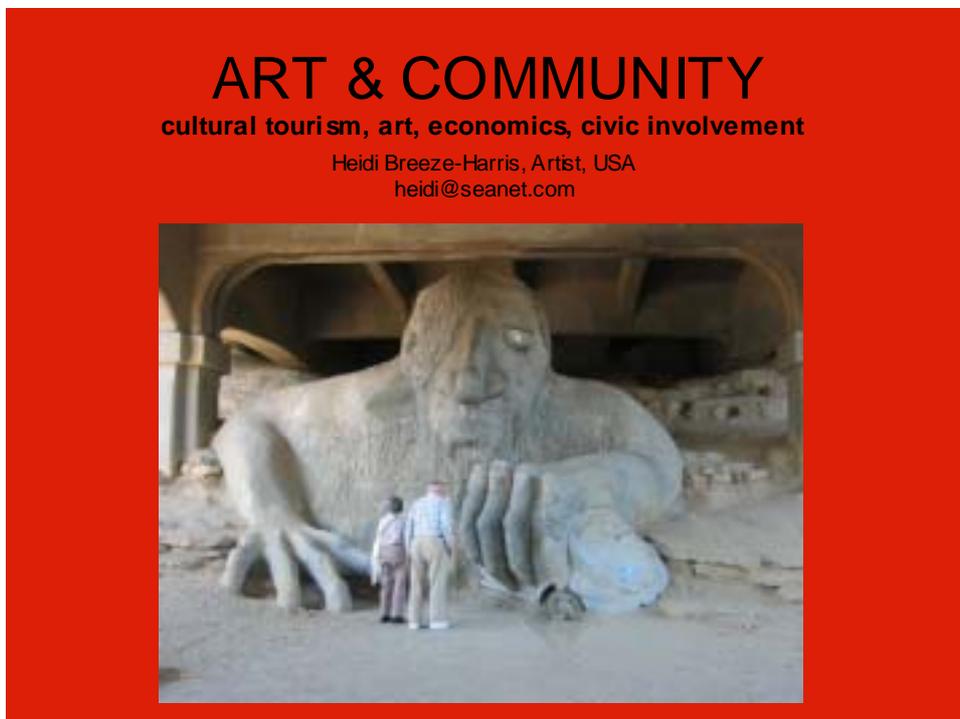


地域活動推進講座 2002

『まちづくりと新しいツーリズム』

シアトルまちづくりとツーリズム



日時：2002年10月25日（金） 18時30分～20時55分

場所：ひょうごボランティアプラザ セミナー室

主催：特定非営利活動法人神戸まちづくり研究所

講師：ハイディ・ブリーズ・ハリス（Heidi Breeze-Harris）

この講座は、生活復興県民ネットの地域活動推進講座助成金を受けて開催しました。

地域活動推進講座助成金

この助成金は、生活復興県民ネットが、地域活動に役立つ知識や技術を学ぶとともに、仲間づくりができる「地域活動推進講座」を開催するグループ・団体に、講座開催経費の一部を助成し、地域活動の展開に資することを目的にしています。

JUCEE と NPOP

日米コミュニティ・エクスチェンジ(JUCEE)は、米国カリフォルニア州オークランドと東京に事務所を持ち、日米 NPO やそれに関わる個人の交換プログラムや協働プロジェクトのサポートを行う NPO です。1997 年より、米国内国歳入庁より 501(c)3 非課税団体の認可を受けています。

今回のハイディさんの来日は、NPO パスファインダー・プログラム(NPOP = エヌポップ)によるもので、米国の NPO 経験者および現役スタッフを日本に招聘し、日本において地域に根ざした活動をする NPO にフェローとして派遣するプログラムです。日本の地域における社会問題やそれに対する市民の取り組みをフェローに紹介し、市民・草の根レベルでの日米協力関係の礎を築いていくことを目的としています。

ハイディ・ブリーズ・ハリス(Heidi Breeze Harris)

元 The Pomegranate Center for Community Innovation のアソシエイト・ディレクター(地域発展のためのポマグラニット・センター) / ワシントン州シアトル市 / www.pomegranate.org

ハイディは、自分自身を芸術家、人類学者、そして社会事業家だと語る。現在勤める「地域発展のためのポマグラニット・センター」は、低所得者コミュニティに対して、社会的活力、健康、コミュニティへの帰属意識の改善のために人々が集える空間を提供することを目的としている。また、彼女は、識字や環境教育などの芸術プロジェクトに携わった経験を持つ一方で、1988 年から 91 年にかけて神戸市で英語を教えていた。これらの経験から、今回の NPOP プログラムを通して、日本の NPO が抱える社会的、文化的、財政的な問題について学べる日本のまちづくり NPO と協働したいという強い希望を持っている。そして、今回のフェロースhipを通して、会議の進行、宣伝、講演、リーダーシップ開発、環境修復などの技術を日本の NPO に還元することを希望している。

特定非営利活動法人神戸まちづくり研究所(Kobe Machizukuri Institute)

阪神淡路大震災の復興過程でまちづくりの専門家やボランティアが自発的に作った市民団体「神戸復興塾」が設立母体。神戸復興塾が培った人的資源とネットワークのコアとしての機能を共有しつつ、地域住民の住みよいまちづくりに寄与することを目的としている。事業内容は、NPO、市民活動に基づき、まちづくりに関する調査研究と政策提言をすることや、まちづくり活動を行う研究グループや NPO ネットワークに対する支援、さらにまちづくりや地域活性化を促進する事業に集約される。「復興住宅・コミュニティ支援研究会」事務局と「NPO と神戸市の協働研究会」事務局も業務内容に含まれている。

シアトルまちづくりとツーリズム

2002年10月25日(金) 18:30~20:55 : 日時

ひょうごボランティアプラザ : 会場

ハイディ・ブリーズ・ハリス(Heidi Breeze Harris) : 講師



はじめに (神戸復興塾 山田和生)

ようこそおいでいただきました。今日は、地域活動推進講座「まちづくりと新しいツーリズム」の2回目として、「シアトルのまちづくりとツーリズム」のテーマで、ハイディ・ブリーズさんのお話を伺います。

私自身はオルタナティブ・ツアーとして、カンボジアの子どもたちの支援プロジェクトをツアー化したり、タンザニアの農村やハワイの先住民と交流したりする旅を企画しています。先日の9月3日は、北朝鮮国境付近に朝鮮族自治州ができて50周年でした。そこへ日本の在日の人たちが行くのに私も同行して、今話題の北朝鮮の事情を、中国側から在日の人たちの立場から見るといふ、非常に私自身も勉強になる企画を担当しました。こんなことで、私からこのシリーズの進行役をして、毎回の報告を書きたいと申し出たわけです。自分がやっていることを、講座を通してまとめたい、あるいは自分自身が勉強して整理していきたいということで、皆さんの前で役不足ながらお話をさせていただいています。

