



## ■地域活性化を担うのは“食”と“農”だ！！



### ①特産品づくり研究

- ・八女のかあちゃん味自慢大会  
～「いもまんじゅうサイミットin 福岡」報告～ 2
- ・特産品・郷土料理開発で雇用づくり  
～平戸・松浦地区観光人材育成プロジェクト報告～ 5
- ・伊佐地域の食で魅せる「伊佐の創作ごちそうコンテスト」 9
- ・シンポジウム報告 地産地消でまちづくり  
～九州の台所、八女の食材を生かして～ 13
- ・鹿肉の勉強会 蝦夷鹿 VS 伊佐鹿 16



### ②食の魅力再発見

- ・「ド・ロさまそうめん」事業は、今も引き継がれ、  
ド・ロ神父の味を守りつづけている 18
- ・独立九州の会「焼酎を飲んで楽しい国造りをしよう」 21
- ・七山村で漬け物をネタにインターネット会議 24



### ③直売所／農家レストラン

- ・直売所隆盛の時代？ ～北部九州直売所事情～ 26
- ・農村集落が経営する直売所 有限会社「福ふくの里」  
～農家の収入と地域の雇用を産んだ～ 30
- ・練馬区の農家レストランみやもとファーム 32



### ④農との新たなかかわり

- ・地元農家が先生になる「糸島まるごと農学校」  
～「農」を通じて都市と農村と九大をつなごう～ 34
- ・これからの農との関わり方を考える  
～小規模でも成り立つ経営農業の学び場が求められている～ 38
- ・カライモ生産から始まった集落自立への12年間の取り組み  
～鹿児島県 柳谷集落の視察～ 41
- ・安心院は日本人の“帰って行く場・ふるさと”を目指す 45
- ・農家も住民も喜び、地域にもプラスになる  
コーポラティブファーム「さくらガーデン」の取り組み 49
- ・気楽におしゃれに野菜づくりが楽しめる街なか貸し菜園  
～アグリス成城の試み～ 52



## 八女のかあちゃん味自慢大会

～「いもまんじゅうサイミット in 福岡」報告～

雪丸 久徳

(よかネット NO.90 2008.4)

2008年2月9日(土)に「いもまんじゅうサイミット in 福岡」が警固神社神徳殿(例年よかネットパーティーを行っている会場)で行われた。2年前からお手伝いしている八女の地域提案型雇用創造促進事業(通称パッケージ事業)の研究の一環として、八女市地産地消拡大促進協議会の主催で行われた。

そもそも、いもまんじゅうって何なのかというと、簡単に言えば、‘さといも’とか‘じゃがいも’のまんじゅうのこと。しかし、地域や家庭、作る人によって、いものまわりを皮で包んだり包まなかったり、味付けが醤油だったり塩だったり、それぞれのこだわりがある。歴史的なうんちくもある。柳川藩や立花藩にはなかったけど、久留米藩には一部の地域ではあったとか、なかったとか…。

昔から、お腹にたまるおやつとして、今でも八女のかあちゃんたちは、その味を受け継いでつくっている。きっと、いもまんじゅうが大の好物なんだろう。

今回のイベントは、そんなこだわり大好きいもまんじゅうを天神に持ってきて、お客さんにPRして、買って食べて貰うという、そういうイベント。自分たちが作ってきたいもまんじゅう・郷土料理に対するお客さんの反応を知ること、自分で作ってきた郷土料理をお客さんに説明したり、食べてもらって意見を聞いたりする、消費者と対話するいい機会であり、マーケティングや販売体験をする意味あるイベントだ。

私は、食の事件が相次ぎ、食の安全安心への関心が高まっている今、どういった反応があるか、楽しみにしていた。

### ●準備はたんたん進む

私たちスタッフは、9時から会場設営に入った。テーブルの設置に始まり、当日販売する一口試食プレートの準備や、うんちくパネルの設置、八女の器とまんじゅうの展示、その他にも八女茶の試飲コーナー、農産物加工品の販売準備などの準備をした。

会場の机が並んだところで、八女のかあちゃんグループが40名ほどが到着。そこから一気にあわただしくなった。全体の指揮官は、八女市の荒川さん。声を張り上げて、かあちゃんたちやスタッフを動かしていた。

かあちゃんグループのうち2グループは、前日に、このサミットPRのため、NHKの「福岡トクテレ」に生出演していた。その時のPRがまた最高で、番組を見られた方の多くが、当日足を運んだのではないと思う。元気いっぱい、いい雰囲気であった。TV出演したかあちゃんたちは、それが終わってから、一度八女まで帰って、朝3時、4時に起きて仕込みをして、出てきたとのことだ。大変疲れているだろうと思ったが、準備の時からそれを感じさせないほど、かあちゃんたちは元気であった。

皿に並んでいるまんじゅうを見ただけでは、ただのまんじゅうでしかないが、見えない部分で随分手間暇がかかっている。食のもてなしは、そういう見えないところでの準備がたくさんある。美味しい、まずいだけでなく、素朴な味だけれども、そこを感じて食べると、ありがたみも一段と増す。

試食プレートの盛りつけ時には、本イベントをプロデュースされた、ふるさと料理人の藤清光さんや、食生活文化研究所の中山美鈴さんが、綺麗にそして美味しそうに盛りつけるコツやお



元気いっぱいの八女のかあちゃん。一口プレートの準備



一口プレートの準備

お客様との接し方などをアドバイスしていた。時間はあっという間に過ぎ、昼食の間もなく、オープン時刻の12時前となった。

●怒濤の1時間半。あまりの客の多さに慌てた

前日夕方の宣伝効果があり、オープン前から入口には行列ができていた。雪がちらつく寒い朝だったので、玄関ホールには人がいっぱい。

そしてオープン。お客さんが一気に押し寄せたため、廊下に設けた農産物加工品販売コーナーで大渋滞が起こり、身動きがとれないような状態に…。しばらくして、ようやく少しずつ流れ始めた。

会場の大広間は、試食用プレートを持ったお客さんが、まんじゅうを並べたテーブルに沿って順にまわっていき、一品一品かあちゃん達の味自慢を聞きながら器に盛ってもらう。そんな流れの中、私はその一番最後に、持ち帰り用のビニール風呂敷に包むという係の担当だった。しかし、ビニール風呂敷というのがなかなか手間のかかるくせ者で、途中、応援を頼むことになった。それでも休む暇などなく、気が付くと既に1時間半が経ち、試食用プレートもほとんど売れてしまった。

ここで、試食用プレートの中味について簡単に説明すると、今回は八女地域の10のかあちゃんグループがいもまんじゅうや郷土料理を準備してきていて、下のような内容であった。

①べんがら村手づくりクラブ

- じゃがいも饅頭（砂糖醤油味）、がめ煮
- ②笹原茶の実+③すずらんグループ  
じゃがいも饅頭（塩味）、甘辛ゴボウ、こんにゃく煮付け等
- ④藤グループ  
ふな焼きだご（たかな巻）
- ⑤星野清流  
さといも饅頭、ふなやき（青しそ）、しいたけ丸ごと煮
- ⑥白鳥会  
さといも饅頭、団子汁
- ⑦カウBELL  
みるくまんじゅう
- ⑧かぼちゃ会  
ほうれん草のごま和え、鬼の手こぼし
- ⑨ほたる会  
ほたる揚げ
- ⑩和気愛合グループ  
中華ちまき

紙面では、色などの感じを伝えるのは難しいが、彩りもとても綺麗であった。興味があるかたは、八女市地産地消拡大促進協議会のホームページからご覧になれますので、見ていただきたい。（[http://www.yamep.net/tsk/02torikumi/080209imoman/080209imoman\\_g.html](http://www.yamep.net/tsk/02torikumi/080209imoman/080209imoman_g.html)）

あまりの客の多さに、終了予定の15時よりもだいぶ早く、用意していた試食用プレート（300セット）や、農産物加工品の販売コーナー



いもまんじゅんについて語る

の品物が完売した。よかネットパーティ以上に凄まじく忙しい2時間であった。

#### ●イベントを終えて

お客さんの層はというと、年配の女性の方が7,8割と多く、あとの2割は、福岡市に住んでいる親戚や知人、子連れ家族といった感じであった。若い方がもう少し来るかなと思ったが意外と少なかった。今回なによりも、前日のテレビでの宣伝広告効果が大きく、それを見たおばちゃんたちの数が多かったと思う。メディアの力は凄いなあとあらためて感じた。

せっかくなら、もう少し、八女のかあちゃんたちとゆっくり話しながら、味わうといった雰囲気の中でやれたら、もっとよかったかもしれない。

八女に限った話ではないが、かあちゃんたちが受け継いできた伝統の料理や味付けは、今の若い私たちの世代にはあまり受け継がれていない。地域の伝統の料理や味付けは、かあちゃんたちの次の世代が受け継がなければ途絶えて無くなってしまう。手遅れになる前に、地域の伝統の食をどう受け継いでいくか、目を向け、考える時にきている気がした。

(ゆきまる ひさのり)



## 特産品・郷土料理開発で雇用づくり ～平戸・松浦地区観光人材育成プロジェクト報告～

雪丸 久徳

(よかネット NO.84,85 2006.11,2007.1)

この秋（※2006年当時）より、長崎県の平戸・松浦地区で「観光人材育成プロジェクト（特産品・食の開発編）」が始まった。このプロジェクトは、市や商工会議所、観光協会等で構成する平戸・松浦地区観光人材育成協議会が、国（厚生労働省）の採択をうけて、平成18年度から20年度までの3年間にわたって実施するもので、6月頃この事業に対しての企画提案の募集があり、お手伝いすることが決まった。

特産品・食の開発編という名のとおり、このプロジェクトは、平戸・松浦で獲れる農水産品を使った特産品や新たな郷土料理の開発に係わる人材育成が主なテーマになっている。本プロジェクトは最終的には既存企業の事業拡大や新規起業等により地元雇用を創出することをネライとしているものである。

プロジェクトは、「目玉商品新みやげ品コース」、「新郷土料理開発・地産地消推進コース」の2コースからなり、参加者は、農家、漁家、飲食店、ホテルなど様々な職種の方が集まった。各コースとも、参加者が集まりやすいように、日曜の午後や月曜の午後に行っている。日によっては、少ないこともあるが、毎回10～20人程度の参加がある。

「目玉商品新みやげ品コース」では、①商品開発・企画立案、②パッケージ・デザイン、③情報発信・流通・PRの一連のノウハウを学ぶ基礎講座の続き、個別相談や指導を行う予定にしている。一方の「新郷土料理開発・地産地消推進コース」では、①基礎講座、②新郷土料理づくり（企画編）、③新郷土料理づくり（実践編）と続き、その後に個別指導を行っていく予定だ。（詳しくは平戸・松浦地区観光人材育成

協議会 <http://www.city.hirado.nagasaki.jp/jinzai/>)

既にいくつかの講義が行われ、「目玉商品新みやげ品コース」では食環境ジャーナリストの金丸弘美さんによる他地域の成功事例の紹介、「新郷土料理開発・地産地消推進コース」では、経営コンサルの原忠男さんによる商品開発の心構えや社会の潮流、また実際の料理づくりでは佐賀市の居酒屋「ふるかわ」の古川則雄さんによるじげもん（地元の食材）の再確認と調理のアイデア出しなど、お話頂いた。

### ●新たなじげもん料理を開発しよう（実践編）

郷土料理開発・地産地消推進人材育成コース「新たなじげもん料理を開発しよう（実践編）」（講師：古川則雄氏）について報告したい。

この講座の趣旨は、地元で獲れる素材をつかって、新しい地元料理を開発して、そこから地域振興と地元の雇用拡大を図ろうというものだ。

参加者は、食堂やレストランを営んでいらっしゃる方、地元の直売所に弁当を卸しているグループ等様々で、初日の松浦会場が約10名、翌日の平戸会場が約15名と、料理するには程よい数であった。

今回の実践編に先だって、10月15、16日に「新たなじげもん料理を開発しよう（実践編）」ということで、地元食材の再確認や料理のアイデア出しを行って頂いていた。今回はその時に考えた料理の実践ということで、実際に調理室で調理し、その後に皆で試食し、商品化に向けて意見交換するといった流れで進めた。

講師には、佐賀市で居酒屋「ふるかわ」を営んでおられる古川則雄さんにお越し頂き、実演



料理はプロの料理人とおばちゃんが協力してつくる

や、素材の風味の出し方の具体的なアドバイスなど、実践的な指導が行われた。

メニューは以下の通りである。松浦の場合は、車海老の養殖が盛んなのでそれを使って何か一品つくりたいというのと、そば粉と地元の食材をつかった料理ということで、テーマが車海老と蕎麦に設定されている。一方の平戸は、味は美味しいものの値段の割に身が小さいといったこともあり、あまり地元で使われないウチワ海老をつかった料理がテーマとなっている。

松浦の車海老をつかった料理

- ・きのこ入りそば粉クリームコロッケ
- ・そば粉と車海老のだんご汁
- ・車海老姿オープン焼き
- ・車海老と鰯のポワレ
- ・バジルソースそばニョッキ添え
- ・車海老と牡蠣の具たくさんオープン焼き
- ・鯛きり（古川さん実演）
- ・さらしな黄金衣揚げ（古川さん実演）

平戸のウチワ海老をつかった料理

- ・ウチワ海老クラムチャウダー
- ・ウチワ海老ピラフ
- ・カルパッチョ
- ・ウチワ海老天井
- ・パスタ
- ・ウチワ海老れんこんはさみ揚げ
- ・ウチワ海老の鍋（古川さん実演）

調理は基本的にはグループ単位で行うことに



生きたウチワ海老を豪快にさばいた後

なっていて、プロの料理人とおばちゃんが協力してつくるグループもあった。さすがに、プロの技を目の前にする機会は少ないので、その技におばちゃんたちも釘付けになるシーンも見られたが、おばちゃんたちも劣らず手際よく、おまけに職人さんを盛り上げるトークがうまいので調理はとてもいい雰囲気に進んだ。

その後、料理が全て出揃ったところで試食タイムに入り、一品ずつみんなで試食して意見交換を行った。さすがにそのときは、少し緊張した表情で、古川さんや他の人のコメントに耳を傾けていた。私も試食させて頂いたところ、素材が新鮮なので、どれも美味しく感じたが、なかには素材の風味があまり出ていないと思うものもあった。個人的には、松浦のそば粉と車海老のだんご汁と、海老天井（ご飯は地元産赤米を使用）あたりが多少高いお金払ってでも食べたいと思えるほど美味かった。それから講師のウチワ海老鍋はいうまでもなく絶品で、カツオ昆布だしと醤油と赤酒でつくる、“魔法の出汁”の調合はすかさずメモさせて頂いた。

さて、料理後の試食では、まずはこれらの料理をどういった人をターゲットに、どこで売るか、その時の値段設定、課題、といったようなことが話し合われた。

車海老やウチワ海老は食材そのものが結構高いので、その仕入れと価格設定をどうクリアするかといった話や、他の料理との組み合わせで



受講者の前で実際に料理を作ってみせる古川さん



料理指導に耳を傾ける参加者

出すなど今回つくった料理の応用の話、もっと地元食材の風味を引きだすための料理の丸秘テクニック、あるいは、レトルト商品のようにパッケージして売り出すなど、いろんな話題があがった。

今回のように、料理人ばかりでなく、主婦や、加工グループなど、いろんな立場の方が一堂に会して、お互いの意見を聞く場は、めったに無いことだと思う。違う立場の方と意見交換することは、主婦の方はもちろん、プロにとってもいい刺激になったのではないかと思う。

この講座はこれで基礎編が終わり、今後は希望する方のみを対象とした個別指導に入っていくことになる。地域雇用の拡大を図ることが最終目標なので、ある意味ではここからが本番と言える。なるべく早く市場で通用するような‘じげもん料理’が出てくるように応援していきたい。

### ●良いパッケージ・デザインは働く楽しさにつながる

12月3、4日に行われた目玉商品・新みやげ品開発人材育成コースの講義では、アートディレクターの西田建一さん（アットマーズ主宰、カゴシマライフネット代表）による「人を惹きつけるパッケージ・デザインとは何か」と題した講義が行われた。西田さんは鹿児島を拠点に活動しており、特産品開発において、企画、パッケージデザイン、店舗設計と幅広くデザインに

関わっておられる。当日は、平戸松浦両会場合わせて計40名近くの参加があった。

講義では、「デザイナーってどんな職業？」にはじまり、地域に住むデザイナーと組んで、商品づくりを進めるときのコミュニケーションの取り方や現在のデザインの潮流など、西田さんが係わった事例などを交えての話があった。

その中で、田舎の醤油屋さんのパッケージデザインについての話が印象的だったので、それについて紹介したい。内容を端折って説明する。

鹿児島のある田舎の町の醤油屋の話。都会に出て行ってた娘が家に帰ってきて醤油屋を手伝うことになった。しかし、娘：「お父さんが売っている醤油は美味しいけど、見た目がダサいから人に勧められない」そこで、父：「パッケージデザインにかけられるお金はあまりないんだが、せっかく娘が手伝いに帰ってくるのなら…」

