

県と市町の地域づくり支援会議 第2回尾鷲・熊野ブロック会議

1. 開催日時：平成20年1月18日（金）

14：00～16：00

2. 開催場所：三重県熊野庁舎 5階 501会議室

3. 出席者：熊野市長、御浜町長、尾鷲市副市長、
紀北町副町長、紀宝町収入役、東紀州対策局長ほか



（司会）

それでは、皆様お揃いでございますので、「県と市町の地域づくり支援会議 第2回尾鷲・熊野ブロック会議を始めさせていただきます。

本日は、講師にお招きしております東京農工大学大学院の福井先生、それから熊野・尾鷲ブロックの市・町長の皆様方には、大変公私ともにお忙しい中、お越しをいただきまして、本当にありがとうございます。

これから事項書に従いまして会議を進めたいと思いますが、その前に、皆様方のお名前につきましても、配付資料の出席者名簿、それに座席表を添付させていただいておりますので、紹介につきましては割愛をさせていただきます。

それでは、開会に先立ちまして、三重県熊野県民センター所長、中西啓恩からご挨拶申し上げます。

（熊野県民センター所長）

熊野県民センターの中西です。

先ほどもうちの室長の方からも申し上げましたが、大変お忙しい中、河上市長をはじめ各市町の皆様にお集まりいただきまして、ありがとうございます。

第2回のブロック会議ということで、昨年5月31日に知事に来ていただいて、ブロック会議を開催させていただいたんですが、今回は第2回ということで、具体的に、前回の時は「文化力に基づく地域づくり」ということで、渡邊先生のほうからご講演をいただいたわけですが、今回は具体的に地域資源の活用や住民との協働を視野に入れた内容で開催させていただきましたので、よろしくをお願いします。

本日は、東京農工大学の福井先生、伊勢出身の方です。現在、尾鷲市の向井と紀宝町の神内で先生がきっかけづくりという中で集落機能ということで、今、ワークショップを住

民の方と一緒にやっていただいていますので、そういう事例も交えながら、また全国の事例も交えながらご後援をいただいて、それから意見交換ということにさせていただきたいなと思っておりますので、よろしくお願いします。

先生、よろしくお願いします。

(福井講師)

今ご紹介いただきました、福井でございます。

ご紹介のとおり、三重県の伊勢の出身で、生まれは鈴鹿です。明治の初め、いわゆる江戸時代まで伊勢の御師と言われる、いわゆる諸国から来られた人をご接待させていただいて、お札を配るということをどうやらやっていた家系のようです。そういう意味で、伊勢には非常にご縁があって、改めて伊勢の凄さを最近感じているところなんです。

特にこのところ、ご紹介にありましたように、神内、それから尾鷲市内でもいろいろ係らせていただいているんですが、実はその前から和歌山県さんで同じような事業を3年ぐらい前からやらせていただいて、特にこの南のほうの中山間地を頻繁に歩かせていただいています。その中で感じることは、もう皆さんご存知のとおり、非常に中山間地は厳しい状況になっている。何とかしたいなと思っております。

今年、実は仕事始めが1月4日に福岡県のほうに行ってまいりました。皆さん、お名前をご存知の町村会の山本会長さんと半日ゆっくり酒を飲ませていただいて、またいろんな話をさせてもらってきたんですが、会長も、「もうこのままじゃ中山間地はどうしようもないから、何とかせなあかん」という話を、とりあえず獣害の法律ができたことをお喜びになっていたんですが、「それだけじゃダメだな」ということで、ちょっと冗談のような話を実はしてきたんですが、実は日本の中山間地というのは、当然都市の水であるとか、いろんなものを支えていますね。そういう中で私をご提案したのは、やっぱり中山間地の再生から日本を再生していく、これだけ株価を落ちたり、諸外国との差が出てきたりした中で、改めて名前を付けたらどうかというご提案をしてまいりました。「上流社会」、いわゆる日本の中山間地は水源の川上にあたるわけですから、改めて上流社会を再構築していくことによって、日本を良くしていきたいなということを、山本町長と今年新年にお話をしてきたんですけど。

じゃあ、そのためにどうすればいいかということになるんですが、やはり今、現実的に大きな企業を誘致するとか、今までのようなやり方ですべてうまく行くかと言うと、やはりある意味、疑問がありますね。皆さんもご苦労されているからよくお分かりのとおりだ

と思うんですが。だったら、その地域の方々がそこにあるものを生かしながら、何とか形を作っていくということをやっぱりやらざるを得ないんじゃないかと思います。

これは経済産業省さんでも、「地域資源」という言葉を最近是非常に頻繁に使われて、それを生かした中小企業の活性化であるとか、そういう枠組みが作られているとおりでございまして、農水省さんも同じようにそういう話をされています。特に私は農水省さんのほうの仕事を最近たくさんさせていただいておりますので、そういう資源をどのように生かして形にしていくのか、あるいはその地域の将来の夢を作れるのか、そういうところでちょっと今日はお話をさせていただこうと思います。

まず、これはパワーポイントでつなげさせていただきますが、今日はお手元にこういうカラーの資料をお配りしているんですが、今日、中西所長とお昼をご一緒させていただいてお話をさせていただいた中で、やはり小さな産業でもいいから産業を創っていくということを基本に考えたほうがいいなと思って、若干差し替えております。あと、足しておりますので、ちょっとお手元の資料と齟齬がありますが、見ていただきながらお話を進めたいと思います。だいたい50分ぐらいこれからお話をさせていただきます。

タイトルは、「地域の資源を活かした協働による地域づくり」というタイトルを作らせていただいたんですが、地域の資源を生かしながら形を作っていくということをどういうふうに考えて、どう進めればいいのかという話にしたいと思います。

ここに東京大学の神野先生がおっしゃっている言葉、これは三重県の講演でおっしゃった言葉なんですが、「地域社会の再生に、今、文化という『地元学』が求められている」「地域文化の力がもたらす持続可能な社会」ということをご指摘されているんですが、やはりその立ち位置を、地域に住む、ここに住んで生きていくんだというところに持って、そこにあるものをできる限り新しい技術を生かしながらやっていくと。こういうことが必要、重要なんじゃないでしょうかと、まずは思います。

但し、今、現実にはいろんな地域を回らせていただいて、一番感じるのは、皆さんここにあるものを忘れていきますね。いろんなものがあるんだけど、「もうここには何もないから、何か持って来て欲しい」という声が非常にどこへ行っても聞こえます。ないものねだり。ないものねだりを続けると、子どもは出て行くんですね。ここには何もないということで。

それを逆に考えると、近代化の1等賞は東京にあるんだし、今、日本の産業の1番はある意味、トヨタであろうと思います。そういうものに憧れて、こっちに来てくださいと言ってもなかなか来てくれません。そういう状況の中では、そこに、子どもはトヨタのほう

に出ていく、東京に出ていく、これが今までの流れでございました。

では、どうすればいいか。私は一番重要なことは、ここで生きていく覚悟を持って、そして夢を持つこと、夢を創ることですね。夢が創れなかったら、次の世代は伝えられないと思います。しかし、その夢を創るために、地域のことをみんなで一緒に考える場が、今、実はあまりないです。

自治会のような守りの組織にはあるんですが、縦割りの中で、水路が壊れたと言ったら水路のことを考える場はあるんですが、地域の将来を一緒に語り合う場がないということ非常に痛感しております。そういうものを作りながら、ここにあるものを生かして、あるものとあるものを組み合わせて、新たな価値を作っていくような、そういうような考え方を持たないと、おそらく何も夢は生まれにくいんじゃないかなというふうに、私は感じています。

ここからはちょっとおさらいなんですが、今、非常に厳しい状況、今年の日本経済新聞の1月1日付けの新聞を見て私はびっくりしたんですが、普通、お正月の新聞というのは夢を見る紙面なんですが、いきなり一面トップに「沈む日本」と書いてあるんですよ。もうこれには愕然としたんですが、それぐらい今危機感が皆さんの中に広がり始めている。そのスタートはとも「近代化」という概念がもう限界まで来ているんじゃないかなということ、これは私どもの大学院の先生が作ったものなんですが、いろんな問題が今あるということを一覧で示している図です。これは詳しくやっていると時間がないので、こういうことは書いてもらうということで。

で、その中で、世界の現実の一部として、非常に重要なポイントとしては、まず今、世界の総GDPが50兆ドルの中で流通する貨幣が500兆ドルあるそうですね。これはどういうことか。要するに実態経済から金融経済に完全に移っていて、その金融経済が砂上の楼閣の上の成り立っている、非常に危うい状況であるということがまず一つ。

それから、日本の国内に目を向けると、総借金は1,000兆円を超えていると。なおかつ、地方の税収は32兆円ですが、公務員の人件費だけで31兆円かかっている。こういう状況である。これは民間企業だったらあっという間に倒産状況ですね。なおかつ、エネルギーについても、石油公団の正式の発表で、非常に効率的ないい原油というのはあと60年、原油全部入れれば350~400年ぐらいあると言われておりますが、実際にものすごい効率のいい原油というのはあと60年で枯渇するということです。

などなど、いろんな問題があるんだということをおさらいしました。で、その中で、

私はもう大きなことを考えてもなかなかうまく行かないものですから、常に今、現場で考えるということを基本においています。歩いて、見て、聞いて、そこにあるものを考えながら、皆さんと一緒に新しい価値を創造していくということを、常日頃、最近この数年間やっております。

で、そこでもう一つ感じたことは、これは丸山千枚田の写真なんですけど、どこへ行っても、まず行政の方々からご依頼を受けて伺うんですが、そこには非常に住民の方と考え方の齟齬があるなと私は感じています。どういうことかと言うと、この美しい風景の背景に、行政の方々、里山には耕作放棄地が増えたと、少子高齢化で課題だなどと、非常に客観的にご覧になっています。当然そうだと思っているんですが。

でも、それを地域の農家の方々にお話を伺うと、これまで代々この地で頑張ってきたんだと。でも、今、年金をもらいながら何とかやっているんだけど、獣害がひどいと。もうこれ以上、もう限界だと。もう集落を出ていくしかないかも知れない。ここを何とかして欲しいと。こういう切実な思いをすごく強く感じます。

で、そういう美しい場所に、最近は団塊の帰農とかも言われていまして、Iターンの方々も少しずつ出てまいりました。そういう人たちが何を言うかと言うと、こんなに美しい里山は残さなきゃいけないと言うんですよね。ちょっと勘弁してくれよというような、ストレートな言い方をされます。地域の方々もそういう感覚がずれて出てこられますので、非常にそこで軋轢が出たりしている。非常に残念ですね。だからこの三つの感覚を何とか一つの形にしていきたいということで最近感じております。

で、それを形にしていくためには、やっぱりマネージメントという考え方ですね。行政運営ということですとずっとやってこられたと思うんですが、地域経営という視点を取り込んでいただいてやっていただかないと、もう回らないと思います。非常に縦割りそのものを私は決して悪いものではないと思っているんですが、専門性を持ってそれを全体マネージメントする機能が、今どうもない。地域の方々にそれを言っても、なかなかそういう人材も少なく、難しいというのが現実です。それを協働によってどうやって地域経営を作っていくか、これが非常に大きな課題になっているんじゃないかなというふうに私は感じています。

