

第4章 20周年記念事業

財団設立20周年を記念し、様々な記念事業やイベントを開催しました。
主な取組の開催日時等は以下の通りです。

①シンポジウム「文化による地域創生とまちづくりの未来」

【日 時】 平成29年11月25日(土) 13時30分~16時30分
【場 所】 ひと・まち交流館京都2階大会議室
【基調講演】 近藤誠一氏(近藤文化・外交研究所代表、元文化庁長官)
【特別講演】 吉良森子氏(moriko kira architect主宰、在オランダ建築家)
岩村水樹氏(Googleアジア太平洋地域ブランド & マーケティングマネージングディレクター兼日本法人専務執行役員CMO)
【トークセッション】 (司会) 若村亮氏(株式会社らくたび代表取締役、京都学講師)

②トークライブ

第1回「ものづくりからみる、これからの暮らし」
【日 時】 平成29年9月27日(水) 19時~21時
【場 所】 ワコール新京都ビルワコールスタディホール京都2階
【登壇者】 鳥屋尾優子氏(ワコールスタディホール京都館長)
北林功氏(COS KYOTO株式会社代表取締役)

第2回「『働く』がつくるまちと文化」
【日 時】 平成29年10月11日(水) 19時~21時
【場 所】 京都市景観・まちづくりセンターワークショップブルーーム
【登壇者】 山口一剛氏(朱雀協働計画、京都信用金庫朱雀支店支店長)
古賀鈴鳴氏(「世界文庫、世界文庫アカデミー」主宰、デザイナー)

第3回「小さなシェアが生む力。」
【日 時】 平成29年10月25日(水) 19時~21時
【場 所】 京都市景観・まちづくりセンターワークショップブルーーム
【登壇者】 紫牟田伸子氏(「日本のツビックエコノミー」編著者)
荒木勇輝氏(Tera school(NPO法人寺子屋プロジェクト)代表)

③まちセンビプリオバトル キックオフイベント

【日 時】 平成29年11月4日(土) 13時30分~16時
【場 所】 京都市景観・まちづくりセンターワークショップブルーーム
【講 演】 谷口忠大氏(立命館大学教授、一般社団法人ビプリオバトル協会代表理事)
【司 会】 谷口忠大氏(立命館大学教授、一般社団法人ビプリオバトル協会代表理事)
大島祥子氏(スーク創生事務所代表)

④座談会(歴代課長、歴代次長)

第1回 歴代課長座談会
【日 時】 平成29年9月5日(火) 19時~21時
【場 所】 京都市景観・まちづくりセンターワークショップブルーーム

第2回 歴代課長座談会
【日 時】 平成29年9月6日(水) 19時~21時
【場 所】 京都市景観・まちづくりセンターワークショップブルーーム

歴代次長座談会
【日 時】 平成29年12月22日(金) 19時~20時30分
【場 所】 京都市景観・まちづくりセンターワークショップブルーーム

⑤京町家まちづくりファンまつり

京町家まちづくりファン オープンハウス
【日 時】 平成30年1月より順次開催

京町家まちづくりファン感謝祭
【日 時】 平成30年2月10日(土) 13時30分~16時
【場 所】 新島会館2階大ホール(京都市上京区寺町通丸太町上る)

⑥新春公開座談会 「夢を語る—京都の景観・まちづくり・京町家」

【日 時】 平成30年1月13日(土) 14時~16時
【場 所】 ひと・まち交流館 京都 2階大会議室
【登壇者】 栗山裕子氏(WIN一級建築設計事務所主宰(一社)京都府建築士会監事)
高田光雄氏(京都美術工芸大学教授(工芸学部長)京都大学名誉教授)
長谷川和子氏((株)ケイアソシエイツ代表(株)京都クオリア研究所取締役)
宗田好史氏(京都府立大学副学長和食文化研究センター長)
進行役: 東樋口護氏((一社)住宅長期支援センター理事長 公立鳥取環境大学名誉教授)

4-1 シンポジウム「文化による地域創生とまちづくりの未来」

財団設立20周年を迎えたまちセンは、「つなぐ、つながる、こえていく」をテーマに様々な記念事業を実施しました。11月25日にはメインイベントとなるシンポジウム「文化による地域創生とまちづくりの未来」を開催しました。まちづくりの新しい潮流や、文化、歴史、景観を基軸とした地域創生をテーマに、講演や対談で知恵を出し合い、充実したひと時となりました。



図4-1-1 シンポジウムの様子

(1)内容

■日 時 平成29年11月25日(土) 13時30分～16時30分

■場 所 ひと・まち交流館 京都 2階大会議室

■プログラム

開会挨拶 青山吉隆(公益財団法人京都市景観・まちづくりセンター理事長)

基調講演 近藤誠一氏(近藤文化・外交研究所代表、元文化庁長官)

特別講演 吉良森子氏(moriko kira architect主宰、在オランダ建築家)

休憩

特別講演 岩村水樹氏(Googleアジア太平洋地域ブランド&マーケティングマネージングディレクター兼日本法人専務執行役員CMO)

トークセッション

【司会】 若村亮氏(株式会社らくたび代表取締役、京都学講師)

閉会挨拶 門川大作氏(京都市長)

■参加者 113名

(2)基調講演 近藤誠一氏



近藤誠一氏

近藤誠一氏は、「地方創生の鍵としての文化：京都の魅力」と題して、次のようにご講演されました。

今日は京都の魅力を考えながら、文化がまちづくりの中心になるべきだということについて、お話をしていきたいと思います。

金融危機、サイバーテロ、地球温暖化、大量移民など、国境を越えた問題が次々と起きています。本来国民を守るべき国家が、ちゃんとその機能を果たせていない。アメリカでトランプ大統領が誕生し、イギリスがEUから離脱するというのも、国民

の国家に対する意識の大きな変化です。

それでは、これからどうやって国を治めていったらいいのかというと、地域や地方都市が大きな役割を果たすのではないかと思います。国は市民個人個人の日々の希望にこたえるのには大き過ぎる。そのような状態の中で1人1人が、国に対して忠誠を誓うのか、自分が生まれた地域に愛着を持つのかといえば、グローバル化が進むほど、後者だろうと思うのです。

国はその主権という建前を維持するために、合理性と効率性に基づく冷徹な政策をとり続けなければならないけれど、地域こそ、人々の感情や感性に対応できる。市民の細かい要求に対応できると考えられます。

そういう観点からしますと、京都は世界でもまれ

に見るすばらしいまち、千年の都で日本の文化の中心です。京都の方々には本当に、日々の生活の中に、歴史、文化、伝統といったすばらしいものを持っていらっしゃる。町家はその典型かもしれませんが、生活の中にそうしたものが残っている。したがって、京都こそ、これからの人間のあり方、日本人のあり方を考え、それをバランスをとれたものにしていくのにふさわしいまちだと思います。

日常生活の中に洗練された文化が潜み、まちを歩けば家元に会うようなこともありますし、お寺や文化財もたくさんあります。例えば、ヨーロッパの庭園は人工的で幾何学的ですが、日本庭園というのは自然そのもので、日本人の自然観がはっきり表れています。

ヨーロッパでは、人間は自然よりえらい、自然を超越した存在だととらえてきました。それは科学技術の発達をもたらしましたが、いま行き詰っている状況なのは、皆様ご承知のとおりです。日本では「鳥獣戯画」に見られるように、人間も動物も同じ仲間だと考えますし、使い古した針に感謝する「針供養」があるように、一緒に自然をつくっているという意識が強いのです。

西洋やアメリカから日本に、合理性、効率性が入ってきても、こうした考え方をまだまだ維持しているのが、日本の強みであり、それをバランスよく持っているのが京都だと思います。

文化庁が今度、京都に来ます。まず、地方創生の効果が期待できます。また、ちゃんとした文化政策、文化がどうあるべきかということを文化庁に考えてもらうチャンスではないかと思います。

冒頭申しあげたように、これからますます安全保障や経済問題が重要になってきます。それは東京にまかせて、京都は文化や歴史、伝統を維持しながら、こういう生活を送ることができるモデルを作るべきでしょう。いきすぎた近代化の波からそういうものを守ることは、京都の方々の権利であり、義務でもあります。

(3)特別講演 吉良森子氏、岩村水樹氏



吉良森子氏

吉良森子氏は、「アムステルダムー生き続ける町をつくる」と題してご講演されました。

私は1992年にオランダに渡り、2000年から

自分の設計事務所を営んでまいりました。今日はアムステルダムのまちづくりの話と、建築家としてどうやってまちづくりに関わっていくことができるかについて、お話をさせていただきたいと思います。

