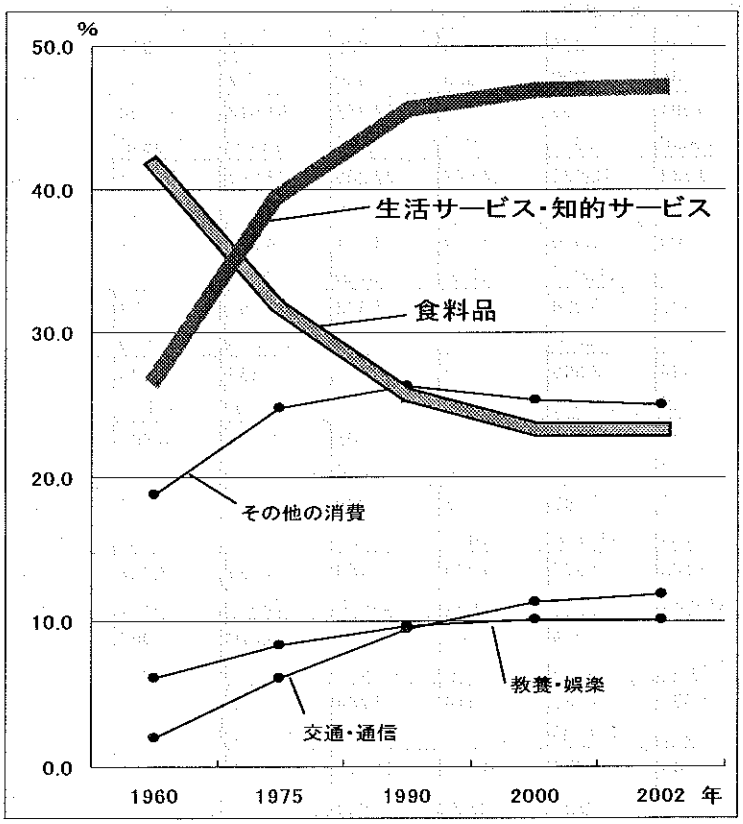
よかネット
YOKANET
No.65　2003. 9
㈱よかネット

もくじ

NETWORK
人もうけ通信18　これからの中心市街地は、
モノの売り捌き・荷捌き所から、ヒトのたまり場へ
――ヒトが行き交い、モノを持ち込み・
売り、カネが動くところへ―― ---------- 2
街の中に普通にさりげなくある仕事場、生活の場
－（株）なんてん共働サービスと
ＮＰＯ法人ワイワイあぼしクラブの取り組み－ ---------- 7
皆様から寄せられた「よかネット」へのご意見、近況などの紹介② ---------- 10
見・聞・食
暴走族からボランティア活動へ
～「極連會」から「GOKURENKAI」へのいきさつと取り組み～ ---------- 10
第72回地域ゼミ　「キャンパス内で学生が楽しめる居場所づくり」
～学生ボランティアによるカフェ運営～ ---------- 12
ガンは決して怖い病気ではない
～ガン完全治癒への道 セミナー報告～ ---------- 14
近況
志摩町で見つけた新しい情報産業 ---------- 15
いろんなシミュレーションをしてみること ---------- 16
暮らし年代記60年・60年説 ---------- 17
川遊びはゲームよりも楽しかった ---------- 18

●1970～75年頃に日本人の消費構造は大転換→もはや日本人（昔日の）ではない

消費に占める生活サービス・知的サービスの比重



戦後の、ちょっと硬派のはやり言葉を思い浮かべてみると、まず「もはや戦後ではない・1956年」が出てきます。ついで「所得倍増・1960」、「ディスカバージャパン・1971」「日本列島改造論・1972」「ドルショック～円高・1972～78」、「おしん・1983～84」などが浮かびます。後知恵かもしれないが、戦後10年余りで落ち着きを取り戻し、15年経った頃からエンジンをかけて「豊かさ」へ突っ走り、また15年経った1970～75頃にはレジャーへのゆとりも出てきている。

グラフをみると、1960年には消費の重点は「食料品」だったのが、75年には「その他の消費（生活サービス）・教養娯楽・交通通信」がどんどん伸びて、この三者の合計が食料品を追い越す。現在ではその比率は半分近くになっています。1975年頃に「豊かな先進国」になったのでしょうか。

（本文２頁に関連記事）

※生活サービス・知的サービスは、交通・通信と教養・娯楽とその他の消費を加えたものです。

人もうけ通信18

これからの中心市街地は、モノの売り捌き・荷捌き所から、ヒトのたまり場へ

――ヒトが行き交い、モノを持ち込み・売り、カネが動くところへ――

糸乗　貞喜

●地域の消費者、マチマチムラムラの人たちの消費意識はどうなっているのか

最近、私の住んでいる町の隣の市にスポーツクラブが出来た。そこには、金とヒマを持っている高齢女性が、朝からたくさん来ている。残念ながら、そこは商店街から途切れたところで、隣に理・美容サロンがあるわけではない。もちろんエステティックサロンがあるわけでも、孫におみやげを買って帰る店があるわけでもない。田舎の街であるから、中心商店街といっても、通りの隣（裏側）には空き地はたくさんあり、駐車場もとれる。そもそも商店街側もスポーツクラブ側も、「まちづくり」全体を考える必要はないのかもしれない。

去年の秋、衰退している地方都市の人々と相談するために、出かけていって、一寸ちぐはぐで腑に落ちない気分を味わった。その街は、スーパーが入ってくるのを十年間拒絶したほど骨っぽい街であるのに、10年あまり前に量販店が２～３店もでき、今度はそれが撤退してしまった。その内の一つは少し郊外側のクルマ型の立地に移ったのである。相談とは「スーパーがいなくなったこと」の対策についてであった。

衰退したのは「スーパーがなくなった」ことが原因だというのが、地元の、若手で元気があって、地域づくりの柱になっている人々の意見であった。私は「出て行って、無くなってしまって、１年も２年も経つということは、地域の人にとって今日現在のところ、“別にスーパーはいらない”という意思表示ではないか」とまでいってみたが、見向きもされなかった。「中心にはスーパーのような核がいる」という信念に基づいて、消費者の消費行動や気持ちはそっちのけで、一見もっともらしいビルの企画や採算性のようなものに、熱中し始めた。

ここでガックリしたので、そういうことなら、「消費構造がどうなっているか、徹底した実証デ

表①95年基準で換算した一人当たりの家計消費額（実質）と実質数値に基づく指数（下段、1970:100.0）　総括表

	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992
	S35	S40	S45	S50	S55	S60	H2	H3	H4
消費支出	35,937	47,348	59,691	71,769	77,680	82,258	91,816	93,498	94,806
	(60.2)	(79.3)	(100.0)	(120.2)	(130.1)	(137.8)	(153.8)	(156.6)	(158.8)
食料費	14,938	18,031	20,334	22,932	22,547	22,208	23,297	23,475	23,408
	(73.5)	(88.7)	(100.0)	(112.8)	(110.9)	(109.2)	(114.6)	(115.5)	(115.1)
住居	1,437	1,414	2,905	3,490	3,599	3,821	4,371	4,777	5,186
	(49.5)	(48.7)	(100.0)	(120.1)	(123.9)	(131.5)	(150.4)	(164.4)	(178.5)
光熱・水道	2,011	2,405	2,622	3,224	4,456	5,338	5,059	5,139	5,261
	(76.7)	(91.7)	(100.0)	(122.9)	(169.9)	(203.6)	(192.9)	(196.0)	(200.6)
家具・家事用品	1,593	2,334	2,984	3,568	3,327	3,513	3,658	3,830	3,720
	(53.4)	(78.2)	(100.0)	(119.6)	(111.5)	(117.7)	(122.6)	(128.4)	(124.7)
被服及び履物	4,315	5,404	5,646	6,569	6,119	5,905	6,777	6,807	6,633
	(76.4)	(95.7)	(100.0)	(116.3)	(108.4)	(104.6)	(120.0)	(120.6)	(117.5)
保健医療	786	1,187	1,593	1,792	1,976	2,088	2,616	2,577	2,642
	(49.3)	(74.5)	(100.0)	(112.5)	(124.1)	(131.1)	(164.3)	(161.8)	(165.9)
交通・通信	727	1,193	3,103	4,377	6,205	7,456	8,695	8,727	8,834
	(23.4)	(38.5)	(100.0)	(141.1)	(200.0)	(240.3)	(280.2)	(281.3)	(284.7)
教育	1,206	1,915	1,631	1,974	2,805	3,263	4,270	4,062	4,374
	(74.0)	(117.4)	(100.0)	(121.0)	(172.0)	(200.1)	(261.8)	(249.1)	(268.2)
教養・娯楽	2,184	3,204	5,387	6,039	6,610	7,286	8,888	8,987	9,324
	(40.5)	(59.5)	(100.0)	(112.1)	(122.7)	(135.2)	(165.0)	(166.8)	(173.1)
その他の消費支出	6,740	9,522	13,485	17,804	20,037	21,375	24,185	25,116	25,425
	(50.0)	(70.6)	(100.0)	(132.0)	(148.6)	(158.5)	(179.3)	(186.3)	(188.5)

ータで、トコトン分かりやすい証明」をしてみようと思った。出来映えはどうか不安だが、以下に示すのがそのデータである。

●スーパーの衰退は、消費が伸びない商品ばかり追いかけていたから

スーパーが得意な分野は、①大量生産・大量消費に対応した分野で、②日常性のある商品、③つまりは食料品、衣料品、家庭用品などである。この商品などに絞って消費動向を整理してみる。

