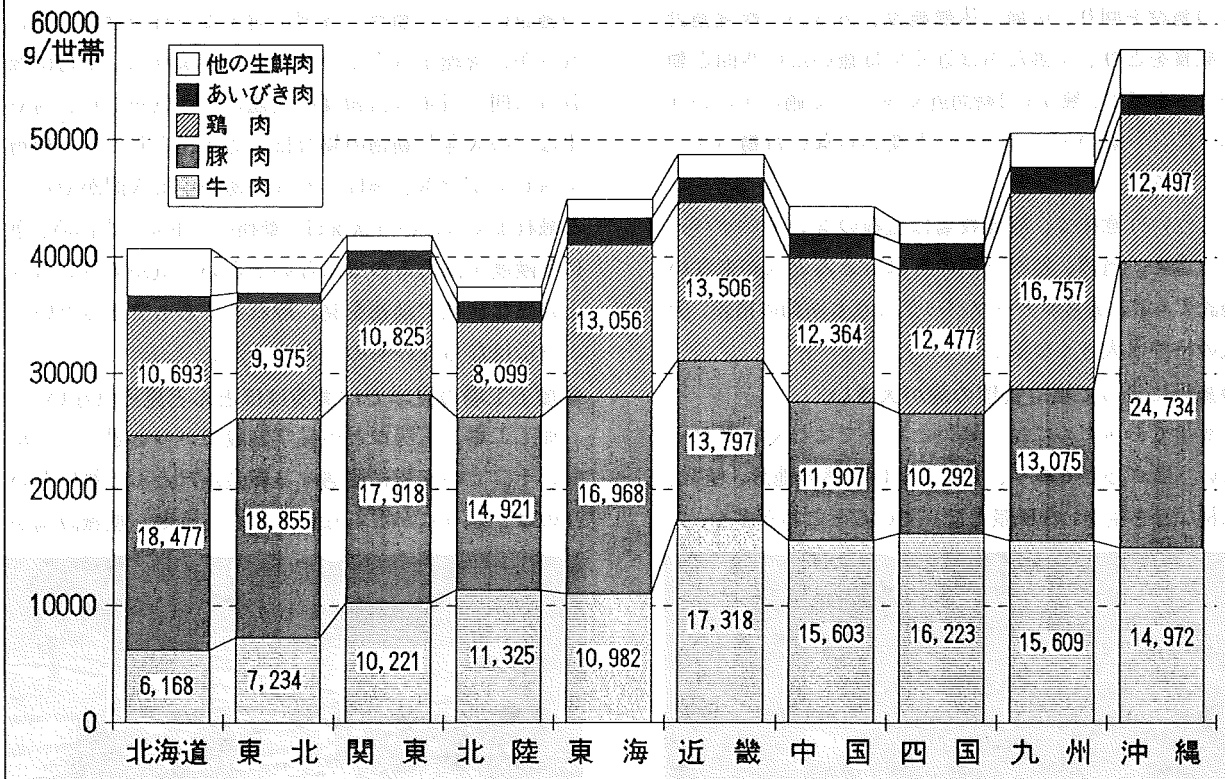
よかネット
YOKANET

NO. 28 1997. 7
㈱九州地域計画研究所

もくじ

NETWORK
牧場の観光化にみる新しいものの導入の加減
－いくつかの観光牧場をみて－ …… 2
ゴールデンウィークの楽しみ潟（方）
～鹿島市ガタリンピック～ …… 4
ガタリンピック余聞３題 …… 5
常識的で基本に忠実な経営方針で、市民に信頼されて
発展しているコミュニティホテル －伊丹第一ホテル－ …… 8
地域計画のための一知半解事典⑧
九州は鶏肉を良く食べている …… 11
見・聞・食
自己責任流通型の農業が今一番元気がいい …… 13
九州散歩②
天神から70分、唐津の散歩道 …… 15
「グループホーム」を考える …… 16
キャナルシティの１年と博多のまちづくり …… 16
近　況
「八女の余暇とこ魅つけよう」 …… 17
創・食・楽・Communication －第5回よかネットパーティー報告－ …… 18

●九州は鶏肉、沖縄は豚肉をよく食べる （一世帯当たりの生鮮肉消費量、「H7 家計調査年報」）



生鮮肉の消費量を調べてみると、地域によって消費している肉の種類に特徴があり、何か食文化の違いや流通による影響があるように見受けられる。上図は、地域ブロック毎の生鮮肉の消費量を種類別にみたものである。

これをみると、九州、沖縄では生鮮肉をよく食べているようで、沖縄は圧倒的に豚肉消費量が多く、九州は、他の地域に比べて鶏肉の消費量が多いようである。（詳細11頁）。

牧場の観光化にみる新しいものの導入の加減

－いくつかの観光牧場を見て－

数年前に、福岡市の油山牧場の計画に少し関わった時にも思っていたのだが、最近いくつかの観光牧場と呼ばれる施設を見る機会があり、改めて考えさせられた点をまとめてみた。

●観光牧場は屋根のないテーマパーク

一般に観光牧場と言われている施設は、もともとそこに牧場があり、一般にも開放できるようにしたというタイプが大半を占めているが、○○村、○○国のような民間企業によるテーマパークの一つの種類として設置されているものも多い。

これらに共通する付帯施設としては、レストラン、物販、動物とのふれあい体験、加工工場見学など、どこでも同じような施設が並んでいる。来場者は、それぞれの施設を回り、広場、休憩施設、あるいは飲食施設で昼食をとり、子供たちは近くには無い広い空間と動物たちを見て、触って2時間近くをここで過ごすというふうに、一般のテーマパークと変わらない行動パターンである。

こういう意味で、観光牧場は屋根のないテーマパークと言え、当然、冬季と雨の日はほとんど人が来ない施設であり、通常のテーマパークよりも季節の格差、天気の格差は大きくなる。

●施設によって維持管理の差が大きい

牧場であるためには、狭いところではなく、だだっ広い空間が必要であり、できるだけ自然の地形、植栽、森林などを生かした風景となっているところが多く、大規模な造成までしてというのは少ないようである。入り口となる部分には、収益をあげるための施設（飲食、物販）が配置されるため、ある程度の造成も行われ、手入れも行われているようだ。しかし、加工工場など見学対象の施設や動物の飼育施設の場合には、設置された頃はおそらく立派な施設だったと思われるものが、あまり施設管理もされないため、ややみじめな雰囲気になっているところもあった。せめて動物の飼育されている施設だけは、子供たちに対する教育的な思惑があるとすれば、もっときれいにしておくべきと思う。どうしても収益のあがる部分しか目が行き届かないのであろうか。

●自然ではない動物との触れ方

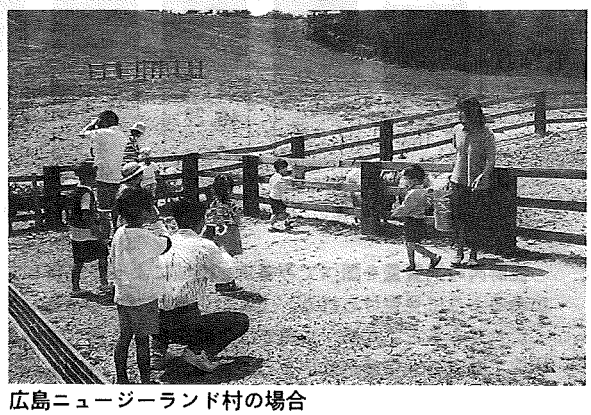
今回、いくつかの施設を見て気づいたのは、動物との触れ合いの方法として、あるパターンが存在していることである。

緬羊、山羊などの比較的おとなしいと言われる動物でも、囲いの中で直接触れることができるところと、柵を介してしか触れられないところがある。これは、その施設における動物の管理に対する方針の違いと思われるが、管理する人手の問題というよりは、動物に触れる人間に対する信頼度の問題という気がした。馬や牛などの大きな動物の場合はともかくとして、小動物に対してまでも、逃げられない檻の中で人間がやたらと触れまくるという状況は、動物のストレスを高め、逆に危険度を高めるのではないかという気がする。もっと自然な状態で動物を見、触れることもできるというふうにはならないものであろうか。

●加工工場の見学では実演はほとんど見られない

加工工場、工房などの見学施設でいつも思うことだが、そこでの実演に遭遇する機会がほとんど無いというのは、どうにかならないものだろうか。機械設備が

緬羊とのふれあい－六甲山牧場の場合



広島ニュージーランド村の場合

役員変更のごあいさつ

私どもは、1974年に㈱地域計画建築研究所（アルパック、本社・京都）の支店として活動をはじめ、1982年には自立を目指して支店から別法人となりました。その間には事務所の存立の危機もありましたが、皆様方のご支援、アルパックの各事務所のご協力を得て、一応の自立した活動ができるようになり、全所員が主体性をもって活動する“地域づくりの屋台村”を目指して取り組んでいます。その中で私は1984年以降、代表取締役として地域の皆様方からいろいろな面でのご指導をいただいて参りましたが、一応の節がついたとみられる時に、若返って新たな一歩へと、事務所の経営も進めていきたいと考えています。当面2人代表としますが、いずれ山田、山辺が名実ともに全責任を持ち、取り組んでいく所存でございます。今後ともより一層のご厚誼とご支援の程お願い申しあげます。

糸乘　貞喜

この度、5月の株主総会で役員の改選がなされ、新たな体制となりました。これを受けて所員一同、今までお世話になった方々のネットワークを大切にし、各自それぞれが力をつけて、本当の意味での“地域づくり屋台村”を目指していきたいと思っています。

屋台村は一人ひとりがそれぞれの個性に合った店を出し、全体でひとつの村をつくり、力を発揮するものです。地域の知的インフラとなる屋台村として、皆様の期待に応えられるよう努める所存でございます。今後ともご支援とご鞭撻の程よろしくお願い申しあげます。

