食からのまちおこし

牛　田　泰　正

1　はじめに

今や食は大ブームである。テレビでもグルメの番組特集が多数取り上げられ、紹介されない日というより、紹介されない時間帯がないといえるほど人々の食への関心は高い。この食に対する関心の高さゆえ、食は主要な観光資源になっているといえる。その土地の特色ある料理、名物料理を食することは観光の楽しみであり、旅の情感を豊かにする。そして、その旅先で獲れる魚介類、生産される農作物は旅の土産として喜ばれるのである。なによりも喜ばしいことは、現地で食する郷土料理、地産地消で求めた土産はともに、明日への元気を取り戻してくれることである。本稿では、長く続く不景気の中、身近で人々に元気を取り戻してくれる食にスポットを当て、食からのまちづくりの成功要因を追った。テーマが限られた時間、スペースであり、まとめ切れていない感があるが、ここに取り上げたケースを考察することにより最終的にはまちづくりの本質に迫れたと思われる。

まちとは、自主性と責任を持った市民が共通目標のもとに相互扶助的なかかわりを持った集団であり、そして住んでよいまちが訪れてよいまちであり、それが観光地づくりの基本理念だという[1)]。本稿では、食を中心とした住んでよいまちづくりに焦点をあわせて論じている。食を中心としたまちづくりのポイントは、食と文化、食と歴史、食と教育、環境の保全に取り組み、そのことによる地域産業の振興である。住民たちの連帯感は、その源泉であることはいうまでもない。

ところが、リーマンショック以来、それまで続いた不景気感がさらに高まった。2009 年 10 月 14 日の日経新聞によれば、百貨店売上高が 19 ヶ月連続して前年比を割っている。大型企業倒産の報道が毎日のようにされている今日、まちづくり成功のクライテリアの 1 つである、そのまちの住民が経済的にいかに豊かさを感じられるかは、必然的に大きな比重を占めるようになった。人々は不安から脱したいのであって、所詮腹が減っては戦ができないからである。

本来、観光はその地域経済に大きな成果をもたらすものであると考えられている。「平成 20 年度版観光白書」によれば 2006 年日本国内の旅行消費額は 23.5 兆円に達し、生産波及効果は 52.9 兆円、観光による雇用誘発効果は 442 万人になっている。わが国は国家戦略として観光に力をいれ、基本立法を成立させ、インフラ開発に力を入れ始めてきた。重要なのは、いかにその観光から落ちた“お金を”効果的にその地域の経済に波及させ、その住民が豊かさを感じられるかである。そして、その町を拡大させていくかといえよう。

本稿は 2 つの大きなテーマを考察した。まずその 1 は、まちづくりは行政指導であるべきか、住民主導型であるべきかについてである。すでにこのテーマは多く論じられてきているが、食からのまちおこしで注目された若狭湾小浜市の調査結果が発表されたこともあり、まずは 1 例として 8 年前から食を中心にまちおこしを始め、そのユニークな発想のもと活動してきた小浜市に注目し、2009 年 3

月に発表された外部評価調査報告書と現場調査をベースとして検証を試みる。そして、その検証の後、観光まちづくりに成功している由布院、農家の主婦達が中心となり「まちおこし」地域振興に成功した「世羅高原6次産業ネットワーク」の事例との比較を試み、まちおこし、まちづくりの根本要因を探り出す。次に食を追い成功しているフードテーマパークから食がまちおこしの重要なキーの一つであることを再確認し、この不景気の中でしたたかに店舗数を増やし拡大続ける中華街コンセプトの実態から新たなフードテーマコンセプトを提案したい。

2　小浜市食のまちづくり構想の概要

（1）　小浜市の概要

小浜市は福井県南部、若菜湾のほぼ中心に位置する。人口約33.000人の町である。古くから仏教文化の伝来ルートであったことから市内には、多くの神社仏閣があり文化財の宝庫と形容されている。また古く、飛鳥、奈良の時代より、朝廷に塩や海産物など食材を提供して御食国（みけつくに）とよばれた。