データを整理してみて、我ながら驚いた。不景気といわれながら消費支出はずっとのびてきている。バブルの90年よりも、消費支出全体では、現在は一割ぐらい伸びている。一方、食料品や家具などは80年代以来伸びていない。被服などにいたっては、一時バブル景気はあったが、70年以来二割も減っている。

よく考えてみると、十数年前までは、仕事用のスーツは10万円以上が常識であった。今では、4～5万円で二着などというのもある。それでは質が下がったのかというと、そうではなく良くなっているぐらいだ。ジャケットやワイシャツなども、半値以下になっている。その上、仕事着の感覚がラフになってきているので、「別に無理に買わなくても……」といった気分になり、衣料費の支出は大幅に減っている。おそらく婦人物も同様であろう。

表②一人あたり消費支出の変化指数（全国、実質ベース）

	1960	1970	1980	1990	2000	2002
食料品	73.6	100.0	110.9	114.6	115.1	112.9
家具家事用品	53.4	100.0	111.5	122.6	117.0	113.4
被服及び履物	76.4	100.0	108.4	120.0	90.8	83.1
消費支出計	60.2	100.0	130.1	153.8	168.3	165.1

資料：家計調査年報

表②を見ていると、「スーパーさんご苦労さん」という気がする。人口が増える地域はともかく、減少地域では到底やれない商売だといえよう。上記の三商品を中心に店舗展開をしてきた地方の量販店が、その見直しに励むのは当然である。ここまで整理したわけではないが、このようなことはずっと前の「よかネット」にも書いている。このデータを見ていると、1980年頃に転換期に至っていることが分かる。バブルの頃には家具や衣料品は確かに増えているが、この分野は消費支出の11％程度であり、それも今では8％程度に下がっている。こういう状況の中で、一部商品のバブルに沸き、泡を盤石の岩と思いこみ、大規模投資に走って、その失敗のツケを国民全部に押しつけようとしているのが現在の経済政策である。

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14
支出	95,772	95,824	96,217	99,252	100,195	99,648	99,777	100,475	98,490	98,565
	(160.4)	(160.5)	(161.2)	(166.3)	(167.9)	(166.9)	(167.2)	(168.3)	(165.0)	(165.1)
食料	23,300	23,121	22,774	23,252	23,539	23,731	23,659	23,395	22,823	22,952
	(114.6)	(113.7)	(112.0)	(114.4)	(115.8)	(116.7)	(116.4)	(115.1)	(112.2)	(112.9)
住居	5,349	5,879	6,247	6,708	6,706	6,192	6,500	6,586	6,387	6,522
	(184.1)	(202.3)	(215.0)	(230.9)	(230.8)	(213.1)	(223.7)	(226.7)	(219.8)	(224.5)
光熱	5,436	5,606	5,822	6,130	6,332	6,385	6,448	6,804	6,817	6,766
	(207.3)	(213.8)	(222.0)	(233.7)	(241.5)	(243.5)	(245.9)	(259.5)	(260.0)	(258.0)
家具	3,589	3,704	3,663	3,690	3,647	3,601	3,602	3,491	3,558	3,385
	(120.3)	(124.1)	(122.8)	(123.7)	(122.2)	(120.7)	(120.7)	(117.0)	(119.2)	(113.4)
被服	6,372	6,084	5,915	5,853	5,812	5,469	5,426	5,129	4,840	4,690
	(112.9)	(107.8)	(104.8)	(103.7)	(102.9)	(96.9)	(96.1)	(90.8)	(85.7)	(83.1)
保健	2,812	2,787	2,879	3,100	3,238	3,395	3,511	3,587	3,685	3,732
	(176.6)	(175.0)	(180.7)	(194.6)	(203.3)	(213.2)	(220.5)	(225.2)	(231.4)	(234.3)
交通	9,464	9,381	9,639	10,523	10,442	10,612	10,627	11,471	11,620	11,742
	(305.0)	(302.3)	(310.7)	(339.1)	(336.6)	(342.0)	(342.5)	(369.7)	(374.5)	(378.4)
教育	4,319	4,506	4,497	4,473	4,584	4,446	4,182	4,391	4,073	4,120
	(264.8)	(276.3)	(275.8)	(274.2)	(281.0)	(272.6)	(256.4)	(269.2)	(249.7)	(252.6)
教・娯	9,598	9,487	9,225	9,616	9,870	9,848	10,310	10,178	10,024	9,981
	(178.2)	(176.1)	(171.2)	(178.5)	(183.2)	(182.8)	(191.4)	(188.9)	(186.1)	(185.3)
その他	25,532	25,268	25,556	25,907	26,025	25,969	25,512	25,441	24,663	24,677
	(189.3)	(187.4)	(189.5)	(192.1)	(193.0)	(192.6)	(189.2)	(188.7)	(182.9)	(183.0)

九州ではダイエーが、野球はともかく、店舗の方では調子が悪くて困っている。生活の中で、消費の比率が常に下がっている商品分野をベースにして、「もっと安く!!売り上げ!!売り上げ!!」と叫んでも、詮無いことであろう。

●物価や世帯の構造も変わってきているので、それに合わせて考えてみる

家計消費を、一人あたりで見るのはおかしいのではないかと、お考えの方もあると思う。調査自体を「家計」として考えてきているデータを、見方を変えるには抵抗感もあったが、あまりにも世帯の状況が変わってきている。加工してみる方が、現状に近づけると考えた。その理由を述べてみる。

ア、世帯員数が大幅に減っている。1960年：4.51人、70年：3.98人、90年：3.56人、2000年：3.24人となり、七割程度も減ってしまった。（なお、家計調査の集計にも、このような配慮をしたと思われる「消費水準指数」というデータはあるが、その数値の作り方が分からない点もあったので、１人当たりで考えることにした）

イ、世帯主の年齢が、十歳ほど高くなり、世帯内の有業者も減った。

ウ、物価の変動については、消費支出のデフレーターで補正した。その物価水準のベースは、実感が必要だと思うので1995年とした。

エ、年次変化の基準年は、暮らし向きのエポックとなった年として1970年とした。しかし全般的な消費構造から見ると、75年の方がよかったかもしれない。

オ、念のために、1960年からの数値を、1995年価格・1970年指数で総括表に示した。（横長の大きい表をご覧ください）

私たちの暮らしは「大阪万博」のあった1970年から75年頃までに急速に豊になり、それ以降はかなり落ち着いてきているように見える。そのことは、食料費や住居費（家賃、地代、修繕費等）の支出で感じることができる。この基礎的な支出（実質）が、10年で五割増にも二倍にもなったのは1970年までで、それ以後はサービス支出の急増時代にはいる。

消費支出全体で見ても、1960年から70年にかけては66％も伸びているが、次の10年間では30％程度へと鈍化した。75年を基準に考えると、より一層はっきりする。つまり75年から85年の10年間では、15％程度の伸びになっている。この75年という年は、狂乱物価といわれた混乱のあとの年であり、土地が急騰した頃である。

食料品以外の「家具・家事用品」「被服及び履き物」への消費支出も、1990、91年頃がピークで、それ以降は大幅に減少に転じている。

●中心商店街は、どのように変わってきたか

中心商店街のこの2～30年の歴史は、日本中どこへ行っても同じようなものである。40年あまり前に“スーパーという雰囲気”が流行りだした。間口二間ぐらいで、チャリンという金銭登録機の音をさせながら、セルフサービスタイプの店ができた。と同時にチラシ広告が宣伝の主流になり、私も「チラシは一円のセールスマン」などというコピーを書いていた。チラシにはＳＳＤＤＳという横文字が書かれ、その方が商品名より目立ったりしていた（Self-Service Dynamic Discount Store だったかな）。とにかく、アメリカへの視察旅行と講演会、チェーン展開が同時に動き出した。

すると、しばらくは手をこまねいていたが、すぐに「スーパー反対運動」がはじまった。冒頭に書いた衰退している地方都市は、スーパー時代が遅れてやってきたので、全国で問題が起こったのを見て、十年間スーパーを拒絶するなどといったことができたのである。

結局、消費者のことも考えねばならず、いつの間にか「スーパーを核店舗に」などということになっていった。スーパー導入を受け入れる引き替えにということで、アーケードが出来ていったが、消費者はアーケードがなくても、屋根や冷暖房があり一カ所で買い物が済ませられる大型店へ流れていった。商店街は空洞化し、シャッター通りと化した。

福岡県のＦ商店街へ行ったとき、空洞化した商店街対策として、市役所に「駐車場」づくりの要求を出していた。撤退したスーパーの跡地を駐車場にしようという考えであった。私は嫌われながら、「この商店街は、駐車場にクルマをおいて買い物に来てもらうよりも、一方通行にして、ゆとりが出来たスペースに駐車を認めた方がいい」といってみたが、自分の店が不便になる人もいるという理由で認められず、駐車場要求を貫徹した。

結局、その駐車場はガラガラで、維持費が赤字で困っている。

ところがこの頃すでに、消費の動向は転換していたのである。

この30年間に起こったことは、家計調査によると、実収入が実質・１人当りで2.1倍になり（1970年84,714円→2000年177,756円、ともに95年基準）、消費支出が1.68倍になったが（1970年59,691円→2000年100,475円）、そのうちの食料費支出は、それほど増えなかった。したがって、食料費支出の比率を示すエンゲル係数は、34.1%から23.3%に下がったのである。

