



丹後の未来を創る



Kyoto Design Conference

地域と人を元気にする

「丹後の未来を創る」

第 38 回京都デザイン会議 in 丹後

京都デザイン関連団体協議会

ごあいさつ

京都デザイン会議は京都デザイン関連団体協議会（略称：京デ協／一般社団法人京都建築設計監理協会／一般社団法人京都国際工芸センター／京都伝統産業青年会／公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会京都地区／公益社団法人日本建築家協会近畿支部京都地域会／公益社団法人日本図案家協会／一般社団法人日本デザイン文化協会京都／NPO 京都伝統工芸情報センター／公益社団法人京都デザイン協会の9団体）が主催し、過去37回にわたり開催してまいりました。

あらゆるデザインに関わる企業や、行政、団体、各ジャンルのデザイナーやクリエイターたち、学生、そしてデザインに関心を持つ多くの府民の方々に少しでもデザインを理解していただき、地域の活性化に貢献できることを主目的に、毎回その時代にふさわしいゲストの方々をお招きし開催して参りました。

直近の3回の会議ではグローバリゼーションを背景に「グローバルワーキング」を考えるを統一したテーマに掲げ、年度ごとにサブテーマを設け開催。第35回京都デザイン会議では「京都で活躍する海外のデザイナーやクリエイターに何を聞きたい?」、第36回京都デザイン会議では「京都から世界に発信する各企業の方々に何を聞きたい?」、そして前年度の第37回デザイン会議では「マーケティング∞京都輝けるのか? いかに関都をプロデュースするか?」をサブテーマに開催して大きな成果をあげました。

それぞれの会議を参加型会議と位置づけパネラーによる一方的なレクチャーではなく、参加者とパネラーが双方向型の意見交換の場とし、より深い議論が繰り上げられることも目的の一つとして設定いたしました。

京都デザイン会議の主体的な運営と、「京デ協」の事務局を担当する公益社団法人京都デザイン協会は今年度で創立50周年を迎えました。その節目の年に今回のデザイン会議を初めて京都市内から京都府下宮津市にその会場を移して開催いたします。

宮津市は日本三景「天橋立」を有し、京都府が強力に推進する「海の京都」の中心でもあり、日本国内はもとより海外から訪れる風光明媚な宝物の宝庫です。この宮津市を中心として今回の第38回京都デザイン会議in丹後が京都府丹後地域、中丹地域の活性化に少しでも貢献できれば幸いです。

京都デザイン関連団体協議会 議長
公益社団法人京都デザイン協会 理事長

奈良 磐雄



第38回 京都デザイン会議 in 丹後

丹後の未来を創る

日時：2018年2月23日(金) 会場：みやづ歴史の館 文化ホール

第一部 基調講演／13:00～14:00

「行為のデザインで地域力再生を」

●講師 村田 智明 プロダクトデザイナー

株式会社ハーズ実験デザイン研究所 代表取締役社長
京都造形芸術大学 客員教授

第二部 パネルディスカッション／14:30～17:30

「丹後を繋ぐ、丹後を創る」

●パネラー 本藤 靖 本藤水産 代表／宮津トリガイ養殖研究会 会長（宮津市）
当間 一弘 Small Standard 代表／一級建築士（伊根町）
楠 泰彦 クスカ株式会社 代表取締役（与謝野町）
櫛田 啓 みねやま福祉会 社会福祉士（京丹後市）

●コーディネーター 村田 智明 プロダクトデザイナー

株式会社ハーズ実験デザイン研究所 代表取締役社長
京都造形芸術大学 客員教授

藤原 義明 第38回京都デザイン会議in丹後実行委員長
公益社団法人京都デザイン協会 副理事長
株式会社メディアホワイト グラフィックデザイナー

●総合司会 才門 俊文 第38回京都デザイン会議in丹後実行委員
公益社団法人京都デザイン協会 常務理事
才門俊文建築設計事務所 建築家

第三部 交流親睦会／18:00～20:00

「丹後を熱く語る交流会」

会場：文人墨客の宿 清輝楼 三階大広間

特別協賛イベント

●千田雅彦/松原出の二人展

●デザイナーの仕事展

日時：2018年2月23日(金)、24日(土) 10:00～17:00 ※24日は16:00まで

会場：みやづ歴史の館 2Fロビー特設会場



みやづ歴史の館

■はじめに

才門 皆様こんにちは。第38回京都デザイン会議にお越しいただきまして、ありがとうございます。京都デザイン会議は37回を数えておりますが、ずっと京都市内で開催して参りましたが、今回、初めて市内を飛び出して、丹後の地に参りました。京都全体が盛り上がるような取り組みということで、村田智明先生にもお越しいただいて、藤原義明実行委員長の下、準備を進めて参りました。

天候もありがたいことに穏やかな日となりました。デザイン会議はただゲストのお話を聞いて終わるという一方の会議ではなしに、双方向に話し合い刺激を与えあうという会議をここ数回試みて参りました。その双方向の会議を通して、何かを持ち帰っていただこうということが、この会議の趣旨でもあります。

それでは、第38回京都デザイン会議in丹後、「丹後の未来を創る」というテーマで進めさせていただこうと思います。最初に、京都デザイン関連団体協議会議長でおられます奈良磐雄様、どうぞご登壇いただき、一言頂戴できればと思います。よろしくお願いいたします。



才門 俊文／第38回京都デザイン会議in丹後実行委員
公益社団法人京都デザイン協会 常務理事
才門俊文建築設計事務所 建築家

奈良 皆さんこんにちは。お忙しい中、ご参加いただきまして、誠にありがとうございます。司会の才門さんから紹介いただきました、京都に住んでいる奈良と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

私は昨年10月に京都デザイン関連団体協議会の議長を拝命した新米です。それまでは長年に亘り三輪泰司先生が議長を務めてこられました。京都デザイン関連団体協議会は、「21世紀の新しい波を京都から!」と、京都のデザイン関連団体が協力し、個人、行政、企業にも参加を呼びかけながら「京都デザイン会議」を始めて41年になります。現在は九つの各種団体で構成しています。専門分野



奈良 磐雄／京都デザイン関連団体協議会 議長
公益社団法人京都デザイン協会 理事長

の縦割りの諸団体と、デザインをキーワードに垣根のない水平繋がり団体である京都デザイン協会が事務局となり、緩やかな関係で繋がっている組織です。昨年までの議長是三輪先生で、その、三輪先生の奥さまのご実家が城崎で旅館をやっておられまして、今はそちらでの打ち合わせがおありとのことで、夜にはこちらに合流していただけることになっています。

今日は本当に素晴らしい天気で、こんな天気はめったにないと聞きました。10時過ぎに京都を車で出て、1時間半ぐらいで着きました。車から降り、宮津湾とその向こうに雪をいだいた山々の雄大な景色を目の前にした時、本当に気持ちのいい場所で心身ともにリフレッシュすると思いました。高速道路が繋がり、これほど宮津、丹後が近くなったのかと実感し嬉しく思いました。

京都デザイン会議は今回で38回目になりますが、1994年(平成6)には、平安建都1200年を記念し「京都国際デザイン祭」を、京都・宝ヶ池の国際会議場で開催しました。イタリアからベネトンのオリビエロ・トスカーニ、フランスからピエール・カルダン、アメリカからACCD(アートセンターカレッジ・オブ・デザイン)のデビッド・ブラウン学長に参加いただき華々しく開催しました。38回目の今年、ここ宮津で開催させていただけるのは、この地域に根を張り活躍されている、京都デザイン協会の4名の会員が中心になり、3年前から京都デザイン会議の講師をしていただいている村田智明先生のお話を、丹後地域の方々にもぜひ聞いていただきたいとの、熱い想いが結実し今日に至ったということです。

本当に広い地域ですので、昼間の忙しい中、お集まりいただくのは難しいかと思いましたが、このように多くの方々にお集まりいただき感謝申し上げます。そして今日の会議が新たなネットワーク構築につながる有意義な機会になればと願っています。

才門 どうもありがとうございました。ここで京都デザイン関連団体協議会の九つの団体を紹介させていただきます。一般社団法人京都建築設計監理協会、一般社団法人京都国際工芸センター、京都伝統産業青年会、公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会京都地区、公益社団法人日本建築家協会近畿支部京都地域会、公益社団法人日本図案家協会、一般社団法人日本デザイン文化協会京都、NPO法人京都伝統工芸情報センター、そして先ほどご挨拶をいただきました奈良議長の所属されます公益社団法人京都デザイン協会です。この9団体が一つになって、京都デザイン関連団体協議会が組織されており、デザイン会議が今回を含め38回を積み重ねて参りました。

今年度の企画、運営を担当していただいております藤原義明実行委員長にご登壇いただき、ごあいさつを頂戴できたらと思います。どうぞよろしくお願いいたします。



藤原 義明／第38回京都デザイン会議in丹後実行委員長
公益社団法人京都デザイン協会 副理事長
株式会社メディアホワイト グラフィックデザイナー

藤原 こんにちは。第38回京都デザイン会議の実行委員長を仰せつかりました藤原です。私は京丹後市の網野町にあります丹後地場産業振興センター(アミティ丹後)が主催する丹後ブランド認定審査員を17年間やらせていただいております。その関係で年2、3回はこの地を訪れます。

海に囲まれた山口県・下関の生まれなので、京都市内で暮らしていると無性に海が恋しくなる時がありますが、そんな時には車を走らせ海を見によく出かけます。海はいいですね、海を見るとホッとさせられます。ですから京都デザイン会議をやるならこんなところだと、かねがね考えておりました。それがこうして実現して嬉しく思っております。

昔、宮津は丹後地域の機織りの旦那衆が儲けたお金で豪遊し、栄えた町だと聞きましたが、京都市内の西陣と同じような環境ですね。町中を散策するとその名残が随所

に見られます。自然が溢れ、新鮮な魚もあって、人情も厚い、我が故郷下関に似たこんな町に住みたいと、ここに訪れるたびに思います。先ほど奈良議長のお話にありましたように、この時期では珍しく年に一度あるかないかの素晴らしい天気です。半年前からこのデザイン会議の企画を進めてきましたが、一番の悩みは天候のことでした。特に今年の冬は何年かに一度あるかないかの異常寒波の襲来で日本海側の各地では雪による被害が続出していましたので、雪による影響それが一番の頭痛の種でした。ですがこのような素晴らしい天気に恵まれ、こんなに多くの参加者があり内心ホッとしているところです。

これから、一部は村田先生の基調講演、二部は丹後地域の各代表によるパネルディスカッションと非常に充実した内容となっておりますので、最後までよろしくお付き合いください。どうもありがとうございました。

才門 藤原実行委員長、ありがとうございました。申し遅れました。私、第38回京都デザイン会議の総合司会を務めさせていただきます才門俊文と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは村田智明先生にご登壇いただきましょう。



第一部 基調講演

「行為のデザインで地域力再生を」

講 師

村田 智明

プロダクトデザイナー

株式会社ハーズ実験デザイン研究所 代表取締役社長
京都造形芸術大学 客員教授

才門 村田智明先生は、鳥取県境港市ご出身で大阪市立大学工学部の応用物理学科を卒業され、三洋電機デザインセンターに入社されました。それから1986年に独立させてハーズ実験デザイン研究所を設立されて、皆さんお手元のパンフレットを見ていただければいいと思いますが、いろいろな賞を受賞されました。それから神戸芸術工科大学の客員教授、九州大学非常勤講師の他、2011年から17年まで京都造形芸術大学大学院にて、デザインで社会問題を解決するSDI(ソーシャルデザイン・インスティテュート)を開講し、所長を務められました。いろいろな著書を多数出しておられますし、多くの賞も受賞されてお

ます。それでは村田智明先生、どうぞよろしくお願いいたします。

村田 どうもこんにちは。村田でございます。今日はお忙しい中、ありがとうございます。すごく晴れたいいい日になってますね。自分でいうのはなんですが、かなりの晴れ男です。傘を持っていても、全然使わないことがあったり。車に乗っている時大雨でも、車から出たらパッとやむぐらい傘のいらない男であります。

さて、お題をいただいておりますのは、「行為のデザインで地域力再生を」ということでした。その前に、ソーシャルデザインの話を少しさせていただきたい。ソーシャルデザインという言葉は、皆さんも最近聞き覚えが多いと思います。2012年から「ソーシャルデザインカンファレンス」を大阪市経済局と進めてまいりまして、計4年間、カンファレンスを東京、大阪で開催し、合計60人が登壇しました。それはちょうど地域創生という言葉が起こってきた時でした。地域創生だけでなく、エコ問題やBOP問題、震災復興など、どうやってこういう社会課題の問題に名前を付けよう

かと、みんなで考えていた経緯があります。今は「ソーシャルデザイン」という言葉は、非常によく使われるようになりましたが、今日はその辺の話から入っていきます。

●サステナビリティを追求した式年遷宮

実は、そのカンファレンスを集約した本が、『ソーシャルデザインの教科書』で、2014年に出版しております生産性出版から発売しております。表紙のピクトグラムを見ていただきますと、式年遷宮の流れを表しております。



サステナビリティを追求した式年遷宮の組織図

私の友人で、東京から和歌山に移住した方がいます。その人は、和歌山の自然に魅せられて、そのまま定住してしまいました。イギリスの、サステナブルな事例をアップしているインターネット放送「GreenTV」がありまして、その日本支社で、彼は自分の会社とは別に、兼任して持っています。第1回目の日本支社のコンテンツをどうしようか、となった時に、彼は式年遷宮だと言い、僕も実は自分の本で一番最初にこの話を持ってきた、ということでお互いに盛り上がった思い出があります。

では、式年遷宮のどこがすごいのか、なのですが、ちょっとこれを見ていただきたい。まず33回の式年遷宮に関するお祭りがあります。まず一番初めにお神楽を舞いまして、種を植えるという式典があります。そして木ができて、御杣山(みそまやま)になるのですね。この間に200年から400年という時間が経つわけです。

そこから約1万2000本の木を切り取っていきます。そして神殿を作っていくのですね。その中に神宝装束というもの、今まで1300年もの間伝承してきた宝物を入れる。それぞれに設計図がありまして、例えば、宝刀一つをとっても毎回まったく同じ仕様にしなければいけない。それから造り方が分かる設計図も描いてある。ということはね、自然と技術の伝承が起こるわけですね。

壊した古い神殿の廃材はどうなるかといいますと、全国の伊勢神宮系列の鳥居になっています。それでも廃材が出るということで、この廃材が、最終的にはお札になっていくのです。余すことなく木材を使いきるのに約60年。3回分の式年遷宮を経て、すべてがリサイクルされるという形になります。しかも20年という周期はちょうどですね、師匠から弟子へ技術が伝承して、弟子が育っていくというサイクルになっています。これがあって、世界でも最長の王室の系譜が保てたのではないかな。これはまさにグランドデザインだったと私は思います。

●デザインの意味とは？

ここでデザインの意味を改めて考えてみたいのですが、ずっと調べてみますとラテン語にぶち当たります。ラテン語で「designare(デジナレ)」という言葉がございまして、意味を調べてみますと、「計画を記号に表す」という言葉なのですね。このことから、私は「デザインとは何か?」と聞かれると、ちょっと長いですが、「ある対象に生じる問題を解決するために、その対象や周囲の関係性を観察し、それをもとに思考や概念を組み立て、さまざまな媒体にに応じてわかりやすく記号化・可視化すること」と答えています。

今私が言った言葉の中に三つのプロセスが入っています。1番目が「観察と発見をすること」です。2番目が「改善のための思考・概念の組み立てをするプロセス」、3番目が「プランをわかりやすくアイコン化、可視化するプロセス」、この三つに分かれると考えています。

私は事務所を始めて、この秋、33年目になりますが、デザインというものの本質をまだまだ理解されていない企業さんに多く出会います。色・かたちのことだろう、流行りのものを外観だけ上手くカバーして、もうかるような代物、それがデザインである、というふうに解釈されることが多いのですね。川に例えると上流の方から企業の方と一緒に考えていかなければいけないのに、そこは自分たちの都合があるので相談されず、最後の出口の可視化のところだけ、「デザインやってよ」と言われることが多いのです。ところが、その段階でデザインしても、もう後の祭りですね。依頼を受けて、これをそのままデザインしても、たぶん売れへんやろうなあ、というのが想像できてしまうのですね。ですから、一度、そこで考え方をチャラにして、もう一回上流に行ってみませんか、と考えていくわけです。1番に戻る、あるいは2番に戻る。こういうことをしていかなないと、本当にサステナビリティなものではないですね。

この3番(プランをわかりやすくアイコン化、可視化する

プロセス)ですね、このプロセスがデザインだと考えられることが多い。これを、我々は普通のデザインと分けて、「狭義のデザイン」と呼んでいます。狭義のデザインとはどういうことかと言いますと、デザインというのが「図案・意匠」というふうに解釈された時期がありました。意匠・図案と訳した時点ですでに誤解が始まっています。アメリカでは、デザインのことをプランニングとほぼイコールとなっています。あと中国では、デザインは「設計」と訳されるのです。これはどういうことかという、いわゆるものをつくり上げるためのプロセスが全部入っているのです。ですから、我々が中国に行って仕事をしますと、「なぜ形だけ描いてあとはやってくれないのだ」とクレームが付くことが多いです。こういうふうに、国々でデザインに対する解釈が違うということが、この問題を引き起こした一番の原因ではないかというふうに考えています。私が勤めていた三洋電機は、デザインセクションの声が通らず、技術先行型組織で、最後に意匠だけきれいにまとめてください、という部署でした。この時期の日本の企業の間違ったデザインの解釈が、長い間日本のデザイン観というものをゆがめてきたのではないかと考えています。

いま必要なのは、色、形だけでない「行為のデザイン」です。これを加えた1番、2番、3番を同時に考えていかなければいけないということです。

●ソーシャルデザインカンファレンスの取り組み

2012年からソーシャルデザインカンファレンスを始めてまいりました。先ほどの式年遷宮が1300年続くのもそうですが、行政にも「ブランドデザインを描く」という考え方がないと、いくら民間が頑張ってもうまくいきません。行政も巻き込んだカンファレンスというものを4年間やってまいりました。

これは第1回目の参加者です。大阪のATCでやりました。BOP(「ベース・オブ・ピラミッド」または「ボトム・オブ・ピラミッド」、経済ピラミッドの底辺)といいまして、アフリカのいわゆる低所得者層、その人たちが非常に貧困にあえいでいると。BOPの一環として、ODA(政府開発援助)からこういった資材を送って協力しているというものを展示しています。

それから地域創生ですね。震災復興もそうです。そういったいろいろな社会課題を展示しています。一番手前に見えますのは、トイレの浄化槽なんです。細菌によって浄化槽の汚物をきれいにして、きれいな水だけを取り出す、それを水洗便所に使う。ということで、トイレの水が循

環するという仕組みですね。それをやっている四国浄管という四国の会社の紹介をしているのです。これは、被災地で仮設トイレに使えます。そういった社会問題に取り組んでいる会社の事例をこういう形で展示しているのです。

