

## 【高松地域会議特別視察会開催概要】

開催日：平成25年9月26日（木）及び27日（金）

行程：

日時	視察先	概要
9月26日（木） 3：00～14：20	高松丸亀町商店街	高松丸亀町商店街振興組合訪問
15：00～16：00	イサム・ノグチ 庭園美術館	20世紀を代表する彫刻家イサム・ノグチは、1956年、初めて庵治石（あじいし）の産地である牟礼町を訪れ、1969年からこの地にアトリエと住居を構え、以降20年余りの間、NYと行き来しながら石の作家である和泉正敏をパートナーに制作に励んだ。イサム・ノグチ庭園美術館は、150点余りの彫刻作品のほか、自ら選んで移築した展示蔵や住居イサム家、彫刻庭園などが配置され、全体が一つの環境彫刻となっている。
16：20～18：00	石の町・牟礼町	ボランティアガイドの案内で源平屋島合戦の史跡見学後、讃岐石材加工協同組合訪問
9月27日（金） 10：00～11：30	地中美術館	「自然と人間を考える場所」として、2004年に設立。直島の南側に位置し、館内にはクロード・モネ、ジェームズ・タレル、ウォルター・デ・マリアの作品が安藤忠雄設計の建物に恒久設置されている。直島の美しい景観を損なわないよう建物の大半が地下に埋設されている。
12：30～13：30	ベネッセハウス ミュージアム	安藤忠雄設計のミュージアムとホテルが一体となった施設。美術館部分にあたる「ミュージアム」は外に向かって大きく開かれた構造をもち、室内にいても常に外部の自然を感じることができる。館内には収蔵作品に加え、アーティストたちがその場所のために制作したサイトスペシフィック・ワークが恒久設置され、施設をとりまく海岸線や林の中にも点在。
13：30～14：00	島内周遊	瀬戸内国際芸術祭の屋外展示作品「南瓜」、ANDO MUSEUM「家プロジェクト」（本村地区）、直島銭湯「I♡湯」（宮ノ浦エリア）などを見学

## 高松丸亀町商店街 訪問記録

日時：2013年9月26日（木） 13：00～14：00

場所：高松丸亀町商店街振興組合事務局

ヒアリング：古川康造氏 高松丸亀町商店街振興組合 理事長

### 「高松丸亀町商店街 再開発について」古川理事長の説明骨子

#### 1. 再開発の社会的背景

- 全国の地方都市の中心市街地が壊滅的な状態にある。
  - ・ 市の中心部は既にインフラ整備が終わっている宝の山のはずだが、商店街が衰退、後継者も業種転換のパワーも失う。
  - ・ 土地は相続の度に細分化され、うなぎの寝床のような区画が並ぶ。
- 人口減、高齢化社会という有史以来、日本人の誰も経験したことのない、大地殻変動が起きつつあり、これにさまざまな制度、ビジネスモデルが合わなくなってきている。



#### 2. 高松丸亀町商店街の地域特性

- 開町 1588 年、420 年の歴史を持つ非常に古い商店街。かつては商圈 400 万と豪語。8つの商店街がアーケードで連結され、総延長 2.7 キロの全国で最も大きな商店街エリアだった。
- この商店街がバブルによる地価の高騰で、一気に衰退を迎える。これが高松市の財政を直撃
  - ・ 高松中心部の面積比率は 5%だが、かつて全市の収入の 75%をこのエリアが挙げていた
  - ・ バブル崩壊後、わずか 10 年から 15 年で地価は 11 分の 1 まで下落し、高松市の固定資産税はピークの 7 割減となる
  - ・ 維持補修費の比較では、面積比率 5%の市の中心部で生活している人々の行政コストは、わずかに 875 円だが、郊外の 95%部分で生活すると 5127 円のコストがかかる。大きく広がってしまった街をいかに正しく縮めるかが、市の喫緊の課題。
- 衰退のもう一つの要因は、1988 年の瀬戸大橋の開通
  - ・ 物流が確立し、地方の大手資本が一気にこのまちに流れ込んできた。県外資本の大型郊外店の進出で、売り場面積は広がったが、県全体の売上、従業員数、事業所数が落ち込む。本社決算によって、地域の住民の金が県外に流出し、地域経済が極度に疲弊してしまった。

#### 3. 再開発計画の概要

- 瀬戸大橋開通によるダメージを予想し、開通の 1988 年に再生計画づくりに着手
- A から G まで 7 つの街区に区切り、街区ごとにコンセプトとゾーニングを明確化
  - ・ A 街区は 2006（平成 18）年に竣工。セレクトショップゾーンで高級店を中心にゾーニン

