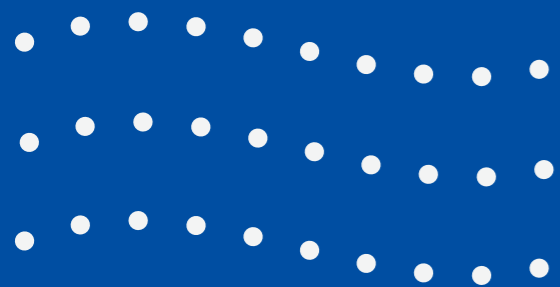


川とともに 生きる まち



SHIMANTO-CITY
四万十市

これらの行動プランには、
実行不可能と思われる企画もあると思うが、
可能性はいつも、意外性の中にある。
成功している先進事例を手本にばかりせず、
いま、地方のオリジナルを見せていくための
行動計画が必要であることを、もういちど
カクニンしたい。

9回におよぶワーキンググループによる
WARK SHOPにおいて、さまざまな意見が交換された。
それらの意見を集約し、すぐに活動するための
ハンドブックを作りました。



高知県西南エリア、幡多地域は、独特の自然、風土を共有する
文化圏であり独特の大きな価値を持っていますが、
このエリアの「価値編集」と「表現」が、うまく出来ていない。
「四万十文化圏」に値する、この地域のブランドイメージを構築し、
広めることで経済は活性化し、人々は動き出す。
その先導役が、幡多地域の中核都市、四万十市です。
地域文化・自然に対する考え方＝明快な「四万十コンセプト」を
創れば、この地域はイキイキと動き始めます。

まちのデザイン

上手にこのまちを発信する、メッセージすること、
「伝えるコト」それがデザインとってください。
「こんなまちになりたい」というメッセージを全国に発信し、
そのメッセージを受け取った人たちに来てもらえるようになれば
いいまちになります。
その人が地元に戻って「・・・ってすごくいいまち」などと言って
情報を拡散してもらえれば、
今度はそれを受け取った人が来てくれます。
そうやって帰っていったら、
また来るといったイメージを持ちながら、
上手にメッセージを発信していくことがとても重要であり、
そのエキスをデザインしていくことが、
ウルオイのある経済を生み出していくのです。
そこをわかってください。

ワークショップのレクチャーより

四万十市の表情 シンボル&メッセージ をつくる。

「あたらしいメッセージ」の見える化

四万十市はどんな市であるのか？

四万十市の考え方を「四万十コンセプト」を見える化し、

あたらしいメッセージを表明する。

「見える化」とは「四万十コンセプト」をデザインし、

シンボル化することである。

「川とともに生きるまち」

ワークショップにより、四万十市の本質をサグってきた。

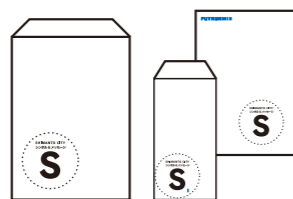
その結果「最後の清流の最後のまち」「ヒューマンスケールのまち」など、

多様なメッセージ性のあるものも検討したが、総意として

「川とともに生きるまち」を採用し、シンボル化したい。



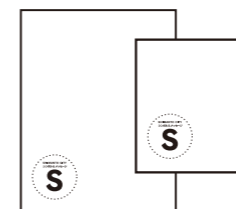
名刺



ステーショナリー



ネット



印刷物・パンフレット



ユニフォーム



社用車



「川とともに生きるまち」をメッセージとしてシンボル化する。

日本最後の清流と呼ばれる四万十川を財産に生きてきた四万十市は、

川と人との近い暮らしがある独特の地域であるとともに

環境社会の中で大きな責任も担っている。

行政は、産業・経済・教育・福祉・土木に至るまで、この四万十川のココロザシに見習い

「川とともに生きるまち」をあたらしいメッセージとしたい。

メッセージはシンボル化することでコミュニケーションがはじまる。

コミュニケーションデザイン

デザインは双方向コミュニケーションを生み出すものです。

ホームページ、名刺、封筒、公用車、リーフレットなどあらゆるモノに

「シンボル&メッセージ」を貼付し、社会とコミュニケーションする。

四万十市の考え＝「四万十コンセプト」を発信する。

すべてはここからスタートする。

四万十市のアイデンティティをつくる

川とともに 生きるまち

四万十市

「この町が何を想い、どんなまちであるか？」を表現することによって、この町は光を放ちはじめ、その光を靦に来る人が多くなることになる。多くなれば来訪者は

①メシを喰う[農業・漁業]

米から、川、海の資源まで一次産業の出口をつくる。

②酒を飲む[飲食業]

その土地ならではの酒の飲み方はおおきな観光資源である。

③泊まる[宿泊業]

総合力が必要な産業がゆえにオリジナル四万十方式を作り出す。

④学ぶ[環境産業]

学びのおもしろさを共有する。

小さな情報をガイドする。

⑤交流する[まちのひとの参加]

イキイキとした、まちのひとが資源となる。

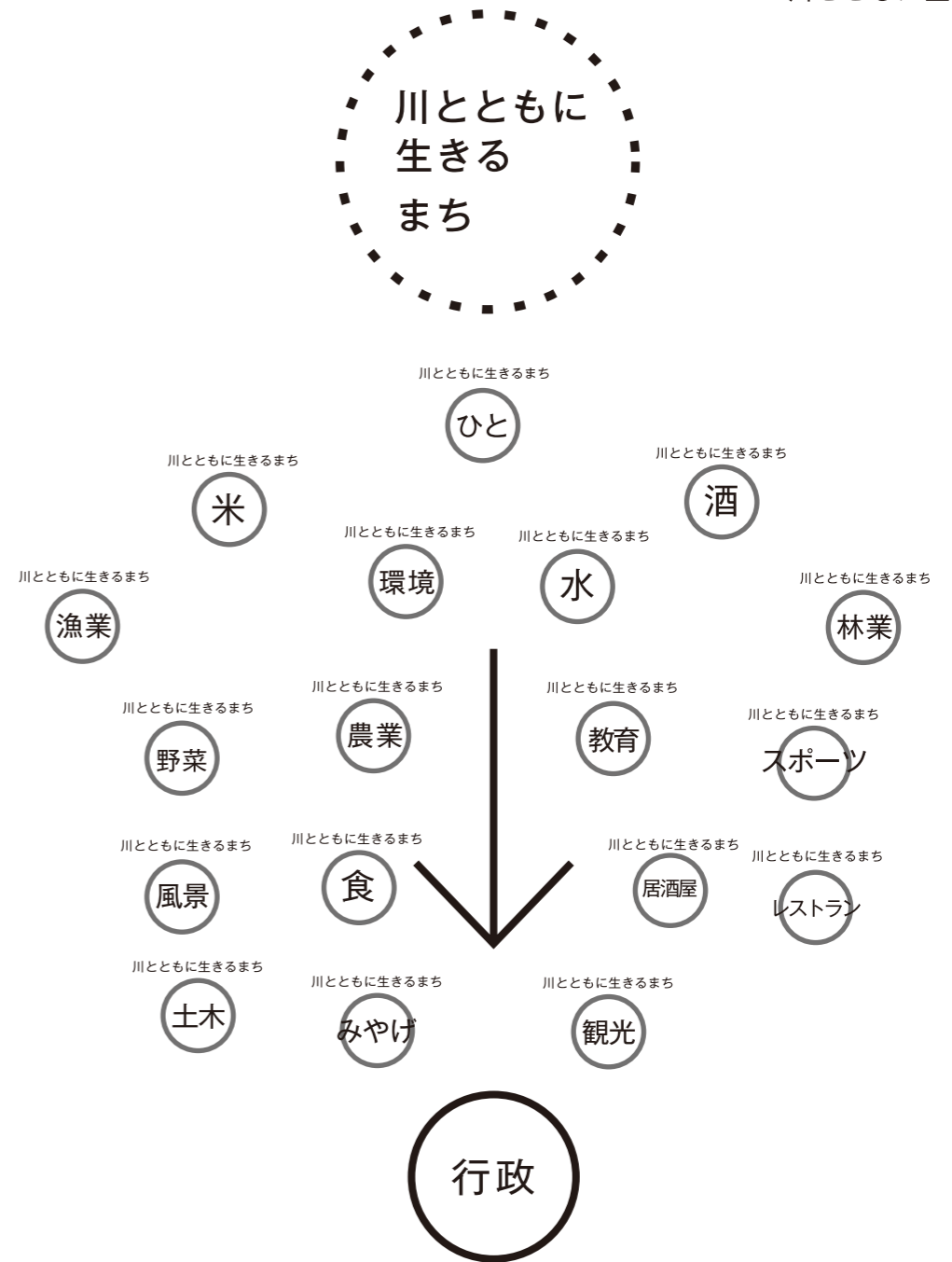
⑥リピーターを作る[ひとの循環]

