結び
ほどく
私のデザイン

中国地域のデザインビジョン

２０２２．３

［デザインビジョン検討委員会］

デザインで地域の未来をもっとよいものにできるのではないか

そんな思いから、我々は２０３０年に向けた中国地域のデザインビジョン策定に取り組みました。このビジョンでは、デザインを「個人の行動変容創出を起点としたクリエイティブな取組」と仮定し、行政、民間企業や個人などが当事者として目指すべき方向性を取りまとめました。

岩のピアノに向かう

1949年、昭和24年生まれの僕は、一家が疎開していた千葉県の我孫子で産声をあげたらしいのだけれど、３歳か４歳かぐらいのころに両親が離婚して、母や兄姉らと暮らしていた父親不在の我孫子から、高校の教師をしていた父親と、のちに継母になった女性のいる東京に引き取られたので、生まれ育った土地のことを「故郷」（ふるさと）と定義するなら、記憶のほとんどない生まれた土地の我孫子と、幼時の記憶がはっきり残っている東京・港区の、どちらもが故郷ということになるのだろうか。

大学に入るころに再会した母によると、かの女が父と出会ったのは東京で、そのとき父は、母のピアノの家庭教師だったという。いろいろあって高校の英語教師で職業生活を終え、東京で生涯を閉じた父は、母と出会ったころはピアニスト志望の北海道帝国大学の学生で、学校の休みを利用して札幌から東京に出て来て、高名な先生にピアノの稽古をつけてもらい、その合間の小遣い稼ぎに母などにピアノを教えていたらしい。母は神奈川県の小田原に実家があったようだけれど、父と出会ったときは東京・青山の女学校の生徒だった。

明治45年、または1912年に生まれた父の母親はドイツ人で、かの女は、父の父である僕の祖父に、かれが６、７年ほど留学していたドイツのベルリンで日露戦争の後に出会い、結婚して、札幌にやってきた。そして、ベルリンには二度と帰ることのないまま、晩年は、父の妹夫婦と暮らしていた神戸で過ごし、1977年に亡くなっている。北大の教員だった祖父は満州国ができた1932年ごろに50歳の若さで病を得て亡くなったから、ベルリン生まれベルリン育ちの祖母は、ドイツと日本が同盟国としてともにたたかい、ともに敗北した第2次大戦をはさんだ半世紀ちかくの年月を、夫のいない夫の国で過ごした。夫とともにあった時間は、夫に置き去りにされた時間の半分にも満たなかった。札幌の地は、会津に生まれて会津に育ち、維新に際して白虎隊士となった祖父の父が、屯田兵として移り住んだところであった。僕の故郷と父の故郷と父の祖父の故郷はたがいに重ならず、僕の祖母は故郷を失っている。

故郷というものが、世代を貫いて、ひとつところに安定してありつづけるかわりに、あちこちに、バラバラに浮遊することになったのは、ひとり僕の家族のみならず、明治以後の近・現代日本の多くの家族にとっての必然だった。年表風に羅列するなら、1868年の明治維新にはじまり、その９年後の西南の役、1894年の日清戦争、1904年の日露戦争、1910年の日韓併合、1914年に勃発した第１次大戦、1923年の関東大震災、1929年のニューヨーク証券取引所での株価大暴落とその後の世界恐慌、1931年の満州事変と1932年の満州国誕生、1937年の盧溝橋事件を機にはじまった日中戦争、1939年のナチスによるポーランド侵攻からの第2次世界大戦、1940年の日独伊三国軍事同盟成立、1941年12月７日の真珠湾攻撃が口火を切った太平洋戦争、そうして1945年8月の無条件降伏、という具合に、明治以後のたった70年あまりの期間に、男たちも女たちも、そして僕の祖母のように帰化した者もふくむ多すぎる数の日本国民が、好んでか強いられてか離れた故郷に戻ることなく、それぞれの生涯を終えた。故郷の根こぎのうえに、近・現代の日本がつくられた。

