平成 30 年度第 6 回滋賀県協働プラットフォーム　議事要旨

１　日時

平成 30 年 7 月 17 日（火）　15 時 00 分から 17 時 00 分まで

２　場所

滋賀県大津合同庁舎　６－Ｆ会議室

３　テーマ名

交通・文化文芸・観光が創りだす心豊かなまちづくり

４　参加者

(1)　NPO・関係団体等関係者

京阪電気鉄道株式会社
ＮＨＫ大津放送局
琵琶湖汽船株式会社
大津まちなか交流館
株式会社まちづくり大津
株式会社毎日新聞大津支社
株式会社滋賀リビング新聞社
近江鉄道株式会社
びわ湖大津環境協会
信楽町観光協会
大津市　文化青少年課
公募

(2)　テーマの提案者

電車と青春 21 文字プロジェクト

(3)　県関係各課

滋賀県　県民生活部　文化振興課
滋賀県　商工観光労働部　観光交流局
滋賀県　土木交通部　交通戦略課
滋賀県　教育委員会事務局　生涯学習課

(4)　事務局

滋賀県県民生活部　県民活動生活課　県民活動・協働推進室

５　協議内容

(1)　テーマ提案者から提出理由・趣旨を説明

〇京阪石坂線は、沿線にたくさんの学校がある青春路線と言え、21 の駅がある。この 21 にちなんだメッセージ募集を、10 年以上前から続けてきた。このメッセージを大津独自の文芸に育てあげ、大津の地域振興・観光につなげていきたいとやっている。最終審査員、路面電車で通学されていた俵万智さんに依頼しており、毎年すてきなコメントをいただいている。沿線の学校では、国語の授業に取り入れていただいており、昨年の最優秀作品は、「君への気持ちは黄色線まで下がれない」という沿線の中学生の作品だった。

当初から青春をテーマにしていたが、最優秀賞を石坂線に因み石坂洋次郎青春賞としていたので、（昭和の青春文学の巨匠・石坂洋次郎を知る世代である）応募者の年代が高かった。10 代の応募は少なく、60 代以上が多かった。しかし、年々若い世代が増え昨年度では約５千通の応募のうち、約半数が 10 代となっている。

昨年度は、21 を和歌の 31 文字にかけて、百人一首かるたの聖地である近江勧学館でも作品を掲示してもらった。また、大津市との共催事業だったので、大津市内の学校や公共施設に応募用紙の設置や入選作品の掲示を行ってもらった。今回の入選作品集はウェブ情報誌として制作し、大津の魅力や特産品掲載記事を掲載した。記事は、市民記者の執筆により、人や生活に焦点をあて、21 駅周辺の特徴を紹介している。このような取組により、シティセールス、自分の街に関心を持ち、街への誇りを持ってもらいたいと思っている。

この取り組みにはいろんな企業や団体から応援してもらっている。西武大津店からは、学校単位の応募はユニークな取組だということで、団体賞という賞を協力いただいた。近江勧学館にも賞の協力をいただいた。京阪電車の車内や駅では優秀作品を掲示。また、入選作品が 100 作品あるので、店舗が約 100 あるナカマチ商店街で、胸キュン商店街と銘打って、1 か月間作品展示に協力いただいた。また、それぞれの店舗で、胸キュン商品を開発されたりしていた。これからの新たな展開を進めていくため、いろんな方との意見交換する 21 文字カフェを設けて、外部との交流を図っている。

昨年度の優秀作品は、ウェブ上で掲載しているが、それまでは本として出版していた。ウェブ情報誌は、地元の市民ライターが 1 年かけて取材をし、入選作品とともに、おすすめスポット等が掲載されており、旅の本というよりは、少し変わった町の紹介本になっている。各新聞でも取り上げてもらった。

このプロジェクトは、京阪さんと一緒にやってきて、色んな賞も受賞し、評価をいただいている。テレビのニュース等マスコミにも取り上げられている。

(2)　対話・協議の内容

〇10 年続けてきて、今後どうしていくかを考えている。今後続けていくには、主体となって関わっていただけるようなメンバーを広げていけたらと思っている。21 文字カフェで、新たな方向性や広げていく方法等のアイデアをいただいてきた。今までは、いい作品を集めて発表する活動が主だったが、これまでに 1100 作品が集まってきており、これをどう活かしていくのか、今後続けていくには、集まった作品をどう活かしたらいいか、また、今後につなげていくにはどうしたらいいか、ということが課題かと思う。

