

interview  
special

# 01

ローカルに飛び出す若者のリアル



インタビュー中、話題となったのがこの一枚。草刈機を手にスケボーで農作業に向かうのは、北海道栗山町で農業×ファッションブランドを展開する荻野準一さん。（『ソトコト』2023年1月号より）photo/Yuki Inui

## 脱・人口増減論

# 「まちの幸せは、ぼくらの幸せである」

地方創生と Well-being をテーマに調査をしてきた LIFULL HOME'S 総研の今回の課題は、

「現在だけでなく将来にわたる希望を若者は持ち得ているのか」。

そこで、『ソトコト』取材で全国を飛び回り、東京と神戸の二拠点生活を送る指出一正さんに、

これまで出会ってきた若者たちの「いま」と将来の展望を聞いてみた。

「関係人口」という概念を広め、「関係案内所」という言葉も生み出した指出一正さん。

さて、ごきげんな話は飛び出したか？ そこに希望は見たのか？

聞き手



島原万丈  
LIFULL HOME'S 総研 所長

話をうかがった人



## 指出一正さん『ソトコト』編集長

さしで・かずまさ／1969年群馬県生まれ。未来をつくるSDGsマガジン『ソトコト』の編集長を務めるほか、官公庁や自治体などのプロジェクトにおいてアドバイザーや講師などを務めるなど、活動は多岐にわたる。趣味はフライフィッシング。山や川など自然が大好きで「都道府県ではなく川目線で地域を見る」という“流域関係人口”を唱える。10年以上携わる島根県「しまコトアカデミー」をはじめ、書ききれない地方・行政とのかかわり一覧は、ソトコト・プラネットのプロフィールへ。<https://sotokoto-online.co.jp/chief-editor/>



## 関係人口・関係案内所って？

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉（総務省）。地域とは拠点を別に持ちながらも地域やその人々と断続的に関わる「第三の人口」と言われる。この言葉が注目されるようになって

たのは、2016年の指出さんの著書『ぼくらは地方で幸せを見つけろ』（ポプラ新書）がきっかけだが、関係人口の始まりは2004年の中越地震からだと言っている。

「関係案内所」とは、「観光」ではなく人との出会いやつながりといった「関係」を見つけれられる交流スポット。その地域に住み外と中の人をつなぐのが「関係案内人」であり、関係案内所や案内人の存在は、関係人口を増やす鍵となるとみられている。

島原万丈（以下、島原） 今回のテーマは「地域の希望」です。地方に関しては、人口減少や空き家の増加、産業の衰退など暗いトーンの話が多いのは事実です。なのに『ソトコト』で紹介されている地方の若者たちは元気で、一般的な地方のイメージとギャップがあるようにも感じます。そこでまず、指出さんの目に映るリアルなローカルについてお聞きしたいと思っています。

### 地方創生は「有事」である

指出一正さん（以下、指出） いきなり余談からになってしまいますが、いま、『神戸・続神戸』<sup>[1]</sup>という本を読んでいます。これは、岡山・津山出身の俳人である西東三鬼の書いた戦前・戦中・戦後を舞台にした随筆で、エジプト人やロシア人やバーのママなど、多様な人たちが居座る神戸のとあるホテルの話なのですが、これが楽しそうなんですよね。戦争期のどさくさみたくない（笑）。戦中、戦後といえつまり「有事」の時代です。僕は常々思っていたのですが、たとえ大小は問わず有事というのは、人がいまの肩書であるとか、自分自身が世間からどう見られているなどの固定観念から解放されて、外に出やすいタイミングなのかなと思います。「有事のときには人はフラットな立ち位置になりやすい」とは、東京大学大学院教授の岡部明子さんの教えです。たとえば中越地震や東日本大震災という有事の時には、若い人たちがその場所に現れ出したのは確かです。有事の時には、社会自体は後退しているものの、そのダイナミズムの中でコトを起こしやすいのかもしれない。

島原 つまり、地方創生は「有事」であると。

指出 はい、僕はそう思います。人口を増やすことを目標・目的にしている限り、間違いなくお先真っ暗の「有事」です。その中だから

こそ日本各地で、まさしく海から川をさかのぼる魚のようなパワーをもって、新しい土地に出ようとする若い人たちが現れているのだろうなと感じます。そういうタイプの人たちが、『ソトコト』で見てきた10代、20代、30代の人々などと思うし、そのパワーを一言で表すとしたら「希望」なのだろうと思います。たとえば島根県や鳥取県。両県とも1992、93年頃から人口減少が始まり、過疎という言葉が生まれた場所ですが、面白い若者が多い。人口減少という有事性は、実はイノベーションを起こしたい人たちが生まれることと何か関係があるのではないかと、興味を持って取材を続けています。

島原 有事に立ち位置がフラットになるというのは、ある意味、既存の支配層というか、地方の重鎮たちの力すらなくなって、ヒエラルキーが崩れた状態というところでしょうか。

指出 おそらく、一瞬でもそういう関係はなくなると思います。たとえば水害の後始末を地域の人たちとしているその時は、社会の中での属性が取り外されていて、いま起きていることに対してのコミュニティにゼロから入りやすい。フラットな状態だから、新しい何かが起こりやすい。そういうことを考えると、従来の地域の中の既存の体制・体質が人口急減によって瓦解し始めているのかもしれない。若い人たちにとってはこれがチャンスで、面白いのでしょうか。「希望」という言葉を「面白い」に置き換えていいのであれば、たぶん面白いから、そこにいるのだろうと感じます。

島原 有事性の話で、映画「麻雀放浪記」の冒頭をいま思い出したのですが、終戦直後の、まだ瓦礫から煙が出ているような東京で、バラックの中で賭博をやっている、裸電球も停電するわけです。そうするとろうそくに火をつけて「明るくなった！明るくなった！戦後の日本！」みたいな感じで騒ぐんですね。面白いなど。戦争が終わったという開放感はあるにせよ、昨日までの価値観、大事にしてきたも

[1] 西東三鬼『神戸・続神戸』（新潮文庫、2019年）；三鬼（1900-1962）はシンガポールで歯科医院を開業し帰国後の33歳で俳句を始める。同著は死の気配が漂う第二次世界大戦下、三鬼が下宿していた神戸のホテルでの祝祭的だった日々を記している。

## まちの楽しさを

## 鏡として見せてくれるのが

## 外から来る人たち

のを全否定されて、周りは全部焼け野原で……普通だったら絶望のふちに立たされている中で、ろうそくの灯りだけで明るくなったというシーンを、いまのお話で思い出しました。

**指出** 僕も学生の頃、カッコつけて読んでいたモーパッサンの小説を思い出しました(笑)。普仏戦争の真ただ中にフランス人の友人ふたりが釣りを楽しんでいるシーンが出てくるわけです。戦争中という、国を左右する大局の中で人は何に希望を見出したらいいのか。個人という小さな存在が、その時に何を楽しめるのか。そう考えると、いまの時代の中で楽しさや希望を見つけられるかどうかは、センスだと思います。このセンスを養うことが若い人たちにとって大事なのだろうと思う。面白がる力とも言えます。現在、僕が神戸と東京の二拠点生活で感じることは、神戸は大震災から28年経つとここまで復興するという。かっこよく神戸らしいまちに戻ってきたというのは、相当な努力もありつつ、その努力の根底には「神戸は面白いまちだよ」、「自分たちのまちが好きだ」というマインドが形成されているからではないでしょうか。神戸そのもののアイデンティティは希望感がすごく強いのではないかなと感じています。

### ローカルヒーロー・ローカルヒロイン

**島原** 『ソトコト』の中では、「ローカルヒーロー・ローカルヒロイン」として若い人たちが、地域で面白いことやプロジェクトを生み出していることを紹介されています。ただ、記事を読んでいると、彼らがヒーロー・ヒロインのように大きいものを背負ったつもりではないようにも見えます。「何か面白いことをしたい」くらいの軽やかさがある。でも、こういう人たちが地域に現れ、『ソトコト』のようなメディアに取り上げられることで、それ以外の地域の人にも勇気づけられると思えます。ローカルヒーロー、ローカルヒロインの存在や活躍は地域にどんな影響を与えていますか？

**指出** ひとつは「鏡」だと思います。鏡に自分を映すことによって、自分がどう見られているのか、自分が持っていた思い込みが外されるようなことがある。たとえば、『ソトコト』で紹介した千葉桃子さん<sup>[2]</sup>は岩手県の洋野町(ひろのちょう)へ移住して、「ローカルコミュニケーター」と名乗り高校生などを含めたいろんな人に関わる仕事をしています。彼女がいることで、洋野町が本当に楽しいまち

なんだということを、地元の人たちは改めて自覚する。要は自分のまちの暮らしやすさや楽しさを鏡として見せてくれるのが、外から来る人たちであり、違う言語や価値観を持ち寄せてくれる人だと僕は見えています。鏡がない地域よりは、鏡がいっぱいあった地域のほうが、次の活動やアイデアにつながる人が多い。ひとりで鏡のない部屋に暮らしているよりは、せめて自分の顔が写っていたほうが楽しいのと同じで、毎日の小さなまちの変化に気づくためには鏡の存在は必要だと思います。