- グ。上層階は 47 戸の借地権付きマンション。大きな広場を整備し、にぎわい創出に成功
- ・ B 街区は 2009（平成 21）年竣工。フードコートゾーンで、開発前 1 軒もなくなっていた飲食店が、現在は 36 店に。
- ・ C 街区も 2009（平成 21）年竣工。「美と健康」をコンセプトに、病院、ビューティークリニック、歯科、リハビリセンターなどを集中的に配置
- ・ G 街区は 2012（平成 24）年竣工。開発前はシャッター通りになりかけていたが、都心生活をコンセプトに、大型マンションと都市観光を切り口にホテルを誘致
- ・ DE 街区は 2015（平成 27）年着工を目指し検討中
- 再開発計画の根底にあるコンセプトは、いかに居住者を取り戻すか。ここに住んでみたいと思わせるパラダイスづくりにある。
  - ・ 開発ビルの上層階に高齢者向け住宅 400 戸を整備し、1500 人の居住を目指す
  - ・ 現在、400 戸のうち 200 戸完成し、完売。
  - ・ パラダイスの実現のためには、住宅整備に併せて、業種の再編成、テナントミックスが必要。

#### 4. テナントミックスを実現するために——土地の所有権と利用権の分離を実施

- 細分化された土地に個人の利害のみで事業を行う地権者に対し、まちを一旦白紙にして無駄な利害調整をせず、まちに必要な業種、施設を整えるための解決策が「土地の所有権と利用権の分離」だった。
  - ・ 街区ごとに、地権者全員の同意を得て、共同出資会社と 60 年間の定期借地権の設定をすることによって、土地の所有権を手放さずに、利用権だけをまとめて一旦（60 年間）放棄する
  - ・ 再開発した共同ビルを、まちづくり会社というプロの集団が、正しいテナントミックスと運営を行うことによって、新たな商業集積による利益が 60 年間地権者に配分される
- テナントミックスの選定基準を、商業者の目線ではなく、生活者の目線に置く
  - ・ 特に高齢者にとってパラダイスとなる、快適に生活できるまちづくりを目指す
  - ・ 病院の開設、介護施設、生鮮 4 品の新しい流通の仕組みの市場、ひろばの整備、ホームセンターの誘致、温浴施設等々、ライフインフラの再整備が必要だった
- マンション購入の最大の理由は、価格の安さと歩ける範囲で必要な施設がすべてそろふこと
  - ・ 定期借地権を利用した再開発事業は全国初だが、一般の再開発事業の約三分の一程度の価格で分譲できた
  - ・ 医療が充実し、介護施設が用意され、市場も温浴施設もある、自分達が生活する上で必要なものがすべて歩ける範囲で揃い、以後一切車に依存しなくても生活できることが評価された

#### 5. まちの魅力を高めた二つの事業

- 町医者復活
  - ・ 再開発ビルの中層に展開し、検査機器は充実しているが、入院設備を持たない。ドクターは往診回診するため、上層部に整備した高齢者向けマンションが病室に当たる

- ・ 国立医学部付属病院と県立病院が後方支援病院となる。このまちの病院で重大な病気が発見されると、後方支援病院に送り込まれ、高度医療を受け、術後、I C Uを出れば、入院せずに自宅マンションに帰り、ここの病院のドクターがケアする。
- ・ マンションの居住者にとっても、自宅の階下に24時間対応してくれる病院があり、終末医療まで担保されている。後方支援の病院にとっても、入院患者を抱えなくて済む新しい町医者のお仕事として注目されている
- ・ ドクターはすべてこの商店街の出身者。東京に流出していた優秀な人材を地域に取り戻すことにも成功



- 市民が自由に使えるステージとしてのパブリックスペース「ひろば」

- ・ かつての3つの商店街の結節点に、建物を大きくセットバックして、民間の土地を差し出し、開発前の約5倍のひろばを整備。かなりの部分に民間の土地がはいっているため、お役所も厳しい規制をかけられない、民間投資で自治権を確立。
- ・ 商店街がイベントを企画し、集客しても売上には結びつかない。商店街が客寄せイベントを企画運営するのではなく、イベントをやりたい市民が自由に活躍できるステージをつくり、イベントを行う市民をサポートする組織をつくった。(まちづくり会社に、イラストレーター、イベントのプロ、音響装置のオペレーターなどをプロパーの社員として雇用)
- ・ 昨年1年間で206本の持ち込みイベントが実施され、まちの賑わい装置として力を発揮

## 6. 計画推進の阻害要因

- 1990(平成2)年に事業着手したが、A街区竣工は2006(平成18)年。計画づくりに16年を費やす。その多くは、現行法との戦いであった
  - ・ 全員同意に費やしたのは4年。地権者は一刻も早く計画の実施を望む
  - ・ 都市計画法、再開発法、建築法、建築基準法、道路法、道路交通法、会社法、証券法、出資法、商店街振興組合法と、ありとあらゆる法律が新しいまちづくりを阻害する大きな要因となり、これとの調整にずいぶんと労力を費やした。

