

思索

GCIによる生業づくり・人づくり・まちづくり。

そのきっかけが地縁店づくり・にぎわいの森づくり。

まちづくりを普遍的に捉え、都市設計全ての基調を、思索する。

平成31年度春、いなべ市新庁舎の森の中に「にぎわいの森」がオープンする予定です。

そこには、森を活かしたピクニックゾーン、いなべが本来持っていた自然環境で遊べる再現ゾーン、いなべの風土を活かした農場があり、それらに囲まれた場所に、パン屋、ビストロ工房、スイーツ、カフェ、フードブティック等のお店が並びます。

森の中に点在するお店は、300mの距離でつながります。名古屋、大阪といった都市で自らを切磋琢磨し高い評価を得ているオーナー達が、都市からの延長ではなく、地域や人々と関わりながら、いなべを起点に自然、農、食を提案するチェーン店ならぬ「地縁店」をオープンします。

地縁店とは、いなべの暮らしの豊かさを、商品だけでなく世界観やセンスとして店丸ごとで伝える店のことです。

これは、支持される店づくりに不可欠な社会的マーケティングの有効性のみならず、人々が森の径（みち）を歩き、いなべの自然を遊んだり、人々との出会いを楽しんだりといった、ゾーン全体に多様な機能、来街動機をもたらします。

また、各店で就業するスタッフや関係

者の中から、新たな生業人を生む可能性をもたらします。

更には、新しい農業の経営者を生む農業学校をはじめ、多様な人々に向けて日々の暮らしを豊かにするワークショップやプロを育てるトレーニングも行います。

「にぎわいの森」に関わる人々が、やがては、住居を構えたり、各地域でインディペンデント（＝独創的）な活動を始めることでしょう。こうして地域のナレッジキャピタル（＝知的資源）が育ちます。「にぎわいの森」は、いなべ市内各地域と繋がる人づくりの場でもあるのです。このようなまちづくりにおける「にぎわいの森」の正当性や既に出始めている成果を語るのではなく、本書は、まちづくりを普遍的に捉えた場合の実例がいなべ市「にぎわいの森」となるよう考察するものです。

同時に以下に提示する思索は、理念、コンセプト、事業スキーム、設計、デザイン等といった、いなべ市「にぎわいの森」にとどまらず、都市設計全ての基調となることを改めて論じるものです。

何故なら、その理解の重要性を日々の中から感じているからです。



暮らしの豊かさ・地域の関わり

地域の関わりに立ち、労働観を見つめ直す。

それは、稼ぎと仕事に大別される。

労働観を通じて見えてくる、暮らしの豊かさ。

誰もが「豊かさ」を望んでいます。ただし、望む豊かさは、時代と共に形を変容させてきました。それでは、今、私達を感じる「暮らしの豊かさ」とは何でしょうか。

暮らしと一言で言っても、労働、衣食住、余暇、教育など様々な分野に拡がります。

そこで、私達の暮らしを分野で切り取り、その変容の要因を考察し各々の分野に共通しているものが何かをあぶりだすことで、豊かさとは何かを考える契機にしたいと思います。

人々が暮らす村の語源は、人が群れるの「ムレ」が「ムラ」に変わったと言われています。

人が群れ、定住することで村が生まれ、村では一人ひとりが自分の暮らしにとどまらず、他の村人の暮らしに関与しながら暮らしていたということを、村の語源が示しています。

村人達がかつて持っていた労働観も、

村人が互いに関係し合って暮らしてきたことを表しています。

例えばキノコを栽培し、出荷し、現金を得る行為は稼ぎと言ひ、森に分け入り採れたものを離れて暮らす家族や近所の人々に配る行為は仕事と言ひました。また、村人総出での屋根の葺き替えのための労働も仕事と言ひていたそうです。労働を稼ぎと仕事と言ひた形に大別していたようです。ここで言う仕事とは、地域ボランティアとか、自治会の寄り合いといったものに近いイメージなのでしょう。

