観光文化
Tourism & Culture

VOL. 207
May 2011

財団法人日本交通公社

特集◎広がるオープンガーデン活動

◆巻頭言

花と緑が生かす人と町の絆　石原 和幸……①

◆特集

- 広がるオープンガーデン活動～花と緑のまちづくり
  ―オープンガーデンの開催と観光の可能性　相田 明……②
- ガーデンシティふかやは輝く市民の力で　新井 昭夫……⑥
- 花の力で　内倉 真裕美……⑩
- 「オープンガーデン前線©」を追いかけて！
  ―花・人・景観をつなげるオープンガーデン　松田 清江……⑭

◆視点

- 由布院デザインシステム
  ―「外の力」とのコラボレーションによる観光地の弱み克服　朝倉 はるみ……⑲

◆連載

Ⅰ　あの町この町　第43回

水の郷―愛媛県西条市　池内 紀……㉔

Ⅱ　ホスピタリティーの手触り 64

大震災とホスピタリティー　山口 由美……㉚

◆新着図書紹介……㉜

― 金沢・ひがし茶屋街・元遊郭 ―

多くの旅人に小京都と呼ばれ親しまれている城下町金沢。文化工芸の町としても有名で「加賀友禅」はじめ「金箔」「蒔絵」「九谷焼」等の伝統工芸は時代を超え脈々と受け継がれ、今日に至っている。今回は国の重要伝統的建造物群保存地区に指定（二〇〇一年）された花街「ひがし茶屋」をお伝えしたい。

江戸時代後期の文政三年（一八二〇年）、加賀藩は経済の活性化を図るために芝居茶屋と遊郭を公認したという。金沢は北に浅野川、南に犀川が流れる。二つの川に挟まれる形で街が形成された。浅野川右岸に「ひがし茶屋」、犀川左岸に「石坂茶屋」が設けられた。幕末には〝東の郭〟〝西の郭〟と呼ばれ活況を呈した。

「ひがし茶屋」街に入ると道の両側に紅殻格子の家が立ち並び、夕方には三味線の音も聞こえてくる。写真の「懐華樓」は、江戸時代の造りを残し、新しい作家によるふすま絵や金箔織りの畳など見応えある光景を醸し出していて、往時をしのばせてくれる。

（写真・文　樋口健二）

花と緑が生かす人と町の絆

株式会社石原和幸デザイン研究所 代表取締役　石原　和幸

僕が小さいころは、大きな庭の中にある家が町全体にあったような気がします。

六月くらいになると空が明るくなるほどのホタルが飛び交い、八月になると赤トンボの羽で、空が銀色になっていました。所々に大きな樫（かし）の木や桜の大木などがあり、一軒一軒の家が町の中では大切な風景の一部になっていたように思えます。

そして、あちこちには小川のせせらぎがあり、メダカやナマズやいろんな魚がいました。隣同士の人間関係も、僕の家ではたくさんのキュウリがなったらどうぞ、とお隣にプレゼント。そうしたら代わりにトマトがいっぱいあるからともらったり。

また、学校では誰かが先生の机に花を持っていって、僕も家に咲いた花をよく先生に持っていっていました。僕は今の時代だからこそ、もう一度あの風景、あの人間関係を取り戻せたらと思っています。たくさんの花や緑の中で生活することで、きっとみんなが笑顔になると思っています。

そのためには、まずはみんなで木や花を植えようというより、自分自身が花や緑に夢中になって植え、楽しくて楽しくてたまらないと思うこと、それが一番大切だと思います。そうしたら植える所がなくなり、増えた植物を隣近所にお裾分け。そうすることで、花と緑が町に伝わっていくのです。その輪が広がっていくことで、各家庭に庭ができてきます。そうすると、隣の庭が気になります。そして「庭の見せ合いっこ」が始まっていきます。そこから町全体に庭の輪が広がっていくと思っています。家に花や緑があふれることで、地域の景観は美しさを増すのです。

僕の生まれ故郷、長崎県にある雲仙は日本で初めて国立公園に指定された観光地です。あの坂本龍馬も新婚旅行に足を運んだというほど由緒ある場所です。それが火山噴火という自然災害により、一気に客足が遠のいてしまいました。紅葉の季節になると広大な広葉樹林や落葉樹林の森は、それはそれは見事です。そんな手つかずの大自然が残る素晴らしい景色を持つ町を眠らせないために、僕は商店街の一軒一軒の小さな店頭に庭を作るプロジェクトを始めました。そこで暮らしを営む人々の自然への意識を足元から改革しながら、見せる庭の発想を取り入れることで、かつてにぎわったあの時代を取り戻す考えです。

今、日本は災害による未曽有の被害に見舞われ、息をのむほど美しい、日本の自然景観はその姿を失ってしまいました。僕は花と緑が持つ底知れないチカラで、町を復活させていきたいと思います。

（いしはら　かずゆき）

広がるオープンガーデン活動

八十年以上の歴史を持つ英国に比べると、日本のオープンガーデン活動は始まったばかりです。オープンガーデンは、ガーデニングの楽しみという側面のほか、まちづくりの手法としても広がりつつあります。今号は、オープンガーデンの魅力とまちづくりの可能性を探るとともに、「花と緑のまちづくり」をテーマにした国内外の活動を紹介します。

特集 1

広がるオープンガーデン活動～花と緑のまちづくり
――オープンガーデンの開催と観光の可能性

岐阜県立国際園芸アカデミー　准教授
相田　明

オープンガーデンとは何か

春の光に誘われてウオーキングをしていると、公園や街路樹、個人の庭や生け垣といったまちの花と緑の美しさを発見できる。鮮やかな花々は気分を高揚させ、新緑のもえぎ色は生命力を感じさせる。最近の個人の庭は高いブロック塀に囲まれておらず、道路から庭を見ることができる。しかし、それだけでは満足できず、ぜひとも庭に足を踏み入れ、中から庭を鑑賞したい。そんな欲求に駆られるのが「庭好き」「花好き」であるが、その願いをかなえてくれるのがオープンガーデンである。

オープンガーデンをひとことで言うなら「個人庭園の公開」、英語では private garden open to the public である。もう少し詳しく言うと「公開情報が周知されていることにより、一般市民が入り込み、鑑賞することができる個人所有の庭園」のことである。これを狭義のオープンガーデンとしよう。しかし、現実には個人庭園とはいえ、庭園やマンションのベランダの花と緑を道路から見学するものや、コミュニティーガーデン、市民農園、学校や公民館の花壇、はたまた喫茶店やレストランの庭、園芸店の庭、企業の屋上緑化を公開することまでがオープンガーデンと呼ばれている。これら広義のオープンガーデンは「ガーデン」という要素を持った緑地を何らかの形で公開するものと言えよう。

オープンガーデン活動の広がり

一九九六年（平成八年）ごろから始まっ

たとされるガーデニングブーム以降、海外、特に欧米（そのなかでもイギリス）に関するガーデンデザインに関する情報が増加した。そして、庭園の楽しみ方であるオープンガーデン活動に関する情報についても、雑誌やテレビなどのメディアで多く取り上げられるようになった。海外のオープンガーデンは市民が庭園をつくり管理するだけではなく、その庭園を多くの人々が見て楽しむ活動をしている。そのような情報が浸透するにつれ、各地にオープンガーデン開催団体が結成され、現在では五十以上の団体が活動している。

イギリスでは一八世紀半ばを過ぎると、これまでの整形式庭園からイギリス風景式庭園への改造が加速し、貴族やジェントリーの間で彼らの庭園を訪問しあうようになる。このような歴史的な背景から、イングランド・ウェールズで活動するオープンガーデン開催団体「ナショナル・ガーデン・スキーム」が誕生する。一九二七年（昭和二年）に発足したこの組織は、看護協会の一つの委員会活動として、看護婦（師）の老齢年金基金に寄付するためのオープンガーデンを開始する。個人庭園の公開情報が掲載された冊子を発行し、来訪者から入場料を徴収、これら収益（二億七千万円）は、チャリティーとして寄付される。六百九の庭園の公開から始まったこの活動は、現在、約三千八百の庭園を公開、年に一度、イエローブックと呼ばれる個人庭園公開ガイドブックを発行している。

海外に目を向けると、イングランド・ウェールズ、スコットランド、オランダ、ベルギー、オーストラリア、ニュージーランド、アメリカなどでオープンガーデン開催団体が活動している。

オープンガーデンの楽しみとして、その庭園の管理者である庭園主に、庭園の管理方法や植物の育て方や入手先（近隣の園芸店やガーデンセンター）など生の情報を直接聞くことができる。その他、庭園によっては、さらに二つの大きな楽しみがある。一つは庭園主が来訪者に庭園内でお菓子や飲み物、さらにケーキや紅茶の飲食を勧める「茶菓の提供」である。もう一つは庭園主が自ら育てたポット苗などをお裾分けする「植物の販売」である。ナショナル・ガーデン・スキームでは入場料のほか、茶菓の提供や植物の販売の代金もチャリティーとして寄付される。

ニュージーランドにおける観光としてのオープンガーデン

ニュージーランド南島のクライストチャーチはガーデンシティーとして名高いが、ここで開催されるオープンガーデンは、花と緑のまちづくりと観光という点でわが国のオープンガーデン活動にとって示唆に富む。

カンタベリー園芸協会（クライストチャーチはカンタベリー地方の最大都市）とクライストチャーチ美化協会という二つの団体があり、それぞれ違ったタイプのガーデンコンテストを行っている。なお、両者が開催するこれらガーデンコンテストの審査は、ボランティアによって行われている。カンタベリー園芸協会は前庭を含めた庭園全体について、規模や用途など細かくクラス分けをして、ガーデンコンテストを開催している。これら入賞者は、庭園を公開しなければならず、後に協会がバスツアーを計画する。

クライストチャーチ美化協会はストリートコンペと呼ばれ、一つの庭園ではなく、ある一定区間の道路と道路から見た前庭が審査の対象である。「このストリートコンペによって町の景観がますます美しくなること

に大きな誇りを持つと同時に、入選した道路一帯の住宅地の不動産価値が上がるのも事実である。」（杉尾邦江『庭の時代』新住宅社）

このストリートコンペに入賞すれば、コミュニティーが充実した花と緑の豊かな住宅地として地価が上昇するという。実際、私はクライストチャーチの図書館でローカル新聞をめくり、ストリートコンペの記事をコピーし、現地を訪ね、洗車中の住民に通りの名前を確認したところ「君たちは不動産を買いに来たのかね」と笑顔で答えられたのである。

毎年二月のフラワーフェスティバルでは、多くのオープンガーデン・ツアーが企画され、日本人観光客の参加も多い。それ以外でも花の咲いている時期は、旅行会社が今までのガーデンコンテストの入賞者などの庭を訪問するツアーを企画している。私が三月下旬に参加したシティーガーデン・ツアーは、九時三十分に観光案内所に集合、小型バスで四つの庭園を訪問し、十二時三十分に解散するツアーであった。参加者は約十名で中高年の夫婦、カナダ人など英語圏からの観光客が多く、日本人は我々だけだった。庭園主と庭の管理や植物についての会話を楽しみながら庭園を見る。ある庭園主は庭に植えられたリンゴが話題になった時、その実を採り来訪者に配り味見をさせるなどホスタビリティー（もてなしの心）に満ちた対応であった。ちなみにツアー参加費は約二千八百円である。