## 7. 丸亀町商店街再開発成功の要因

- 定期借地権を利用しての、土地の所有権と利用権の分離という土地の利用方法をコントロールできる仕組みをベースにつくった
  - ・ 国が取り組んできた中心市街地活性化が動かなかったのは、土地問題が解決できなかったから。地域の土地問題は地域で解決せざるを得ない
  - ・ 市の中心部で地権者全員の同意なんて絶対にあり得ないと言われていたが、いざというとき一致団結する地域のコミュニティが、420年間現存していたからこそ実現できた。

## <質疑応答>

質問：開発の成功の要因が土地の所有権と利用権の分離にあるということだが、地権者の方々に60年後のことを心配される方はいなかったのか？

古川：60年後に本当にどうするのだという侃々諤々の議論があった。都市計画だけでなく都市経営、建築、商業、流通、金融、法務、ありとあらゆる分野のかなりスキルの高い専門家と地権者との合同の会議で、都市計画の権威の先生が、例えば20年後に、この商店街のこの土地がどんなふうになっているか正しく予想できる人はいるかと聞いたところ、誰も答えられなかった。つまり、60年後のことなんか知るかというのが最終合意。ただ、厳然たる事実は、この事業がうまくいこうがいくまいが、60年後にはその土地は更地になってその面積、その場所が孫たちの手元に還るということ。明日にも死にそうになっている商店街の地権者が、60年先の心配をして必死になって議論する、そんな不毛なことはやめましょうというのが、合意形成の基盤となった。

質問：60年ではなく、30年や40年という中間的な数値は出なかったのか？

古川：逆に、建築の専門家の統一見解では、鉄筋コンクリートのビルは正しく建てれば100年保つということだったので、本来は100年で定期借地権を設定しようと思っていた。ところがいざ契約となると、60年ぐらいで一旦ビルの様子を見ようということになり、そこでビルが保つようであれば、もう30年まで続けられるような特約条項を定期借地権の中に盛り込んだ。60年後の判断は我々ではなく、孫たちがすることになる。

質問：地権者が権利を放棄するときの保障は？

古川：現在、地権者の皆さんは年8%の配当を受けている。この8%の分母は、過去お持ちになっていた資産。土地と建物の評価に対して8%が地代として配当されているので、1億の資産をお持ちの方は年800万円ずつ受け取っている。つまり地権者はうなぎの寝床のような区画で、個人の権利を主張する方が得なのか、全体の利益をシェアさせた方が得なのかという損得勘定を行ったわけだ。

質問：商店街の長い歴史の中で、地権者の変動はどの程度あったのか？

古川：この商店街には420年の歴史があるが、420年続いていた店が1軒だけあった。その店は今回の開発で廃業した。他に約100名の地権者がいるが、100年を超えて商売を継続していた人が14、5人。残りは時代時代で入れ替わってきている。これが商店街が維持されてきた一つの大きな要因でもある。新陳代謝が過去からずっと行われてきたわけだが、戦後60年間、これが止まっていた。なぜかという、高度経済成長期で商品さえ並べていけば、いくらでもモノが売れる時代を過ごしてきたから。今回の計画はまさに強制的な入れ替え戦で、もう一度新陳代謝を行おう、そのために土地の所有権と利用権を分離しようというもの。

質問：地権者のうち、外部に土地を貸していた人はどのくらい居たのか？

古川：これがうちは居なかった。長い歴史の間には当然破産するところも出る。その土地は外部に流出してしまいがちだが、それを一切流出させずに、商店街振興組合が買い支えてきた。これがまちのルールだったので、外部の人たちは一切まちの中に入っていなかった。土地を外部に流出させるなというのが流儀。流出してしまうと、再開発などをやろうとする際、投機目的のファンドなどたちの悪い人たちが入ってきて、なかなか合意形成ができない。先人の知恵で、土地を一切外部に流出させなかったことも大きい。

質問：それはこの商店街だけなのか、高松市内など周囲にもそういうルールがあったのか？

古川：おそらくこの商店街だけだと思う。元々讃岐のお城は丸亀市にあったが 1588 年に高松に移ってきた。そのときに、初代のお殿様が、丸亀の城下の町人も一緒に引き連れて城下の一等地に配置したのが、この「丸亀町商店街」の名前の由来。よく丸亀市と勘違いされるが、高松市丸亀町。初代のお殿様が大変に優れた方で、絶対権限を持っているタウンマネージャーが、町割りを行い、正面玄関の一等地に町人を配置し、東西の道に大工町、紺屋町などの職人町を配置したあと、お殿様が「よきにはからえ」と全部町衆に任せた。そのため町人自治が非常に発達し、これがこの計画を成立させた一つの歴史的背景になる。その DNA がずっと残っていて、あまりお役所に関与されたくない、自分達のまちのルールを自分達で決めて、自分達でやっていこうという意識が強い。

