



NO. 13 1995. 1

(株)九州地域計画研究所

謹賀新年



対馬・厳原町の町章をつけたこの物体は
いったい何?……答えは9頁

も く じ

〈NETWORK・ネットワーク〉

2. 足袋からゴム産業への転換 ～事例研究・地方産業はどう形成されてきたか
7. 「よかネット」への御意見をいただきました
8. やぶにらみ九州論8 社会のトレンドをどう判断し新産業開発のコンセプトをどう見るか
13. 情報化になりきれない日本社会 ～地方シンクタンク協議会ブロック交流会
14. 住んでみて感じた日本と中国の文化 ～地域ゼミ

〈見・聞・食〉

15. 何かが違う恵比寿ガーデンプレイス
16. 自販機とパチンコ…
17. 在宅サービスセンター・シルバーハウジング視察

〈近 況〉

19. 近くて遠い中国
20. 食場日誌
21. 私の近況

〈本・BOOKS〉

22. TDL大成功の真相 ダグラス・リップ著
23. われら、創造の世界へ 飯沼和正著

事例研究・地方産業はどう形成されてきたか

足袋からゴム産業への転換

〈九州のクロスポイント久留米〉

福岡県久留米市は、九州のクロスポイントであり、九州縦貫自動車道、九州横断自動車道の交差する地域に位置する。筑後川の中流域にあり、九州の米どころである筑後平野の中央部にあたる肥沃な大地に恵まれている。しかし、江戸時代の久留米藩（21万石）は、この筑後川の水害、災害により藩財政は苦しく、商品作物の生産が奨励された。酒、木ろう、油などの農家による副業的な商品作物の産地としても有名であり、久留米、八女、朝倉などの産地から、九州各地にこれらの地元産品が行商によって流通していた。

この久留米商人の根拠地である久留米市の人口は、大正9年の第1回国勢調査の時は、43千人であったが、20年後の昭和15年89千人、さらに昭和35年155千人、昭和55年217千人と増加し続け、平成2年現在228千人となっている。この人口増加の要因としては、いろいろあげられるが、大正から昭和にかけて地域の基幹産業となったゴム製品製造業は、この久留米発展に大きく貢献していると思われ、本稿では、この時代の久留米の産業の発展を支えたブリヂストンの発展をまとめたものである。

〈志まや足袋の誕生〉

久留米餅は、全国的にも有名であり、昭和51年に国の伝統的工芸品に選定され、これを機に地場産業振興センターの設置も行われている。

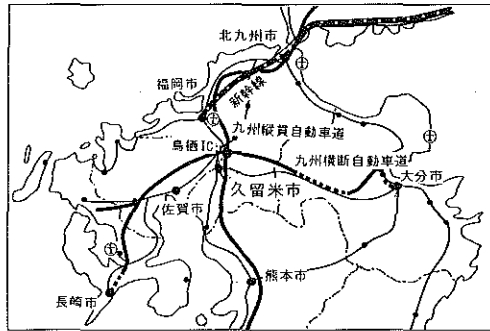
最盛期の大正末期～昭和初期には従業者数は4～5万人いたとも言われ、伊予や備後と並ぶ3大餅の生産

地であった。しかし、戦後の最盛期昭和35年頃を境にして、急速に生産が減少していったのは、国民の生活スタイルの変化に伴う需要の激減によるもので、今はその存続も危ぶまれており、いわゆる伝統工芸品としての位置に甘んじるしかないようにも見える。この餅の一大産地であったことにより、この地域には綿問屋、仕立物屋などの織物に関する産業の集積が生まれ、農家の副業としての家内生産体制だけでなく、全国への販売システム「行商」など、久留米商人の活躍の場を生み出していった。

明治39年（1906）に、仕立物屋を兄と共に継いだ石橋正二郎氏は、当時の生活スタイルの変化を予想して和服に必要な「足袋」を家業の専業として、その他の仕立品を止めるという転換をしている。これと同時に、徒弟制度が主流であった商売のやり方を、奉公制から給料制へ、さらに、長時間労働の時間短縮化などの合理化を進め、家内生産から工場生産体制への転換も行っている。さらに製品の店頭販売から、特定小売り店への卸し売り外交方式、新しい「行商」方式を行い、これによって、家業を継いだ当初の9万足だった販売高を3年後には23万足にまで伸ばし、生産と販売の両方において独自のアイデアを実行している。その結果、先発の足袋屋であった久留米の「つちや足袋」や関西の「福助足袋」などの持っていたテリトリーに「志まや足袋」を喰いこませることに成功した。

〈サイズに関係ない均一価格〉

日常、目の前にする体験を事業に役に立つアイデ



アへ生かすことは、常に創造的な思考を維持することにおいても重要であり、既成事実を改めるという姿勢は、新たな発想の源でもあり、石橋氏は常にこの姿勢で臨んでいる。東京で繁盛していた価格均一店や市電の五銭均一に目をつけ、足袋の価格を均一にするというアイデアを実行し、大正3年(1913)の均一価格の売り出しによって、200万足を販売している。その結果、傍観していた「日の本足袋」「福助足袋」などの大手もこの均一制に最後には追随している。

この後、大量生産のため、新しい工場を建設、大正7年(1917)に完成し、同時に「日本足袋株式会社」を設立、足袋界の四天王として、業界第1位となった。大正8年(1918)400万足の生産は、従業員1,000名で行われており、明治41年(1908)に工場生産を始めた時の従業員30名から実に30倍以上の規模となっている。

〈地下足袋生産へ〉

しかし、第一次大戦後の不況により、大正9年(1919)には、300万足の販売量に激減し、これを打開するための新商品として、地下足袋への生産転換を試みている。

「地下足袋」という名称は石橋兄弟の使った固有名詞だったそうだが、すでに明治35年頃から関西方面

では、地下足袋に類似したもの、ゴム底を足袋に縫いつける方法で足袋が販売されていた。しかし、あまり長持ちもせず、評判も良くなかったため、独自のアイデアを生み出す必要に迫られ、ゴム底の離れない方法を研究し始めている。この時は、大阪工業試験所のゴム技術者をスカウトし、研究の結果大正11年(1921)に製造手法は完成し、生産に着手している。当初あまり売れなかったが、大正12年(1922)の関東大震災の復興により、安全で活動しやすい地下足袋の需要が急増し、150万足の販売を実現している。その後、製造工場の火災などの紆余曲折を経て、昭和2年(1927)1,000万足、7年(1932)1,500万足と増大し、3,000万足に到達している。

〈地下足袋からゴム靴へ〉

日本で最初にゴム靴がつくられたのは大正7年(1917)、神戸と言われ、最初は総ゴム靴であった。石橋氏は地下足袋の生産を始めた頃から、日本人の生活様式が和服から活動的な洋服へ転換すると予見して、昭和3年(1928)に福岡市に工場を建てている。一般大衆の人気を博したこの「アサヒ靴」は世界中のマーケットに輸出され、原料のゴム、綿花を輸入し、代金を輸出でカバーするという国際収支の改善にも貢献したと言われる。当時年に1,000万足を輸出するメーカーに成長している。

このゴム製品の生産に貢献したと思われるのが、第1次大戦後に中国から捕虜として連れて来られたドイツ人技術者であり、大正8、9年頃に1人が雇われ、さらに大正12年に雇われたドイツ技術者が、タイヤの創製に参画している。

(※日本に連行されたドイツ人捕虜については、直木賞授賞「二つの山河」中村彰彦著の中でも述べられているように、技術導入に果たした役割は大

きかったようである)。

この頃、「日本足袋会社」は全国に代理店、専売店を持ち、「アサヒ専売店」としてのされたホーロー看板が掲げられ、全国に6万店が存在していたと言われる。

〈地下足袋からゴム靴へ、そしてタイヤ生産〉

明治33年に日本に初めて自動車が出現して以来、大正、昭和を経て順調に増加していたが、国内産の自動車は数百台しかなく、当然のことながらタイヤもすべて外国品であった。そのため、英国ダンロップは神戸において国内製造、さらにグッドリッチと提携したヨコハマゴムは、ヨコハマタイヤの生産に着手している。すでに、アメリカでは自動車生産は1920年頃には500万台に及び、タイヤは年間8,000万本以上つくられていたと言う。国際収支の健全化をめざす石橋氏は、ゴム靴生産と同時に、この事業への取り組みをはじめ、事業化をめざしている。当時の国内の車の普及台数は自家用車44千台、トラック28千台、計72千台といわれ、ほとんど輸入車である。

タイヤ製造に際しては、当時ゴム研究の権威であった九州大学の君島博士に相談を行い、多額の研究開発投資を決断している。ここで、社名として「ブリヂストン」が登場するが、当初はブリヂストーンであった。この後、昭和5年(1930)第1号タイヤの試作に成功している。

日本足袋会社のタイヤ部として始まったタイヤ生産は、昭和6年(1931)に「ブリヂストンタイヤ株式会社」が設立され、大戦中の「日本タイヤ(株)」と名称変更の後、昭和26年(1951)に現在の「ブリヂストンタイヤ(株)」となった。昭和7年(1932)に商工省優良国産品の認定、日本フォード自動車会社への納入適格品の認定を受け、この後のタイヤ生産に