1回目の講座は9月27日で、御蔵地区で修学旅行を受け入れているというお話でした。御蔵での修学旅行プロジェクトは、本日ご参加の森栗先生が神戸まちづくり研究所として一緒になって進めているのですが、私は正直なところ、修学旅行生がそんなところに行ってもどんな体験ができるのかと、実はよく分からなかったのです。旅行業界という仕事柄、旅行専門誌に紹介しましたが、現場のことがよく分かっていなかったのです。震災時には足を運んでいろいろなことをした経験があったのですが、それ以後は無く、この前お話を聞いてウロウロしたら、このことかと全部頭の中でつながっていきました。お話を伺ってびっくりしました。ここにはコミュニティがあり、外部の人が関心を持って来てくれ、自分が被災で大変だったことを語ることで、来た人にも感動があり、受け入れた方も素晴らしい経験ができるのです。そういう話を率直にリーダーの人がしてくれました。最後にも、年配の方が同じことを言われました。リーダーだけでなく、地域の皆さんがそう思っているのだということがよく分かった会でした。やっと私は意味が分かったのです。今までのツーリズムは旅行業者がセットパックしたもののへの参加でしたが、新しいツーリズムの「新しい」という意味は、人々が旅行業者以外のチャンネルで、訪れる側や迎え入れる側としてお互いに、素晴らしい出会い方ができることではないでしょうか。神戸からあえて発信できるようなツーリズムがあるとすればそういうものではないかと思っています。

そういう意味で、今日シアトルからお話をいただき、果たしてシアトルではどんな取り組みをされているのかということに、私は非常に関心があります。皆さんと一緒に勉強させてもらいたいと思っています。

ハイディさんの紹介 (神戸まちづくり研究所 野崎隆一)

ハイディ・ブリーズさんにお話をいただく前に、彼女がなぜここに来ているのかを簡単に説明しておきます。実は日米コミュニティ・エクスチェンジという制度があり、その中のNPOのパスファインディング・オポチュニティ・プログラム(NPOP)で来日しました。NPOが新しい道を切り開いていくことを目的としたプログラムですが、日米のNPO関係者がお互いに行き来し、地域でいろいろな活動に参加して、何か得るもの

を自分の地域に持ち帰り活動することで、NPO の活動の新しい段階を見つけ出そうというものです。



今回、神戸まちづくり研究所に、日米コミュニティ・エクスチェンジから受け入れ団体になりませんかという申し入れがあり受け入れました。ハイディさんは、論文があるなど大変だったようですが、アメリカでの募集に応募し、最終 8 人の選考に残られました。彼女は 13 年前に日本に来たことがあり、行くのだったら神戸に行きたい、自分もまちづくりをやっているからまちづくりをやっている団体へ行きたいということで、いわば相思相愛の関係です。我々もシアトルと神戸は姉妹都市ですから、シアトルのまちづくりをやっている人を受け入れたいということで来ていただくことになりました。ではハイディさん、よろしくお願いします。

シアトルまちづくりとツーリズム (ハイディ・ブリーズ・ハリス)

(通訳を山田仁さんをお願いしています。)

今日はお招きいただきありがとうございます。野崎さんから依頼された題目は、まちづくりと観光の関わりという話ですが、私は NPO 職員でもあり芸術家でもありますので、特にシアトルにおける芸術が市経済と観光に及ぼす影響・効果を中心に話したいと思います。



Never doubt that a small group of people can change the world, indeed it is the only thing that ever has.

-Margaret Mead



私はいつも心にとめている言葉があります。有名な人類学者でマーガレット・ミードというアメリカの方の言葉で、「コミュニティづくりは外部からの力という方法もあるが、一番重要なのは、その地域に住んでいる方々が力を合わせてつくっていく。だからこそ、地域は活性化する。」というのがあります。地域のことは住民の方が一番ご存知ですし、地域づくりの上では住民が力をあわせてつくっていくことが一番の最善の方法だと思っています。

カルチャー・ツーリズム、もしくは新しいツーリズムと言いますと、従来だと華やかな観光スポット、有名なユニバーサルスタジオやディズニーランドなどのテーマパークへ行く商業ベースの観光を思い浮かべます。それと、たとえばイタリアの地方へ行く、京都の街並みを見に行くといった観光は全然意味合いが違います。それは地元の人たちだからこそ可能なまちづくりであり、たくさんのお客さんが来るのです。その辺の違いというものを中心にこれから話してみたいと思います。

Cultural Tourism

Why do people visit Kyoto or New York City or Italy?

Disneyland and Universal Studios are different- but how?

私が考えるカルチャー・ツーリズムは、それによって民間部門(非営利)や、行政、市民、その多様な部門が緊密に協力し合い、みんなが訪問したくなるようなコミュニティづくりに、地元の人たちが活動にまい進できるということです。私の住むシアトルの近隣でも、近所同士がお互い交流を重ね、やはり地域ごとにしっかりとした威厳やプライドみたいなものが感じられます。そこで芸術が果たす役割も大きいのです。

私が考えるパブリックアートは、単なる展示物だけではなく、地元独自のもの、お祭り、街頭でのパフォーマンスや工芸品の店、演劇、商店街などの多様な形、それらの表現を全部ひっくるめてアートという考え方をしています。

こういったカルチャー・ツーリズムは、一時的な観光客を呼び寄せるだけで済ませるものではありません。持続可能なコミュニティとは、特別な「テーマパーク」では不十分ですし、まずは住民の生活環境や利益を頭に入れて、多様なセクター同士が企画を立てていくものです。その地域でのビジネスやまちおこし、まつりなどを行う時に、住民の意向や意見を取り上げながら進めていくのが、カルチャー・ツーリズムということだと思います。

カルチャー・ツーリズムに関して、三つの主な考え方があります。第一は、観光旅行者のためではない、住民が自分のコミュニティに誇りを持ち、事業に関心を示せるようなまちづくりをしていくことです。そうすれば住民同士が支えあうようになり、コミュニティのつながりが強くなっていきます。第二は、隣同士を良く知ることです。興味本位だけの集まりではなく、年齢も性別も越えた関係の中で、目標実現に向けてお互いに力を出し合っていくことです。三番目に、スモールビジネスに関しては、複数のセクターがお互いに協力して資金を出し合っていかなければいけません。その産業を基盤として住民同士が、公益とは何かの議論を重ねて確認し合っていくことが重要になってきます。

いくつかの統計をご紹介します。経済と観光の結びつき方と聞くと、奇異に思われるかもしれませんが。行政はこうした事業を市への投資と見るべきです。実際、シアトルのキング郡のコミュニティづくりに、市や公共団体がかなりの資金や施設等を投資しています。マンハッタンに次ぐ数の行事が毎週行われ、全国から客が押し寄せるために、その芸術活動が

Cultural Tourism/New Tourism

This is a new multi-sector effort to make communities and neighborhoods-

(no matter what their size)

-so vibrant and sustainable for local residents that other people can't help but visit.



Partnerships & Innovation

Government

Housing

Non-Profit

Parks

Local Citizens

Arts & Community Facilities

Private Sector

Businesses

Festivals

Urban Design of streets and neighborhoods

Vibrance for Locals is First

1. Must feel pride and dignity in their neighborhood

-Beauty, uniqueness, their voices are heard, real involvement is encouraged and supported.

2. Proximity vs. Affinity- social capital

-Know your neighbors, connection to locals not just interest groups, welcoming to all ages and abilities.

