

## 第4節 佐渡における活性化のゴールとは 3つの主体を通して見える地域活性化

高橋 加衣

### 1. なぜ佐渡を選んだのか

新潟県佐渡市。本土新潟港からフェリーで2時間30分の旅である。佐渡市は小さいころから2,3度訪れたことがあり、大好きな場所だ。綺麗な海や広大な自然など、とにかくスケールが大きくて子供のころの私の興味関心を引くものばかりだった。『都市を考える』というテーマが発表されたとき、都市とはどうてい言えない規模の佐渡をなぜ取り上げたのかと言われれば、ほんとに思いつきかもしれない。特に見通しがついていたわけでも、調べたいことがあったわけでもないが、頭に思いついたのが「佐渡」であった。どうせなら自分の好きな場所を調べたい、誰も発想しない場所がいいと思って佐渡に決定した。当初は佐渡の交通事情について調べようと、ぼんやりと考えていたが、すぐに挫折してやめた。その時、インターネットで佐渡のことを調べる中で「佐渡地域活性化プロジェクト」というFacebookのページに辿り着いた。「地域活性化」というなんとも漠然とした言葉の中で、佐渡はどんな取り組みを行っているか興味を持ち始めた。調べ始めた当初はぼんやりとした「佐渡の地域活性化」の調査だったが、調べていくうちに異なる3つの主体からの活性化に注目し、それぞれの役割と目的を調べるに至った。

### 2. 3つの主体における地域活性化

地域活性化事業を調べるにあたって、私は3つの主体に注目することにした。それは「行政」、「企業」、「市民」である。それぞれの地域活性化に向けた取り組みは役割も目的も異なってくる。それぞれが繋がって行う事業もあれば、単独で行うものもある。ここからはその3点に注目して見ていきたいと思う。

#### (1) 企業としての地域活性化事業—「合同会社ひととき」を例に一

合同会社ひとときに出会ったのは、佐渡の地域活性化を調べることに決まってインターネットで検索をしていたときだ。「SADO ひと×ときプロジェクト」という文字が目に入り、サイトを見てみると、独自に佐渡の活性化に向けた取り組みをおこなっているプロジェクトチームだということを知った。「誇り」をキーワードに、佐渡で生まれた人・住んでいる人・企業・団体をつなげるというプロジェクトだった<sup>1</sup>。現在ではプロジェクトを法人化し、企業として事業を行っている。佐渡の食材を使ったスイーツの開発や99.9%を輸入に頼るゴマの生産、佐渡の特産である農産品の発見・加工法研究など、「農業」を軸としているのが特徴だ。インターネットであらかたの状況や活動内容を把握することはできたが、実際に企業で働いている人にお話を聞きたいと思ったので、問い合わせをした。すると快く質問に答えてくださった。その中で新たな発見も多かったため、その4つの質問をもとに地

<sup>1</sup>合同会社ひととき HP <https://www.city.sado.niigata.jp/> (7月14日最終閲覧)

## 第1章—第4節

域活性化について考えていく。

まず、合同会社ひとときはボランティアではなく営利企業として活動をしていることが強調された。そのための雇用人口、定住人口、交流人口のアップに繋がる産業を作り出すビジネスを「農業」という視点から行っている。そのため、農家さんの1人を従業員にすることで、その方を介した農家との交流が常にはかかれている。交流はコメ農家やお茶農家を中心だそう。佐渡の特産品や開発した商品を島内だけでなく島外にも発信していくには販路が必要である。そこで佐渡とは別に、日本最大の市場である首都圏・東京に事務所を置くことでその販路開拓と市場調査を行っているそう。佐渡を活性化させるには中だけでなく外からの力も必要だということが分かった。プロジェクト内容は社内で発案され（経営陣はみな佐渡出身）、実施される。立野地区の農家さんと仲が良かったため、そこで採れる農産物を使って何かを作りたい、という思いからプロジェクトが発生したということも教えてくださった。最後に、この質問の中で私が最後にした質問の答えがとても印象的だったため、原文のまま載せたいと思う。

