

東北 VALUE SIGHT

秋田



株式会社つじや 代表取締役
辻 卓也 (つじ・たくや)

1990年 筑波大学生物学類卒業、丸紅株式会社入社。食糧部、畜産部に勤務。

2007年 帰郷し、家業の和菓子店5代目を継承。

2014年 まちづくり会社ひなび大曲有限責任事業組合を若手経営者14名で出資・設立。代表組合員を務める。

その他、大曲駅前の花火通り商店街副会長、大曲商工会議所青年部会長、大曲納豆汁旨めもの研究会代表などを務める。

株式会社つじや 秋田県大仙市大曲中通町1-20
TEL 0187-62-0494 URL : <http://www.akita-tsujiya.jp>

全国的にも有名な花火の町、大曲。その大曲に2014年に誕生したひなび大曲有限責任事業組合は、『大曲の花火』の日以外の日常生活の中にある豊かさや価値、地域の資源を知ってほしい』と願う若手経営者14名により出資、設立された。

彼らは愛郷心と地域資源にこだわった地域ブランドづくりに注力し、その第一歩として「地域の人々が町の魅力に気づくこと」を大切にしている。

地域ブランドづくりに向けた取組

花火だけでない大曲の矜持

10年前、帰郷して家業の和菓子店の五代目を継いだ。店先に並ぶとうふかまぼこと三杯もち、江戸時代から続く伝統的な郷土菓子であり、地域で大切に守り継がれてきた食文化である。

帰郷した当初、周りの人たちからは「先のないこんな田舎になぜ戻ったのか」と問われ、また、「花火以外に誇れるモノがない」とよく聞かされ、わが耳を疑った。都会暮らしから20年ぶりに戻った大曲は、派手ではないが豊かさに溢れた生活があり、伝統文化が根付くなど、宝の山であったが、なぜそれほどまでに卑下するのだろうか、と。

大曲は全国花火競技大会「大曲の花火」という最強コンテンツ・地域ブランドを持つ「日本一の花火のまち」である。市内各所では冬季も含め毎月花火大会が開催され、官民挙げた花火産業構想も進行している。しかし、「大曲の花火」は1年365日のうちで1日だけの「ハレ」の日であり、地域住民は、それ以外の364日の日常「ケ」の生活の豊かさには気づかず、無関心。住民が地域に矜持を持たない現状には、大きな懸念を抱いた。

また、これまで地域を形作り支えてきたさまざまな民間団体・組織は、構成人数不足や予算不足といった問題を抱え、連携が困難な状況にあった。

それゆえ、さまざまな団体のつなぎ役となり、身の回りに当たり前にあるが、気がつきにくい宝物を再評価し、それらに誇りを持つための仕掛けづくりに取り組むこととなった。

小さな地域だからこそ横の連携を強める

「大曲の花火」が目的の来街者をもてなすために2008年に立ち上げた花火前夜祭は、さまざまな団体や個人の協力を得て、市民夏祭りや各種行事を融合

し、今では1週間にわたる花火ウィークとして官民協働のイベントにまで成長した。

花火通り商店街は、従来の催事中心の活動から、各個店の魅力アップと地域住民のためのサービス向上に努め、来街者にまち歩き楽しさを提供できるように方向転換した。また、店主のみならず、地域住民やその友人・知人にもまちづくりに加わってもらおうと、毎月1回開催している街中マルシェ「土屋館わいわい広場」は、今年で7年目を数えるまでになった。商店街以外の駅前商業者を加えた「大曲まちゼミ」も好評で、今秋に第7回目を迎える。こうした取組により、商店街は、物売り目的の場から、老若男女がおなじみさんに会える安心の交流場所へと姿を変えつつある。

2008年には「大曲納豆汁旨めもの研究会」を立ち上げた。B-1グランプリを主催する愛Bリーグにも加盟し、各地へ出展しながら、大曲納豆汁を通じて全国へ大曲をPRしている。当初は納豆なんてイメージが悪くて恥ずかしいと周辺から酷評されたが、メディアに露出し、提供する店舗が増え、来街者からの評価が上がるにつれ、地域住民も徐々にその価値に気づき、地元自慢の食として胸を張れるように変化してきた。

さまざまな動きを束ねて、次のステップへ

それぞれの活動を進める中で、効果的に外へ情報を発信し、地域ブランドを作り上げる難しさを痛感した。保守的な枠内であって新しい挑戦をする難しさも学んだ。

そこで、若手経営者の有志14名で出資し、2014年に自分たちのまちづくり会社、ひなび大曲有限責任事業組合(LLP)を設立した。目的は地元制作の映画を作り全国公開すること。映画の力を使って地域

の方々の参加意識を高め、かつ街の魅力と産品を全国に広く伝えるためだ。名称の「ひなび(鄙び)」は、「みやび(雅)」の対語であり、都会の後追い・猿まねをして地域性を失うのではなく、派手でなくても自身が持つ文化や特性こそを掘り下げ、磨きたいという思いから名付けた。

そしてまずは「この街の何を、誰に、どのように見せ、映画を見た人にこの街へ来て何をしてほしいのか」を徹底的に調査・議論し、私たちの座標軸を決定することに努めた。

まちの魅力「人・コト・モノ・場所」

最初の1年間は、メンバーや協力者と共にこの点を侃々諤々、徹底的に議論、調査した。併せて、地域が元々持っている素晴らしい資源を魅力的な商品群に仕上げるための開発作業も行った。

その成果を地域の方々に見てもらい、私たちの考えを知ってもらうため、また、評価を検証するために、大曲駅前の築80年の蔵を改修し、今年3月、交流拠点「毎日大曲」をオープンさせた。毎日大曲は、メンバーが経営する雑貨店ミンカをメインテナントに、地域に根付いたさまざまな商品を「毎日大曲ブランド」に統一して販売している。特徴ある世界観が評価され、オープン以来、市外県外から多くのお客さまに訪ねていただいているのはありがたいことだ。今後は、この拠点の運営を継続しつつ、まだまだ時間はかかると思うが映画制作に向けた準備を粛々と進めていきたいと考えている。

私たちの取組は「市街地活性化のための活動」とよく言われるが、どうなれば活性化したと言えるのであろう？人が溢れていれば、それで活性化したと言えるのか？もしそうだとすれば、私たちは活性化したいとは思わない。

経済的に自立することが地域存続の大前提であり、人は豊かになりたい生き物だ。しかし少子化・高齢化、日本全体の人口減少が顕在化している現在、経済の成長ばかりを第一義にするには無理がある。特に地方に暮らす私たちは、勇気を持って「悠々と、そして豊かに、矜持を持って」縮小しながら継続する道を選びたい。その過程において地域のつながりや文化は、より濃密に、より希有で特徴的なものへと戻っていくはずだ。

グローバルな世界のほつれが見えてきた現在、私たちは徹底的にローカルとパトリオチズム(愛郷心)にこだわった地域ブランドを作り上げたい。それが出来てこそ必然的に世界へとつながっていくと考える。

愛郷無限。地域づくりは「六分の侠気と四分の熱」であり「志本主義」だと日々考えている。同じ思いを持ち、共感共苦できる仲間を増やすこと。それを「格好良いこと」として次世代に伝えること。まだまだ道半ばだが、家業に加え、【公】の部分で私たちに課せられた責任として取り組んでいく。



大曲駅前にオープンした毎日大曲
URL : <http://www.everydayomagari.jp>