても言っても内輪ではなかなか見えない。いいなと思わせるのは、外に振っておいて、外からぱっと入れ込んでくることです。例えばうちの会社がいいと社長が社員に100回言うより、あのいろどりという会社に行きたいな、行きたいな、変わってくれへんか私と、と言われたら、社員はいい会社やなと思うのです。そんなものです。自分のところに住んでいて、ここはいいところだよと行政が中で言ってもなかなか見えない。外から言わして価値を上げていく。これで、地元の人是非常に感じてきます。

上勝町役場の臨時職員募集をホームページに載せたら30人の応募があった。給料10万ちょっとで6カ月の採用ですが、北海道から面接に来ました。一番びっくりしたのは、臨時職員です。「何で私らの仕事に北海道から面接に来るの？あんなに旅費使って、そんなに私らの仕事ってええんかな」と、こう思うようになったのです。外から来たことによって、それが感じられる。これが、情報発信の戦略ではないかなと思います。

そして、一体感。これは、テレビの番組のプロデューサーと私は懇意にさせていただいて、よく言われます。それを私が理解するまで大分かかりました。いい主演イコールいい番組ではないのだそうです。番組の最後を見なさいと言われました。最後とは、カメラとか衣装とか構成とか音声とか現場、この一人一人の思いが一つになっていい番組ができる。ということは、例えば農業でやろうとしたら、農家だけがやってもあかんと私はよく言います。役所へ行ったら、「うちの牛乳はええだよ」、「うちの野菜はええだよ」と役場の税務課から始まって役場の職員みんなが、よそから来た人に対してちょっと一言が言えるかどうか。これが一体感です。観光も「うちの温泉いいだよ」と、観光協会ではない町民みんなが、そのことを褒めるかどうか、自慢するかどうか、人にその印籠を見せられるかどうか、これが大事です。

皆さん、今、若い人で田舎に行きたい人がたくさんいるのです。これを入れてこない手はないのです。20代の力を絶対に入れて来なければいけないと私は思います。地元の人だけではなくて、思いを持った都市に住む20代の女性、20代の男性あたりが、地域と一体になって商売をしたり、いろいろな形でやるべきだと思います。私は、団塊の世代が地方にはそんなに帰ってこないと言います。国が考えているようには帰らない。県がいろいろ施策をしているけれども難しいと思います。お母ちゃんの帰りたい数が低すぎます。50代を見ると、お父ちゃんの半分です。帰るのなら離婚するよという人がいる。都会で長年生活してきた女性は、廃屋が出て、畑が荒れるようなまちにはまず帰らない。自分がそこに出番があったり、都会的な生活環境まで整えなかったら帰ってこないでしょうね。中にはありますけれども、団塊の世代の退職族がぐわっと移住するようにはならないです。それよりは、20代を捕まえに行った方がいい。思いを持った20代の若い子を引っ張った方が、地域にとって私は活力が出ると思います。

そして、好循環システムということです。一人一人を育てる。会社で言ったら社員を育てていくこと、出番をつくること。1人ができないことが全体でできるわけがないというのが私の考えです。そして、ブランドをつくること。地域としてしっかりとしたこの地のブランドをつくり上げること。そして、知恵が勝負です。農業などは、もう技術ではなくて、絶対に知恵勝負の時代です。場面とか知恵の勝負の時代になっています。この循環を、これでもか、これでもか、これでもかと回していく。それが、話題、経済、所得につながっていきます。

そして、最後に、人はだれでも主役になれる。

どうですか、この写真はバッテリーカー軍団です。ゲートボールに行く人ですが、かごとって板を乗せた出荷運搬車です。昔は、ゲートボールは負けたらよくけんかが起きる、と苦み走った顔をして行っていました。今は、にこにこ顔で行きます。上勝の人は、本当に出番がなかったのです。

私は、もみじの種をまいているおばあさんを見つけて、80後半の人でしたけれども、現場でそれを見たときにふっと思いました。何でまいているのかなど。生きているうちにとれないだろうなと思ったのです。そして、聞いてみようと思って、側に寄って行って、「何しにまきょんえ」と聞いたら、にこっと笑って、「横石さん、私は100までできるかわからん。でも、もし死んだら子や孫が継いでくれる。これは種でなく、夢をまきょんぜよ」と。はーっと思いました。この年になって夢を語れるのか、この年になって夢をまけるのだと。地域のことを誇りに思って、夢をまいていく。このことはすごい大事なと感じました。本当に20何年間は、この地に住むのはばかだということで1軒の家も建たなかったまちが、みんな家を建てて、そして、後継者を迎え入れ、産業をしっかりとつくっていくこと、ここでなかったらできないビジネス、ここでなかったらできない産業を育てることが、その地にとって一番後継者を育て、地域の活力になる形だと今は実感しています。

この葉っぱのビジネスによって、家族の仲がめちゃくちゃよくなりました。やっぱり年寄りが病院や診療所に行って、本当につらそうな顔をするのと違って、コンピューターは使うし、もうにこにこしながら生活しているのを見たら、あんな親になりたい、あんなふうに住みたい、あんな仕事がしたいと。40くらいのお母さんが、お母さんの仕事ってすてきやなと子どもが言ってくれたら、もううれしくて、うれしくて、本当にこの仕事をしてよかったと言っています。褒めてくれる、誇りに思ってくれる、このことが大事だと思います。

北海道と徳島上勝はよく似たところ。皆さんのところはちょっと大きいですがけれども、地方という点では非常によく似ています。地方は、地方ならではのことをやればいいと私は思います。東京のまねをしなくてもいい。東京は東京のやり方、地方は地方のやり方をすればいい。でも、北海道に一番必要なのは、与えられている環境から一日でも早く脱却をして、自分で考えて、自分のことと思ってやることだと思います。与えられている環境がずっと続くと、自分のこととも思わないし、知恵も出てこないし、行動も起こりません。ここには資源はいっぱいあります。起業の芽は、意外に自分のすぐ手の届くところにあります。それに早く気がついて、事業興しをやっていただいたらというふうに思っております。

上勝の取り組みですけれども、今度は、あんな山の中の836軒のうちの86%が光ファイバーを入れます。今度は、光を使って、動画で、温泉地などの状況も画面で映してと

いうことをやっていきます。情報化の時代でもあるということは、地方との格差の中では情報と時間の使い方というのが、ある意味ではすごく大切でないかなと思います。

時間になりましたので、これで私のお話を終わらせていただきたいと思います。

ご清聴、ありがとうございました。

質問 かなり長い時間をかけてやられたのだということが大分わかったのですが、山の権利関係の問題があったと思います。その所有権の問題はどうやってクリアされたのか教えてくださいたいと思います。

横石氏 葉っぱを取る場所は、個人の所有でなければダメなのです。ですから、国調と言いまして、境界に全部くい売って、きちんと台帳につける会社を立ち上げ、この山はだれのもの、ここからはだれのものということを明確にしています。よその山では絶対にとってはいけないので、自分の所有のところだけということです。だから、上勝は、よそのところの草を刈ってもいけないし、踏んでもいけないし、歩き回ってもいけないことを住民がきちんとわかっています。ほかの地域では、山菜をとりに入ったり勝手にやっていますけれども、うちのまちは、それは絶対禁止というか、そういうことができない形になっております。

最後に、事業家を目指す方がこの中におられると思うのですがけれども、東京などで事業家のセミナーをやったら1,000人とか2,000人単位で集まるのですが、東京の事業家と田舎の事業家の違いを一つだけ言わせていただくと、田舎で商売をやろうと思ったら、謙虚のリュックを背負っていなければいけませんね。謙虚というリュックをしっかりと背負って、ちょっと見せながら、商売をしっかりとやらなければいけない。そこが違います。田舎で、自分だけが、とやると必ず足を引っ張られる。これが都市と田舎の違いです。東京は、いい人材をとって自分だけでやっていけるけれども、田舎はそれでは商売ができませんね。そこは、天狗にならないように、しっかり自分をコントロールして、リュックを背負っていなければいけないけれども、逆に見せながら歩くくらいの、ちょっと言葉は悪いけれども、したたかさというか、それくらいの気持ちがなければうまくいかないというふうに私は思います。

講演2「広域連携によるエリアマネジメントの実践～スローな阿蘇づくり・阿蘇カルデラツーリズム」...坂元 英俊 氏 ((財)阿蘇地域振興デザインセンター 事務局長)

こんにちは。財団法人阿蘇地域振興デザインセンターの坂元でございます。よろしくお願いいたします。

阿蘇地域というと、修学旅行で一度行ったことがあるとよく言われます。この春、国のシーニックバイウェイジャパン戦略会議で阿蘇へ来られた有名なデザイナーが、私は修学旅行のとき

に来ましたとおっしゃっていました。でも、修学旅行のときに来た時よりもずいぶんイメージが変わったとも言われました。修学旅行で見られた阿蘇の風景とそんなには変わっていないと思うのですが、大人になって改めて阿蘇の草原や自然、温泉郷などいろいろな地域をご覧になると、阿蘇の良さが改めてわかるということでした。将来にとっても普遍的な阿蘇という地域をどのように残していくかが、非常に大事だと思います。