（「佐渡が世界に向けて誇れるものとして、特に大事にしていきたいものはありますか」という質問に対して）

「自然と人です。

佐渡の自然や人が気に入って、ワイン造りをしているフランス人、小麦から栽培してパン屋を営んでいるアメリカ人など移り住んできた海外の人もいます。

佐渡の自然に何かしら惹きつけるものがあるのではないかと考えています。

また、朱鷺保護の観点から全島あげて農薬や化学肥料を低減した農法を実践しています。自然に優しい農法で出来た農産物、その加工品は誇っていいのではないかと考えています。

人の観点からは配流されてきた平安貴族がもたらした貴族文化、江戸時代の佐渡金山隆盛時に流入してきた人々による町人文化、そしてもともとの地元の文化が混ざりあい、日本でも面白い伝統文化が生きています。

能舞台は日本の1/3が佐渡に集中します。

毎年、それぞれの能舞台で薪能、奉納されますが、能を舞うのは地元の人間です。

そのような伝統文化は大切にしていかなければと思っています。」

一企業として、自然も文化も大切に、人との関わりを忘れないで活動していく様子うかがえた。もっと浅はかな地域活性化というイメージを持っていた自分が恥ずかしくなった。ここからより一層、行政や住民はどのような活動を行っているか気になった。

（2）行政としての地域活性化事業—佐渡市東京事務所を例に—

## 第1章—第4節

2014年7月2日、渋谷区表参道の新潟館ネスパス2階にある、「佐渡市東京事務所」を訪れた。佐渡の地域活性化事業について、話を聞きたいと思っていたからだ。しかし、担当者の方から言われたのは、この東京事務所は、佐渡市の業務を請け負っているのではなく、佐渡市と首都圏の情報の受け渡しの柱として作られたため、実際佐渡がどんな地域活性化を行っているかまではお答えできない、という趣旨のことだった。愕然として、気分が落ち込んでしまった私だが、できるかぎり必要な情報は佐渡市のほうから取り寄せることはできる、という救いの声を頂いた。そこで、佐渡市が地域復興に向けて取り組んでいる「地域おこし協力隊」についての資料を送っていただくことになった。ここからは、実際にお話しを聞いた内容というわけではないが、その「地域おこし協力隊」の活動内容や活動成果を、報告書を基にしてまとめていきたい。

佐渡市は年々、人口減少に悩まされている。出生数をはるかに超えた死亡者数により、減少は右肩下がりである。観光客数も年々減少し、平成9年度95.3万人に比べ、平成23年度では53.2万人と落ち込んだ<sup>2</sup>。このような、地域活性化に大きな歯止めをかける定住人口・雇用人口・交流人口の減少。これらの問題を解決するために、現在活用されているのが「地域おこし協力隊」である。

地域おこし協力隊とは、総務省によって企画された全国地域活性化事業である。少子高齢化や人口減少など、地域によって浮き彫りにされる諸問題を、地域外の人間つまり都市住民を受け入れ、「地域おこし協力隊」として地方自治体に委嘱させ、地域おこし活動の支援や農林業の応援、住民の生活支援の協力を活用することで地域力の強化と維持を狙っている。協力隊がその地域に定住・定着しながら地域の活性化を図っていくものだ<sup>3</sup>。全国で隊員数は978名318自治体（4府県・314市町村）（平成25年現在）、期間は1年以上最長3年にわたる<sup>4</sup>。佐渡市では現在、11名の隊員が各地（小倉地区、高千・外海府地区、岩首地区、海府地区9集落、水津地区、赤泊地区、笹川・西三川地区、羽茂地区、松ヶ崎地区、小木地区、新穂地区、計11地区）に配属され、地域協力活動に従事している。具体的な活動内容の例を挙げると、小倉地区滞在の協力隊員は小倉千枚田管理・保全、岩首地区滞在の協力隊員は棚田保全活動（生産組合の手伝い、棚田散策ガイド、棚田米販売）など、地域によって異なる活動を、地域住民とともにやっている。活動内容はホームページやブログ、Facebookなどで定期的に更新され、誰でも閲覧することが可能だ。この活動は、一時的な支援・ボランティアにとどまるのではなく、ある程度の期間を通してその地域に入り込み、住民に寄り添って行われている。隊員の出身地は東京や神奈川など都市部が多いため、普段は直面することもない問題を、傍観者・部外者ではなく「当事者」として捉えることができる。この点が重要だと私は感じた。この活動を通して、全国に佐渡を「伝え」、「つな