公益についてこれまでの考え方、均衡ある発展という形で全総を中心に国は成長、発展という概念ですとずっとやってきました。しかし、それがだんだん難しくなった。財政負担が厳しいとか、いろんな問題が出てきて、少しずつ変えていく。それはどういう変え方をし

ているかと言うと、民間委託などに代えて、効率化という考え方で変わってきております。これはもう完全に郵政民営化然り、そういう流れで来ておりましたが、これからはどうもそれだけではなくて、もうパラダイムを変えて、競争から持続へ転換するような、新しい考え方を持たないと、もう難しいんじゃないかなというふうに感じています。

その時に、大きな視点として持続可能性ということを地域、集落、すべて持続可能な形を作る。これは従来だと、「持続可能性」という言葉は「環境の持続可能性」という言葉で使われているんですが、持続可能性には環境だけではなくて、経済も持続可能でなくてはいけないし、その地域社会も持続可能でなくてはいけない。この三つの持続可能性をどう担保できるかがこれからの公益のあり方ではないでしょうか。

その三つの持続可能性を考えた時に、経済は従来だと貨幣経済という読み方をしますが、どうも中山間地へ行くと、今でも自給経済だとか助け合いというのが非常に大きな位置を占めています。私は大紀町の野原という集落で、仲間と一緒に貨幣価値に換算されていない生活のいろんな場面を調べたところ、1年間に5、600万円ぐらいの価値になるということが分かりました。例えば野原では集落葬儀、そういったものをたった6万円で作っていらっしゃる。東京でやれば100万や200万円かかる話です。そういう形で換算していくと、5、600万円の価値があったと。こういうことを改めて評価する必要があるんじゃないかなというふうに私は感じています。

それから、環境的持続可能性というのは、環境保護団体が言う環境持続可能性ではなくて、日本という国は、人が手を入れて初めて成り立つ環境でございました。それはある意味、小動物も含めて、里山に手は入らなくなったら、そういうものはなくなるわけです。メダカにしても何でもそうだと思います。そういう人と自然が折り合う多様性、これが重要だと。

それから、社会的持続可能性も、これ、結構忘れられているんですが、信仰だとか祭り、いわゆる土地から得られた恵みに対する感謝のような、そういうものが中心にあって組み立てられてきた風土の伝承文化というものがつながっていかないと、ダメなんじゃないかなというふうに感じています。

こんなような形で、じゃあ「地域の元気とは」と考えた時に、今までは儲ければ幸せだという感覚が非常に強かったと思います。でも、そうじゃないなということに皆さん気が付き始めている。これは総理府の調査でもそういう結果が出ております。

じゃあ、「地域の元気とは」と言う、まずは人が元気でなくてはいけない。おじいちゃ

ん、おばあちゃんが元気でなかったら、やっぱり集落は元気じゃないと思います。で、山や川や海が元気、これは二次的自然の健全化ですね。耕作放棄地が広がったり、もう真っ暗な植林地みたいなものが広がると、もう本当に危ない状況が発生すると思います。それから、先ほど申し上げた経済、三つの経済の調和を図りながらやっていくと。そういうことが重要じゃないかなと思います。

この「お金儲けが幸せのおまじないであった」とおっしゃっているのは、これは神野先生です。これまではそういうものを、例えばお金に換えるということで地域の資源を宝物として探して、地域活性化を図ろうとされていたんですが、それだけじゃダメですね。もうこれからは地域にあるものを、どこにでもあるものやここにしかないものや、余っているものや捨てているものを全部組み合わせて元気を作っていく、こんな状況が必要になってきたんじゃないかなと思います。

それと、住民主体の補完性原理、これはあとでまたお話しますが、地域の人たちができることは地域の方々にやっていただいて、要請されて初めて行政がそこに入っていきような、ちょっと考え方を変えたやり方が必要なんじゃないかなと思っています。

これは、野呂知事がおっしゃっている「新しい公」、それについての考え方を整理してみたんですが、やっぱり協働によって新しい公益を担う主体を作っていくと。こういうようなことがこれから必要、いろんな方がおっしゃっているからそういうことだと思います。

それと、これをちょっとご紹介しておきたいんですが、去年の正月に出た本で、水野さんというUFJ総研の方なんですが、1995年に近代化の仕組みがもう崩壊しているんだとおっしゃっています。で、これは金融経済の中から見ると、そういうことがもう見えているというふうに現場の方はおっしゃっています。成長を手段ないしは目標としてとらえること自体が古い思考、あるいは近代化の思考であるというふうにおっしゃって、これからは地域に根付いた経済ということを組み立てる必要があるというふうには、金融の専門家が言うような時代になりました。地域の持続を目標とした経営にしていく、地域経営の目的は、人が世代を超えて生き延びること、そのためには集落や地域が生き延びていくこと、その結果として国が生き延びる、こういうことが必要なんだと、こういうことをおっしゃっています。今申し上げたとおり、生きること、生き延びていくこと、そういうことが重要だということだと思います。

皆さん、選挙のことを考えると、票になることということで、今、福祉・教育というのが一番票になるので、そこに目が行きがちなんですが、それだけでは集落が終わってしま

うという可能性が出てきています。ですから、集落が消えて人々が生き延びていくことはできないなというふうに腹を据えていただいて、その地域経営にあたっていただきたいというのは、私がこの頃思っているところです。

さて、端折って今の現状に行きましたけれども、そんな堅い話をしてもおもしろくないので、地域資源をどうやって生かしていくかという話に変えたいと思います。

基本的には先ほど申し上げた、環境・経済・社会の持続可能性を担保しながら地域の資源を利用していき、そのためには、捨ててある資源だとか未利用資源、それからどこにもある資源にも改めて価値を付与していく。で、風土に合わせた仕組みを資源として利活用する。これはどういう意味かと言うと、昔からの先達たちが苦勞された、例えば水路一つとっても理由がある場所にあります。そういうものを改めて注目して資源として考えていく。それから、その結果として全体の風景の美しさ、先ほどの丸山千枚田のような何百年も苦勞して作り上げてきた美しさ、そういうものに価値を見出す時代だと思います。

で、最も重要なことは、そこに住む人との組み合わせで考える。人も重要な資源だということを基本に置いていただきたい。人というのは、その人に代わるものではありません。その人の魅力が輝ければ、その地域は非常に光り輝くものになると思います。

そこに暮らす人がその地域の資源を利用するというのも非常に重要なポイントで、外の人を利用すると、そうは思っていなくても収奪になることが多いですね。なくなったら、あとは知らんという形で出て行く、こういうことになるケースが非常に多いです。ですから、そこに暮らす人が利用するというのを、私はポイントにさせていただきたいと思います。

さて、地域資源を生かす時に、自給・互助・貨幣、このバランスをきちっと再評価しながら、是非やっていただきたいのですが、ちょっと先ほどお昼に中西さんとお話していて、私は実は15年ほど流通のコンサルをやっておりました。イオンさん等、大手企業の指導をずっとしてきたんですが、よく農業者の方々は、例えば農産物50円で出荷した物が200円で消費者に渡っている、150円流通業者が搾取している、こういう言い方をよくされるんですが、実は今、日本の流通業者は非常に大変な危機に近い状況になっています。

どういうふうになっているかというのをちょっとご披露しておきますと、150円儲かっているように見えますが、実はその賞味期限の問題とか、いろんな消費者のニーズに合わせて行くと、常に品揃えをする必要があるということで、廃棄処分がものすごく多いんですね。ローソンさんなんかでも、時間が来ると全部棚から引き上げます。そういうものが多いところでは半分ぐらいあるケースがあります。ということは、150円儲かっているは

ずが75円になるということですね。例えばですね。

それから販促費とか経費を引いていくと、必ずしもあまりいい商売じゃない。その上に、ロットを揃えなきゃいけない。同時に、一番安い物をいい物として提供していくということが常に望まれておりますから、グローバル競争の中でもう価格競争がすごいことになっています。

で、なおかつ、理不尽な消費者の声。これはどういうことかと言うと、例えばこれ、私、びっくりしたんですが、肉まん、ありますね。井村屋さんでお話を伺ったんですが、肉まんの裏に白い紙がありまして、そこに丸いマークが付いているんです。それが1センチずれただけで、すべてB品として廃棄処分なんです。何でそんなことが起こるかと言うと、ずれている肉まんを買った消費者から、「ずれている。電子レンジでチンしたら、ひっついた。何とかしてくれ。電子レンジを弁償してくれ」みたいな理不尽なクレーマーが非常にたくさんいる。そのリスクを天秤にかけると、廃棄処分にしたほうがいい、こんな状況がいっぱい出てきて、そういう非常に大きな消費者のニーズと言うんでしょうか、消費者の声が非常に歩留まりの悪い状況を作っています。そんな中ですべての流通産業が動いておりますので、これはずっと続けられないような気が私はしています。

じゃあどうすればいいか。今からお話する分散型に持っていく必要があるんじゃないか、あるいは地域の方々とのつながり、あるいは風土とのつながり、そういうものを重視した産業構築をしていく必要があるんじゃないかなというふうに私は思っています。

これは今年の夏、三重県の浜島に伺った時に、朝5時、これ、ボラです。子どもをたくさん持っている、子持ちのボラ。今日も来られている尾鷲市に、これはすべて尾鷲の業者が買い取って行きます。カラスミの原料ですね。こういうロットになる商品は非常に大切にされて、この浜島の港でもその日は商いがされていたんですが、そうじゃない物、例えば漁師がボラ以外の小魚、例えばタイだとかいろんな物を釣ってきます。この日はハモが1匹揚がっていたんですが、この方々、これは仲買の方々なんですが、こうやって水揚げした物を並べるんですが、私は本当に目の前で見てびっくりしました。この方々、これを長靴で蹴飛ばしながら商売していました。食べ物です。だからロット価値にならない物はそれぐらいぞんざいに扱われているんですね。

で、ここで思ったんですが、隣の安乗漁協さんはこういうことを、これは本当に二束三文で引き取られているんですが、なくすために、こういう本当にいい素材であっても流通にあまり乗っていかないような物を、仲買の権利を旅館の女将さんたちに付与しました。

そうすると、こういう物を非常に高値で地元で食されるようになるわけですね。こういう仕組み、でも、これは大手の流通には当然仲買さんを通して、こんな1匹や2匹持って行けませんから、価値にならないんですね。ですから、そういう物を改めて使えるような分散型の仕組みというのが非常にこれから重要になるんじゃないかなと私は思います。

そういう分散型の仕組みの中で、私が一番うまく行っているなど、一つの代表事例としてご紹介したいのが、これは山形県の庄内、鶴岡というところにイタリア料理屋さんで『アル・ケッチャーノ』というのがあります。ここは今、本当に予約が取れないイタリア料理屋さんで、「地場イタリアン」と呼んでいます。どういうことかと言うと、地場にある物しか使わないイタリア料理屋で、東京からもたくさんお客さんが来ていらっしゃるし、一番驚いたのはイタリアからも来ていると言うんですね。それぐらい話題になっています。すべての食材は地域の物、地場イタリアン。

