

# 「児玉郡市地域」の魅力

## ～本庄市・児玉郡の地域ブランドを探る～

本庄市都市整備部下水道課 櫻井 真人

### 1 はじめに

平成22年7月2日、本庄市と、美里町、神川町、上里町による、「本庄地域定住自立圏の形成に関する協定書」の合同調印式が行われました。

昭和29年に、本庄市が市制を施行するまでは、旧本庄市を構成するために合併した本庄町、旭村、仁手村、藤田村、北泉村も、それぞれ児玉郡の一つの町村でした。

現在でも、この地域は児玉郡市として一つの生活圏・経済圏を形成しており、行政においても消防とごみ処理等の一部事務組合を構成しています。

今後さらに、一つの定住自立圏として相互の結びつきを強めていくことでしょう。

本稿では、中心市としての本庄市を軸に、定住自立圏を形成するに至った美里町、神川町、上里町を含めた児玉郡市における強み（＝ブランド）を探り、その活用（＝プロモーション）について考えます。

なお、本稿において、定住自立圏の「本庄地域」を「児玉郡市」という表現で表しています。これは、読者の方が旧本庄市内を表す表現と混同なされないように、との配慮からです。

### 2 ブランドの位置づけ

地域の良好なイメージである「地域ブランド」には、いくつかの定義の仕方があります。以下に、文献より2つの定義を引用します。

一つ目の定義は、広義の地域ブランドと、狭義の地域ブランドの分け方です。

広義の地域ブランドは、「地域（都市・地方自治体）

そのものが持つイメージであり、それは既存の地域資源を活用することにより可能となる。これは無形の資産である」<sup>1</sup>。

例えば、「日本を代表する古都といえば…」と聞かれたとき、ほとんどの方は「京都」や「奈良」、または「鎌倉」を思い浮かべるでしょう。同様に、東京の神田神保町や秋葉原も、それぞれ「古本屋街」「電気街、サブカルチャーの街」と、まちの名前を聞いたときにそのイメージが浮かぶことが多いのではないのでしょうか。

このような広義の地域ブランドは無形の資産であり、長年のその地域の歴史的沿革や、果たしてきた役割によって培われているので、その形成には長い年月を要します。

それに対して、狭義の地域ブランドは、「その地域（都市・地方自治体）から生じている財・サービスという、有形の資産である」<sup>2</sup>。

例えば、特産品の果物や高級肉、温泉街といったものがその例に挙げられます。

前者と後者は密接な関係にあり、狭義の地域ブランドを長年提供し続けることで、広義の地域ブランドの創造と、イメージの定着がなされることになります。

二つ目は、地域ブランドを構成するものの種類によって、3つに分けて考える方法です。

具体的には、「1つ目が、場に注目する観光地ブランド。2つ目が、モノに注目する特産品ブランド。3つ目が、そこに住む人、生活に注目する暮らしブランド」<sup>3</sup>です。

例えば、「観光地ブランド」は特に地域外に住む

人にその地域の個性を感じさせるもの、「特産品ブランド」はその地域で作られる農林水産・畜産物や加工品、そして「暮らしブランド」は、そこに住む人にとっての暮らしやすさをもたらすものや地域の誇れるものが、それにあたります。

### 3 児玉郡市の強み

前段で挙げたものにおいて、最もわかりやすい分類として、「特産品」「観光地」「暮らし」になぞらえて、児玉郡市の強みを、

- ①児玉郡市にある「モノ」
- ②児玉郡市にある「場所」
- ③児玉郡市の「暮らし」

に分けていきます。

#### (1) 児玉郡市にある「モノ」

児玉郡市の強みとなる「モノ」としては、農産物・畜産物、菓子、調味料などの加工品、名物料理、民芸品などが挙げられます。

この地域は県内有数の野菜の産地として、キュウリ・ブロッコリー・ネギ・ナスなどを生産しています。

また、テレビ番組で特選素材として取り上げられた食材があります。本庄市の高橋ソース(株)の「カントリーハーヴェスト」、そして、美里町の白石農場の古代豚です。

美里町は、ブルーベリーの植栽面積が40ヘクタールもあります。ブルーベリー狩りのできる農園も30箇所以上あります。これは、平成11年度から5か年計画で、「観光果樹園100町歩構想」に取り組み、あんずやプルーン、ブルーベリー、うめの植栽を行ってきた成果の一つです。

