

関西学院大学・地域・まち・環境総合政策研究センター研究報告 (1)

Research Note of Region, Town and
Environment Policy Studies Center (1)

関根 孝道・若狭 健作・綱本 武雄・
大隅 要・高田 幸治・有田 泰子・中橋 文夫・
北尾 進・片寄 俊秀

Takamichi Sekine, Kensaku Wakasa, Takeo Tsunamoto,
Kaname Oosumi, Kouji Takada, Yasuko Arita, Fumio Nakahashi,
Susumu Kitao, and Toshihide Katayose

はじめに (関根孝道¹⁾)

2006年10月21日、梅田のKGハブスクエアにおいて、関西学院大学・地域・まち・環境総合政策研究センター主催の第1回研究発表集会が実施された。この集会は同センター研究員の日頃の研究成果を発表し、参加者による忌憚のない討議を通じて、学際的な観点から各研究テーマの総合政策化を図るものであった。研究員の一致した認識は、総合政策一歩少なくとも同センターが研究対象とするそれ—は実践の社会科学であり、「現場主義」に立脚して具体的問題発見・解決を試みる「泥くさい」学問だということであった。

ここに現場主義というのは、「現場に始まり、現場に終わる」という言葉に象徴されるように、研究対象を現場にもとめ、そこでの問題発見・解決を模索し、その成果を帰納的に理論化・体系化し、再び現場に戻して検証する研究スタイルを指している。現場・現実・現状こそが学びの場であって、われわれの研究の出発点であり帰結点でもある。泥くさいというのは、現場で汗にまみれ試行錯誤を重ね、雑草のように現場に張りつく研

究スタイルを意味する。高い雛壇から机上の観念的な自己満足を説くものではない。

もちろん、総合政策というのは新しい学問分野であり、既存の学問のようなガチガチのデシプリンがあるわけではない。いわば総合政策の外延はアメーバのように変幻自在であり、その内実もコアというべき核のないタマネギのごとくである。この点を捉えて総合政策の学問性を否定することはたやすい。が、既存の学問の縦割的なアプローチが解決しえなかった学際的な問題も数多く存在し、その解決が喫緊の課題であることも少なくない。このような問題領域では総合政策的なアプローチが有益といえよう。

ここで紹介する研究報告も上記のような課題の解決をめざしている。もとより、内容的には研究の緒についたものばかりであるし、課題それ自体が一朝一夕で解決できる代物ではなく、字数の制約もあって要旨の報告しかできなかった。いわば問題の所在と解決の道筋を示す程度のものである。この点をお断りしておく。未熟な点は今後の研究課題と理解していただきたい。報告としては8本の研究成果を収めている。

1 関西学院大学地域・まち・環境総合政策研究センター長

報告のトップは、「メイドインアマガサキ～兵庫県尼崎市における地域ブランド戦略」で、尼崎ならではの地域ブランドづくりの取り組みが紹介されている。すでに「メイドイン尼崎本」なるものが出版発売されていて、インターネット上で「プロもうなるアマを紹介」したと好評を博している。

二番目の報告は、「小売市場の再生に向けて～三和市场との共同研究の報告」で、ここでも尼崎市内の商店街の活動内容が紹介されている。地域商店街の活性化はまちの再生問題でもあるが、三和市场ならではのユニークな試みが研究対象となっている。商店街と大学が一体となったまちづくりが実践されているのも興味深い。本学部との関係では基礎演習Ⅱのフィールド・ワーク先ともなっていた。

報告の三番目は、「南船場地区におけるタウン型インキュベーションの可能性」と題されたもので、大阪市内の南船場が舞台となっている。報告内容は、同地区内には小さな雑居ビルが多いことに着目し、ここが「新規開業者の創業地としての苗床機能」—インキュベーションとしての役割—を果たしえないか、その可能性を論じている。これも地域の個性を活かしたまちづくりを提唱するもので、金太郎飴的な「ものマネ」まちづくりとは一線を画している。

四番目のものは、「神戸市水道筋商店街の現状と課題」で、ここでは神戸市内の古くからの商店街の抱える課題と新たな試みが素材となっている。長年のフィールド・ワークによる現状分析のもとづき、商店街の歴史と経緯、実施されている各種イベント、将来的な課題などが浮き彫りにされている。

五番目は、「まちづくりとギャラリーの役割」という報告で、約3年間にも及ぶ実際のギャラリー経営の経験を踏まえ、地域社会において「ギャラリーとは、芸術作品の価値を社会と共有する場」であるべきだという基本認識から出発し、ギャラ

リストの日常業務の一端が紹介され、ギャラリーはその「拠点を置く地元のアートシーンを盛り上げるプロジェクトの実施」を担うという、斬新な視座が示される。

六番目は、「公園緑地のマネジメント～植物総合管理システム導入による維持管理費用縮減方法等の検討」で、人と自然の触れあいの場の重要性が指摘されて久しいが、主に都市公園を対象として、従来、ややもすると工学的あるいは園芸的な観点のみから公園が語られていた点を反省し、都会において人と自然が触れあえる公園づくりのあり方が説かれている。

七番目は、「指定管理者制度について～灘区民ホールからの報告」で、指定管理者制度の一般的な意義、神戸市における導入実績、灘区民ホールにおける事例からみた問題点などが論じられている。この報告は、昨今の行財政改革の「成果」とされる指定管理者制度を俎上にのせて、その光と影の部分を具体事例から分析した貴重なものである。

最後は、本学部となじみの深い片寄俊秀教授による「スローフード、スローライフそしてスローシティ」で、長期間に亘る海外調査成果の一部が紹介されている。内容は、そのタイトルが示すように、食べ方から生き方を説き、生き方から地域づくりを考えるもので、ベテランならではの太い線による目から鱗の発想が示されている。マンネリ化したまちづくり論に活を入れる報告でもあった。

第1 「メイドインアマガサキ」 ～兵庫県尼崎市における地域ブランド戦略 (若狭健作²)

地域ブランドを育てる取り組みが各地で活発化している。しかし、その実情は、地名をネーミングに取り入れただけの地域のオリジナル商品や、簡易なシールを貼っただけのお土産物だったりするものが多い。ここでは、兵庫県尼崎市での事例と今後の地域ブランド戦略の展開について紹介する。

1. まちへの誇りと市民の愛着

ものづくり、近松、工業都市、庶民的な街…兵庫県尼崎市は色々な街の顔を持つ。日本の近代化を支えた工都の“栄光”と、大気汚染公害という“影”を併せ持っている。70年代の人口55万人をピークに減少を続け、06年には46万人足らず。工業の衰退、人口減少、街の活気が失われつつあり、市民は「どうせアマですわ」と半ば自嘲的にわが街を語る。

この街の魅力を見直し、再び誇りが持てるようにと、まちづくり組織・株式会社TMO尼崎による「メイドインアマガサキコンペ(以下コンペ)」が2003年から始まった。同社は中心市街地活性化法に基づき設置されたまちづくり組織である。「近所の工場で作っているもの」「老舗の歴史やこだわり」「地元の名物店主」など街自慢の素材を集めようと、情報提供を呼びかけた。

商品や製品、人物やキャラクターまで自薦他薦を問わず、第1回コンペには市民や事業者から47点のエントリーが集まった。(05年第3回コンペまでで計99件を認証)。釘、どら焼き、豚まん、食品サンプルの模型など…ジャンルを問わないエ