「川とともに生きていく」ファンを全国につくり、共感を得る。

行政は「川とともに生きるまち」を意識した施策を行い、失われたアイデンティティをとりもどすべく行動する。

このような全体設計を示した上で「川とともに生きるまち」プロジェクトをはじめたい。

川とともに生きるまち



行政は「川とともに生きるまち」の理念をもって産業、福祉、教育、土木、文化、環境、スポーツなどの施策を行うやがてこの市「四万十市」にアイデンティティが生まれ意志を持ったまちに人はやってくるのである……

た し か な 意 志 を 持 っ た ま ち
た し か な 意 志 を 行 動 に う つ そ う

農業をデザインする

四万十川の農業の風景が見えてくる

A しまんと流域農業



農業のあたらしい概念

四万十川の流域で営まれる農業のことを「しまんと流域農業」と呼ぶことにする。「流域」というコトバを使う事によって、四万十川の風景が浮かんでくる。このように「コトバの力」によって、イメージがどんどんふくらんで行く事を認識し四万十市のイメージを高め、「四万十市はこう考えている」を示し、あたらしい四万十市の「観光」「産業」につなげていきたい。

農業を守ることは文化を守ることである。

あたらしい定義

- ① 四万十川流域で営まれる農業であること。
- ② 学校帰りの小学生が、その農作物をカジッても安全な農業であること。
- ③ 四万十川のココロザシに習い、安心をこころがける農業であること。

わざとユルイ定義として

むしろしまんと流域農業はココロザシの農業であることからスタートする。

成熟するにしたがって「あんしん」は「あたりまえ」のしまんと流域農業となること。

野菜の時代をデザインする

四万十川のおいしいが見えてくる

B しまんと流域野菜



セリ



水菜



クレソン

流域の野菜をしまんと流域野菜という

「しまんと流域野菜」なんとおいしそうなお名前だろう。

「しまんと流域野菜ブランド」により、そのイメージは市場にて優位に展開できる。もちろん、しっかりとした農業をベースに、もういちど足腰を鍛えたい。

その土地の風土にあった作物を中心にした農業を展開し地域のイメージを高めブランドにする。効率の良い換金作物だけではなく地域のイメージをブランドとして獲得したい。

四万十川の「水」にまつわる野菜栽培

その土地の風土に合った野菜。

例えば、水菜、水セリ、クレソンの産地として、良質な「水」を背景に「しまんと流域農業」のイメージを形成する。

農業と食と観光

これら、水菜・水セリ、野菜を使用した料理を開発し地域の名物として、農業と観光を一体化させる。



宮城県のとせり農家のとせり畑

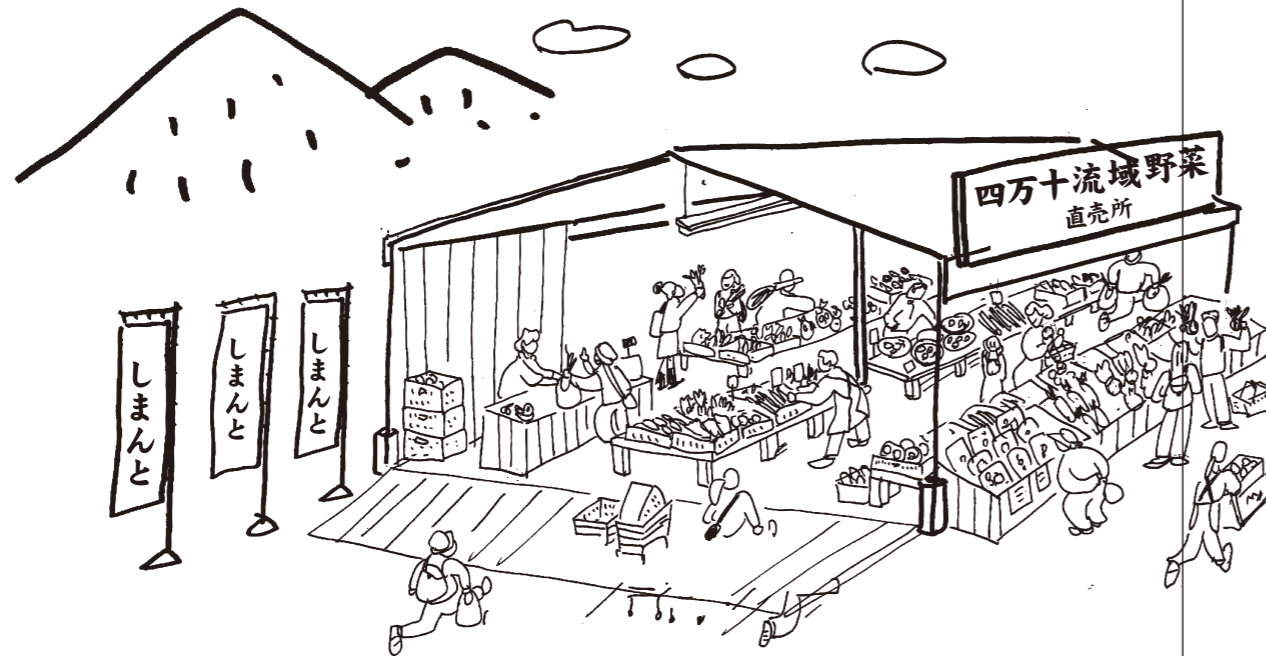
宮城県のとせり農家

- 仙台では、鴨のスープでとせりを炊いて食べる「とせり鍋」が日常料理となっている。
- とせり農家を取材したが、水洗い、選別に時間がかかるが、とても作りやすい作物
- とのこと。とせりの値段は良く、反50万の収入があるらしい。

