

NETWORK

130年前の恩人 ド・ロ神父がくれたそうめん
地域の土地柄を生かした商品開発と販売..... 2

環境共生などの付加価値付き住宅開発が販売促進に果たした効果は
どうであったのか～山口県環境共生住宅団地をみて～..... 5

ひともうけ通信4 何の資源もない町でも、自分たちと縁のある都市の
人々とのつながりを生かせば、地域づくりができるのではないか
～ネットワーク型地域づくりの模索..... 7

海外からの二つの技術移転で「うどん」は庶民の食べ物となった..... 11
地域もどこと付き合えばプラスになるか考える時代に5
田舎の元気づくりと都会の人間が味方するとき..... 12

見・聞・食

「JR九州ウォーキング」参加者は稲築町に8割満足
～「Jump Up いなつき」でおもてなし～..... 15

「京町家の仲間」としての取り組み
～京都 西陣 町家倶楽部～..... 16

近況

あなたは何か打ち込めるものがありますか?..... 18

本・BOOKS

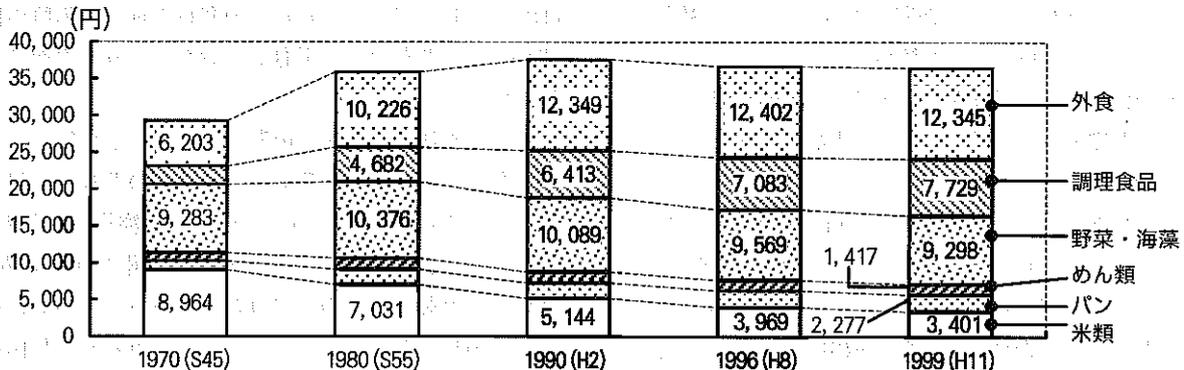
「21世紀の観光とアジア・九州」..... 18

「スローフードな人生!」..... 19

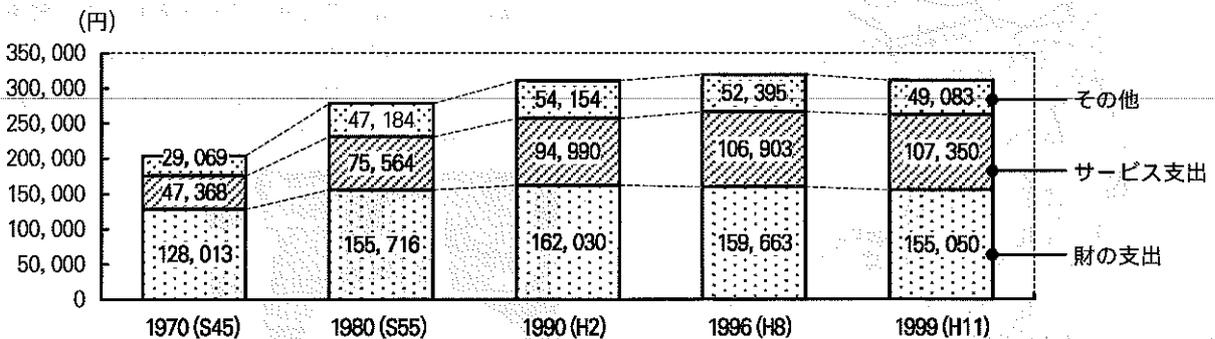
お知らせ

..... 20

● 30年で米対パン・めん類の消費量は逆転している（「家計調査年報」より）



1970年と1999年を比べると、ひとりあたりの米の消費額が大きく減少し、パン・めん類が増えている。また、調理食品、外食の消費額の増加が著しい。



一世帯あたりの財の支出（耐久財、半耐久財、非耐久財）にはそこまで変化はないが、余暇にかかるお金（サービス費）が増加している。

※上のグラフは1999年を100としたデフレーターをそれぞれかけたもの。
関連記事は19頁の「どんなにITが進もうとも、すばらしい日本食がなくなったら、日本の未来はない」

130年前の恩人 ド・ロ神父がくれたそうめん 地域の土地柄を生かした商品開発と販売

尾崎 正利

昨年の10月、アジア麺文化研究会で昼食に「ド・ロ様そうめん」というそうめんを食べるため長崎県西彼杵郡の外海町(そとめちょう)に立ち寄った。

実はその日の研究会のメインは、どちらかといえば夜の部の長崎チャンポンのルーツ発見の方だという雰囲気に参加者の間にもあって、そうめんの味そのものははっきり覚えていなかった。

ただ、この日の研究会のため「ド・ロ様そうめん」を作っている農産加工組合の組合長さんが一生懸命に説明をされた。我々がそうめん料理を平らげている中、風邪でかすれ気味の声での説明が続いた。

「昔の製法をシスターのアドバイスで埋めて……」

「関東方面へは教会のネットワークもありまして……」

「販売や経理のノウハウを持たなかったので近親者のご縁でそうした力を得て……」

など、所々で気になることが聞き取れた。そして最後には「よく売れています」と締めくくった。

日本の津々浦々で特産品づくりが行われているけれど、モノが完成した段階でようやく「売り方」の重要性が急に認識されるケースが多い。「デパートやスーパーに置けないか」とか「直売所で売ろう」という意見も出てくる。一般の流通にのせるには第一に信用が必要だ。

値段・品質・出荷量が一定のレベルで安定して、その上で肝心の販売が伴わない限り取引にならない。直

売所の場合は立地条件がものをいう。都市や観光地との近接性、アクセス条件などがポイントである。

だから、ここのそうめんが「よく売れています」という理由を聞いてみたいと思った。そして全国に販路をもっているというのにも興味がそそられた。そこで、後日、改めて加工場の方を訪ねてみることにした。

●ド・ロ神父は熱心に産業起こしを勧めた。そうめんの原点はパスタ。専用の小麦の苗も母国から取り寄せた。

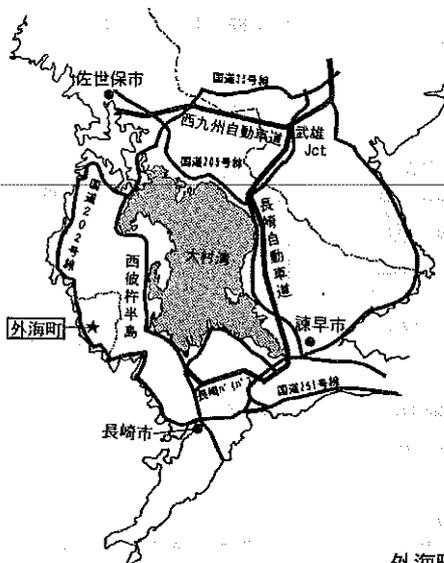
「ド・ロ様そうめん」工場は国道から入った狭い道を抜けた先にあった。小さな看板に小さな工房だ。

私たちが先の研究会でお話を聞いて、今回訪ねていったのは出津農産加工組合の組合長・林田準治さん。ちょうど作業中であつたが、にこやかに迎えて下さった。

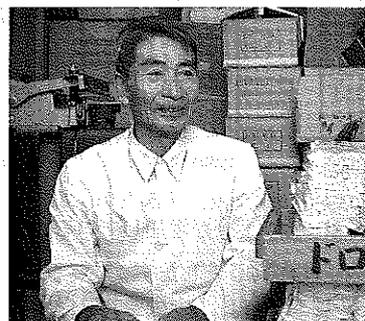
地元の人が今でも「ド・ロ様」とか「ド・ロ神父」といって親しんでいる方はマルコ・マリー・ド・ロ神父(1840～1914年)。今から120年ほど前、外海町の出津(しつ)、黒崎地区に赴任してきたカトリック教会の神父である。

神父は着任早々に村人の暮らしの貧しさに驚き、布教活動のかたわら、産業おこしや医療の普及など村人の生活向上に心血を注いだ。産業では織物、養蚕業、パンの製造、水力による製粉などの技術を伝えたが、特にパスタ製造には力を入れた。マカロニやパンに適した強力粉になる小麦が現地にないとみるや、母国のフランスから取り寄せて栽培もしている。

ド・ロ神父が亡くなっても、地域には製麺業としてそうめんやうどんを作る事業所が定着したが、戦争の混乱期でいつの間にか生産が途絶えてしまった。それを何とか復活させて地域活性化につなげようと気運が高まったのが1981年(昭和56年)のことである。



外海町の位置



林田さん

●「朝早くから作り始めて夕方、出来損ないのソーメンを下げて帰る日々が続いた」(組合活動記録から)

上記の回想は我々がいただいていた出津農産加工生産組合による概略の中で紹介された一節である。全くの素人の方が圧倒的に多かったメンバーは1年間にわたって試行錯誤を繰り返した。林田さんはこの活動の途中から加わってきたという。そのあたりの苦労話をまとめてみた。