若狭湾は魚介類に恵まれ水産業、食品加工業が盛んである。また小浜市は食文化の象徴でもある塗り箸の一大産地であり国産塗り箸の生産シェアーはおよそ90%である。

（2）　食のまちづくりの概要

小浜市では地域の財源である豊かな食に注目し、食を重要な政策の柱に添えた。平成13年9月には、全国で初めて食のまちづくり条例を制定した[2)]。以下、小浜市役所リーフレット「御食国若菜おばまの食のまちづくり」を参考にその概要を紹介する。

食のまちづくり条例に基づき、食を中心に農林水産業を始め食に関する産業の振興、環境の保全、食の安全、食の安心の確保、地産地消の推進、健全な食生活の実践による健康長寿社会の実現、食育の推進などあらゆる分野の施策を総合的に推進してきている。平たく言えば、歴史と伝統ある食文化に着目することは、地域のアイデンティティーの形成に寄与することになる。安全な食をたゆみなく供給するためには、農林水産業をはじめとする産業の振興は欠かせない。また、食を大切にすることは、それを育む自然環境を保全することにつながり、食を通じて人と人との交流も生まれる。そもそも、人が生きるうえで欠くことのできない食をとらえることで、教育の大切さも教えられる。

このように、小浜市では、食を広範にとらえてまちづくりを行っていきたいと考えたのである。そして、こうしたまちづくりの推進の基本手法として、市、市民、事業者の協働によるまちづくりを目指した。

全8章33条からなるこの条例では、基本原則や食のまちづくりの構想を実現していくための基本施策のほか、市民や事業者にも主体的に参画してもらい、互いに理解し合い、協働してまちづくりを進めていくことと等を規定した。

最大の特色は将来の町の発展を担う人づくりの観点から食育に力を入れ、その拠点として生涯食育

施設、御食国若菜小浜食文化館を設置した。そこでは、幼児から高齢者に至るまであらゆる世代を対象にライフステージに応じたさまざまな生涯教育事業を実施している。そして、平成 16 年には食育文化都市を宣言した。

（3） 調査結果

2009 年 3 月、小浜市食のまちづくり外部評価調査報告書が公表された。調査は小浜市が委託した学校法人京都橘学園、及び京都橘大文化政策研究センターによるものである。昨年８月から今年３月までかけて調査、分析、新聞報道や議会議事録などの文献調査、市職員や市内各団体への聞き取り調査などの結果が報告書のベースとなっている[3)]。

報告書はインターネット上での食や観光に関するキーワード数や観光交流人口の増加などから、食によるまちづくりの取り組みが知名度向上につながっていると分析している（図１）。

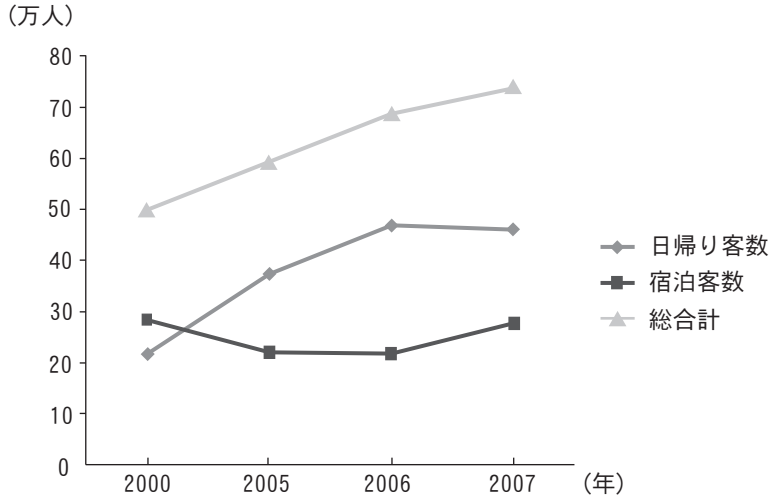

図１　小浜市の観光客数の推移（2000～2007 年）

（注）『小浜市食のまちづくり外部評価調査報告書』。

「若狭路博 2003」、その後に毎年開催された「食と文化の交流フェアー」やさまざまなイベント、近年の「ちりとてちん」ブームや「オバマ大統領」フィーバー効果など、それらが有効なうちに観光・食の体制をより充実する必要が述べられている。特に評価されたことは、食を通じて小浜市が全国的に有名になったこと、またキッズ・キッチンをはじめとする食育や地場産学校給食などで子供たちが食の大事さ、感謝の気持ちを営んでいるなどの教育効果、そして市民に誇りとまちづくりへの参加意欲を与えたことであった。