---

<sup>2</sup> 佐渡市勢要覧 2013 資料編

<sup>3</sup> 佐渡市地域おこし協力隊サイト <http://sado-chiiki-okoshi.blog.jp/>（7月14日最終閲覧）

<sup>4</sup> 総務省 地域おこし協力隊の概要（7月14日最終閲覧）

## 第1章—第4節

ぎ」、「元気にする」。とても魅力的な活動だ。行政はこの「地域おこし協力隊」を佐渡のみならず全国で行うことで、日本全体を盛り上げようとしているのではないか。

### (3) 市民としての地域活性化—商店での活動を例に一

東京都目黒区東急東横線学芸大学駅近くに「GOOD FORTUNE FACTORY」(以下 GFF) というお店がある。色彩豊かな輸入雑貨や食品が並び、見ているだけでもわくわくしそうな商品が目白押しだ。このお店が 2014 年 5 月 12 日～5 月 25 日の期間、エキュート品川にて「SADO MARCHE 佐渡マルシェ」を開催した<sup>5</sup>。佐渡の物産展を、店長が佐渡出身ということもあって GFF がプロデュースしたのである。連日お客さんで賑わう様子が Facebook などで公開された。残念ながら、私は期間中に訪ねることはできなかったが、毎回アップされる写真を見て、地元の商店の方々から仕入れた商品を大切に販売している印象を受けた。日本最大の市場である首都圏にまず発信することで、佐渡の物産を広げていく。お店として、一人の佐渡出身者として佐渡を盛り上げていこうという気持ちが伝わってくるものだった。

また、佐渡市内に店を構える「いごねりの早助屋」も、商店として地域活性化に加わっている。2014 年 5 月 29 日に東武百貨店吉祥寺店で開催された「佐渡フェア」に参加したり、また 2013 年 10 月 9 日～10 月 15 日に玉川高島屋 B1 食料品催会場で行われた「まるごと東京農大」では、農業大学の地域連携協定商品として「巻いごねり」を販売した<sup>6</sup>。いごねりとは、日本海で採れる海藻「いご草」を原料にしてつくられた、佐渡の特産品である。地元の特産品を外にでて広めていくことで、佐渡のことを知ってもらえる。佐渡の中だけではなく外にも発信していく力がこの二つのお店には見られた。力はわずかかもしれないが、自ら全国に広げ、楽しんで活動している様子が見られたのが印象的だった。

### 3. それぞれの地域活性化の意義とゴール

地域活性化といっても、ひとくちに方法を言い切ることはできない。目指すべき終着点も違うし、そのために行う活動自体にも決まったものは存在しない。それぞれの目的は何かをよく見据え、そこに近づくまでに自分たちが出来ることを行うことが必要である。私の中で衝撃的だったのは、やはりボランティアとしてではなく企業として活性化に取り組む姿勢である。持続的な活動の難しさを実感した。成果を生まなければ成功したとはいえない厳しさである。やはりその視点からみると居住人口、交流人口のアップと雇用の促進は欠かせない。「行政」、「企業」、「市民」の三つが寄り添いながらも独自としての活性化を進めていくことが大切なのではないかと私は思う。

また、他の地域に利用できるものとして、「地域おこし協力隊」は実際総務省が全国で展開している。また、ここに紹介しきれなかったが、佐渡では他にも DINING OUT に参加

<sup>5</sup> GOOD FORTUNE FACTORY HP <http://www.goodff.jp/> (7月14日最終閲覧)

<sup>6</sup> 玉川タカシマヤ blog <http://blog-tamagawa.takashimaya.co.jp/> (7月14日最終閲覧)

## 第1章—第4節

することで伝統芸能を新しい形で発信したり<sup>7</sup>、「フィルムコミッション佐渡」を企画して全国や海外に佐渡をアピールしたりしている<sup>8</sup>。これらも他地域で活用することができるし、実際に活用しているところもある。まだまだ可能性を追求し、様々な方法で土地の良さを追求・発信していくことが求められているのではないか。

---

<sup>7</sup> DINIONG OUT HP <http://www.diningout.jp/> (7月14日最終閲覧)

<sup>8</sup> 佐渡観光協会 HP <http://www.visitsado.com/index.html> (7月14日最終閲覧)