

安芸市における地域活性化について

～人物を活かしたまちづくりの提案～

1140426 北村将嗣

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

近年の日本では、少子高齢化などの社会問題が深刻な状況となってきており、特に市町村を取り巻く現状は、極めて深刻な状態であると言える。その要因と考えられるのは、長引く景気の低迷、少子高齢化の進行、経済・雇用環境の悪化等であり、地域間格差の拡大などを背景に危機的な財政状態もこうした問題として挙げられる。これらの状態から鑑みるに、地域経済の活性化は必須、というより、急を要する極めて重要な課題である。

2. 背景

本研究では、安芸市の地域活性化を取り上げる。安芸市に焦点を当てた理由は、私自身が安芸市に在住しており、人口減少・高齢化が進んでいく現状を身近に感じ、安芸市に対して危機感を抱いたことがきっかけである。実際に私の身近な友人達を始め比較的若者が、進学や就職などで安芸市を離れ、高知市や県外などで住んでいる。つまり、若年層の人達が地元を離れていくことで安芸市の人口減少はますます悪化していくことが明らかであり、そうなると高齢化率にも大きく影響してくる。統計的に見てもわかるが、安芸市の人口は1990年では23,739人であったが、2013年では19,047人と4,692人も大きく減少していることがわかる。また、高齢化率に関しても見てみると、2005年では29.14%だったが、2010年には31.9%と上昇している。数字によっても安芸市の問題点を改善していかななくてはならないことが読み取ることが出来る。

若者が地元を離れることで地元の農業や工芸などの文化の後継人不足が深刻な問題となり、安芸市の第一次産業が徐々に衰退していくことになる。そうなると安芸市の財政状況も悪化が進むばかりで財政力が衰えていき、経済が成り立たなくなってしまう。このような人口減少・高齢化が進むことで考えられる様々な問題の改善を急務として取り組んでいかななくてはならない。こういった現状を見て、安芸市を活性化させ、人々が豊かで生きがいを持てる「まちづくり」をするに

はどうすれば良いのであろうか。

3. 目的

そこで本研究の目的は、安芸市の地域活性化の取り組みとして、安芸市出身の人物を町の魅力として活用する手段について模索し、活性化にどう活かしていけるかについて、そのメカニズムを解明・提案していくことである。

4. 研究方法

本研究では、安芸出身の岩崎弥太郎を活用して地域活性化へと導く方法を研究していく。その理由として、岩崎弥太郎は、三菱財閥の創始者であり、商いの神様と呼ばれるほど人物であることから魅力のインパクトとしては大きいと考えるからである。

岩崎弥太郎を活用したイベントの代表ともいえるものが、「土佐・龍馬であい博」と「高い甲子園」である。これらに関するヒアリング調査を行い、現状と課題を分析する。そして、安芸市を活性化していくためのさらなる取り組みについて提言していくこととする。それにより、より良いまちづくりの方法についてまとめてみたい。また、その過程で、他県で有名人を活用して、地域おこしに成功した事例を調査・分析し、安芸市にどう適応させることが出来るかを検証・提案していくこととする。

5. 安芸市についての概要

5.1 安芸市の歴史

土地的視点からの歴史では、安芸市の地名は16世紀までこの地帯を支配していた安芸氏という豪族の人物が由来であるとされている。672年の壬申の乱に敗れて土佐に流された左大臣・蘇我赤兄の子孫と称した豪族・安芸氏が、代々安芸地方を領有し、戦国時代末期、四国統一の軍を進める長宗我部元親との合戦に滅びるまでの約300年間、土佐7豪族の中でもその権威と名門を誇っていた。

その後、長宗我部氏の時代は約30年間続いたが、江戸時代に入ると土佐藩領とされ、藩主・山内一豊の重臣・五藤為重が安芸を知行することになり、以後、明治に至るまで歴代支

配してきた。

明治時代になると村や浦が合併を繰り返し、1889年に9村となり、1897年には安芸村が町制を敷き、安芸町となり、1943年には穴内村が安芸町に合併した。1954年に8町村が合併して安芸市が誕生した。

商業的視点からの歴史では、江戸時代まで遡る。その時代では、安芸地方の山間部からは木材・薪・炭・が豊富に採取され、これらを安芸川・伊尾木川を利用して筏で河口まで運び、船に積み替えて大阪市場まで送られた。当時、大阪市場へ送られる土佐薪の量は、市場全体の6割を占め、多い時には薪代金が1年間に銀1万貫もあった。これは土佐藩の収入銀の約2倍に相当し、その大半が安芸郡の所得であった。安芸だけでなく近隣の田野・奈半利・野根も木材の移出港として栄え、安芸郡を中心に土佐廻船業は発展し、大型廻船が次々作られるなど海運で安芸は繁栄した。現在でも海運業で栄えた以前の町並みの名残が伺えるほど移出港として繁栄した当時の凄さが想像出来る。