それで、こういう方々が、これが奥田シェフというオーナーシェフなんですが、ここに立っていらっしゃる方は地域の生産者の方々です。農業の方60名、それから漁業の方が数名、漁師さんがいらっしゃいます。それ以外にも直販所の方々と一緒にやったり、養鶏、養豚、いろんな方々と組んでいます。

一番驚いたのは、この60名の農業者の方々の圃場に、この方が自由に行って、好きなだけ抜いて来るんです。ダイコンが欲しい時は自分で抜いて来るんです。毎日それをやっていらっしゃいます。なおかつ、この店で出す食材の約2倍ぐらいの材料を持って来るそうです。半分余りますね。どうしているかと言うと、物々交換で農業者と漁業者をくっつけたり、この人、この店を仲立ちに地域の流通を貨幣を媒介せずに作っています。そういうつながりまで作っている。

あるいは、例えば羊を飼っていた農家さんがいて、高齢化でもう止めようと思っていた。でも、この彼がその羊に出会った時に、あまりにもおいしかったもんだから、そんなもったいないことは止めてくれと、自らがセールスマンとなって東京のレストランを回って、その肉を置いてきました。今では、その肉はラムですが、日本で一番うまいと評価されて、結構いい値段で東京で使われています。

こんなことを、この人は食が真ん中にあることによって地域と消費者をつなげるんだと、こういうことを意識してやっていらっしゃる。食が真ん中にあることによって、地域の一次産業が豊かになっていく、ここはそのつなぎ役と。これは食堂であれ旅館であれ、どういう形であれ、こういうものはできると思うんですね。一つの理想に近いものがここには

ありました。

さて、物売り出す、その地域の資源を売り出すということで一番重要なことは、その土地らしさを内在化させることです。その土地、その意味、そのイメージをきちっとそこに込めていくこと。それは近代化や過度な貨幣の進展の中で置き去りにされてきた風土、こういうものに立脚した地域の個性を探して、磨いて組み合わせていくこと。地域の資源を生かした地域のブランド化推進。これがものすごく重要なんですが、実はあまりできていません。

「地元学が有効」だと書きましたが、実はこれ、プロがないんです。どうしてかと言うと、私も流通に長く携わってきて、現場で改めて感じることは、物売ることには皆さん長けています。それに集中しているんですね。だから、その物の本質を必死で読みながら、どうやって売ろうかとみんな考えながら、マーケッターもマーチャンダイザーもデザイナーもみんなそうやってやるんですが、残念ながらそこから出られないんですよ。

我々が有利なのは、地域でやる、地域の本質を掛け算することによって真似ができなくなります。なおかつ、もっと重要なのは、それに携わる人を掛け算していくこと。人は真似できません。それから、できるならその物に対する、できあがった物の知恵、どういう知恵が入っているか、それから歴史ですね。積み重ねられた時間、こういうものをきちっと読んで、それをパッケージだとか意匠だとか言葉に変えてコミュニケーションを図っていく。こういうことがものすごく重要になってきます。こういうことができるプロがないんですよ。私は先ほどちょっと雑談で申し上げましたが、北山村さんでやらせていただいて、本当にそういう人がいないんだということを改めて実感しました。

じゃあ、どうすればいいか。分かりやすい具体的な簡単な例をご紹介します。

これは高知県の山北というところで、ここと同じようにミカンの産地です。それでこのミカンはJAさんの系統で普通に出ていく、そんなに高いミカンじゃないです。この地域よりも安いかも知れない。誰にどんなことを伝えるか、特別な物と認識させるか、普通の物をどうやって特別な物と認識させるか、要するに差別化ですね。差別化するということは、高付加価値、価値を付けるということなんですが、品質を上げることじゃないんですね。これ、品質を上げる努力は農家さんはみんなされています。もうすでにされているんです。その上でどうするか。本質を探してコミュニケーションを取るんですね。

間城正博さんという、この農家の方がデザイナーのところに来て、段ボール箱のデザインをしてくださいと。いろんな話をしたら、間城さんの圃場は山の頂上にあった。じゃあ、

山のとっぺんという、『とっぺんミカン』という名称を作りました。で、山のデザインですね。こういうことをして、なおかつ、間城さんが作ったんだよということを伝えました。これです。『山のとっぺん 山北みかん』、これが消費者に伝える一つのツールです。段ボール箱一つ取っても、コミュニケーションをするためにあるんだと。

こういうことをやることによって何が起こったか。とっぺんミカンという地域性を打ち出したことによって何が起こったか。これ、JAの系統で出ていたんですよ。このパッケージを見て、東京の紀伊国屋さんのバイヤーが反応して、今、紀伊国屋に置いています。値段が全然変わりました。その農家さん、ミカンで3年前にうまく行ったものですから、他に作っている物、これは農協さんの「ニューサマーオレンジ」という箱です。これで出荷していました。それを右側、間城さんの間城のみかん、「高知のニューサマーオレンジ」というのを『土佐のはるか』という名前に変えました。これも今、紀伊国屋に並んでおります。こういうコミュニケーションをちょっときちっと掘り起こしてやることだけで、こんなことだって起こるんだという一つの事例です。会話です。

但し、こういう名前だとか、こういうものは非常にデリケートなものですから、私、今、農水省の知的財産権に関する仕事もさせていただいて、皆さんこういう名称については非常にぞんざいに扱っていらっしゃったんですが、商標登録を取るとか意匠登録を取るとか、そういうことできちっと守っていかないと、もう売れているものはすぐ真似されます。

今、北山村さんでお仕事をさせていただいて驚いたのは、売れ出したら商標を悪意があるなしに係わらず、真似してと言うか、利用して取るんですね。去年の段階で60の商標がもうすでに取得されました。それまで全然取られていなかった「じゃばら」という呼称に関するものが、もう取られてしまってからでは遅いんです。売れた時にどうするかというのを必ず考えてやる必要があります。

もう一つの地域性を生かす事例を言います。これは今お手元の中にはないんですが、これはお茶ですね。普通のお茶です。産地は、これも高知県の十和村というところです。すべて100%JAさんを通して静岡の農家にこの葉っぱは行っていました。静岡茶の渋みを出すためのブレンド用でした。でも、この方々は毎日手摘みでやっていらっしゃる。

地域性を生かすということはどういうことかと言いますと、この後ろにあるものは何でしょうか。これは実は川です。四万十川なんですね。四万十川と言うと、日本の清流の中でも一番有名かも知れませんが、当たり前前に「おいしい水」というイメージが付きますね。

「じつは茶所。四万十川。」、四万十川の水とこのお茶を掛け算して、これ、ペットボトルのパッケージです。四万十川水系、四万十緑茶として打ち出しました。今では、四国のドライブインどこでもこのお茶を置いています。それまですべて買い叩かれて、現金化して、葉っぱは静岡へ行っていた。そういうものが変わりました。四万十の水、手摘みというものを打ち出したんですね。

同時に、このお茶に限らず、こんなことをしました。これはどういうことをしたかと言うと、四万十川というのは非常にきれいな清流なんです、アユの生産が非常に落ちていきます。出荷額が減っています。どうしてかと言うと、ほとんどの護岸をコンクリートにしまったんです。残念ながら。でも、それは仕方ないことです。でも、その中で環境に配慮しているということをこの流域で考えようよということを言い出した人がいて、すべての直販所だとか商店で古新聞で包んで売ろうよという運動が始まりました。

その中でおばあちゃんがこういうバッグを作ってきたんですね。このバッグにちょうどペットボトルが3本入った。こうやって打ち出して、お店で並べたり、インターネットで売ったら、何とこれを見た伊勢丹のバイヤーが伊勢丹に置きたいということで、伊勢丹に今並んでいます。

なおかつ、このバッグそのものがおもしろいということで、「四万十川新聞バッグの作り方」という、こういうパッケージまで作ってインターネットで販売したところ、アメリカの大手の美術館からオーダーが来ました。で、アメリカの美術館に並んだら、今度はイギリスのアルバート・ミュージアムから昨年の暮れにオーダーが入りました。このバッグがです。高知新聞は大喜びで、古新聞はそちらにタダで提供するというので、このバッグを作っていますよ。

そうやって、今は緑茶からバッグ、それからこうやってほうじ茶、いろんなものに拡大して行っています。一つの地域性をとらえることによって、こんなに大きな変化が出てきた。

次は柿。これは見たとおり、干し柿です。こういう形で干し柿を売っていた産地が、埼玉県秩父のほうにありました。それを何とか商売としてもう少し拡大したい、同時に、高齢化で柿の収穫がもう大変だということになってしまったんですね。おじいちゃん、おばあちゃんが高い木で柿を取るのには難しいと。この地域でも果樹の場合そういうケースがいっぱい出てくると思うんですが。

じゃあ、どうしようかというところで、これ、柿のチップス。薄く切って干した物です

ね。この製品が実は奈良県に昔からあります。これに目を付けたんですね。で、どうしたかと言いますと、これをそのまま使っては、奈良の石井さんというところの商品ですが、二番煎じになって、別に地域性も何もない。別に注目もされないでお終いになるんですが、こんなふうに「ポケットチップス 秩父のやわらかおかき」こういうような商品に変えて、これはこれから発売です。

で、その背景にあるのはこれ、このひっくり返ったやつ、これが今まで作っていた柿酢、これは昔からこの秩父で伝わる柿酢です。これに注目したんですね。どうしてかと言うと、生の柿というのは傷が付いたら出荷できません。お酢にすれば、これは発酵させるわけですから、少々傷が付いても使えるわけです。おじいちゃん、おばあちゃんが取っても、傷が付いても使えるということにまず目を付けて、柿酢のデザインを抜本的に変えました。秩父の柿酢として、右が左にこんなふうになりました。

これを発売したところ、非常に売れました。そこからさっきのチップスに行ったんですね。で、重要なところはここなんです。皆野町の柿は、この地が発祥である秩父音頭に歌われるほど栽培が盛んです。昔から栽培が盛んだったんですね。で、秩父の柿酢は、高齢化などで手入れのできなくなった柿の木をボランティアの人たち「しづがき隊」が中心に管理し収穫した柿で作った柿酢です。手伝おうじゃないかという人がいたので、「しづがき隊」と命名して、これを売り出そうと。

要は、収穫支援ですね。そういうつながりを打ち出しているんです。地域のつながりだけじゃなくて、人とのつながりを製品に込めているんです。で、同時に、先ほど申し上げたように、発酵させる加工品であれば、落下した果実も使えると。生産が楽だよというように取り組んでいるんですね。で、なおかつ、地域とのつながりだとか、都市とのつながり、都市から来るボランティアの人たち、そういうつながりを作っていく。こういう新しい組み立てをやっています。

