地域に種を蒔こう　～文化面を主とした問題提起～

徳島経済研究所技術顧問　工学博士
西　池　氏　裕

はじめに

私は徳島に住むことに楽しさを覚えている。日々県内のあちこちを訪ね、季節の恵み、自然や歴史、現在の人間の営みに新たな感動を得て、人にも伝えることを喜びとしている。そう、徳島が好きなのである。でも、なぜ徳島なのだろうか、たまたま徳島に地縁があるせいだろうか。地縁の薄い人であっても、徳島は訪れてみたい、住みたい場所と思われるところでありうるか。そんなことを自問自答してみた。またそこから始まって、人間がある土地に愛着を感じるのはなぜなのだろう、そのことも考えてみたくなった。

日本の社会構造は激変しつつある。多くの人が、とりわけその地域の住人が、一人一人「未来の地域社会のあるべき姿」を描くこと、それが今の時代に最も必要なことである。とりわけ私たちにとっては「徳島の未来像」を描く必要がある、あるいは未来に向かうために何をすべきかを考える必要がある。その課題に関連するいくつかのことを考えてみた。この考察は主に文化や教育に関するものなので、徳島の未来に向けて短期に達成できるような具体的効果のある政策の提案にはならないかもしれぬ。しかし、ここ十数年私が徳島のあちこちを飛び回って多くの人々と語りえたことから感じた、長期になすべきことのいくつかを述べてみた。今後徳島の将来を考える人々にとって、参考になるのであれば幸いである。

Ⅰ.「徳島の魅力度」と「地域への関心の構造変化」

現代のようなネットワーク化していく社会構造では、他の地域の人でも好感度の高いイメージを徳島に対して持ってくれることがますます重要になる。それは転入者が増加するとか、観光客が来る等の、分かりやすい経済的効果のためだけではない。すでに地域は、巨大都市への労働力提供源としての役割を終えたのである。現代は、その地域が愛着するべき風土としてサステナブルかどうか問われているのである。現在徳島に生まれ育った若者ですら徳島に愛着を持つかどうかも不安である。少なくとも近代となった明治以来言われてきた「(青雲の)志を果たしていつの日にか帰らん」は、現実にはむなしい言葉である。東京に出ていったまま戻らぬ多くの友人たちの顔が浮かぶではないか。

私は土地への愛着という感情は、その風土を良く識ることで生じるものだと考えている。そしてもう一つ愛着を生む重要な要素は、その地域に明確な物語や未来像がなければいけないということである。どんな地域にでもそれはある。ないというのは、発掘していないか、これからつくろうとする共同の雰囲気がないからである。徳島で現在暮らす我々が、徳島の未来像等に関心を持つべきなのは当然ではあるが、十分に徳島のことを知って、未来を案じているとは限らない。特に若者にとっては、魅力度が重要なのである。魅力を知らなければ若者の風土への愛着はだんだん他所の地域へと移っていく。言い

換えれば、魅力度は容易に愛着に変わりうる。サステナブルという観点からも、魅力はその土地に住む者にとってこそ重要なのである。そして、人は魅力を魅力度として、定量化を試みる。

もし全国の人が人気投票をしたら、徳島はどのくらいの位置付けになるのだろうか。まずは自己認識をする必要があろう。世の中にはその種のランキング調査はたくさんある。ここでは毎年行われ、比較的に実情を捉えていると思われる調査に注目してみた。それは民間の調査会社ブランド総合研究所が行っている「地域ブランド調査」である。

この調査は、多くの雑誌等で引用されているように、かなり国民の実態を平均的に著わしていると考えられる。以下がデータ収集の要領であり、参考となりうると考えた理由である。

① 2019 年で 14 回目の調査となり、魅力度ランキング等に関して結果は継続性のある一定の傾向を示している。それゆえに、自治体の努力などの一定の変化も傾向が読み取れる。

② 2019 年の調査では全国の消費者 3 万 1369 人から有効回答を得ている。

③調査方法はインターネット調査で、回答者が 20 代～ 70 代の消費者を男女別、年代別、地域別にほぼ同数ずつ回収。

④調査対象は全国 1000 の市区町村（全市＋東京 23 区＋約 200 町村）と 47 都道府県、ちなみに全国で市区町村数は 1700 余である。

1．徳島県の魅力度ランキングは最下位付近

この調査で公表されているデータにはいろいろ広い活用範囲があると思われるが、まずは徳島県の人気順位が気になるので、それをみてみよう。

図表 1 は都道府県魅力度ランキングである。徳島県は 2019 年に 47 都道府県中 44 位、前回は 46 位で、常にそのあたりである。人気がないのはそれなりの理由があるのだろう。アンケート内容も吟味することが大事であり、それが解れば、ひょっとしたら私たちが未来へ向かって何をするべきか、ということも考えるきっかけになるかもしれない。今回の考察はその詳細に立ち入ることが目的ではないので、興味ある方々は原報告書を検討していただきたい。

図表 1　都道府県魅力度　順位

順位	都道府県	人口	点数	順位	都道府県	人口	点数
1	北海道	5,286	61.0	17	熊本県	1,757	20.5
2	京都府	2,591	50.2	18	千葉県	6,255	20.1
3	東京都	13,822	43.8	19	鹿児島県	1,614	19.9
4	沖縄県	1,448	40.4	20	青森県	1,263	19.4
5	神奈川県	9,177	34.5	21	秋田県	981	18.5
6	大阪府	8,813	32.9	22	大分県	1,144	17.6
7	奈良県	1,339	30.0	23	山梨県	817	16.8
8	福岡県	5,107	29.6	24	富山県	1,050	16.6
9	石川県	1,143	25.4	25	福島県	1,864	16.3
10	長野県	2,063	24.8	25	三重県	1,791	16.3
11	長崎県	1,341	24.6	27	山形県	1,090	15.9
12	兵庫県	5,484	23.3	28	宮崎県	1,081	15.8
13	静岡県	3,659	23.0	29	新潟県	2,246	15.7
14	宮城県	2,316	22.8	30	岩手県	1,241	15.5
15	広島県	2,817	22.0	30	愛媛県	1,352	15.5
16	愛知県	7,537	21.0	44	徳島県	736	12.2

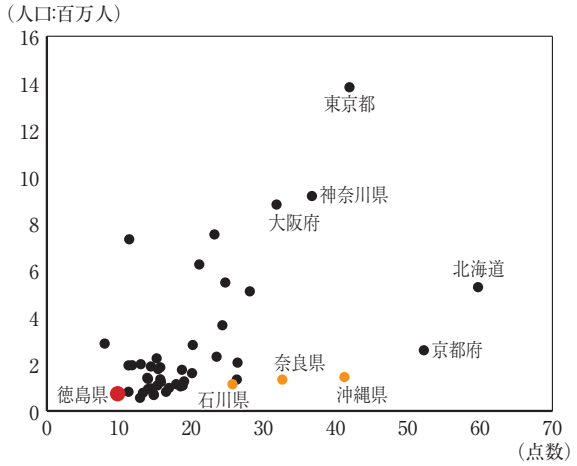
出典：総務省　「人口推計」（2018.10）
㈱ブランド総合研究所　「地域ブランド調査 2019」