なお、ツアー参加費は張るものの日本語ガイド付きのツアーを企画している旅行会社もあり、上記同様に庭園を訪問するだけのコースと、庭園で庭園主がつくった昼食が付くコースがある。

わが国における観光としてのオープンガーデン

わが国におけるオープンガーデン開催団体では、自家用車を出し会員同士がお互いの庭園を訪問することが盛んに行われている。また、バスを貸し切り、ほかのオープンガーデン開催団体の庭園を訪問することもある。行政誘導型のオープンガーデン活動や行政がオープンガーデン活動に理解がある場合、行政が持つバスを利用したり、バス会社のバスを貸し切ることもある。もう一歩進むと、クライストチャーチの事例のように、旅行会社が企画したツアーを受け入れることになる。その地域の花と緑を巡る旅として、観光庭園や植物園とオープンガーデンを組み合わせたツアーや、オープンガーデンのみを巡るツアーがある。

伊豆ガーデニングクラブ内の組織である伊豆オープンガーデンは、一九九八年（平成十年）に発足した、わが国でも歴史のあるオープンガーデン開催団体である。「オープンガーデンは、人が見ることにより成り立つ」という考えから、これまで積極的に来訪者を受け入れている。また、伊豆高原の無料観光ガイドマップである「伊豆高原芸術の森散歩マップ」への掲載を承諾するなど、オープンガーデン開催に対する情報を提供している。

当初、来訪者のために、伊豆ガーデニングクラブでマイクロバスを貸し切り、一日に五台を運行することもあったが、会員だけで運営するには困難であることから、今は取りやめている。現在、東海交通（東海バストラベル）がツアーバスとして「庭巡りバス」を運行している。伊東駅を午前十時に出発し午後三時半までのツアーで、料金はオープンガーデンでの茶菓の提供を含め三千四百円、二〇一一年（平成二十三年）は、

春と秋を合わせ二十便以上を運行する予定である。また、伊豆急東海タクシーが伊豆高原から「固定料金　庭巡りタクシー」を運行している。ＪＴＢやＫＮＴ、はとバスなど営業バスによる訪問もあり、その際には一回当たり一人三百円を徴収している。しかし、これは庭園主に配分されるのではなく、伊豆ガーデニングクラブの運営費として利用しているという。

浜松オープンガーデンでもツアーバスを受け入れている。遠州鉄道（バンビツアー）が企画する『「こだわり紀行』花と緑の庭めぐり！　オープンガーデン訪問」は、「憧れのお庭ライフ　遠州を代表する六つのオープンガーデン　地元を代表する花と緑の庭めぐり！　こだわり満載・花いっぱいのオープンガーデン訪問　地元で話題のオープンガーデンを巡ります。花の季節を迎えた色とりどりのお庭は、庭づくりのヒントがいっぱいです。四十名様限定募集」とチラシにある。午前八時十分に浜松を出発、六つのオープンガーデンの訪問やアウトレット、道の駅に立ち寄り十七時五十分ごろ到着予定である。昼食付きで旅行代金は五千五百円。五月十三、十四、二十日の設定日であるが、一カ月以上前の今、すでに満席という盛況ぶりである。

これからのオープンガーデン

以上のように、庭を観光するガーデンビジティングという視点から考えると、オープンガーデンは今後大きく発展する可能性がある。しかし、これからのオープンガーデンを考える上でさまざまな問題点が生じる。来訪者が庭園を踏み荒らし植物を採る、近隣住民への騒音、駐車場の確保、ガイドブックやマップなどに氏名、住所、電話番号などが掲載されることによる個人情報の流出など、列挙すればきりがない。もちろん、オープンガーデンは観光施設かという根本的な問題も存在する。

観光立国という視点においてオープンガーデンを考えるならば、国内観光客とともに海外観光客の訪問も考えなければならない。現在、わが国における多くのオープンガーデンは、現代の住宅に合わせた洋風の庭園である。また、ガーデニングブームからオープンガーデンが発展したという影響もあり、オープンガーデンの庭園主はイングリッシュガーデンを代表する洋風のガーデンデザインを好む傾向にあり、現実として和風の庭園のオープンガーデンは非常に少ない。もちろん、庭園のつくりとして和風の個人庭園は来訪者が見て回るようにはできておらず、また、庭園管理の個性も見えにくい。国内観光客は洋風の庭園でもよいにしても、海外観光客は和風の「日本庭園」を期待してオープンガーデンを訪問するであろう。今後は日本庭園のオープンガーデン化が課題となるだろう。

盆栽のあるオープンガーデン
（ぎふオープンガーデン協会）

オープンガーデン観光は個人庭園の前に大型バスが停車できないことから分かるように、マスツーリズムには向かない。しかし、オープンガーデンは観光立国への総合的な戦略展開の標語である「住んでよし、訪れてよしの国づくり」に適合した花と緑のまちづくり活動であることは確かである。

aida-akira@horticulture.ac.jp
（あいだ　あきら）

特集２

ガーデンシティふかやは輝く市民の力で

深谷市役所　企画財政部
ガーデンシティふかや推進室　室長
新井　昭夫

はじめに（深谷って花のまち？）

関越自動車道の花園インターを降りるとそこは「花のまち深谷」である。近くには田園が広がり、道の駅「はなぞの」やＪＡ花園農産物直売所があり、「野菜の王国」でもある。

でも意外と「深谷ってどこにあるの？」「熊谷市の隣？」「群馬県にあるの？」「深谷ねぎの深谷？」「ねぎ畑がいっぱい？」と言われることがある。

ねぎの産地であることは昔から知られている深谷市は埼玉県北西部に位置する人口約十五万人の市である。

意外と知られていないのが、一つは江戸末期から明治以降、近代日本の産業に大きく貢献し五百を超える会社を起こした渋沢栄一の生誕の地であるということ。

二つ目は、渋滞情報でよく耳にする花園インターがあるところが深谷市であること。

そして、三つ目はユリ、チューリップ、シャコバサボテン、その他鉢物草花や植木など全国有数の花と緑の生産地であること。

しかし地元住民は、「どこが花の街？」「どこに花があるの？」といった具合に、以前はあまり花の生産地であるということを認識していなかった。なぜかというと、深谷の花は、ユリ、チューリップの切り花が中心であり、ハウスの中で蕾（つぼみ）の状態で切られ出荷されることから、市民が直接花を目にする機会が少ないからである。花の生産農家が多く、出荷量が全国トップレベルであるが、意外と市民は花を見る機会がなかったからである。

そんな深谷市を「花のまち深谷」としてもっとアピールできないだろうか。「花」をキーワードにまちづくりを進められないだろうかと始まったのが「ガーデンシティふかや」づくりである。

ガーデンシティふかやの取り組み

ガーデンシティふかやの取り組みは、一言でいえば「花を愛し、人を愛し、地域を愛する人づくり」を目指して進められている取り組みである。

深谷の特産である「花」をキーワードに、花が持つ人を引きつける不思議な魅力を活用して、人と人とがつながっていき、自分が住んでいる地域のことを少しでも考えて、好きになってくれる人が増えていくことを目指して進められている取り組みである。単なる「花いっぱい運動」ではなく、真のまちづくりの手段として、花を活用してまちづくりにつなげていこうと始まった。

①主役は市民

お金をかけて補助金を出して半強制的に行う手法だと長続きしないし、人と人とがつながらないし、愛着も生まれてこない。そこでガーデンシティふかやのまちづくりは、市民が参加するというより、市民が自分たちのために活躍する、市民が主役のまちづくりを目指している。

市民参加は、ややもすると市民は単なる行政のお手伝い的な参加で終わってしまう。そうではなく市民が自ら主体的に、そして自分たちのために活躍する場所、機会を提供し、市はちょっとだけ後押しをするというスタンスを大切にしている。

市民ガーデニングボランティア

深谷駅ステイションガーデン

②ガーデンシティふかやの四本柱

●市民ガーデニングボランティア

市内の公共用地の花壇やプランターを管理している市民ガーデニングボランティアの方たちがいる。登録制になっていて、登録したボランティアには二カ月分の活動予定表が配られる。それを見て自分の都合が良い時に参加する気楽な活動である。現在百二十人ほどの登録があるが、毎回二十人前後の方が参加され、花の植え込みや花が摘み、除草作業に精を出している。作業を通して、花談議をしながら自分が住んでいる町を少しでもきれいにしたい、顔見知りになることが楽しみで参加しているといった人たちである。

JR深谷駅のステイションガーデンをはじめ六カ所の公共の場所で活動している。特に深谷駅ステイションガーデンは、駅の乗降者だけではなく多くの市民に好評で、深谷市の顔になっている。

●アダプトプログラム

アダプトプログラムは、市民が道路や公園など公共の場所を我が子に見立てて掃除し、美化していく活動で、市の公共用地を地域の方に里親として管理してもらうという取り組みである。市内に現在二十六のアダプト団体がある。市からは基本的には市の土地を無償で貸し出すというだけで補助金などは一切ないが、軍手やごみ袋などの消耗品は提供されている。

新しく都市計画道路ができた時に余剰地として出た場所に、地域の人たちが自分たちで公園を造ってしまった例もある。「もみの木ガーデン倶楽部」で、レンガで園路を作ったり、芝を張ったり、ベンチを作ったりした。みんなが思い入れを持って造り上げた花壇だから、市が直接設置し管理する公園より管理が行き届いている。

このような作業を通じて今まで話すこと

のなかった近所の人たちが集まり、ガーデニングの話はもちろん地域のいろいろな会話や交流が生まれ、地域の憩いの場にもなっている。

●ふかや学校花はなプラン

小中学校のガーデニングの取り組みもちょっと変わっている。先生と児童生徒だけではなく、必ず地域のボランティアが関わる「ふかや学校花はなプラン」の取り組みである。これも花を植えることが目的ではなく、花を通じて地域で子供たちを見守っていこうという取り組みである。子供たちがデザインしたガーデンを地域のボランティアの方に教わりながら花の植え込みをしたり花がら摘みをしたりして管理している。これにより地域の人たちと学校の子供たちとが交流を図れることにつながり、地域で子供たちを見守るきっかけづくりになっている。

●深谷オープンガーデン花仲間

ガーデンシティふかやの取り組みの中で切っても切れないものがオープンガーデンである。ガーデンシティふかやが目指す市民活動の中心的なものである。始めるきっかけは、二〇〇四年（平成十六年）に市内の花好きな方に声をかけたらあっという間に二十二軒の仲間が集まり「深谷オープンガーデン花仲間」という会が立ち上がった。市からの補助金などは一切なしで自分の庭を公開するオープンガーデン。現在では九十人以上の方が、この「深谷オープンガーデン花仲間」に入っている。花を通して花でつながった仲間である。毎年四月の下旬に花フェスタ&オープンガーデンフェスタを開催している。今年で八回目を迎えたが、深谷市内はもとより埼玉県内県外からも来場者が増えてきている。中には東北や九州からオープンガーデンを見学に来るお客さまもいる。（※ふかや花フェスタは市主催で、オープンガーデンフェスタはオープンガーデン花仲間が主催である。二〇一一年四月二十九日、三十日に同時開催された。）

ガーデンを楽しみに見るだけではなく、家主さんと花の名前や栽培方法など、花談議ができることが魅力のようであり、毎年リピーターが増えている。

すごいところは、花仲間の会員た

もみの木ガーデン倶楽部

ふかや学校花はなプラン

オープンガーデンの様子

ちの中でアダプトプログラムに参加して地域の公共用地を管理していることや、「ふかや学校花はなプラン」のお手伝いをしている会員が多いことである。

「ふかや緑の王国」（ガーデンシティふかや推進室の事務所のある場所）には、花仲間が管理している「花仲間ガーデン」がある。自分たちの庭にある花苗を持ってきて植え込んだ、オープンガーデンの見本園みたいな素晴らしいガーデンである。

