

由岐タウン・マネージメント

地方活性化に向けて

主旨

全体像 (INDEX)

アイデンティティ

コンセプト

ビジョン

イベント

プロモーション

パートナーシップ

主 旨

故郷由岐を後にして早や30年近い年月が過ぎようとしています。日々の忙しさの所為にして年に数える程しか帰省できない私ですが、故郷を大切に想う気持ちは忘れる事なく、いつも心の中に在ります。

5年程前に高校の同窓会があり、懐かしい由岐出身者と一緒の帰りの列車の中で、久しぶりに会った女性から「デザインをやっているのだから、何か由岐に提案しても良いのでは……」と言われた事があります。その時は言葉を濁してしまいましたが、ずっと心の片隅に引っかかっていました。

一方、現在の私は吹田市の千里山という街でお世話になっております。近年にデザイン事務所として独立した事で、より地元の人達との触合いの機会も増え、商工会・住民有志によるタウン活性化プロジェクトにも関わるようになりました。ガイドマップのデザインを手始めに、今後は多様な戦略のプロデュースも予定しております。社会・経済の低迷の影響を受けて、方向性を必死で模索しているのは、何も地方に限ったものではなく、都市の商店街も同じく厳しい生存競争にさらされています。地域のアイデンティティーを活かした独自性のある街づくりへのビジョンが求められています。

製造メーカーにとっても、商店街そして自治体にとってもコモディティー(どこにでもある)ではなく、真にオリジナルを感じさせる“本物”でなければ生き残る事は難しい時代になっています。従来ありがちな横並びの発想と行動力では、新しい時代の価値観の中で通用しない事は、商品やサービス、民間や行政との間に区別はありません。私は商品のプロデュースやデザインを通して、人々の本当のニーズに応えようとする中で培われた多くの経験や手法が、トータルなタウン・マネージメントに活かせる事を確信しています。そして機会をとらえて、ネットワークやコラボレーションを積極的に活用しながら、できるだけアシストさせて頂こうと活動を始めています。

日本の地域や産業界の置かれた厳しい社会・経済的な状況にあって、全てが新しい時代の方向性を模索している今、その小さな一角の由岐でひとつの町づくりの試みがスタートし、描いたビジョンに向かって一歩ずつ戦略を押し進めていくプロセスには大きな意義と、そして夢が感じられます。

以下の資料は、由岐のアイデンティティーを私なりにとらえ、町づくり(タウン・マネージメント)の様々なアイデアやビジョンをデザイナーの生活感性でイメージした叩き台です。これをきっかけにして多くの人々の創意を巻き込んでいければと思っています。ご検討よろしくお願い致します。

スカイフル・スターズ 小島 功



※ Aila (area identity lab & assist): アイラは、スカイフル・スターズの中で、商店街の活性化や地場産業の振興、街並み再生など、地域アイデンティティーの研究と支援を行う事業部です。

全体像 (INDEX)

アイデンティティー

■ 由岐のアイデンティティーの抽出・分析

地勢的な要素と、産業・文化的な要素の多面的な特徴に恵まれています

コンセプト

■ 町づくりコンセプトの構築

住民と訪問者、両方にとって本当に魅力のある町づくり

ビジョン

■ 素材供給型からサービス完結型へ

都市を支える裏方ではなく、ステージを提案します

■ 色々な人が住みたくなる町へ

新たな住民の受け入れに向けた町の魅力づくり

■ 新たな雇用創出について

「由岐ブランド」の延長線上に展開される事業

■ 自然を活かした楽しさ提案

健康で美味しいものを食べたら、さァもっと楽しもう!!

イベント

■ 町づくりビジョンに連動して

イベントを開催し、住民と訪問者が共感を分かち合います

プロモーション

■ コンセプトを伝える

一貫したイメージで、あらゆる機会を捉えて……

パートナーシップ

■ 時代の共通価値観の下に

相互の協力関係を広い分野で求める事ができます

アイデンティティー

※ identity : ~らしさ、独自性、~を最も特徴付けるもの

由岐の活性化を進めていく為に、先ず町の持っているアイデンティティーを抽出・分析する事から始めたいと思います。地域のコア・コンピタンスを見極め、今後の町づくりへのコンセプトと方向性を見据える基礎とします。

※ core competence : 中核の能力、企業等で他にない競争力を持つ中心技術 etc.

■ 由岐のアイデンティティーの抽出・分析

新しい時代の価値観やニーズにシンクロする町のビジョンを模索提案する前に、先ず由岐が持っている町づくりの基礎と成り得る要素を多面的に考察します。

地勢的な要素と、産業・文化的な要素の多面的な特徴に恵まれています

【地勢的な要素】

- 地勢的には海岸線際に孤立した位置に在りながらも、アクセスとしては、旧国鉄（現JR）牟岐線の準急停車駅のひとつであり、夏期には「田井ノ浜海水浴場」の臨時駅が設けられる等、開かれた環境にあったと言えます。又、近年の本四架橋やバイパス道路計画等により、徳島県下はもちろん関西圏との距離が縮まる事は人や物資の往来に大きな期待要素となります。
- 太平洋に面した海岸線に沿って横列に並んだ集落構成は、とてもシンプルで分かりやすい佇まいが感じられます。そして多くの風光豊かな景観に恵まれ、野山の緑や海の香り・潮騒は人の心を癒し、リフレッシュさせ活力を生み出すエネルギーに満ちています。
- 又黒潮の流れに乗って多くの海の幸を育み、自然と遊ぶ様々な楽しさを与えてくれます。背後を包み込む様に陽光に恵まれた山並は、気候も穏やかで果樹・野菜等、多品種の山の幸に適しています。

