

村の人口の約200倍の通販顧客をもつ村

東京に出張に行った際、羽田空港から浜松町に向かうモノレールの車内広告で「じゃんじゃんと生きかえったぜ」というセリフが目飛び込んできた。みると純朴でいたずら小僧風の男の子が川遊びをしながら微笑んでいるポスターだ。発行は“コソコソがんばる馬路村農業協同組合”とある。

高知県安芸郡馬路村。半年前に『ごっくん馬路村の村おこし』（大歳昌彦著、日本経済新聞社）という本を何気なく買って、雑事にかまけて開けもせずにはあったかしのしていたのを思い出した。最近、テレビでこの村のことを取り上げた番組も増えてきた。

ポスターをみてから福岡に帰って本を読んでみた。人口1,242人（平成7年）の小さな村が、なにやら大変な元気を持っているという様子が伝わってくる。

まえがきの文中には「通販顧客が全国各地に25万人というから村の人口の197倍だ」「町からこの村に嫁いでくる娘がいる。この村の付き合いの良さからいけば村と結婚するようなものだ」などと書かれている。同書で取りあげられている馬路村の元気をほんの一部だけ紹介すると、

- ・ 柚子の加工品で年間20億円を販売する農協をもっている。「ごっくん馬路村」という“村の公認飲料”も作っている。
- ・ 基本的に産地直送型の口コミ販売が功を奏し、今では25万人の顧客名簿をもっていて、季節の折々のお便り、催しごとの案内などしょっちゅう送っている。
- ・ 県下15河川対抗の“利き鮎大会”では馬路村を流れる安田川の鮎が一番となった。毎年6月1日の鮎釣の解禁の前には、村の男達は仕事そっこのけで河原に泊まり込んで一番乗りを目指す。
- ・ 陸上競技の雑誌『RUNNERS』の誌上アンケートで「参加してみたい全国各地のマラソン

大会」の前夜祭の部門で馬路村のフルマラソンが堂々一位に選ばれた。

- ・ 都会の娘が村の若者に嫁いでおり、一説では過去10年に7組ほども結婚している。
- ・ 日本の101村大賞(昭和62)、全日本DM大賞地方ブロック賞受賞(平成5)、朝日農業賞(平成6)、JRN明日のふるさとPR大賞優秀賞(平成9)を受賞している。
- ・ 過疎地にありながら、少年野球団が平成5年に県大会で優勝し、全国大会でもベスト8に進出した。カントクは現村長さんである。……etc などとなっている。読んでいくうちに、ぜひ行ってこの目で確かめてみたいという気分になり、とうとう5月上旬に馬路村に行くことになった。

県下のユズ加工品でダントツの売上げ。商品ごとランキングではトップ10位中8つを占める

行く前に予備知識をと思って、高知県の農業政策課から統計を送っていただいた。柑橘系の果実だけみても、ぼんかん、文旦、日向夏、柚子は国内有数の産地であり、さすが南国土佐である。とりわけ柚子は全国シェアの4割を占める。柚子の出荷は大別して「柚子玉」か「柚子加工品(果汁、皮、種)」の2つで行われるが、生食専用の柚子玉はキズや皮のヒビ割れなど見栄えの良さも市場での取引に影響するようだ。