**島原** 鏡の存在は大きいということですね。

**指出** はい。地域おこし協力隊の制度が始まって以降、若い人たちが地域に入り、手に職を持つようになった。たとえば、古民家を改修しておいしいパン屋さんやゲストハウスを開くといったことが15年くらい続いています。この、地域の人たちにも変化をもたらした15年を僕はすごく評価するべきだと思います。僕は「半分開いている」という表現をよく使うのですが、外から来た新しい人たちから情報や商品を得るということで、肉感的、肉体的な感覚で新しい何かを感じ得ることができる。そして、それは流動的なほうがいいと思うのです。

**島原** つまり、きっかけになった人がすべてをやり続けなくてもいい。「だったら自分はこういうことをやってみよう」という人が現れてくることで流動的になるのですね。

**指出** そう、大成功者を見本としようとする「自分になんて到底無理だ」と否定してしまうことがあるんです。だから地域の成功事例を神格化しすぎないことが実は大事で、どちらかというところびや破綻があるようなプロジェクトのほうが、地域にとっては中長期的にはいいと僕は思っています。「すごくいいことやっているけど、仲間がない」でもいいのです。じゃあ、仲間になってやるかとなったりして(笑)。

**島原** 突っ込みどころがある(笑)。

**指出** 大きな穴を開けようとするよりは、「粒」として何かが下りてくる、僕が見ている好きな変化は起こりやすいですかね。もちろん、有名な建築家の建物を造って、そこに何十万人と人が押し寄せることにも変化には違いはないですが、それがみんなの「好きな変化」かどうかということは、まちの中で話し合いがあったほうがいいかなとは感じます。

**島原** 大きな予算をとってきて大先生をお願いして。つまり、自分



岩手県洋野町の千葉桃子さん。お気に入りの場所・宿戸大浜の海をバックに。  
(『ソトコト』2023年1月号より)  
photo/Hiroshi Takaoka

が関わる余地は圧倒的に少ないですね。

**指出** そうですね、まちの自慢が増えるというのは良いことです。が、結局、人はどこに住んでいようとも自分を認めてもらいたいのだと思います。これは長期的な幸せ、Well-beingにも通じるのですが、誰かから「いいね！」と言ってもらえることが生きていく励みになることは、若いみなさんだけでなく自分たちの世代を通して感じる場所です。だったら、まちづくりで大事にすべきところは、きちんと一般の人たちに見つけてもらえている、プロジェクトに関与できているかどうかであり、生き甲斐にもつながっていくのではないのでしょうか。

**島原** ただ、やはり地元の年長者との感覚、考えの違いから問題も起こります。たとえば、先日話題になった土佐市の例とか<sup>[3]</sup>……。

**指出** どちらがどうということに言及しませんが、噛み合わないこともあります。一方で、トラブルを待っている世の中があるわけです。よい結果がたくさんある中のわずかなことが一方的に発信されて、本当のことが伝わる前にネット上で応援する側、しない側に分かれていくのは残念です。ただ、確かに新しいことに興味や理解がある人がいるかいないかは重要なことで、ソーシャルアクションやローカルプロジェクトが起きているということをやまだ知らない地方の行政の方も多いですよね。リノベーションスクール<sup>[4]</sup>を面白がる人たちもいれば、興味を持たない人も圧倒的にいるわけで。それぞれのまちの「温度差」というよりは、それぞれのまちにいる「人の濃淡」によるのかなと思います。たとえば、僕は若いグループがローカルで活動を始めたときに、「なぜここで？」と思ったら、まずキーパーソンを探すんです。

**島原** やっぱりキーパーソンは大事ですか。

**指出** そう、ちょっと物分かりのいい先輩がいるわけです。先輩世

代が「まあまあ、ここは好きにやってもらったらいんじゃないか」とハブになる人や、年長者との間に立って面倒を見ている人がいるかどうかの差は大きいです。  
**島原** ああ確かに、リノベーションまちづくりでもそういう人の存在の話はよく聞きますね。

**指出** 地域で優秀な行政やキーパーソンの人たちがいることが大切です。優秀というのは頭の良さではなく、感覚的なところ、センスです。ずっと僕は「香る」と表現しているのですが、この人がいれば地域の問題に対して何かしら手が打たれていこうと思わせる人がいます。それは、商工会議所や青年会議所などの組織でもいいし、地域の工務店の社長さんや眼鏡屋のご主人でもいい。立場は関係ないですね。

**島原** 地域でなにか新しい活動を始めるときは、最初にボタンを掛け違えないというのが大事なのかもしれませんね。

**指出** そう、小さなことですが挨拶をする順番を教える人がいるのかも重要です。ボタンを掛け違えないための情報を地元の人がきちんと教えるというサポートシステムは必要です。協力隊の制度は良くできた制度で、卒業したみんなは『ソトコト』の記事に出てくれたりしていますし、制度を通じて若い人たちが地域に現れていくことは良いことだと思います。

## 「新しいもの」を生み出す力

**指出** 万丈さんのイタリア好きは存じ上げていますが、イタリアみたいなカッコイイまちが日本にもあったらなと僕も思っているところです。日本には、かやぶきの屋根や木組みのいい街並みがあるし、それを僕たちが頭の中で変換してイタリア的なまちだと考えればいいのかなど(笑)。いま日本のローカルではオーベルジュやブルワリー、シールドリーなど少し時代の先をゆくものが日本の各地に非常に速いスピードで現れているんですね。

[2] 千葉桃子さん；『ソトコト』2023年1月号「ローカルヒーロー・ローカルヒロインU30」特集に登場。岩手県洋野町から地域の魅力を伝える様子がきめ細やかに取材されている。

[3] 土佐市の例；地域おこし協力隊として土佐でカフェを営む店長が地元とのトラブルをSNSに投稿し、地元新聞やニュースで取り上げられるほどの騒ぎとなった。

[4] リノベーションスクール；インタビューパート2で登場する大島芳彦氏がファウンダーのひとり。詳しくは147pからのインタビューを参照。



2022年、与謝野駅駅前の更地に立つローカルフラッグの4人（濱田さんは右2人目）。この場所に、いまでは「TANGOYA BREWERY & PUBLIC HOUSE」がオープンしている。（『ソトコト』2023年1月号より）  
photo/Hiroshi Takaoka

**島原** それは、若い人たちにとっていい時代でもありますね。

**指出** カッコいい仕事やスタイルはここ10年でみても、日本の各地で種がまかれていて、お手本に事欠かない状態になりました。それまでは地方を明るくしたい、地域を元気にしたいと思っていても、方法が分からずそこで終わっていた。それが、いまは「上勝<sup>[5]</sup>みたいにかっこいいクラフトビールがつかれるようになれたらいいね」「じゃあ、ちょっと見学行ってみようか」というところからノウハウを教われたり、連携が取れるようになった。日本はいい意味でオープンソースな状態だから、ノウハウを共有し、コンテンツとして積み上げられてきたというのがここ数年の感覚です。

**島原** それは指出さんが伝えてきた、メディアの果たした役割も大きいと思います。中山間地だからこそできることが共有されたことが、ローカルな人たちにとって勇気づけられていますよね。

**指出** 教科書のように共通で読めるお手本やノウハウができてきていると言っているかもしれません。これは、令和に入ってから5年間ですごく進んだことでしょう。夢や希望のお手本になるものが圧倒的に少なかった時代から、東日本大震災のあった2011年以降、続々と増えていき、現在に至ったのは確かです。

**島原** 僕はウイスキーが好きなのですが、ジャパニーズウイスキーはいまや日本各地に80以上の蒸留所があるんです。そのうちサントリーやニッカやキリンのような大手企業のは4つくらいで、多くは地方の清酒や焼酎の酒蔵からの参入です。2015年くらいからは、クラフトウイスキーと呼ばれる小規模生産の蒸溜所も出てきて、いま全国に30近くあります。

**指出** そんなにあるんですね。

**島原** ウイスキーのすごさは、何年か寝かさないと商品にならないところ。最低でも5年程度を耐え忍ぶ。地方のまちで、しばらくの間はつくって貯めているだけというビジネスが80箇所以上もできるのはすごいことです。

**指出** 日本のウイスキー界というのはイノベーションが起きていると思います。

**島原** 2010年くらいから世界でも一気に評価が高まりました。最初はクラフトビールから始まって、次にクラフトジンがブームになって、いまはクラフトウイスキーが注目されています。いずれ各県に1つはクラフトウイスキーがあるという時代も遠くないかも知れません。日本全国どこでもご当地ウイスキーが飲めるようになる、という（笑）。

**指出** どれも「水」がキーワードになる気がしますね。軟水から硬水までさまざまな水が日本の各地にはあって、それに合わせてお酒をつくってみようとなる。これまで当たり前享受していた自然資本というものがビジネスにつながり、世界に打って出るきっかけになる。それこそ希望ですね。自分のまちから世界で賞をもらえるようなウイスキーがつけられる時代になって、叶えている人たちが現れている。日本のローカルもずいぶん道が切り拓かれたなというのが僕の印象です。

