

【パネルディスカッション】

(関根) それではさっそく始めます。ちょっと皆さんのお話が楽しくって本当は15分で止めたかったんですけど、皆さんも聴きたいだろうなと思ったので結構野放しで話してもらいました。でも本当に時間を忘れさせてくれるくらいすごく楽しいお話で、私この3人をまとめてキャスティングしてしまったことを若干後悔しています。本当に一人ずつ呼びしても3時間たっぷりもつ内容なのに、詰め込んだことによって薄まっちゃうんじゃないかなと思って大変恐縮なんですけど…とは言ってももう始まっていますので、お付き合いいただきたいと思います。パネルディスカッションということで、今日のテーマ『自ら動く市民が街の風景を変える』っていうところで、皆さんが動き始めたことがきっかけで街が少しずつ変わってきて、さっき美央さんがおっしゃったように大きなことじゃなくても小さな所から変えていくっていうところだと思うんですが、その辺の皆さんの動きについて教えてください。出来上がってきた結果だけを聞くとすごく成功ばかりで来たんだろうなという風に思ってしまうんですけど、いろいろ失敗もあったり、くじけたりもあったと思うんですね。そういうところも含めてお話を聞いていきたいと思います。まず最初に荒木さん。



(関根) きっかけが自治会長とか、公共の方から動きが始まってみたいな感じですけど、最初の行動の所、それが必然な動きから自分の能動的な動き、例えば自治会長でぶつかった問題を外に出すことっていうのは自分から動いたんですね。そこにシフトした所を、もうちょっと心の動きというか、そのあたりをお願いします。

(荒木) そうですね～自治会長は1年の任期だったんで、今やってくれている同僚の会長さん3年もやってくれているんですね。たいてい1年周期で昭和44年にできた団地なので、まあ何十人も自治会長がいるみたいなそんな感じなんですけれども、ぼくは1年ならもつだろうみたいな感じで4月から始めて、何でもいうこと聞いてくれるっていう約束でなったんです。だったら初めてなんだけどいろんなこと、今までやってないことやってみようって言って和太鼓の高校生たちを呼んでみたりとかいろんなことをやったんですけど、まあ反論が多くてですね。喧嘩はしないですけどフラストレーションたまってるって、そんな時にコンペの機会があったんです。ここで発散するしかない、ここに集中して力を出しきりたいといった気持ちでした。今は非常に自治会と仲良くさせてもらってますが、あのコンペがなかったらきつかったなっていうのはありますね。実際途中で自治会長を辞められた方も何人もいます。きつてもうだめだってことで年配の方ですね。そんな形で、運命的にというか奇跡的に携われたのが僕にとってはすごい人生の転機だったなと思います。

(鈴木) すごく単純な質問ですけど、自治会長をして一番学んだことみたいのを。良いことでも悪いことでもいいのでぜひ知りたいなと。

(荒木) PTA会長もその後1年間開けてから2年やったんですけども、まあマンネリ化しているなというか、もう毎年同じことの繰り返しなんです。自治会長を十何年もやっている重鎮みたいな方がいてですね、その人の周りにはお使いの人がいてですね、1年周期の自治会長さんたちは何も言わずに、わかった頃に辞めていくみたいなのがあって、やってることは同じなんです。あとはネット化されていない。僕1年でいろいろなことができるなって途中からわかってきて、例えばこれは全部クラウド(インターネット上にある複数のサーバーを利用して行う)の会議にできるなとか、そういう動きに入ろうとするんですけど、まあダメですね。難しいですね。そういったどうし

ても凝り固まった元からの動きみたいのはすごい感じました。壊せない。1年じゃちょっときついなと。

(関根) そうですね。私もPTA会長は6年やったんですね。やっぱり一番最初の年に入ったときに、「これなんでやってるの？」って聞いたときに、「今までやってたから」っていう理由しかないのがいっぱい出てくる。私は最初の段階で、今までやってたからっていう理由しかないものは止めましょうと決めてやってたんですね。そういう風にしていかないと、変わっていかないですよ。地域のことで言うと、防災のことも先日の避難訓練に出ても、みんな凝り固まった考え方でやってるから、これ本当に意味あるのみたいなことをいろいろやり続けて、かえってこれで体力使っちゃってるなっていうことはすごくありますね。そういう地域のことで言うと、佐藤さんが、民生委員とか、防災のこともそうですけど地域と繋がったりしてやってきてますけど、今聞いたお話のように、凝り固まったものとかをブレイクスルー（それまで障壁となっていた事象を突破すること）っていうとなんか大げさなことなんですけど、少しずつ地域の中でそういうことを変えてきた結果が今回の防災ピクニックに繋がっていくと思うんですけど、そういった意味では皆さんのヒントにちょっとなるのかなと思うんです。地域の繋がり、小さい動きの中から今につながっている所で何か工夫したこととかあればお願いします。