その次の年に、「2013年の日本を描くグランドデザイン」ということで、実践者をたくさん呼びまして、登壇してもらいました。実際にイノベーションを起こすと社会構造が変わるわけですから、社会構造をバックキャストिंगし、狙ってスタンダードの用意を作らなければいけないということで、かなり挑戦的な提案が集まりました。これが登壇者です。ライフネット生命保険(株)の出口さん、あるいは日本グーグルの村上会長さん(元名誉会長)などかなりいろいろな方が出られまして盛り上がりました。彼らが提言するいろいろな社会課題というのをこういう垂れ幕形で展示しています。彼らの書籍と提言を一堂に出しています。

2014年は、実際に小豆島の実例を考察してみようと、ゲストに小豆島の町長を呼びました。具体的に瀬戸内国際芸術祭が開催されて、補助金額に対しての経済効果がどのぐらいの倍率なのか。これは経済効果が100倍ぐらいいくのです。例えば、小豆島や直島、あいった島々に神戸港から直接船が出ているということはなかったのですが、そういった航路が就航し出し、経済が活発化しました。そのからくりを実際にトークショーという形で紐解きました。先ほども申しましたように、デザインというのは、最後に形だけをいじるのではなくて、一番初めにプランニングから入っていくのが非常に重要だということが、ここで分かると思います。

最後の4年目は、2015年3月に行ったのですが、クラウドファンディングを使い、マイクロファイナンスという形で(資金が)集まっている。そういった事業に入る前段階のプランを具体的にやっている人たちをお呼びして、公開ワークショップという形式でプレゼンしてもらいました。実際に日本中のファブラボの生みの親で、ファクトリーファブを運営していらっしゃる慶応大学SFC(湘南藤沢キャンパス)の田中浩也先生をお呼びしています。具体的に、ここでは社会問題を解決するチームを作りまして、ワークショップをこういうふうに行っております。この中で、「OTON GLASS」という電子眼鏡があります。我々は文字を文字として認識できるのですが、文字が認識できない人もいます。目が悪いということではなくて、文字の形が分からないのです。それを、いわゆる画像認識から音声に変換して、骨伝導、いわば目から耳で伝える、というようなものを彼らは考えていました。実際に障がい者をお呼びしてこのワークショップで検証しています。今はここからもう何段階も進みまして、

クラウドファンディングで実際に資金集めをやっているようです。

●地域活性につながるデザインとは？

ここまで来ますと狭義のデザインである、形や色だけをデザインしても、地域活性にはつながらないのではないかと。根本的に地域活性をやっていると思えば、その地域にかかわっている人たちの思いや行為を理解していかなければならない。そういうふう考えるようになりました。

それで、2015年にはCCCメディアハウスから『問題解決に効く「行為のデザイン」思考法』という本を発売いたしました。発売元は皆さんご存知の「CCCメディアハウス」です。非常に話題になりまして、2015年9月に発売したのですが、5か月間、商品開発部門で1位をずっと獲得し、ベストセラーになりました。その後台湾の繁体字、韓国のハングル版というのを去年発売しております。

この中でも少し書いているのですが、「行政の枠組みを上手く外すことで、時期に縛られていた人の動きが変えられる」ということがあります。私たち、行政の方々から、ご厚意で補助金を受けることが多いと思うのですが、年度初めの補助金というのは、それが認められて裁定されるまでの期間に、どうも春は除かれてしまうということで、春の展示会はすべて逸してしまう。例えば5月、6月に決済が下りても間に合わないわけですね。たぶん単年度予算の弊害もあります。あるいは行政の方々の人事異動など、ここにあるような問題というのは、私たちについて回っています。何より、せっかくよくしていただいた行政の方がまた次に移ってしまうため、経験の浅い方々に一からこっちも教えないといけない、キャリアが育たないという状況を作ってしまう。癒着を防ぐためというような話がありますが、今はそういう時代じゃない。もっと民間が行政を支えてキャリアを育てていかなければいけない。そういう時代なのではないかなと思います。

それからよくテントが置かれ、のぼりを立てて、〇〇物産展をやっていますよね。市民会館などで。あれは、やめてくださいという感じですね。もっと継続性のあるものを、永久に紹介できるようにしてほしい。我々観光客が次回行っても、もうその物産展はないわけですから。そこに行けば必ず何かある、というものを、地域、地域につくっていく。政府は道の駅構想で、道の駅を中心とした拡充というのが基本プランになっているようですが、ぜひそういったものをもっともっと進めてほしい。どこも同じ道の駅ではなくて、地域ごとに特徴のある道の駅を作してほしいと思います。



『問題解決に効く「行為のデザイン」思考法』(2015)

もう一つは、各自治体で形成できるルールです。ところが、自治体自体にデザインの専門職がないため、地域に合った地域条例が発動しません。都市景観条例というのは非常にいい法律だと思います。これをうまく使えば、街が絶対活性化します。僕は3月4日に石垣島に行くのですが、石垣市でこの話をします。せっかくの観光地なのですが、景観は野放しの状態なのです。それをうまく条例化していくことで、人の流れを計画します。これは、観光客の行為をコントロールすることになると思います。

もう一つ最後に特区制度というのもございます。宮津が特区制度を利用して、こういう特区を設けてほしいということをもまず議会に通して、それを実行していくことで特徴のある地域づくりをしてほしいと思います。

●子育てのための移住を決める環境づくり

一つ重要なことはですね、例えば宮津に定住、移住を促進させたい、と思うのであれば、まず子育てのために、わざわざ移住してもいいようなものを作ってあげる必要があります。

鳥取で「とっとりスタートアップキャンプ」というものがありました。鳥取県内で新しい事業を興したい、いわゆるベンチャーの方々が集まりまして、事業プランをプレゼンテーションするのです。その事業計画が非常に良かったら、ふるさと納税基金を使い、その人たちを支援していく。かつクラウドファンディングにも出してもらうために、山陰合同銀行や鳥取銀行がついて、という仕組みなのです。ベンチャーキャピタル4名と私が審査員となって、その事業が適切かどうかを見ていきました。

その中でやはり、鳥取らしいプランが出てきました。出産から、保育して、感性教育をして、その素晴らしい環境や健康をはぐくむ状況の中で子どもを育てていく、ということが非常に注目されまして、鳥取市が日本で定住、移住し



村田 智明

たいところナンバーワンになったことがあります。一昨年は岩美町でしたが、昨年は鳥取市がナンバーワン。なんでそういうことになったのか、ちょっと聞いてみました。鳥取市に青翔開智という学校がございます。非常に立派な建物で、私学です。ここに行ってみると、子どもたちがiPadを持ってうろうろしています。至るところに本があって、机が縦横に並んで先生がいるという構造にはなっていないのですね。ワークショップ形式の学校としての形態と、プレゼンテーションスキルに重きを置いています。

実は昨年、TSC、とっとりスタートアップキャンプの会場をここでしたことがありまして、ベンチャーの方々のプレゼンテーションを聞いております。せっかくここを使っているのだから、学生のプレゼンも聞いて欲しいということで、実はこの写真でプレゼンしているのは、中学生です。何をプレゼンするかといいますと、「コナンホテル」と書いてありますよね。青山剛昌のコナンは皆さんご存知だと思います。彼は鳥取県出身で、コナンの里といわれるところがあり、そこに最近は大勢の中国人が訪れるようになり、けっこう観光資源になっているのです。ところが、それにもかかわらず、ホテルが閑散として、稼働率は平均3割ぐらい。ひどいところは2割いかない。それで彼らが考えたのが、そのホテルの部屋を年間いくつかかなり安い値段で買い取り、中を「コナンホテル」に改装する。ベッドから何からをすべてコナングッズで固めるということです。それを中国の雑誌やウェブに出して、ここからの観光客、インバウンドを招致すると。そこで上がった収益から実利を得る、という話ですが、びっくりしました。中学生やるなあと。

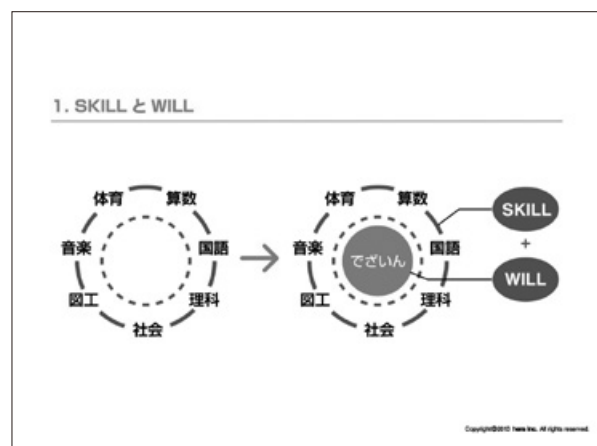
青翔開智中学校は天才を育てる教育をやっておりまして、東大にたくさん合格しています。これを聞きつけて、ここに移住してくる方もいます。この写真が審査風景ですね。前に座ってにこにこしているのが、ベンチャーキャピタルの連中です。1人はサンフランシスコから駆け付けてきました。僕だけがVCではないのですが、他の方は1口100万円から1000万円は投資するという方々です。

●感性を身につけるデザイン教育の必要性

感性を身につけるデザイン教育というものを、ぜひ皆さんやってほしいと思います。私たちの教育は本当に良かったのか、と常々思います。算数、国語、理科、社会とやってきましたが、何か足りないのではないか、ということです。

何が足りないかというと、「デザイン」が足りない。私たちは、デザインを新しい授業の中に盛り込んでいきたい。今までの算数、国語、理科、社会というのは、「SKILL」だったのです。でも「SKILL」を使う理由になる「WILL」というものを入れていかなければいけないのです。子どもたちが意思を持って、それを活用していく。「 $3 \times 3 = 9$ 」や漢字を、有無を言わずに教えさせられる、というのが今の教育です。関ヶ原の戦いは1600年みたいな。そういった「SKILL」を自分で考えて、活用していける子どもたちを育てる。具体的には観察から問題発見、問題解決、プロセスの実行、ドキュメンテーションという一連の授業を初等教育からやっていく。これは青翔開智中学校・高校の思想と近いです。それが宮津でも育まれれば、宮津の教育環境が非常にいいものになってくると思います。

あるワークショップをやりました。小学校1年生でこういう課題を出しました。「夜自宅で飼っている犬が吠えてうるさい、と隣のおじさんが怒る。どうしたらいいか」という課題



SKILL と WILL

です。これは子どもに問題を持って来させたところ、ある子どもがこういう問題を持ってきたのです。それで、一緒に考えましょう、ということでもず観察から始まりました。うちの犬が吠えたら隣のおじさんが怒るって本当かな、まずは観察してみよう。ちょっと犬に動いてもらおうと、ちょうど3日目に怒ってきました。

子どもにどうしたらいい?と言うと、「ガムテープがある」と言って、犬の口を塞ぐ絵を描くのですね。「これなんだ?」と言ったら「口に貼る」というのです。僕が「ワンちゃん死んじゃうよ」と言ったら、泣き出して大変だったのですが。それで、もう1回考えるように言いました。なぜ鳴くのか、音が怖いのか、闇が怖いのか、観察してもらい、絵日記をつけてもらいました。そうすると「他の家族がみんな家の中に入っていて、自分だけ外にいるので一人ぼっちになって寂しいのではないかと考えたのです。

問題解決をさせるために、アイデアを考えさせると、今度は「犬がのぞけるように、壁に大きな穴を開けたらどうか」と言うのです。そうすると、これも自分で分かったのですが、「家族の顔や姿を見てよけいに吠えてしまうのではないかと」言うのですね。あと、家に穴を開けると「お父さんに怒られるのではないかと」ということも言っていました。結局、最後に、夜だけ犬を玄関に入れようと考え付き、お父さんお母さんに協力してもらって、夜だけ犬を玄関に入れるという提案をし、実行しました。そしたら犬は鳴かなかったようですね。鳴いても近所に声が届かなかったので、成功したわけです。

写真を撮って、それをプレゼンテーションしてもらいました。こういうことを、小学校1年生からやっていきますと、「WILL」のために「SKILL」を自ら求める非常に優れた子どもに育つ、と私は思っています。

全国の高等専門学校で開催されたデザインコンペがあるのですが、ここで私は審査委員になり、初等教育にデザインの授業を導入するとどういった授業になるのかを、高校生たちが考え、米子の小学生低学年生に実際に実行しました。選ばれたチームは、考えられないような問題解決をやり遂げて、ドキュメンテーションするという一連の流れを行ったのです。非常に評価が高かったですね。このカードなんかは商品化実案しました。

●都市から離れてもできる仕事の可能性

もう一つのキーワードは、都市から離れてもできる仕事があるのではないかと、ということです。もし都市から離れても仕事ができるのであれば、宮津に定住、移住がどんど

ん増えていくのではないのでしょうか。

これは最近話題になっている徳島県神山町の業種指定型誘致です。徳島県は非常にIT化に力を入れまして、無線LANの範囲を拡大し、IT企業を誘致しました。空き家を利用し、業種を特定して誘致するというイノベーションをかなりやりまして、話題になったのです。

これは「とくしまマルシェ」です。これも徳島県です。川沿いの河岸のデッキを整備したのですが、ただ整備しただけで用途が無く、お金の浪費だ、と言われておりました。ちょうどそのころ、日銀に勤めていた方が、生まれ故郷の徳島県に里帰りしますが、そこで自分ができることがあることに気づき、そして「日銀を辞めよう」と腹を決め、阿波銀行に就職します。天下りではなく、本当に自分の地位を捨てて阿波銀行に入り、徳島のために尽くすわけです。

まずこのデッキを見て、ここでマルシェをしたらどうか、ということで、声掛けをしましたが、全然人が集まらない。それをなんとか、何年もかけて農家さんを説得して、レタスやキュウリやキャベツ、いろいろなものを並べました。そしたら売れ始めたのです。実際に売れ始めてくると、面白いものですね、今の作付面積ではキャベツが足りなくなってしまう、ということで、阿波銀行に融資してくれと。その融資で新たに畑を買って、作付面積を広げて。これを聞いた私は「これが本来の銀行業務だ」と思って感動しました。素晴らしいのは、彼の人脈です。大手、いわゆる都心部のスーパーがこぞって買いに来るのですよ。レタス2個とか3個じゃなくて、レタス3000個で注文が来るのです。ものすごいです。

あともう一つ、忘れてはならないのがCCRCですね。「コンティニューイング・ケア・リタイアメント・コミュニティ」というアメリカで発生した一つの老後の暮らし方で、自分の持っている力、職能を生かしながら残りの人生を生きる、ということです。僕はもっと定年制を早めてしまった方がいいのではないかと考えています。例えば60で定年になってから何かしようか、と思ってももう気力が追いつかないけれど、もし50で定年だったら何かできると思うわけです。こういったところをうまく考えていけば、日本版CCRCが実現できるのではないかと。

従来型の老人ホームと日本版CCRCとを比べてみると、この違いが見えるわけですね。具合が悪くなってから高齢者住宅に入院するというのは墓場と一緒にです。健康なうちに何かしたいから、ということが基本的な考え方です。

これはCCRCでは非常に有名で、日本では最先端となっている栃木県那須町のCCRCです。中はこんなふうになっています。ものすごくおしゃれですね。ですから、孫が

遊びに来てても恥ずかしくない。外国からもかなり視察にいられています。

●点と点を線に、線と線を面にしていく

もう一つは、点と点をつないで線に、あるいは線と線をつないで面にしていく必要がある。私は地方創生で、総務省の「地域人材ネット」に登録しておりますので、例えば市町村から呼ばれて何かしようとしたら、年間500万円出ます。それが最大3年間出るとというのが新しい総務省の仕組みで、うまく活用すれば地域の方々と交えたワークショップから未来絵図が描けるのです。

ですが残念なことに、いろいろなところに行ってみると、面白い部分は点と点なのです。面白いところ、面白いところとあるのだけど、歩いていくにはちょっとしんどい。そうするとおっくうになってしまう。ということが非常に多く、いかに一つの群としての地域を作るかという動線計画が欠落しているのです。地域活性を抑制していく原因は行政のセクショナリズムによる分断である、と考えています。部署間の共通のテーマ性を持った町並みや移動手段の構築が急務である、と考えます。

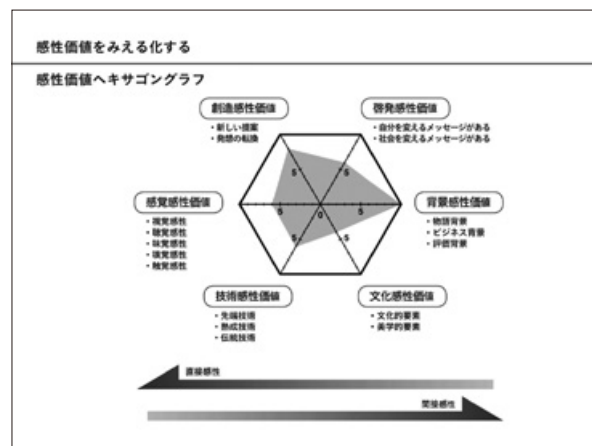
●感性ポテンシャル思考法とは

ここで「感性ポテンシャル」という考え方が必要になってきます。感性ポテンシャルとは、『感性を見える化』することで新しいビジネスを生み出す思考法』で、去年の12月に『感性ポテンシャル思考法』という本を出版いたしました。

私たちには、潜在的な共感力があります。それは、人にもあれば、モノやコト、場にも共感する力が潜在的にあるわけです。ある人には全然響かない、でもある人にはすごく響く、ということがありますね。例えば、相撲の話をする目と目を輝かせる方もいますが、女子高生に相撲の話をしてあんまり受けないかも知れません。これが共感力の違いです。感性というのはポテンシャルで、ポテンシャルというのは潜在力のことなのです。ゼロにも100にもなりうる。ですから、誰に対して共感力をコントロールするのか、これをうまく使いきること、地域創生はうまくいくと考えています。

この本のメインが「感性価値ヘキサゴングラフ」というもので、6つの感性軸というのを挙げております。例えば、宮津の歴史的な背景や歴史遺産、名物、そういったエピソードがあれば、「背景感性」になります。ここには細川ガラシャの文化がありますが、こういった歴史的・文化的なものが

あれば「文化感性」になるということで、人間に共感力を与えるエレメントを、あえて6つに分類していきましました。こういうふうにグラフ化すると、何を訴求していくと相手に最も伝わるのか、どのターゲットの人にどういことを言うのが一番効果的か、ということを見える化することができるのです。



感性価値をみえる化する感性価値ヘキサゴングラフ

●6つの「感性価値」の事例

じゃあ6つの感性は何か、ということですが、一つは、今紹介しました「背景感性」。人や歴史、エピソードの中の物語背景。それから「モンドセレクション」でも、受賞歴としてついているかついていないかで売れ行きが変わるとしたら、これは背景感性です。それから、いわゆるコラボレーション商品やプレミアム商品、限定商品も、その商品についている背景にあたるため背景感性になります。