今日は、最初に阿蘇大陸というDVDを見ていただきます。このDVDは、国の観光ルネッサンスという事業で多言語化をしています。言語は英語、韓国語、中国語、日本語の4カ国語になっています。DVDを見ていただいて、大体、阿蘇はこんなところなのかということを知っていただきたいと思います。阿蘇地域でも、これを見て、知らない場所が多かったという人は、地元でも結構たくさんいらっしゃいました。14分くらいの時間ですけれども、見てください。



{ DVD上映 }

阿蘇の全体の雰囲気というか地域の感じを見ていただけたと思いますが、普通は、火口に行って、草原ドライブをして、食事処での食事や物産館での買い物、温泉に入るなどが阿蘇の通り一遍の過ごし方です。本当に突き詰めて阿蘇を考えたときに、そこに一体何があるのか。阿蘇の歴史や文化、自然の美しさや地元の食などを映像化しています。

阿蘇地域には年間1900万人の観光客が訪れています。その中でも、阿蘇ファームランドという観光施設があるのですが、この施設だけで年間400万人が訪れます。それは日本でも有名な大分の湯布院温泉を訪れる人数を凌ぎます。あとは、カドリー・ドミニオンというクマや動物たちとのふれあいの動物園です。そこには今、全国放送のテレビで大人気の天才チンパンジーのパン君というお猿さんがいます。土・日や連休は、車が駐車場

に入れなくて渋滞するとか、それくらい人を集めている施設です。そういう中で、阿蘇には本当にたくさんの方が来ているけれども、地元の農村集落での営みが、田園風景や農村風景としての地域の魅力を創り出し、商店街が地域の活力を生み出していることに対して、どれだけの経済的なメリットになっているのかと考えていくと、観光という部分が地域とつながっているということはほとんどないのではないかと思います。

今、観光が、観光業者さんのためだけの観光になってきてしまっているわけです。それをもう一回、自分たちの住んでいるところが本当に魅力のあるものとして自覚し、その良さを自分たちの情報として発信していく、それを阿蘇ではツーリズムという形をとって、仕組みとして立ち上げていきたいと思います。

私たちの住んでいる地域が誇りになっていくという考え方ですね。住むことが誇りになる地域づくりのために一体何をしていけばいいのか。

先ほど横石さんの話にもありましたけれども、地域の価値というものをどういうふうに上げていくのか、地域づくりが観光にも繋がっていくようなしくみづくりを市町村の広域連携という形で進めていこう、それが私ども阿蘇地域振興デザインセンターです。

阿蘇地域振興デザインセンターは、熊本県と阿蘇地域の旧12町村、今は合併して1市7町村（山都町は旧蘇陽町の範囲のみ）ですが、県と阿蘇地域が一緒になって設立した基本財産30億円の財団法人です。阿蘇地域全体の地域振興、観光振興、環境・景観保全、情報発信を国や県の事業とリンクさせて進めていきます。ただ、市町村は合併していても、していなくても、市町村内のそれぞれの地域は、当然そのまま残っています。市町村の行政的な枠組みで地域を考えるのではなく、地域の視点から阿蘇を考えれば、市町村という概念はもう余り考えなくていいようです。だから、阿蘇地域振興デザインセンターは、商店街や農村集落など生活圏域としての地域が、どういうふう to 活力を持っていくのかということを中心に考えていって、その生活圏域がいくつかまとまった行政の仕組みとして、それぞれの市町村があるというふう to 考えております。

まず、九州の観光の現状をちょっとお話ししますと、この映像は、今年の7月号のじゃらん九州・大人のいい旅九州のアンケート調査で発表された結果です。九州観光地のベスト20です。「行ってよかった観光地ランキング」というタイトルですけれども、その中で、黒川温泉が九州の観光地のトップになっています。それから、はげの湯・岳の湯という地域が黒川温泉と同率1位の人気をとっています。両方とも熊本県阿蘇地域です。

はげの湯・岳の湯というのは、24時間の家族露天風呂です。要するに、露天風呂に家族で入れるようにするというので、農家が、自分の棚田を露天風呂にかえて、24時間営業で夜もずっとやっているのです。だから、星空の中でいろいろな人たちが入れるわけです。そういうところから始まって、最近、家族露天の周りにあった旅館の雰囲気は少しずつよくなってきました。やはり、近くに黒川温泉があるので、黒川温泉に泊まれない人たちが、黒川温泉の周辺に泊まり始めています。時流に乗ってといいますが、新しいビジネスとして、農家がお風呂経営を始めていくということがきっかけになって、今、伸び

ている温泉地です。3位は大分県の由布院温泉、4位は鹿児島県の霧島温泉郷です。

それから、5位は熊本県阿蘇地域の南阿蘇です。南阿蘇は、昔ながらの農村風景があります。阿蘇カルデラ内のU字型の谷あいですけれども、そこに農村地帯が点在し、農村風景を味わいながら散策やドライブが楽しめるので、非常に人気があるのですが、そこにはたくさんの温泉やレストラン、食事処や旅館があります。その雰囲気がいいのです。6位は大分県の久住、7位は長崎県のハウステンボス、8位は熊本県阿蘇地域の小田、田の原温泉。9位は熊本県の平山温泉、10位は大分県の九重です。

そういう意味で、今、九州の中のベスト10に阿蘇の4つの地域が入ってしまっていて、これをベスト20まで入れると、16位の北阿蘇など阿蘇地域が全部入るということになったのです。これだけ人気があるにもかかわらず、どうやって地域の活力を創りだしていくのかというところが大きなポイントになります。

阿蘇地域の大きな柱の一つとして、今、スローな阿蘇づくりということを進めています。スローな阿蘇づくりというのは、商店街や農村集落などの生活圏域の中でゆっくり過ごすためのしくみづくりを考えることです。普通、阿蘇の観光は食事処や湧水地、大観峰、火口などの観光スポットを回り、温泉に入って帰りますが、本当に大事なものは、農村集落とか商店街などの暮らしに経済波及が生み出されることです。また、阿蘇の魅力的な草原景観を創りだしている農業や畜産が、生活の営みとして続けられるということです。観光スポットに立ち寄るだけでなく、農村集落や商店街、阿蘇カルデラによって形成されてきた大自然の中に入ってエコツアーができるなど、その地域でどういう時間の過ごし方をしていくかということ創り上げていこうと。都市住民との交流で、裏山の湧水がいいですね、歴史のある集落での暮らしがいいですねなどを言うてもらうことで、そのことが、逆に、地域にとって一番大事な自分のところのよさに気づいていくということになります。

地域で「ゆっくりと過ごす」というのがキーワードです。日本中どこに行っても、いろいろな観光スポットを飛び回る観光が中心になっていますけれども、本当の良さは、歩いたり、自転車に乗ったり、足で回ることによってその地域の細かい良さが見えてくるのです。マオイの丘の木々の色合いは本当にきれいだなと思います。車で行ったら色はわからないですね。歩くとわかるのです。ですから、飛び回る観光ではなくて、じっくり地域で過ごせるようにしていくことが必要だと思います。商店街でどういうふうに過ごしていくか、あるいは農村の中でどういうふうに過ごすとか、そういったことが一つのテーマになってきます。

農村で過ごすことは、自分たちの集落に来てもらうことです。また、商店街に来て時間を過ごすことは、必ず商店街に来てもらうということですから、そのためにどのような商店街にしていくのかということを考えなくてはなりません。

今、DVDでも見ていただいたように、阿蘇の資源は自然と温泉という二つを大きく打ち出しています。自然は、阿蘇五岳があって、その周りに外輪山があります。そこにまた草原があって、阿蘇地域の全体面積は1,200平方キロメートルと九州で言うと佐賀県のちょうど半分くらいです。それから、カルデラという火口を取り巻く外輪山があるのですけれども、ここは円周が128キロあって、屋久島がすっぽりと入る大きさです。そのくらい大きさのカルデラです。

この前、九州の観光担当の人たちの集まりがあって、阿蘇の話をしたのですが、ある県の観光担当の女性が、カルデラは火口のことだと思っていましたと。要するに、煙が出ているところがカルデラだと思っていて、何であそこが世界一なのだろうと。ところが、阿蘇五岳の周りを囲んでいる鍋底状の窪みの大きさが世界一なのです。その鍋底状の窪みのことをスペイン語でカルデラと言うのです。世界には阿蘇カルデラ規模のものは他にもあるそうですけれども、その阿蘇カルデラ内に、2000年以上前から人が住んでいる地域は、世界でも阿蘇しかないのです。このような事実を本当に大事にしていかなければいけないと思います。

先ほどのDVDに阿蘇神社という神社が出てきました。この神主さんは91代目です。阿蘇という名前の神主さんですけれども、実は天皇家と並ぶくらいの家系を持っているのです。そういう歴史も持っています。

阿蘇は、自然と温泉に恵まれ、歴史や文化が残り、本当に観光地として人気になっていますが、観光だけが脚光をあびて、そこで暮らしを営む人々が住む地域というものをもっともっと考えていって、地域振興が観光振興につながって行くように、取り組んでいこうとしています。そのための阿蘇地域の課題を4つ設定しています。

