

*連載 「どう生きるか」—ビジョンの共有と投資の選択 ④

時代とともに、市民が創り続ける「まち」

—市民の心が魅力に、まちの魅力が集客に・小布施町—

福田 志乃 地域政策プランナー(日本工営(株)事業企画室政策開発グループ・チーフ/地方自治体実践ネット世話人)

観光地が「廃れ、俗化しない理由」

小布施町というと、栗の和菓子で有名な老舗・小布施堂を思い起こす人も多いだろう。連載②(9月30日号)の古川町でも触れたが、国の補助金の影響もあって、十年程前には街並みや景観整備が全国自治体の間で大ブームとなった。その時、

行政主導による画一的な街並みづくりでなく、地元民間企業が自己資本を提供して整備したまち……という視点で、小布施堂のまちづくり、伊勢市の(株)赤福の「おほらい横丁」、長浜市の(株)黒壁の「黒壁スクエア」などが、筆者のようなプランナーや研究者、自治体関係者の間で大ブレイクしたものだ。筆者も当時、既にそれら民間企業の取材を手掛けている。しかし個人的には、地域全体の政策と地域経営をどうするか……をテーマとしている関係上、民間の単体の取り組みだけでなく、その背後にある自治体のスタンスや市民生活の在り方にこそ興味を抱いてきた。一民間企業の取り組みが地域に波及し、相乗効果を出せるかどうか

は、最終的にはその自治体が、地域をトータルに見詰め、キメ細やかなサポートに徹しているかにかかっている。また、そうした自治体には、必ず文化・まちづくり・コミュニティ行政等において、確固たる「哲学」や「こだわり」が見いだせるものなのである。

地域ぐるみの「おもてなし」の心こそ

今回の連載のため、小布施町に行く予定は早いうちからあった。古い建築物を残そうという街並みづくりの成果に加え、「市民が町中を花でいっぱいにしていく」と聞いたからだ。花をテーマにするまちづくりは全国的に新しい話ではないが、小布施の取り組みは、観光客に市民の庭まで開放したり、農家と一緒に花を特産品にしたりと……と「地域ぐるみ」で本格的であるらしい。やはり、行政と市民と多様な関係者(企業、農家、NPO等)が地道に「まちを創り続けている」風土が築かれているのだと直感した。

バブル経済崩壊後、箱モノ行政に依存した地方

部の小さな自治体では、巨額な維持管理費の負担に苦しんで追加投資ができない上、稼働率や入場者が低迷しているところも少なくない。逆に、バブル経済崩壊は、地方自治体による「全国総観光地化」の真贋を、ふるいに掛けたと言ってもよい。ホンモノの観光地だけが生き残り、箱モノ観光地は淘汰される。

それでは何がホンモノか?と尋ねると、一つは「地域ぐるみの「おもてなし」の心」、即ち、地域の人たちが創り、醸し出してくれる。そこにしかないソフトである。ソフト(人の心やアイデア)があつてハードは生きる。二つ目は、ソフトを飽きさせ(朽ちさせ)ない「プロ意識」。気持ちがあつても、生活コミュニティの延長では魅力は半減する。観光客は、日常から離れて夢を買いたくて旅行をするのだから、その欲求は満たさなければいけない。プロのノウハウや資金を持つ地元企業、地域をトータルにみられる行政、地域を誇りに思いマンパワーやアイデアを提供する市民(観光業者)……といった三者の連携は、観光地として生

きるには必須の条件だ。

観光地の生き方については、筆者も書籍で提言しており、ぜひ参考にさせていただきたいが、筆者が「地域経営の目」で見た小布施町には、観光地として不可欠な「おもてなしの心」や「プロ意識」が明確に存在していた。