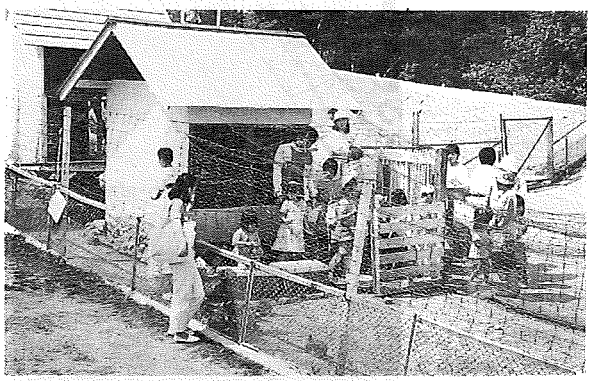
山田　龍雄
山辺　真一

平成9年6月　株式会社　九州地域計画研究所
代表取締役　糸乘　貞喜
代表取締役社長　山田　龍雄
専務取締役　山辺　真一

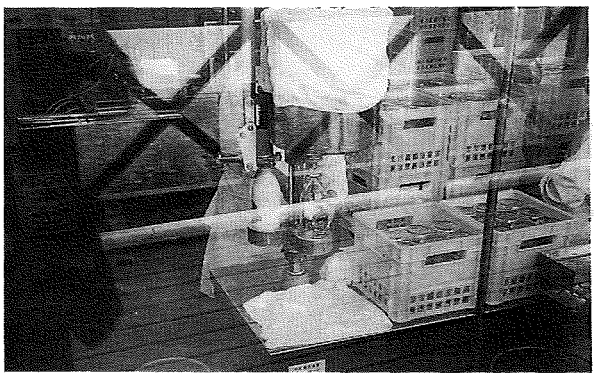
並んでいるのをみても何も思わないし、ここで作られた製品といわれても何の感動も沸かない。宣伝する訳ではないが、唯一油山牧場の名物の牛乳の瓶詰めをみることができた。最近、加工の現場を見せるというPRが行われている施設も多いようだが、もう少し実のある見学ができるようにならないものかと思うのは筆者だけであろうか。

●疑似自然とはいえ、やはり交通条件は良い方が…

観光牧場のあるところは、周辺もまだ緑が多く、市街地から離れたところにあるのが普通である。それでも岩手の小岩井農場などは、盛岡市内から車で30分程度、六甲山牧場、油山牧場なども同じような時間距離であり、市内の居住者にとっては手頃なレクリェーション施設である。中には2時間以上もかけて訪れる人もいるであろうが、大半は1時間圏内の来場者と考えられる。逆に言えば、気軽に行ける距離にあるということが立地条件のひとつであり、施設型のテーマパークのように投資をしないと来場者が減り、収支が合わなく



小動物の檻や柵の中での触れ合い（広島）



油山牧場の加工施設

なるというものでは無いようである。しかし、動物を中心としているだけに、営業日の休日はあっても施設の維持管理には休日はなく、専門的な人材も必要である。そのためもともと牧場が運営されていた場所、体制があってこそ運営も可能ということになる。

●そこにあるものと新しい物との共存

大きな投資をしたにも関わらず、来場者が徐々に減ってきた場合、当然のことながら、さまざまな面で収入を確保する必要が出てくる。そして維持管理コストを削減するためには、どこかをいじめ、空いた土地にさらに投資をすることになる。いずれは施設だらけの牧場ということになり、来場者はいったい何をしにここに来たのかが分からなくなる。

同じことが観光による地域活性化にも言え、せっかくの地域の歴史、風景、面影が新たな施設のために失われていく。設置した当初は賑やかながらも、歴史の無さ故に、深みも、云われも無い。新しい物は、そこにあるものをできるだけ生かして、互いに共存できるものだけに止めることが必要と思う。　（山辺　真一）

ゴールデンウィークの楽しみ潟(方)

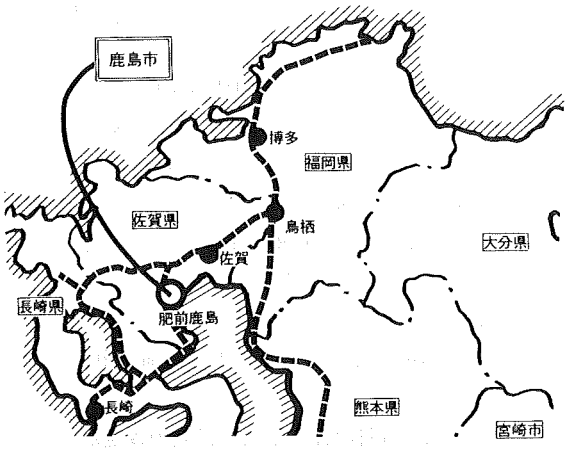
～ 鹿島市ガタリンピック ～

昨年の5月3日、有田大陶器市へ向かう渋滞の車の中、ラジオのアナウンサーは、しきりにこういっていました。「本日は絶好の行楽日和、ガタリンピックの行われるここ鹿島市では……」と。

そして今年もガタリンピックの時期がやってきました。毎年ゴールデンウィーク中に有明海の干潟で行われる運動会です。運動会といっても小中学校や地域の運動会と違う点は土のグランドではなく、干潟で行う

観客の方が出場者より多いような……

鹿島市の位置（福岡市よりJR特急で約1時間）



と　　き　1997年5月3日（土）
と こ ろ　佐賀県鹿島市七浦海浜スポーツ公園
問い合わせ　〒849-13 佐賀県鹿島市大字高津原4296-41
鹿島市ガタリンピック実行委員会
TEL:09546-3-2314　FAX:09546-3-2313

という点です。

有明海の干潟は、潮の干満の差が激しく、干潮時には浅瀬（水深0m）が数100m先まで広がっています。その時に現れたガタと呼ばれる泥状の土の上で行われるのがガタリンピックです。そのため、顔から手足、体中ガタまみれになりますが、その後、ガタを付けたままでいたい人はそのままで、洗い流したい人のためにはガタを落とすシャワーが用意されるなど、かゆいところに手が届くようなサービスがなされています。

競技は個人、団体種目と分かれ、競技名などはガタをかけつつどのような競技か大体の見当が付くように

来年はこうしてロープを握ろうと思います

なっています。幼い頃から泥遊びが好きで、あの“ぐにょ！”とした感触がたまらない私は、昨年より当社のO氏に「ガタリンピック出ましょうよ～」と言い続け、今年は早々（？）とエントリーし、この日を待ちに待っていたのでした。しかし、4月半ばからひどい風邪にかかり、結局参加はあきらめ、観戦することで、雰囲気だけ味わってきました。

この日私達が会場に着いたのが11時30分頃、前日からの雨も上がり、絶好の行楽日和、ガタリンピックは小学校の運動会にあるようなお昼休みもなく続けられていました。丁度行われていたのがプログラム4の潟上オレんち恐妻ゲーム（ガタスキー）、続いてプログラム5の密海の王者我（が）たーザン物語、これは見ている側も面白いので、やっている本人は相当面白いものだと思います。ターザンのようにロープにつかまり、どれだけ遠くのガタの中に体を落とすかを競うものです。ガタの中に足から飛び込み胸のあたりまで「ズボッ！」っと沈む瞬間、この瞬間がたまらなく気持ちよさそうでした。来年はこれに出ようと心に決めたのでした。

堤防いっぱいの観客とガタまみれの選手、司会席（ガタの中にステージがある）では本物のアナウンサーが

第13回　ガタリンピックプログラム

○決定版・ふるさとKASIMA風
　オープニングセレモニー
○アトラクション　有明海名物
　秘技スポかき・ムツかけ実演
1．大人の味だヨ
　潟上人間むつごろう50m競争（個人）
2．自分を誉めてやりたい
　潟上人間むつごろう25m競争（個人）
3．聖輝の対決
　ヒモこそ我が命ゲーム（団体）
4．嫁さんが怖くて……
　潟上　オレんち恐妻ゲーム（団体）
5．ダイブIN有明海
　密海の王者我（が）ターザン物語（個人）
6．下手な解答も数打ちゃ当たる
　タイガーウッズトラくいず大作戦（個人）
7．なせばなるかも知れない
　潟輪ビックリゲーム（個人）
8．潟上
　ショーHE脆ぜいアップアップゲーム（個人）
9．今の世の中これを知らなきゃもぐりの時代
　潟上痛～ネットレース（個人）
10．世にも奇妙な
　激走たま落っちレース（団体）
11．必殺と言い続けて13年
　ご存じ必殺潟フライ競争（個人）
○今年もご参加ありがとさん・感謝・感謝
“ガタリンピック閉会式”

パイプに穴をあけたシャワー

競技を盛り上げ、テレビカメラはガタを這う選手を必死で追いかけ、表彰台には“プリンセスさが”が登場、人口約34,000人の街がこの1日だけは魅力的で、他県市町村からも人を引きつけています。また、「来年こそは観客ではなく出場選手として参加しよう！」とリピーター宣言をした私も、ガタリンピックの魅力にとりつかれた1人です。　（澤谷　真紀子）

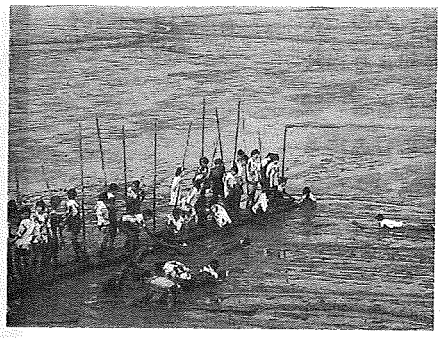
ガタリンピック余聞3題

●ミニガタリンピック修学旅行に5千人

4年前に、東京の蔵前工業高校から「修学旅行で、干潟体験をしたいが、させてもらえるか」という申し入れが市役所に入ってきた。ガタリンピックを始めて、もう10年ぐらいになっていたし、観客5万人、出場者2,500人、外国人留学生の参加も20カ国ぐらいになっていた。そこで市役所から、ガタリンピックの運営主体であるフォーラム鹿島に相談し、両者で協力して受け入れることにした。