【産業的な要素】

- 地勢を活かした漁業と農業という第一次産業を中心にした産業構造で、木岐のカマボコ加工や製材、過去の電子部品組立等の一部を除いて、主として素材供給型の産業構造に留まっています。ハマチや真珠の養殖、ハウス栽培、イノブタ等の付加価値産業も、国内はもちろん中国を始めとする海外物産との過酷なコスト競争にさらされています。
- 生活発生的な地元商店やサービス・職人等も、Gスーパーやホームセンター等の普及や、昨今の価格破壊による利益率の低下により、家業を続け難い厳しい状況に置かれています。
- 地勢や物産を活かした観光産業（民宿や釣り船 etc.）も、他の地域の多くが掲げる類似テーマの中で、埋没していかない保証はありません。
- 土開開発による雇用確保は全国的にもその財源的な破綻が明らかとなっています。従来構造に換わる時代のニーズに立った雇用創出が求められています。
- 漁協・農協・銀行・教育・病院そして役場等の公的な職場も、元来それを支える町全体の産業振興を反映したものであり、低調とならざるを得ない状況です。
- 多くの住民が近隣市町の事業所に勤め、それにより地縁的な纏まりも脆弱化してきています。又、主婦も町外に働きにでる事が多くなり、帰宅時の沿線スーパーでの買い物により、地元商店の減収にも繋がっています。

【文化的な要素】

- 利に鋭敏な商業地と違い、元来漁業と農業という大きな自然に相対し、地域で協力し合わなければ成り立たない生活により培われた和の精神がベースにあり、住民相互の思いやりに満ちた善良な心を持っています。
- ミニ八十八ヶ所巡りや満石神社の秘水等の信仰や、各地域に伝わるお祭り、漁師料理等の郷土ならではの生活文化は魅力的です。
- 眼前に開かれた太平洋に雄飛を夢見るのか、或いは町外に職を求めざるを得ない結果なのか、高校や大学への進学率も高く、教育資本主義的な流出が続いています(しかし翻れば、これらの出身者の知識や経験は、潜在的な町の財産と期待すべきです)。



上記の多くの肯定的な要素に恵まれているのは確かです。しかし、それらの全てが他の地域と比較して抜群にオリジナルな特徴を持っているかと言えば、残念ながらそうではありません。恵まれた要素を一括してどう活かし切るかという、スペシャルなコンセプトと一貫したビジョン、そして各方面からの豊かになろうという結集力とリーダーシップが重要になってきます。

コンセプト

※ concept : 核になる考え方や方針

町の持っているアイデンティティーや基になる要素を踏まえて、新しい時代の価値観や人々のニーズとシンクロする町づくりへのコンセプト・方向性を模索し、過疎対策や新たな雇用創出に繋がるビジョンを提案します。

■ 町づくりコンセプトの構築

住民と訪問者、両方にとって本当に魅力のある町づくり

住民が健康や安全で豊かな生活を築く事が、同時に多くの来訪者にとっても魅力的な価値を感じるものにします。住みたいという事と、訪れたいという事には大きな共通性があるのではないのでしょうか？ そして町づくりの多様なコンセプトはこの一点に収束していきます。

1 基幹産業(漁業・農業)の“本物”ブランド化を目差します

由岐の基幹産業である漁業と農業において、これから最も求められるものは、食の安全と“本物”ブランドの競争力です。

漁業は現在もちろんその多くは漁獲による天然物です。しかし今後の養殖漁業の進展を予測する中で(畜肉に関しては既に飼育100%)、ハマチ等の養殖魚についても餌や飼育環境等の差別化で、「由岐の養殖魚は……」と特別扱いされる事を目差します。例えば由岐の内海の汚染(多くは生活排水)への町一丸となった浄化運動やその成果を市場にアピールする等、行政や漁協がリーダーシップをとり積極的に仕掛けていきます。町ぐるみでとことん“本物”に「こだわる」のです。カマボコ(アワビやエビ入りは素晴らしい!!)やウニの瓶詰め等、漁業加工製品についても有害添加物や混ぜ物など一切無しの正直商品を維持します。もっとトータルに、そして何処よりも意識的に“本物”の「由岐ブランド」を育てます。

農業においては、現在野菜・果樹のオーガニック(有機)・ブームが巻き起こっています。都市ではそのような野菜を求めるレストランや料理人が、情報誌等で人気を博し、有機商品に特化したマーケット(マザーズ etc.)もメディア露出が増えています。これは一時的なものではなく、高度成長期の大量生産・大量消費の価値観を反映した時代への決別を意味しています。中国を始めとする生産国に絶望的にコスト対応できない事も大きな理由ですが、日本の消費者の食に対する価値観やニーズが、安全や“本物”を求めるものへと完全に転換しつつある事が最大の背景となっています。漁業や地鳥卵・獣肉関連等とタイアップし、食材の「由岐ブランド」の確立を目差します。