以下、小布施の人づくり・地域づくりがどのように進められ、成果を上げていったかを紹介していこう。

80年代からの理念を実現した結果

小布施町の人口は、一九八〇年以來、一万一人台を推移している。出生率の減少にもかかわらず、小さな町が二十年以上も人口を維持している理由は転入者の多さによる。これは、住む町としての魅力の表れだろうか。就業別構成も全国で第一次産業のシェアが極端に減少する中、第一次が24%、第二次が32%、第三次が44%(二〇〇一年時点)とバランスが良い。主生産物だった米や野菜に代わり、近年ではすっかり果物(リンゴ、ブドウ、モモ、クリ)と花卉がブランドの特産物となった。観光客は、八九(平成元)年時点で四十三万人(年間)だったが、以降増加を続け、二〇〇〇(平成十二)年には八十三万人と倍増している(図表4-1)。

小布施町はもともと農業地帯。観光に力を入れたのではなく、小さな山間の町に豊かな文化や人を育てたいというシンプルな思いから「まちづくり」

がスタートし、次第に来訪者をもてなすようになった。

ビジョンの共有が「自治」を育てる

二十一世紀になり、ようやく総合計画の在り方が論じられ、策定プロセスに市民を巻き込むのが一般的になってきた。しかし、小布施町では二十年前から「市民が求める地域づくり」を当たり前のこととしている。八一年の第二次総合計画策定では、何よりコミュニティを大切にす市民像としての「町民憲章」を掲げ、五つの基本方針として住民参加の自治、町の資源を生かした産業活性化、美しいまちづくり、心の文化の育成、広域での役割分担、を示した。これらは当たり前のようで、今まさに全国各地が「心」を込めて実行しなければならぬ理念そのものだ。小布施では、これらを言葉だけに終わらせず、八〇年代から実行を通して形にしていたのである。

まず、「住民参加の自治」の実現化方策として、町は自治会より大きい九つの小学校区単位に「地域づくり懇談会」を設置。「自分たちのことは自分たちで考える場」と位置付け、最低毎年一回は懇談会ごとに行政との会合を持ち、コミュニケーションを図ってきた。懇談会が「自治」の中でも重要な役割を果たしたのが、第三次総合計画を策定した時だ。町は、地元組織長や議員から成る従来の審議会を計画の最終意思決定の場と位置付け、「21世紀を語る100人委員会」(学識経験者

図表4-1 観光施設等入り込み状況

(各年中4月1日～3月31日) 単位:人

年度	北斎館	高井鴻山記念館	日本のあかり博物館	岩松院	おぶせミュージアム おぶせ千曲館	フローラルガーデン おぶせ	千曲川 ハイウェイミュージアム	合計	備 考
平成1	230,388	63,632	53,524	82,500				430,044	
2	247,948	80,680	58,312	108,978				495,918	
3	278,913	90,437	56,940	120,380				546,670	H3 善光寺御開帳
4	267,546	62,056	54,584	102,563	23,249	42,342		552,340	H4 諏訪御柱祭
5	390,928	100,608	71,293	145,129	73,268	107,359		888,585	H5 上信越道「須坂長野東」インター開通
6	342,062	93,927	63,212	138,399	71,590	96,167		805,357	
7	337,704	92,341	60,241	158,861	66,898	99,184		815,229	H7 上信越道「信州中野」インター開通
8	340,255	95,931	56,176	166,798	87,268	78,392	24,109	848,929	
9	396,771	107,626	57,401	224,578	77,252	67,107	15,798	946,533	H9 善光寺御開帳、長野市新幹線「あさひ」開業
10	374,690	104,950	46,935	229,216	69,463	53,206	16,238	894,698	H10 第三回国際北京会議開催
11	361,597	99,194	38,094	219,947	67,640	59,224	20,245	865,941	
12	335,201	91,993	33,697	220,401	65,682	58,190	30,726	835,890	
(累計)	3,904,003	1,083,375	650,409	1,917,750	602,310	661,171	107,116		

資料:経済課、企画調整課

＋公募で選ばれた積極的に将来計画作りに参加する者)に、地域の将来をどうするか議論を委ねたのだった。委員会には福祉、環境、文化、産業、保健医療などの専門的な調査・研究をする専門部会も設けられた。八九年から九一年の計画完成までの三年間で、「1000人委員会」の全体会議は五回、テーマごとの専門部会は二十数回開催され、「まちづくり千人アンケート」や「中学生と町長の懇談会」なども実施された。八一年からコミュニティで議論を重ねていた「地域づくり懇談会」の意向も第三次総合計画には具体的に反映(施策化)させることができた。