- ・試作にあたっての最大の課題は40数年も途絶えた途中のブランクを回復することだった。しかし、製法について文献も教える人もなかった。
- ・かつてド・ロ神父が設計施工した出津教会(1882年竣工)をあずかる修道女の方の記憶にかすかに残っている製法の雰囲気を手がかりにした。
- ・生活改善グループなど5グループが取り組みをスタートし、途中で活動をやめるグループも出てきて最終的に出津農産加工生産組合(男1名、女7名、最老年齢78歳、最小年齢42歳、平均年齢64歳)だけ残った。
- ・地区内の民家を借り受け、製造用の道具類は各家庭から持ち寄り、4kg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「何とかいけそう」という感じのものが出来てきた。
- ・その後、昭和58年に県の補助事業に採用されて、工場が新築され、生産能力は向上した。

●モノは完成しても、売り方・経営ノウハウは何の準備もしていなかった。結局、地縁血縁を頼るしかなかった。

そうめんの完成度も上がり、補助事業で生産設備も新設された。すると新たな問題が出てきた。

当初、手作業で数kgやっていたのが1日180kgも製

造できるようになって、どう販売するか、さらに成長する場合に組織をどう管理するか、組合員の間に不安感が拡がってきたのだ。

農業者が中心の8人の組合員にノウハウはない。「そういう打つ手なく困窮していた組合だったから、近親者の中で経理や販売などに詳しい人に半ば同情的な人的援助を受けたんです」(林田さん)。知り合いを通じて頼んだ税理士が顧問になってくれて経理や財務が明らかになった。先の研究会で林田さんが「ノウハウは近親者のご縁で……」と言っていたのはこのことだった。

林田さんのお話を聞いて、かつて、ある地域でお話をうかがった農産加工グループの場合を思い出した。

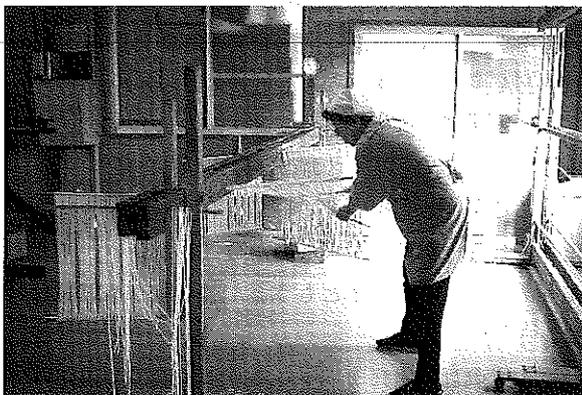
「地域活性化のために」という呼びかけのもと、製品化に向けて、時には絶望しながら一步一步近づくのは達成感もあって結構楽しみは多いらしい。しかし、うまくいきそうだという目算が出てくると、急に現実のビジネスを意識し出して、みんながお互いに遠慮し合うようになり、急にトーンダウンしてしまったのだという。そこは自治体からの補助金で施設も出来た後でこういう状態になったのだが、結局、その後も大きく伸びないでいる。非常にもったいない。

出津農産加工生産組合の場合、地縁血縁のアウトソーシングによって、その後の組織運営や販売計画の指針を最初に決めた形になっている。これは地方で行われる農水産加工品づくり活動の上で参考になると思う。

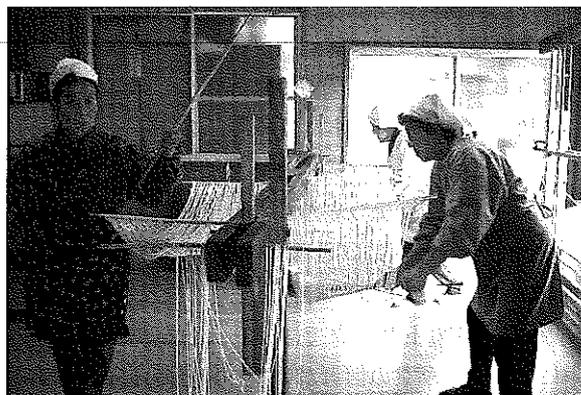
●カトリックの地だから日曜出勤には気をつかう。

地域の生活文化の中で営まれている生産活動だった。工場の中を林田さんに案内していただいた。工房に入るとブーンと小麦をねかした生地特有の香りがする。忙しく働いている女性達が5人。結構年輩だ。

お昼過ぎのこの時間は、そうめんの麺を細く伸ばし



1 2本の棒で少しずつテンションを加える



2 だいぶ麺らしく細く長くなってきた



3 ある程度まで伸ばすと端を持って

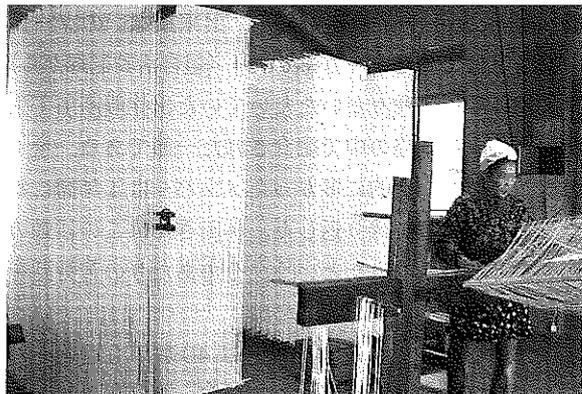
ていく工程の最中だとのこと。あやとりの糸のように張った数本の棒状(太さ1cm程度か)の生地に、長い箸のような棒を左右に動かしながらテンションを加えて、細く長く(太さ数mmに)伸ばしていく。作業している女性達の動きはリズムカルだ。

このあたりのことについて林田さんから以下のような説明があった。

- ・この伸ばしていく力加減に微妙な調整が必要である。
- ・このそうめん工場では、早朝に材料の仕込んでねかせる作業、日中はそうめんを伸ばして、袋詰めする作業を主に行う。
- ・製品の特徴は麺を伸ばす工程で、落花生の油を使うこと。一般的には綿実油や椿油などは使われているが、ここでは落花生の油を昔の製法に基づいて使っている。
- ・このため働く時間は朝6時から夕5時までが普通で、忙しい時期には夜まで作業することもある。働いているのが年輩の方が多いので心配する人もいるが、家でじっとしているよりもいいと言って、頑張ってくれる。
- ・ド・ロ様そうめんが地元で少し知られるようになったら、長崎を修学旅行で訪れた高校、地元の小中学校などで、そうめん製造の体験を申し込んでくるところもでてきた。従業員の女性達と一緒に学生さんに教えて体験してもらっている。

もともとカトリックの神父さんにちなんだ商品開発だが、今では何かそういうことの関係はあるのか聞いてみた。すると、この辺りでは真宗、禅宗もあるが、半分はカトリック信徒という土地なのだそう。

「私自身はカトリックではありませんが、従業員のなかにもカトリックの信者がいて、お昼時の食事の前にはお祈りを捧げてからいただいています」とのこと。



4 乾燥する

そこで、忙しい時の日曜出勤をどうしているのか、同行の所員が聞いた。カトリックでは日曜日は休息して教会に行くのが普通だ。すると「カトリック信徒の人に日曜出勤をお願いするには、事前に神父さんに必ずお話を通して許しを得るようにしています」とこの土地らしい答えが返ってきた。

そして日曜出勤だけでなく販売の面では「実は関東方面での販売は通販が多いのですが、ド・ロ様そうめんを知るきっかけが、あちらの教会で行われるバザーなどでということもあるのです」という。

そこまで聞いて、なるほどと思った。

これはカトリックが日常生活に溶け込んだこの辺りならではの地域活動だったのだ。よく古人の名前だけ頂いた商品をよそで見かけるが、それとは全然違う。

ド・ロ神父が村人の生活向上を想って取り組んだことが、130年経っても地域にこうして生きづいているのを見てみると、地域が人の恩を忘れなかったことが、軽薄さや流行とは無縁の小さいながらもしつとりと地元根付いた活動につながったのだと感じた。

●食べてみるとパスタ風うどんのような歯ごたえだ。

さて、ド・ロ様そうめんの味の方はどうだろう？

林田さんからの話を聞き終えて福岡に帰りド・ロ様うどん、ド・ロ様そうめんを試食してみた。

前に外海町で食べた昼食では、鍋に入れて煮込んだもの、ざるうどん風のもの2種類だった。

そこで今度は釜揚げ風にして食べてみる。やはり落花生油を使った製法からなのか喉ごしがいい。歯ごたえもある。スパゲティともうどんとも違う不思議な美味しさだった。

※) 希望の方は事務所に少しありますので一声かけて下さい。おわけします。(おざき まさとし)

環境共生などの付加価値付き住宅
開発が販売促進に果たした効果は
どうであったのか

～山口県環境共生住宅団地をみて～

山田 龍雄

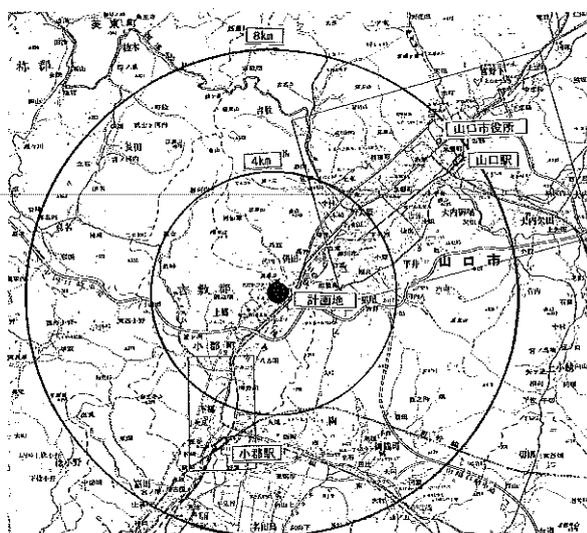
現在、福岡都市圏では景気の低迷、都心部及び周辺においては以前に比べて低価格のマンションが供給されていることなどによって戸建て住宅の売れ行きは芳しくない。今後の住宅開発の事業化については、立地条件等も含めて、何か売り物を持ったものを仕掛けていかないと極めて厳しい時代が到来したといえよう。