ここで、他の地域との比較をして、徳島の地域政策の特徴を洗いだすことができるように、簡単な解析を行った。

都道府県人口と魅力度に関係があるのではないかと、散布図を作成してみた（図表 2：2019 年版は 30 位までの公表ため、本図表は 2018 年版のデータ）。いくつかの例外はあるが、やはり人口の多い大都市を擁する都道府県の方に魅力度の高いところが多いようである。徳島県は左下にあるが、人口も少なく魅力度も低いところがクラスターをなしていることが読み取れる。まさに大都市を中心としたヒエラルヒ型の社会構造が、いまだに続いていることを著わしている。

しかし興味あることは、人口は小さくとも魅力度の高い県の存在である。具多的には、沖縄県（魅力度 4 位）、奈良県（7 位）、石川県（9 位）が、人口 100 万そこそこでベスト 10 入りを果たしている（2018 年は、それぞれ 4 位、 6 位、11 位）。これらの県こそ魅力度先進県であり、徳島県が地域独特の魅力の在り方を考えるに際し、比較

図表２　魅力度と人口



出典：総務省「人口推計」（2018.10）
㈱ブランド総合研究所　「地域ブランド調査 2018」

して参照すべき何かがある地域と考えられる。

簡単に思いつくまま述べると、沖縄県は南海の美しい景観や独自の歴史を有し、地誌的独自性を持っていることが魅力になっていることであろう。また、奈良県は、なんといってもその歴史的な重みは格別である。石川県は面積 4,186 平方km、徳島県は 4,147 平方kmで全国 35 位と 36 位、ほぼ同じ大きさの県である。人口は石川が約 110 万人なのに対し徳島は約 70 万人、図表２からも見てとれるように、ともに 200 万人以下のクラスターを作っている地域に属するとはいえ、歴然たる差がある。筆者は以前『徳島経済』の別の稿で指摘したこともあるが、石川県こそ徳島県が種々の課題、特に文化的課題（筆者は観光的魅力の問題の多くは文化的魅力に帰すると考えている）を考える際に比較すべき対象と考えている。「ＶＳ東京」は気宇壮大であるし、ヒエラルヒ構造社会からネットワーク構造社会へという歴史の流れを意識する意味ではふさわしいキャッチフレーズであるが、こと魅力度が関連する文化的側面の強い諸課題を論じるには、むしろ石川県の方が比較対象として有効性があると考えられる。

すでに地域の時代が始まっている。繰り返すが、今後とも徳島で種々の文化や観光政策を検討するには、魅力度先進県を比較対象として論じることが必要であろう。

２．市区町村の魅力度と徳島

本稿が参照している「地域ブランド調査 2019」では、47 都道府県とは別に全 792 市（2019 年 4 月末現在）と東京 23 区、および地域ブランドへの取り組みに熱心な 185 の町村を加えた計 1000 の市区町村も対象としている。

○徳島で 100 位までのランクインはゼロ

図表３は、全国の市区町村で魅力度の高かった上位 100 地域である。残念ながら、徳島は一か所も入っていない。昨年の順位と比較すると、個々の地域に対する概略の評価は一定していると考えられる。ただ後述するが、その地域が何らかの意味で注目を浴びることは当然あるわけで、経年的変化をみると、ある地域の魅力度づくりに対する努力や時事的情勢の変化に対する評価とも読めるわけである。

○徳島県で対象となった地域

アンケートにおいて徳島県で対象となったのは、徳島市、鳴門市、阿南市、吉野川市、小松島市、阿波市、三好市、美馬市と上勝町、藍住町、神山町の８市・３町である。

市に関しては行政区分で自動的に対象になるとして、上勝町、藍住町、神山町に関しても、それぞれそうだろうなという感はある。

上勝町は県内でも人口が最少であるが、「葉っぱビジネス」を成功させた彩の里として、中山間地域活性化の典型例として、全国的にも知られている。

藍住町はもともと藍栽培の中心地だったという、産業史的には面白い土地柄である。人口も 3 万人という最大規模。現在は野菜栽培等が盛んで、なによりも徳島県内で唯一人口が増加している地域である。

町のホームページ（ＨＰ）に記されている概要をみよう。【徳島県の中央を流れる吉野川の下流北岸に位置する藍住町は、旧吉野川と吉野川に囲まれたデルタ地帯で、板野郡のほぼ中央にあります。～中略～　四方は約 4km で面積は約 16.27 平方km。かつては藍の栽培が隆盛を極め、全国的に広まりましたが、近年では肥沃な

