

## 豊かさと幸福を 問いなおす

——地域課題研究サロン「地域の自立とはなにか!」

(助えひめ地域政策研究センター研究員 清水 和繁)



ステイグ・クレツソンという人が書いた一編の詩との出会いが、今回の研究サロンを企画するきっかけとなった。テーマは「地域の自立とはなにか!」。戦後の高度経済成長を経て、私達の生活は豊かになり、食べるものに困らずなんでも手に入るようになった。しかし、都会と田舎の格差は広がる一方で、先人が営々と守り築いた小さな田畑や山は荒れ続け、自然豊かな地方はいつの間にか消え去ろうとしている。そして大量生産・大量消費の時代のなかで、地域にあった暮らしや食は変貌した。本当に豊かな生活、豊かな地域になったのだろうか、私たちは本当に幸せになったのだろうか。

さらにグローバル化の波は容赦なく地方や個人に押し寄せている。社会は成熟し価値観や欲求が大きく変わり、長寿・高度情報化社会の到来など社会的構造的な変化が顕著になった。地域が自立し生き残るためには、変革を主体的におこな

い、自ら変化をつくりださなければならぬ。地方こそ、新しい発想や運動を生み出す力を秘めている。田舎は自然のリズムと調和をしており、時間がゆったり流れるので、都会よりもはるかに息の長い取り組みが可能だ。そして、どれだけの手力と費用をつぎ込もうと、つくり直せないものがある。それは人々の心のネットワークだ。日々の暮らしの長い時間の積み重ねで、紡がれてきた目に見えない地域の心の財産である。そこには地域の香りがあ

グローバル化は、一方でこの小さな地域の特性が重要な役割を担う傾向を強めると考えられ、地域が自立するには「個」が自立することが必要で経済的な自立がともなう。地域の主たる産業である第一次産業は、どの国でも生産者が一番弱く、中間どころがリスクを負わずに最も多くの利益をあげ基盤が脆弱である。この現状を打開するために、それぞれの地域にある自然や歴史など、人のネットワークや役割も含め、その価値を再認識し再発見する必要がある。受け継いだ風土や文化を基本に、新たなものを創造していくことが、地域資源産業を創出す

ることではないか。さらにIT化によりコミュニケーションコストが非常に安くなった。自立するために、これらを手前に利用し、情報を使つてものごとをなすとげるとい情報リテラシーをさらに高めなければならぬ。

研究サロンでは、四国を代表する地域アントレプレナーである、東谷さん(馬路)、横石さん(上勝)、森本さん(内子)、若松さん(双海)が一同に会し、三百名の参加者とともに熱い議論を交わした。彼らは互いにネットワークを持ち影響しあっている。いまや地域の課題解決は研究者の提言型から、身近な場所さまざまな「連携」「協働」「参加」の形で成し遂げる時代に来ている。これらの地域づくりは、「在地」の自覚と認識が必要であろう。

今回の舞たうんは、今年二月に開催した、この地域課題研究サロンの内容の特集した。彼らが模索し実践した道筋をたどりながら、地域が自立するとはどういうことか、それぞれの答えが見つければ幸いである。地域をローカルな視点で組み立てなおそう。新しい世界は、そこから見えてくるかもしれない。

# 何もない村に人が来る! ゆつくりと風を 感じられる地域を創出

## 豊かさの終着点

新聞で次のような記事を読みました。「戦後、多くの人々が豊かな生活、豊かな地域、豊かな国をつくろうとして働き続けた。しかし、ふと立ち止まって周りを見回すと、効率をキーワードに、確かに便利にはなったが、山は荒れ、先人が営々と築いた小さな田畑は次々と消えていた。富が集積したはずの中央は水や空気が汚染され、自然豊かな地方はいつの間にか非効率と指弾されている。我々が追い求めた豊かさの終着点が、これなのだろうか」。この三十年間で、農山漁村から六百万人の人が消えていきました。高知県の山間地域でもかなり村が消滅をしました。