又、これらは住民自身の健康生活を支える基本環境を整え、高齢化が進む地方の医療関連負担を軽減したり、労働年齢を高める等、今後の町づくりにとって大きなプラス作用を持っています。

2 素材供給型から“本物”のテーマパークへ

※ theme park : 何かを軸にしたスペース・地域

『アイデンティティー』でも触れましたが、由岐の基幹産業である漁業と農業は主として素材供給型の産業構造に留まっています。“本物ブランド化”の中でも、徳島市内や関西経済圏そしてITネットワーク販売等への素材供給型戦略は大きな割合を占めるはずですが、しかしここで重要な見通しは“本物”もやがてコスト競争にさらされるという事実です(横並びの発想は同じマーケティングの結果、同じ価値観やニーズを追い掛けます)。「由岐ブランド」は素材供給型を超えて差別化される発想でなければなりません。

私の提案の主題はここにあります。つまり、基幹産業である漁業と農業の“本物”への転換と平行し、それと連動して町の多様なセクションで活性化のオリジナル・プログラムを企画・発信していくという事です。素材供給基地に留まらないで、人々が住みたいと思い、訪れたいと思う、由岐の町そのもののブランド化を目差す事で、過疎対策や新たな雇用創出を実現していくプロセスです。

——— 詳細は『ビジョン』で

3 コラボレーションとグローバル化

※ collaboration : 共同、協力

※ global : 地球規模で、ボーダレスに

由岐だけの孤立した町づくりではなく、近隣地域(町や郡)との相互連携を密にして、活性化のインパクトやボリュームを高めます。より広範囲な地域を巻き込みながら、リーダーシップを取れる存在感を築きます。

都市の学生やボランティアとのコラボレーション、U&Iターン族への勧誘や体制の整備等、協調のネットワークをグローバルかつ柔軟に拡げます。

又、町内や近隣での産業規模を内需拡大的に展開するばかりではなく、その中から関西圏にまでビジネス・モデルを進出させる事も考えられ、由岐の人材流出への受け皿をも創出できます。

ビジョン

“本物”やオーガニックを軸とした町づくりのコンセプトを、具体的に展開していく為のビジョンを詳細に提案します。『コンセプト』で述べましたように、活性化オリジナル・プログラムは町の多様なセクションで連動し合って進行するものです。まさにオーガニック・タウン(全てが有機的に生命体のように機能する町)として、一貫した意識の下に結集しながら……

■ 素材供給型からサービス完結型へ

都市を支える裏方ではなく、ステージを提案します

従来のように素材供給型に徹し、都市の繁栄の裏方として町を位置付けるのではなく、住みたい・訪れたいという新時代のステージとしての、由岐町のサービス完結型魅力を企画・発信し、過疎対策や雇用創出を実現します。

1 「こだわり」シェフの誘致

良い食材・土地の新鮮な作物にこだわり、人里離れた隠れ家のような場所に敢えて店を構える一流シェフが最近多くなっています。又、情報メディアも特集を組む等、その流れを後押ししています。そういう事が成り立つ背景には、料理人と食材との恋愛関係だけではなく、料理を都市の人工空間でワイワイ消化するのもいいけれど、たまにはドライブを楽しみながら、ゆったりとした自然の風景や時間の中で、その土地が育んだ恵みを、ハイセンスな料理として堪能するのもいいな……という都市生活者の贅沢な、しかし人間的な願望があります。デザイナーの生活感性に照らせば、演出を凝らした都市空間での食の刺激に馴れ切っしまい、自然の新鮮食材をその風景の中で味わえる程、非日常でおしゃれそして贅沢な楽しみは無い、と言えば大げさになるのでしょうか？

このようなシェフの誘致は、地元の漁業や農業にとっての身近な買い手となるばかりではなく、その品質や栽培種の検討等についての良きアドバイザーとなってくれます。又、漁や飼育や栽培の労苦を通して得た成果を、自分達自身も味わい、そしてお客が悦んでくれている現場をイメージできる事は、日々の仕事へのやり甲斐と誇りをもたらせてくれます。私は「こだわり」を持つシェフの料理や人柄に触れる教養的な側面も期待します。料理は最高の文化のひとつであり、真摯にその道を追及している料理人なら、子供達に限らず地域全体に良い感性や影響を与えてくれると断言できます。

土地の新鮮食材を優先価格で提供したり、店を積極的に利用するのはもちろんですが、経営支援の一貫として、以下のような多様な相互バックアップが考えられます。

- ・ 高齢者ケアハウスの料理指導・担当(交代制)
- ・ 健康青汁や無添加料理ソース等の食材加工工場での開発指導
- ・ 自然食惣菜チェーンのメニュー指導(関西圏で進出・展開)
- ・ 学校給食特別メニュー指導・担当
- ・ 料理教室の講師(交代制)
- ・ 「由岐伊勢エビまつり」への参加
- ・ 都市支店への食材の優先価格提供(由岐が本店) etc.