3. Small business and cottage industry must be supported

-convenience, local connection, private connection to neighborhood good, gathering places

Gov't and Business Investment

Seattle's Case

1. King County is 2nd only to NYC in arts events per day (average of 85 events-large and small-you can see any night of the week)
2. Arts generates \$150 million annually
3. Created 8,200 local jobs
4. Attracted 1,300 new retail businesses
5. Decreased office vacancy rate from 17% to 5%
6. Attracted 15,000 new downtown residences with 1,000 currently under construction

及ばず経済効果は年間 1 億 5 千万ドルにもなります。コミュニティ内だけで 8200 もの新しい雇用も創出し、経済に大きな変化がもたらされたというデータが出ています。1300 の新たな小売事業も創設され、芸術促進事業が立ち上げられてからは、事務所の空き率が 17%から 5%に減少しました。それだけアートに、人やビジネスを呼ぶ効果があるのですが、大事なことは市がお金を投資していることです。街が経済的に活性化し、いろいろな事業が行われているので、1万 5 千人の新たな住民が引っ越してきました。本当に想像を絶するような効果が芸術活動にはあります。

これは、地域の事業に関して政府がどれだけ投資してきたかという全国の公式な統計です。コミュニティにおける芸術活動は 368 億ドルの経済効果があります。130 万の新たな正規雇用は大きな助けになっています。政府の年間収支では、地域レベルで 7 億 9 千万ドル、州レベルで 12 億ドル、そして連邦レベルで 34 億ドルという統計結果が出ています。政府が地域に投資した分は、その経済効果でもってバランスがとれるのです。

政府は、住民のニーズによく耳を傾け、資金や土地を提供し、本当に柔軟な姿勢でやっていく必要があります。もちろん行政や企業、NPO や住民側も、それなりの個人の時間やお金を投資しなければいけないのは当然です。政府側と住民側の両方で、協働プロジェクトで事業を進めていくことが重要です。もちろん一地域のルールが全ての地域に通じるということはありませんから、地域ごとにルールを柔軟に変えていかなければいけません。そうすることでコミュニティごとに違った、アートを主体としたコミュニティづくりができてきます。ビジネスには、当然お金や商品、サービスも含まれます。

B.F.グッドリッチという有名な会社の経営責任者の言葉の引用です。彼は、アートに関して非常に理解があり、コミュニティにおけるアートに莫大なお金を投資し続けています。芸術は従来の経済以上の利益をもたらします。彼は次のように言っています。「コミュニティの人々は、文化的に停滞している環境では、経済にしても何にしてもいいものをつくることはできない。アートこそ、事業を通じて人々を奮い立たせ、住民同士の理解や関心を促進させる。また、お互いに共通の目的があればこそ、苦しい時に支え合いながらやっていけると信じる。」と。

Gov't and Business Investment

National Case

1. Arts and Community Art is a \$36.8 billion industry
2. Supports 1.3 million full-time jobs
3. Government Revenues per year-
\$790 million at local level
\$1.2 billion at the state level
\$3.4 billion at the federal level

Investment & Flexibility

1. Citizens and NPO's must invest time, energy and commitment.
2. Government must invest money and personnel time dedicated to arts and community projects.
3. Government must be flexible to meet needs specific to area and people and must be true partners- one rule never fits all situations in community arts.
4. Business must invest money, goods and services.

B.F. Goodrich Company CEO

"People who create in our companies - whether they be scientists, marketing experts or business strategists - benefit from exposure to the arts. People cannot create when they work and live in a culturally sterile environment...The economic benefits of the arts greatly transcend and outlive any of the normal cycles...That is why business invests in the arts - even when times are tough, and when there is increased pressure to manage money carefully."

-John D. Ong, Chairman, B.F. Goodrich Company

Results

People stay longer in their homes and neighborhoods making longer-term investment in neighbors. They also stay longer in jobs thus making business expenses for personnel lower

Small businesses are more successful for longer

Government services required are less because communities are safer, have greater citizen involvement and are naturally vibrant without having to create external programs to simulate vibrance.

現在は、これにより、コミュニティは活性化されましたが、事業は短期的に終わるものではありません。今でも、家庭が安定し、ビジネス自体が長続きし、隣同士のコミュニティが活性化され続けています。この枠組み自体は、政府が事業を計画していくものではなくて、住民の意向を尊重してということです。それだけ住民自身も事業に対する投資とその後の見返りを考えれば、むしろ損益は眼中に無く、地域に対して愛着が出てきます。長い目で見れば、スモールビジネスも潰れずに経営を続けられますし、安全面でもお互いに困ったことがあれば助け合うという関係は自然とできあがってきます。外からではない、地域の人々の意向から生まれた主体的なコミュニティづくりがここに見られます。

これからはスライドを見ていきましょう。

これ()は、シアトル市にいろいろ投資をし、投資を受けながら街が行っている芸術活動の一つです。これはこの日に誰かが結婚式を挙げた時のもので、街頭で彫刻にコスチュームを着せています。こういうことは決して珍しいことではなく、よく皆がやることです。



Peace Park

Local residents and school children regularly adorn this statue with origami cranes.

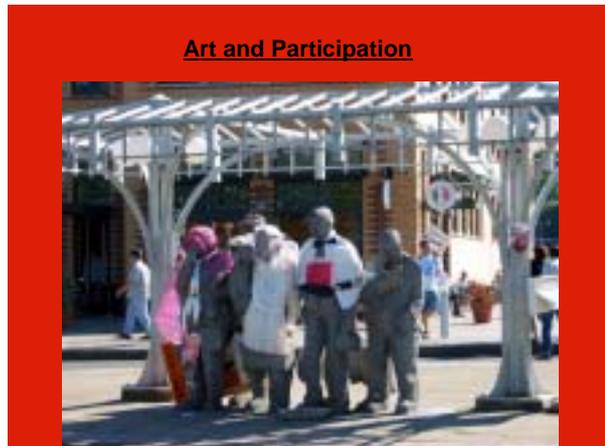


これ()は、公園と公園の間につくった高架下の壁画で、子どもたちによる芸術作品です。もちろん政府の資金援助によって成り立っています。これをつくったことで、公園から公園へ移動する時でもこういう絵があると更に楽しいものです。楽しい地域づくりです。



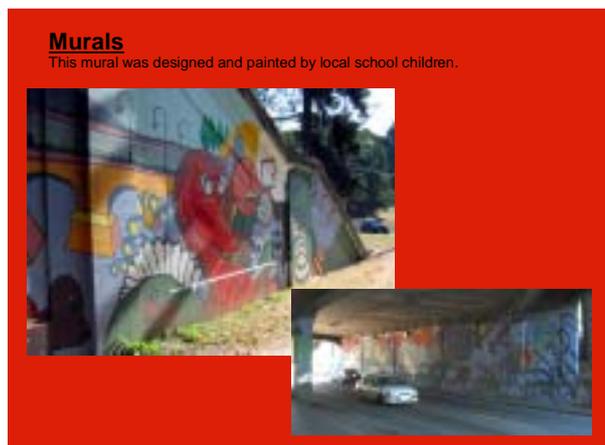
Bus Shelters

Artists work with the community to create bus shelters unique to that neighborhood.



Art and Participation

これ()は、街の近くの平和公園(神戸 - シアトル姉妹都市公園)ですが、市の子どもたちが一緒に協力し合い、こういう大小さまざまな折り鶴をつくり銅像に飾り付けをしています。こういう公共の場所で、世界の平和ということを訴えるような活動も頻繁に行っています。



Murals

This mural was designed and painted by local school children.

この辺は海辺です。右上はボートでできたバス停留所(合計 10)で、芸術家が集ってこういうユニークなデザインをつくらうということでやりました。地元の人々の多くは船人で、住民のいわばよりどころですね。これは市からお金が出ています。



ベンチはこういうデザイン()になっています。

この場所()は、元々は風紀が悪く、麻薬の取引が行われたりしていました。この像はシアトルで有名で最も古い「橋の下のトロール」という作品です。ケルト神話をモチーフにしていて、トロールという怪物は橋を通りがかった人を食べてしまう、と伝えられています。20年前にでき、こういうものをつくることで、



これ()は、今のバス停の上を見上げるとこういうふうなデザインになっています。



Myth and Sculpture

The troll under the bridge is one of the most visited public art sites in Seattle



地域の関係がガラッと変わり、訪れる人も増えました。今は、高級住宅街になっています。また、毎年2万5千人以上の観光客がこの周辺に集まり、パレードをしてお祭り騒ぎをするということがあります。本当にここは、皆が集まる楽しい場所になってきています。



Neighborhood Parks and Proximity to Businesses

This park was designed and built by the community through the Seattle Neighborhood Planning Process. Local businesses were integral to the process as well.