つまり、村内では自分や家族の生活を維持するための労働を稼ぎとし、他の村人と関わり、地域の暮らしをより豊かにするための労働を仕事とし、稼ぎと仕事を区分していたのです。暮らしを豊かにする仕事のほうが、稼ぎよりも価値があるものと村人達は捉えていたのです。

この労働観は、衣食住のみならず、祭り、余暇といった分野にも及んでいることは言うまでもありません。

また、村に限らず、村から離れ都市や町に移り住んだ人々がつくったコミュニティにもこの労働観が見受けられました。

一方、こうした地域で生まれ育つ子供達と、そうでは無い子供達とでは、地域の関わり方が違ってきます。

前者は地域での記憶、思い出が後者に比べ、豊かになり易く、後者は他者との関わりが自己完結に近いが故、前者に比べ地域での記憶、思い出が希薄になります。

都市社会学では、対象者の追跡調査の結果、前者の子供達の方が、後者の子供達と比べ、ポジティブに生き方を捉える傾向が強いともいわれています。

前者、後者の是非、稼ぎと仕事の批評ではなく、また捉え方の異なる豊かさを乱暴に言い切るものではありませんが、暮らしの豊かさを考える上では、人それぞれの地域との関わりが重要となるでしょう。



地域の諒解と多様性

1人ひとりの地域との関わり方の知恵。
ひとつは諒解、もうひとつはダイバーシティ。
衆知な社会、地域を作る知恵。

今日では、あまり使われなくなった言葉に「諒解」（りょうかい）という言葉があります。

この言葉は暮らしの豊かさに直結する地域との関わり方を考える上で、私達に何らかのヒントを与えてくれるものです。

諒解とは…。何らかの判断を必要とされる時には、集団内では反対、賛成など様々な意見が出てきます。そのような場合に稚拙に賛否を取れば、遺恨を残しかねません。それを避けるためには、時間をかけて互いに納得、承知出来るまで話し合う、理解し合うことが必要です。その過程で相手の事情を汲み取ったり、思い遣ったり、否定しないといった感情で意見を調整した結果、新たな策が見つかるケースも多々あります。このような理解の形を諒解と言う言葉で使っていました。

今日、私達が暮らす社会は、自由で民主的な社会のように見えますが、自由の指向が不平等を生み、平等の指向が自由を損なうといった構造的ジレンマを抱えている社会でもあります。言わば振り子のように振れる社会なのです。こうした社会のジレンマは、私達の日常の暮らしにも、私達の考え方にも大きく作用しています。

危うく脆い社会（地域）において諒解は先人の生み出した知恵なのではないでしょうか。

私達の地域や街を例に挙げるなら、居住者と来街者（ヨソモノ）や移住者、現事業者と新規参入者の間にも言えることではないでしょうか。双方が危うく脆い地域（社会）に立っているからこそ諒解し合うことが大切なのではないのでしょうか。

時の権力、支配からの解放、自由の意を持つと思われるリバティ。リバティを経て、社会、地域を自由に捉えた意を持つと思われるフリーダム。そして時を経て、自分と同質的ではない者を認める寛容さ、多様性の意を持つダイバーシティ。このダイバーシティのある社会とは、有意義で前向きな議論を起こすことで、地域を柔軟にし、各々が立場の違いを尊重しあい、共存共栄できる社会なのです。

地域との関わり方を考えることは、私達一人ひとりの暮らしの豊かさを模索する上で大切なことであり、地域との関わり方として諒解とダイバーシティを基調とすることが、私達一人ひとりの暮らしの豊かさを模索する上での答えだと先人達が語っているのです。



都市からではなく、地域から見る

都市から見た地方の単一性でなく、そこから見えてくる地方の多様性。

そこから見えてくる地方の可能性への挑戦。

これこそが、地方創生の本意。

日本の都市化は、農村から勤労者とその家族達の流入によって進展してきた歴史であることは異論のないところです。

一方、都市への流出先であった農村では近代化等により農業の発展はあったものの、都市化により農村自身の多様性が喪失しました。

商いとは、秋に縄を綯（な）うと言う言葉をその語源に持つと言われていきます。これは、農家の人々が農閑期に副業として稲等を加工し、寺社等で開かれる市で販売したことを指します。