週休二日制の定着(学校も)により、日帰り・一泊を含めて、近距離的な行楽の増加が期待されています。四国や徳島市内からは日帰りで、関西圏からは本四架橋等を利用すると余裕の一泊旅行ができる距離感です。又、現在進行中のバイパスが開通すれば、市内通勤者のベッドタウンとしてもアピールできます。価値と満足感を町ぐるみで提供すればいいのです。

そば・うどんを始めとする和食は勿論ですが、イタリアン・スパニッシュ・南仏・ドイツ・オーストラリア・中華・韓国・ベトナム等、多くのシェフに由岐の食材を演出して貰いましょう。



■ 色々な人が住みたくなる町へ

新たな住民の受け入れに向けた町の魅力づくり

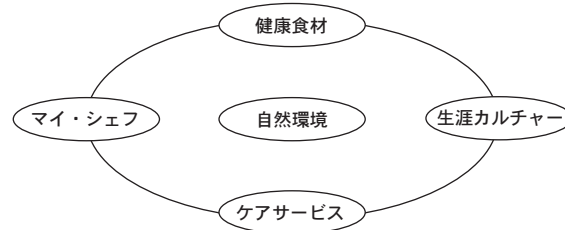
前節の「こだわり」シェフの誘致により、訪問者や旅行者は増えると思われますが、次に過疎対策に繋がる新たな住民の受け入れを促進するビジョンを提案します。

1 ケアハウスの誘致 —— 高齢者

高齢化の進む我が国において、間違いなく伸長産業のひとつとして考えられている福祉産業の中で、プロジェクト的に大きなものとしてケアハウス・サービスの提供がありますが、住環境機能を高めたり完全医療をアピールする等、様々なサービスを競い合っています。

私は人間にとって(特に高齢者にとっては切実に)「健康」というキーワードはとても価値のあるものだと思います。「由岐ブランド」のオーガニック食材を中心にして、「こだわり」一流シェフの指導メニューが交代で楽しめる事は、大きな楽しみと魅力を持つのではないかと思います。「田井ノ浜」を散歩する等、精神のリフレッシュには最適の自然環境と併せてアピールすれば、サービスの総合競争力は高いのではないのでしょうか?

後で述べる手作り工芸作家の誘致も活用して、生涯カルチャーのサービスや、由岐病院のケア・タイアップ等も実現すれば、多くの裕福な高齢者住民の確保とサービス分野の雇用創出が可能になります。



2 市内通勤者のベッドタウンとして —— 新夫婦

町が多様な活性化プロジェクトにより若者にも魅力ある町になれば、バイパスの開通も便利になって、地元の若者の流出に歯止めが掛かるばかりでなく、市内からの逆流現象も決して夢ではないのです。

3 週末住民(セカンドライフ) —— ファミリー

週休二日制の普及により、家族でセカンドハウスの生活を過ごすライフスタイルを実現させる人達が増加しています。本四架橋やバイパス計画でアクセス条件は格段に良くなりつつありますので、ポテンシャルの高い自然環境や、多様な活性化プロジェクトによる魅力を加えアピールします。志和岐～伊座利にかけての美しい海岸線に沿って新規造成します。家庭菜園を趣味にする人々には、その為の用地付きにする等、ライフスタイルに応じた付加価値をつけるのもいいと思います。

お客様扱いをするのではなく、「週末住民票 —— おかえりパスポート」発行等の位置づけで、町の活性化に参加し溶け込んで貰えるような配慮をする事で、リタイア後のセカンドライフから正式な住民への転換率を高めます。例えば、シェフ料理教室(主婦)や生涯カルチャー・サークル、デザイン塾(子供)等のサービスや、イベントに積極的に参加して貰い、町の活性化にも知恵やネットワークを提供して貰います。

4 由岐留学 —— 小・中学生

アトピーやシックハウス症候群等のアレルギー性疾患に悩む子供達や、不登校に悩む子供達、そして純粋に自然の中でのびのびとした成育を望む親や多くの子供達にとって由岐が第2の故郷になります。自然に囲まれた住環境はもちろんですが、化学物質を使わない食材・料理と併せる事で理想的な成育環境が提供できます。

「田舎は良いけど時代に取り残される子供になるのでは……」と躊躇する親達も多いのではないかと思います。ウィンドサーフィンやシーカヤック、ボディーボードやシュノーケリング等、海の楽しさを活かした授業やサークル活動、又海洋浄化や生態研究クラブ、オーガニック栽培・料理や天文サークル等の町づくりのコンセプトと連動したオリジナルな教育と、IT教育といった、時代が求める全人教育的カリキュラムを積極的に導入する事で、由岐の学校の一步進んだ魅力が差別化できます。何より、町づくりのコンセプトやプロジェクトを引き継いでくれる子供達を育てる事に繋がる事が地域の将来にとって最も重要です。

※ IT教育: 今後デジタル・コミュニケーション基礎能力は必須となります。スカイフル・スターズとしても是非協力したいと思っています。

■ 新たな雇用創出について

「由岐ブランド」の延長線上に展開される事業

前節のケアハウスは住民増加という側面と、福祉サービス事業という新時代の雇用創出の期待を担うものですが、食の“本物”とテーマパーク化を通して「由岐ブランド」が確立する中で、多くの競争力のある事業が生まれます。

1 U & I ターン族による基幹産業とその周辺活性化

今でこそ“本物”やオーガニック食材は広く一般に認知され始めていますが、以前はほんの一部の人達の「こだわり」に過ぎない扱いで、マイナーなものでしたが、生活価値観の転換で多くの若者や脱サラの人達が憧れる生活スタイルになっています。それと共に閉鎖的な自給自足の考えだけではなく、やり甲斐や未来性を感じる事業として、その可能性を積極的にとらえるU & I ターン族が増えてきています。