金が出ています。スターバックス(7500 ドル)とハンバーガー・ストアがこの公園づくりのために、売り上げその他から合計1万5千ドルも資金を提供して

この公園()は私が住んでいるすぐ近くにおいて、私もその建設に参加しました。市から整備用資



くれたことは、コミュニティ事業の点で注目すべきことです。日本ではこういう例はなかなか無いでしょうが、日本でもそういう企業に働きかけてみたらどうでしょうか。



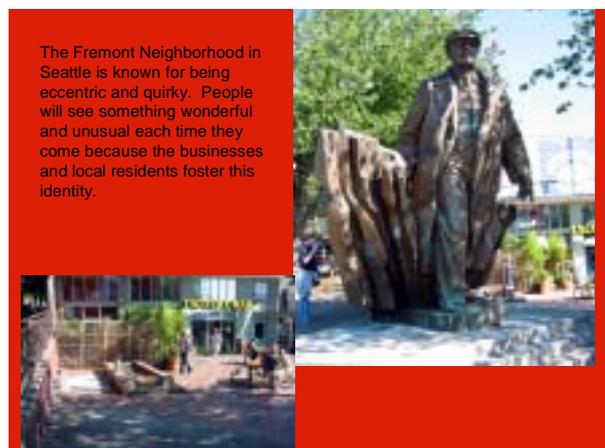
ロケットの彫刻()です。この店の経営者というのは莫大な収益をあげていると思います。これだけのデザインなので世界中から観光客がひっきりなしに訪れてきています。

これからいろいろな作品を見ていきましょう。

このような銅像()があります。市や市民の寄付金からつくりました。観光客で地図を持って迷っている方には目印になります。地域の中では良く知られていて有名なわけですが、これはコミュニティ内のシンボルの役割を果たしています。

山田さんがこれらご覧になって、観光とどういう関係があるのかとお思いになるかもしれません。こういう芸術に対してもこだわりを持ち、地域の活性化を目指しながら、住民は地域の中でそういう活動を地道に続けていくことで、訪問者をどんどん呼ぶことになります。ちょっと珍しいものがあれば人は自然と寄り集まってくるものです。これらを見るだけのために、アメリカ中、そして世界中からたくさんの観光客が来られます。毎年、ペインティングした車のパレード行事とかもやっていますので、非常に盛り上がっています。毎年夏には、大きなイベントだけでも15のまつりを行っています。それだけに来るお客さんが150万人ほどいます。芸術が、これだけの経済効果があることは本当に証明できていると思います。

こういう()地域内の指標のように、あちこちにこうしたポスターや掲示版、広告などを張ることによって、住民同士が今地域でどういう活動が行われているかということが分かります。今までは無かったのですが、こういうことを始めることによって、人と人の距離が縮まり、よりコミュニティの緊密度が増したと思います。



This neighborhood invigorates local artists and local businesses by having over eight very well known festivals each year.



ここから、私が言っていたスモールビジネスですが、これから詳しく見ていきます。

Hand made amenities make a difference.



これ()は手づくりです。私の芸術に対する信条は、手づくりでということだけで違いが生まれるということです。地元の人の手づくりということは、他には二つとして無いということです。コミュニティの色が出てきますし、それが地域のユニークさ、ということにつながってくるのだと思います。

居住地区によっては、自分で食べ物をつくりたいという方もいらっしゃいます。そのために、市がコミュニティの中で空いているスペースを利用し公園づくりをし、アパート住まいや庭を持たない住民に対して、抽選方式でそういう菜園やガーデニングなどの活動を促進しています。こうして、コミュニティの結束は固まるわけです。

In residential and high density urban areas, people need places to grow food. P-patches in Seattle have been a strong community motivator.



Playful, energetic spaces attract people.



ここ()は、小さい商店とかがお店を開いたりするところです。いろいろな方が集まる最適の場所なので、非常に盛況です。

Identity Markers are important place-makers.

The piggy bank, a main symbol at the Pike Place Market, serves as an emblem, a meeting place, and a photo opportunity.



これ()はマーケットの中の様子です。この子豚はずっと前からあり、ホームレスの方のための貯金箱になっています。この場所、コミュニティの中に定着してしまっただけで、もし取り除こうとすれば絶対暴動が起こることは間違いないのでこのままにしています。皆さんも本当に愛着を持っているようです。



Create Places for Cottage industries to flourish.

これ()は皆さんが手づくりでつくったものを、こういうマーケットなどで売ったりする活動です

下は、いろいろな飾り付けです。いろいろなものを街頭で売るとは、日常良くある風景です。



The Pike Place Market is known for selling goods from local artists and craftspeople and local growers of food.

The Market attracts both Seattle residents and out of town tourists alike.



People need places to perform on the street



これ()は芸術家です。商品だけではなく、こういう街頭での音楽やパフォーマンスの活動を、私は非常に重要だと考えています。市も認めていますし、見たいという方がたくさんいますから、これは続けていきたいと思っています。

ビジネスの妨げになるからといってこういう方を追い出すということはできませんが、それは間違っています。こういうパフォーマーがいるからこそ観光客が来ますし、それだけコミュニティの経済が活性されるのです。

Local businesses should support grassroots signage for events and causes.



Invigorate multifamily housing with art and identity



ここ()は私が担当した労働移民のための居住地です。先ほど言いましたようなコミュニティづくり、カルチャー・ツーリズムは観光という側面もありますが、そういう観光客を誘致するというだけではなく、コミュニティの住民の生活をまず確保することが重要です。この居住地計画で白人とヒスパニックの仲は良くなりました。そういう意味で、労働移民のための居住も、その配慮をしています。こうしたデコレーションをすることで、住民のより住みやすい環境にしようと努めています。

これ()も私たちの仕事の一環です。以前は左のように何にも無かったのですが、どの家が自分の家かと分かるようにペインティングをしました。

The flying bird murals add color and identity.

They also help small children who cannot yet read and write, to know which unit is their home.



The Esperanza Housing Project before and after bird murals were added.



こういう労働者の方は、メキシコとかグアテマラからの方が多いのですが、こういうペインティングしたことによって、住んでいる方々もこれで自分の家がどこか分かるし、住みよくなったと非常に喜んでます。

これ()もまたデコレーションで、これも建物の目印になっています。



The bird theme was carried throughout many amenities on this low-income housing site.

This picture is of an ESL school for migrant farm workers.

低所得者層のための住宅計画です。裏に子どもの遊び場があります。この建物は政府が所有している建物で、建物を建てたのはいいのですが、政府がちょっと配慮を怠り、廊下が暗すぎて子どものためにはあまり良くないものでした。私たちがこういう飾りつけやデザインをすることで、より住みやすい遊び場になりました。

Children's Breezeway

Different parts of housing projects serve different residents. Common public spaces can specially enhance the lives of the primary users, in this case children going from their apartments to the local play area.