弾みがつくことになる。

〈本社機構の東京進出〉

昭和12年(1937)ブリヂストン(株)は、久留米市から東京へ本社機構を移転し、国際市場への進出、地方企業のイメージ脱却を試みている。

戦前、石橋氏の起こした会社のグループは全従業員23,000人、そのうち久留米市には2,500人の従業員が働き、名実ともに久留米で育てられた産業として発展している。しかし、現在ブリヂストンの久留米工場は従業員2,000名弱となり、工場は甘木、鳥栖など周辺地域にも展開している。

〈生産技術のストックから新たな製品への展開〉

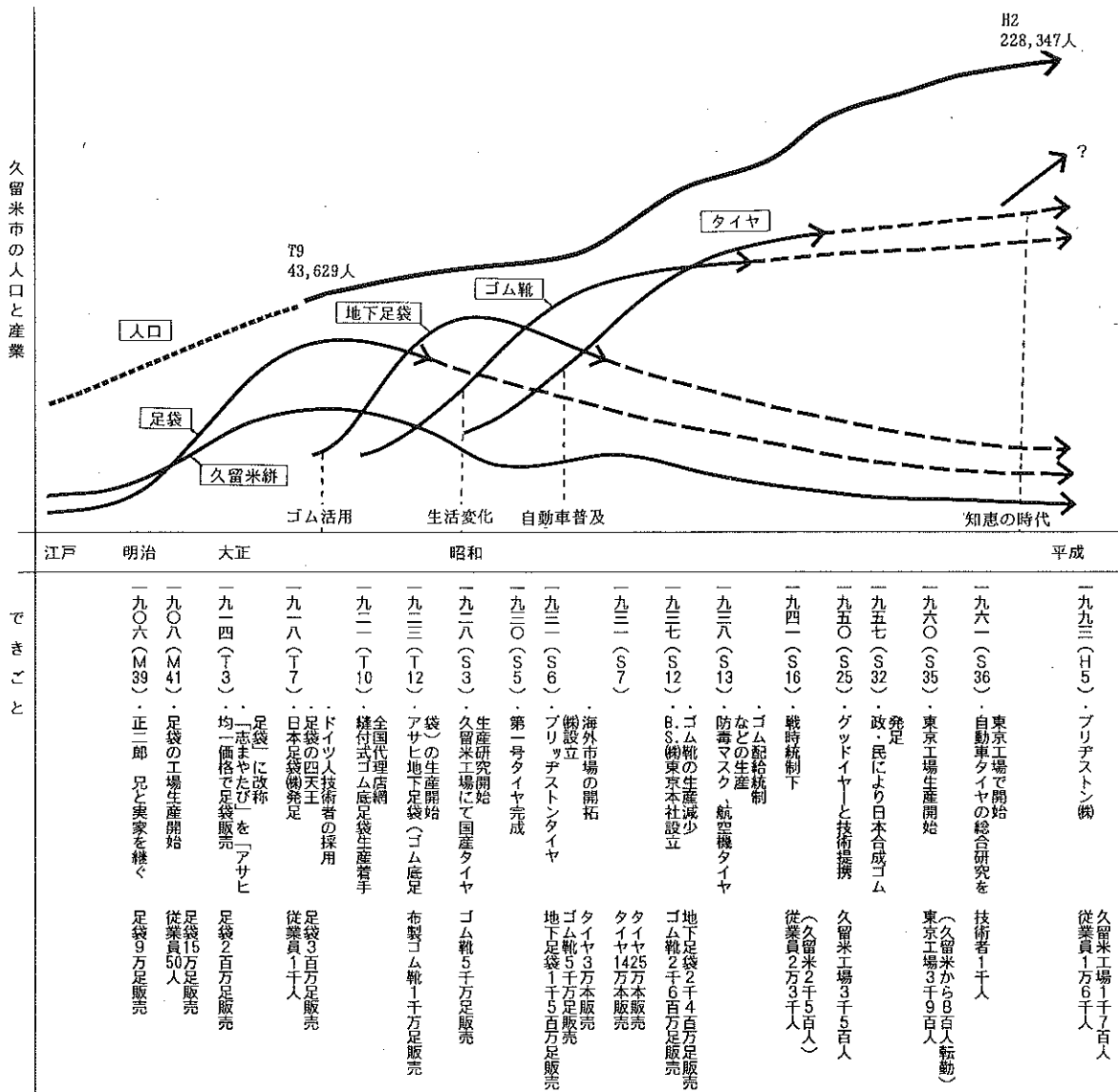
これまでみてきたように、足袋製造技術から、ゴムと足袋の融合による地下足袋製造、さらに、ゴムと足袋の技術からゴム靴の製造、そしてタイヤ・チューブベルトなどゴム製品への展開というように、地域にストックされていた技術は、新たな製品づくりに生かされ、さらに新たな技術・製品を生んでいる。これは、久留米に限らず、全国の地場産業地域といわれる所で似たようなことは起こっているものと思われ、技術から製品へ発展していく過程で重要なのは、創造的思考であったことは言うまでもなく、石橋氏の挑戦の姿勢がそこに見られる。

さらに石橋氏は、現在の久留米地域の文化・教育のインフラ整備に大きく貢献している。現在の久留米大学の設置(昭和3年九州医学専門学校の寄付)、石橋文化センター(昭和31年寄付)を代表として、東京においても昭和42年の東京国立近代美術館の寄付など、数多くの文化・教育施設の設置を実現している。

〈これからの久留米の産業の課題〉

これらの地域資産や技術ストックを生かして、今

久留米の産業発展



後久留米が果たすべき役割をいくつかあげてみたい。

表中の産業分類は、1975年と1991年の久留米地域（両筑地域）の人口千人当たりの産業従業者の動きである。

久留米市を含む両筑地域は、1991年の人口千人当たりの従業者は、421人で、九州7県よりも少し低く、全国よりも九州、両筑ともかなり低い。この差は、地域づくり先導型の15人の差と地域づくり基幹型の62人の差によるものである。九州は全国に比べて、この地域づくり基幹型、人間で言えばボディにあたる部分が弱くなっている。

15年前の1975年にはどうだったかをみると、全体では全国の403人に対して両筑は363人、40人の差であり、先導型6人、基幹型43人の差であった。つまり、この15年間に40人から64人の差へと拡大していることがわかる。これは九州にも同じことが言える。また、基幹型ではゴム製造業が、1975年には両筑には30人のポテンシャルがあったものが、1991年には19人へと減少し、全国、九州が基幹型が増加しているのに対して、両筑の場合には、減少しているのである。久留米地域のボディ、体力の低下がここにあらわれているといえる。これからこの体力を増強していくためには、頭の部分である先導型産業の強化をまず図る必要があるというのが大きな課題である。

つまり、ゴム製造企業という地域の基幹的な企業が、地域の発展をリードしてきた時代から、次にリードする産業の創出が、今後の地域の発展に欠かせず、これをいかにして生み出していくか、それには、頭脳部分の強化以外に手はないのではないかということになる。

さいわい久留米市には、福岡県内で最初に設立さ

表：人口千人当たり新産業分類従業者数

単位：人／千人

	1975年			1991年		
	全国	九州7県	両筑地域	全国	九州7県	両筑地域
全産業	403.0	359.6	362.6	485.6	423.4	421.0
地域づくり先導型	67.0	62.2	61.2	103.2	88.4	88.3
情報サービス・調査・	1.5	0.8	0.4	6.8	3.6	1.7
広告業						
その他の事業サービス	3.3	2.6	1.7	10.3	7.9	6.4
専門サービス業(他に分類されないもの)	5.7	4.8	5.2	13.0	10.0	10.6
学術研究機関	1.2	0.5	0.4	1.7	0.6	0.8
地域づくり基幹型	220.4	177.4	177.6	233.3	182.8	171.8
ゴム製造業	1.7	1.9	30.2	1.7	1.5	19.3
卸売業	34.6	28.5	31.8	41.5	35.1	33.5
地域づくりサポート型	115.8	120.1	123.8	149.0	152.2	160.9
小売業	75.9	67.3	78.7	64.1	65.7	67.8

れたリサーチパークがあり、ここにあるリサーチセンターでは、新たな技術、独自の技術開発に向けて様々な学術研究活動が行われている。これだけでなく、さらに地域の知的活動集積を高めることが求められ、久留米を引っ張っていく新しいリーディング産業の創出が期待されている。その基礎となるのが、石橋氏をはじめとして、先人が残してくれた資産、すなわち地域のストックを生かすことではないだろうか。

(山辺 真一)

“ワンポイント・ナウ”をつくりました

これまで、いろいろと業務の上でポイントになったことを外部にも発信したいという思いから、3冊の小冊子としてまとめました。今後も折をみて、“ワンポイント・ナウ”として発行していきたいと思っています。

- ①失敗しないための「3セク」計画論
- ②公共賃貸住宅総合再生計画（建替事業のマスタープランに係わる事項）策定計画の視点
- ③市町村の将来フレーム設定手法について

