地域に寄り添う 食を通じた 集いの場

右肩上がりの時代から右肩下がりの時代へ

平成27年度国勢調査の結果が発表され、初めて日本の人口が前回調査から減少に転じたことが判明した。人口推計は確度の高い未来を表すものといわれる。地方消滅ショックに慣れてしまった今、この調査結果には、驚くというよりも、予定どおりといった印象を受けたのではないだろうか。

人口減少の問題点は、人口規模はそのまま経済規模となることから、右肩上がりの人口と経済成長を前提に、年金制度をはじめ様々な制度がデザインされていることにある。右肩上がりから右肩下がりへ移り変わる人口と経済情勢は、制度の根幹を揺るがすことになり、制度の破綻さえ懸念されている。

右肩下がりの時代の地域づくり

かつて農業が主産業であった地域においても、モータリゼーションの発達が職業の多様化と生活圏の拡大をもたらし、住民の生活様式が多様化した。職住近接は過去のものとなり、農業に従事しない住民の多くが、水路掃除や草刈りを地域に共通する課題とは捉えていない。

そして、生活様式の多様化は連帯意識の希薄化をもたらし、地縁とは無縁の暮らしを送る住民も多い。もはや、居住という事実関係だけでは地縁は生じないのである。

右肩下がりの時代の地域づくりは、人口減少、経済縮小の中で地縁を取り戻す活動である。

地縁を取り戻すためには、住民間に共通項を見出すことが必要だ。共通項のうち、住民すべてに関係し、集いの場を作る力を持つものは何か。それは「食」ではなかろうか。

食を活用し集いの場をつくる事例を次に紹介する。

食の力で地域に横串を刺す

(1)食が人と企業の共感を呼ぶ「カーコン南いよこども食堂」

カーコン南いよこども食堂は、小学生を中心に、こどもやその保護者を毎回二百人以上集め、月に一度無料で食事を提供している。カーコンというその名のとおり、カーコンビニクラブという企業の愛称を冠に事業を実施している。

核家族化、両親の共働きなど様々な理由によって、一人で食事を摂るこどもが増えている。孤食の理由は様々だが、一人で

地域の人と企業に支えられる「カーコン南いよこども食堂」

公益財団法人
えひめ地域政策
研究センター
主任研究員
渡部　恭久

食事をする孤食の増加は、問題を抱え込むこどもが増えるという懸念がある。

カーコン南いよこども食堂は、孤食改善を目的とし、スタッフは、食事に来たこどもの変化を見守り、こどもの良き相談相手として関わっている。

他の地域で見られるような貧困解消を目的に掲げるこども食堂だと、貧困というデリケートな問題を扱うため、自ずと規模が小さくなってしまう。

一方、カーコン南いよこども食堂は、こどもの孤食解消を目的としているため、みんなで食事をする楽しい場を求めて、多くのこどもを集めている。こうして、大勢を集めることでネイミングライツを成り立たせ、スポンサーからの資金提供を得ることで無理なく継続する仕組みを構築している。

このネイミングライツが、カーコン南いよこども食堂の最大の特徴である。みんなで食事をする楽しい場に魅力を感じたこどもが集まり、そして、学校を通じてなされる開催告知を、知名度向上の機会と捉えた企業がスポンサーとなった。

これまで、学校内にCSRとして企業の名前を浸透させるのは、学校教育と親和性の高い一部の業種に限られていた。しかし、このネイミングライツは、事業名に冠を付けるもので、事業との関係性も問わず、業種を選ばない。

食が人と企業の共感の起点となり、事業の継続を支えているのである。

⑵進撃の拠点!出張日本酒バー「酒うらら」

岡山県西粟倉村、廃校となった小学校をリノベーションした「西粟倉・森の学校」に、酒屋「酒うらら」はある。ここには、店主道前理緒氏が酒蔵を訪ね、自らの舌で選んだこだわりの地酒がずらりと揃っている。

店舗を構え、酒屋として営業しているのだが、それだけでなく、公民館や夏祭り等に出向き、地酒に特化したケータリングサービス「出張日本酒バー」も開催している。

出張日本酒バー「酒うらら」@卯之町
中央が道前氏「多田ひとしずく」を鑑定中!