神川町は梨が特産として有名です。また、神泉の銘水を使った醤油や味噌、さまざまな加工食品を作り販売しているヤマキグループや、首都圏でも有名な「松田のマヨネーズ」を生産している(株)ななくさの郷、小松菜やトマトなどの地元産野菜を練り込んだ「薬膳うどん」を作る(有)神川薬膳などがあります。

本庄市には、素材にこだわった豆腐を作るもぎ豆腐店(株)や、前述の高橋ソース(株)などがあります。

全国的に、「B級グルメ」と称した特産品を活用したまちおこしが大きな流れとなっていますが、児玉郡市地域では今、本庄市において「つみっこ」をプロデュースしています。「つみっこ」とは、練った小麦粉を手で「つみ取って」鍋に入れることから、桑の葉を摘み取る行為になぞらえた「すいとん」のような料理です。武州本庄つみっこ研究会が中心となって活動しています。

平成21年、秩父市で行われた「第5回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦」では、200円商品としてはトップとなり、その底力を発揮しました。おそらくそこには、「つみっこ」=「すいとん」の枠を超えて、「つみっこ」⇒「小麦粉」⇒「パスタ」という柔軟な発想があったのかと思います。

その延長で考えるならば、ソース焼きそばならぬ、「ソースつみっこ」、ラーメン味の「トンコツつみっこ」など味付けを広げれば、うどん・そば店だけでなく、鉄板焼き店やラーメン店など、あらゆる飲食店が参加できることで、まちおこしへの参加者をさらに広げることができそうです。

商品名を聞いただけで「食べてみたい」と思わせるもの、食べた人に「おいしい」「また食べたい」と思わせるものであれば、いろいろ試してみるのがいいでしょう。

#### (2) 児玉郡市にある「場所」

児玉郡市の強みとなる「場所」として取り上げられる場所としては、史跡・神社仏閣、地域の建物と景観、大自然とその景観、花見・紅葉スポット、アミューズメント施設などが挙げられます。

史跡として、塙保己一旧宅、児玉町旧配水塔(本庄市)、神社仏閣として、金鑽神社、多宝塔、御嶽の鏡岩、金鑽大師(神川町)、金鑽神社、東石清水八幡宮八幡神社(本庄市)などがあります。

地域の建物と景観として、ローヤル洋菓子店(旧

本庄商業銀行煉瓦造倉庫)、歴史民俗資料館(旧本庄警察署)、本庄仲町郵便局(旧本庄郵便局)、高窓の里、競進社模範蚕室など(本庄市)があります。これら文化財指定を受けているもの以外にも、街並みを形作る旧家がいくつも残っています。

自然の景観としては、三波石峡(神川町)、間瀬湖、赤城山の遠景(本庄市)などがあります。また、人工物ですが、本庄市の間瀬堰堤・間瀬堰堤管理橋は東日本の農業用重力式ダムとして最古のもので、山の景観と一体をなしています。

花・紅葉スポットは、こだま千本桜、骨波田の藤、あじさいの小路(本庄市)、ポピーまつり、コスモスまつり(美里町)、城峯公園の八重桜、ヤマツツジ、冬桜(神川町)があります。

行事には、本庄まつり、こだま夏まつり、本庄祇園まつり、こだま秋まつり(本庄市)、猪俣の百八燈、美里夏まつり花火大会(美里町)などがあります。

古い民家や、それらが形成する街並みもあり、5章において後述する(財)本庄国際リサーチパーク研究推進機構の実施した、「まちづくり大学2005」のフィールドワーク編において、児玉まちめぐり、神泉まちめぐり、本庄まちめぐりを通じてそれぞれの地域の魅力を知る機会が設けられました。