図表３　地域ブランド調査 2019　　魅力度上位 100 市区町村ランキング

順位		市区町村名	都道府県名	魅力度		順位		市区町村名	都道府県名	魅力度	
今年	前年			今年	前年	今年	前年			今年	前年
1	1	函館市	北海道	53.7	50.0	50	62	由布市	大分県	24.5	20.6
2	3	札幌市	北海道	52.9	46.8	52	53	鹿児島市	鹿児島県	24.3	21.9
3	2	京都市	京都府	51.0	48.1	53	48	宝塚市	兵庫県	23.8	22.8
4	4	小樽市	北海道	48.0	45.5	54	72	逗子市	神奈川県	23.7	19.4
5	5	神戸市	兵庫県	44.9	41.5	54	82	下呂市	岐阜県	23.7	18.5
6	6	横浜市	神奈川県	44.2	40.7	56	126	洞爺湖町	北海道	23.6	15.5
7	8	鎌倉市	神奈川県	43.1	39.7	57	66	千歳市	北海道	23.3	20.2
8	9	金沢市	石川県	42.2	39.3	57	97	白馬村	長野県	23.3	17.8
9	7	富良野市	北海道	40.8	39.9	59	54	高山市	岐阜県	23.1	21.8
10	10	仙台市	宮城県	39.3	35.5	60	70	四万十市	高知県	22.8	19.6
10	11	日光市	栃木県	39.3	34.3	60	90	飛騨市	岐阜県	22.8	18.2
12	17	熱海市	静岡県	38.2	30.6	62	87	石狩市	北海道	22.7	18.3
13	28	箱根町	神奈川県	36.6	27.0	63	55	ニセコ町	北海道	22.6	21.2
14	13	石垣市	沖縄県	36.2	32.2	64	47	横須賀市	神奈川県	22.5	22.9
15	18	軽井沢町	長野県	35.2	30.4	64	85	淡路市	兵庫県	22.5	18.4
16	26	那覇市	沖縄県	34.2	27.3	66	55	芦屋市	兵庫県	22.4	21.2
16	28	旭川市	北海道	34.2	27.0	67	75	静岡市	静岡県	22.3	19.1
18	19	別府市	大分県	34.1	30.0	68	59	萩市	山口県	22.2	21.0
19	15	屋久島町	鹿児島県	34.0	31.1	68	95	世田谷区	東京都	22.2	17.9
20	16	長崎市	長崎県	32.8	30.7	70	43	品川区	東京都	22.1	23.4
21	31	宮古島市	沖縄県	32.2	26.1	71	50	会津若松市	福島県	22.0	22.5
22	14	伊勢市	三重県	32.0	31.3	71	58	目黒区	東京都	22.0	21.1
23	27	伊豆市	静岡県	31.2	27.1	71	68	鳥羽市	三重県	22.0	19.7
24	20	新宿区	東京都	31.1	29.5	71	107	白浜町	和歌山県	22.0	17.0
25	12	名古屋市	愛知県	30.8	33.9	75	74	佐世保市	長崎県	21.9	19.2
26	30	帯広市	北海道	30.1	26.6	75	126	加賀市	石川県	21.9	15.5
27	22	福岡市	福岡県	30.0	28.1	77	46	伊東市	静岡県	21.8	23.0
28	34	姫路市	兵庫県	29.8	25.0	77	87	美瑛町	北海道	21.8	18.3
29	32	釧路市	北海道	29.7	25.6	77	129	南富良野町	北海道	21.8	15.4
30	24	登別市	北海道	29.5	27.4	80	51	長野市	長野県	21.7	22.1
31	38	奈良市	奈良県	29.2	24.3	80	95	指宿市	鹿児島県	21.7	17.9
32	24	浦安市	千葉県	29.1	27.4	82	68	松山市	愛媛県	21.6	19.7
32	37	沖縄市	沖縄県	29.1	24.5	82	82	輪島市	石川県	21.6	18.5
32	40	倉敷市	岡山県	29.1	24.1	82	85	安曇野市	長野県	21.6	18.4
35	33	宇治市	京都府	28.7	25.1	85	65	与那国町	沖縄県	21.5	20.5
36	41	出雲市	島根県	28.4	23.7	86	51	茅ヶ崎市	神奈川県	20.9	22.1
37	21	大阪市	大阪府	28.2	28.3	87	79	夕張市	北海道	20.8	18.8
38	23	広島市	広島県	28.1	27.8	88	62	四万十町	高知県	20.7	20.6
39	43	尾道市	広島県	28.0	23.4	88	93	根室市	北海道	20.7	18.1
40	34	草津町	群馬県	27.7	25.0	88	105	富士河口湖町	山梨県	20.7	17.4
41	77	太宰府市	福岡県	27.5	19.0	88	107	魚沼市	新潟県	20.7	17.0
42	36	渋谷区	東京都	26.2	24.8	92	61	十和田市	青森県	20.6	20.9
43	59	熊本市	熊本県	26.1	21.0	92	77	松阪市	三重県	20.6	19.0
44	49	志摩市	三重県	25.8	22.7	92	87	室蘭市	北海道	20.6	18.3
44	55	浜松市	静岡県	25.8	21.2	92	99	白川村	岐阜県	20.6	17.6
46	90	盛岡市	岩手県	25.7	18.2	96	112	甲府市	山梨県	20.5	16.7
47	79	下関市	山口県	25.4	18.8	97	70	小田原市	神奈川県	20.4	19.6
48	39	港区	東京都	25.3	24.2	98	66	中央区	東京都	20.3	20.2
49	42	松本市	長野県	24.7	23.6	98	82	黒部市	富山県	20.3	18.5
50	45	奄美市	鹿児島県	24.5	23.2	100	79	宮崎市	宮崎県	20.2	18.8
						100	90	御殿場市	静岡県	20.2	18.2

出典：㈱ブランド総合研究所　「地域ブランド調査 2019」

地味と温暖多湿で水利の便に恵まれた条件を生かし、全国有数の春ニンジンの産地となっています。】とあるが、産業の説明として、【藍住町の産業は工業の占める割合が高く、従業員30名以上の比較的規模の大きい企業が町の工業生産の中核的存在となっています。藍住町の商業は、徳島北環状線や県道松茂吉野線などの幹線道路沿道で、郊外型店舗の進出が著しく、～中略～魅力ある地元商店を目指してがんばっています、高速道路の開通によって、物流面での条件がますます向上しています。町では、企業の定着化へ向けての努力、物流拠点としての商業の発展を今後の課題として力を注いでいます。】と、従来産業的にも活力のある地域で、徳島県の未来の姿を考える上での注目度は高い。

神山町はサテライトオフィスなど、今やこれからの社会構造を反映した職場の実験的モデルケースとして、全国的にも注目を浴びている地域である。そのことの意義は、別途論じるべき大きな課題であろう。ここでは町のＨＰに載っていた町出身大学生が感じた言葉【新たな取り組みと関わりの変化「神山に帰ってくるという、人生の選択肢が増えた」】を記して、この言葉に、ポスト近代・地域の時代が象徴的に反映されていると指摘するにとどめる。

ただこの3地域に関しても、日本全国からみると魅力100地域にランキングされていないという事実を注視し、過大にも過少にも評価せずに未来の像を検討していくことが必要である。

○中四国で上位になった地域の魅力度私感

気になるので、他の四国・中国の県に関しても述べる。

32位の倉敷市は美観地区や大原美術館の存在も大きく、また、大工業地帯も擁しているなど、いわば当然感はある。

36位の出雲市は大和と並ぶ古代史の中心地で、信仰や観光の対象地として、これもあまりにもという当然感はある。昨年の41位から上昇した。今年国立博物館で「出雲から大和へ」という展示イベントがあったが、出雲は、文化における地域の重要性を見直していくという現代の潮流的過程で、象徴的な地位の役割を果たしていくポテンシャルを有している。いずれにしても、出雲は壮大なドラマ・物語を埋蔵している地域だ。

47位の下関市は、「なぜ下関？」と考えさせられるところもある。しかも昨年79位からの躍進ぶりである。ＨＰをみると、これはかなり自治体の努力もありそうだという感触を得た。地味なＨＰであるが良くできている。