私は「ユズを売る」という活動から始めましたが、だんだんユズを売るだけでなく「地域をどう創っていくか」ということを考えるようになってきました。農

馬路村農業協同組合 代表理事組合長

# 東谷望史



協は地域の組合員がお金を出し合って結成したものですから、自分たちの暮らした地域を良くしていく組織でなければなりません。しかし、多くの農協がそういう地域づくりに参加をしていないか、もしくは、できていないように感じています。

### 龍馬に背中をおされて

私が、馬路村農協に入ったのは昭和四十八年です。馬路村は面積の九十六%が山林で農地は少なく、中心産業は林業でした。農協に入ってみただけの出番がない。この地域でどんな農業を展開すればいいのかという知恵もなく、悩み、入る所を間違ったと思っただけです。そんな時に夢に出てきたのが坂本龍馬です。

「おんしゃあ、何言いいよるか。おんしゃの生まれた時代にも、おんしゃも、何ぞすることがあるろがや」

尊敬する龍馬に夢の中で気合いを入れられたんです。これが自分の中に後々までずうっと残っています。繰り返しになります、各人が



生まれてきたそれぞれの時代には、それぞれ役目がある。それを自分自身で見つけ、前に進んでいく。このことが何よりも大切と思うようになりました。この夢から、私のすべてが始まったように思っています。

以来、ずっと続けてきたことが、ユズを売り、ユズの市場をつくるということです。農協には、マーケティングの考え方や経験がありません。ですから、東京や大阪に足を運びながら、お客さんの変化や、販売方法を自分たちで見つけることで試行錯誤が続きました。どうすれば将来へ繋いでいける売り方ができるのかを見つけるまでには時間がかかりました。

まずやったことは、自分たちで商品をトラックに積み、夜も寝ずに運転して、朝、都会に着いたら商品を並べて夕方まで売るということです。この経験を通して、少しずつ方向が見え始めてきました。当時、商品はユズの搾り汁だけでした。私たちの地域ではユズの搾り汁は多く料理にかけて食べる欠かせない食材ですが、東京以北では、ほとんど使われない食材でした。「手軽に食べることができる」という方向



に商品開発をしなければならぬと気がつきました。しかし、農協では高額の投資をして農産物を加工し、うまく売っていった事例が非常に少ない。ですから、理事会に私たちが提案をしても、なかなか受け入れてもらえませんでした。これが自分にとっては、最初に行く手を遮った高い壁でした。この壁を一つ越えたら、次の壁がまた出てきて、この二十年余りは、そんな壁を越える努力をずうっと続けてきたように思います。お陰で今では、働く場ができて、多くの人が一年を通してユズの加工や販売に携わるようになりました。

今では、村内から雇用するだけでなく、村外からも農協職員を公募しています。これが優秀なのが多い。自分の意志で、馬路村で働こうというのですから、やる気が全然違う。人間は目的意識を持たねばだめです。新しい人が村に来たことで、村中すごい刺激を受けました。そして、村が変わり始めました。今の馬路村はそんな状況です。

ゆっくり時間が流れるユズの森

私はユズを売っているうちに、地域を売らねばならないと思うようになりました。ユズを売るより村を売る。村の人を売る。そういう方向で進んだ方が他地域と差別化できると感じています。店頭に並んだ商品をお客さんが手に取った時、馬路村にどんなイメージを持つてくれる

かということが大切だと思おうようになりました。



東京や大阪のまちづくりを後から追っただけでも、私たちの村は絶対にかないません。「ゆっくりできる」「村の風を感じて欲しい」。そんな情報を発信し、そういう環境をつくりたいと

考えた結果が「ゆずの森構想」です。建物も古くなっても価値があり、しかも、田舎に似合うものという視点で設計しました。地域を売るには、商品を生産するだけではなく、見た目も必要です。ですから、木で作ることにこだわりました。

「時間がゆっくり流れる」という課題は、北海道にある「ニングルテラス」という倉本聰さんが見つけた小さな店を見

て、黒川温泉を変えたと言われる後藤哲也さんの話を聞き、ヒントを得ました。後藤哲也さんたちに習ったことは「わあ、すごい」という言葉を、どれだけ多くのお客さんに言ってもらえるかが勝負だということでした。

