



第22回「金融と経済を考える」高校生小論文コンクール

特選 文部科学大臣賞

地域経済を発展させるためのベストな戦略

岐阜県・関市立関商工高等学校 3年 齋藤 奨悟

私の故郷の岐阜県関市には、有名な刃物の伝統産業がある。関市は「世界三大刃物産地」のひとつに数えられ、刃物づくりの街として知られている¹⁾。その他にも、関市の特産品として、円空さといもやしいたけ、キウイフルーツなどがある。そう、関市は魅力がたくさんあるのだ。

ほかにも関市は平成時代になる前から、「平成」と同じ漢字を使った道の駅があるのだ。惜しくも、読み方は「へなり」であるため、漢字も読み方も全く同じという奇跡は起こらなかった。しかし、私の父は、「平成」と元号が発表された当初、「へなり」に行ってみると、「観光客やマスコミ、当時はものすごい人がそこに集まっていて賑わっていた^{にぎ}」と言う。

このように、関市は田舎ではあるが、ほかの地域にはない面白さや歴史があるのだ。

その一方で、関市は近年深刻化している課題がある。私が最も深刻だと考える関市の課題は、関市の人口減少だ。令和2年国勢調査の実績をみると、関市の人口は8万5,283人と、平成27年構成調査の結果から3,870人の減少(△4.3%)となっている²⁾。また、人口減少とともに少子高齢化も深刻な問題だ。関市における年齢3区分別人口割合の推移をみると、65歳以上人口の割合である高齢化率が継続して上昇しており、令和2年では30%を超えている³⁾。

これらのことから、関市は伝統産業の担い手不足が危ぶまれているのだ。もし、このまま関市の伝統産業である刃物の生産力が衰退していったら、日本国内の観光客だけでなく、刃物を目当てに訪れた外国人観光客の減少も考えられる。大げさな表現かもしれないが、私はこのままいくと関市にある刃物という観光資源が無くなってしまう危険性があると思う。

確かに、長年受け継がれてきた伝統が、5年後、10年後といった短期間で無くなるということはないだろう。しかし私は、このまま関市の人口減少と少子

高齢化が加速していったら、刃物づくりを後継する若者の担い手がいなくなってしまうと推測する。

そこで私は、関市からほかの県や市に出て行ってしまいう若者をできる限り減らす必要があると考える。そのために、若者が関市のことを好きになり、この街に居続けたいと思うことが大切だ。例えば、小さな子どもにとって、定期的に刃物の生産工程を無料で見学できるチケットを配ったり、そのチケットを使って訪れた人限定で実際に刃物づくりを体験させたりすることは、関市のことを好きになるきっかけになるだろう。したがって、関市は、そのような刃物の見学や体験学習に重点を置いて、お金を費やすべきだ。

関市のことを好きにさせるには、年齢別に働きかけの方法を変える必要がある。私の考えは、中・高校生に関市で作られた刃物の製品を毎年、プレゼントとして一人一つ提供するといったことだ。しかし、私自身も含め、現代の中・高校生にとって、刃物の製品をプレゼントするだけでは、彼らのニーズに応えることはできないだろう。私は、現代の中・高校生のニーズを満たすには、やはり関市の商店街を活性化させることが重要であると考え。関市の本町通りという場所はかつて商店街として賑わっていた。しかし、現在はシャッター通りとなり、すれ違う人も少なくなってしまった。ゼンリン地図で数えてみると、平成元年頃には、商店街のお店は約145店舗もあった。今は、約50店⁴⁾。私の読んだ記事にそのように書かれていた。これらのことから、多くの中・高校生は、関市の街並みに足を運ぶことがなくなり、関市に関心を持たない人が多くなった。そこで、私は、現在の中・高校生が本町通りに行きたいと思える商店街にするにはどうすればよいか考えてみた。

