今回の舞台

群馬県
利根郡 川湯村

地域クリエーターの履歴書

この企画は地域を導く人財“地域クリエーター”が形づくられる軌跡を明らかにすることを目的にしている。
『企業の将来はトップで99％が決まる』とは船井幸雄の言であるが、企業体と同様に、地域にもカリスマとも言える組織を導くリーダーが存在する。しかし、彼らの地域に対するあふれるような情熱と哲学を理解した上で、そのプロセスを分析したものはほとんどない。
本企画は各回で一人の地域クリエーターに焦点を当て、その原点に回帰することで彼らが成し遂げた地域活性化の真髄に迫る。

インタビュー/文 **杤尾 圭亮**
船井総研入社後、地域創造・活性化チームに志願し、創設に情熱を注ぐ。現在は、地域再生行脚100を実践し、成功事例を求めて全国を渡り歩く武者修行中。その成功ノウハウの定着・浸透の手法には定評がある。
連絡先：keisuke.tochio@funaisoken.co.jp

農業（原点継承）と観光（革新）で、村を活性化

CREATER'S PROFILE　No.4

氏名	職業
せき　きよし 関　清	川場村　村長
	出身地 群馬県 利根郡川場村

年代	出　来　事
1935.04.19	群馬県　利根郡　川場村に生まれる
	この頃、極貧生活を経験する
1951.03	川場村中学校を卒業
	金銭的な問題から教師の夢をあきらめ、大工業を継ぐことにする
1981.	カナダへの視察で感銘を受ける
1985.05	川場村商工会長に任命される
1987.04	村議会議員に当選する
	（この時に経営の第一線を退く）
1995.05	川場村議会副議長に任命される
1999.05	川場村議会議長に任命される
2002.07	利根郡町村議長会長に任命される
2003.04	川場村長に当選

群馬県利根郡川場村、日本でも有数の水源“尾瀬”をその後背に抱えると聞けば、その自然の美しさは想像に難くない。今回、焦点をあてるクリエーターは、この川場村の村長である“関　清氏”である。川場村の魅力といえば、なんと言ってもその田園風景である。練馬ＩＣから90分ほど車を走らせれば着いてしまうこの地には、尾瀬の水源を利用した昔ながらの田園風景が今も広がっており、人々の心を和ませている。しかし、川場村がこの田園風景のみで地域活性化に成功したと考えてはならない。現在でこそ多くの人を集めることで有名な川場村であるが、時間を1971年まで遡ればその数はたった8000人。この数を65万人／年（2003年現在）にまで押し上げた要因は、関東随一の人気を誇る道の駅「田園プラザ」であり、一年間の客室稼動率が80％近い「世田谷区民健康村」などの優れた施策の企画・実施にある。現在の村長である関氏は自らがまだ村議会議員である当時からこれらの施策に深く関わり、常にサポートしてきた。今回は、同氏に焦点をあて、政策を成功に導くリーダーシップの特徴とそのリーダーシップの原点に迫る。

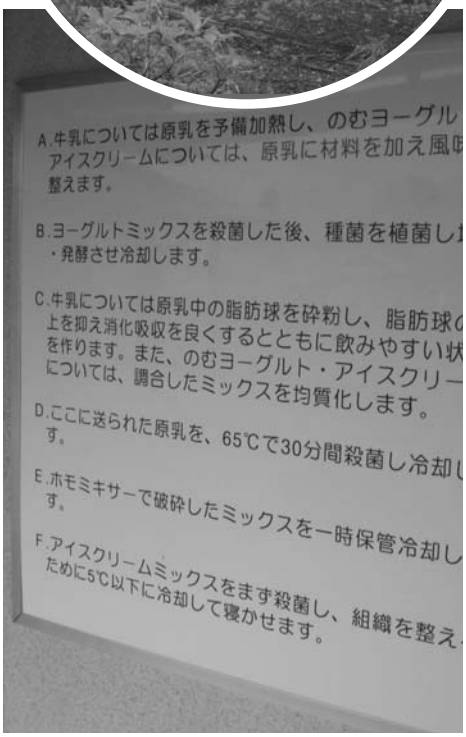
成功の秘訣「原点の継承」は時流との出会いにアリ！！

関氏の施策は、道の駅「田園プラザ」、「世田谷区民健康村事業」、いずれにしても「田園風景」に代表される田舎の良さを全面に押し出して商品化し人を呼び込むことである。関氏の話を聞き進むと、これらの施策の原点である「田園風景」は長年にわたり継承され、磨かれてきたことに気付く。しかし多くの自治体のトップが、独自色を出そうと無理な政策を掲げる現在において、関氏のように先人が徐々に作り上げたビジョンの原点を継承しようとする姿勢は珍しい。関氏の原点を継承させ続けたもの、そこには海外で感じた時流との出会いがあった。