ということで商品のパッケージデザインを一新することが決まる。それから試行錯誤の末、娘もそこで働くスタッフも自信を持って人に勧められるかっこいいパッケージデザインができる。スタッフ一同、これ、かっこいいねえってことになって、次にやったことが、自社の製品の特徴がお客さんがわかりやすいように整理しなおしたパンフレット作成。さらには、娘さんが中心となって、会社のロゴ入りTシャツをつくったり、業務用車に会社のロゴをペイントしたりと、これまで働いていたスタッフと一緒に



オープン焼きの焼け具合をチェックする



いよいよ試食タイム

にあれこれやり始めた。

最終的には、働いている人達自ら、かっこよくなった商品をもって、Tシャツ着て、車に乗って、と自慢してまわるということが起こった。結果、売り上げは1.6倍と前年より伸びたという話。

この話で印象的だったのは、「よいパッケージデザインをしたから売れるというのではなく、そこで働いている人が充実感をもって働いたり、楽しく働くことにつながったことで売れた」というところだ。

デザインとコストが衝突したらコストが優先されることが多く、デザインに対する位置付けは低いと感じるが、今回の話の中にあっただ、消費者を惹きつけるだけでなく、現場の気持ちを惹きつける（一つにする）きっかけとしての「デザイン」という視点は、地域づくりにおいても重要だと感じた。（ゆきまる ひさのり）



## 伊佐地域の食で魅せる 「伊佐の創作ごちそうコンテスト」

雪丸 久徳

(よかネット NO.98 2010.4)

ここ数年、各地で食に関わる人材育成のお手伝いをしてきました。

地域の特産品開発・新メニューを、何をつくるか、どうやってつくるかのみではなく、いかにそれで人を呼び込むか、外からお金を稼ぐかといった「まちづくり」全体の中で食をどう活かすかが大事と考えます。まちづくりは専門家1人では出来ません。一分野の専門家が多岐にわたる課題や取り組むべきことがあるにもかかわらず、自分の専門分野に偏った部分的な解決策を提示する既存のやり方に限界を感じます。

私は食の専門家ではないので、ネットワークを使い、毎回オーダーメイドで人材育成のお手伝いメンバーを考えます。その土地にあった現場がわかる専門家と組んであたることにしています。

食で地域に係わるようになり、「実際に地域でお店をされている料理人の方は、それぞれの料理のジャンルも違えば、プライドも高く、地域一丸となって食を盛り上げるのは、正直難しい面が多いです」という相談を何度も受けました。

料理人を講師とした場合、プロの技を学べるので一般の参加者は多くなりますが、飲食店の方はあまり参加されません。難しいのは、「味は人それぞれ」のところもあるので、教える側としても料理人を目の前にして「こうしたほうがいい、ああしたほうがいい」とは言いにくい。教える側、受ける側の双方に難しさがあります。地域全体での食の取り組みは、地域の飲食店と加工グループ、一般の方、つまりスピード感の違い、プロとアマが一緒になってどう取り組むか、そのあたりに難しさがあります。

### ●食の魅せ方をテーマにした研修

鹿児島県の伊佐市において、食に係わる人材

育成（厚生労働省のパッケージ事業）を、2009年の秋からお手伝いしています。具体的には地域の飲食店関係者、主婦、一般の方などを対象に、フードコーディネーターの内村玲子さんを講師に「食の魅せ方」という研修をセミナーと個別指導形式で行いました。

地域のみなさんの自主的な動きを引き出すこと、集客できる食の魅力はどう引き出すかをテーマとし、講師については今回は料理人ではなく、食の魅力を伝える側、つまりライターであったり、食を発信している方ということで、九州のテレビ・ラジオでお馴染みの山際千津枝さんにご紹介戴き、最終的に内村さんをお願いすることになりました。

内村さんは、父が記者、母が料理研究家の家に育ったそうです。本人はもともと新聞記者で、その後、雑誌の編集で料理部門を担当、南日本リビングの編集長を経て、現在はフードコーディネーター・ライターとして、鹿児島市でフードコーディネートの講座等をいくつか持っておられます。

サイトを開設してから38万ヒットを超える「レイコさんの食卓から」というブログが有名で、インターネットで検索して確認して頂ければわかりますが、毎日自分で考えてつくった料理の写真やレシピがいっぱい掲載されています。華やかで見ていると楽しくなり、お腹が空いてくるブログです。ブログを毎日書くことで、消費者の反応がよくわかるのだそうです。鹿児島の美味しい食材を活かして、オリジナルの料理・コーディネートにこだわった内容になっています。

田舎にいくと、丁寧なものづくりをされていて、しかも美味しいものにたくさん出会えますが、担い手さんが元気になる、やりがいがある



- ①「だいやめ賞」:「黒豚味噌噌ピリ辛かりんとう」(まる工房さん)
- ②「だいやめ賞」:「伊佐鹿のピリ辛ソーセージ風」(遊膳さん)
- ③協議会特別賞:「焼酎ケーキ(高熊山)」(寺師温子さん)
- ④入選:「伊佐の生姜ジャム君」(J A女性部さん)
- ⑤入選:「水田ゴボウ ショコラ・オ・イサ」(堀之内タ子さん)
- ⑥優秀賞:「お家で簡単フランス料理」(鮫島巧蔵さん)
- ⑦最優秀賞:「I S A M Y チュロス」(ハynesさん)

ほど儲かるといった例は一握りです。

次世代に繋げたい「地域の食」は、地域内に埋もれてしまっていることが多いと感じます。

「地域の食」を望んでいる人たちに、的確なPRができれば、地域に人を呼び込む有効な手だてとなります。ということで、どうやって集客力のある料理をプレゼンするかについて、伊佐で3回の研修を行いました。

今回、集客力のある料理の写真など、事例を交えた話だけでなく、実際に内村さんが料理や魅せ方のサンプルをつくってきて、現場でみせたり、参加者がつくった料理を持ち込んで、意見交換会をしたりしました。また、参加者が自分の料理をあらかじめ写真に撮って、それをプレゼン用のパネルにして、写真での魅せ方を指導したり、つくり手の思いをどう的確に消費者に伝えるかなどに力点を置いて、できる限り参加者の思いをベースに指導を行いました。研修ではテーブルを囲んで、みんなで学び合うといった雰囲気、参加者同士でアドバイスしあ

うなど、横の繋がりができてきたことがよかったですと思います。

#### ●伊佐の食の魅力発信に繋がるコンテスト

伊佐市では、「食と食文化」は市のリーディングプロジェクトの重要なテーマとして位置付けており積極的に食をテーマとした産業振興に取り組んでいます。その取り組みのイベントとして、2010年3月13日(土)に「伊佐の創作ごちそうコンテスト」が行われました。市民、来場者みんな、ごちそう(伊佐に来てくださった人をもてなす料理)を選ぶコンテストです。

今回、市の広報誌やインターネット動画CM、新聞等で幅広くPRし、また、賞金30万円ということもあり、最終的には60品を超えるエントリーがありました。

21年度の一つの着地点として、「食の魅せ方」セミナーを行ってきましたので、研修に参加された方が成果を出す日です。

伊佐の会場に着くと、60品の展示が終わったところでした。さすがに皆さん気持ちのこもっ



⑧山の鉄鹿井(鹿のブルーベリー醤油漬)(前田忠亮さん)⑨金山ネギソーメン(河崎喜美子さん)  
⑩伊佐の大地(下須崎律子さん)⑪さくら舞米ブラマンジェ(中島涼子さん)

た華やかな作品を展示されています。

研修に参加された方も既に展示を終えていて、研修時よりも数段レベルアップした「魅せる」料理に仕上げてきていました。

「とても勉強になりました。このコンテストだけではなくて、今後にとっても役立つ勉強ですね。本当に参加してよかった」「やはり“見た目”って本当に大事なんですね。人を惹き付ける“見た目”ってあるんだなああと、ほかの方の作品を見て改めて感じました」など、研修に参加された方たちが、内村さんにあちらこちらから声をかけていました。

その方たちは、自分なりに伊佐らしさをテーマに、地域の食材を使って、アイデアを絞り出して、そのアイデアでどうしたら人を惹きつけられるかを考えたと思います。それを、実際に人を惹きつけるスタイリングと写真とネーミングにこだわってプレゼンし、アウトプットまで到達しました。地域のみなさんが、どうしたらいいかを考え、考えをどう形にしていけるかを、主体的に学べたのがよかったと思います。

コンテストそのものは、一過性のイベントなので、そのみ行うことに関して私は疑問をもっていました。イベントと合わせて同時に今回のような人材育成を行ったことで、地域の人がつながり、新たな商品作りのきっかけが生まれるという思わぬ展開がでてきました。伊佐の食の魅力の発信力の底上げとあわせて、これからの食のまちづくりのベースができてきたのは大きかったと思います。

ちなみに来場者による「見た目」と「味」の審査、審査員の審査が行われ、3つの審査結果のトータルで、伊佐のごちそうが選ばれました。以下に簡単にまとめてみました(写真は10頁)。

#### ①「だいやめ賞」:「黒豚味噌ピリ辛かりんとう」 (まる工房さん)

伊佐といえば、焼酎です。伊佐美、黒伊佐錦、誰でも一度は聞いたことあるのではないのでしょうか。焼酎メーカーさんの協力で、焼酎にあう一品が「だいやめ賞」です。一品目は、伊佐の黒豚味噌を使ったピリ辛のかりんとう。車で行っていなければ確実に焼酎を飲んでいました。伊佐のおみやげとして今後の商品化が期待されます。ちなみに「だいやめ」とは、「ダレヤメ」という鹿児島の方言です。仕事のダレ(疲れ)を止めます(ヤメ!) = 飲ん方のことです。

#### ②「だいやめ賞」:「伊佐鹿のピリ辛ソーセージ風」 (遊膳さん)

前回のよかネットに書きましたが、伊佐では鹿肉を特産品化したいという動きもあります。鹿肉を使った作品も13品程出品されていましたが、このピリ辛ソーセージが入賞しました。ビールにはもちろん、焼酎にばっちり合います。こちらも伊佐のおみやげとして今後の商品化が期待されます。

#### ③協議会特別賞:「焼酎ケーキ(高熊山)」 (寺師温子さん)

伊佐の焼酎を使ったケーキですが、意外にも焼酎臭くはありません。かすかに感じるかなといった感じで、しっとりしていて、とてもおいしいケーキでした。

#### ④入選:「伊佐の生姜ジャム君」(JA女性部さん)

見た目はともかく、味は抜群で入賞したと思います。JA女性部が試行錯誤してつくられたとのことですが、生姜の繊維を残さず、上手にジャムにする、そこが難しいそうです。

#### ⑤入選:「水田ゴボウ ショコラ・オ・イサ」 (堀之内夕子さん)

水田ゴボウを使ったチョコケーキです。ゴボウの風味とチョコがうまくマッチして、また中にアクセントでゴボウが入っていて飽きない食感で美味しかったです。

#### ⑥優秀賞：「お家で簡単フランス料理」

(鮫島巧蔵さん)

優秀賞は、伊佐の食材を使った簡単フランス料理のプレートです。見た目、味ともに完成度の高い一品です。鮫島さんは大阪から伊佐に引っ越して来られて間もなく、まだ友達も少ないとのことでしたが、研修にも参加されて横の繋がりもできて、さらに賞をとって一気に知り合いも増えたかもしれません。

#### ⑦最優秀賞：「ISA MY チュロス」

(ハynes柗さん)

最優秀賞は、「ISA MY チュロス」。伊佐米の米粉を使った商品開発を進めるハynes柗さんが受賞。とても楽しく魅せるスタイリングで、思わず来場者も展示品を勝手に食べていたほどでした。

その他個人的に気になった一品をあげます。

#### ⑧山の鉄鹿井(鹿のブルーベリー醤油漬)

(前田忠亮さん)

鹿のレアを伊佐のブルーベリーを使ってブルーティーな醤油漬けにしたもの。積極的にまちづくりに係わる伊佐のまちづくりの若手キーマンさつまや食堂四代目の前田さんの一品。

#### ⑨金山ネギソーメン(河崎喜美子さん)

夏場に食べたい金山ネギソーメンは、伊佐特産の金山ネギを、ところてんを使って細くソーメン状にしたものです。

#### ⑩伊佐の大地(下須崎律子さん)

伊佐の食材をふんだんに使ってつくった弁当。これを持って花見に行きたい気分になりました。

#### ⑪さくら舞米ブラマンジェ(中島涼子さん)

伊佐の米を使ったスイーツです。見た目もとても美しく綺麗です。前日まで夜を徹して研究されたそうです。研修時はずっと迷っているようでしたが、本番ではネーミングとスタイリングとも抜群で大注目でした。内村さんの

スタイリング賞を差し上げたい一品のようです。

#### ●継続した活動に期待

研修とコンテストを終えて、地域の素材を活かした料理や特産品に関心のある方が、それぞれ知恵を出しているような料理ができました。プロの方の完成度はもちろんですが、それにも引けをとらない加工グループや一般の主婦のレベルが高いということ、プロの方や来場者は思ったのではないかと思います。一般の方のアイデアを実際にお店で出してみたいといった声も聞かれました。これからは、賞をとった、とらなかったに関係なく、どう地域の食の魅力をPRしてお客さんに来てもらうか、買ってもらうか、地域にしくみを落とし込む次のステップの始まりです。

鹿児島県における伊佐地域は、「水がきれいな米どころ」といった印象が多い中で、「おいしい食材・料理の宝庫」へとイメージアップするために、地域全体での取り組みを継続して、地域を盛り上げていって頂けたらと思います。

(ゆきまる ひさのり)



シンポジウム報告

## 地産地消でまちづくり ～九州の台所、八女の食材を生かして～

愛甲 美帆

(よかネット NO.89 2008.1)

2008年12月上旬、八女市地産地消拡大促進協議会が主催するシンポジウムが開催された。これは、内閣府より認定を受けた地域再生計画に基づく地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業）のひとつであり、当社は事務局のお手伝いをさせていただいている。当日は、八女市内、近隣町村から農業に従事する人を中心に参加され、用意された200席が埋め尽くされる盛況となった。

### ●場面を考えた商品と仕組みづくりが大事

基調講演では、「儲かる仕掛け」の作り方～大事なことは地域が笑顔になること～と題して徳島県上勝町(株)いどり代表取締役横石知二さんの講演が行われた。高齢者を担い手として葉っぱを料理の「つま」として売るビジネスを展開し、月収100万円を超える高所得者を次々と生み出されている方だ。人口2,000人、徳島県で最も人口が少ない村で、農協の売り上げ高2億6千万円だという。

このような経験から横石さんは以下のようなこととお話された。

- ・上勝町にはIターン、Uターン者が多いが、生活ができる仕組みがあるから帰ってくる。
- ・人間にとって必要とされること、出番があることが大事。上勝町では70～80歳代の方が現役で働いており、インターネットやFAXを使って注文を受けている。
- ・商品は、売れて初めて商品と呼べる。商品は、使われる場面を考えてつくるのが大事。そのためにはどのような使われ方をしているか現場を見る必要がある。
- ・情報発信が大事。内に3割、外に7割で自信と誇りを伝える情報を出すと商品に価値が付

く。

- ・農業の生産をしてもいくらになるかわからない、見えないという状況が問題。上勝町では当初防災無線を活用した通信網で、欲しい商品をすぐに発注でき、欲しい時間までに集められるという仕組みを作った。その後高齢者でも使えるマウスを開発し、現在光ファイバー通信により発注をしている。また、パソコンの導入により直売所での時間帯毎の個人の売り上げを確認できたり、月ごとに売り上げの上位が発表されるなど、自分の仕事の成果が見える仕組みがある。
- ・1979年当時、まちの人は補助金が欲しい、農業は儲からない産業だと愚痴をこぼし、子ども達に勉強しなかつたらここに残ることになるぞと言っていた。この商品や仕組みを作ったことで、「なにやったってあかん」という状態から「今の状況から自分はどうすればいいか」と、自分の事として考えられるようになった。思いや誇りができると住んでいる地域が光ってみえる。

### ●食材豊富な八女。これからどう取り組むか

基調講演に続くシンポジウムでは「食を生かしたまちづくり、人づくり」をテーマに農水産加工品開発指導アドバイザーの尾崎正利氏にコーディネーターをお願いし、道の駅たちばなフードアドバイザー樋口愛子氏、料理研究家であり、檜山塾塾長の檜山タミ氏、博多全日空ホテル飲料部長中尾正治氏、八女市長野田国義氏と食をとりまく各立場の方から現在の取り組みと食材を生かす知恵、人材の育成、ビジネスづくりなどについて意見を出していただいた。

【樋口愛子氏】



シンポジウムの様子

- ・旬の野菜はおいしく、体も元気になる。道の駅では、本当は甘いのだが酸っぱそうにみえる青いミカンについて、お客さんに「ビタミンCが多く疲労回復になりますよ」と声をかけると売れるというようなことがある。
- ・売り場では、ある野菜はたくさんあり、ない野菜はまったくないという状況がある。商品がなくなると、生産者に電話して持ってきてもらうこともあるが、例えばインターネット上で店舗の商品の量を把握でき、直売所にたくさんあって、他の店にはなければ、あるところから持って行くというような取り組みができたらと感じた。