後述するが、この第三次計画の実施時期に当たる九〇年代に、町内では多様な市民活動やボランティアが活発化し、地域ぐるみのまちづくりが集客力の面でも着実な成果を見せ始めた。そこで、〇一年からスタートした第四次総合計画の策定プロセスでも、1000人委員会に代わって「花さくテーブル懇談会」(約四十人)を組織し、他に「地域づくり懇談会」や「まちづくり千人アンケート」「小学校の作文募集」(応募百五件)、「町民提言募集」(庁内若手職員による「プロジェクト21」など)を実施。第三次計画の策定時以上に、市民が多様な形でビジョンづくりへ参加・意見表明できる機会を増やした。

小布施町では、行政と地元企業と多くの市民とが町の将来像を共有することで、まちづくりへの市民意識啓発を高め、意識啓発の高まりが行動す

る市民や産業者をつくり、結果的に自立した地域の営み(地域経営)に成功している……という好循環を創り出している。これより以下はそのプロセスである。

魅力ある地域文化が、振興や集客に

「まちの美しさ」を徹底的に追究

町の五つの基本方針の中でも、「美しいまちづくり」と「心の文化の育成」は、いろいろな施策・事業の根幹をなしてきた。国の補助金を得るに当たっても、箱モノを建てれば集客できるとの安易な発想は持たず、町は真に地域や人づくりに必要なものだけ(総合計画にのっとったものだけ)を選択してきた。これは、総合計画自体が、地域や市民の理論で描いた将来ビジョンとして、先に存在していたからできたことだ。特に町が力点を置いたのが、「核となる文化の育成」と「まちとしての魅力」景観づくりだった。以下に、その流れを整理するが、ビジョンの実現には一貫したテーマと取り組みの姿勢が重要なことがお伝えできるだろう。

◆七六年、葛飾北斎館の整備。北斎が残した肉筆画の散逸を防ぎ、価値ある作品を収蔵・公開する美術館として当時マスコミがこぞって報道。周辺のまちづくりと一体化し、今や全国屈指の美術館に成長。

◆八一年、第二次総合計画で「住む人の心を大

切にした歴史と文化のまち」を掲げる。

◆八四～八六年、北斎館の近くにあった栗菓子のお舗・小布施堂の提案により、ゾーン一帯を昔ながらの民家(大壁造り)に修景する事業を実施。八六年には、景観づくりの指針となる「環境デザイン協力基準」をつくり、企業や個人が修景や建て替えに協力した。北斎館と街並みとの相乗効果が生まれる。

◆八七年、国から「ホープ計画(地域住宅計画)」の助成を受ける。

◆八九年、協力基準に沿った住まいづくりの助言を開始。

◆九〇年、環境デザイン協力基準を盛り込んだ「うるおいのある美しいまちづくり条例」を制定。表彰制度を盛り込む。

◆九一年、美しいまちづくりの実現に著しく寄与している人への助成を開始。第三次総合計画の策定。

◆九二年、協力基準や条例を市民向けに分かりやすく解説した「住まいづくりマニュアル」や「広告物設置マニュアル」を発行。「生け垣づくり助成金交付要綱」(図表4-2)の制定により町内の緑化推進を図る。建築部門、広告物部門、生け垣・緑化部門別に「小布施景観賞」の表彰を実施。