酒うららの出張日本酒バーは、うまい地酒とともに、それにまつわるストーリーを提供している。うまい地酒を飲み、地域に思いを巡らせる。そして、酔うことで自然と話も弾み、時を忘れ、盃を傾けるのである。出張日本酒バーが、あらゆる場所やイベントを、うまい地酒のある特別な場に設え、地域住民の繋がりを生んでいるのである。酒うららは、酒の力で地域に横串を刺す、進撃の拠点といったところだ。

⑶地域の誇りと安全・安心「多田だんだんプロジェクト」

西予市では、せいよ地域づくり交付金事業を実施しており、小学校区を基本単位とした地区ごとに、地域課題に対応した自主的な取り組みを行っている。西予市多田地区では、「多田だんだんプロジェクト」計画を策定し、防災活動や商品開発等に取り組んでいる。

多田だんだんプロジェクトでは、地域の野菜を長期保存のために乾燥させ、ドライフードに加工している。このドライフードは、災害時の炊き出しに使用する目的で作られたものだ。災害時に被災者の多くが野菜不足を感じたということを聞き、この災害対応ドライフードの開発を思いついたそうだ。

防災事業は一般には住民の参集に苦慮するが、多田地区では住民約四百人を集めることができた。防災訓練に集まった住民は、ドライフードを使用したカレー

をおいしく食べ、同時に、災害について考える機会を得たのだった。

大好評！ドライフードカレー
一皿に工夫と栄養がたくさん入っています。

さらに、多田だんだんプロジェクトでは地酒を開発し、防災訓練に合わせて試飲会を行った。

かつて多田地区には酒蔵があったという。多田だんだんプロジェクトでは、失われた地酒の味を求め、地元の米と水を造り酒屋に持ち込み、新しい地酒「多田ひとしずく」を誕生させた。

杉玉の周りに集まった地酒を楽しむ住民は皆、多田の酒の味に感慨深げな様子だった。地縁という特別な繋がりを地酒により具現化したのである。

このように、多田だんだんプロジェクトで取り組む商品開発は、地酒で地域への誇りを昂らせ、ドライフードで地域の安全・安心を確保することを目的に取り組んでいる。コミュニティービジネスという言葉に見るように、経済性が語られることの多い商品開発であるが、多田だんだんプロジェクトでは地域の誇りと安全・安心を商品開発の先に見据えているのだ。

地域の誇り！多田ひとしずく
酒造りにまで関わったので、最高の酔い心地です!

人口密度から人交密度へ

人口は、推計どおり減少しており、恐らくこれからも減少するだろう。仮に有効な少子化対策があったとして、直ちに取り組んだとしても、効果が現れるのは数十年先になる。人口増加が望みにくい状況で、孤独死、買物難民等過疎地域の問題を克服するには、人の交流を増やして孤立をなくす方法が考えられる。

右肩下がりの時代の地域づくりは、人口減少、経済縮小の中で実践するということを忘れてはならない。安全・安心に地域で暮らし続けることを常に考え、人口を追うのではなく、人と人との交わりを増やす地域づくり、すなわち、人交密度を高める地域づくりを実践しなければならない。

これまで見てきた事例のとおり、食には人を集める力がある。魅力的な食で人を集め、大勢が集う場をつくる。そうすれば、人が集まる場の自浄作用により、孤立が生み出す問題の多くは解決できるのだ。

我々は、ここに住んでいるのは偶然ではなく必然だと思えるような、地縁を感じる地域づくりがしたい。

食が人と人との交わりを生み出し、心を満たす。これが、右肩下がりの時代の地域づくりである。

謝辞

多田だんだんプロジェクトの皆さんとの出会いは、西予市から「地域づくり協働体構築サポート事業」を受託したことから始まりました。西予市及び取材にご協力いただいた皆様に、心から感謝申し上げます。