



No. 105 2012. 1

(株) よかネット

NETWORK

運営は組織化しても、農家が直接お米を届けるネット産直サイト 「南阿蘇村おあしす米生産組合」の取り組み	2
農産物直売所の老舗、「鳴神の庄」の今	5
奈良市奈良町のなりたちと空き家の町宿事業の取り組み	7
みやこ町協働のまちづくり活動報告	10

見・聞・食

森伊蔵酒造を訪ねて ～多くのファンがいるのに増石をしないという凄さ～	11
「炭鉱産業」から「自然薯、ブルーベリー栽培」への挑戦	14

近況

未来を考える	16
シティマラソン福岡に参加しました	18
還暦を迎えて	18
8年ぶりの日本一ダ！！	19

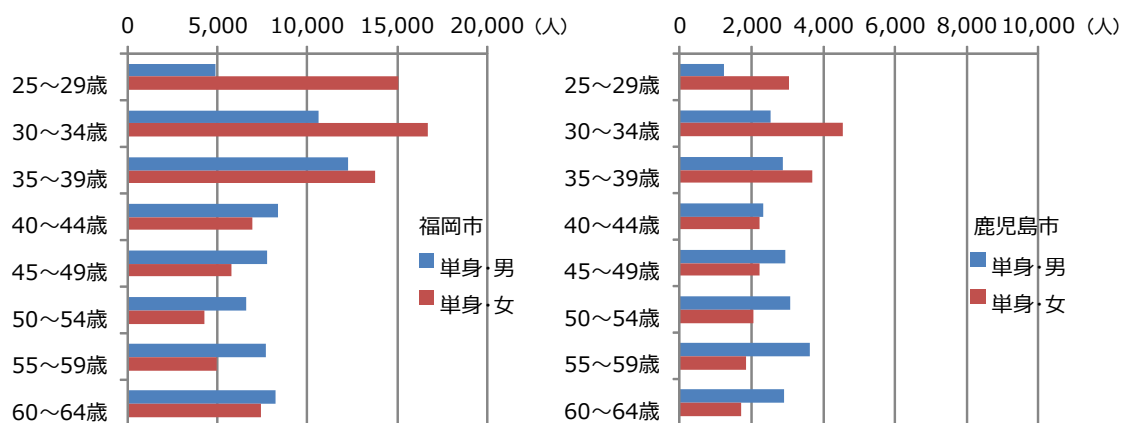
書評

まちづくりびと 再開発合意ものがたり	19
あしたも、こはるびより。	20

●福岡市、鹿児島市の単身の若い女性、中年の男性が大幅に増加

前号掲載の九州の9都市における婚活事情の続編として、1990年から2010年の20年間、年代別の単身者の動きをみてみました。きっかけは、12月初めに福岡市の百貨店に行った時、販売されているおせちセットが気になったためです。お一人様用、お二人様用のセットはすでに売り切れていました。百貨店の知人におせちの販売状況を聞いたところ、お一人様用セットは販売数としては、ファミリー用と比べると少ないものの、すぐに売り切れているそうです。しかもこの数年、販売量はどんどん増えているようで、里帰りをしない独身の女性や都会にいる子どもさんにおせちを送る年配の女性などが多いそうです。そこで今回、福岡市と鹿児島市をみてみました。グラフをみると、この20年間で、福岡市の25～34歳の独身女性は男性に比べると著しく増えています。鹿児島市もボリュームは違いますが、25～34歳の独身女性がやはり増加しています。もう一つは、両市とも40歳以上の単身男性が女性よりも増加しています。百貨店の売り場では男性はあまり来ないそうですが、年配の単身男性も新たなマーケットになるかもしれません。

1990年から2010年の20年間に増加した年代別の単身男女の人口



資料：国勢調査

運営は組織化しても、農家が直接お米を届けるネット産直サイト 「南阿蘇村おあしす米生産組合」の取り組み

本田 正明

現在、米のブランド化のお手伝いをしているが、少量しか取れない米の産地が生き残るためには、直販しか方法がないのではないかと思っている。卸、物流などの中間コストの削減はもちろんだが、「農家の顔が見える」というのは、一番の安全・安心材料である。震災以降、この傾向がさらに強まっているのを感じる。直売所でも米の販売は厳しさが増している状況において、不特定多数に販売するのではなく、きちんと顧客情報を管理しながら、「お客の顔も見える」付き合いをしていくことがますます重要になると思う。

しかし、個人客相手は管理に手間がかかるので、農家個人で対応するには限界がある。だからといって組織で行おうとすると、事務局の経費をどう捻出すればいいかと悩んでいた。そんなとき、偶然知ったのが、「南阿蘇村おあしす米生産組合」である。ここでは、運営を組織化しながら、ネットを通じて農家と消費者が直接つながる取り組みを行っていた。どうやって農家と組織を使い分けながら、米のブランドづくりを進めたのか気になり、取材に伺った。

●取材資料まで掲載されたホームページ

「おあしす米」のサイト (<http://www.aso.ne.jp/~oasys>) を開くと、最初に生産者全員の



農家の顔だらけのトップページ

顔写真が出てくる。写真も文章も手作り感が溢れるサイトだが、実はとても内容が濃い。写真をクリックすれば、農家それぞれの紹介があり（ムービーもある）、住所から振り込み口座まで載っている。栽培方法や栽培基準、使っている肥料まで全部公開している。また、私たちのような取材向けの資料もすべてあり、苦情の多いという虫の種類から対策まで載せる徹底ぶりである。取材に対応していただいた生産組合長の上野則寛氏からも、ホームページの印刷資料を手渡されながら、取り組みの経緯を話していただいた。

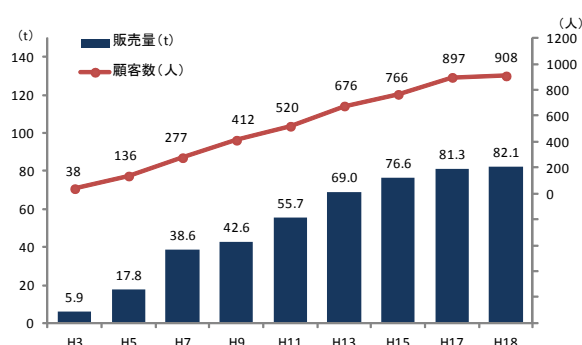
「おあしす米に取り組みはじめて22～3年になります。普通の米をつくっても、じり貧になるので、特徴ある米づくりをしたかったんです。それが無農薬の米づくりでした」

無農薬の米づくりを選んだ理由については、「実は、南阿蘇はもともと農薬の散布回数が少ないんです。平地と比べたら半分ぐらいの回数で済みます。コシヒカリは刈り取り時期が早い品種なので、無農薬でやろうという話がしやすかった。時期の遅いヒノヒカリだと、『秋ウンカが怖い』といって消毒をしたがる人が出てきますから」ということだった。農家の仲間集めについて伺うと、「農家には『無農薬にすると農薬をかける手間が減るし、薬代も浮くよ』といって声かけをして回りました。お客さんには無農薬は手間がかかると説明してますけどね。実際には、水の管理など大変なことはあるんですが、相手によって言葉は使い分けないといかんですね」と、言葉選びにも気を使っている。

●地道な販路開拓が実を結ぶ

いただいた統計資料を見ると（グラフ参照）、生産組合を設立した平成3年は、顧客数38人で販売量は5.9トンほどである。それが平成18年には顧客数は908人、販売量は82.1トンま

おあしす米の販売実績



で拡大している。販路拡大について伺うと、

「はじめからインターネットで販売していたわけではないです。20数年前は、まだまだ普及していなかった。当初は米づくりの体験イベントをやって、親戚や知人を通じて、近所の子も達に来てもらうことから始めました。それから人が多い住宅団地などにチラシを配ってお客集めをしました。30～40万円ぐらいいかかったと思います。そんなことを3～4年くらいはやりました。それでも当時は100軒配って1軒反応があればいい方でした」と、立ち上げ時は地道な営業活動をされていた。直売所や福岡の店舗でも販売していた時期はあるそうだが、販売が伸びずに止めている。

「現在は、ホームページ以外何もしていません。すでに900人の顧客がありますし、若い家族の客もけっこう多いんです。結婚で家を出た娘さんから、新しい家にも米を送ってほしいといった話も多いです」と、宣伝や営業を行わなくてもお客が集まる状況が出来ている。北海道や新潟など、全国各地から注文があるそうだ。