### 心地よいまち・居場所のあるまち

**島原** まちが変わったなと一番分かりやすいのは、おしゃれなカフェができたとか、新しい動きが「可視化」されることではないかと思います。地方出張のついでに街歩きをしていると、「このまま代官山にあってもおかしくないな？」というようなカフェに出会うことはさほど珍しくなくなりました。そのあたり、指出さんが感じているところはありますか？

**指出** 例をあげると、有名なのは神奈川の真鶴町。真鶴出版<sup>[6]</sup>の川口さんや來住（きし）さんたちも、まちの魅力を伝えていて素晴らしいし、歩いているだけでおしゃれな気分させてくれます。あと、丹波篠山市（兵庫）も、元々の街並みをうまくリノベーションした飲食店などが揃い、しかも大阪や神戸からも1時間程度で行きやすい。素敵だと感じるまちはどこも、歩く人たちが増えるようなまちづくりをしていて、素晴らしいと思います。

**島原** そういった場所というのは、指出さんがおっしゃる「関係案内所」に近いような印象があるのですが、どうでしょうか？

**指出** 確かにそうですね。関係案内所というのは観光案内所をもじった造語ですが、人と人との関係を案内する場所があればいいなというのが出発点でした。まちを歩いているだけでは限られる人との出会いも、誰かと出会いたい、面白い何かと出合いたいというみ

んながいる場所があれば、何かしらの縁が生まれやすくなるだろうと。そういう場所が増えるといいなと思っています。いまではゲストハウスなどでも「関係案内所」と看板で掲げてくれるような場所も生まれてきていて、ありがたい限りです。

**島原** そうそう、ゲストハウスは単に宿泊施設というだけでなく、関係案内所としても大きな役割を果たしていますね。

**指出** ほかにも、2022年にオープンした神戸の「NATURE STUDIO (ネイチャー スタジオ)」<sup>[7]</sup>は、廃校をリノベーション活用した複合施設です。水族館や校庭跡にエディブルガーデン、ビール工房や神戸で人気の飲食店などがあり、多様な人が集まれる仕掛けとなっています。ここは、大型施設ですが観光というよりは地域のことを知ろう、コミュニティを大事にしようというようなメッセージが伝わるつくりになっていて、この人の動きを見ていると、昔のように小さなところで関係性が紡がれるというところから、わりと大きな空間でも人は人と出会って関係性をつくりたがっている、つまり関係案内所は大型化している気がします。だとすると、真鶴町や丹波篠山のまち全体がそうであるように、空間として区切られてなくてもいい。まちが出会いの創発の場所になり、関係案内所としての市町村が生まれていっているのは確かですね。

**島原** 「関係案内所としての市町村」というのは希望につながりますね。

**指出** いま僕は、福島県郡山市の「こおりやま街の学校」<sup>[8]</sup>という市民大学の学校長を務めていて、この取り組みの中からもシーシャカフェなどいろんなお店やつながりが生まれ始めています。まち全体を関係案内所にする、このまちが好きだから伝えようとする、それを実現できる場をつくった郡山市は正解だったと思います。

**島原** 移住・定住や関係人口を呼び込むだけでなく、地域のことを学べる、発信できる、新しい人と出会う場があることは、地元の人

にとってもいいことですね。

## 幸せに暮らすということ、Well-beingへ

**島原** 地方創生事業である「内閣府まち・ひと・しごと創生本部」が2014年からなので、そろそろ10年となります。人口増を目標としてしまっているのが、正直、評価しようとするのが難しい面もあります。けれど、ここ最近ローカルのWell-beingには相当に目が向いてきた感覚があります。

**指出** ありますね。消滅可能性都市への反発心を燃やすところから、落ち着いたフェーズに変わりました。ノストラダムスの大予言みたいに1999年過ぎたけど大丈夫だったみたいに、冷静に戻ったというか(笑)。加えて、人口減対策と同時に「幸せに暮らす」というところにテーマが移ったのは確かじゃないでしょうか。自分たちにとっての幸せって何だろう？と考えた結果、地域に関わる人たちで何か



[5] 上勝；日本で初めてゼロ・ウェイスト宣言を掲げる徳島県上勝町。RISE & WIN Brewing Co.は上勝町に拠点を構えクラフトビールの製造販売をするほか、廃材を利用した醸造所やレストラン、宿泊施設など、上勝町の魅力とともにゼロ・ウェイストアクションを体感できる複合施設の運営にも力を入れている。

[6] 真鶴出版；神奈川県足柄下郡真鶴町にある「泊まれる出版社」。古民家を出版社×ゲストハウスとして運営。地域情報を発信するとともに、ゲストハウス宿泊者とまち歩きをしてリアルにその魅力を伝えている。オーナーの川口瞬さんと來住友美さんは2015年に移住してきた。ちなみに真鶴町は「美の条例(美の基準)」によりリゾート開発から逃れ、昔ながらの景観を守ったことで知られる。

[7] 神戸の「NATURE STUDIO (ネイチャー スタジオ)」；代表でプロデューサーも務める村上豪英さんはソーシャル系大学「神戸モトマチ大学」の設立者でもある。自然と人・人と人のつながりを生むコミュニティ施設として、「学ぶ」・「食べる」・「暮らす」をテーマとした店舗や施設が揃い、学童や保育所、就労支援施設もある。

[8] こおりやま街の学校；「郡山の街なかをキャンパスとして、地域づくりなどの考え方やノウハウを座学と実践によって身につける」ことをテーマに福島県郡山市が2020年に開校し、今年で4期目。1期から指出さんが学校長を務めている。

## まちの幸せは個人の幸せに

### ダイレクトにつながっている。

### このことに向き合ったほうが

### いいタイミングじゃないでしょうか。

[写真左] 群馬県庁の「ソーシャルマルシェ&キッチンGINGHAM (ギンガム)」。マルシェとキッチンエリアを備え、中央の人工芝の丘では子どもを遊ばせたり31階からの眺望を楽しんだり。「ギンガムチェックのように老若男女、誰にも似合って、愛されてほしい」とプロデュース&運営をする指出さん。[写真右] 役目を終えた桐葉筒や薬局棚などからつくられた屋台を使って小さなお店を始めてみることもできる「ゴッコ屋台」。ネーミングにもワクワク。

をできる仕組みを考えたり、誇りになる産業を生み出すという方向になった。たとえば、長野県の根羽村では、間伐材で繊維をつくる技術でアパレルを展開しようとしています<sup>[9]</sup>。このように、人口が減っていくことを危機的な状況であると認識する中でも、楽しめること、希望を持てることをどうつくるかを考え始めているところはあります。「有事」の中でも、一番いい最適な幸せを勝ち得る方法をどう考えたらいいのか、というところに地方創生もフェーズが移ったのかなという感じがします。

**島原** 誇りになる産業はとても大事ですね。

**指出** 最近出会っていいなと思ったのは、京都の与謝野町でクラフトビールをつくっている濱田祐太さんです<sup>[10]</sup>。以前、「指出さん、僕ここを買ったんですよ」と言って案内してくれたのが天橋立に近い土地。京都丹後鉄道・与謝野駅の目の前で、まだロープしか張ってなかったその場所で男子4人が堂々と「ここにみんなが集まる店をつくって、そこでクラフトビールを出して、ここから産業が生まれたりするような場所が来年にはできるので見ててください！」と。そしてその場所に今年7月、ブルワリーとビールパブをオープンしました。これが希望ですよ。この4人はこのまちが大好きで、楽しくて、好きな土地を取得して、自分たちでバックキャストिंगした。駅前だから飲んでもすぐ帰れるし、地元遊びに来る人も増やせるし、経済も……みたいなことをワクワクしながら考えている。彼らにとっては有事でもなんでもない日常かもしれないけれど、面白いことができる場所として地元の与謝野町があった。この1億2000万人の国の中には、こう考える若い人がたくさんいるのだと。これは希望です。

**島原** こういった若者たちが出てこられる環境をつくることも、地方創生の重要な目標にするべきなのかなと思います。

**指出** それは大きく感じます。むしろ新しいものを生み出すことをサポートするのが次の仕事なのかもしれません。人口減少対策よりも、こういうカッコイイ仕事を地域に増やしていったほうが結果的には巡りめぐって「あのまち、イケてるじゃん」となるのではないのでしょうか。

**島原** いま、「カッコイイ仕事」っておっしゃったけど、僕も同じことを考えてました！言葉がピタッと来るものがなくてモヤモヤしていますが、つまり、彼らって「おしゃれ」です。『ソトコト』で紹介され

ている方々も、着ているものがハイブランドとかではなくても、彼らのトーン&マナーをどう表現するかという「おしゃれ」なんですよ。おしゃれであることは地方創生にとっても大事な要素ですよ。