一方、市民の平均寿命が県内 17 自治体中 16 位と低迷し、市民に食に関する正しい知識や習慣を学んでもらう「食育」の啓発が健康づくりにつながっていないとして対策を講じるよう求めている。また、卸売業、小売業における売上高の推移をみると（図 2）、

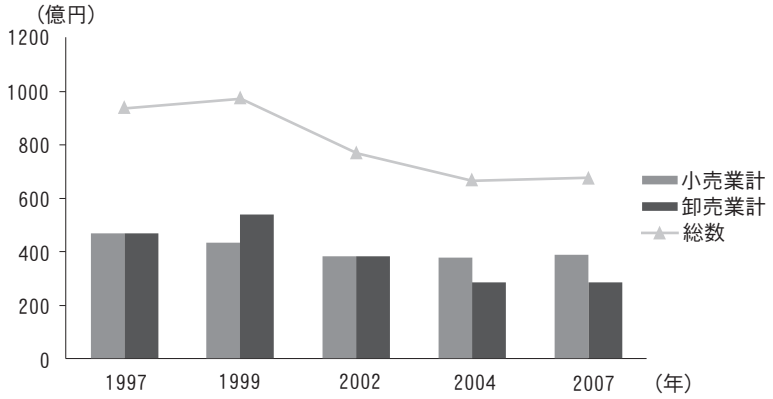

図２　小浜市の商業売上高の推移（1997～2007 年）

（注）『小浜市食のまちづくりの外部評価調査報告書』。

商業振興、雇用拡大は進まなかったことが指摘される。福井県立大学地域経済研究所が平成 18 年 3 月にまとめた「小浜市の産業活力強化に関する調査」によれば、製造業の状況を福井県の推移と比較すると、事業所数は福井県全体の数とほぼ同じであるが、従業員数や出荷額は県平均より大きく減少してきていることが明らかにされている。平成 18 年から 19 年で見ても、事業所数、従業員数、製造品出荷額のいずれも減少し、工業活力の減退の勢いに歯止めがかかっていない状況にある。

写真１～3 は、筆者が今年 9 月上旬に小浜市を調査した際の写真である。土曜昼前 11:40am の中心商店街の状況とその 2 時間前の魚センターの活況風景、そして昼過ぎの駅前中心商店街のスナップである。

写真１　鯖街道出発点の商店街

写真１の商店街は有名な鯖街道の出発点であり、歴史的に由緒ある土地であり観光の目玉でもあるが、人一人として歩いていない。わずか数店舗が店を開いているが、観光客風の身なりで手にカメラを持ち 20 分間歩いたが、「いらっしゃいませ！」の掛け声は 1 度もかけられなかった。

写真２は、その商店街から徒歩 10 分のところにあり、食文化館には徒歩 2～3 分圏内の魚センターである。早朝雨が降ったあとであったが、賑わっていた。ここは、観光ガイドブックにも紹介されている観光スポットでもあり、同時に地元の飲食業および市民の台所ともなっている。

写真２　魚センター

写真３の駅前商店街は、人通りはなくシャッター通りともいえる風情であった。上述の魚センターへは徒歩 20 分の距離である。早朝の雨の影響があったといえ、土曜昼下がりの光景としてはあまりに寂しい。これらは上述の報告内容を裏付けるものであった。