ガタリンピック会場の入口

歓迎案内板


ガタスキーリレー

地下足袋はサイズが揃っている

そして4年目の今年、5月中旬現在の予約が5,000人に達している。現在の参加校はほとんど中学校だが、それを地域別にみると、大阪府7校、山口県5校（うち2校は小学校）、兵庫、京都が3校、奈良県2校、あとは1校で、富山県、福岡県、高知県、滋賀県、東京都（これは高校）となっている。このほかに企業の社員旅行などでの活用もある。

5,000人の予約が入ってきた修学旅行企画のエージェントは、JTBが8件、近畿日本ツーリストが7件、日本旅行が4件などとなっている。写真を見ていただきたい。これは、私が様子を見に行った日の、ガタリンピック会場に出ていた案内板である。これを見て、私は「なるほど」と思った。いちいち取材をしたわけではないが、次のようなプロセスが浮かんでくる。

- ガタリンピックがテレビで放映され、年々参加者が増えているし、面白そうだ。
- 蔵前高校が鹿島市に申し入れをし、受け入れOKをとる。
- 高校はエージェントに対して、他の旅行目的地とセットにした旅行プランを依頼。
- 無事ミニガタリンピック組み込みの旅行が終わり、評判も好かった。
- ここから（第2年目）別の動きが始まって、今度はエージェントが主体となって、各学校の修学旅行担当者にセールスを始めた（他の旅行会社も追随）。
- その中心になったのは、各旅行会社がもっている「教育旅行支店」という組織である（写真の「JTB教育旅行京都支店」という文字に注目）。
- その動きに対応して、鹿島の地元もサービス商品としての形をととのえた（エージェントからの注文もあったのだろう）。

第13回鹿島ガタリンピック予算（収入）

1	協賛金	7,450,000円
2	市交付金	560,000
3	物産店コマ料	450,000
4	水族館魚売り上げ	800,000
5	ホームステイ参加料	100,000
6	雑収入	100,000
	合計	9,460,000

注：協賛金は市内の企業や個人からのもの

- かくて、地元としては思っても見なかった観光商品が発生・拡大し、5,000人も来るようになった。

私が行った日は京都の伏見中学校が200余人で来ていた。地元の人（聞いたら「スタッフです」と言っていた）が7人で世話をしていた。その内容は別掲の案内をみていただきたい。市長の話によると「修学旅行では、地元は確実に儲かっているんです」ということであったが、この日も、モノ売りは全く考えずに、世話（サービス）だけで20～30万円の売り上げ（荒利率100%に近い）があったことになる。

段取りもよく、手際よく運営されていた。もちろん、今の中学生が先生やスタッフの方々の指示をきいてスムーズに動くということはない。何度も何度も同じことをマイクで叫び、やっとまとまりかけたと思ったら、先に揃っていたグループが崩れてバラバラに追っかけあったりしている。今の若者のスタイルはこうなっているのかな、と思って眺めていた。しかしスケートアリーナに行ってもこうなのではないかなとも思えた。

そう言えばスケート場と同じようでもあった。シャツとパンツに着替え→地下足袋をはき→ガタの中で遊び→大きい水槽のところであらかじめ泥を落とし→大型シャワーで流し→建物内部のシャワールームで洗う、というシステムになっており、「泥臭いが洗練されたシステム」で運営されている。ひょっとして、健康にい

いなどという話にでもなれば、「ガタスポーツアリーナ」みたいなことが起こるかもしれない。

「商品が好ければ買い手はやってくる」ということである。ここでの商品とは、他の地域が真似のできないガタという立地条件と、金にもならんのに毎年2,000人もの市民が一体となって、ガタリンピックを行うことによって何万人もの人々の世話を続けている。“もてなし”の心がけである。それがあったから卸売り屋（旅行会社）が商品に仕立てあげてしまって、頼みもしないのに売りにまわっているという顛末である。

●「ガタリンピック」のこと

1985年に第1回が始まって、今年1997年は第13回になる。第1回は競技出場者300人、観客5,000人ぐらいだったが、今では出場者1,500～2,000人、観客35,000～50,000人ぐらいになっている。第3回以来各国の留学生が参加しているし、第4回からは有明海と同じような干潟をもつ韓国の全羅南道高興郡から特別参加が続いている。

市長の話によると、ガタリンピックは一見派手で効果も大きいようだが、これは氷山の一角にすぎないということである。もとはといえば、「ここの人たちは、地域のためになかなかよくやる人たちなんですが、それが今までバラバラに努力していたんです。それで、私

修学旅行「ガタリンピック体験」の手順

業務主体　七浦地区産業振興会、株式会社七浦

施設の整備　更衣施設　体育館、屋外テント
　　シャワー　むつごろう橋下　19基
　　温水シャワー　18基

受け入れについて　誰が対応するのか
　　株式会社七浦、七青会　スタッフ登録　30名

実施マニュアル	準備
①バスで到着	発砲スチロール
②着替え	潟スキー
③潟足袋着用後観客席へ移動	竹
④歓迎セレモニー　あいさつ	網
干潟の説明	
競技の説明	
潟スキー指導	必要に応じて手伝い
むつかけ実演	後かたづけ開始
⑤競技開始	用具洗い、
⑥競技終わり次第シャワー	数の確認
⑦着替え	足袋洗い、掃除、
⑧終了式　表彰	体育館モップかけ
⑨見送り	その他

※参加者全員にガタリンピックシール贈呈

干潟体験（ミニガタリンピック）

TEL.09546-3-1723

ほかの遊びに飽きたら潟にまみれてリフレッシュ！

潮が引けば、そこはもう天衣無縫の別天地。どんなに暴れようと騒ごうと、そしてどんなに汚れようと自由気侭。自然を相手に“孤軍奮闘”

必殺ガタフライ、押し板競争、ガタリンピックリゲーム、潟上綱引競争などいろんな遊びが楽しめます。幼児は、むつごろうや、かにさんと潟遊び、子ども会、サークル活動、社内研修、修学旅行などの新しい企画にお手伝い。貸し浮桟橋、潟足袋、押し板など用意、トイレ・シャワー完備。楽しさ請け合い！

【料金表】

体験料（設営込み）	一般（1名につき）	1,200円
〃	修学旅行（1名につき）	1,000円
〃	30名未満	一律 36,000円
ムツかけ、スポかき実演		15,000円
バーベキュー器具セット	一式（10名程度）	1,500円
〃 材料	1名につき	800円
レストラン昼食…ご相談に応じます（但し50名まで、それ以上は弁当になります）		

※団体でご利用される場合は一週間前にご予約ください

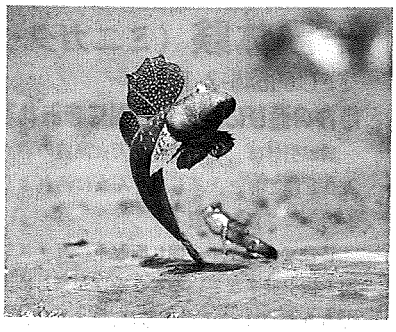
が青年会議所の理事長になった昭和51年に「3つのキワ（際）を除いて大同団結してまちづくりを進めようといったんです。3つのキワのひとつは産業間のキワで、農業の青年、漁業の青年、商工青年、それに青年会議所の人たちです。第2が合併して鹿島市になる以前の町村（今の地区）間のキワで、第3が行政と民間のキワです。こうして集まったのが“フォーラム鹿島”で、それがガタリンピックを始めたのです。」つまり、「際をなくす」ということが大事で、フォーラム鹿島を通じてガタリンピックを続けているうちに、市内の団体間、あるいは市民個人同士で今まで顔も知らなかった人たちが、ひとつの目的に向かって協力し本当の仲間になったことが氷山のかくれている部分だと言う。

たしかに、当日の動きは「ドロくさいイベントのように見えるが、地元の人たちは、システマチックに動線を考え、出場者を誘導し、洗練された運営をしている」と言われるものになっている。

これが「日常的な地域の活動に生きないはずはない」と思えた。

●「ガタ」のこと

干潟にいくと黒いベトベトとした土が堆積していて、ここに落ちるとどこまでも吸い込まれてしまいそうに思う。そこにムツゴロウなどがいる。始めて見る人はつい、「これはすごいヘドロだな」などといいそうだが、これは決して思ったり言ったりしてはならない。もし言ったりすると、この変な野郎というウサンクサそう


干潟の主むつごろう、飛び上がっているのは求愛行為だという

な目つきで睨まれる。「ヘドロではない、ヘドロは下水などの汚れたものだが、これはきれいだ」と注意を受ける。「では何て言うんですか」、「ガタだ」といったやりとりになる。

修学旅行の中学生たちが、体験ガタリンピックをやっていたが、干潟に入ると早速ドロをつかんで投げ合いを始めた。それに対して「ガタを投げないで下さい、ガタをとばさないで下さい」と地元のインストラクターの人が放送していた。まさに「ガタ」なのだ。

広辞苑には「潟＝遠浅の海で潮がさせば隠れ、ひけば現れる所」となっているが、その中の土は汚れた土の堆積ではなく、山からの豊かな栄養を含んではいても、きれいな「ガタ」なのである。

この「ガタ」は阿蘇の火山灰が、筑後川、六角川、矢部川などによって運ばれてきて、有明海の最大時6mにも達する潮汐による、逆時計まわりの海流によって湾奥に堆積したものである。　（糸乗　貞喜）

常識的で基本に忠実な経営方針で、市民に信頼されて発展しているコミュニティホテル

－伊丹第一ホテル－

伊丹第一ホテルは第三セクターであるが、一般に役所主導で設立されるものと比べると、考えられぬくらい資本金が多い。「なぜこんなに資本金が多いのですか、おかしいじゃないですか、役所がかむと大体は、『資本金を多くするには方々頭下げて廻らねばならんし、どうせ役所が保証するんだから金融機関からも借りやすいし、借りれば喜ばれるんだから、ほんの少しの出資金でスタートして』という第三セクターが多いのに、どうして25億円とか37億円とかという大金を集めたのですか」と食い下がってみた。