四月のオープンのほか、五月の中旬にバラの庭と初夏の庭をオープンしている。

また、十月には秋の庭を公開するオープンガーデンも行う予定である。春とは一味違った趣のある秋の庭も大変好評である。

花フェスタ会場風景

花フェスタせり市

ふかや花フェスタ

ガーデンシティふかやを担っている市民の力で毎年「ふかや花フェスタ」を開催している。今年で第八回を迎え、四月の深谷の春の風物詩として関東一円からガーデニングファンが訪れるようになった。前述のオープンガーデンフェスタも同時開催されることから、深谷じゅうがガーデンを見るお客さまでいっぱいとなる。花フェスタ会場は花のイベントにふさわしく花で彩られ、花にまつわる多くのコンテストや催し物、花植木の即売会などが行われる。おかげさまで市外からのお客さまが増え、深谷市のＰＲにもつながり、物産の販売を行うなど観光資源にもなっている。

花フェスタも市民の力が関わっている。会場内の装飾は市民ガーデニングボランティアが担っている。また市内業者も一役買っている。オープンガーデンを回る交通手段に市内バス会社がツアーバスを組んだり、タクシー会社も花めぐりタクシーを出している。さらには市内のホテル業者も格安花フェスタ割引宿泊パックを組んでいる。

市内の花関係の生産者や販売店などにも展示や協賛をいただき、市内全体で花フェスタ＆オープンガーデンフェスタを盛り上げている。

おわりに

ポットにまかれた種が成長し、庭に植えられ、そして近所に配られ、空き地にも植えられていく。花を育て愛する優しい気持ちが人を愛する優しい気持ちに、そして人と人とが優しい気持ちでつながっていく。さらに自分たちの住んでいる地域を愛する気持ちにつながっていくこと、これこそがまちづくりの原点ではないだろうか。花を通して人と人とがつながり、自分たちが住んでいる町に思い入れと誇りを持っていける喜びを、いつまでも感じていきたいと思っている。

（あらい　あきお）

特集３

花の力で

「ブレインズ種まく私たち」代表　内倉　真裕美

一九八〇年（昭和五十五年）に札幌のニュータウンとして生まれた恵庭市恵み野では、一九九〇年（平成二年）八月、恵庭市制施行二十周年を記念して恵み野にある恵庭ＲＢパークを会場に、「恵庭・花とくらし展」が開催されました。もう二十年も前の話です。

『街にみどりを・窓辺に花を』をテーマとした花のイベントは、私の想像をはるかに超えた素晴らしい内容でした。いつもは駐車場だった会場入り口には花のプランターがびっしり並べられ、中央には円柱の大きな立体花壇が設置され、会場のステージには豪華な切り花、寄せ植え展示コーナーに花の絵画展、花の写真展、華道展。三階の視聴覚室では花の講演会にシンポジウム。その時初めて目にしたハンギングバスケット講習会は、側面全体が花で植え込まれたフラワーボウルのようでした。大阪で国際花と緑の博覧会（花博）が開催された年でもありましたが、このような花のイベントは北海道では初めてでした。基調講演では杉尾邦江さんがニュージーランドのクライストチャーチの様子を紹介し、その翌年の一月、この講演を聞いた恵庭市職員を含めた市民十三人は、ガーデンシティーのクライストチャーチまで視察に行ったのでした。

視察に行った人たちとはまちづくりの仲間でしたが、その時の私は、三歳になる娘がいて参加できずに留守番組。帰ってきた視察報告会を誰よりも待ちわびていたのです。そしてスライド上映会、どの家々もお花屋さんのように花であふれかえっているではありませんか。私はただただ呆然とし、恵み野をクライストチャーチのようなガーデンシティーにしたいと強く思ったのでした。

恵み野花づくり愛好会と恵み野フラワーガーデンコンテスト

花のまちにするために最初にしたことは、「花づくり愛好会」を一人で立ち上げ、クライストチャーチのスライド写真を借りては、町内会婦人部や老人会で上映会をして回りました。クライストチャーチがガーデンシティーと呼ばれるようになったきっかけにコンテストがあったと聞き、その年の一九九一年（平成三年）にガーデンコンテストを実施。恵み野にある全戸、当時は二千五百件、十五年後には四千六百件を軒並み歩き、花のすてきなお庭、約三百五十件を撮影し、本審査はその中から四十カ所を審査員の方々と見て歩き表彰してしまう。要するに勝手に審査して勝手に表彰してしまう方式の、審査員がスポンサーを兼ねて

オープンガーデンの様子

資金を賄うというユニークなコンテストでしたが、これが年を重ねるごとに恵庭を花のまちへと変貌させていったのです。この恵み野のガーデンコンテストは二十年目で終了し、恵庭全市を対象とした恵庭ガーデニングコンテストへと広がりを見せています。（注:「ガーデン（庭）コンテスト」は、平成七年より「ガーデニング（庭を作る）コンテスト」に名称変更されました。）

花のまちと呼ばれるようになって

一九九五年（平成七年）に全国的規模のコンクール「花のまちづくりコンクール」に応募するために恵み野花づくり愛好会を組織化し、最初の応募でいきなり建設大臣賞を受賞。一九九七年に雑誌『ミセス』に十六ページの特集を組まれたことで、全国から庭を見に来る人が増えました。ガーデニングという言葉が流行語に選ばれたことでガーデニングが一大ブームになると、「花のまち恵庭」と呼ばれるようになりました。

花によるまちづくりは市民が行政に関わる身近な素材であり、ガーデニングする家が連なると、まちの景観が美しくなり、老若男女が参加することでコミュニティーが生まれます。花はまちづくりに欠かせない格好の材料となり、女性がまちづくりに参加するようになりました。公的な場所に花を植える花壇づくりから個人の庭づくりがまちづくりになる。こうした取り組みは恵み野が先進的な場所として、視察に訪れる人の数も増えました。

恵み野花づくり愛好会の危機

恵み野花づくり愛好会は、最初私が一人で花のまちにしたいと願いスライド上映会を行い、ガーデンコンテストを開催することで賛同者が増え、その後全国的な花のコンクールに応募することで愛好会は組織化しましたが、当時多くのメンバーは趣味のサー

クルで「花によるまちづくり」の意識はありませんでした。そんななか、恵み野が「花のまち」としてテレビや新聞、雑誌などで紹介される庭も庭主さんも多くなり、個人の訪問者数も日増しに増えていきました。そうなると新たな問題が生じてきたのです。

関西の観光会社から恵み野を観光バスのコースの一つにしたい、という申し出がありました。視察のバスは結構来ていたのですが観光バスとなると問題が違います。「恵み野は住宅街で観光地ではない」「視察ならまだしも、観光は困る」など、いろいろな声が上がりました。

市役所に相談しても、「地域のことは地域で解決してほしい」と、つれない対応でした。花づくり愛好会で話し合っても、観光会社には「一切対応しない」という意見と「ある程度ルールを守って来てもらう」という意見で役員も二分しました。私は後者です。旅行会社に対応をしない場合はどうするのかと尋ねると、恵み野駅で乗客を降ろして自由に見学させたいということでした。「そうなるとご近所に迷惑がかからないか?」「ご近所に迷惑がかかることでガーデニングしている人が嫌な思いをしないか?」「ガーデニングしている人が個人攻撃されないか?」。結局、旅行会社に確約書の提出を依頼したことで一件落着したのですが、この時のしこりは主要メンバーが半分になる事態を引き起こしました。しかし、その後の地道な努力でさらなる理解者も増え、脱会したメンバーも徐々に復帰。今では、地元のガイド付きで観光バスも入るようになりました。

恵庭の花のまちは進化しています

恵庭は花苗の生産量では北海道一を誇る花のまちであり、「花いっぱい文化協会」は二〇一〇年（平成二十二年）で五十周年を数えました。そんな花のまち恵庭は、個人のガーデンが魅力の「ガーデニン

オープンガーデンの様子

グのまち」となり、二〇〇六年（平成十八年）には観光庭園「えこりん村」が開園しました。二〇一一年には優良田園住宅モデル地区として、ガーデニングをすることを条件に分譲が始まります。恵み野地区では市民が造り上げていく公園の構想が実現化され始めました。どんどん進化する恵庭に、どうぞご注目ください。

花さんぽ

「オープンガーデン」が社会貢献となる日が来た

ガーデニングを一般公開して庭を見せる「オープンガーデン」は、一九九七年（平成九年）に恵み野花マップを作成し庭巡りをしたことで、恵み野が日本で最初とされています。当時、恵み野にしかなかった「花のまち」を何とか全道展開することで恵み野の負担を軽くしたいと思っていました。

そして二〇〇一年、樺戸郡月形町の梅木あゆみさんたちと三人で立ち上げた「ブレインズ種まく私たち」は、日本で初めてオープンガーデン雑誌『OPEN GARDENS of HOKKAIDO2001』を発行して書店で販売し、北海道のオープンガーデンがスタートしたのです。

英国では「オープンガーデン」が盛んに行われ国民的行事になっていて、春に出版されるイエローブックはベストセラーといいます。庭見学には入場料を払い、公開する庭主はクッキーやティーなどでおもてなしします。収益金は福祉や自然保護活動に寄付され、オープンガーデンをする人は社会貢献をしているという誇りを持って公開しています。

二〇一一年（平成二十三年）三月十一日に日本を揺るがせた東日本大震災は未曽有の出来事でした。日本中、いや世界中が東北の復興を願っています。この事態に今まではガーデナー同士の交流の色合いが強かったオープンガーデンが社会性を持ち、「ガーデンチャリティー」へと変貌を遂げつつあります。私も呼びかけ人三人のうちの一人となって、活動を開始しました。支援金は緑の力によって地域再生や被災者の心のケアに使われていくことでしょう。新しい取り組みがまた始まろうとしています。

（うちくら　まゆみ）

特集４

「オープンガーデン前線©」を追いかけて！
――花・人・景観をつなげるオープンガーデン

株式会社マルモ出版　取締役副社長
松田　清江

私が「オープンガーデン」を知って取材を始めたのが、二〇〇〇年（平成十二年）小布施（おぶせ）町（長野県）のオープンガーデンからでした。その当時日本は経済的にとても豊かで、多くの人たちが世界各国に出かけ、海外の旅を楽しんでいました。

そんな人々がイギリスはじめヨーロッパ各国の花のある暮らしに触れ、自分の生活のなかにも「花のある暮らし」を採り入れたいと思うようになりました。折からのガーデニングブームも手伝って自らガーデンを手掛ける人が増えました。そして自分の手掛けたガーデンを見せ合うようになり、そこを訪れた人々と交流を持ち、現在の「オープンガーデン」という形が出来上がりました。

当社発行の季刊誌『MyGARDEN』で、国内外各地のオープンガーデンを取材紹介し、各地を訪ねるオープンガーデンツアーなどを企画し実施してきました。人と人をつなぎ、語り合うきっかけにもなるオープンガーデン。その「輪」は全国に広がってきています。

オーストラリアに、トゥーンバ(TOOWOOMBA)という、人々が花で元気に暮らしている町があります。ブリスベンから一時間半ほど行った、人口約九万人の小さな町です。