今年の4月には、今度は柿酢の石鹸を作ります。発売します。男専用石鹸を作ります。これは結構話題になると思います。

地域とのつながりでもう一つ、これは先ほどご紹介した四万十川です。四万十川流域はどことも同じように、スギ、ヒノキの植林がすごくたくさんあります。間伐材が使えない。で、四万十川のこの川のイメージをヒノキに掛け算しよう、『四万十のひのき風呂』これ、ただの11センチ角の板です。でも、ヒノキチオールをこれにもう少し加えて、匂いを出すことによって、お風呂に置いていただくのはどうだろうと。こういうパッケージを作って、

「四万十の天然ひのき風呂 ぽかぽか旅の湯」こういうふうには1枚200円ぐらいで売り出しました。2年間で1億円売れました。こういう四万十川のイメージ、それからヒノキの匂いの良さ、そういうものを込めるとこういうことが起こったりします。

それから、同じ流れの中で、これはただの、ここにもある砂浜です。普通の砂浜です。この手前には砂地に圃場が広がっていて、ラッキョウが植えられています。で、いろんな人たちがここに来て、例えば沖にはクジラが見えたり、それから勿論、漁師さんが漁をやったり、地引網をやったりしてします。そういうものそのものを生活の博物館、いわゆる砂浜美術館として打ち出したらどうだろうと。それがもともと箱物をここに造ろうとしていた計画を、ここにあるものをお金をかけずに生かしてみようということで、美術館にして大成功した事例です。

砂浜に、例えば全国から公募したTシャツのデザインをこうやって並べる。初年度、2年、3年と回を重ねて、一番多い時には10万人以上、このイベントに人が来るようになりました。当然人が来ると、直販所ができたり、いろんな物が生まれます。これは、ないものねだりから、あるものを探して生かしていくという発想です。ただの砂浜も美術館になります。これは何年か前のケースなので、ご存知の方もいらっしゃるかも知れません。

で、今申し上げた砂浜の隣にあるラッキョウの圃場です。圃場も、放っておけばただの圃場ですが、こうやってきれいな花のポスターを作って、「お花見しませんか」と打ち出したんですね。ラッキョウの花見。そうしたら、回を重ねる中で、NHKの全国ニュースでも「ラッキョウの花見の季節になりました」と、こんなような取り上げ方をされるようになって、ますます人が来るようになった。こういうことが起こるんです。

地域性、いろんな地域性があると思います。これは島根県の隠岐島、海士町。一昨日の夜、海士町の取り組みが東京で言う12チャンネル、『ガイアの夜明け』というところで取り上げられたんです。その一番スタートの取り組みです。

これなんです、『さざえカレー』、これは何かと言うと、島根県隠岐は本州から60キロぐらい離れている離島です。船で牛肉を運ぶから高いんですね。牛肉の代わりに仕方なくサザエを入れていたんです。島の人たちは「恥ずかしい」という意識だったんです。これを商品化する時に、ここの山内町長とこの前お話したら、全員が反対したと言います。でも、ここに島じゃ常識なんだよということを一つの言葉として「島じゃ常識 さざえカレー」というのが、これ、名前なんです。そういうことでヒットしました。これが今、年間4万食ぐらいです。それだけじゃなくて、地元の人たちがこれを誇りに思って、「島じゃ常

識商店」というのを今作っています。で、そこからイカだとか隠岐牛だとか、いろんなものが今生まれています。これがスタートでした。

ネーミングが非常に重要です。ちょっとここでぜひ覚えておいていただきたいのは、ネーミングというのは、消費者の心にどう伝わるかを重要視してください。組織の論理でやってしまうと、例えば合併することによって、それまで使われていた名前が、広域の合併の名前でネーミングするケースを、今、私は全国で山ほど見ていて、残念だなと思っています。浸透している名前というのは非常に重要です。例えば『関あじ』『関さば』を、大分県漁協一括化になったので、「大分さば」に変えたら、消費者は絶対買わないです。そういうことです。

これは先ほどのお茶の農家さんと同じ地域のおばちゃんたち。これ、栗の農家さんです。これもJAの系統で全部出ていたんですが、栗きんとんを作ってみました。普通に皆さん作っていたんですね。でも、防腐剤も何も入れてないので、2日しかもたないんです。こうやってポスターを作って、でも、逆に2日しかもたない商品が、なおかつ少ない製品なので、ひっぱりだこになっている。もう高知県のこの地域でしか手に入らない状況です。非常にそういう今の消費者の安全・安心志向に非常にヒットしているということですね。

地域の良さをどうやって生かしていくか、これは新潟県の高柳という茅葺きの集落です。そこで逆にそのイメージを打ち出して、藁つど、いわゆる昔からある藁の入れ物に卵を入れたら、こうやって売ったら350円で売れるようになりました。雰囲気だけですね。で、じいちゃんたちが作っている米、自家用の米を『じいの米』として打ち出した。これも売られています。普通のおじいさんやおばあさんが作る物が商品となるんですね。こんなことだっただけで視点を変えると生まれます。

先ほどのお茶の十和村というのは、1989年に十和村振興計画というのを作っているんですね。「人が大事、自然が大事、やる気が大事、十和のものさし」、当時すごくこれは有名になったんですが、改めて振り返ると非常にすごいなと思います。何がすごいかと言いますと、発展成長じゃなくて、欧米が本物ではなくて、これからは地域独自の物差しを持ってやっていくことが、時代の先頭に立てるんだということを1989年に打ち出しているんですね。地域性を打ち出すことによって地域は生きていく。

こんな絵があります。昔はヨーロッパが一番、戦後はアメリカが一番、これからは日本が大切なんだよと。「地域の独自性を守ることこそ、時代の最先端になる道である。1989年、十和村」と、こういうことが書いてあります。2年前に内閣総理大臣賞をここは取り

ました。それを取ったのは、このお茶、こういう物もありますが、こういう直販所から始まった「おかみさん宣言」、これは農家のおばちゃんたちが自家園芸の野菜を高知のデパートとかに持って行って、なおかつ、手作りISOを取得して、販売をして行ったんですね。それが非常に今広がっています。こういうことを十和村はやってきました。「おかみさん市」という形でやってきました。

もう一つ、先ほどの『アル・ケッチャーノ』という食堂の話を見て、私、今年の今頃、新潟県の山奥で「みんなの白味噌ラーメン」というメニューを見つけたんです。これは何だろうと思ったんですが、ここは普通の農村の食堂です。ラーメンとかカレーとか出すところ。そこで、地域にあるおいしい物を使って、何かおいしい物を作ってくれやということで、お客さんとコックさんが一緒になって開発したんですね。そうすると、そのラーメンを食べにみんなが来る、みんなの集まる場所になっている、地域の未来を語る場所にもなっている。非常に温かい雰囲気の良い場所ができています。こんな子どもも、これが実は「みんなの白味噌ラーメン」なんです。高柳というところのネギが入って、越後の白味噌が使われている。

こういうほんの小さな取り組みなんですが、そこから広がる可能性というのはものすごく大いです。ここにはボランティアの方が作る石鯰だとかも置いてありました。料理もますます拡大して、山奥でイベリコ豚のサラミだとか、右上なんて、クジラの舌の大根煮なんて、この地方でも食べたことありますか？こんなような物がいろいろできてきている。野うさぎのお雑煮とか、これは全部地域の食材を使った物ですね。イベリコ豚は別ですけど。

『月湯女食堂』というところですよ。どこにでもある物を、これは本当に倒産した、廃業した食堂を借りてやっているんですよ。先ほどの『アル・ケッチャーノ』という、東京やイタリアから来るお店も、ドライブインが倒産した跡を居抜きで使っているんですよ。箱じゃないんですね。中身なんですよ、ソフトなんですよ。こういうことがものすごく重要で、私も個人的にこんな店が近くにあったら、本当に幸せだと思います。

場を作ること、ある物を知ること、新たな価値を作ること、みんなで協働参加する。意外かと思いますが、こういう本当に小さなことからやっていくというのは一番近道なのかも知れません。

今日はこの話を最後にしようと思うんですが、熊本県の水俣市で、言葉として今使われている「地元学」というもののお話をします。三重県でも、県の職員研修、自治会館の研

修でこれをやらせていただいているんですが、今までご紹介したようなものは、この地元学をやることによって非常に掘り起こせると思います。ある物探しです。宝物探しではありませんよ。これは非常に勘違いされるんですよ。宝物だと、他にないものを必死で探そうとするんですね。違うんです。昔からある物、普通にある物を探す。なぜここを水路が通っているんだろう、そんなことです。柿の木はなぜここに1本あるんだろうとか。すべて見るんです。捨ててある物、どこにでもある物、困っている物、ここにしかない物、こういうものを探して、磨いて、利用する。

水俣の場合は、それは愚痴から自治への転換のきっかけになったというふうに、評価が今されています。数十年の水俣病のいがみ合いの中で、もう地域は非常に疲弊しておりました。でも、これをやることによって少しずつ変わり始めて、今、相当変わってきています。

地域の暮らしの紡ぎ直し、地域の元気を作るためには足元に学ぶ必要がある。何かやろうとしたら、足元から始めるしかない。住んでいることをよく知る。みんな知らないんですよ。調べて役立てる。地域の元気を作る地元学。地域に持っている力とは、人の持っている力、それからあるもの、ないから工夫していく、こういうことです。足元にはいろんな知恵が詰まっています。

もう一つ重要なことは、すごい稚拙な、幼稚なことを最初やるんですが、それが役に立つ。どうしてかと言うと、地域の特に山に住んでいらっしゃる方、誇りをもう失っているんですよ。いくらここがいいと言っても伝わらない。そこにこういうことをやりましょうと言っても、すごくいい制度やいろんな施設を持って行っても、誇りを失った人たちには「猫に小判」です。誇りを再生していただいてからやる必要があります。自分たちでやろうという気持ちを持っていただかないと無理です。地元学はそれに非常に有効です。

つらつら書いていますが、要するに外の人がいろんなあるものを探させていただく。それをこういう写真、言葉で伝えていく。こんなにいいものがあるよということを地元の人に伝えることによって、誇りの再生になって行くんです。地元から、足元から学ぶ。

これは、昨年三重県でやった時の写真なんですが、2日間でだいたいこれぐらいの量は作ります。こういうものを地元の方々50人の前で発表すると、ある区長さんは、「本当に人生の中で一番嬉しかった」とか、そういう感想が出てまいります。そこから地元の良さというのを改めて振り返っていただけるんですね。

何を調べるか。例えば水がどこから来て、どうやって流れて、どうやって使われている

か。集落のありようであるとか、いろんなものを見て行きます。で、それを一つずつ絵地図にして行くんですね。それをいろいろ分かってきますが、普通、大学の先生なんかは調査して自分で持ち帰るんですが、ここでは一切持ち帰らずに、地元置いて行きます。それを使っていろいろやってください。

例えば水俣ではこうやって分かったことを生かす。具体的には、誇りを再生しながら、「村丸ごと生活博物館」という呼称で、生活職人さんをご案内する、要するにツーリズムを始めています。