そこで、住宅開発の付加価値づくりの一つとして、平成8年ごろから「環境共生」を売り物にしている住宅団地が、山口県下で取り組まれてきており、その中で最初に事業化された「山口朝田ヒルズ」を視察してきた。視察の狙いとしては①環境共生団地というものは実際どのようなものなのか、②環境共生という付加価値づくりがどの程度販売面で効果的であったのかを確かめるためであった。

●環境共生とは？

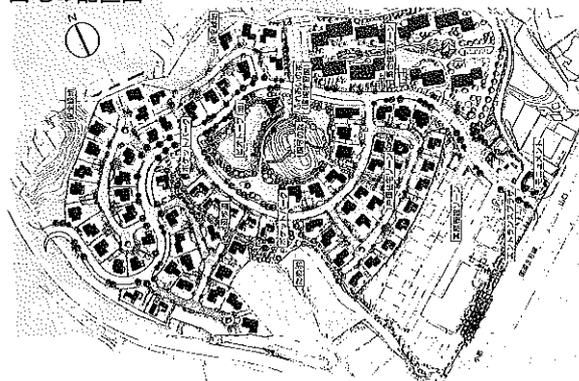
「環境共生」とは、時には猛威をふるう自然環境と戦うことが前提であるし、また、ある時は自然とほどよく歩調を合わせながら食べ物を採集、栽培するといった暮らしを含めて、“環境と共に生きる”という意味が込められており、都市生活にどっぷり浸かっている私などはお呼びのないものと思っている。

ここで「環境共生」というものの定義を云々するつ



山口朝田ヒルズの位置

団地の配置図



もりはないし、視察した団地の批評をするわけでもないが、最近「環境共生」という言葉が安易に使われ過ぎてるのが気になるのであり、環境負荷対策などのハード面だけのことについては、「環境共生」に代わる何か適切な言葉を当てはめた方がよいように思う。

このような話は本編の主旨ではない。ただ「環境共生」という言葉の意味をを少し考えてみた方がよいように思うのである。

本編の「環境共生」とは、事業収支をあわせながら、少しでも環境に負荷を与えないような団地づくりを行ったというもので、その内容は、雨水浸透舗装、浸透式の雨水枡、ビオトープ、緑の保全などのハード整備を先行させたものである。

●宅地ネット率50%弱のゆとりある住宅地

この団地の幹線道路の線形は緩やかなカーブを描き、歩いていても心地よい団地である。また、団地中央部には小高い緑の丘を「鎮守の森」として残し、その近くにあったため池をビオトープ（調整池を兼ねる）として再生している。これらの環境共生的な仕掛けとしつらえが、この団地の豊かな空間及び環境共生団地のシンボルとなっている。しかしながら、何故このよう

団地の概要

- 面積：7.4ha
戸建て住宅ゾーン（2.4ha、76戸）
集合住宅ゾーン（1.1ha、72戸、特定公共賃貸住宅）
業務用地（1.1ha）
- 分譲形態：建売、売建て（現在、定借採用）
- 分譲価格：3,800～5,100万円（建売）
1,500～2,090万円
（土地のみ、坪約21万円）
- 敷地規模：237～361㎡



街並みに配慮したとおりの風景

な団地づくりを行うようになったのかが興味深い。

この団地敷地は、元々小高い丘陵地であったが、昭和48年の国民体育大会のときに、ある会場の埋め立て用の土取り場として切り取られ、その後ミニゴルフ場として利用されていた。その後、県の方から住宅開発の話が上がり、平成5年に山口県住宅開発公社が戸建て団地開発用地として購入している。元々、山口市街地から離れており、計画地から小学校まで約3.5kmと遠いことから、公社の中では当初から何かインパクトのある開発、“売りもの”のある開発かつ低価格に抑える事業をしないと販売が厳しいとの話があったそうだ。そこで、当時、建設省が創設し始めていた「環境共生市街地モデル事業」を導入したことが、「環境共生団地」というテーマ開発となったものである。平成5～6年に造成、平成8年5月に分譲開始している。

また、販売単価を抑えるため、下記に示すような補助及び融資事業を導入している。

その他に街並みの調和を図るため、地区計画と建築協定の網をかけており、さらに建物の努力義務として省エネ対策や節水器具の取り付けなどの要件が設定されている。

●現在、戸建て住宅は76戸のうち40戸販売

事業費と補助等の内容

- 事業費：約34億（用地費17億、事業費17億）
- 環境共生住宅市街地モデル事業：約1億3千万円
※集会所、透水性舗装、雨水浸透枡、ピオトープの整備等
- 街なみ環境整備事業（県補助）：約2億1千万円
※電柱の地中化とCATV配線敷設工事
- NTT融資：約3億7千万円（5年据え置き15年）
※下水道、及び上水道整備



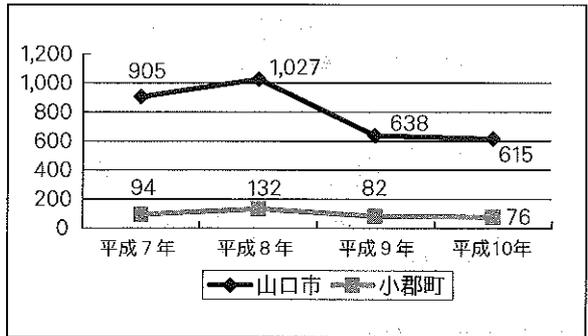
当初より位置が決められている駐車場とカーポート

当団地の販売計画では76戸を3期計画（1期に概ね25戸程度）で売り切る予定であったそうだ。平成8年の販売では、抽選が出るほど好評であったが、2年目以降から状況が一転し、その後の4年間で15戸程度の販売と、極めて厳しい状況である。確かに平成7～10年度までの山口市及び小郡町の住宅の着工状況を見ると、平成9年には前年度の約4割減となっており、景気低迷の影響で全体的に需要が減少したことが販売不振に陥った大きな原因であったと思われる。しかしながら、山口市のことに詳しい友人に、この団地の件を電話で聞くと、「山口市では市街地の周りに安い宅地がたくさんあるので、購買層はもっと便利なところを求めるのではないか」とのこと。この団地は、計画としては環境共生というテーマ性をもたせた質の高い団地づくりを行っているが、景気の波と、やはり立地条件の割には割高感があることなどが、販売不振の大きな原因であったと思われる。

●地区計画などの建築制限の許容範囲は難しい

もう一つ消費者のバイを絞り込んだ要素としては地区計画や建築協定といった建築制限をかけたことも要因に少し関わっているとのことであった。例えば、この団地では必ず勾配屋根としなくてははいけなく、プレ

山口市と小郡町の着工状況



ハブメーカーの陸屋根タイプのをわざわざ屋根をかけて、建築費が割増になったものもある。また、当初より駐車場位置が定められた石積み擁壁を設けているため住宅配置の自由度が制限されるといった問題もあったそうだ。街並みの統一感と購買者の自由度の許容度の関係は、いつも出てくる話である。これはどちらを優先させるというよりも、立地条件や価格との相談であり、ケースバイケースで判断せざるを得ないように思う。

山口県では、「朝田ヒルズ」以降に開発した下関市の熊野団地では勾配屋根の条件を除外し、また、駐車場も購入者の自由としている。

●賃貸の集合住宅は好調である

同一開発地に建設されている集合住宅は、山口県が事業主体となった「特定公共賃貸住宅制度」を活用している。計画は4棟であったが、現在、3棟の54戸を供給している。この制度は補助事業であるため、収入基準が設けられている。知事裁量で収入分位の80%まで対象としているため、ほとんどの方が入居可能である。現在、家賃は専有面積75～80㎡で約7万円と、近隣の賃貸事情からすると高めであるが、満杯の状態らしい。小学校が遠いといった不利な条件にも関わらず、なぜ賃貸は好調なのかを公社の方に聞いてみた。「山口市の人は、地方に帰る大きな家をもってい

るため、無理して家を持たない傾向にある。特に日本海側出身で長男の人は家を持たないようだ。」との面白い話を聞くことができた。山口でファミリータイプの賃貸需要が高い理由としては説得力のあるもので、少し検証してみたら面白いのではないかと。

●住宅販売は魅力的な付加価値よりも立地条件と価格が基本要件

この団地にとって景気の低迷による住宅購入の需要が大きく後退したことはダメージであったのは確かである。山口市と小郡町の人口は合わせても約16万人であり、この住宅商圏の中で少々不便で高くても、環境共生や街並みなどの高付加価値部分を認めて購入する層自体のパイが少なかったのであろう。計画及び建設当時は着工が伸びていた時期であり、次年度の減少を予想するのは無理であったことは思う。初年度に販売戸数を増やしておけばという話しもされていたが、販売のタイミングも重要な要素といえよう。

この取材で感じたことは、住宅販売では立地条件であった適正価格という基本的なことが重要であり、これを無視した無理な開発は、いかに多くの付加価値をつけようが買う人は限られるという当たり前のことであった。現在、この団地では販売促進を図るため、定期借地権付き販売を行っており、今後の売れ行き状況を注目していきたい。(やまだ たつお)