●人々の生活は、"モノ"から"世話をすることや知恵を働かせること"の方向に転換してきている

生活の質を表す代表的な消費品目は、次の四項目である。それは2002年時点で「食料費」23.3%、「交通・通信」11.9%、「教養・娯楽」10.1%、「その他の消費支出」25.0%で、消費全体の約70%を占めている。

ア、食料費は、1960年前当時は41.6%だったが、大幅にシェアが下がった

イ、交通・通信は2.0%からシェアで４倍以上になっている（実質消費額は3.8倍）

ウ、知的サービスの消費を示す、教養・娯楽も約6%から約6割以上シェアを上げた

エ、生活全般のサービスを対象とする、その他の消費支出もシェアが拡大

オ、その他にも、「保険・医療」と「教育」のシェアが２倍以上になっている

これらのことで分かることは、①消費構造が転換したということ、②それが1970～75年頃に起こったこと、③それ以降はそれほどドラスティックな変化は起こっていないこと、である。つまり75年以降は、費目間のシェアの大きな転換は起こっていない。この頃を起点として、いわゆる「ソフト化・サービス化」が定着したと思われる。

モノ売りについてはファッション産業といわれる「被服及び履物」でさえ、実質消費が30%近く減ってしまった。

●消費の柱は、生活サービスと知的サービス

「もはや戦後ではない」と経済白書に書かれたのは1956年であり、その意味は国民所得の一人あたりの水準が、戦前のレベルに戻ったということであった。その後60年代から、「する、なる、なるようにする」（10年で所得倍増を説いた宏池会機関誌の論文）という状況をふまえて、高度成長を成し遂げた。東京オリンピック、大阪万博を経て、新しい日本の「クオリティオブライフ」にたどり着いたのが、「ソフト化・サービス化」の時代であり、それが75年頃に始まっていたことになる。（17頁の暮らし年代記60年・60年説参照）

表③消費に占める生活サービス・知的サービスの比重 単位:%

	1960	1975	1990	2000	2002
交通・通信	2.0	6.1	9.5	11.4	11.9
教養・娯楽	6.1	8.4	9.7	10.1	10.1
その他の消費	18.8	24.8	26.3	25.3	25.0
小計	26.9	39.3	45.5	46.8	47.0
食料品	41.6	32.0	25.4	23.3	23.3

資料:家計調査年報

・教育費も気になったが、子どもの数が激減しているので、偏ったデータになりはしないかと思って省いた

・「その他の消費」のウエイトが極めて高い。その主な費目をあげておく。理美容サービス・その用品（電動器具・かつら・ヘアピース・石鹸・シャンプー・リンス・化粧品など）、身の回り洋品（傘・カバン・ハンドバッグ・装身具・腕時計など）、たばこ、その他の諸雑費（神仏具・墓石・婚礼関係・葬儀費用・損保料・寄附など）、交際費、贈与金、仕送り金など

表③を見て気になるのは、「その他の消費」のウエイトが75年頃から重要費目になっており、その後あまり変わっていないことである。この「生活の文化化」みたいな概念に当てはまりそうな支出が、高位安定してしまっている。一方、食料費はドンドン下がった。全体として、60年頃は食料品が主で、「生活サービス・知的サービス」の比重は小さかった。ところが、75年にはそれが逆転してしまう。つまりこの頃に、消費バランスの上から見ても、消費額から見ても、先進国型へ転換したと判断してよいのだろう。

今後、日本人は、天下がひっくり返るような変革がない限り、この生活パターンを変えることは出来ないだろう（変化に対応する許容能力もないのかもしれない）。とすれば、商店街は人々の消費行動を受け入れて、それに合わせたまちづくりに「構造改革」をしなければならない。

どこの中心市街地を見ていても、モノ売りという点では、長い歴史の間に形成されたために、一応のまとまりはある。しかし、サービス業は、はずれや隙間に入ってきているような感じがある。

消費の主力をなしている「ソフト化・サービス化」支出を、「商店街の柱」に据えたような、まちづくりが出来ないだろうか。人々の消費行動はモノから時間をかけることへ移っている。

女性の美容院での支出は、5000円から１万円。若い人の中には、昼食は300円のコンビニ弁当で、爪に変なモノを貼り付けるネイルアートというものに、両手で１万円も払うらしい。“アート”なんだからお金もかかる。

「荒利」で考えてみると、これらのことも納得がいく。以下に総額・荒利額・時間・１時間当たり荒利の順であげてみる。

	総額	荒利額	時間	荒利/H
・コンビニ弁当	300円	100円	2分	3,000円
・ネイルアート	10,000円	9,000円	60分	9,000円
・美容院	7,000円	5,000円	60分	5,000円
・スーパー	3,000円	450円	10分	2,700円

以上は私が適当に上げてみたもので、見当違いもあるかもしれない。しかし、モノ売りよりサービス業の方が稼げそうである。時間当たり荒利が高いということは、家賃負担力もあるということであろう。商店街の業種構成も見直す必要があるのではないか。

●もう一度、周辺の町や村とネットワークを強め、マチマチムラムラの中心としての役割を復活させよう

戦後の中心市街地の商店は、市街地周辺や町や村の人たちの作った農水産物や製品を仕入れてスタートし、市内や周辺町村の人々を客として栄えてきた。そのうちに、購買力・販売力が上がるにしたがって、商品の仕入先は広がっていったが、売り先は変わることなく、周辺の人々であった。

スーパーなどの大量販売店は、販売力を強めるために、仕入れ先を大産地・大量生産工場や商社に求めはじめたので、地域の人や周辺町村の人々は、単なる「売りつける客」だけの位置づけになっていった。と同時に「量販店はどこへ行っても同じモノを売っている」と言われるようになった。

一方農村でも、大量生産に乗るために、ミカン農家が「野菜はスーパーで買って食う」などということさえ起こっていた。ところがそれらの商品の仕入先は、中国や東南アジアの比重が増していく中で、「安全・安心」というテーマが重視されるようになった。

最近都市郊外の農村では、「直売所」が大流行である。

今まで、地域の中心市街地が経てきたプロセスを、四幕のシナリオにして見たい。

○第一幕は、300余藩が土地柄・人柄を生かして、自立して生きてきた時代。自給自足をベースにしながら、地域の特産振興に心がけ、地域外から稼ぐために移出産業を育てた。中心市街地は地域のヒト・モノ・カネの集散地になり、地域の人々の暮らしを支える柱になっていた。

○第二幕は、明治維新ごろから昭和20年までで、在来産業で稼ぎながら近代工業を導入した時代。工業に従事する人も増えたので、自給自足ができない世帯が急増し地域商業がいっそう重要になった。周辺の物産を集めて売るだけでなく、祭りや遊びの中心としても役割を増した。ヒトが行き交い、モノが集って捌け、カネが動いた。

○第三幕は、戦後から現在までで、大量生産・大量消費社会である。この間に日本は、規格品量産技術で世界に冠たる力を示し、モノつくりをベースに世界一豊かな（物質的に）国つくりをした。しかし80年代以降は、モノつくりでは、アジア各国から追い上げられている。この間に中心市街地は、ヒト・モノ・カネの集散基地から、モノの配給地になってしまった。

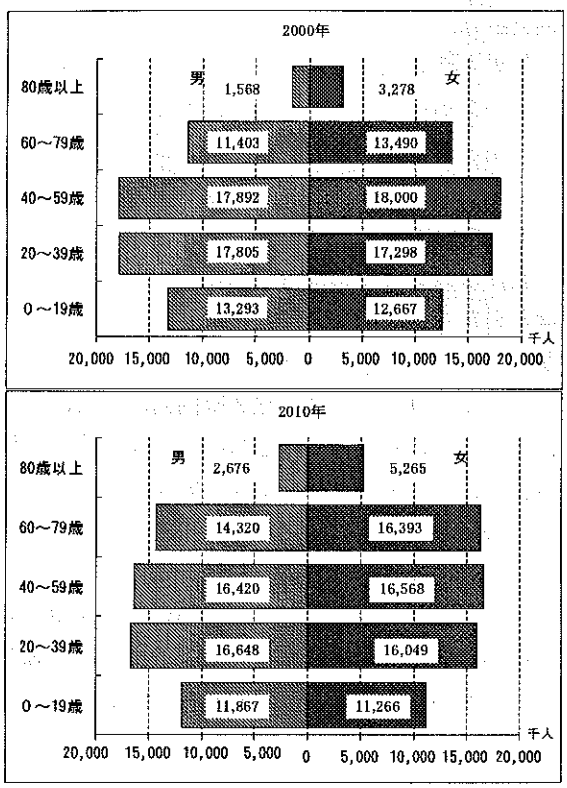
○第四幕は現在以後の話。中心市街地は、第三幕の終わりごろにモノの配給基地としての機能も、スーパーが郊外に出てしまうことによって失った。今後はもう一度マチマチ・ムラムラの人たちとのネットワークを強め、安心できる食べ物・品物を提供し、街の性格もサービス業を強化することによって、人々が行き交うマチ（待ち）にする。

●私たちの提案は、人もうけ型のまちづくり

私たちの提案は、一口で言えば、消費データを見る限り「中心市街地は、その周辺の人々と、ヒト・モノ・カネを通じたネットワークを強める以外に、生きる道はない」ということである。といっても「具体的にはどうすればいいのだ」という声が聞こえてきそうである。

確かに、立地条件の違いによって、あるいは10年後の予測によって、とる手段が違ってくる。

年齢別(5歳)人口の推移　実数



2000年人口と2010年の人口予測値
人口問題研究所の予測によると2007年でピークを迎え、人口そのものも減少し、、モノを買う主要な年代層である20～39歳、40～59歳代も減少する。

