

基調講演

エネルギーを生み出すためだけに集まって、エネルギーのための議論をし、そしてエネルギーを皆で分け合う、これだけだと長い間、関わり続ける人がいないかもしれません。また、多くの人たちは、この運動を継続していくことが難しいと考えるかもしれません。

ここで言う“コミュニティ”とは、いわゆる“地縁型のコミュニティ”を想定している場合が多いです。自治会とか町内会、婦人会、老人会、子ども会、同じ地域に住んでいるからこそ、結びついているという地域の縁でつながれた形です。“同じ地域に住んでいるのだから、一緒にエネルギーを生み出したらどうか”と。こういった形が多いような気がします。

一方で、興味が一致する集団、これを仮に“テーマ型”と呼びますが、テーマで集まっている集団があります。「サッカーが好きだ」「焼酎が好きだ」「鉄道が好きだ」とか、同じ興味で集まっている、同じテーマで集まっている人たちのコミュニティが、今、力をつけています。この人たちは、ひょっとしたら同じ地域に住んでいないかもしれませんが。鉄道が好きなのは、世界中にネットワークを持っているかもしれません。

同じ興味の結びつきは強くなる一方ですが、地縁型と呼ばれるコミュニティ、つまり、自治会、町内会という結びつきは、最近、弱まっていると言われてます。自治会に加入しない、あるいは、高齢化が進み、若い人たちがなかなか町内会に参加してくれないということも起きています。この“地縁型”と“テーマ型”をいかに組み合わせるかは、コミュニティを考える際に非常に重要です。エネルギーをコミュニティの方から考えていこうという時にも、大事になってくると思います。

「みんなエネルギーについて考えましょう」と言うだけでは、エネルギーの“テーマ型コミュニティ”を作っていくのは難しいかもしれません。色んなきっかけで集まった人たち、つながった人たちがエネルギーを考える、あるいはエネルギーと一緒に共有していく、そういった順序の方がいいのではないかと思います。

現在、同じ地域にいるからこそつながっているという“地縁型コミュニティ”は力を落としています。一方、“テ

ーマ型コミュニティ”は増加しています。NPO、サークル、クラブ活動やフェイスブックやミクシーと呼ばれるインターネットのツールの中でもコミュニティが存在しています。

コミュニティでエネルギーを考えようというコミュニティパワーを“地縁型コミュニティ”ばかりで考えていくのは、コミュニティデザイナーの立場から見ると少し不安になります。この2つが上手く一致したようなまとまりがないのかと思います。エネルギーというのは、ご承知のように、遠くで生み出しそれを送電するとロスが生じます。ある一定の近さが大事です。

同じ地域でエネルギーを生み出してそれを使う。地産地消、地産近消と呼ばれるようなエネルギーの使い方が最も効率が良いと思います。そういった意味では、地縁型が重要だと思います。しかし、現在の“地縁型コミュニティ”は高齢化しています。若い人はいないし、マンションに住み、どこに誰が住んでいるのか分からない状態になっています。確かに、“地縁型コミュニティ”は重要ですが、“地縁型コミュニティ”だけでいくとすると、少々難しいと思います。そこで、いかに“テーマ型コミュニティ”を“地縁型コミュニティ”に取り入れていくかが重要になってきます。

「ラーメンが好きだ」「焼酎が好きだ」という個々の集まりの人たちが、どうやってエネルギーを考えて、エネルギーを共有していくのか、この力をどうやって結集していくのが重要になってくると思います。



昔は、地縁型でエネルギーを地産地消していました。町内会でエネルギーを作り、自分たちで使っていました。中山間や離島地域などいろんな地域に行きますと、40~50年程前は、自分たちでエネルギー作っていた話を聞くことがあります。昔使っていた発電機なども見せていただいたことがあります。

兵庫県に金山集落がありました。名前の通り金が取れた集落です。現在は、廃村になりましたが、昭和48年頃まで人が住んでいた場所です。この集落は最後の20年間、つまり戦後から、昭和48年頃までは自分たちでエネルギーを作っていました。近くにある沢を利用した水力発電です。沢の水を風呂桶3杯分ほどのコンクリートに貯め、そこから水を落とし発電していました。この集落は20世帯でしたが、沢から生まれるエネルギーで、この世帯が使いきれないほどの電気を発電していたそうです。

