GCI
Green Creative Inabe

三重県いなべ市

にぎわいの森ストーリー

Inabe Hütte【いなべヒュッテ】

プロデューサー資料

石黒靖敏コンサルティングアソシエイツ事務所

どこか、山岳都市のイメージを抱かせる街、いなべ。写真は西に藤原岳を望み、
桑名市とを結ぶ軽便鉄道・阿下喜駅。皆の希望を乗せた始発駅。安堵で迎える終着駅なのだろう。
まさにプロジェクトがこの街から始まる。

はじまりは、市長との出会い

旧員弁郡の4つの町が合併して、三重県いなべ市となりました。当時より現在までいなべ市長である日沖市長から、平成31年には、新たないなべ庁舎が出来上がる。しかし単に新庁舎の建物が出来るだけではなく、いなべのこれからの、まちづくりとなれるよう新庁舎建設を位置付けたい。これからのまちづくりのお手伝い、プロデュースをお願いしたいとのお話を頂きました。その後、市長には、市役所内での市長直轄の組織横断的プロジェクトチームを作って頂き、新庁舎建設まちづくりプロジェクトがスタートしました。

そこでプロジェクトチームに対して、市の南側には桑名市、四日市市、そして車で1時間圏内にある名古屋市、東西には鈴鹿山脈、木曽山地、北には伊吹山、関ヶ原を控え、田畑、森が拡がるいなべ市にあっていなべの人々は、南側の都市に吸引される。(就学、就職を機に、いなべ市を離れ、他都市に暮らす)いなべの田畑、森は逆に南側の都市のバックヤードとしてその姿を変えていく。(工場建設、就労者増、それに伴うロードサイド大型店の開業等)こうした都市の性格を形作る、いなべ市の地理、交通、産業、人的要件を否定的に捉えるのではなく、まちづくりの核心である人づくりから見たコンセプト・理念を提示させて頂きました。

自らの暮らしと仕事と地域がひとつになる。仕事が生業になる。暮らしが土着する。
それは素敵な生き方のひとつ。地方への移住は、仕事の有無。
しかも、働きがいを自らで作る生業が不可欠なのでは…。

コンセプトは生業・土着・ローカルセンス
まちづくり理念はGCI

資本主義社会の中で、私達の暮らしを俯瞰すれば、生産性（投資回収率）の高い地を移動する（転勤）働き方があります。一方、自らの裁量とセンスと身体を使い、地域と関わりの深い形でモノ、コトを生産する働き方にやりがいを感じる労働観を持つ人々もいます。その労働観を持つ人々は仕事に自らの生き方を重ね合わせている故、自由、自在です。こうした人々は、仕事が人生的である故、仕事とそれ以外の生活の境目が無い程、仕事に打ち込み、自らのスキルやセンスを磨きます。これを生業といいます。生業人は地域の環境、資源、来歴、仕事、暮らしが一体化しています。これを土着化と言います。本来、地域と関わりの無い資本主義の本質とは異なる形で、生業と土着化に着目し、それが実現出来る可能性の高さをローカルに求める。こうした人々の着想のセンスをローカルセンスと名付けました。いなべ市のまちづくりは、人づくりを切り口としています。ローカルセンスといなべ市で土着化する生業人は固有故、彼らの活動自体がいなべの風土と来歴を新たに創造し、いなべのみの特色を作ることとなります。いなべで土着化する生業人の活動の総体を、いなべの自然を資源とすべく新たな価値を創造する意とし、GCI（グリーンクリエイティブいなべ）と名付けました。まちづくり理念としました。

実績が伴う食のトップランナー達(写真は一部)、彼らの店がオープンする。
とりわけ、泓(ふち)さん(写真右上)は名古屋のフレンチビストロ「FUCHITEI」オーナーシェフ。
この店をたたんでまで、家族といなべに移住する。