この町との出会いは印象的でした。気候的には軽井沢のような過ごしやすい所です。そこは毎年九月第三土曜、日曜から十日間、町を挙げて市民・企業・行政の三位一体でオープンガーデンフェスティバルを開催していて、今年で六十三回を数えます。市民は年に一度のこのお祭りに合わせて花の種を蒔（ま）き、庭木の剪定（せんてい）をしたりして訪れるお客さまに庭を公開します。同時に各家庭では花の苗木や手作りリース、お得意の絵画作品などを家の前に並べて販売して楽しみます。行政は公園を花で飾りテントを張り、各種イベントなどで出展者を募ります。その場所で企業は商品を販売したり、レクチャーなど市民参加型のイベントを企画します。フェスティバル初日には「ミス TOOWOOMBA」のパレードなどもあり、花の町をオープンカーで回ります。まさに町を挙げての一大イベントです。

オープンガーデンフェスティバルをテレビ局、新聞社、銀行などがバックアップしているようです。事務局は、フェスティバルが開催される時のみに集まるボランティアたちで運営されています。ボランティアにはいろいろな職種の方たちがいます。学校の先生や銀行など企業に勤めている方たちが、この期間仕事を休んで事務局運営のボラン

ティアに参加しているのです。観光客は事務局発行のオープンガーデンマップを買い、マップ片手にガーデン巡りを楽しみます。毎回オープンガーデンの参加数は多く、一日では巡り切れないほどです。その年のグランドチャンピオンやオープンガーデンにエントリーしているガーデンがマップにプロットされ紹介されます。グランドチャンピオンや各賞の受賞者にはフラッグが贈られ、家の前にフラッグを掲げられます。その他にスモールガーデン部門・シェードガーデン部門・カントリー部門などいくつかの部門に分かれ、参加者はそれぞれ部門賞を狙います。

「TOOWOOMBA ガーデンフェスティバル」会場

オープンガーデングランドチャンピオンに選ばれたガーデンの見学

あるオープンガーデン参加のご夫婦に「オープンガーデンをされて長いのですか?」と尋ねると、「ここに引っ越してまだ四年です。ここに来る前は羊飼いをしていました。リタイアしたら花のある暮らしができるこの町に住みたいと夫婦で話していました」という答えが返ってきました。そんな素晴らしい花のある暮らしを楽しんでいるガーデンタウン「TOOWOOMBA」に世界中から観光客が訪れています。

日本でも毎年オープンガーデンフェアを開催している町があります。長野県小布施町をはじめ、埼玉県深谷市など。二〇一一年（平成二十三年）四月二十九、三十日には市民・企業・行政による三位一体型のフェスティバル「第八回ふかや花フェスタ&オープンガーデンフェスタ」が開催されました。また、各地には任意で結成されているオープンガーデンの団体があり、花をきっかけに全国から人々がオープンガーデンの花の町を訪れ、人と人の交流の「輪」が広がっています。このように日本のオー

プンガーデンの形態は、海外のオープンガーデンとは少し違ってきているようです。また、入場料や花の苗などフリーマーケットの売り上げをチャリティーし、社会貢献することを目的とする団体などもあり、「人と人の交流の場」はさまざまな広がりを見せています。

小布施町の庭を取材した時のことですが、イングリッシュガーデン風の庭に大きな松が植えてあったので、不思議に思いオーナーさんに「あの松はどうされたんですか?」とお尋ねしたところ、「今は二十七歳になる長男が生まれた時、祖父が喜んで松の苗木を植えたのよ」と聞かされました。それを聞いた時、それぞれの家の庭には「家の歴史」があることを知りました。

またオープンガーデンを訪れた方が、そこのご夫婦の暮らしに感銘を受け、「『引っ越し先を探していたの、あなたの隣に住みたいわ』とおっしゃったご家族が来月隣に引っ越してくるのよ」と話してくれました。「それって、人生最高の褒め言葉ですね」と言ったのを覚えています。こんな話を聞く時に、海外とは違った日本のオープンガーデンの広がりの素晴らしさを実感します。

「オープンガーデン」から少し離れるかもしれませんが、一九九五年（平成七年）一月十七日に「阪神・淡路大震災」が起こりました。その時、「花の種」を手に、震災の焼け野原に種を蒔いていた老人がいたそうです。こんな話から、人は花や植物とは関係なしには暮らせないと思わずにはいられませんでした。人は普段は気がつきませんが、花から生きる力と元気をもらっているのだと思います。今こそ花の力を見直す時ではないでしょうか。

阪神・淡路大震災後の都市をどうつくり、取り戻すか、専門家が知恵を絞り「住みやすい環境都市」をつくり上げようとしてきましたが、本当に「住みやすい環境」をつくってきたのは、そこに移り住んできた人たちだったのではないでしょうか。

庭に花や木を植え、心安らぐ自分たちの町づくり・環境づくりをしてきました。

今、全国から注目を集めている「兵庫・淡路オープンガーデン」は、そんな思いからできてきたオープンガーデンの町です。

「オープンガーデンふかや」では花仲間が集まってにぎやかにテーブルを囲みます

震災で失われてしまった風景を取り戻し、「子供たちに花と緑の故郷を」と願う個人の思いが、小さな庭から始まり隣近所に伝播(でんぱ)し、オープンガーデンという形になってきたものでした。それが美しい町並みになり、二〇〇五年(平成十七年)には国土交通省「第25回緑の都市賞・審査委員長賞」を受賞するまでに育ちました。そんな町に、全国から人が訪れるようになりました。

阪神・淡路大震災はそんなに昔のことではありません。景観は人の手でつくられ、十六年が経ち景観から風景・風土になりつつあります。

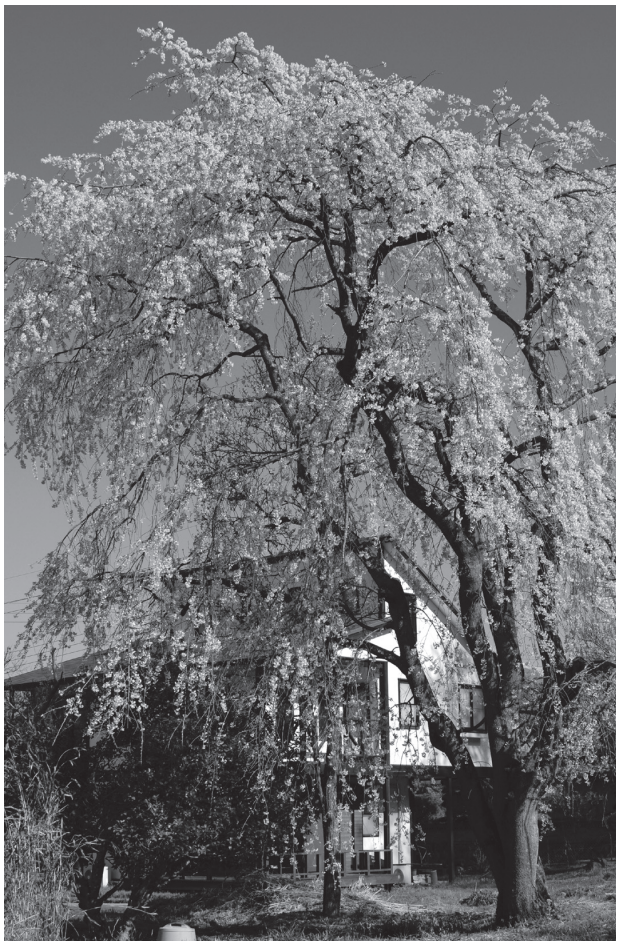
二〇一一年(平成二十三年)三月十一日「東日本大震災」がありました。

人も建物も風景も一遍に地震と津波に消しさらわれてしまいました。日本中がこの状況に大変ショックを受け、「自然との共生」を改めて考えさせられました。自然は時として、人間が想像すらできない力で人々の暮らしを奪っていきます。自然を侮ることなく共生できるよう、知恵を出し合い、暮らしの環境をつくり直していけたらいいと願っています。

造園家の涌井史郎(雅之)先生は「景観十年、風景百年、風土千年」と言います。壊れてしまった自然も、年月をかければ人の手で取り戻すことができます。個人ができる景観づくりは庭から始められます。一人ひとりが庭から、そして周辺の空き地などに目を向けられるようになった時、その地域の風景ができ、全国から花の町に人々が訪れ交流が始まると思います。それが「オープンガーデンの町」の始まりです。そして「どうぞご覧ください」「ありがとう」と言葉を交わすことで、人と人の「出会い」や「輪」が広がります。

人が動けば経済も動きます。花で人を動かすことができます。各地でガーデンフェスティバルが行われるようになれば、南から桜前線が北上するように、「『オープンガーデン前線©』を追いかけて!」国内外の人々が、日本全国を闊歩(かっぽ)するようになるでしょう。

(まつだ　きよえ)



70年前に祖父が植えた桜が、今では村のシンボルになりつつあります

オープンガーデン憲章

オープンガーデンの庭主さんのほとんどが個人の方たちです。
「どうぞご覧ください」「ありがとう」の温かいあいさつを交わし、オープンガーデン憲章を守って「『オープンガーデン前線©』を追いかけて！」楽しい庭巡りの旅を楽しんでください。

◎　オープンガーデン巡りをされる皆さまに

- ○　オープン期間や決められた時間は守りましょう。
- ○　予約が必要なお宅は予約してから行きましょう。
- ○　庭の草花を傷つけたり、花、種などを勝手に持ち帰るのはやめましょう。
- ○　庭を鑑賞する際、ご近所への配慮を忘れないよう心がけましょう。
- ○　持ち込んだゴミは持ち帰りましょう。
- ○　留守中見せていただく時もルールとマナーに気をつけましょう。
- ○　「ここからはご遠慮ください」とあったら入るのはやめましょう。
- ○　庭を見せていただいた後は感謝の気持ちを伝えて帰りましょう。
- ○　「外からどうぞ」と書かれているお宅はチャイムを鳴らさないようにしましょう。

◎　オープンガーデンをしてくださる皆さまに

- ○　あまり無理をしないで長く続けられるよう計画しましょう。
- ○　オープンガーデンをする時にはご近所への配慮を忘れないようにしましょう。
- ○　車で訪問された方々のエンジン音、駐車違反には気をつけましょう。

「元気になる花の種」募集！

皆さまの庭で育った花の種で、東日本の「風景」と「元気」を取り戻すお手伝いをしませんか！
全国の皆さまの気持ちを「花の種」に託して東日本に届けます。

「元気になる花の種」募集形態（※庭で今から採れる球根・種で結構です）

ビニール袋に入れてしっかり封をしてください。

- ●花の名称・花の色・種の蒔き時・花の咲く時期・花の写真（写真があれば一緒に送ってください）
- ●住所・氏名（無記名でも可）・一言メッセージを添えて！

お送りいただきました「花の種」は、届いたお知らせはできませんのでご了承ください。

お問い合わせ・送付先／〒150-0042 東京都渋谷区宇田川町 2-1　渋谷ホームズ 1405
マルモ出版マイガーデンクラブ「元気になる花の種」係　担当：松田清江
TEL03-3496-7046　FAX03-3496-7387
E-mail: hiroko@marumo-p.co.jp　http://www.marumo-p.co.jp