### (3) 児玉郡市の「暮らし」

児玉郡市の強みとなる「暮らし」にかかわる要素としては、気候、住環境、交通、防犯・防災、教育・子育てなどが挙げられます。

特にこの地域は、交通の利便性の良さと、高等学校の多さ、そして買い物ができる店が多いということが有利な点だといえます。

交通については、資源として上越新幹線の本庄早稲田駅と関越自動車道の本庄児玉インターチェンジが挙げられます。また高崎線本庄駅と、八高線児玉駅。国道17号と、254号、462号。さらに秩父方面へつながる県道秩父児玉線があります。

例えば、新幹線を利用した場合、東京駅へは最短で50分、長野駅へは64分、新潟駅へは92分で到

着します。これらは、都心への通勤通学圏内にありながら、旅行へ出かけるにしても日帰りのできるなど、住民にとっては生活を豊かにする大きな要素として作用します。

教育の分野において、特に大きな強みといえる点は、高等学校が7つもあるということです。県立高校では、本庄、児玉、児玉白楊(実業)、本庄北(本庄と統合予定)があり、私立高校では、早稲田大学本庄(大学付属)、本庄第一、本庄東(中高一貫)があります。

普通高校もあれば、実業高校もある。大学付属もあれば、中高一貫校もあると、高校進学におけるほぼ全ての選択肢がそろっています。生徒自身にとっても、ご父兄にとっても、進学先と将来を考えるには恵まれた環境にある、といえるでしょう。

また、日常の買い物について、児玉郡市はかなり恵まれた環境にあります。旧本庄市地域だけでも、スーパーマーケット、ホームセンター、ショッピングセンター、ドラッグストア、そして家電量販店と、それぞれ値段の比較ができるだけの複数の店があります。

同様に、旧児玉町や、美里町、神川町でも食料品や日用品の購入に困ることはありません。また上里町には、駅の近くにはスーパーマーケットがあり、そのほか国道・県道沿いに大規模ショッピングセンターや、スーパーマーケットと映画館等の複合施設、大規模ショッピングモールが、それぞれあります。

地域内でも、スーパーマーケットやショッピングセンターの撤退する例はいくつかありましたが、跡地に次のテナントが入ったり、「閉店」ではなく地域内での「移転」として残ったりするのも、この地域の特長ともいえます。

## 4 今後の課題

前章で述べたとおり、日常生活に必要な教育や買い物の場が充実し、「海以外、無いものは無い」と言えるほど恵まれた状況にある児玉郡市ですが、残

念ながら「暮らしブランド」においては大きな弱点があります。それが救急医療です。特に、心筋梗塞などの重度の急患に完全に対応できる病院が地域内に無いということが最大の課題といえます。

児玉郡市にも大きな病院はあります。しかし、平成21年の全救急搬送のうち約33%は群馬県の医療機関へ搬送しているのが現状です<sup>4</sup>。

そこで、(社)こだま青年会議所(以下「JC」という。)では平成21年に、医療問題をテーマにした活動を行いました。地域住民と各医療従事者で共通認識を持つために有識者を集めたパネルディスカッションをしたり講演会を設けたりしました。

行政においても平成22年11月に、『本庄地域定住自立圏共生ビジョン』を策定しましたが、このなかでも「生活機能の強化に係る政策分野」の先頭に挙げられているのが、医療体制の充実です<sup>5</sup>。

今後、住民、行政がともに、地域の医療の課題の解決に取り組んでいくことでしょう。

## 5 この地域での取り組み

さらに私は、「暮らしブランド」中に、「まちづくりブランド」というものを加えたいと思います。

一住民が、みんなで学び、話し合い、まちづくりのアイデアを出し、それを形作ることができるチャンネルがある。そして、その気になればだれでも参加できる、という仕組みがあるということは、地方自治の本旨である真の住民自治の実現であり、そこに住む人々にとって、もっとも欲するものではないでしょうか。