常務取締役の吉田晋氏は、「資本金が少ないと経営がやっていけん。これだけの資本金でも単年度黒字までには10年かかるといわれたので、一生懸命お願いしてまわったのです」と、“何をむずかしい聞き方をするのだ”といわんばかりの顔で返事された。

●60億円の初期投資に25億円の資本金をもった第三セクター

この第三セクターホテルの最も変わっている点は、資本金が25億円（設立当初、現在は37.5億円）と極めて多いことである。

私も今まで第三セクター設立にかかわってきたが、これだけの資本金を集めた例は知らない。私が設立企画をする場合は、「資本金はいくらいるのか」という質問に対して、「資本金は形式論理で言えば初期投資分（設備投資と開業費）、しかし現実の問題としては、経営の安定も考えて初期投資の三分の一は欲しい。少なくとも五分の一は必要と思う。公共が参加している第三セクターは安定しないとダメだ」といってきた。しかし、公共がかむと逆のことが起こり、「どうせ役所がかぶるのだから」といって総投資の2～5％などという例が多い。

このホテルは総投資60億円のうち25億円が資本金でまかなわれている。そしてほとんどが民間出資で、市の株式持分は4％ということである。これは極めて希有な例である。

本来ならば、このようなことは極めて「平凡で、常識的で」すばらしいことであるが、この常識がなかなか通っていないのが現実である。ところが、このホテルでは、地元の有力企業3社が44％、その他多くの企業が参加して株主数は57となっている。

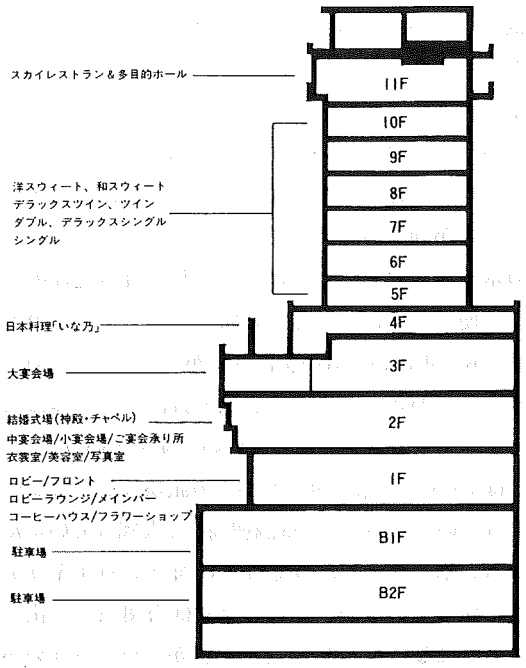
よくある例では、「市が半分出して、あとは銀行に持たせて、議会もうるさいので資本金もできるだけ少なくして、銀行から借りてやれば……」となっていきやすいが、ここのホテルは極めて基本に忠実である。なぜこんなことが出来たのか、そこに興味があった。

●うちの有料入場者数は年間64万人です

ホテルの経営者とは何人かお会いしているが、「有料入場者数」ということをこれほど強調して聞かされたのは始めてである。しかし、この言葉に、このホテルの経営の指針と成功のすべてが表されている。

つまりこのホテルは、強いて言えば「ホテルというもの」を作ろうとしてるのではない。市民のたまり場を行政と地元企業で作ったということである。これは

伊丹第一ホテル本館構成



次の会社案内の言葉に示されている。「伊丹第一ホテルは、伊丹市の中心市街地活性化及び生活文化向上をはかるなど、地域振興の拠点にするため、市と地元企業57社が出資した阪神間初の第三セクター方式によって設立されました。こうした設立の趣旨から当ホテルは、宿泊、料飲という機能の他にコミュニティ、またはプラザ機能、言いかえれば「地域の人々が、何かにつけて集い、交流し、ふれ合いを求める場」にすることをモットーに運営してきました。」

経営がうまくいっている理由は、地域密着型ということで、実体としてはホテルというよりコミュニティセンターを目指している。そのためホテルらしくないこともやっている。例えば節分などには巻寿司を4000本売っている。これはホテルの表でも売るが、お客さんのところへ注文とりにいって配達し、一層地域の人々とのつながりが強化されると同時に売り上げにも寄与している。

また夏にはホテルの前で盆おどりをやっている。警察から注意されたりしているが、ドロクサクても市民と密着したコミュニティセンターになりたいので続けている。

「"小さくても有名神社になろう"と社員にいっているのです」と吉田さんは言う。この意味は、「もともと神社というものは御利益があると思った人が、歩いて参ったから、ケモノミチがだんだんと広い参道になったんだと思います。市民がここへ来たら、何かええことがあると思うようなところにして、もっと来てもらうようにしよう」ということである。

面白いエピソードがある。

建設当初、議会説明で、ホテルの「大宴会場はいっぱいになったら約1,000人入る」と言ったら、議員さんから「吉田君、1,000人て簡単にいうけど、文化会館（約1,000席）でさえ有名な音楽家が来てもなかなかいっぱいにはならんぞ、いっぱいになるのは4年に1回の選挙のときの公明党ぐらいやぞ」と言われた。

しかし現在、年間65万人の人がお金を払って入ってきてくれている。1日平均約1,800人になる。「ホテル」というタテマエでいうと、ノボリを立てたり前で寿司売ったり、ホテルらしくないことばかりやっているが、「ホテルらしく」ということがこのホテルの哲学ではなく、「市民のたまり場らしい、コミュニティセンターらしい」が哲学である。そのことから言うと目指した方向で歩んでいることになっている。

●市の顔、市民のたまり場となる中心市街地をつくりたかった

もともと市の中心部にホテルを持つのが、市の悲願（ちょっとオーバーかな）であった。伊丹市は工業都市であって、市の顔なり、市民のたまり場になる中心市街地が十分形成されていなかった。

市の顔をつくり、市街地の活性化をするというねらいが、コミュニティセンター型のホテルとして実った。この事業の功績はまず市長にあり、そしてそれを支えた市内有力企業の社長さん方にあると吉田さんは言う。発端は警察跡地（周辺を加えて約1000坪）の活用である。この土地は「今さら大型ショッピングにする時代やない。市民のコミュニティセンターにしよう」と決めた市長がえらかった。物販ではないサービス化の時代だというわけだ。

しかしホテル事業は難航した。コンサルタントに頼んだ市場調査ではダメという結論が出るし、市内で聞く意見も9割の人がダメだと言った。ホテル企業がチェーン店としてホテルをつくってくれることが一番の願いであったが、阪急にも東急にも断られた。結局第三セクターをつくって、第一ホテルのノウハウを導入して、自主運営の方向で進むことになる。その発端は「市長に来いと言われて、全くの白紙からはじめることになったんです」と吉田さんは述懐している。

主な株主とその持分

株　主　名	株主数	出資比率
	株	%
伊丹産業株式会社	18,000	24.0
エース商事株式会社	7,500	10.0
株式会社関西スーパーマーケット	7,500	10.0
小西酒造株式会社	3,000	4.0
株式会社染の川組	3,000	4.0
伊丹市	3,000	4.0
株式会社さくら銀行	2,400	3.2
株式会社三和銀行	1,500	2.0
株式会社住友銀行	1,500	2.0
住友電気工業株式会社	1,500	2.0
株式会社豊嶋	1,500	2.0
東リ株式会社	1,500	2.0
株式会社浜田組	1,500	2.0
三菱電機株式会社	1,500	2.0

私の質問に対して、「25億円は多いと言われますが、収支計画をつくってもらったら、教科書にのっているように15年で収支合わすためには、それだけないと“金利とおいかけっこ”になって先の見込みがないと言われたからなんです」ということである。それにしても、25億円も出資依頼をして廻っても、なかなか集まらないんじゃないかと尋ねると、「市長と御三家がえらかったんです。御三家というのは地元有力企業で、市長がこの方々にたのんで、企画準備段階からリーダーシップをとっていただきました。第三セクターといっても赤字を出したら市民に申し訳ないので民間ベースでやっている。その方向へ指導されたのも地元企業の社長衆で、今も社長や役員になっていただいている」と説明する。

役所仕事では、何十億という投資をする事業はうまくいかんということで、市長が地元企業の社長衆の考えをよく聞いてやれという指示をし、議会も共産党を含めて賛成した。この御三家というのが、伊丹産業㈱、エース商事㈱、㈱関西スーパーマーケットである。主な株主の状況は表に示した通りである。

●一見変だが、平凡で常識的で、基本に忠実なことが多い

面白いことがたくさんあるのだが、紙数がないので以下に箇条書きしながら説明する。

〈会社案内を話の途中でやっともらったが、パンフレットがなかった〉

こういうところへ来ると、資料やきれいなパンフレット類を封筒に入れてもらえることが多いが、案内パンフはあまりないようだった。「はじめ私は何も知らん白紙でしたから、ホテルというのはきれいなパンフレットをたくさん作らないかんと言われて、なるほど専門家の言うことだから……ということで従っていたんですが、1年もせんうちにわかりました。高い金かけてパンフレット作るより、地元の町内会報に名刺広告を出した方が効果あるんです。そうしたら打ち合わせはこのホテルでしていただける、そして打ち上げの会もここを使っていただける。結局ホテルチェーンの人たちは“ホテルというものを作りたがっているんやな”ということがわかったんです。私の方は市民に喜ばれるコミュニティセンターにしたいのです」ということで、もとは13人いた第一ホテルからの派遣社員にはおいおい帰っていただいて、今は調理場に1人残っていただいている。第一ホテルとの契約は15年で、ロイヤリティはまだ払っているが、それも金額は力関係で変化していくのではないかと思う。「結局何がノウハウなのかということだと思いますね。客に喜ばれ、はやればいいと思う。それぬきに経営指導ってないと思う」はきついパンチ。