流通をデザインする(アウトプット)

観光とは何かが見えてくる

③ しまんと流域野菜販売所



野菜の時代

流域の自然から生まれる、安全な野菜

野菜の時代である。人々は野菜が、多くのミネラルを含み、健康を維持するのに必須であることを知っている。しまんと流域野菜はそのコトバが安全な野菜であることを示唆できる。

しまんと流域野菜の時代を作るのだ、全てのベースである農業に目を向け、地域の個性を生かした地域ブランドを作ること。「考え方」を持てば、意外に短い間に見える形になる。

「しまんと流域野菜」で四万十市のイメージを作り出す

「考え方」がマチを変える。

「農業」を守り生かすことは、この土地の「文化」を守り、生かすことである。その結果、良い経済の循環を作ることが出来る。

「しまんと流域野菜」は考え方そのもの。四万十コンセプト「川とともに生きるまち」の、明快な実践として早期に着手したい。



流域野菜販売所(生産者市場)

顔が見えることはユタカなこと

生産者市場。ここちよい名前である。なぜか?

顔が見えることが、安全・安心に繋がり、ユタカなことなのです。

生産者が運営する販売所「流域野菜販売所」である。

何でもある「道の駅」ではなく、野菜にシフトした、あたらしいスタイル四万十川方式を考える。

建物に予算をかけるのではなく「84材」を主体に、仮設的な売り場とし「生産者直売的」「四万十的」「川とともに生きるまち的」売り場とする。

あたらしい観光スタイル

おみやげは流域野菜

おみやげに「しまんと流域野菜」。そのシステムを作れば、「名物にうまいもんなし」はあたらしい時代をむかえる。

道をデザインする

農の風景の見える道 四万十ロード SHIMANTO ROAD

道に愛称をつける

国道 381 号線
国道 441 号線
では、おぼえられない。

このルートに愛称をつけ
四万十川の位置的認識を
メッセージする。

幡多エリアへの
アプローチとしての
「もうひとつのルート」
四万十川のタノシミ方を
メッセージする。

出口は四万十市という
ふとっばら戦略



道の「なまえ」は観光資源です

愛称がなかったため、
この道は観光資源とは、認識していなかった。
この道に、命を吹き込み
観光資源として活用する。

あたらしい観光ルートのデザイン

窪川から北回り、国道 381 号線と 441 号線を通して
四万十市へ出るルートに「四万十ロード」という
ナンデモナイ愛称をつけ、北回り路線を推奨する。
道の駅大正・道の駅十和・道の駅西土佐と「道の駅」はつながり、
出口の「四万十市」に至るまで、タップリと四万十川流域の魅力を
堪能した上での「四万十市泊」となる。
窪川～四万十市の高規格道路が完成したあとも「四万十ロード」は、
幡多エリアのかかせない道として残る。

「四万十ロードをとおこしてください」

四万十市にとってこのコトバが観光資源ということになる。
さらに宿毛、大月、土佐清水に向かわせる動線へ、連携をもって
誘導すれば、幡多エリアの魅力を広げる。
また、高知市への帰路は、太平洋側の海岸線を通り、黒潮町の
「カツオー本釣り」「砂浜美術館」のほか、「久礼大正町市場」「須崎」を
通過して帰路につける、北回りルート「四万十ロード」は、
幡多エリア観光の先導役となる。

農の風景を見ながら、 四万十川リバーサイドを走る 「四万十ロード（仮称）」の価値を作る

R381、R441 二つの国道のライン上に、三つの「道の駅」ができ、機能的にはクリアになったが、道の価値はボンヤリしか見えていない。行政域がまたがり国の管轄でもあるが、だからこそ地域がネーミングを考え、この道の価値を創造するのだ。時代は地方創生だ。

四季の色 農の風景を 「残してゆく」 「作っていく」コトを 観光資源とする

四万十流域は農業地帯である。
四万十ロードを走りながら農の風景が見える。

冬はレンゲのピンク色
やがて、菜の花の黄緑色・黄色
そして桜のさくら色
夏は苗の青田色
秋はみのりの黄金色

四万十ロードは、「農の風景ロード」であることを自覚し、農の風景を残してゆく、また作っていく「コト」を観光資源とするのです。

川とともに生きる日常の風景

自然な観光 「四万十ロード」

しょうがの収穫、米の収穫、菜花の収穫、水菜・水せりの収穫、川からの収穫、川漁師の風景、屋形船、沈下橋などの風景を資源・財産にしながら「川とともに生きる日常」がムリのない自然な観光であることを認識する。



① 佐田の沈下橋



② たたら製鐵 古式鍛造工房 くろがね



③ 赤鉄橋をわたる



④ 農家レストラン しゃえんじり



⑤ 四万十川の ベストショット スポット



⑥ 予土線の駅 「半家」から 汽車にのる



⑦ 「半家」の駅の まわりは栗林



⑧ 冬には農地に レンゲが咲く



絶体絶命を資源に

古い家を商業施設として活用し 小京都の風情をおもいおこす。

長屋居酒屋・割烹・えびす旅館・しまんとBAR・ラーメン屋さん
うどん屋さん、役所の出先事務所など、市が先導して、
かすかに残った、小京都イメージをキープする。

時間が作りだした古都の価値

一条神社を中心に形づくられた町。応仁の乱以降の「歴史」は
この町の財産である。その歴史を思わせる風景が少なくなった。
「地方創生」という時代。この市が、経済を中心とした、ただの
地方商業都市であっていいのか？を、いま考えなくてはいけない。
古い家がなくなれば、その町はプレハブの目立つ町となり、観光産業は
衰退し、ただの町になっていくことは、すでに実例で証明されて
いる。いまならまだ、打つ手があると考え。

リフォームすればまだ使える古い家は観光資源

「小京都中村」のイメージは失せつつある。

(いや、ほとんど失せてしまった)

町の中には、まだ活用出来るレトロな建造物が多数あり

これを、活用編集すれば町の風情が豹変する。

経済一辺倒で運営されてきた町は、

いま、この資源に目をつけるべきであり

行政のセンスを見せるべきである。

古家活用ルネッサンス

古家のリフォームを奨励し、家賃への優遇を施策とする。

料理屋・居酒屋・BARなどの商業施設として活用する事業者を
この古家で営業してみませんか？という募集をかけて経営者を募る
仕組みとする。

旅館だったらいいナア



居酒屋だったらいいナア



みすばらしい古い家ではない 小京都の財産であり、いま再活用の時である

物販・カフェ・レストラン等飲食・宿泊・デジタル事業・役所出先・各種店舗、
事務所。行政主導で、あたらしい町を編集する。長野県小布施町は町の家屋
の等価交換により年間200万人を集客する町になった。