ントリーを前に、大学教授、PRプロデューサー、尼崎探訪家、町工場の社長といった尼崎に詳しい専門家による審査会を開催。過去3回で6つのグランプリを選定した。

4つの特許と高度な金属加工、全国トップシェアというまさに工都の権化「湯たんぽ」。かつて漁師町だった街の記憶を今に伝える「練り物文化」、生活に身近なところで活躍するいぶし銀的存在の「薄板ばね」、素材にも歴史にもこだわる街の豆腐店が作った「近松とうふ」、高い国内シェアで伝統を守る地場産業「菰樽」、市場で生まれ今や全国区のプレミアムぼんず「ひろたのぼんず」。どれも尼崎の歴史や魅力がにじみ出る逸品である。

2. まちへと展開 ショップ・カタログへ

こうして集まった逸品を、商店街の空き店舗を使ったイベントショップ(2日間限定)で販売した(03年)。約10坪の小さなスペースの仮設店舗ながら、1日の販売点数はソース150本、ぼんず240本を記録し、尼崎製や地元産というコンセプトの訴求力を実感することになった。さらに、「ご当地の贈り物がない」「お歳暮やお中元に尼崎のものを贈りたい」という市民や事業者の声を受けて、2004年にはギフトセットの開発に着手した。

3. 街場のネットワークで商品開発

特筆すべきは開発までのプロセスに「街場のネットワークが生きていること」である。市民が選んだ認証商品には、地ソース、生揚げ醤油、ぼんずなどの調味料が豊富だった。このことに注目し、単にこれらをアソート(詰合せ)するだけでなく、市内の様々な主体が参画することで商品が完成した。

2 同センター客員研究員、同大学総合政策学部非常勤講師(2006年10月現在)、(株)地域環境計画研究所研究員

地元ホテルの日本料亭が製作した「オリジナルレシピ」と商品のうんちくを紹介した「リーフレット」を同梱。3本の調味料の梱包作業とパッケージの和紙は、市内障害者作業所が手がけた。行政・商工会議所は市内外へと商品をPR。商店街の協力店舗での委託販売や、郵便局でのカタログ販売など、企画から販売まで「メイドイン尼崎」というコンセプトが徹底されている。楽天市場での販売を2004年12月からはじめ2年間で、約5000セットを売り上げるヒット商品へと成長。企業のお歳暮やお中元、取引先への贈り物にと注文が集まり、尼崎の味が全国の食卓へと届けられている。

主力商品の誕生により、05年には、国や県の支援を受け、常設店舗「メイドイン尼崎ショップ」をオープン。障害者作業所のアンテナショップやバリアフリートイレを併設し、街の拠点が生まれた。

06年10月には、これまで集まった99件を完全収録した本「メイドイン尼崎本(ブック)」(B5判76ページ)を出版。市内の書店では3週間で600冊が売れ、売り上げ1位を独走。大阪京都神戸といった大都市ではない地域発の出版物として、大手書店からも注目が集まっている。

4. 街でつながる面白さ

しかし、本来のねらいは地元商品のセールスプロモーションではない。本事業をきっかけに、これまで接点のなかった市内の企業や団体につながり、地元コラボレーション商品が続々と生まれている。郷土野菜の屋上緑化を金属加工の工場がサポートしてできた「プランター」や、豆腐屋の有機大豆のおからを使い、老舗喫茶店の秘伝のレシピで、障害者作業所が作った「とうふケーキ」など…。工業、商業、福祉施設、市民活動といっ

た垣根を越えてつながる面白さがこの事業の本来のねらいである。

工場見学から商店街でのショッピングまで尼崎だからできる観光コース「メイドイン尼崎ツアー」や尼崎で働きたいと思わせる企業の魅力を紹介する就職支援事業「ワークイン尼崎」、新商品や新製品の開発を認証企業がサポートするなど、本事業の新たな展開に期待が高まる。

第2 小売市場の再生に向けて ～三和市場との共同研究の報告 (綱本武雄³)

1. はじめに

兵庫県尼崎市南部地域に位置する三和市場は、京都の錦市場、大阪の黒門市場と並んで「阪神間の台所」と評されるほどの規模を誇った小売市場である。阪神工業地帯の地元商店街として発展を遂げ、大きな賑わいを見せたが、近年はさまざまな要因により衰退が顕著である。この報告では、「5大学共同研究事業」における学生と商店主との関わりや、施設の老朽化による建て替えの議論を通して見えてきた、小売市場の将来像について考察する。

2. 三和市場の概要

三和市場は、阪神尼崎駅と出屋敷駅の中間に位置する小売市場であり、中央商店街、三和本通商店街と共に、尼崎市が定める「中心市街地」を構成する13商店街(店舗数約600)のひとつである。戦後間もなく発生した闇市にルーツがあるとされ、阪神工業地帯の発展とともに活況を呈した。全長

3 同センター客員研究員、同大学総合政策学部非常勤講師(2006年10月現在)、(株)地域環境計画研究所研究員

約150メートルの中通路型の施設に、最盛期には約55の店舗が軒を連ねていたが、この10年ほどの間に減少し、2006年12月現在、24店が営業中である。

3. 5 大学共同研究事業の取り組み

2004年度からの3カ年にわたり、尼崎市の助成により関西大学、流通科学大学、甲南大学、甲子園大学、関西学院大学が中心市街地の商店街をフィールドに研究活動を行う5大学共同研究事業が開始された(2004年度は甲子園大学を除いた4大学共同研究事業)。地元まちづくり会社(株)TMO 尼崎のコーディネートにより商店街と大学のマッチングが行なわれ、本学は基礎演習Ⅱの一環として三和市場と研究を行うことが決まった。三和市場は近隣に複数立地するスーパーや商圈となる周辺住民の核家族化によって売り上げ・来街者数ともに伸び悩んでいたが、市場の名前が持つブランド力は地域に浸透しており、そうした潜在的な影響力をいかに引き出し、効果を生むかが求められた。

4. 基礎演習Ⅱでの研究内容

2004年度は、三和市場の魅力を学生が目線で捉えることを目標とした。8月には各店のこだわりや三和市場で入手できる食材を使ったレシピなどを情報誌「チョッコリ」にまとめ、2,000部を発行。店頭と、周辺の住宅へのポスティング作業で配布した。11月には、販売している食材を味わう機会を設ける目的で、炊いた白米をどんぶりに盛り、各店頭で好きな食材を乗せて味わうイベント「オレ流丼」を実施し、好評を得た。

2005年度は、各店主が仕入れから販売までを一貫して行なう商品のプロであることに注目し、三和本通内に開設された交流ひろば「MIAステイ

ション」を会場に、講座「プロの技教えます」を全5回開催した。内容は、精肉店による自家製ベーコンの作り方、昆布屋のダシの取り方、惣菜店の煮豆の作り方など。あらかじめ各店を取材した学生が進行役を務め、一見しただけでは分からない市場の価値を掘り起こした。また、井イベントも実施した。