「実は、震災の後に大変なことになってですね」と神妙な面持ちで話し始めるので、何ごとかと思って聞いていると、「震災後、7月ぐらいから急激に試食米の問い合わせが増えたんです。放射能のこともあって、問屋などが九州の米に関心が高いことは知っていましたが、個人客から問い合わせが増えることは予想できなかった。10月によりやく落ち着きましたが、試食米を送ったところの6割が契約につながりました」普段、試食米を送った人の成約率が1割なので、6割というのは、とんでもない高率で

おあしす米の経緯

平成3年	白水村おあしす米生産組合を設立
平成4年	アイガモ農法を導入、消費者との交流会（アイガモ田見学ツアー）を開始
平成5年	構成農家が主体となり農家民泊「奥阿蘇てんぐ隊」を実施
平成6年	精米施設完備、パソコンによる顧客情報のデータベース化（顧客管理用オリジナルソフト自作）「おあしす運動」の成果により第22回毎日農業記録賞で最優秀賞（大臣賞）を受賞
平成7年	熊本市、福岡市で『新米フェア』を開催（以後毎年実施）もちつき、おにぎり配布を行う
平成8年	コイ農法を導入、この時にアイガモと併せて「恋愛農法」と名づける、コイ（恋）＋アイガモ（愛）＝恋愛農法
平成9年	色彩選別機・破砕米除去機を設置、品質をより向上させる
平成10年	「おあしす米」商標登録出願、構成農家全員のパソコン配備を目標に講習会開催
平成11年	「おあしす米」商標登録完了、ホームページを自作
平成12年	地酒「一心行」、「場外ホームランメロン」の商品開発、販売開始、大阪市で交流会を実施、遠隔地の消費者120名と交流を深める
平成13年	熊本県農業コンクール組織部門、秀賞（大臣賞）受賞
平成15年	最新鋭精米機を導入

ある。語弊はあるかもしれないが、震災が安全・安心といった潜在的な需要を一気に顕在化させたようである。

「ただ、これ以上組合員数を増やすのは難しいかもしれません。これ以上増えると、生産の管理や組織の運営が行き届かんようになりそうです」現在、南阿蘇村おあしす米生産組合の組合員は20人ほどいる。栽培基準（※ホームページ参照）も細かく設けてあり、無農薬も3年続けないと「おあしす米」を名乗れないようになっている。

「地番の管理や生産履歴の管理を行っていますが、稲の状況をみて収量を上げるために肥料をやりたがる人が出てきます。農家同士がお互いの田んぼを監視しあうようにもしていますが、どうしても限界があります」と言われた。需要はあっても、供給が追いつかない状況がすでに生じつつあるようだ。

●運営体制は徹底したネットワーク型

一番気になっていた事務局と運営体制について



話を伺った生産組合長の上野氏

て何うと、「現在、事務局は小学校の先生の奥さんにしてもらっています。場所はその人の自宅です。電話を置いてもらってるんです」

「仕事というのは、ネットを見て電話してきた初めてのお客さんに対応して、各月の担当者に連絡することと、後はクレーム対応ですね。でも農業の話だと、農家に回ってくることも多い」そうである。ホームページには、ライスセンター（精米所）の写真があったので、てっきりそこが事務局とばかり思っていたのだが、「ライスセンターは、2代目の組合長の自宅倉庫なんですよ。みんなのアクセスがよかったので使わせてもらってます」ということだった。

よく考えれば、ネットでしか販売しておらず、お米の発送は農家個人が行うので、事務局とライスセンターが一緒でなくてもよいわけだ。自宅を事務局にすることで家事とも両立でき、経費も安く抑えられる。農家への連絡もメールやFAXで行っているの、徹底的にネットワーク型だ。

「初めてのお客さんには半額の試食米を送ります。送る農家は月ごとに担当が決まってるんです。みんな、米の専業じゃありませんから、トマトやブドウなどを作ってます」

「例えば、トマト農家は8月を担当して、事務局から連絡があれば、米と一緒に自分の野菜を送るわけです」試食米以外に、何を入れるかは、それぞれの農家にまかされているそう。その後、年間契約は農家に直接申し込むようになっている。契約に結びつけられるかどうかは、その農家の腕次第ということになる。



おあしす米のパッケージ

「顧客を獲得したくて、毎月プレゼントを送る人もいましたが、野菜が品薄になる端境期に何も送らなかったら、逆に『何も入ってません』とクレームが来たりしました。プレゼントは3ヶ月に1回ぐらいがちょうどいいです」というようにサービスについても、これまでの経験が活かされていて、組合として12月には餅、4月は高菜（阿蘇の特産）、夏は野菜を送るということを決めているそう。顧客情報についても、「パソコンに詳しい人が仲間におるんです。彼がホームページもつくりました。農家それぞれが顧客情報の管理ができるよう、勉強会もありました。組合員のそれぞれができることを持ち寄ってるんです。たとえば、私は機械に強いので、精米設備を担当しました」というように、自分たちでできることは全部自分たちで分担して取り組むことで経費を最小限に抑えている。事務局の役割は、ほとんど窓口機能に限られている。

「そうそう、事務局の一番大事な仕事を忘れてました。毎月、お客に『おあしす便り』を発行しているんですが、その文章を作成するのが事務局の役割です。農家は文章を書くのが苦手なんですよ」ということだった。

●原価管理に基づく価格設定

お米は普通スーパーなどで5kg1,500～2,000円ぐらいで販売されているが、おあしす米は、白米5kg3,300円（玄米2,800円）と、消費者からみるとなかなかの値段である。ただ、事務局の経費（精米施設、資材等）として、米袋代を一枚あたり1,000円徴収しているの、農家の

実質的な収入は5kgあたり2,000円ほどになる。それでも一般米から比べるとよい収入である。

「この金額は、資材やオペレーターの費用などを積算して、農家が赤字にならないように設定した金額です。当初から全然変えていません」といわれるようにきちんと原価管理を行っている。「もちろん、組合員から米の値段を下げたいという要望もあります。そのときは輸送費など、米の値段以外を下げるようにしています」というように、米価の基準は変えずに、物流やサービスによって値下げ効果を生むように努力することで、値崩れを防いでいる。こうした地道な取り組みが現在のおあしす米のブランドを支えている。

ここまで、話を書いておいて恐縮なのだが、23年度米はすでに予約で一杯なので、「おあしす米」を購入することも味覚をお伝えすることもできない。そのことを上野氏に話したら、「もっと事前に言ってくれてたら、少しは準備したのに」と言われてしまった。今回ほど、ずうずうしく、心臓の強い取材者がうらやましいと思ったことはなかった。来年こそは、なんとかおあしす米を味わってみたいと思っている。

※資料はホームページより抜粋（一部加工）

（ほんだ まさあき）

農産物直売所の老舗、 「鳴神の庄」の今

山田 龍雄

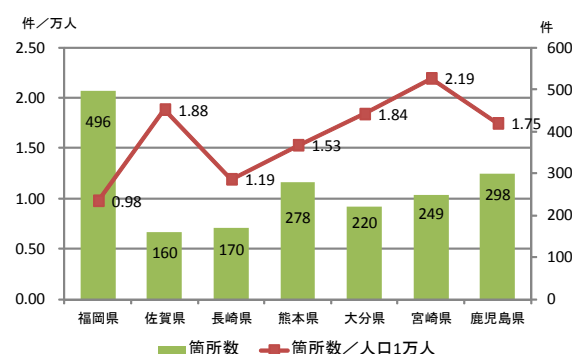
2010年の世界農林業センサスによると九州内に1,871箇所、福岡県内でも496箇所の農産物直売所（道の駅含む）があり、地域によっては町ごとに1箇所あり、まさに群雄割拠といった呈をなしている。

25年前に、この農産物直売所というシステムを導入したのが「鳴神の庄」である。

今回、ある集落の活性化事業の一環で、唐津市七山大白木集落の取り組みを視察する機会があり、その視察先のひとつとして「鳴神の庄」に伺った。

私は、17年前に「鳴神の庄」の取材をさせて

図 九州県別農産物直売所の箇所数



出典：2010年世界農林業センサス
いただいた。（「よかネットNO.8（1994年3月）」
に記載）

「鳴神の庄」の設立のいきさつと概要について、この記事と今回の取材を追加して報告する。

●きっかけはミカン減反

旧七山村は昭和50年当初まで、ミカン栽培などによって1世帯あたり農業所得が県下で2番目であったが、昭和58年以降のミカン減反に向けて、いち早く季節野菜などの施設園芸の取り組みを始めた。しかし、野菜づくりに切り替えたものの、生産者が野菜づくりに不慣れであったことから農協が引き受けない規格外の品が出てきたため、ドライブ客相手に国道323号沿いで無人売り場をオープンしたのが始まりである。