由布院デザインシステム
――「外の力」とのコラボレーションによる観光地の弱み克服

財団法人日本交通公社　旅の図書館 副館長
主任研究員
朝倉　はるみ

大分県の由布院温泉は、「行ってみたい温泉」といったランキングで必ず上位に顔を出す、消費者に人気の高い温泉地で、二〇〇九年度の入込客数は三百万人を超えています。由布院温泉では、新たな魅力創出に向けて、「デザイン」に力を入れた土産品の開発が始まっています。今回は、「デザイン」のレベルアップに向けた、由布院温泉における「外の力」と地元の力のコラボレーション（協働）の経緯と、これまでの成果を紹介します。

観光関係者の「伝統」から見えてきた由布院温泉の〝弱み〟とは

由布院温泉は、昭和四十年代から、百年後を見越してまちづくりを継続しています。きっかけは、当時三十代だった旅館経営者三人がドイツの温泉保養地を視察したことでした。観光地の次世代を担う若者たちが他の観光地を訪れることで非常に多くを学び、由布院温泉の将来像が共通認識としてみんなの心に根付いたのです。

このように、できるだけ多くの観光関係者が「（由布院温泉の）外を見る・外から学ぶ」という伝統は、今も受け継がれています。観光協会や旅館組合といった組織のトップは、仕事柄外出する機会も多いですが、その際にできるだけ若手の観光関係者を同行させるのです。例えば、由布院温泉は（財）日本交通公社が二〇〇八年度から設置している「温泉まちづくり研究会」に参加しています。登録メンバーは由布院観光協会の役員など四人ですが、会議には毎回七～八人が参加します。登録メンバーが、必ず旅館や土産物店の若手を連れてくるのです。若手は旅費を自ら負担することになりますが、他の温泉地との最新情報の交換や人脈形成という、貴重な機会を得ることができるのです。

多くの観光関係者が由布院温泉の「外」を自分の目で見ることによって多くのことを学び、得ることにより、実は由布院温泉の〝強み〟と〝弱み〟が見えてくる、と元由布院温泉観光協会事務局長の米田誠司氏はおっしゃっています。

では、近年、由布院温泉の観光関係者が気づいた〝弱み〟とは何か。その一つが「土産品」だったのです。

由布院温泉の土産物店の数は減ってはいませんが、由布院温泉らしい土産物や地元で生産・製造している土産物が少なく、売り上げもあまり芳しくない、しかし、どう改善していいか誰も分からない、というのが現状でした。

由布院デザインシステム設置までの経緯

由布院温泉の魅力を高めるためにも、また地元への経済波及効果を高めるためにも、由布院温泉の「独自の商品」「良質の商品」「売れる

商品」が必要と観光協会は考え、そこで観光協会が注目したのは「デザイン」でした。さらに、由布院温泉だけの力ではなく「外」の力も導入すべきである、と判断した観光協会は、由布院サステナブルツーリズム協議会（以下、協議会。設置は二〇〇八～二〇〇九年度）と共に、二〇〇八年度「由布院デザインシステム（以下、デザインシステム）の設置に着手します。

以前から由布院温泉と懇意にしていた立命館大学の高田昇教授のお力添えもいただき、二〇〇八～二〇〇九年度の二カ年、国の「地方の元気再生事業」を導入、その取り組みの一環としてデザインシステム設置に向けたデザイナー募集、商品開発、テストマーケティングなどを行いました。この事業の核となるデザイナー募集に際しては、大分・福岡県を中心とする九州在住デザイナーに限定しました。二カ月に一回程度、地元で開催する会議に参加していただくためです。デザイナーの募集は二〇〇八年下期に実施、デザイン分野に偏りがないよう八人を選定し、現在は五人が活動を継続しています（五人のデザイン分野は**表1**参照）。

「YUFUIN PLUS（ユフイン・プラス）」販売まで

二〇〇九年度、まずは観光協会が発注者となる新商品開発に向け、デザイナーたちとの協議が始まりました。当初は、デザイナーたちにコンペを実施し、提出された商品の中から選んで発注するという方法を想定していましたが、デザイナーたちから「土産品のコンセプトから地元の人たちと一緒に考えたい」という提案があり、また観光協会も、由布院温泉を理解しても

YUFUIN PLUS のパンフレット

表１　現在活動中のデザイナーの専門分野

デザイナーA	建築設計、街並みデザイン
デザイナーB	パッケージデザイン、広告デザイン
デザイナーC	プロダクトデザイン、家具デザイン、インテリアデザイン
デザイナーD	アートディレクター、グラフィックデザイン（ポスター、ロゴ、パッケージ、広告等）
デザイナーE	ロゴデザイン、各種印刷物デザイン、webデザイン

表２　YUFUIN PLUS の商品ラインナップ（2011 年４月現在）

手拭い	白地に赤字、黒地に白字の2種類	
タオル	バスタオル	ホワイトとグレーの2色
	フェイスタオル	
	ハンカチタオル	
せっけん	炭+めかぶ	コメ油、ひまし油、アボカド油、オリーブオイル等、ハーブと相性のいいオイルを使って手作り
	オレンジ+シナモン	
	ローズマリー+黒みつ	
	イランイラン+ローズマリー	

らい、なぜこの商品を作りたいのか、という点からデザイナーに伝えないとデザインに「由布院温泉らしさ」が生かされないと認識し、商品化のプロセスを変えたそうです。デザイナーたちと一緒に考えた土産品のコンセプトには、高品質、ナチュラル、エコロジーなどがあり、それらを具現化するものとして日常生活に役立つ土産品、つまり生活雑貨という商品も、彼らとの話し合いの中から絞り込みました。これは、観光協会会員が扱う（製造・販売する）既存の土産品とバッティングしない土産品を開発する、という目的でもありました。

デザイナーたちとの定期的な会議と試作品の製作に一年近くかかり、二〇〇九年末にようやく最初の商品である「手拭い」が完成しました。

「由布院みすと」のパッケージ
（左が以前のもの、右が YUFUIN PLUS のデザイン）

由布院の「由」の字のロゴを使い、由布院温泉から帰った後も由布院温泉を思い出してもらおう、感じてもらおうと、観光協会が制作・販売する商品ブランドは、「YUFUIN PLUS（ユフイン・プラス）」と命名されます。二〇一〇年一月、観光協会がユフイン・プラスの創設をプレス発表すると、商品に関する問い合わせもあり、販売を開始しました。

しかし、発売当初、手拭いの売り上げはあまり芳しくありませんでしたので、観光協会は急ぎパッケージを見直すことにしました。「ユフイン・プラス」というブランド名にちなみ、手拭いをリボンで十文字に縛って発売したところ、売れ始めたのです。土産品は見た目（パッケージ）も大切だということが分かった、と観光協会の方はおっしゃっています。

ホテルの YUFUIN PLUS 売り場
（山のホテル夢想園）

二〇一〇年八月からは、タオル（バスタオル、フェイスタオル、ハンカチタオル）、せっけん（四種類）、Tシャツが、十二軒の土産物店や宿泊施設で販売されています（商品一覧は**表2**参照）。ユフイン・プラスは、「デザイン」だけでなく「高品質」もそのコンセプトとしているため、例えばタオルはデザイナーの提案で日本有数のタオル産地である今治で製造しています。せっけんは若い女性に人気の商品ですが、手作りなので大量生産ができないのが悩みの種だそうです。ユフイン・プラスの販売が本格化した二〇一〇年度の売り上げは二百万円程度と見込まれ、取扱店

タオルも、リボンで十文字に縛るパッケージで販売中

では消費者からの問い合わせも増えています。

二〇一〇年度以降、デザインシステムは観光協会の独自財源で運営されており、ユフイン・プラスの新商品開発や販売方法についての協議が続いています。二〇一一年度には、二〇〇七年から地元で販売している「由布院みすと」も、ユフイン・プラスとして再出発します。

デザインシステムの活用事例

ユフイン・プラスは観光協会と協議会がデザイナーたちと連携して企画・販売している商品ですが、観光協会の個々の会員もデザイナーの力を借りることができます。つまり、土産物店や旅館がそれぞれ独自の土産品を開発する、販売促進のためのパンフレットを作成する、店舗のリニューアルをする、そうした際にデザイナーに相談するところまでは、無料なのです。その後、具体的なビジネスの段階に進めば、各会員とデザイナーの間でデザイン料などの交渉をしてもらうことになります。

デザインシステム活用の一例としては、ある旅館のリニューアルがあります。

この宿は築三十年を経て耐震性の強化が必要であったこと、またかつては合宿や湯治、登山客の利用が中心で、客室が狭いことや洗面所・トイレが付いていない客室があること、騒音など、客室の快適性の面でも今のお客さまニーズにそぐわないということから、二〇一〇年に全面リニューアルに踏み切りました。

これまでは、印刷物は印刷会社に、家具は家具店に、建物は設計士と建築会社に発注していました。ご主人には宿の統一イメージがありましたが、発注先がそれぞれ異なるため実際にはイメージの統一は難しかったそうです。そこで、今回のリニューアルにあたっては、デザインシステムを活用し、ご主人、設計士、建築会社、デザイナーたちとチームを組み、館内・館外のデザインをみんなで話し合って決めたそうです。ご主人の役割は、自身の持つ「宿のイメージ」をチームメンバーに伝えること、そして設計士やデザイナーの提案する複数の候補から選ぶことでした。発注も、デザイナーからそれぞれの業者に行ったそうです。成果に対し、ご主人はイメージ以上の素晴らしいものができ、大変満足しているとのことです。とりわけご主人の満足度が高く、「さすがプロに頼むと違う」と感じたのは、「客室の名前」でした。以前は、由布院温泉周辺にある滝や湖の名称を客室につけていましたが、ご主人がデザイナーに伝えた新しい宿のテーマは「四季の風を感じる宿、さわやか・清潔・明るい宿、風にも色合いがあり由布院の風をイメージできる宿」でした。こうしたご主人の思いをくみ、デザイナーは「日本の伝統色」を客室名にすることを提案（**表3**）、さらにルームキーには各色を塗り込み、廊下の客室案内も客室の色がLEDで浮かび上がるように作られました（**右写真**）。

表３　客室名のリニューアル

旧（由布院温泉周辺の滝や湖の名称）	新（日本の伝統色）	
小田	蘇芳	すおう
山下	櫻	さくら
立石	瑠璃	るり
志高	銀鼠	ぎんねず
乙原	白練	しろねり
龍門	紫苑	しおん
慈恩	檜皮	ひわだ
西椎屋	緑青	ろくしょう
東椎屋	松葉	まつば
Ｂ１	千草	ちぐさ
Ｂ２	山吹	やまぶき
Ｂ３	杜若	かきつばた

宿の廊下の客室案内

宿のお客さま――リピーターもリニューアル後初めていらっしゃる方にも――に新しい客室などは大変好評で、リニューアル後は若い女性やファミリー層が増加傾向にあるそうです。

この旅館以外にも、土産品のパッケージ、看板、土産袋、お客さま用のノベルティー（うちわ、ミニカレンダーなど）をデザインシステムに委託した旅館があるそうです。

由布院温泉全体の「デザイン」レベルアップに向けたデザインシステムのあり方

観光協会の会員には「デザイン」に興味のある人とそうでない人の温度差があり、また「デザイン料」の相場がよく分からないという不安も根強くあります。前述した旅館がリニューアル後、内覧会を地元向けに開催したところ、デザインシステムを活用した「成果」を実際に目にすることができ、デザインシステム活用に関心を持つ観光関係者も増えつつあるようです。個々の会員によるデザインシステムの活用実績はそれほど多くはありませんが、観光協会はデザインシステム活用事例の紹介などを通じて、より多くの会員にデザインシステムを利用してもらうことで由布院温泉全体の土産品などのレベルを上げていきたいと考えています。