そして、第2次大戦前までの70有余年とほぼ同じ長さの戦後の年月を、僕たちは、戦争にじかにおびやかされることなく送ることができたのはさいわいだったけれど、しかし、そのあいだにも、農村から都市への人口移動のペースは衰えなかった。第2次産業の重工業化と第3次産業の急発展が必要とした若い労働人口の需要は、そうやって満たされたのである。故郷喪失者の量産サイクルは、銃火なき成長社会の歯車の高速回転にも似て、回りに回った。1959年の守屋浩は「僕の恋人、東京へ行っちっち」と「僕は泣いちっち」で歌い、1975年に太田裕美は、「東へと向かう列車で」田舎を置いてけぼりにした恋人に、「涙拭く木綿の/ハンカチーフ/ください」と切々とうったえ、1984年の吉幾三は、「俺ら東京さ行くだ」とラップした。

岩のピアノに向かう

1923年に熊本県・水俣の開業医の家に生まれた谷川は、熊本の旧制五高を経て東京帝国大学に入学、従軍し、1945年に卒業すると、福岡の西日本新聞社に勤めて組合運動に身を投じ、そののちには筑豊の炭坑町で詩作と、大正炭鉱争議で会社側とわたりあう労働者の支援に打ち込んだけれど、東京へ行き、九州に戻り、大正鉱業の炭坑が閉鎖されるとふたたび東京に行って、詩を書くのをやめて実業の人となった。

「東京へゆくな」

ふるさとの悪霊どもの歯ぐきから
おれはみつけた　水仙いろした泥の都
波のようにやさしく奇怪な発音で
馬車を売ろう　杉を買おう　革命はこわい

なきはらすきこりの娘は
岩のピアノにむかい
新しい国のうたを立ちのぼらせよ
つまずき　こみあげる鉄道のはて
ほしよりもしずかな草刈場で
虚無のからすを追いはらえ
あさはこわれやすいがらすだから
東京へゆくな　ふるさとを創れ

おれたちのしりをひやす苔の客間に
船乗り　百姓　旋盤工　抗夫をまねけ
かぞえきれぬ恥辱　ひとつの眼つき
それこそ羊歯でかくされたこの世の首府

駈けてゆくひずめの内側なのだ

「中国地域のデザインビジョン検討員会」に参加しているあいだ、この詩が僕の頭から離れなかった。とりわけ、「朝はこわれやすいがらすだから/東京へゆくな　ふるさとを創れ」という２行が――。

「ふるさと」は、いまからほぼ70年前の1954年にこの詩をうたった詩人をして、人々に「創れ」と呼びかけせしめたほどに、すでになきものであった。岩のピアノをたたく「きこりの娘」は、新しい国のうたを立ちのぼらせるのに泣きはらしていた。そうして時代は駈けてゆく馬で、その馬のひずめは、ふるさとをうしなった船乗り・百姓・旋盤工・抗夫なのだ。「朝はこわれやすいがらす」だ。では「朝」とはなんだ。「東京」に敗北したふるさとなのか――。と、そんな思考にもならない思考が頭のなかをめぐっていた。2022年、コロナ禍にさいなまれてはや２年を経て、僕たちは打ち捨てられた「ふるさと」をおもったか。そして、いま、遠く8000キロメートルのかなたのウクライナで、故郷喪失者が大量発生している。ウクライナの「朝」もまた、「こわれやすいがらす」なのか。それは、やっぱり、ふるさとなのか。　僕たちはいまやみな、多かれ少なかれ、「ふるさと」なき故郷喪失者であるとおもう。そうであるとしたら、僕たちよ、「東京へゆくな」。そうであるとしたら、僕たちよ、「ふるさとを創れ」。この検討員会の「デザインビジョン」は、「ふるさと」を創ることにむけて、きこりの娘のように、岩のピアノにむかうひとつの試みなのだ。