1番目は広域回遊です。例えばマオイの地域は四つの町があって、南幌、長沼、栗山、由仁とありますが、それぞれに自分たちで観光的なものにも地域振興的なものにも取り組んでこられたので、おのおのが主張して特徴をもっています。阿蘇地域の場合も、1市7市町村(旧12町村)が、観光にも努力されてきているわけですが、しかし、そういったものをうまくつないでいくということ、阿蘇は一つと言いながらも、まちというのの一つ一つが主張し合うところがありますので、そういうまちをどうやって魅力的に回遊していくようにしていっていいだろうというのが一つの課題です。

2番目は、観光ニーズの変化です。これまでの観光は、阿蘇火口、草千里、レジャー施設、物産館をドライブして回り、温泉に入って帰るというパターンが主流です。日帰りで帰っていく人たちが福岡、大分、佐賀あたりから来られます。ドライブ型の観光として求められているものと、逆にツーリズムと呼ばれるそこに暮らす人たちとの交流によって、都市住民が地域の良さを知り、地域の新しい魅力を発見していくという部分もかなり求められてきています。だから、観光で地域を訪れるという部分と、地域との交流や体験、環境学習などにより、都市住民と地元の人が変わる関係を地域の中に求め始めてきたという時代でもあるのではないかと思います。そのためには、商店街とか農村で「過ごす」とい

うキーワードで興していく、すなわち地域づくりをしていくことで、その地域が持っている良さを見つけ、引き出していった、地域の情報として発信していくことが必要になってきた。

3番目は交通渋滞です。阿蘇の場合は、幹線道路の渋滞が大きな課題です。抜け道マップもあるのですが、土・日ともなると、阿蘇に行くために5キロも10キロも車がつながって、阿蘇へは渋滞するから行きたくないというくらい渋滞します。

それから、1番から3番を複合した形としての1市7町村が一つになった阿蘇地域というものをどうやって作り出していくかというのが、4番目の課題です。そして、その課題を解決するためにどういうものを考えていこうかというところが、観光という旅のスタイルみたいなものまでも変えていこうではないかという取り組みです。

課題1の「広域回遊」に関する解決策としては、「ツーリズムと回遊のコースづくり」ということです。ツーリズムは、ゆっくりまちを歩いたり、農村集落に立ち寄りたりあるいは田園空間のドライブコースをドラマチックに活用して地域の良さを見てもらう、知ってもらい、ツーリズムの拠点間を移動しながら、これまでの観光とは違う阿蘇の地域の素顔の良さを楽しめるような地域をつくり上げていこうということです。

課題2の「観光客のニーズの変化」ですけれども、ツーリズムに取り組もうというふうを考えていくと、地元の人と触れ合うことが非常に多いわけです。お茶やお菓子を食わせてもらったり、あるいは農家に立ち寄る。この農家に立ち寄ることが普通はできません。集落の中にどんどん入って行って歩き回るといってもなかなかできませんので、そんなことができるようにしていこう。そのためには、もてなしの人づくりということですね。対応をしていくのは人ですので、そこにいる人が、「お客さん、よく来てくださいましたね」と言えるようになっていかなければいけません。

課題3の「幹線道路の渋滞」に関しては、交通体系の整備ということで、渋滞路線が始まる前の最寄りの駅にマイカーを置いて、阿蘇地域へ列車に乗って来れるようにしていくとか。また、熊本の都市部から自転車を列車に乗せて、阿蘇に来て、走り回って、また列車で帰れるようなサイクルトレインをJR九州の協力で走らせるようにする。それから、もう一つは循環バスです。阿蘇地域の主な駅と繋がった乗り合いバスが、町村を越えて地域の中を循環する。お客様がバスからおりて、商店街や農村集落で1時間や2時間過ごせる仕組みをつくっていく。過ごせるようにしていくためには、そこに地域づくりが必要になってきますので、そういった地域づくりをどういうふうにしていくかということがさらに出てきます。

こういった課題をふまえて、「ゆっくり・のんびり阿蘇大陸」というコンセプトを創りだしています。大陸というと、アジア大陸とかをイメージしますが、阿蘇という地域を大陸に見立てて、新しい発見、冒険の旅をしていこうという意味もあります。また、阿蘇というのは28万年前にものごく大きな爆発をしています。カルデラができるくらいの爆発をしているのですが、そのときの火山灰や溶岩は九州全部を覆っています。中には、海を

越えて四国の愛媛県の方に火砕流が到達しているという記録も残っています。そういう意味では、九州は阿蘇大陸なのだとう気持ちも持って展開をしていこう。そのためには、阿蘇カルデラの名前を付けて阿蘇カルデラツーリズムと呼ばれるツーリズムの開発とツーリズムの拠点を結ぶ公共交通網の整備を行い、阿蘇カルデラを活かしたツーリズムの旅が公共交通で結ばれていくようなしくみに変えていきたいと思いますという地域政策の流れができています。

お手元に「ゆっくりと阿蘇へ・のんびりと阿蘇で」というパンフレットがございますけれども、これは、スローな阿蘇づくりの交通実験をしたときのパンフレットです。パンフレットには、農村集落の歴史や文化、農業体験などの交流を行うグリーンツーリズム、商店街や温泉街をゆっくり散策するタウンツーリズム。エコトレッキングや自然案内人によるエコツアーを行うエコツーリズムなどの内容が市町村ごとに紹介されています。また、商店街のお肉屋の美味しいコロッケやシュークリームのケーキ屋などの紹介、農村集落のお茶や漬け物を食べながらゆっくり過ごすことのできる立ち寄り農家などの拠点も掲載されており、その拠点が循環バスなどの公共交通で結ばれていくという地域イメージを交通実験により、創りだしています。もちろん、そのためには、バス停でありて商店街や待ち受けできる集落の人たちと交流のための地域づくりを4年前から続けています。

これまでは、駅に止まる列車とバスの時刻表が結ばれていなくて、バス会社は、熊本市内から時刻表の合わない駅に連れてきて、そこからまたバスに乗せるということをしていきますが、九州全体で考えたときには、やはりJR九州という基幹交通を使って阿蘇の駅に降り、そこからバスに乗り、中岳火口や温泉郷、町の商店街や農村集落、観光スポットなどにつながっているということが、観光振興や地域振興的にも理想的な姿ですから、地域興しをした地域と繋がった、公共交通ネットワークをつくり出していこうということを進めています。

でも、これはなかなか口にするほど簡単にできるものではないのです。バスに乗ってもらおうということ考えるときに、阿蘇地域振興デザインセンターは熊本県や阿蘇地域内の市町村の企画課長や観光課長さんが幹事なのですが、幹事会に諮ると、今どきバスかという話です。車がある人は、みんな車で行って車で帰ってくるというふうに車を中心に阿蘇に来てもらうという話になるのです。そこで、でもこれからは、阿蘇地域でゆっくり過ごして頂くために、バスを使いましょうと。路線バスは農村集落にも入っているわけですから、商店街や農村を走るバスを使って、お客様が乗り易いようにする。しかし、幹事会では観光客はバスなんて乗らないということを言われます。それは、地元に住んでいる人たちが通勤、通学で乗るわけですし、あとは病院に行くときしか乗らないような、阿蘇へ訪れるお客様にとっては不便なバスになってしまっているのです。そのバスに、県や市町村は補助金を出して回しているわけです。最近では、コミュニティバスと言って、町村内は回しているけれども、隣の町や村にはつながっていないという状況です。このような状況の中で、阿蘇に訪れるお客様のために、バスが回るという状況をつくり出すためには、交通実験を

して実際にやるしかないということで、国土交通省の事業を使って2年間の実験をしてきました。この時、注意することは、地域づくりをして、商店街を魅力ある場所にしていったり、農村集落に立ち寄れるようにしていくことです。グリーンツーリズムやタウンツーリズムの取り組みをして、そこにバスで行くことができるようにしておくことです。バスから降りて、立ち寄る場所がなければ、ただバスが回るだけですから、そのうち人は乗らなくなります。

平成15年度から平成16年度の2年間に阿蘇地域全体で交通実験をして、平成17年度は阿蘇地域における地域と一体となった公共交通体系の検討を行いました。その結果、阿蘇地域の北側にある小国郷は、南小国町、小国町とあるのですが、ことしの4月から南小国町と小国町の2町村を循環するバスが回り始めました。南小国町には、全国でも有数の人気温泉地になった黒川温泉があります。右回り4便、左回り2便程度の便数しかありませんが、4月から9月までの利用客は、5,000人ちょっとです。こういった循環バスが動き始める中で、エコツーリズムやタウンツーリズム、グリーンツーリズムと連携した滞在型の地域に仕上げていきます。滞在型は、九州だと福岡、九州外だと関西、東京圏域からのお客様を想定しています。2011年の九州新幹線全線開通後は、広島県、岡山県からのお客様も九州へ来やすくなります。

