

視察報告 <小布施・栗と北斎と花のまち>

視察目的:小布施の町おこしにおける民パワーと官の関係について

対応者:(株)ア・ラ・小布施 関悦子部長

○ア・ラ・小布施経営「六斎舎」にてお話を伺った後、町を案内してもらいつつ視察

1)小布施町の地理的条件と歴史的背景について

- ・面積 19 キロ平方メートルとコンパクト。四方を山と川で囲まれており、まとまりが良い。
- ・現在、基幹産業は農業だが、米10%・野菜20%で、メインは70%の果樹である。果樹は花が咲き、実がなるため、風景を作る。→「花の町」への糸口
- ・江戸時代から交通の要路にあたり、六斎市という市が立ち、成功者に豪商出る。また、来訪者を拒まない気風。→新旧住民、来訪者との交流を楽しむ町民性へ
- ・豪商中に高井鴻山出る。葛飾北斎を呼ぶ。→「北斎の町」への糸口

2)戦後の住民減少への対応から今日までの目覚しい展開について

- ・人口は一時 9000 人に落ち込み、これではいけないと宅地開発をして分譲したが、その際 100 坪以上の単位で販売し、かつ、新住民と旧住民が分離しないよう同じ地区に混ぜる形で配置をし、その地区ごとに一箇所ずつ公民館を設置して新旧住民がコミュニケーションをとりながら街づくりをしていける基礎を作った。人口はプラス 2000 人へ。→官(町長)の成果
→よそ者を排除しない町民性へ
- ・北斎ブームによる原画の散逸などを防ぐ為、美術館「北斎館」を設置。
→官の成果 →「北斎の町」のクローズアップ
- ・栗菓子店が並ぶ一角(信金・郵便局・酒屋含む)が車通りに面し、生活空間として騒音がうるさいのを解決しようという動機が発端となり、居宅部分を奥に持つに際し、店舗部分のデザインの統一が行われる。後の修景事業の核に。
→民パワー →「栗の町」のクローズアップ
- ・修景事業の核が周辺の町並みにも波及。
- ・竹下内閣「ふるさと創生1億円」を、「花の町」づくりのため、町民希望者をヨーロッパの花の町に勉強に行くツアー参加費(一人当たり:20万補助・+20万枠で無利子貸し付け)にあて、9年間にわたり、オープンガーデンへの布石となる庭造りの人材を育てる。→官の成果 →「花の町」のクローズアップ

・1994年、(株)ア・ラ・小布施設立。街づくりの様々な事業が事業内容。町が良くなることが「配当」であり、「配当金」は支払われない。一株50万円で、株主平等のため、一人一株に制限。町のみ2株持つが、3セクとはいっても、100万円のみのお資。国際音楽祭、国際映画祭開催など、集客・知名度アップに多大な貢献。駅舎内の閉店本屋スペースにコミュニティスペース「六斎舎」を運営し、市民活動支援にも一役。

→民パワー

⇒ 人口12,000人の町だが、観光客が年間120万人も訪れる町に。

(関部長からのまとめ)

- ・どの町にもその町の歴史はあるはず。その歴史と町の個性をどう生かせるかがポイント。
- ・まずは自分たちが楽しむ為という発想から始まる。他人や観光の為だけを考えると案外成功しない。
- ・賢い町長の政策と町のトップリーダーである栗菓子店(3店舗)のセンスの良さ・自分の会社のことだけを考えない精神・リーダーシップがうまくかみあったのが小布施。町がですぎても民をつぶす。町役場が民に協力しないのもうまくいかない。絶妙なバランスが重要。
- ・「金さえ出せばよい」というのではなく、常に「金あるならそれで人を育てる」という観点が重要。

(まちを視察しての感想)

- ・リピーターも多いのがうなずける修景である。センスのグレードが高い。
- ・視察当日も平日ながら、メインスポットにはすごい数の観光客がおり、驚き。
- ・栗菓子店は工場も高さで町並みを壊さないように、地下室で対応する心意気がすごい。
- ・街の雰囲気オープンである。
- ・オープンガーデンの多さにはびっくり。
- ・町営「フローラルガーデン小布施」、6次産業センターには客が少なく、心配。

!! >>さいたま市への視点

1. 自治体の規模の違い、外部文化との接触交流状況の違いは決定的だが、盆栽村など狭い区画に限って応用することは可能ではないか。
2. 「人を育てる」観点から、オープンガーデンにおける人材育成の方法には学ぶところ大。
3. 観光にはコンセプトが大切。何でもかんでもひとまとめにして回遊性をもたせようというのは危険な発想。
4. 合併などにより、地域性などが「多彩」になった反面、統一イメージが描きにくくなっているが、歴史・まちの個性などは、やはりその土地その土地のポイントごとにひろっていく必要がある。
5. 街づくりを楽しみながら中心になってリーダーシップをとれる人材の育成が必要。

以上