(佐藤) そうですね。私の場合はまず自分もその場所に飛び込んでいくっていうことを忘れずにやっていて、お祭りもそうですし、会議とかもしあったら出るようにはして、ただやっぱり先ほど荒木さんがおっしゃっていたように、凝り固まっている。時間も皆さん限りがある中でやっていますが、そこでなかなか価値観が合わなくてすごく苦労したことはありました。ある地域の中で「SNSが悪」みたいなのがあって、私、民生委員に関しては機密事項がありますからそういうことは出さないようにしているんですけども、結構活動情報をフェイスブックとかツイッターであげているんです。それが自治会長とか民生委員の会長に伝わっちゃって、「何かすげー佐藤悪いことしてる」みたいなことがありました。でも彼らは直接は見えていないんですよ。そのネットを。だけど口だけで言っているっていうのがすごく嫌だったので、全部今までのやつを印刷して紙で出して持って行って、「こういうことを私は発信していて意味があることだと思ってやっています。」っていうことを伝えたらしっかりわかっていただけたので、そういう地道に、ジワリジワリとですね、面倒くさがらずにやっている状況です。

(関根) ありがとうございます。私も、フェイスブック見たこともない人からフェイスブックの内容について言われたりっていうことあって、市の職員さんから言われたりして、ちょっとその辺は共通するかなと思います。行動を起こしている中で、やはりいろんな壁とかがあると思うんですね。鈴木さんの場合は公共の施設ですよ。公園っていう所を使うということで、皆さんそういう所に結構出て行ってるんですけど、おそらく8回目って重ねたところで、一番最初に公園を使う部分で、さっきの公民館の可能性っておっしゃっていただきましたけど、公共の施設を使って何かをやるっていうことで、やり始めて、具体的な行動とか、苦労したこととかありましたら教えていただきたいんですが。

(鈴木) あんまり苦労してないかもしれないんですけど（笑）、私はもともと公共空間の利活用っていうことを専門にしているんで、公共空間の中でどこが使いやすいかっていうと、法律上のことは正直わかっていました。これは少し勉強すればわかるようなことなんですけど、道路は使いにくかったり、公開空地も結局使用に制限があったりしますが、公園で言うと都市公園法っていうのはすごく緩いんで、結局は地方自治体の条例の中で動くことができるんですね。なので、公園に絞ったっていうのもあります。もう1つ公園に絞った理由は、私が公園でできることは誰でもできるというところなんです。私有地でやっていたら、その場所がある人しかできない。ただ近隣公園はどこに

でもあります。どこにでもある所でやるっていうことで、誰にでもできる。アダプト（適合）。どこにでも適合できる事例を作りたいかたっているのもありますね。で、公園でやる中での苦労っていうのは、電気とか、まさに苦労なんですけど、この辺は逆に設計者として広場を設計したりするときとか、あるいは自治体のアドバイザー業務なんかもやっている時には「必ず電気は用意しましょう」と言っていますね。

（関根）鈴木さんの著書の中にもそういった法律との整合性とかもいろいろ載っているの、興味があったらぜひ本買っていただきたいと思います。今お話にあった中で、大事だと思ったのは再現性ですよ。皆さんも私も経験があると思うんですけど、「荒木さんだから、佐藤さんだからできるんだよね」って言って、自分事じゃなくなってしまって、行動に移さないで終わってしまい、「いい話聴いたね」で終わってしまうと思うんですね。私がこういう時にいつも気にかけているのは、おいしい料理を見せて「皆さんこんなおいしい料理がありますよ」っていうことじゃなくて、実は「そのレシピを持ち帰ってください」っていうことが大事だと思うんですね。「荒木さんという素材でこういう料理ができてるけれども、実はレシピはこういうものだからあなたという素材でおいしい料理を作ってみてください」ということが大事だと思っていて、そういった意味では再現性っていうところをこういった場で話すことが多いと思うんですけど、その辺りを荒木さんから順に再現性、人が動くためにレシピ、自分の素材って部分を



排除して少しお話いただければ。

（荒木）そうですね。わかり易いのはすいすいの駄菓子屋の活動だと思いますが、売り上げから何から全部公開しているんですね。時々ですがまとめて公開します。そういったことを SNS とかフェイスブックとかでアーカイブして、残っていて、こういった状態になってますよと。僕自身も最初駄菓子を始める前に、ど

れ位の仕入れをして、どれ位お菓子買って、どうやってやるんだって全然わからなかったの、試しながらやったんですけど、それを発信することで、例えば面白かったのが、去年の夏北海道で見てくれた学生さん。建築関係の学生がいて、いつか設計事務所やりたい、その時に駄菓子屋やりたいと思ってて、検索したら「すいすい」が引っ掛かって、ぜひ1回夏休みの期間に自分で旅費とか全部出すんでやらせてくれませんかかって来たんですね。たくみ君という男の子でしたが、一緒にしてもらいました。まあそういった発信をすることで、その人の自分の地域に戻ってできるっていう意味では、再現性を上げるためには僕はこういう発信をしていく。誰でも見れば数値とかで出てくる、そういうものは意識しています。

（関根）佐藤さんはさっきの話でギブアンドテイクの部分が再現性っていうところをつながるかなと思うんで、その辺と今考えていることを含めて再現性を高めていくっていうこととお話をお願いします。

（佐藤）ギブアンドテイクのところかというと、何か手伝ってもらったり、例えば「一畳マーケット」もそうなんですけど、手伝ってもらった人の所に行って、私も手伝うし、お金じゃないやりとりを私たちはしていて、例えば私はデザインができるからデザインをやりますとか、写真も撮れるし、何でもやるんですけど、コーヒーも入れるしね（笑）そういうので、ギブアンドテイクでやっていくっていうのと、あと再現性でいうと、仲間集めをしないっていうところから私は始めていて、よく誰かがいないとできないって皆さん思いがちだと思うんですけども、誰かを集めてから始めてしまうと、誰かのせいにしちゃうんですよ。その人が来なかったからこれができなかったとか、そういうのが再現するのにちょっとストッパーになっている気がするの、責任が取れる範囲からま