◆九五年、「広告物の設置マニュアル」と併せ、「沿道景観保全に関する指導要綱」を制定。

◆九六年、市民に向けて景観づくりの指針としての「あかりづくりマニュアル」を発行。

図表4-2 小布施町生け垣づくり助成金交付要綱

(趣旨)	
第1条	この要綱は、小布施町うるおいのある美しいまちづくり条例施行規則(平成2年規則第5号)第9条第4号に規定する経費のうち生け垣づくりに係るものについて必要な事項を定めるものとする。
(助成の対象)	
第2条	助成の対象となる「生け垣」とは、次に掲げる要件を満たしているものをいう。 (1)住宅用地又は事業所用地の道路に面した部分の全部又は一部に新たに生け垣づくりをするものであること。 (2)生け垣の延長が3メートル以上であること。 (3)樹木の高さが0.5メートル以上であること。 (4)樹木の数が延長1メートル当たり2本以上であること。 (5)樹種は、イチイ、ツガ、サワラ、ヒバ等の常緑針葉樹及びイヌツゲ、ヒイラギモクセイ、キンモクセイ、西洋カナメモチ、マサキ、シラカシ等の常緑広葉樹並びにドウダンツツジ、ニシキギ等の落葉広葉樹であること。 (6)建築基準法(昭和25年法律第201号)の規定に基づく敷地後退部分の土地、及び道路が交わる角敷地における隅切り部分の土地並びに交通の障害になったり隣家の敷地に迷惑となるような植栽はしないこと。 (7)樹木が枯死した場合は、直ちに補植し原状を回復すること。また、植樹後5年間は伐採や移動をしないこと。
(助成金の額)	
第3条	助成金の額は、生け垣づくりに要する経費のうち樹木の購入に要する経費を対象とするものとする。ただし、助成金額のうち1,000円未満は切り捨てとする。 (1)既存のブロック塀等を取り除き新たに生け垣づくりをする場合 樹木購入経費の3分の2以内 限度額70,000円 (2)前号以外で新たに生け垣づくりをする場合 樹木購入経費の2分の1以内 限度額50,000円 2 助成金の交付は、1戸又は1事業所につき1回とする。
(補則)	
第4条	この要綱に定めるもののほか必要な事項は別に定める。 附則 この要綱は、平成4年9月1日から施行する。

◆九七年、長野県景観条例に基づく「景観形成住民協定」の指定を受けた地区の事業推進。

このように、小布施では景観をテーマとし、二十年間の不断の取り組みと意識啓発によって、小布施ならではの歴史・文化を反映した建物の様式統一、緑化推進、広告物や照明規制などを地域ぐるみで進めた。近年では、市民が自分の庭や生

け垣を来訪者に見てもらおうフラワー・ガーデンづくり(後述)や、「全町民を監視員」として町の美化に必要な啓発・指導・監視を市民が相互に行うという廃棄物不法投棄防止の動き、「ゴミ・ゼロ運動」の活発化など、まさに市民が誇りに思う美しい町が目に見えて実現している。これは、美しいまちづくりを理念とする景観づくりによって、市民への意識啓発が行き渡ったからだと考えてよ

いだろう。

生活と産業と観光を支える「花づくり」

前述したように歴史・文化を大切にしたい景観づくりが進められる一方で、町はまったく新しい「文化のコンセプト」も打ち出した。建物の様式の統一による街並みづくりにはお金もマンパワーも掛かり、強制力もないため、町民全員が参加するのは多少の無理がある。そこで、①美しい景観(歩いて回れる町)をつくる取り組みの一環②「心やさしい人づくり」の一環③新しい産業や観光の地域資源④新しい地域(コミュニティ)文化の創出——などの期待を込め、八〇年から市民の誰もが参加しやすい「花づくり」の活動を始めたのだ。

モデルとしたのは、フランスのFF運動(Fleur-la France)。八九年からは市民がフランスやイギリス、オランダ等を訪問する「ヨーロッパまちづくり研修訪問事業」を行い、二十万円／人の助成を実施した。ちょうど八九年には、政府が「ふるさと創生事業」としてすべての自治体に一律一億円を配布したため、小布施町ではこれをハード施設整備に使わず、欧州海外研修や「地域づくり懇談会」の活動など、人づくりの原資としたのだ。

市民たちは花づくりの技術だけでなく、花の文化が生活に定着した背景、街ぐるみで維持管理する手法、イベントによる集客、市民と行政の役割

分担任などを勉強し、花の町を創る魅力とともに継続する熱意の大切さを学んできた。市民たちは海外研修を、行きつ放しにせず、帰国後も、同期生、たちで勉強や活動を重ね、町や個人の庭の緑化・花づくりに取り組んだ。