平成10年度の県下の柚子加工品の一覧では、12



一度見たら忘れられない! A馬路村の通販カタログ

品目	順位	平成8年				平成9年				平成10年								
		県名	作付面積 (ha)	全国比率 (%)	生産量 (t)	全国比率 (%)	県名	作付面積 (ha)	全国比率 (%)	生産量 (t)	全国比率 (%)	県名	作付面積 (ha)	全国比率 (%)	生産量 (t)	全国比率 (%)		
みかん	1	愛媛	9,820	14.4	167,400	14.5	愛媛	9,510	14.4	250,400	16.1	愛媛	9,290	14.5	181,900	15.3		
	2	和歌山	8,450	12.4	162,000	14.1	和歌山	8,270	12.5	225,000	14.5	和歌山	8,090	12.6	160,400	13.5		
	3	静岡	6,990	10.3	140,000	12.1	静岡	6,840	10.4	152,700	9.8	静岡	6,740	10.5	149,600	9.8		
		19位	高知	540	0.8	11,300	1.0	19位	高知	513	0.8	13,200	0.8	19位	高知	502	0.8	10,600
		全国計	68,000	100.0	1,153,000	100.0	全国計	66,000	100.0	1,553,000	100.0	全国計	64,200	100.0	1,192,000	100.0		
ぼんかん	1	鹿児島	1,054	35.2	10,901	33.9	鹿児島	1,068	35.5	10,230	31.1	鹿児島	989	33.5	11,287	29.6		
	2	愛媛	464	15.5	5,085	15.8	愛媛	477	15.9	6,227	18.9	愛媛	482	16.3	7,279	19.1		
	3	高知	226	7.5	3,390	10.5	高知	196	6.5	6,530	10.7	熊本	290	9.8	4,019	10.5		
	4	宮崎	143	4.8	1,750	5.4	熊本	281	9.3	3,302	10.0	高知	194	6.6	3,410	8.9		
		全国計	2,997	100.0	32,200	100.0	全国計	3,006	100.0	32,866	100.0	全国計	2,954	100.0	38,153	100.0		
文旦	1	高知	444	78.0	7,200	93.1	高知	448	77.8	7,750	84.4	高知	450	78.4	7,950	86.3		
	2	鹿児島	72	12.7	507	6.6	鹿児島	72	12.5	878	9.6	鹿児島	67	11.7	650	7.1		
	3	愛媛	17	3.0	192	2.5	愛媛	17	3.0	232	2.5	愛媛	18	3.1	252	2.7		
	4	宮崎	18	3.2	160	2.1	宮崎	17	3.0	174	1.9	宮崎	17	3.0	154	1.7		
		全国計	569	100.0	7,735	100.0	全国計	576	100.0	9,185	100.0	全国計	574	100.0	9,214	100.0		
日向夏	1	宮崎	149	30.7	2,408	43.9	宮崎	149	30.6	2,355	44.0	宮崎	149	31.3	2,134	46.7		
	2	高知	121	24.9	1,510	27.6	高知	120	24.9	1,380	25.8	高知	114	23.9	956	20.9		
	3	福岡	98	20.2	609	11.1	静岡	99	20.3	590	11.0	静岡	99	20.8	656	14.4		
	4	愛媛	57	11.8	578	10.5	愛媛	56	11.5	524	9.8	愛媛	55	11.6	455	10.0		
		全国計	485	100.0	5,479	100.0	全国計	487	100.0	5,358	100.0	全国計	476	100.0	4,569	100.0		
柚子	1	高知	555	27.6	5,390	38.4	高知	560	28.4	7,120	48.5	高知	569	28.4	7,600	42.8		
	2	徳島	374	18.6	3,790	27.0	徳島	342	17.3	2,942	20.0	徳島	359	17.9	3,892	21.9		
	3	愛媛	155	7.7	951	6.8	愛媛	163	8.3	1,006	6.9	愛媛	180	9.0	1,478	8.3		
	4	宮崎	124	6.2	804	5.7	宮崎	125	6.3	712	4.8	宮崎	127	6.3	959	5.4		
		全国計	2,013	100.0	14,026	100.0	全国計	1,975	100.0	14,686	100.0	全国計	2,001	100.0	17,769	100.0		

図表1 柑橘系果物の出荷量の推移(全国)

順位	品名	製造者名	市町村	年間販売額 (千円)
1	ゆずの村ポン酢しょうゆ	J A 馬 路 村	馬路村	1,095,909
2	ゆず果汁	J A 土 佐 あ き	安芸市	481,350
3	ごっくん馬路村	J A 馬 路 村	馬路村	407,259
4	ギフトセット	J A 馬 路 村	馬路村	341,054
5	濃縮ゆずジュース	J A 馬 路 村	馬路村	83,833
6	菓子(梅)	梅 俱 楽 部	中土佐町	81,000
7	ゆず酢	J A 馬 路 村	馬路村	50,799
8	ゆず皮加工品(ジャム・みそ・佃煮)	J A 馬 路 村	馬路村	50,163
9	乾燥ゆず皮製品	J A 馬 路 村	馬路村	33,059
10	はちみつゆず	J A 土 佐 あ き	安芸市	31,340
11	漬け物しょうが	J A 四 万 十	窪川町	30,000
12	四方十川うどん(じねん・青のり)	四方十の里組合いろいろ屋	西土佐村	27,587
13	アイスクリーム	グ ル ー プ ふ ぁ る む	安芸市	20,000
14	黒砂糖	大 方 精 糖 生 産 組 合	大方町	17,130
15	ひがしやま	滝ヶ迫ひがしやま生産グループ	大月町	14,000
16	こんにゃく	池川町地場産品加工組合	池川町	13,400
17	豆腐	J A 土 佐 れ い ぼ く 大 杉 支 所 加 工 場	大豊町	12,902
18	焼き肉のタレ	J A 四 万 十	窪川町	11,000
19	ゆず種	J A 馬 路 村	馬路村	10,200
20	謝肉祭(焼き肉のタレ)	J A 土 佐 れ い ぼ く 大 川 支 所	大川村	10,000
21	ゆずドリンク	小 浜 生 改 グ ル ー プ	物部村	10,000