【檜山タミ氏】

- ・新鮮というのが一番おいしい。新鮮であれば塩だけでよく、調味料はいらない。都会の人はどういうものおいしいか、野菜づくりの大変さを知らず、自分で洗わないでいいような商品を求める。
- ・塾では、野菜の状態に応じた食べ方を教えているが、野菜づくりをされている方から皆さんに「こうしたらおいしいよ」と詳しい食べ方などを伝えていただきたい。

【中尾正治氏】

- ・当ホテルの公開空地を活用して旧上陽町の特産品をPRしていただいた縁で、旧上陽町の頃からおつきあいをしている。煎茶を使った菓子を開発したところ、好評でホテル内で販売している。また、ロビーで上陽茶の手揉み実演を行ったり、主婦やOLにお茶の入れ方



料理のつまとなる「葉っぱ」

講習会などを開催している。

- ・ホテル業界は新しい食材、いい食材を探しており、できれば「〇〇町の〇〇さんの野菜です」とお客様に提供したいと考えている。お客様も安心でおいしいものが食べたいと言われる。
- ・食材を仕入れる場合、安定した供給が必要だが、生産者にお願いするばかりでなく、信頼関係をつくっていき、お互いが利益を生むことが必要だと思う。

【野田国義氏】

- ・市役所の自販機にJAの八女茶の商品を置くようになるまで、自動販売機業者との調整が大変だった。学校給食についても産地地消でまかないたいが、品揃えや量の関係、また関係機関との調整などでできないシステムになっている。
- ・お客さんが求める農産物の品目・品質に対応するためにどうしたら良いのかと話をしているが、生産者や販売者のネットワークを広げて連携していくことが必要だと感じた。

【横石知二氏】

- ・八女のように都市圏に近く、食材が豊富にそろう地域はなかなかない。消費者と産地をどう近づけていくか。市場向けだけでなく、直売所や給食などに対応できるしなやかさをしっかり作っていくことが大事だ。

勢いのある基調講演の後、各立場から現状をふまえて、これからどう取り組んでいこうかという思いあふれる意見に会場からときおり拍手

や笑いがわきおこっていた。

各立場の方と生産者の方が一同に介し、知らなかったけど実は同じ思いをもっていたということがわかって共感し、そのような雰囲気になったのだと思う。

横石さんの言われた「変わらないリスクと変わるリスクどっちが大事か」という問いかけに、「思い」だけでなく『仕組み』づくりにチャレンジする意識と取り組みを肝に命じたあつという間のシンポジウムであった。

(あいこう みほ)



## 鹿肉の勉強会 蝦夷鹿 VS 伊佐鹿

雪丸 久徳

(よかネット NO.97 2010.1)

鹿児島県の伊佐市では、地域雇用創造推進事業（新パッケージ事業）の採択を受け、2009年7月より事業に取り組んでおり、地元の飲食関係の事業者を対象にした特産品・新メニュー開発人材の育成のコーディネートをお手伝いしている。その中で、害獣駆除で鹿がとれるので市がその処理施設を整備したが、仕留めた鹿を処理して売るまでの一連のしくみが整っていないのでどうにかしたい、といった話があり、鹿肉の活用方法について調査研究を始めた。

実際に鹿肉を使っている側の話を聞いた方が早いだろうと思い、今回、講師をお願いしている内村玲子氏（フードコーディネーター、ライター）に紹介して頂き、事業推進委員の中村さんと3人で鹿児島市の照国神社の近くのイタリア料理店「CAINOYA」に鹿肉の勉強会に行ってきた。

「CAINOYA」は、福岡から毎週通うお客さんもいるほどの人気のレストランで、塩澤隆由シェフが一人で切り盛りされている。各地の若手シェフ仲間とのワークショップや勉強会、日々お店で使う自家製の有機栽培の野菜づくりなど、超多忙な日々を送っておられる。その日も満席であったが、貴重な時間をいただき、特別に鹿肉づくしのコースをつくっていただいた。

### ●鹿肉は実はおいしい

鹿肉の最初の皿は、蝦夷鹿のカルパッチョ。スチームを入れて人肌くらいに温めたほうがおいしいとのことで、温かい皿にのった状態でできた。鹿肉はくせがあって‘ちょっと…’という人が多いかもしれないが、機会があればぜひ行って味わってほしい。肉が口の中でとろけるような感じですごく美味しかった。

次の皿は、鹿肉のラグーソース（具材感を残しつつ具材を細かく刻んで煮込んだもの）の

ショートパスタ。カブの葉やダイコンでアクセントがつけて食べやすくなっている。鹿肉のラグーソースは濃厚だったが一気にたいらげてしまった。

最後の皿は、蝦夷鹿と伊佐鹿のロースト対決。事前にお送りしたところ、食べ比べできるように配慮してくださった。

一通り鹿づくしコースを味わったあと、塩澤シェフにお話を聞いた。

### ●鹿肉の美味しさを引き出すには、仕留めてから処理までの仕方が大事

塩澤シェフが一番に処理の仕方についてお話された。事前にお送りした肉は、解凍時にドリップが出たとのこと。焼いた時の臭いもすごく、仕留めてからの処理の仕方に問題があるのだろうとおっしゃっていた。今のところ伊佐の鹿肉は冷凍されたものを地元のスーパーで一般向けに売っているが、高級食材としてレストランに卸すことも考えるのであれば、プロが認める品質を提供するために猟師や処理する人の技術習得がカギになるとおっしゃっていた。

### ●生肉が基本。骨・筋付きで仕入れたい

次に塩澤シェフが話されたのは、レストランは生の状態（冷蔵）で仕入れたがるので、冷凍より生肉での流通を基本に考えたほうが良いということ。蝦夷鹿は予約を入れて2週間後に生で届く仕組みだそうだ。凍らすことで細胞を壊してしまい、味がおちるらしい。凍らす場合、瞬間凍結でないと食材としてプロの料理人に使ってもらうのは難しいということだった。

また、レストランとしては骨付き・筋付きのほうがスープの出汁などにも使えてありがたいとのことで、きれいにブロック分けする加工に手間をかけるよりは、最低限の処理を済ました状態で、半頭あるいは1頭売りをするか、部位

によっては加工にまわして歩留まりを上げていく努力をしたほうがいいということであった。

### ●ベストな状態の鹿肉で勝負

さらに、北海道などと比べて、伊佐地域なら雪が積もることも少ないので冬場でも餌があるので、処理次第ではいい肉質のものがとれるのではということだった。また、やり方によっては天然の鹿を一定期間半飼育（養鹿）してベストな状態でめることも検討してみてもいいということだった。もがき苦しんで死んだ肉はおいしくないのだそうだ。

### ●時代は赤身の肉へ

10年前までは考えられなかったそうだが、最近ではコース料理にしても牛抜きでというお客さんも増えてきており、赤身の肉を好む方も増えているとのことで、鹿肉を使ったパスタはよくでるらしい。料理の雑誌にジビエ料理が特集されるようになったあたりからみても赤身への時代の流れがあるということをおっしゃっていた。

### ●猟師や中間処理に係る方に現場をみてもらいたい

どういう場所で、どういう人が、いくら払って食べているのか、最近一部の農家さんが取り組んでいるように、関係する人がレストランに行き学び、感じる事が大事だとおっしゃっていた。お店で使う野菜を育てたり、農家の畑に足を運んだり、塩澤シェフ自身が自ら足を運んで相当勉強されているので説得力がある。地元の猟師や処理に係る人、料理人が一緒になって勉強すれば可能性があるとおっしゃっていた。

やはり今回も現場の声を聞くに限ると思った。鹿肉は高級食材としてレストランで扱われることが多く、大切なのは猟師や処理に係る人など、食材として扱う中間の人たちのプロ意識次第という感じがする。そして、鹿を仕留めてから流通にのせるまでのシステムづくり（ビジネスとして事業ベースにのる体制）が整えば、ブランド化の可能性もあると感じる。あわせて、今後は品質向上と、鹿肉のマイナスイメージをプラスに変えていくイメージアップにも取り組



蝦夷鹿のカルパッチョ



鹿肉を使ったラグーソースのショートパスタ



蝦夷鹿と伊佐鹿のロースト

んでいく必要があるだろう。

地元の方にとって、食べて美味しい、地域の新たな特産として売り出したいという思いが集まらないと進まないと思うので、情報交換をしながら、新たな地元主体の動きが生まれることを期待したい。（ゆきまる ひさのり）



## 「ド・ロさまそうめん」事業は、今も引き継がれ、ド・ロ神父の味を守りつつけている

山田 龍雄

(よかネット NO.102 2011.4)

2010年度、長崎市の仕事を受けた関係で外海(そとめ)に行く機会があり、復活してから20年、取材に行ってから10年が経過した「ド・ロさまそうめん」が、今どうなっているのかが気になり、外海地区出津(しつ)にある新しい工房を訪ねた。

長崎市内から国道202号にそって北方面に向かい、長崎市外海地区(旧外海町)の案内看板を過ぎたところから急に明るく視界が広がり、左側に海、右側に急峻な山々がみえてくる。

この地に明治12年にマルコ・マリ・ド・ロ神父(以下ド・ロ神父)が、パリ外国宣教会の外海地区の出津教会司祭として赴任されたのである。「ド・ロさまそうめん」の話をするためには、開発者の「ド・ロ神父」のことを説明しないといけない。

### ●住民の仕事づくりのひとつとして始める「そうめんづくり」

ド・ロ神父は、キリスト教の布教活動とともに、外海の貧しい暮らしを救助するため、フランスの家族から譲り受けた莫大な資財を投じて、母国フランスで身につけた建築、医学、農業、印刷などの幅広い知識を活かした事業を行っている。ド・ロ神父は農地開墾、パン・マカロニ・そうめん・織物などの授産事業、教会堂建設、保育所建設、防波堤や道路整備など、村人たちへの仕事づくりや農業や生活の基盤づくりに生涯を費やした人であり、今でも地域からは「ド・ロさま」として崇められている。

ド・ロ神父は、最初にマカロニを創ったのであるが、日本の食習慣になじまず、これを長崎市の洋館居留地へ売っていた。そこで、当時、既にこの地方でも食文化として定着していた「そうめん」をド・ロ神父が、開発したのであるが、いつしか製法は長らく途絶えてしまっ

いた。ちなみにこの地域一帯に知られている「そうめん」といえば、「島原そうめん」である。

司馬遼太郎の「街道がゆく～島原・天草諸道」で、司馬氏一行が西有家町の素麺製造所を訪ねるところのくだりを読むと、『島原そうめんは、島原の乱後(1637年)、小豆島から島原へ入植したひとびとによって伝えられたということは、ほぼまちがいない』と記されている。そうすると1600年代中期には、この地方にそうめんは伝来し、食されていたと想像される。

### ●昭和56年に「ド・ロさまそうめん」復活

「ド・ロさまそうめん」の復活の話は、「よかネット50号(2001.3:尾崎正利文責)」に詳しく掲載している。概略は下記のとおりである。

- ・試作にあたっての最大の課題は40数年前に途絶えてしまった途中のブランクを回復することであった。
- ・製法も文献も残っていない、当時、ご存命の修道女の方の記憶から製法の雰囲気を手がかりにした。
- ・地域の生活改善グループなど5つのグループで取り組みをスタートさせたが、4つのグループが資金や人材等の理由で事業を断念し、最終的には出津農産加工組合だけが残った。
- ・地区内の民家を借り受け、製造用の道具類は



長崎市内から車で約50分で外海地区出津に到着できる



ド・ロ神父

家庭から持ち寄り、4 kgの小麦を手でこねはじめた。

- ・改良普及所と外海町の指導員などの協力、島原の製造見学などを行って技術力を高めて、一年経つ頃には「何とか活かそう」という感じものが出来た。
- ・昭和 58 年の県の補助事業に採用されたため、工場が新築され、生産能力は向上した。
- ・当時の生産量は 180 kg/日程度であった。

#### ●(株)サンフリーのド・ロさまそうめん事業部として事業継続、展開

出津文化村に隣接している新しい工房を訪ね、工場長の林田伸一郎氏と藤田善文係長のお二人からお話をお伺いした。

- ・現、工場長の林田さんは、平成 6 年に創業者のお父さん（林田準治氏）から仕事をまかされ、平成 13 年に実質的に出津農産加工組合の経営を引き継ぐ。しかし、人口減少や食の多様化による素麺需要の低下、そうめん業界の競争激化、従業員の高齢化などから非常に厳しい状況が続いていた。
- ・林田さんは先代が苦勞して開発し、事業を継続してきた事業を縮小していくのか、資本がしっかりしている企業の傘下に入り、事業を伸ばしていくのかを悩まれる。事業縮小して、家内工業的にやれば、継続できないことはないと思ったが、これでは発展もしないだろうと思った。
- ・平成 18 年頃に、当時、原料となる小麦等の材料を卸して頂いていた(株)サンフリーの藤田さんに相談すると、すぐに社長に掛け合っ



最初お会いしたとき、先代のお父さんではないかと勘違いした林田工場長

て頂き、(株)サンフリーの社長も「ド・ロさまそうめん」の火は消してはならないと「出津ド・ロさま麺事業部」を立ち上げる。

- ・この当時、伊藤一長長崎市長からの応援もあり、産炭基金を活用して新たな加工所の建設を行った。補助率は 3/4、残りはサンフリーが出資している。このときに手延べだけとは変わらないが、練りや袋詰めなどは最新の機械設備を導入している。
- ・正式には平成 20 年 12 月に「出津農産加工組合」を「出津ド・ロさま麺事業部」として事業継承し、12 月より操業開始する。

#### ●商品のアイテムは増加

10 年前に取材した頃の生産量は、180 kg/日であった。現在も生産量は 200 kg/日と少し増加しているものの大きな生産量のアップはないようだ。しかし、商品アイテムは、そうめん以外にうどん、平麺、パスタと商品アイテムは増えており、贈答用の詰め合わせセット商品も 9 種類と多い。

販売先は、長崎市内及び周辺の直売所、スーパー、お土産店などの店舗販売と個別注文販売であり、景気の影響のためか、ギフト関係は減ってきたそうだ。個別注文販売と店舗販売での販売額の比率は 6 : 4 と個別注文販売の比率が高い。「ド・ロさまそうめん」を一度食べた人は、気に入って、再度注文してくれている割合が高いと思われる。

現在の従業員は、10 年前と変わらず、正社員 3 名とパート 6 名の体制で行っており、売上げは約 3 千万～3 千 5 百万円とのこと。



モダンな建物になったドロさま麺工房



工場内部の様子 取材した日には、そうめんではなく平麺をのばしていた

従業員のうち3名がカトリックであり、10年前の記事に記してあるが、日曜出勤する場合は神父の許可が必要であり、日曜出勤で頂いた賃金の一部を教会に寄付するようになっているそうだ。

従業員の働き方は、カトリック信者の多い地方ならではの習わしは変わっていないようだ。

### ●なぜ、ド・ロ神父は落花生油をつかったのだろうか？

「ド・ロさまそうめん」の最大の特徴は、引き油に落花生油を使っていることである。

「パスタであれば、オリーブオイルであるのに、神父さんは何故、そうめんを伸ばすのに落花生油を使ったのですかね」と林田さんに質問すると「それがわからないのですよ。明治初期の長崎では中国人も多く居住していた関係で、落花生油を使っていたと考えられ、手っ取り早く落花生油が入手できたからではないでしょうか」とのことである。これは天国に召されたド・ロ神父に直接お聞きしないとわからない話である。

また、林田さんは「落花生油は、普通の菜種油の2.5～3倍の値段であり、イタギの行程（最初にこねた小麦粉を丸める行程）で、少量使用するのですが、大量に使用すると、大変ですね」とおっしゃっておられた。

### ●今後はブランド力の強化とパスタ製造

現在、各メーカーともそうめん自体の味そのものに大差がなくなってきたこと、「ド・ロさまそうめん」自体が島原のそうめん、五島のう

どんといった地域ブランド力がないこともあり、「ド・ロさま麺商品」の生産額は伸び悩みである。

「ド・ロさまそうめん」は美味しいのであるが、知名度が低いことが最大の弱みであり、長崎県内でも「ド・ロさまそうめん」の認知度は五割程度らしい。本社としても会社のブランド品として伸ばしていきたいと考えており、今年は積極的にPRを強化していく予定であるという。今後の展開が楽しみである。

「ド・ロさまそうめん」を購入して10年ぶりに食してみると、小麦粉の臭いもなく、弾力もあって喉ごしもよく、美味であった。

福岡では、博多区川端町のリバレインの前の福岡銀行博多支店ビル1階にある長崎県アンテナショップ「キトラス」のみで購入可能なので、「麺好き」「麺こだわり」の方は是非、ご賞味ください。（やまだ たつお）