ずミニマム（最小限）に始めるっていうのが大事なんじゃないかなと思っています。

（関根）さっき公園を使ったっていうところに再現性があると思うんですけど、それ以外にも私に気がなったのは、パイオニアユーザーから始まる能動的な動きとか、そういったところから再現性という意味ではつながる部分があるのではないかなと思うんですけど、その辺も含めてちょっとお話いただけますか。

（鈴木）そうですね。そこはやっぱり自分が研究者っていうことにもちょっとプライドをもってというか、感覚的に表れていることだったり、風景として見えることをちゃんと言語化して分析するようなことをすることで、他の人にも伝わることを意識しています。例えば、マーケットは私はパブリックな場であるべきだと思うんです。私が思う理想的なマーケットっていうのは「人に開いているべき」だと思うんですね。だから、ある特定のコミュニティが強くなることっていうのは理想的ではないと思っています。例えば柳瀬川マーケットでやっていることで言うと、出店者とか運営者が集まって写真とか撮らないようにしているんです。そうすると仲間意識がば〜って出ちゃって、他の人たちから見ると「なんか、あの人たち…」になっちゃうんですよ。もう一ついうと、さっき言ったハンドメイドの作家さんなんかも、仲良し4人組がいるんですけど、ちょっと申し訳ないけど2人と2人に分けてもらっているんですよ。じゃないと、仲良くない人たち、まあ仲悪くなくてもですよ。「あの人たちちょっとああいう人たちね」みたいになっちゃうともったいないんで、ちゃんとコミュニティーをコントロールするっていうことが大事だよっていうのを例えば言語化して伝えてあげると、「なんかこう一方の方向に行っちゃって、なんか身内でつまらないんだよね」って言うてる人たちを「それはなぜそうなったか」っていうのをちゃんと元に戻してあげることができるっていうことがあって、その言語化っていうのを意識的にやっています。

（関根）ありがとうございます。期せずしてちょっと私が今日のテーマの中で聞きたいなと思っていたところに仲間の見つけ方みたいなことを考えていたんですけども、逆向方向に話がいっているんで、ちょっとこれ面白いなあと思いました。

たぶん皆さんこういう所に来て話を聞いてたら、「どうやって仲間をみつけたらいいんだろう」とかっていう、ここを仲間を見つける場としても機能させたいと思ってきたと思うんですけど、実は聞いてみると仲間意識っていうものが逆に邪魔なんじゃないかみたいな話…。

（鈴木）私、さっきの佐藤さんの仲間集めしないっていうのちょっと共感していて、私たちはあの柳瀬川マーケット2人でやってるんです。2人で、30人の出店者と1400人位をコントロールしてるんですけど、2人位の方がいいです（笑）。少ないと意思決定が速いですし、そういう位の方がよくて、たくさんいないとできないとかじゃないと思うんですよ。それで、さっきおっしゃってた「誰かがいないとどうだ」とかにもならないですし、わかりやすいですし、それで、あとどうやって集めるかという、「楽しんでいる人を誘う」っていうのは集めるにはいい方法かなと思います。自分がやっていることでマーケットを楽しんでいる人なら、ちょっとしたお手伝いしてくれるとかそんな感じの方がいいのかな。

（佐藤）私一人でやってたんですよ（笑）。3回目まで。そしたら怒られて、「何で一人でやってんねん」みたいな。「じゃあ私も手伝うわ」って、自分事としてやっている活動と捉えてくれる人たちがでてきたので、ありがたくてホントに。だから狼煙（のろし）を上げておくっていうのは大事なことなんじゃないかなあと思っています。

（関根）狼煙を上げるって、こういう方たちとのお話で結構言いますけど、狼煙をあげるってすご



く大事で、何かこうやってますってことを外に出した瞬間にそういう人が集まってくるっていうことだと思うんですね。

(佐藤) 今その狼煙で思い出したんですけど、公共でやってる人たちって情報発信がすごく下手くそだなと思っていて、やってるのに情報発信をしないのはやってないのと同じじゃないですか、ポスターのデザインのことから言うと、見辛かったりするとそれだけで興味をもたないとか、せっかく皆さん事業として何日も、何か月も何年もかけてやってることなのに、いざ表に出そうと思ったらパワーポイントで作ったぐちゃぐちゃのところがよくある。もったいないなと思うので、ぜひデザイナーを入れていただきたいなと思っています。

(関根) 帰りに壁とか見ていかないでください (笑)。ちょっと見栄えが違うだけでも全然見てくれる人が増えるんですよ。そういうところのデザインって本当に大事。デザインというところと言うと、チラシとか伝えるコミュニティ手段だけでなく活動自体も、私から見てもそれぞれ皆さんがやっている活動って、さっき写真を見ていただいてもすごくお分かりだと思うんですけど、すごくおしゃれですよ。やっぱりそういう風に見せていくことってすごく大事だと思っていて、荒木さんは特にリノベーション、鈴乃屋って築 50 年くらいですかね。昔の果物屋さんの跡も見えるような所で、でもそこがちらっと売り上げとか書いてありましたけど、1 日平均で 30 人のお客さんが鈴乃屋さんに来店してくれる。行ってみると駅からも決して近くないし、ふらっと立ち寄る場所じゃなくて、わざわざ来る人たちがそれだけいるということですよ。みずほ台の駅前だとぶん同じだけの来客って結構な繁盛店だと思うんです。そういうこと考えるとあそこの空間のおしゃれさって周りから見てもすごく異質というか、異質なくらい目立っていると思うんですけど、そういうデザインの部分で気を付けていることとか、具体的にその中に込めているメッセージとかあったら荒木さんの方からお願いします。