質問：古川さんがいらっしゃらなかったら、この事業は進まなかったのでは？

古川：それは全くない。理事長のようなリーダーが必要ですねとよく言われてきたが、この計画が成立した一番大きな要因は、個人の権利を主張するより、全体の利益をシェアさせた方が得だという地権者の見識の高さ。この計画づくりを始めた 1988 年は、商店街のピークの頃。一番売上も通行量も多かった頃に、計画づくりがスタートしている。恐らく 10 年か 15 年で、この商店街は消滅するだろうということを、皆さんが予想していた。だからこそ、余力のあるうちに次の一手を打っておこうと、計画づくりが始まった。これはまさに地権者の見識の高さであり、優れた商売人の、時代の先を見る目が計画を進めさせた要因であると思っている。

質問：「廃業支援」も行ったということだが、廃業はお店のオーナーにとっては大変な決断では？

古川：大変な決断だった。特に 420 年続いたお店さんは、お前の代で絶やすのかと親戚一党からつるしあげをくらったようだ。ここは平成元年ごろまでは、なんの困ったこともない商店街だったが、バブルで地価が高騰した際、銀行団が押し寄せてきて、とにかく土地さえ担保に出せば、いくらでも資金をまわしてくれ、むしろ借りろと言ってきた。それに若い地権者はうっかり乗ってしまって、土地を担保に大きな借財をし、新たな土地購入やマンション建設に投資した。ところがバブルが弾けてわずか 10 年で、土地の値段が 11 分の 1 までどすんと下がり、全員が担保割



れを起し、債務超過に陥った。その時点から銀行は一切投資しなくなり、回収しか考えなくなった。時を同じくして瀬戸大橋の開通があり、大手資本が一気に流れ込んできて、商店街は売上を奪い去られた。つまり自分達は大きな借金を抱えて、その上、返済金をどんどん失っていった。大型店に対向するために業種転換や新たな商品開発をやろうとしたが、銀行が一切貸さなくなっていたため、それもできなかった。彼らが次に考えたのは、まさに廃業だったが、廃業すらできなかった。なぜかという、廃業を宣言したとたん銀行がやってきて土地を競売にかける。それくらいドラスティックで、老舗の大店からバタバタと倒産が始まった。商品開発もできない、業種転換もできない、廃業すらできない、売上はどんどん失われていく、もう座して死を待つばかりという状態だった。

そこで、地権者さんを一旦正しく廃業させるために、従前債務の回収を行った。再開発事業によって、一切民間投資が起きなくなった商店街に、国に投資をさせて従前債務を回収し、一旦皆さんを無借金にしてあげ、その見返りに 60 年だけ土地の利用を放棄させた。その上、年 8% の配分がもらえるとあって、地権者としては一刻も早く開発をスタートさせたがった。

公費前提の事業ではあるが、その背景に投資効果という予算があり、税金の話で言えば、建物の固定資産税だけでも従前費に比べて 900% の税金を納めている。私どもの資産は、商店街 7 つの街区が全部できあがると、年間の合算で約 10 億になる。お役所に主張しているのは、補助金を投資として判断し、投資効果を評価いただきたいということで、これをずいぶん高く評価いただき、事業の資金を獲得することに成功した。現在投下された公金に対する利回りは 6% 程でまわっており、投資案件としてもおいしくなっている。郊外にいくら道路を広げたところで、税収は増えない。教育も医療も、福祉も農業もお金を使うばかりなので、これが中心市街地活性化の必要性の大きな要因であったと思う。

**質問：**生活者目線によるテナントミックスというお話だったが、テナントミックスの目指す形や姿をどのようにステークホルダー間でコンセンサスを形成されたのか、また、それを形作るために、外部からもテナントを集めたと思うが、そのあたりのポイントは？

**古川：**この計画のベースは、単純に言うと自分たちの老後の担保。自分自身が 80 歳になってこのまちで生活することをイメージすると、必要なものがわかる。まず医療は絶対に避けて通れないし、介護施設も必要。地域で採れた正しい野菜、正しい魚がきちんと流通するところで生活したい。高齢化が進むと、マンション生活になるが、大きいお風呂には入りたい、では温浴施設を整備しようというように、すべては自分達の老後の担保。自分達という主語はつくが、おそらく皆さん同じことを考えているはず。それがコンセンサスにつながった。

テナントリーシングする部隊は、まちづくり会社の中にある。運営の仕組みは各 7 つの街区にそれぞれ地権者の共同出資会社をつくり、この会社と 60 年の定期借地権の設定をして、この会社が事業主体者となって共同ビルを建てる。地権者にビルの運営能力はないので、新たにまちづくり会社を作った。社員は地権者ではなく、プロをプロパーの社員として雇用し、このまちづくり会社に自分達の共同ビルの運営を委託している。その上に商店街振興組合と高松市があって、この会社のサポーターとなっている。まちづくり会社の中にテナントリーシングする専門部隊があり、正しくテナントリーシングをしていく。つまり商業調整を行う。野放しにして飲食店ばかり