また、こうした農家の副業を取りまとめる流通業者や加工に使う道具を専門的に作る工業者等が発生したともいわれています。農村には多様な人々が従事する社会構造を持っていたという意味を、この商いという言葉は示しています。時を経て、膨らみ続ける都市に対して、農村はどうなっていくのでしょうか。

一例として、農村は農業だけではなく、工場といったいわば都市の生産地と

なってきました。その後は、ロードサイド店、大型ショッピングセンター等、都市型のチェーン店の進出先となりました。このようにして農村の持っていた多様性が弱まってきたのです。

これらは農村の変容の是非を都市論的に問うものではありません。社会が変われば価値は変わっていくものなのです。

農村の失いかけている多様性を、再び作り出す時には、都市の価値観で見るのではなく、農村が持っていた多様な人々が従事する社会構造がそうであったように、農村（地域）自身を見つめ直し、作ることが大切であることを日本の都市化の歴史は物語っていると考えられます。

都市に対する農村とは、現在の地方と呼ばれる所であったり、大都市周辺の旧農業地帯であったりと様々ですが、私達の多くは、こうした地域で暮らしています。農村の問題は、すなわち私達に関わる地域の問題、暮らしの問題でもあるのです。



一人ひとりの働きがい

地域振興、地方創生を暮らしの豊かさから考える。

すると見えてくる。稼ぎから仕事へ、
そして働きがいへと模索する人々の姿。



これこそが、地方の持つべきキャピタル（=資産）なのです。

地域の活性化にあたり、失いかけている地域の多様性を、地域自らが地域を見つけてつくること。すなわち、地域の経済、産業振興に対して、私達の暮らしの立場、私的レベルから見た私達一人ひとりの働きがいという視点からアプローチすることは、とても大切な事ではないでしょうか。

地域に多様性をもたらし、地域資源を活かした振興策が重要であるといった抽象的な言葉ではなく、一人ひとりの働きがいという視点からアプローチする必要があります。

もともと、都市と農村の関係論で既述したように、農村（旧農村も含む）が都

市部への人材供給源であったために、地域（農村）の人材が絶対的に少ない傾向にあります。そのような中で働きがいを見つけることは、人口減少の進行と進まぬ都市化や移住の問題も関係しており非常に難しいことです。だからこそ地域振興が必要なのです。地域の産業振興を私的レベルの働きがいに置き替えて捉えたように、地域の産業も壮大（大きくて立派な意）なイメージで捉えるのではなく、個人レベルの起業や就業というイメージに置き換えてみてはどうでしょうか。

地域と関り無く稼ぐ暮らし方では働きがいを感じることはできません。先の村人達が持っていた稼ぎと仕事に価値を見出す労働観のように地域の資源（風土、環境、自然等）と関わりながら稼ぐこと、

すなわち衣食住遊といった暮らし方丸ごとが地域と関わる暮らしと仕事が同一上につながった世界を作り出すことで働きがいや暮らしの豊かさを感じることが出来るのです。

このような中から一心に仕事に打ち込み、日々の暮らしを大切にするといった生業像が見えてきます。都市から見る起業、就業と地域から見る起業、就業の差は生業の背景にある暮らし丸ごと観の有無によって生まれてくるものなのです。

都市を含めた他地域、或いは当該地域の人の私的レベルから見た仕事、働きがい、起業、就業、生業化はその受け皿となる当該地域の諒解とダイバーシティの有無が関係することは既に理解のところでしょう。