まず、下関市は自らをどのように規定しているか見る。ＨＰの「下関とは」というところに、【本州最西端。海に開き、緑に抱かれ、美味が集う海峡都市・下関。歴史を秘めた街並みをたどれば幾時代も前の旅人になれ湯風に吹かれて淘峡を望めれば異邦人になれる。下関は、そんなまち。】とあり、他の地域と比較して突出した特徴があるわけではない。「しものせき物語」というページがあったので覗くと、高杉晋作・巌流島（宮本武蔵と佐々木小次郎が試合をした島）・金子みすず・壇ノ浦の合戦（源氏と平家の最後の決戦場）と四項目に分かれていて、いずれも良く知られた事や人ではあるが、それほど他の地域からずば抜けて豊富な観光資源というわけでもなかろう。

しかし中味は感心する。例えば高杉晋作を開くと、【高杉晋作とは】とあらましの紹介をして、【歴史が動いた瞬間、「維新回転の挙兵」】とドラマティックな事件の舞台であることを示し、【高杉晋作ゆかりの地を巡る】と、ドラマの舞台となった場所を紹介する。

さらに、アクセス、コース紹介、パンフレットのダウンロードがある。よくできているといえる。だが、これが要因で飛躍したということが言えるためには、さらなる深堀が必要である。下関については今後とも注目すべきではなかろうか。

60位は四国高知県の四万十市で、88位が四万十町である。なんといっても四万十川は清流として著名であり、それに負うところが大で

あろう。その景観について市のＨＰでは、【平成21年2月、四万十川と関わりのある人々の生活など、四万十川流域の特有の景観が「重要文化的景観」に選定されました。上流・中流・下流の5市町（津野町、梼原町、中土佐町、四万十町、四万十市）で選定されるのは我が国初のことで、大きな期待と注目を集めています。生命を育み、流域住民によって支えられてきた「四万十川」は、広大な汽水域とともに200種類もの水生生物が生息し、今もなお、アユ漁やアオノリ漁、ゴリ漁など、人と川との関わりの文化が残されている貴重な川です。】と述べられている。

ここで示しているのは、人間生活と自然の融合の美しさに文化的価値があるということである。景観が文化として大きな価値を持ちうるのは、自然が人間生活と深く結びついているからである。無論人間が介入していない、あるいはしえない天然の美も、「自然景観」として観光資源の対象と考えるかもしれない。だが、文化面から興味があるのは、自然と人間が融合して出来上がる「人文景観」である。

82位は四国愛媛県の松山市である。松山市こそ、文学的遺産が経済的効果を生んでいる典型的地域である。松山市は近代日本の短詩型詩歌の改革者正岡子規を生んだ土地であり、文豪夏目漱石ゆかりの土地で、小説「坊ちゃん」の舞台となった土地でもある。

俳人では子規以外にも、石田波郷、河東碧梧桐、寒川鼠骨、篠原梵、芝不器男、高浜虚子、富沢赤黄男、内藤鳴雪、中村草田男、松根東洋城、柳原極堂等々、俳句史上の俳人が目白押しである。また、詩人ではダダイズムの高橋新吉がいる。

これらは文学史上の人物だが、現在でも「俳句甲子園」や「俳句王国」などのＴＶ番組をとおして俳句が盛んな土地柄であり、まさに俳都と自称することも大いにありえる話である。

このような状況になるための要因は種々考えられようが、一般的に著名になるために、司馬遼太郎の『坂の上の雲』という小説が果たした役割は大きい。この小説は、2009年から2011年にかけて放映されたＮＨＫのスペシャルドラマで、さらに人々の知るころとなった。ＮＨＫでドラマ化されると観光地としての価値が上がるということがあり、我が徳島でも、戦国期の梟雄三好長慶を主人公とした大河ドラマをという動きがある。大いに賛成である。

だが、大河ドラマの舞台というのは、一時の人気が上昇してもそれだけで終わってしまうこともありうる。松山市には放映を機に「坂の上ミュージアム」が建設され、現在でも賑わっている。これは明治期に松山という土地を舞台として活躍した人々、子規・虚子・漱石・日露戦争を戦った秋山兄弟等々という、重層的な文化遺産のおかげであると考えられる。その地域を中心とする、時代を超えた大きな物語の形成がなされる必要がある。

ランキングに入った七つの地域を眺めて感じたことを述べたが、共通して気が付くことは、その地域を包む物語が形成しうるかどうかという課題である。

○本質的な変化か

2019年に77位から41位に急上昇した大宰府市には注目しよう。アンケート調査の解析を行った方は、2019年5月に行われた改元の新年号「令和」ゆかりの地であることにより上昇したとしている。

図表4は、太宰府市の主要項目の結果を示している。この図表に関しブランド総合研究所は、【認知度は前年37.2点（128位）から45.3点（50位）に8.1ポイント、情報接触度は前年27.1点（147位）から37.9点（51位）に10.8ポイントと、それぞれ大幅に上昇。過去10年で最も点数が高くなっており、同市の周知性が高まっている。】と説明している。

それに加えて、他の項目でも【魅力度も前年19.0点（77位）から27.5点（41位）と上昇しており、2012年の自己最高位42位を更新している。同市は、居住意欲度が7.8点（95位）から9.5点（66位）、産品購入意欲度が30.4点（93位）から

図表４　太宰府市の主要項目の結果（2019 年）

（）内は前年結果

項目	順位		点数	
魅力度	41	(77)	27.5	(19.0)
認知度	50	(128)	45.3	(37.2)
情報接触度	51	(147)	37.9	(27.1)
居住意欲度	66	(95)	9.5	(7.8)
観光意欲度	40	(93)	36.3	(30.0)
産品購入意欲度	61	(93)	33.3	(30.4)

出典：㈱ブランド総合研究所　「地域ブランド調査 2019」

33.3 点（61 位）と各項目の点数および順位が上がっているが、特に、観光意欲度で 30.0 点（93 位）から 36.3 点（40 位）と大幅に点数・順位を伸ばしている。】とある。

過去においても 2012 年に魅力度 42 位を出していたというから、魅力度に関する令和改元効果の寄与はいかほどかは判らないが、少なくともプラスに作用しているだろうし、何よりも居住意欲度、産品購入意欲度、観光意欲度の上昇は大きい。もっとも大きい変化は情報接触度の増大であるから、いかに情報が人の心に影響を与えるか分かる。