になって、過当競争で共倒れということがないように調整する。すべてコントロールされている郊外店の合理的な運営の仕組みを、まち中に取り込んだ。

丸亀町ファクトリー事業という構想もある。これからは、単にものを売るだけでなく、「ものづくりのできる人たちしか生き残れない」を前提にすると、いかにものづくりのできる若い人たちをこのまちに取り込んでいくかが求められる。地域にも、ものづくりに対して意欲も、アイデアも持ち、ガッツもある若い人たちがたくさんいるが、開業資金を持っていない。銀行は、一切開業資金の融資はしない。これから商売を始めたいと思っている、ものづくりのできる若い人たちを導入するために支援をする事業で、具体的には、出店の際の内装工事を受け持ち、安い家賃を設定しようというもので、今は、ワゴンをつくって1日1000円で貸し出している。生産者などが集まって、結構商売になっている。ここは、元々四国で一番地価が高い地区なので、ワゴン1台とはいえ、実際にお店を構えるにはかなりの資金が必要だが、リスクなく1日1000円の使用料で腕試しをして、ヒットするお店が出てきている。それをキャッチして開発ビルの中に入れていく。その時の開業資金はすべて支援するという仕組みだ。

**質問：**県や市など行政とは、友好的関係がとれていたのか？

**古川：**正直なところ、開発当初の最も大きな抵抗勢力は高松市役所だった。役所としては、そもそも前例がないし、どこかに集中投資することはできない。国は簡単に「選択と集中」と言うが、そんなことができるわけがなく、こういう計画に対しては、当然抵抗勢力になる。それを乗り越えてお役所にも協力していただきながら計画をつくり、現在は市役所ともがっぷり四つに組んだ官民連携が成立している。

やはりどこかに成功例を一つ作らないと、なかなかそういったことはできない。中心市街地活性化策と市長が言え言えほど、では郊外は切り捨てなのかという話にしかならず、どんどん票を失っていく。お役所主導ではなく、民がまずやって、それをお役所に支えてもらって、成功例をつくれればコンセンサスにつながっていくが私どもの戦略で、現在は大西市長とがっぷり四つに組んだ官民連携が成立している。

**質問：**お話を聞いていると、やはり歴史的にこの商店街が持っているコミュニティの姿があって、このモデルは簡単に他ではまねできないと感じる。多くの商店街が視察に来て勉強して帰っているだろうが、それでうまくいきそうなところの話を聞いたことがあるか？

**古川：**水平展開はまず無理だと思う。水平展開しない要因は二つ。一つはまだまだうちの計画が完成形ではないこと。7つの街区が全部整って、地権者配分が出ようになると、放っておいても水平展開していくが、まだまだ皆さんが懐疑的であるという感じがする。

もう一つは定期借地権による再開発事業というものの自体を、お役所がまだ認めていない。そんなものはあり得ないとか思っていない。国交省からもそう思われているので、なかなか民間がやろうとしても、お役所が抵抗勢力になって進んでいけないということもある。

以上



## 讃岐石材加工協同組合 訪問記録

日時：2013年9月26日（木） 17：00～18：00

場所：讃岐石材加工協同組合 事務局

ヒアリング：代表理事 漆原憲和氏 他

### I. 「庵治石材加工産地の歴史と現状」について説明骨子

#### 1. 庵治石の歴史

- 平安時代の古文書の中に「庵治石」と表記されている例はない
  - ・ 「讃岐ノ石」の表現はあり、都の要所で用いられていたことはわかっているが、「庵治石」という表記はない。
- 江戸時代にも「庵治石」という表記はないが、各地の普請に使用されていた
  - ・ 石材を加工する技術について遡ることができるのは江戸時代。各地のお城の修復に高松藩から普請に行っており、そこで石の技術が情報として蓄積されたと考えられる。
  - ・ 1642年に高松藩に転封された初代藩主松平頼重公は、さかんに源平の史跡を整備し、それ以降、庵治石が使われた。かつて御用石と呼ばれた丁場（採掘場）から、高松藩御用達の石が切り出され、この辺りを「大丁場」とも呼ぶ。
  - ・ 1815年、屋島の東照宮の造営に際し、御用丁場から切り出した庵治石が加工され使われた。当時、大阪和泉市付近から多くの石工が招聘されたという話も伝わっており、彼らがそのままこの地に住み着いて、石材業を始めた。
- 明治以降「庵治石」と表記されるようになる
  - ・ 男木島の灯台が、国内では庵治石を使っている唯一の灯台であり、今も現役で備讃瀬戸の安全を守り続けている。
  - ・ 「坊ちゃん湯」として有名な道後温泉本館の湯釜などに使われている。皇室専用の浴室の湯釜と湯槽が庵治石。
  - ・ 男木島灯台や坊ちゃん湯に庵治石が使われている頃、この産地も大きな変革のときを迎える。このころから火薬を使用するようになり、岩盤の石まで採石がスムーズにできるようになった。火薬が導入されて以降、石の産業は大きく成長していった。