図表2 1998年度(平成10年度)農産物加工品一覧表 (販売額10,000千円以上)

市町村の農協・団体が加工品を製造しており26億円を販売している。そして、この8割近くに当たる20億7千万円をJ A馬路村が占めている。

柚子以外の素材を含めた個別の全農産加工品の販売額順位でも、J A馬路村が販売する「ゆずの村ポン酢しょうゆ」は10億9千万円で1位、「ごっくん馬路村」は4億円で3位、上位10品目のうち実に8つをJ A馬路村が手がける商品が独占している。

基本的に素材は柚子が基本であるのだが、小さな村の農協が手がけるには品目数、販売額ともに多いなあという印象をまず最初にもった。

かつては1つの村に2つの営林署がある「林業立村」

馬路村は山の中にある。高知市から車で東、室

戸岬に向かう国道55号を1時間半ほど走ると、途中で安田川の河口に面した安田町がある。ここで進路を左に向けて清流沿いを山中に向けてひたすら進んでゆく。周囲の景色は、平地がちでハウスと田植え作業ののどかな風景から、だんだん山と谷筋ばかりの風景へと変化してゆく。30分ほど車を進めると、谷筋に形成された細長い集落がみえてくる。これが馬路村の馬路集落(人口953人)である。この村にはもう一つ、馬路集落から車で30分ほど先にある魚梁瀬集落(人口289人)もある。

今回、役場で話を聞く約束をしていたので立ち寄る。総務課の木下彰二さんが親切に応じて下さった。本で知っている話くらいしかないので、いきなり「本の中で書かれていることは本当なのでしょうか」とぶしつけな質問を浴びせると、木下さんは笑いながら「まあ本当です。まずは資料をご覧ください」といって以下のような説明をして下さった。

馬路村は165.52平方km。国有林が村土の75%を占める。昭和30年代まで馬路と魚梁瀬に別々に営林署が置かれ、杉材を中心とした林業が盛んだった。

日本三大杉美林のひとつ魚梁瀬杉があり、樹齢100年を超えるものもかなりあった。

林業の雇用力は大きく昭和35年頃に約1千人が林業関連の仕事に就き、村の人口も現在の3倍にあたる3.4千人もいた。平地がほとんどなく農業は「片手間」的であった。今なお専業農家

は少ない。JA馬路村でさえ製材加工部をもって製材事業を盛んに行っていた。

柚子は首農指導の一環で、昭和30年代に生産部会ができた。村の森林組合が苗木を育て、村が苗木代金を補助し、農協が販売する取り組みでスタートした。当初は大分県大山町の果樹による山村振興などを見習おうということだった。10年ほど育てて実がつくと、各農家で手作業で果汁を絞って農協に出荷していた。柚子酢の一部は大手の醸造会社にも売られた。

柚子の生産は軌道に乗ったが、今度は全国的な柚子の豊作のたびに値崩れを起こすようになる。数年おきの豊作はそのつど生産者、農協を苦しめるようになった。中でも昭和54年の豊作は翌年まで大量の在庫が残り、JA馬路村ではデパート等の催事に出かけて行き、商品を売ってまった。

はじめは、柚子を懐かしんでもらえる四国出身者が多い近畿地区、そして西武系列のお店で注目された東京方面での販売が中心だった。一度買ってくれたお客さんが、直接TELやFAXで注文してくれるようになった。直接注文のお客さんは全て名簿にまとめて、今では季節の通信、遊びの誘いなど、商品販売以外の面での情報交換も行うようになった。