**指出** 僕は常々、「地方創生の中で一番大事なことは何か」という質問には、単刀直入に一言、「若い人がまちを歩くようになったらそれでいいのではないか」と答えます。流行りの派手なTシャツを着ている若者が、日本の、それこそ司馬遼太郎さんが愛した『街道をゆく』みたいな古いまちを歩いている。重厚さの中に軽やかさが入ってくるとそれだけで変わるんです。ポップさが増すというのかな。地元のお父さん、お母さんに若い皆さんを紹介すると、「なんかまちがバツと明るくなってよかったわね」というふうにお褒めの言葉をいただきます。そう考えると、幸せや希望の尺度にはグラデーションがあって、名を成すとか、大成するという希望もいいですが、まちを歩いている若い人たちを見て自分も幸せに感じるような、風景に対する希望みたいなものも大事かなと感じます。

**島原** そうですね。おしゃれな若者がまちを歩いているのを見かけると、「このまちはまだ死んでいない」と思える、一つの大きな現象じゃないかなと思います。

**指出** そういうまちを調べると、理由があることも多いです。政策としてのサポート制度があったり、実際に活動の拠点となる場所を市や町が提供している場合もあるし、ファブラボやリノベーションされたオフィスがあったりとか。あと最近は地域商社や合同会社という形で、若い人たちが地域づくり・まちづくりのブランディングをするということも、行政の理解の元にできたりしています。

**島原** 「地方には伸びしろしかない」とよく言われますが、それは開き直りでも何でもなくて（開き直りでもいいのですが）、特にインバウンドの動きなんかを見ていると、ローカルほど成長の可能性があるのはよく分かります。

**指出** 僕は国連の作業部会の委員<sup>[11]</sup>をしばらく務めていたときがあるのですが、日本での分科会で、いまの日本の環境教育や持続可能なライフスタイル等についてプレゼンしたことがあるんです。フランスやアメリカなどのまちづくり専門家の前で話したのが、新潟の十日町の豪雪地帯を限界集落から脱却させた元・京大の応援団長の話や<sup>[12]</sup>、とにかく毎晩パーティーしながらリノベーションしてい



る男の子たちの話とか……。

**島原** パーリー建築ですね<sup>[13]</sup>。

**指出** それが、スタンディングオベーションだったんです。「エキサイティングだった、日本にこんな若い人たちがいるということを知らなかった、持続可能な暮らしに若者たちが貢献している、それに何かエキゾチックだし」……海外の方の反応がものすごい興奮で、ためになったかどうかは置いて、彼らには刺激的な風景に映ったことが面白いと思いました。

**島原** 本当にローカルは成長可能性がすごく大きいことに、日本人自身が気づくべきです。

### 若者がローカルを目指すワケ

**島原** 指出さんは全国各地のローカルを巡って、元気なローカルヒーロー、ヒロインが起こす変化を見続けていらっしゃいます。各地で面白いプロジェクトを起こしている、推進しているプレイヤーは、その地域から生まれるのか、外からやってくるのか？

**指出** 両方ですね。半分半分です。先ほど話に出た京都の濱田さんは地元ですし、岩手の千葉さんは移住者です。

**島原** 変化の元となるローカルヒーロー、ヒロインは別に地元出身者と限らなくてもいいし、移住者でも関係人口でもよいということですね。

**指出** そうですね。いまは個人で何かをやるより、やはりコミュニティが大事になります。若い子たちはコミュニティベースな働き方、

暮らし方が好きなんだと思いますが、その中でひとりでも変化を生むと結果的にムーブメントにはなりやすいです。

**島原** 私の身近でも関係人口として地方に関わっている人を見ると、彼らは地方に行って仲間とつながるとことを求めているような気がします。

**指出** そうですね、僕は、東京からローカルに行くみんなは、「私という個人を認めてもらえるから」というのが大きな理由だと思っていましたが、最近もうひとつ、「もう一人の自分をつくれるから」ではないかと考えています。僕は東京にワンルームを借りることで匿名性や仮名性が得られると思った世代ですが、逆に、若い子たちはローカルへ行く。中山間地域のコミュニティに出会って、自分は話し下手だと思っていた子が、「●●さんっておしゃべり上手だね」と言われて、そこではうまく話せるとか。そういう匿名性、仮名性みたいなものの心地がいいので、地域で活動している可能性もあるのかなという気がしています。

**島原** たとえば東京での仕事や暮らしが本業の顔であるとすれば、それとはちょっと違う別のキャラで活動できるのがローカルということですか。

**指出** そう思います。僕自身も東京と神戸だと多少は役割が違いますね。東京にいるとやはり仕事メインですが、神戸に行くと「神戸に引っ越してきた指出さん」みたいな(笑)。両方が補完し合っているのです。東京と神戸のどちらにも補完性がある、自分がやりたかったことが“まるび出て”くるというか。一方だけではできなかったことが、ふたつのまちにいることで両方ともでき始めていることを考えると、若い人たちが地域に関わっていることは、何かを実現する

[9] 間伐材から繊維をつくる：大阪にある(株)和紙の布が開発した、国産間伐材を用いた和紙でつくる繊維素材「木糸(もくい)」。長野県根羽村と根羽村森林組合は同社の協力のもと、根羽村産木糸を使用したフェイスタオルを発売。徳島県上勝町の企業も加わり「木の糸コンソーシアム」を立ち上げ、新規ビジネスの可能性を探っている。

[10] 濱田祐太さん；『ソトコト』2023年1月号「ローカルヒーロー・ローカルヒロインU30」特集に登場。2019年ベンチャー企業「ローカルフラッグ」を立ち上げ、現在はメンバーが4人。地域プロデュース事業とクラフトビール事業などを手掛ける。2020年に誕生したクラフトビールの名前はその名も「ASOBI」。

[11] 国連の作業部会の委員；国連持続可能な消費と生産10年計画枠組み(10YFP)「持続可能なライフスタイル及び教育(SLE)」プログラム作業部会委員。

[12] 京大の応援団長の話；多田朋孔さん。2010年に当時6世帯13名の限界集落だった池谷集落に家族で移住し、応援団仕込みの不屈の精神と培ってきたビジネスセンスをもって見事、限界集落から脱却させた。

[13] パーリー建築；パーティーをしながら全国各地の空き家を改修するパーリー建築の活動はメディアにも取り上げられた。第一人者の宮原翔太郎さんは鳥取に移住し、建設会社の副棟梁として今も関係人口として活躍中。

ための、ひとつの補完性のある行動だと思えます。

**島原** 関係人口としての彼らは、今後も増えていくとお考えでしょうか。

**指出** 『ソトコト』では、2012年以降に日本各地の若い人を取り上げるようになりましたが、最初はすごく心配して……。

**島原** ネタが尽きてしまうことを？

**指出** はい、でもそれは杞憂でした。全体的に地方の元気な若者は増えていっていると感じます。震災後のローカルを盛り上げた若者の中には、すでにご家庭を持っている人も多くて、地域×教育といった活動もあります。もうひとつ若い世代は、濱田さんたちのように新しくビジネスを立ち上げる。若い世代のローカルが好きな人の多くが、プロジェクトやビジネスに参画しているというのは感じますね。

## 5年後、10年後の幸せ

### —— わくわくできているか ——

**島原** 私は地方創生をテーマにした一連の報告書で、人口は選ばれた結果であると主張してきました。人口の頭数を目的としている限り地方創生で勝つところは少ない。地方創生もそろそろ新しいフェーズが必要というか、本当に目指すべきものが見えてこないといけないと思います。

**指出** 消滅可能性都市が日本創成会議で発表されてからそろそろ10年経ちます。下げ止まらない人口減少を予測された島根県の海士町（あまちょう）<sup>[14]</sup>は、地域消滅対策として様々な手を打った結果、現在、人口は高止まっています。データに対して悲観的になるだけではなく、対策を練っていけば未来は変わるという、何かしらの希望を持たないとその高止まりや変化は起きなかったはず。自分たちのまちの未来、もっと小さく言えば個人として5年後10年後どうなっていたいのか。自分の幸せとは何かを考えることと、人口が減っていく地域で暮らしていくことは実はすごく密接に結びつ

いていて、まちの幸せは個人の幸せにダイレクトにつながっています。このことに向き合ったほうがいいタイミングじゃないでしょうか。

**島原** 最後に、指出さん自身がWell-beingや希望ということに関して、いま進めている、面白がれるプロジェクトなどあればぜひお聞かせください。

**指出** いまね、群馬県庁31階をプロデュースしているんです。これが面白くて。

**島原** 県庁ですか。

**指出** 群馬県庁って、日本で一番高い県庁舎なんです。31階と32階が展望広場になっていて、32階はすでに3年前に「NETSUGEN」という、イノベーションを生み出す場所になったのですが、31階をまた違った人たちが集まれる場所にしたいと依頼を受けて空間プロデュースをさせてもらいました。「GINGHAM(ギンガム)」という、“空の上にまちをつくる”というコンセプトです。マルシェとキッチンエリアがあって、廃材からつくった屋台が並んでいて。誰でも自由に使える場所ですが、ゆくゆくは飲食をやりたい、子どものための教室を開きたい、という人たちが集まって出会える場になればと思う、わりとやわらかいインキュベーション施設です。