これ()は私です。



このゲート()から、道が、私有地、公有地に関係無く、縦横無尽に 4kmほどコミュニティの中に行き渡っています。これは市からのお金でつくられています、もちろん地域住民同士で協力してつくりあげたものです。予算は 15 万ドル、全部で 15 のゲートがあります。

**Create Ownership with
Community-Designed and Built Amenities**



It all starts with meetings.



こうして専門家や住民同士が集まり、今、本当に問題があることは何か、そういう問題があるならこれからどうしていくかを、頻りに話し合うことを欠かさず行っています。大変ですけど、地域づくりとはこういうものなのです。

Local youth learning to use GPS and GIS technology to map the new trail.



先ほど言いましたが、この道は 15 万ドルのお金をかけていますが、今はコミュニティが所有していると言っても過言ではありません。デザインや位置に関して、住民一人一人の意見を募り、最終的には合意に至ります。それだけに住民にも愛着があるわけです。ジョギングをしたり、お茶を飲んだりする人もいて、貧しかったこの地域も活性化しています。

The community's final sign off on the project design is a vital part of the process.



この()ご覧になっているのが、この道の道程ですが、デザインの過程で住民が参加し、この道はこっちにした方がいいなど意見をその間に出し合います。皆の意見で作りあげていくという過程です。



Being creative about getting public input is important. Here we used interviews, youth mapping and responses to maps as some ways to get more information on the community's desires and ideas.



これらは門をつくっている途中です。セメントを注いだり、ペンキを塗ったり、70人が集まって、週末の二日間で作りました。

Then the work and the real fun can begin!





こういうふうにして、(あそこに私がいますけれども)、頻繁にこういう住民との話し合いや議論を活発に行っています。15 万ドルのお金がかかっていますが、それだけに住民側も頑張ります。もちろん市の側も、その住民の意見を尊重して、あくまで柔軟に対応していくということが非常に重要です。

こういうふうにして、デザインも含めて全て住民で決めたものです。心がこもっています。



Creating strong lively public places requires solid grassroots public involvement in the creation and stewardship of that place



Children are some of the best designers of spaces that they will truly use.

これ()は子どもたちと一緒に協力してつくりあげたバス停留所です。今までは何もありませんでした。



Hand Made Bus Shelter

子どもたちによる芸術活動です。



るような活動をしています。

ここ()は低所得者の住宅ですが、以前は本当に殺風景だったのです。いろいろ住民側の意向を尊重して、こういう赤いペンキで塗るとか、いろいろデコレーションするとかして、皆さんに喜んでもらえ

これ()は同じ建物ですが、また違う角度から見たものです。



Hand made entryways and lightposts

Combining Design, Education and Environmental work can involve citizens in helping government handle issues in city.

In this case, students restored a badly polluted creek, educated neighbors about pollution and created a well-used pocket park in what was an abandoned lot.



Students designed the vehicular and interpretive signage that now is part of the park and three-mile urban trail.



彼は中学生ですが、以前この場所はすごい落書きや不法投棄があって汚かったのですが、中学生が協力し合って一年半がかりで公園をつくりました。5年経った今でも綺麗なままです。



Students designed pavers for the pocket park and urban trail.



Here you can see a before and after of the final park site.

左図の左下が以前の様子で、右上が活動の後です。もともとはタイヤや洗濯機などゴミだらけの場所で、いろいろな不法投棄などがあったのですが、皆さんの活動の協力の中でこういうふうになりました。

Never doubt that a small group of people can change the world, indeed it is the only thing that ever has.

-Margaret Mead



冒頭で述べたように、各セクターの柔軟性と積極的な参加が要です。その点でも観光は地域づくりにかせないのです。みんなが協力し合ってこそ可能なのです。

ありがとうございました。

質疑応答

(山田) いろいろ質問があると思います。私は、シアトルの街へ行ったことがあります。神戸にとっても似ていると思いました。話の中で、キング郡で年間 85 の行事があり、その観光関連から 8200 人の雇用や、1300 の新しい小売業が生み出されたとありました。毎年夏に 15 のまつりがあり、150 万人がそれを見るために来るという話もありましたが、この規模は果たして神戸に比べてどうなのでしょう。

(ハイディ) 郡全体ではなく、シアトル市だけの話で、市の規模は 100 万人前後です。

(山田) 今の神戸市と同じぐらいのイメージで見ていいとして、85 の行事や 15 の夏まつりが多いのか少ないのか、どうなのでしょう。神戸にも確かにまつりはたくさんあります。神社ごとのまつり、コミュニティのまつりも含めて、それぐらいのまつりがあるのでしょうか。シアトルではたくさんのイベントがあり、活気づいているように思うのですが、振り返って神戸のケースで見たら、実は似たようなものがあるのかなとも思いました。それが、私が思った印象の一つです。それと、どのように準備しているのか、どのようなつながりがあるのかと、全体に受け入れる側の話でした。でも、観光としても観る側、訪れる側の話があると思います。日本やヨーロッパから来た人、シアトルの街の新しいツーリズムで来た人が、どこのホテルやホームステイなどに何日間泊まって、何を食べて、どういう交通手段で移動して、どこを観て帰っていくのか。その典型的な例を教えてください。

(質問) それに関連して、一人当たりいくらぐらいかかるのでしょうか。

(ハイディ) 全国芸術基金 (National Endowment for the Arts) というのがあり、その出している統計でしたらあります。その統計によると、スポーツからの観光収益と芸術による観光収益とを比べてみて、割合として 4 対 1 で芸術活動の方が収益は上がっているということで、断然規模が違います。本当ですよ。

(発言) イチローの 4 倍？

(野崎) 彼女との雑談の中で、スポーツのためのスタジアムのコストと、それによって集められる人数から考えると、芸術のパブリックアートの方が、よほど効果があると言っていました。そう言うと分かりやすい。

(山田) シアトルに来る人は、どれぐらいの期間の滞在をしているのですか。

(ハイディ) それも詳しい統計があるのですが、一般的には目的によっていろいろ違います。たとえばオペラを観に行くのでしたら一日とか二日という場合もありますし、お祭りの見物や買い物だけでしたら一晩だけということもあります。目的に応じてそれぞれということですね。

(野崎) スライドの中で、街頭で物を売っていたり音楽をやっていたりする写真がありました。あれはフェスティバルの時だけでしょうか。それとも、普段もあんな状況なのでしょう。

(ハイディ) マーケットごとにミュージシャンが街頭でやっているのは当たり前で特別なことではありません。ああいう街や商店でも、収益は市とかがサポートしてやってきていますから、特別なことではなく、本当に日常良く見る光景です。週 1 回は地域のどこかでのみの市をやっているの、いろいろ見てまわれます。

(山田) ハイディさんは以前神戸に住んでおられたことがあるので、神戸とシアトルの街の両方を良く知っておられます。シアトルの新しいツーリズム、芸術を通じたツーリズムの事情を良く知っている立場から見て、芸術を生かすという面での神戸のまちづくりは、シアトルに比べてみてどうでしょうか。

(ハイディ) 長田の方を少し見学させていただいた時に、空いているスペースがいくつか目につきました。壁画もすばらしいし、そういうところを見ると、私は芸術家ですから、いろいろつくってみたいという観念に囚われるのです。そういう意味では、今神戸は発展段階です。ただ誤解してほしくないのは、神戸は何も達成していないということではないのです。神戸は神戸なりにまちづくりをベースに進んでいると思います。例えば地下鉄の壁をデザインしたりと、可能性は本当にこれからだと思います。これから本当に楽しみにしています。

(質問) いろいろな地元の写真を見せていただいて、まつりがいろいろあるということなのですが、それはその地区に何らかの起源があって行われているものなのでしょうか。と言うのは、神戸市に昔から住んで