循環バスなどの実績を作りながら、市町村や県に対して事業報告をしていくことが実は大事なのです。これまで、20年、30年と車に乗ってきた人たちは、車に乗らずにゆっくり旅がしたいと思い始めているのです。どこの観光地に行くにも車がないと不便な時代になってしまっているのです。60歳、70歳になって、車だ車だと言っておられないでしょう。やはり、今からは、逆に車を使わずに地域へ行って、'その地域でゆっくり時間を過ごす'というふうに考えたときに、もう車から降ろそうと。これは、ほかの地域との発想の転換なのですが、阿蘇はゆっくり過ごしに行くところで、車で行くところではないのだということを打ち出していこうと。阿蘇地域内での循環バスなどの交通体系ができあがると、阿蘇に来る公共交通は、すでに九州各地とJR九州の豊肥本線、南阿蘇鉄道、熊本空港などの交通機関で全部繋がっているわけです。

次に、阿蘇地域の交通体系は空港を拠点にして、海外ともつながっていくので、多言語化が必要になってきます。阿蘇地域が、即日本中や海外とつながっていく交通の仕組みができるのです。九州は、2011年3月から新幹線が福岡から鹿児島まで、全線開通するわけです。新幹線は公共交通ですから、新幹線で九州に来られるお客様が阿蘇地域へ来られて、阿蘇地域の各駅と繋がっている循環バスや路線バスが利用できるしくみです。多くのお客様を細やかに地域に運ぶために、積極的な公共交通の利用をはかるといったことも想定をして、今、阿蘇地域内のツーリズムを中心にした地域づくりと公共交通が連携した動きをつくっています。阿蘇地域で進めているツーリズム開発は、地域づくりですから、その地域には公共交通でも行けるし、もちろんマイカーでも行くことができます。

阿蘇カルデラツーリズムの開発は阿蘇地域でゆっくり過ごすための旅のスタイルを実現するための取り組みですが、その一つがタウンツーリズムです。これは、商店街とか旅館街で時間をどのように過ごしてもらうのが課題です。地元の個性を生かした商店街などの散策を楽しめるようにしていこう。グリーンツーリズムは、マオイ地域でも取り組みが多いと思いますけれども、農村で民泊をしたり、農業体験をしたり、農家レストランで食事ができることですよね。修学旅行の場合、農家民泊や農業体験に特化されることが多いようです。阿蘇地域では都市に住む一般のお客様が、農村という、歴史や文化の残る農業空間で、ゆっくり時間を過ごしてもらおうという考え方です。ゆっくり過ごせる農村集落をいくつもつくって、その個性ある集落、そこに住む人たちとの交流がもてるようにしていくことです。農村の集落で時間を過ごす。例えば大根堀りや稲刈り農業体験がしたい人には農業体験をしてもらおう、あるいは農家のお食事をしたい人には農家の食事をしてもらおう、農家の縁側でおばあちゃんの話聞きながら、お茶や漬け物を食べさせて頂くことが、気軽にできる集落がある。馬小屋を改造した休憩所があるなどの展開をしていくようにするのです。また、集落の中を地元のおじいちゃんに案内してもらい、湧水やいわれのある滝、集落道にお祀りしてある小さなたくさんのお神様の話をしてもらいながら歩いて回るなど、農村はもともとゆっくり、のんびりできる場所ですから、集落に来てもらって、それぞれやりたい体験、食事、農家に立ち寄りゆっくりするなどを集落でもらうという形です。エコツーリズムは、自然案内人が阿蘇国立公園を案内してくれる自然体験です。メインのエコツアーのコースを3コースと修学旅行によく使われるコース、自然案内人が付かないエコトレッキングコースなどがあります。それから、サイクリングですね。自転車でコースを回り、農村集落や商店街に立ち寄るといことです。

ツーリズム開発と同時に大事なものは、もてなしの人づくりですね。待ち受け機能ということで、農村であれば立ち寄りができる農家でのもてなしといことです。それから、商店街だと、お店に立ち寄って試食をしながら店の人と交流ができるようにしていくことです。そこでまた会話が生まれて、次はどこへ行くのですか、隣のこれがおいしいですよとか、地元の人たちが来られた人たちと言葉でやりとりしていくことによってそこにまた、新たな交流が生まれます。まさに、ツーリズムというのは、地元の人たちとのいろいろな交わりの旅だろうと考えています。

もてなしの人づくりは、地元の商店街のお店や農村集落の農家の人たちにあてはまりますが、次に大事なものは案内人です。一見何の特徴もない商店街でも、案内人が案内しながら歩くことによってお店の商品が生きてきます。そのためには、地元の青年団の人たちが、昔から行事をした後の打ち上げには、あそこの店の唐揚げは絶対買っていくという場所があるわけです。そういう地元での人気商品をきちんと案内していくといことです。すると、いつもは10分から20分で通り過ぎる商店街も、神社やお地蔵さん、酒蔵の歴史な

どの案内することによって、約2時間は試食しながら、歴史のうんちくを聞きながら、ゆっくり歩く時間が過ごせるわけです。5人でも、10人でも、それからバス1台となると、40人というふうになってくるのです。ですから、案内人がいることで、お客さんを連れて歩き、町の良さに誘導することができる。バス1台受け入れられるようになると、それがエージェントの旅行商品にかわっていきますので、案内人の役割というのは非常に大きいです。滞在の時間も延びます。

交通体系の整備では、パークアンドライド、サイクルトレイン、循環バスというものがあります。列車はJR九州の豊肥本線が熊本から阿蘇地域を経て大分まで続いています。もう一つ南阿蘇鉄道という阿蘇地域の南側を回る第三セクターの鉄道があります。阿蘇市を中心にした中阿蘇、高森町や南阿蘇村などの南阿蘇の地域が列車で結ばれています。

小国郷（南小国町と小国町）とは豊肥本線の阿蘇駅や久大線の日田駅から接続バスで、ゆうステーションに繋がり、ここから小国郷内の循環バスが走ります。ツーリズムというものが、点で存在している部分を面的なものにして、その面的なものをもう一つ交通で結んで、全体の受け皿をつくっていきこうという仕組みになっています。

先ほど話しましたように、タウンツーリズムのひとつに案内人が連れて回る食べ歩き散策ツアーというものがあります。少し詳しく説明しますと、阿蘇市の内牧（うちのまき）という阿蘇では古くからの温泉地として有名ですが、商店街としては寂れ始めていました。ここで、町の散策ツアーが始まったのです。料金は1人1,000円です。10人だと1万円です。午前11時から午後1時までのちょうど昼間の2時間を過ごします。食べ歩き散策ツアーなのですが、まず最初に地元の福の神地蔵にお参りをします。この福の神地蔵は、手に4角い紙のようなものを持っており、これが昔の富くじではないか言われているのです。その証拠に、お地蔵さまの前に置いてあるノートをのぞいてみると、宝くじが当たったお礼の言葉が、たくさん書かれています。今では知れ渡って、観光のお客も寄り道するようになりました。このお地蔵さんは、裏山にある神社の参道の草刈りをしていたら、土の中からひょっこり顔を出したので、大切にしてお祀りされているのです。次は、豆腐屋が出している豆腐の料理を試食します。地元で人気の唐揚げを食べたり、酒蔵や酒店で地酒の試飲をしたり、饅頭店では評判のいきなり団子を食べたり、ちょっとずつ食べるだけでも、最後まで行ったら、デザートでお菓子屋さんのシュークリームまで出てきますから、お腹いっぱいになります。お店の案内をしながら、途中の史跡散策や足湯に入るなどの休憩をしながらでの食べ歩きです。そうすると、これは食のソフト展開になってきますし、地元の持っている良いものを紹介していくことで、お店がだんだん活力を持っていくようになるのです。そして、1,000円の中には、材料費くらいはお返しをするということも含めているので、地元の商店にとっては、食べ歩きツアーはプラスマイナスゼロですが、お土産で買って帰ってくれるし、お店のリピーターが生まれるというのは大きなポイントです。試食をした唐揚げやお饅頭を、これはおいしかったから買って帰ろう。今度、阿蘇へ来たときにはこの店に寄ろうということですね。もともと地元でもおい

しいとされているお店を食べ歩きするわけですから。

最近では、T o m a っとベリーな街ということで、トマトとブルーベリーを使った商品をそれぞれの店に出すような取り組みもし始めました。もともと温泉街ですから泊まると（立ち止まると）ベリーグッドな街というかけ言葉です。果物などがとれる季節ごとにこういうことをやって、ケーキ屋のブルーベリーやトマトを使ったケーキ、食堂で出すトマトミルクかき氷など、家具屋で出す凍らせたブルーベリーのつまみなど、その店で工夫したブルーベリーやトマトを食べることができます。もちろん、この取り組みをしている期間中は、同じように案内人が連れて回るのがですが、スローな阿蘇づくりでは、このような街ができてくるわけです。