**島原** 空間プロデュースだけでなく、運営にも関わられているのでしょうか？

**指出** はい、運営もやっています。ゆくゆくはカフェバーを開きたいとか、パートナーと農家民宿をつくりたいなど考えるみんなに、ここでコミュニティマネージャーとして経験値を積んでもらえればと考えています。今日、地域と希望について話していて、このフロアはまさにみんなの希望が生み出される場としてつくられたのだなど、改めて感じましたね。

**島原** そこから広がる未来が楽しみな取り組みですね。今日は、全国を飛び回ってローカルの動きにずっと伴走されてきた指出さんこそのお話をたくさんお聞かせいただきました。お忙しいところどうもありがとうございました。関係案内所がますます増えていくことを楽しみにしています。

[14] 島根県の海士町；島根県隠岐郡海士町。「ないものはない」宣言をし、子育て支援や、教育、特産ブランド化など多方面で改革を実施。1ターン移住者獲得に成功し、約2400人の居住者のうち、2割は移住者とされる。

interview  
special

# 02

リノベーションまちづくりのリアル



153pで紹介する-morineki-(モリネキ)でのひとコマ。住宅エリアの中庭に面したポーチから顔を出すとともにご近所さんと触れ合えるオープンなつくり。高齢者やファミリーなどさまざまな住民たちの交流も盛んになったという。

## 脱・人口増減論

# 「まちづくりは、地域のポテンシャル探しだ」

聞き手

未来へつなぐまちづくりとは？ 地域では何が起きているのか。

地域活性化ワークショップ「リノベーションスクール」の立ち上げ人のひとりであり、全国の自治体とともに地方創生、市街地や団地などの地域再生プロジェクトを牽引、自らも家業の不動産賃貸管理業の3代目である(株)ブルースタジオの大島芳彦さんに、まちづくりの「いま」を聞いた。まちづくりはどう変わりつつあるのか。

リノベーションとは何か？……歴史談義(?)からまちづくりの裏側まで、リアルな話が飛び出した。



島原万丈

LIFULL HOME'S 総研 所長

話をうかがった人



大島芳彦さん

株式会社ブルースタジオ 専務取締役/クリエイティブディレクター

おおしま・よしひこ / 1970年東京生まれ。2000年ブルースタジオ一級建築士事務所としてリノベーション事業をスタート。その業務範囲は建築企画・設計、ランドスケープデザイン、コンサルティング、プロパティーマネジメント、ブランディングと多岐にわたる。武蔵野美術大学造形学部建築学科客員教授、(一社)リノベーション協議会理事副会長、(一社)日本まちやど協会理事など肩書は書ききれないほど。団地再生プロジェクト「ホシノタニ団地」で2016年度グッドデザイン金賞(経済産業大臣賞)受賞、「北条まちづくりプロジェクト-morineki-」で令和4年度都市景観大賞「都市空間部門大賞(国土交通大臣賞)」を受賞、2015年「リノベーションスクールを通じた人材育成と地域再生事業」で建築学会教育賞受賞ほか受賞歴多数。多方面にわたる活動やnoteの記事など読み応えたっぷりのブルースタジオサイトへ <https://www.bluestudio.jp/>

## リノベーションスクール／リノベーションまちづくりとは？

**リノベーションスクールとは** 「まちなかに実在する遊休不動産（空き家や空き店舗、空きビル、空き地、使われていない公共空間など）を対象とし、エリア再生のためのビジネスプランを創り出す短期集中の実践型スクール」※新たなまちづくりを目指す民間プレイヤーと不動産オーナー、行政の三者によって取り組まれる。

**リノベーションまちづくりとは**、「今ある資産を活用して自治体の都市・地域経営課題を解決していくこと」\*人口減少・高齢化など地域が抱える課題に有効な手段である。スクール、まちづくりの両者ともに、都市の規模に関わらずエリアごとの特色を生かした取り組みが多方面で進行中。詳細は本文にて。

※(株)リノベリングのHPより

### 量より質のリノベーションまちづくり

**島原万丈（以下、島原）** 大島さんに東京でお会いできるなんて、ほんとに珍しいことですね。ブルースタジオとしてもリノベーションスクールでも、地方に行かれているほうが多いというイメージです。しかも、大都市から小さいまちまで。ということで、「リノベーションまちづくり」を中心にまちづくりの未来についてお聞きしたいです。まず、政府が旗を振って進めている地方創生事業ですが、人口増だけを目的にしている人口の奪い合いに過ぎないように思えますが、この点はどのように見ておられますか。

**大島芳彦さん（以下、大島）** 実際に、民間やリノベーションまちづくりに関わる仕事をしているときに、人口増が直接的な目標になることは、あまりないと言えます。行政にとっては、そのまま税収に影響するのでKPIとしては気にしているだろうけど、その地域に暮らしている人には、人口の増減はあまり実感がありません。人口が増えても、中心市街地が空洞化していれば寂しく映るし、新興住宅地が増えたとしても、暮らしている人にはあまり実感がありません。

**島原** ただ、新しい場所で店を始めようとする、地方のまちでは「ここにそんなマーケットはない」などの声が出る人が多い。マーケットという感覚ではどうですか？

**大島** たしかに、商店街の人たちはそういう発想かもしれません。商店街はたくさんの人で賑わってこそ商店街という意識から、人が歩いていなければマーケットとして成り立っていないと考えるのでしょう。リノベーションスクールにおいても、「中心市街地の活性化」や「空き家・空き店舗の解消」という分かりやすい言葉が表立つので、地域の人たちはそれが改善されることを本質的には期待します。「リノベーションスクールを数回やってきたけど、まだ人は戻ってきてないよね」と言う人も多いけれど、実際にはちょこちょこ裏通りにUターン・Uターン組のいい店ができていたりする。確かに、店やアクティビティの数、価値観を共有する仲間が増えていく数量的な増加はい

いことだけれど、量だけが必要なわけではなく、その「質」が上がることが大切だと感じています。

**島原** リノベーションスクールは行政が主催することが多いと思うのですが、やはり行政としては、空き店舗の解消や中心市街地活性化の達成が第一で、いまおっしゃった質の向上より、通行人数が増えたとか減ったということに一喜一憂しているように見えます。そのような数値的目標に対して、リノベーションスクールではどのように折り合いをつけているのでしょうか。

**大島** リノベーションスクールも人口数万人から数十万人までいろんな規模のまちでやっていて、たとえば北九州市は政令指定都市ですよ。

**島原** 人口約90万人の大都市ですね。

**大島** 北九州市でいえば、小倉の目抜き通りだと、かつての川のように人が流れる商店街の復活や空き店舗の減少を期待されました。たとえば、小倉魚町地区でのリノベーションまちづくりは、そういう意味においては成功したとみています<sup>[1]</sup>。これまで手掛けたまちづくりでいうと、和歌山市（人口約36万人）はそこそこ大規模な都市なので、人が戻ると期待値は高かったし、反対に、人口が20万人程度の徳島市や鳥取市になると、そこまでの状況は期待しない。ただ、むしろ小さな規模のまちのほうが、実際に店舗数は増えて居なくても、リノベーションスクールを通じて生まれる人と人のつながりや、家守会社<sup>[2]</sup>のような組織化されたものができることに達成感を感じているように見えます。何人増えたという数字だけでなく、その過程も含めての報告書が自治体にあげられるということが多く、イベント開催に対する活力も生まれています。

**島原** イベントなどをやる活力というのは、「ここでは何かを始められる」という前向きさがあって、やはり希望というテーマにも重なる、大切なことだと思います。

**大島** そう、大切なのは、規模は小さくても仲間や自分と価値観をともにする人たちがいるという確信があることです。商店街イベントといえば、商店街組織が補助金を使ってやるのが一般的で、結局、



毎回違ったテーマも楽しい和歌山市の「てとこと市」。開催情報は、HPやSNSで告知される。

どれだけの人が来たかという数字で答えを出したがりません。集まって楽しいからやっているわけじゃない。けれども、手づくりのイベントは、意味が根本的に違うのでイベント自体に流れている空気感も当然、違うはず。たとえば会場は商店街であっても、です。

**島原** マルシェイベントや手づくりのイベントは全国で開催されていて、いい雰囲気だなと感じることが多いです。

**大島** そういうイベント自体が、日常生活の中で期待している楽しさや自己実現を体感できる場だと思うので、マーケットイベントの質の高さは、その地域の民度に反映していると感じます。

**島原** 質の高さと同時に、受け取る側の民度というのも大切なキーワードですね。

**大島** 最近いいなと思ったのは、和歌山市にある本町公園で毎月第2日曜日に行われている「てとこと市」です。紀州まちづくり舎の吉川誠人さんという方が、元々は商店街で行っていたイベントをいったん終了したあと、場所とイベント名を変えて「てとこと市」として再生させました。なにより、商店街イベント時代に培ってきた出展者たちのつながりが強く、集客力もあるし、出店者の数も増えて定着しています。手づくり・手仕事にこだわったテーマで、すごく質が高いし、そういう人たちの輪がどんどん広がっているところが、和歌山は民度が高いと思うわけです。出店者の人たちも、いつかどこかで自分のお店を持っているだろうな、と想像させるような。