この女性、これ、神奈川県から修学旅行で来ました。この集落は山のどん詰まりで、親戚が来るぐらいしかなかった。誰もやって来ないところに神奈川から修学旅行が来てしまった。それでもうまったく集落が変わりました。で、元気が出て来た。

例えば山の見る目が変わったというのは、食べ物を出しますから、あとは加工品とか出しますから、山に生えている物を持って来たらタダで持って来れるわけですね。それを加工して出すとお金に変わる。こんなことを今ではやるようになりました。

これは「村が化粧する」。おもしろいなと思ったのは、女性は見られるときれいになる。村を訪れる人に見られることでどんどんきれいになって行ったと言うんですね。看板を作ったり、きたない杭を竹で付け替えたり、いろんなことが起こっている。一番びっくりしたのは、80何歳のおばあちゃんが化粧を始めた。こんなふうになっていく。で、物づくりもどんどん進む。で、こういう加工所も、物づくりが進んでいるから、地域のおばさんたちから、地域の加工所が欲しいということで行政に依頼が来て、加工所を補助金で造りました。そうすると、今度はお弁当を作ったり、お惣菜を作るようになりました。町の人が買ってくれるようになった。予約してですね。えらいなあと思うのは、売り上げの10%は全部集落に落としているんですよ。集落の元気につなげている。こんなことが地元学では起こりました。

その基本にしているのは、最初に申し上げた三つの経済のバランスを取るということですね。資源をうまく生かす中には、こういう貨幣・協働・自給自足、こういうものを生かすということが非常に重要だということです。

後ろのほうにもいろんな資料があるんですが、今日はもう「地域資源を生かす」ということで集中してお話しようと思ったので、これだけにさせていただきます。あとは、お手元の資料の中で、ぜひこれだけは伝えたいと思うのが一つありましたので。一番後ろにこういう、両面で白黒のコピーがしてある物があるんですが、これは何かと言うと、補完性

の原理について、昨年、私と明治大学の小田切先生という方と、県のほうの会館で講演会をさせていただいた時に、補完性の原理について小田切先生が非常にいいことをおっしゃっていただいたのをコピーしました。

どういうことかと言うと、ともすれば県の役割というのは、市町村ができることには手を出すなというようなイメージが今非常に強いですね。企画をすればそれでもういいんだと。そうじゃないんだよということを小田切先生がおっしゃったんです。これはヨーロッパの考え方。市町村が地域づくりに手が回らない時には、そこに県がお手伝いをするような仕組みを作り上げるべきだと。その責任を持つべき団体が最も仕事がしやすいように、より上位の団体が補完をすることが「補完性の原理」なんだと。はき違わないでくださいよということを言っています。これはぜひ県の方も、市町の方も、ここを基本にぜひお考えいただきたいと思います。

ここでも鳥取県の事例が入っているんですが、鳥取県では、市町村のほうから依頼があると、例えばワークショップ一つとっても、電話一本で派遣するような仕組みを作っています。ですから、みんなで助け合わないといけないということですね。簡単に言っちゃいますと。そういうことをぜひ考えていただきたい。

それと、この資料の中で、後ろのほうですとつらつら言っているのは、たった一言で言うと、「つながりを作り直す」ということです。とにかくいろんな方々とのつながりを作り直す、言い方を横文字で言うと、マネジメントをし直す、そういうことができないと、地域づくり、いわゆる特に非常に嫌な言葉ですが、「限界集落」というような言葉が囁かれるような中、そういう地域が再び元気になっていくためには、そこに住む数人の人たちだけではなかなかもう無理です。ですから、例えば都会の人たちとのつながりを再生するか、そこに心を置きながら出て行った人たちとどうやってつながり直すかとか、そういうことをやらないと、もうダメなんじゃないかなというふうに私は思います。

そういうことがいろいろ事例で後ろの書いてあるんですが、ご興味があればあとでまた読んでおいてください。

私の話は約 50 分間ぐらいで、以上にさせていただきます。ありがとうございました。

今までの話でまずご質問がありましたら、そこから、続けてやらせていただいていたいいのかな。よろしいですか。休憩はいいですか。

すごく早足でお話をさせていただいたんですが、この点はどうやという話がありましたら。

(熊野市長)

一番最後の点については、今みたいな県と市町村の関係が上下関係にある段階において県が市町村の仕事に手を出そうとすると、私はかえって混乱する面があると思います。先生がおっしゃったように、補完性の原則が貫かれている状態であれば、市町村は県の手助けをもっと必要だというふうに思っています。やっぱり上下関係になって逆転している段階で県が入ってくるというのは、市町村からすると、正直、役割分担というよりも、混乱の原因ではないかと。

常々私は、今の段階では、役割分担を明確にするほうがいいのではないかと。本当に市町村がギブアップの時にはじめて県が助けてもらうほうがよい。要するに対等とかそういうことを考えると、ヨーロッパみたいに市町村とその上部団体との関係が本当の意味で対等かと言うと、日本はまったくそうになっていないと思うので、小田切先生の言う話もよく分かるんですが、状況は違うんじゃないかという気がするんです。

(福井講師)

そうですね。整理されていないのは私もよく分かるんです。ただ、逆に、私はいろんな現場で住民の方々の声を伺っていると、実際に例えばワークショップ一つとっても、こういうことがもっと早く欲しかったと。

(熊野市長)

それは、私が「県の助けが欲しい」と言うのは、あまりこういうことを言うと、市町村職員に対して僕の立場からすると大変申し訳ない言い方なんですけど、やはり県のほうは専門的な能力を持った職員がいるわけです。ワークショップ一つ開催するにしても、その運営そのものを市町村の職員ができる人間は限られています。やっぱり県の職員は優秀な職員がいる。そういう意味では、手助けが必要な時があるんです。だけど、いきなり県が入ってくるのとはまた違うんじゃないかと思います。

(福井講師)

それはそうですね。やっぱり市町からの依頼があってこそだと思います。それはそのとおりだと思います。

私の仲間で山形県の県庁職員で農業土木の技師なんですけど、もうすでに840ヶ所ぐらい地域に入ってワークショップをやって、地域づくりをお手伝いしている高橋という人がいるんですけど、彼がいみじくも言っていたのが、彼は圃場整備の専門家なんです。ですから、圃場整備をする時に当然もめるところがいっぱいありますね。そこで気が付いたと言

うんですよ。圃場整備だけを考えていたら、今の地域はもうどうしようもないので、疲弊しまくっている中でどうするか。やっぱりある意味、誘導する必要がある。

それは何を誘導するかと言えば、危機意識ですね。今までは町の施政で行政が何とかしてくださる、そういう気持ちをほとんどの住民が持っていたけれども、そうじゃないんだと。このままあと10年したらどうなるんだよ、20年したらどうなるんだということを危機意識、その部分だけを誘導して、あとはじゃあみんな考えてやろうよと、こういうことを県の立場でやっていらっしゃるんですが、但し、必ず現場の市町の実情、特に首長さんの理解を得ないと私はやらないと。こういうふうにおっしゃっています。

(熊野市長)

そうですね。人事の問題があって、県の職員さんは変わってしまうので。変わることで、作り上げられたものが壊れる時があるんです。壊れた時に、市町村がそれをカバーできない時があるんですよ。

(福井講師)

その場合、もう一つデリケートな問題としては、県の指導的立場というのがあると思うんですね。従来そういう形でずっとやられてこられて、そこを住民から上げてくる声を生かしていくとなると、そのちょっと指導的立場を後ろにおいて、場を作る指導がいいと。でも、こうなさい、ああなさいとなるとね。

(熊野市長)

それは、私が言う上下関係で入って行くと、そういうふうには明らかに方向性を持って指導していくということになるので、続くかどうか。やっぱり現場が、地域がどうしたいかということをもっと地域で分からせるためにワークショップが必要だけど、その方向性は地域で決めないと、どこかで消えますね。

(福井講師)

それは実はこのブロック会議の延長線上で野呂知事と二見のほうで住民の声を聞くというところで司会させていただいた時に、まさにその声が二見町の住民の方から、雛祭りをやってきたと。で、担当が変わって、急に話が変わったじゃないかと、知事に食ってかかっていらしゃいました。それはやっぱり二つの齟齬があると思うんですね。両方の齟齬があるでしょう。やっぱり住民の方々は自分たちでやっていこうというのがないと、そういうことが起こり得るし、逆に県の立場として指導なんだと。「やりなさい」ではダメだと思うんですね。そんなふうに感じました。

(熊野市長)

事務方からももらった資料で、うちの町づくりの資料をもらったので、これの説明をやるうかなと思っていたんですが、ちょっとコマースで申し訳ないんですが、うちでいたい昭和の合併の時代の旧町村単位で地域を分けて、町づくり協議会というのを各地域で作ってもらっています。これは手段としては良くないのかも知れませんが、やっぱり動いてもらうためには、最初から少し補助金というのも付けていますが、考え方は、行政は事務をやっていく。しかし、考えるのは自分たちでやってくださいと。補完性の原則で、やっぱり自助でできるもの、互助でできるもの、共助でできるもの、それから協働もしくは公共しかできないものがある。道路の整備とかね。だから、そういう計画そのものも自分たちで作ってくださいと。役所は何も言わない。しかし、物を書くことは地域の人にはなかなかできる人は少ないので、役所は皆さんの言ったことをまとめましょうと提案して、やって、実は1地域200万なんですけど、法律とか制度とかに抵触しない、もしくは飲食はしない、これ以外は好きなものに使ってくださいと。そうすると、もう本当にいっぱい出てきた。これはすごいなあという感じ。地域によってばらつきはあるんですが、どんどん自分たちで動き始めるところがいっぱい出てきますね。

(福井講師)

その町づくり協議会というのは、自治会との関係はどうなっていますか。

(熊野市長)

自治会の役員がそのまま町づくり協議会の役員になっている場合と、自治会のメンバーは入っているけれども、別にきちんとした責任者を決めているところがあります。

(福井講師)

範囲はどうですか。

(熊野市長)

範囲は自治会とよく似ています。但し、自治会を越える範囲になっています。旧町村単位ですから。

(福井講師)

その話を伺って二つ思ったんですが、一つは先ほどご紹介した山形の高橋という人は、その840ヶ所でまさに行政は事務に徹しようと。要は、例えば都会との交流をするという、そういうマターが出てきたとしても、事務は農家の方は不得意なんです。あとは制度の申請とか、そういうものも当然分かりませんから、それでうまく機能するんだろうと。そ

れが一つ。

それともう一つは、小田切先生がもう一つ、これは山口県で今もうすでに実践されて制度化されたんですが、手作り自治区というのを制度として山口県は作りました。どういうことかと言うと、いわゆる集落単位の自治会というのは、非常に守りには強い。要は何百年続いてきているわけですから、守りに強い。その理由としては、例えば1戸、戸主制度ですね。1戸に1人だからです。なおかつ、自治会長、区長というのは、だいたい1年か2年で変わって行くわけです。慣れてきたら変わるわけですね。これは明らかに新しいことをするなという話です。だから、そういう組織に対して、新しいことを自分たちで考えてやりなさいと言っても無理なんです。