「勝山ののれん」という話がございます。1人の染色家の女性が八百屋さんののれんをデザインしたことで、一気に100軒以上ののれんの街ができ上がってしまう。のれんは3万円ぐらいで、岡山県真庭市からは、3分の1ほど、1万円ぐらいの補助が出ます。それでもみんなこぞって、のれんを作りました。真庭市ののれんの街というのは、電通や博報堂に頼らない、あるいは商工会議所に頼らない、本当の民間から出た地域おこしということで、たくさんの賞を受賞しています。これは、その背景が話題となり、たくさんの人が訪れている、ということで、背景感性の軸が強いのです。

それからこれは、上越新幹線で越後湯沢という駅がありますが、そこから近い新潟県南魚沼市の「里山十帖」です。ここは何回オーナーが変わっても、冬の積雪に顧客を阻まれ、維持費もかかるため廃業に追い込まれるので有名なところでした。それを買い取ったのが岩佐十良さんという、雑誌『自遊人』の編集長です。彼が自腹をはたいて

これを買ひ、リノベーションしました。銀行からは、1億円借りたのですが、それが新しい支店長に凍結されてしまったというエピソードがあります。それを乗り越えて、今は大成功し予約が取れない宿になっています。体験型宿をデザインしたのです。僕も行ったのですが、非常に素晴らしかった。とにかくすべてが素晴らしい。岩佐さんの一つの苦勞話が広まった事例です。ですから背景感性になります。ここですね。ぜひ行ってみてください。

宮津にもぜひこんな宿をつくってください。これが食事ですね。土鍋で炊いてくれるのですよ。目の前で炊くのですが、最後にちょこっただけ、ふたを開けますね。ちょっと早いのではないか、という時期に開けて「村田さん、ちょっと食べてもらえますか?」。ちょこっと食べると、芯が残っている。「これが魚沼産コシヒカリのアルデンテです。」美しく、おいしかった。これが口コミで広がって、本当に予約が取れなくなっているのです。

「創造感性」、これは、日本人が得意な分野です。例えばプリウス。完全にゼロから発想するのは日本人に向いていませんが、あるものを組み合わせたり、日本人に合った価値観をつくり出したり、変化、洗練させる、これは日本のアビリティです。創造感性といいます。

例えば、「オーサグラフ等面積地図」という地図があります。私たちはメルカトル地図と非常に馴染んでいると言いますか、その地図を見ると、いつもロシアは広いなあというふうに思うわけですが、オーサグラフの地図は、表面積地図といいまして、面積の広さが、ほぼ同じ比率で表現されています。この地図を発明したのは日本人です。グッドデザイン賞で大賞を取りました。これが地図の歴史を変えようとしています。

それからこの「MaBee(マビー)」という電池は、電池の中にBluetoothの仕組みが入っていて、スマホでこの電池をコントロールすることができる。例えば、この小さな車のスピードを変えたりすることが可能なのです。マビーを買って、皆さんが持っている電池と入れ替えると、携帯とつながるIoT商品になるのです。

それから「感覚感性」、これは一瞬のひとめぼれなどもそうです。目の前をカッコいい車が過ぎ去る、「ああカッコいい!」これが単純に視覚感性です。それから、触って心地のいい布団だとか、あるいはすごくいい香りのパティシエのスイーツ、これらはすべて五感に対して働くため、感覚感性といっています。

ここは東京・丸の内にできました「アマン」というホテルです。非常に高い1泊10万円以上するホテルなのですが、素晴らしい直接感性の集合体です。リゾートホテルという

のは、ホテル内の香りや音、人のもてなし、目で見える空間、味わい、とにかくユーザーが五感を全部働かせて、どこかに不具合があれば、よくないという評価をもらうわけですから、ある意味感覚感性のかたまりではないかと考えます。それから、茶の湯はしつらえや行為から主人の感性を読み取る感覚感性になります。

それから「技術感性」。ロボット工学、ナノテク、バイオテクノロジー、応用工学やCMF技術、特殊加工技術。あるいは伝統工芸なんかもここに入ります。こういったものの技術的な裏付けや、技術の精度がここに相当するのです。

最近の新しい事例として、アディダスが3Dプリンターで靴を作り始めています。非常にびっくりするのですが、3Dプリンターの機械がずらりと並んで、靴、靴底を作っています。これは、今までの方法では絶対型から抜けない形を作っているのですが、これが可視化されることでその技術の高さに驚かされ、共感を得ることになると思うのです。

これはダイソンのヘアドライヤーです。皆さんご存知の通り、手で持つところがモーターで、空気は下から吸います。ここに穴が開いていて、ここから吸い上げた風を前方へ回します。この風の勢いにつられて、後方からの外気が、前方へ押し出されて相乗効果を生みだされるのです。こういった技術は、今まで日本の家電メーカーがやってきたことを全部打ち破りました。これは先ほどの創造感性以上に、人体工学というのを徹底的にやった結果だと思っています。どうも日本はこの辺が弱い。一から新しいことをやるということでは、弱いところがあります。日本の家電メーカーの失墜というのは、たぶん表面的な変革や洗練だけで、大きな30年先とか50年先を見る力がない、というところによるのではないかなと思います。

これはご存知ですか。空中ディスプレイの「エアリアル」で、僕も1回試したのですが、びっくりしました。タッチパネルが空間に浮いているのです。実体もなく、手が通過してしまう。ですが、そこに指を合わせると確かにクリックでき、アイコンが押された画像に代わるのです。仮想ディスプレイは、今ここまで進化しているのです。SFの世界にあったことが、実際に可能になっています。

それからこちらは「文化感性」です。これは、先ほど言いましたようにサブカルチャー、伝統文化、流行、それから日本古来の美学、近代美学、こういったものが入ってくると思います。つまり、いろいろな様式美はここに包含され、その中には、日本の得意なアニメも入ってくると思います。カラオケも、ゆるキャラもこの中に入ります。宮津でこれに相当するものはないかな。ここではディズニーがコラボ商品

をかなり出しています、このライセンスフィーだけでも相当な年商になっていますので、事例として挙げています。こういった文化価値が感性を高める要因となっているのが文化感性軸に割り当てられます。

こちらはですね、去年4月ミラノサローネで受賞された「GO ON」です。去年の会期は、そのプロデューサーを務めている各務さんと一緒にトークショーをさせていただきました。ここにちらっと見えているものは、パナソニックと一緒にやったものも入っていますし、京金網の辻さんの作品ものもありますね。清水焼にIHを仕込んでトマトを水に浮かべて冷やす水盆なども。

彼は、伝統工芸に対して今までのやり方ではなく、その技術を公開していくことで、その技術を使って新しいクリエーターやデザイナーが、新しい化学反応を起こしている、それが世界に波及していくとおっしゃっています。それを実際に具現化しています。例えば、IHを仕込んだ清水焼の器は、ぱっと見たら全然家電製品に見えないのです。工芸品の陶器と組み合わせてやっているのですね。僕は非常に感動しました。こういったことも一つの文化感性と先ほどの技術感性を組み合わせたものではないかと思っています。

最後に「啓発感性」。これは、例えば社会的な意思をそこに盛り込んだ商品によって、共感を得られるというふうに考えたらいいいと思います。

例えば、これは「HASUNA」という会社のデザイナーが白木夏子さんという方です。原宿にアトリエを持ってらっしゃいます。彼女は世界中の鉱山から産出されるジュエリーの原材料に疑問を持ちます。たくさんの人が、カースト制度をはじめとする非合法的な慣習のためにただ働きをさせられているような状況で、報酬・対価をもらった方が証明書を発行するということを提唱し、実際に実行しています。彼女にも以前ソーシャルデザインカンファレンスで登壇していただきました。

それから、これはTOYOTAのMIRAIという自動車で、FCスタック(燃料電池)車です。FCスタックを積むことで、水しか排出しないエコ性能を実現しました。実際は、水素ステーションの方がまだまだ間に合っていないのですが、水素を供給する岩谷産業を含めてマイナスの方が多いような基盤整備を社会責任の姿勢でやっている、という点で、僕は非常に好感度が高い事業だと思っています。このような社会的な問題解決の姿勢が共感を呼ぶというのが啓発感性になります。

まとめると、このような形で市場があると思います。もし皆さんがメーカーや事業者なら、一度自分がやっている商

品や会社が、どこを効果的に、誰に訴求するのか、そうすればどういふような成功絵図が描けるのか、ということ进行测试していただけたらと思います。

●地域へ人を呼びこむために

それからもう一つですが、地域へ都会の人を呼び込む場合、その人の感性になり切れるか、これが感性価値の大きな問題です。鳥取の駅前が最悪でして、東京で見たことがあるようなものをまねしようとするのです。そうではなくて、鳥取でしか見られないものを僕らは作ってほしいのです。そうすることによって、わざわざ鳥取に行く価値ができるのですが、それを地元の方は全然理解できないのです。東京にありそうなものをつくったら東京の人が来てくれるだろう、と思っているのですね。

違います。先ほどの徳島県神山町のような古民家の改装で十分人を呼べます。都心部の人のあこがれを理解する必要がありますのですね。もし理解が及ばなかった場合は、その感性を指導できる専門家を組み込む体制づくりが必要だと思っています。

私はよく観光で地方に行くことがあります。僕たちにとっては、地方に行くということは、ハレとケで言えばハレ、非日常なのですね。ケは日常。非日常だと思っている人に対して、どういうプレゼンテーションをするのが一番いいか、という考え方に至れば、地域創生がスムーズに行くと思っています。

もう一つの軸は、受け身でやっていることを積極的な体験に置き換える。これで人の流れは変わります。これを一つにまとめたのが、「体験ビジネスマップ」です。横軸にハレとケ、縦軸に能動体験、受動体験。ここに、例えば、食に関する行動と体験を入れますと、こういうふうになります。ちょっと小さくて見えにくいのですが、非日常で受動体



体験ビジネスマップ

験の象限では、点滴での栄養の補給が見えます。この上の象限にいきますと、グランピングで燻製料理を作る。かなり能動的ですよ。こういうふうにして、食というだけでも、さまざまな位置に置き換えられ、マップにすることができます。

この活用の仕方は、例えば、受動のものを能動にする。あるいは、非日常のものを日常化する。例えば三ツ星レストランの料理、僕らにとっては非日常ですよ。ところがそれが、宅配のお弁当だったらどうします。宅配のお弁当でも、選べるミシュランのレストランのお料理だったら、日常が非日常化するのはです。しかも、受け身ではなく選ぶことで能動的に、それだけでビジネス性がどんと上がってきます。1回このマップを完成させた後、常識を入れ替えていきます。すると、そこに新しいビジネスができてくるのです。これは単に食に関することだけではなく、靴に関することかも知れないし、もしかしたら、産業技術かも知りませんし、工芸品かも知れません。

●靴を履く行為を美しく見せる実験

例えばそれで、一つ実験したのは、靴ベラです。訪問先では受け身になりますから、そこにある靴ベラを使うしかありませんが、もし訪問先で靴ベラがない場合には、訪問先の玄関で靴を履くための見苦しいポーズをしなければいけません。それを見てみると、靴ベラがあれば、こういうふうに座って、立って履く。ところがないと、地面にたたきつけたり、手すりをつかんだり。これを送り出す側がじっと見守っているわけですね。ですから、ここでマイ靴ベラがあると、さっと履ける。その行為が非常にスマートになると思います。

実はこれをデザインしました。ポケットにすっと入るような。どうしてこういうものが生まれたかという、先ほどのビジネスマップから生まれたのですね。非日常で起こりえる事象を受動から能動的にしようと、自分から進んで持ち歩くことで解決できる、というようなマップの活用事例になりました。

●ダイバーシティビジネスプランシート

それからもう一つのマップをご紹介します。「ダイバーシティビジネスプランシート」で、こういうものです。人的価値、物的価値、情報価値、時間価値、場の価値という、人、物、情報、時間、場というものに因数分解してそれぞれの掛け算でダイバーシティ的に考える。そうすると、新し



ダイバーシティビジネスプランシート

いサービスが生まれますよ、というものです。

例えば、着物のレンタル屋と温泉旅館の掛け合わせをする。今日は京都に来ていますので、京都の話をしします。京都市内には温泉はありませんが、旅館はたくさんありますね。旅館に例えば着物を置きます。来たお客さんに好きな着物を選んでもらって着られるとします。仲居さんは、毎日自分の着物を着ているため、着付けは得意なのですね。ですから、仲居さんがちょっと着付けを手伝えれば、お客さんはかなり喜ぶだろうということなのです。でも今まではどうだったかといいますと、レンタル着物屋は旅館と別にありました。そうするとお客さんは、そこまでわざわざ行かないといけない。京都を散策したら、またそこに返しに行かなければいけない。ところが、旅館の部屋の中で着付けができると、時間の損失と出費が少なくなります。

そして、さらに外国語のできる着付け師を雇うわけ
です。実は僕の京都造形の教え子で上海出身の学生も、
バイトでこれをやっています。中国語ができますから、中国
から来たお客さんに着付けをして、ガイドもします。そうす
るとチップが多い。実際にもらえるサラリーにプラスチップ
とか、お客さんと一緒にご飯食べたりとか。「君卒業して、
どんな仕事に就職するの」と言ったら「いや、この仕事で
いいです」と。非常に満足しているようです。人的価値で
は、観光先でのコンシェルジュ的なアドバイス、物的価値
では、着物レンタルをより安く、着付けも同時にしてくれ
る。時間的価値では時間の短縮になる、京都散策という
場の魅力を活かしたそれぞれのメリットを出していくわけ
です。これがダイバーシィ的な因数分解の考え方というも
のです。

●共感力を上げれば、行為を誘発できる

先ほどから鳥取県の話が多いのですが、鳥取県のス

ターボックスの話は皆さんご存知だと思います。日本で最後にスターボックスができた県。実は、ビリから2番目ってどこかご存知ですか?知らないでしょう。ビリから2番目は鳥根県です。鳥根県は「やった、鳥取に勝った!」と言っていました。ビリにならなくてよかったと。ところがなんの話題にもなりません。鳥取県は、平井知事の「スタバはないがスナバはある」という名言が全国に広がりまして、スタバが来る予定はあったのですが、それをあえて先延ばしにして、スタバが来ないようにした。これは戦略の一つだったのです。

あとギャップ萌え。周回遅れナンバーワン。ビリ。これ全部鳥取に当てはまると思うのですが、あと、漫画でも悪役ってけっこう好きになりますよね。正義の味方に敗れた悪役って、なんか助けてあげたくありません?そういうビジネスもあるのではないかと。ということです。後のトークショーでもお話ししたいのですが、宮津の意外性、宮津でこれに相当するものって何かないかな?普通はいいことばかりですが、いいことばかりという観光メッセージはもう飽きちゃいましたね。そうではなくて、マイナス面をあえてさらけ出してみ、感性を揺さぶろうということです。後で4人の方々に聞いてみたいですね。

●地域の感性ポテンシャルを上げるために

まとめていきますと、感性のポテンシャルと呼ぶ要素はたくさんあります。美味しい名物料理、海の幸、山の幸、絶対に買って帰りたいお土産、地域ブランド、そしてそこでは食べられないB級グルメやスイーツ、自然が生み出す景色、音、空気、歴史が創る景観、是非訪れたい名所旧跡、神社仏閣。情緒溢れる温泉、技が光る地域産業、伝統工芸。

それから、地域産業の観光化もあります。新潟で今非常に流行っているのが、燕三条のオープンファクトリーです。台湾の中小企業政策として中衛という機構が観光工場という名前でオープンファクトリー化を進めています。こういったものも宮津につくりたい。

見てみたい建築、一度は行ってみたい祭り、歴史小説や映画で見てかなり行きたいロケ地、最近ではアニメで出てきた聖地が非常に観光客を呼んでいるところが多いです。その地ならではのスポーツ体験・アクティビティ。精神的、健康的な医食同源のしぐみを備えた長期滞在型が新しいリゾートホテルの在り方ですし、宮津はわりとぴったりくるのではないのでしょうか。長期滞在しながら、自分の体を療養し、治していく。都心部ではできない地元の医食同源



の力ですね。それから、探検、歴史探訪、アートなどの探訪。例えば瀬戸内国際芸術祭や、新潟県の妻有の芸術祭ですね。それから人、地域にまつわるエピソード、神話。その地域が生んだアーティストや有名人、芸能人。乗ってみたい公共機関、移動手段。自然を借景した土地活用。こういったものがどうしても都会ではできない。都会ではできないことの魅力というのがたくさん包含していると思いますので、ぜひ考えてみてください。

まとめて言うと、地域の「らしさ」をつくるというキーワードは「食」「ビジネス」「文化」「自然」「宿」「交通」です。これらが一つでも欠けていると、地域力が出せない。コーディネーター、プロデューサーとしては、点の発掘や育成と同時に、点と点を結ぶ手段も非常に重要だと思いますし、その手段も単なるバスではなくて、バス自体を絵葉書にしておかしくないようなデザインにすることで線や面を生み出すことを考えていきます。こういったものに取り組むのが重要だと思います。実は、鳥取県南部町の12のイメージ戦略事例のお話をしたかったのですが、時間が来ましたので、もし必要であれば、またトークショーでお話していきたいと思います。ご清聴ありがとうございました。

才門 村田先生、どうもありがとうございました。



第二部

パネルディスカッション

「丹後を繋ぐ、丹後を創る」

◆パネラー

- 本藤 靖** 本藤水産 代表
宮津トリガイ養殖研究会 会長(宮津市)
- 當間 一弘** Small Standard 代表／一級建築士(伊根町)
- 楠 泰彦** クスカ株式会社 代表取締役(与謝野町)
- 櫛田 啓** みねやま福祉会 社会福祉士(京丹後市)

◆コーディネーター

- 村田 智明** プロダクトデザイナー
株式会社ハーズ実験デザイン研究所 代表取締役社長
京都造形芸術大学 客員教授
- 藤原 義明** 第38回京都デザイン会議in丹後実行委員長
公益社団法人京都デザイン協会 副理事長
株式会社メディアホワイト グラフィックデザイナー

◆総司会

- 才門 俊文** 第38回京都デザイン会議in丹後実行委員
公益社団法人京都デザイン協会 常務理事
才門俊文建築設計事務所 建築家

才門 本藤靖様、當間一弘様、楠泰彦様、櫛田啓様。そしてコーディネーターとして本日の講師村田智明様と実行委員長の藤原義明様に入っていただいて、第二部のパネルディスカッションを進めていただこうと思います。それでは藤原様に一旦マイクをお預けいたします。

●パネラーの自己紹介

藤原 それではただいまより第二部を始めさせていただきます。パネラーの方々には自己紹介をしていただきます。最初に本藤さん、それから次は當間さん、櫛田さん、楠さんの順番でよろしくお願いします。それでは本藤さんからお願いします。

本藤 初めまして。宮津で漁師をやっています本藤といいます。よろしくお願いいたします。簡単な自己紹介です。宮津は私のふるさですが、本職の漁師になってまだ7年目ぐらいです。前職は水産省の外郭団体、水産試験場で魚の研究を25年ほどやっていましたが、もともと地元が好き