#### 2. 庵治石材加工産地の現状

- 庵治半島という非常に狭い範囲の中で、産地が形成され、車で15分ほどの範囲に採石場とすべての加工場がある。
  - ・ 石屋同士の絆も強く、グループでよい製品をつくる体制になっている。それを全国の石屋にまとめて運送することもできる。
  - ・ 茨城県の真壁地方、愛知県の岡崎地方と庵治が三大産地と言われているが、地元で加工できる場所は、この産地だけ。あとの二つの産地は製品を販売することに主軸を置いている。この産地だけが、墓石・庭園用石材・石彫品等の製造と全国の石材取扱店への卸売りを主力としている。

- 庵治石をコンスタントに産出
  - ・ 平成 24 年度の採石量は 65000 トン。これは非常に高額な墓石として出せる石からさまざまな用途に使う石まで含めた量。高額な「切石」については、平成 24 年度が 4413 トンと非常に少なく、割石や栗石、庭石と切石を併せて 24 年度は 65000 トンということになる。
  
- 国内石材輸出入の推移
  - ・ 1990 年の花崗岩の原石の輸入量は 115 万トン、約 50 カ国から花崗岩が輸入されて、ちょうどこのときが、日本国内の石材の加工産業の最盛期。これに向かって設備投資がどんどんなされ、なおかつ技術者が新しい分野として石材産業の中に入ってきた。このとき、庵治石および国内の他の産地の原石の採取もピークに達している。
  - ・ しかし、中国製品の輸入量も 1990 年から約 15 年間、2004 年までの間に 30 万トンから 115 万トンと増え、非常にたくさん日本国内の市場に入ってきた。これによって、日本国内の石材加工産業だけでなく、採石産業も疲弊する。1990 年をピークに、どんどん国内の石材産業が衰退していった。
  - ・ 一方、販売では、消費地の石屋さんが中国製品を扱って、安い価格のお墓がたくさん市場に出ていったため、消費者の側からみるとメリットもあった。
  - ・ 国内の加工産業は、工場がどんどん機械も従業員数も減らしていった。この産地は、今なお加工を盛んにやっているが、生産能力としては恐らくピーク時に比べると、半分くらいに落ち込んでいる。
  - ・ 庵治石の採石量における最高値は、平成 17 年の約 1 万トン弱。一番少ないのは平成 6 年の 4300 トンで、現在はほぼそれに匹敵する。それでもピーク時の半分の能力があるということであり、切石の加工はほぼコンスタントに対応できていると見ることができる。
  
- 庵治石の使用例
  - ・ イサム・ノグチが設計した札幌のモエレ沼公園の石積みに庵治石がたくさん使われている。値段的には墓石材に比べると安い石だが、施工すると非常にきれいで、未来永劫にわたってあの石積みはおそらく崩れない。
  - ・ 新しくできた首相官邸のシンボルは、『切り出したままの自然石、そして、強くしなやかにすくっと伸びた青い竹』。石については庵治石が使われている。この庵治石の素材は庭石で、値段は墓石材に比べると安いが非常にすばらしいもの。
  - ・ 前回の東京オリンピックの聖火台の下の石も庵治石だが、どこがつくったのか調べてもわからない。庵治石という記録は残っているのだが、どこが納めたのかわからず、記録も残っていない。
  
- 国の重要有形文化財 791 点を所蔵する「高松市石の民俗資料館」
  - ・ 庵治石はいろいろな方面に使われているが、残念ながらそのきちんとした記録が残されていない。これからは、記録を残していこうと思っている。その一つとして石の民俗資料館ができた。石の業界では唯一、石工用具の重要有形民俗文化財が 791 点所蔵される。

いろいろな庵治石に関する情報も持ち込んで、将来にわたって遺していきたいと考えている。

- ・ 地域団体商標が導入され、商標登録の制度が変わったので、「庵治石」を商標登録し、さらにこの産地で出荷する分については、産地でも記録を留めておくことを始めた。そういったことを中心に将来にわたって庵治石の商品をきちんと把握し、管理していこうと思っている。今は仮に3つの組合が管理しているが、いずれ石の資料館に引き継ぎたい。
- ・ この資料館は表に出ない資料として軟石の資料もたくさん持っている。資料館には 791 点の国の指定文化財があるが、所蔵されているのは約 6500 点。きちんとした資料でないものも併せると約 9000 点、1 万点近い資料がある。これらは石屋の若者たちが奔走して集めて整理した。今は若者たちが先頭に立って産地をひっぱっている。むれ源平石あかりロードについても若者たちが中心。
- ・ 先々、私どもが庵治石という素材を大切にしながら、そこに使われた技術を道具も踏まえて、今まで使われてきた技術を伝承し、なおかつさらに磨きをかけながら新たな技術を伝えられたらと思う。