(荒木) 川越都市景観賞という賞があって、今年頂いたんですね。さっき見て頂いた建物。ああいうボロボロの建物が中身だけ変わって賞を頂くって過去になかったんですね。今までは、新しいカッコいい建築というか、そういったのが取っていたようなんですけども、僕たちがこだわったのが、「施工したのは皆だよ」っていうこと。名前は 80% と出たんですけど DIY してくださった皆さまと一緒に受賞させてもらったんですね。これがすごい大事で、それがやはり川越の方、先生たちの評価としてこのデザインというのは作る過程とか外がどうではなくて、今まさにまだ動いてる、作り続けているところ、そのデザインが素敵だっていう評価をしてくれたんです。メンバーの一人の田中という者がですね、自分の会社は中目黒にあるわけです。自分が社長で 10 人位使ってやっている。非常に高いデザイン性を持っている彼がいて、その良さも入ってきたりしてるんですけども、仲間になってる 4 名がそれぞれまあ特徴のある店長である鈴木ゴーというのですね、あとモジャモジャなんですけど、DJ なんです。音楽もいける洋食もいけるなんでもいける。新橋で 17 年立ち飲みの居酒屋をやっていたりとか。そういう経験を得て川越でやってるので、まず個性がすごい際立っているわけですね。で僕自身はあの長屋大好きなんです。あそこにいるとホント落ち着くとかですね。建物を愛してしまったというのが一番自分の中で大きかったんで、この仲間を守りたいみたいな形で OK を出していきましたし、作っていったみたいのがあって、そういうちょっと特殊なというか思入れが非常に強いのはあります。

(関根) ありがとうございます。さっきもお話のようにプロセスの共有。隠さず見せるっていうところが印象的だったですね。そういったプロセスを共有しているところ、全てのデザインというものを今回景観賞として評価されたって形かなあと、私も賞を SNS とかで観て思いました。デザインというところと言うと鈴木さんなんですけど、私が柳瀬川マーケットに 1 回だけ伺った時に、先ほどからちょいちょいデザインで工夫しているところおっしゃってましたけど、現地でお話をしたと

きに相方のケイコさんが言ってましたけど、のぼりを止めてほしいって言って禁止したとか、そういうところで結構レギュレーション（規制・規則）きちっと作ってやってらっしゃる感じがありました。その辺の工夫とかをお願いします。

（鈴木）そうですね。それはすごく細かくやっています。店舗の配置とかもたった1mでも空間ってすごく変わるんですね。あんなに広い空間でも。だから私が「ちょっとおかしい」って思ったら「申し訳ないです」って言って、立ててから動いてもらったりするということもあります。そういう信頼関係もできてます。で、あの空間を良く見せるっていうのは、私たちが何か施すっていうよりは、どう引き出すとか、どう見せるかということが一番重要だと思っています。だからそのマイナスになる要素は入れない。ただ一方で私が1つ大事にしてるのはおしゃれすぎるっていうこと、デザインしすぎるっていうことをやってしまうと、今度はまた排他的になってしまうんですね。パブリックなものを作る人を受け入れる時っていうのはやっぱりこちら側の受け入れるっていう姿勢をかなりしっかり見せないといけない。一ついい事例で言うと、田町に出版社の1階を開放してコミュニティスペースを作った場所があるんです。瀬島和代さんってすごく有名な建築家を作って、コミュニティの場所だよカフェだよって言って「エブリワン イズ ウェルカム」ってみんな来てくださいって書いてるんですね。その雰囲気めっちゃくちゃおしゃれなんです。そしたらもう20代後半30代の女性しか来なくて、入ってくる男性は赤いジャケット着てて（笑）。そんな人しか入ってこれないんですよ。すごいそれって空しいなと思っていて、エブリワン イズ ウェルカムっていう気持ちでコミュニティのためにせっかく投資したのに、できたものが素敵すぎて、素敵すぎるというかデザインされすぎちゃったら、そうじゃなくなっちゃったという事例ってけっこうあって、マーケットでもおしゃれに作り込みすぎていると、おしゃれして行かなきゃいけない気がするっていう人とかいるんですね。そういう場が作りたいわけじゃない時っていうのは、そのデザインコントロールっていうのはすごく丁寧に、何を自分が見出そうとしているのかっていうのをやっていく必要があると思っています。

（関根）今話を聞いてて、ららぽーとが富士見市にできた時に年配の方たちが何を着ていっていいのかわからないみたいな（笑）…今まで体験したことのない空間なので、若い人たちにしてみると、我々だったらもうクロックスでも履いてつかけて行ってもいいくらいの感覚ですけど、そういう所って本当に精神的な衝撃っていろいろあるんですよ。そういった意味では、佐藤さんが来月行う「防災ピクニック」というのが、今おっしゃっていたところってすごく大事なポイントで、いろいろご苦労されているところだと思うんですけど、そういったところも含めて工夫しているところを聞かせてくれますか。