本町3丁目
2階は宴会場の料理屋さん？



山手通
ラーメン屋だとおいしそう？



東下町
小さな民宿？



京町2丁目
うどん屋さん？



京町3丁目陶器店
居酒屋さん？



一条通かつおぶし
カウンターバー？



地方創生は、これらの財産を どう生かせるか？という「問い」である。

「ただのさびれた町」になりつつあるこの町は、あたらしい時代のコン
セプトを「近代化」に求めるのではなく「時」の力、「地」の力、「歴史の
力」の中に見つけるべきである。

一条通1丁目（市役所横）
2階は喫茶店？



大橋通4丁目
ギャラリースペース？



大橋通2丁目鉄橋前
カフェ？



一条通一雇用創造後
NPO事務局？



京町4丁目植田英語塾
料理屋さん？



本町1丁目メガネ大塚本町店
お蕎麦屋さん？



息を吹き返す四万十観光

四万十ロイロイ観光

「観光」というコトバは手垢がついてしまい、
その本質「光」を「観る」という本来の意味を失ってしまった。
そこで四万十市は「ロイロイ」、土佐弁で「ウロチョロする」
というコトバをあて、観光を示すコトバとして
「四万十ロイロイ観光」を採用する。

四万十市ロイロイ観光課

いっそのこと「観光課」を「ロイロイ観光課」として
四万十市のフレッシュな、あたまのやわらかい観光を
組み立てるのも、話題を集める手段となる。

四万十ロイロイガイド

「四万十観光ガイド」は「四万十ロイロイガイド」であり
「四万十観光ポスター」は「四万十ロイロイポスター」ということになる。

バカバカしいからおもしろい

四万十川に顔を浸ける体験

やわらかいアタマは、バカバカしくて、プリミティブな
あたらしい体験観光プランを生み出す。
「四万十川に顔をつける」という観光体験コンテンツを
四万十市ロイロイ観光課が実践するとなれば、それは大きな
ニュースソース。このようなニュースソースを企画し、
どんどん新聞ネタになることで、
四万十観光は息を吹き返す。

修学旅行のおみやげ話は「四万十川を見てきた」ではなく
「四万十川に顔を浸けてきた」となり、もっともシンプルな
体験で、一生ココロにのこる事になる。

まちを、川を、海を、旧道を、
イロイロ自由にめぐる
ロイロイ観光

歴史を、店を、人をユカイに尋ねる。
着物で、自転車で、徒歩で好き好きにロイロイする。
どんな文化と出会えるのかドキドキ・ワクワクすることが何より大事。
大きな四万十川を小さくめぐるタノシミ方をまとめて
「四万十ロイロイ観光MAP」に仕立てよう。

四万十ロイロイMAPコンテンツ

- | | |
|---------|-----------|
| 自転車ロイロイ | 飲み食いロイロイ |
| 沈下橋ロイロイ | ハヤンボロイロイ |
| 屋形船ロイロイ | ゆかたロイロイ |
| 菜の花ロイロイ | 一条ロイロイ |
| 泳いでロイロイ | スナックロイロイ |
| 畑ロイロイ | ぶちゅはいロイロイ |



自転車ロイロイ



泳いでロイロイ



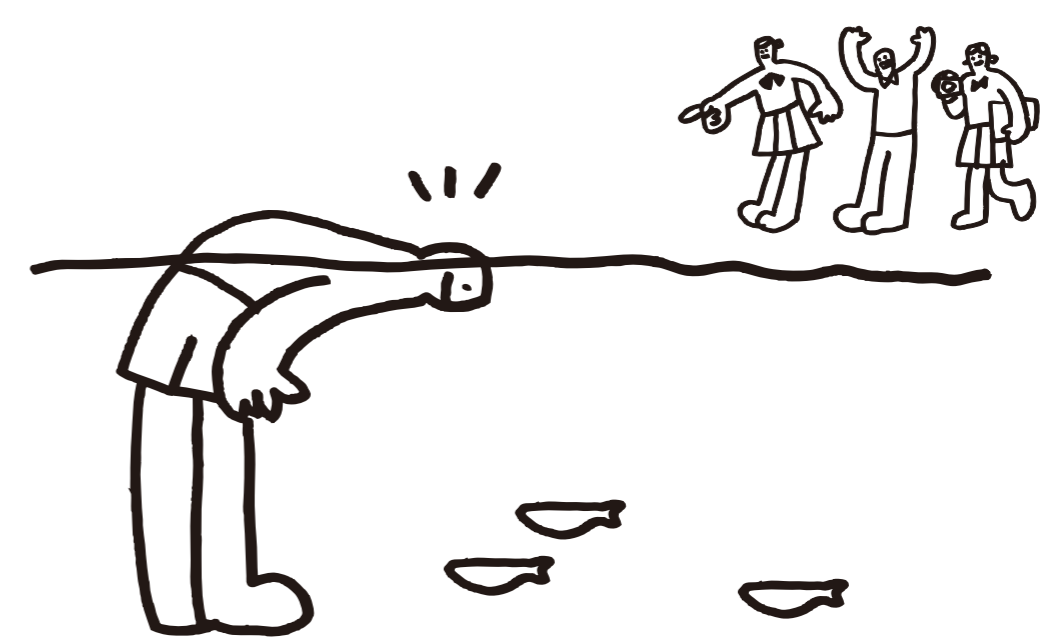
ゆかたロイロイ



沈下橋ロイロイ



ぶちゅはいロイロイ



町のイメージをここから作る しまんとエコバッグ

「川とともに生きるまち」のあたりまえ！



町のイメージを作るエコバッグ

ヨーロッパやアメリカでは「エコバッグ」はあたりまえとなった。レジ袋は極力使わず「買い物カゴ」＝「エコバッグ」となっている。そのデザインが一つの価値を持ち、スーパーマーケットの人気度におおきくかかわっている。いまや「エコバッグ」のセンスは、企業イメージを左右するほどの存在となっている。

「川とともに生きるまち」をメッセージする シンボルとしてエコバックを活用する。

四万十市でしか買えないカワイイデザインのエコバッグや資源ごみバッグを作って販売。半年に一回くらいはリニューアルして話題性をつなごう。捨てに行くのが楽しくなるような、捨てる風景を考えたバッグは、きっとみんながわざわざ欲しくなる！
売上の一部は四万十川の清流保全などに活かしていこう。
「川とともに生きるまち・四万十市」を全国に拡散したいわけだが、チラシやポスターといった媒体ではなしに、環境イメージのあるエコバッグを活用する事で、ひろがりのあるメッセージとなる。