本藤 靖／本藤水産 代表、宮津トリガイ養殖研究会 会長(宮津市)

で、漁師にあこがれていました。50を境に、体の動けるうちに宮津に帰ってきて、自分のふるさとの海で何かしたいなと、平成22年に帰ってきました。自分の思いは、とにかく第一次産業として、一生懸命働いていることを伝える漁師、そして、ふるさとの宮津湾を守っていく、そんな思いで、今漁業に携わっています。

宮津湾は、すごく豊かな海であるといえます。なぜかという、この丹後半島のブナ林から栄養塩がいっぱい流れてきて、伊根の方から宮津湾の方に対馬暖流の流れが入り込んできます。また、大山水系から阿蘇海を宮津湾に流れ込んできた豊富な栄養塩が、宮津湾の中で混ざり合って、豊かな魚介類を育てています。近辺には大きな工場もありませんし、山々が自然のまま残っているため、非常に豊かな海です。小さな海ですので、大事にしていかなければいけません。第一次産業は、全国的に見ても、かなり漁業者が減っていて、この宮津湾も、だいたい平均年齢が60歳以上、70近いです。今現役の漁師で、56歳の私が一番若いです。この海を守っていくにはどうしたらいいかを真剣に考えていかなければいけない時期に来了。これが、湾内で私が1年間獲っているものです。養殖や天然のとり貝、ナマコなどいろいろなものが獲れます。たぶんあまり皆さん食べていないようなものも最近出ている、天然真ガキなんかは今まさに旬です。本当のおいしい食材が宮津湾にはあります。

今までの漁業は、ただ獲るだけでした。獲れなくなったら、違うものを獲る。そしてとりあえず市場に売るといって、若い人が魅力を感じない漁業が継続されてきました。なおかつアサリやとり貝、ナマコについても今あるものを全部獲ってしまうという漁業が継続されてきましたので、非常に資源が今枯渇している状態です。また、非常に温暖化が進んでいまして、これヒョウモンダコですが、宮津湾で10匹近くが私の網に入ってきました。それから、サゴシ

やサワラという魚は、僕が子どものころには若狭湾にいなかった魚です。現在は、津軽海峡をわたって岩手県の方まで回遊していついて、温暖化は地元の海にもいろいろな影響を与えています。

じゃあどうしたらいいかという活動ですが、まず、アサリについては、明日明後日からするのですが、国際ボランティア協会の学生が年間250人ほど来て、地元の文珠繁栄会や漁師さんと一緒になってカキ殻を除去し、底質を改善させるという試みを行っています。カキ殻は、農家と連携して、放置竹林の竹と一緒にたい肥作りをするなど、もう1回、山の有効資源として利用する活動を行っています。また、裁量試験や養殖試験にも一緒に取り組んでいます。それから、ナマコは本当に獲れなくなっていたので、とりあえず地元の漁師さんに説明して、かなり厳しい試験管理型漁業、獲る量を減らす活動を7年間かけて説明してやっています。現在、京都府で一番いいナマコが獲れる状態までもってきました。宮津市の行政とも連携して、ナマコを増やす、地ナマコを獲って放流する試験を、地元の海洋高校などと一緒にやっています。それと、ヒトデの駆除。ヒトデはとり貝やナマコを食べます。これまではヒトデの駆除や、海の中のごみを持って帰るとかもしてこなかったのですが、そういうことも1年を通してみんなでやっていこう、限られた小さな宮津湾を守ろうと、漁師さんと一緒にやっています。

これからの漁師が地域を活性化するためには、今までの漁業のやり方ではだめじゃないかと思っています。今自分たちが営んでいる海がどういう状態なのか、漁協や観光協会、飲食店などいろいろなところと連携をしてこなかったのです。何が獲れているか、何を獲っているのか、どうやって売るかというような話を地元で共有する場がなかったので、そういうことをやっていき、市民を巻きこんで、この海、この山を守っていくことが大事なのではないかと思っています。

また、若い漁師が全然増えてきません。京都府が「海の民学舎」という制度で全国から漁業者になりたい子呼んでいますが、やはりもうかる仕組みを考えないといけません。ただ商店街で売っているだけではなかなかもうからないので、生活していける、ある程度もうかる仕組みを、考えていってあげないと若い漁師は来ないだろう、と思っています。

ほとんどの漁師が、資源の状態を知らないでただただ獲っていた、という漁業を変えて、資源を守り、一部のものを少しだけ獲って高く売る、いいものを一番いい時に売る。そういう漁業のスタイルを作って、若い漁師を増やして

いきたい。産地の特選魚介類もけっこういっぱいあるのですよね。とり貝やアサリ、カキ、ナマコもそうです。それを、地元を優先して、旅館組合さんや観光協会などいろいろなところと連携してやりたいと考えながらやっています。

さっきの村田先生の話もそうなのですが、今まで皆さん点でしか考えてられなくて。漁業者と、地元の海洋高校や海洋センター、知り合いの大学の先生など、いっぱいネットワークがあります。地元のネットワークや全国の水産大学のネットワークを共有しながら、地元の農家さんですか、ここに書いてあるような、いろいろな商業、第二次産業をされている方々と一緒になって地域を盛り上げる仲間を作っていかなければ、これからの宮津の活性というのはけっこう苦しいかなと。

先だって、何をしなければいけないかを考えながらやっていく、そういう漁師を目指していきたいと思っていますし、作っていかなければいけないかなと思っています。去年から、漁師しか行けない宮津湾、何十年もずっとかたくなに守られていた漁師しか行けない漁礁を開放して、遊漁船を始めました。すぐリピーターが多く、喜んでいただいて。目の前の海でこんな大きなアジが簡単に釣れたりするのですが、これを一般の方に開放しました。非常に好評いただいています、こういうようなことを今後もつなげていきたいなあと思っています。

今、食べることにしてお話したのですが、今後は景色も、冠島や天橋立など、それぞれがすごい遺産です。モーターボートや観光客船で行くのもいいですが、漁船を使って、漁師と旅人とが時間を共有するような取り組みにもつながっていけばいいと考えています。以上です。ありがとうございました。

藤原 ありがとうございます。私は本藤さんと何回かお話をさせていただいて、これからの漁業界、どんどん若い漁業者を育てていただきたいなと思います。また時間があれば、いろいろとご質問をしたいと思います。次に當間さん、よろしくお願いいたします。

當間 初めまして。當間と申します。昨年9月に関東、千葉県から伊根町、伊根浦地区に移住してきたばかりで、まだ5カ月ぐらい経ったところで、地域の方々はほとんど初対面という感じです。(他のお三方のように、この地域で何か業をなして成功体験ができているかと言われたら、そういったものがまだまったくないのですが、東京でデザインにかかわる仕事をしてきたきっかけや、主にここにどういう経緯で引っ越してきたの?というところも含めて、よそ者



當間 一弘 / Small Standard 代表、一級建築士(伊根町)

の視点ということでお聞きいただけたらと思います。

私は今41歳で、設計の資格を持っております。嫁と2歳の娘が1人います。プロフィール写真にあるように、釣りが大好きということもあり、伊根に移住してくる前に一級小型船舶免許も取得しました。空き家バンクで見つけた伊根浦地区の小さな物件を購入し、カフェと宿を事業として今年の夏に開業させようと準備しています。現在はその準備も進めつつ、その近く、徒歩3分ぐらいのところにある向井酒造さんで酒造りのお手伝いをさせていただいています。

伊根町はどこかと言われたら、皆さん当然ご存知なのですけれども、今人口2140人ですね。2月1日時点で。20年後には半分ぐらいになると町でも推測しているような場所です。舟屋が連なり、伝統行事と四季の魅力にあふれる場所です。

もともと自分のキャリアでいうと、建築学科の学生として建築家を目指し、若いころは、今は有名になられた建築家の事務所で働きました。設計事務所に1週間分の着替えを持っていき、寝袋で寝て、銭湯に行き、1週間たったら家に帰る、というような生活をずっとしていました。

ただいろいろな経緯があり、建築家としてやっていくことと、日常生活で近くにいる彼女や家族、友達に説明するデザインのギャップみたいなものがすごくありました。もうちょっと日常に寄り添い、日常をボトムアップすることに自分のデザインの能力を発揮する方がいいのではと思い始め、その最たるものがカフェでした。建築家が設計するカフェは、割とスマートで洗練されていますが、なにか温かみを感じない事が多く、一方で個人事業主ですが、デザインをよく分かっているけれど、中古の家具を集めて自分でペンキ塗って、家庭料理出してます、みたいなところの方がすごく居心地がよかったりする。こういう両軸があり、その中でカフェを作っていくことが地域のコミュニティにもつながるし、自分の能力を発揮するということでも面白いの

ではないかと、カフェを運営する会社に飛び込みました。

そこで、初めは設計部、いわゆるインハウスのデザイナーとして、設計・デザインを担当していました。ですが、先ほどの村田先生のように、内装デザインに主にかかわるのですが、それは狭義のデザインであって、デザインそのものが目的ではありません。そこにコミュニティをつくるのが目的でしたので、もっと上流にかかわりたいと、社長に直談判して、もっと上流のセクション、企画部に移してもらいました。ただ、デザイナーがそういうところに行くと、何にぶち当たるかというと、事業計画を作ったことがないので、まず数字が読めない。マーケティングって何?などと、ことごとくぶつかるのです。全然能力を発揮できず挫折して、一度グロービスという経営大学院に1年ぐらい通いました。広義のデザインですね。事業計画も含め、建築のデザインも併せてセットでできるような能力を身につけようともがいていました。最後は、もうちょっと自分自身が地域に寄り添って、地域のプレイヤーとしてやっていきたいと思う気持ちが強くなり、移住という形になりました。

過去にやったもので代表的なものでいえば、もう10年前ですが、京都の三条烏丸にある「伊右衛門サロン京都」の内装ですね。これはデザイナーとしてつくったものです。その後企画部に移って、南三陸の復興仮設商店街。今はもう取り壊され、新しい本設商店街を隈研吾さんが設計されましたけれども、仮設商店街のグラフィックや全体のレイアウトなどを担当しました。あとは個人的に、「越後妻有アートトリエンナーレ」や「瀬戸内国際芸術祭」のような、3年に1度開催される地域のアートのお祭りみたいなものを、千葉県市原市が2014年に始めました。その時にアーティストとして夫婦で参加して、平日は会社に行きながら、週末はこういう使われなくなった食堂を一つのアート作品とみなして、地域の課題となっていたイノシシを消費するようなカフェ、夫婦でイノシシのハンバーグを作ってサンドイッチにして売ることを2カ月間ぐらいやっていました。その後はホテルの立ち上げを前職でやりました。これもデザイナーというよりは、ターゲットやコンセプトを決めて、どういうデザイナーを起用してやっていくかという全体のマネジメントをしました。これが、(辞める)直前までやっていた仕事です。

そんな今までの経験も含め、嫁とも一度小さな飲食店をやって、地域のコミュニティのハブになるのが面白い、これをやっていきたいという思いが夫婦で強くなりました。たまたま3年ぐらい前、仕事の関係で初めて伊根を訪れたのですが、そこで釣りが好きとか、どこかに移住してカフェを開業したい想いとか、子どもの子育てとか、いろいろな要素

がびたっとはまって、移住を決断しました。小さな物件を買って、1階をカフェ、2階を宿に変えるという形で、夏ぐらいに開業しようという考えで。また、酒造りの手伝いをして、いる向井酒造さんも、すごく少ない人数で製造体制を組まれていたりすることで、いろいろな可能性がありながら、販路が作れない、新商品が作れないなどいろいろな課題を抱えてらっしゃるので、ゆくゆくはそういった課題解決も含めて、魚と発酵を掛け合わせて伊根を盛り上げていくような場所をつくっていけないかなと、杜氏の久仁子さんと、談笑しているという状況です。

まだ実績がないので、夏ぐらいに小さな拠点を出発点にしながら、いろいろなものをつないで、丹後の食の魅力や、本藤さんの取り組み、そういったものをうまく連動させるような交流拠点がつくればと考えております。

藤原 ありがとうございます。魚釣りが趣味だとお聞きしておりますが、フェイスブックに画像がアップされてますが、この魚はシーバスですか?あれはこちらで釣ったんですか?

當間 あれは千葉県です。こちらでも釣れるように頑張ります。

藤原 それでは引き続きまして、本藤さんは宮津市、當間さんは伊根町、これから自己紹介していただきます櫛田さんは京丹後市。そして最後の楠さんは与謝野町ということでそれぞれの地域からの代表としてパネラーをお願いしております。それでは櫛田さんよろしく願いいたします。

櫛田 櫛田です。福祉の仕事をしております。普段、福祉の力で世界を変えとか言ったりしていますが、今日はデザイン会議という形で、地域をデザインという形で書



櫛田 啓／みねやま福祉会 社会福祉士(京丹後市)

いてみました。こっちの方がおしゃれなので、変えようかなと思っています。

先に進みますが、出身は京丹後とご紹介いただきました。現在職業は、社会福祉法人みねやま福祉会というところで、児童養護施設の施設長と、宮津の総合実習センター、いわゆる福祉人材を養成するセンター、特養と障害者施設と保育園の複合型施設ですが、昨年9月にオープンしました。そちらのセンター長をさせていただき、1日の半分半分は、京丹後と宮津を行ったり来たりしながら、仕事をしております。

これは養護施設の子どもたちと一緒に撮らせてもらった写真です。学生時代、サッカーばかりやっていたので、こんなことをやっています。ちょっと自慢で、全国大会準優勝はしたのですが、選手兼マネージャーをしていて、選手をしながらベストマネージャー賞を取りました。これが一番の自慢です。準優勝というのは負けた記憶なのであんまりうれしくないのですね。あと、プロサッカー選手になったのですが、当時、全国大会決勝戦で、22名いる中でスタメンは15名ほど、僕は落ちこぼれる7名うちの1人でした。スタジアムに出ると各球団のスカウトマンが並んでいて、だいたいそこで声をかけられます。僕は1回、ちょっと早めに出て声をかけられなかったのが、忘れ物したふりしてもう1回通りましたが、やっぱり声をかけられませんでした。センスないかなとあきらめました。

普段いろいろな地域の活動、今回プロフィールにいろいろ載せていただきましたが、30歳の成人式など、地域の中で、人と人をつなぐという活動をいろいろやってきました。こういったイベントですね。楽しいことをやってみんながつながっていくことと、さらには東京にいる丹後出身者の方たちが、ふるさとに関わり続けられるようにとNPO法人を立ち上げて、一緒になって人材育成、宮津高校に入らせていただいて、キャリアフォーラムで集まるなど、いろいろと地域の活動をしています。こんな感じで。普段働いてないでしょ？と言われるんですが、今日はお仕事の話をちゃんとさせていただきたいと思っています。イベントもやっていますが、今はそこまでシフトはしてなくてですね。力入れてなくてというか。ちょっと仕事の方を、本業を通じて地域を変えていけるのではないだろうか、ということ、活動を通して見えてきたということで、その話をさせていただこうかと思っています。

ちょっと資料が多いのでこの辺飛ばさせていただきます。ここです。「将来の夢は早く死にたい」です。私は児童養護施設にいます。これは、実際にあった少年の話です。小学校のころ、「みんな将来の夢を書きましょう、教室の後ろ

に張り出します」となった時に「早く死にたい」と書いた少年がいました。私はその少年と出会いました。彼は幼いころから、虐待を受けて施設に入ってきましたが、もっと彼を傷つけたのは、いたずらばかりしていた中学校1年生の時に、「もう地域から出ていけ」と言われ、家族ごと引越しをせざるを得ない状況になりました。それでお母さんもかんかん怒って、「もうあんたのせいで地域に住めなくなったんやないか」と、「一緒に生活ができません」と児童福祉施設にやってきたのです。

彼は施設に来た時は母子家庭だったのですが、生まれる前はお父さんがいて、お父さんからお母さんへのDVがあり、いわゆる胎児の時から虐待を受けていました。胎児期からの虐待というのはあまり知られていないのかなと思いますが、子どもの発達にとって非常に深刻な症状が起きるといわれています。胎児虐待を受けた子どもたちは、一番安心できるお母さんの子宮の中でおびえて育っていたということで、その後のケアが非常に難しくなります。そういう子は、専門家たちも嫌がるのです。基本的に専門家の人たちは、子宮の中を表現します。胎児期に戻って、一番安心できるところから積み直していくことをやりますが、一番安心できる時がないという子どもです。ほおずりをしたらぐっと落ち着くはずなのに、落ち着かずによけい暴れるみたいなことが起きたりして、専門家も嫌だな、どうしようかなというようなお子さんでした。

最終的に彼はプロボクサーになったのですが、ボクシングの試合が終わった後に、一緒にご飯を食べに行き話を聞いて、「今どう？あの時に死にたいと書いたけれど」と言ったら「今は生きていて良かったと思う」と言ってくれました。こういう子どもたちと普段はかかわっています。この子1人だけじゃないのですが、こういう子がたくさんいます。たまたま今事例で挙げましたが、そういう子どもがたくさんいる。いい加減、「なんでこんなに世の中生きづらいのだ」と思います。そうやって傷ついた子ばかりが来て、その子たちのケアをしつづつとかかわり続けるのですが、「そもそもなんでこんなに子どもが傷つかなければいけないのだ、この世の中どうしたんだ。根本の世の中を変えていかないとだめなのだ」と。私の専門は子どもたちの心をいやしていくということかもしれませんが、そもそも傷つく子どもが生まれない社会をつくりたい、というのが、私の今の大きなエネルギーになっています。

できる人でできない人、勝ち組・負け組という言葉ができて、だいたいそういう子は負け組と言われますが、そういった言葉自体がいらなないと思います。貧困や虐待などの社会問題、最近、子どもの貧困が問題となり、結局、大

人の身勝手なエゴのしわ寄せを子どもが受けてしまっている。そんな社会はおかしいでしょう。こんな子どもたちに「頑張れ」と言っても、どうやって頑張ればいいのかも分からない。この子たちは誰も助けてすらあげないし、誰に言ってもいいかもわからない。

社会はいろいろなことを分けます。能力や空間、時間を分けて、白い人はこっち、赤い人はこっちみたいな。白でも赤でもない人はどうするの？と。そういったシステムティックな世の中なので、役割分担は効率的でいいかもしれないですが、そのはざままで苦しんでいる人々、いわゆるグレーな人々がむちゃくちゃ多いです。僕も含めてグレーな部分がむちゃくちゃありますが、白か黒かしかない、という社会ですね。じゃあグレーはどうやって生きていけばいいのかというと、ちょっと当てはまらないので無理ですね。あっち行ってください、こっち行ってください、とたらいまわしにされます。

これではさっき言っていた「死にたい」という子どもたちは、どこに「助けて」と言えばいいか分かりません。それで思ったのが「もっとごちゃまぜになっていけばいいな」と。いろいろな人が、強い人、弱い人関係なく、それぞれが主体的に生きていける。そして、そのままでもいいんだよ、ありのままのあなたのそのままでもいいんだよ、ということを受け止めていける。さっきの子どもに「もうお前悪いことするからどっかいけ」と言って地域から排除するような社会じゃなくて、地域のいろいろな機能をかけ合わせて、そういった子どもでも地域の中で育んでいけるような、ごちゃまぜの社会をつくっていきたい。それが、私がやっている大きな大きな定義になっています。