①中心市街地の圏域人口は、10年後どうなっているか
②人口が増えるのか、今後減少するのか
③10年後の年齢構成はどうなっているのか
④交通体系は今後どうなるか
⑤この町は現在何で食っているか、10年後はなどをふまえた上で
⑥10年後、このまちや周辺の人たちは「何を求めるだろうか」ということを見定め
⑦それらをベースに地域の人々が寄り集まって、業種や配置などを含めて、可能な計画をたてるということが必要になる。

地域の産業おこし、商店街の活性化、空きビルや低未利用地の活用方策、少子高齢化対策など、地域のさまざまな課題を解決していくためには、地域づくりに係わるいろいろな専門家の知恵の集まりがいるということで、３年前に㈱よかネットをはじめ、９社で協同組合を設立しました。

協同組合の活動については、前号（NO.64）の“ぶどうの樹視察研修”でもご紹介しましたが、長い間まちづくりに携わった仲間がたくさんいます。

このように、中心商店街などの活性化をはじめ、地域づくりで問題をかかえていることなどがありましたら、㈱よかネットと(協)地域づくり九州のメンバーが相談にのります。その内容は、
①上記のデータを、その街に基づいて整理し直すこと
②顧客像や街づくりの目標像を明らかにする
③現状の業種構成について、地域の方々と一緒に検討すること
④①のデータを参考にしながら、皆さんと一緒にとりあえず考えられる街の業種構成を決める
⑤今までの考えは、とにかく「スクラップアンドビルト」ということで壊すことから始めた。私たちは、①～④までの検討を下にして、可能な街の構成を考えてみたいと思います

私たちのメンバーには、まちづくり・マーケティング・不動産・財務会計・設計・店舗計画・経営診断・商店街計画などのメンバーがいますので、協力してサポートしてきたいと思っています。

（いとのり　さだよし）

街の中に普通にさりげなくある仕事場、生活の場

－(株)なんてん共働サービスとNPO法人ワイワイあぼしクラブの取り組み－

愛甲　美帆

６月、よかネット新年号でも紹介した滋賀県甲賀郡石部町にある（株）なんてん共働サービスの溝口弘さんにお会いし、お話を聞いたりお仕事の現場を見せていただく機会があった。新年号では溝口さんら七人衆が中心となって設立されたＮＰＯ法人ワイワイあぼしクラブが運営する痴呆性高齢者の「グループホームわいわい」の建設中の写真を掲載したが、スタートから半年たった現在の様子なども見せていただいた。

●仕事の質が大事、皆にその意識がある

のどかな田園が広がるなかにある住宅群の一角のなんてん共働サービスに午後13:00に伺った時は皆さん各現場に出ていらっしゃった。なんてん共働サービスの仕事は主にグリーンメンテナンス（緑の手入れ、芝刈り、配水管工事、工事現場の後かたづけ）、ビルメンテナンス（ビルの定期清

掃など）、共生舎なんてん（訪問介護、デイサービス、宅老所）である。グリーンメンテナンスとビルメンテナンスは、朝は7:50より３～４人を１グループ（うち障害を持っている人が１～２人）として３班が仕事の現場に向かう。

現在正社員は15名で障害を持つ人（主に知的障害）と健常者が半数ずつ、パートさんが15名で総勢30人である。入所施設で働いていた溝口さんが施設職員の給料があがっても本人の暮らしが変わらないことから、共に働く事業を目指し、昭和56年に（株）なんてん共働サービスを設立された。

どうやって仕事を獲得していったのか溝口さんにお聞きした。

「仕事の受注先とはとにかく一生懸命仕事をやって、３～５年かかって関係をつくっていった。細かい仕事をかき集め、仕事・サービスの品質についてクレームが出始めたのが10年くらい前からでこれには即対応した。これに逃げたらつぶれる、それしかないという意識だ。ここ５年くらいで皆にサービスの質が大事という意識がでてきた。

職員は仕事に慣れるのに時間がかかったが、それだからこそ今確実に仕事をすることができる。働いている人は設立当初から22年間の方から短い人で５年間働いている。就労希望を申し込まれるが、現在は断っている。」

近年は、不況の影響もあり、近郊だけでなく車で１時間半かかる場所へも出向いており、朝6:30に集合し、日帰りの行程である。

●NPO法人ワイワイあぼしクラブの事業

ＮＰＯ法人ワイワイあぼしクラブは、平成13年に設立された。会員は85名。主な事業は、障害者生活ホーム運営事業、知的障害者グループホーム運営事業、障害児・者余暇活動支援事業、痴呆性高齢者グループホーム「わいわい」の運営事業、環境保全事業（市民共同発電所の運営と井の元川の蛍育成）である。

もともとなんてん協働サービスの創設と同時に七人衆を中心とする「なんてんに係わる会」が発足していた。その後、障害者の生活支援の場として、昭和56年県単独事業での障害者生活ホーム「あいふる荘」の実施に始まり、平成２年に知的障害者グループホーム「すずらんホーム」（女性）、平成８年に同「さん・れいく」（男性）が立ち上がった。これらは「なんてんに係わる会」のメンバーが中心となって発足した運営委員会で運営された。

このような流れと、溝口さんの痴呆性高齢者のグループホームをやりたいという思いからＮＰＯ法人化となった。「すずらんホーム」と「さん・れいく」は社会福祉法人から運営委員会への委託となっている。

現在はＮＰＯが利用者への食事提供・金銭管理など日常生活を支援するキーパーを雇い、入居者から利用料と補助金で運営している。

「さん・れいく」は、滋賀県内初の公営住宅を活用したものだそうだ。当時の公営住宅法では単身世帯は入居できなかったが、県が公営住宅を一般財源に移して公営住宅法制度の枠から外すことで利用が可能となった。資料によると、メゾネットタイプの２戸を１戸とし、２階の居室を増やして個室とするための間仕切り整備や浴室を整備した。これらの改良に対して町からの助成もあり完成したそうだ。

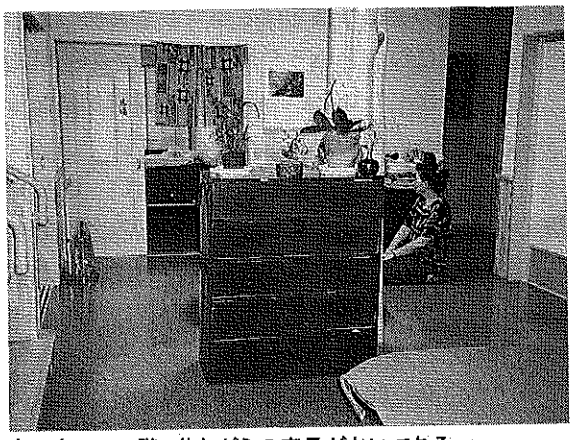
これらグループホームにはなんてん協働サービスで就労している人も入居している。溝口さんによると「職住一体の状況はよくない。例えば、仕事から家に帰れば何時に寝ようと次の日きちんと出社できれば本人の自由であるのに、夜の見守りの際、次の日朝早い時間の集合だとついつい社員に早よ寝ぇと言ってしまう。それなので実質同じメンバーが重なるにしても生活の場の運営は別組織にした」とのことだった。

知的障害者グループホーム設立の際には、地域の反対もあった。情報を出さない状態をつくらずよく話をし、知ってもらうようにしたこと、また消防訓練を行ったことで周辺の人達も安心された。月１回の溝掃除も行うなど、地域密着、生活のなかの必然性の関わりのなかでやっている。

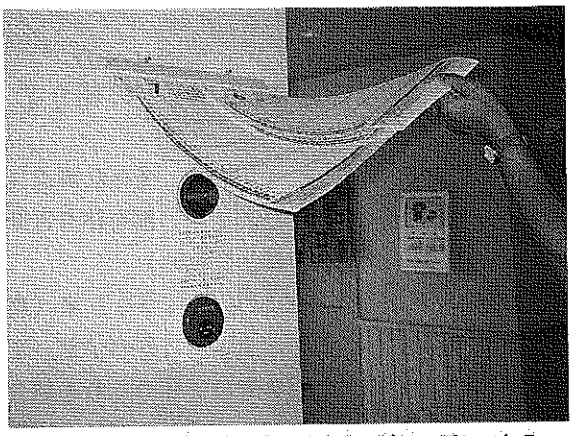
●住宅街に佇む痴呆性高齢者「グループホームわいわい」と「共生舎なんてん」

お話を伺った後、運営されて半年になる痴呆性高齢者の「グループホームわいわい」と「共生舎なんてん」に伺った。

「グループホームわいわい」は、一戸建てが並びちょっとした買い物も便利な住宅街にあり、傾斜を利用した２階建ての建物である。丸太の柱が家の中心にあり、木材をふんだんに利用した建物内には個室が９室、２階と１階を結ぶエレベータ



わいわいの1階。昔ながらの家具がおいてある



住まいとして違和感のあるものをカレンダーで隠してある

ーがある。エレベーターは一見、木の戸のようでとても静かに動く。2階から見える景色は近所の家々の屋根や日常の景色で、室内の家具は普段家庭においてあるようなものなので大家族の家に遊びにきたような感覚になるほどだ。ちょうど15:00だったので1階の食堂では“わいわいがやがや”、にぎやかなおやつタイムであった。現在8名の方が利用している。

