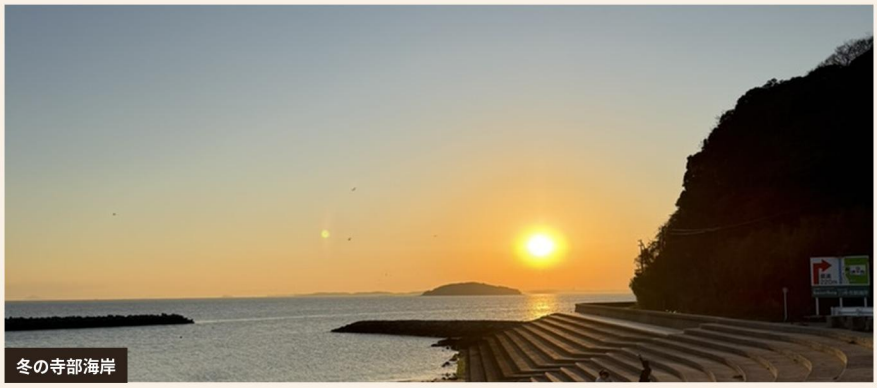
西尾ミライ新聞
NISHIO MIRAI SHIMBUN

第2号
令和8年
立秋号

市民の視点から未来を考える。 Thinking about the future from a citizen's perspective. Pensando o futuro a partir do olhar cidadão.

海辺を、ひとつの旅にする。

店は、もう目的地になっている。次は、その先をつなぐ。


冬の寺部海岸

うおかつ

ハズフォルニアバーガーハウス

subaco umi

そば爺

うさぎ島

8月1日の夕方、こどもの国駅で、切符の買い方に困っている2人の若者に出会った。

英国から岡崎へ、量子物理学の研究に来ている22歳の2人だった。交通系ICカードは持っている。でも、この駅では使えない。

「ここで、何をしていたの？」と聞くと、2人は笑って答えた。

「泳いでいた」

駅の南には、すぐ海がある。ただし、海水浴場として案内されている場所ではない。Googleマップを見て、駅から一番近い海を選んだのだという。

僕は友達と西尾へ飲みに行く途中だった。同じ電車になったので、西尾駅まで並んで座って、ずっと話していた。研究の話、日本の夏の暑さの話、幡豆の海の話。2人はよく笑う。

歩いて行ける距離に魚屋があること。ハンバーガー屋があること。海を見ながら食事のできる店があること。ひととおり話して、西尾ミライ新聞のNoteを教えた。英語に自動翻訳されるから読んでみる、と2人は言った。

西尾駅で別れた。

僕はこの町に16年住んでいる。2人が泳いだ海から歩いて行けるところに、好きな店が何軒もある。それを伝えられたのは、たまたま同じ電車に乗ったからだ。

今号では、東幡豆から西幡豆・寺部、吉良へと続く海辺を、僕がふだん過ごしている順番で書いてみる。海水浴だけではない海の使い方。夏に来た人が、冬にも来る理由。それから、市民に試せることと、試せないこと。

答えは、まだ持っていない。持っていないまま、書く。

この号で歩くところ

東幡豆
そば爺・トンボロ岬・うさぎ島（前島）

西幡豆
うおかつ・尊皇

寺部海岸
ハズフォルニアバーガーハウス・Pizzeria Ocean・subaco umi

→ くわしくはP2へ

西尾ミライ新聞Web

足りないのは、観光資源ではない。
ないのは、それを人の時間に並べ直したものだ。

冬の夕日は、まっすぐ海に落ちる。

海辺で過ごす時間は、夏だけではない。

3790万人
→ 440万人
1985年から2024年。海水浴参加人口は約9割減と報じられた。

原稿に詰まると、魚を買いに行く

僕は西幡豆に仕事場を借りている。原稿に詰まった昼どき、歩いて「うおかつ」へ行く。

朝、LINEにショーケースの動画が届く。今日はこれがあります、という、それだけの動画だ。登録者は2,700人。

ごくたまに「フードロスにご協力ください」とタイムセールが来る。月に1回もない。3時50分に気づいて4時20分に走って行ったら、もう何も残っていなかったことがある。