2006年度は、三和市場周辺で暮らす高齢者向けの商品として、おせち料理の開発に取り組んでいる。市場が材料の仕入れと販売を、学生が企画と広報を、病院で働く管理栄養士が調理指導をそれぞれ担当し、12月に試作品を調理した。神戸市内で活動する福祉系NPO法人の協力で高齢者を対象に食材の大きさや味付け、かたさなどの感想を聞く試食会を経て「三和市場のやさしいおせち」として予約を開始した。塩分控えめで「体にやさしい」うえ、1人分が2,500円と「財布にやさしい」内容が新聞各紙を通して発信されると、予約開始とともに予定分100食をはるかに越える注文が殺到し、180食分の予約を受け付けた。また、井イベントは販売促進事業としての採算性を重視し、人員配置、備品購入等を想定した予算案を三和市場の事業部会で提案・採択されてからの開催となった。また、過去のアンケートで「事前に開催日が分かっていたら参加しやすい」との意見が多数寄せられたことを受け、秋～冬の味覚が揃う10月から12月の3ヶ月間の第3金・土曜の合計6回開催した。

5. 三和市場の将来像

三和市場の店頭に並んでいる商品は、消費者にとって安全で、安心感を与えてくれるものである。そうした商品を前面に出したイベントは、市場に行かないと楽しめない高い付加価値を有するものであり、市場の食材の魅力を伝え、かつ売り上げに繋がるという点で、従来の福引や抽選とは

異なる地に足のついた販促機会を創出したと言えるだろう。三和市場では現在、老朽化した施設の建てかえに向けた議論が進んでいる。当初は、単に施設を更新するという狭義的なものであったが、他との差別化を図るべく取り組むソフト事業は食育であり、求められるハードは従来のものとは一線を画すものになりそうだ、というところに到達しつつある。発信力の高いイベントの企画や商品開発で培ったノウハウを、いかに市場独自の食育として修練し、いかにしてハード事業に反映させるのか。偏りのある店舗構成や閉まったままのシャッター、後継者の不在など、解決しなくてはならない課題は山積しているが、コンセプトに基づいて個々の解決策を講じた先に、三和市場の新たな魅力が浮かび上がってことを期待したい。

第3 南船場地区におけるタウン型 インキュベーションの可能性 (大隅 要⁴)

1. 南船場地区とは

南船場地区とは、大阪市中央区南船場4丁目周辺の若者を中心とした商業集積地を示す。この地区には衣料品店、飲食店、美容院等のサービス型店舗が軒を連ねている。大隅[2006]によれば、南船場4丁目地区の小売店舗・飲食店舗・美容院の店舗数は各158店舗、66店舗、美容院35店舗となっており、ネイルサロンやヨガスタジオ等サービス型店舗等を含めると、292店舗となっている⁵。

店舗を地域軸で考えた場合①御堂筋、長堀通沿いの大規模ビル：大手資本系・外資系企業の旗

艦店、②地区周辺に位置する中規模ビル：大手ブランド店舗や大型飲食店、③地区北部に位置する小さな雑居ビル：起業間もない店舗等に区分される。最近の傾向として老朽化した古い中規模ビルがリノベーションビルへと変容したり、新たな商業施設が開発されるなど、不動産物件としての価値向上を目的とした開発が進展している。

南船場4丁目地区の北部に位置する博労町、南久宝寺町には[marimekko]などの大手ブランドの旗艦店やベンチャー型飲食店舗[Garb]などビル・倉庫を一戸借りする大型店舗が存在するが、これは南船場4丁目地区に適当な広さ、費用対効果に長けた空き店舗がないことや街の喧騒から一步外れた場所を求めていることが選定理由として考えられる。

南船場4丁目地区には小さな雑居ビルが多く、新規開業者の創業地としての苗床機能を果たしている。このような小さな雑居ビルは5坪から10坪程度のテナントも多く、そのため比較的低賃料であることや、南船場地区が若者を中心とした商業集積地としての認知度の高さ、集客力の高さが、この地区を創業地として選定する理由であると考えられる。一方前述したように大手資本や有名ブランド店舗が数多く出店していることから、街の空気や気分を敏感に感じ取る起業家などは新町や南堀江などの周辺地区へ「逃避」する傾向も見受けられる。

2. インキュベーションの現状

インキュベーションとは「孵化する」の意であり、ビジネスインキュベーションが簡略化したものといわれている⁶。ビジネスインキュベシヨ

4 (有)ソーシャルラボ代表取締役

5 大隅[2006]：2005年10月に実地調査した数値である。事務所に物販スペースを併設する店舗形態は含まないものとする。

6 日本新事業支援機関協議会hp引用

ンとは「意図的に事業を創出・成長させること」を目的に「創業者の創業活動を支援すること」という意味で使われている⁷。

大阪の地でも、このような取組みを行う施設の設立が活発化している。大阪産業創造館や扇町インキュベーションプラザ(通称mebic)などが代表的なインキュベーション施設である。このような施設に入居する業種はサービス業69.7%⁸、製造業23.5%、卸売業4.5%、小売業2.3%となっている⁹。

南船場地区は、大型店舗が出店するなど、街が変容しているとはいえ、街の認知度、集客力の観点からも新規開業者の苗床機能を果たしていることに違いはない。ただ、この地区で創業する新規開業者の多くはアパレル、飲食、美容といった業種(店舗をもつ必要性のある業種)であるため、一般的にインキュベーション施設に入居し、さまざまな支援や施策を受けにくい状況である¹⁰。

3. タウン型インキュベーションの可能性

タウン型インキュベーションとは、インキュベーション施設には入居しないアパレル小売業、飲食、美容といった業種における新規開業者に対して、まちぐるみで育成する、まちの仕組みをいう。これは「ウォークアラウンド型」インキュベータ¹¹に近い考え方であるが、「ウォークアラウンド型」インキュベータの対象者がIPO(株式公開)を目指す企業であるのに対し、タウン型インキュベーションは、街のアパレル小売店、飲食店、美容院であり、必ずしも事業の拡大を目指すもので

はない。また前者が支援者と被支援者が分離しているのに対し、後者は支援者と被支援者が分離する面もあるが、初期段階は被支援者であったものが、支援者としても機能するという循環の仕組みを目指すものである。また具体的施策として①交流機能、②各業種の課題を解決しうるビジネスモデルの開発、③新規開業者・予備軍の支援などが考えられる¹²。

タウン型インキュベーションの実現に向けては、起業家育成への志が高く、かつ地域に深く貢献しながら「街」をつくりあげていく人材が必要である。そのような人材が現れることを期待してやまない。

参考文献

- 大隅要「南船場地区における新規開業者に関する研究」[2006]
- 飯田永久「地方でのビジネスインキュベーションの効果とその改善について」[2002]
- 大阪府立産業開発研究所「インキュベーション施設の活用に関する調査」[2004]
- 財団法人関西社会経済研究所「インキュベータ施設の効果的運営ノウハウの調査報告書」[2004]
- 日本新事業支援機関協議会ホームページ

第4 神戸市水道筋商店街の現状と課題 (高田幸治¹³)

1. 水道筋商店街かいわいの主な歴史

水道筋商店街という名称の由来は、大正15年～

7 飯田[2002]

8 ここでいうサービス業の多くはIT、デザイン、広告宣伝を業務内容の主とする企業、個人のことである。

9 大阪府立産業開発研究所[2004]

10 大阪産業創造館では飲食における起業予定者を対象とした「あきない虎の穴」を実施するなど、1事業へ参加する形での支援施策は講じられている。

11 財団法人関西社会経済研究所[2004]