（佐藤）はい。私もまさに鈴木さんのおっしゃるとおりだなと。ハイセンス過ぎず垢抜け過ぎずできるだけ近くに居れるようなデザインを心がけてやっていて、次の防災ピクニックは、防災ってやっぱりすごく硬いイメージがあるんですけど、私たちは柔らかくやっていきたいし、いろんな方たちに来て頂きたいので、色も普段は赤とか使ってるんですけど、今回は黄色と水色とちょっと柔らかい茶色を使ってイメージを今作っています。それから出店者ごとにオリジナルの黒板ボードを制作していて、予算の半分くらい使っちゃって、この後どうしようかなみたいに今なってるんですけど（笑）、それはしっかり作ってって、今私が手書きで作っておりますので、その辺で統一した見せ方をしていこうと思っています。

（関根）ドレスコードは？

（佐藤）ああそう。ドレスコードも今回ですね。この間出店者の説明会があったんですけど、その中で出てきたアイディアのひとつで、ドレスコードをつけて会場全体を盛り上げようと。赤い何かちっちゃいものでも何でもいいのでつけてきてもらおうっていうので盛り上げるっていう工夫

もしています

(関根) 地域のそういった所で、このドレスコードってけっこう面白いヒントになるんじゃないかなと思って、何かこういう共通のものっていう風に皆さんに訴えかけるだけで、そこで共通認識が出てきたり、当然皆お揃いのTシャツ作ったりとかそういうところで仲間意識を作ることって大事だと思うんですけど、お金もやっぱりかかるし手間もかかるんで、そういう所でやるとすごい面白いかな。色だけを相手に委ねるところがあるので面白いかなと。昔うちの妻が「ドレスコード青」っていう結婚式に出た時に、写真を見せてもらったら、ドラえもんの仮装をしてくる人がいたりとか(笑)。まあそういうふうに相手に委ねるところがあって面白いですよ。

(佐藤) あと活動するときに、私は必ず帽子をかぶっています。関根さんは蝶ネクタイをしているし(笑)。荒木さんは…メガネをかけていたりして、ちょっとこう普段とは違う自分をPRしつつ、その時は活動してますみたいなのをイメージしています。

(関根) そう。私、蝶ネクタイをする時は決めていて、コーヒーを淹れる活動をするときは蝶ネクタイ。あと会いたい人に会いに行くときは覚えてもらうために蝶ネクタイ。だからあの皆さんの前に蝶ネクタイで現れた時には「あっ私に会いたっていうことかな」と思っていただけかなと思います(笑)。かといって外しているからあなたのことぞんざいに思っているということではないです(笑)。でもそういうトレードマークとかを覚えてもらう努力ってすごい大事かなと思いますね。はい。じゃちょっと時間もあれなので、ここで皆さんから質問などがあれば。後でまたゆっくり聞けるんですけど、全体で共有するために何かあればお願いします。

(質問者) 今日はありがとうございました。皆さんにお聞きしたいのは、皆さん発信者として仲間づくりをしてコミュニティを作ってうまくいったっていう話は聞いたんですが、そもそも皆さんのような発信者になるような子どもを育てるにはどうしたらよいと思いますか。ぜひ教えてください。

(関根) これからの世代にどうやって発信力っていうことを伝えていくかということですよ。特に荒木さんはいろいろ子どもたちの活動ってことでやってますけど、今大体デジタルテリングな子たちが増えてますから、そういった意味で、付き合いのなかでそういうところにもぶつかると思うんですよ。何かちょっとあれば。

(荒木) そうですね。僕自身が子どもの顔に黒い★つけたりするの嫌いな人なんで、自分の子どもたちは結構露骨に顔まで載っけて発信してるんですよ。ただ、正直に生きていくといえますか、特に建築やってDIYも一緒にやっていく人間だったので、子どもたちも極力一緒に連れて行くんですよ。でまあ最高の教育だなと持っているいろんなイベントにも一緒に大人だからじゃなくて一緒に行きたいって聞いて、行きたいと言ったらなるべく一緒に連れて行く。お父さんが結構逐一僕みたいな情報を発信し続けている人間なんですよ。やっぱりすごい人よりか発信している人には情報はすごく集まってくるんですよ。それで、当然悪いこと言ったらすぐそれを指摘してくださる方もいたりとか、それいいよねとか、情報を頂くことも多いですし、自分の中で常に発信することは心がけているというか、それに応じて仲間が増える、仲間が増えるというか考え方が広がるみたいのがあるので、またすいすいの話になっちゃいますけど、すいすいの開催日決まってないんですよ。僕の仕事に合わせて曜日が変化するんです。で、何でだって言うと、子どもたちの学校ネットワークと小さな小さな紙を鈴乃屋の裏紙を切って、それにいつも開催日いつって渡してるんですよ。その小さな紙をお店に来るともらえるんですけども、その紙を回覧板じゃないんですけど子どもたちが回してるんです。学校とかお家とかで。何枚かしかないみたいな形ですね。それってなんかこう繋がりを見ているのかなとか思って、子どもたちのネットワークとか、ママのネットワークってすごい。僕がPTAで最速だなと思ったのがママのラインの速さ(笑)。もうあっという間です。すごいな

っていう位にパッと広がるとかですね。僕たちのようにビジネスやっていない人たちでも瞬時に広がる世界っていうのがあってですね、そういったのは自分が発信者でもあり、あまりこう勘ぐらないで信じてやっていくみたいのは少し基本的なことだとは思っています。