「よかネット」への御意見を
いただきました

〈前回より引き続き、皆様から

いただいたご意見の一部を紹介します〉

■なんといっても、問題の切り口、奇想天外の落し所からみて糸乗論文が楽しい。(東京 河本哲三)

■「椎葉」はどこからいっても遠い所とありますが、ルートを2、3記してあげればと思いました。又、山菜の名前をいくつか知りたいとも思いました。

(東京 都留信也)

■地方からのすばらしい発信、いつも楽しく読まさせて頂いております。今後共継続されんことをお祈り致します。(東京 杉原健児)

■「よかネット」毎号スミからスミまで読ませて頂いております。特に糸乗さんのユニークさに大関心、お元気で……(愛知 折戸正明)

■観光は本来“ヤラセ”の説、本当に思います。観光地のニセモノばかりはいやになりますね。農産物直販所の「親切・信頼・信用」の三原則はサービス提供の基本に思います。(京都 猪飼祥夫)

■やぶにらみ九州論6 長崎編、興味深く読みました。今年で遷都1,200年の京都も同様な道を歩んでいるようです。明治維新・東京遷都の時に京都には代りに特別な財政補助があったと聞いています。京都を守るには特別立法が必要だと思います。

(大阪 中川要之助)

■貴重な情報を知り、又田舎人根の根性が燃えそうです。これからも都会派与党対田舎派野党二極構造発展のため頑張りましょう。(兵庫 中村幸夫)

■毎回楽しく読んでいます。特にやぶにらみ九州論

続けてください。読んでいると九州もひろいですネーと実感しています。(広島 山野宏)

■毎回、地域おこし事例がちりばめられていて、面白く読ませて頂いております。地域おこし事例で、ハードを伴うものについては、その仕組み等にも付言していただくと参考になると思います。いづれにせよ、ページ数も増えてきて編集も大変になっているでしょうが頑張ってください。(広島 寺島昌宏)

■第11回の合同研修会に参加する機会にめぐまれ、熱気あふれる討論に深く感銘をうけました。地域づくりは人づくりにあると見定めたグループに参加しました。先人の思想と行動の中に日本人・人類の普遍的な課題を発見することが必要です。佐賀の地域であれば窯業文化にふれるとき、陶器のない地域を探ることも大切でしょう。南アジアのパナナの葉からいきなりプラスチック文化に移るようすは陶器のある生活文化の豊かさが本当にわかるのです。吉野ヶ里遺跡ははげしい戦場のあとなのです。弥生文化は自然破壊と戦争のはじまりなのです。

(福岡 杉谷昭)

■毎回私が思いもよらない視点から社会を分析しており、非常に面白く読ませて頂いております。個人的には東・東南アジアの情報を続けて載せて頂けると有難い。(佐賀 田中敦仁)

■よかネット12号、有り難く拝受「豊かな自然から恵をいただく、豊かな知恵をどの様に継ぐのか」新しい視点からの問題提起、ありがとうございます。ガンバリマス!!「天に雲地に花蕎麦の秋白し」五城(宮崎 黒木勝実)

■いろいろなテーマを取り上げ、しかも肩の凝らないようにまとめておられることにいつも感心しています。ご健闘をお祈りします。(沖縄 新里勝生)

社会のトレンドをどう判断し 新産業開発のコンセプトをどう見るか

先の号で、サービス業とか地場産業というものについて、私の観光体験などをふまえながら整理してみた。まとめてみると、①サービスというものは、その本質から100%近くが提供者の人柄か、サービスが行われるところの土地柄に依存する、②両者を含めたのが観光産業で、本来100%地場産業＝輸移出産業でなければならない、③まがいものの観光業というのは、土地柄から離れ、人柄を無視して、ニセ商品を演出するものである。最近商店街などで話していると、「こういうふうに演出して、客を集めて」などと、本業の演出家が聞いたら喧嘩になりそうなことがいわれている（本来演出とはひとつの真実を発見し、観光客に伝えるという意味だから）、④高品質のサービスとは心に響き、思い出に残るようなものだと考えられ、その上等な見本が遠野と椎葉であった、⑤心に残ったサービスの理由は、地域の本物の文化（生活の知恵も含めて）を満喫させていたこと、などである。

遠野や椎葉は高品質だと述べたが、現実には、本当に土地に根ざした、オリジナルな商品（サービス）が、各地でどんどん増えているわけではない。最近市町村が物産センターを建てて、売場をつくるのが流行っているが、そこで売られているものは、いわゆる「土産物」としてつくられたもので、何処でも売られているものが多い。宮崎県の綾町や、佐賀県の七山村のように、地のものを前提にした上で、さらに品質管理に心を配っているところは少ない。

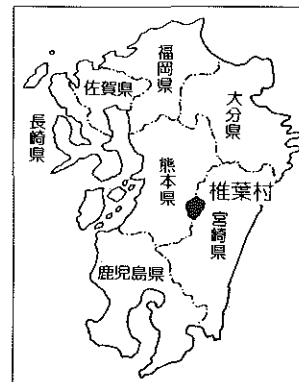
【上椎葉へは】

●JRご利用

JR日向駅下車、宮崎交通日向市
バスターミナルよりバスにて物
産センター前下車、2時間20分
日向市＝小 倉特急4時間45分
宮崎 崎特急1時間1分
博多 多特急5時間48分
鹿児島特急3時間16分

●マイカーご利用

上椎葉＝人吉 1時間50分
熊本市内 3時間00分
えびの 3時間00分



今後もこの動きは変わらないのだろうか。「まがいものでもいい」から「本物指向」へ変っていくのだろうか。変れるとしても全てがそうなるのか、あるいは大量生産品は今まで通りで、いくらか「本物指向」のニードの比重が増していくということなのか、などの問題が残っている。

結局のところ、「土地柄、人柄が本当に商売になるのか」ということであろう。

以下、前号に続いて、①地域の資源を産業にどう生かすか、②トレンドをどうとらえるのかという視点から見た田舎料理の店、③提案採用が遅れたために成功した例、④マンガ家は50%浸透してからでない作品にしないという話などを書くことにする。

（地域の資源を産業にどう生かすか）

前号で述べた椎葉村から、隣の「百済の里」のある南郷村へまわった。隣といっても、焼畑からだど

2車線もない国道を100キロほど迂回しなければならない。

この百済伝説は、10年ほど前に神門（ミカド）神社のことを書いたパンフレットで知っていたので大いに期待していた。ところが、神門神社の前まで来たとき「これはひどい、えらい先生にやられたな」という声が出てしまった。

百済伝説というのは、1,200年前に百済の王族が逃れてきてこの地に住みついたというもので、今でも父王の神門神社（南郷町神門）に、その子福智王の祭られている此木神社（木城町此木、神門から50kmくらい離れている）から、年に1度師走に訪れる祭事が行われている。また、神門神社からは多数の銅鏡が出るなど、注目される遺品も出ている。「よくもこれまで続いたものだ（戦争や民族間の不幸の中で）」という思いで一度訪れてみたかったので、かなり期

待していた。

ところが、神門神社の横に建っていたのはキンキラキンの百済の館という物産館で、百済の里と何のかかわりもなさそうな土産物が並んでいた。またその奥には、西の正倉院という、木曾絵を使った校倉造りの建物が建築中であった。なぜ南郷村が奈良の真似をしなきゃならんのか、よくわからなかった。したがって、他にもいろいろ新しく名物づくりが行われているようだが、行ってみる気はしなかった。

神門神社はあまり手がつけられていなかったので、福智王の墓というところへ行ってみた。こちらもそのまま残っていた。結局「百済の里」というプロジェクトは、地域の伝説という資源を手っ取り早く儲けるために、瞬間活用する商業振興計画（飲食店も3~4軒できていた）のようであった。それにしても、千年余も伝統を守ってきた人たちの思いがこんな形

〈一味ちがう“はちみつ”〉

この蜂蜜は、蜂洞と呼ばれる巣箱でニホンミツバチを飼う日本古来の養蜂によるものです。

蜂洞は木の内側をくりぬいたもので、蜂のいるところに置いておくと、下のスリット（小さい穴）から蜂が入って巣をつくります。それを秋10月頃約1/3を人間が取り、残りは蜂の冬の食糧として残しておきます。ひとくちふくんだときの風味、香りは全く西洋ハチミツの味（普段食べているもの）とちがいます。値段もうん倍ちがいます。雑業にも対馬にもあります。