いるのですが、神戸まつりにすごく違和感があります。地元と関係のないサンバを中心にすえてのまつりです。地元の人にはそれに誇りがありません。そういう地元と関係ないものを中心に持ってきてまつりをするということは、やはりまちづくりにとってマイナスでしょうか。

(ハイディ) いい質問ですね。例を挙げると、10月のビール祭りは本来ドイツで行われるものですが、周辺には二つの醸造所があって、コミュニティの人たちはそれをごく自然に地元の祭りとして受け入れています。

(質問) サンバが必要でということではなく、多分、姉妹都市だからというだけの発想で持ってきたものが中心になってしまったと思うのです。シアトルと神戸は姉妹都市ですが、アートとして、どういった関係が理想なのでしょう。

(ハイディ) 可能性は本当に開かれていますよ。文化、音楽、美術、彫刻、祭り、インターネット、たくさんありすぎて。

(発言) 動機は不純でもいいのではないかと思います。けしからんとは別に思いません。誇りを持っている人もいるし、いろいろあっていいのではないのでしょうか。

(野崎) まつりは宗教的側面もあるから、日本人はそう思うけれども、向こうのまつりというのはそんな感じではないのではないのでしょうか。

(意見) 三大まつりと言われていますが、京都の祇園祭と大阪の天神まつり、そこへ何で神戸という話があるのです。まちづくりに関係して、どうなのでしょう。

(野崎) それは日本での問題であって、彼女と共有するのは難しいと思う。もう少しシアトルも神戸も分かってくるような交流があれば、その中でいろいろなアイデアが生まれてくるのだろう。そういう意味で、もっと交流する必要があるのではないかと思います。

(山田) 今の質問と逆に、今シアトルで多くのおまつりがある中で、歴史や伝統のあるおまつりやイベントはあるのでしょうか。

(ハイディ) 夏に15のおまつりが一つの地域で行われています。シアトル各地で、土日関係無く、いろいろな地域全部を含めても74のイベントがあります。そして非常に重要なのですが、シアトル市はニューヨーク市に次いで2番目に文化的にそういう活動が盛んな地域です。それに、シアトルに移る芸術家も年々増えていますし、グラス加工のスタジオの数でもヴェニスに次いで第2位です。それだけ市が芸術に対して理解を示しており、お金を熱心に投資しています。そういう投資が始まったのが15年前ぐらいですから、そういう意味では伝統と言うほどの、脈々と伝わってきたという感じではありません。それはこれからの課題だと思います。

(質問) 子どもが遊び場へ行きにくいという話と、低所得者の住宅のデコレーションの話もありました。それは、ハイディさんの方からコーディネートしたのか、それとも市の方からアプローチしてしたのか、どちら側からの提案と言うか、どちらが先に旗をあげたのでしょうか。

(ハイディ) 定期的に視察をして何か問題があれば、私自身が政府関係者に問い合わせる直接的な方法でやっています。そうしている内に政府の方も理解して、政府の側からも言うようになりました。そういうコミュニケーションができてきましたが、場合によってプロジェクトに応じていろいろ折衷していかないといけないのです。

(質問) 芸術家と住民の間で、意見が合わなかったとか、喧嘩したりすることはありますか。

(ハイディ) そういうことは滅多に無いのですが、私自身は芸術家で自分なりの考え方がありますから、毎回住民のこを受け入れてということではありません。それはやはり、その時々に応じて良く話し合うようにしています。確かにグループ全員から賛成を得るのは大変ですね。

(質問) 住民同士で、意見が最終的にうまく合うものかどうかに結構興味があるのですが。

(ハイディ) ミーティングで住民の意見をまとめる上で重要なのは、とにかく皆さんにその発言する機会を平等に与えることです。障害者であれ、女性であれ、子どもであれ、本当に一人一人の意見を聞いて決めるのですが、もちろんルールというのは決めないといけないわけです。私は他のことに関しては

すごく柔軟に対応するのですが、決めたルールに関しては厳しいようですが守らないといけません。住民の方も守らないとプロジェクトは進まないの、仕方の無いことだと思います。全員が最終的に合意に至るようにするためなのです。

(ハイディ) 私は基本的には臨機応変なほうですけど、地域づくりのルールに関しては頑固です。一人ではなく、みなさんの同意こそが大切なのです。例えば、「Listen!」といったような単純なルールとか。

(質問) 私はモリーン・クロフォードです。ハイディと同じプログラムで、ニューイングランドのボストン水族館から来ました。私の地方では、市民団体や文化振興組織が公共の利益や文化的イベントのために、バスケットなどにお金を入れましょうという形でやっているのですが、シアトルでは、そういう寄付活動をなさっているのですか。

(ハイディ) シアトルではそういう活動はやっていませんが、神戸はこれから取り入れるべき方法ではないでしょうか。可能性はあると思います。たとえ地元のものでなくても、住民参加や地域の活性化のうえでは効果的ではないでしょうか。

(質問) ボストンの港で毎年週末にフェスティバルをするのですが、ボストン市がとにかく集まりましょうと住民に呼びかけます。あなたのところは事業としてどういうことをやりたいかと、提案を促すという感じで声をかけます。一緒にやりましょうということで日が決まれば、宣伝活動をし、皆さん一生懸命になってその日のために準備するという関係なのです。

(ハイディ) 様々な団体が公益に向けた活動をしていくのですが、そういうインフラ整備や資金などに関しては、やはり市がどうしてもその足場としてサポートしていかざるを得ません。熱意があっても、全て住民だけで何でも決めてしまうというのは無理だと思いますから、あくまで協働の関係でやっていく必要があると思います。

(質問) シアトルでのまちづくりに関してですが、住民側から市の方に提案するという形があると思うのですが、それについてお話してください。

(ハイディ) シアトルには市民のまちづくりのためのマッチング・ファンドという制度があります。コミュニティの組織に対し、年間 450 万ドル提供しています。 - ここで野崎氏にバトンタッチ -

(野崎) 翻訳するのが大変ですから、私の方から説明します。近隣マッチング・ファンドという制度がシアトルにはあります。これは大きなプロジェクトから小さなプロジェクト、それからぱっと点火するようなプロジェクトまで、いろいろなランクがあります。要は、住民の側でお金を皆で集めたり、労働力を提供したり、材料も提供します。そのお金と材料と労働力を、全部お金に換算するのです。労働力も一人の人件費はいくらというように査定して、金額に換算して足していきます。そして住民側が提供したのが、たとえば 1 万ドルあったとすると、それと同額のお金を行政側が提供します。もちろん何でもかんでもというのではなく、やりたいことと提供できることを申請するわけです。それを審査して行政が認めたら、相当するお金を行政が出すという助成の制度で、それがマッチング・ファンドです。

(ハイディ) さっきの一輪車や公園のゲートも、今話したマッチング・ファンドからのお金でされたわけですか。マッチング・ファンドで年間に 450 万ドルの資金が出ています。それは、行政側はリターンがあるという前提で、公共への投資として出してくれるということです。この活動が始まったのが 14~5 年前ですが、最初から 450 万ものお金がもたらされたわけではなく、初めは大体 15 万ドルぐらいの資金から始まりました。たとえ少額でも、とにかく始めたという点に意義があるわけです。その投資額は年々増えていまして、それだけやはり投資した分だけ、そのコミュニティは活性化されます。これだけお金が増えているということは、それが自ずと証明してくれていると思います。