由布院温泉のように、土産品のデザインにこだわっている事例としては、四国・高知県の「（株）四万十ドラマ」があります。四万十ドラマは、地場素材を商品化し、地元の道の駅などで販売していますが、商品企画からデザインまでを県内在住の二人のデザイナーに委託しています。一般的には商品が完成してからネーミングやパッケージをデザイナーが考えますが、四万十ドラマでは、デザイナーが商品の素材の栽培場所を見、生産者に会い、商品の味や量、販売場所まで関わります。こうした経緯を経ているからこそ、「地元の思い」がデザイナーの力を借りて商品として結実すると言えます。

由布院温泉も、前述したようにデザイナーと定期的に会議を行っています。これは、デザイナーに「任せっぱなし」にするのではなく、「初めからデザイナーと一緒に考える」ためです。会議を積み上げて土産品などに対する地元の思いをデザイナーに伝え、「由布院温泉らしさ」を具現化していくことが大切なのです。

また、由布院温泉には物産協会があり、会員企業は地場素材の加工による魅力的な土産品の開発を目指しています。土産品の地産地消も、観光地の経済波及効果拡大には不可欠な方法です。

このように、由布院温泉では「デザイン」と「地場素材の活用」という二つの方向から、土産品の魅力アップに取り組んでいます。観光関係者自らが自覚している由布院温泉の〝弱み〟が、「地元の力」「地元の思い」とデザイナーという「外の力」のコラボレーションによってどのように克服されていくか、これからが楽しみです。

（あさくら　はるみ）

デザイナーにより旅館のロゴ（上）やパンフレット（下）もリニューアル（由布院いよとみ）

連載Ⅰ
あの町この町
第43回

水の郷――愛媛県西条市

ドイツ文学者・エッセイスト
池内 紀
（イラスト＝著者）

四国の西条市のＪＲ駅が「伊予西条」と旧国名を頭にいただくのは、瀬戸内海をへだてた山陽本線にすでに西条駅があったからだろう。後発組の小さな駅だが、広々とした構内に一つ珍しいものがある。何本もの線路がのびた片隅にあって、たいていの人は気づかない。たとえ気づいても、古ぼけた、汚ない、えたいの知れぬものと思うだろう。

レンガ造りの太い塔である。丸い塔状をしているが、さほど高くない。上に鉄製の何かがのっていて、先端がニョキリとのびている。相当の年代物らしく、赤レンガが黒ずみ、辺りにモヤがかかっていたりすると、奇妙な獣が触手をのばしてうずくまっているように見える。

鉄道好きのベテランなら、すぐに識別がつく。「給水塔」であって、蒸気機関車が走っていたころは駅の重要な施設だった。蒸気を生み出すためには石炭のほかに大量の水が要る。出発に先立ち、機関車はすべて構内の隅の給水塔の下に待機して、鉄のパイプから落ちてくる水をたらふく飲んでいた。

西条市の人口は十一万あまり。しかし、これは「平成の大合併」で生まれた数であって、その前は約六万だった。東に新居浜市が控えている。住友コンツェルンの城下町新居浜こそ、「東予」とよばれる東伊予地方の中核都市であって、ＪＲ駅もずっと大きい。だが、予讃線ができたとき、とりわけ重要な機関車車庫と給水施設は新居浜ではなく西条に置かれた。なぜか？　ここにはふんだんに水があるからだ。しかも足元から湧いて出て、プールをつくるまでもない。

現在の西条市は「水の都」「水の郷」をキャッチフレーズにしている。利き酒ならぬ利き水の全国的なコンテストで、何度も「日本一おいしい水」の太鼓判をおされた。「うちぬき（打ち抜き）」といって、地面にパイプを打ちこみさえすれば、即座にわが家の井戸ができる。

実物と対面して湧出の勢いに驚いた。給水塔のある駅から歩いてすぐのところ。「観音水」とよばれるうちぬきが、まわりに雄大な水の帯をつくっている。小亭風の汲み所があって、ペットボトルを手にした人がひきもきらずやってくる。なかには大きなビニール袋に何十本も入れてきた人がいて、いろんなラベルつきの容器が、みるまに２リットルボトルにかわっていく。

地図をひろげるとわかるが、西条市の南は巨大な石鎚山系である。最高峰の天狗岳一九八二メートル、西日本で一番高い。東西に無数の峰々がつらなり、途方もない山

塊を水源にする何十もの川がある。西条は市中を加茂川が流れている。川幅はあるが、ふだんは細い糸のように水が少ない。上流の黒瀬ダムにせきとめられているせいだが、いま一つに山から走り下る水の大半が伏流水になっているからである。

市中のうちぬき

観光交流センター発行の「西条水めぐりマップ」を手に歩き出した。「アクアトピア水系」と名づけられた水の道が、ゆるやかなS字形をえがいている。観音水のかたわらには西条市総合文化会館、水舞台のわきに西条市産業情報支援センター、市立図書館、ついで西条市総合福祉センター、水路の向きがかわったところにJA西条の販売部にあたる「ときめき水都市」、濠で囲まれた旧西条藩陣屋跡、それから市役所に至る。水に導かれて市中巡りができるのだ。激しく湧き出ていたのが、流水になり、遊水になり、陣屋跡の堀割りでは青っぽい紙をひろげたような静水としてひろがっている。

市中の観音水とコンビをつくるようにして、加茂川河口に弘法水がある。弘法大師が杖で突くと湧き出てきたというおなじみの伝説があるが、もとよりつくり話であって、弘法大師が行脚をしていたころ、その辺りは一面の海だった。海底にも無数の湧出口があって、そこから真水が湧いている。そのようなところは魚が集まってくるので、西条は古くから漁場にめぐまれてきた。

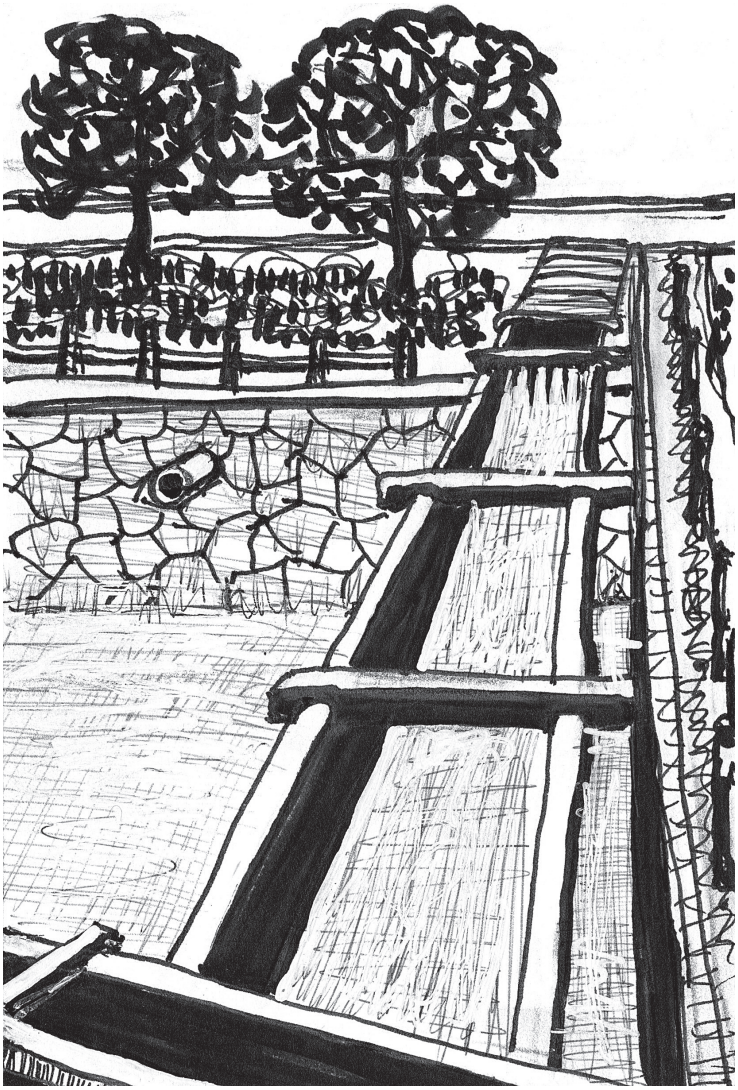
河口部から北に突き出たところに四国電力西条発電所、西条鉄工団地、臨海重工業団地、クラレ西条事業所、アサヒビール四国工場、西条市ひうち球場……。広大な埋め立て地がひろがっており、随所に弘法水と同じ海中よりの湧出があって、それを巧みに取りこんで利用してきた。これほど水という一大資源にめぐまれた町は全国でも珍しい。西条市の水道普及率50％の理由もわかる。水道代など払わなくても、わが家のうちぬきからあふれ出る石鎚さまの贈り物で暮らしていける。

それほど自然資源にめぐまれた町なのに、商店街のさびれようはどうだろう。アクアトピア水系と平行して市役所の東かたからJR駅に向けて商店街アーケードがのびているが、おおかたがシャッターで閉ざされている。まるで水のない水路のようだ。

「閉店セール」「閉店のお知らせ」「移転します」「閉店しました」「閉店させていただきます」……。平成二十年代はじめの日付が多いのは、それまで歯をくいしばって持ちこたえてきた店が、堰を切ったように閉じていったのだろう。進むにつれてアーケードのスタイルがかわるのは、紺屋町、銀座街、栄町など町ごとに商店の組織がちがっていることによる。商店街のほぼまん中を占めていたスーパーの閉店が、さびれぐあいに拍車をかけた。世におなじみの中心街の空洞化が水の郷でも起こり、もはや極限にちかいような風景をつくっている。

町の人々はいろいろ手を打ってきた。「つどいの広場」、商店街立ち上げの「紺屋町マート」、「銀ぶらホッと」、シャッターの前のベンチと意見箱、「うちぬき寄席」……。西条商店街まちづくり協議会と西条市商工労務課が中心になってはじめた春の「産業文化フェスティバル」は今年（二〇一一年）が第十一回目。その日は市中をシャトルバスが走り、商店街各所でふるさと自慢フェア、たべもの広場、フリーマーケット、ダンスパフォーマンスなどが催される。スローガンが「西条のものづくり、人づくり、街づくり再発見！」。

閉店のお知らせの貼り紙は、おおかたが手書きで、ペンや毛筆が使われている。どれといわず達筆で、開店以来の恩顧に感謝し、閉じることの詫びを述べている。その書き方、文面からも察しがつくのだが、中高年の店主は、徐々に客足が遠のいていくなかで腹をきめたのだ。この稼業も自分の代かぎり。とても息子や娘に継がせられない。となると現状維持が精一杯で、新しく資金をかけて装いをこらすなど論外である。そんな雰囲気のなかで、市中きっての繁華を誇ったところが、急速にうらさびしい通