「おみやげ」としての 四万十市エコバッグ

四万十市の人気のおみやげは「川とともに生きるまち」のロゴの入ったエコバッグということになれば、全国へのメッセージの拡散はすすむことになる。



ちいさい袋に
おさまっている

フランスのスーパー
「モノプリ」のエコバック



月ごとに色が変わる



アメリカのスーパー
「ホールフーズ」



ドイツの
ドラッグストア「dm」



国旗模様の
スイスエコバック



麻の素材で
できたエコバック



ファッションブランド
「ベネトン」

健康のための有用成分も川からいただく

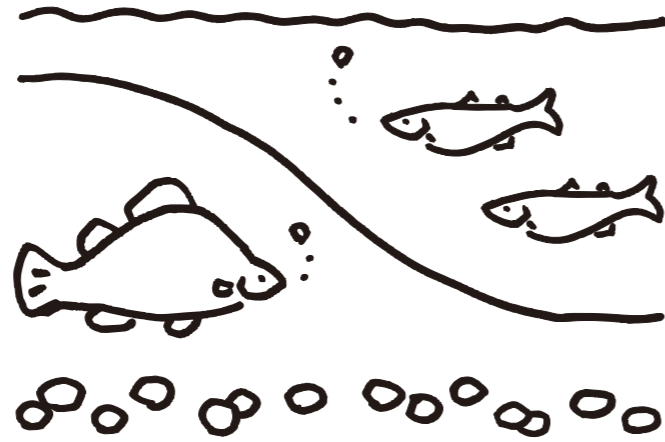
四万十青のりプロジェクト

青のり（スジアオノリ）の成分研究・商品開発

多様な生態系

「汽水域」

という資源



四万十市は汽水域という

独特なエリア

四万十市は、四万十川河口にあり。地理的に海水と真水が出会う広範な汽水域にあり、その独特の風土を有している。そのため、複雑多様な生物の生態系を生み出し、したがって漁法もオリジナル。多種多様で伝統文化といえる。

汽水域という価値のアピール

汽水域というコトバは地味であり、学術のイメージがあり

使用頻度の少ないコトバであるが、土地のシチュエーション、状況を示すには、伝達しやすいことばである。

汽水域だからこそその風景、風土を固有の価値として、住民も含めて認識し、四万十市のシチュエーションとしてより意識して伝達したい。

ワークショップメンバーのコメント

川は銀行です

昔の人はユタカサの限度をわきまえていた。だから「利子分」で漁をして元本を大切に残してきた。ところが現代の漁法は大事な元本にまで手をつける漁をしようとしている。限度を知ってお金に変えられるしごとで川をまもろう。

四万十川からいただくサプリメント

「川とともに生きるまち」つまり川からの恵みで生きてゆくまち。

健康のための有用成分サプリメントも川からいただくというストーリーとなれば、あたらしい価値観がこの町に生まれる。

天然からいただく成分によって健康になるストーリーはこの町の産業となるかも知れない。

スジアオノリの有用成分研究⇒商品開発

高知県立大学で「青のり」の研究がなされている。

血糖値を下げ、血圧を正常値にするなどの

成分があるといわれ、その臨床調査が行われている。

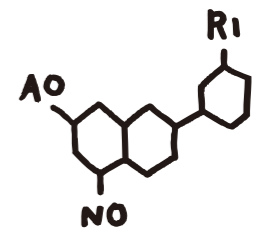
青のりの「自然栽培」から

あたらしい事業へ

青のりの収穫量は毎年安定せず、その落差が大きい。

四万十市と高知大学で、青のりの自然栽培の研究がなされ、安定供給のメドがたつて来た。

この栽培技術とともに、いままでの食品としての目線ではなく青のりの有用成分を資源とした「あたらしい事業」を生み出す計画を立てる。



しまんと四季のカンキツ

「しまんと酢ミカン」で季節を食べる



ズラリと並んだ姿に「土佐のカンキツ」のインパクトがある
そして「ブチュハイ」をススめる。



ブチュハイ

すでに地産地消カクテルとして定着している「ブチュハイ」高知の豊富なカンキツを利用した地産地消ハイボールをさらに周知するために、ビン入りで「しまんとカンキツ」を9種類作る。
まずはバーのカウンターへの陳列
料理屋・居酒屋での陳列とし
土佐のすみかんをアピールする。

土佐の食文化「すみかん」

飲食組合で「すみかん」を奨励し、随所で「すみかん」を使用し、「すみかん文化」をひろげる

- 春／スダチ、青レモン+鮎、初鯉
- 夏／ブシュカン、ゆず（青玉）+シンコ
- 秋／ゆうこう、じゃぼ、直七、カボス+戻り鯉
- 冬／ゆず、橙、夏みかん（青玉）+○○○

春を告げる食材 若あゆ



若あゆ

意外に、食材として話題にのぼらないのが「若あゆ」についてである。この地域では放流のための「若あゆ」＝「稚あゆ」であって、「旬の食材」という認識がない。
ところが、日本国中では、春を告げる食材、高級珍味として食される。ニガミがあり、独特の味が食されている。



菜の花とともに 若あゆ祭り

観光の第一義は、「食」にある。四万十川の食の素材は「鮎」以外にもあるがその他は、青のり、あおさのり、ゴリ、と地味なものとなり、華やかさが無い。そこで、量的にも豊富にある「若あゆ」に目をつける。
桜の季節に「四万十・若あゆまつり」を行い、やがて成魚となる
7月ごろ、またおこしくださいと、お見送りする。

若あゆは予告編、7月にまたおこしください

偉大な観光資源

風習「幡多方式の」ススメ

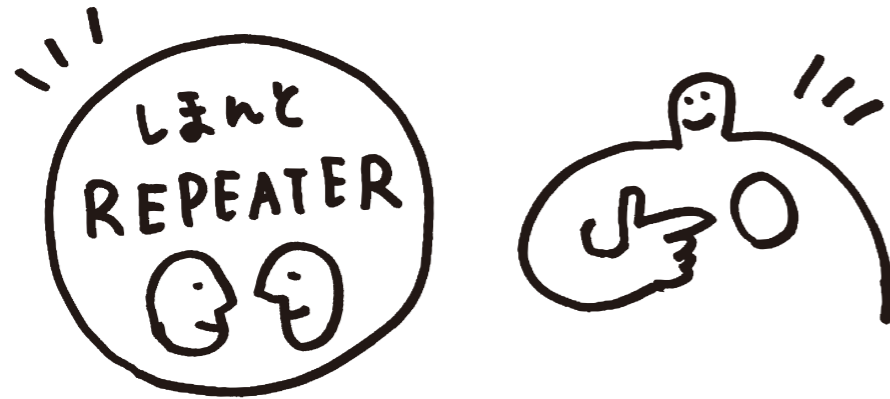
「座った者から飲食しても良い」という幡多方式、このソフトは偉大な観光資源である。いままでは、この地域の単なる風習として、見過ごされてきたが、「幡多方式」という風土・風習を、あたらしい目線でおもしろく活用するということが、おおきな観光資源となる。
「幡多方式条例」などをつくり、話題を作っていく。

笑いは最大のコミュニケーション＝ユーモアが資源

「もう一度、きてもいいですよ！」

こちらが客を選ぶ

観光リピーターバッジ



観光客に再来訪の許可をあたえるという

ユーモラスな企画

観光政策は、人がその土地に足を運ぶ、来ていただくための仕掛けづくりである。

おもてなし、「オモテナシ」と各県、集客のキーワードを並べるが「オモテナシ」は溢れすぎて、少し飽きてきた気がする。

この人には、また来てほしい

と思う人にお渡しするバッジ

「川とともに生きるまち」をよく理解するだけでなく、また来てもヨシと

認められた人に、「しまんとリピーターバッジ」をお渡しする。

まじめに考えれば、そのシステムの構築に一定のエネルギーを要するが、ここは真剣に取り組んで、四万十名物とし、「笑い」が集客の資源である事を実証してみる。

まじめに、真剣にシステムを考える

飲食店、企業各社、1事業体に毎月、少数の「しまんとリピーターバッジ」を配布し、その希少価値を作り出す。

バッジを渡す者の選択はその事業者にまかせるが、さらにその価値を高めるため、受け取り者の登録を市のデータとして登録する。

データの登録はスマホにて

軽快におこなう

たとえば飲食店で「この人をリピーターにしたい」となり、限られたバッジの中から、ひとつ渡すことになる。渡された人は、名前とメールアドレスを明かし、市のリピーター名簿に登録される。