ひともうけ通信4

何の資源もない町でも、自分たちと縁のある都市の人々とのつながりを
生かせば、地域づくりができるのではないかーネットワーク型地域づくりの模索

…… 兵庫県美方町・坂本助役の奮闘 ……

糸乗 貞喜

私にとっては貴重な思い出であり、経験でもあるこの話は、かなり年月も経っているので、書くとしたら坂本さんと一度会って話をしなけりゃならんと思っていた。そのため去年の夏、美方町をおとずれた。会ったのではあるが積もる話もあり、1984年の計画のおさらいにまでにはいたらなかった。したがって、以下は私の主観である。もうひとつ断ると、この仕事で520万円の見積もりを出した。人口3,000人で割ると、一人当たり1,700円以上になる。だから断られると思っていた。ところが「お願いします」といわれて、逆に私の方から「高いでしょう。断らないかんのじゃないですか」といった。しかし、坂本総務課長（後に助役）は「いる金なんでしょう」といわれた。私は「ここまで何度も1～2人で来ると、必要な金です」といった。それなら、ということで契約した。このすっきりした対応はうれしかった。

●何もないんだったら、都市の人たちと「縁＝つながりをつくることから始めてみませんか」といって見た
これからの町をどうするかについて、はじめて話し

合ったとき、私はこの町の特徴と特産品について聞いてみた。坂本さんは「それが困るんだなあ」というばかりで、「何の特徴もない、物産は何もない」ということ

を強調するだけだった。「それがあるなら高い金をコンサルに出したりはせん」と言いかねない顔つきだった。長い話し合いの後で、私は「それなら二番目からやってみますか」といつてみた。二番目というのは、私が考えていた“地域づくりの三原則”のひとつ「つながりをつくる=ネットワークづくり」のことである。そして「商店街で、昔からの老舗でも“親戚も寄りつかなくなったら潰れる”といえますよ。この際その逆の“親戚に頼って地域づくりをする”というやり方をやってみますか」といつてみた。親戚というのはこの町の出身者、本籍を残している人、この町に縁のある人、そしてこれらの人たちの知り合いの人ということである。さしづめ私もその一人になった。

結局、まちづくりの基本を「都市との縁=ネットワークづくり」におくことにした。

具体的にはふるさと会員制度を作って、会員にふるさと産品を送る仕組みである(年会費は15,000円で、年3回ふるさとの品を送る)。そして会員の勧誘については、“縁を大切に”を絶対条件にした。方法は次の通りである。

- ①町民に用紙を配って、ダイレクトメールを送る人の住所氏名を記入してもらい、そこに「〇〇集落の〇〇さんの紹介で……」と書いたDMを送る。
- ②町とつながりのある人(例えば私)の推薦で「〇〇さんの……」として送る。
- ③新聞や情報誌などの、一過性になりやすい媒体は使わない。
- ④送る商品は、つまらないように見えても、絶対に地元のもののみとする。間に合わせて他地区のものを入れたりしない。
- ⑤現在は核家族化や単身世帯が増えているので、5kgの柿とか5kgの餅などといった「量で安いからトクだ」と感じさせるようなことはしない。量は少なめにしておく。宅配便の運賃が割高なようでも、余るほど送ると、主婦はもったいないと思い、ほかすようなことになるとひどく損をしたように思う。
- ⑥送る品で儲けることは絶対にしない。この仕事は、もともと「身内ようになってもらう人を増やしたい」ということであるから、この会員制度によるふるさと産品送りは、一種の手紙である。手紙にモノがついてはいるが、そのお金は会員からいただいている。つまり、「手紙の郵送代を相手に請求するこ

とは礼儀に反する」という考え方である。

⑦赤字は役場で負担する。地域に人が来てくれて、にぎわいが増え、産業振興になればいいので、そのために効果のある損をするのが役場の仕事である。役場は、結果として地元の人が儲ければ役割を果たしたことになる。

⑧よく「来町者に民宿が〇割引、産品〇割引」などという例があるが、安いから行く、買うという人は先ずいない。それで太刀打ちをする立地条件が無いから、こんな仕組みを作るのである。良いもてなし、良い品物で納得していただかねばならない。

⑨会員には、町の広報誌はもちろん、四季折々の案内なども送るようにして、町と心のつながりができるようにする。

こんな考え方で、“ふるさと会員制度”に取り組んだ。はじめのうちは「恥ずかしいことに、本当に送るモノがない」などといながら、竹を割っただけの足踏みを入れたりしながら、一応三回送ることができた。送るモノがなくて困るということは、なかなか便利なことでもある。いつも心配していると、何かがでてきた。

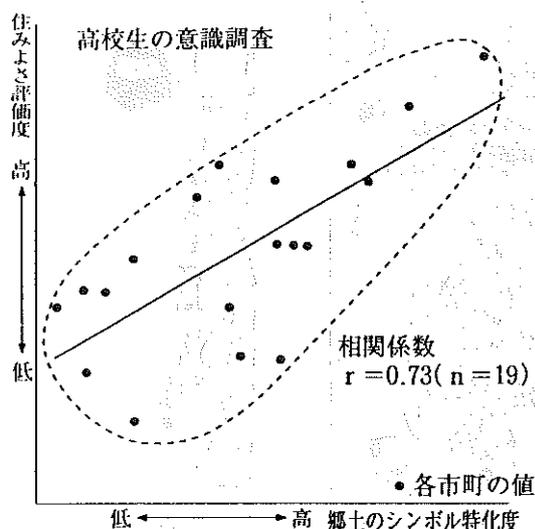
●縁があると人は安心し、縁の増幅運動が起こる。

そして強固なネットは自然に広がりを作り出す

よく考えてみると、これはずるい方法である。DMをもらった人は、ふるさとの人からの話であれば、懐かしいし、断る気にはならない。第1回は、276世帯からの申し込みがあった。そして第1便を送ると、礼状や電話が名簿に氏名を書いただけの人の所に届いた。15,000円は決して安い金額ではない。どんなモノを入れても、モノとして考えると、送られてきたモノが全て必要なモノではない。しかし、それが田舎の心=気持ちとして届けられ、受け取るなら、全て思いの籠もったモノになる。

そのことを大切にするために、決してモノを売るという考えは持たないようにした。モノを売って金を稼ぐのが目的なら、こんなに効率の悪い方法はない。この“ふるさと便”は、縁をつなぐための手紙であり、小包の中身は縁者に負担してもらっていると考えた。つまり、モノ売りではなく、ふるさとの気持ちを伝えるための品物選びは、「心のサービス=知的サービス」であった。

一度こんなこともあった。私の家へ送ってきた餡いり餅が傷んでいた。私は気にもとめなかったが、事務所にでてみると、「坂本さんから電話がありましたよ」



特色シンボルのはっきりした町を住みよさと感じる

と言っていた。ほどなく坂本さんから、再度電話があり「実は餅が腐ったりましてな、糸乗さんの紹介していただいたとこに、電話してもらえませんか」と言うことであった。まさか傷んだ餅まで食うことはあるまいと思っただ、一応、2、3電話をした。もちろん、食べた人はいなかったが、なかには「糸乗さん、今どき防腐剤も入れず、腐るようなもんを送ってくれとんですな」と感心している人もいた。縁を大切にするつき合いがあれば、アクシデントでさえも良循環につながる。

●縁を紡ぐふるさと会と、縁を壊すふるさと会

聞くところによると、「ふるさと会員制度」というものは大体の相場が決まっていた。初年度は、役所も力を入れるし、新聞や情報誌などにも載せてもらって、「安くて、新鮮な、ふるさとの品々をお届けします」という宣伝によって、一応300世帯ぐらいが会員になる。と同時に、担当する職員や課長さんが「タダで情報誌や新聞を使ってやった。これで〇〇円ぐらいの宣伝費の節約になった。その上、〇〇円の売り上げだぞ」といって手柄顔をする例もある。ところが2年目には「1～2万円も振り込んでも、それほどまいモノが来るわけでもないし、必要なモノでもない。かえって割高だし、やめようか」となり、100～150人ぐらいに減る。3年度目には30～50人ぐらいに減り、地元の人でも熱意を失って、「損ばかりだ」などといいながらやめてしまう、ということらしい。

美方町は、モノ売り業としてやったのではないので、縁は広がっていった。7、8年経つと、650人ぐらいの会員数になり、九州の私に「もう手に負えんのですが、

断ってもいいんでしょうか」という電話がかかってきた。「無理をすると、かえって地元が参ってしまいますから、断ったらいいですよ」と私は答えた。このことも、「縁を大切に」で活動していたことの裏付けになっていると思う。

650人でなぜ大変かと思われるかもしれないので、簡単に美方町の紹介をしておく。

美方町は人口3,000人に満たない、国道からも鉄道からも離れた行き止まりの平地がほとんどない山奥の村である。私が始めて行ったとき、せめて「村」なら特色がひとつ増えるのに、と思った。なぜ「町」かという、一度二村で合併して町になったのだが、市街地のある町に近い方の旧村が、そちらと合併する気になって、分町して逃げてしまったので、山奥の村が「町」として取り残されてしまったのである。こんなところで、650世帯の会員というのは、人口が2倍になったようなものである。このごろは「交流人口」などという言葉があるが、このムラではそんな冷たい関係ではなく、「縁」だと思っていた。こんな縁を求める熱意は、どこかで誰かが見ているものである。