これは『オトばあちゃんの見聞板』という本です。すごくいい絵本だなあと思っています。この絵本を見て、輪番介護制というのが世屋の地域にもあったのだと知りました。この絵本を読ませてもらうと、人と人とが支え合うごちゃまぜというのは、昔の世屋地域にあったのだなと。ということは、話は早い。宮津地域はこのモデルを、古き良き時代を取り戻していくという、自分たちのご先祖様たちがやっていたことを取り戻していくことでいいのではないかと。これは1人暮らしのおばあちゃんを、見聞板が回ってきたご家庭が、その日の朝から夕方までおばあちゃんのお世話をする。村人みんなでおばあちゃんの大掃除をするなど、みんなでお支え合って生きていく。最後のページにいいことが書いてありまして、旦那さんを亡くしたオトばあちゃんが、星空を見上げながら、旦那さんに「なあお前さん。おら今幸せだ」と言って、「もう少しこっちで村のみんなに世話になるけど、待っててくれよ」と言うのですね。村のみんな

に世話になるということが幸せにつながっている。この社会は、人に世話になるというのが申し訳ない、しのびないという価値観が蔓延していると思うのですが、人の世話になって生きていくことが幸せだと言える、そんな社会をつくっていく力を、私は福祉の力として持っているのではないかと。だからこそ、もっともっとごちゃまぜを展開していきたいと思っています。

ちょっと長くなるのでこの辺飛ばしますが、「マ・ルート」というところです。先ほど言わせていただきましたが、特養と障害者施設と保育園がある施設です。こちらで何をやっていこうと思っているかというと、このシーンですね。実際にごちゃまぜをして、老人ホームと保育園を縦で割るのではなくて、オープンな形でやっていく。例えばこのおじいちゃんは、「歩行訓練しましょうね。歩行器乗ってちょっとお散歩行きましょう」と言う「嫌や」と言われます。すごく厳しい方で「うるさい黙っとけ」と言われる時もあり、「訓練しないとどんどん筋肉悪くなりますよ」とはいうことを聞かないのです。ですが、普段赤ちゃんが遊びに来るので、それが楽しくて。この日はたまたま遊びに行くのが遅くなり、保育園の方で子どもたちが遊んでいました。そうしたらおじいちゃんは「おい、歩行器取ってきてくれ」と、歩行器に乗って子どもたちに会いに行く。「何しとるんや。今日来るの遅いやないか」と言いに行くと。シンプルですよ。あれだけ職員が「歩行訓練しましょう」と言ってもまったく動かなかったおじいちゃんが、小さい子どもたちと一緒に生活するようになったら、「おい歩行器取ってきてくれ」と言っているだけ。こうやって人と人とが触れ合って、ごちゃまぜになっていくことで、どんどん元気になる。

このお子さんは自閉症です。伝えたいことが伝わらないと、割れるもの全部割ってしまいます。なんとかそれを分かってくれと言いたいけれど、なかなかうまく伝えられないことがある。だから、小さい子と会わせるのは危険ですと言われて、ここに通ってきてくれているのですが、見てもらったら、全然壊したりしません。ずっと、ちっちゃい子嫌いなのです、と言われてきたのですが、いざごちゃまぜの空間になると、小さい子が近くに来ると握手してみたり。小さい子が周りにいると、絶対割りません。割らずに何をしようになったかということ、スタッフの袖をきゅっきゅっと引っ張るようになりました。割る以外の意思の伝え方というのを、新しく、自ら発見されたのです。

いろいろと専門家たちが試行錯誤しながら、どうやって物を割らないようになるのだろう、どうやって別の方法で意思を伝えられるようになるのだろう、と考えに考え抜いてきたけれども、まったく改善されなかったことが、ただこ

うやって、人々が当たり前のようにいる空間、小さい子がいる空間の中に入っていきることによって、その子が自ら「今危ない」と分かったのですね。「割ったら危ない」と分かっていますから、小さい子がいる時は、ちゃんとスタッフの袖を引っ張ることができるようになってきた。今は施設内でやっていますが、こういったことをどんどん地域に展開していくことによって、手を取り合っということを我々合言葉にしていますが、ごちゃまぜにしたその先に、人と人が支え合って生きていけるような社会を福祉の力でつくっていきたい、まさにそれこそが「This is 福祉」だということで活動しております。

藤原 はい、ありがとうございます。素晴らしい!素晴らしい取り組みです。それでは与謝野町の代表として楠さんをお願いします。

楠 与謝野町岩屋のクスカ株式会社の楠と申します。本日はよろしくお願いいたします。私は与謝野町岩屋で育ちまして、中学からこちらを出ております。高知県の明德義塾という野球の学校で中高と野球をして、その後、東京の方に進学してすぐ辞めちゃいましたが、それから10年ほど東京で建設関係の仕事をしておりました。それと同時にサーフィンにはまり、国内外サーフィンしながら仕事をするというスタイルを10年ぐらい送っておりました。ひょんなことから30歳前で丹後に帰ってきまして、家業を継ごうかなと。もう一つは、丹後の地だとサーフィンができるし、サーフィンをしながら家業を継いでみよう、というのが最初のきっかけでした。

そうしたら、丹後ちりめんというのは、ここ40年ぐらいずっと右肩下がり、生産量も、1974年ぐらいをピークに3%ぐらいになっています。さすがにちょっと同じことをしていてもしょうがないと、大きく二つ改革をしました。作る工程を変え、他にはないものを作る、独自性を作るということで、機械でやっていたものをすべて廃棄して、手織り機を導入しました。そしてもう一つは、流通を簡素化させて、直接販売する中で、ブランディングですね。その二つを大きく改革して、「クスカ」というブランドを立ち上げました。そのプロモーションビデオを5分、約6分程度ですけれども見ていただきます。

～クスカのプロモーションビデオを上映～

これで終わりです。丹後のものづくりをベースとして、丹後ちりめんではなくて、新しい丹後の織り方、技法で今で



楠 泰彦/クスカ株式会社 代表取締役(与謝野町)

も使えるものを、というコンセプトで商品を作り、展開しています。「ALL HAND MADE IN TANGO」という文字をロゴにも入れました。丹後から発信している、世界に発信したいという思いで「TANGO」を入れました。ブランディング的には、「ALL HAND MADE IN KYOTO」の方が分かりやすいですが、やはり丹後の地名を入れることはすごく重要なこと。なぜかと言いますと、私が丹後に生まれたというそれだけのことですが、そこが一番重要なのかなということで、このロゴにこの文字を入れさせていただきました。

糸は全部丹後で染めております。京丹后市・峰山にあるところですね。これが弊社の一番の売りです。手ですべて織っているという。これはフォトグラファーの小野直樹さん、坂本龍一さんも撮っているような方に来て撮っていただきました。

こういったネクタイを主に作っております。これはユニテッドアローズで展開していますし、セレクトショップでしたらストラスブルゴ、あと百貨店ですと、阪急メンズ東京、高島屋、そごう、西武、岩田屋三越などに置かせていただいています。これは銀座・和光ですね。和光さんとコラボレーションして、「ALL HAND MADE IN TANGO」、「TANGO」の文字を入れて、銀座四丁目で販売しています。丹後はイケてるということ少しでも示したいというのに、このロゴを入れております。

こういった雑誌、『メンズ・イーエックス』などで特集していただきました。2010年から始めて、最初の3年ぐらいは鳴かず飛ばずで、まったく売れませんでした。少しずつブランディングという行為をやっていくことによって、商品の価値というものが伝わると、少しずつ販売が上向いてきました。2年前に、京都の烏丸三条、京都のど真ん中にショールーム兼店舗、お客様とコミュニケーションを取る空間を設けました。

それと同時に、商品のラインナップ、幅を増やしました。ブランドのコミュニケーションを取れるようにと、これは頭に巻くバンダナです。元「KITSON」のデザイナー、椿谷真理子さんにデザインをしてもらい、レディースのアイテムをちょうど1年ぐらい前に展開させていただきました。この場所は丹後の琴引浜ですね。カメラマンは丹後の田村写真館の田村さんで、ヘアメイクは大宮のフリースタイルの田中順子さんにいただきました。モデルはロシアのモデルの方です。基本的には丹後を中心として、グローバルにも展開できるというのを示したいのと、あえて丹後の素晴らしい方々を起用して、プロモーションをしているということです。これより前は弊社が作った、デザインした商品です。こういう形でパーティなんかに着けて行っていたとしてもいいですし、いろいろな用途で使えるかなということでプロモーションしております。

それとこれも1年前ですね。このスニーカーも弊社で織った裂織りといいまして、江戸時代中期ぐらいからあるものですが、それを利用して新しく展開したいと、スニーカーに落とし込みました。このスニーカーもパルカナイズ製法といいまして、日本でも3件しかなくて、広島の方にあるのですが、SPINGLE MOVE (スピングルムーブ)と協力して、いろいろな商品の展開をさせていただいております。これは京都新聞で、丹後版ではなくて、経済版の一面のところですよ。

あと最近、ちょうど先週ぐらいに発売したのですが、これもイタリア・ナポリの有名シャツブランド、「LUIGI BORRELLI (ルイジ・ボレリ)」から独立した「Vanacore(ヴァナコアレ)」というブランドと弊社とがコラボレーションしました。丹後とナポリがコラボレーションした商品を自社のみで販売するという、新しい企画ですね。丹後をよりブランディングさせる一つのツールとして、着心地も一番ですし、すべて手縫いなのですね。こういった手仕事は、イタリア・ナポリの工場まで行って、コラボレーションしてきました。

そういったいろいろなものづくりを認めていただきまして、去年暮れに中小企業の技術大賞、優秀技術賞をいただきました。この事業は20数回ぐらい続いているんですが、丹後では3件ぐらいしか技術賞をとられていません。もちろん織物は初めてです。そして昨年からは海外、イタリアのフィレンツェで開催される「Pitti Uomo」という世界最大のメンズの展示会に出展を、少し小さいブースながら出展しております。ヨーロッパの方々にも、丹後で織ったもの、最高技術をブランディングとデザインを生かして伝える活動をしています。

新規事業もいろいろとやっております、4月から、丹後

に特化したウェブメディアを立ち上げる予定です。クスカで活動していて、「丹後ってどこなの？」というのが8割、9割ですね。丹後ちりめんってちりめんじゃこ、みたいな感じになるので、丹後をもっと知ってもらわなきゃと、丹後に特化したウェブメディアを立ち上げる予定です。カテゴリをぐっと絞って、一部の層にしか分らない、とがったようなサイトにしたいなと思います。

なぜやろうと思ったのかは、先ほど村田先生がおっしゃったように、行政ができることと民間ができることというのは圧倒的に違うので、民間がする地方創生を、民間がつくるウェブメディアという形でしょうか。かなりとがったウェブメディアにしようと、プロサーファーの湯川正人さんに来てもらい、丹後の八丁浜でプロモーションビデオを撮りました。彼とドローンのプロフェッショナルを呼んできて、陸からと空からと両方撮りました。あとは特色ですね。丹後は、食はもちろんですし、そこに残っている文化的な伝統産業、着物から得たものもありますので、それともうまくコラボレーションさせたウェブメディアにしたいなと。一応4月初旬ぐらいにオープンを予定しております。先ほどおっしゃったように、4月はなかなか行政ができない時期なので、あえてそこを狙ってやっています。以上でございます。

藤原 ありがとうございます。それぞれジャンルは違いますが、ものづくりや地域づくり、人づくりに関わる取り組みのお話をありがとうございました。村田先生、今の4人の自己紹介が終わりましたが感想は？

村田 圧倒されました。なんかもう安心というか、若い方々が引っ張っていくというのも十分わかりましたし、これからのぶんすごく変わっていくのでしょうね、この地域は。すごく楽しみでもあります。目先の1年先、2年先の幸せを求めて動いている方たちではないと。すごく共通点がある



なと思いました。やはり地域を救っていくのは、非常に長いスパンでのデファクトスタンダードづくりっていうことになると思うのですが、着実にそこをみんな見てらっしゃるなと思いました。

最近私が共感しているものに、高知工科大学の先生で、フューチャー・デザインの研究をされている西條辰義さんがいます。この間、京都高度技術研究所で一緒にトークショーをやりました。僕は来られる方々を知りませんでした、たまたま自分が読んでいた本が西條さんでしたので、すごく感動しました。彼がなぜ、今すごいかと言いますと、先ほどの話ですね。行政に対することで、僕とまったく同じことを考えていたというところが一つあります。彼が言うには、「例えば参議院議員や衆議院議員に立候補する人が、30%の増税をして、100年間増税した分を払い続ければ、今の日本の債務超過はなくなると。これは事実だが、それをもし参議院や衆議院の立候補の時に演説したら、こいつ入れたくない、とみんな思うでしょ。ですから、議員さんたちも、すぐ直近の皆が喜ぶこと、人気投票に走ってしまう、というのが普通だ」と。

それは当然だと思います。今を生きる人たちが投票するわけですから。だからこそ西條さんは、そうではなくて、サスティナブルに何十年も先に、自分の子どもや孫たちがちゃんとした生活をしていけるような責務を自分たちが負っているという観点で考えられないかということ、『フューチャー・デザイン』という本にまとめました。未来の世代と現代の世代が交渉をするということです。今その本が愛読書になっています。最近の私のベストに入っています。

今日の皆さんの共通点は、やはりそこにいくのではないかと思います。例えば櫛田さんがおっしゃっていた「ごちゃまぜ」ですね。これは実にダイバーシティ的な発想です。今、「分ける」ということを僕たちはやり過ぎてしまっている。グレーゾーンの人たちは行き場所がなくなってしまう、ということです。そこには常に競争原理が働いていて。まだ日本は緩い方らしいです。アメリカの方に行くと、もっとそれがひどくて、疎外される人がまだまだ多いらしいのですが、そういったことを社会の仕組みが作り出してしまっているという気がします。

一時流行りました里山資本主義の本がありましたよね。NHKの渋谷さんがまとめられた。その本には櫛田さんの言われたような「ごちゃまぜ」の成功事例があります。道の駅の中に、老人ホームと保育所が合体しているのです。母親は、子どもを保育所に預け、この道の駅で働いています。母親は子どもたちの様子を見ながら安心して働けるの

です。また老人ホームに保育園を持ってきた途端に、(利用者は)みんな若返りし、同時に、今度は子どもさんもお年寄りと触れ合うことで、お年寄りを嫌わなくなりました。お年寄りと子どもが出会うということが今はもうなくなっています。それを接触させる機会をつくることで、子どもがそういう知覚体験をする、これが非常にいいことです。先ほど櫛田さんが言われたことは、計画的にやってほしいことだと思いました。

●地域の漁業を次世代に伝えていくには

藤原 本藤さんにお聞きしたいと思います。最近魚の流通が変な方向にシフトしています。丹後に来るとそれが良くなります。年々漁獲高が減り、魚離れが進み、消費が落ち、かつて水産王国ニッポンと言われた日本の現状の姿はその面影がありません。そういう市場背景からこれからの日本の食文化に欠かせない水産資源をどう確保して行くのか？漁師の高齢化が進み、56歳が一番若いとされている現状で若い漁師を育てるために海洋高校と取り組みをされているとか、その内容などを教えていただけませんか？

本藤 全国の海というか、港をみてきてですね、その土地その土地に特産品というか、本当にいいものがあります。宮津へ帰ってきてても本当にいいものがあるって、昔はたくさん獲れて、市場を流通して行って、地元で売れたり、都会に売れたりという流れがありました。ですが、今はなかなか大量に獲れるというものではなくなってきたし、漁師も少なくなってきました。いかに物語というか、獲った人の思いを伝えるか。魚を食べた時、あるいは農業の農産品を食べた時に、どんな土地で、どんな予防で、どんな手法でものが作られてきたか。それがどういう流通でどうなって、自分の口にきたかというようなことが、ないがしろにされてきたのですね。そこが漁師になってみて、クエスチョンマークというか、自分の獲ったものは誰が食べているのだろうと。今お話されているように、丹後にはいろいろな魅力がありますが、やはり食、食べること。お酒にしても、水にしても、お米にしても、いっぱいある中で、売り方、供給、消費者までの流れがもう一つ納得できないところがあります。自分が獲ったものに対して、思いを伝えて食べていただきたい。そういう付加価値を付けて売っていく流通の仕方をしていきたいというのがまず一つあります。

それから、農業者、漁業者がどんどん減っている状態で、できるだけ今の80代の人の漁法を伝承して、昔の宮

津湾、あるいは若狭湾の状態にもっていきたい。そのためには、今の漁業者だけでは力が足らなくて、海洋高校の若い生徒たちにも現状を知ってもらい、一緒に取り組みをしてもらう。70代、80代の漁師さんと、10代の子どもたちがコラボする。今度、篠山など山の高校生ともコラボしようという話があります。地元の高校、山の高校と竹の間伐材を使って漁礁を作ってみるなどいろいろなことをして、若い子たちが今の漁業、農業の現状を知ってもらい一助になればいいと思います。毎年海洋高校でしゃべらせていただいているのですが、その子たちが研究者になるか、Uターンして漁師になるかですね。

また先だって、宮津小学校に、漁師会で魚のさばき方の講師をしてきました。今の6年生のほとんどの子は包丁を持ったことがない。実際に自分の家で魚を料理したこともほとんどない。この宮津に生まれて、丹後に生まれてもそういう状態ですから、かなり食に対して危機的な問題があると思っています。できれば、もっともっと海が身近になり、今遊漁船やっていますが、子どもが釣った魚をお母さんが料理しようという気持ちになるのですよね。今まで包丁もありません、まな板もありませんという人が買って帰ろうという。お父さんが釣ったり、子どもが釣ったりしたら、お母さんがさばこう、一緒にさばこう、ということになります。そういうことも含めて、若い人たちと、今の頑張っている漁師さん、70代、80代の人たちをつなげていく。そうやって思いを伝えていくというのが宮津の漁業になればいいかなと思い、頑張っています。

藤原 ありがとうございます。その続きで當間さん、最近フェイスブックで可愛いお子さんが初めて台所に立ったと紹介されていましたが、本藤さんもおっしゃっているように、魚を自分で釣ってそれをお母さんと一緒に捌くというのは最高の教育ですね。

私も中学生の頃、山から竹を切ってきて来て、それで釣竿を作り、魚を釣ってました、弁当のおかずにするためにね。捌き方も母親の包丁の扱い方を見よう見まねで覚えてね。それが今も役立っています。その辺りをお聞かせください。

當間 妻はもともとイタリア料理屋で働いていたキャリアがあって、カフェの厨房も、僕は立たないので、妻に立ってもらおうと思っています。代々、妻の母も、そのおばあちゃんも食をすごく大事にしていました。お米の炊き方も、炊飯器を使わずに炊いて育ってきていますし、すごくこだわりが強いです。それはいいことだなとすごく思うので、娘にも伝えていきたいと思っています。