(鈴木) 私も荒木さんと全く一緒に、自分がやってる姿を見せるようにしています。私実家が神戸なんですけど、この間4歳の子が神戸から柳瀬川の駅に降りた時に、「この町ちょっと違うね」って言ったんですね(笑) なんとなくそうやって街を観る目ができてきたり、今6歳の長女が4歳の時に別のワークショップで「この街に暮らす喜びはなんですか」って彼女に聞いたら、みんな4歳の子なんで「公園があることとか友達がいること」っていうんですけど、うちの子だけ「マーケットがあること」って答えたんですね(笑)。超英才教育!(笑) なんてかっていうと、私こんな不規則な仕事、今日も子ども置いて来てますし、出張も多いんですね。泊りも多いんで、子ども嫌がるじゃないですか。その時に私は子どもに本気でプレゼンするんです。プレゼンをして、「こうやってやったら街楽しくなると思わない?」と言うようにしています。それがどこまで伝わっているかわからないんですけど、私自身が受けてきたものとすれば、私の父はゼネコン勤務なんですけど、仕事の愚痴を一切言わなかったんです。仕事の愚痴を一切言わなかったっていうことで、私3人姉妹なんですけど、全員好きな仕事して、全員経営者です。経営者ということカッコいいですけど自営業っていうか自分でやっています。仕事の愚痴をいわないとかそういうことぐらいでも、なんか子供は楽しい仕事とか自分で動くことが当たり前になるのかなっていう風に思っています。

(関根) 発信力というのね、どうしてもこう大きい対象に向かってSNSとかで発信するっていう形とか、実際にやっぱり皆さんと話してみたり、こういう本当にいろいろなことをやっている方と接してみると、意外と小さいコミュニティの中で伝達手段というか、さっき言ったすいすいのちっちゃなチラシみたいなことが効果を表してたり、それがそういうことを俯瞰で見てSNSで拡散されてるとかってことが多いんで、実は本当の発信力っていうのはもっとちっちゃな所にあるんじゃないかなということを感じますね。そういった所で今度は逆に高齢者の方に関わることが佐藤さんは多いと思うんですけど、そういう意味で発信するとかコミュニケーションという部分でちょっと何かありますか。

(佐藤) そうですね。高齢者は、SNS見てる方もいらっしゃいますけどまだごく一部で、まだ皆さん紙がメインです。行政へ行っても、書類も全部紙なのでどんどん厚くなっていく状況なんですけど、情報発信をする目的をしっかりと、誰に伝えたいのかっていうのをしっかりと意識して選んでやっていくっていうのが重要なんじゃないかなんかと思っていて、高齢者は紙だけど、学校も紙だと思うんですよ。お母さんたちラインだっていうのがありましたけど、なので今回防災ピクニックも実は近隣の小学校と保育園に紙で配ってもらえて、かなりそれ今ちょっと期待していて、どれだけこれが返ってくるかっていうのを今回実験的に見たいかなんか思ってるんですけど、なので、ちゃんと選んでやるっていうのが重要なかなんか思っています。

(関根) 紙大事ですね。

(佐藤) なくならないですね。なくなるかなってちょっと一瞬思ったんですけど、結局パッと見れる、パッと渡せるものはずっと残るんじゃないかなんかと思います。

(関根) ちなみに今日いらした方で、紙の媒体でこの情報を知ったって方、広報とかチラシとかですけど、どの位いらっしゃいますか。結構いらっしゃいますね。ありがとうございます。今回チラシが遅れちゃったんですけどね。今までと違う形でチラシを作りたいと思って作って、職員さんがいろんな所に、こういう所だったら皆さんアンテナを張ってる人がいるんじゃないかとか行ってくださったりして、その結果こういうふうになんか紙で知ったという方も増えたのかなんかと思います。

今発信力っていうところで思い出したのがひとつあって、前にSNSとかで書いたんですけど、子どもに発信力を伝える時は、「そのネットに書こうとしていることと同じことを紙に書いて玄関のドアに貼れるか」っていうことを聞くんですって。要はSNSってすごく自分と異世界のような感じに思ってしまうけれども、「自分の表札の下に同じことを書いても恥ずかしくないことを書かなきゃいけないんだよ」っていうことを伝えていて、すごい程良い説明だなと思って印象に残っていたんで、そういう形で子どもたちに伝えていけたらなと。実際こうやって発信力が高くやってらっしゃる方は、おそらく皆さんそういうところは共通してると思うので、さっき恥ずかしくないことだけを発信してくっていきってというういったところを考えると子どもたちに伝えていけたらなと思いますね。

(関根)何か他に質問等ありますか。

(鈴木) 荒木さんにぜひ聞きたいと思ったのは、地域課題がビジネスとして回るっていう話をされてたじゃないですか。ビジネスをするときにヤモリ会社の特徴の中で事業展開のスピードが速いとか、回収期間が5年間とかいう中で、地域課題を解決するっていうことが入っていて、なんかここにすごく可能性があるんじゃないかなと思っていて、例えば私の場合だと自治体さんからお仕事を頂いて入って行くっていうことがあって、実際柳瀬川マーケットはまったく稼いでいないというところで、ビジネスにはまだ自分の中で自分から動いているものをできていない。それで、ビジネスとして動くときは別の顔みたいな感じで、呼ばれた時のビジネスなんで、そこは一つながりでできているところをすごい学びたいと思って。そこら辺の例えばスキームの作り方とか注意しているところなのか、こうやったらやり易いよみたいなことなどがもしあれば教えていただきたいなと思います。