それから、きょうの資料の中で、人間げんき紀行という新聞記事があります。スローな阿蘇の仕掛け人とありますが、2000年以上もの歴史のある阿蘇神社横にある一の宮門前町商店街での取り組み記事です。ここに、私が真ん中で宮本君と杉本君という若い2人が水戸黄門の助さん、角さんのように両脇を固めて、写真に写っています。彼らが主役になり、まちづくりを進めているのです。私が平成13年10月にデザインセンターの事務局長に就任したときに、どうやったら人が来てくれるのかという質問を受けました。阿蘇神社そのものには、毎日何台もの観光バスがやってきます。しかし、直接阿蘇神社の駐車場にバスで乗り付けられるようになってきているのです。当時は、横参道と呼ばれていても店の前で1日じゅうキャッチボールができたというくらい人が通らない場所でした。しかし、十四、五年前に、彼らのおやじさんたちが、自分のところの店の裏にある湧水を店の前に出して、水基（みずき）と言われるいくつもの水飲み場をつくったのです。それも10年くらいはたっていますから、かなり朽ち果てた水基だったのですが、その水基からはもったないくらい水が湧き出していたのです。ただ、そういう商店街の通りで、どうしたら人が来るようになるのかという話をしていたわけですが、どうしたら人が来るようになるかではなくて、どうやったらこの通りで「30分過ごせる」ようになるかを考えて、通りづくりをしていきたいと思いますと提案しました。「過ごすこと」がコンセプトになるような通りづくりをしようと話をしたのです。お店で何かを買うということだけではなくて、通りで時間を過ごすという考え方です。

そのためには、どこに何があるかがわからなければいけないので、看板が必要です。看板には、自分のお店では何が一番おいしいのか、何がお奨めなのかということが書いてある。時計屋さんの看板には、お茶でもどうぞと書いてあったりする。それから、この通りにはこういうお店がありますというマップが必要です。通りの案内役の珈琲屋さん。そういう役割のお店や個店の特徴が一つ一つわかりやすく、でき上がっていったら、お店に立ち寄りながら時間が過ごせるようになっていくので、通り全体で考えていくと、自分のお店に来て何かを買ってもらうことだけではだめなのです。

また、テレビの夕方番組はいろいろな町を紹介しますね。ほとんどのテレビ局は4時半くらいから、地域を紹介するローカル番組をしています。お店一つ一つの得意なところ

をきちんと出せば、お店やこの通りをテレビに出して紹介すると約束しました。そのころは、テレビにお店の紹介が出るなどということは、地元の商店街にとって夢のまた夢で、全然考えられたこともなかったのですが、おいしいもの、あるいは、うちはこれが名物だといったものをつくってもらいました。そのときに馬ロッケという商品もできました。コロッケなのですが、潰したジャガイモがちょっとニンニクの味がして、その中にあんこのように馬肉を煮たものが入っています。普通は、コロッケは肉をつぶしたミンチが入っていますが、馬肉がそのまま入っているのです。ちょうどそこに写真がありますが、うまいです。馬ロッケなどのお店の努力による商品開発や民芸調の食事処では五目混ぜご飯の田舎いなり、これはジャンボいなりです。これもおいしいです。お菓子では、たのシュー。たのやというケーキ屋さんのシュークリームのことです。まずは、この3軒のお店と通りの水基で、日頃から夕方番組でお付き合いのあるテレビ局に取材してもらいました。テレビに出ると、必ず店がどこにあるのかの電話がかかってきたりします。それで、反響がわかるのですが、おいしいものを作って、きちっとマスコミに紹介すると、お客様が遠くからでも来てくれて、しかも喜んで買ってくれるということを地元のお店がわかってくれたのです。一度マスコミで紹介すると、後は連鎖反応で他のテレビ局も取材に来るので、とにかくおいしいものの特徴のある逸品をお店が自信を持って紹介できるようにすることです。今では、この馬ロッケもひと月で1万個以上売れる商品になっていますし、土日ともなると、人が入れないお店も出てくるような通りに成長してきました。

それから、もう一つの大きな特徴は、通りに木を植えていっているということです。商店の角や店が無くなり空き地など、そこに木を植えていったのです。今では、夏になると、通りを木の葉の緑が覆い、本当に森の中の商店街になってしまいました。そして、ここでは湧いている水も水基で直接飲めるのです。水と森の商店街ができあがりつつあります。今では、若いもんは店作りをして、親父さんたちは、木を植えたり、トウキビを干して、軒先に飾ったりしながら通りづくりをしてきています。去年は、通りにある銀行の大きな看板も一本の大桜に変わりました。商店街の人たちの努力に銀行も応えたのです。

この画像が阿蘇神社の門前町ですけれども、これが手づくりのマップです。こういうマップがあって、ここにどのようなお店があって、水基が何カ所もありますから、水基めぐりをしながら、自分たちのお店も紹介していく。このマップは強制でつくってもらうものではなくて、自分たちが、自分たちの手で、自分たちの店や通りを紹介していくわけですから、自分の事なのです。役場に紹介してもらうのではないのです。自分たちが自分たちのところを紹介していくわけですから、やるべきことが自分事になっていくのです。それでお客さんが来ることによってモチベーションが上がっていく、そういうことができると、なかなか人が集まってくるということに繋がりません。自分たちが、直接店作りや商店街の通りづくりに携わっているから、話もできるのです。

門前町の通りは、中高年のお客さんたちが多く来られるだろうと予想していたのですが、実は土・日になると、20代、30代くらいの若い人が来ています。そして、何でこうい

うところに来るのかと聞くと、この通りは「新鮮さを感じる」からだと言います。新鮮さとは何だろうと思うのですけれども、コンビニや大型スーパー、デパートで育った子どもたちというのは、田舎の森があって、水がわいていて、そこで食べ物が食べられて、珈琲でも飲みながらゆっくりできるというシチュエーションがものすごく新鮮に見えるのです。昔の人は、田舎に森があるといっても当たり前のように思いますが、逆に、若い人たちが新鮮に感じて集まってくるようになったのです。だから、本当に入れたい店ができたくらい、町の通りが人気になってきています。

田舎の商店街というのは、これからの時代、まだまだ捨てたものではないのです。そういう田舎を、どういうふうに分自たちの手作り感覚の中で作り上げていくのかということが非常に大事になってくると思います。

30分過ごせるようになってくると、どういうことが起きてくるかというと、今度は、通りの裏道を回るので。裏道には昔ながらの氏神さまや大きな銀杏の木、小さな小川など田舎らしさを満喫できる佇まいがあるので、裏道を回ると、大体1時間くらいここで過ごせるようになってくるのです。1時間過ごせるようになると、買い物や食事、ぶらぶら歩きをすとか、いろいろなことが生まれます。そうすると、阿蘇神社に来たお客さんたちが食事や買い物をしに入ってくる商店街になっていくのです。今はまだマイカーで来るお客様が多いのですが、現在進めている循環バスによる公共交通が、駅から繋がってくると、熊本県外や九州域外からのお客様も受け入れ易くなっていきます。そういうことを地元の人たちと一緒にやっていくのです。

しばらくすると、今度は地元の商工会はどうしているのだということが話題になります。商工会は、今までずっと商店街活性化のためのことをやってきているわけです。でも、門前町商店街でもにぎやかな通りは、商店街の一角にあって、まだ全部の通りがにぎやかになっているという訳ではないのです。商工会の事業では、どうやって通り全体を活性化するかという話で、通りの一部を決め打ちしてまちづくりをするということが、なかなかできないのです。しかし、現実的には商店街を見て、どこにお客さんが一番集まる可能性を持っているかということを見つけ出して、そこを伸ばしていくことをやらないと、商店街の活性化はなかなか始まっていけないのです。マーケティングで言う良い商品、良いお店を見つけ出して、徹底的に広報して伸ばすということですが、商工会では、何か商店街の役に立てればということで、これまでに沢山の事業をやってきているけれども、それは先に予算というお金があるから、全部の商店街に対して、通り一遍のさらっとした取り組みになりがちです。でも、商店街が元気になると言うのは、店主のモチベーションがあがり、商店街の個店がひとつずつ変わっていくためには、どのような商店街の通りにするのか、お店が持っている良さや特徴を見つけ出し、どの商品を伸ばすのかを決めていかなければなりません。だから、阿蘇地域全体の地域ビジョンを持ち、阿蘇地域振興デザインセンターとして、私たちが直接影響力を持って、どういうことをしていくかという話をしていけないと、なかなか活性化のための人の動きができてくることはないです。将来の

ビジョンを持ち、直接町や村の商店街や農村集落に働きかけていく。もちろん、阿蘇地域振興デザインセンターは、熊本県や7つの市町村で設立されているので、県や市町村の企画課長、観光課長で構成する幹事会や県の地域振興部長、阿蘇地域振興局長、市町村長で構成する理事会を通して取り組みの方針を説明していきます。生活圏域での小さな取り組みをストーリー性のある阿蘇地域全体の取り組みとして組み立てていき、そのまとまった情報を阿蘇地域全体から、阿蘇ブランドとして発信していく。結果的に地域の生活圏域の中に経済的な波及効果をもたらしていくことが、市町村の広域連携によるエリアマネジメントだと考えています。観光的な展開とは、違ったアプローチですが、最終的にはこの商店街や農村集落などの生活圏域に人が集まる交流の場所に变化していきます。このことを阿蘇カルデラツーリズムのタウンツーリズムと位置づけているのです。

横道に逸れましたが、この商店街にお店があり、自分たちは商店街で暮らして、この商店街をいつも見ているわけです。だから、自分たちが住む場所としても、もっと楽しめる暮らしにしていこうということが、もうひとつのキーワードなのです。どうせ住んでいるのだから楽しめるようにしていこう、変化をつくっていこう、季節の木々の彩りが軒先に並ぶような商店街にしていこう、いろいろアイデアも出てくるわけです。