そう考えると、食の豊かな場所がいい、というのが、伊根を選んだ大きな特徴ですし、なにより、ご存知の通り、伊根浦地区には魚屋がない。漁港に定置網で揚がった、朝獲れた魚を、バケツを持って買いに行きます。都会ではちょっと考えられないですね。朝漁協から放送が入って、「今日はイワシとブリが獲れました」みたいな。朝7時ぐらいに寝ていても放送が入る、それで起こされるという特殊な環境です。みんな舟屋をお持ちだったりするので、海水でさばいて、内臓などの食べないところは、もんどりに入れて仕掛ければ、そこにまたタコとかいろいろな魚がかかったり。またそれで獲れた小さな魚を、天然のいけすで、大きくなるまで育てて、それを父親の晩酌の肴にする。そこで魚食の循環が徹底的に見えているという。これってものすごい価値だよな、というふうにすごく思ったのが伊根を選んだ一つの大きな要素でした。

伊根にも優秀な漁師さんがいらっしゃいますし、本藤さんのように課題意識を持っている漁師さんもういらっしゃいます。伊根にしかないという意味では、向井酒造さんとうまく掛け算しながら、当然僕らの子ども、来月には第2子が産まれる予定ですが、50年後ぐらいに、子どものためにどういう伊根の環境を残せるのか。人口が減るのは分かっているし、建物も老朽化するでしょう。その中でどういうビジネスというか、稼げる仕組みと維持できる方法をどう残すかという。自分が楽しみながらというのは別にしながらも、今はお子さんも増えてきていますので、働くお母さんや観光協会の方たちと連携しながら、いろいろな課題をうまくビジネスで解決するようなデザインの在り様を作っていくと思っています。

村田 ありがとうございます。賛成ですね。岡山県西粟倉村では、どんどん今若い人が移り住んでいて、人口がどんどん増えています。そこに木工カフェができて、「ユカハリ」という床材をクラウドファンディングで出したところ、非常に売れました。売れまくって、結局、原料の間伐材が足りなくなり、他府県から仕入れています。まったく本末転倒になっていますが、それぐらい人気があります。

やっぱり若い人の力だと僕は思うのです。皆さんのような方々は地域の大きな点で、その点と点がつながるというのが非常に重要だと思っています。伊根は、下に舟屋があって上に住居があるという状態ですが、例えば、あの景観を保ちながら、當間さんの空間構成力で、目の前で船を見ながら、その目線で、釣ってきた魚をそこで食べられる非日常空間ができる。夜は船をライトアップすれば、ものすごい迫力があると思うのですよ。

以前、古い水路が張り巡らされている熊本県で、昔遊郭だった面影を残し、そのまま今はバーになっているところに行って食事をしたことがあります。そのまま店の中に運河があるのです。それがすごくかっこよくて、圧倒されました。ところが舟屋の場合は分離されていて、そこで飯を食ったりすることができません。もしかしたら、デザインや建築の力で、今まで体験したことのないようなレストランやビストロみたいなものができて、そこで獲ってきた魚を食べる。あるいは観光漁船みたいなものでお客さんと釣りに行ったものが、そこで食べられる。想像しただけでも最高だなと。わざわざ行って、そこに泊まりたい、みたいなことになると思うので、そういうのをお互いが連携し合ってできないのかなとちょっと今思いましたが、それについてはどうでしょうか。

當間 とてもいいアイデアで、僕もそういうことがやりたくて移住しました。ただ伊根には舟屋が230軒ほど並んでいるのですが、部外者に荒らされたくないという意識が強いようで、舟屋の物件がすごく流通しているわけではありません。身内にしかバトンタッチされないところがあるようです。僕は3年がかりぐらい見ていてようやく丘側の物件を見つけたというぐらいで、舟屋はめったなことでは出ないと言われている状況です。

村田 逆にどこかの家に新しい舟屋を造ってしまうことは。

當間 そうですね。今の建築基準法で造ろうとするのはちょっと難しいのかもしれないですね。

村田 だから特区なのですよ。観光特区にしちゃうのです。自治体で自決できる景観条例の逆使い。議員さんだれか出して。

當間 実際に、町の方で舟屋日和というのを今年の春ぐらいに開業されました。目の前に海が広がるカフェと、お寿司屋さんで構成されています。宿でも、舟屋の上を宿にして、釣りの体験をさせるというようなものが既に何軒かはあってすごく人気です。ただ、やはり丘の上で観光業を推進していこうとする理屈と海の上で漁業権を守っている人たちと、どこかで相反するものがあります。観光客が増えてマナーが悪かったり、ごみが増えたりということもあります。そういうことを総合的に解決していく能力が求められます。

●事業者同士で協力し、丹後ならではの製品を

村田 先ほど6つのキーワードの中に、食や泊まる、交通の手段とありましたが、やはりそこに、ファッション性のある物だったり、買って帰りたいお土産物、何かその地域でしかできない手技であったり。ということで楠さん、例えばそういったものを、点と点の流れの中に、わざわざ行って、手仕事をオープンファクトリーで見ながら、そこでそれを購入する、というような。今、新潟県の燕三条はオープンファクトリー化が成功し、かなりバスの観光ルートなどが始まっていますが、そういうような仕組みは何かできそうですか。

楠 丹後の技は400軒ぐらいあり、2000人ぐらいは従事している一大産地です。ですが、産地自体が京都の西陣の下請けといいますか、その仕事をしているので、皆さんライバルなのですよ。これが300年間ほど続いてきたので、ここ10年、20年では難しいというのを重々感じています。

そこで僕が思ったのは一点突破、ブランディングという手法で、丹後にこんなものがあるというのを見せると。そこから丹後って何?来てみたい。まずは知ってもらいたい。そして来て見てもらって、交流してもらおうというフェーズになっているかなと思います。ただ、今燕三条でされているようなビジネスモデルは少し難しいかなというところで、丹後というブランドを一点突破させて、そこにウェブメディア、もちろん来てもらうのが一番ですけれども、知ってもらって、ウェブを通じて、少しずつ丹後に来てもらうという流れが一番いいかなと思います。

村田 楠さんの世代は、第二世代、第三世代なのですか。

楠 そうですね。僕三代目で、周りは四代目、五代目もいますね。

村田 そうですか。僕は、福井県の越前の包丁作っているところもプロデュースしていますが、初め、「iiza(イーザ)」という越前ブランドを作った時にですね、そのお父さんたちの代はかなり仲が悪くて、同じ席でのビールの乾杯はありえない、ということでしたが、商工会議所と材料卸の武生特殊鋼材が主体で、二代目ばかりを集めた時にやっと乾杯ができたのです。息子さんたちは、お互い同じ高校に通っていたりするわけですから、けっこう仲はいいわけです。それで、だんだんと雪解けしていきまして、息子さん

らの世代から、共通の売り場や、共通に海外に出る、そういうことがだんだんできるようになってきたので、コンソーシアムビジネスが可能になったのです。今の丹後はどんな感じですか。

楠 おっしゃっておられるように、僕がこっちに帰ってくる前から、丹後でそういう動きはしていますが、たぶん、人柄的に、丹後はそういう調整がない場所なのかもしれません。個人的なアーティストが多いのかな、あるいは調和するのがすごく難しいなと僕自身もやっていて感じますし、今までみんなで集まって、物を作って販売するというやり方もやっているのですが、成功事例がほぼない状態です。正直それは行政主導というのもあるのですが、みんなからそれが出ているというのがすごく難しいかなというのと、まだまだ京都の流通がベースにあると。商売としてあるので、そこまで新しいビジネスモデルにチャレンジするほど疲弊していないという実情があるにはあるのですね。そこにみんなでやりましょうか、と言ってやるのも、ちょっとミスマッチなところがあって。1個1個のボリュームを、バリューを上げていくというところに産地全体がなっていくって、丹後に来てもらってそれを見てもらうという方が丹後の生き残る道かなと。共通にはちょっと難しいかなと。

村田 そうですね。経産省がやっているクールジャパンの一環で、僕もフランクフルトのアンビエンテやミラノサローネに行っている中で、最近見えてきているのが、問屋卸ではなくて、産地の人たち、直接若手の人が現地に行って、商談をしているケースが非常に多いです。それがけっこう上手いのですよ。さっき言われましたように独自のウェブを作るとか、バイリンガルで英語も喋れるとか、それで直接の依頼が来たりしているのです。京都では、例えば日吉屋さんなどもそういうことをやられていますね。モノづくりだけでなく、流通の仕組みまで。私もそこに参加しているのですが、ブランドを作ることによって成功されている。楠さんのその考え方は、今の産地の状況からは非常にいいと思います。たぶん逆に他の業者も「うちも入れてくれ」とやってくるかもしれない。

楠 そうなるように頑張ります。

●長期的な視点で人に寄り添い、サポートする

村田 そういう意味では、話をつなげたいのですが、「ごちゃまぜ」というのが非常に重要になってきます。例えば櫛

田さんは、人と人をつなぐような役割を担われているのですが、福祉施設だけではなくて、何かこういった動きを恒久的なイベントとして回すというアイデアは持っておられますか。

櫛田 そうですね。今のところイベントで展開していくというのはないのですが、さっきの例えば魚をさばくという話でいくと、うちは児童養護施設で、学童保育はやっていないのですが、学童保育に通っていないが、鍵っ子で家に帰ったら1人で過ごしている子どもたちがけっこういます。その子たちは学童保育を利用していませんが、遊べる場所があればいいなと思って施設を開放しています。施設を開放して何をしているかという、これから春はタケノコ掘って、持って帰らせたりします。タケノコ持って帰った男の子がうちに来て、「これ返す」と言ったことがありました。「どうしたん」と言うと、「お母さんに変なものを持って帰ってくるなと言われた」と。タケノコをいきなり持って帰らされても、どう処理していいのか分からない。すぐに栄養士に調理用のレシピを出してもらって、さばき方などを全部教えて、「これで持って帰って」と言いました。その12月ぐらいに、もちつき大会に来たお母さんが「よかったです」と。どうしても忙しいので、帰ってきたらぱっとご飯作っていた。家族のコミュニケーションが今までなかったな、不足していたなということに気付けたと。こうかな、ああかなと言いながら、初めてタケノコの下処理をして、調理して食べた。本当にコミュニケーションが生まれたと。できる人はやったらいいのですが、できない人もいるので、できない人たちに寄り添うというのが、我々にとって一つ大事なのかなというのと。

あとさっきサスティナビリティという言葉が出てきましたが、最初に話したプロボクサーになった彼も、9歳、10歳の時は「もう死にたい」と言いましたが、20歳の時には「生きていてよかった」と言いました。10年先を見越して、その瞬間、瞬間でその子と関わっていく。10年、20年、人生死ぬまで、さらにその子が「もう死にたい」と言った10年前、そういった過去のひずみのところまでいったんさかのぼって、そこに介入していくことをやっています。我々が持続的に、ずっとそこに居続けるということが重要なかなと思っています。我々は「社会を変える」と言っていますが、フィールドをちゃんと整備する係、トンボかけを一生懸命やる係なのかなと。あとはその地域に住むプレーヤーの方々が、一番活躍できるフィールドを作る。僕が最初に関西でベストマネージャー賞になったのはまさにそうで、選手が力を最大限に発揮できる環境を整えるために、みんな

休んでいる時にグラウンド整備するし、ライン引くし、用具を準備して、水の温度や、今日暑いからちょっと氷多めにしようかな、とかそういうことを考えて。

村田 おかんみたいなものですね。肝っ玉母さんみたいな。まかしとけ、安心して仕事しろと。

櫛田 そういうことかもしれないですね。それが役割なのかもしれない。

村田 女将やったんですねえ。

櫛田 そうなんですね。あんまり出しゃばらないで。だからイベントはちょっと控えめにしたいかなと思っています。

●これからの漁業をデザインする

村田 本藤さん。ちょっと聞きたかったのですが、今あちこちで養殖が進んでいるじゃないですか。以前、僕の親父も長崎で漁師をやっていたし、結婚後、両親は鳥取県境港の加工場で働いていました。それで僕は境港の出身と言う訳で、魚関係は本藤さんに共通しています。親父もフグもさばける免許を持っていますし、僕も海産物が大好きなのです。そういう中で、最近では鳥取でサバの養殖が始まったし、近大もいろいろ頑張っていますよね、マグロの養殖を和歌山で始めたり。そういうことがあちこち起こってきて、世界で日本の養殖漁業が見直されていますね。先進国の漁業って会社化していて、日本だけが個人業主、組合の組織形態で、非常に業界が古い。その中で、最近若手がせりを通さない新しい水産業ビジネスを始めている。ご存知だとは思いますが、たとえば築地を通さずに、ウェブ受注で全国のお寿司屋さんに卸すというのを始めている。そういったことについて、また丹後の高齢化していく漁師、漁業というものに対して、どういう展望をお持ちですか。

本藤 まず養殖の話からしていくと、私も国の水産試験場にいた時、養殖の会社といろいろつながっていました。皆さんたぶん知っておられると思いますが、人間が食べる養殖のブリやタイ、ヒラメは配合飼料で育てられます。配合飼料をワカメやコンブの上にばらまくと、溶けてくるのですね。すごく脂肪を含んでいまして、私は宮津に帰ってくるまで、長崎県五島列島でクエという超高級な魚(の養殖)をやっていましたが、歴代4人の先輩がトライしてもクエの殖

場は作れませんでした。なぜかということがよく分からなかったのですが、結局、15ミリぐらい、生まれて1カ月ぐらいした時に配合飼料を餌付けするのですが、配合飼料で胃が溶けていました。そういうことがある。

だから、ヒラメやブリ、マグロ、一般的にマダイなど養殖で流通できる魚というのは胃腸がすごく強い魚なのです。私がいたのは国の機関ですから、ちょっと難しい魚だけやります。例えばアマダイ、宮津、丹後というグジですね、こういう魚やクエ、ウナギ、軟体動物だとマダコ。そういう魚ですから、胃腸が弱い。あるいは生命力が弱く、なかなかうまくいかない。今流通している魚は、基本的には小さい時からビタミン剤、あるいはワクチンなど、かなりいろいろなものを駆使して、やっとなんか作って、脂がそこそこ人工的に展開できますので、そこそこうまいというか。人間の嗜好に合っている味に人間が作っているということもあって。

水研センターを辞める時には、どんどん養殖の方向に行こうとしていたのです。僕の子どもの時からの夢は、日本の漁業、沿岸漁業の漁師さんたちを幸せにする、身近にいる魚を増やすなどそういう夢を持ってやってきました。養殖で、とにかく年間何トン作ればいいという方向に水産庁がいこうとした経緯があって、もうちょっと方向性が違うな、考えが違うなと思って、辞めるきっかけ、動機になりました。そういうことで、今一生懸命大手が養殖をやっている、売れますけど、ちゃんと作った魚は。だけど本物の味じゃない、と僕は思っています。

私が今売っている魚は、旬の中の旬で、産卵しそうになっておいしくなる。脂が回っておいしくなって次は獲らない、売らない。そういうところにこだわっていけば、たくさん獲れない宮津湾の漁業ですが、これからの漁業としての展望はあります。そういうこだわった食材を望んでいる料理屋さんが年間何十人と来てくれて、僕の話を知りたいとか、実際に現場を見たいと若い料理人を送り込んできます。そういう思いをずっと伝えていくことが、これからの小さな田舎の漁業のスタイルになっていくかなと。今一生懸命やっているとり貝の養殖は、えさを与えない、本当にエコな養殖をやっています。海底が富栄養にならないし、環境を悪くしないし、本当に自然な養殖です。とり貝がメーンですが、そういう養殖を、僕は本当の意味で宮津湾を大事にする養殖だと思ってやっていっています。

村田 素晴らしい。

本藤 これから若い人が僕に続いてきてもらって、環境を汚さない、宮津湾を守れるような養殖プラス思いを伝えて

いく漁師さんが増えていけば、一次産業の展望もあるのかなと。

村田 いいですね。例えばヒトデを駆除して湾を守っていく、という考え方と同時に、獲りたい放題獲る、というのではなくて、本当にいいものだけを獲る、ということは環境破壊につながりませんし、育成事業になりますからね。後輩たちは来てくれそうですか。

本藤 まだですね。海の民学舎の子たちが年間10人ぐらいは来ています。これからその仕組みを、もうちょっと現場と僕らとがつながって行って、思いを伝える、いろいろなやり方ができる漁業があるのだよとずっと伝えていけば、面白くなっていくのかなと。彼(當間さん)はカフェを夫婦でやると言いますが、やはり伊根に来たら船に乗ってみたい、釣りをしてみたいという思いはあると思うのですね。そういうことを担える漁師さんが増えていかないと。

村田 こちらのお二人、面白いものというか、目玉になるものをそれぞれお持ちです。それを統合した一つのウェブサイトみたいなものがあって、丹後の魅力を伝えながら同時に、それぞれのブランドがあるという形は、なにかできないものかなと思いますね。

本藤 ぜひぜひやっていきたいです。

藤原 先日、本藤さんと打ち合わせを兼ねて、自宅で開業されている漁師居酒屋に行ってきました。8人くらいしか入れない店内でその日の朝採れた魚貝類を出してくれました。究極のおもてなしですね。

本藤 誰が食べているのか分からないというのが非常に面白なくてですね。自分の獲った魚がダイレクトに、例えば「これが3年物のチヌですよ」とか、「何を食べていたタコですよ」とかでですね、そんな話をしながら食べるかな、幸せな気分になるのかなと思ったりもして、2年前からやっています。けっこうマニアックな食材を出します。

藤原 それがまた美味しい。お魚の内臓は捨てるものですが、新鮮な魚の内臓は、下処理をうまくして出せば最高の珍味になりますね。

本藤 去年の秋ぐらいに、ヒットした商品がアカエイです。アカエイの肝を刺身にしました。獲ってすぐの血抜きがすぐ

く大事ですが、普通に定置網にかかって、それから市場に行って何時間か、ただ氷だけで寝かされて、魚屋さんに行った時は、もう血液からアンモニアが身に回って食べられないのですね。自分が出荷した時に、1メートルぐらいのエイが1匹200円浜におってで、そのエイが本当においしいエイに化けるのです。地元の60代、70代の人でも、こんな魚、人生で食べたことがないいうぐらいおいしい肝や刺身に変わります。そういういろいろな食材がありますが、市場に出すと、どうしても味が落ちてしまう。できるだけ、そういう思いを伝えていきたいです。

●丹後の“悪いところ”から切り込む

村田 ちょっと話題を変えます。先ほど僕が宿題を出しました。いいことづくめでは面白くないので、ちょっと宮津の悪いところを皆さんに言っていただきます。先ほどの鳥取県みたいに、残念なことをアピールするとみんな応援するのですね。いい、いいと言うと、貶めようします。だめな丹後を救ってくださいじゃないですが、皆さんで丹後のここあかのちゃうかというところを言っていただいて、皆さんの丹後を救いましょう。そういう話をしたいのですが、どうでしょう。順番こっちから、楠さんから。