鈴木正文

ビジョン検討委員会の専門家

MEMBERS

鈴木 正文
Masafumi Suzuki
雑誌編集者／自動車評論家

1949年東京生まれ。慶應義塾大学文学部中退。海運造船の業界英字紙記者を経て、自動車雑誌「NAVI」（二玄社）の編集に携わる。1989年、同誌編集長。政治・社会・文化的な観点に立った、独自の編集方針を貫く。2000年、「ENGINE」（新潮社）を創刊。『スズキさんの生活と意見』は同誌に書きつがれた巻頭言を収録したものである。2012年「GQ」編集長に就任。著書に『○×（まるくす）』（二玄社 1995年）、『走れ！ヨコグルマ』（小学館文庫 1998年）などがある。

栗野 宏文
Hirofumi Kurino
ユナイテッドアローズ上級顧問
クリエイティブディレクション担当

1953年生まれ。大学では美学を学ぶ。70年代後半からファッション小売業界に関わる。スズヤ、ビームスを経て1989年、ユナイテッドアローズ（UA)設立に常務取締役として参加。業界ではバイヤー、クリエイティブディレクターとして活動する傍ら、執筆、DJ 活動も行う。2004年、英国王立美術大学(Royal Collage of Art)より名誉研究員（Honorable Fellow)を授与される。現在は主にUA の上級顧問 クリエイティブディレクション担当として活動している。2011より毎年開催されているツイードファッションを楽しむイベント「ツイード・ラン」では、実行委員長を務める。

佐野 文彦
Fumihiko Sano
建築家／美術家　株式会社アナクロ　代表取締役

奈良県生出身。京都、中村外二工務店にて数寄屋大工として弟子入り。年季明け後、設計事務所を経て、2011年独立。コンセプトから現代における日本の文化とは何かを掘り下げ作品を製作している。2016年には文化庁文化交流使として16か国を歴訪し、世界各地で現地の素材や文化、工法などを取り入れながら地域の人々と共に「もてなしの場」としての茶室を作るプロジェクトを敢行。帰国後も様々な地域の持つ文化の新しい価値を作ることを目指し、建築、インテリア、プロダクト、アートワークなど、国内外で領域横断的な活動を続けている。

吉橋 亮
Kira
日本サーキュラーバイオエコノミー推進協会
共同代表理事

京都出身。デザインスタジオを立ち上げ、経済産業省のクールジャパン施策や、広告代理店からの委託案件として、中小企業のコンサルや、展示会・イベントのプロデュース、ウェブディレクション、プロダクトデザインなどを手がける一方で、サステナブル団体を立ち上げ、循環型共生経済の社会実装をテーマに、自然科学・民俗学・自然美を探求。Meguriwa(めぐりわ)プロジェクトをとおして、ビジネスマッチングやサーキュラープロダクトの開発などを行う。2019年から福岡と東京で二拠点生活開始。

私が創る理想の地域

中国地域で活躍する担い手（地域プレイヤー）や行政、専門家で意見を出し合い、理想の地域への３つの要素をまとめました。地域づくりにおいて、行政は黒子かもしれませんが、主体性も必要です。全ての「私（行政・住民・関係者）が」主体となり自分事にすることが、理想の地域への第１歩です。

理想の地域の要素

VALUES

価値観

地域にある、そこにしかない固有の価値。
「何もないこと」も含め、「お金以外の価値」をみつけ、
そこに住む人、そこを訪れる人が共に体感できる地域。
従来の価値観、視点を変えることで見えてくる、
新しくて、古くからある地域の魅力。

CHALLENGE

チャレンジ

ここは〇〇だから、
△△はしてはいけない、前例がないから、
してはいけないでは、イノベーションは起こせない。
まずやってみること。自由な発想、遊び心を大切に、
許容値をあげ、チャレンジを称賛する地域に
「人は集まる。」

COMMUNITY

コミュニティ

出入り自由。
たとえば、祭りが人を集めるように、
多種多様な人が緩やかにつながり、一人一人が主体となり、
あらゆる人がクリエイティビティを発揮できる
コミュニティ。都市と自然、歴史と未来、
人と人が緩やかにつながる地域。