本当はDMを出して売り込もうという考えもあったが、DMを出す相手もないことが判明した。結局、今まで注文を頂いていたお客さんを中心に、少しずつファンを増やそうと、季節の通信、遊びの誘いなどの心の交流としてDMを送るようにした。

DMは村役場、農協、森林組合で出しており、村のDMの返信ハガキの宛先は馬路村村長となっている。商品の注文だけでなく、叱咤激励、商品開発のヒントなどの点でも役に立っている。最近では「月×日に東京から遊びに行くのでよ

ろしく」といった来村予告のハガキもあるそうだ。

首都圏を中心にしたインパクトのあるポスターや、テレビCMの紹介によって、元気のいい村として紹介される機会が増えた。リトルリーグでも全国大会で上位に進んで、過疎で僻地で自然がいっぱいという環境が、逆に子どもを育てる絶好の環境として評価されて、馬路村の農家に嫁いでくる女性（過去7組の夫婦）、親子そろって山村留学に来る家族（過去4～5世帯）もでてきた。

地域最大の問題は、職場の数の確保と人口減少のくいとめである。村では平成13年度を目標に次期総合計画の策定を進めている。村のファンを増やして馬路村が注目されるような地域づくり、そして定住の村づくり、というビジョンがポイントになるとみられる。

ひと通りの説明を終えたのち、「都会の人がどうしてこんな山と川しかない村のことを気に掛けてくれるのだろうか、とも思います」と木下さんは言った。

「村の人たちの気分としては、フルマラソン大会や鮎の解禁日、その他休日などではるばるこんな山の中に来て下さる人と触れあうことが何よりの元気の素になっているようです。注目されれば小学生からお年寄りまでみんなはり合いが出るみたいです。盆と正月のような気分でしょうか。」

話を聞き終えて役場を出て、自動販売機で「ごっくん馬路村」というドリンクを買って飲んでみた。一口飲むと柚子の香りが口からノドにかけて鮮やかに伝わる。また一口飲むと商品開発の段階で苦労したという「限りなく水に近い」喉ごしがある。

こうした馬路村の柚子加工品を普通の流通品として不特定多数に売ったり、原料を大手食品メーカーに納入するだけであったならば、肝心の生産



営林署の職員住宅跡



安田川沿いにある村内有数の規模の製材所。今でも林業関連の仕事につく人が事業所ベースでも400名ほどいる。

者はどこの誰が買ったかも知れず、お客の反応さえ知れず、結局は作って出荷するだけの無味無感のものだったかもしれない。

あらためて村の中心部から周囲の山を見渡すと、本当に緑と川だらけの景色である。人の住む集落は谷筋に段々状に形成された狭い平地に集中している。村全体の人口密度は低いかも知れないが、この密集の具合からみて、人が住む集落の人口密度は結構高いのかもしれない。

昭和56年に始まった柚子加工品の製造と販売。はじめは年間80日にもなる出稼ぎ販売行脚であった。役場の木下さんにいただいた「JA馬路村が発行している小冊子「村おこしの軌跡」と「みんなのおかげです」を宿で読んでみると、「JA馬路村が長い苦勞を経て今日の成功を得たことが詳しく記されている。

制作者の思い入れがたっぷり詰まったこの小冊子の内容を全てご紹介することはできないが、私なりに印象に残ったことをまとめると以下になる（一部、木下さんの説明とも重複する）。