〇メンバーの一員として、広報や審査のお手伝いをしている。京阪電鉄等の支援を受け、助成を受けたりして、10 年やってきた。これから、自立できる活動をどうやってできるのかというのが、11 年目から課題として話し合っているところ。この場、先ほどのカフェでも話しながら、見つけていこうとしている段階である。
〇京阪電鉄でも、告知や入選作品の車内での掲示等の協力しており、３年ほど前までは、電車にラッピングするという協力もしてきた。今でも、告知の協力を続けている。
〇お客様、とりわけ若い頃の思い出を持っておられるお客様に、鉄道に対する愛着を感じてもらえる取組であり、ありがたいと思っている。協力続けていくのに制約もあるが、なんとか続けていけるようになればと思う。
〇元々21 駅ということで、21 文字と設定されたが、21 文字の文学は非常に面白くて、21 文字に限定した表現は非常に面白い。一つの文学形態として評価できると思う。21 の駅で風景・青春の思い出が、世界に広がっていく。もう一つ、10 年を超えてきたので、枠を超えるという意味で、もっと大津・滋賀に何かしらのフィードバック、活動をもっと膨らませることができるのではないかとみんなで考えている。
〇青春 21 文字のメッセージがなぜ 10 年以上も続いているかというと、いろんな要素がうまく整合されているからだと思う。たまたま 21 駅だったが、もし、23 駅なら 23 文字となるが、これでは理解できない。日本人古来の俳句等を詠むときの習慣の中で、５か７の組み合わせは刷り込まれていると思う。21 は、７の倍数である。５・７・５の組み合わせは非常にルールが固すぎるが、21 文字なら、汎用的表現である。また、青春というと、石坂線を利用する学生と思われるが、高齢者にも青春があり、今生きている人全てに共通に認識できる言葉であると思う。60 歳過ぎた方でも今青春であると言われるように、青春というのは若者だけのものではなく、いろんな世代にそれぞれに青春という言葉を組み込めるという、言葉の強さがある。それと、京阪電車という動くものをテーマとしたこと。比叡山や石山寺という、静止したものをテーマにしてしまうと、表現も止まったものになると思う。文化は、動的なもの、静的なものを融合することで、パワーを持つ。電車で動くことと、21 の停まる駅があり、駅のよさ、文化がある。動と静の組み合わせだと思う。このようなのは、松尾芭蕉が言う不易流行であるなと思う。不易流行を実際に実行して形づくられたプロジェクトというのが、青春 21 文字メッセージという活動であると思う。このあたりを理論的に理解した上で、いろんなところに広げていったらいいと思う。21 文字なら、次は 25 文字でいこうとかというよりは、５と７の組み合わせの中である程度のルールをつくるといいと思う。動くものと停まっているものをうまく組み合わせるとか、文化的なものであるもの、歴史的に培った人間に刷り込まれた何かをうまく呼び出せるようなことにしていく必要がある。この成功した内容を基にカテゴリを決めて継続していくことができたら、プラットフォームとしていいものになっていくと思う。
〇中高生の参加が多くて、審査として 5,000 全部読み、いい表現が込められていた。観光につなげていくには、10 年の実績も含め、大津市以外のところにも発信していき、言葉の文化に付加価値をつけていき、大津に来てもらうということが課題かと思う。会社のミッションが中心市街地の活性なので、そのあたりはマッチすると思う。
〇この審査に関わったことがある。10 年やってきた中で、色んな作品が集まってきた。使っていかないともったいないと思う。色んな形で、観光へつなげていければと思う。作品を通じて、大

津に来てもらい、魅力を感じてもらえればと思う。観光になるということは、お金が動くということで、小さい商店にもメリットがある。大津市全体、ひいては滋賀県全体にもつながって、いい影響がでてくると思う。最初は京阪電鉄、大津から始めたが、全国発信できるものとなる可能性があると思う。大津、滋賀の文化のような、形では伝わらない、心のつながりのようなものができてくると思う。