ユズを売るといふ活動から、試行錯誤を重ねた結果、迷いはありましたが、人口が少なく観光地でもない小さな村でもできる地域づくりの方向が見えてきました。人口が少なくても元気に生きて、都市に情報を発信して、都会の人に來てもらって、そして、私たちのユズも売れる。この方向に向かってこれからも歩んでいきます。

ホームページ

<http://www.yuzu.or.jp/>



# 町をいろどりで公園化、 気を育てる仕組みで 地域資源産業創出

染みついていた負け意識

上勝町で二十六年お世話になっていますが、私は上勝の人間ではありません。徳島市で生まれました。当時の町長と農協組合長が相談して、「地元の間人は甘えがあるから大きな事業はできない、絶対によその者でなかったらあかん」と議会や住民を説得して採用してくれたそうです。

ですが、行ってみて本当に驚きました。とにかく朝から酒を飲む人がよくおる。集まったら役場や農協の悪口ばかり。お母さんたちまで「私は沢庵食べて貧乏しても、子どもたちは東京の大学に行かせて、大企業に就職させる」というんです。経済基盤が弱く、何をやっても都会には勝てないという負け意識が体に染みついていたんです。田舎ってあかんのやなあと実感しました。まず経済基盤をしっかりとつくることだと思ったわ



株式会社いろどり 代表取締役副社長

## 横石 知二

けです。軽自動車のバンを買って、徳島に農産物を運んで売るといいう行商からスタートしました。

いろいろ事業を創出

私は「自分がすることがある」ということが一番大事だと思っています。皆に認められる自分の出番があるからこそ、社会の中に存在感がある。子供だって、おばあちゃんやおじいちゃんだって、自分の存在感があつて、人に認められることは嬉しいことです。そんな地域にしたいと思つていたときのことです。出張で行った大阪の寿司屋で、きれいな娘さんたちが「可愛いね」つて何かをハンカチに包んで騒いでいるんです。顔から手元の方に目を移してみるとそこにあるのは、料理を飾つていた葉っぱです。うちの町には葉っぱは沢山あるし、「これ



やな！」と気がつき、絶対にいけるぞと思つて帰りました。早速、おばあちゃんたちを集めて「葉っぱを売ります」と宣言したら、「葉っぱをお金に変えることができるのはタヌキだけや」と取り合つてくれません。しかし、この環境の違いこそが絶対ビジネスになると思いスタートさせました。でも全然売れんです。そんな時に、上勝に来た料理人が私たちの葉っぱを見て「わしは使わん」とつぶやいたんです。よく考えたら、料理に葉っぱを飾る現場を見たことがない。教えてもらおうと料亭に行つたけれども門前払い。それで、お金を払つて客として料亭通いを始めました。お客になると大切にしてくれます。二年間、徳島、大阪、京都の料亭に通い詰める結果、調理場にも入れてもらえるようになりました。「どうやってお使いになるんですか」「何がポイントですか」などと教えを請うているうちに、売れる葉っぱが頭の中に描けるようになり、売れるようになりました。

気を育てる仕組みづくり

私自身、うまくいったのは仕組みづくりだつたと思います。役場の防災無線を使った同報FAXシステムを導入しましたが、一斉にFAXを流すことができるので、発注書を受け取るスピードはみ



な同じです。そして、早く連絡した人が受注できるんです。この公平さが重要です。次に高齢者専用パソコンをつくりました。町議会に説明したら「わしに使用えないもんが、親に使えるか」と怒鳴られ、認めてくれません。でも、通産省が一億六百万円の事業予算を付けてくれて実現しました。上勝のおばあちゃんたちは、使えないどころか、今では十二分に使いこなしています。