## プライドを失ったまち

**島原** 未来につながるワクワク感がありますね。リノベーションス

クールは何度も見学していますが、何かを始めたいと手を上げる人たちが出てくると、「ここにもまちづくりに前向きな人たちがいたんだ」という希望が持てます。それは小倉でも感じましたけれど、元気にするのはやはり中心市街地からということに意味があるのでしょうか。

**大島** 実際、地方は車社会なので場所は問わないんです。ただ、歩いて複数のものを同時に体験できる、直感的に理解できるという点で、中心市街地に集まっていたほうが都合がいい。連鎖反応が起きやすいのです。もともとウォーカブルなのが商店街なので、そこで何かを始めようというのは理に適っています。もちろん、実際は何かを始めるのに場所は問わない、田んぼの真ん中でも農家の納屋でもいいと思います。大事なことは連鎖反応によって魅力的な「エリア」をつくるイメージです。

**島原** 中心市街地では連鎖反応が生まれやすい。確かに、リノベーションまちづくりの現場を歩いてみると、店などが増えているという実感が湧いてきます。外から来た人間でも何かが動き出したなと感じ取れる変化はありますが、やはり地元の人と同じ感覚なのでしょうか。

**大島** そうですね。ただ、まちづくりはプレイヤーがいるだけでなく、不動産オーナーも呼応していないと連鎖反応は起きづらい。不動産オーナー側にとっても、そもそも見たこともない人間に場を提供することで素晴らしいことが起こるなんて想像もできないことです。まずは、誰かが実践してみて、それが他の不動産オーナーたちにハッピーになったと映れば、じゃあうちも……と連鎖するわけです。誰かが最初にやり始めることが大事です。

**島原** ということは、リノベーションスクール自体がファーストベン

[1] 小倉魚町地区でのリノベーションまちづくり：北九州市小倉地区の魚町商店街エリアでは2011年「小倉家守(やもり)構想」を公民連携により策定。リノベーションスクールの開催からスクール案件の事業化などのエリア再生に取り組んだ結果、通行量の増加など目に見える成果が生まれた。

[2] 家守会社；家守(やもり)とは江戸時代の長屋を管理する人のこと。地主や家主に代わって土地や建物を管理し店子の相談に乗るなど、まちの維持管理を担っていた。この仕組みを現代によみがえらせたのが「現代版家守」。民間の「家守会社」を設立し、まちづくりの企画運営やリノベーション投資、創業支援などさまざまな活動を行う。

## 希望がないというのは

## 「プライドを失っている」という状態。

## これはどんな地方都市にも言えること。

[写真左] バス停名は“桜堤上水端「hocco」”。緑に囲まれたオープンな空間は、「散歩や帰宅のついでにふらっと立ち寄ることができてひと休みできる、まったく新しいまち」として近隣住民たちのコミュニティの場となっている。[写真右] 土間と軒先で好きなことを表現できるのが「なりわい賃貸住宅」たるゆえん。本屋やプラントショップ、飲食店などが並ぶ。バスを待つ場所から人が集まるまちへ、変貌を遂げた。

ギンの発掘所みたいになっている。そしてその成功体験が連鎖を生むわけですね。

**大島** それが中心市街地をひとつのターゲットにする理由です。それ以外にはどんなところでまちづくりリノベーション的な連鎖が起きるか。実は、旧家の不動産オーナーがいるというのも、ひとつの共通点なんです。ほとんどの日本のまちには旧家がいるけれども、大地主というほどでもなくて、昔からの商家の立ち並ぶまち。たとえば、街道筋の商店街では、小さな規模ながら商店主が不動産大家でもあります。それぞれ事業や不動産の承継問題は抱えていつ、何も無い状況では動きづらい。そこに新しい流れがあると、一気に堰を切ったようにみんなで動けるようになるんです。リノベーションスクールがそのひとつで、僕らスクール側の運営もあえて意識をしてオーナー向けのレクチャーを開催したりしているわけです。

**島原** 商家が連なるまち、商都。確かに旧街道沿いの旧宿場町とか。地域で人のつながりが強いというのはあると思いますが、伝統やしきたりが何より重んじられる、儲けよりメンツが大事というようなところは、寛容性が低いというのは調査データからも読み取れるところで、昔でいう武家が強いところは新しいことを始めづらいイメージもあります。意外と金沢などの北陸のあたりが窮屈なのかなと<sup>[3]</sup>。

**大島** ただ、武家のまち括りで言うと、意外とそうでないところも多いですよ。僕が担当していたリノベーションまちづくりの現場である、和歌山市や鳥取市、島根の松江市も武家のまちです。おおむね武家のまちは、文化に対する造形が深いというか、洒落た感じがする。だから、リノベーションまちづくりでも、文化的な背景を深く理解して進めないと儲けだけではうまくいかないというのはよくあります。たとえば、松江の和菓子文化。松平不昧公の茶の湯の文化が、いまでも松江には息づいていて、松江の会社では3時のおやつを食べるんです。「ぼてぼて茶」といって、茶道だけど気取らず、オフィス給湯室とかでお茶を淹れてごくごく飲むような感じ。3時のお茶の時間を大事にするという一日のリズムの刻み方に、実は伝統が生きているのが面白いです。歴史を大事にしながら、鳥取や松江、和歌山もリノベーションまちづくりはゆるやかに続いています。

**島原** 大島さんがその土地の歴史や成り立ち、文化に詳しいのは、

地方でのプロジェクトを行うときに、地域の歴史をさかのぼっているからなのですね。そこから何かをすくいあげてコンセプトにつなげていくという作業をされていますが、歴史的背景を取り上げるのは、リノベーションまちづくりにおいて重要な意味がありますか。

**大島** すごく大事ですね。今回のテーマである「希望」で言えば、希望がないというのはつまり「プライドを失っている」という状態で、これはどの地方都市にも言えることです。「うちのまちには何も無いんだ。若い奴らは出ていって帰ってこない」なんて、口をそろえて同じことを言います。プライドを失っているというのは、足りないものだらけの状態です。この、量的な劣等感を味わっている中で、どうしたら地域の人にプライドを取り戻してもらえるか……。ということ考えると、歴史や文化は一番プライドを取り戻しやすいものだと思います。

**島原** 確かにそう思います。

**大島** ストレートな歴史的事実ではなくて、だからこそ培われた習慣や風習に落とし込む。松江の「ぼてぼて茶」のように、自分たちの習慣のルーツにある歴史的なことは意外と地元の人でも知らないもので、僕らのような外から来た人間が調べて整理して伝えると、それがプライドの拠り所になることもあります。

### まちの価値を再評価する ランドデザインが描けるか

**島原** 地域の歴史的な固有性がプライドにつながるの理解できません。逆に、量的な物差ししか持っていないと、何をやってもだめだとなってしまう、諦めてしまうのは非常に残念に思います。そんな状況でも何か、まちづくりを手掛ける中で面白い動きはありますか？

**大島** ブルースタジオとしては、ここ5年～10年くらいは「ランドデザイン」という仕事が多くなっています。

**島原** まちの？

**大島** そう。モノとしては企業が所有する資産、いわゆる敷地・建物ですが、いきなり活用方法を決めるのではなく、まずは、それらが



ある「まち全体の価値はなんなのか」から考えるのです。いわゆる、エリアビジョン、ランドデザインです。たとえば、不動産だけでは市場価値がないのは明らかな場合、オーナーは諦めてしまう。けれども、まちの可能性にその不動産が寄与できることがあるはず。可能性があるなら、まちのポテンシャルを知りたい。その上で何をやるか考える。いきなりホテルや賃貸住宅を建てるのではなく、まずはまちのポテンシャルをはっきりさせる、ビジョンを描くという仕事が増えています。

**島原** そこで、まちの歴史なども調べて提案するわけですね。

**大島** 僕が根掘り葉掘り聞いたり、リサーチしたり、まち歩きしたりして整理して、まちのポテンシャルについてレポートにするわけです。状況も鑑みて、不動産活用の方向性をいくつか指し示す。そうすると、何をやっていいかが見えてくる。そこから、建築として何をやるかなど、複数案に広げて検討が始まります。小田急バスとの事業「hocco」<sup>[4]</sup>もそうでした。電鉄会社をはじめ、土地建物といった資産を所持する会社は多いですが、都心ならまだしも、郊外や地方の資産の場合はどこから手をつけるべきか、どうしていいかわからないので放置されていることも多くあります。そんな時は、まずポートフォリオを全部開示してもらって、そこから不動産活用のビジョンとしてどうあるべきかを考えていきます。たとえば、鉄道会社なら沿線の人口、乗降利用者数が影響するので、テコ入れすべき箇所がエリアによって見えてきます。