私が建築の勉強をするきっかけになったのは、高校生ぐらいの頃、まち歩きが好きで、まだ古いまち並みが残っていた東京の上野、浅草、湯島のあたりをよく歩いていた。大学院の時、オランダのデルフト工科大学に留学して、アムステルダムに1年ほど住み、古い建物やリノベーション、まちづくりにかかわる仕事ができるのではないかと、アムステルダムの設計事務所に就職しました。

まず、アムステルダムの歴史とまちづくりについてお話をします。アムステルダムのまち並みは、運河沿いのところが有名です。その周りに、19世紀のエリア、20世紀初頭のエリア、戦後のエリア、ウォーターフロントのエリアなど、17世紀以降につくられた様々なまち並みがあり、それぞれ違っています。

アムステルダムがすごいのは、17世紀の建物がそのまま残っているわけではない。運河の構造はとても古いんですけど、建物の質は大きく変わり、17世紀からずっと建っている建物は全くないといっても過言ではありません。

時代の技術や産業によって、建物もまちの使われ方も変わっていく。それでも、まち並みは維持できている。2010年にアムステルダムが世界遺産になったのは、17世紀のまち並みが残っているからではなく、時代時代の技術や産業の力を飲み込みながら、そのまらしさを失わなかったことが評価

されたのです。その都市らしさを失わず、どうやって変わっていくことができるかが、まちづくりの根本的なテーマです。京都もアムステルダムも同じようなテーマを共有しています。

アムステルダムには、都市計画の際、建築家や歴史の専門家による景観委員会が建築の審査をする決まりがあります。建物をつくる時は審査を経て、承認されれば建築確認申請がおける仕組みを100年来続けているわけです。17世紀、19世紀、20世紀のエリアで、それぞれまちづくりの基準が決められています。一番難しいと思ったのは、市民の人たちになぜこの決まりが重要なのか、どうやって理解してもらうのかでした。

次に、私が建築家として、建物を設計するとき、まちづくりにどうやってかかわったかをお話します。1つはその建物と都市の歴史に関わること。古い建物の改装やリノベーションです。例えば、住民のグループをつくって、1戸ではなく、複数の建物をつくる。最終的にはご近所というか、ストリートをつくることができます。もう1つは、周辺の雰囲気、例えば建物のリズム感を、自分がつくる建物に反映し、全体をなじませる。最後は自分がつくった建物によって景観をつくってしまうのが、この世界かなと思っています。

アムステルダムから200キロぐらい北にある、フローニンゲンというまちでは、19世紀末に建てられた教会を再生するプロジェクトに取り組みました。外から見ると歴史的な建物に見えますが、中は本当にそっけない。ただ、もともとの教会の内観はこんな感じで、1920年代ぐらいにアール・デコ風に内装を変え、戦後は近代主義的な内観に変えたのです。

古い建物のリノベーションや再生をする時に大事なのは、その建物は何を变えることができ、何を守らなければいけないのかです。ホールが人が集まる場所であることは変わらないから、それを守ろうと考え、1階の中心部分は教会のまま、2階のギャラリー部分にオフィスを入れました。教会の

入口は信者の人たちが神様に会うために入る場所なので、オフィスに来る人たちのためには別のエントランスを設けました。

ほかのプロジェクトは簡単にお話します。18戸の住宅を、住民と一緒に計画し、開発した時は、設計の段階からみんなと考え、1つのベースのデザインをもとに、それぞれの希望を反映させたものになりました。最後にご覧いただくのは、30ユニットぐらいの集合住宅です。アパートというと、通常1つのボリュームでつくりますが、1個1個をばらばらに、廊下でつないで、いくつものボリュームがある建物にしました。

まちづくりでは、建物を保存したり、いい建物をつくったりするだけではなく、そこに住む人たちと一緒に古くからあるものを守っていくことが大切です。イギリスの首相だったウィンストン・チャーチルがこんなことを言っています。

“We shape our buildings,thereafter they shape us”
私たちはたくさん建物を建てる。つくった後は、その建築やまちが私たちをつくる。そんな意味です。

過去の人やこれから生まれてくる人も含めて形づくっていくまちを、一つ一つ今私たちもつくっていく。これがまちづくりのエッセンスではないかと思っています。



岩村水樹氏

岩村水樹氏は観光都市の情報発信についてご講演されました。

私は2007年にGoogleに入社し、日本、アジア太平洋地域のコンシューマーマーケティングを担当しています。今日は都市の情報発信ということで、2つほど海外の事例をご紹介します。

アメリカのボストンではAdopt-a-Hydrantというプロジェクトを行っています。直訳すると、「消火栓を養子にする」です。ボストンは豪雪地帯で、冬になると消火栓が雪に埋もれてしまいます。火災が起きた時、消火栓が雪で隠れて見つからないと、大惨事になる恐れがある。それで、近隣の方が消火栓を日頃からお世話をし、雪に埋もれないよう、除雪して使えるようにしておく。これは、私たちのサービスと、市から提供された消火栓の情報、それとコミュニティの方々が参画して課題を解決し、まちづくりに貢献している一例です。

また、始まったばかりのプロジェクトにLinkNYC(リンクニューヨークシティ)があります。Googleの関連会社とニューヨーク市が協力し、市内の公衆電話をLinkという無料のWi-Fiキオスクに置き換えました。自分の携帯でインターネットの情報を得たり、付属のタブレット端末で情報を検索したりできます。Linkの側面スクリーンにデジタル広告が映し出され、広告収入でコストをまかなうので、市の財政的な負担を減らすこともできます。

東日本大震災のときは消息者情報の提供や、ホンダと協力して車の走行データをいただき、被災地周辺の通行可能な道路をマップに表示する活動をしたりしました。

日本でもテクノロジーを活用し、イノベーションを加速する取組をしています。Googleが力を入れているテーマとして一つは「働き方改革」、もう一つがビジネスのデジタル化を支援する「イノベーション ジャパン」です。

「イノベーション ジャパン」で最も期待されている分野の一つが観光業のデジタル化です。観光業は、日本の宝ですが、まだまだ発信力を強めていけると感じています。今、京都市の旅館の方々と協力しながら、Googleのツールを使った情報発信を進めているところです。

デジタル時代に求められる観光情報発信のポイントは3つあります。モバイルでいつでも検索する「モバ

イル トラベル プランナー」のような人や、その場で検索をして情報収集する「プランニング インザモーメント」ともいえる人たち、自分が撮った写真をアップして情報を拡散するための「SNS映え」という、旅行者の行動変化を意識しなければいけません。スマートフォンが一番身近なアシスタントになっている。これは情報発信の際、とても重要なことです。

私は京都が大好きです。歴史と深い文化、伝統工芸も色々あり、発信するネタの宝庫です。デジタルを力に変えて、伝統と革新を融合したすばらしいまちづくりを目指していただければうれしいです。シンポジウムの後、Googleマイビジネスのワークショップを開催します。みなさまが京都の魅力を世界に発信するお手伝いができればと思います。

(4)トークセッション 若村亮氏、吉良森子氏



若村亮氏

若村亮氏と吉良森子氏は、観光客が増加している京都とオランダのまちづくりについて、意見を交換されました。



図4-1-2 トークセッションの様子

○若村氏

「らくたび」という会社で、「京都学」という形で京都の歴史を学んでもらったり、ツアーを企画したり、書籍で情報発信をしたりしています。最近では京都の観光も変化してきて、旅行会社のパッケージ

4-2 「とおく、未来を語る。まちセンの、トークライブ」(3回連続開催)

商品ではなく、小集団でテーマ性のある旅をしたい人が増えています。こうした事情を背景に、京町家でお茶会やお月見など、様々な体験ができるツアーを提供しています。

会社自体も町家なので、結構すきま風があり、休み明けは半日ぐらい暖房で暖めて、ようやく午後から活用できる感じです。しかし、京都の情報を発信するとき、鉄筋コンクリートのビルから発信するのは違う、京情緒あふれる言葉や文字が出てくればと思っています。

京町家は建物だけ残すのではなく、そこで受け継いできた暮らしの文化を残すことが大切です。その魅力は住んでいない人にはなかなかかわかっていただけませんが、観光で入ってみることは、一つの気づきのチャンスになります。

いきなり京町家に住むのはハードルが高いですが、まず訪ねて、お茶会に出て、1週間ぐらい滞在して、よければ次は定住するというような形で、町家の活用を考える人も出てくると思います。そういう意味で観光は、非日常と日常をつなぐちょうどいいところにあり、大きな可能性を持っているのではないのでしょうか。

○吉良氏

アムステルダムは世界遺産に指定されてから毎年10%ほど観光客が増え、ホテルが次々建ち、家賃が上ったり、一般の買い物ができる店が少なくなったりしています。

歴史的な都市が観光とどう付き合うかは、京都だけでなく、ヨーロッパも含む多くの都市の課題です。ベニスのように人が住まないまちになってきている例もありますが、都市が生き続けていなければ観光してもつまらないですし、その舵取りは難しいような気がします。