（右の写真は対馬厳原町のもの、マークは町章）



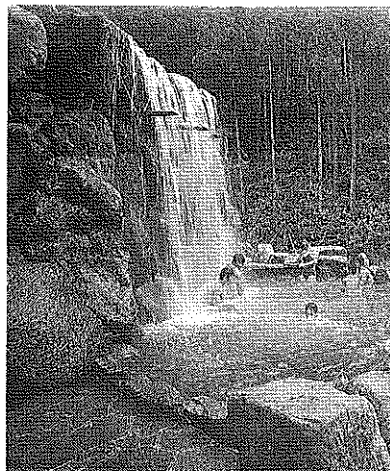
表紙写真の物体の内部、ミツバチを飼う巣箱

になっていることに、少々不安を感じた。

椎葉村でも商業化は南郷村以上に進んでいた。国道の標識に「→椎葉市街」と出ていたぐらいに家の建込んだ地区もあり、そこに村役場もあった。また民宿も中心集落以外も入れて40戸あるということであり、年間20万人の来訪者あるということであった。おそらく椎葉は、日帰りできるような便利なところではないから、宿泊者も20万人ぐらいであろう。とすれば、その売上げは土産品などを含めると20億円は下らないと見込める。民宿の増築などに木曾桧を使ったりしないし、山菜やヤマメなどの川魚は地元でとれるから、20億円の売上げのための人件費、仕入資材はすべて村内自給とみてよい。つまり100%地場産業であり本物である。問題は商業の中味である。

それとひきかえ百済の里は、手っ取り早く儲けるにはいいと思うが、これが本当に地域産業として農業や建設業にまで波及効果を及ぼすことになるのかという思いがつよい。しかし、「そんな民宿のようなむずかしいことはできん」という声も強い。たしかにサービス業というものは、客の心をとらえなければならぬので、一定の心構え（知的サービス技術）は必要である。しかし、これも別に都会風な方法をとることではなく、昔からの日本人のもてなしの心構えでサービスすることで十分である。つまり、都市から来た人々は都市的なサービスではなく、田舎のもてなしを期待している。もし、都会風を要求する人があっても、その人々は長期的には顧客にならないし、クチコミで宣伝してくれる人にもならないとみられる。

観光産業は土地柄と人柄でもてなす仕事だということをお大切にしたい。



雄大な眺めが楽しめる“滝風呂”

〈田舎料理の店のコンセプトは、社会のトレンドより早すぎて、15年間ペイしなかった〉

ずっと以前に、コンセプトづくりのお手伝いをした但馬の田舎料理の店を昨年7月に訪れた。「景気はどう？、でも随分になるね」と声をかけたところ、「来年で20年になるから、なじみの人をお呼びしなけりゃ…」、「ほう、もう20年になるの…、大変だったね」、「15年間はあかんかったからね、経営の軌道に乗ったのはこの4～5年だし」。ここまできて私は愕然とした。

「なにか食べものの店をやりたい」ということから始まったが、どんな店をやるかが、なかなかまとまらなかった。バーベキューの店がいいという案もあった。確かにわかりやすいし、洒落たバーベキューの店などはなかったのも、良い案のようにも考えられた。しかし私は断固、「田舎料理の店」がいいと勧めた。一緒に京阪神の京弁当の店、和食の店、バーベキューの店などを食べ歩いて、結局、女主人の考

えで田舎料理の店に落ちついた。この私の意見は、私のエゴであったように思う。私はその土地の料理が消えていくのが忍びなかったのである。

今になって考えてみると、田舎で「田舎料理」の店をやるということは少々無謀だったように思う。当時は鳥取や姫路の郊外で精進料理の店が流行っていたが、それは数十万の都市人口があったし、観光バスのルートにのっていたからだ。特殊な商品になればなるほど商圏人口が多くなければならない。それ以上に田舎の難しさは、近隣の評判が悪くなりやすいということである。

誰でも経験することであるが、地方の旅館に泊まると、山の中の旅館であってもマグロの刺身がついていたりする。これは、「金をもらうのだから、金を使ったものをつけてサービスしなければならない」という考えから起こっているのである。田畑や山で採った農作物や山菜などは金がかかっていないので、田舎料理を商売にすると、「タダみたいなものを出して、金をとって食べさせている」という悪評が立つことになる。

「15年間はバイしなかった」といわれたが、私は5~6年目から何とかなっていると思っていたのである。この店の経営方針は少し贅沢だったかも知れない。田舎の味を立杭焼の器にいれ、田舎の漬物や枝豆などは丼鉢に入れて出すような、「田舎の味を素朴な器に、都会風なセンスで盛り、丼鉢のような田舎風の雰囲気でおさえる、そしてリーズナブルな値段」をめざすということは贅沢に過ぎたようである。女主人の「やってみたい」という思いがなかったら、手間は出ないようなことで、やっていけるはずがない。しかし今では20年たって、世の中の風向きも、「田舎の本物」を評価する方向に吹きはじめている。



但馬牛を味わえるステーキハウス

こういう経営方針というのは、あるいはコンセプト設定というのは本当に迷うところである。

〈露天風呂は企画が無視されて何年もたってからやったのでうまくいった〉

この話の発端は、1980年くらいのことであるが、その前に少し風呂談義を書く。1960年代になると、急速に日本中が豊かになり、1970年の大阪万博のころには、借家でも小さいながら風呂がつくようになった。公営賃貸住宅も風呂を入れられるスペースのついた借家から、風呂のついた住宅への転換がなされた。

このことは公衆浴場から家庭風呂への大転換であり、公衆浴場が潰れるという余波をもたらした。そのあとデラックス銭湯というのが流行りだした。もっとゆったりした風呂に入りたいということであり、それはゆとり願望を示していた。

私は、雪国の田舎育ちで、夏は窓を開ければ外気を入れることができるし、冬は風呂の湯が熱すぎると、窓を開けて、外の雪をスコップで入れればよいというような世界に育った所為で、換気扇だけのマ

ンションの風呂が恨めしくなっていた。

ちょうどその頃、「温泉の活用を考えよ」というH町の仕事が飛び込んできた。まず、クアハウスのような湯の多様性を追求することを考えた。そして、1970年代の終わり頃、O町の豊富な湯量の温泉活用として露天風呂にたどり着いた。この案は、私のというより、町の担当者と共同で考えついたものである。露天風呂などというものは、単なる思いつきなら言えるが、温泉の湯量、温度、補給湯量の見当など、温泉についての知識がないと、収支も考えた事業としてのツメはできない。しかしこの露天風呂計画は町長に採用されなかった。あまり変わったことには手を出さないというような雰囲気と、我々側の説得力不足であった。そのため町長がかわるまで何年か待つことになった。

結果だけ言うと、7~8年前にクアハウスと露天風呂、但馬の牛の肉のステーキハウスができて大変流行っている。当初計画を年間6万人来客という予想でたてたところ、そんなに来るはずがないから3万人予想にせよと県から指示されて、書類はなおした。ところが、実際には、初年度から11万人の来客で黒字となってしまい、今でも一般会計繰り入れをしている状況である。

もしこれが、1980年頃にできていたら失敗していたかも知れない。温泉ブームはまだ始まりかけている時期だったと思う。前町長の反対で数年遅れて、人々の気分から少し遅れるくらいで、世間の温泉事業の先頭を行くことができたように思う。

この露天風呂などの成功は、コンセプトだけのものではない。町の担当者は都会へ出るたびにパンフレットを持ってまわり、夜飲みに行くと必ずパンフレットを何部か置かせてもらうというような、民間

人顔負けのような営業活動をしていた。この人があったために企画もできたし、事業化もできたし、運営も軌道にのったのだと思う。運のいいプロジェクトであった。

〈マンガがマンガになるのは、テーマが世間に50%浸透してから〉

今回はどちらかというと、私が「俺は早くから気づいていたぞ」といって威張りたい気分であったところ、「早いだけでは何の役にも立たないよ」と言われた気分になった失敗談を書いているのであるが、時代とコンセプトの関係について、マンガ家の考えを知ることができたのでそれを書きたいと思う。文芸春秋の10月号にサトウサンペイの話がでていいる。それを少し引用したい。

4コマ漫画の難しさとして、「面白いのは、新聞記者のように、起こったニュースをすぐ描くことではないんです。それはダメなんです。例えば“ファジー”という言葉が出てきたときでも、すぐ漫画にはできない。読者の50%ぐらいまで浸透してから描かないと、漫画として分かってもらえない。じっと待つ時間があるんです」と述べている。

田舎料理の店は、もっと待つほうが良かったかもしれない。しかし「待ちすぎて70%くらい浸透したかなと思う頃に漫画にすると、古いといわれて若いものにバカにされる」とも述べている。

大きい資本で、立地条件の良い場所で事業、企画する場合は、二番手指向の真似方式が有力であるが、不利な条件であればあるほど、少々の無理をしなければならないこともある。そこから、10%浸透の時期や、30%浸透の時期に着手する無理も生まれる。このあたりが、いろいろな条件の兼ね合いでできることになり、最も難しいところであると思う。

〈それでもやっぱり、九州は、福祉産業地域の適地として、産業化を急ぐべきである〉

テレビのスイッチが、手持ちのボタン型スイッチに変わってしまって久しい。聞いた話であるが、このスイッチはもともと、障害者のために開発されたものだという。ところが人間は、「進歩とは横着をすることだ」と考えているので、今では体を動かさずにはいられない幼児まで進歩してしまって、最大の愛用者となっている。