**島原** 「hocco」の場合の事業提案においては、どのようなところがポイントだったと考えますか？

**大島** 他の候補案もある中で、僕たちのほうからランドデザインを提示して事業を提案しました。ランドデザインがあれば、事業主は社会やマーケットに対してアピールすべき点がかかると同時に、

そこに住む人や商売を始めたい人にも、何か面白いことが実現しそうだとか、商売が成り立つんじゃないか、そういうまちだったら住みたいと思えます。つまりは、シティプロモーションと一緒になのですが、それをきちんとやることで自らが創りうるオンリーワンのプライドを取り戻せたのではないのでしょうか。たとえば、高度経済成長期から半世紀以上が経ちましたがその間なんの処置もなく放置されたような土地も、いまのタイミングにおいては、空いたからといってただ単にリーシングすればいいのではなくて、エリアの価値をリサーチしなおす必要があります。たとえば団地だと、半世紀前の価値は新しいことが魅力だったけれど、いまでは3世代の家族が住み継いだことが価値となることもある。半世紀という時間の価値をもう一度振り返ることで発掘されるそれぞれの個性を、もう一度検証しエリアのビジョンやランドデザインをつくりなおすというのは、リノベーションまちづくりと一緒にだと思います。

## まちづくり世代論

**島原** よくある、活性化のために巨大なビルを建てて、テナントリーシングに苦勞して、結局赤字になるというものとは、そもそも発想のスタートが違いますね。さきほどの連鎖反応が起こるといっても含めて、リノベーションスクールを行っている中でいま大島さんが注目しているまちはありますか？

**大島** 連鎖反応は各所で起こっていますが、最近では広島県の呉市かな。市役所通りと呼ばれる、100メートル満たないような通りに連鎖的に店ができ始めています。飲食や物販も含めて様々な店が生まれているというのはあるものの、呉は平成の30年間で10万人も

[3] 北陸あたりが窮屈；当総研の『地方創生のファクターX』(2021年)の調査データでは、寛容性総合指標において、47都道府県中「富山県45位」「新潟県38位」「福井県37位」「石川県35位」と北陸地方が低調だった。

[4] hocco；2021年10月に小田急バス(株)が開業した複合施設「hocco(ホッコ)」。JR武蔵境駅から小田急バスで12分、終点「桜堤折返場」として利用していた場所を開発。住まいが店やアトリエになる土間スペースを設けた住居兼店舗の「なりわい賃貸住宅」を中心にキッチンカー出店やイベント開催などもあり、景色は一変した。開発の企画・設計監理は(株)ブルースタジオ。

人口が減っている上に、令和になってからの製鉄所の閉鎖などなかなか厳しい状況があります。しかし大都市としての歴史は明治期以降と実は浅く、これも独特な街の文脈で印象的です<sup>[5]</sup>。

**島原** もともとは軍港でしたかね。

**大島** そう、明治に入って海軍の鎮守府ができてから人口が爆発的に増えたものの、その前は静かな農漁村集落のような地域でした。そうすると一族も3代遡ったら出身は別のまち。つまり呉のまちにはフロンティア気質があるので個性の強い人はいるけれど、意外とみんな独自の視点でまちを考えているから、なかなかまちづくりの戦略会議のような場でも各方面から参加する委員たちのコンセンサスを得づらい(笑)。でも、センシュアスで面白いまちなんです。

**島原** これからに期待ですね。あと、リノベーションスクールなどで地域に関わっている中で気づくことなどありますか。

**大島** 面白いと思うのは世代の話。多くのまちでは高度経済成長期に商店街が隆盛を極めたわけです。1960年代、70年代に起業した人たちが圧倒的に多くて、彼らは現在80代、90代、あるいはすでにお亡くなりになっている……まさにそういうタイミングです。そして、50代後半から70代の団塊世代くらいまでを第2世代とすると、この世代が、地方都市だと東京などの都会に出てしまって不在家主になっているんです。そして、都会で育った第3世代である孫は、意外と自分の家のルーツに関心があるものだから、1ターンで戻ってくることも多いわけです。あるいは親父がUターンすることもある。

**島原** 確かに、孫世代である20代から30代って、ローカルに興味がある子が多いです。

**大島** この世代がローカルに興味を持って、地域に帰るでしょ。けれどその地域には60代、70代の中間世代がスポッと抜けていて、80代のじいさんばあさんしかいない。若者が「新しいことをやりたい」と言っても、世代が一足飛びになってしまって、もう言葉が通じないんです。60代で元気のいい人が1人でもいるまちは、第1世代と第3世代をつなぐことができていますね。

**島原** 世代をつなぐ通訳となるわけですね。それは、指出さんも同じことをおっしゃっていて、センスを共有できるようなキーパーソンが話や顔をつないでくれるのがすごく大きいと。

**大島** そう、地域の名士としての立場も引き継いだ60代は信頼もあり、さらに子ども世代の考えていることもそれなりに理解できるの

で、この世代がいるかないかで状況は全然違ってしまいます。

**島原** 世代交代というと、若い人につないでいくという話になりますが、意外と中間が大事だということですね。

**大島** 中間である第2世代がステークホルダーですね。大学で上京して40年以上故郷にいなかった場合、親が亡くなると地縁ももうないし、面倒な資産として地元の不動産は売却してしまう。そうなる地域における位置づけは絶たれるわけです。商店街がシャッター通りというのは、まだ前の世代がほったらかしているだけですが、売って駐車場になっているというのが、本当にまずい状態でしょう。中間世代がきちんと地域に対する上世代からの意識を引き継いでいくことが、地域らしいまちづくりを継承していくことだと思います。

**島原** 現在60代、70代である2代目世代は、都会の大学に行ってそのままそこで家族をつくって根を張るケースも多いです。ともすると、地域の希望はどこにあるのでしょうか。

**大島** 地域のJC（日本青年会議所）でも若い3代目が出てきています。60年代70年代の創業者たちから比べると、じいちゃんと同じことはもう絶対無理、じいちゃんと同じことをやってたら終わってしまうと感じている。若い3代目の世代では、地域の継承者の意識が変わり始めてきているなど感じます。

## 民間主導のまちづくりへ

**島原** 地方、地域で変わるということがかなり意識されている。さて、大島さんはこれからも地方の仕事は増えていきそうですか？

**大島** そうですね。「まちづくり」といった漠然とした言い方は、昔は行政の言葉だった気がするけれど、今は民間のある一定規模以上の資産を持っている人、たとえば地主などもまちづくりを意識しているし、自分たちが果たさないといけない役割みたいなものを感じていると思います。地方都市で多いのは、企業としての地主。つまり、製鉄会社や造船業といった大企業は、これまでまちをつくってきたわけです。労働者を集めて社宅をドドーンと建てると、それに続いて民間で団地開発も起こるといって、まちの形成のきっかけになっていた。それが、産業構造も変わって、それらを処分しなければいけないという時代です。地域住民は、何が起きるか戦々恐々と見守っているわけだから、昔みたいにただ単に高く買ってくれるデベロッパー



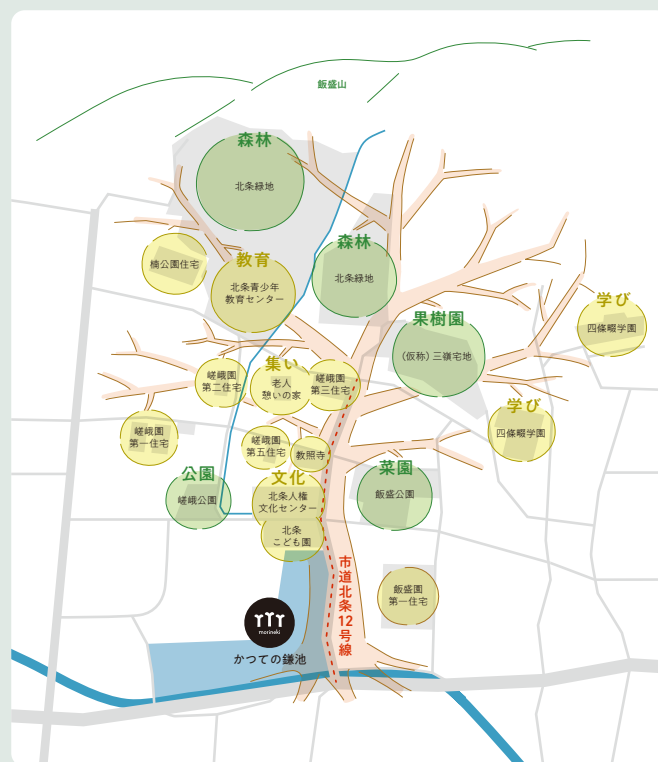
に売るというのは許されないのです。そこで、まちづくりということ  
を考ざるを得なくなっている。その際に、先に言ったランドデザ  
イン、大きな絵を描くことから始めることが重要です。企業として  
の社会的な責任を果たすことを求められるし、SDGsの観点からも、  
地方に資産を持つ企業は「まちづくり」を考えなければいけない流  
れになっています。

**島原** そう考えると、清水義次さんがやられているリノベーションス  
クール@浜松（企業版）が面白いですね。地域企業がその土地で  
何かしたいという思いを集める仕組みはいいなと感じます。これか  
ら地域、地方のまちづくりには、旧家商家や地元企業などが重要な  
役割を果たすということですね。