この時、仕組みがなければ人を変えることができないことがわかりました。視察や研修会を繰り返しても、その場だけで終わってしまうんです。情報に接し、

自分で判断して行動する。この仕組みが、自分で考える習慣を上勝に育ててくれました。町全体でしているゴミゼロ宣言へもつながり、いろんなことに波及していったんだと思います。パソコンは情報を提供して、気を育てるんです。「気」というのが一番大切です。情報がパソコンという道具を通し、おばあちゃんの回りで渦を巻き始めています。おばあちゃんたちが毎日、「葉っぱで四千円稼ぐ」と「福祉サービスで四千



円使う」のでは、年中通して考えると、ようけ違います。うちのように人口の半分も高齢者がいたら、町としてももの凄いことになります。

しかも、この仕組みが、上勝に一体感をもたらししてくれました。自分が社会の中で生きていく、自分がすべき仕事がある、そのことがモチベーションを上げます。そうしたことで個が磨かれ、全体の一体感が出てきます。その結果、上勝には地域のブランド力が出てきました。ゴミの分別にしても、三十五

にも分けます。それは面倒臭いですよ。でも、上勝は、こんな綺麗な環境だからこそ葉っぱが売れると思えるまで感性が磨かれていきますので、自分のこととして行動できます。この一体感こそが上勝の強さなんです。

### 刺激与えるよそ者たち

外からドンドン人が入ってくるようになったことも上勝が元気になった一因です。全国からUターンで来た百二十八人が住んでいます。この人たちは地元の人たちよりはるかに熱心です。都会では得られない自分の存在感を求めて上勝

に来ているからです。そんな彼らと接するうちに、地元の人の意識も変わってきました。そんなにたくさんの方が上勝は素敵だと来てくれるなら、出て行くのはちよつと待とうか思うようになったんです。今年も光ファイバーを七百戸に導入して、動画配信を始めます。この準備のためにおばあちゃんたちが開いている集いの名前は「光ファイバー戦略会議」。格好いいでしょう。動画配信で、情報はさらに渦をまき、気をもつともっと高めてくれるでしょう。

### ホームページ

<http://www.irodori.co.jp/>



# 直売で元気に、 情報が育てた マーケティングの意識

## パソコンはツール

私は今、海拔四百二十メートルの山の中で、ハーブを作りながら、できるだけ自給自足する生活を送っています。農業の情報化で有名になった「内子フレッシュパークからり」企画情報部長でしたが、退職してから時間も経っており、からは更なる進化を遂げていますから、ある意味、昔話になるかもしれません。しかし、IT化は、農家を元気にし、地域が自立するための強い武器になると思っていますので、そんな思いを話させていただけようと思います。

私はUターンで内子町農協に勤めておりました。パソコンに興味を持ち、個人で趣味としてやっておりました。当時は少数派でした。そんな中で、農業で地域を活性化しようという肱川流域グリーントピア事業が始まり、流域の農家がパソコン通信で情報をやり取りする「ひばり



元フレッシュパークからり企画情報部長

**森本純一**



ネット」が稼働し、私たちはそのホスト局を立ち上げました。パソコン教室を開いて流域の農家に学んでもらったのですが、累計では六百人にもなりました。一九九一年のことです。当時は、パソコンが道具であるという発想はありませんでしたので、私は「何をやるのか」という目的意識こそが大事で、パソコンはツールに過ぎないと力説していたように思います。そんなことがきっかけで内子では、農業ＩＴ化が始まりました。九三年には農業情報ネットワーク全国大会を内子町が誘致しました。こうしたＩＴ化への取り組みの中から情報化に対して熱

心な農家が育ち、全国大会やひばりネットでの議論から生まれた構想が農産物直売所です。七十人ほどの農家が集まり、小さな小さな直販所ができます。これ以後にからりとなる「内の子市場」です。九四年七月のことです。

### マーケティングが農家を変えた

農産物を自分で売る直販所は、今まで自分で物売ったことがない農家の人たちが、自分で値段をつけて売ったことから、農家にマーケティングという意識を熟成させたと思います。「からり」では農産物すべてに、バーコードを付けて管理しています。事務所で農家は値段を端末機に打ち込むと、バーコードや値段、生産者名が印刷されたシールが出てきますので、農家は自分で農産物に貼り付けます。後ろから見ていると、みんな譲り合って、前の人がどんな値段を付けるか見てから自分の値段を付けたがるんです。前の人の持ち込んだ農産物と、自分の農産物を見比べて、前の人が二百円の値段を付けると、自分の農産物に自信があれば二百五十円という高い値段にし、なければ百八十円と安くするんです。安くしても売れないのではないかと自信がないときは、離れた場所に自分の農産物を置いたり、出荷する日を変えたりする