12 地区内の新規開業者・企業のみを支援する場合、ビジネス的制約が考えられる。

13 灘中央地区まちづくり協議会専務理事、スタジオ078主宰者

昭和5年の間に千刈水源地から神戸市に水道管を通す工事(現在は淀川の水を利用)を行い、その水道管の上に商店街が出来たためである。

明治22年4月、神戸市の発足に伴い稗田村・鍛冶屋村が周辺の村とともに都賀野村(明治28年に西灘村に名称変更)として編成、同年9月に関西学院設立。そして大正7年9月に畑原市場(灘区内で2番目の市場)、大正10年4月に西灘第二尋常小学校が設立。六甲山系から流れる都賀川・西郷川に挟まれた農村に、市場商店街・小学校ができ、大正から昭和にかけて千刈水源地から水道管を通す工事が行われたことから、現在の水道筋商店街かいわいの基礎が築かれた。

その後、阪急電車の開通・水害・王子動物園や王子競技場の設立・市電の廃止・各種公共施設の移転・阪神淡路大震災などを経て、現在、10の市場商店街があり、約4200世帯の住民が暮らすまちとなった。

2. 灘中央地区まちづくり協議会の発足

平成7年1月17日に起こった阪神淡路大震災。神戸市内各所で多大な被害を被った災害の復興のために、神戸市では各地の自治会を中心とする住民主体のまちづくり協議会を発足させた。

その一つとして、水道筋商店街かいわいにも灘中央地区まちづくり協議会が発足。当初は約12団体が加盟していたが、徐々に加盟団体を増やし、2006年現在では19団体が加盟している。震災前は商業者を中心とした活性化について検討されることが多かったが、多くの住民団体とともに活動を展開することにより、まちの魅力の幅が広がってきている。「細街路整備、空き地活用、安心安全をテーマにしたまちの点検隊実施(1997年～2000年)」「イベントの開催、まちの思い出の発掘及び伝承、マップづくりや空店舗対策を通じた商業活性化、広報誌の発行(2001年～2004年)」「これまで

の活動の継続及び振り返り、行政・他団体・周辺住民との新たな連携(2005年～)」というようにその時々状態に沿った活動を展開し続けている。

3. 市場商店街の主なイベント

現在の水道筋商業地には3つの市場と7つの商店街(約450店舗)が集積し、多彩なイベントを実施している。それらのイベントは、主に6つの形に分類することができる。

- (1) 販売促進を目的としたイベント…三角クジ奉仕・すいすいカード大抽選会・中元&年末大抽選会等
- (2) フリーマーケット・夜市…一般参加ありのものと店主によるものの2種類あり
- (3) 地域に根ざした行事…地蔵盆・鬼塚まつり等
- (4) 周辺施設との連携…アメフトまつり・救急の日パレード・市民救命士講習会・水道筋ウェルネスタウンプロジェクト等
- (5) 周辺地域も含めたイベント…長巻き寿司イン都賀川等
- (6) 年末ライトアップ…ルミナータ等

これらのイベントは、各団体が連携して行うものもあり、店主同士の交流にもつながっている。

4. 住民からのアプローチ

水道筋商店街かいわいでは、周辺の住民や学生による市場商店街を舞台にした活動も行われている。主なものは、以下の4つに分類できる。

- (1) 学生による取り組み…灯りの回廊プロジェクト・灘チャレンジスタンプラリー・商店街あいさつ運動等

- (2) 周辺住民による取り組み…水道筋ミュージックストリート・車イスに乗って水道筋を回してみよう・忍者エルナード水道筋を遊ぶ・灘駅弁の販売等
- (3) 市場商店街と関わりのある地域行事…素佐男神社春節大祭・灘のだんじりまつり等
- (4) 小学校との連携…稗田わくわく昔探検隊等

5. 特徴・今後の展望

5.1 新規住民とのまちとの関わり

近年、水道筋商店街かいわいのマンション建設が著しく、住民数も増加しているが、新しい住民は周辺施設・地理などがわかりにくく、まちに溶け込みにくい。

5.2 店主の高齢化・空き店舗対策

大正14年に誕生した水道筋商業地では、2代3代と続く店もあるが、後継者のいない店もある。また、一部の商店街を除いてシャッターを下ろしたまま何年も経つ店も目立つ。神戸商工会議所と連携した空き店舗対策として、起業家育成セミナーを実施するなどの対策も講じているが、足並みは重い。

5.3 学生・行政・他の地域団体との関わり

上記の学生・地域団体との交流の他にも、まちづくり協議会などを通じて、新たな学生・地域団体との交流を少しずつ行いつつ行政と連携。継続中の活動にも厭きないよう工夫している。

5.4 駐車場対策

以前は畑原市場で駐車場を所有していたが震災で無くなってしまい、現在は水道筋商店街かいわいにコインパーキングが乱立する状態である。不

定期ではあるが、それらの情報をまとめ、公開することで水道筋商業地への誘致も行なっている。

5.5 地域内団体との連携継続と発展

住民の増加に伴い、これまで活動してきた地域団体の他にも新旧住民双方から地域を軸にした任意団体が誕生している。既存の団体のみでまとめるのではなく、意欲のある個人・団体と連携しながらさらなる地域の発展を目指したい。

第5 まちづくりとギャラリーの役割

(有田泰子¹⁴⁾)

1. 発表内容の概要

「写真・映像作品」と「建築作品」を扱うギャラリーを始めて約2年半。大学院で都市政策を専攻した関係で、「まちづくり」の動きと関連したアートイベントにも参加してきた。その間で感じてきたことは、扱う作品そして作家の活動を広めていきたいと活動しながらも、ギャラリーという場が一般社会からほど遠いところにある、ということである。私が考えるギャラリーとは「芸術作品の価値を社会と共有する場」である。しかしながら、そうした場の機能云々以前に、その場自体、そこを運営する仕事自体が社会的に認知されていないように思う。

そこで本研究センターにおける初回の討論セミナーとなる今回は、「ギャラリーの仕事と役割」に関して紹介していきたい。

2. ギャラリスト

ギャラリーを運営する立場、日本では通称

「ギャラリスト」と呼ぶ。ギャラリーの規模によって、「ギャラリスト」の仕事内容は個別には異なってくるが、Early Galleryのギャラリスト「有田」個人の仕事に関して、実経験からその内容に言及する。ギャラリストの仕事は大きく分けると次の3点となる。(1)自身が運営するギャラリーにおける展覧会開催までの準備、(2)取り扱い作家のマネジメント、(3)アートイベント・プロジェクトの企画・実施である。

この3点のベースになるEarly Galleryの方針は「ギャラリー名にあるEarlyの言葉が持つ意味に『早い』『最初の』『初期の』とあるように、若手作家の作品、時代の先をゆくような作品を展覧していく。扱う作品は新しいメディアのひとつである『写真』や『映像(実写・アニメーション)』作品を中心としつつ、その双方と深く関連しながらもより広い規模で展開する『建築家』の作品も扱う複数のジャンルを横断できる新しいタイプのギャラリーを目指す」ということにある。運営する私自身が若く、関西圏において最年少のギャラリストとしてスタートした、ということもあり、Earlyの方針にそって、若い作家の展覧が多い。必然的に、「初」個展となる作家が多くなる。ギャラリーという「空間」において「作品を見せる」ということに慣れていない作家が多い。そのために、作品をよりよく見せるために、ある程度作品が仕上がってきた時点で、その半年後・1年後に展覧時期を設定して、彼等の作品がよりよく「空間」で見せることができるように打ち合わせを重ね、その作品の装丁を引き受けてくれる「プロラボ」や「額屋」も紹介しながら、サポートしていく。