〈営業はどうしておられるんですか〉

「いやあ、それが問題なんです、普通なら10人は営業マンがいるのに、ここは私（吉田常務）と3人の販促がいるだけなんです」ということであった。

伊丹シティホテル㈱は社員150人にパートを加えると総勢230人ということであるから、営業マンが3人というのはたしかに少ない。しかし、エグゼクティブクラブやレディスクラブというのをやっている。「レディスは入会金1万円で、今2,500人に入っていただいています。この人たちが日常的にこのホテルを使ってくれるし、人を連れて来てくれます。エグゼクティブの方は入会金50万円で500社入っていただいている。入会していただくようお願いして廻ったら、どんな特典があるんかと言われて『10％引かせていただきます』といったら『君なあ、今時どんなホテルでも、会員でのうても10％以上引くんやぜ』と言われたが、『そう言わずにホテルを育ててやるという気持ちで何とかお願いします』といってお願いした。」

このようにして市民（法人・個人）に支えられてうまくやってこれたが、今後は「営業努力をもっとしないといかん」と思っている。

「会員に支えられて」ということが現れているのがイ

ベントである。「うちは日頃から口からあふれるほどイベントをやっていますが、ディナーショーなどは正にそうです。これは300席を日に2回で3日間やりますが、押しつけで券を売るのではないので、いわゆる空券というのがなく、いつも満席です。これができるのも会員さんの顔を思い浮かべて、あそこなら何枚買っていただけると考えながらお願いして廻るからです」と、営業上の無理をしているのではなく、日頃のつながりだということを強調された。

〈盆おどりってどんなやり方で？〉

「イベントは、社員が企画して楽しくやっている。盆おどりはホテル前の交差点のところでやり、延15,000人集まった。警察にも怒られたが、段取りは前からつけて、社員の自前の企画でやり、企画会社などには頼んでいない。女の子などはヨナベで金魚すくいのアミをつくったりヨーヨーをふくらませたりしている。当日は昼から縁日をやり、市民にたくさん来ていただいている。これには他のホテルから見学に来られました。」

〈お客さんの注文はことわらない〉

「お客さんの要望はこっちから“ことわらない”ということでやっている。例えば宴会でも、少人数なら部屋が空いていないときはレストランでは……と伺ってみるとか、とにかく“ことわらない”ことにしている。

変わった例では大安の日に法事の相談があった。もちろん結婚式も受けていたが、法事も断らなかった。法事のお客さんが気を使っていただいたし、あまり抵抗感はなかった。もうひとつ変わった注文の例。婚礼の場合、洋食になっていても年寄りの人で『和食がええ』という人があったら一人でも和食を出してあげることにしている。出張宴会も初午（稲荷）のためとか、家庭でやりたい、とかいって相談がある。幅広く引き受けて仕事をさせていただいている。」

〈経営者もよかった〉

紹介の文中にも述べているが、常務の吉田さんの資質も大変なものだと思った。市長が、企業が、といっても、それなら誰がやっても現在があるとは思えなかった。

当初の一応の計画では7年で単年度黒字、15年で累積黒字にということであったが、単年度黒字になったのは3年目であった。借入金も当初36億円であったが、現在は5億円にまで減っている。吉田さんの話を聞きながら感じたことは、結局のところ「平凡で常識的なスタートをし、その積み重ねをつづける」ことが非凡な結果を生み出すということと、「それを継続するには非凡な資質がいる」ということであった。

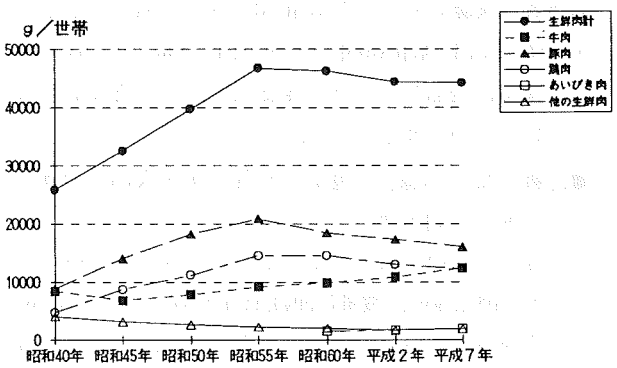
（この原稿は、一旦“没”になっていたのだが、博物館のことを考えたり、第3セクターのことが出てきたりする中で、面白いと再評価する意見も出て、日の目を見ることになった。もともと96年2月に取材したもので、短いながらポイントだけは「再開発コーディネーター」の62号（96年7月）に載っている。従ってこの文章は「これからの第3セクターのあり方」に視点をおいたものとなっている。）　　（糸乗　貞喜）

地域計画のための一知半解事典⑧

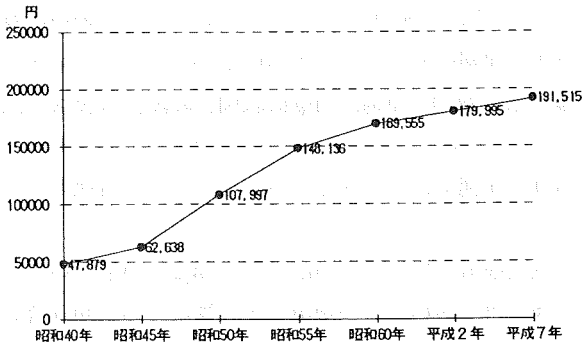
九州は鶏肉をよく食べている

ある関西の人から「九州は鶏肉の消費量が日本一ですね。」という話を聞いたとき、「よく変なことを知っていますね。」と答えたものの、『本当にそうだろうか。また、その理由は何なのか。』を少し知りたくなり、家

全国平均の世帯当たり生鮮肉消費量の推移



全国平均の世帯当たり外食の消費支出



生鮮肉1世帯当たり購入金額（平成7年）

単位　円

	肉類計	生鮮肉	牛肉	豚肉	鶏肉	おいばき肉	他の生鮮肉	加工肉
北海道	65,659	47,619	12,385	21,293	8,006	1,194	4,741	18,040
東北	70,306	52,974	16,613	23,802	8,648	1,006	2,905	17,332
関東	83,995	63,759	26,208	23,714	10,117	1,798	1,922	20,236
北陸	78,595	60,850	29,596	19,755	7,421	2,056	2,023	17,744
東海	85,555	66,330	28,538	21,765	11,300	2,361	2,367	19,224
近畿	113,133	92,948	52,549	20,505	13,805	2,369	3,721	20,185
中国	89,047	72,833	39,702	16,109	11,058	2,165	3,799	16,215
四国	88,085	74,442	43,535	14,551	11,026	2,320	3,010	13,643
九州	89,858	73,755	36,894	16,773	13,558	2,248	4,302	16,084
沖縄	80,303	60,577	20,991	25,720	8,186	1,541	4,140	19,726

資料　家計調査年報

北海道地方……北海道
東北地方……青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東地方……茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県
北陸地方……新潟県、富山県、石川県、福井県
東海地方……岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近畿地方……滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国地方……鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国地方……徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州地方……福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
沖縄地方……沖縄県

計調査年報から鶏肉をはじめ、生鮮肉の消費量（1年間の世帯当たりの平均消費量、及び金額）を整理してみた。

●家庭での生鮮肉の消費量は昭和55年以降横這い

全国平均の1世帯当たり生鮮肉の年間消費量の動向をみると、昭和40年24,273g、昭和45年32,533g、昭和50年39,730gと毎年家庭で肉を食べる量が増えている。しかし、昭和55年以降の消費量をみると昭和62年頃まで約46,000g前後で推移しており、その後は横這いから若干減少している。

焼肉屋やハンバーグショップがあちこちにできているのを考えると、1人が食べている肉の消費量が横這いとは考えられない。そこで、外食の消費金額を消費物価指数で換算してみると昭和40年47,879円、昭和50年107,997円、昭和60年169,555円、平成7年191,515円と確実に増加しており、外食化に伴い肉消費量も増えているものと推定される。

●沖縄では北海道、北陸の人に比べて1人あたり4～5kg多く、肉を食べている

生鮮肉消費の内訳を平成7年の家計調査年報からみる。生鮮肉全体の消費量は沖縄地方が57,841gと第2位の九州地方より約7kg多い。また、北海道、北陸地方の1世帯当たり消費量はそれぞれ40,736g、37,422gであり、沖縄地方より約17～20kg少ない。これは4人家族とした場合、北の方の人は1人当たりの生鮮肉の消費量が、沖縄の人と比べて4～5kg少ないことになる。

●九州は鶏肉、沖縄、関東は豚肉、近畿、四国は牛肉

生鮮肉の内訳をみると沖縄ではその約43％が豚肉であり、沖縄ではこよなく豚肉を主体にした料理を食べているようだ。

九州地方では鶏肉が16,757gと第2位の近畿地方より約3.2kg多い。この理由を少し探るため、知り合いの肉屋さんに聞いてみると「鹿児島や宮崎では鶏の畜産農家が他の地域より多い。他の地域と比べた訳ではないが鶏肉の値段は安く、すきみ肉など35円／100gぐらいで売っている。」といった流通上の理由が聞かれた。また「鹿児島、宮崎では地鶏を売り物としている店が結構多い。福岡では水炊きといった鶏肉主体の鍋料理を良く家庭でする……」など、それなりの食文化も影響しているのではないかと考えられるが、本当の理由は今一つわからない。何かヒントになるようなものがありましたらご一報ください。

あと関東、東北、北海道地方は牛肉より豚肉の消費量が多く、特に東北、北海道地方での牛肉消費量は、最も多い近畿地方の35～40％となっている。これは関東の方の“肉じゃが”の肉は豚肉で、西日本以西では牛肉ということなどから考えると、これも古くからの食文化や流通の影響があるのではないかと推察される。

肉類全体（生鮮肉＋加工肉）の消費支出をみると近畿地方が113,133円と最も多く、次いで九州地方89,858千円、中国地方89,047円となっている。一方、沖縄地方は消費量は最も多いものの、支出からみると全国10地方のうち7番目と少なく、肉自体が安価に手に入る土地柄が肉消費量も増加させているようだ。

（山田　龍雄）

自己責任流通型の農業が今一番元気がいい

―大阪「農園　杉・五兵衛」を訪ねて

「杉五兵衛農園」の名前は、以前から聞いていた。山菜などを美味しく食べさせてくれるらしい。そこは大阪の都心から少し離れた、豊かな緑に囲まれた「奥座敷」のような雰囲気の場所であったが、農業を優良なサービスとして売るシステムを確立して稼いでいる農園だった。