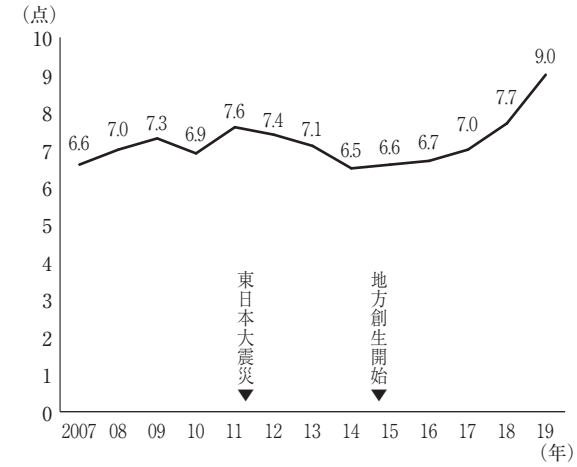
ここで筆者が指摘したいのは、大宰府という地には単に令和という年号ゆかりの梅の神社があるというだけではない。古代における大宰府の特別な位置づけを思い起こしたり、中世における元寇の舞台となったことを考えれば、大宰府という地名の重さが、その物語性が、裏付けとなっていることは想像に難くない。そのことを考えると、今後大宰府の魅力度が定着していくのかどうかは、興味あるところである。いずれにしろ、土地の持つ文化的魅力は歴史に裏付けされる部分と、新たに発掘される部分との混合により形成される。

３．市町村の魅力度と社会構造

現在起こっている変化が、社会構造の全体的変化であり、特に少数の大都会を中心とするヒエラルヒ的構造の社会からネットワーク的構造への変化だということを、地域魅力度のアンケートから抽出してみよう。

図表５は、2007 年以降の市町村魅力度の平均の推移を示している。報告書の説明は、【東日本大震災のあった 2011 年（7.6 点）から 2014 年（6.5 点）にかけて平均点は下降傾向だったが、地方創生への取り組みが本格化し始めた 2015 年以降、魅力度の平均点は徐々に上昇。特に 2018 年以降は平均点の上昇が顕著となっている】となっている。政府の行なった地方創生への取り組みが功を奏したかどうかは措くとして、筆者はこの変化は社会の構造的変化の現れであるとみている。

図表５　市町村魅力度平均点の推移



出典：㈱ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2019」

特に、平均的魅力度という値には無論大都市の魅力度の値が加味されているので、この図表からは直接首都圏対地域という形での比較をできないが、あわせて次の解析がなされている。

2015 年（6.6 点）と比較すると 2019 年（9.0 点）は点数が 36.4％伸びているが、その地区の内訳はもともと下位にあった地域の方が魅力度の向上が大きいということである。

図表６は、全体平均を順位に従って６層に分けたもの。2015 年と 2019 年の比較でいずれもが魅力度は上昇しており、全国平均で 36.4％、しかも、下位の層ほど上昇率が大きい。このことはとりもなおさず、一部の地域だけに向けられ、そこに集中していた人々の関心が、非常に広範囲に向けられるようになったことを意味する。それと同時に、各地域とも魅力の度合いが増大するように努力している結果だといえる。

言い換えれば、各地域とも自分の地域の魅力度を増すための努力を始めたということであるが、それが地方創生への努力の結果だという解釈を筆者はしていない。魅力度に関して言えば、社会構造の変化そのものがもたらしつつある、必然的歴史的変化なのである。少なくとも現在の政策としての「地方再生」は、その基本的目的である人口の東京への一極集中防止対策とはなっていない。真に必要な地域への政策は、少子化解消を含む人口減少対策であるし、そのための福祉政策、地域の仕事づくりであるし、そのための地域への権限移譲であるべきだと考えている。

図表６　層別市町村魅力度平均点

（点、％）

	2015 年	2019 年	上昇率
全体平均	6.6	9.0	36.4
1 ～ 100 位	23.7	27.6	16.5
101 ～ 200 位	13.2	16.7	26.5
201 ～ 400 位	7.5	10.2	36.0
401 ～ 600 位	3.9	5.9	51.3
601 ～ 800 位	2.3	3.9	69.6
801 ～ 1000 位	1.1	2.6	136.4

出典：㈱ブランド総合研究所　「地域ブランド調査 2019」

Ⅱ．『徳島が好きになる本』の勧め

○何が魅力とされるか：一般的な項目

前章で、徳島の県及び市町村の魅力度は残念ながら概して低いことを見てきた。次になぜ人気が低いか、仮説を立てて少し考えてみよう。そのために、魅力度調査のアンケート内容に一歩だけ踏みこんでみる。

調査は、それぞれの地域を全国（外）から見た評価で、以下のようないくつものカテゴリに分かれている。調査項目としては

＊認知度、魅力度、情報接触度、情報接触経路（ドラマや映画、ポスターやチラシなど）、観光意欲度、居住意欲度、等々の 14 項目

＊地域コンテンツの認知（「海・山・川・湖などの地理的名称」など 16 項目）、

＊訪問経験（「行楽・観光のため」など 16 項目）、

＊地域資源評価（「街並みや魅力的な建造物がある」など 16 項目）、

＊まちのイメージ（「歴史・文化のまち」など 14 項目およびイメージ想起率）、産品購入意欲、産品想起率（食品、非食品をそれぞれ自由記述）

計 84 項目に分かれている。

たとえば地域資源に対する評価は次のような項目であり、

○海・山・川・湖などの自然が豊か　○魅力的な温泉やレジャー施設・公園などがある　○スポーツの参加・観戦が楽しめる　○魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある　○魅力的な街並みや歴史建造物がある　○歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある　○魅力的な美術館・博物館がある　○買いたい土産や地域産品がある　○優れた伝統的技術がある　○魅力的な商店街や店舗がある　○地元産の食材が豊富　○食事がおいしい　○道路や交通の便がよい　○泊まりたい宿泊施設がある　○人のよさや優しさ、おもてなしがよい　○地域を代表する産業や企業がある　○無回答（ひとつもない）

イメージに関する項目は次のようになっている。

○歴史・文化の地域　○学術・芸術の地域　○観光・レジャーの地域　○スポーツの地域　○国際交流の地域　○環境にやさしい地域　○デザインやセンスの良い地域　○住民参加の地域　○教育・子育ての地域　○健康増進・医療福祉の地域　○農林水産業が盛んな地域　○地場産業が盛んな地域　○ IT・先端技術の地域　○生活に便利・快適な地域　○災害リスクが大きい地域　○事件・事故が多い地域

これらの項目は地域に魅力を付加する全てではない（例えば歴史的建造物や歴史的人物とは別に民話(注)、風習、伝説のような無形のモノコトに対する評価方法にも一工夫ほしい）が、今後のアプローチにおいて参考になる。

（注）徳島新聞 2003 年 6 月 1 日付の記事に「地元伝説で町おこし」という記事があった。鳴門市北灘・瀬戸

の両町で地元に伝わる猿退治の伝説をもとに「漁師の墓」とか「猿の墓」を観光スポットにしようという計画があることが書かれている。岩手遠野は柳田国男の『遠野物語』が観光資源となる物語となっている。また山城町（徳島県三好市）の児啼き爺も柳田国男が紹介し、漫画家の水木しげるが物語化して有名である。