#### <質疑応答>

質問：1990年に輸入がピークとなっているが、大半が中国からの輸入なのか？

答え：1990年代は原石の輸入なので、50カ国ぐらいから輸入していた。もちろん中国もあるが、アフリカ、オランダ、インドなど非常に広い範囲から輸入していた。

質問：製品になると中国になるということか？

答え：そうだ。製品になると99%中国のものになる。

質問：原石の輸入量が減っているのは需要が減ったということか？

答え：いや、製品に変わったということ。原石ではなく製品として輸入するようになった。



訪問団と漆原代表理事（右から2人め）

## II. 「むれ源平石あかりロードについて」説明骨子

### 1. むれ源平石あかりロードの概要

- 元気な産地づくりを目指して平成 15 年にスタート
  - ・ 2003（平成 15）年に有志が集まって元気な産地をもう一度実現していこうと、石材の産業文化と源平合戦の史跡をベースにした文化という二つの文化を融合させた事業が「むれ源平石あかりロード」。
  - ・ 今年で 9 回目を迎え、8 月 3 日から 9 月 16 日まで 45 日間開催した。
- きっかけは NHK の大河ドラマ「義経」
  - ・ 牟礼町は、源平の屋島合戦のあったところで、その史跡が点在している。2005 年の NHK の大河ドラマ「義経」で、源平合戦が脚光を浴びると、屋島の合戦の地である牟礼町も注目されるだろうと、当時の町長の声かけでむれ源平まちづくり協議会が発足し、そのなかで史跡を中心としたまちづくりを始めた。
  - ・ お盆の頃に屋島の合戦シーンが放映されるということで、それに合わせて約 1 キロの道沿いに点在している史跡、平家が牟礼にあったときの門の跡地「総門」、弓流しや洲崎寺、那須与一が扇的を射た時、馬をとめたという駒立岩などをライトアップしようという企画が生まれた。
  - ・ 個々の史跡をライトアップしても次の史跡がどこにあるかわからないので、その道しるべとして、地元の特産の石を使った灯りを置こうということになった。総門跡から、点と点を結んで駒立岩まで歩いてもらおうというのが最初のきっかけとなり、それをイベント化したのが「むれ源平石あかりロード」。
- 青年部等の協力を得て作品をつくり、道沿いの 80 世帯の負担で作品を点灯
  - ・ 9 年前は手探りの状態から始めたが、地元の石屋さんの青年部等に協力いただき、石と灯りをテーマとした作品づくりを進めた。当初はなかなか作品を集めるのが大変だったが、約 100 点の作品が集まった。
  - ・ 道沿いの 80 世帯は、昔ながらの地域の横のつながりや地縁が非常に濃く、80 軒すべてにこういうイベントをするのでと歩いてまわったところ、ほぼ全世帯からおもしろそうだからがんばってという感触を得て、家の軒先や玄関をお借りして作品を置かせてもらっている。今年は全部で 250 点ほどの作品を置いているが、1 世帯あたり 2 つ置くこともある。電気代はすべて設置した家の方にご負担をいただき、45 日間、毎晩点灯している。
  - ・ そのほか毎週土曜日に、お寺でライブや屋台といったイベントを開催。お寺では、フラメンコやロックのライブも行った。実行委員会のメンバーは 30 人ほど。地元の中学校のボランティアが 100 人、そのほか高校生や一般のボランティア、大学生等を入れるとおよそ 200 人規模のボランティアに 1 日 50 人前後、お手伝いいただいている。