笑いは最大のコミュニケーションである

四万十市住民のキャラクターを、うまくとりいれた集客装置

リピーターバッジは、意外にも、笑いでこの町を明るくし、

しまんと住民の性格に順応した企画です。

しまんと観光に大きく貢献するかもしれない。

しまんとリピート許可バッジ

誰にも彼にも来てほしいまちじゃないのだ。きちんと環境について考えるアタマを持つ人に来て欲しいと願うまちなのだ。

だから、四万十に来たら環境のことにだって詳しくなってしまうし、楽しみがあるのだ。詳しくなれたら再訪の時に歓迎の度合いがアップする「四万十市民が選ぶリピーターバッジ」だってもらえちゃう、そんなまちなのだ。

ギリギリセーフのユーモア

リアリティーのある、まじめな移住・定住策

四万十市公認の従業員が働くバー

しまんとBAR

「四万十市公認の従業員」として、
バーで1年間働いてみる。
そんな制度をつくってみる。



四万十市がバー従業員を全国募集!

四万十市がバーで働く人を、おもしろいメッセージで全国募集する。

採用者は四万十市公認の従業員さんとして、

市が斡旋する職場、バー、スナックなどに派遣される。

カウンターのなかから世間が見える

カウンターの中からは、人の性格がよく見える。好きになったり、
嫌いになったりする延長線上に恋愛があり、結婚があり、定住がある。

リアリティーを持った定住策に踏み込むべきだと考える。

種子島のサーファー

鹿児島県、種子島のバーにはたくさんの女の子が働いている。昼はサーファー、夜はバーで生計をたてている。好きなサーフィンをやリ、そしてそのために働くという、一つのライフスタイルなのである。

四万十市には波の立つサーファーに人気の平野海岸、入野の浜など、すでによく知られた海岸があり、この町にシゴトがあれば、定住の可能性は大きくなる。

小笠原諸島は同じ状況で、ダイビングを楽しむダイバーのメッカとなっている。天然資源ダイビングのポイントがあることが、このまちを活性化している。

こういった生き方の人々を知り、ターゲットを見据えた上で、移住・定住策を打つべきだと考える。



まじめな定住策

「四万十BAR」のしくみづくり

いずれにしろ、「しまんとBAR」のしくみをつくらなければならない。

「品の良い」「笑える」「現実に結果の出る」まじめな事業計画ができれば、移住・定住コンシェルジュ的発想ではない、リアリティー溢れる事業となる。

「四万十BAR」は「観光政策」

四万十BARは集客において、観光にも一役買うことになる。

まじめな定住策、「四万十市公認の従業員が働くバー」というメッセージ、ニュースは日本を駆けめぐり、四万十市の「おおきな観光情報」となる。



四万十川1本、196Kmをドローンでめぐる 世界へのプレゼンテーション！

河口から源流まで一挙に見せる プレゼンテーション

四万十川を上空から見てみたい。全長 196km をドローンで一挙に見せ、四万十川のユタカさ、その周辺環境、そして四国の西南域という位置の地理情報をタノシク知らせる。

ニッポンの財産「四万十川」の存在を、日本だけではなく世界に伝達する。実は、四万十川自体が希有な川であり、世界の中で透明な大河はないという。水質は仁淀川に劣るが「川と暮らし」という切り口では、世界有数の流域文化を持つ。

