

～ タカノの町の交流会 ～

1. 交流事業の契機

平成 7 年に、広島西税務署勤務の高野町出身者が、タカノ橋商店街振興組合の役員に高野町の婦人グループが作る特産品(古里の漬物)を紹介したことを発端に、広島市中区にある「タカノ橋商店街」と広島県最北端の町の「高野町」との「ごろ合せの交流」が始まった。

タカノ橋商店街の提案を受け、物産市のみならず、同じ「たかの」という名を持った住民同士の交流会をもつことで、互いの地域の活性化に向けた都市と農村の交流を目指している。

2. 交流事業の経過・概要

平成 7 年 8 月

第 1 回交流イベント「タカノの町の交流会」
(高野町物産市・ふるさとクイズ・一日高野事務所・物産展示・写真展示・ふるさと出身者登録・広報購読受付など)

平成 7 年 11 月

第 1 回バタバタ祭り交流イベント
(高野町物産市・ワラ細工コーナーなど)
バタバタ祭りとは、たかの橋に伝わる戦後に現れたというオバケ(バタバタ)にちなんだ祭り

平成 7 年 12 月～

毎週高野の水(源流水 20 ㍓)を送り、商店街組合員の店が「源流パン」を焼いて販売。現在も続けている。

平成 8 年 8 月

第 2 回交流イベント「タカノの町の交流会」

平成 8 年 11 月

第 2 回バタバタ祭り交流イベント

平成 8 年 11 月

高野町ハートフル高原フェスタにタカノ橋商店街の 6 商店(喫茶店、洋服店、食器店等)が参加出店。

平成 8 年 秋

タカノ橋商店街スタンプツアーの買物客が高野町ヘリゴ狩り・大根抜きに来町。

平成 8 年 秋～

高野町の米「源流コシヒカリ」をプライベートブレンド米として販売を始めた。

平成 8 年 12 月～

商店街組合員の店内に、高野町情報発信拠



高野町産地直送市

点“ミーティングプレイス高野”を開設。毎月の広報・パンフレット・旬だよりを常設。専用ファクスを設置し、高野町への提言や問い合わせを受けている。

平成 8 年～

高野の味噌・りんごジュース・野草茶・酒などの物産の販売を、商店街組合員の店で始めた。

平成 9 年 8 月

第3回交流イベント「タカノの町の交流会」
平成9年10月

タカノ橋商店街の組合員(家族一緒に)が高野町へバスツアーを実施(りんご狩り・大根抜き・バーベキュー)。

平成9年9月～平成10年2月

毎月1日を「高野の日」とし、タカノ橋商店街組合員がアーケード下で物品出店。

平成9年11月

第3回バタバタ祭り交流イベント

平成10年8月

第4回交流イベント「タカノの町の交流会」

平成10年11月

第4回バタバタ祭り交流イベント

交流イベントおよびバタバタ祭り交流イベントは、タカノ橋商店街アーケード下にて実施し、内容は毎回異なる。

3. 交流事業の効果

県最北の町「高野町」は人口2,585人、高齢者比率29.9%の過疎の町であり、取り巻く環境は厳しいものがある。一方、地域密着型のタカノ橋商店街も、大型店出店や広島大学の移転により買物客が減る等の厳しい状況にある。こうした状況にある地域同士の交流の取り組みが、お互いに活力を与えている。イベント開催などの様々な交流の取り組みが、マスコミ等により、広島市や県内に知れ渡り、双方の地域のPRとなった。

農業の町「高野町」の農家が、物品の出店から販売までを都会で行うことにより、都市住民の消費者ニーズ(農産物への購入希望・包装方法など)を把握でき、新たな商品の発見などの勉強となっている。

ミーティングプレイス高野やマスコミ等により高野町が周知され、高野町を訪れる人(キャンプ・りんご狩り・釣り・新緑・紅葉・登山など)が増加した。

4. 交流事業の問題点と今後の展望

交流開始から3年を経過し、次のような問題点が考えられる。これらの成果・課題を互いに



活気あふれるタカノ橋商店街

検証する必要があるが、交流は着実に進んでおり、都市と農村の交流の形のの一つとして、今後の発展が期待される。

- ・高野町の農家は専業農家が中心のため、農産物の販売は農協を通じて行う意識が強く、イベントの際の直接販売などに対する負担感がある。
- ・何のための交流かといった目的意識を互いに持つ必要がある。
- ・単に物産市で物を販売するハード的交流から、人と人との交流(運動会など)といったソフト的交流を充実させる必要がある。
- ・ハード的交流(物産市)のマンネリ化が見られる。