●企業誘致しなくても、押し掛けてくることもある

ふるさと活動から2、3年経った頃だと思いが、大阪府下のT町から打診があった。事情はこうである。町村長会の席で、T町の町長が隣の人に「うちは、高いとこといっても、海拔10メートルぐらいしかないし、人口が増えて、ゆとりのある場がなくなってしまっているので、何とか町民に山を持たせたいと思っているんですが……」と呟いた。その時、話を聞いた隣席の町長さんが「美方町なら、山もあるし、評判もいいから相談に乗ってくれるかも知れん」と言ったらしい。そこで、2、3度行き来をして話がまとまり、「T町町民の家」が建った。コネがなくても、直接宣伝が届かなくても、努力していると誰かが見ていてくれて、幸運が舞い込むというような波及効果さえ起こることがある。

どれが、どの効果を生んだのかは分からないが、当時、年間25,000人ぐらいだった来町者が、数年で15万人ぐらいになった。「10年後に10万人」という目標を超えてしまった。産業としても、第一位の荒利を稼ぐ仕事になっている。

●地域づくりは、二本柱（にぎわいつくる、産業起こす）と三原則（①あるモノ生かす、②つながり作る、③持ち込む＝導入する）

「縁=つながり」のもとになった考えがどうして出てきたのかについて、簡単に触れておきたい。

美方町の取り組みに先立って、但馬の中核工業団地計画の基本構想(1973)、この近くのH町の総合計画(1978)、但馬地域のモデル定住圏計画(1979)などの仕事をさせていただき、貴重な経験を得ていた。当時は地方の計画といえば、とにもかくにも「工場誘致」だったが、実際にはそれのみでは前へ進まないことが分かってきていた。そのことを書いたのが昭和50年の「但馬のメシとオカズ」である。つまり、地域づくりにはメシ(産業)だけでなくオカズ(文化)がいるという話であった。このことを最も典型的に示したのが、定住圏計画のための高校生のアンケートだった。

これは但馬の高校二年生を対象に、定住意識をたずねたものであるが、住みよさや住み続け意識と、最も相関度の高いのは、自分の町のシンボル特化度であった。つまり「都会などに出たときに、自分のふるさとのことが説明しやすい」とか、「自分の町が有名だ」とかいったことが、産業や雇用よりも若い人たちの定住意識を支えていたのである。

この年もうひとつ面白いことがあった。10月初めの朝、大阪事務所に出勤してみると、美方町の仕事を一緒に担当していた藤田君が寄ってきて「糸乗さん、糸乗さんの話がマンガになっていますよ」と言った。そして私に示したのは「週刊アクション」に載っていた「いしいひさいち」の4コママンガであった。もちろん「但馬のメシとオカズ」を読んで書いたのではなく、いしいひさいちの感性が描かせたのである。このマンガの1コマ目では、殿さまに家来が、山田城の落城を告げている。2コマ目は、殿さまが「そんなバカな」といっている。3コマ目は殿さまが「あの城には、3年分の兵糧米を蓄えてあったのだぞ。少々の兵糧攻めではピクともせぬはずだぞ!」といいます。ところが4コマ目では、連絡してきた家来が「オカズがなくなったとか」といい、殿さまがズッコケル、という話である。

美方町で坂本さんに言ったのは、「あるモノ生かす」のモノがないということなので、「つながり」からやってみよう、である。私はこの方法が何となくうまくいきそうに思っていた。このムラはなかなかホスピタリティーのあるところで、神戸市内の学童保育の人たちが毎年訪れていて、十日間ぐらいの合宿をやったりしていたが、豊かな自然と心に対する信頼は強かった。ひとつだけ



(出典) いしいひさいち「ドーナツ・ボックス」(双葉社「週刊アクション」, 1984年10月10日号), ©いしいひさいち, 1984年。

オカズがないと戦ができません

心配はあった。それは民宿を増やして産業にしようとするあまり、全ての民宿で出す料理のための「給食センター」を作ろうとしていることであった。幸運にも、この試みは建物の建築途中で倒産状態になっていたの、私は黙っていた。大量生産社会ではなく、ネットワーク社会を目指しているのに、こういう勘違いも起こる。

●もうひとつの町では、悶着を起こしていた

ほとんど同じ頃、同じ県下で総合計画の仕事を受けていた。こちらは人口25,000人余で、契約金は250万円ぐらいだったように思う。若手の職員で構成したプロジェクトチームの会議のサポートをする仕事であったが、いつも出席が悪くひどい時には一人も来ないことがあった。ついにたまりかねて、私は文句を言ったことがある。わざわざ遠くから来ているのに、一日が無駄になるからである。その時、企画課長さんの言われた言葉が今も忘れられない。「コンサルというのは、金をもらっているのだから、出席したくなるような会議をし、出席者がいい発言ができるような準備をし、やりたくなるような計画案を出し、立派な結論が出るように持っていかなきゃならんのではないか」といわれた。課長さんも頭にきていたのかもしれないが、私も頭にきた。ひよっとすると、「そういうことなら、お金が一桁か二桁少ない」と言ったかもしれない。

この時のメンバーは、主体的に考える人は殆どなくて、たまに出席しても、お客さんとしてだった。

ところが最近もこれほどではないが、お客様型の役場の職員がいる会議に出て驚いたことがある。5年後、10年後には、町村の財政は半減しているかも分からないし、自治体もリストラは避けられないかも知れないのに…。

●実は、私も経営の方向の分からない会社を抱えて、行き詰まっていた。これからは“ネットワーク社会”になるという確信だけで、会社の再建に取り組んでいた坂本さんに「この野郎我々に、いい加減なことをやらせていたんだな」と思われてはいけないので、少し白状をする。同じ年、1984年の9月末、立ち行かなくなった会社の負債に個人保証を入れて、背水の陣をしいて九州に来た。九州にコネがあるわけでもなく、本当のところ、どうしたら仕事もらえるのか当てがあるわけではなかった。とにかく「多くの人とつながるネットワークを大切にしよう。それでダメなら仕方がない」と言うだけの経営方針だった。

仕事での提案も「ソフト化・サービス化社会のなかでのネットワークを目指す」だった。これもなかなか理解を得るのは難しかった。

しかし、会社は何となく「うまくいく」ように思っていた。そして、ネットワークを拓けるという一点にしばった経営で15年経った。

美方町の思い出は、私のなかで、楽しいものになっている。

最後に一言、誤解を恐れずに言ってみたいと思う。結局、美方町というのは、オチコボレだったと思う。ついでに言うと坂本さんもオチコボレだったし、私も私どもの事務所もオチコボレだった。どの科目もそこそこの合格点をとれるという、素質も力もなかった。だから、縁=ネットワークの一点突破を図った。今日日本は、国も国民もオチコボレになっている。どこかの事例を学んで、うまくやればいいというような見本はない。美方町の方が先を歩いていたのかも知れない。

(いとりのり さだよし)

海外からの二つの技術移転で 「うどん」は庶民の食べ物となった

澤谷 真紀子

●「博多がうどん発祥の地？また、また〜。」

これが最初の感想だった。「今度のアジア麺文化研究会（以後「麺文研」）は博多でうどん研究。博多の承天寺が発祥の地だから…」といわれてもその時はピンとこなかった。

●この時間に集まれる人っていったいどんな人？

1月某日の金曜日、麺文研の面々は15:00、承天寺に集合した。平日のこの時間帯に集まることができる面々といえば、まず大学の先生、研究者、経営者、悠々

自適に暮らす人、そして、我々のように変な会社の社員だった。

まずは皆で承天寺を見学させていただいた。「饅飩（うどん）蕎麦発祥の地」と記された碑、博多織の碑、川上音二郎の墓などを巡り、お堂の大きな木魚も叩かせてもらった。

実はこの日のメインは承天寺に伝えられたうどんの製法に基づき考え出された「承天うどん」の調査研究を行うことにあった。

●博多のうどんをなんとかしないと、という気持ちから生まれた承天寺うどん

この日、承天寺からずっと解説をしてくださった平和フーズ工業社長で、福岡市麺類商工協同組合副理事



真剣で活発な議論がおもしろい麺文研



承天寺にあるうどん発祥の碑

長の土屋輝男さんが承天うどんの生みの親だった。

近年、小さなうどん屋が大手の格安店に対抗できなくて潰れていっている、なんとかせねばと常々思っていたそうだ。そこに、2年前に奥様が他界された。沈んでいた自分を奮い立たせるため、常々思っていた新しいうどんの開発に力を入れたそうだ。

それは、承天寺のうどんの碑を目にし、このうどんの復活を図ろうと思ったことだった。そのため、何度も断られたがあきらめずに承天寺に通い説得をした。いい加減、寺側が観念し、承天うどん開発の許しを得た。

●現在のうどんの普及は、うどん粉の大量生産技術の海外からの移転があったからだ

約1年間は様々な古文書や巻物などで研究をしたそうだ。その中の話が興味深かった。

- ・うどんを伝えたのは中国に渡り承天寺を開いた聖一国師だといわれている。中国での修行時に身の回りの世話をする若い坊主を10数人連れて行った。
- ・聖一国師の修行中に時間の空いている弟子達は現地で色々なアルバイトをし、技術を体得していった。日本に帰った時、その体得した調理技術がうどん発展の秘訣の一つだ。
- ・第2の秘訣は、聖一国師が持ち帰った多くの巻物にあった。その巻物の最後の方に水車の設計図があったそうだ。その建設のおかげで、小麦を大量に引くことができ、庶民へと広がっていった。
- ・うどんの庶民化は、水車というモノの技術の導入と、職人技ともいえる、人の技術の導入が同時に行われたことにある。

●さて、その承天うどんといえば...

