



さとう・けんきち

1950年山形県鶴岡市生まれ。東京都立大大学院（機械工学）修了。金属のフレット疲労の研究で工学博士（都立大）。この経験を風力発電や地域活性化に生かしソシオエンジニアリングを提唱。一般社団法人・洗楓座を主宰し再生可能エネルギー利用と「鉄の道」を推進している。

千葉大学大学院准教授

佐藤 建吉

ローカル鉄道と沿線酒蔵が連携 地酒ブランド「鉄の道」で地域再生

「地域再生」は、わが国の「地域再生法」によると「地方公共団体が行う自主的かつ自立的な取り組みによる地域経済の活性化、地域における雇用機会の創出その他の地域の活力の再生」と定義されている。英国での地域再生（regeneration）の定義は、「地域（area）、主に都市地域（urban area）が抱える諸問題を解決に導くとともに、変化の影響を受けやすい地域経済、社会及び環境面における諸条件を長期的視点で改善することを目的として実施される総合的かつ統一された計画または行政活動」となっている。

地域再生は、このように行政による施策とされているが、本来は住民や団体・企業が主体となり知恵と行動で地域力を向上させる必要がある。つまり、そこに住み、暮らす人の合意と納得、すなわち民意の賛同なくしては、なし得ないと考えている。

「地域活性化」は地域再生よりは譲歩した概念で、経済・雇用・観光などによる地域力の向上を主眼としている。地域再生も地域活性化も現にある「地域」を対象としている。類似的言葉に「地域おこし」や「地域づくり」もある。

地域おこしは、沖縄がルーツで沖縄返還後の島内の衰退から復興しようとする「シマおこし」が発端であるという。地域おこしの別名が「地域づくり」である。「つく」には、創る、作る、造るがあるが、現に存在する地域を対象として、地域づくりというのは、傲慢な感じがするというのが筆者の考えである。

そこで考えたのが、「地域づくり」という言葉である。これは、新たに作り直す再挑戦、再製、作り直し作業との認識を強調・明示したものである。英語のregenerationを重ねてreを加えている。これまでの地域再生や地域づくりの取り組みでは、地域にある現状を否定して再興をするというニュアンスがあり、そこに住民にとっては迷惑で協調しがたいものと感じることが、これまで往々にしてあった。その傲慢さを捨て、新たに望ましい地域をつくり直すという意味をこめて名付けたのが「地域づくり」である。全国の地方都市では、経済・産業・労働・教育・交通・医療などの面で疲弊が常態化し、生活環境が低下しているとの声が聞こえる。住民は、その環境の中にいて、

不便で、不都合な状態になってしまったと、第三者的立場あるいは被害者の立場を取ることが多い。こうして地方の疲弊は、自らではその改善や解決の方法を見失ってしまった「状況」をつくり出している。その「状況」を解決に向かわせるのは、繰り返しになるが地元の人材（人財）である。

3年前に、特別支援教育の教育指針に「できる状況づくり」という言葉に出会った。特別支援教育の公開研究会に参加した折に、多くの教師が講演や発表で「できる状況づくり」を口癖にしていることを知った。私はこの言葉の意味と価値について考えると、これは「地域づくり」にも生かせると感じた。「できる状況づくり」は、障害を持ちながらも目標とする対象（例えば、モノづくり）を行うために、教師が作業の工程（プロセス）を考え素材や道具（治具）を準備し、生徒が飽きずに戸惑うことなく興味を持って作業を行うようにするための「状況をつくること」である。

それは、「環境をつくること」では決してない。「環境」は主体者（ここでは生徒）を含まず単にその周りにあるもの（素材や道具

など）の概念だが、「状況」は素材や道具の他に主体者自身を含んでいる概念である。つまり、モノづくりをしようとする生徒自身が成長することを前提として、周りの環境に合わせ、作業や学習のプロセスを組み立てることである。

特別支援教育のあり様は、地域再生や地域活性化にとって大きなヒントを与えることに気づいた。その主体者は疲弊した地域だ。地域がある主題を掲げ、あきらめず努力し遂行し、成果の喜びを感じ、自立を図ることが、地域活性化でありその先に地域再生があると言える。こうした「地域づくり」には、住民や関係する人が主体的に活動し得る「できる状況づくり」が重要である。それは、単に一過性のもの、単年度の補助金を与えることではなく、地域に多くの人材（人財）を生み出す学習の「状況」を提供し、その成果をその地に定着させることが大切である。

私が企画して実行していることを紹介する。地方の少子高齢化は、地域の生活環境を崩壊し、日本の伝統文化を衰退させる。それは、ローカル鉄道と地酒でもある。ローカル鉄道の利用者は通学する高

校生、クルマを運転できない高齢者が大部分になり、その存続すら危ぶまれている。一部の第三セクターの鉄道会社では、公募した民間出身の社長に経営を託し自助努力を重ねている。ローカル鉄道の沿線には江戸時代に創業した酒蔵も多いが、最近の日本酒離れの影響で零細化し経営は衰退の一途をたどり、廃業する酒蔵もある。これはまさに日本文化の危機だ。

そこで私は、地域を走る鉄道とその沿線の酒蔵が、連携し応援し合うことを前提とした全国ネットワークを考えた。日本酒の全国共通銘柄の「鉄の道」としてブランド化することである。第1号は09年12月に千葉県の「いすみ鉄道応援酒」として沿線の木戸泉酒造から「鐵の道」として発売された。第2号は11年5月に大阪の「水間鉄道応援酒」として井坂酒造場からの「鐵の道」。続いて、岐阜県の「明和鉄道応援酒」を岩村醸造、長野県の「しなの鉄道応援酒」を沓掛酒造から、ともに12年春に商品化される。地震と津波で被災した岩手県久慈市では「三陸鉄道応援酒」として福来酒造の「鐵の道」が12年4月1日の北リアス線

開通に合わせ商品化される予定である。

「鉄の道」は、鉄道と日本酒の共存であり、日本酒ファンは各地の地酒を味わい、鉄道ファンには各路線を巡る機会を提供する。これに伴う観光や宅配などによる経済活性化が主線ではあるが、伏線もある。それは「鉄の道・全国書道コンクール」を今後開催し、地域の中高校生ばかりでなく、全国の鉄道・日本酒・書道ファンをつないで、日本文化を守り、活性化と再生を図ることである。これは、被災地支援に象徴されるように、疲弊した地域を大都市の人も支援する、そして地方の良さを再認識し、地方への観光・滞在・定住を促進する糸口としたいと考えている。

「しなの鉄道応援酒」の「鐵の道」は、地元の上田西高校書道部の女子高校生の書になる。これは、鉄道・日本酒・書道のシナジーとして、地域資源を地域企業が、そして若い世代が支えることで発現する「できる状況づくり」、「地域づくり」のモデルとしたいと考えている。こうした取り組みの展開を、各地域と全国の方々の協力で進めたいと考えている。