その後、昭和58年の村内産業祭の開催時に、300人の家庭産品を出品し、これを契機に無人販売所（約42.0㎡）を県の事業で建設し、運営を始めた。年々売り上げも増えたが、無人であるため産品出荷者との売上の食い違いなどのトラブルもあり、昭和61年12月に新農業構造改善事業で約233㎡を増築し、さらに販売する人を置き、現在に至っている。当初の組合運営から平成6年に資本金1千万円（1株5万円、200株）の株式会社とし、平成17年には七山村の持ち株80株を出荷者に譲渡するとともに、出荷者も株主となることで増資をし、生産、運営体制の強化を図っている。

●直売所以外にスーパーマーケットへの出荷を増やす

当日は、川添副店長から説明を伺った。私は、糸島市の方に「伊都菜彩」、「福ふくの里」、「産



説明して頂いた川添副店長 手に持っているのは若手を中心としたグループで作っている「七山元気印」の柿直きさらし、「唐津うまかもん市場」など直売所の数も増えたことから、売上げもかなり影響を受けているのではないかと想像していた。しかし、直売所の売上げは、2億3～4千万円と横ばい状況という。「鳴神の庄」の売上げが横ばいということは、全体的に農産物直売所自体のパイが広がっていると考えられる。影響を受けているのは一般のスーパーマーケットなのかも知れない。

「鳴神の庄」では、今は大きく4つの分野で事業を展開している。1つ目はこの農産物直売所であり、2つ目は直売所の横にある農家レストラン「野の花」、3つ目は外販である。外販は、福岡市内のスーパーマーケット3件に毎日出荷し、福岡市渡辺通り沿いにある「百旬館」に週4日間（月、水、金、土）だけ注文で出荷している。これらの外販が年間8千万円の売上げとなっているから、「鳴神の庄」としての売上げは実質的には営業開拓で伸びている。

4つ目が地産地消ということで平成7年から七山村学校給食センターへ農産物を納品している。現在は、市町村合併に伴い給食センターも合併し、七山村給食センターはなくなり、浜玉給食センターへ児童1,400人用の野菜10品目程度を納品している。

直売所売り上げの品物構成では野菜が3割、果物類が2割、加工品が2割、花卉類が1割、その他が2割といったところらしく、私が通っていた17年前に比べると加工品が増えているように思われる。また、お客さんの7割は福岡都市圏からであり、客単価は千円前後である。



種類が豊富なゆず胡椒

「鳴神の庄」では日曜になると、午前中の1時間でその日の1/3以上を売上げている。平日でも開店時間の8:30分より前に、既に10数人が並んでおり、その中には小売業として仕入れに来ている人もいるという。

「鳴神の庄」の加工品の中で、私が感心するのが「ゆず胡椒」の種類の豊富さである。間違いなく、このウリのひとつであろう。柚子やとうがらしの混ぜ方、粒の大きさなど見た目も違ったゆず胡椒が10種類ぐらい並んでいる。

●商品管理は、売れ残りの回収と個別指導

消費者の安全・安心の意識が高まっている昨今において商品管理は、直売所の評判に大きな影響を与える。「鳴神の庄」では、10数年前から一人の商品の質が悪いという評判がたつと全体の評判が落ちるということで、徹底した商品管理を行っている。

売れ残った商品は、全て個別で回収してもらうこととなっている。各商品の出荷した日のバーコードが付いているので、商品を入れ替えないと翌日には出荷できないようになっている。新鮮でない商品には、絶えず目を光らせており、著しく質の悪い商品を出荷している人には個別指導し、撤去させている。

このような日常的な商品管理が、「鳴神の庄」が長い間、継続してきた秘訣なのかもしれない。

●生産者の登録数は17年前と変わらず350人

生産者の登録数は350人である。これは私が17年前に取材したときと同じ数値であるのには驚いた。生産者の平均年齢は約65歳で、最高は88歳の方もおられる。

当然、生産者の年齢も上がっているのであろうが、30～40歳代の若手生産者も30人程度いるとのこと、若手を中心とした研究グループで生産している商品には「七山元気印」というマークが貼られている。このように生産者の後継者が育っていることは、心強い限りである。以前、取材したとき、「鳴神の庄」では、夏休みともなると子供たちがカブトムシなどを出荷して稼ぐので、家族内では別々の通帳に振り込まれると聞いたことがある。

子供からお年寄りまでが、稼げる直売所であるという点では、地域密着の直売所なのである。現在、350人の登録者のうち、120名がメール会員であり、アクセスすると自分の出荷した商品の売り上げ状況がわかる仕掛けとなってお

り、すぐに追加出荷ができるようになっている。どうしても急ぐときには、事務所から電話で出荷依頼するそうだが、ほとんどの方は、自分の売れ行き状況をみながら、持ってくるそうだ。

今では九州内で約1,900箇所にもなろうかという農産品直売所であるが、その老舗である「鳴神の庄」は、決して良好でない立地条件と競合店が増えるなかで、商品管理と外販などで売上げを増やしているということは、これまでの日々の努力の結果であろうと思う。

村の人口が減っている中で、これからも生産者を維持していけるのか、周辺との競合に勝っていけるのかなど課題はあるが、今後の「鳴神の庄」の展開に期待したい。

(やまだ たつお)

奈良市奈良町のなりたちと空き家の町宿事業の取り組み

山田 龍雄

11月のはじめ、地方シンクタンク協議会幹事会の会議で大阪に行く機会がありました。翌日は土曜日だったので、10数年前から奈良市で伝統的な街並みを活かして、いろいろなお洒落なお店が開業し、賑わっているという噂を聞いていた「奈良町（ならまち）」を見に行こうと思い、足を延ばしてみました。折角の機会なので、「奈良町」のなりたちや活動の取り組みを勉強しようと思い、事前に（財）ならまち振興財団に連絡し、取材の了解を得ていました。

約束の時間に「ならまちセンター」内にある「（財）ならまち振興財団」事務局の森本専務理事を訪ねました。

森本さんは、元奈良市役所に勤務されておられ、お会いすると冒頭「おたくの事務所は、アルパック（㈱地域計画建築研究所）さんところと関係する事務所なのですね！昔は、総合計画などアルパックさんには大変お世話になったのですよ」といわれ、旧知の仲のように取材をさせていただきました。

森本さんに奈良町の歴史、街並み保存や活性

化の取り組みなどのお話を伺うなかで、「最近、空き家を活用して宿泊の場としているところがあるのですよ」と、パンフレットを見せていただくと、なかなかお洒落な雰囲気ของ宿屋にリフォームされています。あとで現地を見に行くと、責任者の方にお会いすることができ、この「奈良町宿（なら・まちやど）」の取り組みも取材させていただきました。

そこで、今回は①奈良町の街並み保存の取り組みとまちづくりの課題、②奈良町宿の取り組みという、2件についてご報告させていただきます。

●今後、街並みの雰囲気と商業の活性化を両立していくのか？

「奈良町」とは、奈良市の中心市街地南部に



奈良町の通りの一角、所々、民家を改装した店舗が営まれている



奈良町のお洒落なお店のひとつ～木造の建物に鉄骨のガラス張りの玄関を改装した薬膳料理と雑貨店

位置し、歴史的な街並みが残った地域の総称であり、行政区の名前ではありません。

町家の原型を保ちつつ、改装された飲食店や雑貨店が多く立ち並び、今や奈良市の観光スポットとして観光客でにぎわっているところです。

（緩やかな街並み保存の取り組み）

奈良町のまちとしての形成は室町時代まで遡るそうで、この一帯を治めていた元興寺の寺社としての権力が衰退したことから、力をもった商業や製造業などの家屋が進出したのが始まりだそうです。したがって、この地域一帯の道路は、整然とした碁盤目模様の区画ではなく、L型や緩やかなカーブで曲がっていたりと少し複雑な線形をしています。