んです。それでも自信がなかったら、アイテムそのものを変えます。農産物をそのまま売るのではなく、加工食品にするとか工夫するようになるんです。競争の中で商品を考え、つくりだす。そんな農家同士のやり取りがとても興味深いものに私には感じられました。

負けてなるものかという思いも生まれ、元気の源にもなったような気がします。同じ商品を出しているおばあちゃんが二人いて、片方のおばあちゃんが病院に入院したと聞いたとします。もうひと

りのおばあちゃんは「それは大変ね」と言いながらにこにこ笑って、次の日は倍の商品を持つてきます。一人勝ちできるんですから。これはもうマーケティング理論の実践です。売り場の方は、仕入れ業者が一軒つぶれても、二軒目が補ってくれ、穴はあきません。しかも、入院したおばあちゃんも気が気ではありませんから、早く復帰をするために、頑張つて病気を治します。

残酷な情報も人を育てる

直売をするということは、農家がマーケティングに参加するということです。本当にいい物というのは値段に関係なく売れるということを見つけた農家は、もの凄いい力をつけたと思います。それを直売所で見つけたんです。生の声が聞こえ、ふれ合いがあつて、美味しかったよと言われる。そうすれば「ありがとうござ

います」と言えますよね。これはもう凄いい励みです。売り場の情報が、心情に直接入ってきます。しかし、残酷な面もあります。少しも売れてないと悲しく、売れ残った品物を持つて帰ると、悔しさも生まれます。しかし、この悔しさこそが、明日は売り切つてやるぞという決意にもつながつていくのです。

でも正直言つて、そこまで考えてバーコードのシステムをつくつたものではありません。マーケティングという未経験の領域に農家の人が入つていったことで、負けないように頑張ろう、売り切るように頑張ろうという気持ちになり、さまざま工夫



をしてくれたんです。そして、工夫をする、「からり」のシステムの方にも不具合が出てきたり、これがあつたらいいのにと要望も出てくるので、それを改善していったんです。「からり」では、出荷する農家が成長していくことで、同じようにシステムも成長していくという流れができてきたことが、ここまでうまくいった理由だと今では思っています。

ホームページ

<http://www.dokidoki.ne.jp/home2/ufufu/>

# オンリーワンの地域づくり、 かけがえのない 地域資源を活かす！

自分のふるさとを語りたい

私がまだ青年のころ、東京でふるさとはどこかと聞かれました。「双海町です。松山の近くです」と説明すると、「ああ、埼玉ですか」と言われました。それで、愛媛県、道後温泉、その二十五キロ西、瀬戸内海に面して……と、枕言葉を並べていって、やっとわかつてもらえるのです。これが私がふるさととは何かを考えるようになったキッカケです。子どもの担任の先生から「若松さん、あなたの町の子供たちは自分の町を語れませんよ」と言われたのもショックでした。「伊予市の向こうにあります」と言うのだそうです。私が東京で自分の町を語れなかったのと同じように、子供たちも自分のふるさとを語れないのです。

自宅横に私設公民館「煙会所」をつくりました。ここで青年の話を聞くと、仕事がない、活気がない、文化がない、嫁さんが来ない、プライバシーがない、遊



元双海町教育長

## 若松進一

び場がない、いい店がない、狭い道しかない、情報は古くて遅い、信号が三つしかないと嘆きます。自分たちの町を卑下するんです。これを「田舎嘆きの十カ条」と私は名付けました。こんな若者では町づくりができるはずがありません。