〇昨年度から大津市の協働提案事業ということで、大津市と共催となっている。主に広報面の周知を協力している。大津市の広報誌で募集告知を掲載する等、できる範囲で協力しているところ。今年度も共催ということで協力している。若年層での文芸離れがあると思っていて、若い方からの応募がたくさんあったことは成果だと思っている。若年層が文芸に親しみ、住んでいる所に走っている京阪電鉄に思いをはせるというのは、大津について考えていただくきっかけになっていると思う。また、全国から応募もあるので、大津の魅力を全国に発信できるいい機会となっていると思う。今後もできるだけ協力していけたらと考えている。

〇21 文字の取組を滋賀県全体に広げ、ツールとして使うことについて、協力できることは協力していきたいと考えている。

〇京阪電車は、ただ単に人を運んでいるのではなく、文化も運んでいるということ、交通機関と文化、これは滋賀のオリジナルなものということを、県外の方にも伝えていけば、観光にもプラスとなると思う。県内の鉄道で、文化も運んでいるというのは、他府県との差別化を図れると思う。

〇観光目的で京阪電鉄に乗っていたとき、大津という文化のあるところで、ふさわしい取組だと思った。信楽高原鐵道は、駅が６駅あって、信楽の市街地を離れると、貴生川駅まで山中を 14 分程度走行するので、その時に乗客に魅力をどう伝えていくかというのが課題だと思っている。21 文字の取組は、いい案として、参考になると思っている。

〇目に見える観客数・乗客数を伸ばすという点で、ビワイチと連携があると思う。例えば、シャア自転車というものがあるので、自転車を乗り捨てて電車に乗るということができ、琵琶湖一周はしんどい方もいるので、部分的に電車に乗って、琵琶湖一周ができる。シェア自転車の会社があるので、鉄道と連携すると、乗客数が増えると思う。ＳＮＳは今一番影響力があるので、インフルエンサーと呼ばれる方、ユーチューバーと連携して、発信したら、訪れたいと思う人が増えると思う。

〇応募状況として、約半数が沿線の小中高生からなので、滋賀県からが一番多いが、これを除くと首都圏、人口の多い県からの応募が多い。全国向けの公募誌で募集をしている。47 都道府県に加えて、ネットで海外からも応募がある。

〇俵さんが審査するということをきっかけにして、応募される方が結構おられる。

〇東京の日本橋に昨年 10 月にオープンした「ここ滋賀」では、一日平均 1,500 人の来場があり、この場で発表に活用いただけるといいと思う。ここ滋賀で、近江鉄道地酒電車を含んだツアーを販売したが、残念ながら、東京でチケット買っていただける方はあまりおられなかった。ここの運営会社が京都にホテルをもっているので、そこからの着地型ツアーとしての販売が現実的なのかと考えているところ。首都圏からの応募が多いということで、21 文字をきっかけに、京都に宿泊された方が足を延してもらうように、連携していけたらいいのではないかと思った。