そういった、この地域における「まちづくりブランド」として挙げられる住民のまちづくりの取り組みとして、「まちづくり大学」から誕生した「本庄まちNET」があります。

「まちづくり大学」は、(財)本庄国際リサーチパーク研究推進機構が企画・運営してきた市民向け連続講座で、特に平成17～18年には「まちづくり」を中心に行われたものです。その中で、参加者はま

ず、「まちの歴史」、「建物・街並」、「食と農、風土」と題した講義を受講しました。さらに本庄、児玉、神泉、そして深谷のまちめぐりを通したフィールドワークについて、グループワークでそれらの活動をまとめ、発表しました。また、シンポジウムとフォーラムが行われました。

そして、この活動を受け継いだのが、まちづくりの市民集団「本庄まちNET」です。ここでは、「蔵の再生プロジェクト」や「元小山川景観プロジェクト」、地元の食文化を堪能する「五臓六腑の会」など、テーマごとのグループにおいても活動しています。活動の一つの成果として、「本庄赤煉瓦ホール」があります。これは、酒屋が倉庫として使っていた酒蔵を、ホールなどにリフォームしたものです。生活を豊かにする交流の場として、ミニコンサートや映画上映会などに活用されています。

そのほかにも、行政への住民参画を目指して、JCは、平成22年に行われた本庄市長選挙および神川町長選挙におきまして、住民が公平中立な立場で、全ての候補者のマニフェストの比較検討をすることができるマニフェスト討論会を開催しました。JCでは、そのほかに、わんぱく相撲を通した子どもたちの教育活動や、キャンドルナイトを通した地域との協働活動などを住民とともに展開しています。

## 6 おわりに

児玉郡市地域において、地域ブランドの構築は、まだまだこれからです。

しかし、すでに活動を続けている「本庄まちNET」やJCのように、地域住民が主体となって、住んでいる地域について学び、体験する。そして地域への愛着、誇りをもち、それを活かす活動を続ける。やがてその活動の魅力を周囲の人々に語り、さらに多くの人々を巻き込んでいく。

こういった過程で、今まで気づきもしなかったものが輝いて見え始め、その結果、すでにあったモノや場所も付加価値を増していくことになります。そ

して何より、その活動の面白さに目覚めた住民一人一人が、輝きを放ち始めることにつながります。こうした好循環が継続していくことが、自ずから地域ブランドの確立へとつながることになるでしょう。

## 脚注

- 1 『地域魅力を高める「地域ブランド」戦略』牧瀬稔・板谷和也 編著（東京法令出版） 15頁
- 2 同上
- 3 『地ブランド』博報堂地ブランドプロジェクト 編著（弘文堂） 15頁
- 4 『本庄地域定住自立圏共生ビジョン』 5頁
- 5 同上

## 参考文献

- ◎ 『地ブランド』博報堂地ブランドプロジェクト 編著（弘文堂）(2006)
- ◎ 『地域ブランドと産業振興』関満博・及川孝信 編（新評論）(2006)
- ◎ 『地域ブランドと地域経済（新版）』佐々木純一郎ほか 著（同友館）(2009)
- ◎ 『地域ブランド・マネジメント』電通abic project編（有斐閣）(2009)
- ◎ 『地域魅力を高める「地域ブランド」戦略』牧瀬稔・板谷和也 編著（東京法令出版）(2008)
- ◎ 『地域に利をもたらす 地域資源活用マニュアル』土肥健夫 著（同友館）(2008)
- ◎ 『メイキング・オブまちづくり大学2005』（財）本庄国際リサーチパーク研究推進機構(2006)
- ◎ 『まちづくり大学2005-2006 -そして「本庄まちNET」の誕生へ-』同上(2007)
- ◎ 『本庄～The New Stage～あなたが活かす、みんなで育む、安全と安心のまち「本庄」（本庄市勢要覧）』（2009）
- ◎ 『美里町 美しい里の町～美里誕生50周年記念誌』（2004）
- ◎ 『新神川町誕生記念～神川町勢要覧～かみかわ2007』（2007）
- ◎ 『かみさと浪漫～上里町町制施行35周年記念町勢要覧』（2007）