理想の地域に向けたヒント

理想への3つの要素を、どのように「私が」デザインし、
どのように「私の」理想の地域としていくかのヒントを9つ取りまとめました。

1. ロングスパンで設計し、一気通貫で地域コミュニティ全体を考え、計画をデザインする。地域内外をつなぐ機能をもったデザインを心掛ける。

地域やエリア、コミュニティの未来設計をする際にロングスパンで考えることをないがしろにしてはいけない。
100年先を考え、 10年、30年、50年で、何をするかを考える。
数年で変化しない一貫したビジョンを地域内外に発信できる体制を構築する。

事例；サグラダ - ファミリア
スペイン、バルセロナにある教会。ガウディの代表作。1882年に着工、現在も建設中。2026年完成予定。バルセロナとその近郊にある他のガウディの作品とともに、2005年、「アントニ＝ガウディの作品群」として世界遺産（文化遺産）に登録された。明確なビジョンとデザインで建設中も多くの観光客を集めている。

2. 商圏や海道、風土や歴史を踏まえてエリアのデザインを考える。

ただ行政単位でやるのではなく、これまでの歴史、文化、風土的なつながりを踏まえ、対象エリアを考える。 例えば、廃藩置県以前など昔ながらのエリアを考えることで広がりも増し、歴史などから考えることで地域固有の文化や魅力を発信できる。

例；お祭り

地域固有の文化や歴史の一部である「お祭り」これらを活用した地域の発信やコミュニティ作りは魅力が多い。複数エリアにまたがる瀬戸内国際芸術祭などの新規の「祭り」も継続させることで地域の魅力になっていく。

3. 目指すべき上位概念や地域古来の価値に立ち返る。

地域内で考え方が合わず対立することがある。 そのような時に「地域をより良く」、「健康」、「平和」「幸せ」のような 誰もが納得できる上位概念に立ち返ったり、 もっと昔にあった精神性に目を向けることも必要。

事例；国際平和文化都市広島

1945年に人類史上初めての原子爆弾が投下された街として世界的に知られる広島市は、被爆から半世紀以上を経てもなお、国際平和文化都市として「平和＝幸せ」のゆるぎない概念の下、平和へのメッセージを全世界へ発信している。

4. 廃屋・廃工場などをありのまま使う。性善説で人にまかせる。許容する。行政はクリエイティビティを発揮し、「○○をするために」新しいルールや解釈を取入れる。

使われていない施設等をある程度自由に使えるようにすることで、地域の自由度・許容値を上げ、地域の魅力と可能性の双方を高めていく。 規制で縛るのではなく、「やってみよう」というマインドを育成する。これまではダメだったことも行政がクリエイティビティを発揮することで新しい秩序を生み出すことができる。

事例１；アムステルダム

アートが盛んなオランダの首都、アムステルダム。市民が自分たちの手でまちづくりをするボトムアップ型のプロジェクト実施。1980年代に閉鎖された造船所を区画整理し、区画ごとにアーティストが自分たちでスタジオやアトリエを建設し、あたかも一つの街のように使う提案が採用され、現在も街づくり推進中。

事例２；長門湯本温泉

山口県にある長門湯本温泉のビジョンは「働くこと、旅すること、暮らすことが緩やかにつながっていくような温泉街」。旅を媒介にして町の魅力を知ってもらい、地域の価値向上につながっている。行政と連携し、新しい秩序を生み出すことで川床の設置など、新しい価値を創出している。

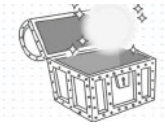
5. すでにある文化を見えやすくし、都市と田舎をつなぎ、現在の生活との接点をつくる。「ないこと」すらも新しい価値へ。