独立九州の会

## 「焼酎を飲んで楽しい国造りをしよう」

山田 龍雄

(よかネット NO.75 2005.5)

今回（※2005年当時）は、5年前に焼酎を地域文化として継承し、また焼酎好きな人たちが楽しく飲み交わす場として「日本焼酎学会」を立ち上げられた福岡県立大学の豊田謙二先生に話題提供していただいた。

先生は12年前まで鹿児島国際大学に在籍されていた。その鹿児島時代に焼酎にはまり、以来焼酎の研究をされてきたということで、既に「薩摩焼酎紀行」という本も平成3年に出版されている。さらに2005年4月に新たな焼酎の本「南のくにの焼酎文化」という本を上梓された。今回の案内では先生の話に加え、美味しい焼酎も持参してきていただけるとの前宣伝が効いたのか、30名近い参加があった。

### ●日本の酒税法は地域文化を壊している

欧米の酒税をみると食卓酒といわれるワイン、ビールは非常に低い税率であり、蒸留酒は食卓酒ではないため欧米でも極端に高い税率となっている。しかし、日本の場合は、10年前までは焼酎は税率が低かったため、WTO（世界貿易機構）は貿易上不公平であるということで、ウイスキーと同様に高い税率を要求してきた。しかし、この時に欧米と同様に焼酎は食卓酒であるという論法で言い張っていれば、低い税率でよかったのであるが、単に蒸留酒ということだけで税率改正を行ったという。これは食文化の論理でいうならば、矛盾する話である。日本の国税局は税金を召し上げることに主眼があり、食卓酒として地域文化を継承、育てていくという考えがないのではないかと先生は力説されていた。

焼酎は税率があがり、売値も高くなったが、10数年前から一貫して出荷量は増加しており、

長期トレンド（日本政策投資銀行南九州支店）によると、来年あたりには焼酎（甲乙含む）が清酒を追い越す勢いである。

これは焼酎が原点に戻って地域独自の味を復活させ、麴や製法などに努力してきた結果である。

酒税法の話で面白かったのが「宮崎の焼酎は20度で、鹿児島の焼酎は25度が主流であるのは何故か」との質問があった。これは地域文化の違いではなく、戦後一時期、酒税は度数で違って来るため、宮崎産の焼酎を鹿児島産より安くするための宮崎側の戦略であったとは意外であった。

### ●焼酎を美味しく飲むには「黒じょか」でチン！

今、焼酎はお湯を注ぎ、あとで焼酎を注ぐというのが一般的な飲み方になっている。一時期焼酎を先に入れるか、はたまたお湯を先に入れるかでよく議論しあったことがあった。どちらを先にいれるかは味にとっては実は大した問題ではなく、熱いお湯を焼酎にいきなり混ぜると焼酎の成分が壊れ、焼酎本来の味を出せないとの話であった。

やはり焼酎のうまみ成分を壊さず飲むには「黒じょか（薩摩焼の焼酎用のお燗）」に水と焼酎を自分の好みの配分で入れて暖めるか、電子レンジで“チン”すればよいとのことであった。また、焼き物グラスでの“チン”でも良いそうだ。私も「黒じょか」を3器ぐらい持っているが、沸かすのが面倒なのでまったく使っておらず、バザーに出そうかと思っていた。手放さなくて良かったと思う。これから「黒じょか」で“チン”して飲むことにしよう。ちなみに先生の話によると、焼酎には甘みをつけるため、甘味料を加



お話しをさせていただいた豊田謙二先生

えているものがあるらしい。そこで焼酎をじっくり暖めるとアルコール分と水が蒸発し、瓶の底に黒いツブツブが残るものは甘味料を加えたものらしく、絶対飲まないと言っていた。

私の記憶でも確かに東京向けの麦焼酎の中には、焼酎独自の甘さではなく変に甘い味のものがあつたようだ。

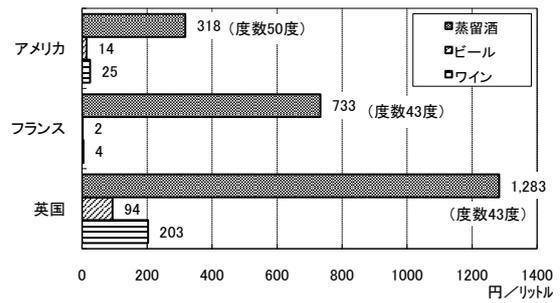
### ●麦焼酎を最も多く製造している県はどこ？

サツマイモは長く保存がきかないため、芋焼酎はだいたい10月から翌年の1月までに年間の仕込みをしてしまう。芋焼酎の工場は、極めて稼働率が悪い。しかし、この芋焼酎を作らない時期に、なんと麦焼酎を造っているとのこと。鹿児島産の麦焼酎が他県に桶売りされているらしい。

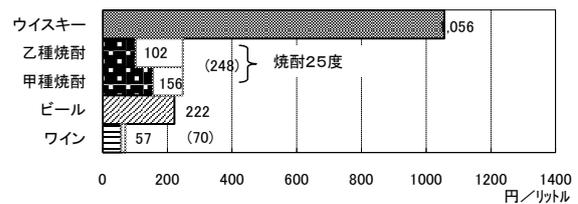
### ●黄麹、黒麹から白麹そしてまたまた黒麹へと

麹の話もなかなか面白かった。鹿児島の麹は元々黄麹と黒麹であった。黄麹は酸が少なく暖かい地域では雑菌が入りやすいため品質が安定しなく、また、黒麹は、肺の中が真っ黒くなるという欠点があつた。河内源一郎という方が1960年に白麹を発見して以来、多くの蔵元で白麹が、黄麹・黒麹に替わって使用されてきた。最近、使用しやすい黒麹が発見され、今では「黒霧島」をはじめ、多くのメーカーが黒麹を採用している。泡盛は、一貫して黒麹で造ってきた

各国の酒税比較（1995年時点）



日本の酒税比較（1995年時点ーカッコは現行税率）



のであるが、焼酎みたいに肺が真っ黒になるという問題はなかったのであろうかという素朴な疑問はあるが、これは今後先生にお会いしたときに聞いておこと思う。

この理由をもし分かっている方がいましたら、教えていただきたい。

### ●持参の焼酎試飲で場の雰囲気が変わる

先生が1時間ぐらい話をされた後に、持参された焼酎「萬膳」と「かめ壺仕込み・蔵の師魂(しこん)」を紙コップに注ぎ、試飲大会となった。

「萬膳」は霧島の山深いところで麹菌も手づくりということで、芋特有の甘い香りも残っており、なかなかのものであつた。「蔵の師魂」は「萬膳」に比べて少々辛口といった味であつたが、これもなかなか美味しかった。

試飲すると参加者全員が気分も良くなり、お互い話し合いをする人も多くなり、場もいっぺんに和やかな雰囲気に様変わりした。まさに美味しい焼酎効果の威力である。このあと、豊田先生を交え、飲食店が並ぶ天満宮横町の第2会議場へ向かったのは言うまでもない。

昨年9月頃、先生とお会いする機会があつたときに、「鹿児島大学で先輩方々から鍛えられたおかげですっかり身体の方が焼酎体質になってしまいました」と告げると、早速、先生から日本焼酎学会の話をお聞きした。その場で

入会の申し込みをお願いすると許可をいただいた。今回、改めて先生の焼酎の話を聞いて、原料や麹菌の変遷、製造方法、飲み方のルールなど、焼酎を地域文化といった視点でとらえるとなかなか奥深いものがあることがわかった。これを機会に私も単に飲んで騒ぐだけではなく、少し焼酎の蘊蓄を語れるようになろうと思った。

(やまだ たつお)

雪丸 久徳

(よかネット NO.75 2005.5)

2005年3月16日、NPO法人日本都市計画家協会が主催するインターネット交流会「お漬け物とまちおこし村おこし」が行われた。これは一つの会場に人が集まって行われる交流会ではなく、インターネットを使って、東京をキー局に佐賀県七山村（鳴神の庄）、新潟県村上市（都岐沙羅交流サロン穂！人（ほっと））をつなぎ、漬け物やまちおこしについて紹介しあうといった交流会である。私は七山会場のサポートを担当した。しかし、今回、話のネタとなる漬け物を前もって送り合い、実物を食べながら交流するというかたちで交流会を行ったため、会場は思った以上に盛り上がった。

### ●鳴神の庄の一角を会場に。人気の舞台裏を見た

七山会場は、「鳴神の庄」という、福岡市から1時間かけて買いにくるお客さんが多い人気の農産物直売所の一角に即席でつくることになり、交流会が始まる2時間前（夕方4時）から会場入りして準備に取りかかった。鳴神の庄は、その時はまだ営業中だったので、最近自炊することが多い私は自分用に何か野菜を買おうと思ったが、ほとんど売り切れていた。また、売れ残った商品はその日の夕方に出品者が取りにくるというしくみがあり、閉店すると品物が搬出口に並べられたため棚は空っぽになった。はるばる遠方から買いに来るファンが多い人気の背景、消費者からの信頼・支持を得ている舞台裏をみることができた。

会場は、店の片隅にノートパソコンとスピーカー、マイクなどを持ち込み、話のネタとなる漬け物を机に並べた。出演者は、以前より交流の深い諸熊雅博さん（鳴神の庄出品会会長）を中心に、地元で手作りの漬け物や加工品等を出

品されておられる仲間を集めていただいた。七山会場には出演者をはじめ、鳴神の庄の店長・副店長、地元の役場の方や七山の葉わさびファンが集まり、漬け物を囲んで和気藹々とした雰囲気であらゆる交流が始まった。

### ●七山弁で葉わさび漬け実演

七山村からは、葉わさび、こんにゃく、ゆずこしょう、野菜の漬け物を紹介することとなり、諸熊さんを通じて、東京と新潟に事前に送っていた。そのなかでも葉わさびはあえて生の状態、いわゆる葉っぱの状態を送って、実演をみながら実際に葉わさび漬けをその場で作って食べていただくことにした。

実演では、鮮度を保つための塩をわさびの葉にふるところから始まり、80℃に調整されたお湯をかけて十数秒待ち、緑色が鮮明になったところで氷水につけ、さらに2～3cmに切ったのちにボールに入れて蓋をし、香りを出すためにそれを振り、最後に瓶につめた。諸熊さんの七山弁での説明に糸乗の解説を交えながらの実演だったが、東京会場は調理できる設備が整っておらず、鍋でお湯を沸かして温度調整する場



漬物を食べながら、ネットの向こうと意見交換

面で、ポットのお湯しかないとか、氷水がないから今から買いに行くといったハプニングがあり、そのたびに七山会場はどっと笑い声があがっていた。

#### ●七山村は人が元気だから村が元気

葉わさび実演に続いて、七山村のこんにやく、ゆずこしょうなどについても、作っておられる本人からつくり方や食べ方などの説明していただいた。インターネット会議という初めての体験で若干不安そうな顔をされている方もいたが、質問に受け答えするなかで徐々に慣れて、後半になると進んで新潟の漬物について質問するなど積極的な交流が行われた。

諸熊さんをはじめ、地域にあるものを活かして商品を開発している方々と一緒にしばらくの間過ごしたが、地元の皆さんがとても生き生きしていたことが印象的だった。この人たちの元気が七山を支えているのだろうと思った。

#### ●まちおこしとインターネット

今回は漬物をネタに距離を感じることなく交流ができたと思う。まちをPRするツールとしてや人と人、田舎と都市を繋ぐきっかけづくりとして、インターネットを使う機会も少しずつ増えてくるのではないかと思う。工夫次第では、楽しい交流会もできるので、今後インターネットをうまく使って、まちや人をつなぐきっかけをつくる仕事にも挑戦してみたい。

(ゆきまる ひさのり)



葉わさび漬け実演の様子。葉わさびに塩をふる前。



お湯の温度調整中



マヨネーズの空容器に水を入れ氷させたもの。色が変わったらすぐに氷水で冷やす。



瓶詰めの様子



## 直売所隆盛の時代？

～北部九州直売所事情～

原 啓介

(よかネット NO.90 2008.4)

### ●福岡・佐賀両県で大規模な直売所が続々とオープンしている

農林水産省によると、「直売所」とは「生産者が自ら生産した農産物や農産物加工品を生産者または生産者グループが、定期的に不特定の消費者に直接対面販売するために開設した場所又は施設。市区町村、農業協同組合等が開設した施設、道の駅に併設された施設を利用するもの、果実等の季節性が高い農産物を販売するため、限定して開設されたものも含む。ただし、無人販売所、移動販売及びインターネットによる販売は除く。」とある。

最近（※2008年当時）、福岡県、佐賀県など北部九州で、大型の農産物直売所が続々とオープンしている。昨年4月に前原市にJA糸島が経営する「伊都菜彩」がオープン、同時期に朝倉市に「三連水車の里あさくら」が開業した。さらに筑前町に「ファーマーズマーケット」（平成20年4月）、久留米市に「道の駅くるめ」（平成20年5月）が開業する予定である。この他佐賀市北部や宗像市、宮若市でも直売所の計画がある。これらの直売所の多くは、計画段階で数億円の売り上げを期待しており、それだけ増えて本当に大丈夫かな？という疑問も感じてしまう。しかし、伊都菜彩は年間12～13億円という目標に対して、すでに予想を上回る売り上げをあげている。三連水車の里にしても、同じ国道沿いの4kmしか離れていない場所に年間65万人が訪れる「道の駅原鶴」があるにも関わらず、当初の目標どおり40万人の来客を達成しそうとのことで、今のところ需要はあるようだ。これらの直売所には、レストランを併設するなど、「市場に出せなかった農産物を安く売る」

という一昔前の直売所のイメージから新たな形態に進化してきている。

全国的に見ても直売所は増加している。（財）都市農山漁村交流活性化機構が出しているデータによると、全国の常設・有人の直売所数は、平成14年に2,224店（推定売上約2,500億円）であったのが、平成17年では4,654件（推定売上4,500億円）と、約2倍に増加している。

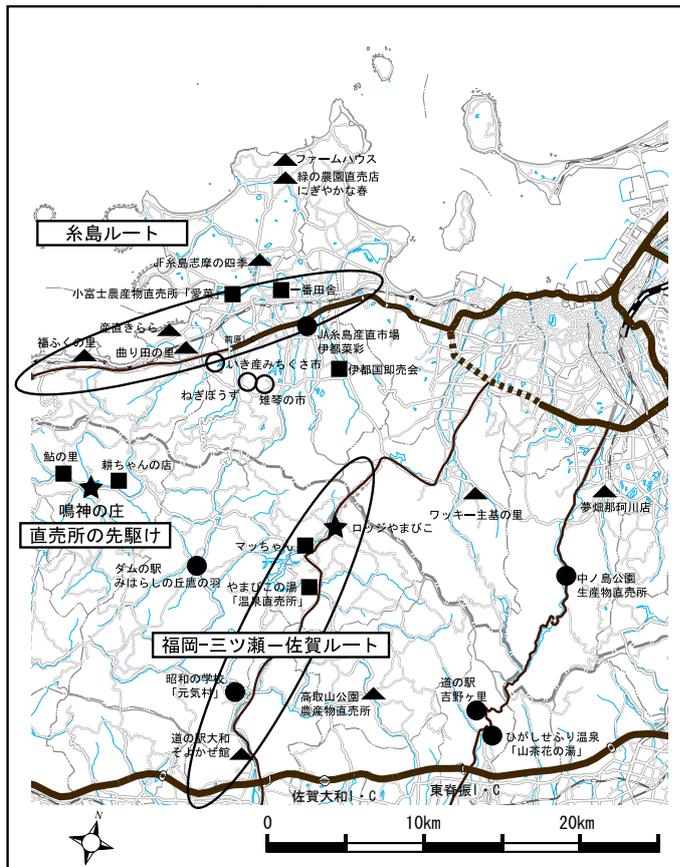
この「直売所隆盛の時代」の中で、よかネットの事務所内でも、お客さんはどのような行動をしているのか、各店舗はどのような取り組みをしているのか、経営は成り立つのか、商品は確保できるのかなどといった直売所に関する話題が多くなってきている。私個人も毎日直売所で買った野菜を食べ、週末は福岡市西部～佐賀県北部の直売所巡りを楽しむなど、日常生活における直売所への依存が昔と比べてかなり高くなっている。今年、地域情報化の将来像を描く業務や観光計画の実行に関わったが、そこでも地域活性化のために直売所への期待は大きく、地域における直売所の重要性が高まっているようだ。そこで今回、福岡県西部、佐賀県の直売所の動向について調べてみることにした。

### ●福岡県では、中小の直売所の淘汰が起きており、大規模化が進んでいる

福岡県では、農政部農業技術課石田さんにお話を伺った。

- ・直売所数は平成15年259件をピークに減少しており、平成18年で230件となっている。売り上げは、平成10年57億円だったのが、平成18年には200億円に増加している。
- ・売り上げが数億円の大型直売所が開業することで、周辺の直売所の淘汰が起きている。