このように、障害者や高齢者に便利な機器や施設などが健常者にも喜ばれることは、ほぼ間違いない。

福祉産業の分野は極めて広い。住宅関連、補助器具（椅子、耳・眼関連、他）などのハードウェアは多分野に及んでいる。またソフトシステム分野では、観光旅行、博物館があり、直接サービス事業としても障害者施設、高齢者のための施設、健常者のためのいやし施設など、極めて広く裾野を形成することとなる。

おそらく、日本の10～20年後は、自動車など、及びもつかない広がりや厚みをもつことは間違いない。そして九州は、気候条件や自然の物産などからみて、高齢者や障害者の生活環境として、優れた条件をもっている。

このように先行きがはっきりわかっている分野については、10%、20%認知段階で取り組んでも、別に無理を重ねることにはならないと思う。しかし、先の長い地域産業を開発する場合は、公共団体の役割も大きい。採算上の問題もあり、民間のみではむずかしいと考えられるからである。いずれにしても九州が日本の中で、重要な産業分野を分担する地域になることを望むものである。 (糸乗 貞喜)

情報化になりきれない日本社会

～地方シンクタンク協議会ブロック交流会

年2回行われている地方シンクタンク協議会の九州・沖縄ブロックの第3回目の交流会が、12月1、2日、鹿児島市で鹿児島総合研究所の世話役により行われた。九州各地から20名の参加であった。テーマは「高度情報化の進展とシンクタンクのあり方」ということで、情報化といった方面にあまり詳しくない私が行っても分からないのでは、と思っていたが、交流に主眼を置くことにして参加した。

〈コンピュータはネットしないと意味がない〉

まず「鹿児島県における情報化の動向」と題して、(株)鹿児島県頭脳センター所長の岡村氏が講演された。一部を紹介すると次のようである。

- ・日本は情報革命の開始がアメリカより20年遅れた。ハード面では努力次第で追いつけるが、ソフトではなかなか追いつけない。
- ・OA機器としてはワープロが普及しているが、日本のワープロは他の用途で使えず活用性・拡張性がない。情報化の中心は通信ができるコンピュータだ。
- ・日本の国民1人当たりコンピュータの計算能力はアメリカの4分の1、OECDの中では最下位と効率が悪い。
- ・日本でソフトの天才的な開発をする人がいない原因の一つはキーボード、タイプライターと毛筆文化のギャップがあると言われている。
- ・コンピュータを単体で使うことで幾分楽にはなるが、ネットしない限り本当の利益は生まれない。そのことに日本人は気付いていない。

・プログラムで動かすべき機械を導入しながら人の手で動かしているなど、何のために使っているのかわからないことが多い。情報化にあった機械を情報化に合わない方法で使っている。

〈1次情報の獲得と情報の共有化〉

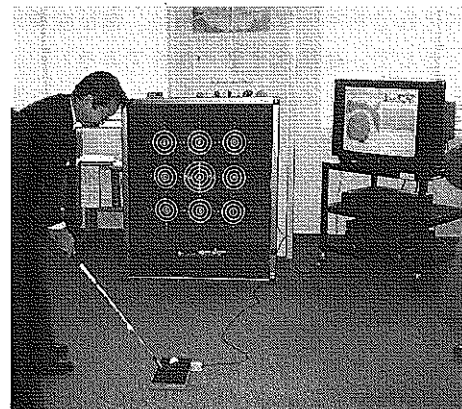
講演に続いて出席者同士の意見交換が行われ、次のようなことが話された。

- ・情報化が進みソフトやハードはできても、そこから入ってくるのは2次情報に過ぎない。フェイス・トゥ・フェイスで仕入れてくる1次情報がないと商売にならない。そこが企業等で情報化が図られない原因だろう。
- ・基本的に、社内で情報の共有化を図ることが大事。同じ情報を各人別々に取りに行ったというのでは効率が悪い。
- ・コンピュータは通信機器として使うべきだが、社内のコンピュータでつながっているのは電源だけだ。
- ・日本でマルチメディアが発達する必然性があるとしたら、長時間通勤をやめ在宅勤務にすることではないだろうか。
- ・情報化が進んでいったときのシンクタンクの役割は、地域の情報発信を担い、地域の政策を提言していくことだろう。

（竹を平板にした涼しげな新素材）

翌日は、エクスカッションとしてテクノポリスの指定を受けている国分地域の視察をした。

㈱鹿児島頭脳センターは平成2年に設立され、鹿児島県土を模したデザインの建築。研究開発、情報提供、技術者育成などを行っている。そこで開発されたものに、ゴルフの練習機器「よせ太郎」というのがある。実際にボールを打つと、音や飛んだ方向から画面に飛跡が表示される。これでかなり上達する



ゴルフの腕が上がる？－「よせ太郎」

そうだ。鹿児島県工業技術センターでは、孟宗竹（モウソウチク）を平板にのばした新建材が開発されていた。竹の節の1本ずつ違う間隔が木の年輪に劣らず美しく、かなり涼しい感じのする素材で、早く商品化されていれば今年の猛暑には相当売れたのでは、という話もあった。その他シラスを利用した新素材、超微粒シラスバルーン等も見せて頂いた。

（伊藤 聡）

住んでみて感じた日本と中国の文化～地域ゼミ

講師：水野一郎氏

11月24日に第34回地域ゼミが行われました。今回は「住んでみて感じた日本と中国の文化」と題し、1990年と1994年に中国で生活し、中国の市場経済の変化や人々の暮らしの変化を、見て回った佐賀大学経済学部の水野一郎氏に講演していただきました。その内容を一部ご紹介します。

〈日進月歩の経済成長の影響〉

- ・一年一昔の中国経済事情。93～94年のGNPの伸びは13%。労働者の賃金も大きく伸びており、中にはここ5年間で賃金が10倍に伸びた人もいる。
- ・インフレ率は10～20%と高く、経済成長に乗り遅れた人にとっては、物価が高い生活しづらい社会になっている。
- ・毛沢東の生誕100年祭では、かなり人が集まり、今の開放型経済の社会に不満をもつ人もかなりいるのでは。
- ・書店で今売れているのはハウツーもの。キャリアー重視の中国では、会計士などの職種が人気、企業内でも試験突破が出世の必須条件に。

〈今後の中国を担う若手の世代〉

- ・現在、企業や大学教授などでがんばりが目立つのは若手の人たち。文化大革命時代に学生だった40代中頃の世代の人たちが、国の経済、社会を立て直している。

〈最も共産主義が似合わない国民〉

- ・血縁、家族の結びつきが個人の行動の決定要因になりがち。「顔きき」が横行し、公用車への便乗などは日常茶飯事。人がそれぞれの便宜を融通しあう社会で、人口10億以上の中国では、国が何かしてくれるという期待はほとんどしてないという。
- ・夫婦の組み合わせはお互いのメリットを活かせるように（役人→住宅の便宜が国に図ってもらえる、合弁企業→高所得のチャンス）、「1人は役人に、1人は合弁企業に」だそう。

〈社会主義市場経済の達成に向けての下準備〉

- ・「社会主義市場経済」の法的・制度的基盤が確立しつつあり、会社法もできた。法人税についても、国内企業と外資企業の税率は33%で同率とされた。

- ・また、所得税は年800元以上の所得がある者が対象で、最高税率は44%と日本よりは低い。
- ・土地の貸付は住宅は70年単位、工場は40～50年単位となっている。
- ・国債が金利の大幅アップで相当売れている。従来の割り当て型販売から、人民の「買う気」を起させる販売方法への転換に成功。

〈国民一丸となった勤労意欲の高揚策は〉

- ・10億人以上の国民の勤労意欲を高揚させるのは容易ではない。夏の40℃以上の日は気温をわざと公表しないのは、気温を知ると、一斉に勤労意欲がなくなってしまうからである。（尾崎 正利）

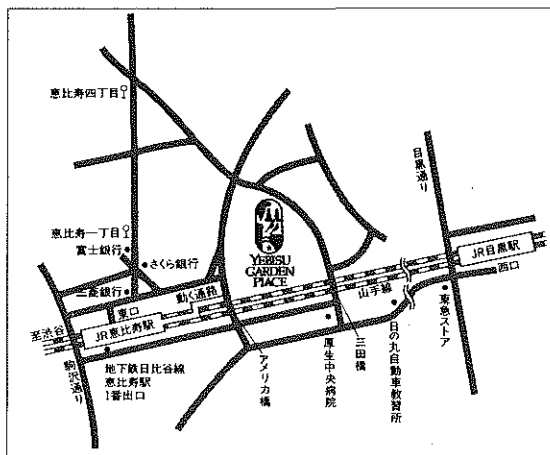
何かが違う恵比寿ガーデンプレイス

㈱地域計画建築研究所
東京事務所長 小林 佑造

10月の下旬糸乗さんと、神戸などにはあるものの東京では初めての、住まう・働く・遊ぶがコンパクトにまとまった街「恵比寿ガーデンプレイス」を見学してきました。

この計画・施設内容は、東京で初めてのビール工場として100年前に取得した約8.3haの敷地に、建築面積3.2ha、延床面積47.7ha（容積対応47.2ha）、駐車場1,900台、総工事費2,900億円かけ、「特定市街地総合整備促進事業」として自社（サッポロビール㈱）開発されたものです。