その作物や漁果をケアハウスやSHOP、学校給食に採り入れる等の支援を始めとして、インターン制度を整えて、生活確保やノウハウ指導、期限付き税制保護等の積極的な受け入れを、漁・農業各協同組合や行政のリーダーシップで進めます。又、U & I ターン族の相互支援ネットワーク(参考“Let's 会津”)等も、後で述べる「由岐WEB-NET」の利用システムとして組み込み、それぞれが助け合う中でソフトランディングしていく条件を整えます。最近の丹波町での試みのように、1～5年契約で農耕地付きのコンドミニアム施設を準備するなど、希望者のトライアルを促す施策も出てきています。多様な取り組みで町の基幹産業を新しい時代の価値観とビジョンを持った、やる気のある次世代に構造転換していきます。

U & I ターン族の相互支援ネットワークには、町の基幹産業である漁業・農業の新たな担い手ばかりではなく、その周辺産業、例えば豆腐職人やパン工房、乳製品生産や醸造家、天然塩生産や養蜂業者等の加工食材のエキスパートを目差す人達も公募され、仲間意識を持って技術向上していきける環境をアピールします。基幹産業(漁業・農業)やその周辺産業へのインターン希望者の全国公募も「由岐WEB-NET」から行います。併せて木工クラフトや陶芸、ファブリック等の手づくり工芸作家も、共通の価値観を持つ人達である場合が多く、その参加により一層多彩な「由岐ブランド」・「由岐WEB-NET」になっていきます。

2 「由岐ブランド」加工製品工場

“本物”やオーガニック食材に「こだわり」、プレミアのとれる「由岐ブランド」製品の開発・販売により、新たな雇用を創出します。最近の雪印や日ハムに代表されるように、一企業の信用性は消費者が持ち難くなっています。代わりに生産者の顔が見える商品が、「道の駅」や「テーマ・ファーム」、そして「マザーズ」やインターネット通販等でよく買われているようです。生産者の顔の集合体として、町の顔で品質への信頼を獲得する考え方で、絞りとて青汁や有機・無添加の調理ソース等、こだわりの加工食材を提案します。

アドバイザーとして町のシェフ達も加わり、味覚やアイテム的にも競争力のあるものを目差し、シェフのレシピによるレトルト展開等も考えられます。

3 「道の駅」の運営

新バイパスのインターチェンジに「由岐ブランド」の新鮮産物・加工製品を提供する「道の駅」を運営し、新たな雇用を創出します。

4 『旬菜工房』を徳島市内や関西圏に展開

本四架橋のアクセス拡張に伴い、多くの四国の企業が関西圏に商圏を拡げています。「由岐ブランド」のお総菜チェーン・ビジネスを町を上げてバックアップし、新たな雇用と人材流出の受け皿を創出すると同時に、「由岐」を広くアピールし、都市の生活者のニーズや情報をキャッチ・還元します。

アドバイザーとして町のシェフ達も加わり、味覚やアイテム的にも競争力のあるものを目差し、シェフのレシピによるスペシャル・メニュー展開等も考えられます。

SHOP展開としては、価値観やニーズへの理解が期待される、芦屋・宝塚・帝塚山・千里山等の住宅街や大阪・神戸のデパ地下等を中心に企画します。上記の「由岐ブランド」加工製品も店頭販売したり、アドバイザーである町のシェフ店や民宿等の予約の関西窓口になる等、町全体の営業宣伝部隊の役割も担います。



※ クック・チャム：愛媛県新居浜市に本部を持つお総菜チェーンで、関西圏に広くSHOP展開し、味・値段等バランスのよい品揃えで評価を得ています。しかし、化学調味料を使用したりと、消費者の健康への意識は余り高くありません。四国の企業でもここまでやれるという良い参考に……

住所：新居浜市新須賀町2-6-16

■ 自然を活かした楽しさ提案

健康で美味しいものを食べたら、さぁもっと楽しもう!!

食の“本物”を軸にした町づくりへのビジョンの中で、それと共に味わえる多様な楽しみを提案する事で、町の魅力を一層高める事ができます。これもコンセプトである、町の住民と訪問者の両方が楽しめるものでありたいと思います。

1 海洋性レジャー

・ヨット・クルーザーの係留と補修・管理

大池や漁港を整備してヨット・クルーザーの係留ができるような施設づくりを進め、相乗の利益を期待します。係留費の他に、補修・管理や宿泊・食事等が発生します。何よりもおしゃれでカッコイイ健康的なイメージが、「由岐ブランド」のプレミアムを高めてくれます。又、対岸の神戸や大阪のハーバーから、クルーザーやヨットで訪れるにも適度な距離感です。船舶免許の合宿制度などが可能になれば、民宿等の年間泊客も増えます。クルーザーを利用したルアー等の新タイプの釣り客も増えて、入漁料徴収で潤います。ディンギー（一人乗ヨット）やウィンド・サーフィン等のスクールでは、子供達の心の体験教育を目的にして、オーガニック栽培のボランティア等と併せて、新しい形の修学旅行の勧誘も行います。