楠 強いて言うなら環境的な問題が一つあります。都会からのインフラが整っていません。あと寒いとか環境的なものとかあります。僕は織物業、丹後の地場産業といわれるものをやっていますが、先ほど言ったように、京都との流通をメインとして、そこから結果できていないということと、下請け根性といいますか、なかなか表に自分たちが出ない。おしとやかというか、なかなか出にくい人柄ですので、もっともっと丹後にスポットが当たるような感じになっていけばなという。ちょっと悪いところは言いづらいですけど、人間性が。

村田 前にあまり出たがらない。

楠 出たがらないですね。

村田 今やっておられる海外に打って出るとか、そういうことは皆さんしながらないですか。

楠 そうですね。丹後の上の方は、京都とは300年、ずっとそういう中でいい目も見せていただいたので、特に我々の上の世代なんか、「がちゃまん」といわれたころは、

京都市内の方、問屋さんにいい思いをしていて、お客さんも知っていて。

村田 左うちわの語源になったところですね。

楠 そうですね。

村田 それはやはり、上の客先に対して失礼だから、自分たちは控えよう、という形が根付いているのですね。

楠 根付いていますね。土地柄。なかなかそこから脱却できてなくて、そこはもどかしいというか、分からないところ。だめかどうかは分からないけれど、こちらの視点からはあまりよろしくないなと。

村田 でも逆説的に言えば、あまり「がーっ」と言わない人はかわいいですよ。

楠 そういうことですね。

村田 そういような方向で行って、かわいがっていただくのはありますね。無茶ぶりですが。

楠 確かに。また、インフラが、東京から一番遠い街といわれたりしていますが、それじゃだめだろうと思いますし。

村田 東京からどれぐらいかかるの。

櫛田 どれぐらいかかりますかね。5時間半、6時間ぐらいです。それは改善していかなければいけないのかなと思います。沖縄の人たちの方が断然近いですからね、東京に。いっても東京に一極集中しているわけで、情報がたくさんあるわけですよ。その情報を取りに行けるというのはすごく

重要だと思っております。情報化社会、IT革命といわれて、産業革命以降は金を持っている人がものを言えたりけれど、最近は情報を持っている人が勝ち抜く社会だといわれたりします。その意味では、情報が一番集まっているところが一番遠いというのは、圧倒的に不利だとかだめだと僕は思います。インターネット使えて、いくらでも情報あるじゃないか、スマホで調べられるじゃないかといいますが、やっぱり現地に足を運ぶのは大事です。

伊丹に住んでおられる方と、この間会って話をしました。伊丹には空港があり、お昼に「今日だれだれさんと会って、ご飯食べながら話をするけれど来ない?」と東京から言われて、分かったと、6時に仕事終わってそのまま伊丹から東京に飛んで、なんだかんだ盛り上がり、次の日の始発で飛んで、伊丹に帰ってくれば、8時の始業に間に合うんだと言われていました。丹後では絶対できないですし、その場にぱっと行って、会って話ができるのはいいなあと思いますね。そこが悪いというか、なんとかしたいと思いますし、してほしいところです。

村田 鳥取空港と高速船でつなげたらいいですね。鳥取、岩美から福井に至るところも全然だめですもんね。

櫛田 但馬空港も近くにあるので、但馬空港に東京の発着便が就けばいいなと思いますが。新幹線の舞鶴ルートがなくなったのも、民間の危機意識がまだまだ悪いんじゃないかなと思ったことがあって。

この間島根県海士町の方とお話させていただきました。海士町の財政がすごく厳しくなった時に、町長が自分に払う給料を下げた。町長だけじゃ申し訳ないからと、部長、課長たちも下げてくださいと言って下げた。いわゆる賃下げ運動が起きました。それで2億円という財政が出てきて、その2億円を教育、人材育成に使った。「圧倒的な当事者意識はどこから来たのですか?」と言ったら、「このままなら、この町は終わるという危機感でしかないです」と言われま



したが、そういうと、丹後地域は微妙に豊かなので、危機感が足りないのかなと思います。

村田 分かりました。當間さん、いかがでしょうか。

當間 はい。今の交通インフラの話でいうと、僕も関東から来て、関東の友人たちに「どうやって行くの?」と言われてほしいこの5時間半というルートの説明しますが、「そんなに遠いの?」とみんなびっくりします。北海道や沖縄行く方が断然近い。伊根町のことを説明しても、全然知らない。関西の方はけっこう知っているのかもしれませんが、関東の人はほとんど「こんな場所があったの?」というぐらい知られていません。だけど、実はこれ京都府ですよ、というギャップもすごいし、何よりポテンシャルもすごいと思います。知られていないということは、国内でまだまだ伸びしろがあると思うのが一点。あと一点は、先ほどの日本海側の縦断ルートでいうと、丹後で走る丹後鉄道の母体のウィラー、高速バスをやられている会社が、日本海の縦断ルートプロジェクトというのを昨年立ち上げて、新潟、敦賀、舞鶴、豊岡の行政とも連携して、日本海側を東海道新幹線じゃないですけど、バスで通そうというプロジェクトをスタートされています。それがどういうインフラに整備されるかは未定ですが、まだ可能性はあるのではないかなと。

村田 先ほど僕が言ったルートはまだ全然ないわけですね。

當間 そうですね。あと二つあって、移住してみたら、魚は豊富にありますが、思っていた以上に野菜が手に入らない、入りづらい。少量で、自家用で作っている農家さんは多いのですが、丹後全体の食を支えるほどの量を生産しきれていないというか。稀少な、スペシャルな野菜を作っている方たちは何人かいらっしゃいますが、数軒のレストランでも手一杯というような野菜が認識としては多いので、もっと農業やられる方も参入してきて、野菜の全量が増えるとか。そんなことも出来上がっていったらいいなと思いますし、伊根町でいうと土日に、保育園のように子どもを預かってくれる場所がない。観光に携わる場所ですが、土日、お客さんが来る時に子どもを預かってもらえないと仕事にならないという直近の課題もあります。観光で伸びしろをとっていくという地域と考えれば、そこは必要不可欠な機能になるのではないかなと。

村田 観光産業を育成しようとすれば必要ですね。

榎田 うちの保育園、364日空いています。1月1日だけが休みです。希望があれば、364日間空いております。

當間 素晴らしいですね。伊根にも欲しいです。

村田 いいですね。本藤さん。

本藤 僕はもともとここの生まれなので、帰ってきて、ちょっと残念かなと思うところは、みんな平等にもうかればいいという、そういう土壌があることです。いまだに一元集荷で市場に出す。今獲っているナマコですと、みんな同じ値段なのですよ。誰が獲ってきても。昔はそれもよかったのですよね。昔はよかったのですが、今は獲れなくて、よりいいものを獲ってきて、よりいい状態で市場に持ってきている。

皆さんご存知かな、300グラムのナマコが特級品として、中国、香港に売られます。300グラム以下のナマコはB級品になりますから、7年間かけて、300グラム以下を獲りつくしていたナマコを獲らないように、そういうしくみを作ってきました。全体的なブランディングというか、ナマコのブランドはキロ300円ぐらいだったものが、今1000円超えていて、関西では一番高いところまで上り詰めました。

それで村全体が幸せか、という話になりますが、他の人たちは十分満足はしていますが、僕はもっと高みを目指していて。もっと極みですとか頂とかですね、そういうようなブランドを、どんどん世界に発信していきたいと思っています。とり貝なんかでも、最初から値段決まっているのですよ。誰が作っても。20年前は、それでももうかったのかもしれないけれど、技術も向上してきて、よりいいものができてきて。そんな話を漁協さんや仲間にとすると、異端児扱いされます。家内やおふくろから「もう言うな。やめとけ」と。みんなほどほどでもうかってるからもういいんじゃない、というようなところがあって。

村田 鳥取ではね、カキに「夏輝(なつき)」というブランドを付けています。市場価格より全然高いです。カニの足にタグを付けるように、ブランド化して。今かなり海産物のブランド化が進んでいるので、逆にブランドマークをこちらで作って、ブランド化するということは。

本藤 実際に京のふるさと産品でブランド品にはなっていますが、例えば5人が出荷したら、それが市場でシャッフルされるのですよ。まぜこぜにされる。B級というか、ちょっとグラム数が足りない人はいいかもしれないですが、最高

級のグラム数でいい品質で、という人は、ちょっと。今タグを付けるという話がありましたが、貝にはタグを付けられません。今はレーザーでつけられますね。今4、5000個持っていますが、その中の100個ぐらいはとんでもない貝ができるのですよ。100個とか200個とか、年によって違いますけれども。そういうのを評価してほしいなあという話をいろいろな人に言うのですが、「みんな幸せでみんな同じ値段でいいやん」というところがあって。

村田 そういう意味では、よく第三者機関が評価します。例えば、漁業に詳しい人が評価して、こっちがいい、A級、B級とランク付けするのですね。それを自分がやるのではなくて、第三者的な立場で公平にやると。その結果、品質に応じた価格をつけると、その地域の特産品価値はぐんと上がるのですよ、逆に。地域の全体的なレベルが上がり、所得も上がる。その手法を取らないと、なれ合いになって絶対だめですね。

本藤 今度、漁師と漁協さんとの会議に講師として来てください。みんな海の状態は違うし、作り方も違います。それで値段が毎年何百円、800円とか600円とか決まっているのは生産意欲をなくしますね。

村田 皆さん、ブランドという言葉の起源を知っていますか？ノルド語です。ノルウェーの言葉で、民族語で、「ブランドー」。牛に焼き印を押すという動詞なのです。そして焼き印を押した何々さんの牛がめっちゃおいしいとすると、その焼き印自体がおいしさの保証になるのですね。これがブランドの始まりだと言われています。結局、レーザーで刻印した貝が、めっちゃめっちゃおいしいと浸透していった時にブランド価値が生まれてくる。あれを食べにわざわざここへ足を運んだりするでしょうね。地域のブランド化、絶対そこは避けて通ったらあかんように思いますね。

本藤 そうですね。ぜひそこまで上り詰めたいと思いますが、家内とかが「やめとけ」と言うので、あんまり言わない方がいいのかなと思って秘めていますけれど。

村田 今日はけっこういい話ですね。

藤原 本藤さんとお出会いして最初に思ったことは、その考え方が素晴らしいので本藤ブランドを創ってあげたいなと。獲れたての魚介類をすぐに缶詰にするんです。中学3年生の頃、友人の親が経営する小さな缶詰会社でアルバ

イトをした経験があります。確か日当が1,000円、とてもいい勉強をさせていただきましたね。大量にあがった鯖やイワシは、魚屋の流通後残ったものは缶詰にするか配合飼料の原料にするかしかない。臭いがすごく、これを人間さまが食べると思ったらゾーとしたのを覚えています。だから缶詰って安く売れるのか、廃棄寸前の材料で原材料が安く手に入るのか、と思いました。魚肉ソーセージもしかり、ハーブのソーセージで臭い消しをして、着色料でピンクに色付けされた魚肉をケーシングに詰められたものがソー(棒)ソーセージ(ハーブ)。最近開発された海洋高校の鯖の水煮缶詰は5〜600円するらしいがよく売れているそうです。多分新鮮な素材を使っているため美味しさがそのまま閉じ込められているからだと思います。

だから本藤ブランドは数量限定で販売し、本藤ブランドのファン作り、大量販売する商品作りではなく「美味しいもの、旬のものをちょっとだけ」をコンセプトに、例えば宮津湾で獲れたタコでアヒージョを作る、宮津・由良産のオリーブと丹後のにんにく、丹後塩を使用したこだわりの逸品です、味のわかる方様にプレゼントしてみようかな。そんな発想がどんどん生まれますね。

ふるさと産品の京野菜は、一番初めに、行政ではなくて、民間が農家と、それを流通に流す仲卸とデザイナーと3人でコラボレーションをしてできました。作り手によって、全然値段が違います。ところが気を付けなあかんのが、シャッフルというか、悪いものでも京野菜のブランドはブランディングされていて、それをお金で買えるわけですから、それを倒さないと。あまり新聞には出ませんが、産地詐称の事件が起こっています。中国・山東省辺りで九条ネギを栽培したりとかね。そういうことがどんどん出てきています。それと畜養。中国、韓国の産業ね。いったん日本から持って行って、つけて、揚げて、それで、どこどこ産というふうには。これはもう京都なら京都のものがないという発想です。作り手や売り手、そういう人のモラル、商業モラルも問われています。

村田 缶詰というふうに形を変えてしまう。それを実際にやった人が高知県にいます。漁師であり漫画家です。漁師で海が荒れている時は、家で漫画を描いている人なのですが、面白い人です。この人と、高知でトークショーをやったことがあります。その人は「漁師のラー油」というものを販売していて、アマゾンでバカ売れしているのです。その缶詰をどうやって作っているかというと、船の上で獲ったカツオを、ラー油漬けにして、そのままふたを閉めるという。機械ごと船に持ち込んでいましてね。船から降りた時

にはすぐ出荷ができる、という仕組みを持っています、高知では評判の人です。こんな風に、ちょっと手を入れて売り方を変えるだけで、同業者とのバッティングを避けることができますね。

本藤 今実際にタコを獲って、「丹後バル」という缶詰を作ってもらっています。皆さんご存知か、タコを獲った瞬間にメているのですね。生きた、網から上がってきてメているタコと、袋に入れて何日間も経ったタコとでは味が全然違って来るし、皆さんにとって、カニやとり貝、赤貝ですね。貝やカニをけっこう食べているので、味が全然違うのです。そういう思いが、物語が、缶詰として、生かしてくれています。缶詰として、むちゃくちゃおいしいアヒージョになっていると思います。まあ言うたら、市場がそういうふうには生産者の底上げをしてくれたらいいのですが、なかなかそれができない時は、少しずつ商品開発をしていってもらっています。

●パネラーや村田さんに、聞きたいこと

藤原 ということで、なかなか興味の湧く面白いお話がたくさん出ました。第二部の終わりが5時半です。先ほど予告しましたが、講師の村田先生、パネラーの方々に聞きたいことがありましたら、会場の方に質問をいただきたいと思います。どなたかおられますか？

質問者 お世話になっています。Jコラボホールディングスの濱田といいます。京都と宮津と両方に拠点を構えています。宮津で今後、発信していくのに、マーケットの情報を取り入れないと、作り手側だけの思いではたぶん売れるものにならないということがあります。今、本藤さんがおっしゃっているものを、一番いい形で世に出すのであれば、原材料として一次加工したものを、使い手の勝手のいい形に合わせて出荷するというのも一つのやり方だと考えます。製品にまでしなくとも、いいものをいい状態で便利に出すという。そうやった仕組みづくりを地元でやっていければ最高かなと考えております。

藤原 ありがとうございます。次の方は、最近よくテレビに出ておられ、いつも拝見させていただいております。伊根ブリを養殖されておられます橋本水産の橋本さんです。

質問者 貴重なお話をありがとうございました。私も普段から思っていて、皆さんにお聞きしたいのですが、本当に

もうかる漁師さんはどうしたらいいか。もうからないと漁師は増えないのですね。伊根町は観光業、観光業とされていますが、漁師の生活が見えるから魅力的に映るわけで、漁師さんがいなくなったら街全体が荒れるのではないかとすごく危機感を持っています。ずっと考えていますが、なかなかもうかる漁師さんのビジョンが描けません。今されている赤貝の漁師さんだったりしても、平均年齢が70歳とかね。年金もらって漁に出るような状態で。ちょっとその辺の打開策、アドバイスなどをいただければ。どなたでもけっこうです。

村田 僕が言うのも変ですが、僭越ながら。複合力だと思っていまして、ただ単に船を出して、網を張って獲るということを繰り返していても、獲れ高自体の単価が低いので、まったく生活できないということにつながっていくと思います。ですから、一つの考え方として、本藤さんが今やっていること、當間さんがやっていること、こういうことをつなげていくと、ちょっと面白いことができる。その間はやはり子どもを預かってもらわなあかんで、櫛田さんに預かってもらおう。そこで来た観光客には、櫛田さんの商品を買ってもらおう。そういう流れができて初めてお客さんが増えて、商業的な価値として魚を提供できる。どういうことかという、競りに卸して売るのはなくて、宿泊に来たお客さんに最高の魚を食べてもらうようにすれば、利ざやや少し残ると思うのですね。

今、少し宿泊料が高くても全然平気という人たちが、東京からやってくると思います。東京から、千葉の方から来た人は分かりますよね。先ほど僕は予約の取れない店のことを言いましたが、予約の取れない店を意識してつくっていく。そこで最高の魚を出してあげるというような仕組みができれば、そこで利ざやができてくると思います。どうしても70歳代から上になってきた漁師の方は気付かないと思うのですね。東京の目線というものに。それを若手の人たちがこうだよと、養殖では味わえない本物の魚介の味の見本を、宿と組み合わせた空間の魅力で示せば、また次の若手が伊根の潟を支えるのではないかなと、僭越ながら思いました。

藤原 橋本さん、ちなみにいま養殖されている伊根ブランドのブリが足りないという様なことをちらっと小耳に挟んだのですが？

質問者 いや、おかげさまで僕らが生産させていただいたものは一応売れています。

藤原 儲からないというのは、要するに販売価格が上がらない？

質問者 そうですね。経費が上がっちゃって、なかなか販売価格に反映されていない。

藤原 上げられない？

質問者 そうですね。怒られるので。

藤原 ブランド化で希少価値があると逆に価格が上がりそうなものですがそうではないのですか？

質問者 やっぱり専門家じゃないのですよね。生産者など第一次産業の方は販売のノウハウもないですし、営業能力もないです。その辺もあるかも分からないですけどね。

藤原 それで、儲かっている人からうまく情報を得たいと？

質問者 そうですね。お力をお借りすることができたらなあという。

村田 たぶんです。ネットを使ったこともないというような高齢の漁師の方が、魚を獲ってきたけれど、それを濱田さんのように食材として卸したりしようかとなった時に、自分で何もかもできませんよね。ですから、逆に言うと、伊根や丹後におられる若手のITの方々がそれをやる。分業と代行が打開策だと思います。いい食材を画像化して、三ツ星や四ツ星といった評価基準を自分たちで決めて、提供する。この仕組みの提携先のお店で、例えば30軒に卸し、表面的にはヤフオクみたいな形をとる。ある期間内に魚の競りがそこで始まるような仕組みを作って、たぶん簡単ですよ。ですから、もしここにおられる方々が実現できなくても、他にもこの地域にはまだまだITの得意な方がいるでしょうし、そういう連携がこの問題を打ち破るような気がします。

藤原 ありがとうございます。それでは次の方。

質問者 京丹後から来ました。今外国人旅行者の旅のサポートをしているタンゴニアンという会社の長瀬と申します。先ほどお話を聞かせていただきながら、丹後のエリア

で新しいイノベーションが起きたり、新しいことが生まれにくいということは、そもそも必要性を感じておられる方が少ないのではないかと、というのは聞いていて理解ができましたし、逆に必要性を感じておられる方、Uターン、Iターンで帰ってこられた方や若い世代の方、新しいことにチャレンジしたい、という思いのある方が、どんどん今動き出している現状があるのかなと思っています。

