

私たちが守るべきもの



後藤 健市 (ごとう けんいち)

場所文化クリエイター (地域活性化伝道師)・場所文化機構 代表

1959年帯広市生まれ。米国に留学中に、ベンチャー企業（東京）にチーフディレクターとして参加し、国内家電メーカーのワープロやパソコンのセールスプロモーションを担当。86年に地元・帯広に戻り、社会福祉事業に携わりながら、同時に地域づくりに取り組み、北の屋台、スノーフィールドカフェ、場所文化フォーラムなどの立上げや運営、食をテーマに地域活性化に取り組む会社設立等に関わる。現在も、全国各地を飛び回り、地域づくりの講演、企画・提案、実践を行っている。

力士の強さ

春場所（3月）の何番かをテレビ観戦した。大相撲の話題を独占していた感のある朝青龍が引退したことでワイドショー的興味から離れ、白鵬と把瑠都の活躍も含め、久しぶりに相撲内容をじっくり楽しんだ。

相撲は単なる格闘技ではなく、強ければいいというものではないと思う。心技体という言葉があるが、力士には筋力だけではなく、精神力も併せた真の強さが求められており、私たちは土俵で練り広げられる力士の所作や気合い・間合いの中に日本的な「美しさ」を見出し、それを含めて大相撲を楽しんでいる。

その大相撲の横綱決定に深く関わっているのが横綱審議委員会（横審）。朝青龍の一連の騒動でニュース等に何度も登場していたが、その委員会の横綱推薦基準第2項に「2場所連続優勝した大関」と書かれている。したがって、もし勝敗結果だけで横綱昇進を判断するなら横審は要らない。しかし、第1項には「品格、力量が抜群であること」とあり、ここが横審の委員である外部の有識者が審議するポイントだろう。大相撲はプロだから興行収入も重要だが、横綱がこの資格を有していることが、他の格闘スポーツと大相撲の違いであり、同時に魅力でもあり、守るべき最も大切なことだと思う。

大相撲と品格

今は、横綱の白鵬、大関の日馬富士、琴欧州、そして新大関の把瑠都と、三役の多くが海外力士で占められている。日本人横綱がないことを嘆く人もいるが、この4力士の立ち振る舞いは、日本人が忘れかけている品格を感じさせてくれるし、彼らの活躍は相撲人気の海外拡大、海外市場での収益増につながる可能性も有している。国技かどうかは別として、相撲は日本的な品格を守り、それを海外に伝えることができる日本固有のスポーツであることには違いない。

大相撲を引き合いに「品格」と「守るべきもの」について述べさせていただいたが、今、日本は大相撲と同じような課題を抱えているように思う。それは、目

※ 鍮器

鍮起銅器。鍮で打ち起こすという語源にあるように、銅板を鍮でたたくことによって生み出された銅器。

先の利益と結果を追い求めるばかりに、本当に守るべきものを見失い、進むべき方向を見定められない状況に陥っていることである。

鎖国に学ぶこと

「守る」とは閉じることではない。「攻撃は最大の防御なり」という言葉もあるが、組織や地域を開き、人・モノ・カネの流れを作り、組織や地域の中で小さな変化を繰り返していくことが「持続」には最も重要な戦略となる。

日本は江戸時代に鎖国政策を取っていた。これは、まさに「閉じて・守ろう」とする戦略である。その当時、オランダ商館付きの医師として滞在していたエンゲルベルト・ケンペルは自身の著書で「日本には固有の資源が豊富にあり、民もよく働き、産業もバランスよく発達しているのだから、そのまま鎖国を続け、外国の余計な慾や悪からこの国を守るべきだ」と記述している。しかし、実際には、完全に閉じたのではなく、特定の場所を決め、海外の物品・情報・人を受け入れており、そこを通して海外の大きな影響を受けながらも、自分たちなりに消化し、時間をかけ小さな変化を繰り返しながら対応していた。だからこそ、鎖国は300年も続いたのだろうし、そこから、日本独自の文化を形成することができたと言える。

これに比して、今の社会はどうか。財政等の厳しさを言い訳にして組織や地域を「閉じて」しまい、何を守るべきかを見失っているように思える。そうかと思うと、やみくもに開き、海外の仕組みを性急かつそのまま受け入れようとして、大切なものを壊しかけている。今必要なのは、まず自分たちが守るべきものが何かを明確にし、その上で、地域や組織を外に開く“勇氣”、自らが先頭に立って行動する“覚悟”、そして、小さな変化を大切にする“意識”を持ち、とりあえず動くことだと思う。

燕の取り組み

講演依頼があり新潟県燕市を訪ねた。ここはナイフやフォーク等の食器で世界に名をはせていた地域だ

が、海外との価格競争の波に飲み込まれ衰退の一途をたどっていた。しかし、ここ数年、価格ではなく、磨きの技術力が注目されるようになり、地域は元気を取り戻してきている。iPodの鏡面磨きや、ビールが美味しくなるステンレス製ジョッキが有名だが、先日見せてもらったのは燕の伝統工芸である鈍器[※]の皿や、漆を焼き付けたナイフ。彼らは、世界的に有名なフレンチシェフのジョエル・ロブションと連携し、「燕」というブランドを掲げながら、これらの商品を世界に向けて販売している。

守るべきものを明確にする

低価格を武器とするライバルが出現し、生き残るためには「価格競争に勝つしかない」と思いこみ、必死にその努力を続ける。これは燕に限ったことではなく、さまざまな地域や分野で起こっていることだが、そうしているうちに守るべきものが何か分からなくなり、危うく本当に大切なものを失うところだったが、燕はまさに土俵際ぎりぎり踏みとどまった。そして、彼らは、組織と地域を開き、新たな連携のもと、自らの意思で小さな変化を積み上げ始めた。今、隣の三条市とも連携し、守るべき地域価値をさらに見直し、世界に向けた新たな地域ブランドの構築に取り組んでいるが、ものづくりの伝統を持つ彼らの取り組みから学ぶことはとても多い。

私たちが暮らしている地域も、そして日本も、土俵際ぎりぎりにはいるはずなのに、私たちはそのことを正しく認識していない。何をしなければならぬかを考えることも重要だが、まずは自分が関わっている組織（会社）や地域において、本当に大切なものは何かを考え、その問いに自分なりの答えを持つことが必要だと思う。そうすることによって、個人や組織の軸が定まる。くどいようだが、大切なのは軸を定めること。軸さえしっかりしていれば、多少の揺れがあっても、迷走することはなく、前に向かって着実に歩を進めることができる、と私は思う。