この集落では、電気を貯めて置くことができなかったため、発電機から生まれた電気は、即座に全員が使わないといけない。使いきれないと発電機が壊れてしまう。ですので、村中に裸電球が吊り下げてあり、一晩中、電気が煌々と照らされ、「不夜城」とも言われていたそうです。幾つかの電力会社から、電力を提供するので、小水力はやめて、電気を買わないかという誘いが盛んにあったそうですが、村は拒み続けたそうです。この村は使いきれないほどの電力を、自分たちの身近な所で生み出し、ロスなく皆で使い、維持管理を自分たちで行っていました。このようなことが実際に40年程前に行われていたのです。

このような話を聞くうちに、人のまとまりの中で電力を分け合っていくことは大事だと思う一方、昔の集落に戻るのには難しいと感じました。私は、コミュニティデザインの仕事をしていますが、このコミュニティデザインと言うものが、何か役に立つのであれば、エネルギーと関係づけて活動していきたいと思っています。

私のコミュニティデザインにおける、仕事のフィールドは、公園のマネージメント、地域に住んでいる市民の皆さんと公園を元気にしていきたいと思いますというプロジェ



クトやデパート、商店街、集落、郊外住宅地、医療施設や福祉施設などといったコミュニティを作っていくというものです。

ここからは、幾つか事例を取り上げ、“地縁型コミュニティ”と“テーマ型コミュニティ”の違いとコミュニティがまちづくりをどのように進めていくのかというお話をご紹介させていただき、パネルディスカッションでは、人の集まりをどうやってエネルギーに結びつけていくのかをお話したいと思います。

最初は、公園のお話をいたします。兵庫県の県立有馬富士公園の例です。私どもは、もともと公園などのデザインを行っていましたが、公園自体のデザインを行わなかった最初のプロジェクトです。

兵庫県庁の依頼は、この公園のマネージメントを行い、公園が完成したら多くの人々が訪れる運営計画を作りたいとお話でした。

この公園の近くに「人と自然の博物館」という博物館がありました。この副館長は、「公園には園長がいない。美術館や博物館には館長がいるが、公園には園長もいなければ、迎え入れてくれる人もいない。アメリカにはパークマネージメントというものがあり、公園を運営するという発想がある。日本で初めて、有馬富士公園にパークマネージメントを導入してみてもどうか」という提案を兵庫県にされておりました。

基調講演

私は、たまたまその副館長との縁もあり、このパークマネジメント事業を引き受けることになりました。また、日本では例のないプロジェクトでしたので、副館長の指導を受けながら、そのパークマネジメントに挑戦することにしました。このパークマネジメントについて、いろいろと勉強をするうちに、公園の中に遊具を配置するだけでは来場者は飽きてしまう。そうではなく、公園の中にコミュニティの方々がやって来て活動する。特に、「テーマ型のコミュニティ」の方々がやって来て活動をしていただくのが一番効果的であるとわかってきました。

有馬富士公園に行けばわかりますが、中央にあるのがパークセンターです。そのパークセンターに行くとホワイトボードがあり、公園内のどこで、どんな団体がどんな活動を何時にしているのかがリストで書かれています。

例えば、午前中は「水辺の生き物観察会」、午後からは「森の音楽会」、夕方からは「星を見る会」が開催され、誰でも無料で参加できます。家族づれでしたら、この公園で一日中遊ぶことができます。

この公園の周辺にはいろんな活動をされている方がおりましたので、「その活動を公園でしてみませんか」と誘って回りました。40団体程に声を掛け、初年度は、「林の道づくり」「水辺の生き物観察会」「竹ひごと和紙で凧を作る団体」など22団体の協力をいただくことができました。中には、天体望遠鏡のマニアの方のご協力もいただき、公園内で子どもたちに天体望遠鏡の魅力を伝えていただいております。

有馬富士公園での活動団体は85団体にまで増えました。その団体が毎日公園で何かを行っています。有馬富士公園の年間の来場者数ですが、オープンした平成13年は年間約41万人、5年後には約70万人、11年経過し、来場者がほぼ倍になりました。これは大変珍しいようです。

有馬富士公園でのテーマ型のコミュニティ活動ですが、22団体からスタートし、今や85団体にまで増えました。1団体が約200人のファンを作ります。多いところでは1,000人になります。

