

地域の食文化を再発見して生かす

農村経営研究会 2016年第3回定例会

講師：金丸弘美氏

演題：「地域づくりの視点」



金丸弘美 (かなまる・ひろみ)

1952年佐賀県唐津市生まれ。食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー。著書に『田舎カヒト・夢・カネが集まる5つの法則』(NHK出版生活人新書)、『幸福な田舎のつくりかた 地域の誇りが人をつなぎ、小さな経済を動かす』(学芸出版社)、『実践! 田舎力 小さくても経済が回る5つの方法』(NHK出版新書) など多数。

農村経営研究会は7月7日、2016年第3回定例会を開催した。食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサーの金丸弘美氏を招き、「地域づくりの視点」の話を聞いた。

金丸氏は、北海道から沖縄まで全国の農村や町など1000カ所を巡り、各地で食文化を再発見し、地域再生に生かす活動をしているプロフェッショナルだ。子供たちの食べものが大切だと考え、秋田から沖縄まで全国約50カ所の学校給食を取材した経験を持つ。食育やワークシヨップの開催に携わり、その取り組みを実践と出版を通じて広く伝えてきた。今回の講演でも携わってきた事例が次々と紹介され、多くの悩み解決のヒントが提示された。

小さな島でも事業は成り立つ

まず金丸氏が食に関する活動を始めた経緯を紹介しておきたい。

きっかけは、妻の病気と子供の食物アレルギーである。家族の健康のために生活環境を変えようと、2001年に一家で東京から鹿児島県奄美諸島の徳之島に移住した。この島にはかつて、地元の黒糖や塩、適度な量の焼酎を口にするという食生活があった。金丸氏は失われつつある昔ながらの食文化が持つ豊かさを島

の人々に伝え、その豊かさを取り戻すことに一緒に取り組んだ。

その9年間の活動と暮らしを描いた『ゆらしい島のスローライフ』(学研教育出版)が出版されると、読者から徳之島に行つてみたいという声があがった。そこで、農家民泊で伝統料理を振る舞い、黒糖づくりや南国フルーツのデザートづくりの体験を提供するというツアーの企画に自ら乗り出した。ツアーは評判を集め、いまでいうグリーンツーリズムのモデルのひとつになっている。

「長寿の島として売り出しても、それだけでは説得力がない。どういう食材があつて、どういう環境があつて、どういう料理があるか、農家民泊を通じて提供する。その活動に農業を噛ませることで、小さな島でも事業として成り立つ」

徳之島での経験は手応え十分で、金丸氏の活動の原点となった。

食べものはどこから来るのか

食を追求するうちに、金丸氏が気づいたのは、そもそも自分たちの食べものがいったいどこから来ているのか、よくわからないということだ。その答えを求めて、農村に足を運ぶようになった。農村を訪ねると、さまざまな相談を持ちかけられ、そのつど、地域の事情に耳を傾けなが

ら、あの手この手で解決策と一緒に考えて、提案してきた。

講演で紹介された多くの事例の中からコメのブランド化にかかわるエピソードをいくつか紹介したい。最初に訪問した千葉県香取市で受けた相談は、ある農家からコメを直接消費者に販売したいがどうすればうまくいくかという内容だった。ここの金丸氏の提案はこうだ。

「おいしい」とか「環境に優しい」といった言葉は抽象的で伝わらないため、千葉県では絶滅危惧種とされていたメダカを水田に取り戻すという活動を興し、話題づくりをすることにした。そして、メダカが戻った水田から穫れたコメに「めだか米」と名付けて販売する。めだか米は東京で1俵(60kg)4万円の高値がついた。

生き物が棲む環境を取り戻した事例はほかにもある。宮城県大崎市(旧田尻町)は冬場の水を張った田んぼを白鳥などの渡り鳥の飛来地にしようという試みを推進している。近くにラムサール条約に指定されたことで国際的に注目を集めた伊豆沼などの沼がある。当初は渡り鳥の飛来が鳥害になると反対の声もあったが、地域のはずれの水田で試したところ、翌年には白鳥が飛来。その水田で収穫したコメを「白鳥米」として



販売すると1俵4万円で完売したそう
うだ。欧州の環境保全を目的とした
補助金に倣い、冬期湛水と農薬・化
学肥料を使わない農法に協力する農
家に対して最大2万7000円/10
aの交付金が整備されている。