●農作物の価値を高め、サービスとして売るシステムを自覚してやっていて見事

大阪のベッドタウン枚方市の住宅団地を抜けた丘陵地の中に、農園　杉・五兵衛はあった。

農園全体の敷地は約5haあって、農園全体で季節の山菜や果物、野菜を育てており、ここで獲れたものを農園料理として出している。私が大阪の高橋久栄さんに連れていってもらったのは、5月中旬であったが、ちょうどゼンマイや筍、山菜などのシーズンだったので、地鶏と煮込む山菜鍋を戴いた。

建物はもとの建物を増築した3階建て。京都の町屋を一部移築してきたということだ。

名刺サイズの見開きの案内紙には、園主の挨拶が書かれている。

「自然の中で豊かに実る一次産業、それを加工する二次産業……情操、安らぎ、文化といった五次的産業をも含む、農業の理想の姿を模索し、明日に向かって歩み続けたいと思います。――園主」

この挨拶に表されるように、この農園のもてなしは、農園の農作物の商品価値をいかに高めてサービスしていくかという、ここ独自のやり方でなされる。

①自分の畑や山でとれたものを調理して、美味しい料理として出して満足させる（園主の堅島五衛さんは京料理の店で3年間修行するなど、お客さんの満足を得るための準備を怠っていない）。

②農園の中を散策でき、自然の音や匂いや色などを来た人に思い起こさせる（私が行った時は蛙の合唱とアヤメの花の色彩が印象的であった）。

③値段は寄せ鍋や会席料理、牛すき鍋、陶板焼などが4,000円から、お薦め献立が6,000円からで「少しばかり贅沢な気分」を味わえて気分がいい。

など、農作物を直接出荷するのではなく、美味しい料理にして付加価値を高め、農園の散策や建物など雰囲気を含めていい気分になってもらう。いい気分ついでにお金を払ってもらって「毎度ありがとうございました」ということになるのであろう。

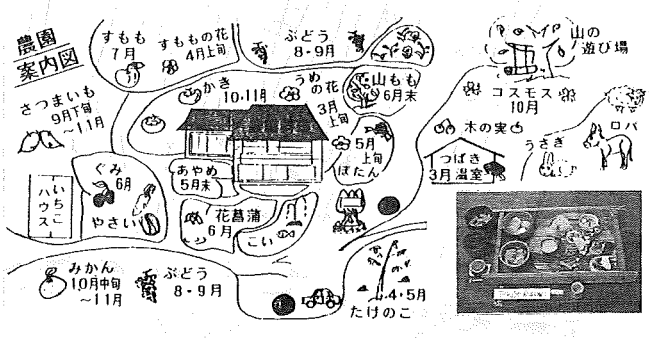
●「こういう農園を営みたい」という園主の思いがいろんな人のサポートを得る原因に

「こういうことをやりたい」と思っても、土地や建物やなにがしかの許可申請があって、思う通りにならないのはよくあることだが、農園　杉・五兵衛の場合はまさにそうであった。

「やりたい」園主の思いが先行しすぎて、飲食店の建物を農地に建てることに対する開発関連の諸法規、さらに、営業許可をとるにあたっての食品衛生法など、諸々の条件をクリアーする準備が追いつかなかった。

この辺りの事情は詳しくは分からないが、いろいろな方のサポートがあって、こうした条件がめでたくクリアーできたようである。

はっきりしているのは、やるのはあくまで農園であって、別に悪いことを始めるわけではない、むしろ、新鮮な作物と美味しい食べ物を多くの人に出したいという「思い」だけであって、行く人はみんな喜べそうだ、そんな良いことをやる農園を潰す必要はないではない



当農園の園内の案内

当日いただいた山菜鍋

か、ということであったらしい。

結局、開発関連の法規については開発許可申請の審査を経て、約5haの農園を開くことになった。

●女性を引きつけるには一杯キューッと？

私が行った時はあいにく雨降りの夕方であったが、隣の部屋からの笑い声や、廊下で出会う方などから察して、客層は中年の女性や若い女性のグループが圧倒的に多いようだ。

私を連れていって下さった高橋さんによると、以前は男性だけの食事や宴席として使われることも多く、雰囲気も「男っぽかった」というが、今はメニューも増えて、梅酒や梅ドリンク、デザートのアイスクリームなど、女性にとってうれしい品々が揃えてある。

まず、食前に小さなぐい呑みに冷やした梅酒が運ばれてくる。これをキューッとやると、大抵の女性はここが気に入ってしまうのではなかろうか？

そういえば、滋賀県の大津の叶匠寿庵「寿長生の郷」でも、美味しい料理の前に、若い美人のお茶の先生が一杯お茶を立ててくれる。

この何かをキューッと一杯呑ませてしまうのは、「さあ今からウチのサービスを始めますよ」という幕明けの合図のような感じでもある。

●自己責任でやる流通の仕組みをもつ農業が一番元気がいい

農園　杉・五兵衛でのサービス、あるいは、それ以前にも話を聞いた佐賀県七山村の「鳴神の庄」（本誌でたびたび紹介）などをみると、自分の農産物を自分で流通させる、自己責任流通のシステムを確立した農業が今一番元気なのではなかろうか。

七山村の場合、生産者が新鮮で安い品物をお客さんに売ることに責任をもっているから人気がある。それに、福岡市からドライブついでに来る人も多いなど、マーケットも安定している「身の回り・市場立地型」。

農園　杉・五兵衛の場合、農園から獲れたものでもてなすのだが、安直な田舎料理屋ではなく、一杯キューッで始まる美味しい食事で、来た人に楽しんでもらうことに全力を傾けている。このサービスがないと、農園としてはまずやっていけないのではないか。お客は評判を聞いて街からやって来るから、これは「優良サービス・口コミ型」。

やはり、自己責任で稼ぎ方を考えること、自分に合ったマーケットを確保していることが、「稼いでいる」という気概になっているのだろうか。

一方、我々ユーザーの関心は、近くの元気のいい農家とできるだけいい関係を築くことで、健康な生活を維持できることに比重が移るのかもしれない。

家庭消費の米の3割が生産者からの直接購入になったという今日、国全体の食料自給率をみて嘆くよりも、いい農家を自分で探して、自分だけの身の回りの食料自給率（自分のテリトリーでどのくらい食料が手に入るか）を気にする方が、分かりやすいかもしれない。

（尾崎　正利）

九州散歩②

天神から70分、唐津の散歩道

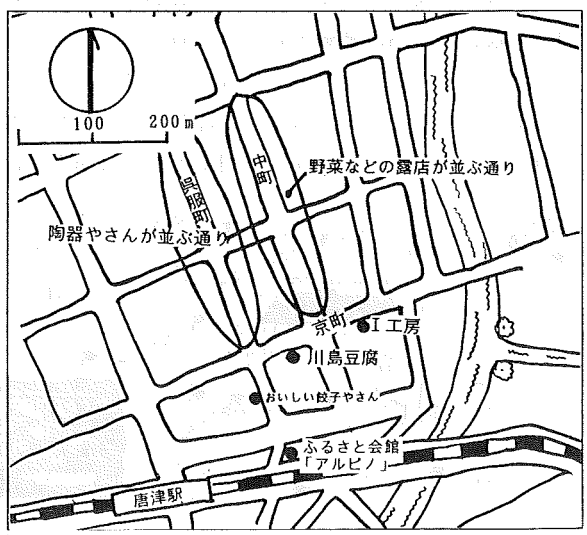
電車で出かけるというのは、気持ちがいい。勿論、都会のゴミゴミした変化のない景色を見ながら電車で移動しても何ということはない。しかし、車窓から変わる景色を眺めながら過ごす時間は最高だと思う。

今回は天神から電車（地下鉄・JR筑肥線）でわずか70分海沿いを走り、松林（虹の松原）の中を走り抜けて行く、唐津の散歩道を紹介しようと思う。

●唐津焼を楽しむ散歩道

唐津駅を降りるとすぐ中央商店街がある。中央商店街のメインストリートは呉服町で、唐津焼の店が5、6件、軒を連ねている。

少し唐津焼の紹介をすると、唐津焼の起源は、室町時代から桃山時代に焼かれていた雑陶が始まりとされ



唐津の散歩道

ており、その後、今から約400年前に渡来した陶工らによって、盛んに焼かれるようになったということである。唐津焼の魅力は素朴で土っぽいところにあるが、値段の方は結構高いといった印象がある。しかし私でも手が届く、掘り出し物に出会うことも多い。またこういった掘り出し物見つけが楽しみの一つである。

唐津焼は見るのも楽しいがつくるのも楽しい。とはいうもののなかなか陶芸の体験ができるところは少ない。絵付けのみの体験は駅隣にあるふるさと会館（アルピノ）でもできるそうだが、成形となると窯元に直接交渉し、運がよければ体験できるということになる。商店街には残念ながら窯元は少ないが、呉服町と交差している京町の通りに、陶芸を体験させてくれるＩ工房がある。Ｉ工房は先生と奥さんの2人でやっている小さな工房で、先生を慕って陶芸好きな人が集まってくるというアットホームなところである。実は私もその1人で毎週先生のところに通っている。ちなみにＩ工房では先生の作品を販売しており、値段も手頃であるので一見の価値がある。

●唐津の生活を垣間見る散歩道

京町と交差し、呉服町に並行して中町がある。中町をぶらりと歩くと道の両側にぎっしりと花や野菜、魚を並べて売っているおばちゃん達に会える。いわば、ここは唐津の台所といった感じである。もともと中町は道の真ん中にリアカーを並べて野菜や魚を売っていたらしい。その後、露店が禁止され、今まで露店で商売していた人たちの多くは新しい店舗に入り、代わりに呼子の農家が新鮮な野菜を持って、売りに来るようになったそうだ。今でも露店は禁止されているそうで、少し前までは警察が見回りにくると、路上から人がいなくなったらしい。今は警察も見て見ぬふりで、店の人も警察が来ても逃げることはないということだが、なぜこれ程唐津の生活に密着しているにもかかわらず、今でも禁止されているのか不思議である。しかし、リアカーで魚を売っているおばちゃんに話を聞いたところ、おばちゃんは唐津の人で祖母の代から3代続けて中町に魚を売りに来ているとのことだった。結局、住んでいる人にとってこの不条理なきまりは何ということはないようだ。