3. 展覧会の開催へ

展覧会までは次のような流れとなる。ギャラリーから作家へのアプローチ、又は作家からのプレゼン(作家の側から「ポートフォリオ(ファイル

に作品をまとめたもの)」などを持参してプレゼンテーションにギャラリーに来る)。そして作家と実際に会い、作品がよければ、或は、作家がギャラリー側を気に入る、双方の意向が合えば、展覧時期を決める(半年後～1年後)。その後、打ち合わせを1月に1回程度重ねていく。

展示作品のコンセプトのテキスト化・タイトルから、作品のセレクト、サイズ、装丁、加工方法を作家とディスカッションを重ねて決めていく。タイトル、コンセプトのテキスト、展覧のイメージ画像1枚の3点はプレスリリースの関係上、展覧会期の2ヶ月前には決めておかななくてはならない。プレスリリースとは展覧会の広報であり、雑誌社から新聞社、フリーのライター宛にその3点のデータに作家の略歴をつけて送付する。

プレスリリースが終了すれば、次にDM・フライヤーの作成、発送作業を行う。送付先はギャラリー顧客200名、アート関係先に150名程。近年では、大半をメールレターのかたちでデータ送付している。メールレターは約600名宛に送り出す。展覧会期中は作家とともに在廊することが多い。来廊するお客様と作家との対話のサポートをする。また、会期中に展覧作家によるトークイベントを開催し、対談相手として評論家や研究者を招く場合もある。そのコーディネーター役も勤める。

展覧会後も、作品がよく、相性もよい作家であり、ともに成長して行きたいと思えば「取り扱い作家」として、展覧会後のスケジュール管理・各関連機関へのその作家のプレゼンテーションなど一連の作品づくりの作業をマネジメントしていく。

4. 最後に

ギャラリストの仕事は、その持つギャラリースペースでの展示・イベント(展覧作家のトーク

イベントやワークショップ、レクチャーなど)開催に関わる業務のみではなく、ギャラリー外でのイベント開催にも携わる場合がある。また、他のギャラリストなどと共同でプロジェクトを立ち上げる場合もある。現在進行中のプロジェクトは、大阪市内にあるgallery roundishやGallery Nadarという同じく写真作品を中心に扱い若手のオーナーが運営するギャラリーとともに大阪のアートシーンを盛り上げようと共同で様々な企画実施をする「Kansai Art Lounge」等がある。

また「国際文化交流」という規模で展開する展覧会として今月後半～来月前半にかけて「まなざしの交換」と題した日豪写真交流展がある。Early Galleryをはじめとした、大阪市内の3会場のギャラリーがそれぞれ1作家の作品を展覧する。オーストラリアの30代の若手作家を扱う。来年にはオーストラリアで日本の若手作家を紹介する予定である。

以上のように、ギャラリストの仕事は、若手作家の育成から、拠点を置く地元—ここでは関西—のアートシーンを盛り上げるプロジェクトの実施にまで関わっていく。まだまだアート業界は蛸壺的・閉鎖的な感が否めないが、少しでもより広い一般の層にアート、とりわけ新しいメディア作品である写真・映像作品を知ってもらいたい、とより広い展開を視野に入れて、建築展も開催してきた。一連の活動や試みの成果として、関西の街としての魅力が高まればと思う。

第6 公園緑地のマネジメント ～植物総合管理システム導入による 維持管理費用縮減方法等の検討 (中橋文夫¹⁵)

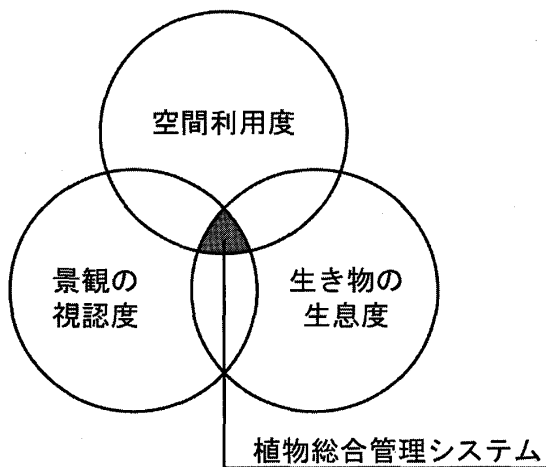
1. 目的

今日の公園緑地を巡る社会環境をみると、行政の財政ひっ迫、資源循環社会到来などの影響を受けて、多様なサービスが求められており、とりわけ植物管理においてはコスト縮減が求められている。

現実的には、公園管理費用の圧縮に伴い、管理工事量の激減、現業作業員体制の縮小、アウトソーシングの徹底などの対応策が取られているが、必ずしも客観的な植物管理基準に基づくものではない。

そこで本稿では、植物総合管理システムを導入し、植物管理費用の縮減、景観・生きものに配慮した公園作り、並びに植物廃棄物のゼロエミッションを目指すものとする。具体策として、公園空間をエリア別に捉え、①日常的な利用頻度の違い、②景観として視認度の違い、③生き物が生息しやすい環境の成立条件の違いから、総合的に考察して、植物管理基準の考え方を明らかにして、各管理エリアの順位づけを行い、住民との参画と協働のもと、公園空間それぞれの機能役割に適合した、適正効率的な植物管理法を見出すことを目的とする。

15 同センター客員研究員、環境設計(株)取締役計画部長



植物総合管理システムの概念図

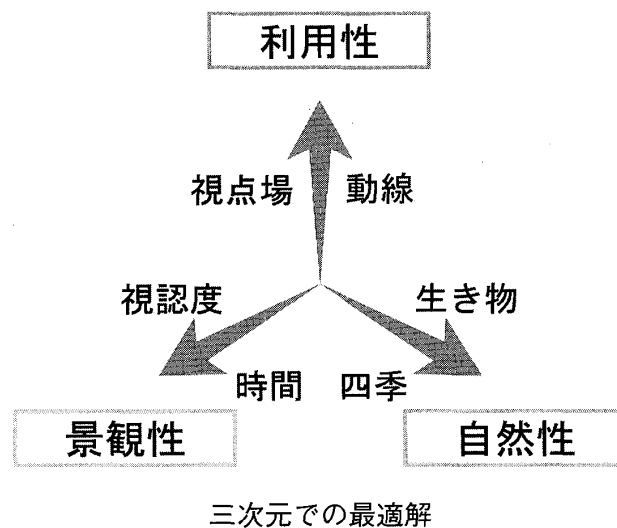
2. 基本的な考え方

植物管理の基準は、公園緑地管理財団が作成したハンドブックに詳述されているが、管理基準の考え方は美観を優先しているために、除草や剪定刈り込みの回数が高く設定されており、コスト的に高くなっている。そこで、それぞれの空間特性に適合した植物管理手法が確立することにより、費用が縮減されると考える。