試行錯誤を繰り返し、現在に復活した承天うどんだが、見た目は国産小麦（これだけだとコシがないため）とはい麦を混ぜてあるために茶色い。しかし、モチモチした食感がよく、ザルうどんで麺だけを味わいたいと思ったほどおいしかった。

試食会の後の感想会が麺文研らしく、おもしろかった。その意見を紹介する。

粉について (製粉関係者の意見)

- ・製粉会社は内地小麦を推奨している。承天うどんのような色のついたものは実際に市場での評価が低い。白いモノ（小麦粉）が売れ、黒いモノが残っているように

スーパーなどで扱った場合1 (製麺関係者の意見)

- ・スーパーにおいた場合、国産の強力粉は特に黒いのだが、「こういうものだ」というのをわかってもらおうようなことをすると違和感無く売れる。

スーパーなどで扱った場合2 (料理研究家の意見)

- ・いち主婦の立場としては、国産小麦であるなどの能書きがあった方が、少々高くても買う。また、どちらかという、もう少し黒いイメージがあった。PRするためには強烈なインパクトも必要だろう。

国産小麦の評価 (小麦研究者の意見)

- ・国の機関などからは、ここ数年、色の白い小麦を開発しろといわれている。

形状について (土屋さんの意見)

- ・昔のように手で伸ばした不揃いな麺も考えてみたが、採算が合わないことがわかった。コストがかかっは商売にならない。

今までの枠の中で、モクモクと検討していくのではなく、色々な立場の人から意見を聞きながら、商品化に向けていくということが大事だといわれる。うどん一つでここまで議論が白熱するこの会のようなのが必要とされているのだろう。また、そのような意見を求めて楽しみながら熱心に集まってくるのだなあと感じている。私も楽しんで参加している。

(さわたに まきこ)

地域もどこと付き合えばプラスになるか考える時代に5
田舎の元気づくりに都会の人間が
味方するとき

尾崎 正利

農山漁村地域、離島地域には「物産品を都市の人に知ってもらおう、田舎の良さをみてもらおう」という気分で、様々な取り組みを行うところが増えている。

この場合、都市に比較的近いところでは、朝市や直売所をはじめ取り組みの選択肢が多いように思える。しかし実際には、都市から遠く離れて、距離的な隔絶がどうにもならないことの方が圧倒的に多い。

例えば、よその地域と同じようなホームページを作って、都会に向けて一方的に情報発信をしたり、都会の人達向けのイベントを行い、運営する地域の人がかたがたしているところもある。

ところが最近、地道に地域の人脈を無理なく掘げようとしている地域や人に出会う機会があったので紹介

してみたい。

●五ヶ瀬ファンの集いは楽しい家族合わせの場に

～夕日の里のふくおか町人会の集い

新聞に載った「五ヶ瀬ファン」福岡で会員募集という見出しに心ひかれて、1月末「五ヶ瀬町夕日の里～ふくおか町人会設立総会」という集いに出してみた。

事前に町役場に申し込んだ時に、電話に出た女性職員がいろいろ教えてくれた。

かいつまんで書けば、①五ヶ瀬町が好きだという人は基本的に誰でもOK、②その場で町人会総会の役員を決定、③町の農家や加工グループのおばちゃん達も来る、④お酒も出る、など。これは楽しみだと思った。

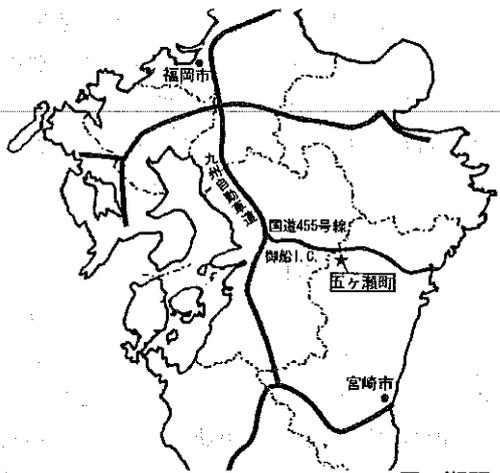
県人会など出身地別の懇親会組織はよくあるが、町のファン組織を都会の住民を対象に作るの珍しい。

五ヶ瀬町は宮崎・熊本・大分の3県の境目に近い場所にある。福岡から車で3時間半。九州を南北に縦貫する九州山地の一角にあたり、私にとっては福岡から遠い山の中にあるという感覚があった。

当日、天神の真ん中にある福岡国際ホール16階の会場にはかなりの人が集まった。知り合いが一人もいなかったのが総会の進行をぼんやり眺めていると、何となく私以外の出席者はみんな顔見しりのような親しさだ。しばらくは「おかしいなあ」と感じていたが、30分ほど過ぎた頃になって、ようやく自分の勘違いにハッキリと気がついた。

今日の会は過去5年間、五ヶ瀬町で主催されてきた「ふるさと体験交流ツアー」に参加した都会人、受け入れた地元人の新旧を暖める場だったのだ。

私のように五ヶ瀬のツテのない人にとっては、はじめ「何のこっちゃ？」という感じがしたのも当然だ。



五ヶ瀬町の位置図

宮崎県五ヶ瀬町
夕日の里ふくおか町人会会則(案)

夕日の里
ふくおか町人
会会則(案)

名称	本会は、宮崎県五ヶ瀬町夕日の里ふくおか町人会と称し、事務局は会長所在地に置く。
目的	本会は、宮崎県五ヶ瀬町夕日の里との交流を通じ会員相互の親睦を図り、あわせて福岡県内における五ヶ瀬町の情報発信を支援することを目的とする。
会員	本会の会員は、夕日の里訪問経験者ならびに五ヶ瀬町に興味を持つ福岡県内在住者で組織し、加入、脱会についてはこれを自由とする。
活動	本会は、第2条の目的を達成するために、次の活動を行なう。 (1) 夕日の里で企画される各種イベント、及び五ヶ瀬町が福岡県内で実施する物産展等に積極的に参加する。 (2) 福岡県内における五ヶ瀬町の情報発信に積極的に協力する。
役員	本会には、次の役員を置く。 ① 会長 1名 ② 副会長 若干名 ③ 会計 1名 ④ 監事 2名
役員の出選	1. 会長、副会長及び監事は、総会において出選する。但し、任期は2年とし再選はしない。 2. 会計は、会長が任命する。
顧問	会長は、役員会の承認を得て本会に顧問を置くことが出来る。
役員職務	1. 会長は、会務を掌理し、本会を代表する。 2. 副会長は、会長を補佐し会長に事故ある時はその職務を代理する。 3. 会計は、本会の会計を掌る。 4. 監事は、本会の会計を監査する。
会計年度	1. 本会の経緯は、必要とする時その節度徴収するものとする。 2. 本会の会計年度は、4月1日より翌年3月31日までとする。
附則	この会則は、平成13年1月30日から適用する。

祝辞も乾杯も無事に済んで立食形式の懇親会になったが、私がついたテーブルはどういう訳か新聞の見出しだけを鵜呑みにやって来た「勘違い派」の人ばかり。見ていると「おたく、五ヶ瀬に行った経験は?」「私? いや、ない」などと情けないやりとりをやっている。

仕方がないので、同じ境遇の人たちと九州の元気のある地域やうまいものの情報交換をしていると、だんだんテーブルがワイワイなってきた。そして次第に五ヶ瀬町の地元農家の人、福岡側の交流会の人と一緒に輪に入ってきた。

「いやあ、今日始めて五ヶ瀬のことを知ってくれた勘違い派の人こそ本当に大事にしたいのですよ」とか「今度、うちの家に遊びにいらっしやい。ドブクロもあるよー」といった、いろいろと嬉しい歓迎を受けてしまう。

料理といえばダゴ汁やソバなど現地から材料を運んだものもある。お酒は現地でつくったワイン、地元の酒造会社の焼酎などである。

特設ステージでは、過去5年間、農家体験民宿の参加者を受け入れて、この日ははるばる五ヶ瀬町からやってきたホスト家のお年寄り夫婦を真ん中に、今までお世話してもらった側の都会の人がゾロリと取り巻いて記念撮影をやっている。何だか大きな家族の記念写真

みたいで、「家族合わせみたいだね」と誰かが言った。

間違っってよその写真に写ってしまい、本当のホスト父を悲しませてシュンとなっている中年男性もいた。

この日、出席者には大きな字で書かれた名札が渡されたが、緑のプレート＝福岡の人、橙色のプレート＝五ヶ瀬町からの人、と一目で分かるようにしてあった。いただいた資料には会則が書かれており、例えば、第4条「活動」の項には(1)夕日の里で企画されるイベント、及び五ヶ瀬町が福岡県内で実施する物産展等に積極的に参加する、(2)福岡県内における五ヶ瀬町の情報発信に積極的に協力を、などと書かれている。正・副会長をはじめ役員6名は福岡側から選出。随時町と連絡をとるといふ。

勘違いで出席した町人会だったが、おひらきになった会場を後にするときには私もすっかり五ヶ瀬ファンになっていた。「地域のファンクラブというもの」を作るのではなく、5年間の実績の総決算として双方のニーズに応じて作ります、という感じが大変心地よかった。

●田舎のホンモノの食べ物と遊びを都会の人が広めよう～福岡健康長寿村

福岡健康長寿村のことを知ったのは、企業組合についての勉強会に出席した折、福岡県中小企業団体中央会の吉田隆彦さんに紹介されたのがきっかけだった。

都会に住むいろいろな世代の人が、土作りや栽培方法などホンモノの食べ物づくりに挑戦する農業生産者の販路づくりを、都会の側でサポートしようということを考えているらしい。