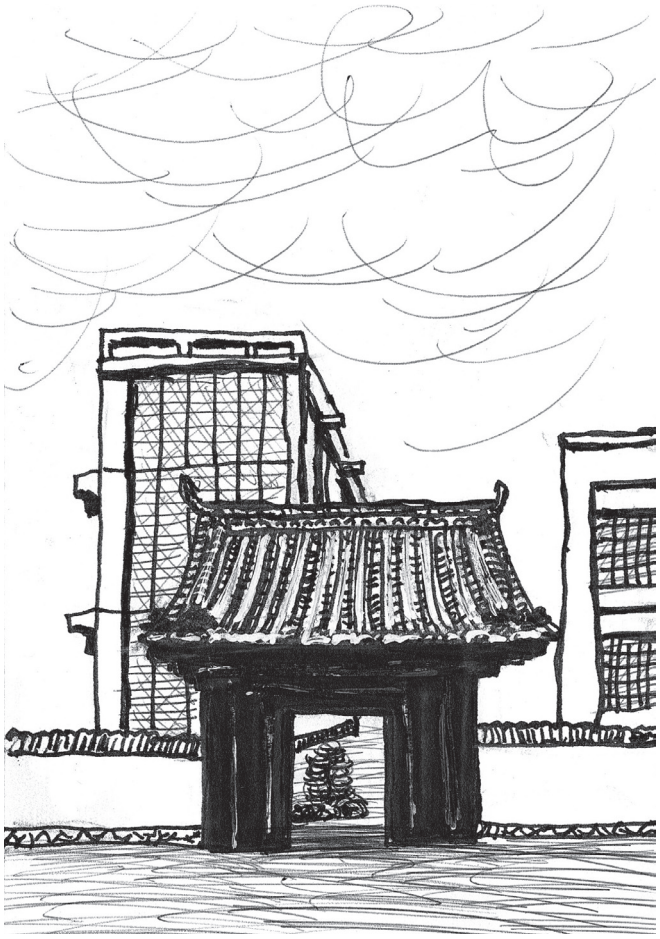


掛樋（水の向きを変える）

り抜けに変貌した。

陰気なアーケードを取り払って、大きな駐車場と広場を設け、長細い全域を遊歩道つきの明るい街として再生させる。青写真は何度もつくられたにちがいない。町会の寄り合いの案、青年会議所の提言、商工課の再生プラン、市が依託した都市プランナーの設計図。どれも実行に至らないまま日がたった。

商店街のさびれぐあいに対して、新しく誕生した施設は豪華である。図書館、文化会館、福祉センターは、どれといわず並外れて大きい。「総合」とそえてあるものは、ほかの役割も兼ねていて、そのせいで大きくなったのか。それとも大きくするために兼任を申しつけたのか。いずれにせよガラスの多い設計で、メンテナンスはもとより冷房その他、維持費が大変だろうと、ひとごとながら心配になる。市中の空洞化の一方で、ハコモノ行政の進行したことがうかがわれる。一応の結着を見たこれからが正念場というものだ。



旧西条藩陣屋跡大手門

旧西条藩陣屋跡は西条高校になっている。とびきりめぐまれたキャンパスだろう。まわりに立派な壕をもち、正面にはかつての陣屋大手門をいただいている。旧制中学の由緒をもつ名門校の生徒は、六葉葵(あおい)のレリーフつき鬼瓦を見上げながら、雄大な木づくりの大門をくぐって登校する。

たとえば町の高校生に「街づくり再発見」のプランをつくってもらったらどうだろう？　行政や年輩組の発想は、どうしても旧来のワクから抜け出せない。せいぜいがあれこれ組み合わせて新味を装うぐらいである。一見のところはとっ拍子もない若い人の意見こそ、大胆な変革には必要なのではあるまいか。

水の郷には「お宝」が関連なく散らばっている。駅前には当地出身の元国鉄総裁で、新幹線の生みの親といわれる十河信二にちなむ記念館、鉄道歴史パーク、数十のだんじりが出る西条まつりの出し物ホール、旧陣屋跡に居候したような民芸館と博物館、市中の要所にあるうちぬき広場。よく見ると、アーケード街には風雅な老舗やモダンな木造西洋館がひっそりとのこされている。水にまつわることわざに「魚の目に水見え

ず、人の目に空見えず」があるが、人間はえてして日常的にかかわりの深いものの値打ちに気づかない。一日かぎりのイベントをあてにしないで、常識に染まっていない若い世代に夢のようなプランづくりをしてもらって、関連なく散らばったお宝の甦りをはかってみるのはどうだろう？

大合併以前の西条市は北は瀬戸内海、南は石鎚山系にとどく南北に長い町だった。二〇〇四年に西の東予市、丹原町、小松町と合併して、東西に長い町になった。そのため旧市の南端部に目がとどかなくなったかもしれないが、そこにもみごとな宝物がある。千町（せんじょう）といって、古くからの棚田の地域である。そのスケール、整然と維持されている石垣、耕作地として生きている現況、いずれも全国的にみて五指に入るのではあるまいか。

タクシーの運転手に「せんじょう」というと、いぶかしげな顔をされた。棚田を見たいとつけ加えると、やっと納得して走り出した。それから「よくごぞんじですね」とほめられた。このごろは地元でも「せんまち」と読みちがえたりするそうだ。

市中を出て加茂川の土堤を南に進むと、やがて左右の山が迫ってきた。国道をそれ、山あいに入っていく。さらにまた道が分かれ、林道のように細くなり、車一台がやっとの一本道で、ところどころのふくらみですれちがう。杉の大木が頭上を覆っていて、昼でも薄暗い。たまに明るくなると、見わたすかぎり山また山。しかも傾斜が急で、並び立つ稜線が垂直にちかいのだ。こんな山中に、はたして田畑や村がひらけているのか？

「どこに行きますか？」

千町は地域名で、六つばかりの字（あざ）に分かれている。見当がつかないので、とにかく一番上まで行って、それから下ってくることにした。山の腹をへつった道が大きく蛇行するごとに高度が上がっていく。かなりたったころ「あっ」と思わず声を出した。一瞬、写真で見たことのあるインカの遺跡を連想した。積み上げた石垣が段差をつくり、どこまでもせり上がっている。下にも石組のワッカでとめたような不定形の段差が、はてしなくつづいている。

晩茶、土居、岡、御代地、宮首、中谷、中屋。字の境はよそ者にはわからない。どんづまりの奥一帯は藤之石とよばれ、笹ケ峰から寒風山につづく山の背にあたる。黒代という地名もあるから、黒い石が豊富にあるのだろう。

なだれ落ちるように急な斜面だが、それ自体は大きな平面として南に向いており、水さえあれば黒石を積んで田畑にできる。いつのころか、そんな地形に気づいた人がいた。そして水ならふんだんにあるのだ。石鎚山系の水は、ここでは伏流水ではなく、斜面を水の帯になって走り下っている。かつてはただ水音だけが轟々とひびいていたにちがいない。

ひらべたいS字の道が何十回もうねりをくり返して傾斜を上下していく。一番上に上がると全部が見はるかせると思ったのは早トチリで、全貌を知るには鳥になって上空からながめるしかない。棚田のただ中に入ると、石垣の迷路にいるようなもの。

上下のまん中あたりに神社や寺があって、最初にひらかれたところではあるまいか。民家の点在ぐあいに特徴がある。一定のエリア内に一軒ずつで、隣り合うことがない。厳しい風土であれば、一エリアは一家族にかぎられ、くっつき合うと共倒れになる。家を継ぐ者のほかは出て行くか、新しく棚田をひらいて分家する。そのようにして字がふえていったものと思われる。

棚田は水の配分が難しいし、水利技術のほかに石積みの技術も必要だ。誰もが自分で修得して石を積み、崩れると自分で補修

千町の棚田

をした。大きく崩れると地域総出でことにあたった。そんなとき親方役で指導した人がいたのだろう、あちこちに補修記念や個人名を刻んだ碑が立っている。

一定のエリア内に田、畑、果樹園、花畑、農作業の用地が、高低を利用してとのえてある。インカの遺跡を連想したのは、時期がまだ田植え前のことで、田畑が赤茶けていたせいだ。田植えが終わり、初夏を迎えると、どこまでも緑がかさなり合っているに相違ない。

巨大な斜めの平面のまん中を斧でたち割ったように水の道がある。現在はおおかたがコンクリートの水路だが、ところどころに開口部が設けてあって、水煙と水しぶきが上がっている。水流の勢いからして、新幹線並みの超スピードで水が移動していく。その水をとどめ、無数の段になって左右につらなる田にほどよく行きわたらせるのは、魔法のワザにもひとしい高度な技術と思うのだが、日本人は経験を通してそれを身につけ、きちんと暮らしに応用してきた。

どこかで耕耘機のモーターの音がひびいていた。草取り、肥料づくり、石組補修。作業服の人は顔が合うと呟くように挨拶をして、仕事の手はやすめない。大木の洞を利用した祠が、そんな人々を見守っている。

観光バスがのぼっていく棚田もあるが、西条市の千町棚田はしっかり根づいた暮らしの場であって、観光振興課の「城下と水めぐりの旅」のどのコースにも入っていない。そもそも東西にひろがったので南北軸の南部分が入りきらず、町の地図には千町は切り捨てられている。だがこれは大いに誇っていい遺産なのだ。暴力的なまでに強烈な水流を、もののみごとに生活の手段にかえてきた。水の郷のへその緒が、ふりそそぐ太陽の下、ひっそりと山深くに眠っている。

（いけうち　おさむ）

連載Ⅱ
ホスピタリティーの
手触り64

大震災とホスピタリティー

旅行作家
山口 由美

原発事故の対応で危機に立たされる観光業界

千年に一度、ともいわれる大地震と大津波の被害は想像を超えるもので、私たちは、自然の威力を前に、人はいかに無力であるかを思い知らされた。

だが、私たちを覆う暗い雲がいつまでも晴れないのは、原発事故という、その後の人災によるところが大きいのではないか。そして、人災の傷をさらに深くしているのが、東京電力と政府の対応である。

事故処理の具体的な対応の良しあしは素人には判断できない。だが、何かと気になったのが、およそホスピタリティーの感じられない東京電力の広報体制だった。

唐突な計画停電の発表。いきなり電車も止めて、通勤の足を混乱させ、被災地も停電させる配慮のなさ。節電のお願いのメッセージに原発事故の謝罪を欠くバランス感覚。福島の原発周辺の地域に避難指示が出された時も、政府はもとより、東京電力は、なぜ避難者に対して何もしないのかと、いぶかしく思っていた。後日、ようやく謝罪に訪れた東電社長が、遅きに失したと非難されたのも当然だろう。

海外のメディアは、当初、大災害のなかでも、思いやりと助け合い、感謝の心を忘れない、美しい日本人の姿を絶賛した。日本のために祈ろう、日本を助けよう、と声が上がった。ところが、原発事故をめぐる後手後手の対応と、情報を適切に開示しない姿勢に、日本に対する視線は、やがて冷ややかになった。そして、人々はいぶかしく思う。日本人は、気配りと配慮をする国民なのに、なぜ世界に対する配慮がないのかと。

事前に何の説明もなく、放射能汚染水を海に流した時など、地元自治体、漁業関係者はもとより、海外からも大きな批判を浴びた。憧れの象徴であった「築地」の「寿司」が、再びブランド力を取り戻すまでに、これからどれほどの年月が必要か。

大震災に遭って、ホスピタリティーとは何かを改めて考えさせられている。

自治体の対応にも、ホスピタリティーの感性のあるなしは、特に初動に表れた。

例えば、避難者受け入れのためにバスを仕立てて福島まで迎えに行った自治体もあれば、市営住宅の受け入れにあたって、布団一枚も用意しなかった自治体もあった。非常時だからこそ、ちょっとした心配りの有無に、人の心は潤され、また傷つけられる。