その具体策が植物総合管理システムである。植物管理の基本は人の空間利用、景観の視認度、リデュース、エコロジカルプランニングなどに基づき、除草、剪定、枝打ち、草丈などを操作して、植物管理にメリハリをつけ、植物廃棄物の量をいかに軽減するかにある。やむなく発生した廃棄物

はリユース、リサイクルの視点から、マルチング材、土壌改良材などに活用し、公園内の資源循環システムを構築する。

そうすることにより、公園利用や景観に配慮した公園づくり、植物管理費用の縮減、生き物に優しい公園づくり、ゼロエミッションの構築などが期待される。



3. 作業の方法

3.1 資料収集と分析

対象公園の植栽図と数量、管理履歴書、管理台帳等の関係資料を収集し分析する。

3.2 調査

(1) 空間利用調査

公園空間の具体的な利用状況を調査把握し、エリア別の利用方法と内容を明らかにする。特に、芝生地、木陰、林などを重点的に調査する。調査方法は定点観測結果に基づき、動線図を作成する。

(2) 景観調査

公園景観の見所を抽出する。具体的には視点場を定め、複数の調査員を配置し、その印象から見

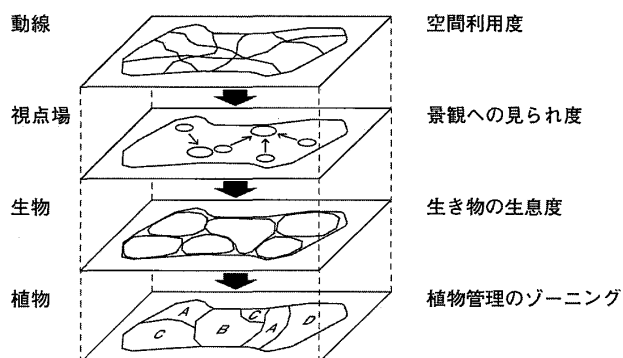
所を選ぶ。次に、公園利用者・地域住民に対しアンケート調査を実施する。このように専門家、利用者、地域住民の意見を整理して、共有した情報に基づき、公園景観の見所を選定する。

(3) 生きもの調査

公園空間に生息する身近な生き物の生息状況を調査する。対象は昆虫類、鳥類、爬虫類、植物など。水面があれば魚類などを適宜付け加える。

3.3 管理基準と植物管理ゾーニング図の作成

調査結果をもとに評価基準を作成する。次に公園全体を10mメッシュのグリッドで区切り、調査結果を重ね合わせ、グリッドが持つ得点を集計し、各エリアの順位づけを行い、植物管理のゾーニング図を作成する。例えば



公園空間の階層化

評価基準シート

種別 エリア		利用性	景観性	自然性	総合評価
芝生広場	大	◎	○	×	○
	中	◎	◎	○	◎
	小	×	×	×	×
樹林地	A	◎	◎	○	◎
	B	×	×	○	×
	C	○	◎	○	○
遮蔽帯	1	×	○	○	○
	2	×	◎	×	○
	3	×	○	○	○

◎ … 高い
○ … 普通
× … 悪い

この結果

- ①利用性は芝生広場の大・中エリア、樹林地のAエリアが高く、重点管理エリアになる。
- ②景観性は樹林地のBエリアを除き、質が高いため景観を維持していくにはレベルの高い管理が必要である。
- ③自然性は樹林地が高いので、エコロジカルプランニングを導入する。
- ④総合評価として、芝生広場の中エリアと樹林地のAエリアが重点管理エリアに指定され、その他のエリアは標準レベルが大半を占めている。

3.4 管理費用と管理体制の検討

管理基準に単価を乗じて、管理費用を算定し、現状の管理費用との比較を行う。管理費用の縮減が見込めないエリアは、管理基準の見直しを行う。また、単価についても、管理精度に基づき専門家、NPO、シルバー、ボランティアなどの単価を設定し、もっとも効率的な管理費用を算定する。