幹線道路沿いに立ち並ぶ農産物直売所



生産者の顔がみえる、採れたての新鮮な野菜や魚を求めて「直売所めぐり」が流行っているようです。

直売所の激戦区である福岡市の西、糸島地域から佐賀にかけてのエリアを対象に、主な農産物直売所（常設）の立地状況を調べてみました。

20年以上前からある農産物直売所は、七山の「鳴神の庄」など、山間部の農村に立地していますが、その後設置された直売所は、比較的まちに近い所や、福岡市や佐賀市からドライブのついでに立ち寄れる便利のよいところに立地しています。

農産物直売所の競争が激しくなる一方で、特色を出すことで相乗効果が期待できる「農産物直売所ルート」ができつつあるようです。

★	昭和63年以前に設置
■	平成元～9年に設置
▲	平成10～14年に設置
●	平成15年以降に設置
○	設置年不明

農産物直売所とは、生産者自らが生産した農林水産物や加工食品等を消費者に直販する施設（朝市・夕市、土日のみ営業除く）。有人で常設のものを整理した。  
設置年は、電話にて聞き取り調査をした。

- 二丈町の「福ふくの里」は、地域づくりの活動を積極的に行っており、県内の直売所のモデルケースの一つ。露地栽培が多いので品不足になりやすいため、ハウス野菜確保のため、ハウス建設の補助を行っている（直売所がビニールハウス設置費用の3割を負担し、残りの7割を5年間で返済してもらう仕組み）。このほか、観光情報発信やイベント開催などの活動を行っている。
- 西区小戸のマリノアシティで、県内の直売所や加工グループ34カ所が一堂に会し、特産品を持ち寄った「福岡県地域丸ごと産直市」を開催したところ、消費者と参加者の双方から好評であった。
- 佐賀県の直売所数は横ばいだが、生産者の高齢化が課題になっている  
佐賀県では、生産振興部生産者支援課熊谷さん、石松さんにお話を伺った。
- 佐賀県の直売所数は、平成13、14年の163

件をピークに微減したが、その後やや持ち直し、平成18年度では157件となっている。個々の直売所の売り上げは、横ばいまたは増加している。

- 直売所が減少した理由としては、複数の直売所が統合して一つの大型の直売所になるケースがある。また、最近の傾向として、農家・生産者の高齢化がますます進んでおり、消費者のニーズに対応した生産物が確保できないため、やむなく閉店するケースが出てきている。
- POSなど、情報機器を使った生産・出荷の管理については、生産者が高齢者が多いため、技術の習得が追いつかないという話を聞く。直売所の情報化は、全国の先進事例と比較してまだ進んでいない。
- 消費者と生産者が作物について会話したり、農業体験をしたり、農業をベースにした直売所だからこそできる役割がある。また、直売



年間 100 万人以上の入込みのある人気の直売所

所は地域の生産者同士が触れあう場、寄り合いの場になっている。

- ・唐津市七山村の「鳴神の庄」をはじめとした佐賀県の直売所は、福岡市内のスーパー内のインショップで商品を買っている。インショップは生産者にとってのアンテナショップの役割を担っており、そこで売れ行き良かった、核家族に対応した少ロット販売などの商品を直売所でも展開している。インショップと直売所は補完し合う役割になってきている。

### ●福岡都市圏住民の日帰り観光・ドライブの目的地に

直売所の利用客について、最も多いのは地元の人であり、地域の日常的な買い物の場となっている。佐賀市北部の山間地にある直売所では、魚が一番最初に売り切れるそうだ。山で魚が？というイメージを持たれるかもしれないが、山あいに住む地元の人にとって魚を買うことができる場所はそう多くない。

また、福岡都市圏からの日帰り観光客も大きなターゲットとなっている。唐津市七山村の「鳴神の庄」、佐賀市大和町の「道の駅大和そよかぜ館」の利用客は、約5割が地元、3～4割が福岡都市圏からの客と言われている。所員の話では、特定の生産者の商品を指名買いしながら直売所を“はしご”する人もいるようだ。

また、背振山地の南北地域は海・山の自然に

恵まれ、風光明媚なところで、絶好のドライブコースとなっている。伊都菜彩の「あまおうのソフトクリーム」や、道の駅大和そよかぜ館の「渋柿ソフト」など、女性が好きなスイーツや、牡蠣小屋、農家レストランなど、地域の食を楽しむ場も非常に充実している。これらを組み合わせながら、思い思いにドライブを楽しむこの地域は、福岡都市圏住民の手軽な日帰り観光地として大きな役割を果たしている。

### ●直売所の役割は多様化・多機能化している

各直売所の状況についてみると、大規模な直売所が増え、既存の直売所では、差別化を図るところも出ている。特に都市圏西部では伊都菜彩という巨大直売所ができた影響で、周辺の直売所は魚や加工品を充実させるなど独自色を打ち出しているようだ。

直売所における技術も刻々と進化しており、全国的にみると、直売所での野菜の売れ行きを携帯電話でリアルタイムで確認できる仕組みを導入しているところなどがある。しかし、福岡・佐賀両県の直売所ではまだそこまでの技術を導入しているところはないようだ。また、食材の生産から消費までを追跡する“トレーサビリティ”についても、履歴を明らかにすることによる食材への付加価値と、導入コスト・手間を天秤にかけると、まだ導入に踏み切れないという話だった。そういう意味では、まだ今後の生産・流通のコストダウンや、履歴を表示することによる差別化など、技術革新の余地は多いのかもしれない。

また直売所には、観光情報や地域情報の発信、付加価値のある加工品・レストランの展開、体験農業の提供など、直売所に求められる役割・機能がますます多様化するとともに、利用者へのサービスも一層充実してきている。一方で、大規模化・多角化したことの弊害として管理の目が行き届かなくなり、消費者の期待を裏切ることになるようなことがないよう、内部のルールづくりやモラルを遵守する必要性もより一層

増すだろうと思う。

直売所は、生産者の収入面にとっても効果が大きい。農家が市場を通じて小売りに200円の野菜を出すと、農家の手取りは50～60円となる。しかし、直売所で180円の野菜は、直売所の手数料（15～20%）を引いても、農家の手取りは約130～150円と2～3倍になる。収入以外にも、生産者が直接持ち込むために、消費者の喜ぶ顔が見えるなど、直売所に商品を出すことにメリットを感じる生産者もいるようだ。

●安心・新鮮の他に、今後はどう地域に貢献しているかが問われるのでは？

直売所はもはや単なる「直売所」ではなく、「交流・集客の拠点施設」「まちづくりの核となる施設」として、グリーンツーリズムや特産品開発など、農村資源を活かした取り組みを展開していく核施設になっている。安全・安心・新鮮は最低条件であり、今後は直売所がどれだけ地域に貢献しているかが問われる時代になってくるのではないかと。

最後に、佐賀市大和町にある「農事組合法人そよかぜ館」の事例を紹介させて頂きたい。農事組合法人そよかぜ館は、「道の駅大和そよかぜ館」の運営を市から委託されており、ここを拠点として、地域農産物の生産販売の拡大や、ホテル、保育園、病院等への地場産農産物の供給、農業体験教室等による消費者との交流、耕作放棄地を活用した体験農園、農家民泊などグリーンツーリズムの取り組みを行っている。このような地域貢献活動に対して国も高く評価しており、先日組合は、「平成19年度地産地消費優良活動表彰 農林水産省生産局長賞」を受賞した。道の駅大和そよかぜ館の活動は、直売所の地域交流・貢献の一つのモデルケースになるかもしれない。（はら けいすけ）



## 農村集落が経営する直売所 有限会社「福ふくの里」

～農家の収入と地域の雇用を産んだ～

本田 正明

(よかネット NO.91 2008.7)

「福ふくの里」は、福岡市から西に車で40分ほどいった二丈町の福吉地区にある。

私が初めて直売所を訪れたのは3年前（※2008年当時）。そのころには、すでに年間6億円以上の売り上げがある希少な直売所だった。当時私は、糸島地域に移転してきた九州大学と地元の接点をつくるために、地元事業者を回っていて、社長である市丸さん（当時）に話を聞いた。

そもそもは九州大学との連携ニーズについて聞いていたのだが、福ふくの里自体の取り組みが農村集落の地域づくりのモデルとして非常に興味深いものだったので、気がつけば2時間近くお話をさせていただいたことを覚えている。今回の内容はその時のヒアリングに基づいているが、当時から3年の歳月が過ぎており、周辺地域に大規模な直売所が立地するなど環境の変化も生じているため、現在の副社長であり、出荷する農家でもある山崎さんに近況について話を伺った。

### ●地元の年間6億を売り上げ、地元の20人の雇用を生み出す

直売所設立のそもそものきっかけは平成8年（1996年）にさかのぼる。二丈町はJR筑肥線の駅が5つもあるほど東西に長細い地形であり、特に福吉地区は海と山が近いので、田んぼの面積が少ない。主要産業であるミカンも低迷し始めたので、地域をどう活性化すればいいかというのが、地域の大きな課題だった。

福吉地区の6集落の各役員が集まって福吉地域推進協議会をつくり、その活動の一環として、直売所事業がスタートする。自己資金は、協議会の6人が保証人となってJAから4千万

円ほど借りたのと、福吉の集落からも49人に融資してもらった。直売所に併設している鮮魚館は農業関係施設ではないので、すべて自己資金でつくっている。平成15年に有限会社「福ふくの里」を設立し、開業する。うまく時流に乗ったこともあり、初年度（H15年）から2億4千万円売り上げる（損益分岐は1億2千万円）。2年目は4億7千万円、3年目は6億円を超えた。

一番売り上げているのは養豚農家で2千万円を超えている。1千万円以上売り上げる人も10人以上いるそうだ。収入の増加は農家の励みにもなっているようだ。出荷している組合員は270人ほどおり、職員・パートを含めて約20人が働く場にもなっている。

市丸さんの話だと「パートは主婦の人だが、農家の人はいません。特に農家を断っているわけではありません。最初は福吉校区の人だけ雇っていたのですが、運動会や祭りのときに全員が休みたがるので、雇用を二丈町に拡大しています」ということだった。

### ●福ふくの里のウリは「鮮魚」

福ふくの里の魅力はなんといっても鮮魚だ。福ふくの里では福吉漁協の水揚げの3分の1を取り扱っている。直売所全体の売り上げは魚35%程度、野菜は45%程度で、残りが加工品であり、野菜の売り上げの方が多いが、直売所に足を運ぶ要因としては野菜よりも魚の方が大きい。時化が多く魚が少ないときほど売り上げが下がるそうだ。「お客は天気予報をよくみていて、波が2m以上あると魚があるかどうか電話してきますよ。そして、実際の客数も少ないですね」「スーパーで野菜が高いときなどは、魚がなくともお客が入るときはありますが、基本



農産物直売所福ふくの里

は魚がメインです」

魚を三枚までおろすサービスはニーズが高く、待ち時間が生じることもしばしばである。調理してもらえないなら、買わないでいいというお客は多いそうである。

「調理人は2人ほど雇っています。後は漁師の奥さんにきてもらっています。平日は6人、週末は10人体制です」漁師の船だいたい5時に上がってくるので、漁師の奥さんたちが港に帰るため魚の調理は3時半までしか受け付けていません。時間はできれば伸ばしたいのですが、なかなか難しいですね」

### ●消費者が安心できる安全な野菜づくりへのこだわり

安全な野菜づくりの取り組みも早くから取り組んでいる。毎月1回、使った農薬をすべて記入した栽培履歴を全部出させるようにしていることと、年に2回（春・秋）ほど抜き打ちで、検査センターで残留農薬のチェックを行っている。また、安全性の管理を徹底するため、外部からの仕入れ商品は野菜を1件、花を2件に限り、他は扱わないようにしている。

このようなチェックを行っていること自体は消費者に知らせていないが、周辺に競合する店舗が多いので、野菜の安全性をもっとアピールしてもいいのではという意見は内部にあるそうだ。

他にも減農薬と有機肥料の指導を行っており

講習会なども年に2回ほど開催している。

### ●スーパーに常時ない野菜をつくろう

前号の記事（※P26の「直売所隆盛の時代？」のこと）にあるように、糸島地域ではイオンや伊都菜彩など大規模なスーパーや直売所が立地するなど、厳しい競争環境に置かれている。それらの影響について山崎さんに聞くと、「売り上げは、一昨年から昨年にかけて1割ほど減りました。客数は変わっていないのですが、土日の客単価が下がっています。きっと直売所をぐるぐると買い回って、安いところで買うようにしているのだと思います」といわれた。また、資材等の高騰から野菜の値上げをしたいという農家の声もあるそうだが、競争が増し、売り上げが減る中での値上げはなかなか難しい状況である。

そうした周辺を取り巻く環境が厳しさを増す中、福ふくの里が取り組んでいるのは、「スーパーに常時ない野菜をつくろう」というものだ。

直売所の周囲を圃場整備された優良農地に囲まれているため、直売所の拡大余地がなく、飲食や加工品づくりの事業のやり手も出てこない状況である。競合する店舗との違いを出すため、カラーピーマンや芽キャベツなど、すぐには真似されない栽培技術の高い野菜作りを進めている。

それでも「何をつくればいいのか相談されます。教えれば結果的にみんな同じ物をつくってしまい、値段が下がってしまうから、自分で考えろと言っているんですが……」と山崎さんは、取り組みの難しさを語った。農家もそれぞれ自分たちで消費者の関心やマーケットを観察したり、他に真似されない技術を磨くなど、自立が求められているようである。

（ほんだ まさあき）



## 練馬区の農家レストランみやもとファーム

原 啓介

(よかネット NO.92 2008.10)

### ●焼き肉を食べることができる農家レストラン 「みやもとファーム」

先日（※2008年当時）、埼玉県新座市に出張する機会があり、昼食は練馬区高松の農家レストラン「みやもとファーム」に連れて行ってもらった。

このレストランでは、店舗のすぐ横に農地が広がり、「ここが東京23区内だろうか」といったのどかな風景の中、目の前の畑で採れた新鮮な野菜と焼き肉を食べさせてくれる。普通、農家レストランでは、地域の伝統的な農家料理や創作料理、イタリアンなどが多いと思うが、「農家レストラン」と「焼き肉」という組み合わせが新鮮。

この店のオーナーはもともと農家で、通常の流通ルートに乗らない（定型ではない）野菜を消費したいというニーズからスタートし、オーナーの人脈で米沢牛の畜産農家と協力して、美味い肉と新鮮な野菜を食べさせてくれる焼き肉屋さんが生じたそうだ。お肉も野菜も美味しかったが、個人的に一番気に入ったのが、各テーブルにビアサーバーがついていて、冷えたビールを、自分が好きな分だけ飲むことができるというなんとも嬉しいサービス（ただし、飲み放題ではなくグラム売りなので、飲み過ぎには注意が必要）だ。この農家レストランの仕組みは、福岡市から公共交通を使って行くことができる郊外（早良区・南区・糸島近辺）であれば、十分に成り立つような気がした。

### ●都市住民が授業料を払い、耕させてもらう 「練馬体験農園」

レストランでの食事後は、練馬区職員の井上さんに、みやもとファームの体験農園を案内し

て頂いた。練馬区の体験農園は、井上さん曰く「野菜作りのカルチャースクール型」だそうで、その仕組みは、以下の通り。

- ・体験農園は、三大都市圏特定市の「生産緑地」を対象とする。
- ・練馬区で第1号の体験農園がオープンしたのが平成8年。現在では、こういったタイプの体験農園が13園あり、着実にその数は増加している。
- ・生産緑地は指定後30年以上農業経営を継続していかなければならず、後継者がいないからといった理由で農業を継続していかないのであれば、莫大な相続税を払わなければならないというジレンマに陥った。
- ・そこで、農業者が練馬区の担当者と共に智恵を絞り、平成8年に「農業体験農園」を実現させた。
- ・「市民農園」は、割り当てられた区画を利用者が自由に耕すが、体験農園では、農家が栽培品目を決めて栽培計画を作成、講習会を開催。
- ・農家の耕作指導のもとに、利用者は割り当てられた区画で作付けから収穫までの農作業を行う。
- ・利用料は、練馬区民以外は1区画30㎡あたり4万3千円。練馬区民であれば区から補助金が出るため、年間3万1千円となる。
- ・利用者が農家に支払う利用料の中には、講習料と、収穫した農産物の買い取り料が含まれている。買い取り料は前払いであり、不作の場合も払い戻し等はない。

井上氏によると、農家の収入は、自ら耕作した場合の年収とほぼ同じくらいになるそうだ。



レストランと農園が隣接している。  
右がレストラン、左が農園。

また、生産緑地の固定資産税は農地課税であり、年間数千円。相続税も農業を継続することを前提に納税が猶予される。農家にとっては、都市住民を雇って畑を耕してもらい、なおかつ作物を前払いしてもらい、指導に対する謝礼までもらえるという、メリットの大きい仕組みである。

また、利用者は、地元農家による丁寧な指導を受けることができるため、失敗も少なく、手軽に野菜作りを楽しめる。しかも、スーパーで購入するよりも安くて新鮮な野菜を収穫できるうえ、体験農園を通じてコミュニケーションが広がる、といったメリットがあるそうだ。