図 5.1 過去の安芸漁港の情景

5.2 安芸市の特色

安芸市は、県都・高知市から東へ約40キロに位置し、南は土佐湾に面しており、北は四国山地に背にする美しい自然に囲まれた高知県東部の中核都市である。

安芸市は、食材面では全国最大級の施設園芸地帯からなるナスは出荷量で日本一を誇り、健康野菜としてミョウガやしとうなどの収穫も行われており、柚子やちりめんじゃこの産地として豊富な食材が揃っている。

また、文化面でも明治時代の野良時計、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された土居廊中の町並み、岩崎弥太郎生家と三菱グループ源流の地、書道・童謡・陶芸のまち、阪神タイガース・大学・高校野球のキャンプなど、「歴史と文化の香るまち」、「スポーツキャンプのまち」としての魅力を有

している。

6. 岩崎弥太郎について

6.1 岩崎弥太郎の生い立ち

岩崎弥太郎は、1834年12月11日に、土佐国安芸郡井ノ口村（現在の高知県安芸市井ノ口）の地下浪人の家に生まれる。

1854年、初めて奥宮慥齋について江戸に出て、昌平黌の教授であった安積良齋の門下に入り、教えを受けた。その2年後には、弥太郎の父、弥次郎が井ノ口村の庄屋と喧嘩して重傷を負わされる事件があり、帰郷した。その際、藩の役人に不当を訴えた弥太郎が逆に投獄され、約7ヶ月間の入獄を体験した後、出獄したが、追放処分となり、高知城下近郊の神田村に移り住んだ。この時、弥太郎は25歳で吉田東洋の門下生となり、後藤象二郎や福岡孝弟らと知り合うこととなった。

1859年、吉田東洋の推挙で郷廻りの役に就き、初めて長崎へ行った。しかし、語学力の無い弥太郎は外国商人との交渉ごとが苦手であり、翌年無断で帰国したため、職を解かれてしまった。東洋の死後は、後藤象二郎に登用され、藩の開成館や土佐商会でその手腕を発揮する。

1870年、開成館大阪商會が設立され、弥太郎が経営にあたる。1ヶ月後には、名称を九十九商會と改称する。現在の三菱の商標である菱形文様はこの時決められたということである。翌年の1871年に廃藩置県に伴い、土佐藩所有の船舶の払い下げを受け、1872年には三ツ川商會と改名した。1873年に三菱商會と改名され、これを契機として発展することになった。

三菱は、1874年の台湾出兵や1875年の江華島事件、1877年の西南の役では軍事輸送を担当することにより、政府の保護を受けることになった。国内諸海運業ばかりでなく、英国のP&O汽船の成果までも利用し、“東洋の海上王”と呼ばれるまでに大成した。しかし、政府は三菱の独占を警戒して、品川弥次郎らが設立した共同運輸株式会社と対抗させた。両者は激しい貨客の争奪戦と運賃の値下げ競争を繰り返して、その結果、共倒れ状態になり、ついに政府が仲裁に入り、両者が合併し、1885年に日本郵船会社を創立した。だが、弥太郎はその結果を見ないまま、同年2月7日に病死した。弥太郎の死後は弟の弥之助が跡を継ぎ、三菱財閥発展の基礎を作った。以上の経緯により、現在の三菱財閥が成り立っており、岩崎弥太郎の生い立ちとなっている。

7. 安芸市内での取り組み

これまでに安芸市内で行われた岩崎弥太郎を活用したイベント等の取り組みとして「土佐龍馬であい博」と「商い甲子園」のヒアリング調査を行い、その報告と私の見解を述べていく。

7.1 「土佐・龍馬であい博」

2010年 1/16~2011年 1/10(360日間)

- ・観光客数 総人数：924,903人 1日当たり 2,567人
- ・安芸会場 総人数：113,017人 1日当たり 313人

当時放映されていた「龍馬伝」の人気は非常に高く、年間平均視聴率は18.72%で、最高視聴率は24.4%にもなった。この人気ぶりを最大限に活用し、PRした観光イベントが「土佐・龍馬であい博」である。