(荒木) お話した通り40代のおじさん4人なんで、最初に作ったコアが見事に男子男子しているわけですよ。耐震補強っていつ作ったら基地感増しちゃってジャングルジムみたいになっちゃって(笑)。なんとか女子力を上げたいみたいなので、次に生まれるのがシェアオフィス、2~3人で働くブース的な。違うテーマでやっていこうと、同じことの繰り返しじゃなくて、世界は広いんだし、新しい時代来てるよっていうテーマで思っているの、今やろうと思っているのはシェアオフィスかつ女子にデザイン性…ママたちの声とか聴いてですね。そういった場を作ることと同時にやっぱり作家さんたちがたくさんいて、そういう方たちはもう市を超えて県を超えて動かれているのは事実なんですけど、川越にも…細かく話しちゃうと織物市場という物件がですね、公共施設があって入札案件になったんですけどどうまく行ってないんですね。アートのインキュベーション施設(新規事業の創出や支援を行う)みたいな形でやってるんですけども、そういうママたちに、そういうのができて行きたいかっていうと、絶対行きたくないみたいになっちゃってわけですよ。そういう所じゃないんだよね。じゃ僕らがこういった物件とかを実際に、長屋の近くにこういうのがあるんだけどどうって言ったら「あそこがいい」っていう、やっぱりこうママたちが実際に日常的に、マルシェとかマーケット以外でも、ポップアップ的に一時的に借りて今日だけ開きたいとか曜日によって変わるとかですね。そういった場が欲しいっていうニーズがでてきてるんですね。じゃあそこを使って行こうみたいな。いろんな特に鈴乃屋って飲み屋さんとかで、みんなが来ているときに話し、カフェもあるんで、そこでの会話の中でいろんな要望とか出てくるんですね。そこがひとつのハブになっていて、県外からも来てくださったりとか、そういう会話の中で、この拠点を介しているような課題とかお話がでてくるので、その中で僕らのメンバーがこれ面白いかもしれないなっていったところにこう入っていく、そんな形でやっています

(鈴木) ということは、ある程度リサーチ済みだから失敗しにくいってことですよ。

(関根) ニーズに対してきちっとアプローチしていくってことですね。

(荒木) 特に家賃とかお金が絡むこと言ったら、その人たち自身を主人公にしないと。まあ不動産の人間もいるんでね、相場で例えば6万円ですって言ったんだけど、いや私10日だけ1万円以下でみたいな形だと1万円をとっていくんですね。じゃないと成立しないと思っていて、その人にやっていただきたいとか、その人と世界観合わせていきたいんで相場はこっちであってもそれをやっているのが観光地だったりなんだったり、当然不動産の世界ってそうなんですけど、僕らはやっぱり寄り添って一緒にやっていきたいっていう思いがあるんで、そちらでなんとかできないかなっていうのを皆で一生懸命考える

(鈴木) 埋めるときって具体的に5万円のギャップをどうやって埋めていくんですか

(荒木) はい。例えば僕、設計士じゃないですか、設計の世界って総工費いくらに対して何%とかなんですけど、それがお店とかになったら売り上げの何%頂戴みたいな形で、契約の形態変えて行っちゃうんですよ。ロングでもらえるというかですね。そこらへんでたぶんやり方いろいろあると思うんです。あなたが儲けてどんどん売り上げが上がっていったらそのパーセンテージを何年かに渡ってくださいとか、ちょっと契約形態を変えていくんです。そんな感じで。

(関根) なかなか公民館でこういう話聞けないですね(笑)。稼ぐお金の話。

あっじゃどうぞお願いします。

(質問者) 3人の方にお伺いしたいんですけども、少人数でそれぞれ活動されてらっしゃるって、非常に驚きだったんですね。その中でもどうしても継続的に進めていくにあたって少人数であっても意見の相違などがあるんじゃないかなって思うんですが、それはどうやって乗り越えてらっしゃるのかなと非常に気になりました。実はこの間とあるプロジェクトで私も3人位でやったプロジェクトがあるんですけども、やはり予算を握ってる人と握っていない人とで見解が違った場合にどちらを優先するかとかですね。どうしてもうまくまとめにくい。そういった場合皆さんどうやってるのかな。予算に限らずですね。あるプロジェクトをより望ましい形にするためにどうしたらいいか。やっているメンバーの中で意見の相違がきつと出てくる。それをどうやって整理していくのかなっていうのを漠然としていますが教えてください。

(鈴木) 私はさっき二人でやっているって話したんですけど、マーケットやる上で全体のことは私がやっています。デザインだったりコンセプトだったり。それで、

出店者さんに関係することはもう一人の子がやっています。これはもう明確に分けてます。なので、例えば私は多少出店者さんのことで納得いかないな、よくわかんないなと思うんだけど、もうこの子が良いて言ったらいいにしようって、分けちゃってます。それで彼女も、「あれ?なんか美央ちゃんの言ってることよくわかんないけど、とりあえずまあいいか」みたいな感じで、信頼関係を持って動くっていうのが一番スピード感があっていいかなって思います。特に私にとって柳瀬川マーケットは収益事業ではないので、そんなに時間も割いてられない。子育てもあるし自分の仕事もあるし。そうなったときにスピード感をもってやるっていうのは、もう担当を決めて、ある種の信頼関係でやる。その整合性っていうか、その差異、すごく小さなことを永遠に話し合って決めるみたいなことあるじゃないですか。それって結構無駄な時間だなと思う。極端な話、やって失敗してもいいと思っているんですよ。そこから学んだ方が早いと思うんで、信頼関係と担当制で私はやっています。