残念ながらこの中町通りの露店、日曜日は出ていない。また、農繁期も露店が少ない。

●唐津のうまいもの

中町の魚屋さん

唐津で釣ったあじとたいの刺身

唐津は海があるから魚介類のおいしいところを紹介したいのだが、残念ながらそういった店には、まだ行ったことがないのでわからない。しかし確かに海の幸には恵まれているようだ。先日、所員のＯが唐津城の麓の舞鶴橋から、あじ、あらかぶ、たいを釣ってきた。刺身にしてもらい食べたが、おいしかった。

おいしい魚介類の店は知らないが、おいしい豆腐屋さんは知っているので紹介しようと思う。

Ｉ工房で陶芸をしていると、時々「すみません、有名な豆腐屋さんはどこですか。」と尋ねてくるお客さんがいる。この有名な豆腐屋さんとは川島豆腐で、おいしい豆腐は「ざる豆腐」である。ざる豆腐はよかネットパーティーでも出したのだが、やわらかく、ほのかな甘みと豆の味がして好評であった。川島豆腐では、朝の8：00と12：00の2回、この豆腐を味わうことができる。店にはカウンターが10席しかないので予約制だが、おいしい豆乳、ざる豆腐、厚揚、おから、麦粥のコースが味わえる。また、これらが盛られる器は唐津の陶芸家中里隆さんのもので、のどから手が出そうになるようなものばかりである。

唐津でもう一つおいしいものを紹介すると「聚楽太閤」という酒がある。飲んだのはかなり前だが、おいしかったという思いは強烈に覚えている。お酒のお好きな方、ぜひお試し下さい。

天神からわずか70分行けば、このように陶器を見て、

作って、新鮮な野菜を買って、おいしいものを食べて釣りをすることができる。しかも、休日の電車は人が少なく気持ちがよい。できればこれから先も、観光客で満員の電車に乗って唐津に行くより、ゆったりと車窓から景色を楽しみたい。しかし、天神から近距離にある唐津の魅力をほっといてよいのかな？とも思うのである。

（七搦　かおり）

地域ゼミ47報告

「グループホーム」を考える

－日本とアメリカの取り組みの実例を通して－

5月15日、服部メディカル研究所の服部万里子所長を迎え、痴呆高齢者によるグループホームについてお話を伺った。

当日は、「これからグループホームの計画を考えている」、「グループホームの設計をやろとしている」、「グループホームの事業化を研究中である」など、実際に取り組もうと考えられている人も何人か参加されており、グループホームへの関心の高さが伺われた。服部さんの話の中で、ポイントとなるものとしては下記のようなことがあげられた。

・近年、「グループホーム」が注目されてきているのは、これまでの大規模施設がお金がかかりすぎることと、十分なケアができないといったことに原因があるようだ。
・現在、厚生省が制度化している「グループホーム」というのは、介護の必要な痴呆性高齢者が少人数で共同生活することを意味するものであり、自立可能な高齢者や障害者が共同生活するのは「グループリビング」という。
・モデル施設として指定されたものは平成7年度に9ヶ所、8年度24ヶ所、9年度25ヶ所となっている。ちなみに平成8年度の施設におけるグループの人数は3～24人と幅があり、うち6～8人のグループが14ヶ所と多い。また、施設の形態は既存の空家を改造したもの、福祉施設に併設しているもの、スウェーデンの施設をモデルにした高級なものなど多様である。
・平成12年4月から施行予定の介護保険では、この「グループホーム」は在宅介護保険のメニューの中に位置づけられる予定である。
・「グループホーム」には運営補助として、1ヶ所につき約17,600千円／年の補助がある。
・日本のグループホームのほとんどが社会福祉法人、医療法人であるのに対して、アメリカのグループホームは民間あるいはNPO（非営利団体）で取り組んでいるのがほとんどである。スライドで施設の様子をみせてもらったが、ひとつはレストランと併設しているもので、施設というより住宅というイメージであった。
・アメリカのアリゾナ州は「グループホーム」の制度化を行っており、ケアプランの指導や監査などがあり、アメリカでも珍しいケースである。
・日本の要介護痴呆高齢者は約6.5％であるが、アメリカでは20％近いといわれているが、これは判断基準が違うためであり、一律に比較するのは間違っている。従って、いろいろな実態の数値を外国と比較するのは、その判断基準を十分に認識しておく必要がある。等

今後、できるだけ生活圏の中でこのような「グループホーム」ができてくることは望ましいことであるが、施設運営の経済性を考えると地域の人々のボランティア支援との連携が必要であると考えられる。

（山田　龍雄）

キャナルシティの1年と博多のまちづくり

（仮称）「九州まちづくり会」第1回会合の報告

●「ぜんざい広場」でビール片手にまちづくり談義を

前回、本誌のお知らせに載せた（仮称）「九州まちづくり会」の第1回例会が、5／29に福岡市博多区中洲の上川端商店街にある「ぜんざい広場」で開催された。

そこには、山笠のヤマの模型が常設展示してあり、土・日曜日にはぜんざいを食べさせる、アーケード街のちょっとした憩いの空間だ。この日集まったのは80名前後。そして、キャナルシティ博多を手掛けられたエフ・ジェイ都市開発㈱の藤賢一社長と地元商店街の方の話をうかがった。

●人の表情が豊かなまちづくりを目指して

藤社長のお話は、主にキャナルシティ博多の誕生までの道のりと、御自身の抱くまちづくりへの思いについてであった。以下、その言葉を拾ってみた。

「博多の街を、福岡（天神）のように、商業施設ばかりで、人もサッサと歩く無表情な街にしたくないと思った」

「気持ちいい街を作ろうと思った。お婆ちゃんがよその子供のパフォーマンスにも微笑むような、人の表情の豊かな街にしたかった」

「中洲の川の流れ、街の賑わい、祭り、中洲の雰囲気など、ここ独自のアジア的な魅力を生かした方法で街を作りたいと思った」

「国内なんて小さなこと言わず、将来のアジアに向けて通用する都心のまちづくりを目指したかった」

「20代の頃、鐘紡本社に年100回くらい足を運んで土地売買の嘆願をしていたが、いつも土地を地元に返してくれといってお願いしていた。ここは博多と福岡を結ぶ軸線のヘソだ」

と一部だけであるが、博多の街の活力を維持することに大変な「思い」と気概が感じられた。

●賑わいは地元商店街への本格的波及はこれからの展開次第

初年度実績では、来訪者の1人当たり消費額3,500円は意外に少なく感じられるかもしれない。一方、来訪者数に占めるレジ稼働回数の割合は95％に達する。

平均滞在時間は3～4時間といわれており、「お金は少なめに」ではあるが、ブラブラ歩いて「時間多めに」過ごすうちに、つい財布を開いてしまう、というのが本当のところのようだ。

一方、地元への波及については、地元商店街の方の説明では「上川端商店街では人出は10倍、売上は3割増しという効果があった」。そして、これからキャナルシティと地元商店街の共存と今後の方針について触れられ、中には、現在、店舗が博多川に背中を向けて商売をしているのを、歩いて行ける川べりの歩道を作って、商店街の表（アーケード）と裏（河原）の両側で商売するようなことも考えているらしい。

●「どの街でも知恵を働かせて、特徴を生かした無理のない展開を考えることが大事」

会場からは「自分のところは福岡の郊外だが、マーケットの規模からみてどんな展開方法があるのか？」といった質問もあった。

これについては、藤社長が御自身の経験から即して「まず、収益に固執しようとすることと、大規模にやらねばいかんと考えないことが大事である」と答えられた。「土地柄（まちの魅力、市民の気質、地元の商業者などの盛り上がりなど）を踏まえた地域づくりこそが望ましく、効率重視の郊外型のSCとは全く異なるアプローチが必要」という。

山笠のヤマのある雰囲気のよい「ぜんざい広場」
店舗跡地を活用した市のスペースを地元が管理

また投資規模についても「10万円／坪・月の売上げで十分成り立つまちであるならば、頑張ってハコモノを作って売上ノルマにヒイヒイいうのでなく、むしろ、ラフな商業・サービスの展開で、おじいちゃん・おばあちゃんでも店番できて、みんなニコニコできるまちを作ればいいのでは」と答えられた。

●まちと人を大事にしようとする開発は、人々からも喜ばれる相思相愛のまちに

話を聞いて、「まちの全体構成にいかに貢献するか」を念頭に置いた都市開発こそが地域の興味を引くのではないだろうか。借り物ではダメで、その街の人のどんな表情を見たいのか、というところまで考えたプランニングが求められているように思った。

（尾崎　正利）

「八女の余暇とこ魅つけよう」

まちおこしワークショップに参加

福岡県の南部に位置する八女市で、八女・本町筋を愛する会のメンバーなどの企画でまちおこしのためのワークショップが行われ、福岡県グラウンドワークトラスト研究会として当社も参加した。

八女で有名な物といえば、「総理大臣に福岡県からお茶ば贈ったげな。『やめちゃ（八女茶）どうね』」と博多にわかのネタにもなる八女茶であるが、そのほかは

あまり知られていない。しかし、八女には吉井にも負けないような古い町並みや、仏壇とその技術から派生した様々な工芸、珍しいからくりの灯籠人形、郊外には磐井氏の墓といわれる岩戸山古墳などがあり、また以前は木鑞も作られていたという。