最近の奈良町の歴史を紐解くと、町の北部に位置していた市役所が昭和52年に移転し、周辺の衰退ははじまりました。これを契機に、「奈良を考える会」などによる民間主体のまちづくり活動と併せて、公共事業として奈良町の街並み保存のために伝統的建造物保存対象調査などが実施されます。当時、伝統的建造物群保存地区になると、生活の自由が束縛されるという意識が強く働き、合意形成に至らなかったとのこと。実際は外観だけは特定した時代の修理基準等に合わせた修理をしないといけないのですが、内部は比較的自由に改装も可能です。しかし、当時はその辺のことが伝達されてなかったのではないかと思います。

行政としては、なんらかのルールづくりは必要ということで、昭和63年には奈良市におい



奈良町宿の石畳の路地空間

て伝統的な様式を残す建築を保存するため、「街並み建造物保存事業」を始めます。その後、平成2年に都市景観条例を制定し、平成6年には「奈良町」(48.3ha)を「奈良町都市計画形成地区」に指定し、一定の基準に沿った改修を行った建物を補助対象とするなど、ゆるやかな街並みの誘導を図っています。

（これからの街並み保存と活性化の課題は？）

森本さんに、今後の「奈良町」の課題をお聞きすると「街並み上の課題としては、景観形成地区では、法的な規制力はないことから、強制力がなく、統一した街並みが維持されていくのかといったことがあります。商業上の課題では、商店街としての組織がなく、商店街として一体的な活動や商いのルールなどの合意形成の場がないことです。空き家を借りて商いをしているお店もあり、今のところお店を出すにあたっては自治会の了解が必要のようで、自治会がなんらかの抑制の役割を果たしているようです」といった趣旨のことを言われました。私が、奈良町を見て回った感じでは、今のところ、キャラクターグッズ店など、街並みの雰囲気を著しく阻害するようなお店や看板はなく、落ち着いた街並みが保たれていました。しかし、今後、土地や家屋所有者あるいは自治会の街並み保存の意識が弱くなり、また、儲け主義が先走りし、派手な看板や奈良町にふさわしくない業種の店が進出するなど、あまり行儀がよろしくない商いが多くなった場合、街並みの雰囲気がどう変化していくか気がかりなところです。



黒のタイルの土間空間にミニキッチンとソファが置かれている

●「奈良町宿」という空き家活用のチャレンジ

「奈良町宿」は、奈良町の南部に位置し、奈良町でお店が立ち並んでいるところからは、歩いて5分ほど離れた住宅地の中にあります。

現地に行くと、宿の受付に快く導いてくれる石畳の路地があります。この路地の中間にある玄関らしきガラス戸を開け、取材の趣旨を伝え、マネージャーの藤岡俊平氏が出てこられ、丁寧に対応して頂きました。なんと、私が訪ねた日は、オープンして2週間という出来立てホヤホヤの宿でした。

（更地にして学生アパート構想から町家改修での事業へと変更）

藤岡さんに、この町宿ビジネスを始めるに至った経緯を伺いました。

- ・元々、この土地には木造借家があったが、老朽化していたことから、20年間入居者がおらず、空き家のままであった。そこで、オーナーさんは学生アパートの建設を計画した。
- ・この話を聞きつけた藤岡建築研究室の主宰藤岡龍介氏は、建て替えるのではなく、ここまま空き家を改修し、今の若い世帯のライフスタイルあった設備や空間を有した「体験ハウス」的な事業の提案をする。藤岡龍介氏は、宿のマネージャーである俊平氏のお父さんであり、もともと奈良町の町家の改修にも関わっておられ、奈良町の街並みや活性化に寄与してこられた方であった。
- ・「体験ハウス」にしても、奈良市で1週間程度居住してくれるという需要も見込めないこ



低めのベッドが置かれており、布団を和室に移動し、就寝することもできる

とから、なんとかビジネスモデルとして成り立つ事業として、宿泊としての活用にいそむく。現在は、元々貸家として利用していた5件を改修し、うち3件を宿屋として運営している。

- ・この宿の情報発信は、今のところインターネットだけで、オープンして2週間という短い期間内に既に年末まで土曜、日曜日はほぼ予約が入っている。
- ・事業費は全てオーナーが負担し、テナントとして藤岡さんのグループが運営を任されている。オーナーには固定の賃料が入り、運営グループは、稼働率が高まると利益があがることとなる。

（空間にふさわしい人をターゲットにした料金設定）

宿の一室を見せていただくようお願いすると、16時まで宿泊客のいない部屋があったので、そこだけ見せていただいた。部屋といっても一軒家を改修した部屋であり、中に入ると土間があったところに黒のタイルが敷かれ、中庭からの自然光が心地よい。この土間空間にはミニキッチンとソファが置かれており、お湯を沸かしたり、簡単な調理はできるようになっています。寝室には、低めのセミダブルのベッドが2台置かれており、全体の雰囲気は“和”ですが、昔の“旅館”といった設えではなく、今のライフスタイルにあわせた“洋”のスタイルも取り込んだ形となっています。

宿泊料金は、基本は2人以上の宿泊で15,000

円／人（朝食付き）、夕食はオプションで受付の奥の台所で調理されたものが、各部屋に運ばれ、部屋でゆっくり食事ができるようになっています。オープンしてからの予約では、一人での宿泊を希望する人もおり、一人で宿泊する場合は、22,000 円／人に設定したそうです。

マネージャーの藤岡さんは「料金を千円にすれば、稼働率はあがるでしょう。しかし、安売りによる町家の価値の低下を避ける意味でも、価値相応の料金設定にし、価値を保たなければならないと思います。この空間にふさわしい、この空間を気に入ってくれるような人に泊まってほしい。万人向けのものではなくターゲットを絞り込んだ商品作りを考えています」と言われた。

このような伝統的な街並みが残っている地区では、空き家が発生しており、どこの地域でも空き家をどう活用するかを悩んでおられるところが多々あります。この「奈良町宿」の試みが、ひとつのモデルとして成功することを期待しています。

今度、奈良に来るときには、取材をさせていただいたというご縁もあり、是非、宿泊したいと思いつつ、家路を急ぎました。

（やまだ たつお）

みやこ町協働のまちづくり活動報告

山辺 眞一

去年の6月、北九州市の南にある「みやこ町」から依頼があり、協働のまちづくりを実践するためのお手伝いを始めました。

「みやこ町」は、旧3町（豊津町、勝山町、犀川町）の合併により2006年に誕生した町で、22千人の人々が暮らしています。どこも同じと思いますが、合併しても最初の頃は旧町のこだわりがあり、町民意識として一体感が芽生えるためには時間がかかります。しかし町としては、一体感を持って人々が積極的にまちづくりに関わり、一緒に取り組んでほしいという願いがあり、そのお手伝いをすることになりました。



●フォーラムによるきっかけづくり

今回は、大学と連携しながら、協働のまちづくりを支援する、という形をとることになり、第一弾として、まちづくりフォーラムを行いました。講師は東京大学大学院の出口敦教授（新領域創成科学研究科）にお願いし、住民、企業、行政が協働で取り組むまちづくりの話をさせていただきました。「みやこ町の未来図を描こう」というタイトルで、募集したところ、担当職員のPR活動の甲斐あって多くの町民の方々が参加されました。

出口先生の話のポイントは、（町ならではの魅力を探す、良い点を伸ばす、活動を支える骨格や施設を整える、未来像を実現するための協働の活動と拠点づくり）という4点について、事例を交えながらの講演であり、終了後も多くの人から質問がありました。

町民の皆さんはまちづくりに無関心ということではなく、きっかけを欲しているのではないかという感じがしました。

●まちづくり勉強会

まちづくりフォーラムを協働のまちづくりへの参画意識のきっかけとして、「まちづくり勉強会」を1ヶ月後に行いました。

北九州市立大学都市政策研究所の内田先生、片岡先生に協力をお願いし、一回目の勉強会はミニ講演とワークショップを行いました。

出口先生のフォーラムの最後に、この勉強会の告知と先生方の紹介を行い、参加の呼びかけを行いました。町の担当者によると「なかなか



町民で満員となったフォーラム会場

こういう勉強会には人が集まってくれない」ということもあって、フォーラムと同様、いろいろな人に直接声もかけていただきました。

勉強会は、日曜日の午後という時間帯にも関わらず、50 人の参加があり、内田先生によるミ



まちづくり勉強会でのワークショップ風景

ニ講演の後のワークショップでは、人数が多かったため発言できる時間がやや少なくなり、全体の時間も足りなかったようです。

(やまべ しんいち)