活動団体の数が増えること、活動の頻度が増えること、そういったことが来場者を増やす要因になったと考えられます。活動団体が来場者数を増やしていったのです。

このように人がつながる仕組みを作ってから、エネルギーへ展開する方向もあっていいのではないかと思います。もちろん、エネルギー側からコミュニティを作る方法もありますが、そうではない方法でエネルギーにアプローチする方法も可能性としては、十分にあり得る気がします。

引き続き、大阪府の泉佐野丘陵緑地公園の例です。大阪府でも公園の運営をしたいとお話がありました。泉佐野丘陵緑地は、これから図面を作成する段階でしたので、計画段階から関ることができました。そこで、公園の作り方を変える提案をしました。

この公園の計画は、図面は2割しか作成されておられません。残りの8割は山のままです。一応、山の中は

園路を通し、拠点となるトイレや農機具小屋は置きますが、他は何も作らないという計画です。つまり、公園を作るのではなく、公園を作るコミュニティを作ることです。

年間に30人ずつ、パークレンジャーと呼ばれる公園を自分たちの手で切り開き、公園を作っていく人たちの集まりを作っていく。これを10年続けて、この人たちを育てながら公園を切り開いていくという計画を作りました。ハード整備費は2割です。本来ハード整備費に使うはずの8割をソフトに回しました。

まず、2009年から、パークレンジャー養成講座をスタートしました。

全11回の養成講座をすべて受講しないとパークレンジャーにはなれません。パークレンジャーになると大阪府知事が認定した認定証が授与されます。ゆっくりゆっくり公園を作るという方法です。

森の中の木を切り開いて公園を作っていくわけですが、どれくらいの年齢層のどのような人を集めようかと考えた時、仕事を引退し、力をあり余した65歳以上のベテランの方が最適ではないかと考えました。チラシを作成し、限定30名の募集をかけたところ、30名を超える申し込みがありました。

毎年11回の勉強会を開催し、25名～30名のパーク

レンジャーが誕生します。今年は5期生になり、これまでに約120名のパークレンジャーが生まれ、森の整備に取り組んでいます。

ハードとソフトのことを考えれば、公園の作り方が変わるのではないかとことです。公園のハード整備に10億円かけると、維持管理に毎年2,000万円ずつかかり、10年で2億かかります。10年間で合計12億円かかるわけです。しかし、泉佐野丘陵緑地公園の場合は、ハード整備に2億かけ、ソフトは毎年3,000万円。10年間で3億。合計5億で済み、なおかつ300名のパークレンジャーが誕生し、皆様方をお出迎えしてくれるわけです。

このようにハードとソフトの作り方を組み替えるだけで、公園のあり方、迎え入れるホスト側のあり方が変わってくるわけです。

続いては、鹿児島市の天文館のマルヤガーデンズの例です。コミュニティデザインをデパートでできないかという相談でした。今は、ご存知の通り、デパートに行かない傾向があります。大型ショッピングセンターに出かけたり、インターネットで買い物をする人が増えております。そのような人に、一生懸命働きかけても、デパートに来てくれない。そこで、コミュニティがデパートの中で活動する仕組みを提案しました。



基調講演

地下1階から屋上まで、ガーデンと呼ばれる空いたスペースがあり、ここに地域のNPO、サークル団体、クラブ団体が日替わり、週替わりで入って来て、いろんな活動を行う。そうすると、もともとデパートに行かなかった人たちも呼び込み、人の流れが生まれます。マルヤガーデンズがオープンしたのは3年前ですが、商業施設の中のスペースを買物集会所と呼んでいます。買い物ができる集会所のイメージで、デパートとしては、珍しい雰囲気になっています。このイメージは、有馬富士公園を垂直に積み上げたようなイメージです。マルヤガーデンズでは、デパートに興味のない人たちが、デパートに入ってくるきっかけを作ることができたと思います。

最後は、香川県観音寺市の「観音寺のまちなか再生計画」の事例です。人口62,000人の観音寺市のとある商店街の方に呼ばれました。商店街の皆さんはこれまで、まちづくり、商店街活性化に取り組んできたそうですが、なかなか上手くいかないと嘆いていました。この商店街には50～70代しかいません。若い人はほとんどいない状態です。一度、商店街の方に紹介していただき、まち歩きをさせていただきました。何もない所に何かを発見するのが私どもの仕事です。