(質問) シアトル市の観光業が占める割合、産業や経済の大きな部分を占めているのか、それともたくさんある大きな産業の中の一つというぐらいなのか、どちらでしょうか。シアトル市は観光に力を入れてらっしゃるのでしょうか。

(ハイディ) 正確なその割合は正直言って分からないのですが、とにかく市が投資するということは、一石二鳥の利益があるということです。まずその街自身にとっても、シアトル市にとっても、コミュニティも含

めそれは活性化につながりますし、同時に観光客を呼び寄せることでお金がどんどん入ってくるという二重の利益があります。もちろん他にも有名なスタジアムなどがありますが、そのあたりのことを私は管轄ではないので正確な統計は分からないのですが、市としては一を投資したら四、五は返ってくるというぐらいの意識なのです。ですからまちづくりに関しては相当な金額を投資して、年々伸びています。

(質問) スライドであったパブリックマーケットの仕組みが良く分からなかったのですが、建物がシアトル市のもので、その出店者を調整しているのがNPOですよね。日本にはあまり無いシステムですが、それは元々NPOの方がマッチング・ファンドを使うために提案されたのか、それとも行政の方から働きかけがあったのか、その経緯はどうなのでしょう。

(ハイディ) マーケットの建物自体はNPOが所有しています。市が地主であって、マーケット自体はNPOが運営しています。毎年契約を交わしてスペースを借りているという形で行っています。もちろんスペースは限られていますから、そこからはぐれる人も出てくるわけです。その分は、非公式な形という方もいますが、横にある道でスペースを設けて店を開いてもらうという形です。市側としては、非公式な形の店は好ましくないと思われるかも知れませんが、それは毎年、毎回起こるので仕方がないのです。マーケット内ではいろいろな店があるのですが、最近問題になっていることが、食料を売るお店と工芸品を売ったりする店と、花とかの商品を売ったりする店と、その店同士のいざこざが時々あります。元々は生産者が食べ物を供給する場という意味でマーケットは広がってきたので、そういう意味ではなかなか難しい面もあります。しかし、やはりマーケットが街の中心になっているので、お互い続けていきたいと思っています。

(質問) 今日はいろいろなお話を聞いて、シアトルはそういうとこなのだとということが分かったわけですが、何も知らずにシアトルに行って旅行案内などに行けば、シアトルはコミュニティをこんなふうに行っているとか、こんな作品があるから見に行けばどうですかとかの案内は、外に向かってや、もしくは来た人に情報発信をしていらっしゃるのですか。

(ハイディ) もちろんです。シアトルには兵庫県の観光や産業に関する支部事務所があります。観光には熱心に取り組んでいます。

(山田) 残念ながら、旅行業者がシアトルに行かれる方に案内するような情報としては届いていないですね。そういう情報は皆さんに案内できないままになっています。こういう話を聞いたら、これからはできるでしょうけれども。

(野崎) そのあたりのことが、すごく大事なことだと思うのです。逆にニューヨークだと、自由の女神やエンパイアステートビルがあるというイメージですが、シアトルは特にそういうものが思い浮かびません。だけど、何となくシアトルはいいところだなというのは伝わっています。別に姉妹都市だからという意味ではなく、シアトルは西海岸にあって、ロサンゼルスほどゴチャゴチャしていないし、すごくしっとりとしたいいところだというイメージを持っているわけです。それがすごく大事です。だから何か観光地で有名なものがあるというのではなく、それを発信できているところがシアトルの素晴らしさだと思うのです。この講座のテーマの話になるのですが、まさに「まちづくりと新しいツーリズム」の追求しているのは、そういうことなのです。神戸は異人館街があるとかで有名なのではなく、神戸は何となくいいところだというのが、震災前にはあったのですね。

(発言) そうだと思います。観光ではないのです。ここの街に住みたいというのが観光者を呼ぶのです。そこをやはり考え直さないと駄目ではないかと思います。それは、匂いで分かるのですね。

(野崎) はっきりとしたイベントではなくても、いつも皆が楽しく暮らしている街ということを発信できたら人を呼べるのです。多分シアトルはそれをやっているのだという気がします。

(発言) そういったいい街だという暮らし方の表現の中に、芸術への関心などが街の中に位置づけられるのですね。

(野崎) 具体的には、そういうのがバックアップしているのかなという気がします。

(ハイディ) 素晴らしい。同感です。

(質問) マッチング・ファンドに関連してですが、行政が 50%出しているということは、言い換えれば市民の側が 50%出せる力があるということです。ただしその場合にも、いかに自発的に出しているのか。あるいは、そのイニシアティブを取っている人なり団体なりがあると思うのですが、それは全くの個人なのか、そのコミュニティなのか、あるいは NPO なのか、それともそこにうまく入ってこようとしている民間会社なのか、ケースバイケースだと思いますがどうなのでしょう。それと、アメリカでは良く企業や財団も寄付をしますが、行政がお金を出した上に更に相乗効果ということで、お金を出すような財団や企業というものがあるのでしょうか。

(ハイディ) 例えば、まちプロジェクトのために市に 15 万ドルの資金提供を申請するとして、その金額分に相当する時間、商品と資金がコミュニティ側に求められます。つまり、30 万ドルの事業計画というわけです。まずは、市民団体や NPO が協同で資金を集めなければなりません。次に地域の NPO が市と市民の間に入って、作業の担当者を決定して、労働時間の価格を査定し、事業にとりかかる、それがマッチング・ファンドなのです。地域やプロジェクトごとにいろいろ違いはあると思いますが、その計画は長い時間をかけて立てますから、そのコンセンサスには必ず最後には到達しないといけません。その過程の中で、住民は住民自身のためにやっている、ルールは守っていき、という意識はあると思うのです。ですから、コンセンサスを得るといのは難しい時間のかかる作業ですが、誰かということとはなかなか分かりません。事業の発端は、もちろん政府の側からでなくて、住民の側からということが一番のポイントです。

(山田) 今のご質問よろしいですか。なかなか質問に対して答えがピタッと合わないのは、背景が違うから、どう答えていいかわからないことがあると思います。

(野崎) 多分いろいろなケースがあって、最終的に行政が審査するわけです。審査員は、大学の先生や知識人とかで構成しているらしいのですが、もちろん行政の人も入っているわけです。その審査の過程で、やはり行政側で考えていることとマッチするものは通りやすいだろうし、全くかけ離れていると通りにくいということは当然あるでしょうね。おそらくそのあたりで整理されているのかなという気がします。競争しあいますから、アイデアが良ければ全部通るという話ではないみたいです。

(ハイディ) NPO の役割は、行政側と住民側の間に入って、住民側の意向を尊重して行政に伝えていくということなのです。たとえば住民側が行政側の計画に対して専門的な知識が無かったりすることがありますから、間に NPO が入って、専門家なりマネジメントの知識のある方が入って、スムーズなコミュニケーション・コーディネーションを行うという役割があると思います。

(質問) シアトルでまちづくりに関わっておられる方の中で、現役で働いている方はどれくらいおられますか。卒論の関係でアンケートを取っているのですが、住んでいるのは神戸だが職場は違って、ほとんどの時間を神戸以外で過ごしているという方が、明らかに住民と言われている中で率は結構高いものです。そして、まちづくりに関わっている多くの人の大体は、主婦であったり、仕事が終わってしまった方だったり、一部の学生やインテリジェンスだと思うのです。その中で、実際に現役で働いている彼らこそ地元に対して愛着を持つべきで、そういう人たちをまちづくりに関わってもらいたいと思っています。そのためには、どういうふうを考えていらっしゃいますか。