で、山口県が取った制度は、それよりも広域で、小学校区ぐらいがいいんじゃないか、あるいは中学校区まで広げて、そこの1人1票制で組織を作る。奥さんも入れる。あるいは子どもも場合によっては入れる。じいちゃん、ばあちゃんも入れる。そういう仕組みを作って、攻めの自治をやりなさい、そこで好きなものを考えなさい、金を付けますよと。同じだと思うんですけど。

(熊野市長)

同じだと状況だと思えますね。本当に汗を流す人たちがたくさん出てきます。育生という地区で、荒れた養鰻場がありまして、その横に栗の木がいっぱいあったりして、荒れているのでどうにかして欲しいという話があって、それまでは役所にどうにかして欲しいと。それは民有地だったので、もうしょうがないので、荒れ放題にしておくわけにいかないから、とりあえず市がその土地は買ったんです。市としても、それを人の少ないところをものすごいお金をかけてやるわけに行かない。そうしたら、その人たちがその200万を使って、簡単な機械を買ったり、コンクリートを買ったりしてきて、自分たちでそれをやって、きれいな公園にしました。栗林がもの見事に復活して、さっきちょっと先生のお話にあった栗きんとんまで出てくるんじゃないかと思うぐらい、栗の加工品がものすごくいい物がいっぱいできたんです。今まで荒地だったので、誰も手入れしなかったから、栗ができてみんなサルに取られていた。肥料をやり始めたから、ものすごくいい栗ができ始めた。

すごいなという取り組みがいっぱい出てきます。ですから、住民の力というのは、本当に信用すれば。但し、どこかで行政とか専門家の支えがなければ、一つの力にはなっていないということがあると。

(福井講師)

そうですね。それをどうやってパズルのようにバランスを取るかですね。

(熊野市長)

ですから、これもあまり言いたくないんだけど、アドバイザーがある程度しっかりしているところと、やっぱりよく進んでいるところと、ちょっとスピードが遅いところがあって、その中心人物の一生懸命さと言うか、出てきますもんね。

(福井講師)

さて、どうでしょうかね、古川さん、そのあたりは。

(御浜町長)

現場の話としては、河上市長の言われる育生の話にしても、ここ何十年かけているんな事案があり、それに今、市長が言ったような施策展開みたいなことを被せて行って、やっと芽が出てきているというふうなことだと思います。

自分たちの身近な必要から見直していくというふうなところからスタートしていると思うんですが、私自身も60歳近くになってからのUターン組ですが、地元でこれからどうやっていこうかという時に、例えば今日紹介してもらった具体例にしても、例えば今日、この会議に参加している我々は、いわゆる当事者じゃないんですよ。若手担い手ではないし、おじさん、おばさんでもないし、婦人会の人じゃないし、NPOの人じゃないし、商工会の人じゃないと。しかし、そういう当事者たりうる人たちが先生のお話を聞くと、自分たちが発奮するようなものが必ずあるだろうというふうに思うんです。

というのは、さっきのお話の中で、庄内の食の『アル・ケッチャーノ』のところのお話で、プロがないというようなお話とか、組み合わせの中でここならどういうふうになると、そういうふうな会話、それを行っていくこと、あるいは組み立てていくことが、新しいその地域を生み出すというようなことを言ってみていたと思うんです。見よう見まねでプロになっていく、そういう人たちをどうやって支援するかということだと思うんです。

私は、そういうことと同時に、例えば今、平成25年、高速道路が伊勢からこちらまでつながるといふふうな、そういうことを大いに期待しているわけですが、都市部と非都市部の交流を本当にどうやって、こういうふうな仕事の中に担保していくのかと。その関係を「遠い」とか、そういうことを乗り越えて、どうやって手をつないでいくのかということところが本当に大事で、そこが工夫のしどころかなというようなことは、お話を伺っていて心に響いておりました。

(福井講師)

そのつながりの部分なんです、勿論都市との交流によって大きなインパクトが出てくるし、可能性も広がるとは思うんですが、もう一つ忘れてならないのは、地元の例えばニーズと言いましょか、地元の消費というものを再生するということもあるんですね。

先日、福井県のほうで、米の六次産業化をされている民間企業があるんですが、具体的には米のパンから始められたんですが、その社長がおっしゃったのは、みんな東京とか大阪とか京都に売るといことしか考えていないけれども、そうじゃないと。例えばパン一つ取っても、地元これだけ大きな需要がある。そこを組み立ててから、例えば米パンの生地を山崎パンにもこれから売っていく、そういう引き合いもあるし、もう順番が逆なんじゃないかというようなことを彼は言っていたんですね。

いわゆるツーリズムとしての交流、それはそれで勿論重要なんだけど、何かを起こしていく時に足元にある周りのもの、そこにもう一回光を当て直すということがものすごく重要な気がしますね。

(御浜町長)

そういう意味では、地域そのものが、例えばこの地域そのものがブランド化していくということ、単品で大量生産が利く物があまりないですね。ただ、特徴的な物をしっかり出す。「百姓百品」という言葉もありますが、その地域で取れる物は何によらずいいんだと。安全・安心なんだというふうな、そういう意味で我々の地域は、「熊野」という燦然たるものを十分に使う形で、いろんな形でやっていく上で、さっきの魚を足で蹴ってというような、そういう意味では、量は少なくとも種類をしっかりと集めるということが本当に大事だというふうに思うわけです。そのために地域をどんなふうに認識していくかというのがとても大事なと、改めてお話を伺いながら思いました。

(福井講師)

皆さんに伺って行きます。田中さん。

(紀宝町収入役)

地域でそういうものの関係なんです、先ほどおっしゃったマネイジメント、つながり、そういうものを作り直すことが非常に大事だというお話がありました。市長さんが言われたように、アドバイザーとか、いわゆる指導者、そこらへんの指導をどう仕掛けていくか、そのへんが非常に大きなウェイトを占めていくんじゃないかと思うんです。

言葉は悪いですが、人を使うと言うか、そこらへんでいわゆる使い方と言うか、進め方と言うか、そのへんのところでアドバイスがあればお願いしたい。

(福井講師)

「人の使い方」と言った場合に、私は国の省庁の仕事をいくつかさせていただき中で、いろんなアドバイザー派遣制度がありますよね。ものすごく問題なのは、その人を選んだ評価する仕組みがないんですよね。これは例えば人もソフトの一つだと思うんですが、そのソフトを評価する仕組みそのものが日本の場合非常に脆弱で、多くの場合は知事だったり首長さんが選ばれる。有名だからとか、紹介されたからとか、あるいは省庁で言えば実績があるからとか、そういう評価の仕方なんです。でも、実際に本当にその人でいいのかというのは誰も評価していないんですよね。ここはとても問題だと思っています。

特に、例えば今、たまさか、一番今農水省で知的財産ということ、例えばの例なんです、始められたと。5年ほど前から推進されているんですが、その中で、弁理士の方一つ取っても、農林水産物に対する知的所有権ということは概念としてあまりなかったものですから、素人なんです。なのに頼るから、非常に間違いを起こすケースが散見されるんですね。

それはもっと言うと、例えば先ほどご紹介したデザイナーなんて言ったら、地域を掛け算するなんて全然やったことがない人ばかりなんです。けど、「地域活性化で実績があるから」という、たったこれだけの理由で、よく見てみると全然ダメだったりするんですよ。そういう人をいっぱい見ているんですよ。まずいなと思うケースを。

だからその評価システムというのは、国ができないんだったら、県ができないんだたら、もう地元で考えて、ありとあらゆるネットワークで「この人でいいか」というのを評価した上で使っていたかしないとまずいんじゃないかと、私は思いますね。

(紀北町副町長)

先ほど河上市長が言われたことにまったく同感でございまして、日頃感じていることです。最近県の手法に若干の変更がございまして、確かに県が入ってきて2年で異動してしまうという方式というのは、今まで良くない方向に動いていたんですが、最近、県と話をしていると、誤解があるかも知れませんが、地域づくりとか町づくりは市町村の仕事で、県はあまり係わるべきではないというような、そういったような論調も見受けられ、本当に手を差し伸べて欲しい時に、県の支援が行き届かなくなるのではないかという危惧を若干持っております。

例えば紀北町は紀伊長島町と海山町が合併したんですが、それから2年経ちますが、地域づくりを本当にやろうじゃないか、地域の経済がうまく回っていけるようにやろうじゃ

ないかということで取り組みを始めました。紀伊長島区においては、この町は町並みを見ても、住んでいる人たちの生活を見ても、魚で成り立ってきた町であり、それを活かしてアドバンテージのあることをやろうということになりました。そこで、人と金と物が一番動く時、年末に自分たちの魚を市として売り出そうじゃないかと。それがきっと北陸とか焼津へ行っている名古屋、大阪の人を引き付けることができる、そういった形で仕掛けました。

その時に、港市の関係者と打ち合わせをした時に、一番大事なのは生の魚を単に売るだけじゃなく、売るのは自分たちの歴史であり文化であり、それは干物を作る技術であり、そういった品質を絶対守ることが必要なんだということで進んできたわけですが、10日間で相当の売り上げがあったようです。

ただ、この次に必要なのは、単に売り上げていだけじゃなくて、この町に来れば干物があって、このお店はこういうお店で、その斜め前にある店はこういう感じだと、そういった町づくりと一体になって、すばらしい雰囲気や常態を作っていくことが必要で、さらに商品化あるいはパッケージ化のノウハウというのは、やっぱり県でないと持ち得ていない部分でございますので、そういったノウハウ、あるいは経済的な支援も要するというところでございます。

さらに、年末港市の成功をきっかけに海山区の方が、去年ちょうどカキがノロウィルスにかかってまったく売れない状況になっていたもので、これを何とかできないだろうかという話がありました。海で育った物ではなくて、汽水域で育てているのでエグ味も少ないおいしいカキですが、とりあえず知ってもらうことが必要だから、「カキ祭り」という形でPRに努めたわけです。相当のお客が来たんですが、これをきっかけにNHKとかにも取り上げられることによって、かなり売り上げが伸びて来ています。

但し、これからが大変なところで、それらが本当にブランド化して、価値に見合った物になっていく必要があります。ここで県のノウハウ、あるいはいろんな形の支援というものが、意味があるんだろうなと思っています。地域づくりとか町づくりは、それぞれの市町村の役割ですが、カキの育つところの町並みの整備なども当然出てくるわけですので、これを補完する形で県に強く係わっていただきたいなと、こういうふうには思っておりますので、そういう県と現場との微妙な関係と言うか、関係づくりが要るんじゃないかなというふうには思っています。

(福井講師)

おっしゃるとおりですね。やっぱりゼロサムじゃないですもんね。やるか、やらないかで切られたら大変なことになると思います。やっぱり専門性あるところの支援については非常にポイントになるような気がしますね。

(紀北町副町長)

たまたまそのカキにつきましては、東京の有名なフードコーディネーターの方が入りつつあるんですが、PRというのは、県の役割、県がノウハウを持っているところがございますので、そういったものを一緒にできないかと。

(尾鷲市副市長)