(関根) はいありがとうございます。続けて…。

(佐藤) そうですねえ。私ほとんど一人やっちゃってるから(笑)。でもあのシカテ一畳マーケッ

トは、去年から事務局をしっかり置いて8人位でやってるんですけど、月に1回会議を開いて、議題ごとにこれどう思うっていうことを聞いていって、結果やっぱり目的に一番近い方法を選ぶ。最初私がこうやってやりたいって思っていたけど、こういう意見が出てきてこっちの方がよかったら「あーこっちにします」みたいな、結構柔軟に動けるように対応しています。

(荒木) 僕らはしょっちゅう言い合いますね(笑)。一番特徴的なのは、80%の外壁に家紋をつける時があったんですね。「80%」という文字なんですけれども、僕一人だけ「デカく付けたい」って言って、3人が「極力小さく」って、まあ言い合いましたですね。絶交状態でかなり干されましてですね。「絶対かっこ悪いから」みたいな。最後に中目黒のデザイン性をとって折れたら、やっぱりみんなそっちがカッコよかったんですね。それ以来僕は、「これ言うてはいけないんだ」と、美央さんがおっしゃる通りですね。やっぱり役割があるんだと。僕みたいな建築士と、デザインの最先端でやってる奴はやっぱり違うんだと。まあ尊敬していますね。それから川越に「ちゃぶ台」という古民家、100年越えの古民家、レストハウスというのができました。そこもやはり田中さんが最後までサインこだわっていて、ちゃぶ台っていうロゴが英語で筆記体で「cyabudai」ってなったんですけど、それを放った時にですね、いつもはSNSで全く反応しないデザインの大御所たちが「かっこいい」って言って速攻で来たんです。「やっぱり彼は長けてるんだ、すごいんだ」と、逆にこれが信頼とか尊敬になっていくんですね。そういう感じで、やっぱり僕も「ここは彼の担当だ」みたいに分けてやっているのかなと思います。

(関根) はいありがとうございます。

(鈴木) 「尊敬」って言葉いいですね。なんか尊敬っていう中で街が回っていくってすごくいいなと思っていて、私地域の自治会の方とかも最近ご一緒させていただくんですけど、そういう人たちが持っている繋がりだったりネットワークで積み重ねてきたところに、私は尊敬してて、そして彼らは私が突然起こしてくる事件みたいなことにも、尊敬というか応援をしてくださったり。すみません尊敬っていう言葉がいいと思って反応してしまいました(笑)

(関根) そうですね。よくよく考えると、鈴木さんは自治会と一緒に柳瀬川マーケットイベントに関わってやったりとか、佐藤さんは民生委員やって自治会と。私も今日、防災の担当の幹事をやるように町会長さんから先ほど電話があったばかりで、そういう意味ではご年配の方達もいらっしゃいますけど、そういう方達もこういう活動とは無縁ではなくて、むしろ自分たちが今まで培ってきた、最近で言うレガシー(遺産。先人の遺物)というやつですかね。そういうものをきちっとつないでいただいて、どうしても若い人と昔からいる人の対立軸みたいな形にばかりなってしまうんですけども、今言ったように尊敬というものを軸にして今まで培ってきたものと新しいものとを融合させていくっていうことができる、まちづくりっていうものが全然変わってくるんじゃないかなあと思います。すごくいい感じでまとまったので、何かあれば最後一言ずつ。

(鈴木) それさっきおっしゃってた、ずっと既存が変わらないっていうフラストレーションがあるっていうのがあったじゃないですか、なんかそこらへんを解くカギにもなっていきそうだなって思いました。

(佐藤) そうですね。既存って変えなきゃいけないのかなっていうのもあるし、私は変えなくてもうまく共存していけばいいなと思っていて、そのバランスを今いろいろ考えながら街のことに顔突っ込んだりとか、自分でやりたいことはできるようにいろいろ試行錯誤しているんですけども、いいバランスでこれからもできたらいいなと思います。

(荒木) 鈴乃屋の隣のさらに隣に、「魚さだ」さんという魚屋さんがあるんです。田中さんという爺ちゃんがやってるんですけども、魚のショーケースの中にカップラーメンしか入っていないっていうお魚屋さんです(笑)。でも一番の応援者なんですよ。「おまえたちがやってるのホントに最高

だ」っていつも応援してくれるんですね。その人の最後を僕たち看取りたいっていったらなんかあれなんですけども、最後まで一緒に生きていきたいと思うわけですよ。それで、田中さんから聞く話とか面白くて、「イヤー昔はな、この長屋が反対側にもあってな」とかどンドン出てくるわけですね。風景が見えてくるとかですね。そういうのを直接うかがえるなんて貴重なことだし、そういうことを楽しみながらやってきたいと思っています。

(関根) ありがとうございます。そうこうやって皆さんから話がでてくるのも本当に主体となって行動しているからだなと思いました。これで第1部は終了したいと思います。