「土佐・龍馬であい博」では、高知県の各地で観光施設を設置して「龍馬伝」のPRを行い、龍馬が脱藩した時に通った山道やドラマ中に登場してきたジョン万次郎や中岡慎太郎、岩崎弥太郎の縁のある高知市・土佐清水市・梶原町・安芸市の4会場に彼らに関する歴史などの情報を展示していた。これにより「龍馬伝」で興味を抱いた視聴者を観光客として誘致することに成功し、多大な経済効果を得ることが出来たことからこのイベントは成功を収めたと考える。

▽「龍馬伝」放映による経済波及効果

試算時期	経済波及効果	試算に当たっての主な前提			
		直接効果	間接効果	宿泊客数	日帰り客数
09/10月	234億円	144億円	90億円	+8%	+15%
10/4月	409億円	251億円	158億円	+17%	+25%
11/2月	535億円	342億円	193億円	+19%	+29%

図 7.1-1 「龍馬伝」による経済波及効果

また、以前の2006年に放送されていた「功名が辻」をきっかけに、であい博と同様の観光イベントである「二十四万石博」が高知市で開催されており、「龍馬伝」の影響力がどれほど「土佐・龍馬であい博」に影響を与えたのかを比較してみたいと思う。下記の図5.1.3-2を見てみると明らかに来客数が「土佐・龍馬であい博」に劣っていることから、いかに「龍

馬伝」の影響力が大きいかが伺える。

▽「土佐・龍馬であい博」会場への来場者数

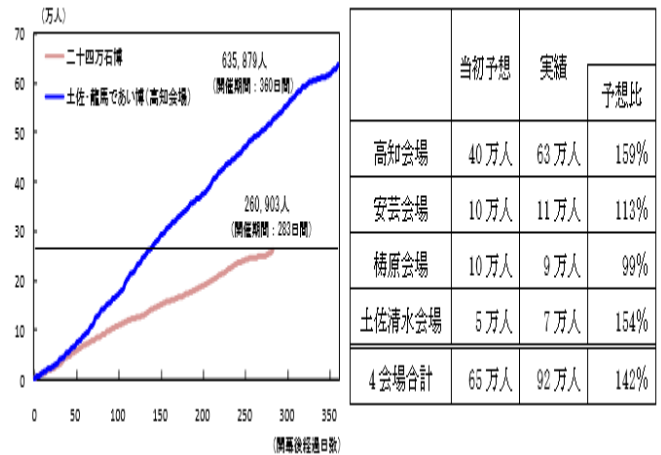


図 7.1-2 土佐・龍馬であい博と二十四万石博との比較

安芸市には岩崎弥太郎の生家という魅力があるため、これをPRするために岩崎弥太郎こころざし社中というサテライト会場を設置し、岩崎弥太郎についての歴史や資料などを展示していた。そのため、連日こころざし社中には多くの観光客が訪れており、例年に無いほどの賑わいを見せていた。この岩崎弥太郎を魅力とするPRは成果が出ていたのではないかと考える。

課題 1

・龍馬伝としての一時的な盛り上がりで終わってしまい、龍馬伝を通して安芸市自体の魅力を観光客へアピールすることが不十分だったと推察する。龍馬伝に関する観光目的だけでなく、安芸市の豊かな食材や市の雰囲気などの魅力を感じてもらい、安芸市という市の良さを求めてまた観光にみたいと考えるリピーターの創出が出来なかったことが考えられる。

改善 1

・「土佐・龍馬であい博」と連動して安芸市内で安芸市の特産品を扱った物産展やグルメ大会などの食に関するイベントも行えば、食べ物を通して県外からの観光客に安芸市の食べ物は美味しいという好印象を与えることが出来たのではないかと考える。安芸市は上記の5.2（安芸市の特色）でも挙げたようにナスや柚子、ちりめんじゃこなど美味しい食べ物が豊富であることが強い魅力なのだから、これらを観光客の人達に知ってもらう機会を設けることが最も重要だったと考える。岩崎弥太郎の生家だけでなく安芸市という地域としての

ブランド力をもっとアピールしていかななくてはならなかった。

課題 2

・安芸市では岩崎弥太郎の生家や岩崎弥太郎こころざし社中などの観光施設を見るだけで終わってしまい、日帰り客や別の地域に宿泊客を逃してしまったことが課題であると考えられる。桂浜や高知城などの中部主要観光地と幡多地域(四万十や足摺)では、日帰りより1泊2日が多くなっており、特に幡多地域は2泊3日の割合も高いことが図 5.3.1-3 から読み取ることが出来る。