私のところは住民が、元気のある人は「やりましょう、やりましょう」と、国の補助金申請なんかも同様にそういう感じなんですけど、例えば、地域資源プログラムの事業計画申請が二つの事業者からあがってきました。そういう人達は、「やりましょう、やりましょう」という感じで、あまり口を出さずに済むかも知れないと感じるところもある一方で、この地域はもうどうしようもない、こんなに人も少なくても高齢化率もものすごく高いし、どうしようもないと言っている人もいます。

課題は、そういう人たちとどうやって一緒にやっていくか、先ほど先生がおっしゃったように、その地域性と人と物の組み合わせ、そういうストーリーテラーがいないんじゃないかと。市のほうも財政も厳しいので、あまり大したことはできないんですが、アイデアを活かすことはできないか。要は地元の人でアイデアを出してもらって、そのへんは何とかできないかということ。

あと、皆さんに、消費税とか所得税とか国に対して税金を払っていますでしょ。やはりその払った税金を取り戻しましょうということを言っていて、市の財政が厳しいのだから国や県の使える補助金を探して、それを使って事業を進めて行きましょうと言っています。

(坂野局長)

私も、さっきの協働と言うか補完性の原理の関係で、私ども県のいろいろ議論が誤解があったりして、未だに混乱しているところがあるように思います。私も3年前に県民局の地域機関におりまして、県で生活創造圏事業ということで、議論の収斂をさせていく時に、やはりこの補完性の原理が持ち出されました。

その時の議論は、県の立場から言うと、県がやれることは県に、市町でやれることは市町に、住民でやれることは住民でと。逆なんじゃないかと思うんですが、それがあたかも

正しいかのように議論されていて、これが3年前だったら私も随分自分が補強されてうまく言えたんですが、やはり地域にそういう活動をしているというのがあって、それをどこが助けてあげると、これが良くなっていくんだというのが補完性の原理だと直感的に思っていたんですが、そのへんのことさえ分かれば、その市町を飛び越える時もあるだろうし、市町がやっていらっしゃることは市町に任せることが大事なこともあるだろうし、市町と県が、県は専門性を出しながら協働していくという部分もあるだろうし、いろんなことが協働の形としてあり得る、そういう重要なことが認められるような気がしていました。

私自身も県民局で海岸を美しくする活動を、さまざまな活動がある中で、そういう海岸の美化をやっている中で、松食い虫にやられますので、それを何とかしてくれということで、県の農林のほうへ言ってこられて、そこで私も、ファイザーの社会貢献の事業で薬剤と専門家の派遣を組み合わせる社会貢献の事業があったものですから、それをそこで結び付けてあげて、樹木医を我々が手配をして、そのことによってその松林が良くなっていったということをやらせてもらったことがあるんですが、それは市町を飛び越していますが、それはそれで農林という専門のところからそういうことがございますので、それはそれで市町と話を一緒にやっているんですが、そこは主導権を持ってやっております。

一方では、津が合併する直前でしたので、津市が合併した時には津市全域で一斉に海岸清掃をしようと思った時に、旧市町単位にそういう活動があったものですから、それを一緒にやろうとしているいろんな不調和があったんですが、そのへんをうまくできるようにさせてもらったり、いろんなやり方があるのかなと思いますので、その時に杓子定規にやるといけないのかなという気がします。

県民局においても、県の考え方が、地域づくりは市町、県土づくりは県ということが出たものですから、よけいそういうことで、県の職員からも「これ幸いに」というところがありまして、今の地域機関の職員ではございませんので、私がおりました3年前にそんなことを感じました。

それと、やっぱりそういう地域にどんどん入って行って対話をする中で、磨き上げられていく県職員がいなかったら、本当にこれからの仕事はできないなと思います。ですから、あまりこれは何々と、熊野市長さんのようにきちっとやられておられるところで物を申すのはあまり。

(熊野市長)

私は原則論を言っているだけでね。

(坂野局長)

それを県ではいいように使ってしまうんですよ。

(熊野市長)

やっぱり私は意識の問題が、まだ上下関係の意識になっている県の職員がまだ少ないので、市を飛び越えるのなんかは、市なんかに言ってもしょうがないじゃないか、みたいな話がありますからね。市が言うことよりも、我々の言うことが正しいじゃないかというような意識を持って来られると、あまりいい関係にはならない。

ただ、熊野市なんかでもそうなんです、大きな行政規模ではないので、絶対に県の支援は要るんですよ。それは分かっているんで、何でもかんでもということじゃなくて、本当に必要な、県だって厳しいでしょうし、本当に必要な支援は我々自体が決め分けていくわけですから、だから県の皆さんが地域のことを忘れない、地域のことをいつも考えるためには地域に入らなきゃいけないことも、それは当然あると思いますが、常にやっぱり市町との連携を取った上で入ってもらおうほうが、より適切に情報が入ると思います。やっぱりどう考えてみても、市町の職員のほうが密着度が高いわけですから、現場に近いわけですので。それと、地元から直接聞く話と、市町が客観的に判断している情報と、両方やっぱり聞くような話だと思います。

決して否定はしないんですよ。県の職員が現場に入ることを。

(坂野局長)

ええ。それと、県の職員がよく変わるといのは、住民の方と一緒にやると、一番最初に言われます。「あんたら、1年か2年で変わって行くでな」と。

(福井講師)

変わるということはちょっと置いといて、私が思うのは、これは空気なのか、言葉なのか分からないですが、どうも現場に入るのを県の職員の方は躊躇する感じですね。それがダメだと思うんですよ。それは「すべては現場から」なんですよ。現場で声を聞くことによって、県の役割も見えてくるし、市町の役割も見えるはずなんですよ。それをやるなという空気があることが問題だと思うんですね。

(熊野市長)

私はさっき局長が言われた、補完性の原則をある一面だけとらえて、それは市町の仕事だと振って、市町から電話で聞き取るだけで、この情報を持ってこい、計画を上げてこい

と、そういうふうになりかねないところがあるだろうと思います。だからやっぱり現場に入ってもらうことは大切だと思います。それはまったく否定しないので。やっぱり地域のことをよく知ってもらうには、県の職員自体も一緒に歩いてもらうことが大切だと思います。

(御浜町長)

深く係わるのがこわいということがあるんじゃないでしょうかね。つまり、そこには責任とか義務が生じますから、それがどの程度に責任や義務があるのかということを決めてしまえばいいんですよね。その時の係わりで。

(福井講師)

その話で、先ほど何度もご紹介している山形の高橋君は、840ヶ所もやっちゃったわけですよ。彼は覚悟を持っている。係わる以上は責任を持つと。一生だって見てやるぞと。だけど、行けないわけですよ。そんな、何百ヶ所も。

彼のやり方で「うまいなあ」と思うのは、電話一本かかってくる。前やったところが「今こんなことで悩んでいるんだ。どうすればいいのか」と。そうすると、それだけの数を見ていると、同じ課題を持っているところがいくつも出てくるわけです。その三者をお見合いさせるだけなんです。電話で、「あそこへちょっと行って来いや。一緒に考えよ」と。そうするとまた見えてくる。これこそ広域的な県の役割の一つだと思うんです。

(熊野市長)

その専門性とか広い情報は、やっぱりもう県にはかないませんから。

(福井講師)

そうですね。

あともう一つ、お話を伺っていて、ちょっとポイントになるかなと思ったのは、例えば一つの産業を、小さな産業を何か作り上げて、先ほどの年末年始の市みたいな、そういうものができてきた時に、公共性との絡みで「あそこは売れているな。あれを伸ばしてあげると地域にとっても非常にいいな」ということがきっとあると思うんですよ。それをどう評価するかというのは非常に難しいと思うんですね。

現実にはこれは他の地域の話をしたほうが差し障りがないから言いますと、例えば沖縄で、石垣島で『石垣島ラー油』というのが今爆発的にヒットしているんですよ。偽物が10種類ぐらい出てきて、なおかつ、その原料のシマトウガラシとかシマコショウがもう高騰しているんです。その取り組みは東京でも話題になっているし、伊勢丹でも手に入らない。も

う全然どこでも手に入らない。今頼んでも6月、7月まで手に入らないという、そういう商品になってしまっているんです。売り上げも億を超えているし。そこは小さな民間企業です。

で、石垣島の市役所にちょっと農水の仕事で行きました。で、地域の特産品開発室へ行ったんですよ。石垣島ラー油について教えてくださいと言ったら、「よく分かりません。把握していません」と。どうしてですかと聞いたら、「あれは民間の方がやっていたから」と。でも、現実に農家さんはすごいプラスになっているわけですよ。じゃあ何をなさっているんですかと聞いたら、「いや、石垣島特産はパイナップルとサトウキビですから、それをブランド化するのに今から力を入れるんです」と。おかしいんじゃないですかと申し上げたんですけどね。

だから、行政のお立場でそのあたりの芽が出てきた時の評価をしていく、「あそこよりここだね」とは言いづらいじゃないですか。そのあたりをどう考えられるんですかね。

(紀北町副町長)

実を言いますと、先ほどの港市の場合にしても、カキの場合にしても、一般の町民からはいろいろ批判もあるんです。というのは、行政が商売のことにそこまで関わっていいのかと。あるいはある店を特定に宣伝しているわけじゃなくて、参加したい人にはすべて窓口を開いているんですが、あまりにも悪い物、評判を落とすところは、民間に任せて指導という形は入れてもらっています。

問題は、行政が商売のことにそんなに係わっていいのかということと言われることもあります。今はそれを言っている時ではないと思っています。経済がかなり落ち込んでいるので、最初の3年間ぐらいは、行政も関わりを持っていく必要があります。その後については、商売をやっておられる方はみんなでそれぞれ競争しながらも、みんなで力を合わせて展開していくべきかと思っています。そういう体制ができ上がるまでは行政の役割はあるのかなと思います。

(福井講師)

県のお立場で、確か三重県は「三重ブランド」ですか、そういう評価のシステムを持っていらっしゃるんですよね。それでその県の立場でそういうことの側面支援も可能なんじゃないのかなと思うんですが、どうでしょうか。

(坂野局長)

その前に、私、2年前にここの仕事をやっていて、まずこの地域機関で産業支援の機能

がほとんどないような状態なんです。組織上は農水商工環境事務所というのがありまして、そこに商工担当がいるんですが、だいたい1人で両方やっていますので、ほとんどそういう仕事ができないんです。

一方、昨年4月に首長さん方と相談をさせていただき、東紀州観光まちづくり公社というのを作りました。産業部門を、とにかく最初、全部の事業所を50近く、それも入れて50近く回ったら、随分頑張っておって、東京のデパートでしか売らない酢を作っているとか、いろいろ出てきまして、そのところをどう支援したら何になるということがよく分かってきましたというお話を聞くんですね。そういうところについて、県が直ちにお金でどうのこうのじゃなしに、今ある既存のスキームに結び付けるだけで十分違いますし、そういうこともやり始めました。