共鳴共感・暮らし丸ごと・地域丸ごと

.....
個々人の暮らしの豊かさを起点にし、
地域の多様性、人々の働きがいへと挑戦する様は、
地域のナレッジキャピタルを育てる。



生業人からは、その立ち居振る舞いや
仕事ぶりを通して、暮らしのさま、衣食
住遊といった暮らし方丸ごとが見えます。

更に彼らが暮らす地域の諒解、多様性
が加わり、地域丸ごとの暮らしぶりに、
人々は暮らしの豊かさを感じ取ることが
出来ます。

この豊かさは、ナレッジキャピタルと
いう地域の知的資本と呼べるものです。

ナレッジキャピタル形成のストーリー

やそれを構成する一つ一つを人々が見て
知った時、人々は私的レベル、個々人レ
ベルでリアルに地域のナレッジキャピタ
ルを感じ取り、共鳴、共感するのです。

なぜそのような共鳴や共感が生まれる
かという、都市と農村地域について既
述したように、都市から農村を見て農
村（地域）が失くしてしまったものを考
えるのではなく、地域から都市を見ると
いった自身を再評価したものから見えて

きた価値こそが地域のナレッジキャピタ
ルだからです。それは、都市では見えづ
らくなったものなのです。

地域への来街者増を目指す観光化、地
域の居住者増を目指す産業化、定住化し
かり、これまで考察した暮らしの豊かさ
の思考に立った上で、初めて得られるも
のなのです。



町と店

まちづくり、都市設計の知見。多様な地方、地域には、店づくりも不可欠。
しかも生業人による地縁店が。



町という漢字は、土を耕す田にT字型に田に通じるあぜ道の丁が加わりできたとされています。この道のそばに家が建てられ、人々が集まり、集落ができました。それらを含めて町というようになったのです。

丁(てい)は、丁(ちょう)とも読みます。丁(ちょう)とは、1丁目、2丁目といった町の範囲を示すものとして現在も使われています。町を考える時、その距離や範囲から何かを掴むことは有益です。

本町1丁目、2丁目とは、どの街にも存在するといっても過言ではありません。長い所は、本町1丁目から7丁目位まで存在します。ただし、人の往来で活気がある範囲は、1丁目から3丁目辺りまでです。それ以降は駐車場や住宅といった少し寂しい雰囲気が変わっていきます。

1町(丁)は約109mです。つまり

距離にして300mの範囲は、人々が町の一体感を感じられるほど良い距離といえるでしょう。

一方、本町1～3丁目と4～7丁目とは、人の歩くスピードも異なります。前者は歩くスピードが遅く、後者は前者に比べて早いのは、歩く目的の多様さの違いから生まれるものです。歩くスピードが遅いということは、人との出会いを拡げ、賑わいと刺激を町にもたらします。

つまり、目的が混在(用途の多様性)することで人々が町の活気を感じやすくなるということもいえるでしょう。300mの範囲に人々の暮らしの様々な用途に対応する歩くゾーンを設けることは、町にとって有益なことと思われま。

単一機能群を都市の中に個別にゾーニングした都市計画への反省でもあります。

複合機能群を都市の中にゾーニングすることは、社会の変容と都市の変容に伴い新たな知見を得てきた都市計画、都市

設計の成果でもあります。

人と町との関係を都市設計に活かす例えとして既述しましたが、丁(ちょう)が町(ちょう)という町の呼び方を音読みで生みしました。

訓読みの町(まち)と店(みせ)は平安期に生まれ、ほぼ同義語として扱われていたといわれています。

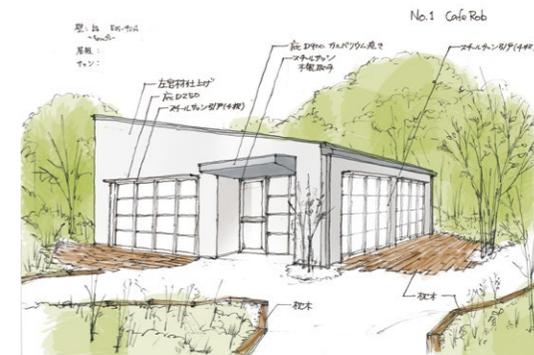
平安期は、貨幣経済が発生した時期であり、役人とその家族以外にも、生産手段を持たない商人(あきないびと)が都を中心に集まり始めた時期でもあります。その時代に店(みせ)と町(まち)が、ほぼ同義語として使われ始めたところからも、暮らしを多様なものとするためには、店の存在が不可欠といえます。