先ほど櫛田さんの方からごちゃまぜというお話があったと思いますが、3カ月ぐらい前にテレビで、石巻の方で、フィッシャーマン・コールというプロジェクトをされているのを見ました。どういうことをされているかといいますと、漁師さんは毎日早起きをされるじゃないですか。早起きをされた漁師さんたちが、就活生ですね。なかなか朝起きられない就活生にラブコールの電話をかけるというサービスを石巻でされている、フィッシャーマン・コールを見た時に、衝撃を受けました。これこそごちゃまぜで、なおかつ何かと何かをかけ合わせることで新しいことが生まれてくる一つの面白い形だなと思って見させていただきました。皆さんの中で、こことここをごちゃまぜにしたら、何か面白いものが生まれるんじゃないかというアイデアや思いがあれば、ぜひどなたでもけっこうですので教えていただけたらなと思います。

櫛田 いや、混ぜてもいけないものがあるような気がしますけれど。最近掛けるというのが流行っていますが、大事だと思います。「福祉×何々」、「何々×何々」というのが、圧倒的に必要なのではないかなと思っています。それでイノベーションが生まれていくということもあるので。人の暮らしを、いわゆる幸せな社会をつくりましょうという時に、僕らができることは、今図がないのですが、15項目ぐらいあるのですよ。WHOが出している、幸せな都市というのに。ですが、福祉ができる項目は2項目ぐらいしかなくて。あと13項目ぐらいは、僕らにはどうしてもできない領域です。ということであれば、それぞれの専門家たちとタッグを組んでいくのは当然のことと想着いて、僕らは最近、それをオーシャンズと言っています。映画の「オーシャンズ・イレブン」みたいな感じで。いろいろなプロ、特殊能力を持った人たちが11人集まって大泥棒したという映画のような形で。専門家が、専門家だけで話をしている時代は、もう終わったのだらうなあと想着いて。僕ら福祉の人間が、福祉の人間だけでしゃべっていても、何もイノベーション生まれなくて、結局自分たちの枠から飛び抜けられません。そこに全然福祉を知らない違う相手、IT企業の方々や、それこそ漁師さんがかかわってくると、意外と、お願いできます

ねとか、ここ私がやりますというのが生まれてくるので、積極的に掛け合わせるということはやっていくべきだと思います。

何が、ということですが、「やりたい!」という目標があって、それにビジョンというか、これに向かって共通している人が集まるのが一番大事ではないかなと。何をするか、何を作るかとか。ここがまずしっかりあれば、あ、いいね、それ面白いね、やろうよ、やろうよという人が集まります。それぞれの専門家がいて、じゃあ俺これやるわ、これやるわというのができ上がっていく。この何か面白いことを、みんなで考えていくのが大事なかなと思っています。

藤原 ありがとうございます。もうひと方、誰かおられますか。

質問者 今日はありがとうございました。非常に興味を持って来させていただきました。ナイスのワカバヤシといいます。私は高知県の生まれです。当初、嫁に来た時は、宮津の良さというのをひしひしと感じておりました。30年を超して、ちょっと濁ってまいりましたが、最初に宮津に来て、一番感動したのは、海が透き通っていて底まで見えるということでした。その次は雪でした。当初の2、3年間は、積もって積もって、雪かきがすごく楽しくて。今では違いますが、

それで、今日は本藤さんがどういうお話をされるのかなと興味を持って来させていただきましたが、第一次産業の漁業をなんとか次の世代、さらにはずっと将来に伝えていきたいというところに、非常に感銘を受けました。ぜひとも極みを頑張っていたきたいと思います。海士町に行った時に、一番すごいと思ったのは、宮津も同じですが、日本海ですよ。そこで獲れたカキの本当にとろけるようなおいしさでした。あれが宮津でどういうふうになるのか、それがとり貝なのかなんのかは、私にはちょっと分かりませんが、そういった面でも、どんどんとこれからの水産を頑張っていたきたいとエールを送りたいです。特区の件で、お話をされていて、私は伊根の議員ではなく、宮津です。でちょっと黙っていました。伊根は重要伝統建築が舟屋の方にあると思いますが、私は全然詳しくないので分かりませんが、関係ではどうなのでしょう。

當間 伊根の重要伝統的建造物群保存区域は、日本で初めて、漁村で指定されたということで、特区で規制を緩和する方向というよりは、今あるものをかなり守ろうという形です。外観を簡単に触らないでください、ちゃんと許

可取ってからいじって、ピンク色とかにしないでください、という基本的な景観を守るためのルールという形の特別区という意味では特区になりますが、先ほど言っていた海辺にどんどん舟屋を造ればいいという規制緩和のルールとは逆行するようなルールだと思います。造ることが禁止ということではないですが、ニュアンスは少し逆の方向にはなるのかなと思います。

村田 (舟屋の)風景は、伊根の観光資源だと思っています。ただ言われているように、何世代もそれを守ってきて、それが限界に来ている、建屋自体もけっこう限界に来ているとは聞いています。ただ守れ、守れと言っても、逆にそこに住んでいる方は、不便を強いられながら維持を強要されるし、漁のスタイルも変えられないので、収入に限界がある。島根県松江市の関の五本松でも、新しい関の五本松ができました。伊根の舟屋についても、少し離れた地域に特区をもって、新しい観光構想を視野に入れた海中建造物が建てられるべきだと僕は思います。時代に合わせて、地域文化を継承する仕組みが必要です。

質問者 今日は貴重なお話をありがとうございました。私は簡単に自己紹介をさせていただくと、京都丹後鉄道の観光列車「あかまつ号」「あおまつ号」「くろまつ号」でアテンダントをしています。私自身は大阪出身で、宮津に来たのは3年前。3年前までは宮津という地名すら知らなかったです。村田さんと別にお聞きしたいのですが、先ほど宮津のだめなところということで、自分たちが表に出ない、前に出たがらない人だなというのを、私もこっちに来てすごく思いまして。大阪から来て、「どうしてこんな丹後に来たの?何もないところやのに。なんもいいところないでしょ?」とみんな謙遜する感じがすごくあるなと思いまして。新しいことをしたいなと私たちが思っても、皆さん「できない」「そういうことはしたことがない」と言われます。皆さんはたぶん新しいことを、そういった中で説得してきたと思うので、そういう説得の仕方をちょっと聞きたいなと。

質問者 私も丹後鉄道のアテンダントです。今日はありがとうございました。先ほど宮津の足りないところでもう1点、交通というのがあってどきっとしました。丹後あおまつ号は福知山から宮津間を、地元の方も乗るし、観光客の方も乗ることができます。そこで、地元の方も喜べるし、観光客の方も喜べるデザイン、そういう工夫の仕方などでもアイデアがあったらお聞きしたいです。よろしくお願いします。

本藤 漁師の立場から、いろいろ改革をしてきました。7年間かけて。まずは僕の考えを理解してくれる友達、昔の水産試験場関係の友達に、「こんなことを今からやっていかなければいけないと思うのだけどう？」と、まずアドバイスを受けました。何人かの先輩や後輩と話をしたうえで、地元で味方をつくる。地元で僕の話聞いてくれそうな人を何人か呼んで、お酒を飲みながら、「将来に向けてこんなことしていかないと皆さんを守っていけないんじゃないか」という話をしていながら。70代後半、80代の昔ながらの古い漁師さんたちに。

一番もめたのが、ナマコの定休日を作ろうと言ったのですよ、たくさん獲りすぎているからと。「馬鹿か」と言われて、「漁師が、海が凪いでいる時に休むというのは話にならん。帰れ」みたいな感じでしたが、「いやいや」と。統計を出して「ちゃんとこれだけ減っている。獲りすぎだ」と。「月100万円もうかった」と喜んでいるのですよ。現役の80代のおじいさんたちが。だけど、「あと5年経ったら20万円になるかもしれない」というような話をして、説得していきました。何人かとガードを作りながら、じわじわと攻めていく。いっぺんにやるとはね返されますので。そんなことでやってきました。交通の方は任せます。

當間 僕はまだ土地に入って経験が浅いので、しがらみというもののものすごく面食らったことは全然ありません。個人的には、伊根町のためになることを自分の事業としてもやりたいなと思っています。今縁があって向井酒造さんという酒蔵で働かせていただいているのと、橋本さんいらっしゃっていますが、漁業の街なので、魚と発酵みたいなことを掛け合わせて、キャラクターを特徴づけていけば、今までそれぞれだったものが、掛け算になることでさらに伝わり方は大きくなるのではないかと考えていますし、そのためには伊根浦の漁業の先頭を走られている橋本さんだったり、杜氏の久仁子さんだったり、キーマンですね。キーマンと少しでも接点を持たせていただいて、少しでも課題を共有させてもらい、それぞれの漁業や酒造の方にプラスになるようなアイデアを出し続けていけば、きっと接点ができることもあるのではないかと考えて、これからやっていきたいと考えています。

あと地元と観光客がごちゃまぜというのはすごく大きな観光のテーマだと思っています。どちらか一方に寄っちゃうのはよくあるケースですが、適度に混ざるのが一番難しい状態だなと思います。すごい命題ですが、最近、観光客だけが来て地元の人が誰も行かないという施設ほど、地元にあってつらい施設はないなというふうに思います。

第一に地元だと思うのです。地元相手だけでは伸びしろはないかもしれないけれど、そこを徹底的に守って、地元客に愛されるという価値をつくる。その状態を外に発信して、観光客が地元でにぎわっているところに行きたい、というような状況をどう作ることができるか。

星野リゾートの星野さんに一回会ったことがあります。「日本全国の地方都市が持っている歴史や伝統、食材はいろいろなものがあるけれど、それらの魅力は基本的にドングリの背比べだ」と星野さんは言っていて、何が決定的に沖縄や北海道と違うのかというと、「発信量の多さと質が違う」と。ただ、それはANAやJALが国内線で一番遠くに飛んでもらいたいから、北海道、沖縄のPRが一番するわけです。運賃がもうかるから。交通インフラの終点になっている地方都市が、広告費をかけてもらいやすいので、それなりに認知度も集客力もある。そういうインフラの会社は地域には重要でして、丹鉄さんのようなインフラの会社さんは、どれだけ企業力全体を含めて、地元客で賑わっている状況を外に発信していけるか、ということはすごく重要ではないかなと思います。

櫛田 説得の仕方。大事なものはエージェンส์だと思います。結局、そういうマイナスに「やめとけ」「無理だ」と言う人に限って、エージェンส์に乏しいと思っています。僕が大学でサッカーやっていたというのは、高校を卒業する時に、「大学の一部リーグでサッカーやりたい、全国大会で優勝したい」と言ったら、みんなに反対されました。「やめとけ」「こんな田舎から行ったら試合に出られるわけないし、二部ぐらいで試合に出て楽しんだ方がいいよ」とか言うのですが、その人、二部リーグにも勝負しないのです。やったこともないのに、なんとなく感覚で、圧倒的にエージェンส์に欠けているのです。だから、こちらがしっかりと根拠を示して説得していくというのは、すごく大事だと思います。

僕がさっき言ったごちゃまぜというのも、結局、ダイバーシティと言い換えたり、インクルージョンと言われてたりと、結局みんな一緒なようなことですが、そもそも共通する定義づけをやらないといけないなと思っています。今大学とも研究をしていて、ごちゃまぜっていったい何だという、ごちゃまぜの定義づけをやろうと思います。それはエビデンスを作る体験。それによって、説得するということは大事なかなと思っています。

もう一点、地元と観光客が両方楽しめるデザインです。一つは福祉的な目線でいくと、ユニバーサルデザインというのがよく、誰もが居心地がいい空間をつくる。ユニバー

サルデザインになにかヒントがないのかなと思います。僕も詳しいわけではないので、今日来ておられる方に、もう一度うかがったところをお話して「ユニバーサルデザインってどんな視点でデザインしているのですか?」と聞き出すと、なにかヒントがあるのかなと思います。

もう一点は、共感する人をつなぎ合わせる。僕は「人つなぎ」と言っています。要は、絵が好きな人を全国から集めて、絵画の列車にしようとか、そういうふうになると、地元にも絵が好きな人がいますし、全国の絵が好きな人が集まります。一つこだわった何かで人集め、スポーツが好きだとか、僕みたいなサッカー好きが全国にいるから、全国のサッカー好きが集まって、みんなで日本代表応援して「イエーイ」みたいなパブリックビューイングにしたら楽しいとか。そういうふうで、何かにこだわって共通点を持った人たちを集めるという方法もあるのかなと思います。

楠 説得させるには、結果を出すということですね。結果を出せば、誰をも説得してくれます。そこに頑張るしかないです。というのと、デザインに関しては、丹鉄さん、ブランドイメージやデザインもできかけているのかなと思うので、ずっとあと継続してブランディングをしていくところがすごく重要なかなと思っています。とても素敵なので、ブランディングを継続的にしおとくやっていくと、どんどんファンも増えてくるかなと思います。今度立ち上げるウェブメディアも、丹鉄さんにお声がけしようと思っていたので、また社長のところに直談判に行きます。よろしくお願いいたします。以上です。

村田 一つ目、説得ですね。今楠さんが言われたのと同じですが、やっぱり「結果にコミットすること」、それかなと。それを何回か繰り返していると、「もしかしたらこの方大丈夫かも。見た目はちょっとあれやけども、まあ詐欺師じゃないな」と思っていただけなので。僕らのプロデューサーの仕事は、結果しかないです。その事例を繰り返すことで、

全幅の信頼をもらうということです。

こんな話がありました。BMWという車のメーカーがありますね。BMWのデザイナーがデザインをする時は、だいたい7年から8年先をデザインするらしいです。今の時点で見ると「大丈夫?このデザインで?」というような今の時点では先が読めないデザインをしているらしいです。事実、7年とか8年先のデザインという、誰も分からないです、結局どうなるかという、そのデザインを信じるしかないのです。と言いますのも、BMWの社長が「私はデザイナーに全幅の信頼を置いている」と語った記事を読んだことがあるのです。さすがだな、だからいいものが生まれるのだなと。そこに茶茶を入れる時点で、BMWデザインの個性はなくなっちゃうのです。僕はその考え方は非常にいいと思います。人を信じることからすべてが始まる、という感じですね。

あともう一つの交通、車両のデザインですね。地元の方も観光客も楽しめる。

質問者 車両も含めて、その中でアテンダントとしてもできること、総合的なものです。

村田 僕が乗車したイメージとしては、なんらJRと変わらないイメージです。ある意味それは安心感につながるのかも分かりませんが、実にもったいない。幾つか旅をしているうちに、電車も駅舎もまったく違うイメージに多く遭遇したりするのです。例えば、富士登山鉄道がありますよね。あれも水戸岡鋭治さんがデザインしています。山陰では福田さんのデザインした瑞風も走っていますね。スーパーはくともGマークをとりましたよね。本木彫のインテリアとユニバーサルデザインが特徴です。みんなそうやって差別化をしてきています。何らかのJRとは違う流れを取った方が感性ポテンシャルは上がると思います。そうすると、わざわざ行って、その空間やそのブランドアイテムを味わってみたい理由になると。



先ほど僕はアマンホテルの話をしました。結局ホテルや車両というのは総合的な感性体験をするところであって、音だとか、味や香りだとか、空間だとか、車窓からアート作品が見え、路線自体がギャラリーになるとか。そこをデザインして、よりJRと違うものをつくれるというのがむしろチャンスかな。そうしないと、その車両に乗るために宮津に行くという逆発想が起こってこない。

また、そういったJRとは違う地域文化の電車が注目されることは、普段使いする地域の人たちの誇りにも繋がると思います。

質問者 ありがとうございました。

■終わりに

才門 皆様、ありがとうございました。最後に、京都デザイン協会副理事長の川口様から今回のデザイン会議の講評を頂戴しようと思います。川口様、よろしくお願いいたします。

川口 京都デザイン協会の川口でございます。本日はこのようにたくさんの方にご出席いただきありがとうございました。村田先生、力強い講演をありがとうございました。パネラーの皆さん、元気のある、希望のある発言をいただきまして本当にありがとうございました。京都デザイン会議in丹後は今回、京都デザイン協会が担当いたしました。これは長年の藤原さんの夢でありまして、やっと本日、成功のうちに実現いたしました。このような会が次にまた開かれることを期待しております。丹後には、たくさん、いろいろな、きれいな観光や資源、優れたデザイン、そして隠れた産業があります。これをぜひとも皆さんの方から発信していただきたいと思います。我々京都デザイン協会をはじめ、京都デザイン関連団体協議会は及ばずながら、応援させていただきます。このような京都デザイン会議in丹後、パート2が近いうちにまた開かれることを希望いたしまして、ごあいさつとさせていただきます。ありがとうございました。

才門 川口様、どうもありがとうございました。それでは、これで「第38回京都デザイン会議in丹後」を閉会とさせていただきます。皆様、長時間ありがとうございました。

第三部

交流親睦会

「丹後を熱く語る交流会」

会場：文人墨客の宿 清輝楼 三階大広間



●発行日 | 2018年3月31日

●発行 | 京都デザイン関連団体協議会
議長 奈良 磐雄

●第38回京都デザイン会議in丹後実行委員会

委員長 藤原 義明

委員 才門 俊文

山岡 敏和

老田 徳廣

小林 和行

荻野 祥行

石田 美智代

応援団長 梅田 肇

撮影 山岡 敏和

●事務局 | 公益社団法人京都デザイン協会内

〒604-8247

京都市中京区塩屋町39(三条通小川北西角)

Tel.050-3385-8008/Fax.050-3385-8009



Kyoto Design Conference

地域と人を元気にする

『京都デザイン会議のシンボルマーク』
第1回の京都デザイン会議(1980年11月23・24日)が
開催されたおりに制作された。

- 日 時： 2018年2月23日(金) 開場／12:30 開会／13:00
- 会 場： みやづ歴史の館 文化ホール
- 主 催： 京都デザイン関連団体協議会
一般社団法人京都建築設計監理協会、一般社団法人京都国際工芸センター、京都伝統産業青年会
公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会京都地区、公益社団法人日本建築家協会近畿支部京都地域会
公益社団法人日本図案家協会、一般社団法人日本デザイン文化協会京都、NPO京都伝統工芸情報センター
公益社団法人京都デザイン協会
- 後 援： 京都府、宮津市、京丹後市、与謝野町、伊根町、福知山市、綾部市、舞鶴市
- 特別協賛： 株式会社フクナガ
- 協 賛： 京とうふ藤野株式会社、天橋立ワイン株式会社、宮津ロイヤルホテル、文珠荘、有限会社京丹後ふるさと農園、株式会社七條鮎定、
小林美工社、株式会社メンバーズゴルフサービス、美容室JOY、株式会社伊と幸、木津温泉ゑびすや、高島屋旅館、
有限会社アリアソシエイツ、NATS環境デザインネットワーク、菜館wong、株式会社木下建窓、株式会社山添電気、うめや本舗
- 協 力： 丹後応援団