

自己表現こそが地域活性化 ～得意を集めて魅力的なまちづくり～



トミーズ・BASEcafe

代表 陣 野 真 理

1985年 長崎県諫早市生まれ
2005年 九州大学芸術工学部入学
2010年 諫早にUターンし実家を継ぐ
2014年～ 諫早グルメフェスティバル代表
2018年～ ながさき黄金プロジェクト代表
2019年～ BASEcafeオープン

はじめに

私がUターンをしたきっかけは、親からもらった一本の電話「もう店を畳もうと思う」というその一言でした。私の実家は1981年創業のトミーズというハンバーガーショップを経営しています。その時私は、就職活動もろくにせず大学を卒業。そのままフリーター生活をしている中、どうせ自由になんでも出来るのならやりたい事をやろうと、四国のお遍路参りの旅をしている最中でした。これまで、何不自由なく生活できていたのは、両親が飲食店を営んでいたこと、そしてその飲食店に長年、地元の方がお客様としてご来店いただいていたお陰だと感じました。そこで、このお遍路が終わったらすぐに実家に帰省し、お店をもう一度再建するとともに、これまで支えてくださった地域の方々への恩返しができるような取り組みをしていきたいと強く思いました。



お遍路のワンシーン
40日で1,200km

まずは自店の再建から

帰省してからまず行なったのはもちろん自店の再建からでした。帰ってきてまず愕然としたのは商店街の人通りの少なさでした。大学生の頃もちょうくちよく帰ってきてはいたのですが、その

時見た光景と、いざそこで商売をしようと思って見た光景とでは全く違った風景にうつりました。「これまでのように商店街のお客様や、近隣の方をターゲットにしている店は持たない」と思い、商圈を広げ、チラシや、広告宣伝方法を一新し、店舗を改装、もちろんかなりきつい時期もありましたが、2年ほどで客足が戻ってきました。自店を再建していく中、自店のみが成長したとしても、このまま商店街が衰退し、さらに地域経済が衰退して行ったのでは長期的に成長していくことは難しいだろうと同時に感じていました。その一方で、閉店間際に追い込まれた自店を復活させることが出来たことは自信に繋がっており、目標を見据え行動をしていけば、商店街や、町全体も新たな顧客を掴み、また復活していくことができると感じていました。



トミーズで働いている姿



トミーズの店内

諫早グルメフェスティバルの立ち上げ

何か地域を盛り上げることはできないだろうか？そんなことを考えながら過ごしていく中で「諫早って特に何もないよね」という言葉をよく耳にしていました。その言葉を聞いたたびに、諫早には沢山のいいお店、いい食材があるにもかかわらず、それをこの地域の魅力として感じられていないということを悔しく思うとともに、飲食店側もそれを発信する努力が足りていないと感じました。地域を活性化させる為には、まず今この地域に住んでいる人たちに、今ある魅力を再認識してもらうところから始まるのではないかと感じ、諫早の飲食店が諫早の食材を使って美味しいものを提供するイベントを立ち上げました。初年度から約30店舗、来場者数15,000人という結果で地域の方々に求められていたイベントなんだと確信しました。昨年はグルメ店舗40店、雑貨店舗35店、来場者数



諫早グルメフェスティバル風景

30,000人という諫早最大の食の祭典へと成長、開催日当日の経済効果は1,000万円に達します。参加される市民の方々にも「諫早ってこんなに魅力的な食材があるんですね」「諫早の個人店ってこんなに魅力的で元気があるんですね」という嬉しいお声を沢山頂きました。その効果もあってか、初開催より7年がたった今、中心市街地に同世代の飲食店の出店が十数店舗相次ぎ、新たな賑わいを見せています。

自己表現の場を作ることこそが地域活性化

このイベントを開催している中ですごく印象的だったのが、ある飲食店さんから頂いた「自分の作る食によってこれだけのお客様を呼べた事が嬉しい」という言葉でした。その時、地方の活性化に大切なことはこれだ！と感じました。この言葉を言い換えると「自分の得意なことを認めてもらえるのは嬉しい」ということだと思います。地方と都会との違いを考えた時、その1番の違いは「地方には自己実現、自己表現の機会が少ない」と感じています。その自己実現、自己表現の場を提供していくことで、市民の方々の街への参加意識が芽生え、街がもっと身近で魅力的になっていくのではないかと考えるようになりました。そこで「商店街×得意なこと」をテーマに、商店街で表現の場を作る取り組みを始めました。具体的に言うと、地域内で「何かイベントをやりたい」とか「得意なことをみんなに見て欲しい」を商店街に集めてイベントとして表現していく取り組みです。商店街とはお店の集まりで買い物をする場であると同時に、今でも市民の生活の中心であると感じています。その商店街で市民の方々が主催者側としてイベントに参加していくことで、街に対する当事者意識や、愛着が湧いてくるものと考えました。またこの取り組みでは対象を子供達中心に行なっています。と言うのも地元の商店街に小さい時からなじみを持ってもらうことで継続的な集客と、まちづくりの次世代の育成につながると考えたからです。