栃尾 20年以上にわたり成長し続ける村づくりの秘訣はいったいどこにあるのでしょうか。

関氏 村づくりそのものは私だけの力で短期間に行われたものではありません。もちろん、現在の村づくりの方針となっ

▲世田谷区との共同事業「健康村」



▲関東屈指の人気を誇る道の駅『田園プラザ』

ている平成17年度の総合計画のように次世代リーダー候補が知恵を絞って作り出したものもあり、彼らの力なくして現在の村はありません。ただ、どのような施策を策定・実施する場合でも「原点の継承」には注意しています。私の言う原点とは、20年以上前に提唱された「農業と観光」というコンセプトです。

世田谷区との共同事業も、道の駅もこの地域だけに残された「田園風景」をベースに成り立っています。この「田園風景」そのものも長年の地域整備によって初めて実現したものです。そこまでして作り上げた農業風景を元にして、道の駅も世田谷の皆さんがリフレッシュしに来る「健康村」も成り立っています。決して観光が前面に押し出されるわけではなく、農業の上に観光が成り立つ。ここに我々の原点があります。

栃尾 しかし20年以上にわたり原点を継承することは、並大抵のことではありません。そこまで強い継承への思いはどのように生まれるのでしょうか。

関氏 理由を挙げるとすれば、それはおそらく非常に大きなショックを受けたことにあったのだと思います。そもそも私自身が現在継承され続けるコンセプトに出会い、また形作られる過程に参加した一人なのです。

話は1980年にまで遡ります。バブルが始まろうとしていた当時、村でもスキー場の建設計画が持ち上がりました。そこで当時商工会副会長であった私を含み使節団は、スキーリゾートでは世界屈指のウィスラー、バンスに視察に行くことになりました。地方の開発は近代的な旅館・ビルの建設が最善の策であり、田舎らしさを残すことなど考えられない時代に出会ったウィスラー。そこにはネオンなど一切ないにもかかわらず、世界各国から観光客が殺到していました。彼らを魅きつけて止まないもの、それが自然ありのままの姿であったと知ったときは大変驚きました。おそらく私はここで世界の潮流が、田舎らしさを残すことに傾きつつあることを漠然と感じたのでしょう。また我々は帰国後、今度は人気を博しつつあった湯布院を視察し、我々が漠然と感じていた感覚が確実に日本にも訪れつつあることを確信しました。

おそらく、このように強いショックによって「農業と観光」が形作られたからこそ、今でもそれは私の中で継承すべきものとなっているのだと思います。

憤が地域への思いに変わる瞬間

価値観との出会い自体が20年以上前の話であるとすれば、関氏はすでにそれ以上の長きにわたり常に村づくりを意識していたことになる。ではその原点とはどこにあるのだろうか。そこには船井総研でいうところの、“憤”との出会い、それを地域への思いへと変える“神輿”との出会いがあった。

栃尾 船井総研では、突き動かされる人間は大抵の場合、過去に大きな“憤”をもっていると言われ、また多くの地域クリエーターもそのような憤を持つ場合がありますが、村長の場合もそのような憤が原動力となっているのでしょうか。

関氏 難しい質問ですが、答えは半分半分というところでしょうか。私は学歴、というか学習歴に対して非常に大きなコンプレックスを持っています。私が中学生当時、家の生活は生活保護を受けるギリギリのラインにまで追い詰められていました。私は成績も悪くなかったので、教師になろうと考えていたのですが、金銭的な理由でその夢を断たれ、結局は親の仕事である大工を継がなければいけなくなりました。この時の怒りに似た悔しさは今でも覚えていますし、学校に行けなかったというコンプレックスは今でも完全に消えたわけでありません。しかし同時に、大工という仕事を通じて絶対に成功したいという強固な意志が生まれたことも確かです。私の会社がいくばくか成長し、私自身が今ここにいる理由を問うならば、おそらくこの当時に感じた怒りが果たした役割は非常に大きいでしょうね。