「共生舎なんてん」は、もともとあった民家にスロープをつけるなどして改造した建物で、やはり住宅街の中にあり、看板はさりげなくかかげてあるので見すごしてしまいそうなほど馴染んでいる。「グループホームわいわい」とは違った雰囲気で、人がすれ違うときはお互い気遣いながらという感じであるが、このこぢんまりとした感じがまたほっとする場所だった。利用定員は5名、スタッフが3名である。

「グループホームわいわい」と「共生舎なんてん」には障害を持ったスタッフも働いている。「共生舎なんてん」で働いているKさんは、お年寄りと共に過ごす、楽しむということで和やかな雰囲気をつくってくれるそうで、時にはお年寄りと一緒に昼寝をすることもあるそうだ。また、お年寄りはKさんの仕事の様子をみて心配したり、お茶の入れ方を注意したりするそうだ。

●地域密着・小規模・多機能・多方向の“街かどケア”

実は石部町には、施設の移転立地で知的障害児・者の入所施設が集中している。溝口さんは「滋賀県は福祉が進みすぎてそれぞれの専門ということになり、障害を持っている人とそうでない人の住み分けができてしまっている。これを壊すことが“街かどケア”です」と言われた。

資料によると“街かどケア”とは、街中とか村中、みんなが住んでいる場所で、建物も暮らしの中身も特別でなく普通の生活をということで、痴呆や障害のある人に配慮は要るが、自分の家に近いケアをという意味。その場所に近隣や通りがかりの人がぶらりと寄れて、お年寄りや障害者の暮らしに関わったり支えたりすることができるというイメージも含まれているそうだ。

もちろん「専門性」が決して不要というわけではなく、家とそう変わらない生活と、いざという時の専門的なケアの両方の要素が必要だといわれた。

●百聞は一見にしかず

お話のなかで、溝口さんは「正社員のうち障害を持った人が半数というのは密度が高すぎる」と言われた。その言葉に私の頭はガツーンと打たれた。私は障害を持った人をこんなに雇われてすごいなと思っていた。「これは社会の平均ではない。もっと障害者の居場所、働き場所が地域にあれば」と言われた。

実際に現場を見させていただいて「普通」とか「さりげなさ」とか「街かど」という言葉の意味を感じるとともにどれだけ頭の中だけのイメージだったかと反省した。どの現場も本当に日常の中にあった。これらの運営は、大変だと思うが溝口さんはその思いを淡々と話され、具体的に実行されている。

“百聞は一見にしかず”この言葉を身をもって感じ、もっといろんなものを見聞きし、動かなくてはと思った1日であった。

（あいこう　みほ）

皆様から寄せられた「よかネット」へのご意見、近況などの紹介②

NO.63に同封していたハガキで、様々な御意見、近況などが寄せられました。その一部を紹介させていただきます。（順不同、敬称略）

■近年は色彩家からもっぱらまちづくり家（裏方）をやっております。小生、アドバイザーをしております兵庫県加美町のまちづくりを紹介する「笑う町には福来たる（神戸新聞総合出版センター）」が出版されました。ご一読下さい。

（大阪府茨木市　澤　一寛）

■このたびの統一選で敗北しました。地縁、血縁が全くない候補として前回、奇跡の当選をいたしましたが、熱冷めるとともに百条委員会、裏金山分けと議会不審を買い、私もそのあおりをモロに被りました。地方政治にメスを入れる必要がありますね。

（福岡県川崎町　櫻井　英夫）

■対馬は観光立島をめざしております。観光資源にはいろいろあると思います。資源の最たるものは文化財、自然景観、山、川、海、食べ物たくさんあります。利用する人と所有している人が違うため温度差があり心が一つにならない。そこで文化財があってなぜ「観光財」がないのか。そこに住んでいて自慢が出来て、誇りに思い子供達に語りつぎたい財を観光財にしたらどうですか。（観光財は小生の造語です）

（長崎県厳原町　上原　正行）

■昨年４月学校法人冬木学園法人本部長になり、本年４月畿央大学を開学できました。理学療法学科、健康生活学科（健康栄養専攻・人間デザイン専攻）の小さな大学ですが、社会や生徒のニーズに合っていたのか、特に理学療法学科は九州からも20高校以上からの受験生がありました。私も経営に関与しながら教授をやっています。昔学んだことを歴史として教えています。

（奈良市　藤原　昭）

■地域づくりのパワーは市民からと考え、市民活動サポートセンターを設立しました。民設民営。少々一部の行政からケムタがられています。名前は「からとん@はうす」といいます。

（山口県下関市　高田　昌幸）

■田園楽住の会にははるばる東京から参加しました。農地に住居という発想に感心したのと早く東京を脱出したいという個人的な願望が重なって、当会への期待が高まっています。

（東京都杉並区　山口　泰久）

■63号の「多摩大学」は小生の大阪国際大学でも前から実行していることをおやりで、多摩大学は広報がしっかりしているので参考になります。小生のところではエンカレッジメント講座といって自己発見開発を目指したものを最初に導入し、海外提携校とも留学、英語漬けから英語力の増進も計っています。

（兵庫県川西市　福田　智）

■八女市には磐井の古墳（岩戸山古墳・1500年前の前方後円墳）があります。又、資料館の中には1500年前の本物の石人石馬が置いてあるので500年代の世界に入り込んでいただけるかもしれません。よかったら来て下さい。

（福岡県八女市　丸林　恭一）

■佐賀大学と提携して「ＮＰＯ法人国際下宿屋」の設立に向けて、先日発起人会を開きました。留学生を受け入れる（但し低料金１万程度）宿泊所を紹介するＮＰＯです。留学生を増やす為のインフラとしての住まいの整備です。人数目標は90人程度です。

（佐賀県牛津町　島井　大敬）

暴走族からボランティア活動へ
～「極連會」から「GOKURENKAI」へのいきさつと取り組み～

山田　龍雄

昨年の８月頃に田川市でお世話になっている課長に挨拶に行ったおり、暴走族をやめてボランティア活動している団体があるとの話を聞いていた。

暴走族も暴走に憧れる若者の集まりであり、社会に迷惑をかけているが一種の若衆宿である。社会に迷惑をかけているということではマイナスの若衆宿かも知れないが、暴走というエネルギーをボランティアに変えたということでは、プラスの若衆宿に転じた良い例かもしれない。そのきっかけは何であったのかがずっと気になっており、いつか取材してみたいと思っていた。

しかし、この１年間ぐらいでマスコミに取り上

げられ、今年の１月に放映された「ＮＨＫ青春のメッセージ2003年大会」でみごと大賞を受賞し、今ではすっかり有名になっている団体である。

今回は、「GOKURENKAI」の相談にのり、一緒にボランティア活動を行っている金川小学校の山下晃司先生に、キーマンとなった工藤君がボランティアをやるようになったきっかけや経緯などを話していただいた。先生の話と田川市広報の記事をもとに、その経緯を簡潔にまとめた。

・工藤良君は、家庭事情もあって中学校からグレ出し、中学２年生で憧れの暴走族「極連會」に入る。
・中学時代には暴走行為や傷害罪などで、保護観察つきとなる。
・18歳で「極連會」の３代目総長となるが、覚醒剤などに手を出し、少年院送りとなる。
・さらに罪を積み重ね、拘置所送りとなって、何もないところで自分を振り返り、自責の念にとらわれ、人生をやり直したいと本気と思う。
・出所して２年間、いろいろな仕事をまじめにしながら、自分を鍛えるため座禅なども始めた。
・平成13年の冬にトラック事故で入院し、病院でさらにこれからのことを考える。今まで迷惑をかけていた分、仲間で何かできないか、役に立つことができないかと思いをつのらせる。
・退院後、８人のメンバーに集まってもらい、「極連會」を解散し、ボランティアに協力して欲しいことをお願いする。この時は誰も本気で信用してくれていなかった。
・ボランティアといっても何をしていいかわからなかったので、現在、田川市が校区の自主的なコミュニティ活動推進の母体として組織している「金川地区活性化協議会」を警察署から紹介してもらう。
・活性化協議会の事務局となっていた「金川小学校」を突然、訪問し、校長先生などに相談する。この時に、山下先生に出会う。
・工藤君の思いが先輩後輩に伝わり、約40名の「GOKURENKAI」が発足する。
・平成14年４月28日田川警察署で「極連會」の解散式とボランティア団体「GOKURENKAI」の発足会を行う。
・平成14年度は、神幸祭ゴミ拾い、金川校区トンネル環境整備など毎月活動を行っている。

「GOKURENKAI」のポスター

「広報たがわ」より

・暴走族グループがボランティアをしているということでマスコミにも多く取り上げられ、ＮＨＫやフジテレビでも特集番組がある。これで外部の福祉施設などからのボランティア依頼も多くなる。
・平成15年の１月には、青春メッセージで大賞受賞。本人は青春メッセージに出るなどとは何にも思っていなかったらしく、ただ、ＮＨＫの担当者から今までの経緯や思いを書いてくれるようにとの要請に応えたものであった。これがそのまま青春メッセージに使われたとのこと。

●月３回程度の講演依頼がある。

ワルの時代には、誰にも誉められることがなかったが、ボランティア活動をすることで自分たちが認められている、必要されているということが満足感につながっているとのこと。

現在、「GOKURENKAI」では毎月日曜日に団地集会所に集まり、話し合いを行い、翌週か翌々週の日曜に活動を行っている。会費は２ヶ月に1,000円（年6,000円）を徴収している。材料費などの必要経費は依頼主から支給される。

「GOKURENKAI」も初代代表の工藤君は、今年引退したが、市内だけではなく、他の自治体の学校や大会などから講演依頼があり、今年いっぱいまで予約が詰まっているらしい。