通りにちょっと入ると、秋に収穫された稲が、まだ稲穂がついたまま天日干してあったり、トウモロコシが軒下に並べてあったりしています。秋口の田舎の雰囲気ですね。こういうことは、実はおやじさんたちがしているのです。子どもたちは、商売のことでいろいろな取り組みをしていますけれども、通りづくりのバックアップをおやじさんたちの楽しみでやるようになってきたのです。それで、お客さんが来て、お客さんとも話をして、親父さんたちが通りに出てきて、自然にお客様とも交流できることが、良い方向に良い方向へと転がっていく好循環のストーリーを生み出してきて、本当にお客さんが集まってくるといった状況が出てくるわけです。これもツーリズムです。だから、店の主人の考え方が良い方になると、店の商品や陳列が変わり、店構えも変わってくる。店が変わると人が来る、人が動く、そして、商店街が活性化していく。店主が変わっていくということで、先ほど上勝町の話もありましたけれども、自分たちのこととして考えていって、自分たちがやっていることを訪れる人たちが評価してくれて、いいですね、いいですねと言われることが、毎日のはげみにもつながっていくことが大きなポイントだと思います。阿蘇地域の場合は、こういう商店街がそれぞれの町にあるわけですから、少しずつ商店街の活性化に取り組みながら、最期には阿蘇地域内の全部の商店街を公共交通で結んでいくことが、理想的な地域連携になってきます。マイカーや空港や駅からのレンタカー、そして、公共交通でも来ることができる地域づくりです。

次の映像は、「一の宮門前町そぞろ歩き」というタイトルで紹介された旅行本での取材記事です。こういった特集が組まれてくるわけです。こういった雑誌での紹介が、商店街で働き、暮らしている人たちにとって大きな誇りになっていきます。この画像は、先ほどお話した田舎いなりというまぜご飯が入っているいなり。とり宮の馬口ッケ、畑のメンチ

カツという畑の野菜がいっぱい入っているメンチカツとか、それから、たのシューというたのやさんのシュークリームですね。これも、南九州の格付け本が作られるときに、東京から来た覆面編集長たちが、シュークリームはどこにでもあるのですが、このクリームは東京の味に負けなくらいおいしいと言われたのです。もともとおいしかったのですが、益々売れるようになっていったのです。田舎のケーキ屋さんですが味の評価がされて、その味がわかってくると売れるのです。テレビに出して、商店街の紹介をする。そして、実際に来たときにもおいしいものですから、それがまた口コミで、はやっていくのです。

最今は、この精肉店のとり宮の前に宅急便がとまるのです。何か宅急便が届けられたのかなと思ったら、宅急便のお兄さんが、職場や近所の人から馬口ッケを買ってくれと頼まれていて、馬口ッケを買ってまた帰るといいます。そういう現象が起きてくるくらい非常に有名になってきています。

こういった一つ一つの取り組みが、ツーリズムという流れの中で必要になってくるのです。

この映像は、先ほどお話しした内牧温泉にある「うちのまき案内人協会の食べ歩き散策ツアー」です。こういう案内人さんたちが案内をします。食べ歩きツアーをしながら、まちの中をずっと回っていくわけです。これで2時間過ごします。

商店街やお店が持っている良さや特徴をどのように情報発信をしていくか、そしてどのように地元の取り組みにつなげていくかが、思案のしどころです。

内牧商店街にある「よしなみ」というお菓子屋さん、年間400万人が訪れる阿蘇ファームランドで、お店を出されていたのですが、町の取り組みがおもしろくなってきたからといって通りに帰って来られました。トマトやイチゴ、高菜漬けが入ったロールケーキなどユニークな工夫の商品があり、人気のお店になっています。

次に、私たちが考えているグリーンツーリズムというのは、自分たちの集落に来てもらうということです。この映像は、南小国町の中原集落にある農家の馬小屋を改造して作られたおもてなしの場所です。普段は、集落仲間のお母さんたちとお饅頭などの加工品がつくられています。お団子やササもち、きなこもちをつくって、黒川温泉の旅館に届けられるのです。毎日つくられていて、黒川温泉の旅館では、お部屋でウェルカムデザートとして出されています。それは毎日つくられているわけですから、立ち寄り農家のおばちゃんに、明日の午後3時に立ち寄りたいと電話をしておくと、その日のお団子を多目につくっておいてくれて、おもてなしの場所を出してくれるのです。馬小屋を改造した隣近所のお母さん方の憩いの場所ですけれども、そういうところに立ち寄りさせていただく。この立ち寄り農家ではインゲン豆や野菜の収穫体験もできます。1時間1,000円の農業体験もありますが、別に農業体験をしなくても、田舎の集落で、ゆっくりとした時間を過ごすための憩いの場所として、お友達の家のように気軽に農家を訪ねてみよう。都会とはまたひと味違った異空間を体験してみようということです。収穫された野菜があれば、少し分けて頂いて、お礼のお金を払うような、そんな関係が都市住民と農家の間に生まれれば、

農村集落のこともそこでの暮らしのこともお互いに理解しあい、この人が作った野菜が食べたいなどの交流や集落へのリピーターにも繋がっていくと考えています。

この映像は、南阿蘇村の集落にある老夫婦2人でされている普通の農家での食事処です。子どもたちもみんないなくなって、家族2人で食べるには多すぎるくらい野菜があるということで、お客さんに来て食べてもらおうという農家レストランになっています。ここでもゆっくり、くつろいでもらおうということで一日一組、品数が豪華なお膳が一人2000円です。一組なら何人でもokです。

ですから、強制的に、ツーリズムを始めますからやりましょうというものではなくて、自分たちから生まれてくる取り組みとしてのツーリズムが大事なポイントで、地元のやれるところからツーリズムに入っていく。こういった取り組みの情報を阿蘇地域全体のツーリズム情報として発信していきます。

次の映像です。エコツーリズムというのは、北海道でもどんどんやられていますが、自然案内人が自分の住む地域の自然の良さを歩きながら案内していくことです。でも、大切なことは、自然環境というものをきちんと考えて、阿蘇という地域がどういう自然環境を持っているかがわかって案内をしていかなければいけません。農家のことは農家の人に話をしてもらえばいいし、商店街なら商店主でもいいのですが、自然環境となると、阿蘇火山のことや1500種以上あると言われる希少植物、動物、溪流の植生など、学ぶべき知識は多種多様で奥深く、自然案内人になるのは結構大変なのです。昔は、自然観察会というのをよくやられていました。たくさん自然観察会が催され、阿蘇の自然の案内をされていたのですが、観察会をするたびに、どんどん花がなくなってきたのです。要するに、自然観察会に連れていったお客さんが、また自分で行って、花をとって持って帰るようになり始めてしまったので、自然観察会はもうありません。本当に1,500種類あった多くの植物がどんどんなくなっていく現象が起きたのです。歩く楽しみと、それから、保存すべき植物のある場所、荒らしてはいけないところには連れていけないなどのルールをつくりながら、田舎らしいエコツーリズムというものが始まっています。

市町村の枠を越えた広域連携による取り組みの難しいところは、政策連携です。グリーンツーリズムは国では農水省で、商店街は国では経済産業省ですし、町村では農政課や商工観光課です。それから、自然というと環境とか農村の部署になってきます。それから、交通は、県では交通対策という別の部署があります。市町村では企画課や住民課など、様々です。行政的には、別々の部門を地域の中でどういうふうに結びつけてシステム化していくのかということが一番大変なのです。

こういった政策連携を解決するためにも、広域的な地域連携、事業連携、政策連携をどうやって進めていくかといった組織が必要になってくるのですが、国、県、市町村の行政

間をつなぐジョイント的な役割も阿蘇地域振興デザインセンターでは行っています。だから、事業を興して、地元とつながって、その場所の良さを見つけ出ししていくことと、行政の動きに対応していきながら、分断されたカテゴリーをどうやって地域の中で結びつけていくのか。あるいは、循環バスの交通実験をしたり、JR九州と駅でどう結びつけていくかといった、ある意味で行政や民間の事業体をどう説得していくかといった作業は、誰がどのようにやっていくのが非常に重要なポイントになってきます。地域と同じで、行政やJR、バスなどの民間事業体にも、直接私たちが働きかけて、進めていきます。

そんな中で、今年（2006年）7月から、「あそ1962」という「SLあそBOY」に変わるレトロな観光列車に、交通実験の時にやっていた熊本駅から阿蘇駅間で自転車をそのまま列車に乗せて阿蘇に来ることができるサイクルトレインの取り組みが、10台だけは、自転車を列車に乗せられる仕様になりました。それから、循環バスも、今年4月から阿蘇小国郷をぐるっと回る形で動き始めています。その名もぐるっとバス。交通実験をしたことによって、来年くらいまでには、公共交通がわかりやすく接続されるように結ばれて、公共交通の大きな仕組みに成長しつつあります。町村合併の時期とも重なり、合併した後の旧町村間の調整もありますが、徐々に形になりはじめています。