●アエルものづくり教室

クラフト作家さんと一緒に作りあげるイベント。クラフト作家さんと子供達を繋いで、夏休みの工作の宿題を商店街で終わらせよう！と言う親御さんにも大変喜ばれるもの。7回目開催の昨年は700人以上の親子連れが参加。



ものづくり教室
1日で700人の親子連れが参加

●綱引き大会

街と接点を持ちたいと言う学童保育さんと組んだイベント。子供たちに商店街で何をしてみたいか聞いたところ「人歩いてないし、長い商店街だし、みんなで並んで綱引きやりたい!」との意見から開催を決定。当日は6つの学童保育と100人の児童、またその保護者が応援に集まり大いに賑わった。



綱引き大会

●落書き大会

これも学童保育さんと組んだイベント。再開発のため取り壊しになるビルをみた子供達が「このビルに落書きしたい!」との声から開催。これも学童保育の生徒100人が集まり好き勝手にビル全体に落書き。取り壊しになるビル、そしてそこからまた立ち上がっていくビルを体験してもらうことで変わりゆく街の真ん中に参加していることを感じてもらい街に愛着を持ってもらう。再開発ビルのグランドオープン時にはこの落書き大会に参加した100人の児童に参加してもらい総勢100人のテープカットを行う予定。



落書き大会
汚れも気にせず思いっきり落書き

●アエル農園プロジェクト

諫早農業高校、馬鈴薯研究所、ジャガイモ農家、商店街、学童保育がタッグを組んで行なった商店街に農園を作るプロジェクト。2017年に一般栽培が始まったばかりの「ながさき黄金」と言うジャガイモを栽培し、収穫、調理しみんなで食べるイベント。農業高校の生徒さんたちは普段勉強していることを地域に生かすことができ、研究所や、農家さんは新たに街との接点ができるきっかけに。商店街はそれらをつなぐ場としてのアピールができた。ちなみにジャガイモはほとんど育たず、、笑



アエル農園
育成後全員でジャガイモを食べました

この他、ここには書ききれないまだまだ沢山の取り組みも行いながら、買い物だけじゃない商店街を積極的にアピール。イベントスペースとしての商店街のあり方を新たに提案、発信していくことで、様々な団体の方にイベントスペースとして利用していただく機会が増えてきました。

ながさき黄金プロジェクト

商店街と地域の得意をつなげていく活動をやっている中で、では諫早全体としての得意なことはなんだろう？と考えるようになりました。「得意なこと」つまり「他地域と差別化をはかれること」はなんだろう？ということです。その考えの中で以下の2点が諫早の差別化ポイントではないだろうか？と考えました。

1. 人口が多い

諫早市は九州内で12番目の人口規模

2. 地域内に商業、工業、農業のどれもが存在している

どれか一つが得意な地域は沢山あるが、どれもが存在している地域はなかなかない

これらを考えていくと、諫早の強みは6次産業化の取り組みにあるのではないかと考えるようになりました。生産者と企業がタッグを組み製品を開発、そのテストマーケティングを地域内で行うことができる。これだけのことを諫早の中だけで行えるのは強みと言えるのではないかと考えました。そこで先にも触れた2017年より栽培が始まったばかりのながさき黄金というジャガイモを使って焼酎を作るプロジェクトを始めました。資金は市民の方からクラウドファンディング形式で集めました。約150万円の資金が口伝いに集まり、2019年春に完成、来年の販売に向けて取り組んでいる最中です。味は大変好評で、ながさき黄金独特のナッツのような香りと甘みが表現されたまるで洋酒のような焼酎が完成しました。今後はながさき黄金や焼酎に限らず、いろいろな農産物と企業をつなげ、新たな製品を作り全国展開していく取り組みを加速させていきたいと考えています。