ポイントは生業人との出会い

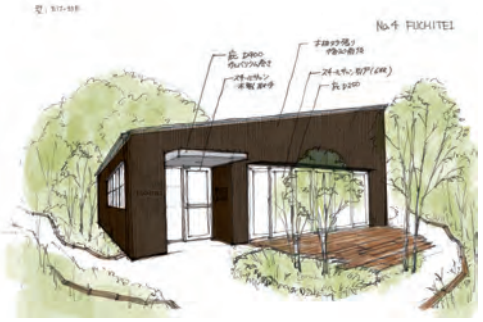
いなべ市新庁舎建設に伴い、同一敷地内に残す森の中に、農場と小径、小屋(ヒュッテ)群を作る。このヒュッテは食に関わり、なかなか予約が取れないレストランや、売り切れの場合が多々あり坪当売上がトップクラスであるスウィーツやパン等、一般の評価だけではなく、同業者の中でも評価の高い大都市圏のトップランナーの店とする。トップランナー達の店は、新たに出店するだけではなく、オーナー等がいなべに移住する地縁店を目指す。これらの店は雇用により、新たな生業人を地域に育む。いなべの農、生産者と繋がる。いなべの他地域の人のハブとなる。等の目標を設けました。ローカル故、マーケットの面から見れば、これらの店のいなべ市への出店はなかなか、難易度の高い設定ですが、都市と比べ人材の少なさが否めない地方、ローカルにあって、人づくりを切り口とするまちづくりにおいては乗り越える大きなポイントです。幸いにして市長の理解の元、ローカルセンスを共有し、私が作ろうとする世界観や意味に彼ら生業人のトップランナー達が共鳴し、希望を見出し名古屋、大阪のフードブティック、カフェ、パン、スウィーツ、フレンチ、農場経営のオーナー達がいなべ当該地に出店します。にぎわいの森とは市長の命名によります。にぎわいの森とは、店が出来る、その店は来街、観光効果があるという事以上に生業人がいなべに移住し、土着化する。それをモデルとしつつ、ローカルセンスある人々の交流がにぎわう様を示しています。

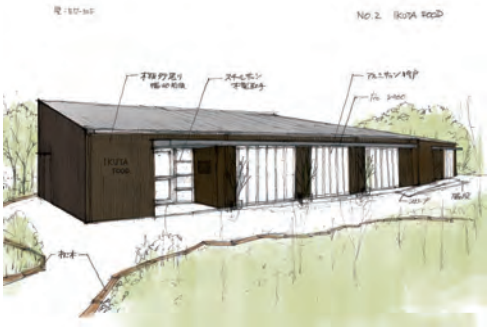
さらに拡がる、人と人とのつながり。新たな切り口やオリジナリティーを求めている、
都市の流通小売業。彼らとのプロジェクト連携も、すでに始まり、継続している。
これは、都市と地方を、いなべ域内だけでなくつなげる試み。

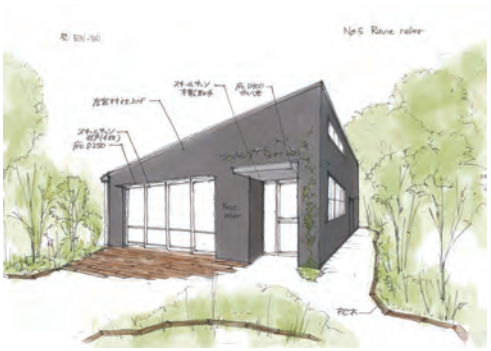
つながる人と人

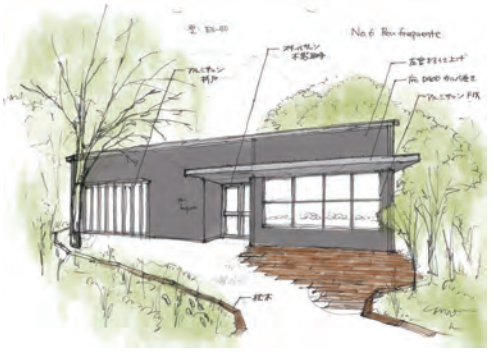
いなべ市内には、代々篤農家と言われる人々がいます。また名古屋から生業人を目指しいなべ市に移住し、土づくりに始まり独自の考え方で農業を営む人々もいます。彼らの作る真摯な農産品と先の名古屋、大阪のトップランナー達のスキルやセンスが組み合わされると、どうなるでしょうか。自らの考えと身体で作った農の物々（材）が人々の一層の評価を伴い、いなべの食の産品（財）へと変わり、それを多くの人々がいなべ市内で見ることが出来る、体験、食べることが出来る。これは農の生産者にとって大きな励み、働き甲斐を伴い、彼らもまた生業人になっていくことを意味しています。いなべの農と食が新たにつながり、人と人の出会いが希望へとつながることとなれるよう、プロジェクト発生直後より、つながる活動を現在まで続けています。にぎわいの森は、いなべ市内の他地域を結ぶハブでもあります。ハブとは、ある考え方を共有する人々が、つながる往来する様だと考えます。にぎわいの森、当該地の近くには、昭和レトロな雰囲気を持つ旧い商店街が残っています。そこには生業人の精神を共有し、街に溶け込み起業した暮らしの雑貨店、食堂、ギャラリーがあります。にぎわいの森のオープンに先駆け名古屋からの家族移住やUターンする人達が起業しました。独自の人のネットワークを拡げ、土着化する、これからの生業人達です。また、にぎわいの森敷地内にはワイン用の葡萄農園もオープンします。それに先駆け、いなべ市内の他地域にフランボワーズ（木苺）の農園もオープンします。これらもつながる活動とハブ機能の例です。いなべ市では、ローカルセンスな人々によるGCI（グリーンクリエイティブいなべ）活動が土着、生業人のつながりとなり、すでに形となって拡がっています。