発足から１年半しか経過していないが、すごい反響である。最も効果があったのは「GOKURENKAI」メンバー一人ひとりの誇りと講演活動による「つっぱている若者」へのメッセージなのかも知れない。

JR後藤寺駅のホームへの階段の落書きを改善

工藤君は、「暴走族にいく奴は止められないし、やれば良いが、ワルの道に入ると抜け出すのは死ぬほどつらい」といっている。

山下先生の話を聞いたあと、「GOKURENKAI」がＪＲ後藤寺駅から依頼されて行ったという環境改善の実績を見てみた。これは駅のホームへの階段壁が落書きで汚れていたのを彼らがファンタスティックな絵を描いている。これはなかなか上手いと思った。グループの中に絵の達者な人がいるのであろう。駅員さんも「なかなかあそこまで上手くできません。器用な者もおるんですなあ」と感心されたいた。

警察は、暴走族グループの改善事業として、かなり宣伝しているみたいだが、これは工藤君という一人の思いと仲間の意識で出来たものであり、上から薦めても上手くいくものではないと思う。

また、ボランティア活動は継続していくことが大変であろうと思うが、元々ボランティアは「無理をせず、好きなこと」を行うことが原点なのであるから、出来る範囲であまり無理をしないで続けていって欲しい。

このようなボランティア活動をみていて、ボランティア活動で個人が使う自動車のガソリン代やコピー代などが税金控除の対象にならないかと、常々思う。このような社会的なシステムがあるともっとボランティアがしやすく、地域で支えあう社会になると思う。アメリカではボランティア経費として税金控除のシステムがあるから、多くのボランティア団体が活動していると聞いている。

（やまだ　たつお）

第72回地域ゼミ

「キャンパス内で学生が楽しめる居場所づくり」
～学生ボランティアによるカフェ運営～

本田　正明

今回講師になっていただいたチャド・ウォーカーさんは九州大学の環境心理学を専攻している学生で、昨年まで学生ボランティアが運営している「カルチャー・カフェ」の店長だった人である。昨年私どもが行った個族の研究で、個族化社会では若い人たちがネットワークを形成しやすくなる場が必要になるのではないかと考えていたので、「学生の居場所」というのもその場の一つになるかもしれないと思い、カフェの取り組みの話をしていただいた。

●カフェを始めるきっかけはアメリカでの原体験

チャドさんはアメリカ出身で、日本に来る前はテキサス大学に通っていた。そのときには、学生の楽しめる施設もあれば、自分の居場所といえる場所があった。しかし、九州大学に初めて来たときは期待していたような、居心地のいい空間はほとんどなかった。

ちょうどそのとき九州大学では大学院制度が大きく変わり、建築や社会学、また環境心理学とい

＜カルチャーカフェの年表＞
1998年12月～
　箱崎キャンパス留学生センターの前でオープンカフェを始める。
　ボランティア数：５人
　開店期間：２週間
1999年11月～
　同じ場所でオープンカフェを開く
　ボランティア数：約40人（他の学科も参加）
　開店期間：11月から12月24日まで
2000年10月～
　同じ場所でオープンカフェを開く
　ボランティア数：約30人
　（週に1時間のボランティアもいればほぼ毎日来るボランティアもいる）
　開店期間：約２ヶ月
2001年10月～
　大学からの依頼により箱崎キャンパスに新しく建った21世紀交流プラザの中に出店
　開店期間：１年中（学校開講期間中）
2002年10月～
　21世紀交流プラザに入って２年目
　カフェのNPO化の検討を行うが、今のまま継続していくことを決める
2003年4月～
　新しい店長と副店長への受け継ぎを行う

う多岐にわたる分野を勉強している学生と一緒に研究する環境ができ、また学生のベンチャービジネス活動などを九大総長の裁量経費による助成で支援する「チャレンジ＆クリエイションプロジェクト（以下C&C）」が実施されていた。

彼の指導教官である南教授が何人かの学生を集めてそのC&Cの話を紹介した際に生まれたのが、カルチャーカフェプロジェクトだった。

●多様な人の支えでカフェが発展

私も学生時代に南教授の授業を受けていたので、カフェがあることは知っていたのだが、当時のカフェは留学生センターの前にあったので、留学生のたまり場のようでなかなか入れなかった。ただ手づくりの露店のオープンカフェだったので、雰囲気はよさそうだなと感じていた。その露店はプロジェクトに参加した建築学科の学生がつくったのだそうである。

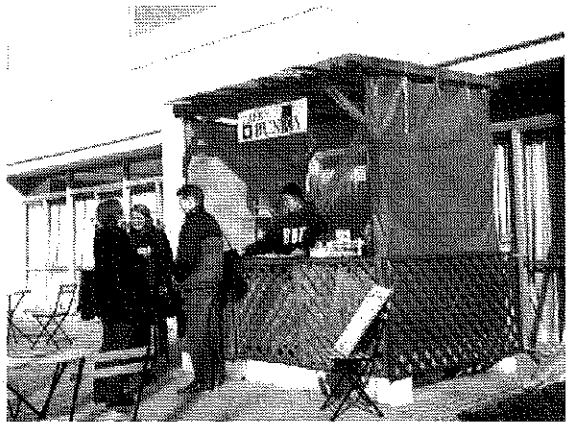
カフェは、初めの年は留学生センターの前で２週間ほど開店する程度のものだった。しかし、それから毎年カフェを継続していくうちに、当時の九大総長の発案により、大学内に出来た２１世紀交流プラザという学生の交流拠点に出店することになる。手づくりの露店から施設の中に移ったことで、年間通してカフェをオープンすることができるようになった。

●カフェの継続に向けて試行錯誤を行う

ゼミの参加者は大学関係者を中心に10人ばかり集まったのだが、みんなが一番関心を持っていたのは、どうやってカフェの継続性を担保させるのかということだった。

それはカフェでも大きなテーマになっていたようで、2002年には２人のボランティアスタッフがカフェのＮＰＯ化を検討している。しかし、ボランティアの入れ替わりが激しく、しっかりとした組織にすることがカフェには合わないというような気分があった。また専属のアルバイトを雇ってみたものの、まったく同じ内容の仕事をしているのに、収入が10万円程度ある人とまったくない人がいることで、メンバーの関係がギクシャクしてしまい、結果としてボランティアによる運営がそのまま続いている。

経営面でもカフェにはほとんどお金がかかっていない。場所は大学から無償で借りているし、人件費もゼロである。コーヒーをつくる機材もUCC



カフェはこの露店からはじまった

から無償提供されている。支出はコーヒー豆やスナック菓子代程度のものである。固定費がかからないので、最低限必要な売り上げというものあまり意識しなくてもいいようだ。そのためコーヒーの値段は自由に設定できるのだが、大学生協や自動販売機の価格よりも安くしすぎるのも問題があるということで150円にしている。

儲かったお金は、カルチャーカフェが主催でバーベキューパーティーや七夕などのイベントを行う際、ボランティアスタッフの参加費などに当てているぐらいのものである。

●スタッフがおもしろいこと楽しめることを企画していくことがカフェの継続の鍵ではないか

ボランティアスタッフの学生はなぜカフェに参加するのだろうか。カフェが好きだから、人との触れ合いがあるから、授業の合間の暇つぶしになるからだとか参加の理由はさまざまだが、まずカフェがスタッフ自身の楽しめる場所、居心地のいい場所になっているからだと思う。参加していておもしろいから続いているのだと思う。

いつでも好きなときに参加できるといった“オープンでゆるやかなつながり”が学生の気分にあっているのかもしれない。しかし、それは同時に辞めやすさにもつながっている。ボランタリーな取り組みだけに、スタッフが飽きてしまっておもしろいと感じなければやめてしまう。ここに参加していたら何かおもしろいこと、楽しいことがある、また自分もこんなことを企画してみたいと思うような雰囲気があれば、カフェが長続きするのではないかと思った。

●個族化社会にはネットワーク型の居場所がもっとたくさん生まれるといい

この地域ゼミを行ったせいか、最近雑誌や新聞

等で居場所という言葉をよく目にする。夜間学校が孤立した若者の居場所になっていたり、リストラされたサラリーマンの居場所がなくなっているといった内容である。

昔は家族・地域・会社といったところに多様なつながりがあり、それぞれに居場所があった。しかし、現在はそのどれもが弱くなり、他人と何かに共感したり、一緒にものごとをする機会も少なくなっている。カルチャーカフェのようなゆるやかなネットワーク型の居場所は、そういった従来の居場所のサポート機能を果たしているように思う。また学生時代にそういったネットワーク活動に参加していれば、社会に出てからも自分の居場所は見つけやすいのではないだろうか。個族が孤立してしまわないためにも、学生時代にネットワークに慣れる“ネットワークぐせ”をつけることがこれから必要になってくると思う。いろんな学生が参加しやすい多様なネットワーク型の居場所がもっと生まれてほしいと思った。

（ほんだ　まさあき）

ガンは決して怖い病気ではない
～ガン完全治癒への道 セミナー報告～

山田　龍雄

７月末に「ＮＰＯ健康支援ネット」を立ち上げつつある友人からのお誘いを受け、ＮＰＯ法人ガンの患者学研究所代表の川竹文夫さんのお話を聞いてきた。当日のセミナー参加者のほとんどはガン患者さんであり、約70名近い人が集まっていた。