ただし、社会は変容しています。都市のようなチェーン店ではなく地方や旧農村では、生業人による地縁店が有益なことは既に述べたことです。

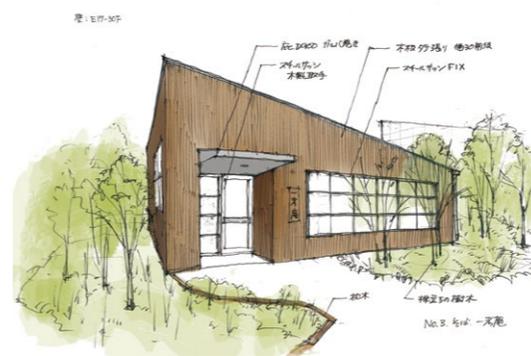




Ikuta Food



Café Rob



Ikko-an



Peu Frequente



Ra vie relier

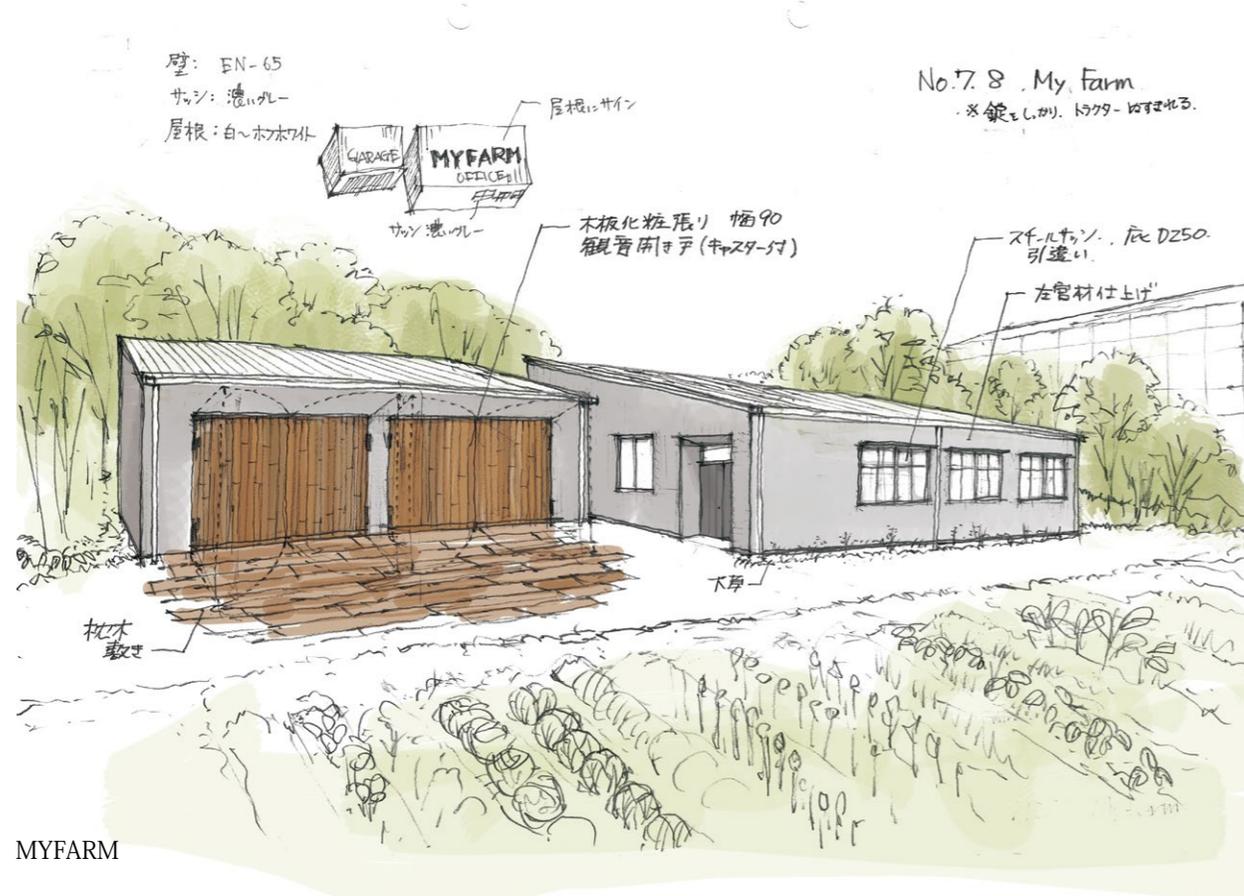


FUCHITEI

深い緑、淡い緑、明るい緑等、
 緑の色相を通じた森の深み感は、いなべ市が持つ風土性。
 これを主役とするため、左官・大工・鍛冶屋の手仕事を、ことさらに強調することなく、
 その質感を活かすため、建築をモダンデザインからアプローチします。

立場を超えて

まちづくりの知見は、諒解の姿勢から。



MYFARM

ギリシャの哲学者であるプラトンは、社会全体を思考し、指導する哲学者を、都市を設計する都市設計家になぞらえました。都市を設計する行為は、社会全体を設計することに直接繋がっていたからです。つまり、都市や町を形作る主体者は都市設計側の人々だけではなく、そこに暮らす人々であると、今日の社会では、その意味を置き換える必要があります。