以下、景観の取り組みと同様に「花のまちづくり」の経緯と、その成果を整理する。

◆八〇年、二十八の自治会に「町を美しくする事業推進委員会」を結成し、連合体としての協議会ができる。中学校に緑化部ができ、町別生徒会や老人クラブが一緒になった花壇づくりを開始。

◆八一年、第二次総合計画の中で、「自然景観と文化景観の調和」をまちづくりの柱に据えらるとともに、花の町のコンセプトが登場。

◆八六年、「環境デザイン協力基準」(前述)により、花壇や外構部の緑化推進を開始。

◆八九年、「ヨーロッパまちづくり研修制度」を創設。

◆九一年、第三次総合計画の中で、「外は皆のもの、内は自分のもの」というまちづくり理念を示す。基本方針「美しいまちづくり」の目標として、「花でまちを装う」「花で福祉の心を育てる」「花を町の産業に育てる」ことを打ち出した。

◆九二年、花の育成指導や情報発信機能を持った専門的な観光施設となる「フローラルガーデンおぶせ」を建設。

◆九四年、地区や沿道、公共施設、個人の庭など、市民と行政が一体となった地域ぐるみの花づく

くりが評価され、「農林水産大臣賞最優秀賞」「都市景観百選建設大臣賞」を受賞。

◆九七年、花苗生産供給施設としてのフラワースセンターが操業開始。

◆九九年、「第三回国際北京会議」で海外の来訪者から美しい花の町として評価。緑化推進運動功労者表彰として「内閣総理大臣賞」を受賞。

* * *

意識啓発の一つとして始めた町独自の「小布施景観賞」(建築、生け垣・緑化、広告物の三部門)は、今では市民の間ですっかりお馴染みになった。それだけではなく、毎年フラワーコンクールも催し、「花いっぱい」の地域「花いっぱい」の家庭「花壇コンクール」「畑のくる・道沿い・路傍」の四部門別に表彰を実施、町ぐるみでガーデニングを楽しんでいるのである。

どう生きるかの「地域経営」を実現

文化・教育・産業・観光・環境：が一体

恥ずかしいことだが、筆者も小布施という全国的に見られる建築的な街並み景観整備が先行しているイメージがあった。まず、ローカルな列車を降りて歩き始めて驚いたのが、花の多さ。シンボリックな道路の沿道や公共施設だけでなく、銀行や商店や民家も花で美しく飾られているのである。花の噂は聞いていたが、十年、二十年に及ぶ取り組みの軌跡、市民と行政とが目指す町像を

共有して行動を共にしてきた実績という、ホンモノの自治の存在を、すぐに感じる事ができた。そこで中心市街地だけでなく、郊外の農地まで足を延ばして歩いてみた。もちろん、農地まで足を延ばす観光客はいなかったが、驚いたのは、果樹園や畑の緑だけでも新緑で美しいのに、その農地の沿道(公共空間との境)にも花が並び、それが農地の随所で見られたことである。農業者がこまめに地域(コミュニティ)の景観に気遣うのは珍しい。全国百近くの自治体を訪れている筆者だが、小布施における市民の花の町に対する「誇り」には感動を覚えたほどだ。

ここでもう一つ紹介したいのが、「小布施オープン・ガーデン・ブック」。古川町の「タウントレイル」が英国からヒントを得たように、小布施のこの冊子も英国の「イエロー・ブック」からヒントを得ている。これは、市民個人や民間企業、公共施設が、観光客に「私たちの庭・花壇を一緒に楽しませよう……」と案内するもので、ブックの地図には花を観光できるすべての場所がプロット(ナンバリング)され、そこでの見所(花や樹木の種類、観賞時期、観賞の仕方)が、花づくりの主人公。たちによって丁寧に解説されている(8頁参照)。「Welcome to My Garden」のサインが玄関に下がっていけば個人の庭にも入れてもらえるという、全国で小布施にしかない実に楽しい取り組みである。当然、庭側の扉は閉めてプライベートには見えないが、そこまでしてでも個人の庭に来

訪者を招いたり、垣根越しに眺めてもらったり……という。おもてなしは、欧米文化(庭はセミ・パブリックというコンセプトが確立)の感覚であり、日本では真に心が豊かでない、なかなか実行できないだろう。