写真3 駅前商店街

この状況から判断すれば、８年間の食のまちづくり政策は中心市街地活性化や歴史的商店街の活性化、地域全体としての経済振興や雇用拡大を伴う経済活性を十分果たしたとは言い難い。先に述べたが、まちづくりにおける経済的要因は大きな比重を占めるようになった。経済が活性化され、消費額が増え、雇用が増え、税収を増やすこと、このことが地域が観光に取り組む最大の目的といえるであろう。報告書は今後小浜市に求められることとして、「食のまちづくり」で生みだされた成果や枠組みの上に、さらに総合的で戦略的な観光政策の樹立を、そして食文化に関する全国のセンター機能をめざすことを挙げている。

３　観光まちづくりの秘訣を由布院の成功事例から学ぶ

（１）　由布院の概略

由布院の地域開発運動の目覚しい進展は、2 人の青年事業経営者の燃える思いが その成功へと導いたといわれている [4)]。中谷健太郎氏と溝口薫平氏である。中谷氏は、亀の井別荘を継ぎ、また、溝口

氏は旅館・玉の湯の経営に当たっていた。実業家であり個性あふれる強力なリーダーを得たことが、由布院の現在の姿を築く上で大いなる力となった。

彼らを行動へと走らせた土壌は、すでにこの地にはぐくまれていた。それは 1952（昭和 27）年、町行政も議会も推進の姿勢であった由布院盆地ダム建設への反対運動、役所や由布院駅など町の中心部が湖底に沈む計画に対して、町の青年団が強力な反対運動を行ったことから伺える。湯布院町全体の地域住民が主体となって自然を守るために断固戦い抜く機運は育っていた。

そして、２回目の反対運動は 1970（昭和 45）年に提示された大手の開発業者によるゴルフ場建設計画への反対運動である。 中谷・溝口の両氏はこの運動に県・町を巻き込み、メディアなどにも取り上げられ成功した。1973 年にはサファリパーク進出計画をも粉砕している。地震が由布院を急襲、被害は大きく、「由布院は壊滅した」とのうわさが駆け巡ったときも、湯布院は健在だと全国に PR するため、彼らは辻馬車を走らせた。さらに、ヨーロッパ視察に同行した志手康二氏を加えた３人は、「由布院音楽祭」「牛喰い絶叫大会」「湯布院映画祭」と立て続けにイベントを立ち上げた。芸能人、知識人等も仲間に入れて、「芸術の町」由布院の存在を全国的に発信した。1990 年、湯布院町は「潤のあるまちづくり条例」を制定し、リゾート開発に歯止めをかけたのである [5)]。

（２） 由布院の成功事例から学ぶ

由布院の成功をどう見るか。それは歴然としている。民間人の熱い思いがなしえた業である、これは踏まれても、踏まれても花咲く野菊のような根気強さ忍耐力の賜物であるといえる。彼らは旅館経営者であり、その土地の事業者である。イベント一つ一つの成否に生活がかかっている。どの企画もなおざりにはできない。

一方、小浜市はどうだろう。食のまちづくり条例制定後、総合的な政策推進を担当すべく食のまちづくり課が設置され、拠点施設としての食文化館の整備とその運営、「若狭路博 2003」の開催とその後のイベントも中心となって行っており、ハード・ソフト両面で食のまちづくりを牽引してきた。この８年間で約７割の市職員が実務として食のまちづくりに携わってきている。ここに行政指導型の地域おこしの問題点が見えてくる。先に紹介した写真１～３をどうみるか、そこでの現状から行政と市民の間の温度差を推し量ることができる。

まちづくりにおいて誰が主役なのか、主役はその地域で生活する住民である [6)]。たとえ当初は行政主導であってもしだいに住民主導型に変えるべきである。小浜市の場合多くの紹介パンフレットやリーフレットが市から発行されている。しかるに、そこには町の市民の顔が見えない。中心が誰なのか、どのチームなのか、どの団体なのか。今後はこの行政主導型から今以上の、より多くの住民を参加させた運営が工夫され、やがて住民主導へバトンが手渡されることが成功のカギになるといえるだろう。由布院の場合、何度も何度も事件が起きた。苦難が連続であった。しかし、そのたびに住民が知恵を出し、時には行政を巻き込み問題を解決してきている。一朝一夕な、そして棚ボタ的なまちづくりでは長く続かない。由布院の観光地づくりの歴史はまさに百年戦争だったといえる。

