

編集後記 From Editor

本格的に春である。スポーツの世界でもウィンタースポーツのシーズンが終わった。筆者も例年、マラソン、ラグビー等をテレビで楽しんでいる。

その中の一つで興味をもって見るものに、都道府県対抗駅伝がある。この競技は、選手は原則的に出身地域のチームに所属する。また、区間毎に出場選手に制限があり、例えば中学生区間、高校生区間等と決められている。社会人から中学選手までの幅広い世代で一チームを構成するのである。正直、競技スポーツとしての勝敗へのこだわりはそんなに強くは感じられない。例えば、箱根駅伝とこの駅伝に両方に出場する選手がいたとして、優先順位は明らかであろう。しかしこの試合を見てみると、勝敗よりも、選手の育成や競技の振興とともに、地元意識の向上に大きな意義があ



大阪城公園のグラウンドにて

ると感じる。その意味では、今号の特集で取り上げた「まちづくり」の一環としても役立つのではないか。もつといろいろな場面で取り入れたらよいと思う。

同じスポーツの世界で言えば、例えば野球に取り入れるのはどうだろう。確かに、駅伝のように団体戦とはいえ個人競技をつなぎ合わせた形式ではないため、工夫が要るかもしれない。とはいえ、チームの構成人数を年齢幅で制限をかけるとか、あるいはポジション別に制限すれば可能ではないだろうか。何らかのやり方で世代混成チームを作ることはできると思う。さらに、できればプロ野球選手やOBの参加が望ましい。地元出身のプロ野球選手やOBと一緒にプレーできることは、野球をしている青少年にとって非常に大きな喜びである。選手の地元意識が増すのはもちろん、都道府県対抗戦となれば、地元の応援も得られ盛り上がるのではないだろうか。もちろん、本人のその後の競技人生に大きな影響を与えるだろう。

地元意識や地域の盛り上がりという意味では、何もスポーツには限らない。それぞれの地域で、老若男女世代を越えて参加するイベントを活性化すれば、地域内での住民同士のつながりが強くなり、一体感、盛り上がりのあるコミュニティの形成に役立つのではないか。小学校の運動会で、父兄の出番だけではなく、おじいちゃん(おばあちゃん)と孫(小学生)の組み合わせのプログラムを組むとか、その小学校OBの中高生の出番を作るなどが考えられる。作品展で、地元の老人クラブからの出展があつてもよいし、老若男女による合唱団があつてもよい。地域ブランドのように、他地域の人を引き付けるものではないかも知れないが、地域内の一体感を高める効果は期待できる。これも一つの「まちづくり」だと思う。

橋本佳也

表紙写真 [上] 歴史ある鞆産地・豊岡市のカバンストリートに設けられた情報発信拠点「カバンステーション」 [下] 休日には多数の来訪者で賑わう長浜市の黒壁スクエア
裏表紙写真 [左上] 盛岡市の市街地にたつ赤レンガの「岩手銀行中ノ橋支店」は地域のランドマーク [右上] 自然工房も併設されている新潟県妻有地区の森の学校「キョロ口」
[下左] 中心市街地再生に行政とともに取り組む青森市の新町商店街 [下右] 長崎の町を歩いてめぐる「長崎さるく博06」(写真提供:長崎さるく博06推進委員会事務局)

CEL 80号 特集 ■ まちづくりと地域ブランド

発行●平成19年3月30日 頒価1,000円(送料290円)

■発行 大阪ガス エネルギー・文化研究所
〒541-0046 大阪市中央区平野町4-1-2

■発行人 真名子敦司 *Atsusbi Manago*

■編集人 橋本佳也 *Yosbinari Hashimoto* / 弘本由香里 *Yukari Hiromoto*

編集●関西ビジネスインフォメーション(株)内 CEL編集室
〒530-0005 大阪市北区中之島3-2-18

住友中之島ビル7F TEL.06-4803-2307

印刷・製本●日本写真印刷株式会社

RESEARCH INSTITUTE FOR CULTURE, ENERGY & LIFE © 2007 OSAKA GAS CO.,LTD

禁無断転載複写

※本誌掲載の寄稿文、インタビュー、レポートなどの内容は必ずしも小社の見解を表すものではありません。

本誌・バックナンバーのコンテンツや当研究所の活動内容はインターネットホームページ [http://www.osakagas.co.jp/cel/] でご覧いただけます。

本誌に関するお問い合わせ、ならびにご購読申し込みや送付先変更等のご連絡は CEL編集室 Tel.06-4803-2307 Fax.06-4803-2210 cel@kbicom.net まで