私が考えたのは、自習室を多く作るということだ。確かに、自習室で何かを販売したり、宣伝をして爆発的に人が集まったりすることはないだろう。しかし、テスト期間や受験期における自習室というのは、中・高校生にとって、とてもありがたい施設だと感じる。私の経験では、テスト期間に関市の図書館へ向かうと、人が多すぎて座る席が無いということがよく起きる。したがって、関市の本町通りに自習室専用の施設を作れば、本町に足を運ぶきっかけにもなる。また、テスト期間中に美味しそうなお店や意外に知らなかった昔ながらのお店など、中・高校生は新たな関市の魅力を発見するかもしれない。その魅力を発

見して、「テストが終わったら食べに行ってみよう」という声が出てくるかもしれない。

これらの理想を^{かな}叶えるためには、関市の予算を見直す必要がある。関市は、建設費の予算を上げて、新しい施設の建設にお金を費やすべきだ。しかし、漠然と予算を上げるだけでは意味がない。新しく施設を建設したとしてもそこに訪れる人がいなければ、そこにかけた費用が無駄になってしまう。つまり、需要が必要なのだ。需要を生み出すには、様々な方法がある。

まず関市民に、新しくできた施設に訪れてもらうことが必要だ。そのために、私は新しくできた施設に訪れた人限定に、本町通り商店街で使える商品券を配ることが集客を促すことにつながると考える。そして、その商品券がきっかけで、本町通り商店街に遊びに行くという中・高校生が増え、町の賑わいもみられるようになるかもしれない。その他にも今はSNSが発達しているため、関市内にできた施設をInstagramやツイッターなど様々な方法で紹介することができる。SNSを使って紹介することにより、関市内に在住する人だけでなく、市外や県外に住む人にも幅広く関市のことを知ってもらうことができる。

関市には2023年に造られた「ひねもすぽっと」という多目的広場がある。そこは、関市の豊かな自然に囲まれた空間で、小さな子どもから大人までゆったりと休憩ができる場所だ。しかし、地元の人で「ひねもすぽっと」を知っている人は少ない。私の両親や同級生に聞いてみても、その場所を知っていると答える人はいなかった。そこに私は需要を生み出したい。「新施設なのに人がいない」という課題を解決させる必要がある。私は、まず「ひねもすぽっと」の宣伝に費用をかけるべきだと思う。ひねもすぽっとの宣伝のためのポスターは、関市内の小・中・高校に掲載したり、市の図書館や市役所に掲載したりする。ポスターに乗せる情報には、「訪れた人限定に本町通り商店街で使える商品券をプレゼント！」や「2024年〇月〇日～〇月〇日までお楽しみ祭を開催！」といった子どもだけでなく大人も行ってみたいと思える内容を盛り込む。また、それらの企画に年齢制限を設けないことで、ひねもすぽっとが、より幅広い世代の人が交流できる「コミュニティ広場」にもなる。このようなことを中・高校生がSNSを通じて発信していけば、ひねもすぽっとの認知度が高まる。ひねもすぽっとをきっかけに、市民が地元の特産品を購入したり、関市で作られた刃物を購

入したりするかもしれない。

そして、関市に住む人が関市について関心を持ち、本町の商店街などに足を運ぶようになれば、関市における地域経済の発展が期待される。

まだまだ関市の経済を発展させるには、解決しなければならない課題が多くある。しかし、私は今の中・高校生が少しでも関市のことを好きになり、関市に居続けたいと思う人が増えれば、必ず関市に明るい未来が訪れると考える。そう、ひねもすぽっとや自習室を作るというように、地域経済の発展には「きっかけ」づくりが必要なのである。

(注)

- 1) Standard Products「世界三大刃物産地岐阜県関市の包丁」
URL <https://standardproducts.jp/blogs/story/4>
閲覧日 2024年8月8日
- 2) 関市人口ビジョン（令和5年改訂版）「人口ビジョン改訂の趣旨と位置付け」
URL <https://www.city.seki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000019/19397/R5jinkovision.pdf>
閲覧日 2024年8月9日
- 3) 関市人口ビジョン（令和5年改訂版）「年齢3区分別人口割合の推移」
URL <https://www.city.seki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000019/19397/R5jinkovision.pdf>
閲覧日 2024年8月10日
- 4) 日刊関ジャーナル「関にとっての本町通り商店街の活性化の意味とは？」
URL <https://takayukik.exblog.jp/240535636/>
閲覧日 2024年8月12日