○『徳島が好きになる本』が呼びかける徳島の魅力を形成する特徴

徳島は自らの文化的魅力をどこに置こうとしていたか、これは徳島で二度開催された国民文化祭時に書かれていた文書をみると窺い知ることができる。

文化庁月報（2012年10月号（No.529））の記載を引用する。【平成19年度に開催した第22回国民文化祭・とくしま2007（愛称「おどる国文祭」）では、同大会を徳島らしいものにするため、徳島を代表する文化資源として、「阿波藍」、「阿波人形浄瑠璃」、「阿波おどり」、そして徳島がアジア初演の地である「ベートーヴェンの第九」を4大モチーフと位置付け、これらをテーマにした事業を重点的に展開しました。】とある。

本論考では文化政策そのものを考察するのが目的ではないが、国民文化祭を機に4大モチーフを定めそこに焦点を当てたこと、および国民文化祭の成果を継承発展させるために、「文化立県とくしま推進事業」を2008年からスタートしたことは評価できる。しかし、その後の魅力度向上にそれが反映されているとも思えない。文化的政策・事業においても、ＰＤＣ（Ｓ）Ａサイクルで実効性を高める必要があるのではないだろうか。

徳島経済研究所が2016年7月に出版した『徳島が好きになる本～文化と経済で観る「徳島」～』という本がある。題名が示すとおりに徳島の魅力度を向上させるために編まれた本である。

この本は徳島の現状と課題を正しく見つめることによって「徳島が好きになる」ように編まれている。したがって、そこに扱われていることは、県民が一人一人認識をしておくべきことが多い。最初の章には総括的に「徳島県はこんなトコ」という題で扱われている。箇条書きで紹介する

＊人口一人当たりの県民所得が全国18位であることは、企業利益を含むとはいえ自信が湧く
＊吉野川・那賀川に代表される豊かな川、肥沃な平野、天然の美しい景観など自然に恵まれている
＊古代より開け、経済・文化などで関西圏へのつながりが強い
＊かつては藍作が商業的農業として栄え、現在は野菜や果実等の関西の台所と呼ばれる
＊かつての製塩業は化学製品・製薬業として発達している
＊木工製品などの伝統的工業の存在は特徴的
＊照明に革命をもたらしたLED産業の集積
＊IT企業のサテライトオフィス進出など新時代を開く働き方の先進地域

等々の地誌的特徴が述べられる。これらは多くは徳島県人にとって馴染みのようではあるが、意外に周知度は高くない。知っておくべき基本的特徴でもある。

以下の章立てが、現代の重要な課題と未来を考える上での大きな指針となる。また問題の意味を深く知れば知るほど、地域に対する愛着も増して、さらには改革のためのモーティベーションも増大するに違いない。

○「徳島は高齢化と過疎化対応の先進地域に」という日本社会の歴史的課題への挑戦

この課題は、ポスト近代に対応する社会の変化が地域を重視するネットワーク的組織に対応してゆく過程で必然的に発生する、いわば歴史的課題である。当然徳島ならずとも各地域とも競い合い対応すべき課題である。徳島は徳島ならではの優位性を活かし、意義深い競争をしたいものである。その意味では、すでに全国的に知られている前章でも示した神山町、上勝町に加え、三好の落合集落での試み、「生き生きと年をとる」という項で移動スーパー「とくし丸」の活躍が紹介されている。これらの活動を知るこ

とがきっかけとなって、さらに動きが活発化するのが目的である。

○徳島の近代産業が残した文化的痕跡

「徳島の経済発展の始まりは藍産業から」という章では、かつて近代における徳島市は全国第10位の大都市だったことが述べられ、徳島県の近代化を支えた、藍産業、塩田、きざみ煙草、和三盆について紹介される。

筆者はこれに生糸と製紙も加えていいのではないかと思う。さらに、その産業を支えた電力、水力、交通などを産業遺跡として保存することは、徳島のイメージを膨らませていくうえでも重要であるが、それも十分とは言えない。郷土の歴史、産業を教えることは、時代の要求するところであるにもかかわらず、現代の学校教育においては、隅に追いやられがちである。

○「文化は経済と並ぶ地域活性化推進の両輪」で扱われたモチーフ

『徳島が好きになる本』では「おどる国文祭」で扱われた4大モチーフに加え、「お接待文化」という無形文化的モチーフ、また「アニメ文化」などの映像クリエート、「ジャズストリート」などのイベントをモチーフとして挙げている。イベントに関しては運営次第で、地域全体で支えるカンヌ映画祭とかシビウ演劇祭のように、世界的規模に成長することもありえる。

イベントに関しては演じる建物が必要なものが多い。4大モチーフにあげられた人形浄瑠璃は、かつて村落内に建てられた舞台で演じられた。徳島県内には農村舞台が88棟も現存しており、地域に根付いた文化であったかが分かる。だが、現在、種々の芸術・芸能の発展に関して文化立県を標榜するには、それを演じる空間が少ないことが大きな軛となっている。小さな演奏会や、文化的催し物がなされるための空間が、市の中心には不足している。徳島市に今大きなホールをつくろうとする計画があり、県と市の齟齬から迷走している。筆者は県民に最も必要なホールの建設はいかなるものであるべきかの説明が十分なされた計画であることを願っている。

○徳島が好きになるための補足的意見

『徳島が好きになる本』がまず最初に「徳島は高齢化と過疎化対応の先進地域に」と打ち出したように、理想を明確に示すことは徳島シンパを増大させるには重要である。繰り返しになるが、県の政策として4大モチーフを設定して毎年イベントを重ねたことは、その意味では評価できるが、効果についての検証が掘り下げられていないこと、またポスト国文祭として「文化立県」を標榜したが、総花的な内容だったために、はたして現在は文化立県と胸を張って言える状態であるか疑問を感じる。

いままで述べてきたことから、特に必要と考えられる課題・検討すべきテーマを挙げてみる。文化遺産の発掘に関しては、特に図表7に示した石川県との比較を参照して現状認識をしてみてほしい。各テーマに関しては多くの人がアプローチして検証していくことを期待する。

①文化遺産の発掘が遅れている。
②近代産業遺産の発掘が遅れている。
③「物語」的な地域のイメージを形成する努力が実を結んでいない。
④地域の歴史や産業に関する学校教育が低調である。

④の件に関連して、次章で私の体験談を述べてみたい。現在の徳島の初中等学校教育における郷土に関する教育を私は体験していないので、自身の体験を述べた。現在の徳島における郷土愛教育の在り方に少しでも参考になればと思う。

Ⅲ．郷土の教育

私の小学校時代は戦後の復興期の後半であり、傾斜生産方式や朝鮮戦争特需で一時好景気となった石炭産業が急速に衰退して行く時期でもあり、所得倍増計画が始まらんとする前夜でもある。私は東京の目黒区立油面小学校への転校生であった。目黒というのは、今でこそ見る影もなくコンクリートの町と化しているが、昔は