私はその地域にすでにある文化を具現化し、生活と結びつける。
私は自然と都市、地方と都会の 対立構造ではなく、 自然と都市の共存を設計する。

例；寂れた温泉街、観光客を誘致する際に、デジタル環境を整えるのか、近くの都市と連携することでそこのデジタル環境を活用し、行き来をしやすくすることで、既存環境を活かしたデジタルデトックスエリアとしてブランディングをするなど。

6. 時には経済合理性を捨てて考え、ポスト・ラグジュアリーな体験や希少な地域の価値に目を向ける。

その地域でしか体験できないものこそがラグジュアリーなのではないか。
地域の歴史、風習、生活の中にこそ体験価値がある。その価値を再発見し、地域と共有し、内外へ発信する。



例；隙間風や川のせせらぎ、差し込み日差し、感じる匂いなど、その場所でしか体験できないものこそが本当の魅力である。
お金には換えがたい地域住民とのコミュニケーションや地域固有の昔話もまた特別な魅力と言える。

7. マイノリティの視点から考える。

大衆・マス向けを志向しない。 個性重視の現代、マイノリティに目を向け、
マイノリティの視点で個性豊かな地域をデザインする。そこからは新たなビジネスも生まれてくる。

**例；マイノリティのためのプロダクトが
マジョリティーへ**

片手で火をつける「ライター」は、もともと片腕の人でも火を起こせるように発明されたもの（＊諸説あり）マイノリティの視点で作ったものは全ての人にとっても良いものになり得るのではないだろうか。それが、ものでなく場所であっても。

8. 多様性のあるコミュニティを形成し、ターゲットに合わせ、メタバースなども活用する。

「遊び」の得意な人も生きやすい、 出入り自由のコミュニティをつくる。
多様な人が緩やかにつながるコミュニティとして、次世代も含めた地域内外に価値を伝える。
デジタルが支えるコミュニケーションも今後は必要に。

例；バーチャルマーケット

バーチャルマーケットはメタバース上で開催される世界最大のVRイベント。アバターを使い、自由に会場を歩き回り、他来場者とのコミュニケーションや商品の購入も可能。リアルタイムで参加できるメタバース内でのさまざまなイベントも開催されている。

9. 自分事化させる為にデザインする。

関わる全ての人は当事者であり、 いかに自分事化して取り組んでもらうかが大事。 一人ひとりも「私が」の意識で事に臨めるよう、可能な限りフラットな関係性で。デザイナーだけがデザインするわけではない。

出典：しおまち商店街HP

事例；尾道市瀬戸田しおまちとワークショップ

商店街を中心としたしまなみエリアにおいて、住民も含め、地域内外で関わっていく人たちが、当事者意識を持って取り組めるように、ワーキングを開催し、多くの「私」を集め、エリアの活性化を目指している。

私が考える理想の地域

ものづくりの強さ、出入り自由のお祭り、困っている人の目線で一緒にやること。

検討会ではファッションについて、「服が人を包むだけでは終わらない（その人を地域が包む）」と述べたが、ものづくりがある地域の強さをビジョンに入れ込むことも重要。例えば、中国地方ではデニム生産地としても、今後残っているものづくりがあるからこそ強いということをアピール出来るのではないか。

2016年に尾道で開催したデニムランもそう。象徴的なもの、お祭りとかランとか、誰が見ても「ああ、そんなことやっているんだなあ。」と分かってもらうことが必要。デニムラン再開の要望も多く、もっと地域のためにできると思う。象徴的な「イベント」はだれが見てもわかる。企業・工場のユニフォーム（デニム）で走る！！

モダンな祭りとして、働く人が仕事とデニムの組み合わせで実施してみるのも面白い。祭りの良さはやはり開かれているところ。開かれて、出入り自由ということは、そこにエネルギーが生まれるということ。昔は「ちょっと来てすぐに出て行っちゃったら困るよ」という感じだったが、今は寅さん的なアティチュードが望まれているんだと思う。