この映像は、あそ1962観光列車の車内ですが、客車のこの場所に自転車を固定して置くようになっているのです。これもJRなどの事業体と協力し合って進めてきたことが、現実になりました。公共交通の列車、バスあるいは自動車といったものが、九州内のどのルートで、阿蘇地域のどこに来るのか、どこに行ってもらいたいのかということ、具体的に地域の特定の場所へ落とし込んでいく（誘導していく）のですけれども、こういった地域への誘導は、シーニックバイウェイ事業などにも活用されていきます。

だから、事業のための地域的な取り組みではなくて、地域づくりを進めながら、ツーリズムや交通の地域システムをつくっていき、その継続的に進める地域システムの構築に国の事業や県の事業などを組み込んでいく形になっています。あくまでも地域づくりを主にして進めていきます。

次に、阿蘇カルデラツーリズムの内容を、インターネットテレビなどで発信していきます。情報発信のひとつに阿蘇テレビというものがあります。これは、後でごらんに入れますけれども、インターネットの動画サイトです。約8時間分入っています。今、話をしたお店や農家が出てきます。ここの立ち寄り農家はこういうところですか、私の店ではこの商品にこだわっていますということを、地元の人を中心に4、5分紹介するのですが、この動画サイトには、1日に1万アクセスあります。それくらい見られています。それから、FMラジオでも30分の番組を持っています。毎週土曜日の12時半から午後1時までの時間を、「ゆっくり、のんびりASO大陸」というプログラムで、旬の情報を放送しています。午後1時から東京FMの歌謡ベストテンが始まるのですけれども、お昼の時間帯に流すことで、阿蘇へ車で来ているお客さんたちに、その日の情報が伝わり、土曜日や日曜日にどこで何をやっているか、ということも全部わかるようになっていきます。日曜日に

阿蘇へ出かけてみようかといった行動もねらいです。

それから、お手元にあるのはコピーで申しわけないのですが、これは小国郷のガイドブックです。このガイドブックを見ていただくと、路線バスや循環バスがどこで止まって、バス停の近くにどのようなお店があって、見所はどこで、どのようなコースを回ればいいのかもわかるようになっていきます。それから、案内所もそれぞれのエリアごとのバス停の近くにつくってあります。案内所は商店街のお店だったり、観光案内所だったりします。その案内所で、ガイドブックよりも、もっと詳しいマップや旬の情報などの町情報をお客さんが得て、散策しながら回るという仕組みになっています。こういった取り組みは、地域と作り上げる取り組みなので非常に時間がかかりますが、徐々に徐々に地域をつくり上げていくということになります。

この前、旅行エージェントの方が何人かデザインセンターに話を聞きにいらっしゃったのですが、この取り組みは今までにない旅のスタイルだということで、早くしてくださいと言われるのですね。旅行商品として扱いたいからと言われるのです。しかし、地域づくりだから早くできないのです。本当にできるところからひとつひとつ増えていって、「早くても、今から3年後か5年後先くらいでしょうね」と言ったら、「そのころは私は阿蘇の担当ではなくなりますから」と言われるのですが、それは自分勝手ですよ。地域はじっくり作り上げていって、時間を過ごすソフトが動くようになって、初めてお客様の受け入れができるようになりますから。ただバスが回るだけではお客さんには訴求がないです。バスからおりて、そこでどういうことができるのか、時間の過ごし方がきちんとわかるようになってから、バスを使ってもらえるわけです。下手をすると、バスを回すと人が来てくれるというふうに錯覚している人たちもいるのです。地域が、商店街が、農村が、集落が、そこで時間を過ごせるソフトができるようになったら、そこにバス停ができて、お客さんがおりて、地域を回り時間を過ごしていただけるのです。地域づくりに時間をかけていくということです。

取り組みの進み具合は、農村よりも商店街の方が早いです。商店街はもともと人が集う場所ですから、お店の良さを見つけ出して、お店同士が協力しあうということには、時間がかかるけれども、変わり始めたら、本当に1年、2年、3年でどんどん変わっていきます。それくらい商店街というのは変化が早いのです。農村で時間を過ごすグリーンツーリズムや商店街や温泉街で時間を過ごすタウンツーリズム、環境を学び大自然を楽しむエコツーリズム。この3つのツーリズムを組み合わせた阿蘇カルデラツーリズムと公共交通、2011年、4年半後の新幹線が開通するころには、地域づくりと新しい旅のあり方を提案できるような阿蘇の広域連携システムができ上がるように進めています。

この映像は、4年くらい前につくった地域イメージですが、そのころは、列車が走って、循環バスがこういうふうに回って、どこに何ができて、観光農園や花の回廊、そばの里がどこにあってなどをイメージとして考えていたものです。今は、もっと詳しくいろいろなことができるようになっていきます。

この映像が、スローな阿蘇づくりの全体を進めていくフローチャートです。行政も関係してきますから、なぜこのような取り組みをやるのかがきちんとわかるようにしておかないといけません。そのための課題や方針、スローな阿蘇づくりのコンセプト、ゆっくり・のんびり阿蘇大陸の位置づけとか、タウンツーリズムやグリーンツーリズム、エコツーリズムは、この位置に入ってきます。もてなしの人づくりはここです。やはり、ツーリズムをバックアップしていく仕組みが体系的に要るのです。こういったフローチャートで、わかりやすく説明できるようにしておかないと、共通理解が生まれるような現実的なツーリズムの取り組みに変化していきません。

次に、交通の仕組みづくりは、シーニックバイウェイなどの道路から阿蘇地域へのアプローチの部分、それから公共交通から阿蘇地域へのアプローチの部分は、フローチャートでは、この位置になります。公共交通は、地域の中に入ってきて、細かく地元の人たちと触れてもらえるようなものになっていく最大の要因だと考えています。それを情報的にどういう形で流していくか。そして、そのガイドブックをどう作成していくか。そのガイドブックが皆様のお手元にあるものです。あとは、来年、再来年くらいまでには1市7町村の地域別のガイドブックが、それぞれの市町村の進捗状況に合わせて地域毎に、別々にできてきて、3年後くらいに一つの本になります。それが、阿蘇全体に関するエリアマネジメントの総合体になってくるのかなと思います。

現在進行中の阿蘇の地域システムに組み込む国の事業は、公共交通利用転換推進事業(交通社会実験事業)、観光ルネッサンス事業(外国人観光客の誘客のための多言語化事業)、阿蘇くじゅうシーニックバイウェイ、阿蘇くじゅう地域連携ソフト事業などです。また、まちめぐりナビ事業では、阿蘇ナビ・プロジェクトを立ち上げ、阿蘇の観光情報や、宿泊情報、今日どこで何が行われているかがわかる旬の情報、時刻表とか、この場所からどういうふうに移動すればいいのかという交通情報などを携帯電話で探せるシステム開発をしています。こういった事業も、国の申請事業で100%助成金をもらいながら、進めています。事業はばらばらでも、基本になる地域システムを創りながら、事業を組み合わせた仕組みをつくっていけば、地域づくりの総合体としてはシステムの密度が高くなり、充実した地域に変化していきます。これもエリアマネジメントの成果になります。

この映像は、観光ルネッサンス事業というもので、先ほど見て頂いた多言語のDVDなど、多言語化の情報のシステムづくりです。これは1億円の補助事業でやっている事業です。今、取り組んでいる内容は、案内人の人たちに韓国語や中国語を勉強してもらう外国語講座、案内看板の多言語化、外国人に対する阿蘇のイメージ表現開発、公共交通の時刻表やバス停の多言語化です。また、阿蘇駅前のaso 田園空間博物館には、韓国語・中国語・英語のインターネット通訳システムも導入しており、インターネット通訳システムの稼働率は、日本でもトップクラスになっています。「誰でもちょっと会話本」は、外国人と遭遇したときに、お店や旅館などでちょっとした会話できるような本にしています。大きな施設としては、まだ構想段階ですが、阿蘇地域の広域観光交流センターや環境省の草原学

習センター（仮称）などが集まった空間の多言語化も進めています。

これらの取り組みは、先ほど申したように、九州新幹線が全線開通したときに、阿蘇だけではなく、福岡や鹿児島との縦軸、あるいは大分や長崎との横軸で連携をとって、九州と阿蘇が身近な地域として、観光や地域づくりの取り組みの中心的なものになっていくものとして位置づけながら、九州内の先進的な地域事例としての役割も果たしていく。そのうちに、道州制が導入されて九州が一つになっていくような場面もあるかもしれませんが、熊本県にある阿蘇ではなくて、阿蘇と九州という交流軸の要である公共交通を考えることによって、九州域内と具体的に結ばれてきて、JR九州との連携をとりながら地域のいろいろな旅行商品をつくっていく。地元でツーリズムを展開するだけではなく、そのツーリズム展開に人が訪れるような交流に繋がらないと、本当の人づくりがなかなかできてこないです。個々の市町村で進めるツーリズムの取り組みを阿蘇全体で受け止め、しかも、阿蘇地域外に対しては、JR九州などの公共交通や高速道路を利用して、阿蘇へ訪れるための九州内における地域間のルート開発も行う。こういう阿蘇地域内の市町村による広域連携、阿蘇地域が九州の別の地域と繋がっていく仕組みが、阿蘇地域内にある商店街や農村集落の中に外部からの人を誘客する要因になり、ツーリズム展開と交流による地元の人づくりが同時に活性化していくのではないかと考えています。やはり、人が訪れることによって、地域づくりの成果が現れる。そういう地域システム準備が今進んでいるというふうに理解していただければと思います。