同時に計画地域の特性に適った、参画と協働の視点から管理業務実行体制を検討し、望ましい管理体制を提案する。

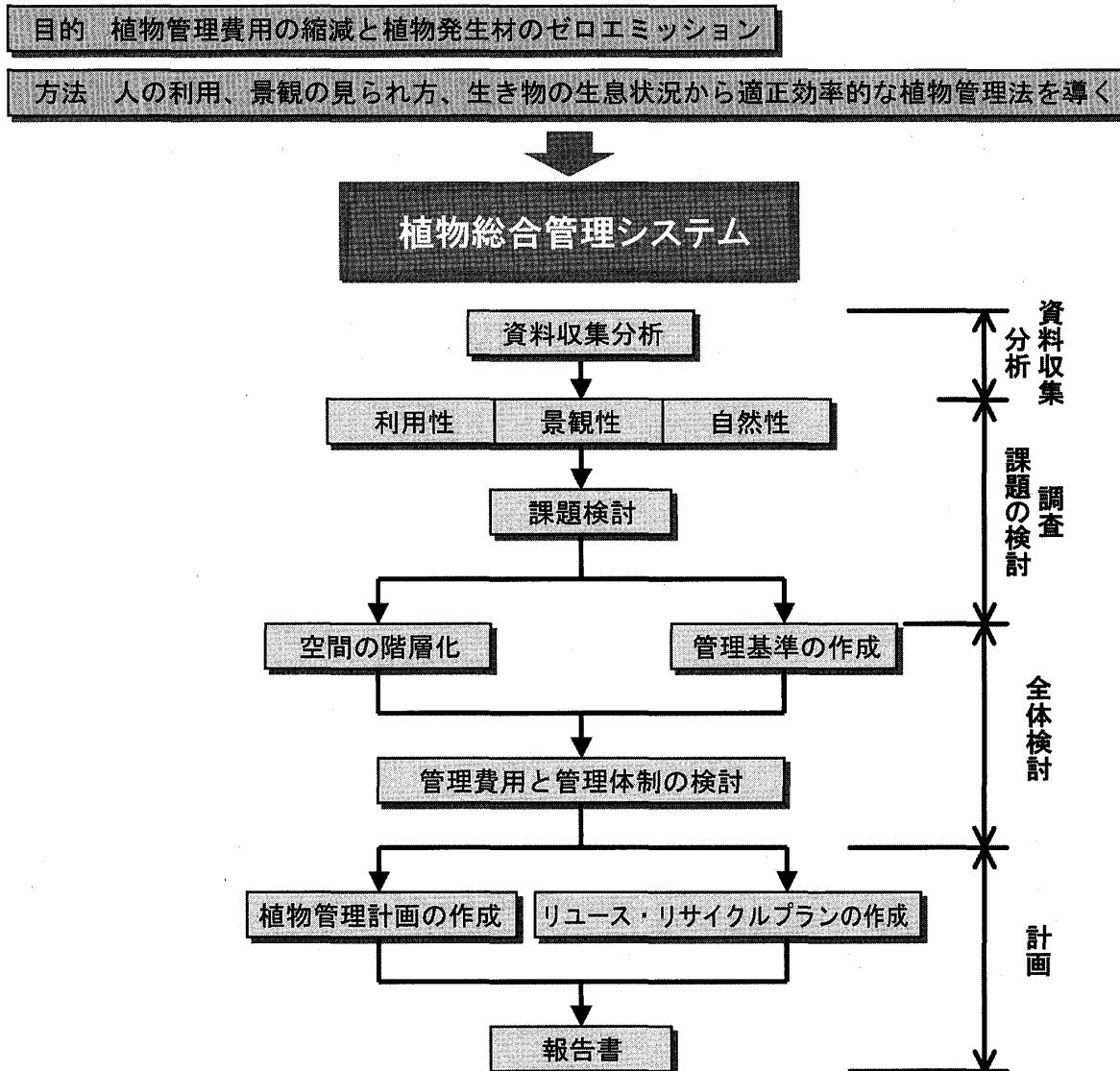
(1) 植物管理計画の作成

植物管理ゾーニング図に基づき、植物管理計画を作成する。その内訳は管理プログラムの計画、植物管理計画図などである。

(2) リユース・リサイクルプランの作成

リユースの視点からは植物発生材を用いたプログラムを検討する。リサイクルの視点からはコンポスト、炭化、チップ化、バイオマス利用などのあり方を提案する。

策定の手順



第7 指定管理者制度について ～灘区民ホールからの報告（北尾 進¹⁶）

はじめに

2005年5月に灘区民ホールに来たときは、このホールの管理運営は神戸市の外郭団体である神戸勤労福祉振興財団が神戸市の委託で行っていた。そして、2006年4月からは指定管理者となった国

際警備保障神戸株式会社が管理運営を担当しており、私は引き続き館長として勤務を続けている。以下神戸市の外郭団体から指定管理者である民間企業に代わっていく中で感じたことについて述べる。

1. 指定管理者制度について

指定管理者制度とは、2003年に地方自治法が

「改正」され、従来は施設の公共性と適正な管理を確保するため公共団体や公共的団体及び地方自治体の出資法人にその管理運営委託を限定していたが、これを民間企業を含むすべての団体等が公の施設(「住民の福祉を増進する目的をもってその利用に供するための施設」(地方自治法第244条第1項))の管理主体となることを可能にするものである。

この制度導入の背景としては、地方自治体が深刻な財政危機にあえいでいること、また行政の非効率やサービス不足への批判があること、そして小泉行革のいわゆる「官から民へ」の動きがある。

そして指定管理者制度の導入によって①住民サービスの向上、②運営の効率化、③行政経費の削減、④パブリックマーケット・パブリックビジネスの振興が期待されている。

2. 神戸市の状況

(1) 指定管理者選定等の手続き

神戸市の「公の施設の指定管理者制度運用指針」によると「指定管理者の選定に際して、幅広く公募を行うとともに、選定過程や手続きの透明性・公平性を高めていくために、外部の有識者等の参画による選定委員会を局ごとに設置し、選定を行う。」としている。また選定の手続きについては次のように定めている。

①施設所管局ごとの公募

公募期間は1ヶ月程度

応募要領を作成し情報提供を行う

②選定委員会の設置

複数の外部有識者の参加義務付け

審議内容は非公開

選定後の選定理由の公開

③指定後の手続き

指定管理者との間における協定書の締結

指定期間は原則として4年

④制度の円滑な導入に向けての積極的な情報提供

⑤管理運営に対する評価及び評価結果の公表

(2) 指定管理者制度導入状況

神戸市における指定管理者制度の導入状況は次のとおりとなっている。

①指定管理者制度導入施設数

	公 募	随 意	計
16年度	—	9	9
17年度	66	201	267
18年度	111	155	266
計	177	365	542

②指定管理者となる団体の種別

導入施設総数	株式会社など	外郭団体含む 共同事業体	外郭団体
542	329	11	202
—	60.7%	2.0%	37.3%

3. 指定管理者制度に移行した 灘区民ホールの変化

神戸市立灘区民ホールは、1993年3月に灘区での500人規模のホールを持つ地域文化の振興と地域住民の交流の場としてオープンした。当初は灘区役所が近くにあり、区民ホールの2、3階には灘保健所が入っていたが、区役所と保健所が、JR六甲道近くに移転し、現在は、2階に兵庫県立聴覚障害者情報センターが、3階には兵庫県予防医学協会が入っている。区民ホールとしては、コンサートなどに利用されている5階の大ホール、6階の音楽練習室、1階の2会議室と展示ロビーとなっている。

(1) 行政経費の低減

2006年4月に区民ホールの管理運営が、財団法人神戸勤労福祉振興財団から国際警備保障神戸

株式会社に代わったが、この大きな変化は、行政経費の削減ではないと思われる。神戸市からの支出が、年間100,592,000円(2005年度)から60,555,000円へと約40%削減されているのである。この結果として設備管理などの国際警備保障神戸株式会社からの委託業務経費の削減となっている。しかし、委託費の抑制は、人件費の節約となり業務の質が低下していることは否めない。また、オープンして十数年が経過し、設備・施設の修理の必要性が高くなっており苦しい運営となっている。

(2) サービスの向上

指定管理者制度に移行し、利用者数の増加が大きなテーマになり、従来の業務が、貸館業務のみであったのが、自主事業(主催行事)や講座事業を開始している。しかし、人員が増員されていないため地域住民の要望を十分に把握して事業を進めることができていないなどの不十分さがある。

(3) 類似施設との連携・交流

市の外郭団体であったときは、勤労会館等との経験・情報交換の場があり、管理運営を行う上でプラスになっていた面があったが、指定管理者になってからは、このような機会がなく情報入手や連携面での問題がある。また、民間企業であるため、市関係機関との会議に出ることができなく情報交換の機会が少なくなっている。

4. 指定管理者制度の問題点

まだ指定管理者制度に移行して1年も経っていない中で、問題点について述べることは早すぎるかも知れないが、いくつかの点について感じていることにふれてみたい。

(1) 地方自治法上の請負禁止規定の適用がないこと

指定管理者の指定は、行政処分であり業務委託ではないので請負禁止規定が適用されないこととなっている。このため、議員や市の三役などがトップである企業・団体が指定管理者となることができ利権構造につながる恐れがある。

(2) 住民や議会のチェックが困難になる

行政情報の公開は、市民主体の行政を進める上で不可欠なものであるにも関わらず、情報公開が事業者の正当な利益を害する恐れがあるとして非開示となるとする条例の規定により公開対象から外れるということになる。また、指定管理者の経営状況の議会への報告義務はなく、議会のチェックが難しくなる。

(3) 公共性の確保が軽視される恐れがある

民間企業が指定管理者となると当然の事として利潤追求が目的となり「公の施設」に要求される公共性がおろそかになる。灘区民ホールにおいても、指定管理者である国際警備保障神戸株式会社としては、先ず利益を上げることを最優先としている。

(4) 不安定雇用の拡大につながる

人件費の削減は、非正規労働者の雇用につながりやすくなる。また、指定期間が4年であり、その後の保障もなく労働条件の悪化にもつながりやすい。

(5) 市町村の文化政策の衰退につながる

文化施設の管理運営を民間に丸投げすることにより市町村における文化の専門的職員数の減少となり、文化の面での住民との接触が薄れ、住民の文化的ニーズの把握が困難となり文化政策の後退につながる恐れがある。

以上、指定管理者制度の移行してからの経験等

から指定管理者制度について述べてみた。指定管理者となっても地域文化の振興と地域住民の交流の場としての灘区民ホールの役割はなんら変わることもない。このこと大切にしながら「友の会」づくりや市民企画事業の実施などに取り組み市民参画を進めたいと考えている。