図表7　地域資源･イメージ指標全国順位(抜粋)(2011年)

	徳島県	石川県
地域資源総合	41	10
自然資源	42	13
歴史資源	33	10
モノ資源	41	11
サービス資源	33	10
都道府県の地域資源に対する評価		
魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある	14	13
魅力的な街並みや歴史建造物がある	40	6
歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある	46	14
優れた伝統的技術がある	36	2
人のよさや優しさ、おもてなしがよい	27	18
都道府県のイメージ		
都道府県のイメージ想起率	41	19
歴史・文化の地域	32	5
スポーツの地域	19	21
健康増進・医療福祉の地域	4	47

出典：㈱ブランド総合研究所　「地域ブランド調査2011」

江戸への食糧供給地、私の小学生の頃でも少しは未舗装の道や畑が残っていた。私のすぐ後には戦後ベビーブーム世代がいる。加えて、経済政策が必然的にもたらした東京への流入人口の増大で、教室はスシヅメであった。脱脂粉乳に鼻をつまみながらも、そのころ始まった給食では鯨の竜田揚げをこの上なきご馳走と喜び、破れズックを履きスイライカンジャ（水雷艦長という鬼ごっこのような遊び）でゲチクン（撃沈）と叫びながら走り回っていた児童である。

この時代は、後にデモシカ先生とよばれた教師の粗製乱造時代とされるが、私の同世代人の多くはとても良い教育を受けたと思っているのではなかろうか。今のモンペア（PTAの怖い人）が知ったら卒倒するようなイジメは日常茶飯事、不登校児（多くは経済的事情であるが）や愚連隊直轄の児童など珍しくもない。だが、教育現場が荒涼としていたという形容はふさわしくない。先生も児童もいっしょに遊びまわり、生き生きとした日常生活を送っていたという記憶がある。生徒間の問題はおおむね生徒間で解決していたと思う。孤立している生徒は少なかった。番長もいたし、ゆすりやたかりも珍しくない、盗難事件だってあった。しかしいつも仲間内の問題は仲間内で解決していたのだという記憶もある。現今新聞を賑わすような事件の陰湿さを感じないでいられたのは、なぜだろうか。

そのころの授業・教育内容も振り返ってみると、随分とその後の心の糧になっていたように思う。記憶に残る郷土に関する授業を語ってみたい。

小学校三年生の時は、自分の住んでいる目黒区のことを学んだ。教科用にもらった折りたたんだ目黒区の地図は鮮明に覚えている。わりと記入してあることの少ないのっぺりした地図で、裏にはさまざまな統計のようなものが載っていたと思われるが、それはほとんど覚えていない。ただ目黒区の形は今でも覚えているし、画用紙で表紙をつけた覚えもある。

目黒の地名に関する教育は、面白く強烈に記憶に残っている。担任の先生はよく言ったものだ。

「八雲（やくも）、菅刈（すげかり）、碑（いしぶみ）、油面（あぶらめん）。君たちの油面小学校は目黒で四番目に出来た伝統ある学校だ。誇りを持ちなさい」。正直、最初聞いた時はなにを威張っているのか意味が分からなかった。でも繰り返しそれを聞いているうちに、なんだか誇らしげな気になったから不思議なものだ。

「油面という地名は、このへんが昔は菜種畠で年貢を油で納めたんだよ」、だから油免でやがて油面となった、なるほど。

「となりの不動小学校のある不動は目黒のお不動様があったから、鷹番（たかばん）小学校の鷹番は将軍様の鷹狩りの鷹の番小屋があったから」。駒場というのは鷹狩の馬小屋があったとことか、自分たちの周囲のことなのですぐ覚えられる。なんとかいう偉いお坊さん（日蓮上人）が足を洗った洗足池（せんぞくいけ）、行人坂（ぎょうにんざか）、権之助坂（ごんのすけざか）。「柿の木坂は駅まで三里」という歌謡曲があったが、実際はそんなに遠くなかった。権之助坂を降り切ったところには大鳥神社というのがあって、ここの酉の市は賑やかだった。毎年11月の酉の日には家人に連れられて熊手を買いにいった。三の酉まである年は火事が多いなどとの言い伝えを教えてもらったのはこの酉の市でのことである。火事と

言えば近所の行人坂は、江戸時代の大火事として知られる、明和の大火の火元である。それ以外にも記憶に残っているのでは大塚山、三角山、清水町、自然園、皆それぞれ名前の由来があった。

区内の社会見学はバスで行った。円融寺、九品仏など、普段の遊びのテリトリが少し広がるのがうれしかった。また、目黒川にある旧海軍技術研究所の脇では、ここで特殊潜航艇が作られていたのだと説明された。分からないながらも戦争が身近に感じられ、恐ろしい気がしたことを覚えている。また今はオフィスと商店の並ぶ桜の名所目黒川流域は、戦後復活しつつあった工業地帯で町工場があった。今では知っている人も少なくなった白熱電球の町工場があって、電球の形をしたガラスの内側にマツダなどというマークを印刷してフィラメントを入れ真空に引くのを、がやがやと見学したのを覚えている。

今の児童は、自分の育った土地に関する知識が少ないようである。だいたい地名はこども同士が群れ遊んでいて口伝で伝わるものが多く、その方が印象は強い。だが、書物で教わる地誌の方が質量とも圧倒的に多い。それを今の子は、どのように伝承あるいは学習するのだろうか。経験がなく徳島の子供はどのような教育を受けているのか分からないので、私自身が小学校時代の大半を過ごした東京の目黒で受けた教育を思い出してみる。現代の徳島の子供が感じているだろうことと比較して、なんらかの材料にしてもらえたらありがたい。

四年生になると東京都の歴史を習った。これには副読本があった。江戸の飢饉時に青木昆陽が薩摩芋の栽培を奨励して民を飢えから救ったなどという話は、昆陽の墓の写真が目黒不動にあると書いてあるのでよろこんだりした。ただこの副読本の内容を、青木昆陽先生以外にはあまり思い出せない。たしか最初の方には縄文時代の人の生活の様子が描いてあったりしたのを、かすかに覚えているが、ちょっと東京全体というと実感が乏しかったのかもしれない。