川の恵みで生計を立てることのできる川が、この日本にあり、「川漁の方法」ひとつをとっても、世界に誇れる文化である。

川と人のカンケイ

人々の暮らしを上空から・・・

赤い鉄橋がある。沈下橋が見える。泳ぐ人がいる。

カヌーを漕ぐ人がいる。魚を漁る漁師がいる。小さな道がある。

川筋から離れたところに原生林がある。広葉樹林がある。

トラックが木を運ぶ。小さな町がある。深い森がある。

川と人の関係を上空から俯瞰することにより、「人と水」「人と森」

「人と町」「人と経済」「人と環境」を知ることになり、

四万十川一本で「地球がどうあらねばならないか？」

大きな世界観をコンパクトに世界に伝えることができる。

JAPAN HOUSE

外務省の海外広報拠点「ジャパンハウス」が 2017 年より、

ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロに開設される。

カフェがあり、「日本を展示する」スペースがある。

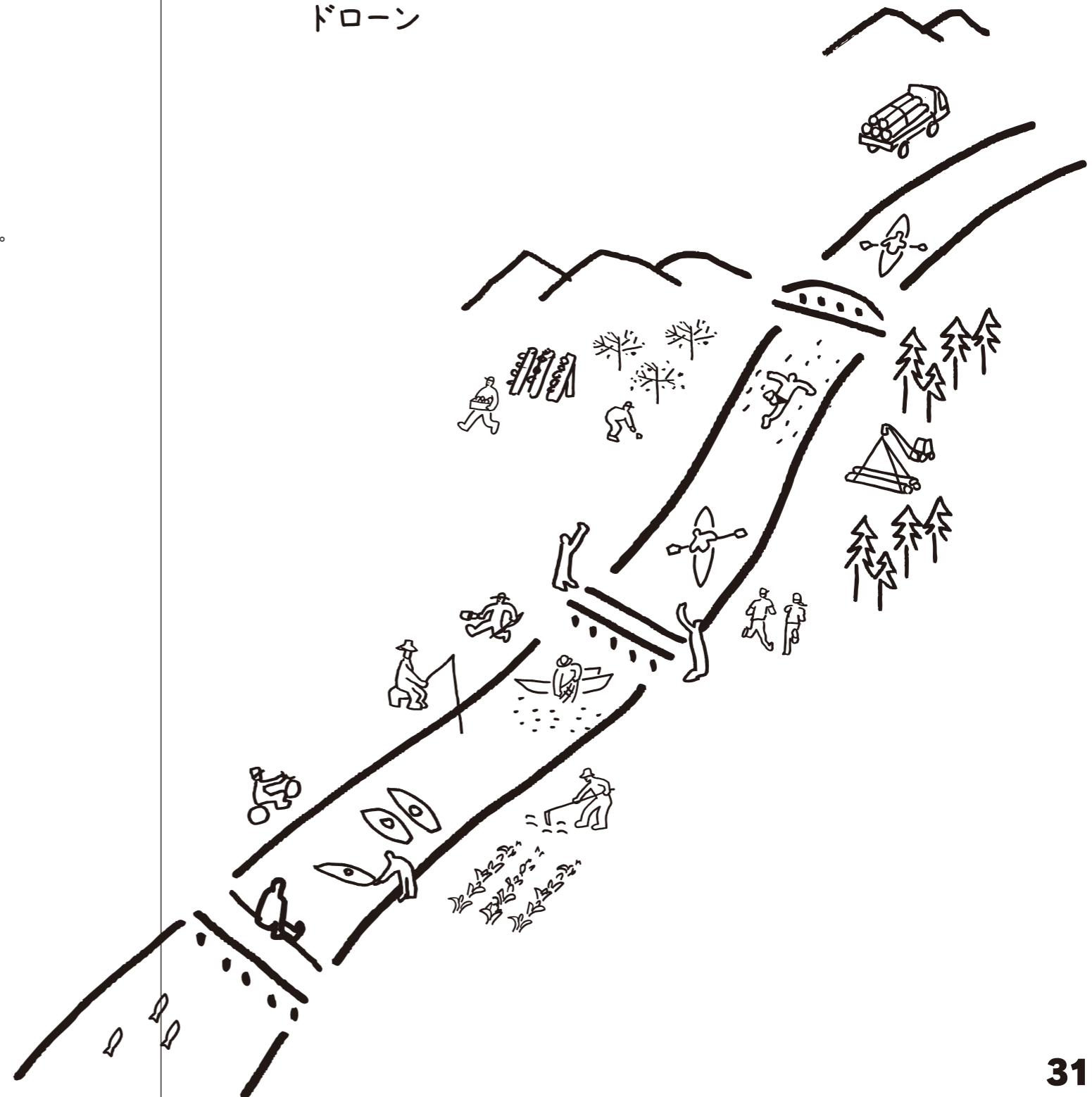
「日本」として「四万十川一本」を展示してみたい。

公募による審査に通れば、費用はジャパンハウスから提供され

ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロと巡回することになる。



ドローン



四万十川の価値を アートを媒介としてスパークさせる。

越後妻有地域（えちごつまり）＝新潟県十日町市・津南町の農村地帯で行われるアート活動があります。

「地域に内在するさまざまな価値をアートを媒介として掘り起こし、その魅力を高め、世界に発信し、地域再生の道筋を築くこと」を目指しています。3年に1度の世界最大級の国際芸術祭「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」の舞台であり、おどろくべしの成功例です。

越後妻有（えちご・つまり）大地の芸術祭

<http://www.echigo-tsumari.jp/>

基本理念＝「人間は自然に内包される」

越後妻有は、縄文期からの豪雪や河岸段丘といった厳しい条件のなかで、米づくりをしてきた土地です。人々は、切り離すことができない人間と自然の関わり方を探りながら、濃密な集落を営んできました。その祖先にならい、わたしたちは、「人間は自然に内包される」という理念をきっかけ、美術を人間が自然と関わる術（すべ）と捉え、広大な里山を舞台に、人と自然とアートが織りなす「大地の芸術祭」を2000年にスタートしました。



別府混浴温泉世界

<http://mixedbathingworld.com/>

基本理念＝「世界は不思議に満ちている」

口当たりの良い分かりやすさばかりが求められるますます均質化する現代において、アーティストは世界の根源的な謎を提示し、我々の無限の想像力を解放し続けています。外国人の居住率が日本で最も高く、古くから多くの多様な文化を受け入れてきた別府。独自の歴史をたどってきたこの場を舞台に、特徴のあるプロジェクトを展開します。



瀬戸内国際芸術祭

<http://setouchi-artfest.jp/>

基本理念＝「海の復権」

古来より交通の大動脈として重要な役割を果たしてきた瀬戸内海。行き交う船は島々に立ち寄り、常に新しい文化や様式を伝えてきました。それらは、個々の島々の固有の文化とつながり、育まれ、美しい景観とともに伝統的な風習として今に残されています。

今、世界のグローバル化・効率化・均質化の流れの中で、島々の人口は減少し、高齢化が進み、地域の活力の低下によって、島の固有性は失われつつあります。

私たちは、美しい自然と人間が交錯し交響してきた瀬戸内の島々に活力を取り戻し、瀬戸内海が地球上のすべての地域の『希望の海』となることを目指し、瀬戸内国際芸術祭を開催します。



自然をアートする 「四万十ランドアート」フェスティバル

基本理念＝「川と生きる」

まったくあたらしい価値の方向性

このような、先行事例を紹介すると、二番煎じのような感じもあります。

そこでこれらのアートとは一線を画す「ランドアート」を採用します。

ランド・アート (land art) とは、岩、土、草木、鉄などの「自然の素材」を用いて砂漠や平原などに作品を構築する美術のジャンル、またはその作品のことで、ナイフひとつだけで森に入り、草木や石、地面を削ったりしながら作るアートです。アーティストの滞在費のほかは、おおきな予算はいりません。



川べりでのランド・アート。木の枝を使って、水面に半円形を造形すると、水に写ってまんまるに。

フィールドミュージアム＝西南地域の編集、プロデュース

このように経済、産業にだけ目を向けるのではなく、その土地の個性、風土から生まれる、まったくあたらしい価値の方向性が見えてきます。実行には、専門性を要し、中心人物が必要ですが、瀬戸内国際芸術祭などの中心人物の協力も得ることを想定しながら、四万十市だけでなく、西南地域にあたらしい光りをあてることができるのではないかと思います。「川」を中心に行われるアートイベントは他にありません。また「ランドアート」を中心に展開する事例はありませんので、オリジナルのあたらしい未来に向けて、準備を始めませんか。



ワークショップメンバーの IDEA

川は銀行です

昔の人はユタカサの限度をわきまえていた。だから「利子分」で漁をして元本を大切に残してきた。ところが現代の漁法は大事な元本にまで手をつける漁をしようとしている。限度を知ってお金に変えられるしごとで川をまもろう。



はげフェス

半家の沈下橋を使った「半家（ハゲ）コンテスト」や「ハゲシンポジウム」「ハゲ会議」など「半家」という地名の持つおかしさを資源としてタノシもう。バカバカしいことを真剣に体験してもらう。入り口をとことん面白くしてそこから入ってきた人に食や風土を楽しんでもらうためにコンテンツの絞り込みをして、相手に届くメッセージを考えよう。



四万十おむすび縁むすび

流域の産物を活かしたおむすびを握り、流域の風景の中で食べる。ニッポンジンが心から「ああ、あそこに行きたいな」と思える景色をつくろう。「四万十のシメ飯」という位置づけにするのもオモシロイ。「世界おむすび協会」の本部があるという事実を活かし、世界に発信して国際的な縁むすびを拡げていこう。



まちは劇場！公家だらけ

毎年5月3日「藤祭り」の時には町の人みんながお公家さんに扮する。もしくは当時の町民姿で過ごす。交わす会話だって「公家言葉」、おもてなしも公家バージョン。



ほんまもんの「一条さん」自慢

全国に小京都と呼ばれるところは数あれど、「京都の人が作った小京都」はただ一つここだけ。日本史上稀に見る500年前の民族大移動は、捉えようによっては数百人規模の大1ターンの移住。この歴史をしっかりと学んで「四万十市民検定」を実施。知った知識はひけらかしたくなる。市民誰もが「まちの自慢ができるまち」にしていこう。