地域の側で物産の販売促進として、都会の流通経路に載せて…という話はよく聞くが、都会の人の側でそれを作ってプロモートするという話はあまり聞かない。

そこで、組合事務所を訪れてその辺の事情を聞いてみることにした。理事長は守田武茂さんという人で、70歳過ぎだが、お年を感じさせないくらいに若々しい人だった。

福岡健康長寿村はまだ発足間もない企業組合で平成13年3月に事業をスタートするため今は準備で大詰め段階だといふ。そのビジネスの理念について以下のような説明がなされた。

- ・朝市や直売所が増えたとはいえ、ちゃんとした作り方をした農産物を消費者に食べてもらう販売サービスの場は少ない。
- ・頑張っている生産者がつくるホンモノの生産品を都

会で早く・安く販売するために、いろんな人のサポートを得ながら仕組みを作っていくというのが健康長寿村の狙いである。

- ・例えばある地域の生産者の産品を福岡の街中の一角で売ることでも可能だし、都会の人がその地域に観光などに行く機会だって作れる。
- ・生産の現場に行って作っているのを見ると、とても安いから捨てるなどという考えはなくなる。現場をみてもらうことも大事だと思う。
- ・健康長寿村は今はお年寄りが多いが、若い人やいろんな知恵を持っている人に入ってもらう活動面と一緒に取り組めたらいいと思う。
- ・今度の3月くらいに街中に事業活動の場所を置いてスタートさせたい。当面は農産物の販売を、将来的には食事などの分野、観光サービスなどの分野も視野に入れたい。

なぜそんなに一生懸命にされるのか守田さんに聞いてみると「日本の人口が1億人を切る頃には国力も落ちていだろう。その時に子どもや孫の代が食べ物を奪い合うような国にだけはしたくない。若い人たちに豊かな世界を残すことが我々の世代のやり残したことだと思っています」という答えが返ってきた。

現在、福岡健康長寿村は九州内の山間部のとある地域と一緒に品揃えや販売方式などについて細かな打ち合わせを進めている最中で、まず実績を作ってから関わりのある地域をもっと増やしたいという意向をもっている。

●ものの販売や流通だけでない「こころ」「元気」の産直があるはず

今回2つ挙げた取り組みに共通しているのは、ものの販売や流通というよりも、どちらかといえば都会の人がファンになった地域の応援をしようという雰囲気にあふれていた。「こころ」とか「元気」の要素を農山村にもらって、都会の人と同じように送り返す。

モノを買う動機は色々あると思うが、都会の人が今度から気になる地域、思い入れのある地域のものを選んで買っていきようになるかもしれない。ついでに人にも勤めるようになるかもしれない。

モノだけだと、いくらい品を作ってもお金だけでカタがついてしまうけれど、人の絆や思い入れでお互いに求め合って結びつくならば、それはモノという次元を離れて記憶に残る時間延長の効果につながるのだと思う。(おざき まさとし)

「JR九州ウォーキング」参加者は 稲築町に8割満足

～「Jump Up いなつき」でおもてなし～

山田 龍雄

「Jump Up いなつき」とは福岡県稲築町総合計画策定の基礎調査段階で実施した住民会議（ワークショップ）の中から生まれたまちづくりの集まりである。

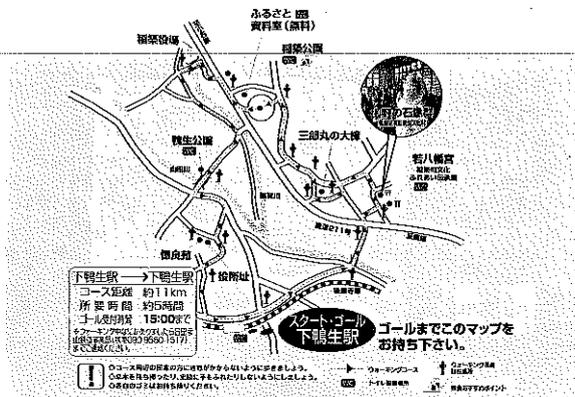
昨年10月の定例会で、次の活動を何にするのかの話し合いがもたれたときに、メンバーの一人からJR九州が主催している「ウォーキング」に稲築町がとりあげられており、これに何らかの形でお手伝いしようということになり、11月26日にメンバーである私と所属の小田と2人でおもてなしの手伝いをしてきた。

● JR九州ウォーキングとは？

このイベントは、JR九州が設定した主なウォーキングコースをJR利用を原則とし、定められた駅に集合して、時間内に自由に市町村の史跡・神社仏閣等のポイントを回るというものである。また、これはJR利用者が減っているローカル線での乗降者を少しでも増やそうという意味でもある。JRは選定された市町村と協力しながら、参加者へのサービスを行っているようである。2000年秋（9月～10月）の企画では九州各地で全73コースが設定されており、このコースに稲築町も選ばれた訳である。

● お茶サービスのおもてなし

「Jump Up いなつき」では、コースの終盤ポイントになる「鴨生公園」にてお茶でのおもてなしを行うとともに、折角の機会なので、ウォーキングの参加理由や稲築町の印象などのアンケートを行った。



稲築町でのウォーキングコース

コースの終盤ということもあり、ウォーキング参加者のほとんどの方にお茶を飲んでいただき、またアンケートに協力していただいた。

●ウォーキングは「安(あん)・健(けん)・長(ちょう)」 で好評のようだ

今回のアンケート企画に協力していただいた方は99名（有効回答94名）いたので、稲築町ウォーキング参加者は100名以上であった。

参加者の方との話しやアンケート結果からみて、JR九州のウォーキング企画は、①費用はあまりかからない（安）、②歩くことで健康によい（健）、③時間が長く消費できる（長）と「安・健・長」ということで好評な感じを受けた。また、参加者の足取りをみると歩き方が速く、ウォーキングの強者といった方々も多いようだ。

福岡から来たという60歳代の男性は、春の企画と合わせて、ここで16コース目とのこと。「30コース回るとウォーキングシューズがJRから貰えることとなっているが、交通費を考えたら既に靴は3足以上は買っているなあ」と言っておられたが、いろいろな土地を歩き回ることには大きな楽しみを見いだしているように感じられた。

また、40歳代のご夫婦は犬も同伴なので、何故だろうと感じ、尋ねてみると自家用車で来たとのこと。JRのポイントなど気にせず、自由に回っている人もいようだ。

アンケートの結果を少し紹介すると、参加者は70歳代が約14%、60歳代が約28%と約4割は60歳以上。乗車駅をみると北九州・京築地域の方が半数を占めており、福岡市内からは少なかった。これは同じ日に瀬高町の方で同様のウォーキングがあったため、福岡市



アンケートを書いていた参加者の方々、歩き慣れた熟年層が多い。

内の人はJRの乗り継ぎの良い瀬高町の方に参加したものだと思われる。最後に稲築町のイメージでは町のサービスが良かったせいか「大変良い」「良い」を合わせて8割強であった。

今回のウォーキングでは、ある参加者の声が印象に残っている。「このウォーキングは通常のウォークラリーと違って、ただ決められた場所でスタンプを押せば、後は自由に勝手に回れるのがいい。市町村が主催するウォーキングは決められたポイントを丹念にまわらないといけなく、自分のペースで回れないものが多い。このウォーキングは時間もたっぷりある」といった“ええ加減さ”もまたうけているようだ。春の企画には、どこかの市町村のウォーキングに参加し、次は参加者の立場からレポートをしようと思う。

(やまだ たつお)

「京町家の仲人」としての取り組み ～京都 西陣 町家倶楽部～

小田 好一

福岡県内にも古い町並みがあるが、高齢化、過疎化のため空家が増えているのが現状である。空家があり、借りたい人がいても、その貸し借りはなかなか難しい。京都西陣において京町家の仲人としての取り組み（西陣の町家に“住みたい人”と“住んでほしい家主さん”との縁結びと応援）を行っている町家倶楽部というのがあることを聞き、事務局の新野さんに話をうかがった。

●きっかけはある写真家の町家探しから

「“西陣”の町家に住んでみたい」、そう思った小針さんという写真家は、町家を借りるために100軒以上もの町家を2ヶ月かけて歩き回って探し続けたそうだ。中には小針さんを不審者扱いする人もいたという。後に数軒、話を聞いてくれるところがあり、そのうちの1軒に住むことができた。その家は築100年の織屋建(*)の町家で、1ヶ月間の修復後、ようやく生活が始まったという。

それまでの苦労の話や当時の町家の生活のことが新聞に掲載されると、数百軒の問い合わせがあり、体験談を中心とした説明会を開くことになった。そこにも様々な人が集まり、グループができた。それが「西陣活性化実顕地をつくる会（通称ネットワーク西陣）」



町家倶楽部ハウスの内観

の始まりだそうだ。

●どんな人が住んでいるか

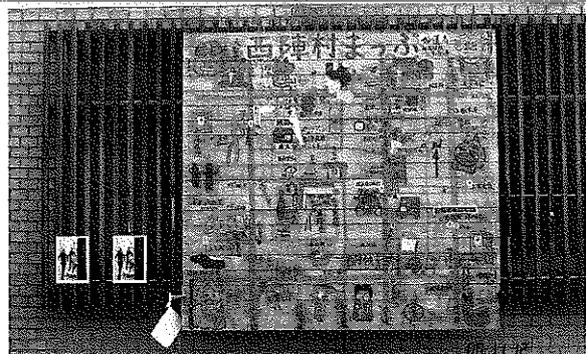
西陣はものづくりの町で、その町並みをつくりだしているのは織屋建という、モノを作り続けてきたスペースを持つ町家である。この町家に憧れて集まっていく方もものづくりに携わっているいわゆる“アーティスト”がほとんどである。基本的に空家になった町家は老朽化がひどく、先ほどの小針さんのように時間をかけて自分たちの手で修復する人が多い。ここに住みたがっている人は時間が自由に使える、楽しみながら修復を行える人が多いということであった。