兵庫県豊岡市はコウノトリを戻す
というプロジェクトの実地だ。東
京では新潟県や山形県のブランド力
にかなわない。そこで、ターゲット
を女性に絞ることを思いつく。彼女
らのもっぱらの関心事はダイエット
と美容だ。販売する際のキーワード
に「ビューティー」「ヘルシー」「エ
コロジー」を選び、コメを食べるこ
とによって美しくなり、社会に貢献
するという意味を込めた。女子大の
講師を務めた経験が役に立った。

来するという栽培環境のことや、コ
ウノトリはどんな餌を食べているの
かを説明する冊子をつくってもらっ
たのだ。コメと一緒にセツトで販売
したところ、コメの売り上げは5倍
になった。このやり方は佐賀県や長
崎県、大分県でも展開している。

いづれも、自分たちの食べものが
いったいどこから来ているのかを知
りたい人たちとのかかわりが成功の
秘訣になっている。

地域づくり大切なUNISUJY

金丸氏が地域づくりにおいて大切
だと考えているポイントは、5つあ
る。①人の真似ではなく地域にある
ものをまず知ること、②環境のこと
をきちんと打ち出すこと、③景観づ
くりをすること、④農業と商店街、
観光を連携させてまちづくりするこ
と、そして⑤オリジナリテイのある
ものをつくって発信することだ。

地域によって形は異なるが、ノウ
ハウについては地域を越えて連携さ
せたい。その目的で始めたのが「大
人の合宿」という取り組みである。
合宿を通じて、訪問した側が学ぶこ
ともあれば、訪問された側が学ぶこ
ともあるという。

大人の合宿が功を奏した地域のひ
とつに長崎県大村市がある。人口約
8万人のこの地域に、年間50万人を

超える観光客が押し寄せる。その目
的は、金丸氏が地域の楽しみを村ご
と売る直売所と称賛する「おおもら
夢ファームシユシユ」だ。

直売所が位置する山間部には、観
光ブドウ農園が広がっていたが、パ
ブル経済崩壊後、その集客力が低迷
した。この直売所は再び観光客を呼
び戻すために、農業者らは野菜の販
売を始め、お金を出し合ってジェラ
ート工房をつくったのが始まりだ。
昔ながらの農村の風景のなかで、旬
のフルーツを使った手作りのジェラ
ートは、都会の若い女性にヒットし、
福岡などから約20万人が訪れた。

金丸氏の仲間たちがその地で合宿
をしたのは、ジェラート工房が成功
したところだ。合宿に参加した人々に
学びを与えるだけでなく、受け入れ
た大村市にとっても、直面する課題
解決のきっかけになったという。

成功の裏で、リピーターが少ない
ことが悩みだった。ジェラート工房
1軒では観光地として成り立たな
い。そこで、ほかの地域のノウハウ
を活かして、周囲の観光農園のパン
フレットをつくり、ケーブルテレビ
などで宣伝したところ、大村市で一
日中楽しむ観光客が増えた。宿泊所
を確保するために取り入れたのは、
欧州では一般的な農家民泊である。
こうした地域づくりの努力が実り、

年間50万人超えの観光客が訪れる地
域になったのである。

成功事例の真似は失敗の元!?

金丸氏は地域づくりの成功事例だ
けを見てきたわけではない。失敗事
例からも学ぶことはある。

まず失敗の原因として指摘したの
は、若い人の知恵を入れる手間を抜
いていることだ。地域に必ずいるで
あろう知恵を持っている人々を呼ば
ずに会議を進めると、昔の栄光をど
う取り戻すかに終始する。そこが失
敗の元になる。

また、地域の形を考えずに大手企
業の成功事例を真似するのも失敗の
要因となりうる。大手ビールメーカ
ーのヒット商品を真似て、全国の自
治体がビールやジュースをつくって
も、うまくいかないという。

「成功した方々の教えは共通してい
る。地域づくりにおいて言えるのは、
どこの誰に何を渡すのかを考えて、
足元からきっちりやっていくことが
大切だということだ。大成功したと
ころをみて、あれをうちでもやっ
たら大成功するんじゃないかと考える
と失敗する」

そして、自治体などの仕組みづく
りより、地域の魅力を再発見した人
たちが自ら地域づくりに参加するこ
とが成功につながると呼びかけた。