ホスピタリティーとは、ある種の想像力ではないかと思う。それをすることで、あ

るいはその言葉を発することで、相手がどのような気持ちになるか、喜ぶのか、悲しむのか。今、何をするのが、相手を安心させるのか、あるいは不安にさせるのか。相手の立場に立って、心内を推し量る感覚の鋭さが、かゆい所に手の届く、温かなホスピタリティーを生むのではないか。

ミクロネシア連邦、チューク州（旧トラック諸島）の子供たちが、日本にくれたメッセージ

ホスピタリティーとは、おもてなしやサービス業においてのみ、必要なものではない。企業や国、自治体、あらゆるジャンルの人たちが、外部と接点を持つ時にどれだけ想像力を働かせることができるかという、心のありようなのである。

そのホスピタリティーの欠如によって、今、日本のホスピタリティー産業は、危機に立たされている。

震災直後、たまたま旅したのが、ミクロネシア連邦、グアムの先に連なる旧日本領の南の島々だった。

太平洋戦争では戦場となった所も多い。島々を旅することは、すなわち戦争を旅することでもあり、自然と太平洋戦争の歴史をひもとくことになった。

日本では、原発事故のニュースが連日、報じられていた。太平洋を隔てた島にいて戦争の歴史を読んでいると、当時の戦況と今の日本がどうにも重なって見えた。

ミッドウェー海戦の敗北後、太平洋の島々で敗北を重ねていった日本。それでも大本営は、軍艦マーチを高らかに鳴らしながら、虚偽の勝利を報じていた。大丈夫、安全です、と言い続けた結果のレベル7のように。

一人ひとりの国民には、細やかなホスピタリティーがありながら、非常時になると、現実から目を背け、想像力を欠くのが、この国のありようなのだろうか。そうであれば、あまりに悲しい。

震災後、観光業はどこも大きな打撃を受けているが、特に海外からのインバウンドは、先の見えない状況にある。これまで積み重ねてきた信用とイメージを一瞬にして失ってしまった感さえある。

情報を閉ざすことで失った信用は、情報の発信で取り戻すしかない。

ミクロネシアの島でも、こちらが日本人と分かると話題は大震災だった。電気もいきわたらない島の人たちが、道端で日本のための募金をしていた。そして、津波は、日本列島のすべてを破壊したと多くの人が信じていた。

「東京は大丈夫よ」

そう答えると、ほっと安心したような笑顔を返してくる。

美しい日本は健在だと、世界に向けて発信していくことから、観光の復興を始めたい。

（やまぐち　ゆみ）

旅の図書館

新着図書紹介

「観光立国」という旗印の下に全国で観光を通じた地域振興の動きが進められるなか、各地で共通した課題として関係者の頭を悩ませているのが二次交通の問題だ。

空港や鉄道の主要駅などから、いわゆる観光地へ移動する手段として、地方の公共交通網は必ずしも旅行者のニーズに合うものではなく、利便性も十分ではないケースが少なくない。

しかし、『**路線バス 終点の情景**』（**加藤佳一著、クラッセブックス**）は、そうした時代の変化のなかで、逆に、路線バスが移動手段という本来の役割だけにとどまらず、地域の人々の生活や温もりを感じることのできる新たな観光資源としても、大きな可能性を秘めているのではないかと気づかせてくれる。

著者が二十五年間にわたって訪れた路線バスの終点は、北海道の厚岸町から沖縄県の西表島まで六十五カ所を数える。本書をまとめるにあたり、過去の写真やメモを整理しながら、「運転士のみなさんや乗客たちの言葉、終点の景観と音と香り、資料を求めて訪ねた役場や図書館、そして宿で迎えてくれた料理といで湯……」を懐かしむ著者は、レールの上からは決して見えなかった町のディテールに出会えた喜びをかみしめる。

その思いは、「観光立国」の時代を迎えた現在も、〝旅のロマン〟の原点そのものとも言えそうだ。

A5判　144ページ
定価　1,680円
クラッセブックス

「昭和の旅名人・ベスト10」などというランキングがあるとすれば、間違いなく、その中に名前を連ねるであろう〝フーテンの寅さん〟こと車寅次郎は、こんな名言を残している。

「旅というものはな、行き先を決めてから出かけるもんじゃねぇんだよ……」（シリーズ第四十六作「男はつらいよ 寅次郎の縁談」）

就職試験にことごとく失敗した寅さんの甥の満男が、逃げるように東京を飛び出し、高松行きのブルートレインに乗り込んでたどり着いた先が、瀬戸内海に浮かぶ琴島（という架空の島）。

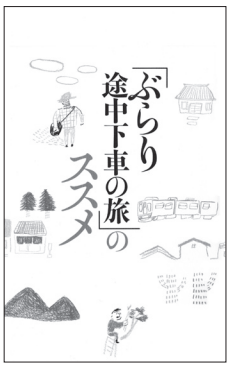
寅さんは冒頭の名言に続けて、「汽車の窓からのんびり外を見ている。おだやかな瀬戸内海、緑の島。あゝ、行ってみたいな。傷ついた満男は、ふらり、駅を降りる」と推断して見せる。

「ぶらり途中下車の旅」は十五年以上にわたってスタイルをほとんど変えずに続いてきた長寿番組だ。路線別の登場回数では、山手線、中央線、小田急線、京王線、総武線、京王井の頭線、京急線、京成線、東急東横線、都電荒川線までがベスト10を占めている。いずれも東京の都心部を走る鉄道で、都民はもちろん、23区の会社へ通う首都圏の人たちにはおなじみの通勤路線ばかりである。

これまでに放送された番組をじっくりと研究した本書『**「ぶらり途中下車の旅」のススメ**』（**日本テレビ放送網**）は、「ぶらり旅の達人になれる10の法則」を導き出す。東京近辺の路線を事例としているが、この法則は「どの地域にも有効」となるはずだ。

前書きにもある通り、「旅の楽しさは、自分で発見するもの」。よく知っているはずの通勤や通学に利用している路線でも、「ぶらり旅」を楽しめそうな気にしてくれる本だ。

（挑全）



188×128mm　204ページ
定価　1,200円
日本テレビ放送網

財団法人　日本交通公社　出版物のご案内

■旅行者動向 別冊
～旅行者の行動と意識の変化　1999～2008

旅行者の動きを全国規模の独自アンケートからまとめ毎年発行している『旅行者動向』をもとに、十年間の変化を改めて分析・整理したもの。十年間を通してみることで、旅行マーケットの中長期的なトレンドが浮き彫りに。

二〇一〇年三月発行。

■旅行者動向2010　最新刊

国内・海外旅行者の意識と行動について毎年実施している当財団独自調査の分析結果をビジュアルに解説。

二〇一〇年十月発行。

■旅行年報2010　最新刊

直近一年間の旅行・観光市場にまつわるあらゆる出来事について、数多くのデータ・資料をもとに分析。日本人の国内・海外旅行、外国人の訪日旅行、観光産業、国内観光地、観光政策など、さまざまな角度から旅行・観光市場の現状を一望できる一冊。二〇一〇年九月発行。

■観光実践講座講義録　最新刊
街を活かす　街を楽しむ

毎年十一月に実施している二日間の講座講義録。平成二十二年度の講師は、㈲京都サイクリングツアープロジェクト代表取締役／NPO法人自転車活用推進研究会理事・多賀一雄氏、千葉県香取市市民環境部市民活動推進課課長・椎名喜予氏、三重県政策部理事／「美し国おこし・三重」実行委員会事務局長・藤本和弘氏、岐阜県高山市商工観光部参事・片岡吉則氏、マルティスープ㈱代表取締役・那須俊宗氏、静岡県富士宮市総合調整室(兼)フードバレー推進室室長・渡辺孝秀氏。

二〇一一年三月発行。

※当財団出版物のご注文はホームページからお願いします。
担当：財団法人日本交通公社 観光文化事業部
電話 03・5208・4704 http://www.jtb.or.jp

次号予告

●東日本大震災の復興プランでは、防災対策を軸に、地域に暮らしてきた方の希望や景観を大切にした新たなまちづくりが求められています。次号特集は、「今後のまちづくりとツーリズム再生のカギ」をテーマに、都市づくりの研究者や専門家からの提言を紹介します。

研究調査だより

●ソーシャルメディアの観光への活用を考えている。昨年十二月には「バーチャルな携帯ゲームが実際の旅行を生み出す?」をテーマにシンポジウムを開催した。

●旅行意欲が低下していると言われる若者が、ゲームのために、なんとバスの団体旅行で日本各地を訪ねていた。これは特殊なゲームファンによるニッチな旅行マーケットのことだと思っていたが、研究すればするほど、現代社会を映す深い意味に気づかされる。

●バーチャルとリアルはもはや対立する概念ではなく、互いの魅力を生かし合って融合し、お出かけの新しい理由になっている。軽やかに双方を行き来する若者では当たり前だが、古い頭には見えなかっただけ。

●こんなことを考えながら訪れた鳥取県境港市では、ゲームとはまた少し異なるバーチャルとリアルの見事な融合を見た。水木しげる氏の描くゲゲゲの鬼太郎や妖怪たちが、ブロンズ像だけでなく、町の至る所から姿を現しそうな気配を感じる。実際のレトロな町並みが抵抗感なくバーチャル世界へと誘い、妖怪世界を信じる遊び心がリアルの町並みを魅力的に変えて見せる。

●六月の「観光基礎講座」では、境港市を中国地方有数の観光地へと育てた境港市観光協会会長の桝田知身さんから、アニメを生かしたまちづくりをじっくり伺い、バーチャル世界との付き合い方を学びたい。詳しくは当財団ホームページへ。

（久保田）

編集後記

◆今号より担当する片桐美徳と申します。三月十一日の東日本大震災で被災された方々に心よりお見舞い申し上げます。合掌。

◆私たちには、日頃、隣近所との付き合いはあるでしょうか。昨今は十二月が近づくと自宅と家周りをイルミネーションで飾ることがはやっています。家々が競うようにして飾り付けした住宅街の一角を遠くから見学に訪れる人もいるくらいです。

◆イギリスのコモンガーデンは、邸宅や城の整備された庭を一般開放して市民に楽しんでもらい、入場料を寄付しています。アメリカやカナダのグリーンコミュニティーでは、垣根のない開かれた庭でコミュニティーの人々が交流し、親交を深めることを望む人々が増えているようです。

◆本号では日本におけるオープンガーデンを特集し、その魅力やまちづくりにおける可能性などについて、海外事例、埼玉県深谷市と北海道恵庭市恵み野、そして全国での活動例などを紹介しました。丹精込めて自宅の庭木、花々を育てて、人々に開放して楽しんでもらい、コミュニケーションをとりやすい環境、まちづくりにもつながっています。桜前線北上に伴い、花が人と人とをつなぐきっかけになり、会話を、人の輪を生み出していた場面に深く感動します。

（片桐）

観光文化　第 207号

第 35 巻 3 号通巻第 207 号

発行日 2011 年 5 月 20 日

●

発行所：財団法人　日本交通公社
東京都千代田区丸の内 1-8-2
第一鉄鋼ビル
〒 100-0005　☎ 03-5208-4701
http://www.jtb.or.jp

編集室：東京都千代田区丸の内 1-8-2
第一鉄鋼ビル　観光文化事業部内
〒 100-0005　☎ 03-5208-4729
http://www.jtb.or.jp/library/

編集人：片桐美徳

発行人：新倉武一

●

印刷所：ＪＴＢ印刷株式会社

禁無断転載

ＩＳＳＮ　０３８５－５５５４