

⑨原田委員提出資料

ふるさとづくり

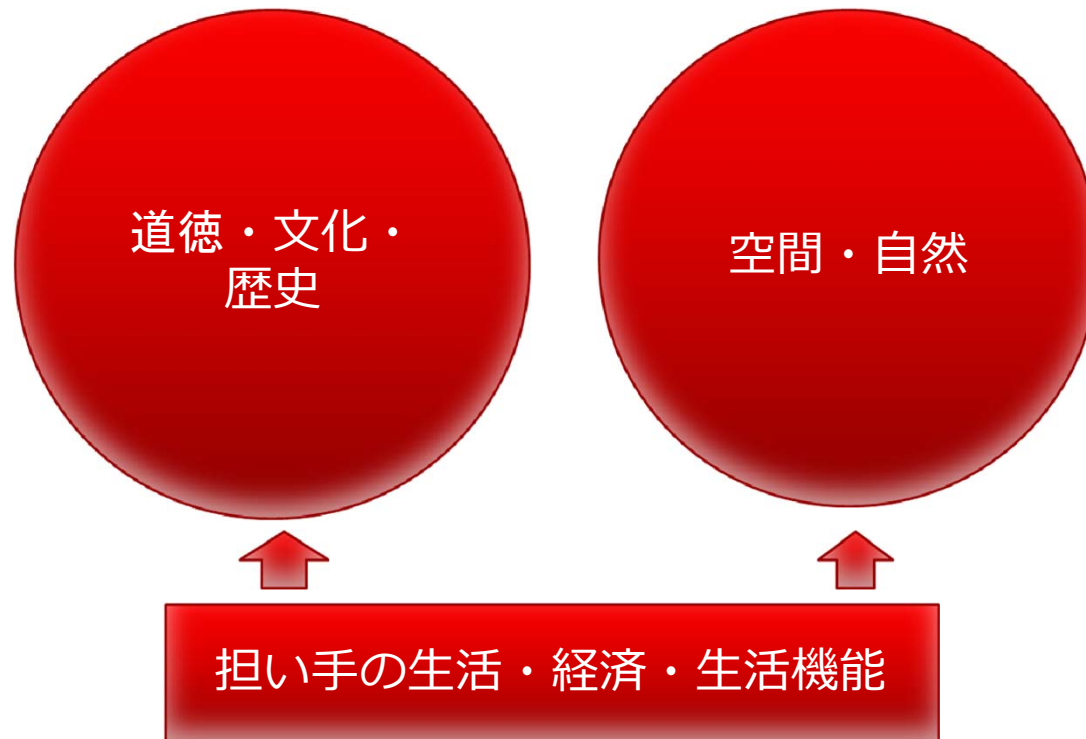
マネジメントオフィスHARADA  
原田 弘子

# ふるさと

- 個人にとって
  - 生まれ育ったところ、思い出があるところ
  - 懐かしい思い出はある。残っていてほしいが、無理に戻るつもりはない。
  - 先人の想いや暮らしの上に今があることを子どもたちに伝えたい。
- 仕事にとって
  - 地域活性化を考えるとときの求心力、事業シーズ
  - 地域のブランド、ポジションを決める要素



ふるさとの何が損なわれている？  
何を新しくつくる？





# ふるさと再生の意義

- 求心力
- 国際競争力を持ち得る重要な「資産・資源」である
  - 「日本らしさ」の重要な要素
  - 自然・農水産物・伝統工芸
- 社会の成熟に伴い、価値観が多様化。

（生まれ育ったところに限らず、）ふるさとは、人々の多様な暮らしを実現するための、選択肢のひとつでもある。

# 地方都市の多様性

- けん玉ロックカフェ
- キャッチボールカンパニー
- 映画サークル事務局専業
- 素材も手作りの古民家カフェ
- 眼鏡屋さん兼そば打ち教室の先生
- サッカーコーチ兼小型スーパーマーケット経営
  
- パリコレで活躍するメイクアップアーティスト
- 顧客のほとんどが東京のグラフィックデザイナー



# ふるさと再生の手法

- 「心の拠りどころ」を構成するものを保護（再生・再活性含む）
- 既存制度（文化財保護、自然環境保全）との整理
- 保護するものと、しないものの判別基準
- どのように保護していくか
  - 公的に保護する
  - 民間の発意や活動を支援する
  - 民間が活動しやすいように場を整備する
  - 「なに」をするかよりも「誰が」するか



# 例：空き家再生

## ■ 尾道市

### ■ NPO尾道空き家再生プロジェクト

20代の女性が空き家の価値に着目。個人的に買い取り、再生。  
「尾道」ブランドも相まって、次々に移住希望者が。

## ■ 三次市（清河地区）

### ■ 有限会社ブルーリバー

地元小学校の生徒数減少に危機感を覚えた建設会社経営者が  
住宅開発。小さな子どもがいる家庭に限定し低家賃で提供。

## ■ 府中市

### ■ 歴史的建物を用途変更して活用

### ■ すべてを再生できるわけではない



# 立ちはだかる壁