リピーター率は9割を超えるとのことで、満足度は非常に高いことが伺える。体験農園の休憩スペースには、農園仲間へのサークル活動のお誘いなどのメッセージが書き込んであり、ほのぼのとした雰囲気である。

#### ●大都市近郊での農業ビジネスを複合的に展開

このみやもとファームでは、農家レストラン、体験農園の他に、レストランの店先では野菜の直売も行っており、都市近郊での農業ビジネスを都市住民のニーズに応じた様々なスタイルで実現している。平日の早朝に農作業を楽しんでから出社するビジネスマンもいるらしく、大都市に住みながら農ある暮らしを楽しむというライフスタイルが徐々に広がっていると感じた。

この練馬区体験農園の取り組みは、安全・安心な食や、農ある暮らしへの関心がある都市住



掲示板には、注意事項等の他、バスツアーなどのサークル活動情報も書かれていた。

民にも願ったりかなったりの制度であるし、大都市における農地の存続のためにも有効な仕組みである。

(はら けいすけ)



## 地元農家が先生になる「糸島まると農学校」

～「農」を通じて都市と農村と九大をつなごう～

本田 正明

(よかネット NO.89 2008.1)

「糸島まると農学校」のコンセプトが生まれたのは、約2年前（※2008年当時）のことである。九州大学が糸島地域に移ってきたにもかかわらず、なかなか地域と大学の連携につながらないと閉塞感が漂っていたところに、地域にある資源を活用した地域プロジェクトの1つとして生まれたものだ。

このプロジェクトの担当の二丈町は、大規模農業や減農薬農業、赤米などの古代米の再現など、国内でも先進的な取り組みが行われている。福岡都市圏の住民は安全で安心できる食への関心も高いので、地元の農家や九大の先生に講師になってもらい、都市住民や学生たちが糸島中をぐるぐるめぐりながら農について学ぶ場、ネットワーク型の農学校をつくることになった。2008年度はプロジェクトの本格展開に向けて11月に「プレキャンパス」事業を開催した。事務局スタッフとしてお手伝いをしたので、その取り組みを紹介したい。

### ●最初の壁は、場所の確保

農学校なので、座学の講座だけでなく、実習を取り入れようというのは最初からの方針だったのだが、なかなか農作業を行える場所が見つからない。最初は、耕作放棄地を活用しようと思っていたのだが、そういう農地は、アクセスが悪く駐車場が確保できない山間地がほとんどだ。

まると農学校の本来の主旨からいうと、果樹園などに足を運んでもらい、糸島の農業の現状もみてもらいたかったのだが、駐車場の確保や移動時間が長くなり過ぎるといった問題もあり、町の担当者が苦勞して、ようやく農産物直売所の「福ふくの里」の裏にある農園を11月

から6月までの期間、借りることができた。

### ●クワでウネ立てできる農家がない

2つ目の壁は、クワでウネづくりができる農家がなかなか見つからなかったことである。座学は、食の安全・安心などに取り組んでいる九大の先生に最初からお願いしていたので、問題はなかったのだが、農作業の実習指導の講師探しに難航した。

まると農学校の生徒のイメージは、就農まではないかなくても家庭菜園ぐらいで農業と関わりたい人たちや糸島での田舎暮らしに憧れる人たちである。農をもっと身近に感じてもらう、やってみたいと思ってもらうには、やっぱり耕耘機ではなく、クワを使ってほしい。

講師さがしを始めてからようやく気づいたのだが、大規模な農業が盛んということは、労働集約のために機械化がものすごく進んでいて、クワなんて使う人がいないということである。最初は若い人を探していたのだが、いろんな人から「機械化が進む前の70歳以上でないと、クワでウネ立てできんばい」といわれてしまった。また一口に野菜農家といっても、ナスやブロッコリーなどに特化している人が多いので、野菜づくり全般に話せる人も少ない。農業普及センターやJA、直売所、地元の農家などをヒアリングしてまわりながら、ようやく講師になってもらえる人を見つけたときにはほっとした。

種苗代や参加者の弁当代、場所の借り上げ費用など最低限の必要な費用から、会費は3,000円とちょっと高めの設定だったにも関わらず、福岡市近郊からや宗像市などから50件を超える申し込みをいただいた。

### ●座学では、農業や農家の実情を聞く



米選びについて会場の意見を聞く佐藤先生

午前中は、「糸島発！ 農業最前線！！」と題して、九州大学農学部の佐藤剛史先生と地元の赤米生産農家である吉住公洋さんに糸島の農業の現状と食の安全などについて話していただき、参加者との意見交換を行ったので、その内容を簡単に紹介したい。

「赤米とはどんな米ですか」

「赤米は古代米といわれますが、実は品種改良された新しい米です。糠の所に赤い色素を持っているというのが特徴です。お赤飯のルーツです」

「赤米の作り方は普通の米作りと何か違いますか？」

「栽培そのものはそんなに変わりません。ただ稲刈りの時期が異常に遅いので隣近所の人が、『お前の所コンバイン機壊れたんか』といつも心配してくれます」

「米作りで農薬はどのくらい使ってますか？」

「糸島地域は、実は減農薬地帯です。最初に種子消毒、種籾の消毒。それから、苗を作るときに人によってですが、若干病気と虫の消毒をします。田植えをした後は、平均的にはこの辺1回ですね。0回の人もあります。多いときで2回。これは、全国レベルで行くとかなり少ない地域です」

「昔は、何月頃何の農薬をかけなさいという稲作暦というのがあって、虫がいようがいまいが、病気が出ようが出まいが農薬をかけてました。それを宇根豊さんという人が、自分の田んぼは



赤米農家の吉住公洋さん

自分で見ましようという運動を起こして、『虫がいなかったらかけなくていいじゃないか』という動きをしていった結果、糸島地域というのはすごく農薬が少なくなってます」

「専業で米をすると、どのくらいの規模が必要ですか？」

「学者の試算によりますと、22ヘクタールだそうです。100m × 2,200mです。それくらい作って、田植えを14,5町、転作で大豆を8,9町、裏作に麦を22町作ると、1人あたりの所得が400万ぐらいで、何とかかなるかなというところですよ」

「吉住さんはどうして、直売を行うようになったんですか？」

「ミカンに使う着色増進剤というのがありますが、それをかけると店先では色が濃くなるので高く売れます。消費者は薬がかかっているから高いとは思っていません。農家も真冬にかけたくもない臭い薬を頭からかぶってかけてるんです。薬をかけたくない農家と薬がかかっていない方がいいと思っている消費者とが繋がらない。流通を挟むと農薬を使ったから綺麗なんだという情報が全然伝わらない。なるべく食べる人と作る人の情報が繋がるのが一番だと思ったからです」

また、佐藤先生が会場の参加者に、外国産の安いお米（100円/kg）と有機のお米（300円/kg）、日本産の農薬を使った安いお米（400円/kg）と無農薬のお米（700円/kg）の4つでど



野菜づくり実習の講師、山崎七郎さん

れを選ぶかを聞いたところ、農薬などへの関心が高いにもかかわらず、経済的な事情もあり、農薬を使った日本産のお米を選ぶ人が半数以上いたのには驚いた。安全で安心できるものを食べたいと思いつつながら、経済的なことを考えると農薬がかかっているにもかかわらず仕方がないといった複雑な消費者心理が反映しているようである。農薬の体内蓄積など将来的な危険性を気にしている参加者もいたが、吉住さんが「百姓が死なない限り大丈夫です」との言葉には、思わず納得してうなづく人が多かった。

#### ●実習では、先生が質問攻めにあう

午後は、畑に出での農作業実習だ。午前中には参加者同士の意見交換の時間があり、お弁当も一緒に食べたので、仲良くなって電話番号の交換をしている人もいた。講師には野菜農家で直売所に出荷をしている山崎七郎さんに先生になってもらった。山崎先生を紹介すると「国民学校しかでとらんから、とても先生ではないです」と照れていたが、若いときは7反ぐらいを一人で耕していたというクワ裁きには参加者がみな驚いていた。ただ、クワの使い方は経験を積むしかないようで、説明はしづらそうだった。参加者はどんなクワを準備したらいいのかというところから知りたかったようで、家庭菜園程度で使用頻度が少ないなら錆びないステンレスのクワがいいとか、平クワが汎用性があるといなど、アドバイスをしてもらおうと熱心にメモ



参加者全員でマルチ張りを体験

をとっていた。

畑での主な質問と意見は以下の通り。

「どうしてウネづくりをするんですかね？」

「やっぱり、排水や水はけを良くするためよ」

「肥料などは使うのですか？」

「今回は、マルチも張るし、栽培期間が短いのでほとんどいらんよ。油カスとかの肥料は、遅効性（効果が出るのが遅い）やけんね。今回のタマネギは極早生やから、効果が間に合わんよ」

「マルチってなんのために張るんですか？」

「一番の理由は、草が生えんことやろうね。それと保温効果があることと、雨で肥料が流れださんこともあるかな。それとマルチを張ると作物が育つのが早くなるね。」

「早生ってどういう意味なんでしょうか？」

「早生は収穫時期が早い品種のことばい。最近じゃ、超極早生って品種もあって、それだとタマネギが3月に収穫できるんよ」

「病害虫の対策は？」

「やっぱり2回ほど薬をかけないかんやろうね。夏が暑いと冬に虫が多くなるね。それと春に湿度が高い日が続くと病気になりやすいね。昔は、病気になってからも効く薬があったけど、今の薬はほとんど予防用やね」

「野菜ができなくなったんですけど、原因は？」

「連作障害とって、毎年、同じところに同じ野菜を植えると、収量が毎年1割づつぐらい減っていくね。2年目ぐらいまではわからんけど、3

年目にはかなり減るよ。」

「トマトが連作に一番弱いね。意外と気づかないんだけど、ナスも馬鈴薯もトマトも同じナス科の仲間だから、馬鈴薯を植えたところにトマトを植えてもダメだよ」

#### ●農を通じたつきあいを広げたい

今回の実習は、農園が11月から6月までの期間しか借りられないこともあり、たまねぎとじゃがいもしか植えられなかったのだが、参加者は家庭菜園などで野菜づくりをしている人が多く、農作業も熱心だった。先生も「わからんときは電話してください」と電話番号まで教えていた。また、農業の実情を学ぼうと九大の学生グループが、事務局のスタッフとして手伝ってくれたのは非常にありがたかった。農を通じて、これまでなかった都市と農村や九大とのつきあいができ始めたように思う。6月には収穫祭を行うが、その後の予定はまだこれからである。将来は、糸島に住む人が増えたり、農業を始める人が出てきてくれるように地道な取り組みを進めていきたいと思っている。

(ほんだ まさあき)



## これからの農との関わり方を考える

～小規模でも成り立つ経営農業の学び場が求められている～

本田 正明

(よかネット NO.97 2010.1)

### ● どうして農業で儲かる人が増えないのか

「農業は新たな成長産業」という記事や話をよく聞くが、実際に農業で成功している話はあまり聞かない。農村集落を回っていると、農業がうまくいっている農家には、ちゃんと後継者がいるので、どうも農業でメシが食えないわけではなさそうである。なのに、「どうして農業で儲かる人が増えていかないのだろうか？」というのが、最近ずっと疑問に思っていることだった。

岩城賞弘さんは30年前に糸島で養豚業を始めた農家で、糸島まるごと農学校の座学講師をしていただいた方である。農学校の受講生のほとんどは農業初心者なので、専門的な話はなじみにくい。岩城さんは養豚だけでなく、NPO法人をつくり市民の農業体験などの交流事業を行っているので、そちらをメインに話してもらうつもりでいた。しかし、事前の打ち合わせなどで、農業経営の話や糸島地域の新規就農者の状況を聞くにつれ、「食の安全・安心」という消費者ニーズを最優先に農業に関わるのは危険かもしれないと感じた。「ニーズよりも経営」から農業に入らないといけないのではというのが冒頭の疑問に対する自分なりの結論である。

### ● 経営から農業に入る

自分の持論を展開する前に、まず岩城さんのことをきちんと紹介したい。岩城さんは31歳の時に農業に転身するまでジャスコで働いていた。といっても、農業の素人というわけではなく、帯広畜産大学で「養豚経営の損益分岐」を卒論テーマにしていたくらいだから、養豚への思い入れは相当だ。それでも新規就農するには、よそ者である上、臭気などの問題もあり、農地探しには苦労したそう。県庁職員だった友人に糸島の豚舎を紹介してもらったものの、準備

した資金500万円は半年で底をついた。養豚で生活できるようになるまで5年間、魚市場で深夜2時から朝8時までアルバイト、奥さんもパートで家計を支えた。今では100g当たり300円もするパークシャー種の黒豚を産直宅配(委託)によって販売している。最近、豚はスーパーで100g当たり78円だったりするので、実に4倍近い価格だ。

岩城さんの話を聞いてまず驚かされたのが、学生時代から憧れて苦労してなった養豚業にそれほど執着していないことだ。「養豚業はエサやりなどで朝夕が必ず拘束されてしまうので、将来は養豚はやめて赤米をつくりたい」というように、実に柔軟に農業経営を考えている。

現在も養豚と並行してアスパラガスの栽培を行っているのだが、その理由を聞いたところ、「養豚のためのローンを払い終えたら税金の支払いが増えてしまったんです。ただ税金を多く払うのはシクなので、ビニールハウスのローンを組んだんです。アスパラは地下茎で増えるので軽作業で栽培できるのと、2月から10月ぐらいまで収穫ができますから。まあ、経営をどう考えるかですね」という返事だった。もちろん、食の安全や安心を無視しているわけではない。岩城さんが豚の販売委託をしている秋川牧園のホームページをみると、どれだけ食材や飼料にもこだわっているかがわかる。ただ、それ以上にこだわっているのは経営である。前原市認定農業者連絡協議会の会報で、「私個人としては、家族経営の中でできうる程々の規模で(中略)、増収増益ではなく、定収増益の労少なくして粗利益を伸ばす経営をしたい」と述べていることからもうかがえる。

### ● 農業をどうとらえるのか

岩城さんが講座の中で、「将来就農を考えて

農へのかかわり方の分類

	市場	イメージ	担い手
①	健康農業 ・自分 ・家族 ・ご近所	・自給的 ・家庭菜園から1反ぐらいまで ・無農薬や有機でつくりたい	・退職者
②	経営農業 ・農協 ・個人取引 ・レストラン ・直売所 ・生協・通販	・小規模で生活が成り立つ農業 ・最初から作付け品目や農法へこだわらない ・経営のためには、農薬も使う	・新規就農者
③	理想農業 ・個人取引 ・レストラン ・直売所 ・生協 ・通販	・食の安全への強い関心 ・無農薬、有機など農法などへのこだわり ・販路の拡大、農地確保が課題	・新規就農者
④	大規模農業 ・スーパーマーケットなど	・大量生産による効率的な農業経営 ・地域の協力や資金力によって規模を拡大	・企業 ・農事組合

いる人はどれくらいいますか」と質問したところ、5～6人の手が挙がった。農をなりわいにしたくて参加している人が意外にも多いのに驚いたが、農への思いは人それぞれであって、いくつかのパターンがあるようだ。非常にざっくりだが、上表のように4つに分けてみた。

①健康農業

これから一番増えそうな農への関わり方だと思われる。市場（マーケット）は、自分や家族が食べられる程度で、自給的なものである。自分の食べるものなので、採算などよりも無農薬や有機などへこだわる人が多い。実は70代後半以上の農家にも、自分の健康維持管理のために、今後はこうした農への関わり方を希望する人が多かったので、「健康農業」と呼んでみた。

②経営農業

新規就農を目指す人にとって最初の壁は、農地の確保である。地域の信頼や、信頼のある人からの紹介がなければ、なかなか農地は手に入らない。そのため、必然的に限られた農地の中で、どれだけ生産性を上げ、生活を維持できる収入を確保するかが一番の課題となる。

そのためには、自分の理想とする農業を一部あきらめてでも、土地に見合った品目にしたり、効率のために農薬を使うなど、経営的に成り立つ農業へ舵を切ることができる柔軟な姿勢が求められる。

③理想農業

経営農業によって、生活基盤を確立するとともに、地元との信頼関係を築くことができた人

が、自分の理想の農業を求めて挑戦できるステップ。農地の状況が地元で評価されて、農地の管理を任されるなどの機会があるときに、こだわりの製品づくりを進められる。

④大規模農業

これは、大企業のように資金力がなければ、新たに農に関わる人が最初からは取り組めないものだと思うが、比較する上で分かり易いので、あえて入れてみた。地元の農家でも、とりわけ信頼が厚く人望のある人で、やる気があり後継者もいる人が、農地を借りて担っているケースもある。

●農業経営の現状を学べる場がない

糸島まるごと農学校では、農業初心者には農にふれてもらおうと思っているので、基本的には①を目指す人を対象としている。しかし、③を目指している参加者も実は多かった。①と③に共通するのは、「食の安全・安心」と「無農薬・有機」への憧れである。①であれば、自分たちの満足する規模で野菜を作ればいいが、③となると経営をしないとイケない。本来であれば、③を目指す人はもっと経営を意識する必要があると思うのだが、②を意識している人は少なく、学ぶ場も欠落していて、短絡的に①から③にステップアップを考えている人が多いような印象を受けた。