この不況下、億ションでありながら高倍率で話題となった住宅1,030戸（内分譲290戸）と入居率80%近いオフィスビル（地上40階・最上階は展望レストラン街）、サッポロ本社ビル、ホテル（445室・ブ



ライドルは半年先予約済み)、それに、パンフレットによれば、「従来の百貨店の数々の常識を打ち破った三越」を含めた商業施設、来年初旬まで予約済みのディナー3万円(ちなみに昼食3,000円)のフランス三星レストランと提携したバロック建築風シャトーレストラン「タイユバン・ロブション」を含む3,000席の飲食店。ミニシアターと1万本以上の写真を収蔵する写真・映像の東京都写真美術館を含む文化スポーツ施設とで構成されています。

入り口に立つと、高層建築があるにもかかわらず圧迫感を感じません。目の高さでの処理が上手く、主婦達が千円札を握りしめて半日過ごすために通いつめる街の雰囲気を用意されています。

ここでのコンセプトは「味わいライフ」、そこに住む人、働く人、遊ぶ人、食べる人、その機能がこの8.3haの中に備わっているわけで、一日の来街層は朝は通勤者、日中は主婦・ぶらぶら人(東京お上りさん)、夜はディナーと若者、そう言われれば東京にはコンパクトにまとまったこういう組み合わせの街があり

ませんし、再開発であればこの環境が出せるであろうと思えるのですが、商業・業務・住宅と要素として変わりはないのに今一つインパクトがありません。

ここまで来たらビールを飲まないわけにはいきません。麦酒記念館で季節のおすすめビールが最高の状態で試飲できるということなので、見学場所は素通りして、ビール本来の味を残している中ジョッキ一杯200円のえびすビール(ビールは売るがツマミは売らないとのことからココナツ一袋サービス)、これならこのオフィスに事務所を移すのも悪くはないなと思いながら、みんなが働いているときに飲む、なんともいえないおいしいビールを飲んできました。ガーデンプレイスの名の様に、庭園都市(ガーデンシティ)と商業都市(マーケットプレイス)を融合した小さな「まち」のかたまりを造りながら、人どのように街を利用してくれるのか、街の使い方、(どれだけ)多くの人々の立場に立って機能を見つめ、運営方法を考えていく、そんな再開発が今後必要なのではないかと考えさせられた『小さな街』でした。

自販機とパチンコと福祉産業

大分県別府市の亀川駅周辺には、車イスの人が目立つ。「太陽の家*」という障害者の社会復帰を目的とした福祉厚生施設があり、多くの従業員が施設内や周辺に居住しているからだ。

そこで見かけたのが、太陽の家の前に設置されている自動販売機である。低い位置からボタンが押せるように、機械の横に棒切れがぶら下がっている。簡単でいいアイデアだと思う。

施設から500m程離れた所にあるパチンコ店では、

車イスでの利用が可能である。パチンコ店といえば、床から生えたようなイスが普通だが、ここでは車イスでも利用できるよう、一部の台では移動ができる。他にも、近くの商店街には、座席を取り外したり、取り外せる飲み屋が多いという。

「保護」より「働く機会」というのが太陽の家のモットーである。障害者の方に話を聞いても、普通の人と同じように扱って欲しい、ということをよく耳にする。障害者の運賃が半額等になるのは、「同情料」ではなく、その交通機関が障害者にとって使いにくいことによる「サービスの差額還元」のためであり、もし、全ての人々が同じようにその交通機関を利用できれば、値段は同じでいいと思っている。障害者に必要なのは、自由に行動できる環境であり、我々の意識を含め、ほんの少しの努力で改善できるところはたくさんあると思う。

亀川地区では、地元の人々がハンデのある人のために、これらの環境の改善にむけて頑張っている。もちろん「普通のお客さん」として迎えるためである。

(北村 茂樹)



この自販機の向かって右横に棒がかけてあります

* 「太陽の家」

1965年に設立された日本初の障害者復帰施設。施設内には3社の工場・事務所の他、スーパー、銀行、体育施設がある。

約750人の従業者のうち下肢不自由者が大半を占め、施設内の寮、民間のアパートを含め、半数以上の人々が施設周辺に居住している。

在宅サービスセンター・

シルバーハウジング視察

地域高齢者の住宅整備の仕事に関わり、実際に高齢者住宅にお住まいのお年寄りや在宅サービスセンターで働いている方々の生の声をうかがうため、去る11月5、6日に東京に視察に行ってきた。

〈高齢者在宅サービスセンター〉

事務室のカウンターには仕切がなく、お年寄りへの視線がいきとどくようになっている。リハビリ室や多目的ホールでは、お年寄りが思い思いにすごしている。

奥に進むと畳の間、食堂、寝たきり老人用の特別浴室が完備され、浴室への入口は裏口的なところから入るよう設計されているが、利用者は特別扱いを嫌がるため、普通のお年寄りと同じく正面玄関が使われている。設計者の思いと利用者の思いにズレのでた一例である。

隣接しているシルバーハウジングには「生活リズム」オンシステムがあり、全入居者の行動が事務室で把握できるようになっている。ガス漏れ、火災は勿論であるが、12時間動きがないとランプで知らせようになっている。各戸の錠も緊急の際には自動

的に事務室で解除することができるという。

このセンターの室内や廊下の壁には、自作の折り紙や貼り絵が飾られ、またいろいろな所に木がふんだんに使用されるなど、随所に温もりが感じられた。

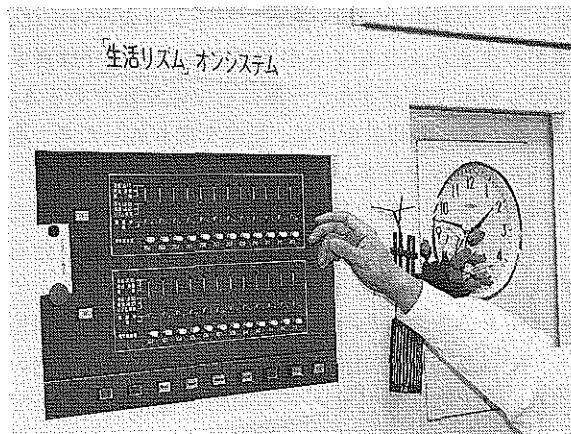
〈高齢者の住まいはやはり南向き〉

サービスセンターと隣接しているシルバーハウジングの単身者向け1DKにお住まいの76歳のおばあちゃん宅にお邪魔した。

段差なしの玄関を入ると、住棟が東向きのせいで薄暗い感じがした。居間に腰を下ろすと外が見えなくなるくらいバルコニーがあり、圧迫感を感じた。自家製のいちご焼酎と蒸かした里芋をご馳走になりながら話をうかがった。入居者が地元と他所からとに分かれており、入居者間のつき合いはあまりないようである。また、今までと違うここでの生活習慣に馴染めない人が閉鎖的になりがちということだ。体の動くうちは、隣接のセンターに行くより、もっと刺激のある生活をしたいとのことだった。

翌日、視察したシルバーハウジングは、東京事務所の小林氏が設計管理されているもので、12月で2年目の新しい住宅である。昨日視察したシルバーハウジングと比べると高齢者への配慮のされ方が違っていった。室内は全戸南側を向いており、また、間仕切を少なくしていることもあり、開放的で明るい雰囲気となっていた。他にも“自分の家”という意識を持たせる玄関先の表札、バス、トイレの可動式の手すり、バルコニーでの隣人とのコミュニケーション、備え付けの花壇など、他にもたくさんの高齢者への配慮がされていた。しかし、居住者数人に話をうかがってみると、

- 「インターホンが鳴ると受話器で来客者と話をし、自動錠を解除できるのに、やっぱり玄関まで行



「生活リズム」オンシステム—12時間動きがないとランプが知らせる

ってしまう」

- 押入はキャスター付きの布団収納となっており、出し入れが容易となっているにもかかわらず「もっと沢山の物を入れられるようにしてもらいたい」
- 浴室は段差解消の手段として“すのこ”を置いているが、重いすのこを抱えて掃除がしにくく、外している。
- 台所は、電気調理器を使っており、お年寄りの安全を考慮しているものの、「揚げ物など火力の強い料理をすることが出来なくて困る」など、不満の声もあった。

住み手の性格、多様な生活習慣、価値観などを、現実にも多種多様に応じることは難しいと思った。

〈高齢者の日常的な暮らしのサポートが大変〉

夫婦でライフサポートアドバイザー（LSA）をされている方の話では、「この住宅は2年目だが、当初は入居者が様々なシステムに慣れていないため、毎日のようにトラブルがあったが、半年くらいでようやく軌道に乗った気がする。最近では入居者の相談