〇21 文字というのが俳句でも短歌でもない、新しい文学だと感じた。後援等で、協力できる範囲

で協力していきたい。
〇交通戦略課としては、公共交通を利用促進活性化する立場なので、この 21 文字の取組を生かして、利用促進を図っていきたいと考えているところ。入口交通、出口文化・観光ということで、交通は移動することになるが、出口は文化となるが、文化は文芸だけでなく、街づくりも含めたものであると思うし、観光では、交流である。そういったとこから、活性化していけたらと思う。21 文字は新しい文学であると先に話があり、せっかくこういったツールがあるので、これをきっかけに電車を使って、人が交流するという流れができないかと思っている。しかし、交通戦略課だけでは、実現できないので、街づくりに取り組まれている方等と連携してやっていけたらいいと思っている。結果として、公共交通をより使っていただけるようになればいいと思う。
〇皆様からいただいた意見を踏まえ思ったこととして、まず、次の人材育成、担い手をどう広げていくのかという点。二つ目として、多数の応募作品をこれからどう活かしていくのか、活用方法の課題がある。三つ目として、この取組を他に広げ、応用していくにしても、一つのルール、核となるものを定めていくことが必要である。
　このような現状がある中で、今後、これをより発展させていくためにはどうしたらいいか、議論したい。意見にあったように、切り口は２つあると思う。一つは、文化・生涯学習施策としての発展、大津市でも取り組まれておられるが、これを他の市町、あるいは全県下に広げていくときには、どういうことが考えられるのかという点。もう一つは、鉄道、観光、地域活性化、まちづくり等にどうつなげていくのかということだと思う。
　10 年続いてきたいい取組と思うので、各市町、鉄道事業者でも活用していただけたらと思う。そうでなくも、この取組そのものは、文化事業、生涯学習事業として、各市町でも取り組んでもらえるものだと思う。現実的にどのように進めていけばと可能なるか、あるいは進めるためにはどうしたらいいかについて議論をしていきたい。
　（休憩）
〇21 文字というのは特別の世界があると思う。電車は閉じられているようで、開かれており、特別な空間だと思う。電車という空間は、新たな場面が生まれる舞台でもあると思う。青春というのは、各々の心に響くものがある言葉だと思う。
〇最初は少ないメンバーで取り組んでいたが、ここ数年はプロジェクトいうことで、いろいろな方の協力を得て取り組んでいる。これからも続けていくには、マンパワーが必要となる。また、資金も必要で、資金的なものを生み出す仕組の構築が必要で、プロジェクトの中でも議論しており、応募作品の活用も検討しているところ。
〇印刷されて紙になったもの対する需要は以外に根強い。例えば、ネットニュースを見て、その記事が載っている新聞がほしいという方もいる。以前は作品を冊子にしていたが、予算の関係で出来なくなった。21 文字カフェでいろんな方の話を聞くと、形があることに対する需要がかなりある。また、この取組を活用して、ムーブメントを起こすようなイベント等も考えていけたらと思う。
〇2016 年度は休止したが、見直すよい機会にはなったと思う。技術の継承というのは課題だと思う。
〇教科書の題材になるような内容だと思う。いい作品があるし、ある意味、聖地みたいなものになっていけばいいと思う。

〇この取組が大津で始まり、大津の一つの魅力として、しっかり根付いて発信していかないと、これからの発展はないのではないかと思う。「大津は、カルタの聖地」と呼ばれるくらいに、「21文字なら、大津だ」と言われるぐらいになることが必要。そうなるように、色んな分野方で考えていけたらと思う。
〇過去の作品を読んでいると、暮らしとつながっている。出口というのは、暮らしではないかと思う。暮らしを観光に結びつけるには、人づくりが必要だと思う。人づくりができていくと、街づくりになり、観光につながっていく。今、観光で街づくりをしようとすることがあるが、街づくりに合う観光は何かを考える切り口もあってもいいと思う。
〇テーマは、10年間で変化があったのか。
〇10年間は初恋をテーマに必ず盛り込んでいた。昨年からは、初恋、電車という言葉をテーマから外し、青春メッセージとした。
〇応募数を増やしていく、例えば、倍の１万とかを目指していくのが近道かと思う。21文字のファンを増やしていくと、滋賀県、大津という地名が少なくとも応募者の方には伝わる。
〇応募数が増えるということは、21文字を知っている人が増えることになる。普段、電車に乗らない人が見直すきっかけになると思う。大津ってどんな街なのかと興味をもってもらうことが観光につながる。10年、20年続けていくには、人材育成のほか、この取組自体が時代に応じた魅力のあるものとなる必要がある。
〇今後の発展にはいくつかの方向性があって、大津市で取り組まれていることを他の自治体でも行う、また全県下へ広めていく、また、京阪電鉄での取組を例えば、近江鉄道でも取り組んでいくという、主体を変えていくことがある。さらには、テーマを変えていくということ。基本的なルールを守って、応用するということで、各市町や鉄道事業者等で広げていける可能性は十分あるのではないかと思う。この点を踏まえて、提案いただければと思う。
〇21文字が滋賀県全体で目にするようになることはいいことだと思う。
〇近江鉄道は、北は米原から南は甲賀市まで、５市５町をつないでおり、全県化へ広げていくことに、協力はできるのでないかと思う。車内への掲示等の具体的な事項があれば、協力しやすいし、こちらからの提案していくこともできると思う。
〇例えば、旅の21文字メッセージという形で、旅行・観光地等の印象を表現してもらい、21文字メッセージ集のようなものをつくって、広めていけたらいいと思う。
〇愛媛県の松山市で、観光地に俳句ポストを設置していて、観光地で思ったことを書いて投函でき、その中で優秀作品が選ばれるという例がある。鉄道に乗った人が簡単に応募できれば、広がりが期待できるし、電車の中で作品を掲示してもらえると、鉄道ファンや子どもは喜ぶと思う。
〇シャルソンという、ソーシャルネットワークとマラソンを掛け合わせた造語がある。スタートとゴールだけ決めておいて、ぶらぶら歩いて、その間、写真撮ったりして、ＳＮＳへの投稿を行う。群馬とかでは、３日間やっているという事例がある。例えば、滋賀県全体でやるなら、琵琶湖一周、沿線でもいいし、シャルソンというかたちで実施し、21文字で大賞とった人には、お金ではなくプレゼントを出してみたらいいと思う。例えば、ホテルと連携して宿泊券を商品とし、ホテル側もお客がきてもらえるようになるし、賞をきっかに人が集まると思う。
〇通勤に京阪電鉄を利用しており、車内で21文字の作品を見ると、勝手に頭の中にイメージがわいてくる。学生時代は、阪急電車で通学していて、阪急電車という映画あって気になって観て、