柚子加工品は昭和50年頃に柚子酢製造ではじまった。当初は昭和30～40年代に植えた柚子の木

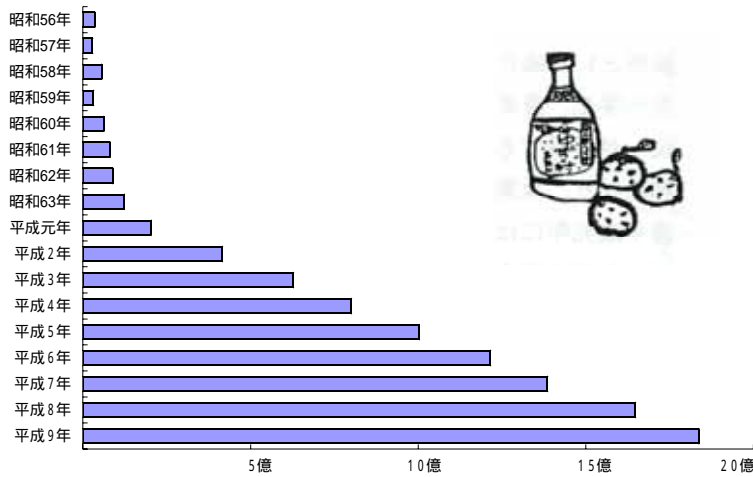
が成長し、ようやく果実を得るまでになった。しかし、柚子酢は柚子果汁絞りから瓶詰めや出荷を馬路村農協がリードして行ったが、当の農協も販路をどうつくれば良いか全く知らなかった。

昭和54年に柚子が豊作で値段が暴落し、大量の在庫が発生。農協では組合長が「どっか行って売ってこい」と大号令をかけて、当時の販売係長（東谷望史 現営農販売課長）らがトラックに柚子酢を大量に積み込んで夜間に出発、徳島から船に乗り明くる朝から神戸や大阪の百貨店の催事で一週間売りまくる、という販売部隊の出動を年間80回も繰り返していた。

それでも一日の売上は8千円などという日もあった。

昭和61年、土佐のかつおや野菜に合う調味料として、柚子酢と本醸造醤油を使った「ぼん酢しょうゆ」を商品開発し、これが西部百貨店の「日本の101村展」で大賞を受賞し注目される。昭和62年、再び柚子の大豊作。「次に新しい商品開発をせねば」ということで、柚子酢と安田川の名水、蜂蜜を使ったドリンクを開発する。「村の子ども達が毎日飲んでも飽きない安全なドリンクを作ろう」といって試行錯誤した。ごっくんと一息に飲むことができる喉ごし、そして村のドリンクということにあくまでこだわって「ごっくん馬路村」を村の公認飲料ということで昭和63年に発売開始。

製品のラベル、ポスター、コピーなどのデザインは昭和63年に「JA馬路村が高知市内のアーケデザイン研究所と年間契約を結び、同研究所の松崎了三さん、田上泰昭さん（田上さんはのち独立しパオデザインを設立）の2人が中心となって手がけて人気を得る。その後もテレビCMやイベント、販売戦略などで貴重な「プレーン」となり見るべき効果を挙げる。



図表3 柚子加工品販売の推移 (昭和56年～平成9年)単位:千円

年 度	高知県内 (延日数)	県 外 (延日数)	備 考
昭和55年	10	0	当初、県内だけのアプローチを試みる。
昭和56年	6	40	瀬戸丸の物産展、そして関西地区でのアプローチをスタート。
昭和57年	8	56	関西中心に積極的に販売を試みる。
昭和58年	12	72	初の東京への売り込みであったが、厳しい結果となった。
昭和59年	42	88	北九州へも進出、高知県内イベントへの参加が増える。
昭和60年	45	85	いよいよ県内が大変になってきたが、北陸にも販売に行く。
昭和61年	42	82	東京での販売拡大に再挑戦、よしやるぞ。
昭和62年	38	85	東京での種々な手応えを感じる、大きなマーケットが広がっているぞ。
昭和63年	18	80	いよいよ本格的に東京で売れ出した、東京は広い。
平成元年	18	72	新しい販路として東北地方へも参入する。
平成2年	15	62	ついに本州を飛び越え、北海道へ。
平成3年	15	27	急激な売注増加で生産が間に合わず、物産展などへの参加を減少させる。
平成4年	12	21	県外での年間販売日数を夏期の20～30日に限定する。
平成5年	10	27	生産・出荷に遅れ、依頼のあったイベントのみの参加が中心となった。
平成6年	12	33	市場開拓を見直す時期だと判断し、再度積極的に県外へ。
平成7年	約10	約80	お客様の声聞き、商品に活かしてゆく事を第一に全国の物産展・イベントに積極的に参加・活動中!
平成9年			