川竹さんは、ＮＨＫ時代の1990年に腎臓ガンで右腎臓の摘出手術を受けられた。以来、末期ガンから生還した患者、ガン治療に取り組む医師へのインタビューなどを行い、ガンの代替療法や自然治癒を学んできた。1996年にはＮＰＯ「ガンの患者研究所」を設立し、ガン治療を副作用の多い３代療法（手術、抗ガン剤、放射線）に頼りきるのではなく、現在医療を上手に活かしながら、ライスタイルや食事を改め、患者の自助努力によって治していくことを支援していく活動を行っている。

●８～９年前の「地域ゼミ」で講演

川竹さんは、当社の監査役である久留米大学の駄田井先生の義理の兄弟にあたるといった関係から、本を出版された1994年直後ごろに「地域ゼミ」でお話しいただいたことがあった。

この時にも既に、ガンの手術をしても氷山の一角を切り取ったにすぎない、ガン発生の背後にあるライフスタイル、食事の乱れ、心の乱れ（ストレス）を改めなくては、ガンは再発する病気なのであるということを力説されていた。

また、医者から見放された末期ガンの患者が、逆に手術をしなかったことが幸いしたのか、その後生き続けているケースがいくらでもあるとの話も印象的であった。川竹さん本人も、代替治療をしながら再発せず14年間生き続けている。当日のセミナーも３時間、元気に話された。

●ガンは5年以上生存している人は増えているが、ガンで亡くなる人も増えているのは何故か？

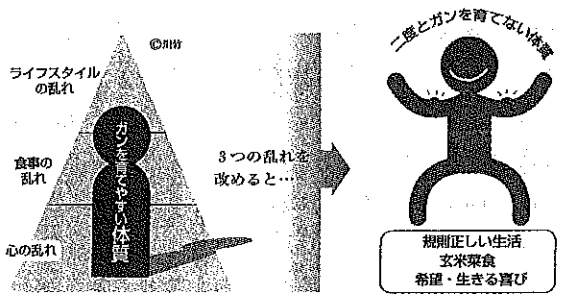
タイトルの言葉は、講演の冒頭に川竹さんが出された問題である。一件矛盾しているようだが、現在の検査事情を想像すると良く理解できる。つまり、健康診断率と検査技術との両方が高まって、ガンの早期発見率が高まったことから、生存する期間が伸びただけである。しかし、亡くなる人が多いというのは再発している人が多いということなのである。「体質改善の図」にあるように、その後の、いかに体質改善するかが再発防止の鍵なのである。

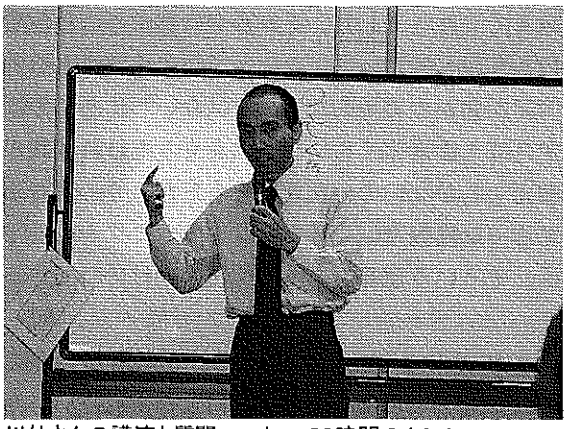
●ガン治療で最も大切なのは「心」の問題

川竹さんは、ガンの再発を防ぐには、いままでの一番大事にしてきたものを「捨てる」覚悟がいるという、生半可にいままで通りに仕事を続けていると決してライフスタイルは変わらず、体質改善にならない。だから「本人の心」の問題が体質改善図の底辺にきているのも、このためである。

それと食事療法の大切さを言われていた、基本的には玄米菜食を徹底させること。川竹さんも肉類や乳製品は全く食べていなく、魚とお酒は講演後の自分への褒美として少量だけ嗜むとのこと。

体質改善の図




川竹さんの講演と質問コーナーで3時間のセミナー

また、ガン治療へ主体的、積極的になることで免疫力が確実に上がることも自然退縮への道であると言われていた。後半の質問コーナーでも「玄米菜食をしていたのに再発してしまったが、何故なのか」との問いかけに対しても「それをどれだけ徹底していたのか、少し気を許して肉類を食したことがないのか」と追求され、その徹底することへの大切さを訴えられていた。

●今年の5月にガン患者1、100人集会を主催

ガンの患者学研究所の機関誌「いのちの田圃」から抜粋させていただくと、「治った人が1人微笑めば、それを見た、30人がきっと治る」といった主旨のもとで、今年の5月に「千百人集会」を開催された。千百人とは「千人」のガン患者と「百人」のガンが治った人を集めた会で、会場は満杯で盛況であったらしい。実際にガンを治した方は124人が参加され、このうち1/3が、現在医療に頼らずに自然治癒した人であったらしい。ガンを治した方には交通費・宿泊費とも自腹で、体験談を話していただくということで参加を呼びかけたのであるが、ボランティアであるにも係わらず、100人以上の方がよく参加されたことを川竹さんは驚いておられた。

もし、交通費等を主催者側が支払う条件であったら、もっとガンを治した方は多く参加していたのではないかとも言われていた。

私は、このセミナーを聞く前にテレビで、全国の主なガン患者の集まる会の特集していたものを、たまたま見た。川竹さんの活動の他に、名古屋の「泉の会」などがレポートされていた。ガン患者さんにインタビューすると「私は肝臓ガン」「私は腎臓ガン」などと、ためらいもなく、公表されているのには感心した。以前までは「ガンは必ず死ぬもの」といった暗いイメージではなかったかと思う。テレビでの雰囲気では、みんな明るく、どこかの趣味のグループみたいであった。川竹さんの話やテレビの印象から言えることは、ガンは決して怖いものではなく、ガンになってしまえば、川竹さん流に、これまでのしがらみを捨て、食事療法を行い、悪いストレスのない暮らしをすれば、治る病気であることを再認識した。

（やまだ　たつお）

所　員　近　況

■志摩町で見つけた新しい情報産業

糸島で田園居住の候補となるような場所はないかと探し回っていたときに、引津の漁村集落からさらに奥にいった福の浦というところに「天然塩製造所」なるものを見つけた。なかなかおもしろい所だったので紹介したい。

○行くのをあきらめたくなるほど海岸の突端にある製造所

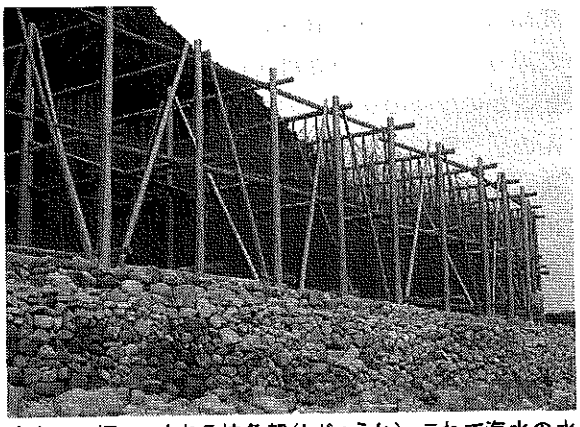
漁村で見つけた「製造所」の看板を頼りに2～3kmほど海岸沿いを探してみたのだが、なかなか見つからない。仕方なく漁村まで戻って、草刈りをしているおじさんに場所を聞いてみると「海岸の奥の方までいってみたか？」「あきれるくらい海岸の突端までいかんといけんよ。」と教えてくれた。

そのおかげでなんとかたどり着くことができたのだが、そこは道路の舗装もなく、道なのかどうかさえわからない所である。おじさんに「あきれるくらい」と言われなかったら、あきらめてしまって、たどり着かなかったかもしれない。

○志摩町は良質な塩もとれる土地柄

なんでこんな辺鄙なところでわざわざ塩をつくっているのだろうと思って聞いてみると、いい塩をつくるには民家と川が近くになくて、自然林がある土地が最適なのだそうだ。

福の浦は民家があるのだが、30年前から合併浄化槽を使っているので生活排水が海を汚すこともなく、きれいな海岸環境が守られていた。また人が入りにくい地形なので自然林が残っており、鳥や魚が集まりやすく海藻も多く取れる。宮崎や鹿児島などさまざまな海岸を探し回ったそうだが、どこも生活排水などで環境が汚染されており、塩



高さ7m、幅40mもある枝条架(しじょうか)。これで海水の水分を太陽と風力で蒸発させて塩分濃度を高める。

製造に適した好条件の土地はなかった。まさか福岡の都市部に40分でいけるような場所で見つかるとは思わなかったそうである。

○製造業の塩ではなく情報産業の塩

できた塩はナトリウムだけでなく、いろんなミネラルが含まれているせいか、甘く感じる。工場で化学的、機械的につくられたものとは全然違う。また塩づくりの行程を鹹水（かんすい）から窯で煮詰めるところまですべて見ることができるので、その体験を他人に自慢もできる。これはまさに情報産業だなと思った。志摩町にはこんな土地柄を活かした情報産業がまだ眠っていたのかと驚かされた。

この日は塩づくりの作業が終わってしまっていて、塩づくりの行程を見ることが出来なかったので、近いうちにまた見学に行きたいと思う。

（本田　正明）

熱いろんなシミュレーションをしてみること

話はやや脇道から入るが、先日「親子で一緒に性教育」という、助産婦さんが講師のセミナーに行った。親子で、といわれるからには子供（５歳と１歳）と妻と一緒に。前半は子供向け、後半は保護者向けという２部構成だった。