この冊子は、民間企業八十社で構成される文化観光協会が企業から協賛金を募って作っている。

マラトン珍道中

アテネに在る間にマラトンへ行くことと思っていたが、実現したのは帰国の前日だった。アテネは見所が多く、あつという間に時間が過ぎてしまったのだ。ところで、アレオス公園近くにあるはずのバス発着所を探すがひと仕事だった。観光政策があるのかと思うほど案内表示が少ない。

バスを待っている人に、マラトン行きの乗り場を聞いて、運転手に正午発を確認する。車掌が検札にくる。二・四〇分。一時間半で約三百円だから安い。マラソンの起源になったように、アテネから約四十キロだ。アテネ郊外からはのんびりした田舎の風景が広がる。

編集・印刷経費に二千万円掛けているだけの出来栄えだが、協賛企業自らが玄関や沿道を花で飾り、オープンガーデンの紹介に登場しているところが、また魅力である。

さらに、花づくりが小布施の新しい産業(苗の生産、切り花や鉢植え出荷、花の育成技術研究、技術指導等)としても定着し、観光産業でなく、産



ほかに日本人はいない。

マラトンは海辺の町だが、マラトンの戦いで犠牲になった兵士を祭った小高い塚とマラトン博物館は別々に離れた場所にある。初めに、広い扉で囲まれたアテネ軍の塚に詣でる。博物館とセットの入場券で三三〇。マラトンの戦いは紀元前四九〇年。アテネ軍一万とプラタイアの援軍千で、十一万のペルシャ大軍と戦って劇的な勝利を収めた。ペルシャ軍の戦死者六千四百人に對し、アテネ軍は百九十二人といわれる。予想外の大勝利だった。だから、伝令がアテネまで必死で走って勝利の報を伝えて息絶えたという伝説が残る、マラ

ソンの起源となった。草むした土盛りの塚に登ってみると、頂上にも石塔があり、戦場とおぼしき地平が広がった。農家の鶏の鳴き声が響いた。

オリブの実がこぼれている石のベンチで一休みした後、次は博物館へ行くことと、受付のおばあさんに場所を尋ねたが、英語が通せず、ゼスチャーから、見当をつけて歩いた方向は逆だった。村で唯一のマラトンホテルの経営者夫婦の説明もよく分からない。

結局、珍しく通りかかった観光客から「三〇分。先で、今日は午後三時閉館だからダメですよ」と教えられた。調査不足だった。婦りのバス停も来たときと違い、地元の人にクルマで案内してもらおう羽目になった。マラソンを走ったほど、疲れた一日だった。(JK)

業観光」として育ってきたことにも注目すべきだ。町には「フラワーセンター」という本格的な花の研究・生産施設があり、そこで種から発芽させた小さな苗を栽培農家に渡し(十七円/苗)、ある程度の大きさまで育ててもらった花を買い取って(五十五円/株)、市場に出荷する……という、センターを中心とした生産者と市場をつなぐローテーションのシステムが採られている。花卉農家はハウスによる栽培のため採算性が見込める上、年に三回の出荷が可能となり、土地生産性も上がっている。市場も生産者から良い花を安く購入でき一石二鳥だ。花の好きな一般市民も、お手軽にガーデニングの苗や資材を購入し、技術指導も受けられるというわけである。

小布施の自治に思う(まとめ)

農業で生きてきた小布施町のまちづくりが始まって二十年以上。心優しい市民と美しいまちをつくるために本格的に取り組んだ「景観づくり」は、具体的施策・事業として、①昔ながらの街並みを残すという動きと、②町中を緑化し、花でいっぱいにするという動きとに分かれて始まった。興味深いのは、建物にしても緑化にしても、条例化して約束したことが見事に実現されてきた……ということだ。その実現には、やはり総合計画(町のビジョン)策定段階から多くの市民を巻き込み、「将来の地域がどうあるべきか」を市民と行政とが共有し続けてきたことが大きく貢献