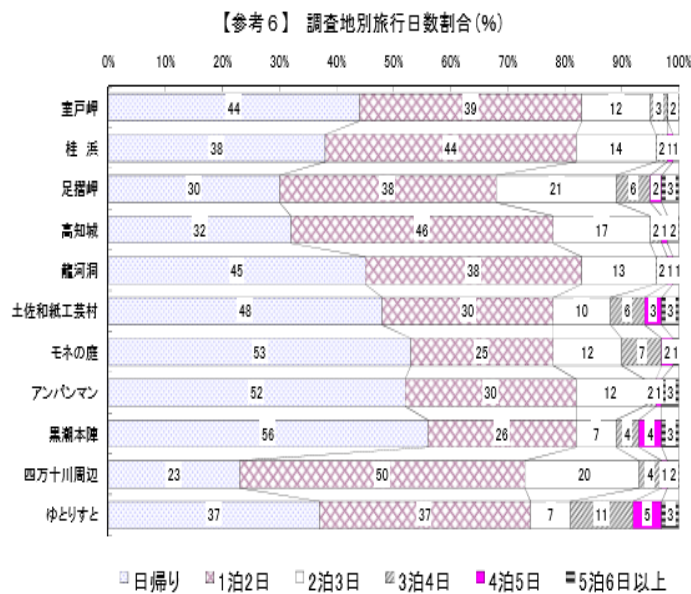


図 7.1-3 平成 22 年度 観光客 宿泊動向割合

改善 2

・幡多地域で宿泊客が多いのは、幡多地域では移動距離が長いために訪れたら一泊しないと行きたい観光地をすべて回れないという状況が考えられる。これは、高知県の横に長い地形特有の状態なので致し方ないと考えるが、東部地区も西部と条件としては、ほぼ同等であると言えるので文句は言えない。そこで安芸市は、近隣の地区と連携体制をとり、イベント期間を他市と繋げることで東部地区に行けば、どこかでイベントが行われているといった戦略を立ててはどうだろうか。東部の各地区のイベントを回って、明日には帰らなくてはならない、疲れきった観光客は帰る翌日のことを考えて、なるべく西の地域で宿泊したいと考えるはずである。そして、必ず通る安芸市は宿泊施設が充実しているので安芸市で宿泊し、翌日に帰るといった思惑がうまくいけば課題も改善する

のではないかと考える。

7.2 「商い甲子園」

「商い甲子園」とは安芸市商店街内で高校生を対象とし、各学校のオリジナルテーマに添って工夫を凝らした商品の展示・販売方法などを競う安芸市商店街が独自で始めた大会である。東京から招いた経営の専門家や安芸商工会議所メンバーらの覆面審査員や買い物客が出場チームを評価することになっている。最優秀賞の「岩崎弥太郎賞」や優秀賞の「安芸本町商店街振 岩崎弥太郎郎組合賞」など7賞が与えられる。

この大会は毎年、高校生達の夏休み期間を利用して行われており、開催期間も真夏の炎天下で行うことを考慮して、1日限りで、しかも、約3時間程度しか行っていないというものである。また、各自の商品を販売して得た利益はその学校の利益として扱うように設定しており、費用計算や利益計算など「商い」を学ぶにふさわしい主旨となっている。

大会の目的としては、商いの神様とも言われた岩崎弥太郎の承認魂を生誕の地である安芸市で高校生にも「商い」の面白さや大変さを学んでもらい、岩崎弥太郎のような商人を目指してもらおうという目的で2008年から開催されている。また、大会の終了後には、参加校の学生達または実行委員の方達と交流会というものを催しており、各学校間の触れ合いを通してコミュニケーションを学ぶことも大会の目的の中に入っている。

なお、「商い甲子園」という名称は、「商い」で名を成した三菱財閥創始者・岩崎弥太郎が安芸市出身であることから、商いと安芸の「あき」をかけるとともに、同市をキャンプ地とする阪神タイガースの本拠地が「甲子園」であることから命名された。

以下の文章では、(元)全国「商い甲子園」実行員長の方にヒアリング調査を依頼し、調査してきた報告と私の見解や分析等を述べたものとする。

開催された当初の平成20年度、参加校は高知県では山田高等学校、安芸桜ヶ丘高等学校、愛媛県では愛媛県立東温高等学校の3校でチーム数は10チームという小規模の「商い甲子園」だった。しかし、毎年継続して開催し、高知県内のすべての高校に「商い甲子園」のPRと招待状を送ったり、県外の高校に対しても招待状を送ったりするなど、精力的にPR活動を続けたことによって少しずつではあるが、参加校を増やすことに成功した。その結果として第7回となる平成24