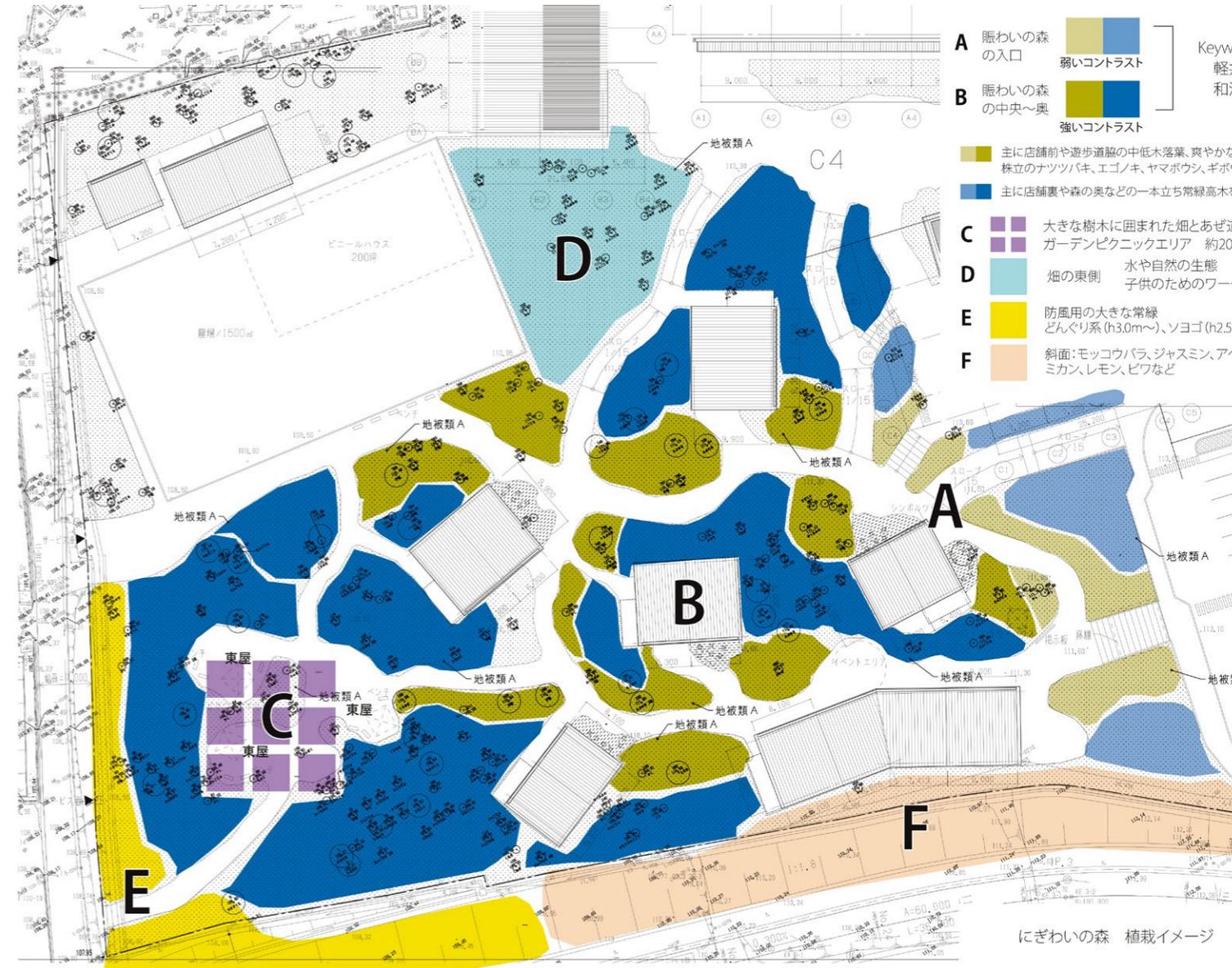
何故なら、街区の機能、利用目的を単

一化したゾーニングにより計画された都市に対して、ブロックの距離を短くして、人が歩ける範囲にしたり、新しい建築と古い建築、住居とオフィス、公的施設と店やダウンタウンと大学等を混在させたりすることで、都市の多様性と人々の多様性がもたらされるからです。このようにして都市の活力が上がり、人々の支持が高まります。

また、こうした考え方が、市民の側、

つまり暮らす人々の側から出ると同時に、都市設計の側からも出てくることで、より一層活力ある都市が生まれてくるのです。

都市設計側の人々とそこに暮らす人々との諒解に繋がる一助となることを願い、町や地域、社会を人々の暮らしの豊かさという観点で考察を進めてきました。



にぎわいの森 植栽イメージ

いなべ市の地場植物を活かした森と小径で囲まれた一周 300m でつながる各店舗。

これらを更にピクニックゾーン、農場農学校、遊べる自然環境復元ゾーンがとり囲み、さらにその外側には、河川、田、森、集落が点在し、山々へつながる、3層構造。

これらを使ったワークショップ、ピクニック、散歩、自然遊び等、多様な人々が滞留できるグランドデザインを、動線構造からアプローチします。

いなべ

見ている先はGCIの世界。この世界はすべからく創造力が問われる。

創造力は、下を向いた思考から生まれない。

前を向く人づくりがまちづくり。