しかし地域への思いを強く感じた瞬間はまた別にあります。会社が成長し年齢を重ねると、徐々に地域の役回りが大きくなります。村議会議員をしているときのことでしたが、神輿を修復しようという話が挙がりました。このとき私は予算がかさむために、自分が設計し自分の地域の大工でつくるという手法をとりました。自分の会社ですべてを請け負うことも出来たのですが、地域の大工を動員して神輿を作ったのです。動機はそれほど確固としたものではありませんでした。しかし結果として完成した神輿は地域の伝統を凝縮したものであり、何十年、何百年もその姿を残し続けます。神輿が完成し、それを実感したころから、より地域への思いが鮮明になったのではないでしょうか。

地域の進むべき道
原点の経書の先にあるもの

憤を原動力に人として成長し、神輿との出会いによって地域への思いを覚醒させた関氏。それでは原点を継承し続ける先に見える川場村の未来とはどのようなものであろうか。そこには、原点を継承しつつ、革新されることで都市に向かって強く価値観を発信するという、力強い地域の姿があった。

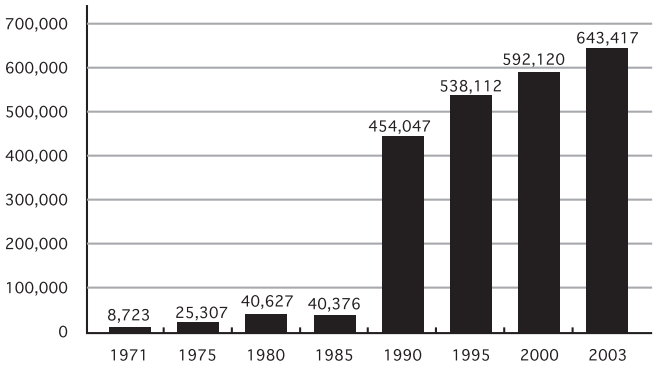
栃尾 それでは最後に、村長が原点を守り続けることで目指す地域の姿をできるだけ具体的な姿でお伝え下さい。

関氏 まず、すでに申し上げた原点の継承、これをはずすことはできません。しかし、原点に立った上でこれまでの施策を組み合わせる必要性は非常に高いと感じています。

たとえば、「農業と観光」というコンセプトにおいて農業を強く掲げるとするならば、川場村の農業産品はよりブランド化され、都会へとのその価値を発信する必要があります。しかし数量の少ない産品では、その他のブランドと市場で競争することは難しいと言われてきました。

しかし限られた市場では勝負ではどうでしょうか。例えば、世田谷区という80万人の市場。実は世田谷区との健康村事業ではすでに宿泊区民数は延べ120万人に達しています。この数は実際の区民数80万人の1.5倍に当ります。この人たちに例えば、「田園プラザ」というチャンネルによって区への穀物、フルーツを限定的に販売するという方策をとることができるでしょう。実際に既に、世田谷区に限定したアンテナショップの試みもスタートしています。

【川場村の観光客数推移】



今後はこのように、より“農”に力を入れ、都会にない価値観によって人を魅きつけられる地域に成長していきたいと考えています。

【まとめ】

川場村での村長をはじめ多くのリーダー候補へのヒアリングからは、地域に眠る資源の力というよりも、その地域の原点を見つけ・磨き・継承する人的資源が重要な役割を果たすという結論を導き出すことができる。地域を囲む条件は非常に様々であり、処方箋は定まらない。しかしだからこそ無限の可能性を持つ。

地域おこしは、よそ者、若者、ばか者によってなされるという。しかし川場村の姿は、地域に住む人間もまた十分に、よそ者（異なる価値観に触れ吸収する）、若者（憤による原動力を持ち続ける）、若者（地域の素晴らしさに出会い情熱をもつ）、である地域クリエーターになれる可能性があることを提示しているのではないだろうか。