年度の「商い甲子園」では大分県の大分商業高等学校や安芸市と姉妹都市提携も結んでいる兵庫県の龍野北高等学校、愛媛県の愛媛県立三島高等学校、宮城県の明成高等学校などが参加してくれたことで全国的な広がりを見せることができた。参加校は16校になり、チーム数は26チームにまで規模を拡大することが出来た。この成果を分析すると、初めて「商い甲子園」を開催した時に県外である愛媛県の東温高等学校の参加が大きかったのではないかと考える。高知県内の高等学校ばかりが募って大会を行うのも悪くはないが、同県民ばかりではやや話題性や文化が似通っていて他の人達からの注目度は集まりにくいのではないかと考える。そういった意味では、県外から東温高校が参加してくれて、愛媛県なりの文化などの新しい風情を与えてくれたことが最も大きいと考える。

「商い甲子園」の当初の形式としては、愛媛県の東温高等学校は地元の特産品などを持ち寄って販売を行っていたり、高知県の桜ヶ丘高等学校は学校の教育の一環でネット通販を通して購入した既製品を出品し、販売をするといった形を取っていた。だが、第4回の開催頃になると、各高校生達が自分達自身で企画したり、または、商品ができるまでに何か携わった商品を持ち寄って販売を行うといった、より本格的な販売方法へと変化していった。特に第5回の「商い甲子園」では、これまでは食べ物ばかりの販売物であったが、愛媛の東温高等学校が石鹸を自分達で作って販売を行い、なおかつ、買い物客の前で男子生徒が石鹸を使って洗顔をするといったデモンストレーション販売を実行した。それにより、買い物客も商品に対する注目度が高まり、購買力が増大したと考える。そして、買い物客が商品を買って帰ろうとすると、試供品という訳ではないが、ジュースというような品をもう一品、おまけで提供するといった販売方法に変化させていた。この東温高校の販売の仕方は、これまでの「商い甲子園」ではなかった方法であったので、より新鮮味があり、買い物客との接し方を考慮した気遣いを感じさせた。

同高校は「商い甲子園」が開催される前日に安芸市に到着し、生徒達に安芸市とはどういう所なのかを肌で感じ取らせるために歴史民俗資料館や書道美術館などを見て回らせている。そして、夕方になると駅前です翌日の「商い甲子園」のチラシ配りを行い、宣伝活動も行うなど、大会の審査項目には無いことでも自主的に活動し、「商い甲子園」を盛り上げるための活動をしている。ただ、大会の時間内だけでアピール活

動をし、物を売るという定型式の行為だけでなく、人と接し、買い物を通して交流を深める意義を自分達で考え、行動に移した東温高等学校の生徒達は本当に「商い甲子園」に対して真剣に準備してきたのだとヒアリングをしていて感慨深く思った。

また、学生達自身が石鹸販売を企画・製作したことで、買い物客から商品についての詳細を聞かれたとしても上手く説明することができ、買い手が買いたくなるようなアピールポイントも捉えていたことから、自分達で企画したオリジナル商品だからこそそのPR方法なのだと考えた。

その他にも、オリジナル商品を販売している高校の買い物客への商品のアピールの仕方と商品をネットなどで仕入れて販売している高校のアピールの仕方とを比較してみると、やはり前者の方が商品への思い入れや商品の強みや良さ、販売しようとする気迫が違ったように感じたと話していた。

高校生達の「商い甲子園」に対する姿勢や販売している懸命さを見て、「商売をする」というのはどういう意味を持たなくてはならないのか、気持ちの持ち方や姿勢などを今まで以上に良いものにしていかなくてはならないと改めて学び直すことができるという話を聞き、若い人達が「商い甲子園」のような人と触れ合う機会の中で及ぼす良い影響力は双方にとって大きいと感じた。

愛媛県立西条高校のある教師が、高校生達が商店街に集まってただ獲得した賞の良さを競うのは、一つの楽しいイベントとしては良いことだけれども、教育的視点から見た限りではそれと同時に、参加したことによって安芸市の商店街がどれだけ活性化するか、という影響力を高校生達に実感させることがイベントに参加する意義や目的にするべきであると言っていたという話を聞いた。安芸市の商店街を活性化させるために学生一人一人に自分が参加することで生まれる影響力があるのだと考えさせることで、活動の目的に意義を見出し、イベントを通して様々なことを学んで人間的に成長して欲しい、という考えがあつての持論なのだろうと思った。そういったそれぞれの学校の中で独自の方針に基づいて「商い甲子園」に臨んでいるとしても、安芸市の商店街が活性化するために自分達が出来たことをいろいろ考えてくれている学校もあるのだと知り、とても嬉しい気持ちになると同時に、これからの交流を深め、繋がりを何よりも大事にしていかなければならない。