## 2. むれ源平石あかりロードの目的と効果

### ● 地域産業の振興も目指す

- ・ 地域産業の振興もむれ源平石あかりロードの目標の一つ。出展した石あかりはすべて値段をつけて、販売している。
- ・ 石材業界は墓石がメインだが、お墓は大体寸法が決まっていてアレンジすることがない。石あかりはテーマが自由で、発想をふくらませながらいろいろな作品づくりがなされている。9回目ともなると、ほかの素材とのコンビネーションなど、1年目に比べ、かなりレベルの高い作品がつくられるようになった。
- ・ 今年は台風の影響もあって来場者数が少し伸び悩んだが、約 75,000 人前後の方にお越しいただいた。今年は香川県からの来場者が最も多かったが、2番目に多かったのは東京都の方。瀬戸内国際芸術祭があったためもあるが、毎年東京からいらっしゃる方もいる。
- ・ 来年は 10 回目の記念イベントになるので、少し歴史を振り返ろうと思っている。もともと石あかりロードが生まれたのは、庵治石を PR するためではなく、地元の歴史や原風景を活かしたまちづくりを試行錯誤する中で生まれたもの。本筋に立ち帰って、地域に愛されるものにしていきたい。
- ・ 10 年近くやっているといろいろ想定しなかった効果も生まれてきている。一つは地域の人たちのつながりが深まりつつあること。10 年前と比べて街並みがきれいになった。家の前をきれいにしたり、家を建て直したり、新しい家もできた。急速にこの 10 年間で街並みが変わった。
- ・ 石材事業者は製品を流通に流すので、エンドユーザーとの接点がほとんどない。石あかりロードが、一般のエンドユーザーとの接点になっていて、それが深まりつつあると思う。また、全国の同業の産地や石材事業者が視察にこられている。
- ・ 香川県や高松市の観光振興としても、これまでは、夏のイベントは夏祭りぐらいしかなかった。四国の夏は阿波踊りとよさこいがビックイベントで、香川の夏祭りは知られていなかったが、むれ源平石あかりロードが、夏の香川県の風物詩になりつつあり、行政も力を入れ出した。

### <質疑応答>

質問：エンドユーザーという話もあったが、石あかりはどれくらい売れているのか？

答え：5 年目ぐらいまでは結構売れていた。出した作品の 4 分の 1 から 3 分の 1 くらいは売れた。半分くらい売れたときも、同じ作品が 3 つ 4 つ売れたこともあったが、今は売るのに非常に困っていて、今年は一ケタ台。去年は 40 個近く売れたので、今年、なぜ極端に販売数が落ちたのかわからない。5 年目ぐらいまでは、作品が売れたので、毎年新しい作品ばかりだったが、今年は 3 年連続など同じ作品が出ている。売れないと新しい作品をつくるきっかけにならない。一般の方からもデザイン募集をして、実行委員会で 10 作品を選び、石屋さんにつくってもらって毎年新しい作品を出すようにはしている。今年も『むれ源平石あかりロード 2013 ロードマップ』に 166 点掲載されているが、そのうち 70 点近くは新しい作品。

質問：作品は、通常の仕事の合間に作っているのか

答え：1 回目は負担にならないように、自分のところに余っている材料で、仕事の合間に造ったが、だんだんお客様が増えてくると、仕事の合間ではなく、仕事時間中に必死になって造るようになった。

答え：クリエイティブなものをつくっている人にありがちだが、誠心誠意込めてつくっても、売るのは別話。石屋さんもどちらかというところに近いようなところがある。墓石は流通を通して売ってきたので、直接見せ方売り方を工夫することはない。最初は物珍しいこともあって売れたが、今のニーズがどこにあるのかを探るため、地元の大学と連携してアンケートを取っている。今まで販売のことはあまり強調してこなかった。今年からは販売ということをもっと意識しようとしている。そういう意味では、いろいろな結果がこれから出てくるかもしれない。値段も安いものではないので、買うためにむれ源平石あかりロードにいらっしゃっているお客さんも増えている。衝動買いできるような価格ではなく、どういうふうにしたらビジネスとして石あかりに商品価値が出るかが一つの課題。イベントとしては一定の成果があったが、ビジネスとしての成果はまだまだこれからというのが実情。

質問：実際に、作品を買う場合、輸送費は別途かかるのか。

答え：別途必要。石あかりは結構重く、小さいものでも2〜3キログラムはある。持って帰れるものもあるが、夏の暑いときに、持ち歩くのは大変。数千円の軽くて小さいものはよく売れている。

質問：それぞれの石屋さんでデザインしているのか？

答え：デザインを募集しているもの以外は、そうだ。作品はイベントが終われば展示されないが、ネット上の専門サイトで売っている。

石屋さんも墓石だけではなく、新しい可能性にチャレンジして商品となるものをつくっているが、なかなか難しい。

質問：作家さんを招待したりはしないのか？

答え：一般を対象にした公募の中に作家の方もいるかもしれないが、地元で作家活動をしている方もおられ、そういった方を尊重しなければならないので、いわゆる作家の招聘はしていない。石屋さんが、工場の片隅にあった古い材料などを引っ張り出して、それを眺めて作り出している。先にデザインがあって作っている人は少ない。値段が高いと思われるかもしれないが、おそらくこの値段には材料の石代は入っていない。大量に注文されると、逆に高くなる。実行委員会としては仮に50個注文がきても作れる値段にしておいてくれとっているが、その割には安い値段。在庫がないので、10何個になると材料を一から買わなければならない、その材料費を含めた値段の設定にしてしまうと高くなって売れないのが現状だ。

以上