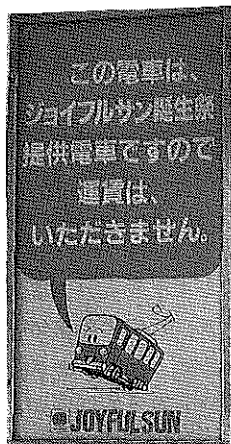
相手になることも多い。現在27名の入居者をサポートしているが、理想は20名ぐらいかな」と言われた。続いて、奥さんは「ここに来る前は、家族旅行を年に何回かしていたが、ここに来てからは旅行に行っていない。」と、入居者の安心はこういう方達の代償があって、成り立っているのだと思った。

住む側（高齢者）、つくる側（設計者、行政）そしてLSAの3者がそれぞれの立場を理解しあうことが大切であると思った。（宮原 真一）

〈無賃電車で長崎見物〉



長崎の路面電車は100円で、途中乗り換えると「乗り継ぎ券」をくれます（どんな場合もくれるのか、ルールはよく分かりませんが）。ところがあるとき、「運賃はいただきません」という電車に乗ることができました。どこの都市でも、このような提供電車があればよいのに……と思った次第。



運転士さんの後ろにある看板

近くて遠い中国

〈福岡県青年の船〉

11/6～11/16「福岡県青年の船」に参加し、中国（広州、深圳、香港）にいった。福岡県主催で24回目になる。県内在住の若者約300人が団体行動を通じて青年相互の連携や国際視野を広げるといのがねらいである。

団員は約15人程度の班に分かれ班ごとに行動をする。約6日間の船上では毎日何かのイベント（班別出し物や、運動会など）が行われ学園祭並の忙しさ。他にも講演や参観活動と、息つく暇もなく毎日が過ぎていった。「仕事しとるほうが楽やな……」という声も。しかし、一つのことをみんなでやり遂げたということで、互いの連携は強くなったと思う。

〈人が降ってくる〉

広州についてまず交通事情に驚いた。ここでは、車優先、歩行者は邪魔もの、常にクラクションの音に驚かされっぱなしであった。交差点にもほとんど信号はないが皆平然と歩いている。ここでの常識は、止まらない走らない、車は人の歩くスピードに合わせてよけていくからである。

歩道には建築現場から出た廃材や瓦礫があふれており、たまにこの地方の名物でもある竹で組んだ足場から、人が落ちてくることもあるらしい。

〈郷に入っても郷に従わずに300人が沈黙〉

団体とはいえ一度に300人で旅行するのは滅多にない（修学旅行ぐらいだろう）。これだけ大人数でいくと海外の常識もマナーも関係なくなってしまう。

広州で現地の中山大学学生との夕食をかねた交流会が行われた。乾杯の後、なれない中国語や英語、日

本語を駆使して話も盛り上がったが、日本、中国それぞれの代表の挨拶の時、日本では静かにするのがマナーだが、中国ではこんな時も静かにする習慣がないと聞き驚いた。後で中国青年から聞いて知ったが、夕食会で、蛇と犬の肉を食べていたらしい。

いろんな事があったが、今回できた友人は長くつきあいたいと思った。(金川 薫)

食 場 日 誌

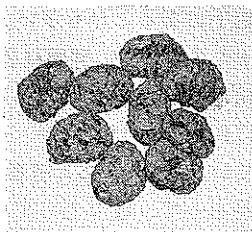
・11月×日 11月の終わりは、焼き牡蛎のシーズン。有明海の冬の名物はカキのマンション・カキ坊。太良町の国道沿いの露店で焚き火を起こしてもらい、千円払って、大袋一杯の牡



そろそろ食べ頃？

蛎と軍手と五寸釘と薪をもらう。勝手に焼いて勝手に食うプリミティブな食場である。外側から焼けた牡蛎を順番に五寸釘でこじ開けてチュルッと食べる。たまにゴカイなどが牡蛎の中に入っているので、一緒にチュルッとやらないように気をつける。30cmの長さのカキ坊に、平均30個くらいのカキが入っていた。看板には「カキ坊有りマス」と書いているが、「坊」ではなく「房」の方が正しいのでは……。煙かったが、千円払って、200個以上の牡蛎を食べて大満足。(お)
・12月×日 長崎は大黒市場の角地にある店で「モドキ雁もどき(これは勝手につけた名称)」なるものがあった。中味は魚のすり味と豆腐をベースにヒジキ、キクラゲ、人參、ゴボウ、海藻(めかぶのようなもの)を練って揚げたものである。5個300円と安く、

今や高級品と言われる薩摩揚げ(1個120円)に比べてはるかにボリュームもあり、甘味もなく美味である。いよいよ長崎が好きになりそうだ。(や)



・12月×日 対馬の仕事で町内を案内していただいているうちに話題はやはり島の美味しいものの話。対馬では近海で烏賊漁業が盛んであり、特に「水烏賊」は烏賊の中でも最高であるという話を聞いたはよいがこの日は食べる機会がなく寂しい思いで帰宅。

しかし、翌日訪れた大黒市場で「水烏賊」があるではないか。やはり、ここは対馬と同じ長崎県なのであった。1パック300円の刺身を2パック購入し、JR「かもめ」号に飛び乗り食したが、歯ごたえといい、他の烏賊刺身にない甘味といい絶品であった。今度は本場の対馬に食べに行こう。(や)

〈わが家の雑煮〉

・正月は毎年里帰りしているため、小生の実家と女房の実家の話となる。小生の実家の方は若鳥の出し汁をベースにし、醤油で味付けしたものに輪切りの大根(いつまでの円満でありますように)、昆布、蒲鉾、ミズナを入れた賑やかなものである。

・一方、女房の実家の方は同じく鶏をベースにした出し汁に、スルメが入るといった極シンプルなものである。おせち料理があきた頃あっさり系統を胃袋が求めている時は、これもまたよし。(や)

・雑煮といえば納豆がつきもの。鶏肉、里芋、大根、人參、ごぼうなどにするめを入れて煮込み、最後に餅をいれる。餅がどろっとしたら出来上がり。ここまではどこにもありがちだが、食べ方が違う。小皿

に納豆をとり、雑煮の中から取り出した餅でくるんで食べる。これは父の実家である菊池郡七城町（ここは隣近所が歌丸姓）の食べ方。祖母の家では、納豆も手作りで、“ころ豆”とよんでいる。（ほ）

・「わが家の雑煮はどこ風？」と母にきいたところ、「うち風」との答え。昆布と鰹でだしをとり、丸餅の他に、椎茸、蒲鉾、人参、ごぼう、里芋、鶏肉、かつお菜をいれる。わが家の場合雑煮を食べるのは本当にお正月だけ、だからこそ特別であらたまった気分が味わえるのだろう。（と）

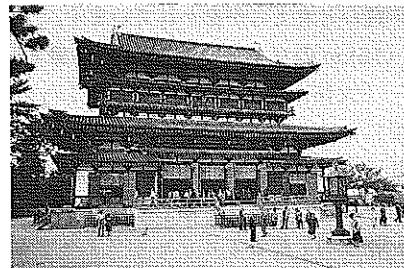
・私が中学生の頃まで食べていた雑煮は、大川市の風浪宮というお宮さんの周りでは一般的なようだが、一風変わっている。母方の祖母が作るこの雑煮は、昆布とするめで出汁をとり、塩と少しの醤油で味を付け、7種類の野菜（大根、人参、ごぼう、里芋、白菜、小松菜、白葱）に小豆をいれ煮込む、最後に塩焼きしたぶり、角の焼餅を入れる。「見た目も変やけど、食べるともっと気持ち悪い」といっていた関西人の父は、一人味噌汁に餅を入れていた。（る）

・うちの雑煮の特徴は具が多いこと。だしは椎茸、昆布、いりこでとり、薄口の醤油で味付ける。その中に丸餅と大根、人参、ごぼう、白菜、椎茸、蒲鉾、それから鶏肉、ぶり、青みにきぬさや等をのせる。これをどんぶりで、まさに「食べる」という感じ。私の実家は筑前の直方だが、祖母と曾祖母が佐賀の出身なので、はがくれ風ではないかと母は言っている。（さ）

私の近況

〈地獄のはなし〉

・地獄の話を開きにいこうという呼びかけに、少々



再建された講堂

地獄に近づいた人間共が20数人も集まって、薬師寺の高田好胤法主の法話とスライド（地獄のありさまを描いた）を見聞しました。それは「ため池の会」の行事で、10月16日のことです。

「ため池の会」というのは、大阪近辺の中高年の悪戯鬼（つまり餓鬼道に近づいている男女）が集まっているグループです。水の話に例えると、仮にドブ水でも、排水管の中や三面貼りの水路をセカセカと走っているよりも、溜め池やわんどなどで淀んで、フナやポーフラなどと仲良くしていると、少しは浄化されるやろという意味です。

悪戯鬼の集った薬師寺は、有名な話なのでご存知のこととは思いますが、高田法主が写経の納経料で再建しようとされ、金堂・西塔・中門・回廊の一部ができています。

一寸、私流にくだけて言いますと、この事業はサービスの鑑みたいなもので、お客様に「参加してもらい、金を出してもらい、喜んでもらい、宣伝・勧誘をしていただく」という、基本的なことがすべてととのっている仕事です。ついでに紹介しますと、納経料は今でも千円、用紙を送っていただくと300円の送料がかかるということです。（TEL 0742-33-6001, FAX 6004）。また高田法主の書かれた「心・いかに生きたらいいか」（徳間書房）