課題 1

・これまでは「商い甲子園」の開催当日に店を構える場所を抽選で決めていたが、入口付近の店と真ん中付近の店の売上高に差が出てしまい、公平性が課題となった。

改善 1

・事前に抽選を行っておいて、あらかじめに出店する場所を決めておくことにする。それによって、開催当日に他の高校よりも少し不利な場所なっても慌てなくて済むことや不利な場所なりにでも対策を考えて当日を迎えることが出来るようにしたことである。これにより、誰が不利な場所になるかわからない状態であり、かつ対策を取れる期間も均等であるため、公平性の課題は改善出来ると考える。

課題 2

・毎年ごとに参加校が増えて来ている現状を鑑みて、このまま参加高校が増えていくと、出店するチーム数も増えることになり、現在の安芸市商店街の規模では入りきらない状態になってしまうことや、買い物客の呼び込みも行ってさらに集客しなくては、売上額が上手く分配されずに大赤字となってしまう高校が出てくるのが考えられる。

改善 2

・参加校が想定以上に増えてしまった場合には、高校生の夏休み期間の間に開催する回数を 2 回に分割し、1 回分の負担を分けることで出店スペースのゆとりや売上額の分配などの均等を確保できると考える。しかし、同じジャンルの商品を販売する機会を 2 回も開催してしまっただけでは買い物客の興味を惹きつけることは難しいと考える。そこで、ジャンルを各開催毎に変更することでまた違った楽しみやバリエーションを広げることができると考える。具体的には、1 回目の開催では食べ物のジャンルで販売を行い、2 回目の開催では石鹸のような生活用品といった例で開催すれば、買い物客のマンネリ化は防ぐことが出来るかと考える。

課題 3

・商店街側は、「商い甲子園」で商店街を活性化させたいと考えているが、安芸市役所側はイベントを通して安芸市自体を活性化させたいと考えているために商店街側と行政側の目的の重点が食い違っている。そのため、まだ上手く連携が取れていないので、民間が主体となって「商い甲子園」を運営している現状では、さらにイベントの規模が拡大してくると深刻な人手不足になってしまう。

改善 3

・まずは全国商い甲子園実行委員の人達が安芸市住民に対して署名活動を行い、その書類を用いて安芸市役所の商工観光水産課と正式な会議の場を設ける必要がある。その場で融和策を話し合い、お互いの総意に基づく結論を出すしかないのではないかと考える。そして、行政と商店街の二人三脚で「商い甲子園」を全国規模までの拡大化へ向かい、商店街だけでなく、安芸市自体の地域活性化に繋げて行かなくてはならないと考える。

課題 4

・オリジナル商品を製作し販売する高校とショップなどで商品を仕入れて販売する高校という風に各学校によって販売する戦略の違いが存在する。その違いによって、商品を売り込む話術や手作り感のある商品だから買い物客から好感を得やすいといったように売上に影響が生じた事例が出たことが課題である。

改善 4

・オリジナル商品を製作している高校と商品を仕入れている高校の評価をする判断基準を区別して行うことにした。各高校にもそれぞれ諸事情を抱えている中で、自分達なりの戦略を用いていることを考慮して審査をしないとオリジナル商品を作らなければ勝負にならないとなってしまうことが危惧されるからである。オリジナル商品を製作している高校の部門と商品を仕入れている高校の部門という感じで審査を行うことで審査は各学校に沿った基準で判断してすることで評価の公平性を保つように改善した。

「商い甲子園」に今後期待すること

愛媛県立東温高等学校が自分達の文化祭で安芸市の芋けんぴを仕入れて販売を行ってくれたということがあった事例をきっかけに、「商い甲子園」に来た高校生が「商い甲子園」を通して安芸市の特産物を気に入ってくれて、それぞれの地域の文化祭等で販売をしてくれるといった形態を以降の「商い甲子園」の中で構築していければ、さらなる安芸市の魅力の PR 活動の拡大へ繋がっていけるのでは、と期待していると話されていた。商店街自体を大きくしたい。

また、「商い甲子園」という 1 日限りのイベントだけでは地域も活性化するのは難しいので、少しでも参加してくれた高校生達の印象や充実を味わってもらえるように前回の「商い甲子園」から民泊を始めたという話を聞いた。まだ 5,6 校ほ