している。

地域の問題点や課題、将来のあるべき方向性を理解した市民たちは、行政のサポート(条例化、その運用としてのマニュアル、資金的な助成、勉強や活動の場づくり等)次第で、地域づくりに積極的に参加し、素晴らしいアイデアやパワーを発揮してくれることを小布施は教えてくれる。街並みと花による「景観づくり」の取り組みは、やがて市民の「自治」の意識を覚醒させ、美しい町を守るために住環境をどうするか(ごみ問題)、人づくりをどうするか(教育問題、NPO活動)へと次々に発展的展開を見るまでになった。

そして「花文化」の定着と同時に、新しい産業として花の生産に力を入れ、日本を代表する「花の町」として確固たるポジションを築いたことが何より素晴らしい。○一年九月に開催された「世界の人と花フェスタin北信濃」では、三日間で六万五千人が世界から集まったのが、その評価の表れだ。実は、「花いっぱい」という施策は全国どの自治体もやっけていて新しさを感ぜられない。しかし、小布施では、文化、まちづくり、教育、コミュニティ育成、人づくり、産業(農業・商業)、観光、環境……のすべてが花で一つになり、花を通して理想的な「地域経営」が展開されているのである。八〇年代前半に「花で生きる」決意(選択)をしたことと、その実行の長い道のりにエールを送りたくなる。「ふるさと創生事業」の一億円を花づくりの人材育成に投資したことが、二十年以上経ってこのような実りとなった。小布施はそ

春から秋まで花いっぱい。手作りのなごみの庭

② 中村よし子さん C-5

ところ/小布施町葉が丘2477-43 ☎026-247-4855

見ごろ/春と秋

観賞期間/春～秋まで(植え替えのため花の少ないときもあります)



名産の花木

樹木●ナナカマド、サツキ、ドウダンツツジ、ハナミズキ、ライラック、ツバキ、キンモクセイ、サルズベリ
 多年草●プリムラ、ミヤコウスレ、ホトトギス、オミナエシ、スズラン、オダマキ、キキョウ、シュウメイギク
 一年草●春/パンジー、ヒオラ、ワスレナグサ、ムラサキハナナ、プリムラ、マラコイデス、オキザリス、リムナンテス 夏～秋/インパチェンス、ジニア、ペチュニア、トレニア、コスモス、サルビア、ポーチュカ、バーベナ

メッセージ

苗木から育てたナナカマドやハナミズキ、ドウダンツツジなどがしっかりと根づき、花と実と紅葉が楽しめる手作りの庭です。花が中心で、狭い庭に四季折々の草花を育てています。春はパンジーやワスレナグサ、ムラサキハナナ、夏から秋にはインパチェンスやペチュニア、ジニアなどが咲きます。さし芽をしたり種をまき、苗を育てるのに試行錯誤の連続ですが、成長がとても楽しみです。質素な家ですが、花飾りをし、道ゆく人にも楽しんでもらおうにしています。見る人の気持ちを優しく和ませてくれる花に感謝し、心豊かに過ごしたいと願う日々です。

観賞ノート撮影日: 2002年 月 日



「小布施オープン・ガーデン・ブック」
解説文から「もてなしの心」が伝わってくる

んな「人づくりの大切さ」を伝えてくれる事例でもある。

「小さな町村がどう生きるか」は、地方分権や市町村合併の議論の渦中にある。小布施もそうした議論の波にもまれていくが、「おぶせ」という町のブランドを維持し、「おぶせ」として生きる強い気持ちに変わりはしない。だから、あえて「合併しない宣言」はせず、目下、財政難などの問題を正直に明確にししながら、「地域づくり懇談会」に真摯に「将来の生きる道」を投げ掛けているところだ。

市町村合併の是非を、ビジョンや実績が示せないままに「国主導の全国一律なやり方」だと、これまた一律に批判する自治体の方々の声も聞こえてくる。

しかし、これまでの行政運営として、小布施のような。市民と行政が築いてきた自治(地域がどう生きるかのブランド)を実行してきたのかを、もう一度、全国自治体が厳しく問い直してよいと思う。合併論議は、「自立の自負」の有無こそがスタートとなるのである。