ながさき黄金プロジェクト収穫風景



完成したながさき黄金焼酎



全国に広めるため動画も撮影

これまでの取り組みと自身の商売を繋げる

これらの活動を行いながら、2019年10月2店舗目となるBASEcafeというカフェをオープンさせました。これまでの取り組みを通して感じていたことは、新たな特産品を作ったとしてもそれを販売してくれるところが諫早には少ないということです。これでは新たな製品を作ろうという取り組みが加速されないだろうなと感じました。また、イベント等、この地域を継続して盛り上げていこうと考えている時に、やはり拠点となる場所が必要になってくるだろうということも考えました。さらに、これまでの地域活性化の取り組みと、自身の商売がリンクしていないことにエネルギーが分散してしまうのが悩みでもありました。食事はもちろんのこと、長崎県内の魅力的な商品を集めて販売。またそこで出会った方や、生産品をつながながら新たな製品の開発を継続してやっていきたいと考えています。



2019年10月オープン BASEcafe

コロナ禍での取り組み

現在、「新型コロナによって社会が大きく変わろうとしています」と誰もがいます。しかしながら私はそうは思っていません。例えば、テイクアウトやデリバリーの増加、リモートワーク、通信販売事業の拡大等々はこれまでも取り組んでいかななくてはならないと言われてきたものです。それらがコロナ禍で加速されているのではないかと感じています。そんな中、新たなサービスを始めました。その名も「まちのごはん」。新型コロナによって客足が遠のき苦勞している飲食店と、ポスティング業者を繋ぎ、デリバリーを支援していくプロジェクトです。まだ始めたばかりのサービスでこれから育てていかなくてはなりませんが、今回の新型コロナによる外出自粛のみならず、高齢化社会の問題として言われている買い物難民や、商店街の売り上げ確保等、これから必ず必要となるサービスだと考えています。

4/19 9:00 OPEN

わが街、諫早で人気のお店が勢ぞろい！お好みのお店をデリバリーしよう！

0120-014950 10:00~20:00

ご注文はすべてお電話から

1,500円以上のご注文から配達いたします！

◎お支払い：現金のみ取り扱っております。
◎ご注文から30分程度でお届けいたしますが、少々お時間をいただく場合がございます。
◎事前のご予約をおすすめいたします。

DELIVERY MENU MACHI NO GOHAN

店名	品名	価格
まちなごはん	お弁当(お肉)	¥1,300
	お弁当(お魚)	¥2,600
	お弁当(お肉)	¥3,900
館場いぶき地	お弁当(お肉)	¥1,300
	お弁当(お魚)	¥2,600
心込地★いぶき地	お弁当(お肉)	¥1,300
	お弁当(お魚)	¥2,600
やぶがき	お弁当(お肉)	¥1,300
	お弁当(お魚)	¥1,300
ピストロベジ	お弁当(お肉)	¥1,300
	お弁当(お魚)	¥1,500
ベースカフェ	お弁当(お肉)	¥1,950
	お弁当(お魚)	¥1,950
竹野鮮魚店	お弁当(お肉)	¥1,300
	お弁当(お魚)	¥2,600
bar-be	お弁当(お肉)	¥2,600
	お弁当(お魚)	¥1,300

まちのごはん第一弾チラシ

今後の展開

これからも地域内の魅力的な食材と企業をつなげていながら新たな製品の開発や魅力の発信を継続して行なっていきたいと考えています。その時々が必要とされるサービスやイベントを様々な企業と組みながら提供していければと考えています。また、市内には、進学校、農業高校、商業高校など多種多様な高校に、大学と学生の多い街でもあります。現在は、これまでのイベントやプロジェクトの経験を生かして、地元の学生の方々にアドバイスを行うことが増えてきました。これからはそちらにも力を入れ、これからの諫早のまちづくりに意欲のある若い世代を増やしていきたいと考えています。



諫早高校の生徒さんにイベントのアドバイス



諫早中学校の生徒に講演会

最後に

これからの地方都市については、こうすべきだ！これが正解だ！という共通の答えはありません。一つお遍路の時に経験したことで、今でも大切にしていることがあります。それは、高知県の海岸線約120キロを歩いていた時のことです。そのほとんどの場所に人が住んでいなかったり、民家がまばらであったり、いわゆる過疎の状態でした。しかし、ある1箇所だけ大勢の人が集まっている場所がありました。その場所はとても良い「波」が来るらしく、サーファーたちが集まっていました。その周辺には宿泊施設があり、他の場所に比べて賑わっているようでした。この光景を見て、どの地域にもそんな「波」のような存在があるのではないかと考えるようになりました。その「波」を自分たちで見つけ、磨き、発信していくことが必要だと考えています。すでにある魅力に気づくというのは意外と難しいことです。しかし、様々な人と交わりながら活動をしていくことでその波を見つけ、一緒に乗っていけたら、そう考えています。