### 夕日は私のDNA

そんな時でした。「明るい農村」の取材に、東京からNHKの職員がやって来ました。ひと駅乗り越したというので、彼らを下灘駅まで迎えに行ったんです。すると、彼らは西瀬戸に沈む夕日を見て待っていました。そして、「こんなきれいな夕日は見たことない、すごいですね」と驚いているのです。この瞬間、自分の中にあった夕日という潜在能力が顕在化していききました。なん

せ、ずっと下灘に沈む美しい夕日を見て育ってきたんですからね。二〇〇一年、ハワイ沖で沈没した「えひめ丸」は四代目です。私は宇和島水産高校の卒業生で、初代のえひめ丸の甲板で見た南太平洋の夕日の



美しさも思い出しました。青年団時代、私は青年の船でアメリカに渡りました。太平洋上での夕日もこれまたすごかったです。そんな思い出が沸々とわき出てきます。どうやら、夕日は私のDNAみたいです。

「煙会所」で青年たちと、夕日で何かできないかと話し合いが始まりました。まとまったアイデアは、日本で海に最も近く、寅さんもロケにきた下灘駅での「夕焼けコンサート」。JRになんとか認めてもらい、六月三十日に第一回を開催したんです。幸運なことに続いていた雨が止み、当日は立派な夕日が落ちました。駅は千人以上の観客で埋まりました。

それからです。夕日の町が定着し始めたのは、それで、人と人が交流する場所をつくろうとシーサイド公園を計画しました。町の年間予算規模を超える大事業です。町議会でも問題になりました。「赤字になったらどうするんだ」と町議が厳しく質問しますから、「赤字になりましたら、決算書は黒のボールペンで書かせていただきます」と答弁したんです。凄く怒られましたね。でも、百人が百人賛成することをしても大きな成功にはならないと思います。



### 感動商法で売り出した双海町

お墓参り以外は人が来ないと言われた双海町ですが、今では年間五十五万人の人が来るようになりました。シーサイド公園名物のおばちゃんたちのじゃこ天も最初は売れませんでした。それでも、「本物をつくり、真心を売ろうよ」「ここに来ないと食べられないものを売ろう」と繰り返して話しました。そんな苦労の中で、じゃこ天を串に刺すことを思いつき、若者が右手にビール、左手にじゃこ天、そ

して歩きながら食べるというストーリーをつくったんです。これは売れました。

私たちは感動商法です。感動を売ることで以外考えてはいません。

JR予讃線の土手をきれいにしようと思ったときのことです。雑草が生い茂るより、花が咲き乱れている方がいいに決まっています。菜の花を植えようと思ったんです。ところが、JRは「線路のそばに草花を植えるのはいいかん」。では、自然に生えた野生菜の花はどうか」と聞くと、「野生菜の花で刈れとはいいません」と言う。それで、ポケットに穴を開けて菜の花の種を落としながら歩いたんです。種をまいてはいません。自然にポケットから種が落ち、野生菜の花で、線路沿いにきれいな菜の花が咲いただけなんです。

観光イチゴ園に取り組んだ農家も、夕日のまちづくりがキッカケで、自分たちの地域資源に目覚めたのではないかと思っています。イチゴ園の近くにみどり翠小学校という、現役では県内で一番古い木造校舎が



あります。これからの時代に伝えていかなければいけない大切な原風景だと話をし、保存を働きかけました。この地域は二十一年間にわたる住民の運動で、ホテルが飛び交っています。ホテル、伝統ある木造校舎、そして、イチゴ、地域資源をどのように活かしていったらいいかというヒントは、このあたりにあるようです。

不変のキーワード

今、私は瀬戸内海が見える山の上に人間牧場をつくっています。核になるのは「水平線の家」です。ここから見えるのは海と空だけ。海と空の牧場の中で、心という牛や羊を放し飼いにするので。私たちがやるべきことは、地域資源を使っ



て、どんな楽しいことをすればいいか考えることです。振り返ると、私はまちおこしを、「楽しいことをしようよ」「新しいことしようよ」「地域を美しくしようよ」という三つのキーワードでやってきたように思います。そして、これからも変えずにやっています。

ホームページ

<http://www.yuuhi.jp/>