森伊蔵酒造を訪ねて

～多くのファンがいるのに

増石をしないという凄さ～

山田 龍雄

昨年の 10 月 9、10 日の連休に、日本焼酎学会（会長 豊田謙二氏）の会員 14 名で鹿児島県日置市吹上町にある西酒造と垂水市にある森伊蔵酒造の 2 つの蔵を訪ねた。西酒造は「富乃宝山」をはじめ、焼酎の多品種化に取り組むとともに、規模の拡大を図っている酒造所である。かたや、森伊蔵酒造は「森伊蔵」だけを小さな蔵で頑なに造っているところであり、経営姿勢からみると両極にある酒造所である。

今回、豊田会長のご配慮もあって、蔵の視察と社長の取材もさせていただいた森伊蔵酒造について報告する。森伊蔵酒造への取材は、蔵が小さいため 5～6 人だけという制約のもと、私は幸運にも選抜隊に選ばれた。

垂水港からタクシーに乗った。タクシーの運転手さんも森伊蔵酒造の近くを通ったことはあるらしいが、立ち寄ったことはないらしく、携帯電話で場所を確認しており、なんとも心許ない。たぶん分かりにくいところにあるのだろう。

私は、勝手に細い山道を上っていき、山あいのなかの広い敷地の中に酒蔵がひっそりと佇ん

でいる風景を想像していた。

タクシーで錦江湾沿いの国道 220 号を北へ走り、30 分ぐらいで森伊蔵酒造がある牛根集落に到着した。

なんと森伊蔵酒造の暖簾が、国道沿いの普通の住宅か、店舗ではないかと思われる家屋の表玄関にかかっていた。なんとも想像していたイメージと違い、あつけにとられてしまった。ここは、森伊蔵関連の商品（トートバック、ハンカチ、飴、15 代沈寿官とのコラボした焼酎グラスなど）を販売しているお店であった。

お店の人から、焼酎蔵は裏にあることを教えられ、横の路地を 20～30 m 歩くと、海側に面した酒造所の玄関口があり、森伊蔵の赤い暖簾がかけられていた。



熱く森伊蔵を説明して頂いた森覚志社長



国道 220 号沿いにある森伊蔵のグッズ売場



「森伊蔵酒造」の玄関前にて



この甕で1次仕込み、2次仕込みが行われている

●小さな蔵元、アナログ製法の焼酎

玄関口で、森覚志社長が待っておられ、すぐに蔵の中を案内していただいた。

鹿児島商工会議所の中村部長によると「ある県の商工会議所の役員の方が、是非、森伊蔵の蔵をみたいと言ったらしいが、断られたらしいです。よほどのつながりと森社長の都合が合わない蔵の中の視察は難しいと聞いています」とのこと。普通の観光客は、玄関前で写真を撮るぐらいが関の山で、蔵の中まで視察できたことは、少し大袈裟に表現すると“千載一遇”ということなのかも知れない。

資料では建坪 150 坪と記されていたが、森社長によると実際は 130 坪らしく、本当に小さな蔵である。

玄関口から真正面に貯蔵用のホーロータンクがあり、その横に酒造所がある。ホースの水で丹念に足裏を洗い、中へ入ると甕が 30 ～ 40 個ほど埋められており、ここで 1 次仕込み、2 次仕込みが行われている。

この日は、1 つの甕に 1 次仕込み、5 つの甕に 2 次仕込みが行われていた。この甕は、佐賀



森伊蔵の蒸留器、言われなければ気が付かない

県の武雄で造られた叩き製法の甕であり、もう同じものは造れないらしく、非常に大切にされている。甕を砂の中に埋めているのは、温度管理と、甕の下部の方が壊れない為である。

蔵の玄関口近くの 20 ～ 30 坪のところに、麹室、蒸し器、蒸留器がコンパクトに配置されている。何も言われなければ、これで「幻の焼酎 森伊蔵」が製造されているとは気づかないほどの小ささである。

森社長に生産量をお聞きすると「年間 1500 石（1 石：概ね 1 升瓶 100 本）、西酒造さんが 1 日で造る量ですよ。うちは手づくり、アナログの世界での製法でやっています」とあっさりと答えられた。これは豊田会長にお聞きした話であるが「森伊蔵では週 1 回は、蔵を休ませるらしい。これは菌をいつも活動させていると弱くなるらしく、週 1 回は休ませた方がよい」という。森伊蔵酒造所では、麹菌を自然のままで扱っているという点では自然の世界、アナログの世界での焼酎づくりである。

次に蔵の隣の自宅兼事務所の社長室兼応接室でお話を伺った。



2階の応接間で話を伺う。窓からの錦江湾の景色は素晴らしい

●この小さな蔵だけの焼酎づくり

森社長にお会いする前は、職人気質の無口な人であつたらどうしようと少し緊張していたのであるが、偉ぶったところもなく、非常に誠実に対応して頂いた。

元々、森伊蔵酒造では“錦江”という焼酎を造っていたが、小さな蔵で、特に特徴のない焼酎では新規の小売店も扱ってくれなかったらしく、社長は客がわざわざ買いに来るような美味しい焼酎づくりを目指した。

森社長から「日本焼酎学会は日頃、どんな活動をされているのですか？」と質問され、中島事務局長は「焼酎好きな人が集まり、楽しく焼酎を飲む会です。また、5年前ぐらいに焼酎のシンポジウムを行いました」と報告すると、森社長は「焼酎を楽しく飲むことがなによりです。いい会ですね」とおっしゃっていただき、緊張していた場合は、少しやわらいだ。

森社長との会話の中で、少し印象深いものを紹介したい。

- ・この地域は“垂水”というぐらい水が豊富な土地柄で、3m掘ると水が出てくる。焼酎づくりの使用している水は、井戸水であり、高隈山系の水で、硬度は60度の軟水である。
- ・これまで“錦江”という銘柄の焼酎を造っていたのであるが、これまでの焼酎づくりと180度違う造り方で焼酎をつくろうと考えた。開発には3～4年を要した。（※森伊蔵の誕生は昭和63年）
- ・森伊蔵というネーミングは、親父さんの名前をとった。親父さんは、毎朝、隅から隅まで



父親である「森 伊蔵」氏の遺影

新聞を読み、いつも自分の人生は幸せだったというのが口癖みたいな人であった。その親父さんの思い出や生き様を残す意味で「森伊蔵」と命名した。書は、大阪の書家に何通しか書いて頂き、その中で気に入ったものに決めた。しかし、親族や関係者に相談すると、みんなが反対した。みんな反対するから「森伊蔵」でいこうと決めた。

- ・鹿児島へ転勤された支店長や鹿児島出張の方を買っていただいた。飲んでみると、口あたりもよく、飲みやすい焼酎ということが口コミで広がり、1年間で人気商品となった。
- ・森伊蔵の味は、蔵に付いている菌やここで取れる水などが影響している。多くの人から増石してはどうかと勧められるが、ここでしか造るつもりはない。
- ・イタリアの小さなワイナリーの方が森伊蔵を訪ねてくれたことがあった。その人がおっしゃった「ゆっくり歩いて遠くまで行こう」という言葉は、非常に共感するものがある。

森社長は、この場所以外で焼酎を造ると確実に味が変わってしまい、「森伊蔵」が森伊蔵でなくなることを見通しておられるのだろうと思う。

ここまで人気があり、ブランド力があれば、増石したくなるのが、普通の経営者であろう。しかし、森社長の「森伊蔵」の味へのこだわり、一徹な思い、現在の経済市場主義の誘惑に全く振り向かず、納得のいく焼酎の味を守り続けることに命をかけ、増石をしないといった姿勢に感銘を受けた。

●焼酎づくりの家内工業と装置化産業について考える

今回の薩摩焼酎研修の視察では、年間約4万石（1升瓶換算：4百万本）の生産量を誇る西酒造と年間1,500石（15万本）という森伊蔵酒造といった対局のところを取材させていただいた。

焼酎造りは、いかに機械化されようと1次仕込み→2次仕込み→蒸留→貯蔵といった行程は、規模の大小に関係なく、まったく同じである。これが、いつごろから機械化、装置化していったのだろうか？