それよりももっと強烈に覚えているのは、東京都の立体地図を作ったことである。立体地図というのは正式になんと呼ぶかは知らぬが、地形を何メートル間隔かの等高線にそって幾枚も切り、それを積み重ねて貼り、立体的に見せたものである。むろん貼り合わせた上に高度に分けて着色し、道路や川や鉄道地名などを書いてニスを塗って仕上げるという、手のかかったものだ。今の小学生も、徳島の立体地図を作っているのだろうか、そうだといいのだが。西高東低の冬の気圧配置みたいなのが東京の地形である。私は武蔵野台地の縁に水が出てくる、お不動さんの滝もそれだということを教わり感動した。その地図を作りながら覚えた地名もいくつもある。飯能をハンノウと読むのだということを、その時覚えた。地形を通してその土地を見るということを覚えたのも、その時である。富士山が見える坂かどうか気になったのもそういうことの影響。今風にいえば「ブラタモリ」である。その後「東京風土図」などという、ちょっとオタク的な本を片手に東京中うろうろすることになったのもその時の影響だ。

中学生になったころだったか、東京開都500年記念祭(太田道灌が江戸城を開いて500年だそうだ)があって、このころ条例で10月1日が都民の日となった(1952年)。都民の自治意識の向上のためだったという。なにより子供にとってすばらしいことは、この日は学校が休みなのである。しかも、後にこの祭りでは、朝倉文夫、市川昆、小島功のデザインによるカッパのバッジが売り出され、それをつけていると都電が乗り放題、私は東京中を巡ってブラタモった。よその県には都民の日がない(あたりまえだが)のを知って、いささか誇りに思ったものだ。徳島でも何か象徴的な日を祭日にすれば良いと思うのだが、例えば阿波踊りの日を祭日にして役所を休みにして皆で踊ったらどうだろう。狸のバッジでも付けて。せっかく「おどる国文際」などと銘打ってやったこともあるのだから。

小学五年生になると、大学を出たての教師が

担任になった。体操部出身でイケメン、PTAのお母さん方が追っかけをしかねないほどの人気者。もちろん鉄棒で大車輪を披露する担任は、我々クラス全員の誇りでもあった。先生の下宿へ押しかけたり銭湯に一緒に行ったり、それは楽しい思い出である。

それだけでも思い出深い先生であるが、今でも旧友たちが集まって出る話題はある授業のこと。それは格別に授業技術が優れているとかいうことではない。教える内容が型破りだったのである。毎日だったか毎週だったか。先生は日本の地図を黒板に書いて、国鉄の線路を書き入れる。同時にその線の始発駅と終点駅それに主な都市の駅名も記入させる。その上で、それを毎回暗記してくることを宿題にするのである。しかも毎回テストをする。生徒はブツブツ言いながらも、よくその授業についていった(旧友はみなそう言う)。いつでも成績のいいのは何人かの女の子だったと覚えている。丁度子供の雑誌(昔は『小学五年生』というように学年別の雑誌が発刊されていたし、「少年」とか「少女クラブ」などという漫画主体の雑誌も手塚治虫を筆頭に面白く我々の「ためになる」作品がたくさん載っていた。)の付録が日本の地誌(その地の名物、例えば大和郡山の金魚、丸亀の団扇(うちわ)、鳴門の若布(わかめ)などというようなことが紹介されていたっけ)のパンフだったので、楽しく読んでいて、テストもそこそこの苦労ですんだ。

昔はそんな指導要領にも無いような「無駄」なことをさせる先生がいたし、それがある意味では効果のある教育になっていたと思う。現代では先生はカリキュラムをこなすことだけでも大変で、それ以外の時間が無いことのようである。子供の雑誌も結構面白くて、しかもためになった。だが、今考えると、こんな「無駄な」ことがその後の人生でどんなに役立ったことか。今では、このように児童と遊んでくれる先生は少なくなったかもしれない。

日本の歴史とか地理になると、教科の主体は副読本であったのが、今は全国一律の検定に合格した何冊かの中から、地域が選択した教科書が、指導要領に沿って授業に供される。こなさねばならぬカリキュラムも定まっており、風邪等で臨時休校があったら、先生も生徒も大わらわになる。だが私の時代は小学校でも中学校でも日本史はだいたい三学期の終わりでも明治にたどり着くのがやっと、暢気なものだ。おかげで歴史好きになり、高校では日本史を選択せずにすんだし、本を片手に東京中を「ブラタモリ」するのが趣味になっていた。それはともかく、地域の歴史風土を学ぶには検定教科書ではなく副読本が必要であることは間違いない。

自分のことを長々と書いたのは、小学校と中学校時代に郷土のことを教えるのが郷土愛を育てる最高の方法だということであり、それには副読本を中心とした教科内容が重要であるということを言いたかったからだ。徳島でも郷土の地誌・歴史の副読本があるようだが、どれほど活用されているか心許ない。改定などもされているのだろうか。私の聞き及んだ範囲では副読本を使った授業を受けた記憶のある人がいない。ましてやそれをもってブラタモった人も聞いたことがない。

先日東京の知り合いに頼んで、東京の都立高校で使っている副読本を送ってもらった。都立高等学校地理歴史科用副読本『江戸から東京へ』という題名である。実によくできている。機会があったら参照してもらいたい。そして、是非郷土の歴史・風土・産業を楽しく学べる副読本を小中高各レベルの学校ごとに作り活用して欲しい。

Ⅳ. おわりに

冒頭にも記したように、本考察は徳島の未来に向けて短期に達成できるような具体的効果のある政策の提案にはならないかもしれぬ。しかし、ここ十数年私が徳島のあちこちを飛び回って多くの人々と語りえたことから感じた、長期になすべきことのいくつかを提起したとは思う。

とりわけ文化の土壌を肥やすには時間が必要である。それには古い土壌に埋まったような有形無形の文化遺産を掘り起こし、それを新しい文化として根付かせるための地道な活動が必要である。新たな文化や芸術の担い手を育成する土壌づくりとそこに種を蒔く人々が大勢必要である。教育はその土壌づくりの仕事である。また創作活動はその種を蒔く仕事である。

最後に地域の文化財は顕在しているものだけでなく、発掘するモノコトであり、さらには未来に向かって作りあげていくものであることを強調したい。フランスの社会学者デュルケームが「社会はあらゆる断片から聖なる事物を創造する」と述べた時の聖なるものとは、社会の成立と存続のために必要な、広範な意味における象徴作用と解釈される。この象徴作用とはその社会における風土を形成している物語性に他ならない。地域の物語性によって地域は魅力度を増しサステナブルになりうる。そのための種を蒔かねばならぬ。

西池氏裕氏略歴

1944 年生	
1974 年 4 月	川崎製鉄入社技術研究所
2000 年～ 2004 年	東京大学先端科学技術センター客員研究員
2006 年 4 月	財団法人徳島経済研究所技術顧問（現）
2007 年 8 月	徳島県経済成長戦略アドバイザー（兼）
2008 年～	ひまわり俳句会主宰
2011 年 9 月	徳島県教育委員長（～ 2012 年 8 月）