どではあるが、現地で宿泊することで英気を養い、イベントに向けて臨む意識を高めるといったことや、一度宿泊した旅館が気に入ってくれば、次年度以降の参加の時にもずっと利用してもらえることになるなど地域間の繋がりが結べるのではないかと期待しており、これから民泊してくれる高校を増やして行くつもりであるとのことだ。そして、いずれ最終的には、安価で民泊が出来るようなシステムを作り、すべての参加校の生徒達に民泊をしてもらうことで、前夜祭を企画したり、各学校間の交流が親密なものにしてもらって、もっともっと「商い甲子園」を盛り上げていきたいと話していた。

8. 人物を活かした活性化事例

8.1 熊本県小国町の事例

熊本県小国町は、郷土の偉人である医学者、北里柴三郎が提唱した「学習と交流」の精神を受け継ぎ、人材育成事業によって町の活性化を図っている。それを担っているのが、町の外郭団体で、九州ツーリズム大学や「おぐに自然学校」などを主催する財団法人学びやの里である。九州ツーリズム大学は、地域の資源を活かしてツーリズムを実践していく人材の育成、情報の発信、ネットワーク作りを行っており、学びやの里が事務局を務めている。また、小国町は、「農山村の地域資源や生活文化を基盤とした新しい体験型の旅のスタイル」をツーリズムとしている。

北里柴三郎は、当時の北里村（現小国町北里）に生まれ、破傷風の血清療法の発見と、純粹培養法の確立は彼の大きな業績である。福澤諭吉などの援助を受けて伝染病研究所を設立し、日本の近代医学に大きな足跡を残した。自らの体験を元に「学習と交流」を提唱し、実践したその精神を受け継ぎ、将来に繋げることをねらって町が学びやの里構想を企画したことが成り立ちである。

九州ツーリズム大学は、1996年に開講し、小国町を主なフィールドにしながらか、町から100km圏内の周辺地域をキャンパスに見立てている。町内では、フィールドワークとして各集落入り込んでの地域資源探索や旅館でも「おもてなし研修」、農家直売所での実習、農業体験、ジャージー牛の乳搾り体験、町の伝統的な「草原のうさぎ追い」などをカリキュラムに組み込んでいる。

入学者は、当初は地方在住の定年組が多かったが、最近では若者や女性、都市居住者が増えている。2006年度の10期までに1,500人の卒業生を送り出している。卒業生の年齢は、

10代から70代と幅広く、卒業生は九州を中心に全国に広がっている。

「おぐに自然学校」は、九州ツーリズム大学の初等教育機関と位置づけており、自然との触れ合いを通じた環境教育や食農教育のプログラムを提供している。幼児向け自然学校、週末自然学校、ファミリー向け自然学校のほか、短期・長期のキャンプやエコツアーといった自然体験に加え、環境教育セミナーや自然体験活動の指導者養成講習会なども開いている。これは、子供達に対して、体験を通して成長期において自然と触れ合うことの大切さを伝えている。

北里柴三郎の生誕地である同町北里地区は古くから教育に熱心な土地柄だったことが背景にあり、私塾や私立の小学校など、多数の教育機関が開設された。毎年6月にはこれらの施設を利用して、北里柴三郎博士祭りを開催している。このように北里柴三郎の理念や志などを汲み取り、町の伝統として昔より現代へと受け継いでいる。その他にも、「学習と交流」の精神に基づく施設を建設している。それが「木魂館」である。

1988年に建設した「木魂館」は小国の伝統的構法である置き屋根をヒントにボックス（箱型断面）梁という新構法を取り入れた、研修と宿泊の機能を持つ建物である。学びやの里もここを拠点にしており、各種のシンポジウムやコンサートなどが開かれ、町の地域づくりの中心施設となっている。

同町は新しい地域づくりとして、町制施行50周年にあたる1985年に、木の復権を目指した「悠木の里」づくりを始めた。当時、熊本県の呼びかけた日本一づくりに呼応したものであった。木造建築による地域デザインづくりから始め、山村での暮らしの質を高める取り組みに繋がった。

以上のような徹底した北里柴三郎の理念に基づくまちづくりを地域住民が長い時間をかけて積み上げてきたことで、独自性の高い地域づくりが完成している。九州ツーリズム大学の卒業生の中には、卒業後も同町での地域活動やイベントに関わりを持っている人や、移住した人、町内で農家民宿や農家レストランを開業した人がいるなど、小国町の魅力に惹かれた人達が多く存在している。小国町ならではのまちづくりを通して地域に活性化をもたらしている。