ショーケースを見て、食べたい魚を選んで持ち帰る。事務所の冷蔵庫で昼ごはんにする日もあれば、夜に家族と食べる日もある。

3代目の伸弘さんは、こう言う。

「うちは田舎の魚屋さん。クエを売るより、小さなメゴチの頭を取って売ったほうがいい。わしは、そういう魚屋さんになりたかった」

友達が来る日は、前日までに刺身の盛り合わせを頼んでおく。当日ふらっと行ってもできない。前もって頼む、というひと手間が、なんだかいい。

盛り合わせを受け取って、尊皇を買う。西幡豆の地酒だ。海の魚と、同じ町の酒で乾杯する。これが、僕がこの町でいちばんよくやっていることかもしれない。

風のない日は、海に出る

風のない日を選んで、SUPで海に出る。目指すのは、うさぎ島。正式には前島という。潮が大きく引く日には、東幡豆から歩いて渡れる。海の中に、道が出る。

漕いで沖から振り返ると、陸から見る三河湾とは景色がまるで違う。島の向こうに、知多半島が見える。

海辺で、食べる

寺部海岸のハズフォルニアバーガーハウスは、2017年の春に始まった店だ。僕はその頃からの常連で、いまも通っている。

フィッシュバーガーの白身は、うおかつの魚だ。マトウダイのときもある。朝ショーケースで見た魚が、昼にはバンズに挟まれて出てくる。

海辺に人が集まって、海を見ながら食べているのを見ると、単純にうれしい。

subaco umiのかき氷は冬もやる。夏のものだと思われがちだけれど、そうではない。吉良まで足を伸ばせば、Cafe Goofyから梶島にSUPで漕ぎ出せる。

冬の夕日

三河湾の夕日を、僕はもう何百回も見ている。

ただ、夏の夕日は海に落ちない。太陽の沈む角度が違うので、陸のほうへ沈んでいく。

冬になると、角度が変わる。まっすぐ、海に落ちる。

僕はその夕日が好きだ。

夏に来た人に、いちばん伝えたいのはこのことかもしれない。いちばんきれいな夕日は、あなたが帰ったあとに来る、と。

冬の海辺は、店も空いている。人の少ない砂浜で、寒いのにかき氷を食べて、夕日を待つ。その良さを、僕はまだうまく説明できない。1度やってみてほしい。

1日では終わらない

ここまで書いたことを、1日で全部やることはできない。そば爺は昼しか開いていない。夕日は夕方だ。バーガーは8月末までなら21時まで。時間が、そもそも噛み合わない。

でも、それでいいのだと思う。1日で終わらないから、また来ることになる。

海水浴の参加人口は、40年で9割近く減ったと報じられている。それでも、海辺の価値が9割減ったわけではないと思う。減ったのは「海水浴」であって、「海辺で過ごす時間」ではない。海水浴は夏の1日で終わるが、海辺で過ごす時間は、季節をまたいで続いていく。

つながっていないもの

問題は、いま書いたことが、僕の口と、こういう文章の中にしかないことだ。

僕と会った人には届く。それ以外の人には、届かない。8月1日の2人にも、たまたま同じ電車になったから伝わっただけだ。

電車で来る人もいる。駅から海辺の店まで、歩ける距離ではない。レンタサイクルはあるが、使い方は日本語でしか書かれていない。

寺部海岸の駐車場のことも、この話の中にある。夏のあいだ、暑いなかで料金を集めている人がいる。あの人たちがいるから、あの場所が使える。そのうえで、短い時間だけ寄りたい人や、店を使う人には、別の選び方もあるのかもしれない。キャッシュレスにできたら、立っている時間も減るだろうか。これは僕の思いつきで、答えではない。詳しい人に聞いてみたい。