とはいえ、観光によって守られたり、伝統が生き続けたりする可能性もある。観光対生活として対抗させるのではなく、観光する可能性があることを一つのチャンスととらえて、京都の暮らしや文化をゆた

かにしていく可能性もあるのではないのでしょうか。旅で訪れる人は、そのまちを大切にしたいはず。そういった形で、外から入ってくる人たちの力をうまく使うのもあるのかなと思います。

オランダは干拓の国で、土木立国の国です。そういう意味では日本と似ていて、戦後は近代化を進めるため、運河を埋め立てて、大きな通りをつくらうというような政策もありました。しかし、地下鉄工事のため、古い建物を壊す決定をした時、学生や市民が立ち上がり、市や市民も考え方を改めた。そういう歴史的な瞬間がありました。

京都は、まちも町家も魅力的ですけど、工芸、美術、お茶、食など、建物の中で京都らしいことができる。文化としてのパワフルさを、まちとして使い、育てていくのは、京都だからできることなのかなと思います。

(5) 閉会挨拶 門川大作市長

20周年、本当に尊い輝かしい20年に敬意を表したいと思います。町家が失われてマンションが建ち、危機感から住民運動がおこり、そして、まち



門川大作市長

センが立ち上がりました。設立当初は、私の母校である龍池小学校に拠点があり、非常に親しみを感じてきました。

今年は新景観政策10周年でもあります。バブルが弾けて厳しい経済

状況のもと、高さ規制の強化、眺望景観や借景を大事にする、デザイン規制、広告物規制などを定め、今日に至ります。行政の力も大事ですが、それを支えているのは住民の力だと思っています。

市民、企業、行政が一丸となって、京都の文化力、歴史力、地域力を再認識することが、京都が全国に、世界に果たしていく責任ではないのでしょうか。景観も文化も観光も、一つのものとして共に頑張っていきましょう。改めて御礼申し上げます。

ものづくり、金融、生活文化、教育・人材育成、デザイン、地域経済……。20周年記念事業をきっかけに、「とおく、未来を語る。まちセンの、トークライブ」と題して、これまで「ぜひ、お目にかかりたい、お話をうかがいたい」と思っていたテーマや、その分野で活躍されている方々にご登壇をお願いしました。3回シリーズ、総勢6名の多様な背景を持つ登壇者の皆さんに、ご自身の想いやご経験等をもとに、これからの京都や社会について会場の皆さんから出される質問に答えつつ、それぞれのテーマで議論していただきました。

今回ご登壇いただいた皆さんに共通していたのは、ローカルや地域に根付くものを大事にする、使い手や担い手の文化を育てるという視点です。そして、皆さんがそれぞれの立場や役割の中で、まちや暮らし、あるいは社会に対して「自らができることは何か」を、未来を見据えながら考えている姿勢や思いです。

登壇者の「ライブ」な「トーク」に参加いただいた皆様に「今、まちのために自分に何ができるだろう」と考えていただくきっかけになれば、そんな思いから開催しました。

第1回「ものづくりからみる、これからの暮らし」

【日 時】平成29年9月27日(水) 19時~21時

【場 所】ワコール新京都ビルワコールスタディホール京都2階

【登壇者】鳥屋尾優子氏(ワコールスタディホール京都館長)
北林功氏(COS KYOTO株式会社代表取締役)

第2回「『働く』がつくるまちと文化」

【日 時】平成29年10月11日(水) 19時~21時

【場 所】京都市景観・まちづくりセンターワークショップルーム

【登壇者】山口一剛氏(朱雀協働計画、京都信用金庫朱雀支店支店長)
古賀鈴鳴氏(「世界文庫、世界文庫アカデミー」主宰、デザイナー)

第3回「小さなシェアが生む力。」

【日 時】平成29年10月25日(水) 19時~21時

【場 所】京都市景観・まちづくりセンターワークショップルーム

【登壇者】紫牟田伸子氏(「日本のツピックエコノミー」編著者)
荒木勇輝氏(Tera school(NPO法人寺子屋プロジェクト)代表)

(1) 第1回「ものづくりからみる、これからの暮らし」

① 話題提供 鳥屋尾優子氏



鳥屋尾優子氏

本日の会場である、ワコールスタディホール京都で私が何をしているかということと、この施設がどういった施設なのかを説明します。

ワコールは1946年に創業し、2016年10月にワコールスタディホール京都をオープンしました。創業者の塚本幸一が「世の中の女性に美しくなってもらうことによって広く社会に寄与することこそ、わが社の理想であり目標である」との理念をもって立ち上げた会社です。よって、ものを作って売る、下着を売る、といった“売る”ことを目的の第一にはしていないのです。

塚本幸一は1949年にブラパットの販売を始めました。高価であったにもかかわらず飛ぶように売れました。その後、洋服に縫い付けられたものを改良し、ブラジャーを開発していきました。

ただ、当時はブラジャーの着け方が分からない、といった時代でした。着け方をレクチャーするための下着ショーを各地で実施して販路を広げていきます。そのような取り組みを経て、現在では下着がファッションの一部として根付いているかと思っています。

ここまでで申し上げたかったことは、ワコールが伝えてきたことは、ものを売るのではなく新しい価値を作り、提供してきたということです。1950年代は下着は洋装のためのものでしたが、60年代には下着は伸縮性などが重視されプロポーションメイクのためのものと変わっていきました。80年代前半には身体への関心が高まり、「からだ産業」といった時代に入り、後半にはライフスタイルを反映するようなものになっていきました。90年代は「寄せて上げる」といった機能性に特化していきま

す。2000年代には、「スタイルサイエンス」といった考え方が出てきます。2010年代はエイジングケアといったアプローチをしていきました。このように、ワコールは、時代に合わせて、ものではなく価値やライフスタイルを創造してきたという歴史を歩んできた会社であるといえます。

一方で、1985年には東京の南青山に複合文化施設『スパイラル』をオープンしました。この時代は、量よりも質が志向されるようになり、物から心へと価値観が移り変わった時代です。あわせて、1978年には『公益財団法人 京都服飾文化研究財団』を設立しました。西洋文化に学ぶために、洋服や装身具を収集し、研究することによって、「もの」が生まれた時代背景や、それを使っていた女性のライフスタイルなどを研究しています。

2016年にオープンしたワコールスタディホール京都ですが、内面の美しさを育て、社会のありようを美しくするということを目指し、いつの時代も美しくなりたいという女性の想いに寄り添うために、スクールカリキュラムを実施し、3,600冊を収蔵するライブラリーなども設置しています。これまでワコールは、世の中の女性の美しくなりたいという思いを、下着を通して応援してきました。創業70年を迎え、その思いを「学び」を通して応援するためにこの施設を設立しました。

私はこの施設の館長をしています。女性を美しくすることがなぜ世の中に寄与するのかということをお話したいと思います。

ワコールの経営理念は、創業者の塚本幸一の戦争体験に基づいています。『インパール作戦』に参加し、小隊55人のうち、たった3人しか生きて帰れなかった経験を経て、自分がなぜ生き残ったのかを自問自答する中で、「生かされた人生を世の中のために使いたい。」と思ったようです。女性は戦争であっても美的好奇心は絶やさない。でも、それを表現し実現できるのは平和があってこそ、なのです。女性の美しくなりたいという気持ちを謳歌で

きる時代をつくるのが、平和をつくることだと考えました。

以上がワコールスタディホール京都の説明と、なぜワコールがこの施設を運営しているのかという背景と、美しさがテーマであり、ものをつくってきただけの会社ではないということの説明です。ありがとうございます。

②話題提供 北林功氏



北林功氏

COS KYOTO株式会社の代表を務めています。その傍ら、一般社団法人 Design Week Kyoto実行委員会をやっております。鳥屋尾さんと共通することは「美意識は大切」と考えていることだと思います。

僕がやっていることを総括すると、日本が持つ地域の文化やその背景にある美意識を世界に広げることです。この機会にそのことをもう一度振り返りたいと思います。

まず自己紹介ですが、MBA(経営学修士)であり、一方でタイのチェンマイで象使いのライセンスも持っています。「MBA」で「象使い」なのは世界でも稀だと思います。先週はミラノに行き、明日からはポルトランドに行くのですが、世界を回っているとまちの美意識がまちをつくり、まちの美意識は一人ひとりの暮らしぶりによってできているのだと感じます。

奈良で生まれ大阪の大学で政治を学び、京都で働くことになりました。子供の頃から環境問題に貢献したいと思っていたこともあり、エネルギー関係の企業に入りました。仕事に取り組む中で、結局は人が変わらないと世の中は変わらないということがわかり、人材育成の会社に転職しました。従事する中でリーマンショックを目の当たりにしたことで地場産業の重要さに気付き、大学院に入り、『伝統