・シュノーケリング & 海女体験

アワビやサザエ・ウニ等の海女漁をシュノーケリングと併せて体験し、海賊焼きやウニの瓶詰めを自分で造る等のコースを楽しみ、余った獲物は買って帰るという、観光ブドウ狩り(ジャム造り体験実習付き)のようなシステムをつくりまします。稚貝の放流により資源の保護に努める事で海の環境を守ります。

・シーカヤックのメッカに

大池や田井ノ浜での初心者訓練を終えると、木岐から伊座利までの美しい海岸線巡りやヌノ島一周探検等のベンチャー・パドリングが楽しめます。ヌノ島で上陸してキャンプ泊をしても良し……

2 山丘性レジャー

・明神山パラグライダー滑走場

明神山は椿泊方面からも近く、バイパス計画と併せてアクセス性が良いと思われます。季節にはコスモス園や桜並木、そして美しい海岸線等、変化に富んだ鳥瞰が楽しめます。後で述べますスポーツイベント構想のひとつにもなり得ます。

・桜並木ネイチャリングロード(志和岐～伊座利)

現代の移動は車やオートバイが主流ですが、桜街道を標榜している地域は非常に多く、よりスペシャルなイメージ・アピールが必要になります。先ず「ロマンチック街道」等といったネーミングを考えます。四季の花を沿道で楽しめたり、途中にビットイン・スポットを設けたり、海岸道を通らせたりと、マルチ・ヘルシー・ロード(ランニング・ウォーキング・サイクリング etc.)としての多様な整備でアピールします。

・コスモス・ハーブ園

コスモス園をハーブ栽培(無農薬有機)も兼ねたものとし、雄大な風景を眺めながらハーブティーや香味野菜ソースのシーフードを味わえ、又アロマテラピーや海洋水温泉も楽しめる等、地域性を活かしたNEWリラクゼーション・プレイスとしてプロデュースします。海洋水温泉は併せて造成した分譲別荘にも提供します。

・オートキャンプ場

現在アウトドアブームもあり多くのオートキャンプ場が年間を通じて賑わっています。女性やファミリーを意識し、電源や水回り設備の清潔で安全なフォローが必要です。キャンプだけでなく多くの周辺レジャーを組み合わせた楽しさがアピールできます。

・スカイフル・スターズ(宇宙館)

地球の丸さを感じるパノラマ、海に映える月、満天の星空と、由岐の夜空は素晴らしいものです。“ぼんやりと宇宙に包まれる”スター・セラピーがコンセプトです。スターデッキでウォッチング・チェアに座り、ワイン片手に星見デートが楽しめ、スター・ウェディングも受け付けます。由岐の町中や沿道の街灯も星空や動植物の生態系に優しい遮光ガード付きタイプのものに順次切り替え、自然優先の町づくりコンセプトをアピールします。

3 その他

・緑芝生の運動場

町役場前や小・中学校のグラウンドを緑芝生タイプにし、町民が思い切りスポーツを楽しめるものにします。これはサッカー協会の川淵会長の夢でもあるそうです。ヨーロッパの町々が芝生の運動場を持ち、子供達が遊び、又地元サッカークラブをサポートする姿を理想とされているようです。中津江村のように、ヴィッセル神戸のプライベートキャンプ地になるのも夢ではありません。「由岐ブランド」の魅力をベースに、田井ノ浜やマルチ・ヘルシー・ロード、そしてB & G施設等トレーニングにも適しています。スポーツ団体やクラブ活動の合宿地としての利用も年間を通じて働きかけていきます。緑芝生の日常管理はシルバーボランティアに委託する事も考えられます。

イベント

■ 町づくりビジョンに連動して

イベントを開催し、住民と訪問者が共感を分かち合います

平日や週末にコンスタントな賑わいのできる町をつくる事が理想的ではありますが、季節やビジョンに連動して、イベントや行事を企画・開催し、年間を通して共感を分かち合い、町づくりの成果や喜びを確認し続けます。役場職員と青年商工会議所のメンバーがペアになり、各イベント企画を分担する事で、町づくりコンセプトへの自覚と推進力が強まります。

1 季節イベント —— 伝統行事を現代的に復活

・ Blossamナイト

河津桜(千葉県房総)のような早咲種も混植し、何処よりも早くて何処よりも遅くまで楽しめる由岐の桜の季節をアピールします。一ヶ月程の期間の各週末に、桜の夜祭りが行われ、アッパーライトでライトアップした町中で花見の宴。

・ ピーチフェスタ

以前桃の節句に行われていた行楽をリニューアル復活させ、田井ノ浜潮干狩りイベントを併せて、海の幸・山の幸を観光客に振る舞います。春の収穫祭の位置付け。

・ ユーキッズ(勇氣・有機いっばいの由岐のKids達)

子供の日(ゴールデンウィーク)に、クルーザーやシーカヤック、スカイフル・スターズ(宇宙館)、パラグライダースクール等の子供無料体験をして貰います。シェフがオリジナルの子供向け料理をご馳走します。

