



# 経営の散歩道

一四二回

川中経営所長 川中清司

ファッションで暮らしと企業を変える

まちづくりの手法の一つにファッション・タウン計画がある。ファッションはおしゃれとか流行のことが、外見の格好よさだけでなく内容や本質を変えたいという意味がある。

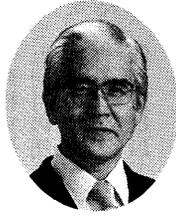
そのまちに根付く市民の生活や企業活動を元気にすることでまちを良くするという発想だ。

役所の呼びかけだけでなく、市民総ぐるみで基本構想と具体的な実施計画を作り、下からの盛り上がりで地域の改善を図ろうというのがこの活動のねらいであり、一種の社会改革運動ともいえる。

まちづくりの主体は施設や外観ではない。そこに住む人々の生き活きとした生活行動そのものが、まちを彩り美しくしていく。まちづくりの基本命題は暮らしやすさにある。

## FT推進の指定都市

ファッションタウン(FT)の構想は、平成六年ごろ国土庁が提唱したもので、「FTづくりによる地域活性化推進調査」



## 街づくりは人づくり

その5

報告のなかに武生・鯖江の両市が盛り込まれている。

全国では関東の桐生市、足利市、甲府市、東京都の墨田区や八王子市のほかに、今治市、岡山県の児島市、九州の別府、北九州、熊本の各市がFT運動に取り組んでおり、年一回、各地でファッション・サミットが開かれていく。

しかし市民サイドではまだ認識がうすく、現地では「何をしたいのか良く分からない」と

か「横文字が多くて内容がつかめない」といった声も聞かれ、その辺りにこの運動のむずかしさが見えてくる。上からの働きかけや動機付けだけでは限界がある。逆に言えば、だからこそこの運動の必要性があり、草の根の掘り起こしと意識づけが今後の課題となる。

## 中核の人材づくりから始めた桐生市

桐生市はFT計画の草分けだが、一九八五年の円高不況で輸出が大打撃をうけて以来、未来を模索するために、まず人づくりから手がけていった。

任意の気楽な話し合いのグループを沢山作り、朝七時からの朝飯会を十年間続け、モノの考え方を話し合った。インターネット協議会も作り、医者、僧侶、社長など、各層の人々をつないだ。今その中から市議やPTA会長など、町を担う中核が育つ

た。FTでこんなことができる、やればできる、という自信を持たせるために、テキストイル・プロモーションを開いた。若いデザイナーに頼んで、桐生の素材を使った作品を、ミラノ・コレクションに出展して評価された。

こうした小さな成功事例の積み重ねがものづくりの自信に広がっていった。今までの機屋は糸や工賃のこと、デザイナーは格好よさといったお互いの視点の食い違いが、十年間かかってようやく一つのまとまりを見せ始めた。百貨店やアパレル屋も注目するようになってきた。

## イタリアの大使が参加の鯖江FT発表会

鯖江市は三月二十日にFT計画の市民報告会を開き、市民五百人が集まった。来賓にはイタリア駐日大使のガブリエレ・メネガッツィ氏や、貿易振興会所長のキツピーニ・カルペナ氏も顔をそろえた。

その日発表された百三十一ページの報告書には、二年間にわたる検討結果が盛りられ、いわば市の活性化政策の集大成といえ

る。冒頭に辻嘉右工門市長は、福井県とイタリアの新しい歴史が今日から始まる、と前置きして「もの、まち、くらしづくりの立体的な展開」で経済危機の突破を図りたいと述べ、市民協力を求めた。

メネガッツィ大使は「イタリアは中小企業が主役の国で、繊維、めがね、漆器、食品などが多く、鯖江との共感を覚える」とし、FT構想を成功に導くためには、政治ビジョン、既存の産業の育成強化、市民みんな特に若者の参加、の三つが必要だと強調し、市が開設したミラノ事務所への協力も約束した。

## 大事な活動支援の情熱

長くFT活動に携わってきた桐生地域産業振興センターの森山亮専務は、こう言う。「FTを進めるには陰で支える情熱が必要。この町は足のひっぱりあいた、会議所と市の仲が悪い、団体の長の陰口を言う、こうした日本のどこにでもあるマイナスクからの脱却から、この運動の第一歩が始まる」と。

一つづくー