産業グローバル革新塾』に学び、COS KYOTOを立ち上げました。現在5年目を迎えています。

様々な活動を通じて、日本にしかない価値を持つものとして地場産業があると考えました。一方で、地場産業では素晴らしいものづくりをされていますが、ビジネスや経営のレベルは未成熟な状態ということが多い。逆に言えばきちんとしたビジネスとして成立させることができればグローバルに通用するものにできる。そのために設立したのが弊社です。

文化ビジネスとは、世界でそこにしかない文化的な価値を持つビジネス、と定義しています。弊社は、商品が企画・戦略からデザイン、素材の調達、製造、小売などの様々なプロセスを経て使い手に届き、使い手同士のコミュニティができ、次の商品企画に反映されるという一連の仕組みづくりを、必要な人々とチームを都度編成して取り組みます。エネルギー関連の企業にいたときと同様、インフラづくりをやっているともいえます。

例を挙げますと、西陣織用の引箔という素材を照明器具にしたり、職人が少なくなっている西陣緋という素材を、生地巾を広げることで洋服の素材に使えるようにしたりしています。海外に展開する場合、現地のデザインやマーケティングが分かっている人に素材を提供してビジネスにします。

また、実際に売り、広く伝えることも重要ですので、弊社の1階で商品を販売しています。美意識を持つ良い使い手によって良い作り手が育ち、技術が上り、文化が生まれる。使い手を育てるための価値を伝える場が小売だと思っています。

また我々は、職人さんの現場を直接訪ね、どのように製造され、どんな思いでつくられているかを把握します。直接見たものしか扱わないと決めると、作り手・使い手の双方から信頼されます。手間と時間とコストがかかりますが、その信頼があるため、ニーズに応じたカスタマイズ(誂え)や修理

(お直し)が可能になります。その窓口機能を弊社が担っています。

百貨店でものが売れない時代ですが、百貨店の販路開拓のためのポップアップイベントのお手伝いをしました。ロゴデザイン、ブランディング、商品の選定、見せ方、商品作りそのもの、販売員の教育、ユニフォームなど全てについてお手伝いしました。そのようにして販路の先の「伝え手」の育成なども少しずつやっています。

また、ものづくりの現場を公開し、異分野の交流を促進することでイノベーションを促進することを目的としたDesign Week Kyotoを2016年からやっております。

Design Week Kyotoでは、新しいプロダクトを開発するプロジェクトとして、2日間で新しい試作品をつくる『クラフトソン』も開催しています。最優秀賞には、クラウドファンディングに挑戦する権利や、金融機関の援助、百貨店での販売の機会などを提供しました。これまで関わってきた方々を繋ぎ合わせて開発から販売までのインフラをつくりました。

僕は、世界に対して「良いもの」を出していくだけでは将来は厳しいと考えています。ルールは世界標準でなければ通用しない。日本は所詮世界の70分の1なので、良くも悪くも世界の常識からズレており、島国として限界もある。しかし、日本ならではのやり方で、ローカルの極みを尽くすということは意識しています。

世界を見ていても、必要とされるのは日本にしかない美意識だと思います。日常の暮らしを意識する、道具にこだわる、まわりとの調和を意識し、我欲を我慢する、といったことで美意識を磨き、発信できると思っています。

以上のようなことを考えています。ありがとうございました。

③対談

〈北林氏〉

こちらの写真は京都のいわゆる旧市街地の街並みですが、これを果たして美しいと言えるのかと思います。とても「京都の街並みを楽しみに来て下さい」とは言えません。そう考えることがまずは美意識の根源に通ずるものがあると思います。なぜこうなったのかは、考えていきたいところです。

〈鳥屋尾氏〉

京都のまちは、お寺、二条城、一つ一つはすごく美しい。でも、その美しさが生活にまで落ち切っていないと感じています。我々のスクールでは、見過ごしがちな日常にある美しさに気付く感覚を養う講座を開いています。例えば二十四節気を学び意識することによっていつも見ている景色からも何か気付きを得られたり、今まで気が付かなかった美しさに気付くことができる生活が送れる、そういった美意識をうまく生活に取り込んでいきましょうと呼びかけたいと思っています。

〈北林氏〉

街並みを変えることはすぐにはできないですが、日常の道具にこだわる、周囲との調和を考えて少し我慢するなどから始まるのではないかと思います。

〈鳥屋尾氏〉

日本は、自然の中に人口の多い都市がある珍しい国だと思います。自然がもたらしてくれる美しさは普段の生活の中にたくさんある。そういうものに気付くことができれば生活は豊かになると思います。

〈北林氏〉

京都は、個別では素晴らしい美意識を実現されています。それを育んできたまちなら、今からでももう一度街並みを復活することはできると思います。「観光以外で誰を対象にどんな展開がありうるのか」という質問ですが、僕はそこに住む人が対象だと思っています。このまちに住むことを誇りに思えることが大切だと思います。

〈鳥屋尾氏〉

京都では経営者同士で売り上げの話はしないということを知ります。創業何年か、何年世の中に必要とされているから今まで続いてきたということの方が重要という価値観がある。その意味では、他都市より美意識をすぐに取り戻せると思います。

〈北林氏〉

発信し続けるということは大事だとお考えですか。

〈鳥屋尾氏〉

続けることは大事だと思います。経営理念イコール企業の文化だと思いますが、それが受け継がれていけば続けられると思います。先ほどのお話でいうと「儲かっているの?」とはならない会話が生まれる空気が大事です。そこが企業文化がもたらすものなんだと思います。

〈北林氏〉

儲かっているか否かに関わらず自分の暮らしのどこに贅沢をするかというのはまさしく美意識だと思います。個人的には、自分が世の中の役に立っているということは大事にしています。

〈鳥屋尾氏〉

「どのような文化や暮らしを想定しているか」という質問をいただきましたが、そのお答えとしては、文化が生まれた背景と一緒に学んでいながら、文化を生活に組み込んでいきたいと考えている、ということだと思います。

〈北林氏〉

京都にはたくさん学ぶべきものがある。しかし、大事なものは本質をどう活かすかということです。そして、対話によって学びが広がっていくと思います。僕が行ったチェンマイではバナナ皮草の家でろうそくを使う生活を送っていますが、スマホも持っています。あえて電気を限定し、文明化を極力控え、文化を守ることを選択している。しかも英語も話せるような洗練された教育の上に成り立っている。チェンマイでしか見られないから見に来る人がいる。それこそがインバウンドなのではないかと思っています。

〈鳥屋尾氏〉

北林さんはものを通じて様々な人とコミュニケーションをされていますが、なぜ「もの」だったのですか。

〈北林氏〉

売り上げだけで考えたら食べ物の方が有利です。でも食べ物は一瞬です。しかし「もの」にはこんな職人によって作られたというストーリーがある。そこから会話が生まれ、その思い出が残る。それがものを使うたびにリフレインされ、浸み込んでいく。1つのものが文化資源として美意識をリフレインさせていく、ということだと思います。

〈鳥屋尾氏〉

なるほど。「体験」は蒸発するととても感じます。体験を定着させるためには、自分の中を1回通してアウトプットしないと。また、「もの」はすごく強いても感じます。この施設ではワコールの商品は扱ってはいません。ものではないものをお届けすることにこの施設は特化しているからですが、これまで「もの作りメーカー」であったため、扱わなくなって、改めて「もの」の強さを感じています。

〈北林氏〉

確かにそうですが、1つ問題があります。日本はものが行き渡っているのに、新たなものは必要とされないのです。新たなものを入れるには何かを捨てないといけないので、環境には良くない。ものによほどの強さがないと入れない点に悩んでいます。

誂えとお直しを重要と考えているのはそのためです。先日、ある方から変わった形の茶釜の修理について相談されました。5千円で買ったものの修理が10万円かかるのですが、その方は修理を選択しました。その茶釜は他になく、これまで使い込んできた思い出があるからです。また、そこまでして直したことも話のタネにもなりますし、美意識であるともいえます。ものが何かを伝えるための手段になるのであれば、例えばリペアなどの経済活動が行われる仕組みがあれば、新しいものを売ることだけが「もの」の商売ではないと思います。

〈鳥屋尾氏〉

現在のところ、ものの後ろにある作り手の姿を皆さんに伝えていきたいという気持ちは強いです。どこに価値があるかということが美意識につながっていると思います。

〈北林氏〉

「日本にしかない美意識とは何ですか」という質問について、僕自身模索中ですが、日本の風土の中で考えることしかできないものではないかと思っています。京都の中で、空気を吸って、水を飲んでいられる我々が美しいと感じたものが、京都の基準だと思います。それが何かは、皆さんそれぞれだと思います。ただ、京都はそれを意見交換し合うことが弱い。多様な人が集まって、伝え合い、感じあうことによって新しい基準になると思います。