去年の4月に取材させていただいた霧島酒造では昭和38年に一日当たり100石（一升瓶換算で1万本）の生産工場を建設し、さらに昭和42年には一日当たり400石（4万本）に増量している。霧島酒造の取材で提供していただいた説明資料には、昭和30～40年代に霧島酒造では家内工業産業から装置化産業へと転換したと記されている。

森伊蔵では、今でも1次仕込みを2次仕込みの甕に移すのも、ポリバケツを使って人力で行っており、今だに家内工業である。森社長が言われるように、数値化をしないアナログの世界である。しかし、西酒造では、1次仕込みのものを2次仕込みへの甕に移すのは、パイプで運ぶシステムとなっており、麹づくりも温度と湿度設定によって自動化されている。また、一部のこだわり焼酎を除いて、ほとんどがオートメーション化されている。

西酒造や霧島酒造などの酒造所は、オートメーション化、味の数値化によって大生産しても味の均一性を保ち、低コストの焼酎を造っているという点では凄いことだと感心してしまう。まさに企業努力の賜物である。これを実践していかないと他のメーカーに遅れをとってしまうのであるから、企業経営のひとつのあり方と思う。

しかし、「森伊蔵」ほどの有名ブランドでなくとも、地元の芋、米、水を使った手づくり焼酎は、これはこれで愛すべき、価値ある焼酎ではないだろうかと思った。

これから晩酌の焼酎は、できれば小さな蔵の焼酎で楽しみたいと思った次第である。

（やまだ たつお）

「炭鉱産業」から「自然薯、ブルーベリー栽培」への挑戦

山田 龍雄

昨年、嘉麻市に住んでいる知人から「昔の古河鉱業が農業を始めているよ。しかも、なかなか美味しい自然薯栽培を行っている」という話を聞かされた。農業とは全く縁のないような元炭鉱会社が農業へ参入するとは面白い話であり、農業への企業参入という今のご時世を表しているなあと考えた。

筑豊は、私が高校まで生まれ育った土地であり、このような農業への取り組みが筑豊の産業振興のきっかけになれば良いのではないかと期待する面もあり、機会があれば、取材させてもらおうと思っていた。

そこで、11月中旬に知人を通じて取材を申し込み、いろいろと面白い話を聞かせて頂いた。

●鉱害復旧事業終了後の古河鉱業跡地の管理の環境として実施

事務所は、旧山田市下山田地区字山下通りの一角の、少し高台になったところにある。ここは炭鉱時代の昭和45年頃まで、石炭を積んだトロッコが出入りしていた坑道があり、小学生のころにはトロッコが上がってくるのを、友達と今か今かと眺めていたところでもあり、非常に懐かしい思いがした。紹介してくれた知人と待ち合わせて、担当者の宮崎一雄さんにお会いし、名刺交換すると「古河機械金属株式会社・筑豊事務所業務課・副課長」と記されており、機械金属の社員なのである。すぐにもう一枚の名刺をいただいた。そこには「山の里・自然農園・営業担当」と記されていた。

宮崎さんは農業部門の営業担当であるが、農業部門のマネージャー的な役割を担っておられる。元々、この事務所は、古河炭鉱管轄用地の鉱害復旧事業の窓口であり、鉱害復旧事業のマネジメント部門として、地盤改良事業などの



収穫した自然薯を洗い、事務所前で乾かしている
差配をしていたところだそう。

改めて、宮崎さんに農業への取り組みの経緯や実績などをお伺いした。

- ・平成16年に鉱害復旧事業は完全に終結したが、筑豊炭田内に残った古河炭鉱の用地（半分以上はボタ山用地であり、活用が難しい）の管理は引き続き、行っていかなければいけない。何か用地の有効活用ができないかということで農業を始めた。農業でメシを食っていこうということではなく、あくまで土地活用の一環での農業である。
- ・作物では、あまり水がいらない、植えれば手間もあまりかからないということで、平成18年から自然薯を植えはじめた。今年で5年目である。
- ・自然薯は、種芋を種芋業者から購入し、パイプ方式で植えている。種芋の品種は5～6種類あり、また、植え方も何通りもあって、組み合わせると100通りのパターンが出てくるが、1年目の栽培では、10数通りの組み合わせで実験的な栽培を試みた。2年目は線虫がつき、少し失敗したが、やっと3年目から本格的に販売できるようになった。
- ・自然薯は、約2,100本出荷している。自然薯の種芋業者から「一つの団体（農家）で自然薯を生産している量は、筑豊地域ではNO.1である」ということを知らされ、宮崎さん自身も驚かれた。
- ・古河炭業の事務所がある旧山田市では栽培しておらず、まとまった平地がある小竹町と川崎町で栽培している。



食べ応えがある
1kg近い自然薯

- ・売り先は、当初、筑豊管内の某スーパーマーケットに出荷していたのであるが、売れ残ると回収しなくてはならず、これが結構手間をとったことと、手数料が高く、割が合わないということで1年でやめてしまった。
- ・今では、これまで炭鉱関係でお世話になった企業や個人からの注文で、ほとんどが売れている。企業ではお歳暮などで数十本単位、あるいは100本まとめて注文してくれるところもある。企業や個人販売では、商品を気に入ってもらい、3年目からリピーターが付き、毎年、注文を受けている。
- ・直売店では、田川郡大任町の「道の駅」と福岡市と春日市にある直売所「時や（農業と消費者をつないで農業生産者のサポートをしているクロスエイジという会社が経営）」で販売している。「時や」では注文を受けての出荷であるため、リスクはない。

●自然薯の次は、ブルーベリー栽培

自然薯の次の展開についてお聞きすると、ブルーベリーを栽培しているという。ブルーベリーも栽培しやすい作物ということで選択しており、その詳しいいきさつや取り組み状況をお聞きした。

- ・ブルーベリーは健康面では、特に目に良いということと、自然薯と一緒にあまり水がいらないということで自然薯に続く作物として選択した。小竹町の用地に平成20年頃から植え始め、昨年からは出荷できるようになった。約1,000本植えており、今年は200kgの出荷

であり、来年は倍の 400 kg になる予定。

- ・現在、栽培している 1,000 本のうち 700 本が生での出荷用であり、300 本は試験用の圃場にまわしている。ここで収穫されたブルーベリーは大粒なので、ケーキ屋さんなどから注文がある。
- ・自然薯は、5 月ごろ種芋を植え、11～3 月に収穫する。ブルーベリーは 12 月～1 月に剪定し、7～8 月ごろに収穫するので、栽培と収穫が重なることはなく、非常に都合がよい。
- ・ブルーベリーは冷蔵保存の場合、3 日ぐらいで出荷するが、冷凍となると 1 年間保存できるらしく、加工の方も研究している。
- ・ブルーベリーは主力の品種以外に、品種の違った 10 種類を栽培しており、次に売れそうなブルーベリーを探っている。

●行政と地元の協力があってこそ、栽培の拡大が可能

自然薯とブルーベリーの栽培地を含めた遊休地の管理は、10 数人で行っておられる。農業の収益でだけみると、数人分の収益しかないと思われるが、これから食料の環境が厳しくなっていくなか、このような企業参入は大いに期待したいと思う。

宮崎さんは「今後、農業への取り組みを拡大していくためには、平地の活用しやすい遊休地があること、地元の協力や前向きな行政の姿勢があれば、一緒にパートナーとして展開できます。今、小竹町ではブルーベリー栽培畑の近くで公園化構想もあり、公園とブルーベリーを組み合わせた面白い取り組みも出来る可能性があります。」とおっしゃった。

自然薯の在庫がなく、現物は見られなかったが、見せていただいた贈答用の箱は、なかなかおしゃれであり、地元の醤油さんと一緒に開発したトロロ用のタレ付きで販売されている。

また、宮崎さんは、「農業は全く素人ですが、機械製造ということで生産管理は慣れていることから、この面では強みになっています。自然薯の箱のデザインも自前であり、トロロ醤油のアイデアも自社で行いました」とおっしゃった。

単なる遊休地活用の一環から、企業のサイド

ビジネスとして展開してってもらいたいと思う。
(やまだ たつお)

※鉱害復旧事業とは

第二次世界大戦後も長い間、炭田として日本一を誇っていた筑豊炭田であったが、昭和 51 年の貝島炭鉱（旧宮田町）の閉山を最後に、筑豊から全ての炭鉱が閉山した。その後、筑豊では働き場を失った失業者の増大や急速な人口流出とともに、活力が失われていった。そこで、炭鉱で地盤が悪くなった土地の改良と炭鉱失業者の仕事づくりのため、旧通産省の所管で鉱害復旧事業が始められた。