どこでもピクニック

おにぎりを持って出掛けて親子でピクニックできる場所がたくさんある。季節を感じられる場所がある。ゴザを敷いて寝っ転がったら広い空が見える。当たり前身近な景色の中で環境学習ができる贅沢。しっかりと体験しておくことで四万十の魅力が刷り込まれる。



ダメもひっくるめて「好き」になる！

ここにある全てを認める。認めたくなくて好きになって褒め合って育つ素地をつくっていきこう。自分が立っている場所を好きにならないことには何も生まれないのだから。



しまんとアイアンマン

日本で唯一、洞爺湖で毎年行われていたがコース上の問題で開催できなくなった人気レース「IRONMAN」。約2000人のファンが参加費5万円を支払って世界中から集まってくる。世界規模で開催されている注目度の高いIRONMANを四万十で開催しよう！可能性はあると思う。条件は田舎で交通量が少なく広大な土地があり泳げるところ。食にも敏感なスポーツマンたちを、しっかりした食べ物でもてなそう。本気でスポーツする人たちに本質的な食を。これは農業のあり方やまちのあり方だって「本質」を問われる取り組みとなるはず！



しまんとゴリレース

河口から五里しか遡上できない魚という由来を持つ「ゴリ」にちなみ、ゴリ料理を提供する五里（=20キロ）マラソンや自転車レースを開催。体にいいものを食べながらスポーツする、それが四万十スタイル。



農業が最先端

志を持って働ける仕事があるまちにしたい。若者にとっての最先端の仕事が「農業」と言えるまちにしたい。安全な食をつくる仕事を興したい。



しまんと四季ごはん

新しい「ごはん屋さんブランド」を立ち上げて、春・夏・秋・冬、それぞれの季節食材を活かした商品を開発。JAのパウチ機械を使い「企業の地域貢献」と位置づけて一緒に開発できないものか働きかけてみる。



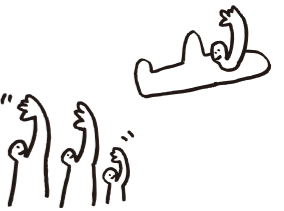
役場ファンド（100万+100万）

若者が志を持って起業する際に、100万の融資をうけたら役所が100万を出資して応援するというプラン「四万十市スタイル」を構築する。



民間の志を応援するマチ

「世界おむすび協会」など行政が民間のオモロイ活動にきちんと注目するまちになろう。考え方を持った人が誇りを持って「引っ張る人」になれるよう、押し上げていくフォローができるまちになろう。



「帰ってこいよ」教育

こどもは一度は四万十から出さずべし。出したからには帰ってこいよと言えるようであれば。そして「帰ってきたくなるまち」としての教育をおこなおう。

しまんとはおみやげが弱い [ゼツタイほしい]商品開発会議 project

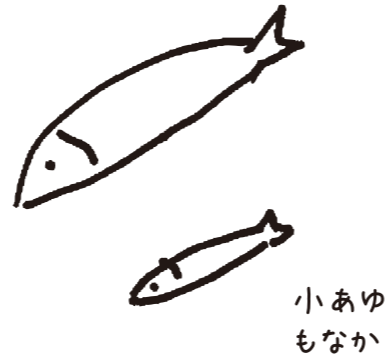
A 「みなおし」商品会議 「すでにあるものに」あたらしい価値を見つけ出す

「おにぎらず」は2015年のヒット商品。
すでにあった「おにぎり」をにぎらないで、
サンドイッチのように具をはさんだもの。

例えば「小あゆもなか」

「あゆもなか」は変化の激しい時代の中で、持ちこたえているおいしい商品です。
時代は、「重厚長大」から「軽薄短小」へ。商品も小型化、あるいは少量化に
向かっています。

「あゆもなか」をそうゆう視点で見直すと「わかあゆもなか」という商品に
生まれかわります。「こあゆもなか」というのもいいかも知れません。
すでにあるものをみなおす「みなおし商品会議」をスタートさせてはどうでしょう？



小あゆ
もなか

B 「ゼロから」商品会議 「まったくゼロ」から、あたらしい価値を見つけ出す

例えば「しまんとハニー」株式会社

四万十流域の自然のイメージの広がる、小さな産業を考えてみる。
自然から得られるモノ⇒花⇒ハチミツとして、はちみつ産業を組み立ててみる。
砂糖はカラダによろしくない、ハチミツだと健康に良い、というイメージから
東南アジアの富裕層は「ハチミツ」ブームだそうである。

四万十の自然⇒クリーンなイメージ⇒その大地からいただく⇒花⇒昆虫⇒ハチミツ
しまんと流域農業とも符合する。

しまんと自然由来のハチミツとハチミツ加工商品

これは勝手な「行動プラン」であるが、
「四万十コンセプト」を設定し、そこから組み立てる方式でないと、
四万十市というマチは力をもたない。
逆にいうと「四万十コンセプト」を持たなかったから、このようなマチに
なってしまったわけで、「四万十コンセプト」でこのマチは再生される。



四万十市は 川が流れる ヒューマンスケールのまち

たとえば四万十川をめぐるレンタサイクルで
眺められるようなまちのスケール、

それこそが四万十市のスケールであって
人の生きる幸せなヒューマンスケールである。

そんなまちを、もういちど、すこし高いところから
たしかな意志をもって四万十市の本質をカクニンしたい。



「まとめぼん」制作メンバー

ワーキンググループ

- 山本 武史・・・環境にやさしい農業のための研究会
- 佐竹 貴子・・・高知はた農業協同組合
- 鳥谷 恵生・・・世界おむすび協会・土佐まるごと社中
- 谷吉 梢・・・シマントモリモリ団
- 細木 紫朗・・・しまんと百笑かんぱに(株)・四万十市地域商品研究会
- 谷口 一彦・・・中村料理飲食店組合・商店街振興組合
- 酒井 奈穂・・・四万十市西土佐商工会
- 中脇 裕美・・・四万十の山問屋「山問屋」
- 神原 大輔・・・NPO 法人未来地域創造推進機構 FUCCO
- 毛利 仁人・・・(株)カツマジヤパン(うどん工房「麦屋」)
- 西本 大祐・・・(株)相互自動車・中村商工会議所青年部
- 來住 裕子・・・地域おこし企業人((株)ANA総合研究所(観光課駐在))
- 竹本 圭吾・・・地域おこし協力隊
- 大寺悠希子・・・地域おこし協力隊
- 永島 尚世・・・移住推進員
- 川村 和幸・・・高知県地域支援企画員

- 室津 正徳・・・農林課
- 伊豆 綾人・・・農林課
- 今城 烈・・・商工課
- 平地 義伸・・・観光課
- 辻 佑人・・・観光課
- 遠近 由幸・・・産業建設課
- 川村 慎也・・・生涯学習課

事務局

- 田能 浩二・・・企画広報課
- 宮崎 勝也・・・企画広報課

ファシリテーター

(株)わらびの 代表 畠中 智子

総括プロデュース・監修

(有)梅原デザイン事務所 代表 梅原 真