子供向けは小学校低学年レベルと言っていたが、体の機能をパズル形式で福笑いのように並べていって、その中のひとつに性器もある、といった自然な感じでアプローチしていた。

詳しい中身は省略するが、性の話は結局、命の大切さとは何かという話につながっている。自分はなぜ生まれてきたのか、を紐解く話だからだ。

性教育に当たるような話は、以前はそれなりの年頃になるとちょっと上の先輩が自慢げに（？）教えてくれたりした。それが今はあまり行われず、口から口へ伝わっていない。学校の性教育も感動的でなおかつ実用的なものではないし、あるのはマスコミの情報くらい。子供を守りたければ親が教えるしかないのが現状だそうだが、今の親だってろくな性教育は受けていない。セミナーの後半は、そういう意味もあって保護者向けの時間だった。

参加者の母親からの質問で、子供（特に女の子）が危ない目にあったときにどうすればいいか、どうやって自分の身の守り方を教えるのか、というのがあった。

怪しい人が現れたら大声を出せといわれても、とっさには出ないし、反対に逆上されてかえって危険になる場合もある。これについて先生は、「いろんなケースをシミュレーションして話し合ってみるしかない」と言っていた。相手によって、場所によって、雰囲気によって結果が変わるかもしれないときは、それぞれのケースを想定しておいて、実際にそういう現場にあったときに、ここで大声を出せばいいのか、優しく説得するのか、ひたすら逃げるのか、判断するしかない。それができるように、自分あるいは子供を鍛えておく必要がある。

この辺が本題なのだが、一般的な話に置き換えてみると、危機管理に限ったことではないが、最悪のことも含めて起きるかもしれない事態を想定し、対策を考えておくということは重要だ。体験できることはやってみるのが一番良いが、体験できないことはリアルに想像しておくだけでもいい。例えば、会社がつぶれたとか、事故が起こったとか、最近で言えば大雨で川が氾濫したとか。そのときに自分がどう行動するのかを、幾通りか考えておく。

危機ではないが、宝くじが当たったら、というようなことも必要なシミュレーションかもしれない。プラスをより有効に活用する、という意味で。

危機意識を持って欲しい人には、複数の人で一緒にディスカッションしておくとよりいいだろう。それが教えることになる。イメージトレーニングと同じようなことなのかもしれない。

自分自身のことや、会社はもちろん、自治体、ＮＰＯ、３セク、いろんなところで使えそうな話だ。

（伊藤　聡）

暮らし年代記60年・60年説

「またいらんことをやっている」と言われそうですが、２ページの「中心市街地」の原稿を書くために時代背景のメモを作ってみました。仮に1945年の前後60年ずつを区切ってみると、1885年と2005年になります（まさにこじつけみたいですが）。

このことを前提に年代記を作ってみました。

①なぜ1885年なのか、明治維新は1868年ではないかと言われそうですが、明治維新の完結はそのころだと思います。人口の対前年増加率が１％を越すのが1883年、88、89年です。また、出生数が100万人を越すのも83年です。

②明治維新とは大量クビキリ・大量失業のことです。時代転換のために、それが必要だったのか。「武士の家計簿」（新潮新書）をみると、この失業時代をうまく乗り越えられた人と、落ちぶれた多くの武士がいることが分かります。「五郎治殿御始末」という小説にも書かれています。その波が一段落したのが、1885年頃だと思います。

③新しい時代を動かすインフラとして、全国に通用する「お金」が不可欠ですが、全国に安心して通用する日本銀行の兌換券（銀との交換が保証されている）が発行されたのは85年です。

④30年後の1914年にはミルクキャラメルや、16年の「工場法」が、日本の工業化への動きを示しています。

⑤60年後の「敗戦」は言わずもがなですが、38年の「賃金・卸価格統制令」は、官僚統制の仕上げ（もしくは戦後につながる再スタートでしょうか）で、40年頃から食べ物が不足しだし、「大根メシ」時代になりました。

⑥1945年は、ほんの一部の要領のいい人を除いて、日本人の暮らしの根底がひっくり返されました。

⑦傾斜生産方式は統制の最たるものですが、これは「国家社会主義」だったのでしょう。

⑧1975年の前に、68年に住宅数が世帯数を上回ります。78年には１ﾄﾞﾙ200円の時代になって、日本が「豊かな社会」に入りました。２ページ以降の文章を読んでいただきたいのですが、75年頃が日本の社会の分岐点だったのでしょう。

⑨次の、日本の社会システムがひっくり返されるのは、何時でしょうか。　（糸乗　貞喜）

60年	1885	'68 明治維新	'77 西南の役
		'78 武士の家録支給打ち切り	'85 日本銀行兌換券発行
	1900	'95 日清戦争・下関条約	'01 八幡製鉄
		'04 日露戦争　'05 日本海海戦	'05 ポーツマス条約
	1915	'14 第一次世界大戦	'14 ミルクキャラメル創製
		'16 工場法	'18 シベリア出兵
	1930	'29 ニューヨーク株式大暴落、世界大恐慌	
		'31 満州事変	'37 日中戦争
	1945	'38 賃金・卸価格制令	'41 太平洋戦争（真珠湾攻撃）
		'45 広島・長崎原爆	'45 ポツダム宣言受諾（敗戦）
		'46 傾斜生産方式	'51 サンフランシスコ講和条約
60年	1960	'60 所得倍増計画　'60 日米新安保理条約	'63～68 消費ﾌﾞｰﾑ・ﾚｼﾞｬｰﾌﾞｰﾑ
	1975	'68 住宅数が世帯数を上回る	'70 万国博覧会（大阪）・旅行支出急増
		'71 ﾄﾞﾙｼｮｯｸ（1ﾄﾞﾙ=360円崩れる）	'73 円変動相場制へ・海外旅行200万人に
		'78 1ﾄﾞﾙ200円突破	
	1990	'87 1ドル150円突破	'90 海外旅行1,000万人超
		'95 1ドル80円	'95 海外旅行1,500万人超
	2005	'97 就業者数減少へ	'98 労働力人口減少始まる
		'06日本の人口減少へ（人口研の中位推計）	

■川遊びはゲームよりも楽しかった

昨年度に引き続き、ＮＰＯ法人地域生活支援センターＦｏｒｚａが開催しているレクリエーション活動にボランティアとして参加させてもらっています。このレクリエーションは知的障害児・者が、新しい体験をしたり、本人達が持っている新しい力を発見するために行われているもので、Ｆｏｒｚａの利用者はもちろん、新聞などで参加者を募っています。レクリエーションでは参加者１人に対しボランティアが１～２人つき、常にペアで行動することになっています。

今年度２回目のレクリエーションは８月９日～10日にかけて、参加者10人、ボランティア６人、Ｆｏｒｚａのスタッフ３人の総勢19人で、福岡県黒木町にある「山村塾」で１泊２日の宿泊キャンプとなりました。今回私がペアを組んだのは小学４年生の男の子。何度かレクリエーションで顔を合わせたことはあったのですが、ペアを組むのは今回が初めてでした。福岡市内から山村塾まで約３時間（高速道路を利用しなかったため）ちょこちょこと話はしたものの、バスの中で彼はずっとゲームボーイに夢中になっていました。

前日台風が九州を通過していたため、天気がどうなるかを心配していましたが、まさに台風一過、とてもいいお天気に恵まれました。到着後、オリエンテーリングのあとはカモの餌やり（山村塾ではアイガモ農法をされている）と川での水遊び。台風による雨で川が増水していたり、水が濁っているのでは・・・と心配していたのですが、水の流れが多少速いように感じましたが、とても冷たくそしてきれいでした。

約１時間、川で遊びまくって上がってきた彼が言ったセリフは「ゲームボーイで遊ぶより川で遊ぶほうが楽しかった」というもの。ほんの少し前までゲームに一生懸命になっていた人から出てきた言葉とは思えずびっくりしてしまいましたが、普段なかなかできない川遊びがよほど楽しかったようで、夕食のカレーを食べているときも、夜花火をしているときも「明日も川で泳ぎたい」と言い続けていました。結局次の日、川で遊ぶことはできませんでしたが、早起きしてキュウリをちぎりにいったり、竹でお土産のコップと箸を作ったりと、普段なかなかできない体験をして帰途につきました。

遊んでいる様子を見ていると水の冷たさを全く感じない

私自身も自然に触れる機会が極端に少なくなっていることもあり、今回のキャンプは久しぶりに思いっきり太陽の光を浴び、自然に囲まれてすごした２日間でした。山村塾には同じ日に、学生さんやご夫婦が農業体験に来られていました。山村塾には、また個人的に遊びに行けたらと思っています。　（梶原　里香）

編集後記

■遅ればせながら北九州市のリバーウォークをみてきました。オープンして間もないということで、若者からお年寄りまで集客していましたが、モノが売れない時代で、北九州という限られたパイの中で小倉の他の百貨店や周辺市町の商店街はどうなるのかが気になりました。　（だ）

■盆休みに、一昨年当社が事業企画に係った七山村の「ななの湯」に行ったところ大盛況で駐車場にも入れず道路まで渋滞していたので諦めて帰ってきました。「よかネット人」としては嬉しいような残念なような複雑な気分になりました。　（さ）

よかネット　No. 65　2003. 9
（編集・発行）
㈱よかネット
〒810-0001 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
http://www.yokanet.com
mail:info@yokanet.com
（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 06-6942-5732
東京事務所　TEL 042-501-5231
名古屋事務所　TEL 052-265-2401
㈱地域計画・名古屋