本も買った。昔の青春時代の思い出を振り返ってみたいと思う。広く発信されて、目に留まることがあれば、電車の乗客数も増えると思う。今、ネット社会で情報が飛び交い、情報の信頼性が大事だと思っていて、例えば、大津市さんが発信された情報は、行政が関わっているというだけで信頼度がぐんと上がる。行政から発信したとわかるだけで、信頼度が上がるし、拡散もしてもらえると思う。行政が関わる意味が出てくると思う。

〇観光にきてもらうにはきっかけが必要だと思う。例えば、沿線の情報誌において、膳所本町の駅のイメージにあう 21 文字作品を添えると、駅周辺の雰囲気をイメージしやすく、ちょっと行ってみたいなと思ってもらえると思う。

〇青春 18 きっぷのようなものは販売されていると思うが、応募期間だけでもそういうものがあるといいと思う。また、そこで、見て、感じたものを投稿してもらえる仕組ができればと思う。

〇若い世代の応募が増えてきているが、発信というのはすごく重要だと思う。色んな角度から発信していく必要がある。例えば、ペットボトルのお茶に俳句を載せている。そういうものは、ついつい見てしまう。食品の会社とコラボして、パッケージに 21 文字作品を載せてもらうといいと思う。新しい視点で、どこかとコラボしていくといいと思う。

〇文化として根付いてきているので、ＳＮＳとかだけでなく、大変なところはあるが、冊子の形で残していくことがいいと思う。冊子なら、図書館でも見てもらえる。

〇広げる前に、21 文字は、京阪電鉄の石坂線だと定着させ、オリジナルを固めた上で、滋賀県が発信することで、滋賀県の全体イメージにつながっていけると思う。

〇まず、オリジナルを固めると言われたが、同時進行でもいいのではないかと思う。

〇協働は、基本的に民と行政、この場では県が中心となるが、広げていくと、民と市町、あらゆるセクター間での取組である。この協働プラットフォームでは、みなさんから自由に意見をいただくという役割もあるが、どう協働していけばより発展的にできるのかを対話・協議していく場でもある。

今後、21 文字の取組をより発展させていくためには、いろんな場所で、同時多発的に、しかし、基本的なルールを保ちながら、それぞれの地域や主体に合った形で取り組んでいくことが必要だと思う。各地域でこの取組を盛んにし、最終的には、文化風土として、街づくりとして、滋賀に定着させていくことだと思う。まず、基本的なものを定義付ける必要があるかもしれないが、それを応用、普遍化していく作業が協働になっていくのではないかと思う。他の市町の方にも参加いただければ、持ち帰ったときに、21 文字の取組をどう自分の市町にどう消化し、落とし込んでいくのかを考え、どう展開できるのかを考えていただけると思う。

取組が広がることは、結果的として、本家である 21 文字プロジェクトの発展にもつながると思う。また、それぞれの地域の発展にもつながっていくと思う。

行政の伝統的な手法であるが、いきなり全県化に広めるというのは、なかなか大変だと思うので、皆様からも提案をいただきながら、一つモデル地区をつくってみたらいいと思う。例えば、沿線のある地域から育てていってもいいと思う。

（終了）