4　食からのまちおこしの秘訣を世羅高原６次産業ネットワークから学ぶ

広島県の「世良高原６次産業ネットワーク」（以下ネットワーク）は、農家の主婦達が中心となり、食からの「まちおこし」地域振興に成功した事例である。新しい農産物加工品作りに励み、数々の農水大臣賞を受けるなど全国から注目されている。以下、社団法人 中小企業診断協会広島県支部が平成19 年に作成した地域資源を活用した特産品に関する調査研究の報告書より、その概要を紹介する [7]。なお、６次産業とは１次産業×２次産業×３次産業と掛け合わせて６次になるという造語で、基本は農業をベースにネットワークを組み、トータル産業化するというもので、今村奈良臣東大名誉教授が提唱したといわれている。

（１）　世羅高原６次産業ネットワークの概要

世羅町は、広島県中央部に位置する。その大部分が丘陵台地で、基幹産業である農業は、稲作と畜産を中心に野菜、果樹等の多様な複合経営が営まれている。しかしながら、農業経営規模は小さく、生産性が低い状況にあり、産地間競争等の厳しい農業情勢に対応していくためには、地域の自然条件を生かした合理的な農業経営の展開が強く望まれていた。

世羅町は、まち全体が夢のある一つの農村公園となることを目指す計画を立て二つの公園をあわせた「せら夢公園」を完成させた。そして、その中に世羅ワイナリーや「６次産業ネットワーク」の拠点施設として「協同組合夢高原市場」を指定管理者として導入した。一方、20 年も前から町内 15 グループが中心になって活動してきた農家の主婦達は、与えられた施設の中で地域活性化のために新しい農産物加工品作りに励み、売上げ計画を立て、販売促進策を練り、施設内での新鮮な産品のワゴン販売、出張販売･産品試食会･ファンクラブとの交流･研修などを行い、地域のイメージをつくり交流活動の強化を図ってきた。その結果、これらの施策によって県内だけでなく、中国地区・四国地区から多くの観光客を集め入園者が急増し、「ネットワーク」関連の入りこみ客は、平成９年の 50 万人から17 年には 130 万人に、６次産業関係の売上は８億円から 14 億円に増えている。まさに行政が大きな枠を作り、民間が知恵と汗をかき町全体のイメージを押し上げ消費が増え、地域が活性化されているのである。町の人口は２万人に満たないが、大型店が集まり備後地方中部の商業の中心地となっている。

前述のように、まちとはすべての人の顔がわかるコミュニティの範囲に置いて自主性と責任を持った市民が共通目標のもとに相互扶助的なかかわりを持った集団である、という。住民と行政が協働して素晴らしいまちが出来上がるなら、訪れた観光客も感動してそのまちの姿勢を高く評価する。自信のついた地域の人と観光客との交流が生まれ、その副産物として消費が生じ、地域が活性化されていく [7]。世羅町のケースは、公民が共通した目標のもと協働して築きあげた成功例と言える。

今世羅町は連日のようにマスコミの取材が続く。筆者の質問に対して、リーダーである世羅町在住の井上幸枝さんは今まで受けた取材を取材後に読んだり、見たことがないという。時間がないからだという。まさに民が走り続けているのである。

５　成功しているフードテーマパーク

食は主要な観光資源になっている。その土地の特色ある料理、名物料理を食することは観光の楽しみであり、その旅先で獲れ、生産される素材を使った郷土料理は、旅の情感を豊かにする。（財）日本交通公社「旅行者動向 2009 年」によると、グルメ旅行は日常生活からの解放についで上位２番目になっている。食をテーマにすることが、いかに観光への大きな動機になりえるか、以下にその実例から追ってみる。

（１）　テーマをもつ強み

吸引効果という点で注目されるのが、フードテーマパークである。フードテーマパークとは、特定のテーマの下に飲食店舗を集積させ、そこに遊びや文化、体験などの要素を加え、トータルとしてエンターテイメント性を表現しようとするものである。吸引集合施設である性格上、話題性、知名度、こだわり性、流行性、季節的なイベント性などから有名専門店を全国から集めている。