「にぎわいの森」とまちづくり、都市設計、いなべ活性化についてまとめます。

「私達の暮らしの豊かさを地域との関わり方から考えてみましょう」「私達の暮らしの豊かさを働きがいから考えてみましょう」いなべ市は、こう考えます。いなべの風土と豊かな自然、仕事と暮らしが一本の線で結ばれ、生業人が集まり、新たに生まれること、それが都市が失くしていったいなべ流の暮らしぶりなのです。

諒解でつながる多様な人々による地域、暮らし、仕事丸ごとが、今後持つべきいなべの暮らしの豊かさとして、この世界観がGCI（グリーンクリエイティブいなべ）なのです。

私達のまちづくりの模索の試みは続きます。生業人が、いなべで生業を起す試みと、地域の空き家・空き店舗で起業する試みは、いなべ市の阿下喜でオープンした「暮らしのシュレ」「上木食堂」…へとつながりました。

既に実績のある生業人だからこそ、地域と暮らしと仕事一本の線で結ばれた暮らし丸ごと感に共鳴するのです。

いなべの地で求める生業モデル、地縁店化、新たな都市設計の試みは、いなべ市新庁舎と共に出来上がる「にぎわいの森」の各店へとつながります。

こうした生業人が集まる、生まれる試み続けることは、いなべ流の多様な可能性を創ることにつながると考えます。

いわば、いなべの材を財へと高める、風土産業（＝地域の風土的な特性に根ざした産業）をいなべ自身が大切にすることは、地域内の人々にいなべ流の仕事先、職業、食べていける生業、生きがい等の多様性をもたらすと考えます。