図表4 県内外宣伝販売・物産展への参加実績

ゆずのあゆみ

昭和40年 ●ユズの栽培が盛んに始まる。
 昭和50年 ●農協の工場でユズの搾汁を始める。
 昭和54年 ●農産加工を始める。第1号商品「ゆず佃煮」を発表する。
 昭和55年 ●京阪神にユズのPRに行く。
 昭和56年 ●工場を増築し、加工機械を導入する。
 ●全国に向けた産地直送事業に手探りで取り組み始める。
 昭和58年 ●ユズはやっぱり加工せなあいかんということになり、コツコツやり始める。「ゆずみそ」と「ゆずジャム」をつくる。
 昭和60年 ●ユズの濃縮ジュースを発表する。同時にギフト用ユズ製品の発売も行う。
 昭和61年 ●ポン酢しょうゆゆ「ゆずの村」を開発する。
 昭和62年 ●「ゆずの村ストレートドリンク」を開発する。
 昭和63年 ●商品企画・デザインの外部ブレーンと契約を結ぶ。
 ●ポン酢しょうゆ「ゆずの村」は日本の101村展で最優秀賞を受賞。この時を境に、ユズの産業が変わり始める。
 ●産地直送事業でコンピュータを導入する。
 ●売り上げがやっと1億円を超える。
 ●「ごっくん馬路村」が完成する。
 平成2年 ●「ごっくん馬路村」が日本の101村展で農産部門賞を受賞するなど、人気者になる。
 平成3年 ●中元・歳暮時に製造が間に合わず、パニックになる。
 平成4年 ●加工品の伸びが爆発することから、村をあげての増産計画に入る。
 平成5年 ●新加工場完成。
 ●「うまじ村のゆずゼリー」発売。
 ●売り上げが10億円を突破する。
 平成6年 ●売り上げが12億円に伸びる。
 平成7年 ●平成6年度朝日農業賞を受賞。
 ●「ばつと馬路村」を発売。
 平成8年 ●柚子農産物利用増産センター完成。
 ●柚子皮乾製法完成。
 平成9年 ●売り上げが18億円に伸びる。
 ●「馬路のゆず漬」発売。
 平成10年 ●広域農協合併への不参加。
 ●「ゆず茶漬け」「ゆずお茶」「ゆず一夜漬け」発売
 ●「ゆずドレッシング」発売

図表5 馬路村における「ゆずのあゆみ」

販売にあたってロットや製品原価の面で、普通の流通にのせる取引は無理ということになった。このことが、かえって消費者への直接通販による販売という独自の戦略を生むことになった。小学生、農家のお年寄り、保育園児など“純村民”が登場するJA馬路村のCMが県下でまず話題になり、次第に県外にも知られるようになった。

平成元年には高知県の国体で皇太子殿下に飲んでいただく機会に恵まれる。首都圏を中心に消費者の心を打ったポスターなどは注文を飛躍的に伸ばす。

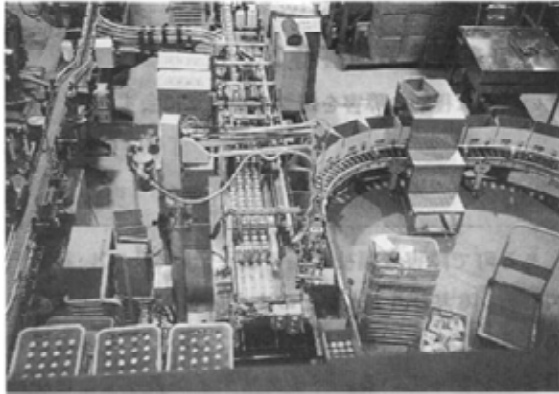
役場でお話を聞いた木下さんに、翌朝JA馬路村の加工場を案内していただくことになったが、流れ作業の中で忙しそうに働く加工所の職員さんたちの表情が非常に明るい。最近は視察が多くなっているということで、適度な緊張が作業能率を上げているようにも見える。最新設備を備えた加工場であるが注文が集中するお中元、お歳暮シー

ズンにはパニック状態の忙しさだという。

前の晩に魚梁瀬にある旅館で一泊したが、宿の部屋で夜、寝そべてテレビをみていると、夜9時のニュース番組でスポンサー名に“馬路村農業協同組合”とある。続いてテレビCMが始まり幼稚園児達が「ごっくん」の唄を歌いながら遊戯をしている。

