

city&life

都市のしくみと暮らし

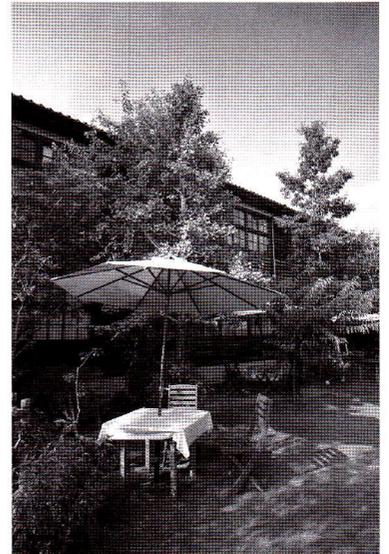
no.105

autumn

2012

特集

「町おこし」新潮流——
地域に埋もれたコンテンツを発信する



表紙——和歌山県田辺市上秋津「秋津野ガルテン」
 (関連記事:p28) photo:新井卓
 裏表紙——栃木県宇都宮市「宮コン」
 (関連記事:p2) photo:秋山由樹

特集

「町おこし」新潮流——
 地域に埋もれたコンテンツを発信する

contents

ケーススタディ	町おこし「コンテンツ」カタログ	
	「街コン」 「食と恋」で中心市街地を活性化 宇都宮を代表する、一大イベントに成長した「宮コン」	2
	「キャラおこし」 アニメとヒーローで地域社会を盛り上げる 地当ヒーローのモデルを確立した「超神ネイガー」多彩なコンテンツで、町とアニメ文化が交感する「マチ★アソビ」	8
	「スポーツツーリズム」 個性豊かなスポーツイベントで、地域経済を活性化 新たなスポーツ観光市場を創造する「さいたまスポーツコミッション」	16
	「産業観光」 ものづくり大国ニッポンの魅力を発信する 「ものづくり」の現場から、町の底力を再発見 <埼玉県> 子供の好奇心を刺激する「埼玉県ものづくりスタンプラリー」 / <東京都大田区> 「モノづくりの町」を楽しむ「おおたオープンファクトリー」 / <東京都板橋区> 製造業の活性化を目的とした「産業観光」	22
	「農業ベンチャー」 持続可能なコミュニティビジネスとして 住民出資でコミュニティビジネスを展開する「秋津野ガルテン」	28
インタビュー	お宝発掘で地方の魅力をアピール 殿村美樹	15
インタビュー	町おこしは、個性ある地域づくりから 伊藤正昭	34
特別インタビュー	エドナ・エグチ・リードさんに聞く ミルトン・キーンズ、アートによるまちづくり	35
連載	relay essay 私の好きなまち・くらし④ ストックホルム 小谷部育子	38
	岩手県立高田高等学校の災害復旧事業着工式	39
	back number・information	40

「町おこし」新潮流—— 地域に埋もれた コンテンツを発信する



地域振興の手法として、地域に埋もれたさまざまなコンテンツ(文化的資産)を活用した「町おこし」が注目されて久しい。社会的にも経済的にも停滞する地域において、多種多様な活動を活性化させ、かつ、住民生活の維持と生活文化そのものを保護するための社会的・経済的基盤をも形成するものとして期待されてきた。しかしこうした取り組みが、コンテンツの発掘・保護とその発信の両面においてうまく機能しているかという点、そうでもない。当事者(地元地域)の知るコンテンツと外から見えるコンテンツに対する評価が、うまくマッチングしていないのがその一因だろう。

近年、埼玉県旧鷲宮町や鳥取県境港市が、アニメやマンガ、ゲームをきっかけとした「町おこし」で成果をあげている。当事者には見えなかったコンテンツを、外部の人間が発見した例だ。また、過疎地の空き家をリノベーションし、文化的仕掛けを施すことで、魅力あるものに甦らせた例もある。当事者にとっては負の資源にしか見えなかったものが外部の力によってコンテンツとして再生したのである。

「町おこし」の真価が問われる時代になった。今号では、新たな視点で「町おこし」を捉え、実践している事例を紹介する。

photo: 秋山由樹「市街地活性化の起爆剤として期待される〈街コン〉」(関連記事:p2)