近 況

未来を考える

昨年から取り組んでいる仕事の中で、福岡市の 25 年後の都市ビジョンを考えるというものと、福岡、佐賀の両県による、宇宙の起源を探求する先端加速器「国際リニアコライダー」を核とする 30 年後の地域ビジョンを考えるという業務がある。

いずれもこれから 30 年後ぐらいにどういう都市や地域を目指すのか、どうなりたいのかということ、いろいろな人の意見を聞き、考える仕事である。30 年後を考える前に、30 年前の人々は、30 年後の 21 世紀初頭をどういうふうに展望していたのかが気になった。

インターネットで国の統計を検索すると、昭和 50 年、国が行った調査で、国民が 30 年後の 21 世紀初頭の日本の社会をどのように展望しているか、長期計画検討のために実施されたものがあつた。30 年前に人々が予想したことが、どういうものだったのか、興味深かった項目をいくつか紹介したい。

まず一番目は、日本人の性格やものの考え方がどう変わると思うかについてである。「エゴイズム」「合理主義」「権利意識」は強くなり、「義理・人情」「忠誠心」「義務感」は弱まると当時の人々は予測した。「義理・人情」や「勤勉性」は変わらないだろうという人も多い。

実際にはどうか、という調査は無いので、国

の「社会意識に関する調査」のなかで、エゴイズムに関連する設問として、「社会のために役立ちたいと思うかどうか」をみた。昭和50年では54%の人が「思っている」と答えた。平成23年調査ではこの比率が66%となっている。この結果を見ると社会の役に立ちたいという人は、徐々に増えているとも思える。

先の東日本震災の時に海外メディアが注目していた日本人の気質「思いやり」に該当するかどうかは分からないが、「義理・人情」は弱まるという人は多かったが、震災時の人々の態度を見る限り、自分さえ良ければということを言っている人は見受けられなかった。（マスコミが取り上げなかったのかもしれないが）一方、被災地以外では、瓦礫の受け入れを頭から拒否する、東北の物は買わないなど、地域エゴをむき出しにする人たちもいる。社会の役に立ちたいという人が本当に増えているのだろうかと思った。

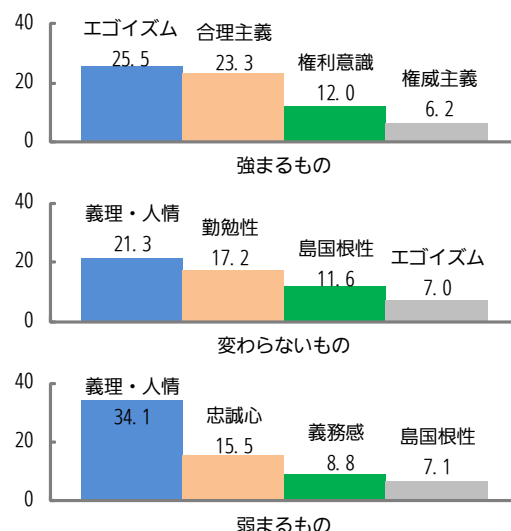
日本人の生活の予測に「30年くらい後の老人の生活の場について」の問いがある。「家族と同居」「老人ホーム」「夫婦だけ、一人暮らし」という3つの選択肢のなかで、「夫婦のみ、1人暮らし」が増えるという人が最も多かった。（円グラフ参照）

30年を過ぎた現在どうなっているのか。

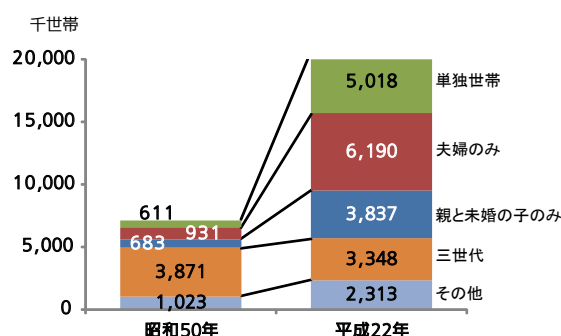
厚生労働省の調査によると、昭和50年（1975）から平成22年（2010）までの35年間で65歳以上の者のいる世帯数は13百万世帯増えている。そのうちの4割は夫婦のみ、3割は単独世帯である。高度経済成長期に都市部で増加した核家族は、30年を経て、子どもは独立し、年老いた夫婦のみあるいは単身などの世帯となった。35年間で1千万世帯も増加したこの高齢世帯の暮らせる環境づくりは、全国的な課題である。

最後に、「30年くらい後に、日本との交流が現在より大いに盛んになる国はどこか」という問いがあった。回答では中国が3割と最も多い。2番目のアメリカの2倍近い比率である。当時を振り返ると、昭和47年（1972）米中の国交関係が改善され、中国をめぐる国際環境は大きく変わり、「経済改革・対外開放路線」に転換

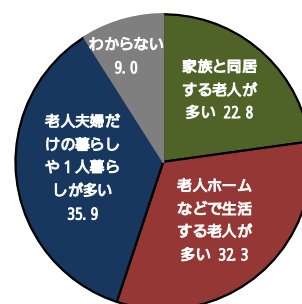
30年くらい後に、日本人の性格やものの考え方は変わる？



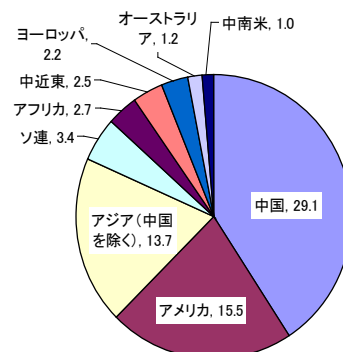
65歳以上の者のいる世帯数



30年くらい後の老人の生活の場は？



30年くらい後に、日本との交流が現在より大いに盛んになる国？



資料：内閣府「昭和50年人間と国土に関する世論調査」
厚生労働省「国民生活基礎調査」

した頃である。この中国の方針転換を間近にみていた日本の人々は、30年後には中国との交流が大いに盛んになると思ったものと推察される。そして現在、ご存じのように、中国は日本を追い越し世界第2位のGDPを誇る国となった。確かに日本との様々な交流が活発になったことで、これだけの成長を実現したのだと思う。成長するアジアの活力を取り込んで日本を再生するという動きがいろいろと行われているようだが、要になるのは自らの改革、開放へ大きく舵を切ることしか無いのではないかという気がしている。(山辺 眞一)

総 シティマラソン福岡に参加しました

昨年4月からジョギングを始めました。きっかけは、友人にマラソン大会に出ないかと誘われたこと。高校時代は授業の一環で毎年ハーフマラソンを走っていましたので、16年ぶりのチャレンジです。高校卒業時の体重は67kgだったのですが、昨年4月時点の体重は82kg。お腹はぽっこりと突き出て、床に落ちた物を拾うのにもお腹がつかえて苦しい始末。

一念発起してランニングシューズとウインドブレーカーを買い、走り出したのはいいのですが、1km7分のペースで3km走るのがやっとでした。しかし週に2～3回、距離を徐々に伸ばしながらランニングを続けていると、6月のヤフードームリレーマラソン時には75kg、そして10月のシティマラソン福岡の開催時点までに72kgまで絞ることができました。

さて、シティマラソン福岡当日、朝8時過ぎにヤフードームをスタートしたのですが、道幅が狭いところを走るため、団子状態で、思うように前に進めません。また、交通規制の問題からか、街中ではなく海沿いの倉庫街を走るコースでした。一緒に走ったマラソン好きの友人は、他都市のレースと比較しても走りにくいと言っていました。当日、福岡市の高島市長が「福岡市内でもフルマラソンを開催したい」と、おっしゃっていましたが、どのようなコース取りを考えておられるのか、興味のあるところです。ちなみに結果は、約21kmを1時間40分で完走することができました。

昨今、健康志向の高まりで、全国的にランニングの人気の高まっているようです。シティマラソン福岡の参加者数は、ハーフマラソンの部が約5,400人、5kmの部が約2,400人。応募は全体で4万人以上あったそうですが、先着順なので募集開始当日の夕方には既に締め切られてしまいました。2011年の東京マラソンには35,000人の定員に33万人以上の応募が殺到したそうです。