こういう眠った資源を掘り起こし、再認識するため、3回に分けてワークショップを行った。

3月29日(土):「まちなか散策作戦会議」

3つのグループで八女市街地の「食・遊・学」の目玉を考え、散策ルートを決める。

4月6日(日):「まちなか散策」

各グループで決めた散策ルートを、問題点がないか、あと何があったら面白いかなどをチェックしながら実際にまわる。

4月12日(土):「まとめ」

実際の散策を元に、写真などを活用して結果をまとめ、まちづくりのアイデアを出し合い、今後へ向けて提言書と企画書を作る。

「まちなか散策」では古い町並みを見てまわったり、かに雑炊を食べたり、筍を掘ってその場で焼いて食べたりと様々に八女を楽しんだ。提案としては、灯籠人形は年に一度しか見られないので資料館ではロボットで動かしてはどうか、お茶を使った懐石料理はできないか、などが挙がった。

その時の話を受けて、ワークショップのおまけ企画として、5月10日に「八女で茶飯を食べようツアー」を行った。茶飯とは、米をほうじ茶で炊くというもので、お茶漬けとは違う。もうひとつ、わかめご飯のように細かく刻んだお茶の葉を炊き立てのご飯に混ぜた茶飯もできていた。茶飯は八十八夜から2週間ぐらいの新茶の時期でないといい色が出ないそうだ。今回は地域のおばさん達に作って頂いたのだが、その他にもお茶の葉のてんぷら、茶豆腐(抹茶アイスのような感覚でおいしい)、お茶のゼリーなどのお茶を使ったメニューが並んだ。

お茶を使ったメニューの数々

八女は、まちづくりの資源としても相当に魅力的なものを持っているので、これを機会にまちの人と一緒に考えていきたいと思う。　(伊藤　聡)

創・食・楽・Communication

— 第5回よかネット・パーティー報告 —

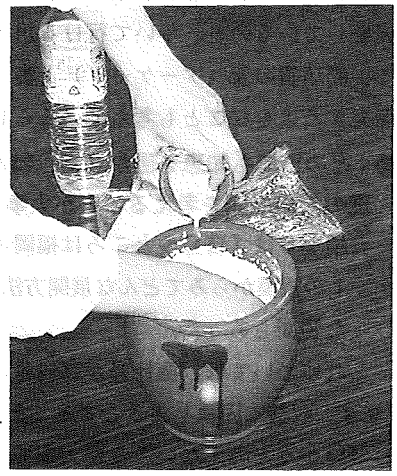
5月24日、"第5回よかネット・パーティー"を福岡市博多区の山笠祇園祭りで有名な櫛田神社境内、恵比寿会館で開催いたしました。

●食から生まれる出会いと記憶に残る話

〈まずは地日本酒の仕込みから〉

パーティー3日前、所内では地日本酒作りが始まりました。2日ほどすると粥状の酒になっていました。それから、さらしで漉して(これが結構たいへん。)白い地日本酒の出来上がりです。米10合から約2ℓの地日本酒ができます。パーティー前日には、所員により肉、ソーセージなどの薫製をつくりました。場所は事務所の近所にある水鏡天満宮の境内です。所員による自家製薫製器に炭、桜のチップを入れ、材料を針金でぶら下げてから待つこと2時間、薫製の出来上がりです。よかネットパーティーでお客さんに楽しんでいただくために、こういった準備もしています。

会場選びから始まり、レイアウト、レンタル用品の搬入、搬出、お手製の食べ物など、全て手作りのパー



地日本酒をつくっているところ

たくさんの方にご来場いただきました。

ティです。久々に学園祭の出し物の準備を思いだして、わくわくしました。

〈パーティのおもしろさは、人との交流にあり〉

今年も例年のように、たくさんの食べ物、お酒など御寄せいただきました。お客様の持ち寄り品がこちらで用意したものを上回りました。どうもありがとうございました。

私にとってこれまでのよかネットパーティーの記事といえば、おいしいもの、おいしい酒などが大きく取り上げられ、面白い話、勉強になったことなど、そこであった話に関しては、あまり取り上げられていないような気がします。あまり多くのお客さんとお話しすることができませんでしたが、その中で非常に印象に残ったのが、通産省のSさんのお話でした。私が新人社員ということで、仕事を上手くやっていく三箇条というものを教えていただきました。

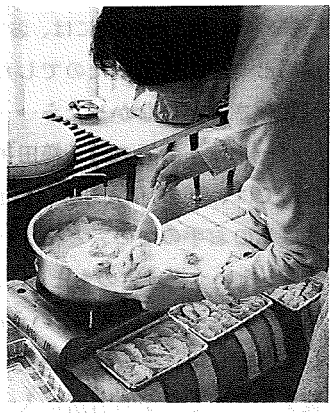
1．何事も真剣に考えよ。
　ただし、深刻に考えるべからず。
2．健康であれ。
3．ひとりで悩むべからず、誰かに相談せよ。

ごく、当たり前のことなのでしょうが、私も日頃から思っていたことを改めて聞かされ、頭の中にずっと残ったままです。このように、よかネットパーティーのおもしろさは、各地のおいしいものだけではなく、様々な人との会話の中にもあるということを実感しました。

〈来年のパーティに向けて〉

所内の後日の反省会では、次回もパーティーを行うのかというものも含め、よかネットパーティーに何か新しい風を吹き込むことはできないか、という意見が出されました。

ほとんどが持ち込み、または各地から寄せられた
"おいしいもの"
(中央の花も手作り)


大好評だった、中国人
留学生による水餃子

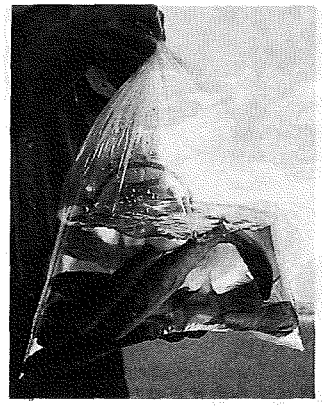
具体的には、もっと若い年齢層にもアピールできないか、お客さんの中にももてなしの側にまわりたい人がいるのではないか、企画段階から所員以外の様々な人も一緒に参加することによって今までにはなかったスタイルの新しいパーティーが行えるのではないか、といった意見が出されました。

そこで、次回のよかネットパーティーは「企画段階から参加したい」という方を募集したいと思います。来年は今までにないスタイルで、所員一同、初心に帰って、新鮮な気持ちでパーティーができればと考えています。　(小田　好一)

●「鮎ってこんなにおいしいかったの？」と思った日

全国のおいしいものが届くよかネットパーティーですが、今年最も驚いた品は「生きている鮎」でした。大分県の日田市の駅前で、レストランを経営されている加藤さんが会場に入ると、すぐに「わ～！すご～い」という受付を担当していた当社のNの驚嘆の声が聞こえてきました。駆け寄ると、市販のゴミ袋の2／3程度の大きさの袋に、水と酸素と鮎10匹が入った透明ビニールを、1つは加藤さんが、1つは糸乗が抱えていました。

台所の流しで暴れまくる鮎は、所員と加藤さんの格


元気に泳いでいる鮎

闘の末、約1時間後には、お客様のおなかの中に、幸福感と一緒に収まったのでした。

〈加藤さんがいなかったら……〉

パーティー会場である櫛田神社境内の恵比寿会館内台所では、“魚釣り大好き、魚食べるの大好き、だからさばくのお手のもの”という当社のOの「セゴシと塩焼き」という掛け声のもと、Oと“川魚さばいたことない、セゴシってなに？”という所員2人で鮎に挑もうとしていました。その時、「さあ！やろうか！」と颯爽と腕まくりをしながら台所に入ってきた加藤さんが、困った時に現れる“遠山の金さん”のように思えました。

まな板の上の鯉、ならぬ鮎は、3人の鮮やかな包丁さばきの前にはなすすべがなく、盛皿の上に、ピチピチとしたその身をあらわしたのでした。しかし、実際はセゴシのほぼ大半は加藤さんの手によるもので、元来の食いしん坊であるOに至っては、途中から自分の食べる塩焼きに熱中していた始末です。

〈鮎っておいしい！〉

私は日本海のど真ん中で育ったせいか、川魚が「泥臭い」という気がしていました。しかし、この日食べた鮎は、私の大好きな鰯や鰤、鯛の刺身に負けないくらいおいしいと思いました。

「おいしい鮎を食べに日田市に行きたい」と思う今日この頃です。　（澤谷　真紀子）

よかネットセミナー開催のお知らせ

このたび、「よかネットセミナー」という連続セミナーを始めることにしました。第1回は去る6月17日に「地方財政は破綻するか」というテーマで伊東弘文教授（九州大学経済学部）にお願いして開催しました。

今後も、九州で将来考えられるようなテーマを取り上げて開催する予定です。

なお、第2回セミナーを下記のとおり開催いたしますので、ご希望の方はご連絡ください。

記

テーマ：「九州の知識産業の展望」
講　師：矢田俊文教授（九州大学経済学部）
日　時：7月10日（木）15：30～17：30
場　所：アクロス福岡6階608会議室

※担当　糸乗、尾崎、小田

編集後記

■第27号（4月）発刊から2ヵ月の間に「九州まちづくり会」、「よかネット連続セミナー」、「地域ゼミ：No.47」、「よかネットパーティー」と各種講演会やイベントを開催し、新たな交流の輪づくりと情報発信ができたものと思っております。

■6月17日の「よかネットセミナー」では地方財政の破綻状況を数値で確認することができ、改めて“借金国－日本”の現状を知ることができました。当セミナーの詳しい内容は、逐次「よかネット」にご報告していきたいと思っています。

■最近、ちょっとお洒落でちょっと高め（1,500～2,000円）の昼食を食べさせる店に行くと、だいたい中年（熟年）の女性グループ客が多い。これは10年前ごろにはあまり多く見かけなかった風景ではなかったかと思う。この訳を少し考えてみると面白いと思う今日このごろです。　（だ）

よかネット　NO.28　1996. 7

（編集・発行）
㈱九州地域計画研究所
〒810　福岡市中央区天神1-15-35 ホンダハピエ5F
TEL 092-731-7671　FAX 092-731-7673

（ネットワーク会社）
㈱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