手元の資料に「おとなの長旅・九州」があります。これはロングスティです。北海道の方では、昨年国土交通省とJT Bで2地域間居住の実験をされています。九州の場合は、まず1週間過ごしてもらおうというロングスティです。自然を散策するエコツアーに行ったり、乗馬トレッキングをしたり、温泉めぐりをしながら、1週間を過ごし、ステイした地域の良さを感じてもらおう。同じ場所に1週間滞在することによって、そこで暮らす人たちと知り合っていくわけですね。どこに食事をするところがあって、誰と知り合って、どういう案内人がいてということで、お友達ができてくるわけです。お友達ができてくると、地域の良さやお友達の存在が、結果的に次の居住につながっていくのです。こういう町なら、私もここに引っ越してきて住みたいなというふうに思ってもらえる。しかも、阿蘇小国郷でのロングスティの時には、路線バスや循環バスにはフリーパスで乗れるようになっているなどの特典が付いています。滞在者の足となる公共交通も組み合わせていきます。だから、住みに来てくださいと言うより、ここで時間を過ごすということは、どういふことなのかということをして滞在プログラムでお客様にわかるようにしていく。そのための地域での取り組みがロングスティだという位置づけです。今年、ロングスティで来られた方のアンケートでは、1週間では足りない、もっと滞在したいと言われる方が多いです。地

域のよさ、人に知り合うことによって、また来ようということで、本当の意味で阿蘇のファンになってくれて帰っていかれる、それがリピートにつながって、居住にもつながっていくと考えています。

先ほども話しましたように、阿蘇小国郷のロングスティの人には循環バスのパスを渡して、このパス一枚で小国郷内の各所に行けるようになっています。エコツアーも、温泉めぐりも、食事処も、このバスでまわる小国郷ガイドブックで、全部わかるわけです。上勝町も経済効果をもたらす仕組みをつくっていましたが、それと同じように、地元で経済効果をもたらす広域的な地域システムをつくり上げていくことが、エリアマネジメントの大きなポイントではないかと思います。

次の映像は、小国郷の滝です。魅力のある滝は、雑誌が記事として取り上げてくれる。こういう情報が、人が訪れるきっかけを作り、地域づくりと相まって、どんどん好循環につながっていきます。これは、先ほど映像にも出てきましたけれども、松嶋菜々子さんがお茶の宣伝をした滝です。

この表は、阿蘇小国郷で今年の4月から、通年の循環バスが周り始めて、4月から9月までにお客さんが乗った人数です。右周りが4本、左周りが2本で計6本あるのですが、循環バスの時間帯は10時から16時です。地元の人たちが使われるバスの時間帯は、午前でしたら通勤、通学時の6時から9時くらいまでで、午後は4時以降です。午前10時までは、路線バス。午前10時から午後4時までは循環バスが回るという仕組みです。路線バスをうまく組みかえて循環系にするということです。4月から9月までは、月平均800人から900人乗られていまして、この半年で5,000人ちょっとの乗車です。私たちは宣伝ということをほとんどしていないのですが、いろいろな雑誌社やいろいろなテレビ局が紹介してくれました。1年、2年、3年とずっと続いていくと、こういうことがだんだん情報として出ていきますから、乗車人数がふえていきます。そして、公共交通でゆっくり・のんびり地域というものを楽しめるようになっていくわけです。特に3年、5年たったときの阿蘇を考えていくと、非常にいいなというふうに思っています。

この映像は、「九州日和」という東京で出ているANAのパンフレットです。先ほどの小国郷の滝とか、阿蘇五岳の山々とか、九州の代表的なスポットが載っています。これも、JAL九州のパンフレットです。必ず阿蘇が九州の代表として、写真紹介されています。これはJTBがつくっている「バスでめぐる九州の旅」というパンフレットです。こういうものと地域がつながっていったら、阿蘇は公共交通やツーリズムが整っていて、ゆっくりと過ごすことができるような地域づくりを進めています。

大ざっぱな阿蘇の概要と仕組みの話をいたしました。仕組みも大事ですが、地元の人たちが、自分たちの場所で、どうやって魅力を見つけ出していくかということが大事です。

私は、地域あるいは集落、商店街で講話をするとき、自分が好きな場所、季節など3つ以上言えるかどうかを必ず聞きます。例えば今の時期にマオイの山の中腹に登ると、夕日が羊蹄山の方に沈んでいく、そのときのマオイから見る空間の景色は物すごくきれいなオレンジ色になって、本当に透明感のある光が差し込んでくるのです。これはきのう私が見た風景です。マオイの西側にある広大な空間の中で、北海道の劇的な夕日が沈む瞬間を見れるわけです。この瞬間を見られることがマオイでの一番の楽しみなのです。夕日を見るマオイのベストスポットはここです。といった情報を、魅力的につくり上げていくことができれば、夕日が集客のための核のひとつになるのです。たぶん札幌市内で見る夕日は、すぐ近くの西側の山陰に沈む夕日ですから、ほとんど意識されていないはず。夕日を見に来るわけですから、昼間はどこで過ごし、夕日を見た後の夕食は、どこで食べ、夜はどこに泊まり、そこでどのように時間を過ごすか、あるいは、ここはすごく空が広いですから、マオイの山に登って、空を見上げると、空を覆うように瞬く星空が全面に広がります。自然のプラネタリウムになるのです。星空案内人がいて、星の案内をしてもらえれば、もっと感動ものですね。でも、地元の人には、いつも見ている空だから、ちっとも珍しいと思っていないのです。

九州の安心院という町で農家民宿をされているところが15軒くらいあるのですが、JRが、グリーンツーリズムのわくわく体験ツアーという商品をつくったことがあるのです。そのときに、旅行商品を売るのは入社3年か4年くらいの若い女性ですので、JRの職員研修で、その女性たちが農家民宿に泊まったのです。いつもは早く寝てしまうそのおやじさんが、若い女の子が7人も来たので、これは星でも見に連れていかなければいけないということで、軽トラックの荷台にブルーシートを乗せて、裏山に連れていきました。裏山の平たい場所で、ブルーシートを敷いて星空を見ながら寝かせたのです。そうしたら、しくしく泣き出したそうです。なぜ泣いているかと聞いたら、こんな星空を見たことがないと言って本当に感動しているのです。それくらい、都市というのは星を見なくなったのです。札幌ではどうかかわからないですが、そういうものに感動する時代になってきたという一つの象徴ですけれども、星空を見る体験することに感動を覚える若い人たちがふえています。

本当に感動する場面というのが、地元の人がびっくりするくらい当たり前に足元にあるのです。例えばマオイという地域が連携を組んでやっていくときの一つの象徴はマオイの丘陵ですね。これは、山並み北から南にきれいに南北に走っていて、そして西側に太陽が沈んでいきます。太陽が沈んでいくときに、冬至に近くなると羊蹄山の方に沈んでいきます。これが、夏至に近づいていくと、北側に移動していくわけです。札幌の裏の山々というか、大倉山の北あたりに太陽が沈むのですけれども、そういう見方をしたときのマオイの空間、あるいは、マオイの丘陵を中心にして広がっている山々。4つの町にあるマオイ地域の良さを見つけ出し、どのように連携させていくか考えなければなりません。私は、マオイの丘がキーワードになって、マオイ地域の大きな売りをつくっていけないのではない

かなと思っています。そのときに、日本とマオイをどう結ぶか、あるいは、北海道のマオイという形ではなくて、マオイと言うと日本人たちが来たくなる、その場所やシーンや体験や時間の過ごし方をどういうふうにつくり出していくかというのが、今からの町連携、滞在型ロングステイの大きなポイントではないかと思います。

きょうは、最後に、阿蘇でやっている滞在型のロングステイのDVDを流そうと思ったのですが、午後1時になってしまいました。このDVDは、阿蘇の地域システムが、どういふふうに滞在型の観光につながっていくのかといった内容なのですが、また次の機会にしたいと思います。

それでは、時間になりましたので、本当に概要ではありますが、きょうのお話にかえさせていただきます。

ありがとうございました。

. 午後の部

まおい田園文化施設見学ツアー

南幌町：農産物加工センター

栗山町：小林酒造

由仁町：優良田園住宅

南幌町：大規模住宅地見学

栗山町：駅前まちづくり

長沼町：どぶろく製造

夕食会&まちづくりトーク

主催者挨拶（南幌町長・三好 富士夫氏）

地元産物による夕食会

まおいスロートーク「まおい地域の魅力と可能性、そして...」

地元住民、行政関係者、専門家等によるトーク

午後の部 実施写真集



まおい田園文化施設見学ツアー（小林酒造）



まおい田園文化施設見学ツアー（バス車中）



まおい田園文化施設見学ツアー（マオイ丘陵ライフ〔住宅〕）



夕食会&まちづくりトーク



夕食会&まちづくりトーク



夕食会&まちづくりトーク