矢野経済研究所によると、2009年の陸上競技・ランニングウェア市場は100億5千万円で前年比11%増となっています。また、ランニングシューズのメーカー出荷額は416億円で、同4.6%の伸びです。前号のよかネットでは自転車に関する記事を書きましたが、今年は趣味と実益を兼ねたスポーツツーリズムの勉強に力を入れようかなと考えているところです。

(原 啓介)

総 還暦を迎えて

昨年の11月25日に、還暦を迎えました。

特段の感慨はなく、「去年(こぞ)今年(ことし) 貫く棒の ごときもの(高浜虚子 作)」といった心境であり、還暦になったとあって、特別な事を企てようというような大層な気持ちはさらさらなく、時の過ぎゆくままの日々を過ごしています。

還暦を迎えたことで、兄弟、事務所所員、関係者数人からサプライズのお祝いをいただき、恐縮いたしました。特に所員からは「ワインレッドのベスト」をいただき、その場で試着し、記念写真も撮ってもらいました。

翌日、最近始めたFacebookを覗くと「私の試着写真」がアップされており、なんとも照れくさいような、嬉しいような複雑な気持ちになりました。その後、5～6人の方々から「おめでとう」のお言葉をいただき、現在のインターネット社会の素早さを実感した次第です。

私は団塊世代の最後の年であり、小学校3年のときに、町内会で比較的裕福な家におじゃまし、正座をして「栃錦と初代若乃花の優勝決定戦」を見ていたことを鮮烈に覚えています。まさに映画「ALWAYS 三丁目の夕日」の世界その

ものでした。その後、小学校5年のときに我が家にもテレビが入り、小学生6年のときにはケネディ大統領の葬式の様子を、初めての宇宙中継として食い入るように見ました。年々、日本が物質的に豊かになっていく様子を体感してきた世代でもあります。また、親の商売の景気がわるく、少々“ひもじい”思いをした経験がありますが、戦前や戦中世代の“明日の食事が約束されていないようなひもじい”思いはしたことはなく、本当の修羅場をくぐったことのない世代かも知れません。我々世代は、「貧しい時代」から出発していることから、概ね幸せだったと感じている人が多いのではないかと思います。しかし、これから、ますます国に頼れない時代になりつつあるなかで、次の世代に何を伝え、残していくのかを考えざるを得ません。

(山田 龍雄)

【よか】8年ぶりの日本一ダ！！

福岡ソフトバンクホークスが8年ぶりに日本一になりました。一言でいうと、長かった。

球団合併、セ・パ1リーグ制に対抗しての選手会による史上初のストライキがあった2004年、その年からプレーオフ（現クライマックスシリーズ）が始まり、2004年2005年とシーズン1位で通過するも、プレーオフで敗れ最終結果2位に。

シーズン2位に5ゲーム差以上つけていれば得るはずだった1勝のアドバンテージも、両年とも4.5ゲーム差でつかず、ゲーム差関係なしにシーズン1位に1勝のアドバンテージがつくようになった2006年は、シーズン3位という不運全開。結局プレーオフを勝ち抜く事ができませんでした。

2007年からは、セ・リーグでも導入され、名称もクライマックスシリーズ（以下CS）に変わり、1勝のアドバンテージはなくなったものの（2008年より復活）、シーズン1位が優勝という事になりました。しかし、結果3位でCSも勝ち上がれず。2008年にいたっては、交流戦優勝、8月末まで2位だったのに、終わってみれば最下位。CSで悔しい思いをしなくて済むと開き直りの境地に達しました。2009年は3位になるも、

2位が初のCS進出の楽天で盛り上がり、勝ち上がれず。

2010年は、1位（優勝）になりましたが、CSで初めて3位のチームが勝ち上がり、下克上などと呼ばれ、優勝したのにガッカリ感が残り、涙涙の7年間でした。

2011年、3月に東日本大震災という悲しい出来事があり、例年より3週間ほど遅れて開幕しました。正直言うと、楽天に優勝してほしいと思ったりもしました。でもホークスファンとしては7年間の思いもあり、8年ぶりの優勝を喜ばせてもらいました。（佐伯 明日香）



まちづくりと再開発合意ものがたり

大谷 昌夫
他6名 共著

日刊建設通信新聞社

前々から再開発プランナーやコーディネーターという仕事は、すごいなと思っていた。権利関係者全ての合意形成を図るわけだし、財産権にも踏み込んで議論をしないとイケない。プレーヤーも行政や企業、借地人の一般市民など多岐に渡るわけだ。都市計画などの法律だけでなく、商業や会計のことなど、幅広い知識もいる。マネジメントの大変さは並大抵ではないと思っていた。

この本は、そうした想像をまったく裏切らない。さまざまな立場の人々の切実で、生々しい声に触れるたびに、自分であれば、どう答えるのだろうか、再びその人と話せるだろうか、と考えさせられる。

最近、私たちが関わるまちづくりにおいても、市民事業や社会起業といったリスクや責任を伴うような取り組みが増えてきた。合意形成を図りながらつくる事業計画や利害関係の調整など、再開発の知見は、今後ますます重要になってくると思う。特に地域に通い、人々の意見に

耳を傾けることの重要性については、再確認させられた。まちづくりには、再開発のような明確な目標がそもそもなかったり、コーディネートやプランニングを行う“まちづくりびと”の活動費用をどう捻出するかといった違う難しさがあるが、地域への思いは共通している。先人の知恵や経験を学びながら、自分も後輩たちの参考となるよう新たなチャレンジをしていかなくてはと感じた。

(本田 正明)



あしたも、
こはるびより。

つばた英子
つばたしゅういち 著

主婦と生活社

よかネットに、可愛らしく味のあるイラスト付きのメッセージとともに、一冊の本が届きました。今回はその本「あしたも、こはるびより。」をご紹介します。

作者の津端修一さんは設計事務所、日本住宅公団で勤務後、その後広島大学教授などを歴任され、現在は「自由時間評論家」として活躍されています。英子さんは修一さんと結婚後、東京、広島、愛知と移り住み、修一さんが設計に関わられた高蔵寺NTで、2人そろって田園居住の暮らしをされています。

本を開いてみると、一頁一頁に、2人で刻まれてきた証が表れているようです。朝起きて、畑仕事をし、自分の庭で採れたご飯を食べ、昼からまた作業。一見単純な生活にみえますが、同じ作業ばかりではありません。その中には、四季折々の自然や行事に彩られています。

70種類の野菜や50種類の果実を育てている津端さんご夫妻ですが、写真にみられる野菜や果物の芳醇さや瑞々しさには、こちらも思わず唾をのんでしまいます。まさにおいしいもの、いいもの、ホンモノに囲まれて暮らされている2人は、誰よりも、何よりも素敵な生活を送ら

れているようです。

2人のお互いの呼び方は「英子さん」と「しゅうたん」です。この年齢になってもそんな呼び名で呼び合えるなんて、何て素敵なのだろう、きっと喧嘩もないのだろう…と考えていたら、その通り。喧嘩は一度もしたことがないそうです。しかし、なかよく暮らしていくための工夫は忘れていないそうです。その秘訣が“伝言板”です。「洗濯中、忘れないで!」と書かれた木札の裏には「水を出しっぱなしにしてどこに行ったの?」「すみません!そうなりませんように」とメッセージが書かれています。こんな伝言板をいくつも使うことで、直接言うよりも嫌な思いをさせない、という効果があるそうです。本の中には、日常から切り取られた、2人の会話があふれています。垣間見える日常が、読んでいる人々を幸せな気持ちにさせてくれます。

タイトルの“こはるびより”は陰暦10月、現在でいうと11～12月にあたります。冷たい冬のなかで穏やかに暖かな日和が現れている、まさに2人の生活を表すのにぴったりの題名ではないでしょうか。

(寺山 香)

編集後記

 ホークスの優勝パレードに集まった人数33万人。同日のファン感謝祭のチケットは売り切れだったそうです。この元気が東北まで北上して欲しいと思います。(さ)

よかネット No. 105 2012. 1

(編集・発行)

(株)よかネット

〒810-0802 福岡市博多区中洲中島町3番8号
福岡パールビル8階

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

<http://www.yokanet.com>

mail:info@yokanet.com

(ネットワーク会社)

(株)地域計画建築研究所

本社 京都事務所 TEL 075-221-5132

大阪事務所 TEL 06-6942-5732

東京事務所 TEL 042-501-2531

名古屋事務所 TEL 052-202-1411

(株)地域計画・名古屋