「無農薬のキャベツを1,000円で買ってくれますか」という農家の話にあるように、まだまだ「有機」や「無農薬」というマーケットがコストに見合っていない。労働に見合った額で売

れないとなると、単価を下げるために生産規模を拡大しないといけないが、その農地はなかなか確保できないといった問題が横たわっている。そうしたリアルな農業経営の現状を学べる場は、まだまだ存在していないようだ。

岩城さんは、新規就農者の支援もしているので、就農者の経営状況にも詳しいのだが、糸島地域の新規就農者30人のうち、経営的に成り立っているのは5～6人ぐらいなのだそう。新規就農者の現実は厳しい。農業で食べ続けていける人を増やすためにも、②の経営農業を学ぶ場の構築が喫緊の課題だと思う。

(ほんだ まさあき)



岩城さんの講義の様子



## カライモ生産から始まった集落自立への12年間の取組み ～鹿児島県 柳谷集落の視察～

山田 龍雄

(よかネットNO.88 2007.10)

「柳谷（やなぎだに）」と書いて、地元では“やねだん”という。約130戸、約290人の集落（自治公民館）であり、今、全国的に注目されている。この柳谷集落のことは、1～2年ほど前に、ある行政の情報誌で「休耕田を活用し、集落の人々で芋を植えて集落の活動費を稼いでいる」という記事を見て以来、鹿児島に行く機会があれば、「どのように集落の人々に納得してもらい、協力をして活動できるようになったのか」など、もう少し具体的な経過を是非、知りたいたち思っていた。さらに今年の「よかネットパーティ」では、当社の社員が、この柳谷のブランド焼酎である「やねだん」を入手したことから、ますます柳谷へ行きたいという思いは募るばかりであった。そこで、当社を含め11社が加盟しているまちづくりの協同組合「地域づくり九州」の研修旅行で、柳谷集落視察をメインに企画し、2007年7月29日（日）に総勢10名で訪問した。最近、この集落には視察者が多く、改革リーダーである豊重自治会会長の話を聞くことが目的なので、どうしても会長の限られた日程で調整しないといけなくなり、日曜日の訪問となった。

鹿屋市の北側に位置する旧串良町の柳谷集落には、予定の午前10時30分より20分ほど早く到着し、地元の手作り集落センターである「柳谷未来館」で待っていると、豊重さんがまもなくやってきて、すぐ近くにある公民館に案内された。公民館の中には既にプロジェクターが準備されており、約30～40分間鹿児島のTV放送局が放送した映像を見せていただいた。この映像は地元の番組で3～4週間にわたって放送されたものらしく、柳谷集落の活動の経過が

要領よくまとめられており、非常にわかりやすかった。映像を見た後に、豊重さんのお話を1時間近く聞かせて頂いた。話の中で特に私が印象深く感じたことを報告したい。

柳谷集落の10年間の活動経過や豊重さんの思いについては、既に豊重さん自身がまとめられた『地域再生～行政に頼らない「むら」おこし』が出版されているので、より詳しい内容を知りたい方は、是非取り寄せて一読されることをお勧めする。簡単な活動経過は次頁のとおりである。12年間の活動であるが、実に様々なことを企て、実現してきていることには感心させられる。

### ●地域を変えるための3つの決意

豊重さんは55歳で自治会長を引き受けた。引き受けたからには、元気がなくなりつつある集落を変えようと決心する。このときに、具体的な3つの決意を立てる。

- ①自分のブレンになってくれる人の力を十分に発揮してもらうようにする。
- ②地域活動をするための自主財源を確保する。



柳谷集落の位置

## 柳谷集落の活動記録（地域再生～行政に頼らない「むら」おこし～より抜粋）

- 平成 8年：豊重氏が3月に公民館自治館長に集落の習わしより10年早く就任（就任時55歳）
- 平成 9年：からいも生産活動  
住民参加の手作りわくわく運動遊園建設（ゲートボール場兼多目的コート2面  
藤棚、卓球場兼休憩所となる「ふれ愛の館」）を住民の負担金なしで実施  
高齢者用を中心としたリハビリコースの設置  
まさかのときの緊急警報装置を設置（介護用）  
「母の日」に集落有線放送による「親への感謝の気持ちのメッセージ」放送をスタート
- 平成 11年：朝の通学時に「おはよう声かけ運動」の開始
- 平成 12年：カライモ生産による益金で「寺子屋」（集落に先生を呼んで行う学習塾）のスタート
- 平成 13年：カライモ生産の耕地面積を1町歩に拡大、収益金85万円  
土着菌製造のスタート  
わくわく運動公園内に手作りの噴水とビオトープを設置  
高齢者が栽培しやすい山芋づくりの開始
- 平成 14年：土着菌センターの建設  
お宝歴史館建設  
まさかのときの緊急警報装置を設置（煙感知器の設置）  
土曜朝市（月1回）の開始  
日本計画行政学会最優秀賞 受賞
- 平成 15年：まさかのときの緊急警報装置を設置（防犯ベル、全戸設置）
- 平成 16年：焼酎やねだんの開発  
柳谷安全パトロール隊発足  
柳谷未来館建設、手打ち蕎麦の店をオープン
- 平成 18年：空き家を「迎賓館」として芸術家誘致の開始  
閉店したスーパーを「ギャラリーやねだん」として活用  
土着菌で栽培した野菜類（玉ねぎ、山芋など）を活用した加工品づくりを開始
- 平成 19年：1月に迎賓館（1号館、2号館）に芸術家3人が入居

### ③奥さんの理解と協力を得る。

①について、豊重さんは「地域活動するときに、命令はしないようにした。あくまで活動の意味を理解してもらい、自主的に参加してもらうようにした。」と言われていた。

構想は一人でできても、実際の活動をしていくためには自分一人の力ではできず、手足になってくれる人の協力が必要である。当初からブレーンとなる人からの信頼を確保していたからこそ、これまでの様々な活動ができたのではないかと思った。

②について、豊重さんは「行政の補助金は平等主義であり、行政に頼ってはいは本当の地域づくりはできないのは当たり前である。地域で困っていることを解決するのは、地域自身であり、このためには自主財源の確保が必要ある。」と言われていた。

②は、地域経営の柱となるものであるが、「言うは易し実現は成りがたし」というものでもある。これを実現するためには地域を引っ張る人の力と地域の協力が不可欠であり、この最初の方針が、休耕地を活用したカライモ生産、集落センター「柳谷未来館」建設、集落ブランドの焼酎づくりへとつながっていったのだと思う。

③は、やはり経験者でないとなかなか言えないことであると思った。自治会や集落の活動は、ほとんどがボランティアであり、身近な奥さんや家族の理解や協力がないと、自治活動に突入できないと思う。この豊重さんの3つの決意は、地域の大小に関係なく、地域づくりやまち起こしを行っていくための基本となるものと思う。

### ●地域変革のもう一つの切り札は「感動」

豊重さんは「地域活動をしていくためには、単にボランティア活動だけでは限界があり、人に希望を与え、元気にさせるためのもう一つの鍵が、感動である」というようなことを言われていた。地域活動に自主的に参加しようと思う気持ちを継続していくためには、本当に地域を良くしたいといった愛郷精神がないとできないものである。このためには地域の輪を育むような「感動」という言葉は重要なキーワードとなる。

この感動の仕掛けとして、平成9年から集落の有線放送で毎年「母の日」に、集落を離れて他の土地で生活している子供達や孫達から、日頃は親や祖父母に面と向かっては言えない感謝の気持ちを手紙で送ってもらい「柳谷高校生クラブ」の高校生に読んでもらうようにしたこと



集落のたまり場となっている未来館—これも手づくりです

である。豊重さんは、会長就任当初に地域活動にあまり賛同していない人がいて、この人に理解してもらわないと地域活動は上手くいかないと感じていた。この「母の日」の放送で、今は都会暮らしをしている娘さんの感謝のメッセージを本人の了解なしに放送したところ、「俺を泣かせたのはお前（豊重さん）が始めてや」と言われたそうだ。この感動が今では、地域活動に反対していた人を、協力と参加に導いたと言われた。

豊重さんは、この娘さんの手紙を読んでいる途中、涙声になり、我々も目頭が熱くなった。豊重さんのこの手紙への思い入れと「感動と感謝」が地域づくりの原動力となることの一旦を感じることができた。

#### ●カライモ生産から焼酎づくりによって自主財源の確保

豊重さんが集落の自主財源を確保するためにとった方法は、休耕地を借りてのカライモ生産であった。実際のカライモ生産には「柳谷高校生クラブ」の高校生に、収益金が出たら『東京ドームヘイチローを見に行こう』を目標に協力してもらい、集落住民のサポートを得ながらイモを植えていった。実際には、東京ドームに行くだけの収益は出ず、福岡ドームどまりであったとのことだが、具体的でわかりやすい目標が高校生や地域の人々のやる気を促したのかも知れない。平成14年度には、カライモ生産活動



豊重さんの講演風景

は、集落からの申し入れによる休耕地によって一町歩に拡大し、この年は約85万円の収益となり、この財源が集落行動計画の基礎となっていった。

また、柳谷集落には畜産農家が31戸あり、悪臭の原因となり、洗濯を2回しないといけないなど生活環境にも悪影響を与えていた。そこで、平成12年度から、この悪臭を除去するために研修会を開催し、土着菌（田や畑にある好気性の微生物）を開発した。この土着菌を混ぜた餌を与えると牛・豚の糞尿の臭いがかかり除去されるようになり、生活環境も一変して良くなった。

平成14年度に土着菌センターを建設し、さらに、土着菌を活用した自然農業にも挑戦し、玉ねぎや長いも等の野菜作りをはじめた。その後、平成15年5月に土着菌から作ったカライモを地元の焼酎メーカーにお願いし、柳谷集落のプライベート・ブランドの焼酎づくりを思いつき、5カ月後の11月に焼酎が完成。焼酎の商品名を集落住民に募集し、採用されたのが「やねだん」である。

現在、さらに土着菌で栽培した長いもや玉ねぎなどで、ナガイモのポテトチップ、だし汁、焼肉のタレなど新たな加工品を開発し、自主財源の拡充を目指している。

#### ●人口減少予測が、人口増加へ

豊重さんが会長に就任した当時、10年後の将

来人口を予測したところ、減少の一途を辿ることが推測された。そこで、昨年から空き家を活用した人口増対策に取りかかっている。しかし、これらの空き家対策は普通の空き家対策とはひと味もふた味も違う取り組みである。

持ち主からの了解を得た空き家を「迎賓館」と名付け、3カ月に1回は個展を開催してもらうことを条件に、芸術家を招こうというものであった。インターネットで募集したところ、これまでの柳谷集落の活発な地域活動、子供を育てやすいコミュニティがあるといった安心感からか、石川県などから4人の芸術家に移り住んだのをはじめ、Uターンした家族などもいて、集落内の人口が16名ほど増えた。今後、10年後の人口予測は増加に転じるそうだ。過疎化しつつある集落が多い中では画期的なことである。

空き家対策は、単に空き家があるから「どうぞ住んで下さい」では、なかなか移住する動機づけになりにくい。柳谷集落のように子供が育てやすい環境と地域が歓迎してくれる雰囲気があるからこそ、田舎暮らしを求めている人の心を掴むことができる。

豊重さんの話の後は、未来館に併設している食堂で、蕎麦定食を食べながら、焼酎「やねだん」をロックで飲んだ。芋焼酎で良い気分になりながら、本当に福岡から5時間近くかけても価値のある視察ができたと深く感じた一時であった。また、豊重さんの後継者となる候補者が3人ほどいるらしく、これからの柳谷の活動が途絶えることなく、ますます活発になることを期待したいと思う。 (やまだ たつお)



## 安心院は日本人の“帰って行く場・ふるさと”を目指す

糸乗 貞喜、山口 ひろこ、本田 正明

(よかネット NO.77 2005.9)

安心院の農泊は、「帰ってきたよ」と言って訪れる人が多い、と聞かされた。今回（※2007年当時）一緒に行った私たちのメンバーは、一応インターネットの検索を見て「民宿だからタオルと歯ブラシは持って行くように」といわれていた程度で、予備知識はなかった。「くつろぐのだから、行ったらすぐビールを飲もう。ビールとつまみを買っとかなくちや」などといって、途中のスーパーで少々仕入れていた。

午後3時半頃着いて、缶ビールを取り出したら、すぐにいろいろな野菜のみそ漬け、粕漬けなどに野菜や魚の煮物が出てきた。こうなるとスーパーで買ったつまみなど恥ずかしくて出せない。完全に、久しぶりに帰ってきた“我が家の囲炉裏端”である。

ここで、延々と何時間も話を聞いた。

「なんで始めたんですか」→「町長がえらかった。表に出る人ではないけど」

「儲かっていますか」→「人もうけになりますし、お金も」

「初期投資はしないんですから。今のままがいいとお客さんに教えられて」

「今では日本中から講演に呼ばれたりして、ソラオソロシイことになっています」と言って、ネットに出ている話を聞いた。

この話を聞きながら、余暇活動に対する私たちのニーズについて考えてみた。その分類を次頁の表に書いている。今後、知的労働が増えて行く中で、人々が求める余暇活動に対するニーズのかなりの部分（たとえば10～20%）が、Cタイプになっていくだろう。そのことは、労働形態と、すでに現れているニーズからも読み取ることができる。（いとりのり さだよし）

### ●農家民泊での発見

“おひとりさま”を楽しみながら負け犬道を極めてきた（オニババ化はしていないと思う）が私は、仕事柄、宿泊する旅館やホテルの仕様、サービスについてはランキング評価ができるほどうるさいほうだ。その私が、実は、今回の安心院で農家民泊を体験するまでは、グリーンツーリズムが注目される理由の多くは、田舎暮らしへの憧れを持つ人が増えたのだろう程度

#### 〈Aタイプ 人並み欲求〉

- ヒトと同じものを持ちたい（ブランドとなっているある程度の量産品）
- ヒトと同じになれたら気分が晴れる
  - ・同じところに行きたい（ブランド化していて、テレビなどで放送されている、かなりの数のヒトがいけるところ）
  - ・同じものを食べたい（有名な店で、格好がよいとされているレストランなど）
- 有名、ブランド、高級量産品

#### ○たとえば

- ・マリノアシティ
- ・マリンワールド
- ・ハウステンボス
- ・ホークスタウン
- ・阿蘇ファームビレッジ
- ・湯布院
- ・大型有名ホテル・旅館

#### 〈Bタイプ くつろぐ〉

- 心を休める 体も休める
  - ・人並みでなく、自分のくつろぎ
- 有名でなくてもよい 高品質な環境
  - ・黒川温泉
  - ・湯布院（少し前までの）
  - ・中・小型の旅館・レストラン

#### 〈Cタイプ 安心できる〉

- 帰って行くところ
  - ・心を休める場
  - ・体は動かす
- 低価格高品質
  - ・心が安まるどころ
  - ・安心院の農泊・グリーンツーリズム
  - ・有名でも高級でもない

の認識しかなかったのだ。

道に迷いながらやっと舟板に到着すると、中山ミヤ子さんが出迎えてくれ家のほうに案内された。家の中に入って意外だったのは、普段の中山さん宅の暮らしがそのまま、ちょっと雑然とした雰囲気なのである。おばあちゃんに「散らかっているけどまあおあがり」といわれ家に上がり込んだという感じだ。宿に泊まりに来たのではないのだとその瞬間思った。泊まる部屋である2階に荷物を置き、中山家の五右衛門風呂や竈をみせてもらい、1階のダイニングである囲炉裏端に8人が座った。

夕食までしばらく時間があつたので台所にお母さんの中山ミヤ子さん（お母さんと呼ばせて頂く）が手際よく私たちに食べ物をだしてくれる。家事はお母さんひとりが全部仕切っている。大変そう。座って1時間後、皆の会話もはずみながらも気が付くと私の手はせわしなくうどんをこねていた。

私たち8人はお母さんにとって子どもや孫といっしょ。「ハイこれして」「はいこれこねて」お母さんは、実に人の動かし方がうまい。気が付くと8人それぞれが夕食準備の分担していた。3時間後には私は中山家の客ではなく親戚の気分になっていた。久しぶりの楽しいリラックスした気持ち。夕食後に五右衛門風呂に入ったときは、子どもの頃によく行ってた私の田舎（父の生まれ故郷）に帰った気分になった。夜は長く話は延々と。サービス業としての宿ではなく家族の一員として迎えらるるような体験が農家民泊の魅力だったとは。

特に都会生活にどっぷりと首まで浸かったわたしなど、中山さんとの出会いは大きい。多分、私はまもなく再び誰かを連れて安心院に中山さんに会いに行くだろう。

自分の居場所は3つは必要だ。家と仕事場と自分の田舎（ふるさと）と。一番暖かいのはもしかすると中山さん宅なのかもしれない。本当の家族関係はそれぞれの暮らしがある。中山さ