〈鳥屋尾氏〉

様々な人と交流することの中で、感じていることを言葉であらわす作業が一番自分にとってのためになるのでは、と思っています。

〈北林氏〉

日本人は繊細な感性を持っています。季節にしても72にも分けて考えている。その意味でも自然に近付き、季節に敏感になることは大切です。農業も大切です。実は若い人の中では始まっています。一過性のブームではないことを期待したいですし、オリンピック後に本質が見えるとも思っています。鳥屋尾さんの今後の展望などを聞かせて下さい。

〈鳥屋尾氏〉

ここをたくさんの方に利用していただいて、その方たちと交流する企画ができればと思います。



図4-2-1 会場の様子

(2) 第2回『働く』がつくるまちと文化

① 話題提供 山口一剛氏



山口一剛氏

山口一剛と申します。京都市右京区生まれ、90年同志社大学卒業と同時に京都信用金庫に入社しました。2015年4月より朱雀支店。

京都信用金庫は、大正12年に設立した、京都・滋賀・北大阪を営業地域とする協同組織金融機関です。昭和46年に日本で初めて「コミュニティ・バンク」宣言し、その理念は今も受け継がれております。

コミュニティ・バンクという言葉を広めたのは、当時の榊田理事長という方で、多くの論文や書籍を残しています。その中で、私が共感し日々意識しているフレーズが2つあります。その1つが「資金とともに情報、知恵、人、そしてシステムを地域に提供することを通じて、地域の人と事業との接触をあらゆる面で深め、地域社会との真の意味での共栄を図るのがコミュニティ・バンクの使命である」です。もう1つは、この京都信用金庫は「ユニテッド・コミュニティ・バンク・オブ京都」と言っておられる。これは、各支店がひとつのコミュニティ・バンクで、その周囲500メートルぐらいをその支店が奉仕するコミュニティだと考え、その範囲を知り尽くして、その地域の特性に合った活動計画を立て実行する。それらが連合したものが1つの地域金融機関だという考え方です。

朱雀支店には『朱雀協働計画』というゆるやかなお客様の組織があります。二条駅界隈朱雀地域は高齢化と同時に、事業意欲の高い若者の創業が目立つようになってきた。一方で、彼らが融合できる環境が整っていないという問題を抱えています。同じ問題意識を持つ人たちが自然に集まるようになりまして。平成27年9月に、メンバー4人から始まり、現在は27人です。メンバー構成は、朱雀地

域に居住もしくは仕事をする方を中心に、アーティスト、大学関係者、まちづくり関係者や行政関係者など多様な人材がおられます。

朱雀地域の範囲は、北に二条城があり、南は四条大宮の四条通と千本堀川がある地域で、朱雀第一学区が中心となります。人口約1万人で交通至便です。中央に三条会商店街があり、賑わいもある一方で、古くからの京町家や路地が残る風情ある地域でもあります。

朱雀協働計画が考えるこの地域の課題は2つあります。1つは京町家の減少と京町家の空き家の増加です。2つめは知名度・認知度の低さです。二条城などの観光地から御池通を通過して二条駅に行くという流れが確立されていない。観光マップに掲載される際はいつも端に切れています。「いつか朱雀地域を地図の真ん中に」という想いが始まりにもなっています。

朱雀協働計画が目指しているのは、「地域での人々のつながり」や「地域のブランディング」により「人が集まる街」にすることです。

その取組の1つとして、独創性や社会性にすぐれた人がつながる場づくりと、ここに来れば事業のヒントが得られるというイメージづくりにより、起業家・アーティストを育てる街とすること。毎月のミーティングで、自身の事業や夢を語り、みんなで考え応援するという仕組みが定着しつつあります。もう1つは、地域内外の方がつながる場づくりです。ここに来ればおもしろいモノや人に出会えると期待を持たせるような新たな魅力を発掘し、発信することです。いつか「朱雀に遊びに行こう」と言われるようなブランディングをしたいと思っています。

昨年、地元高校の授業と連携し、生徒140名が参加して、高校生目線で地域の魅力を発見しポスターにする取組を行い、完成品の評価をするなど、積極的に参加しました。地元のカフェでポスター展を開催し、被写体になった方にポスターをお渡しする贈呈式を行いました。この取組は今年

も行っています。

次に、メンバーによる空き家活用事例を紹介いたします。こちらは、取り壊しの危機にあった京町家をクラウドファンディングと町家ローンの活用により生まれ変わった京町家旅館です。こちらは、京町家が宿泊型アートスペースに生まれ変わった事例です。こちらは、京町家の空き家を「五感でカルチャーを体験できる空間メディア」として再生した事例です。

朱雀協働計画メンバーによる今後のコラボレーション企画の予定ですが、来年本格的アートホテルが完成します。また、実現できなかった小劇場もいつかはやりたいと思っています。活動の幅を広げるため、ハード面での資金調達としてまちづくりファンド、ソフト面では京都市補助金や、クラウドファンディング等を活用していきます。また、京都信用金庫の商品「京町家ローン」「創業支援ローン」の活用により地域活性化につなげていきたいと考えています。ありがとうございました。

② 話題提供 古賀鈴鳴氏



古賀鈴鳴氏

古賀と申します。よろしくお願ひします。山口さんとはこれまでお会いする機会がなかったのですが、今回の対談ではお会いする機会がない方とお話したいと思ったことと、山口さんのことは「すごく変わった銀行員の人がいる」とお聞きしていたことがあり、ぜひ対談したいと思いました。

西陣で『世界文庫』という古書店を5年前から営んでいます。『世界文庫』は、2012年に京都に移住して始めた古本屋です。私の本業はデザイナーです。20年余り東京で仕事をしていましたが、東日本大震災が起り、移住を検討し始めました。移住先として尾道を始めとして様々な場所を見ましたが、現在世界文庫のある西陣の建物を一目で気に

入り、地域を歩きはじめました。すぐ近くに『船岡温泉』、ミシュランの星付きのお蕎麦屋、カフェ、和紙店、和菓子店など魅力的なお店がたくさんあることがわかり、決めました。周辺は古い街並みで、お年寄りが多く、京都の中でもそれほど知られてないローカルな地域です。本屋となった建物は古い建物ですが、不動産屋さん「住んでくれるのなら何をやっても良い」と言ってもらい、老後に夢見ていた古本屋を急ピッチで作り上げました。半年ぐらいかけて、廃墟同然の建物を自分で本屋に改装しました。京都には知り合いもないので不安でしたが、SNSで改装の様子を公開していると、オープン時にはすでにたくさんの方に知っていただけていて、実際にお越しいただきました。

私は「まちづくり」は、「まち」に「人」が来てもらうことだと思っています。おもしろいことをすれば、人に知ってほしいし、来てほしい。それがまちづくりになると思っています。

うちの本屋の特徴として、『世界棚』という棚があります。東京にいた頃からの知り合いに、だいたいミカン箱一箱分ぐらいの大きさの棚を用意し、譲っていい古本を送ってもらい、それを販売しています。協力いただくのは著名な方や人気のある方なので、どうい本が並んでるんだろうと関心をもってもらえます。棚に本が並んだ様子の写真等をSNSに上げることはお断りしているので、実際に『世界文庫』に足を運ばなければ見られないのです。そういった棚が並んでいる、いわば小さな本屋が集まっているようなイメージで展開しています。

一方で、10年以上前から学校をやりたいとも考えていました。難しく言えば社会問題の解決には教育、という思いがありましたし、自分が通いたい学校がないというのもありました。今年から始めた『世界文庫アカデミー』は、新しい働き方の未来の学校です。様々なことをやりたい人が通っています。講師は様々なジャンルの様々な働き方の方が集まっています。講師にお呼びした基準は、個人、

もしくは少人数でおもしろい働き方をしている人というものです。立派な格言を話してくれる著名人ではなく、1人あるいは少人数でおもしろいことをしている人が目の前でレクチャーし、応援してれたら、自分にもできるとしてもらえないかと思っています。アートとビジネスに関して、それぞれ別の学校はありますが、両方を教える学校がないということも、アカデミー開設のきっかけとなりました。

理想は、日本全国から来てくださる参加者の方が京都で学んで、自分の地域に帰って様々なことをして、小さい輪が広がって行くことで、おもしろくなることです。

ありがとうございました。

③対談

〈山口氏〉

「仕事をする上で大切にしていることを教えてください」という質問ですが、結局は人とのつながりを大事にすることかと思っています。その人の思いとか、夢を聞いて差し上げられるかということです。話ができるような状況をつくるのが大事だと思います。