8.2 考察

北里柴三郎が説いた「学習と交流」を体現できるようなまちづくりの構想が地域住民の中で統一されており、地域の活

活性化に向けて全員が真摯に取り組んだ結果であると考え。また、人々の認知度が低かった「ツーリズム」という概念をあえて採用し、それを体験・学習できる機関を完備するといった活性化へ向けた高い意識のあるまちづくりを徹底して行ったことで人々の興味や関心を惹きつけることができ、地域活性化へ繋がっているのではないかと考える。

9. 今後の課題

現在の全国「商い甲子園」実行委員は10人で構成されているが、圧倒的に人員不足である。それは、安芸市商店街地域の住民の方達が「商い甲子園」を実施することで、本当に自分達の暮らしが改善されるのか、と懐疑的な思いを抱いており、意思統一がまだ徹底しきれておらずに参加することを渋る人が多いためである。

「商い甲子園」を行うことで安芸市商店街が得るメリットや影響力、人達の助力を誘う努力の姿などをアピールしていくことで「商い甲子園」に対する意識の高まりや認知度、行う重要性などを理解してもらい、どれだけ賛同をしてくれる人を増やしていけるかが、今後の課題である。

10. 結論

安芸市を活性化させていくためには岩崎弥太郎を活用して行っている「商い甲子園」の拡大が最も有力ではないかと考える。

愛媛県立東温高等学校が自分達の文化祭で安芸市の芋けんぴを仕入れて販売を行ってくれたことを事例として挙げ、「商い甲子園」にきた高校生が「商い甲子園」を通して安芸市の特産物を気に入ってくれて、それぞれの地域の文化祭等で販売をしてくれるといった形態を以降の「商い甲子園」の中で構築していければ、さらなる安芸市の魅力のPR活動の拡大へ繋がると考える。また、それを通して民間企業の注目やメディアにも取り上げてもらえれば「商い甲子園」も大々的な宣伝効果を持てることや「商い甲子園」に参加する高校に民間企業が商品の委託販売を要請してくるというような販売経路の広がりにも繋がることが期待できる。その逆もしくりで、県外高校の文化祭等のイベントの時には、安芸市の商店街などである安芸市の特産物の委託販売をその高校に依頼して、普段では販売することがない地域にも販売経路を広げることが出来るのではないかと考えている。

このように「商い甲子園」は、まだ発展途上にあるイベントであるので、規模の拡大や多角化戦略、改善方法、ビジネ

スチャンスなど、素晴らしい可能性が眠っていると考える。これから「商い甲子園」を通して様々な地域や人や企業などを巻き込んで多くの利用者を創出していくことで、「商い甲子園」自体も拡大していき、イベントを行う安芸市に企業が経済効果を期待して進出してくることが期待出来る。それにより、企業の委託販売所やこちらから物産を出荷する時に商品の管理・受注・発送などを担当する中継所のような店舗が出来るということも一つの可能性として考えられる。そうした店舗が出来ること雇用創出が生まれる。安芸市内の人材雇用が増えることでヒト・モノ・カネの流通が形成され、経済力が回復してくる。働く場所を確保して採用人数を増やしていき、民間企業と行政がタイアップする形態を構築出来れば、職場環境や福利厚生などのサポートを安芸市行政が請け負うという連携して出来ると考える。働く企業を求めて県外に出ていった安芸市の若年層の人達もこうした環境を見て、地元で働きたいという気持ちはあったが、雇用がなかったから県外に来たという理由もあった人達が安芸市に帰って来てくれるかもしれない。雇用が増えるということで、安芸市に住む人や安芸市内の商業施設を利用する顧客が新たに出来るなどといったことが想定され、Uターンしてきた若者や「商い甲子園」などを通して安芸市を知り、住んでみたいと考える人が住むことによって安芸市の問題として掲げた人口減少や少子高齢化も改善していけるのではないかと考える。

また、これから安芸市商店街と安芸市役所の目的意識の融和を図り、行政と民間が全面協力で「商い甲子園」を開催していくことを目指さなくてはならない。民間の力が主流で行っているのは、いずれは開催までの工程の処理が追いつかなくなってしまい、立ち行かなくなってしまう事態が起こりうると考える。だが、「商い甲子園」の将来性を考えるといずれは直面する問題でもある。その状態になってから対策を取ってはいは手遅れになってしまうので、一刻も早い対応が望ましい。私も、今回この話を聞き、問題の改善は難しい所であると感じたが、安芸市役所職員として双方の歩み寄りに尽力できるよう、パイプ役となり、より良いまちづくりを目指していきたいと考える。

引用文献

安芸市立歴史民俗資料館
安芸市役所 公式ホームページ
NHK 大河ドラマ「龍馬伝」の経済波及効果
安芸・岩崎弥太郎ころざし社中