ヒュッテとはドイツ語で小屋、山小屋の意。山岳都市いなべの解釈。店群は右上から時計回りで小径づたいに展開。
No.4「FUCHITEI」左はピクニックゾーン。右はブドウ農園とつづく。









にぎわいの森紀行
いなべヒュッテ（小屋）

いなべ市は、鈴鹿山脈の麓のまち、三重県最北部のまちです。この地にオープンするにぎわいの森（平成31年5月）は元々、木々の繁る森であり、新庁舎と同じ敷地内の南側にあります。いなべの特産である蕎麦畑に囲まれた駐車場から、にぎわいの森に向かい、時計周りで森の小径を散策します。まず目に入るのが、細いピッチの黒色の木材が縦に走り、森の木々を象徴する外壁を持つ倉庫のような建物です。時と共に変化する素材感をデザインしました。店内は誰もがその商品編集力やイメージを評価する名古屋のフードブティックの「キッチュ エ ビオ いなべ」と「カフェロブいなべ」です。この前を更に進むと小径の右側には、小径から引き込まれるように2つ目のヒュッテ、パン屋さんが見えます。入口左側にはトトロの森に出てくるような大木がありましたが、台風（H30・9）で倒れてしまいました。がしかし、大木が復元出来るよう新たに植栽しました。店の前では木々に囲まれ食べられるスペースが設けてあります。このパン屋さんとは名古屋人気No.1であり、他店の人々が舌を巻くスキルと飾らない実直な姿勢を持つ「プーフレカンテ」こと「魔法のぱん」です。店の外観は先の木に対していなべの特産である山から取れる石灰岩、セメントからヒントを得た素材を見せるデザインとしました。（実はその山はにぎわいの森前方に見えます。ハウルの城のような工場も見えます）この店を出て小径沿いにはパン屋さんと同じ外観でも窓のデザインや素材の異なるスウィーツ屋さんが目に入ってきます。この3つ目のヒュッテ、スウィーツ屋さんは今や大阪を超えて全国にファンを持ち、東京の某百貨店ではNo.1の催事売上を上げる「ラヴィルリエ」こと「R26」です。更に小径沿いを歩くと、左手はピクニックの出来る森、右手奥には葡萄畑が続く砂利道と細くて黒い木材の外壁を持つ4つ目のヒュッテが現れます。この店は、まさに料理に対する姿勢が生業人であり名古屋のフレンチビストロNo.1とも言える「フチティ」です。オーナー家族はいなべに移住し、まさに土着化します。フチティから見える葡萄畑は、農の6次化に先駆けてトライしている常滑の農園主がいなべワインとして販売する予定です。また森は木々の緑の濃淡や色目の違いを楽しめるよう計画し小径沿いや店前では渋く花を付ける地場植物を計画しました。どの店もアクトリーが内装デザインテーマであり、森が楽しめるよう前庭を設け、お茶が出来たり、食べれたりと寛げるようデザインしました。またここを使ってプチイベントやワークショップも行う予定です。こうして4つのヒュッテ（店の数は5店舗）をぐるりと回ると程良い距離を感じられるような長さになっています。約300m強に拡がる心のショートトリップな小宇宙です。どうです。歩いている情景や楽しんでいる姿が浮かんできましたか。その姿が浮かぶと、とてもうれしいです。