百貨店めぐりをやっていた頃は、一生懸命やっても日に8千円、一週間で5万円という日々もあったという。年間80日間も販売部隊が商品を抱えてまわっていた時代に比べると、村に全国から注文が舞い込み「ごっくんの里」を尋ねて都会から人が訪れて来るようになるとは当時は思いもしなかったであろう。そして一時期減らしていた外商を再び平成7年頃から増やし、お客との会話によってよりよい商品づくりへとつなげる取り組みを進めつつある。

木材と柚子の素材・モノ出荷型の地域が、出稼ぎ販売型の道を歩み、今は感動を送り、全国に仲間を



農協の加工場で「ごっくん馬路村」の製造ライン。
平成5年にできた新しい施設。

増やし、都会の人と直接情報をやりとりする全国区のもてなしの里へと変貌している。

村の入り口にむらの物販・情報センターがある

今回、最初に村に入ったとき、集落に入る直前ある橋を渡ったところに「まかいちよって家」という看板がかかった木造の新しい建物が建っていた。中に入るとカウンターの中で女性2人が、電話でにこやかに対応しながらも、こちらには目線で会釈してくれた。ひとつの電話が終わるとまた次々に電話。対応の様子から察して、連休中の宿の空き状況、村の観光みどころ、イベントの問い合わせ、柚子加工品の注文についての問い合わせのようだ。

実は私もここに来る前に、村の観光パンフを電話で問い合わせた郵送で送ってもらったのだが、実にソツのない対応だった。どの宿なら空いているという情報まで教えてくれた。

少し手が空いたようなので、普段はどんな問い合わせがどのくらいあるのか聞いてみると「普段はこんなに電話はないのですが、注文のハガキ、村への意見、ごっくん馬路村への感想なども全国から届きます」という。やはり全国区である。

建物の2階には簡単な会議室ふうのスペースがあり、私が訪れたときには男性が数人、熱心に何か議論していた。パンフレットは役場が作った観光案内、農協が作った柚子加工品の紹介、森林組合が作った木工品の紹介、温泉センターが作った施設案内などである。

ここはまさに村の入口であり、村のセンターでもある。ただ観光協会用のスペースがあります、という形式的な感じではなくきちんと地域の内外の人の情報を突き合わせる場になっている。

魚梁瀬に一泊

最初、失礼ながら正直に言えば、馬路を“うま

じ”とは読めなかった。「ごっくん馬路村」を飲んだこともなくて、本での聞きかじりの知識だけで行って見たのだが、ノンビリした時が流れた美しい村だった。

役場の木下さんの話では、村の雇用確保と人口確保が急務の課題であるという。村には今なお魚梁瀬地区に営林事務所があって、林業と木工品は村の一大産業である。これに農協をはじめとした柚子加工品、旅館などのサービス業、この3つが外貨稼ぎの柱である。

そんな中「馬路の出身者以外でもここに住みたいという人が出てきた」という話もある。本籍者の多くが都会に出てしまった今、馬路村では第2本籍者ともいようなふるさとづくりが一番無理がなく、人々に喜ばれる道なのかとも感じた。

ともあれ今回の馬路村行の中で最も驚いたのは（村の人はなんだそんなことと思うかも知れないが）、ゴミがない河原と安田川を眺めていて鮎と思われる魚の影を無数にみたときだった。

「何も無い村ですけど、最近はおかげさまで都会からもお客様がいらっしゃるようになりまして」と魚梁瀬で泊まった旅館『満木荘』のおかみさんは言っていた。私が泊まったのは平日で、お客さんは私一人だけだったが、夕食はその辺の山菜を集めた天ぷら、安田川の天然ウナギ、ヤマメ、筍などで大変美味しかった（安田川の河口の安田町には銘酒・土佐鶴の酒造もあって宿ではおいしい酒を飲ませていただいた）。

何も無いけど人がいい、何も無いけどうまいものがある、何も無いけど清々しい気分になる、こうした条件を持つところは、本当に少なくなっている。

今回は上れなかったが魚梁瀬集落の上には、林木遺産資源保存林として、永久保全が決まっている日本三大美林のひとつ千本山がある。明け方の靄に包まれた千本山を、はるか遠くから眺めていたが、なるほど仙人でも住んでいそうな雰囲気だった。