困っている人、社会的弱者を切り離さず、一番困っている人の目線で、“一緒に何かをすること”がポイントかもしれない。

綺麗なものや格好良いものを作ることだけがデザインでなく、どなたかの困り事を解決するところから始まって、それ自体がもっとふくらみと奥行きを持って、そうでない人にとっても便利なものだったり楽しかったり。楽しく地域のみんなで問題解決が出来れば良いと思う。そういう視点の置き方が今後の地域の在り方として重要なキーポイントだと思う。

栗野 宏文
株式会社ユナイテッドアローズ

出典：Tweed Run 実行委員会

失敗が許容される「ゆるさ」。

都市と同じものを求めるのではなく、ここには何もない、何もすることがない状況を作り出すことに意味があると思う。何もないことに対して“ちょっとした非日常”を作り出せるかどうか。何もないからこそ感じられる良さ、中途半端な便利さを諦めたら、何もないことが良く見えてくる、そこまで振り切れるかどうかというところにある。検討会でもアムステルダムの例を出したが、「ゆるさ」も大切だと思う。誰もいない海沿いや工場跡などの活用はそもそも失敗しても痛くないのだからリスクがある施策やアイデアをやってみたら良い。批判を恐るのではなく、面白そうなら行政やベンチャーが一緒にやってくれるような地域になれば良いと思う。条件が悪いから条件や制限に「ゆるさ」を出して、それをプラスに持ち上げられる人だけが来れば良い挑戦できる場所、というブランディングをしてもいいのではないか。特殊な要件・条件があるところがいい。トライアルできる地域がいいと思う。日本がポートランドのようになるのはなかなか難しいが、許容範囲の上げ下げによって出来る幅が大きいクリエイティブシティみたいなものの方が作りやすい。例えば、富山県ではエリア単位で街作りや食に特化したブランディングを行っているし、具体的な観光がないエリアでも強みを活かしてピンポイントで攻めている。そういった、独自のここでしか出来ない形を作ってもいいのではないだろうか。

佐野 文彦
株式会社アナクロ

吉橋 亮
日本サーキュラーバイオ
エコノミー推進協会

地域の個性の理解と発信。

地域の個性を住民が理解し、言語化して発信できているエリアほど魅力的である。そのため、地域ごとに「個性はこれだ」というビジョンやコンセプトを打ち出していくべきであり、それに基づいた上で住民参加型にできれば良いと思う。そういった意味では地方からビジョンを作り活動していくことで、新しい日本が出来るのではないかと考えている。

また、活性化されている地域は人の移動が盛んである。宿場町の近くでは余所者に寛大で、受け入れる土壌が元来存在し、新しいものに挑戦する土壌がある。外から来た人が「文化の一員になりたい、ここに骨を埋めたい」と思えるポイントが地域にはある。

そしてテクノロジーの発展につれて、新しい感性の中で町の暮らし、海での暮らし、山での暮らし、それぞれの豊かさの中で選択肢の１つとして「地域」があれば良いのではないかと思う。都市で生活している人が「行きつけの田舎」を見つけられるような都市と田舎の関係性を作り、移動しながら互いに感性、豊かさを高めあえたら良い。

今後の地域のデザインについて

CONCLUSION

本ビジョンでは、2030年の理想の地域をバックキャストで考えるために、理想の地域の要素やそれに向けたデザインのヒントをまとめました。　今後は、この理想の地域に向けた取組を進めていきます。

例えば、自分たちのエリアを「いきつけの田舎」とするために、地域固有の文化・歴史などが体感できる「お祭り」を活性化させること、復活させること、新しく創ることも考えられます。そこには出入り自由のコミュニティがあり、外と内、公と私、世代と世代が出会う場となります。また、地域の人、外の人も一緒になって楽しめ、個々人の表現の場となります。

新しい「価値感」をもち、「ゆるやかにつながるコミュニティ」があり、
さらに「チャレンジ」できる地域、そんな都会にはない魅力的な地域
「いきつけの田舎」を自分たちで創り上げていきましょう。