どの店を載せるか、公共の場所に案内を置けるか。それは1軒の店では決められない。全部を行政に任せるつもりはない。市民が手弁当で全部やるのも続かない。

市民が問いと試作品を持ち込んで、市や観光協会が公平さと正確さを足す。たぶん、それが一番早い。

だから、まず自分で作ってみることにした。次のページに書く。

出典：テレビ朝日系（2026年7月25日）。「レジャー白書2025」を基にした報道。白書本表は入稿前に再照合。

店が地域を育て、地域が店を育てる。

たとえば、幡豆に来たら寄ってほしい店。

subaco umi

海を見ながら、かき氷を食べる。

一色から、幡豆の海辺へ移ってきた店。海に向かって座って、かき氷を食べる。それだけで、もう充分に目的地だ。

かき氷は夏のものだと思われている。でも、この店は冬もやる。人の少ない砂浜を見ながら食べるかき氷を、今年の冬は楽しみにしている。

記事を読む

うおかつ

歩いて、魚を買いに行ける。

朝いちばんの客は、アオサギだ。3年ほど前から倉庫の前に立っている。「鳥さん」と呼ぶと、遠くにいても飛んでくる。あずささんが店を始めた頃から通うようになった。

祖父の代の共同店舗から、卸を経て、コンテナ1つの小売へ。回って、顔の見える魚屋に戻ってきた店だ。

記事を読む

KISAKU

海辺で、急がずに食べる。

岡崎で店をやっていたシェフとソムリエールの夫婦が、幡豆の海辺を選んだ。

ここで味わえるのは、料理とワインだけではないと思う。海辺で、急がずに、きちんと食事をする時間のほうだ。この町に、その選択肢がある。

記事は準備中

そば爺

爺の味を、若い2人が継いでいる。

爺は、「あいよー」と言いながら、せいろを出してくれる人だった。「そば湯は飲み放題」と言って笑う。カウンター越しだから、その愛嬌がまっすぐ伝わる。

その味と場所を、いまは若い夫婦が継いでいる。爺を知る客ほど比べてしまう。それでも2人は、毎日そばを打っている。

記事を読む

移ってきた店。戻ってきた店。地域へ開いた店。次の世代へ渡された店。
店が地域を盛り上げるだけではなくて、地域もまた、店を育てている。

まず、3つ試してみる。

1 「次の一か所」の紙をつくる

名刺くらいの紙に、4つだけ書く。「海を歩くならここ」「甘いものならここ」「夕日を見るならここ」。

潮の時間はQRの先に置けば、刷り直さずに済む。まず何軒か、自分で配ってみる。

2 海辺の案内係を、AIでつくる

ページを作っても読まれない。営業時間の更新もついて回る。それより、聞けるようにしたい。

「今日は雨だけど、どこか行けますか」。日本語でも英語でも答えるチャットを。僕の仕事はAIなので、これは作れる。

3 市と観光協会に、2つお願いしたい

1つは、駅と海岸にQRを貼らせてもらうこと。もう1つは、冬の幡豆をいまより多めに応援してほしいということ。

観光の案内はどうしても夏に寄る。でも、この海辺がいちばんきれいなのは冬だ。

加藤友子さん（幡豆町・60代以上）

「ネモフィラや芝桜で一面にしたら、お客さんが増えると思います」

川柳を募集中です。

のんびり、笑顔。ローカルマーケット。

はずのてらいち

西幡豆駅を降りると、お寺の境内に、1日だけの小さな市場が現れます。地元のお店。手づくりのもの。音楽と、立ち話。幡豆の日曜日の中へ、少しだけ混ざりに行く市場です。

2026年9月27日（日）9:00–15:00

祐正寺 境内｜名鉄蒲郡線・西幡豆駅すぐ

同日開催：尊皇酒蔵開き／はず夢ウォーク

車ではなく、にしがま線に乗って出かけませんか。

創刊号を読んで、こんな声が届きました　みりんさん（蒲郡市・30代）

「蒲郡出身で13年この土地を離れ、最近また戻ってきました。西蒲線がなくなるかもしれないことを、恥ずかしながら最近知りました。『2030年、そのとき私たちは何を選ぶか』という創刊号の記事に、感銘を受けました。戻ってきて一番考えるようになったのは、『地域復興は誰のためなのか』ということです。人がいなくなり街がなくなれば、そこにあった文化も消えてしまう。それは長い目で見た時の大きな損失だと思います」

寄せられたお便りより、一部を抜粋・編集

あなたの「次の一か所」を教えてください。

今回の特集を読んで感じたこと。好きな店や景色。人を案内したい場所。西尾ミライ新聞は、意見を揃えるためではなく、考えを持ち寄るための新聞です。

読者フォーム

発行人｜藤野貴教

2010年から東幡豆町で暮らしている。ふだんはAIと働き方をテーマに、企業の研修や、経営者の壁打ちの相手をしている。西幡豆に仕事場を借りていて、原稿に詰まると、歩いて魚を買いに行く。

次号予告

次号は、立冬の頃に出します。次は、西尾市内の店を訪ねます。海辺だけでなく、市街地の店にも会いに行きたい。

それから、西尾市のミライについて、本気で分析してみようと思っています。人口、産業、交通、財政。妄想の前に、まず数字を見る回にします。

紙面は、季節に4回。noteは、ほぼ毎週。

この新聞は年に4回しか出ません。取材した話は、ぜんぶ紙には載りきらない。載らなかった話と、紙面より長い記事は、noteに随時出しています。写真も多いし、こちらのほうが早い。日々の様子はInstagramとThreadsで。

noteマガジン　Web　Instagram　Threads