(山田) シアトルにはボーイングの会社があります。大きな工場があり、ボーイング関係で働いている人がかなり多い。要するにボーイング城下街と言えるような要素があると思うのです。

(ハイディ) それは私も非常に興味がある問題で、毎日のように考えています。日本のように朝 7 時から午後 7 時までの勤務では当然できませんし、やはり自分の生活というものがあります。それだけの時間を NPO 活動やボランティアに、まちづくりに費やすということは無理ですが、たとえば林学でこんな言葉があります。ある地域で一種類の木だけ植えれば、それはすぐ腐れてしましますが、いろいろな種類の木を植えると、それだけ多様ですから、その木は良く育つということわざがあります。同じことがまちづくりでも言えると思います。たとえば地域に住んでいる方が、30 代だけとか、ご老人だけとかいうよう

な形でしたらコミュニティは活性化しません。そういう意味では、やはりいろいろな世代の方がそこに移り住み、勤務時間を減らし、ボランティアをしやすいコミュニティ・生活環境をつくるべきではないでしょうか。それがすごく重要な問題ですが、私はそのことをまだ問い続けている状態です。ボランティアという言葉自体も社会に広まりすぎて、それがいい意味であればいいのですが、ボランティアということ自体が、イコール主婦の方とか、年配の方という固定観念があります。もう一度これを洗い流して、新しい言葉、思想をつくっていかねばいけないと思います。

(山田) 最後の質問になりますが、私が一つだけ質問したかったことがあります。テロが起こるとハワイやグアムが激減し、ツーリズムはすごい影響を受けます。要するに平和産業なのです。今もモスクワで起きていることを考えると、ロシアに行くかどうかと思うのです。ところがこういう交流の旅、オルタナティブ・ツーリズムとして我々がやっているものはテロに強いのです。テロが起こった去年の秋に、ブータンに行く企画があったのですが、「この企画がキャンセルにはならないでしょうね」「必ず行ってくださいね」という問い合わせはありましたが、自分から止めるという人はいませんでした。要するに交流の旅は目的があってやるわけですが、不要不急の旅ではないわけです。観光、アミューズメントは不要不急だから止めようかと、ブームで無くなるのです。これから世界でテロや事件が一杯起こった時でも、人のつながりはそれで止まるものではなく、人が出会うことがかえってテロに負けずにつながるのだというふうに思っているのですが、参加している人たちもどうもそう思っているようで減りません。そこで聞きたいことは、去年の9・11の前と後で、その新しいツーリズムに何か変わったことはありますか。

(ハイディ) シアトルの景気は決してよくありません。港には船が全然来ませんし、州や市の収入も安定していません。航空業界が一番大きな打撃を受けたことで、地元のホテル業などにもしわ寄せがきて、ボーイング社でも一度に3万人が解雇されたということがありました。アメリカ国内でもワシントン州の失業率はかなり上がっていますね。確かに生活に影響を与えているということです。皆さんは旅行にも行かなくなりましたし、外に食事に行くこともあまりなくなりました。しかも復興するまで2年ぐらいかかると言われています。

(山田) ツーリズムは本当に平和でない駄目だという要素は大きなものでしたね。この後、ハイディさんはいつまでいらっしゃるのですか。

(野崎) 31日まで、今月一杯です。

(山田) ではそれまでの間に、もし質問のある方はまち研事務所に行かれたら会うことも可能なようです。

(森栗) ひょっとすると来年行くかもしれませんから、そこで質問ができるかもしれません。

(山田) と言うのは、まちづくり研究所と神戸復興塾が一体となってやっているのですが、神戸復興塾として今までサンフランシスコのNPO視察ツアーを何回もやってきました。日本では、いくら聞いても事情が分からないことが、私も同行して行きますと、背景が全然違うのだということが分かりました。実は「パブリック」という考え方が、こちらでは「公」と訳していても、向こうでは「市民」と訳した方が近い。そもそもコミュニティの成り立ちが違うのだということが分かって、始めて理解できることが一杯あるのだなということに気がつきました。多分、今日の話も、何でそんなことになっているのだということが分かりにくいズレがすごくあったと思うのです。だからなかなかクエスチョンとアンサーがうまく噛み合わないのも当然だと思うのですが、ハイディさんが来てくれて縁ができたわけです。もし復興塾やまちづくり研究所として行く機会ができればいいですし、あるいは個人で行かれる場合も、ハイディさんに連絡をされれば、何らかの形でこれからもつながりができてくるのではないかを期待します。ハイディさん、最後に何か一言ありますか。

(ハイディ) みなさん、是非シアトルにいらして下さいね。

(山田) では、通訳の山田さん、どうもありがとうございました。これで終わりたいと思います。

『まちづくりと新しいツーリズム』

目的：こうべあいウォークや修学旅行受入れ等の事業を通じて、外部の人々が受入れが、地域の被災者を元気づけることがわかった。今始まっている新しいツーリズムを学ぶことで、まちづくりの活性化の新しい手法を考えたい。

第1回：テーマ：修学旅行プロジェクトとまちづくり

日時：2002年9月27日(金) 18:30~20:30 プラザ5

内容：毎年数多くの修学旅行を受入れた経験から、生徒達の得たもの、地域住民の得たもの、その後の交流について語ってもらう。

講師：田中保三氏(兵庫商会)

第2回：テーマ：シアトルまちづくりとツーリズム

日時：2002年10月25日(金) 18:30~20:30 ひょうごボランタリープラザ

内容：シアトルにおけるNPO活動の紹介とシアトルまちづくりNPOのツーリズムへの取り組み。

講師：ハイジ・ブリーズ氏(シアトルNPO)

第3回：テーマ：被災地をめぐる新しいツーリズムの展開

日時：2002年11月15日(金) 18:30~20:30 ひょうごボランタリープラザ

内容：新しく出来た「人と防災未来センター」との連携の可能性も含め、テーマ型ツアーのあり方と地元との連携を考える。

講師：森栗茂一氏(大阪外国語大学)

第4回：テーマ：ヨーロッパ 持続可能な観光

日時：2002年12月20日(金) 18:30~20:30 ひょうごボランタリープラザ

内容：ヨーロッパではさかんな環境をテーマにしたエコ・ツーリズムについて専門家であるカロリン・フंकさんに持続可能な観光について語ってもらう。

講師：カロリン・フंक氏(広島大学)

第5回：テーマ：オルタナティブ・ツアーの展開

日時：2003年1月10日(金) 18:30~20:30 ひょうごボランタリープラザ

内容：長年、観光地めぐりではないテーマ型のツアー企画を推進してきた専門家に、今後の展望を語ってもらう。

講師：山田和生氏(マイチケット)

第6回：総括：まちづくりと新しいツーリズム大討論会

日時：2003年1月24日(金) 18:30~20:30 コミスタこうべ

内容：5回にわたった各テーマを総合し、まちづくりと新しいツーリズムの連携について全講師を交え討論をする。

講師：山田和生氏(マイチケット)

参加申し込み・お問い合わせは下記まで(参加費：無料)

特定非営利活動法人神戸まちづくり研究所 担当：野崎、川村

TEL 078-230-8511 FAX 078-230-8512 E-mail:LET07723@nifty.ne.jp

特定非営利活動法人神戸まちづくり研究所・神戸復興塾

〒651-0076 神戸市中央区吾妻通 4 丁目 1 番 6 号

TEL : 078-230-8511 FAX : 078-230-8512

E-mail = LET07723@nifty.ne.jp

Homepage = <http://www.netkobe.gr.jp/machiken/>