行ったのが午後3時半、しゃべって、聞いて、飲んで、食べて、途中畑に行って、風呂に入って、11時半まで楽しんだ基地が、この囲炉裏ばた。"舟板昔ばなしの家



朝もまた囲炉裏ばたで



竈で炊いたトリと山菜のまぜめしをいただいた



こんな普通の農家です

んとは家族の枠を越えてきつとこれから交流が始まるに違いない。

(イゴス環境・色彩研究所 山口ひろこ)

### ●安心院の魅力は人の魅力

安心院というところは、名前は有名なのだが、いざ行って見ようとなると優先順位が低くなる場所のようだ。私が安心院に行ったことを話すと、「有名だけど、行っても何も見るところがないですよ」と何人かの友人に言われた。

確かに安心院にドライブにいても、普通の農村風景が広がっているだけで、特段感動する風景にお目にかかれるわけではない。それでも安心院ってすごいところだなあと感じてしまうのは、安心院に住んでいる人の魅力なのだと思う。もっと言えば、都市住民が農家になった気分で、田舎の生活をまるごと体験できるというのが、ウリになっている。それを商売っぽくなく、普通の生活スタイルのままで、さらりと提供しているところが本当にすごい。初対面なのに、畑で採れた野菜のつけものをぼろぼろ食べながらおしゃべりしたり、「五右衛門風呂を沸かしてきて」などと頼まれたりすると、本当に家族の一員のような気分になってくる。

この安心院のよさというのは、壺にはまる人とそうでない人との差が激しいようだ。黒川温泉に行ったことを話すとほとんどの人が「いいところよね」とか「うらやましい」といった反応を示すのに、安心院の話をする、言葉には出さないが、「ふーん、やっぱりお前は変わったことが好きだなあ」という顔をする人が多い。同世代の友人で、共感してくれる人はなかなかいない。

また、今回一緒に農泊した他の人たちとも私の感覚は違って、みんなが安心院にノスタルジーを感じているのに、私一人は東京ディズニーランドに初めていったときのように新鮮な印象を受けた。

それは、私がじいちゃんの世代から農業と縁が切れているサラリーマン系国内移住民族の3



五右衛門風呂は自分で沸かす



五右衛門風呂は底板（右の小さい丸板）が浮いてくる



うどん打ち体験



夕・朝食のための野菜を取りに行く

代目なので、田舎暮らしの原体験がまったくないというのが大きく影響しているのだと思う。つまり、安心院というところは私にとって“憧れ”の世界だったわけである。友人の中にも私ほど田舎と縁がなくなって、根無し草になっている人もいないので、もしかしたら、「お前は農業の大変さもよく知らないから、そんなのん気でいられるのだ」と思われているのかもしれない。

しかし安心院の農泊体験のおかげで、私の中で虚像だった田園楽住が、だんだんリアリティーを感じられるようになってきた。3世代も前に、田舎から離れているので、田舎暮らしになじむまでは相当の苦勞があるかもしれないが、農家のおばちゃんたちの笑顔を思い出すたびに、そんな顔があふれるコミュニティに参加したい、つくりたいと思うようになった。憧れが目標になりつつある。（ほんだ まさあき）



## 農家も住民も喜び、地域にもプラスになる コーポラティブファーム「さくらガーデン」の取り組み

本田 正明  
(よかネット NO.80 2006.3)

「賃貸に住む彼は、年100日ぐらいしかここに居ませんが、ここを実家だと思ってますよ」という久野さんの言葉を聞き、さくらガーデンにはいいコミュニティがあるのだなと思った。と同時に、自分は“田園楽住”に農業ができる環境よりもコミュニティを求めているということに気づかされた一瞬でもあった。

さくらガーデンは、横浜市郊外に“農ある暮らしを楽しもう”と考える人たちが住むコーポラティブハウスだ。田園楽住の会では、今回、実際の事業の取り組みを見ようと、横浜の現地まで見学に行った。冒頭のセリフは、話を伺った住民の方の一言だ。

さくらガーデンは約1,000㎡の敷地に100年はもつという鉄筋コンクリート2階建ての住宅が農園を取り囲むように3棟建っている。住民は30歳代から60歳代までいて、新婚夫婦、小学生のいる家族、単身のビジネスマンや女性、リタイヤした夫婦など、実に多様な人たちが集まっている。久野さんはその中で一番の年配者だ。

現地集合だったにも関わらず、関心を持つ人が多かったようで、福岡だけでなく東京、静岡からもメンバーが集まり、10人ほどで押しかけることになった。事業を計画した集住体研究会の橋本さん、原さんも来てくれて、一緒に話を伺った。

### ●事業リスクを誰が負うのか？

「そもそものきっかけは、農地を守りながら農家が安定的な生活をできるようにしたいという思いからです。それと社会資本となる建物も残したいという思いがありました」と橋本さんが話を始めてくれた。農園をシェアしたり、コー

ポラティブで集合住宅を建てたり、定期借地権を活用するなど、今までにあまり例のない住宅づくりなので、市場性もわからないのに一体誰が事業のリスクを取ったのだろうか？というのが、非常に大きな関心事だった。

参加メンバーの一人が、単刀直入に「誰がこの事業のリスクを負ったんですか？」と聞いたところ、「事業主体は、農家をしている地主さんなのですが、事業のリスク管理や資金計画などプロジェクトのマネジメント知識のある人が別途に必要になります。この事業では私がマネージャーをしたのですが、地主と住民の交渉の仲介から、事業の収支やキャッシュフローを常に考えたりと、実にたくさん仕事があります。当時は定期借地権が担保物件にならずに、金融機関の融資がなかなか得られなくて、かなり苦労しました。実は賃貸棟を入れたのも分譲棟のリスクヘッジのためなんです」と答えてくれた。

話を聞いていると、ほとんど橋本さんがリスクを取っているのではないかと思うのだが、久野さんが「実は橋本さんは、地主の息子さんなんです」と教えてくれたので、ようやく納得がいった。

ただ、地主とマネージャーの仕事を一体視されたためか、今回はマネージャーの費用は事業

#### 〈プロジェクト概要〉

場所：神奈川県横浜市泉区和泉町  
横浜駅より地下鉄で40分+徒歩10分程度  
土地面積：住宅および農園 約1,090㎡  
隣接した農地(雑種地) 約500㎡を借地利用  
計画地域：市街化調整区域(宅地確認済)  
形態規制：建ぺい率50%、容積率80%  
住宅形式：RC構造2階建て  
戸数：8戸(賃貸4戸、分譲4戸)  
住宅面積：分譲約80㎡、賃貸約45㎡  
供給方法：賃貸方式及び建物譲渡特約付き定期借地権分譲



住宅と農園が一体になっている

費に入っていないそうである。事業主体とマネージャーがまったく異なる場合には、マネージャーの費用をどこから捻出するかを考えないといけない。

#### ●コミュニティづくりにはコーディネーターが欠かせない

さくらガーデンのプロジェクトでは、事業のマネージャーとは別途に入居者の募集から住民のコミュニティづくりなどを行ったコーディネーターが存在する。原さんがその役割を担っているのだが、「コミュニティをつくるには、同じ価値観をもつ人たちが集まる仕組みが必要です。農にしても本格的な農を目指す人の集まりなのか、楽しむ程度の集まりなのかを考えていないと。建築系の情報誌などでのPRもかなりのムダ打ちが必要でした」とのこと。事業の経緯を改めてみると、居住者募集の説明会を7ヶ月間に渡り9回も開催している。マーケットの絞り込みやコミュニティの距離感なども考えたりと、コーディネーターの仕事も奥が深い。

話を聞くまでは、事業マネージャーとコミュニティづくりのコーディネーターの仕事を分けずに考えていたのだが、兼任できる人は相当の経験を積んでないと難しそうである。ちなみに、コーディネーターの費用はちゃんと事業費に入っているようだ。

「コミュニティにもコーディネーターの“色”が出るね。原さんはアバウトなところがあるか



久野さんの自宅で話をうかがう

ら、それを許容できる人たちが残ったんじゃないかな」と、久野さんが言ったのだが、確かにコーディネーターの人柄も計画の大きな要素になるのかもしれない。

また、逆に原さんは「久野さんは、第1回の居住者募集の説明会から参加してくれていて、住民側の代表的な存在になってくれたので、非常に助かりました」というように、コーディネーターだけでなく、住民側にもキーマンがいたわけである。

#### ●田園居住のニーズも世代で違う

見学した日は、たまたま秋の収穫祭だったので、話を聞いた後は、住民のみなさんに混じって、パーティに参加させてもらった。農園で取れたものをベースに、青菜の和え物から野菜たっぷりのポトフ、野いちごなど、いろいろなものが食卓に並ぶ。近くの農家や住民の友人からの差し入れがあるなど、周りとのコミュニケーションも広がっているようだ。

私と同世代ぐらいの賃貸居住の人は、「人数が増えたからパスタをつくろうかな」と言ったかと思うと、いつのまにか本当に料理してもってきていた。農園付きの環境を求めただけあって、料理好きな人も多いようだ。

実際に様子を見てみると、冒頭に書いたようにコミュニティが一番大切なものではないかと改めて思うのだが、一緒に来ていた私の両親にそのことをいうと、「自分たちの求める田園居



子供たちも一緒に収穫祭を楽しみます



農園で収穫されたさつまいも料理でおもてなしを受けた

住はちょっと違うかも。住宅はやっぱり別々がいいし、農園は小さくても構わないから、病院と交通の便がいいところに住みたい」という答えが返ってきた。また、コミュニティにもそれほど関心がないようだった。それは親戚付き合いなどがわずらわしくて都市に出てきたBB世代だからなのか、よくわからないが、とにかく“田園居住”という言葉の捉え方は人や世代によっても、ずいぶん違うということに気づかされた。  
(ほんだ まさあき)



## 気楽におしゃれに野菜づくりが楽しめる街なか貸し菜園 ～アグリス成城の試み～

山田 龍雄

(よかネット NO.95 2009.7)

「ファスト風土化する日本」の著者である三浦展氏は、下町歩きが好きなようで「大人のための東京散歩案内（洋泉社新書）」を7年前に出版している。私は、たまたま、3年前ぐらいにこの本を買って拾い読みすると、東京というまちの懐の深さ、バラエティの豊かさに感心させられるとともに、この本で紹介されている下町を一度は散策してみたくなくなる。

そこで、東京への出張の際には周辺のまちや新しい商業ビルを駆け足ではあるが、見て回るようにしている。今回、5月の中旬に東京に行く機会があり、吉祥寺、自由が丘、成城学園前駅の商業ビルなどを見て回った。今回、事前に、成城学園前駅の商業ビル（成城コルティ）のことをネットで調べていると、すぐ近くに貸し菜園（アグリス成城）があることに気づいた。

このような市街地、しかも鉄道の上部になぜ貸し菜園の事業化をしたのかを知りたくなり、取材の予約をして伺った。

### ●周辺住民の緑化要望に応えた貸し菜園

もともと、このような街なかで貸し菜園ができた背景は交通渋滞緩和という都市問題であった。それは成城学園前駅付近の踏切の慢性的な交通渋滞を解決するため、平成14年より鉄道の地下化が始められ、平成16年度に地下化が完成する。しかし、地下化した上部はコンクリート板のままでは夏の暑さを助長し、景観的に好ましいものではなかったことから、周辺住民から鉄道の運営主体である小田急電鉄へコンクリート面の緑化要望が挙がる。

そこで、小田急電鉄側としても単に緑化するだけでは維持管理費がかかるだけなので、事業化の方向で平成17年から2ヶ年かけて企画を練り、平成19年5月にアグリス成城というネーミングでの貸し菜園の事業化に至った。したがっ

て、オープンして丸2年を経過したことになる。この貸し菜園の事業主体は（株）小田急電鉄であるが、運営は、造園事業を行っているグループ会社の（株）小田急ランドフローラであり、ここではランドフローラの11名のスタッフ（常勤5～6名）が野菜づくりのサポートや貸し菜園の維持管理をしている。

### ●手ぶらでの菜園作業と充実したサポート体制

当日、快く取材に答えていただいたマネージャーの宮城さんからお話をお聞きしたあと、貸し菜園を案内していただいた。貸し菜園は中央部の道路を挟んで2つに分かれており、約5,000㎡の敷地に300区画（一区画約6㎡）が整然と並んでいる。メインの入り口から貸し菜園に至るまでの50mぐらいのアプローチ通路の両側には花が植えられ、おしゃれでほっとする雰囲気がつくられている。貸し菜園敷地より2～3mほど高くなった周辺宅地には戸建て住宅が並んでおり、この貸し菜園が、成城学園前駅周辺の市街地のオアシス的な空間となっているように感じる。

現在、約半分の150区画で菜園利用がされているが、お客さんは成城学園前駅から2～3駅ぐらいのところ（約5～6km）に住む人が半分で、遠くは都心方面からも来ているとのことである。公共交通が発達し、便利な東京都市圏といっても、このような菜園を求める人の商圏は意外と狭い。貸し菜園利用者の年代は30～40歳代が中心であるが、20歳～80歳代の利用もあり、年齢層の幅は広い。

この貸し菜園の魅力は、街なかにあるという便利さはもちろんのこと、共同の農作業の道具スペースがあり、自由に利用できる。また、この菜園の入り口付近に設けられたクラブハウスの1階には種苗も揃っており、会員以外の方へ



アグリス成城は、新宿から小田急線小田原線で約15分のところにある



貸し菜園の入り口付近に設けられたおしゃれなクラブハウス

の販売も行っている。さらに常勤スタッフがいるので、野菜づくりでわからないことはすぐに教えてもらえるなどのサポート体制が整っている。常勤スタッフは、クラブハウス内での種やグッズ販売と貸し菜園のサポートなどを兼務している。宮城さんは「ここは場所もよく、貸し菜園としては安くはないので、当初から他の郊外地の貸し菜園と差別化をしなければいけないと考えていた。そこで、少しおしゃれに、気楽に野菜づくりを楽しむことができるような仕掛け、雰囲気づくりを行うようにした」とのこと。

利用料は、基本的には年間会員と半年間会員の2タイプであるが、いつでも好きなときから始めるられるよう、2009年度から月額制をスタートさせている。月の利用料は概ね11,000～14,500円（種苗は別途）と郊外地の市民農園に比べれば、確かに割高ではあるが、実際に現場をみると充実したサポート体制や雰囲気の良さに納得できる。

#### 一般受講生向け講座の内容

講座名	定員	回数	料金
ステップアップ野菜づくり	15名	6回	18,900円
初めての野菜づくり	10名	6回	12,600円
ガーデニング基礎講座	10名	6回	18,900円 ※材料費別途
お洒落に楽しむコンテナ野菜づくり	10名	3回	6,300円 ※材料費別途
初めてのハンキングバスケット	10名	6回	18,900円 ※材料費別途

(詳しくは <http://www.agris-seijo.jp/school/index.html>)



菜園内に置かれている苗ポットから好きな野菜苗を自由に購入できる

#### ●充実したガーデン会員や一般受講用の多彩な講座

最初にクラブハウスに立ち寄って、なにげなくカウンターをみると、野菜づくりの講座のパンフレットが10種類ほど並べられていた。ここでは貸し菜園での野菜づくりだけではなく、座学の園芸講座をいろいろと行っている。

ガーデン会員用としての「ベジタブルスタディコース」は春夏（4月～8月）11回、秋冬（9月～1月）の9回コースとなっている。あと一般受講用に初めての野菜づくりなどの講座を設けている。これらの一般受講者向けの講座は、初心者へのサービスをはじめ、ガーデン会員の獲得、貸し菜園事業の安定した収入獲得といった面でも重要な事業プログラムと考えられる。

宮城さんは「小田急ランドフローラは屋上庭園などの都市緑化に力を入れており、ここでの技術やノウハウが、他の事業に役立っている面もあり、PRにもなっている。また、このような



整然と並んでいる6~7㎡菜園の区画、この下を鉄道が走っている



周辺は戸建て住宅やアパートが建て込んでいる



ガーデン会員が自由に使える道具スペース

街なかでの貸し菜園事業は、多くのサポートスタッフが 필요한ので、理想的には、周辺住民や大学などと連携した仕組みができると面白いですね」と言われていた。

今、多くの人が安全、安心な農産物に関心を寄せている。福岡市内でも、アグリ成城ほど街なかの立地ではなくても、市街地の縁辺部の住宅地（福岡市でいえば、香椎、西新、姪浜、七隈あたり）の未利用地を活用して、このような事業化が考えられないかと思った。このような事業化をイメージしてのマーケティング、事業企画を行ってみても面白いのではないかとも思った。  
(やまだ たつお)

よかネットミニ編集

## ■地域活性化を担うのは“食”と“農”だ！！

編集・発行

(株) よかネット

〒 810-0802

福岡市博多区中洲中島町 3 - 8 福岡パールビル 8 F

TEL: 092-283-2121 FAX: 092-283-2128

E-mail: [info@yokanet.com](mailto:info@yokanet.com)

URL: <http://www.yokanet.com/>