を読むと考え方が書かれています。(糸乗 貞喜)

〈16kmのウォークラリーで体重オーバー実感〉

・「大往生」という本の中の「ハゲになったり、白髪になったりして嘆くことはありません。ハゲになり、白くなったりするまで生きられたと思えばいいんです。」という一節に日々勇気づけられている。

・昨年の7月頃よりシェイプアップと体力維持のため日曜日にジョギングのまねごとをしていますが、さして効果なし。これよりビールを控えた方が良いのかも知れないと思う今日この頃。

・昨年の11月に小学校4年生の息子と一緒に約16kmのウォークラリーに参加し、完歩したものの、小生は一週間足の痛みがとれず(息子は全く何も異常なし)、少し体重オーバーを実感。(山田 龍雄)

〈年末の思い、あれこれ…〉

・先日誕生日を迎え、いよいよ20代も残り少なくな

ってきました。仕事にも、社会的にもプレッシャーを感じつつあります。

・今年も残り少なくなり、実家に帰る日が近づいてきました。若葉マークをつけて、マイカーで帰るのも3度目です。車で約2時間半、人吉も近くなりました。(歌丸 星子)

(一次情報にこだわりたい)

・先日参加した地方シンクタンク交流会のときに考えたことであるが、この「よかネット」のひとつの意味は、実際に自分が見たもの、触れたもの、食べたものなどをリアルに綴って発信することによって、いわゆる1次情報にごく近い形で提供していくことだろう。少なくともどこかで聞いたような3次情報、4次情報をここで提供する意味はないと思う。ある方が「2次情報を分析して満足している若い人が多い」と言われたのが印象的だった。(伊藤 聡)



TDL 大成功の真相

ディズニールランド日本上陸記

ダグラス・リップ 著
 日下 公人 監修
 賞川 洋 訳
 NTT出版

〈14万坪の敷地、1,800億円の総工費〉

東京ディズニールランドの誕生によって、ホテルが立ち並び、交通機関が発達するなど、アーバンリゾート地として大きく変貌した千葉県浦安市。かつてこの浦安地区は「沖の100万坪」と呼ばれる広大な荒

地と漁場が広がる町であったが、1958年工場排水(本州製紙事件)によって漁業は壊滅的状態となった。陸の小島とも呼ばれ、公害問題で住民はかつてない危機に見舞われた。

一企業によってわずか20数年後、街そのものが変貌した。巨大な埋立事業、すなわちTDL(東京ディズニールランド)構想である。

〈文化は国境を越える〉

本書は、浦安の地に新しい息吹を吹き込んだ東京ディズニールランド構想の主役となった人たちの苦労話、裏話が紹介されていて面白い。

日本とアメリカの間には文化、歴史、宗教等、人生観、家族観の相違があるが、ビジネスの世界では比較的そうした相違に影響されずに協力できるというのが一応の常識だが、実際にはそう簡単にはいく

はずがなかった。

著者はTDL創業に参加した米国人スタッフであり、日本人とアメリカ人のビジネスマンが、お互い相手を理解するのに苦労した話をアメリカ人側からレポートしたものである。

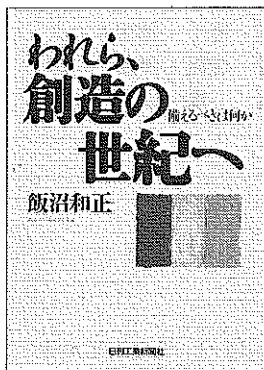
〈あやかりテーマパークが32箇所もできた〉

1990年代は「テーマパークの時代」といわれる。北は北海道芦別市「カナディアン・ワールド」(90年7月オープン)から、南は鹿児島県串木野市「ゴールドパーク串木野」(88年11月オープン)まで主だったテーマパークは32を数える。このなかで私が訪れたのは東京ディズニーランドを含め数カ所ではあるが、やはり規模、楽しさ、質の良いサービスの点から、東京ディズニーランドにかなうものはないと感

じた。施設全体で創り出す世界(私たちの不思議の国へようこそと、ミッキーマウスやドナルドダックをはじめ、木や、草花までもが今にも喋り出して歓迎してくれそうな雰囲気)は、私を十分に満足させたし、また是非行きたいと思わせる。

〈開園11周年を迎えて、今なお盛況〉

東京ディズニーランドは、年間1,000万人を超える来園者を集め、日本の遊園地の常識を超えた存在である。その「夢と魔法の王国」の経営システムと運営ノウハウを学ぶには、田所誠著「東京ディズニーランドの魔術商法」、小宮和行著「東京ディズニーランドの驚異の経営マジック」、栗田房雄・高成田亨著「ディズニーランドの経営学」等、あわせて読まれることをおすすめしたい。(伊藤 加奈)



われら、創造の世紀へ
備えるべきは何か

飯沼 和正 著
日刊工業新聞社

飯沼さん(と書かせていただく)には、何度も「創造性」ということについて、教えていただいた、というより、何度もうなられてきたという方が正確だと思う。その中で、本の中央公論に載った、「ヨーロッパも、もともと模倣だった」し、「アメリカもヨーロッパの模倣ばかりしていると嘆いていた」という話が、早く本にならないかと思ってきた。つい最近

も、科学・技術の分野のあり方について、簡単に読める解説本はないかと聞かれて、中央公論の論文と飯沼さんの個人雑誌のコピーを渡したりしていた。今後はもうコピーしなくても、この本を紹介すればすむ。中味は目次を掲載して紹介にかえるが、是非一読お願いしたいと思います。(糸乗 貞喜)

第I部 創造の世紀へー時代認識の問題としてー

- I-1 1990年における日本の技術の到達点は
- I-2 20世紀初頭にある、アメリカの「科学」の状況
- I-3 ヨーロッパ先進諸国ではーとりわけイギリスにおける模倣

第II部 試論 備えるべきは何か

- ー創造のための知的インフラとしてー
- II-1 創造活動の盛衰を決めるものは何かー社会全体としての創造活動、個人としての創造活動ー
- II-2 自由と制御
- II-3 創造のためのヨコ社会システムの提言
- II-4 大学は期待できるかーF教授への手紙ー

第III部 新しい芽として。これからの展望は

- III-1 「ERATO」(創造科学技術推進制度)とその意義
- III-2 理研ーなぜCOEなのか、どこが違うのかー
- III-3 全国、地球社会への展開

おしらせ

第35回 地域ゼミのご案内

「ミニ独立国戦略」

講師：荒川 三千男 氏

・現代企画主宰

・田ノ四箇共和国総領事

【日時】 1月26日(木曜日) 18:30~

【場所】 (株)九州地域計画研究所
7階会議室

【参加費】 1,000円

【連絡先】 TEL. 092-731-7671

FAX. 092-731-7673 (富重)

今回は“小売り業おこし”、“地域おこし”のコーディネートプランナーである荒川氏をお呼びし、ミニ独立国をキーコンセプトとした商店街や街の元気の付け方についての具体的なお話をさせていただきます。

参加を希望される方は、上記宛にTELあるいはFAXでご連絡下さい。

会議室のスペースの都合上、30人までとさせていただきますので、お早めどうぞ。

編集後記

■「よかネット」が3年目を迎えました。「3号までは」といってスタートし、「3年目」になりました。お送りするたびに、手紙を戴く方があったり、節目に批評を戴いたり、また先般のハガキには、たくさんの方々から御意見や感想などではげまされました。それに力づけられてここまで続いたのだと思っています。

■今号の表紙写真はいかがでしたか。クイズになってしまいましたが、偶然見かけて、地元の方に聞いて感動した次第です。9頁に日本ハチミツの紹介を書いています、一度味わって見られることをおすすめします。椎葉でも対馬巖原でも、当所に連絡いただければ紹介します。ついでに紹介しますと、椎葉には「天然川のり」というものがあります。「学名では川茸といわれ日本列島の関東以南の太平洋側の湧く清流にできるものです」と書かれています。北海道のマリモと同質の緑草食物で、貴重な日本の珍味です。

■今年も、自分たちだけで歩いて確かめた、一次情報お届けするようにしたいと思います。本年もどうぞよろしく願います。

編集員兼所員一同

糸乗 貞喜・山田 龍雄・山辺 真一
歌丸 星子・富重 慶子・神野みつえ
宮原 真一・北村 茂樹・伊藤 聡
尾崎 正利・金川 薫・伊藤 加奈

よかネット NO.13 1995. 1

(編集・発行)

(株)九州地域計画研究所

〒810 福岡市中央区天神1-15-1 日之出ビル6F

TEL 092-731-7671 FAX 092-731-7673

(ネットワーク会社)

アルパック(株)地域計画建築研究所

本社 京都事務所 TEL 075-221-5132

大阪事務所 TEL 06-942-5732

名古屋事務所 TEL 052-962-1224

東京事務所 TEL 03-3226-9130