テーマを持つとは、その活動の中心的対象が何なのかを際立たせることであり、活動目的、対象をきわめて明確とする。それゆえ人々が関心をもった場合動機が一点に絞られ行動への決断は早められるのである。新横浜駅北口に 1994 年オープンした新横浜ラーメン博物館の成功は、有名店を厳選して集めるミニ型フードテーマパークのきっかけとなった。有名店の味を食べ比べることが楽しみとなり、その後のブランドラーメンのきっかけとなった。

（２）　広島：お好み焼き

広島県「お好み村」は 2004 年 4 月、日経新聞に家族で行きたいフードテーマパーク人気のベスト１に選ばれた。客層は観光客が多い。組合事務所や店主会代表店オーナー等は、実感として客数の 80%以上が観光客とみる。広島市も人口１万人当たり 7.5 店舗であり、堺市の 8.2 店舗に次ぎ日本で 2 位の地位にある [7)]。

（３）　宇都宮：餃子

県、市をあげて宣伝 PR 活動を繰り広げている宇都宮餃子であるが、平成 18 年宇都宮市役所観光課が民間調査会社に委託した調査によると、餃子売り上の 62%が観光客によると試算されている。数字の正確度も大切であるが、肝心なことは食とテーマ化された食の空間が観光地を選ぶ主要な要因になっている事実である。上記の 2 例は食をテーマ化した成功例ではあるが、テーマを持つ事は食にかかわらずまちづくりの根幹をなすといえる。

６　テーマタウンコンセプトの提案

（１）　伸びている飲食の街

シャッター通り化した商店街を活性化するために、どのような方法があるのだろうか、先にみたようにテーマを決めテーマタウン化することは考えられないか。その成功例としてチャイナタウン、コリアンタウン、規模は小さいが沖縄タウン、などがあげられよう。筆者は、飲食店舗数が低減している昨今、伸展を続ける横浜中華街、神戸中華街を参考に中華コンセプトでの食を中心としたテーマパーク化を提案した [8]。その後、長崎を訪れて数こそ少ないが店数を減らすことなく、たくましく存在続ける長崎中華街の存在を知り（表４）、このコンセプトの強さをさらに強く確証できた。

改めて表１を見てみよう。一般飲食店舗総数の下げ幅に比べ中華料理系店舗数の下げ幅は少ない。そして、その中でこの街は店舗数を伸ばしているのである。

表１　わが国の飲食店舗数の減少（1999 年～2004 年）

	減少数	減少率（%）
一般飲食店全般	23.553	－5.3
（中華料理店）	785	－1.3

（注）総務省国勢調査。

表２　横浜中華街の飲食店舗数の変化（1997 年～2006 年）

	1997 年	2006 年	増加数
総飲食店舗数	190	240	50

（注）横浜中華街発展会協同組合資料。

表３　神戸元町の飲食店舗数の変化（1996 年～2006 年）

	1996 年	2006 年	増加数
総飲食店舗数	273	293	20

（注）総務省事業所・企業統計。

表４）　長崎新地町の飲食店舗数の変化（1997 年～2006 年）

	1997 年	2006 年	増加数
総飲食店舗数	13	17	4

（注）総務省事業所・企業統計。

少子高齢化が進む中、このたくましいコンセプトを活用し、シャッター通りが問題化されている地方経済の活性化が図れないか、もしそうできれば魔法のような妙手であり、地方が抱えている問題解決の引き金になるのではないか。もちろん、その場合数々の問題点があり得ることは否定できない。