〈古賀氏〉

「京都で起業する際に壁を感じましたか」「周辺の住民とのつながりは」「どのような地域にしたいですか」という質問にお答えします。住民は高齢の方が多いのですが、本屋の話題が京都新聞に掲載されてから、「頑張ってるやん」と、声を掛けてもらえるようになりました。イメージとしては船岡山を代官山にしたいとよく言っています。皆がゆっくり歩いていて、おしゃれな店があり、感じの良いまちになるというのが理想です。

〈山口氏〉

新聞の話がありましたが、有効な発信方法は何かと感じていますか。

〈古賀氏〉

やはり個人や少人数の場合、SNSは非常に良いツールです。

〈山口氏〉

古本屋さんとアカデミーのどちらかがメインですか。

〈古賀氏〉

これまでは古本屋をやっていましたが、アカデミーが始まると、疲れてしまって本屋は開店できないですね。

「もし新しい芸術大学をつくるならどんな大学がいいと思いますか」という質問ですが、様々な人と関わる場所、場面があってプロジェクトが動くので、作品だけつくるとするのはダメだと思います。

「SNSで発信する際に意識されることは」という質問ですが、絶対にネガティブなことは書かないです。そういう場ではないと思っています。

〈山口氏〉

「年配の方にコミュニティ活動に参加してもらうためには」という質問ですが、私も答えが見出せてないです。やはり一緒にやりましょうというより、向こうから興味をもってもらえるような活動ができればと思っています。

「働くがおもしろいにつながる一番の要素は」との質問ですが、もう毎日楽しくてしょうがない。人が集まって下さって、毎日、今日はどんな人と会えるだろうかと楽しみです。金融機関で働いて一番おもしろいと思うことは、様々な世代、業種、考え方の人と深く関わることができることです。

〈古賀氏〉

なるほど。おもしろいにつながるのは、人と深くつき合うことですね。このトークイベントに誘っていただいた時に山口さんとお話したいと言ったのは、アカデミーの皆さんを会場にいらっしゃる西陣支店長とつなげられたら良いという野望もありました。

〈山口氏〉

ぜひ交流を持たせていただきたいと思います。

〈古賀氏〉

「5年間で西陣はどう変わりましたか。良い方向に進んでいますか」という質問ですが、西陣エリアが雑誌に取り上げられています。良い方向なのではないかと思います。

「まちづくりの大変なことは何ですか」という質問ですが、私は先ほど人に来てもらったり、知ってもらうことだと思うと言いましたが、山口さんほどのお考えですか。

〈山口氏〉

住んでいらっしゃる方それぞれのニーズがあると気付きました。人が来ればとか、商売が繁盛すればではなく、守るべきものがある。そこをきちんと地元の人と話をしないとイケないと思います。

「アイデアを実行するのに大切なことは何ですか」という質問ですが、やはり一緒に共感してやってくれる人の存在です。目的と、最初のコアメンバーをどうやって探すか。何をしたいかよりも誰と一緒にやりたいかということが大事だと思います。

〈古賀氏〉

やはり一人ひとりの信用を勝ち取らないと実現しないと思います。

「世界文庫アカデミーではどのようなことを教えているのですか。」という質問です。ざっくり言うと、場づくりコースは人に集まってもらえることを目指しています。他の学校にないのが、私が全クラスの担任で、一人一人をかなり深く理解しようとしていることです。先生と生徒、生徒同士、そのグループなどで何か生まれればと思っています。

〈山口氏〉

「5年後の京都で試みたいことは何ですか。」できるだけ多くの人と知り合い、どこまで知り合いが増えるかチャレンジしたいです。毎年の積み重ねで、5年後に何人になっているかには興味があります。

〈古賀氏〉

ビジョンとしては、卒業した人が何かおもしろいことをしていて、第二期、第三期の人が全てつな

がったら、勝手におもしろいことが始まるということをやっています。

〈山口氏〉

「駅前の活性化にヒントを」という質問ですが、やはりその地域の方が何を求めているかでしょう。我々ができることは限られてる。朱雀協働計画もですが、様々な思いをもった人が集まる場を提供してるだけです。そこでいろいろな人とつないでいくと、目指すべきものが出てくる。もっと地元の方の意見を聞くことからではないかと思っています。

〈古賀氏〉

「うちなんて何も無い」というところに行くと、とてもおもしろいものがある。そういう目で見てくれる人を連れてくるのもおもしろいと思います。

「今個人で本屋さんを始めようとする人に一言」という質問ですが、お店は、店主がおもしろければ人は来るということを考えて良いと思います。本屋は儲からないと言われますが、あえて言うなら、儲からなくてはならないし暮らしていくことはできる。今の世の中は、そんなに儲かりたいと思っていない。それより、気持ちよく過ごせるとか、好きなことをしている等を求めているような気がします。

○事務局(牧野)

そろそろお時間ですが、「おもしろい」の見つけ方や、「可能性を感じる」ことの見つけ方のようなことを教えていただければ。

〈山口氏〉

おもしろい人と会うことです。そのためには、やはり興味をもつことでしょうか。わからないことを何度も何度も聞いて理解してあげることだと思います。

〈古賀氏〉

様々なところに行くといいのではと思います。また、本日のテーマである「まちづくり」は、住んでいる人が考えるべきだと思います。住んでるからその地域が大事なのだと思います。西陣に住んで5年ですが、少しは意見を言っても良いのかなと思います。

○事務局(牧野)

ありがとうございます。最後に、「朱雀エリア真ん中に」や「船岡山を代官山に」というキーワードを出していただきましたが、この地域がそうなればと思う、そのきっかけなどは何かありましたか。

〈古賀氏〉

少し前の代官山が大好きだったのですが、波動のようなものを感じたのだと思います。

〈山口氏〉

私の場合は居心地が良くないと嫌です。認めてもらいたいという気持ちは誰も持っていると思います。根本はそれだと思います。



図4-2-2 会場の様子

(3)第3回「小さなシェアが生む力。」

①話題提供 紫牟田伸子氏



紫牟田伸子氏

私は、美術やデザインに関する雑誌の編集や、デザインプロダクションのプロデューサーを経て、今は個人事務所で活動しています。特に私たち自身でまちをどうデザインすべきかが大きな関心事です。

「シビックプライド」について研究会していて、本を2冊を出しました。また、シビックエコノミーに関しては、市民の経済活動とは、新しいフェーズとは何かを考えています。景観について市民と考える

本など、地域に関わる本もつくっています。その他、その市民活動が活動的なのはという観点があるからかという研究も静岡文化芸術大学と一緒にやったこともあります。私は「社会に適応・作用するデザインとは何か」に関心を持っています。

きっかけは、「おいしいキッチンプロジェクト」という福井市の地域経済活性化プロジェクトです。デザイナーと共に商品をつくり、複数の企業が特技を生かしてブランドをつくりました。利益の1%を協議会にプールし次の資金とすることも大事だろうと考えたことがきっかけで、地域経済活性化はモノを売るだけではないと思いました。

このプロジェクトと同じ頃に出会ったのが「シビックプライド」という言葉です。シビックプライドはうまく日本語に訳せません。シビックつまり市民性は、英語と日本語では概念が異なり、発祥地のイギリスでは、義務と権利を持つまちの一員である意識が強く、それらを持って市民がまちづくりをする際に「シビックプライド」を使います。日本語では「郷土愛」などが浮かびますが、出身者でないという感じがします。しかし、シビックプライドは、当事者としてまちに関わるという意味が大きいのです。

ヨーロッパの事例を紹介して『シビックプライド』をまとめた後、日本の事例を集めたのが『シビックプライド2』です。まちにシビックプライドを持つ人が増え、まちが維持されれば、まちが楽しくなる。シビックプライドが重要だ、という話をしています。

市民がプライドと権利と義務とともにまちにいることとは、まちの人とシェアし協働することや、新しいクリエイティブな発想など、できることからやっていくことです。シビックエコノミーとは、持続可能な財源を確保し、巻き込みや課題の設定などをし、社会的な利益に還元するものです。その利益は様々な設定できます。循環の意味でのエコノミーとして、市場経済から疎外される人を包摂できる仕組みは、ビジネスにもなり得ます。

コミュニティビジネスやソーシャルビジネスの中

で、エコノミー、つまりは私たち個人の地域経済との関わり方は、主体を応援するあり方やサポートするあり方もあると思います。では、その仕組みをどうデザインするのか。現代は仕組み自体をデザインすることが評価される時代です。コミュニティやソーシャルを「ビジネス」という観点ではなく、コミュニティデザインやソーシャルデザインという広い形で考えるのが私のスタンスといえます。

②話題提供 荒木勇輝氏



荒木勇輝氏

私は和東町生まれの33歳で、5年間日経新聞の記者をしていました。教育や子育てに関心があり、独立しNPO法人を立ち上げました。教育の研究者や実践者へのインタビューサイトも運営しています。