**大島** そう、これからは行政に限らず、それらがまちづくりの一端  
を担うと思います。たとえば、大東市の市営住宅建替プロジェクトを  
核とした「北条まちづくりプロジェクト-morineki-（モリネキ）」<sup>[6]</sup>は、  
大東市が設立した民間事業会社が主導し民間企業を巻き込んだ  
公民連携事業です。このプロジェクトで僕たちが関わったのは、ま  
ずランドデザインを構築して市民や社会に対してエリアのビジョ  
ンを提示することです。多角的なリサーチの結果から周辺エリアの  
潜在価値を掘出し、再編集し、地域の人々も驚くような絵を描き、こ  
のエリアが近い将来に目指すべきビジョンを示したんです。それが  
「北条の樹」です。このビジョンに賛同した大阪堀江のアパレルメー  
カー「ノースオブジェクト」や大阪交野のトレイルランニングショッ  
プ「SOTOASO」が基本設計以前の事業化初期段階からプロジェク  
トチームとして名乗りをあげ、北条のまちづくりで自分たちが果たす  
役割について、事業主体や僕らと設計者と深く協議できたことも大き  
かったです。

**島原** ビジョンを示すことは重要ですね。それと比べると、「まち・  
ひと・しごと創生総合戦略」は、すべての自治体はその取り組みを

生駒山系の山並みと飯盛山の豊かな森を背景にしたmorineki。公園エ  
リア（もりねき広場）を中心に住宅エリアと商業施設エリアが広がる。飯  
盛山には戦国時代の武将・三好長慶ゆかりの「飯盛城跡」があり、豊かな  
自然と歴史的背景でトレッキングやトレイルランなどでも人気。これらの  
地理的、歴史的特徴を生かして考案されたのがmorinekiプロジェクトだ。



ブルースタジオが示したビジョン「北条の樹」。市道北条12号線が大樹の幹に見立て、  
権現川の恵みを受けながら枝葉を伸ばした先には、地域のさまざまなアクティビティ  
が展開するという、大胆なアイデア。大島氏曰く「東高野街道筋に形作られた歴史の  
ある農村集落だった」というように、歴史や自然、文化の背景に理解の深い大島氏な  
らでのランドデザインだ。（画像提供 / (株) コーミン）

[5] 呉；広島県呉市。大島さんがスクールマスターを務める「リノベーションスクール@呉」と大島さんが座長を務める「呉リノベーションまちづくり戦略会議」が目下進行中。  
[6] morineki（モリネキ）；大阪府大東市の「北条まちづくりプロジェクト」のスタートアップ事業として市営住宅の跡地に開発した。全国初の官民連携による市営住宅の建  
替え・再開発プロジェクトとしても注目され、公園や市の借り上げ住宅のほか、民間企業のオフィスや店舗を誘致。住民だけでなく多様な人々に向けたまちとなった。設計監  
理はブルースタジオ・石本建築事務所設計監理共同体。令和4年度都市景観大賞【都市空間部門大賞（国土交通大臣賞）】を受賞。

大切なのは人にとって、

まちの真のポテンシャルを

探ることです。



策定して各自でつくっているのですが、内容はどこも同じものばかりです。大島さんのグランドデザイン、ビジョンづくりのポイントを、ぜひ知りたいのですが。

**大島** まちづくりのコンサルに近い仕事を僕たちはしているけど、ほかのコンサルと圧倒的に違うのは、「皆さまの意見を聞いてまとめる」というプロセスをあまり重要視していないということ（笑）。こっちでまず勝手にリサーチをさせてもらって、尖った仮説を立て市民にプレゼンをするんです。そうすると「何を見当違いなこと言っているんだ、よそ者のくせに」とたいていは市民の方々に怒られます。けれどもこれが活発な議論のきっかけになります。2割程度でもこの仮説が響く人がいれば、その人たちの意見はどんどん膨らみ市民自らの主体的なアイデアとして波及していくんです。それは僕らが立てた仮説と一緒になくなってもいい。そうして、回数を重ねてくると会場の雰囲気はよくなって、さらにポジティブな人がまた次から参加してくれるようになり、だんだん楽しくなってくるんですよ。大東市のプロジェクトのときも同様のことが起きたけれど、そういう現場では、着地点もポジティブなものになりますね。

**島原** プレゼンテーション力も含めて、みんなを前向きに巻き込むのは大島さんの職人芸でもありますけどね（笑）。ただ、これまでのお話で、地域では継承が起こりプレイヤーが変わってきているなど、まちにも新しい芽、変化があるということですが、それをいかに可視化させるかが大事かなと思っています。大島さんはプロジェクトをやられるときに「見せる、可視化する」ということを意識したりしますか。

**大島** まず仮説を立てることは大切なのですが、それを実践する能動的な人間が地元に出てこない、みんな意気消沈してしまうのは

確かなんです。小さくてもいいから次のアクションが生まれるということ意識していると思います。それは、場合によっては企業による大きなプロジェクトが起きることかもしれないし、ある志を持った人が小さなアクションを起こすというくらいなのかもしれないけれども、ビジョンにのっとった何らかのアクションが起きるといことがこの大小を問わず大事だと思います。

### リノベーションの定義とは

**島原** そこで起こる面白いまちの再生は、クリアランス型のまちづくりではなくて、リノベーションまちづくりが多い気がします。この理由は一体何なのでしょう。

**大島** 既存建物の利活用をリノベーションと言うのなら、実は僕たちの仕事の中でリノベーションと呼べるプロジェクトは3分の1以下、新しい建物や場をつくっているケースのほうが断然多いんです。けれども、僕自身はそれら全てをリノベーションの視点を持ったプロジェクトだと考えています。僕なりにリノベーションを定義すると、「社会資源の再編集」なんですよ。既存の建造物などの空間資源を活用するのはごく一側面でしかなくて、地域社会に潜んでいる多様な社会資源を掘り起こし、再編集することによって新たな地域価値を生み、地域経営の指針とすることがリノベーションなのです。だから、そういった既存空間活用の可能性も含めた多角的な価値の検証作業をしたうえで、結局は建て替えて新しいビルにする選択もあるし、無理やり既存建物を使うということはしていない、けれど、それはリノベーション（社会資源の再編集）だと思うのです。

**島原** エリアの価値をリノベーションするということですよ。社会資源にはコミュニティなど、人的資源も含まれますか。

**大島** 人もそうだし歴史、自然環境も含まれます。でも、やはり何よりも人的資源の価値が一番大きいと思いますね。その地域にどんな人的資源があるかははっきり認識することはとても大切なことです。たとえば、高齢化率が50%を超えているまちは、その数字だけ見たら「ここはもう消滅していっただけだ」と思う人もいるかもしれな



“まちを楽しむ”、そんな発想から生まれた。写真左はhocco、右がmorineki。

い。ただ、実際フタを開けてみると、前期高齢者で元気がいい、経験値も豊かな高齢者がいっぱいいて、そこにはとてつもないポテンシャルが潜んでいるかもしれない。人に出会う機会が少ないと数字ばかりが先走りしてしまうけれど、大切なのは人に会って、まちの真のポテンシャルを探ることです。僕らがリノベーションスクールで意識するのは、いかにして人に出てきてもらって、情報や感覚を共有するかということ。講演会や説明会の開催も、市役所ホールばかりじゃなくて団地や商店街でもやってみるなど試みて、いかに人のシャッフルをするかを考えています。

**島原** なるほど。だからリアルなのですね。人が大事だけど、一番難しいのも人ですよ。リノベーションまちづくりでは、人とのつながりを大切にされていると思いますが、それは地域社会にどんな影響をおよぼしているのでしょうか？地域住民に変化などありますか？

**大島** リノベーションまちづくりって、根本的に「まちを楽しむ」ということですよ。起業してそこで生計を立てて……ではなく、まずはまちを使いこなす、遊び倒すみたいな感覚があることが、まちづくりを継続していくためにも大事です。リノベーションまちづくりの

現場では、楽しんでいるオーナーも出現してきています。結局は、まちを楽しむという単純な話なのですが。

**島原** 楽しむ・面白がる。そうすると、そこからいろんなものが生まれてくる、ということですね。

**大島** 最近あまり開催していないけど、「トレジャーハンティング」<sup>[7]</sup>のコンセプトもそうでした。とにかく遊び倒すということでもちの資源、ポテンシャルを知る。面白いまちだということを知る。こういう感覚って。本質的には大事です。

**島原** 楽しいまちであることは、ここで何かを始められるのではないかと希望を持てる人たちを生む土壌になっているはずですよ。

**大島** 楽しいと思えるからこそ、そのまちに住んでもいいかなと思うわけですね。

**島原** 楽しめ、遊び倒せと！実に遊びのプロでもある大島さんらしい言葉で締めさせていただきました（笑）。ありがとうございます。

写真提供：

株式会社ブルースタジオ (P147/P151/P153/P155)

株式会社紀州まちづくり舎 (P149)

[7] トレジャーハンティング；リノベーションスクールの活動の一環として行われていた「まちのトレジャーハンティング」。まち歩き、ユニットワークを通じてまちの魅力、潜在能力を見つけ出す、まさにお宝探しの企画。