いなべの材を財へと高め風土産業をいなべ自身が大切にすることは地域外の人々に、いなべ流の過ごし方、楽しみ方への支持と多様性をもたらすと考えます。

上記の様な、やや壮大でどちらかというと若者の生業像だけではない生業像もあります。

生業人は地域との関わり無くしては成立しません。

例えば、若者の生業人が地域の技術やスキルを保有する経験を重ねた生業の先輩である年齢を重ねた方達と繋がり、そ

の事を仕事に活かすということです。

生業の先輩達も若者達との交流により、自らの価値を再認識し、働きがい、生きがいを見出すことでしょう。

また、地域の若者達、子供達が生業人達の仕事に関わり就業することで、その仕事ぶりや考え方、暮らしぶり等を学び、背中を見て生業人になっていきます。

そうすることで地域を見直し、いなべ市の各地域に定着していくことになるでしょう。

生業をキーに出来上がっていく、いなべGCIストーリーの有効性。それは地域の人々に向けた様々なキャンペーン活動の実施、都市の人々に向けた様々なマーケティング活動実施に連なり、ブラッシュアップされ続けていきます。

いなべ流の暮らしの豊かさがつくる世界観を表す言葉をGCIとすること、GCIに基づくいなべの前向きな姿勢を表す言葉をローカルセンスとすること、その理念を持ちGCIな人々が生業でつながるまちがいなべだということを、都市と諒解していきます。





一方、暮らしの豊かさは、キレイ事や理想形のみでは成り立ちません。稼ぎはとても大切です。

食べていける生業が大切です。稼ぎには方法論が必要です。方法論はマーケットから生まれます。

マーケットはつくるのが出来ます。ある人がある街に行きました。その街はとても良い雰囲気でした。そこで街中に店を見つけました。その店も何となくその街らしい雰囲気を湛えていました。

思わず店に入りました。その店の商品、サービス、人、デザイン、雰囲気すべてが街の雰囲気の良さと同じくらい良いものだと感じました。お店で街の魅力を色々と知ることが出来ました。また来たい、もっと知りたいと思いました。

このような連鎖は人と街・店・商品・サービスが一体的にマーケティング出来ている結果だといえます。

マーケティングとは人と対象物の間で等価交換以上に価値を高める仕掛けの総

体を表わします。

マーケティングには社会性、街、地域の一体性が重要なのです。そこからマーケットが育ち動き始めます。

いなべ市はその切り口を GCI に求めています。一方、その街に惚れて開業した店を地域が諒解しなかったら、どうなるでしょうか。街を訪れた人は街にお金を使うでしょうか。街中の他の店がその街には存在し得るでしょうか。

そのような街ではマーケットは育ちません。だからこそ、いなべ市は地域の諒解とダイバーシティを重要視しているのです。その上に成り立つ働きがい、生業を重要視しているのです。

こんな所で商売が成り立つのか、そもそも出店する人はいるのか、人が来るのかなど幾多も耳にしてきました。しかし、成り立つ実例をわれわれは目の当たりにしてきました。

マーケットはつくる事が出来るのです。知らず知らずのうちに、いなべ市で

商売が成り立つのか、人が来るのだろうか、下を向いた思考に陥りがちになりますが、このような思考から得るものは少ないのではと考えます。

何かを求める、可能性を求め、前を向く姿勢。いなべ市は、その切り口をローカルセンスに求めています。ただし、マーケットは生きている人、常に動く人が対象です。不断の努力が重要なのです。

ローカルセンスから創造される GCI の世界観をもとに生業を進めることで、いなべのマーケットが育ち、食べていける生業へと育っていきます。

それは、いなべのダイバーシティを諒解し合う風土が基調となるものです。

ローカルセンス、GCI、生業、マーケットを分子に、諒解、ダイバーシティを分母にして、自ら（おのずから）、自ら（みずから）つまり、自然（じねんしぜん）とナレッジキャピタルを持ち得るようにマーケットは育っていくものなのです。

GCI
Green Creative Inabe

volume 02
思索

GCI
Green Creative Inabe

volume 02 思索

見ている先は、GCIの世界。