「Tera school」を運営するNPO法人寺子屋プロジェクトは、2014年に設立しました。実務は社会人、主婦、定年退職された方などが担当し、大学生がインターンシップとして活動しています。

ミッションは3つあります。1つめは、現在の活動である『よりよい学びを実現する「現代の寺子屋」のモデルをつくる』です。次に、着手している活動である『よりよい学びの場と文化を全国に広げていく』です。最後は、様々な方と一緒にやりたい活動である『みんなが学び続け、みんなが子育てに関われる社会をつくる』です。

私たちの活動には「教育、子育て」、「お寺、公共性」、「組織づくり」という3つの柱があり、それを貫く概念が「全員が学習者」です。

「教育、子育て」に関しては、「コミュニティ・ファースト」としています。私たちはコミュニティという土台の上にコンテンツがあると考えています。

「お寺、公共性」に関しては、「人と社会資本をつなぐ」としています。お寺が持つコミュニティを生

かしながら、通常の塾では実現できない価値をつくり、テーマを持つコミュニティが増えることを目指しています。

「組織づくり」に関しては、「複層的インセンティブ」として、学びを第一のインセンティブとし、給与以外でのインセンティブを考えます。

私たちは、より良い学習を実現するような環境づくりこそが良い教育だと考えています。教室やコースに共通するのは「学ぶ」「遊ぶ」「働く」を「自分でつくることができる人になってほしい」ということです。

Tera schoolは、子供を対象とした事業では受講料をいただきます。スタッフは、子供に伝えることや、学びの楽しさを動機に参加して下さるので、人件費が少なく、相場より安い受講料や、奨学生制度が実現できます。また、寺という社会資本の活用が可能になることで会場費が安くなる一方で我々もお寺に何かを還す活動をしています。

「組織における経営資源」を考えると、従来の経営資源は「人、物、金」に、「情報」が加わりますが、私たちはそれに「空間」「環境」を加えます。特に「つながり」「関係性」が重要です。活動に当てはめると、寄贈、貸与、寄附など従来からのものと、一般の方の社会貢献意識です。プロボノのような、専門知識を供与するモデルも増えています。「提供」「紹介」が「シェア」であり、「つながり」は企業との連携事業、大学との共同研究、「いいね」などの共感の表明も含まれます。

シェアが機能するためには、「応援したい」気持ちと、ミッションへの理解、目的意識の共有、互いに恩恵がある対等な立場など、「一緒につくる」ことや、価値観の違いを受け入れることが重要です。シェアの留意点について、漫画『ドラゴンボール』の「元気玉」という、みんなの力を集めて悪人にぶつける技で説明することがあります。「元気玉」は邪な心では扱えない。NPOにもシェアされた力を私心なく使う姿勢が求められます。

将来的には、持続可能な学びの場を立ち上げたい人とお寺をマッチングしたいです。また、教育学とマーケティング、マネジメントを安価で学べる場所をつくりたいです。そのさらに先に「多くの大人が子どもを協力して育てることが当たり前になる」という目標もあります。助け合うことが普通になり、全ての年代の人が学びながら若い人の力になればと思います。

③対談

〈紫牟田氏〉

お寺はコミュニティにとって重要な拠点ですが、この活動を始めたきっかけはなんですか。

〈荒木氏〉

取材をしているうちに、自分で「動きたい」気持ちになり、教育の分野でと思ったのがきっかけです。お寺を選んだきっかけは人との縁です。記者時代、若いお坊さんとの飲み会を主催し、学びの場としての寺子屋について相談し、快諾いただきました。お寺はコンビニより多い約7万ヶ所が全国にあり、都市部にも過疎地にもあります。この素地があれば、将来的には直営ではなくても、やりたい方ができると思いました。

お寺の住職とは、ベースに共感して会場を貸していただき、互いにメリットがあれば一緒にというスタンスです。最近では、より柔軟に動き回れるという意味でお寺の奥さんに可能性を感じます。

〈紫牟田氏〉

お寺のフォーマルな部分が住職で、コミュニティの役割が奥さんだということですね。

〈荒木氏〉

アイデアをどう落とし込めば、寺子屋やお寺にとって良いかを考えたいです。

「ボランティアの継続が難しくなった時は」との質問をいただいています。手探りですが、ボランティアの継続率は高い方です。大学生のスタッフが多く流動性が高いですが、学ぶ機会の提供と同

時に負担を感じさせない工夫もします。彼らが卒業することは、こういう経験をした人が社会に出ることなので、やりがいを感じます。

〈紫牟田氏〉

目的意識、社会的意識が同じで、互いに恩恵があり、立場が対等ということですね。コミュニティへの関わり方においても、ちょっと手伝う、お願いするというあり方があります。働く人にとってその感覚が大事だということでしょう。

〈荒木氏〉

例えば、就活中の学生向けに財務諸表の読み方勉強会を開きました。プロボノに近い、情報や専門性を渡す仕掛けです。

日本のシビックエコノミーの足りないところ、公共性への意識についてお聞きしたいです。

〈紫牟田氏〉

イギリスでは産業革命が急速に進み、まちに自分たちがいることを知らせたい中産階級の意識が、シビックプライドの象徴として公共施設をつくれます。公共を意識していることが大きい。日本は公共を意識せず、個人の心の中のみであり表明されにくい。「これが大事だから守る」のではなく、「我々が大事に守っているのがこれだ」というものがシビックプライドの現れです。私たちがまちを守る、あるいはつくるという意識がまちを輝かせる。行政がシビックプライドを市民と一緒につくっているかは疑問ですが、自分たちはこうだからこういうまちをつくりたいと表明する人が増えれば、行政もその方向に向くと思います。

〈荒木氏〉

ある学区で、コミュニティ施設の中で寺子屋を開く計画がありますが、私たちは住民福祉協議会で長年活動している方の良い意味でのプライドに触れました。まちに誇りを持ち、外部の力も活用し、自ら改善しようとしています。地域に何かが返ってくる姿勢なのがすごい。ただ、ハードは必要なのかと気になります。

〈紫牟田氏〉

お城があるから、などハードの話は多いです。お城は市民の誇りの集まりか、表現か。やはりハードの問題ではありませんが、ハードはその象徴となるものです。

「既存の地域自治活動とシビックプライドの違い」のご質問に対しては、既存の自治活動はまさにシビックプライドだと答えます。先程のいい意味でのプライドは、まさにシビックプライド。ただ、既存の活動だけでは上手くいかないのも事実です。自負を持ってまちをつくっていても、人につながらない。「つながろう」と思うことや、新しい活動をする方が既存の活動のプライドと合致することが大事で、それがシビックプライドだと思います。

〈荒木氏〉

住人だけではない、テーマ型コミュニティをつくるのが重要だと感じます。医療福祉やアートなど様々なテーマがあり得ると思います。

〈紫牟田氏〉

地縁型コミュニティは「知っていること」が重要なため、成立した瞬間に閉じる性質があります。テーマ型は、関わり方のグラデーションが広いため開いている。「開いている」ことがコミュニティデザインには大事です。「開く」場合に誰に訴求し、巻き込むかですが、エリアだけではなく、テーマとしての「間口の広さ」がコミュニティの力になります。

〈荒木氏〉

最初の時点では全ての方を受け入れることが重要です。理念が合わなければ誠実にそれを伝える。原理的に全員に開かれていることが公共の条件だと思います。

〈紫牟田氏〉

具体的に苦勞されたことはありますか。

〈荒木氏〉

外部と関わる際の文化の違いです。例えば、パソコンでメモを取るのが失礼な文化があれば、録音が失礼な文化もあります。多様性を前提に話し

合う重要性を感じます。

〈紫牟田氏〉

インクルージョンや多様性は、公共の基本条件。まちは多様な人が集まるので、多様な価値観が大前提で、確認することと、容認する許容量、つまり異なる価値観を咀嚼しようとする雰囲気が必要です。新しいことに開く気持ちが大事です。まちづくりは、学ぶことが大切で、知ることが力になり、まちをより良くする。自分ができることを見つけることが大事です。

まちにはいろんな人がいて、苦々しく思うこともあると思います。ベネツィアでは観光客が増え、観光船の進入が生態系を壊しています。まちがなければ観光で儲けられない。ベーシックな部分を支えることを意識する人が増えると、観光がまちを汚して終わる社会ではなく、持続可能な状態での観光を価値化できます。

〈荒木氏〉

子供は大人の鏡なので、京都の子供は「観光客が増えたら嫌」と言います。観光都市なら「面倒」というマインドではなく、「持ち帰ってもらうものを気遣う」マインドを伝えたい。