・ 蛍のタベ

自然の復活度の指標・象徴として蛍の生息を促し(子供エコロジー・クラブ)、そのアピールとしてイベントを企画します。

・ ふるさと由岐まつり・連続秋祭り

この2つの祭りは、従来盛んに行われているものですが、「由岐ブランド」が確立すれば、町民より来訪者の多い祭りにできます。

・ 秋の収穫祭

「由岐伊勢エビまつり」のリニューアル版で、海の幸・山の幸を観光客に振る舞います。シェフの参加により、おしゃれなイメージのものにします。ハロウィンのように町民や訪問者が仮装(コスプレ)したりできれば楽しいですが……。又「伊勢」エビではなく、美味で繁殖力の高い新種を大学とのコラボレーションで改良する等、由岐のオリジナル性を高めます。

・ サイレントナイト

X'マスパーティー。街灯の代わりにX'マスツリーやローソク電灯を町中に点々と置き並べて、静か(サイレント)な中にもロマンチックさをアピールする演出で、カップル等多くの人達の心を由岐へと誘います。各家庭のX'マスツリーも門松のように、通りやベランダに出して皆で町飾りに参加して貰います。由岐独自の聖夜情景をつくります。

2 スポーツ・文化イベント

・ 由岐ごっついマンレース

現在開催されているバイアスロン大会で、自転車という特殊な用器具を必要とせず、距離的にも一般競技者にとって手頃で、非常に参加しやすい大会だと思われます。全国的に普及し類似した大会が多くなっていますが、「由岐ブランド」が確立すれば、よりメジャーな総合イベントとして認知されていきます。

・ パラグライダー競技大会の誘致

明神山から離陸して、海岸線に沿って田井ノ浜のマーキング・エリアに着砂する迄の時間を競う種目と、パラグライダー操舵のフリースタイル技術を競う種目等。

・ シーカヤック競技大会の誘致

田井ノ浜からヌノ島を周回し戻るコースで時間を競う種目と、波打ち際でサーフィンのように操舵のフリースタイル技術を競う種目等。

・ スポーツフィッシング競技会の誘致

磯釣り系(チヌ・グレ etc.)と投げ釣り系(キス etc.)、クルーザーによるルアー系等の多様なフィッシング競技会と、海の幸料理を楽しみます。

・ ソーラーカー・風力発電カーレース

ソーラー・バッテリーの発電性能を制限した中で、スピードを競います。コースは由岐～伊座利～椿泊～福井～由岐の公道サーキットです。面白デザインを競う部門など自然の中でゆっくりしたスピードを楽しみます。又風力で発電したエネルギーで競うカーレースも同時開催し、「由岐のエコロジー観」をアピールします。

・ スターダスト・レビュー(野外映画祭)

短編映画や自主制作映画(SF・ネイチャーアニメーション etc.)を対象にして、野外の大スクリーンと、最近のホーム・シアター技術を活用した、レストラン店内等の、プライベート・スクリーンとで行う手作り映画祭です。

プロモーション

■ コンセプトを伝える

一貫したイメージで、あらゆる機会を捉えて……

最近のインターネット活用はもちろん、従来のパンフレットや情報誌等の印刷関連やTV取材等の多様なメディアで、一貫して町づくりのコンセプトと「由岐ブランド」のビジョン・イメージを伝える事が重要なのは、例えば SONY や CHANEL と同じ事です。

1 由岐 WEB-NET

一般的に町の風景や観光スポット、お店情報・行政サービス情報等の伝達に利用するだけではなく、前記のようにU&Iターン族の相互支援ネットワーク等をシステムとして組み込んだり（参考「Let's 会津」）、「由岐ブランド」新鮮食材・有機無添加加工製品のネット通販やイベント・ボランティアの募集を都市の学生に呼び掛ける等、一貫したコンセプトの中で多くのポジティブな活用が、直接のユーザー（訪問者）との間で発想され広がっていきます。他の町づくりを進める地域や人々との活発な交流も始まるかも知れません。ITの良いところは場所のハンディが無く、一方的な伝達に終わらない点です。マスコミの範囲の広さと、ロコミの「こだわり」感の両方の性質を持つ効果的なリンク・メディアです。独自性のある情報こそ、このメディアの中で生き残り求められるものです。由岐の町づくりのコンセプトとその実証プロセスはそういう現代普遍的な価値を持ちます。

2 従来メディア

・各種情報誌

情報誌はメジャー・マイナーなものを含め、やはり時代の価値観とニーズにシンクロした、独自性のある情報を欲しがっています。積極的なアプローチをあらゆる機会を捉えて続けていく事が大切です。ネタに困った時、由岐の町づくりを思い出して貰えるくらいに、多様な情報誌と常に発信や交流を心がけます。

・パンフレット

自治体のパンフレット等で思うことは、企業のそれと比較してコンセプトが曖昧な事が多く見られるという事です。企業のように営業目的やコア・コンピタンス（中核の能力）が明快になり難く、多様な部門がそれぞれのイメージで進めざるを得ない結果だと思われます。各セクションが機能し且つ横断的なネットワークが働く条件として、全体に一貫した魅力あるビジョンが必要です。

・AI (Area Identity : マーク etc.)