それとか、ネットで販売していらっしゃる方でも、やっぱりeコマースにはeコマース独自のコツみたいなものがございますので、そういったところで「eコマース講座」を専門家の方に来ていただいて、商品紹介をするのにまず見た目から、写真の撮り方自体があまりアピールしないということも、カタログにするだけでも随分販売額が変わって来たり、そういうことがございますので、今のところはそういう中間組織でいるんなことを協働が進むような公社の組織を使って進めていこうかなと。

(熊野市長)

先生の答えになっている面となっていない面があると思うんですが、行政が個別の事業者を支援できるかどうかは、私はそれは考え方とやりようだと思うんです。実際には先生が言われたように、沖縄の例で言わせてもらうほうが楽なんですけど、要するにその業者だけが儲かるという視点で支援すると、多分支援できないから、全体として支援をするという形であれば実際にはできるんですよ。

我々の地域ですと、やっぱり我々の地域は民間で資本蓄積とか知的な蓄積の部分が非常にもうレベルダウンしていて、なかなかリスクを冒してまで自ら新しいことをやろうとする人は少なくなっています。ないことはなく、優秀な、ものすごく頑張っている業者はいますけど、全般で見れば数は非常に少ない。行政の係わり方というのは、むしろさっき小さな政府の話がありましたが、ここでは大きな政府としての役割を果たさざるを得ないというのが基本的な考え方ですね。だから、あるもの探しが大切ですよという話の中で、私どもの場合でも、一地域一品という形でいろんなものを探してくるわけです。その時に、あそこまでは思いつかなかった。その時にいいものを探しちゃったので、普通のものまで

探してないんだけど。

(福井講師)

今のお話で、実は私、一つの答えを持っていたんですが、具体的に高知県の黒潮町というところで行政がやっている取り組みです。これからアピールするんです。まだ出ていません。何をしているかと言うと、地域の産業をそうやっておっしゃるようにずっと歩いて調べて、そのいいものを探しただけじゃなくて、それ全体を俯瞰したら何が見えるか。まだオフレコにさせていただきたいんですが、「さしすせそプロジェクト」というのが始まるんです。これはどういうことかと言いますと、女性の方だと分かると思うんですが、料理の時、酒、醤油、砂糖とか、順番の入れていく、要は基本調味料ですね。それがその地域にあったんです。なおかつ、すごく品質が良かった。

じゃあ、行政の支援として「黒潮町さしすせそプロジェクト」をやろうと。全体を底上げしよう。で、同時にそれを打ち出した上で、塩でできた物を、その塩を使った物を、いろんな加工品がありますね。それをまた支援しよう。プロジェクトの二段階構想ですね。そういうことをやろうとしているんですね。これはまさに行政の役割だと私は感じますので、そういうことがいろんなものを見る中で見えてくると思うんです。

(熊野市長)

大きく支援をして行かないとダメだろうと。一つ例を挙げると、さっき掘り起こしの中で一つ燃えそうなものがあるんです。ニンジンイモの干し芋なんですよ。その地区は田んぼがもともと礫が多いので、米はいい物ができないんです。サツマイモの系統は水はけのいいほうが芋としてはいい物ができるので、細々と残っていた伝統食品です。それをちょっと一地域一品運動として、市から50万出すから頑張ると。市はあまり口を挟まないの、困ったことがあったら言ってきてねと。で、作るころないと言うから、休校になっている中学校の給食室を貸してあげて、おばあさんが一人でやっていたんですが、そのおばあさんがもうお年なので、50代の方がやり始めているんです。これはガッツと乗せますよ。さっきのデザインとかパッケージなんですが、どこで素晴らしいデザインとパッケージを持ってきたか知らないんですが、物が良かったので。PRの仕方も今まではあまり上手じゃなかったんですが、もう行政があまり応援しなくても、50万出して場所を提供すれば何かなあと思って。

もう一步伸ばすためには、原材料の芋が獣害で全部やられちゃうので、それをその人たちに獣害対策補助金でやると言っても、多分自分たちでようしないだろうと。行政が地域

おこしという形でそのエリアを全部やってやるから、考えると言っているんです。そこまできめ細かく、場合によってはデザインとかパッケージの話も、どういう専門家がいるのか探さなきゃいけないなと思ったんですが、そこはもうクリアできちゃったので、あとは原材料の供給さえできれば、バツと伸びる可能性があります。

でも、本当に全部ですよ。もう手取り足取りにやると。どこかで我々の市の力ではできないところがあって、そういうところで県の力をお願いしようかなというふうに思っているところもまだあるんだけど、今のところそこまでまだ行ってないんです。

やっぱりそれくらい係わりを持たないと、こういう過疎高齢化の進んで、限界集落のたくさん出てきているところが、若い人が働く場所を一つでも作ろうと思ったら、私はよく1千万の事業をいっぱい作ろうよと言っているんです。1億の前に1千万を作らなきゃダメだと。外れてもいいじゃないかと言って。行政はリスクを冒そうぜと言っているんです。行政がリスクを冒さなくて、誰がリスクを冒すんだと。やっぱりそこまで踏み込まないともうダメだと思うんです。

(御浜町長)

ちゃんと理屈はつきますよね。つまり、個別の事業者を行政が支援していいのかというふうなことで言えば、今、市長が言われた、地域における大きな政治的役割というのは、地域が自立していくための手段と言うか、そういうものを作ることだと思いますし、これは雇用の創出につながるとか、あるいは市町村税の増収につながるというふうな、そういう理屈の通った支援がやっぱり必要。やる気のある人じゃないとやれないし、やっぱりセンスのある人でないと伸びていかないというのは事実だから、そういう感じがしますよね。

(紀北町副町長)

まったくお二方の言われたとおりだと思います。この地域は、ある程度モーターを作らなければいけないところもあると思います。さっきカキの例で、実を言うと、私はこの会議に出るのか、新たなカキの新商品が出ましたので、その商品開発の打ち合わせに行くのか、迷ったんです。紀北町には天ぷら業者がいるわけです。魚を加工して売る、カキも作っている。何でこの合わせた物ができないかということで、「かき天ぷらってどうですか」という話をしたら、業者のほうはだいが乗り気になりました。それで今日、試作品を持ってきています。カキだけ売っているのではなくて、新しい新商品が市場でどういうような評価を受けるのか、そういう場を提供するのも我々の仕事だろうなと思ってまして、今度のカキ祭りにそのカキ天ぷらを出していこうとしたわけです。

それら以外に、例えばあのあたりですとカキ寿司みたいなものがあるんですよ。それはおばあさんたちが細々と作っていたお寿司なんです。そういった伝統の技があるということで、それらの情報がサンマ寿司のように出ていない。カキ寿司の情報を出していくな、そういう共通のテストの場みたいなものとしてお祭りを利用する。いろんな、かなり遠くから皆さんが訪れる、そういうようなところも含めて、行政の役割というのはかなり重要じゃないかと思っています。

(福井講師)

そういう場合にもう少しそれが拡大していくと、例えば山と海とのつながりを県が支援するとか、そういうつながりの再生もあるんだろうし、あるいはこれは実際に宮城県の鳴子で米のプロジェクトというのを仲間の結城先生がやっているんですが、見事だなと思うのは、基本的にはグリーンツーリズムの取り組みなんですよ。

従来、グリーンツーリズムと言うと、農家民泊みたいなものあって、交流というのがすべてのようなイメージがありますね。でも、結城先生は「おかしいぞ」と。鳴子ではグリーンツーリズムと称して旅館組合がそれに取り組み始めたわけです。旅館組合ですね。要は交流です。温泉を利用して地域の農家も巻き込みながらグリーンツーリズムを推進した。で、グリーンツーリズム全国大会をやりました。農家の人たちはツンボ棧敷だったんですね。要するに縦割りです。住民もね。

で、何をしたかと言うと、「あんたら、おかしいだろう」と、結城先生がプロデューサーになって怒ったわけです。行政がバックにいるんですけどね。米農家がもうあと10年でここで生きていけないんだよと。それでグリーンツーリズムをやるつもりかよと。で、よく見ると、あんたら旅館で毎日お客さんが泊まった会計の時にパンフレットを配っているなと。旅館組合として地域の地図だったり、名勝旧跡だったり、それに年間何百万もかけているみたいじゃないかと。これに代わって、例えば地域の米をおにぎりにして、お昼でも食べてくれよと配ってやったほうが、お客さんの印象もよくなるし、農家にとっても大きなプラスだと。それを今、1俵12,000円を切ってしまった状況の中で、彼らが最低でも18,000円上げないと食っていけないんだよと。あんたらの力だったら30,000円で買えるだろと。それを一緒にやってグリーンツーリズムにしないかと。なおかつ、県も入ってもらって、その地域にふさわしい試験場が作った寒冷地の米、低アミロースなんだけど、冷めておいしい。それをそこだけの米として栽培されて始めたんですよ。そうするとその循環、それに支援する都市の人、なおかつ、驚いたのは、そのおにぎりを配るために器が要

る。それをその地域のいわゆる昔からの漆職人だとか、職人さんがいっぱいいるんですね。曲げワッパだとか作っている。スギの間伐材を使ってやろうやと。安くできるし、困っているし、漆なんか普通そんなには塗らないんだけど、地域の技術だから、それを使って一緒にやろうやと。いろんな人が組み合わせさってくるわけですね。

だから、おそらく山と海の交流でもいいですし、切れてしまっていた輪を行政の皆さんでつなげていく、そういう仕組みができる、ますます地域は元気になってくると思います。何かそんなところを県の役割、市町の役割としてきちっと現場からの声を聞きながら、できることを考えていく必要があるんじゃないかなと私は思うんですけどね。

鈴木さん、先ほどから。

(尾鷲市副市長)

そのまさに組み合わせ、多分単品では難しくても、何かの組み合わせで他と差別化できる。それをどういう組み合わせがいいか、組み合わせることを考える力が必要で、その組み合わせをどうやって持続的、永続的に手をつなげていくのかというのは一つの課題なのかなと思ってます。

それであと、県の方々ともいろいろやっていただいたりする中、市の行政と県の行政の組み合わせについては、ちょっと連携が取れば、何かもっといい知恵が出てくるかも知れないとか思ったりはしているんですね。そこには多分県は県の、市は市の、お互いの考えの常識というのがあって、実はかみ合っていないのかも知れない。

(福井講師)

それはきっと現場が見えてないと言うか、最初におっしゃったことと関連するんだと思うんです。例えば北村さんのところで言えば、そこにあるものをずっと掘り起こして探して行けば、例えばカキとかはんぺんだけで、漁業者の方だけではなく、隣には速水林業さんがあるわけです。例えば速水林業さんで何か使える掛け算があるかも知れない。そういうことはどこにも何かあるわけです。それが出てきた時に、じゃあこれは県に頼むしかないとか、何かマターがあって初めて役割が出てくるんじゃないのかなと思うんですけどね。

(熊野市長)

情報発信を県にもお願いしたい。市町はリスクを冒しても生産振興を進めるしかない。マーケティングのできる県職員がいれば、指導いただきたい。

（福井講師）

予定の時間となりました。このような情報交換は、市町と県とで定期的に行うことが良いと思います。本日はどうもありがとうございました。

（終）