治安しかり、そして国民が持つ排他的な民族意識が大きく立ちはだかると思われる。

（２）　テーマタウンの問題点

この問題を東京、池袋で起きている中華街構想から考察してみよう。2008 年 10 月 9 日の産経新聞に下記ニュースが掲載された。中華料理店や中国雑貨屋が多く並ぶ東京・池袋で、中国人経営者らが東京チャイナタウン池袋というまちづくり計画を進めているというニュースである。地元商店街は、その唐突さに驚き、中華街でひとくくりにされてしまうのではないかと反発した内容であった。
また、治安の点も危惧された。それは、2008 年 5 月には池袋のカラオケ店の店長に集団で暴行を加えたとして、中国マフィアのメンバーらが逮捕され、2009 年夏ごろから右翼の宣伝カーが反対を騒ぎ出してきた（2009 年 8 月 25 日、東方時報）からである。東京中華街ができれば、日本人を呼び込むのではなく、不良中国人を増やすことになりはしないか、治安が悪化するのではないかと地元商店街は危惧して反発したのである。

このような例は、池袋の中国人だけではないであろう。日本において、他民族への同様な排他的感情はどこでも起こりえるとはいえないか。結局、この池袋の問題は中国人経営者側から地元商店へ相談もなく進められ、地元商店街から反発を食ってしまったわけである。相互間のコミュニケーションなくしては、どこへ行ってもうまくいかないのである。そして、さらにこの問題はコミュニケーションだけではなく、より本質的な問題を提示した。東方時報は、この件を中国人自身に問題があると指摘する。商店街の街灯維持費分担金未払い、路上のゴミ散乱問題などをしばしば起こしているからという。街灯維持費分担金のような地域におけるコミュニティ化活動、ゴミの散乱を防ぐ衛生美化活動は共生化を図る手段である。地域に溶け込み共生化を図るには、まずは郷に入れば郷に従えであり、自立した同化政策の徹底こそがかぎとなる。

（３）　新ビジネスコンセプトの提案

テーマタウン化の主役は、その地域で生活する住民である。なぜ中華街は発展し続けているのか。その歴史は長く決して平坦ではない。横浜中華街を例にとってみてみることにする[9)]。

幕末の開国以来多くの中国人が横浜を訪れ、やがて居留地の一角に集まり住みだした。明治初年横浜滞在の華僑は約 1000 人であった。彼らは関帝廟、中華会館、劇場などを設け、中華街を築いていった。以後、日清戦争、大地震、戦災と悲劇と苦難が連続して続く。戦後復興期に横浜港は出船、入船で賑わった。1955 年には中華街復興を願い、中華街大通り入り口に「善隣門」が立てられ、街の正式名称として「中華街」が決められた。

1960 年代から始まる高度成長と横浜港周辺の経済構造の変容が、中華街に変化と発展を促した。観光スポットとして発展する過程において、中華街は競合する元町、伊勢崎町との差別化、飲食への集中化が進み飲食店街へとベクトルの向きが明確化された。阻害された形で成り立っていた町が、１つの文化を発し新たな観光資源となったのである。

横浜で生まれ育った筆者にとって、中華街（当時は南京町と呼ばれていた）へ行った思い出は、ま

さに異国を垣間見た記憶として鮮明に残っている。中華街は日本人と中国人が共生し、中国人が飲食店、日本人が食材を供給するという形で分業してきた。また同化政策も進んだ。横浜中華街発展会協同組合の調査によれば、中華学校の父母 480 人中 31%が日本で生まれている。初期の移住者が来て 140 年、世代交代が進み、現在では日本を出身地とするものが増えたことになる。そして、日本語、日本の歴史を学び、文化を生活に取り入れ、正月の祝いに関すれば、新暦の正月のみ祝う家庭は 43%、旧暦両方を祝う家庭は 29%であり、72%の家庭が新暦の正月を祝っている。家庭内では日本語しか使わない家庭が４４%を占める。住民は模範的な市民になることを目指してきた。その努力の賜物が、今日の発展につながっているといえるだろう。

同様のことは神戸、長崎にもいえる。特に長崎は開国時すでに市民の 40%といわれる中国人が市民権を得ていた。また、隣接する佐世保市も、同様に外国人登録者の 40%が中国人となっている（佐世保市役所平成 20 年 3 月 31 日現在)。この現状からいえることは、長崎はもともと中国人が多く混在している街なのである。中華街だけでなく街全体に中国人、その２世、３世が日本人と共生している街なのである。これもまた、長い歴史から学び、同化政策による共生化を図ってきたことといえるであろう。