参考文献等

小林真理編著「指定管理者制度：文化的公共性を支えるのは誰か」時事通信社

斉藤文男「指定管理者に指定制限と情報公開を」住民と自治誌 2006年1月号

神戸市ホームページ

第8 スローフード、スローライフ、そしてスローシティ（片寄俊秀¹⁷⁾）

1. スローフード運動との出会い

2006年9月に最近のヨーロッパの事情を肌身で知るべく、あまり計画的ではない旅に出た。しかし意外に大きい収穫を得たように思うので、以下に整理して報告する。じつは、前々任地であった長崎総合科学大学在任中の1988年から89年にかけてイタリア国家学術機構(CNR)の客員研究員として現地にしばらく滞在する機会を得て、そのときにローマ在住のA.モンタナーリ氏にお世話になった。当時同学術機構の教授であり、かつてまちおこし運動(イタリアノストラ)の中心人物の一人でもあった同氏のお宅で出会ったポルトガル人の栄養学者でFAO(国連世界食糧機構)のスタッフのM.ヴァラガンさんを頼って、その後連れ合いによる長崎の南蛮料理のルーツを探る研究に同行してポルトガルの彼女のお宅に伺ったとき、1989年にパリでスローフードの会議があったと聞

いた。さすがにラテンの連中は痛快な発想をするものであると惚れ込み、大学の紀要にファーストフードとスローフードの比較表を発表した。つまりわが国では最も早くこの運動の情報をキャッチしていた一人であるが、今日のブームまでは予想できなかった。すでにわが国の数カ所を含めて、世界百カ国以上に支部があり、総数10万人におよぶ会員が参加する大運動へと発展しており、本部のピエモンテ州のブラ(人口わずか3万人弱の小さな田舎町)の近郊には大学が2つも出来ているというのだから、そのリーダーたちの組織力には舌を巻く。2006年10月にトリノで世界大会を開くとのことで、事務局のスタッフは、スローどころか忙しく走り回っていた。

【スローフード宣言】

工業文明という旗印のもとに生まれ育った私たちの世紀は、最初に自動車を発明し、それによって生活モデルを形づくってきた。私たちはスピードに束縛され、誰もが同じウイルスに感染している。私たちの慣習を狂わせ、家庭内にまで入り込み、「ファーストフード」を食することを強いる「ファーストライフ」というウイルスに。

今こそ、ホモ・サピエンスは知恵を取り戻し、人類を絶滅に向かわせるスピードから自らを解放しなければならない。ここでファーストライフという全世界的狂気に立ち向かい、落ち着いた物質的よろこびを守る必要がある。この狂乱を効率とはき違える多くのやからに対し、五感の確かなよろこびを適度に配合した、ゆっくりと楽しみを持続させながら打つワクチンを、私たちは推奨する。

食卓で、「スローフード」を実践することから始めよう。ファーストフードの没個性化に対抗し、郷土料理の豊かさと風味を再発見しよう。生産性

17 同センター客員研究員、同大学非常勤講師(2006年10月現在)、大阪人間科学大学特任教授

表1 ファーストフードとスローフード(1990片寄に追加修正2007)

Fast Food 文化	Slow Food文化
すぐできる	時間がかかる
手がかからない	面倒くさい
エサという感じ	食事という感じ
他人まかせ	他人にはまかせぬ
単調、機械的	複雑、人間的
規格大量生産	手づくり
口当たりはよいが本質的にまずい	個性的で本質的においしい
食は生活の一部	食は生活の最も中心的な部分
ストレス大	楽しさ大
アメリカ的	ラテン的
東京的 大量生産・世界商品使用・安価追求 見た目第一	長崎的 こだわり生産・地産地消原則・実費原則 安心・安全第一

という名のもとに、ファーストライフが私たちの生活を変貌させ、環境と景観を脅かしているとするれば、スローフードこそ、今日の前衛的回答である。真の文化は味覚の貧困化ではなく、味覚の発達にこそあり、そこで歴史や知識やプロジェクトが国際交流することによって文化の発展が始まる。

スローフードは、より良い未来を約束する。カタツムリをシンボルとするスローフード運動は、その遅々たる歩みを国際的運動にするために、多くの有能な支持者を必要とする。

この宣言は1989年12月9日、パリでの国際スローフード協会設立大会で承認された。

2. スローシティ運動

スローフードの提唱は、上記の宣言に見るように、もともと食べ物や食べ方から人々の生き方そのものを問うており、スローライフの提唱でもあった。わが国では、1960年代後半に設立された、交通事故の遺児を支援する「あしなが育英会」運動の過程で、中心人物であった玉井義臣氏が、1973年に「ゆっくり歩こう運動・ユックリズム」を

提唱されており、当時長崎在住であって「中島川大遊歩道づくり」の運動を進めていた論者は、その提唱に共鳴して1974年に市内で「ユックリズム行進」を実施した記憶がある。「あしなが育英会」はその後災害遺児や犯罪被害者遺児への援助活動をも含む大きい運動として持続手に発展しているが、ユックリズム運動は一時期モータリゼーション批判、高速道路建設反対などの多彩な運動として展開されたものの、いつの頃からかあまり社会の前面に出なくなっていた。ただ、運動のシンボルがスローフード運動と同じくカタツムリであったことを思い返すと、スローフード運動にわが国の方から一定の影響を与えた可能性も否定できないように思う。

イタリアにおけるスローフード運動は、その後地方行政も巻き込み、これをスローシティ(イタリア語ではチッタスロウ CITTASLOW)と名付ける「まちづくり運動」へと展開している。またまた見事な組織力であり、2006年現在すでに世界各国の百を超える自治体が「スローシティ連盟」に加盟しているという。本部はやはりイタリアの小さな自治体である。わが国でも20近い都市が加盟しているとか、似たような「スロータウン連盟」とい

うのを立ち上げて、これに加盟しているといった話を聞く。

イタリアでここはスローシティですかと聞くと、まちの人たちは一様に「ふふ」と笑っていたのは、それほど根付いていないということであろうか。あるいはあまりにも当たり前すぎるということであろうか。イタリア滞在時に師事した彫刻家のマルチェロ・グアスティ氏をフィレンツェ郊外の自宅兼アトリエに訪問し、久しぶりにほんもののスローライフを味わったのち、2003年にしばらく滞在したドイツ北部バーデンバーデンにほど近いゲンゲンバッハのエコ農家民宿を再訪した。

わが国ではエコロジー農業の元祖・家元のように理解されているドイツの農業において、エコ農家がじつはわずか4パーセントでしかなく、実態はかなりひどいものであるという以前聞いた話が依然として変わっていないという現実を再確認したのち、ネットで紹介されているドイツ・アルザス地方で「スローシティ」で名を馳せているヴァルドキルヒという町も訪問してきた。ネットの情報をプリントアウトしていったお陰で、運良くその運動の中心人物であるエコショップの経営者シュタインハルト氏に出会え、直接お話を伺った。まちおこしに燃える情熱的なキーパーソンであったが、人の話を良く聞く感じのいい人物であり、気負いはまったく感じさせなかった。こよなく地域を愛し、地域に根付いた運動を展開しておられる「ほんものの人物」であることは一目で理解できた。近く高知大学に講演に来られるとのことで再会を約した。人類と地球が持続するための知恵は、おそらくこの辺りにしかないのではないかとの思いを強くした次第である。