町中を歩いていると面白いことに気がきました。店の中にもう1店舗入っているお店がたくさんあったのです。例えば、下着屋の中にケーキ屋が入っていたり、着物屋の中にパン屋があったり、他にもクリーニング屋の中に餃子屋があったりと大変珍しい光景でした。こういったことは、観音寺市だけではないでしょうか。そこで、商店街のお店をすべて1店舗の中に2店舗まとめる「店の中の店プロジェクト」というものを提案いたしました。

戦後の商店街と言えば、商品は置けば売れる時代でした。しかし、今の多くの商店街は、陳列棚には売れる物しか置いていません。空きスペースがたくさんあるわけです。そこで、地域の若者にそのスペースを活用してもらうことにしました。

どうすれば、若い人に会えるのかが一番のポイントでした。商店街の皆さんと何度も話し合いましたが、



なかなか良いアイデアは出ませんでした。最終的に、商店街の年輩者は、若い人と知り合えないという結論に達しようとした時、思わぬ所からこのプロジェクトが動き始めました。

商店街のとある年輩の方が、一人で飲みに出かけ、自分の写真を撮り、「今宵もはじまりました」というタイトルでフェイスブックに投稿し始めました。すると、この商店街の年輩者たちも、皆一人で飲みに出かけており、皆で、「つぶやきあい」が始まりました。次第にこの「つぶやき」に参加者が増え、ついには「今宵もはじまりました」というフェイスブックに専用ページが立ち上がり、今では、全国のユーザーがこの「今宵もはじまりました」に参加しています。

また、この商店街の年輩者は「今宵TV」というインターネットを使った番組の放送まで始めました。すると、番組の撮影会場に多くの人が集まるようになり、ついには、そこに若者の姿が現れ始めたのです。この中の数名の若者がこの商店街でカフェや雑貨店の出店を希望しており、現在、その実現に向けた「店の中の店プロジェクト」が進行中です。

このように、この人のつながりができた時に、「エネルギー」のことをどう考えるか。商店街の年輩者ならではの発想がでてくるのではないかと思います。

コミュニティデザインをできる人がまだ少ないです。デザイナーでもあり、まちづくりや人と人をつなぐアイデアを出してくる人たちがいません。コミュニティデザインをできる人を育てなくてはなりません。

来年の4月より、日本で初めてとなるコミュニティデザイン学科を山形市にある東北芸術工科大学で始めます。東北の復興を支援しながら、現地で学生を育てていきます。ここで学んだ学生が、将来ふるさとに戻りふるさとを元気にするようになればと期待しています。

最後にまとめになりますが、「地域づくりは、遠回りしない幸福論」であると思います。大きなエネルギーに頼る方法もあるかもしれませんが、人とつながり、自分たちでエネルギーや活動を生み出す。この時に生まれる幸福感があるのではないかと思います。

盛んに景気回復が叫ばれております。「景気回復が上がり、売上が伸び、給料が上がり、クルマを購入する、さらに友達を誘って旅行へ出かけ、みんなで美味しいものを食べる。最終的に皆で絆を再確認する」というのは、目的が単に「皆で絆を再確認する」ことであれば、非常に遠回りのような気がします。ここまで遠回りしなくても、皆で絆を再確認することは簡単です。

まちの中で、皆で集い、楽しいと思えることを一緒にやると友達も増え、新しいことも知る。自分に役割も増え、毎日笑顔になり、笑い、健康増進につながります。

人とつながるとこのような良い点がたくさん出てきます。まちに関わることで、皆でエネルギーを生み出す共同のプロジェクトを進めることによって、1人ではなかなか達成できない充実感を何度も味わうことができます。こういったことは、特に景気が回復しなくてもできることです。あまり遠回りして幸福を見つけなくても良いのではないかと思います。

経済をドライブさせるために、何かと遠回りをさせられることがあると思いますが、我々はその見極めないといけないと思います。

テーマは何でも良いです。今までつながっていなかった人たちと一緒にプロジェクトを行うことによってコミュニティが生まれます。「地縁型コミュニティ」も大切ですが、もし、そのコミュニティが弱ってきたら、楽しいことを皆で行う「テーマ型コミュニティ」を作っていくことも必要だと思います。この「地縁・テーマ型コミュニティ」のミックスが地域の次世代のエネルギー生み出し、まちづくりに展開していくと思います。人がつながることによって、エネルギー問題などあらゆる問題が解決していくと思います。