7　まとめとして

本稿では小浜市、由布院、世羅町のケースから行政主導型、住民主導型、そして公民協働の実例を考察した。まちづくりは行政だけでなく市民が中心となり、各種ネットワーク、各種 NPO など複合させた進行が望ましいと学んだ。また、観光客誘引においてテーマの持つ効果性について確認し、まちおこしのキーワードとして食を中心としたテーマパーク、テーマタウンコンセプトの持つ可能性、問題点を中華街の実例から探ってみた。

そこで学んだことは、まちには悲劇と苦難が連続した日々を生き長らえてきた歴史があることであり、表面的な、一朝一夕の、そして棚ボタ的なまちづくりでは長く続かない。実は百年戦争なのである。行政だけではだめ、市民だけでもだめ、官民一体となった戦いなのである。ビルの１角に作り上げたテーマタウンでは一過性に終わってしまうのではないか。まちづくりは、やはり住んでよしから始まる。

先にも述べたが中華料理コンセプトの強さは不動である。横浜中華街はミニ中華街と称される横浜大世界、そして中華門に入ってすぐ右側にそびえたつ“チャイナスクエアー”を擁している。地下鉄も整備され、ますますその伸展は期待される。これからのまちづくりにおいて横浜の成功例を参考として、テーマタウンコンセプトを有効に活用し、地域振興の活性化に生かせないだろうか。誰もが共生できる地域社会は築けないのだろうか。少子高齢化が進む今日、食を中心としたテーマパークコンセプトを強く地方経済活性化案として提案したい。

【注・参考文献】

1）溝尾良隆（2002）：まちづくり。朝日新聞社、『観光がわかる』30 頁。

2）小浜市役所リーフレット「御食国若菜おばまの食のまちづくり」

3）京都橘大学文化政策研究センター（2009）:『小浜市食のまちづくり外部評価調査報告書』4 ～20 頁。

4）由布院温泉観光協会副会長・由布院いよとみ荘社長富永希一氏談、西日本新聞社。

5）野口智弘（2009）:『虫庭の宿』334～343 頁。

6）中小企業診断協会広島県支部（2008）:『特産品に関する調査研究の報告書』、同支部、66～69 頁。

7）溝尾良隆（2002）：まちづくり。朝日新聞社、「観光がわかる」、33 頁。

8）牛田泰正（2009）：台湾縦断研修（高雄・台南・台北から学ぶ）。城西国際大学紀要、第 17 巻第 6 号、55～64 頁。

9）横浜中華街発展会協同組合リーフレット（2005）：横浜中華街・華僑・華人の歴史と生活。

The Role of Foodstuffs in Local Redevelopment

Masayasu Ushida

Abstract

Local foods are now an increasingly important tourism resource, providing visitors with the opportunity to experience a local cuisine, to enrich their experience of being in a different environment, and to buy gifts for friends and family at home. Serving the local food at hotels and restaurants, and making souvenir foodstuffs, constitute a key element in the future of the local economy; this report focuses on that industry, and how it fares in the ongoing recession that has followed the so-called "Lehman Shock."

The "Town" as it is used in this paper refers to the citizens of an autonomous community who take responsibility for relations mutual assistance in achieving a common goal. A Town in which you might live in comfort is also a Town which you might visit, and this is the basis of local planning.

This report focused on two major themes. First is the issue of whether local planning should be by administrative initiation or by resident initiation . Much has been written on this theme; the primary reference here is the report of an external evaluation released in March 2009 on Obama City, which initiated a city redevelopment effort eight years ago, based on the local culinary resources. This in turn is compared to the case studies of Yufuin-cho and Sera-cho.

The study reconfirm the effectiveness of using these resources in local redevelopment in general, and includes the example of a successful theme park which continues to increase the number of its stores during the current recession, It is proposed that the "Chinatown" concept offers a strong possibility as a new theme-based local project.