〈紫牟田氏〉

「まちが楽しい」とはどういうことかを育成し、京都を楽しむ多様なビジョンを育む必要があります。

尾道では、斜面地に再建築不可の木造住宅が数多くありますが、維持管理の問題などから、観光資源であるそれらの風景が失われつつあります。ある建物所有者が建物の修復を自らやろうと考えたことがきっかけで、古材バンクが新住人と一緒に修復しています。町民が古民家再生に習熟する展開は未来につながります。景観を入り口に自ら考え、みんなで直すのは新しいと思います。

〈荒木氏〉

市民が自分の属する地縁やテーマ別のコミュニティのために専門性を身に付ける発想が新しいです。

4-3 まちセンビブリオバトル キックオフイベント

〈紫牟田氏〉

既存の地域経済がありながら、新しい循環の可能性が見える事例です。シェアが上手くいく時は、互いに恩恵があり立場が対等である時ですが、「互いの恩恵」が循環のありようになると思います。

〈荒木氏〉

地域の人が関係を深めるのに向いた活動や思想として、京都では門掃きがあると思います。

〈紫牟田氏〉

市民が自立的に社会を形成する意味での社会参画の視点は大きいです。社会参画とはまちに関与することです。シビックプライドとは、地元クラブチームの応援など、自分ができることでまちに貢献し、うれしいと思うことです。

〈荒木氏〉

スポーツのクラブチームの応援は、体験があるから愛着が生まれ、人に勧めたくなるのが特徴です。子育て、教育もその1つです。

〈紫牟田氏〉

シビックエコノミーに荒木さんは主体的に関わっていますね。一方、荒木さんを主体にすることに関わる住職や、プロボノなどの人の循環が活動を支えています。他人が主体的に関わるのを応援するなど、関わり方が多様なことがシビックプライドにつながり、それがエコノミーになると思います。

〈荒木氏〉

主体的に関わることを大事にできるか、助けられるだけではなくお互いに恩恵を、というのは重要です。

〈紫牟田氏〉

ご質問に「まちをデザインする上で、何をベースに考えれば良いか」とありますが、それはシビックプライドだと思います。まちがみんなの誇りになっているのかがまちのデザインであり、市民が誇りを持って形成することが大事です。だからこそ「市民を巻き込む」のです。コミュニティデザインとは新しいまちのつくり方をみんなで考えるもので、プ

ロフェッショナル、ボランティアがどう関わるかを考えることがデザインです。ただ、ワークショップだけではなく、考察し裏側を捉える感覚が鋭くないとだめ。まちのデザインは自己編集的にできるので、一つ一つが集まってまちになると考えることが必要です。また伝える技術も必要です。社会的な巻き込みができるコミュニケーションのあり方があると思います。

〈荒木氏〉

「お寺と同様の社会資源は他にありますか」とのご質問ですが、「地域によってはお寺以外のほうが良い」のはその通りです。活動が良いものなら場所を超えて広がります。寺子屋がお寺発祥で広がるのを実現したいです。お寺に注目した理由は、コミュニティがある場所だからです。ですがお寺以外にも可能ですし、住民福祉協議会やPTAもあります。

お寺での教育活動には千年以上の歴史があります。私たちは、場所や気持ちが続いていくものをつくりたいと思っています。数十年活動を続けているNPOで、創設者が没した後も事務局長のような方が同じ熱さで理念を語るのには素敵ですし、私たちもそうなるべきですし、そういうものを世の中に残せるかではないかと思っています。



図4-2-3 会場の様子

まちセンでは、「ひと・まち交流館 京都」地下1階の図書コーナーに設置されている巽和夫記念文庫(3-3-(2)-②)を活用し、読書週間にあわせて、平成29年11月4日に講演会及びまちセン初のビブリオバトル(知的書評合戦)を開催しました。



図4-3-1 谷口忠大氏による講演

(1)内容

- 日 時 平成29年11月4日(土) 13時30分～16時00分
- 場 所 ひと・まち交流館 京都 地下1階 京都市景観・まちづくりセンター ワークショップルーム
- プログラム1 ビブリオバトル考案者による講演「ビブリオバトルとまちづくり」
登壇者：谷口忠大氏(立命館大学情報理工学部教授、一般社団法人ビブリオバトル協会代表理事)
- プログラム2 参加者全員でビブリオバトル!
谷口忠大氏、大島祥子氏(スーク創生事務所代表)をコーディネーターに迎え、参加者全員で「まちづくり」をテーマにしたビブリオバトルを開催

(2)当日の様子

まず最初に、ビブリオバトルの考案者である谷口忠大氏(立命館大学情報理工学部教授、一般社団法人ビブリオバトル協会代表理事)より、「ビブリオバトルとまちづくり」について講演いただきました。

「ビブリオバトルって何?」という方に向けてルールを簡単に説明すると、誰もが楽しめる本の紹介コミュニケーションゲームです。「人を通して本を知る。本を通して人を知る」をキャッチコピーに、日本全国に広がっています。

(一社)ビブリオバトル協会が定める公式ルールは、次のとおりです。

- ① 発表参加者が読んで面白いと思った本を持って集まる。
- ② 順番に1人5分間で本を紹介する。
- ③ それぞれの発表の後に参加者全員でその発表に関するディスカッションを2～3分行う。
- ④ 全ての発表が終了した後に「どの本が一番読みたくなったか?」を基準とした投票を参加者

全員で行い、最多票を集めたものを『チャンプ本』とする。

〈参考〉ビブリオバトル公式ウェブサイト
<http://www.bibliobattle.jp>

この日は、京都内外から12名のビブリオバトルラー(発表者)が、まちセンビブリオバトルのテーマである「景観・まちづくり」に関するオススメの本を持ち寄って集まりました。3名ずつ4グループに分かれて、会場全体で一斉にバトル開始です。



図4-3-2 一回戦はグループごとにバトル

バトラーの皆さんは、それぞれ持参した本のおもしろさについて、参加者に向けて熱く語っていました。5分間の発表後は、他の発表者や観覧者も含めたディスカッションタイム。どのグループも和気あいあいと盛りあがりしました。

実話に基づく本、小説、専門書・・・発表者の数だけ、バラエティに富んだ本が集まりました。「景観・まちづくり」という一見限定されて見えるテーマでも、人によって幅広いとらえかたができることがわかります。

発表が一巡したのち、「どの本が一番読みたくなったか？」を、各テーブルを囲む皆さんが「せいの！」で指差し投票をしました。



図4-3-3 一番読みたくなった本を指差し投票

続いて、各グループで「チャンプ本」に選ばれたバトラーたちが最終決戦に臨みました。来場者全員の前での発表は、一回戦以上に気合が入っています。



図4-3-4 最終決戦

ちなみに、最終決戦に進出した本は次のとおり。

- ・『川の名前』(川端裕人 著)
- ・『負けんとき ヴォーリズ満喜子の種まく日々』

(玉岡かおる 著)

- ・『「まち歩き」をしかける コミュニティ・ツーリズムの手ほどき』(茶谷幸治 著)

- ・『ローマ法王に米を食べさせた男 過疎の村を救ったスーパー公務員は何をしたか？』

(高野誠鮮 著)

バトラーの方々は、どんな思いで本を選び、また、どんな視点で読んだのかを、イベントのキーワード「景観・まちづくり」に絡めながら語っていただきました。オーディエンスとの質疑応答も、真剣そのものでした。



図4-3-5 最終決戦での質疑応答の様子

最終決戦の4名の発表終了後、会場全体で再び「どの本が一番読みたくなったか？」最終投票を行い、「チャンプ・オブ・チャンプ本」が決定しました。見事この日の「チャンプ・オブ・チャンプ本」に輝いたのは、増淵昌利さんが発表した『負けんとき ヴォーリズ満喜子の種まく日々』(玉岡かおる 著)でした。本のおもしろさもさることながら、増淵さんの本への愛が溢れる語り口も、聞き手をグッと惹き込むものでした。



チャンプ本プレゼンターの増淵昌利さん

なお、この日のビブリオバトルで最終決戦に進出した4冊の本は、「ひと・まち交流館 京都」地下1階の図書コーナーで閲覧・貸出可能です(図書の貸出には図書コーナーの利用者カード登録が必要です。なお、カードは京都市内にお住まいもしくは通勤・通学されている方に発行いたします)。本の内容が気になる方、景観やまちづくりに一体どんな関係があるのか知りたい方は、ぜひ「ひと・ま

ち交流館 京都」地下1階の図書コーナーにお立ち寄りください。

まちセンでは、今後も継続してビブリオバトルを開催します。イベント情報は、まちセンホームページ、公式Facebookページ及びメールマガジンにて発信します。次回はあなたもバトラーとして発表してみませんか?ご参加お待ちしております!



図4-3-6 参加者全員で記念撮影