

## アツギ店舗のストーリー（そのソフト性について）

まちづくり会社がアツギの商品を田名部駅前通りの活性化の一つとして一つの店舗、しかも京町家としてとり上げたのは、ハードとしての目新しさ、古い家屋の再生や空家対策としての位置付けに止まるものではない。

それらは単に受け皿としての新しさであって、真の目的はこの地域全体の、ひいてはどのようにしてこの地方に活路を見出すか、ソフト面での取組みに目的がある。

これまで語ってきたとおり、下北半島は開発と挫折の繰り返しで今日を迎えている。近くは原子力関係にあっても同様であり、単に地震の影響という単純なものではなく、原子力関連だけを見ても原子力船の夢と挫折から始まり、今日に至っている。

その原因は、国に“翻弄”されたという負者の論理では片付けられない。県を中心とした自治体の無気力、先取性や積極性のなさにも原因がある。

何よりも、地域全体で自分達が何かをすることによって与えられた恵みを生かしていく努力が足りなかったことが、今日迄の開発と挫折の繰り返しの原因だといえる。

このような地域性にあっては、折角の開発テーマも根付くことはなく、一過性のものとしかならない。天の配剤とでも言うべきか、因果論ではないが、実らせるべき普段の地域の努力と心持ちが真の豊かさにつながる。

このことを地域として体現しなければ、いくら口できれいごとを並べたとて、また、どのような開発プランが様々に出されたとて、同じことである。

小さなことであっても、地域の人々に目に見えるものとして参画し、開発の何たるか、まちの再生の何たるかを身をもって感じ、受け入れてもらう術を考えた。

現在のむつ市で唯一、開発として外部からの受入れで目に見えるものがアツギの工場である。

これは製品を作り、一部のまちの商店で製品が売られているだけで、株主になるでもなく、商品を積極的に買い取る市民活動や広報を行うでもない。

これを意義あるものにし、地域の活力につなげる一つの方法として店舗の設置とまちづくりを結びつけたのである。

単に待ちの店舗ではない。

まとまって販売したり、営業をし、商品をより多く地域に根付いてもらい収益を挙げることが当然のこととして、それ以上に前述した当地方に根付いてもらうことの意味、受け入れることの真の意味と価値を体現してもらい、靴下一足の日々の購入やアツギに地元の企業であるとの意識を持つ中に他の開発に対しての地域の受け入れ方への学びがある。

従来、社会から少し距離を置いた地域であった、青森県の中でも下北半島は、地域として取り残され乍らも、その開発という面からすると、地政学的事業から来るのか、国家的なプロジェクトばかりが明治以来計画されてきている。

それらを辿ってみると、前述したように、時の流れだけではなく地域としての体現がなされていないことに気付く。

広くソフト面、とりわけ住民全体での学びが必要であると感じる。

これからも様々な開発テーマが青森県の思惑等を離れて、この地方にもたらされてくる。そのときに、常に従来のままの住民の意識であってはならない。

日々に学び取ること、その教材として、アツギの店舗は市や地域の広報の場としても生かし、生かされると感じた次第である。

経済は、土地、もの、金から成り立っている。

人の要素も大きい。この人の面での強化を購買のプロセスの中で示していくことが大切である。

店舗は受け皿。小さくても大きな目論見を地域全体で果たすことを目指す。

大きな取組みであり、試みである。

“空気を換えよう”、“参加しよう”、とすることにこそ、この店舗の真髓があることを理解してもらいたい。

以上