由岐の町づくりコンセプトを表すマーク(ブランド)やコピーを、印刷物や物産のパッケージ等に使用して、信頼と品質のイメージアップとブランド浸透を図ります。基準を厳しくする事で生産者の意識の徹底と、意欲や誇りが生まれます。

※ CI : 企業ではコーポレート・アイデンティティ

3 デモンストレーション

・イベント

前節『イベント』で、町づくりコンセプトと連動させたイベント・行事をランダムに掲げましたが、重要なのはそれを通じて情報を外に発信する機会をつくる事と同時に、町の目的意識が住民に浸透し結集力が生まれるという事です。由岐は何処にでもある(コモディティ)小さな町に過ぎないという現実の中で、住民と行政の自活意識と力を結集する先にこそ、生き残り逆転の可能性が見えてくるのではないのでしょうか？

・店頭パフォーマンス

生産者の顔が見える品質と信頼の獲得を求めているのは、実は生協やGスーパー・デパ地下なのです。機会を捉えて積極的に参加し、町づくりコンセプト・ビジョンをトータルに伝える努力を重ねる事で、「由岐ブランド」の多様な試みを浸透させます。

・TVサポート

「どっちの料理ショー」や旅・料理番組等に積極的にアプローチし、必ず町づくりコンセプトが伝わる配慮を担当者をお願いし、町を上げてサポートさせて貰います。

パートナーシップ

■ 時代の共通価値観の下に

相互の協力関係を広い分野で求める事ができます

近隣地域とのコラボレーションや各種ボランティアとのネットワーク、産官学の連携といった多様な相互パートナーシップは、時代の価値観やニーズとの共通認識の下に始まります。連携やネットワークを活用して、町づくりコンセプトの着実な進行と普及を促進します。

※ collaboration : 共同、協力

1 コラボレーション

・近隣地域(町や郡)

由岐だけの孤立した町づくりではなく、近隣地域(町や郡)の共通コンセプトの生産者やグループとのコラボレーションにより、バラエティー豊かなニーズ対応ができます。観光コースについても広域ならではの多様な楽しさ・魅力をアピールできます。相互に紹介し合う等、リンク補完の関係を結びます。

・産学連携

新しい農業や資源保護につながる養殖漁業、市場性の高い品種の改良等、産学のコラボレーションが重要度を増しています。町のスタンスとして取組む姿勢が大きな成果につながります。

・企業後援

JR西日本や旅行代理店等のトランスポーター企業を始めとして、クルーザーやパラグライダー、フィッシングやシーカヤック、天体望遠鏡等のギア・メーカーやSHOPとのイベント・コラボレーションが考えられます。

etc.

2 ネットワーク

・情報ネットワーク

『プロモーション』で触れたWEB-NETや情報誌等、多様なメディアのネットワークに繋がり、発信と交流を拡げていく事により、的確な時代のニーズの流れがつかめます。

・学生ボランティア

都市の学生やボランティアとのネットワークを町づくりのサポーターとして活用し、又タウン・マネージメントのフィールドワーク的な体験実習として役立てて貰います。

・スポーツその他

『イベント』で触れたスポーツや文化関連の協会・団体とのネットワークを多彩な町づくりに活用し、又その分野の振興にも貢献します。

・料理人や手づくり工芸作家

町づくりを進める中で、多くの料理人や手づくり工芸作家達とのネットワークが築かれます。イベント参加など大いに活用して貰います。

・出身& 関係者

戦後の都市化政策により地方の人材流出が続いており、このままに手を拱いては其の傾向は益々強まるおそれがありますが、町の出身者をネットワークで繋げる事で、その知識や経験を町の活性化のオブザーバーとして参加して貰います。

・クリエイティブ・ネットワーク

町づくりを進める中で、具体的なプロモーションやスペース設計演出等、必要に応じてグラフィック・WEB・プロダクト・インテリア・建築等、多くの分野での信頼の置けるクリエイティブ・ネットワークを手軽に活用して頂けます。

etc.

2002年 秋

スカイフル・スターズ 代表 小島 功

〒565-0847 大阪府吹田市千里山月が丘7-1-110
TEL・FAX: 06-6330-7514 携帯: 090-1589-3696
Email: kobata@blue.ocn.ne.jp

■ 潮騒の街 ■

Words & Music :コバタイサオ

A F#m Bm D E
 ふるさとへか えろ うみがふるさと と
 A F#m Bm D E
 はまゆうのし ろいはなの かおるみちだ よおさな
 A F#m Bm D E
 いころに およぎ ひぐれ てひやけ
 A F#m Bm D E
 たかおで ゆうげ をかこむ ての
 A F#m Bm D E
 ひらのやどか りはどうした だろ うか
 A F#m Bm D E A
 ふるさとへか えろ う しお さい のまちへ
 Bm D E A
 いさりび のまちへ

幼い夢の
 噂訪ねて
 夕日を追いかけ
 ここまで来たけれど
 振り向けば
 祭り囃子が
 優しく呼ぶ
 故郷へ帰ろう
 遠い故郷へ
 朝靄の街へ

夜汽車に揺られて
 想い出の街へ
 故郷へ帰ろう
 夜汽車に乗る
 あの頃の二人が
 心開いたね
 峠の風に
 走り続けて
 幼い恋は
 踊る春だよ
 長い髪に
 れんげ草
 君がふるさと
 故郷へ帰ろう

潮騒の街へ
 漁り火の街へ
 故郷へ帰ろう
 どうしただろうか
 掌の宿借りは
 夕餉を囲む
 陽焼けた顔で
 泳ぎ日暮れて
 幼い頃に
 薫る路だよ
 白い花の
 浜木綿の
 海がふるさと
 故郷へ帰ろう

潮騒の街