●空家の現状はどうなっているか

西陣地区は住民の高齢化が進み、織屋の廃業、相続税から逃れるための売却などが見られ、空家は同倶楽部の調査の範囲だけでも100軒以上あるそうだ。

マンション建設のため業者が空家をまとめて買い取り、立ち退きを迫られる場合もある。しかし、その立ち退き料は結構な額だということだった。

西陣地区の空家のほとんどは老朽化がひどく、敷金、礼金を取って家賃収入を得るには、多額な修復費が必要となる。つまり、不動産業者にとっても見放した物件が多いということである。



西陣村まっぶ

町家倶楽部のホームページ

ホームページでは物件の紹介、イベントの紹介にも西陣にまつわる多くの情報が載せられている。

ホームページアドレス (<http://www.machiya.or.jp/>)

- ① “京町家仲人”としての取り組み、すなわち西陣に“住みたい人”と“住んでほしい家主”との縁結びと応援
- ② 西陣情報公開サロンとして『町家倶楽部ハウス』の運営：同施設内で西陣を中心とした空家調査と空家情報の公開、新しい西陣の動きの紹介、アーティストの紹介、作品の紹介、展示・販売協力、地元住民との情報交換の場の提供、西陣の企画制作・情報発信等
- ③ インターネットを通じた外部への情報公開

町家倶楽部の活動内容（ホームページより抜粋）

●町家倶楽部は何をしてくれるのか（物件探しからお見合いまでの流れ）

町家倶楽部は不動産仲介業ではない。あくまで“人”の紹介である。

町家を貸そうかと考えている家主が同倶楽部を通してその町家を登録すると、インターネットや町家倶楽部の端末で一定期間紹介されることになる。

町家に住みたい人は、インターネットや端末で紹介された町家のなかで気に入ったのがあれば登録し、決められた期日に外観、立地条件を見学に行く。

一定期間経つと、町家倶楽部は家主と町家を借りたい人の“お見合いの場”を設置する。

この情報は、インターネットで世界中で紹介されているため、紹介された1つの物件について、借りたい

という人は多くいる。家主が希望者全員に会うのも大変である。そこで町家倶楽部は入居希望者に、家主の方に対して“ラブレター”を書いてもらう。このあたりは全く男女関係と同じようで「なぜこの町家がいいのか」が明確に伝わり、何か特化したものがなければ予選落ちするという事だった。

こうして選ばれた入居希望者と家主は初めて町家倶楽部のセッティングする“お見合い”の場で合うことになる。その場で初めて、町家の内部を見せてもらうことができる。ここで、家主が借り手を、また、借り手が家主を気に入れば賃貸契約が成立する。

●賃貸契約のあとは……

基本的に現状渡しである。修復は借り手が実費で行う。雨漏り、すきま風なども当然あり、すぐには住めない場合が多い。家賃は家主に一任されており、2万円～40万円程度とまちまちだということだった。

●町家倶楽部の運営はどうしているのか

経費はどうか落ちるらしいが、人件費に関してはほとんど無償ということだった。それではどのような収入源があるのか。

主な収入源としては町家倶楽部ハウスをアーティストや劇団のイベントの際に有料で貸しているようだ。（7万円/週）。この他イベントなどで作品を販売し、運営費としているという。

NPOなどの法人格を取得した方が、社会的に認知されるのではないかとという質問には、NPO法人を取得すると、決算処理などのための人件費が必要となるなどのデメリット、また、法人口座が開設できるなどのメリットもあり、同倶楽部内では議論の最中だそうだ。

●町家倶楽部の活動のスタンス

町家倶楽部のスタンスは「物置にしているのだったら貸してほしい」「西陣に楽しい人が増えたらいいな」ということである。できるだけ多く契約にこぎつけて利益をあげるのとは違う。また、町並み保存運動などの美観運動とも違う。だから、紹介する物件も必ずしも古くないものがある。学問上という“町家”ではなく、“ものづくりに携わった家”を紹介している。

実際、私が福岡県内でこのような取り組みを導入したいと考えている地区があるのだが、そこまでこぎつけるには、膨大な時間と行動力、それに町家を借りたいという人の需要が必要なようだ。次はその地区に導入するには何から手を着けたらよいか、いろんな人

と相談し、じっくりと考えてみたい。(おだ こういち)
 ※「織屋建」とは西陣織で有名な西陣などに多く見られるもので奥に機織り場のある町家である。

近況

■あなたは何か打ち込めるものがありますか？

1月下旬に東京に行く機会があり、“ついでに”という距離ではないが千葉県佐原市を訪れた。東京駅から快速と各駅停車を乗り継いで約2時間のところにある。かつては北総の小江戸と呼ばれ、利根川水運が発達したことにより東北諸藩の年貢米やその他の物資の集散地として繁栄し、「お江戸みたけりゃ佐原へござれ佐原本町江戸まさり」といわれる程、利根川流域の交通・経済・文化の中心として発展を遂げたところであり、当時からの町並みとその頃の繁栄ぶりを伝えている。そして伊能忠敬がかつて住んでいたこともあり「地図のまち」としても力を入れている。

そこで、まちづくりボランティアの方にこんな話を聞いた。「伊能忠敬は地図をつくった業績ももちろん素晴らしいことですが、彼がいかに有意義な半生を送ったかということが注目されているんです。」ということだった。何のことなのかあまり分からなかったが、とりあえず、伊能忠敬記念館に寄ることにした。

伊能忠敬のおいたちや地図のレプリカや計測機器など陳列されていた。なかでも印象深かったのは伊能忠敬の人生を描いたビデオのメッセージだった。ビデオの内容を少し紹介すると、彼は若い頃から天文や暦学に興味があり、緯度・方位観測などを行ったこともあった。50歳を過ぎてから江戸に出向き、※天文方(かた)高橋至時入門し、本格的に勉強をはじめた。この頃、幕府はロシアからの侵略に備えるため、ロシアに近い北海道、東北の地形について詳しい情報を欲しがっていた。第一次測量は奥州街道、蝦夷地である。幕府にその技術を買われ、後に全国の地図製作を命じられるようになる。そして73歳で亡くなるまでの地図製作の功績が描かれ、最後にビデオの中の伊能忠敬がこう言っていた。(地図をつくりあげた功績に対して)「よくできた”(功績)というのは後から付いてくるものです。それよりも、あることにどれだけ打ち込めるかということが大切です。」「一度限りの人生です。あなたは何か打ち込めるものがありますか。」という

メッセージでビデオが終了した。記念館に来る前、ボランティアの方に聞いた話の意味がようやく分かった。私には声を大にして「私は〇〇に打ち込んでいます。」といえるものがなかっただけに、何か分からないが「もっとがんばろう」という気にさせられたメッセージだった。(小田 好一)

※天文方(かた)：江戸時代の職名。若年寄に属し、天文、測量、地誌、洋書の翻訳を司った。



「21世紀の観光とアジア・九州」
 -アジア太平洋センター研究叢書10-

駄田井 正 編著
 九州大学出版会

本書は、(財)アジア太平洋センター(福岡市)が第四期の自主研究プロジェクトとして1998年から2カ年にわたって実施した研究の成果である。

世界経済の成長率を上回る成長を示している観光関連産業は、21世紀には世界の基幹産業になるであろうという予測のもと、アジア各地域の観光の国家政策、自治体の取り組みについて紹介されている。

取り上げられている地域は、日本(福岡、長崎)、韓国(光州広域市)、中国、タイ、台湾などの観光政策、取り組み事例が紹介され、今後のアジア地域での国際協力の必要性が提言されている。

また、北部九州の観光政策への提言では、玄界灘、周防灘、有明海など周囲の海を活用すること、アーバンツーリズム、グリーンツーリズムあるいは伝統的文化と観光などの視点から、広域的な連携、観光資源のネットワークの必要性が指摘されている。

現在、北部九州の自治体の仕事で観光プランの検討を行っているが、観光関連産業がポスト工業社会における基幹産業になるという点については、観光という分野が自然、まち、歴史、土地柄、食など多岐に関わっているというだけでなく、持っていけない資源(土産は買って帰れるが、どこの土産かが重要でありそのまちの情報を伝えるもの)であり、そこに暮らし、働く人々の「ホスピタリティ」がキーワードというのは重要と思った。

中で紹介されている地域の取り組みについては、まだ、大型施設や大型イベントが中心で、後始末なり、次の展開をどうするかがまだ議論されていない地域もあり、これから大変だと変に心配をしてしまった。

(山辺 真一)



スローフードな人生!

……イタリヤの食卓から始まる

島村 菜津

●どんなにITが進もうとも、すばらしい日本食がなくなったら、日本の未来はない

この本を読んで、思ったことを一言でいうならば、表題のような言葉になる。少し自慢を許していただけるなら、我々の「よかネット」は、いい会社だと思う。その理由は、食いしん坊は美德だとされているから。

この本の中で、最も共感した言葉は、スローフード協会の4年に一度の世界大会で呼びかけられた「みなさん、現代に蔓延する食のテロリズムと戦おうじゃありませんか。その名は、健康食とダイエットのブームです。太るためではなく、やせるためにドンドンお金を使いまくるといふ異常事態は、まさに人類始まって以来の不祥事です。この恥ずべきビジネスの手口に大きく目を見開こうではありませんか!」という言葉である。

ファーストフードという偏食とダイエット、もう一方の世界である飢餓が地球上には並立している。これは双方の健康破壊をもたらす。異常な女性の瘦身流行は、次世代の健康を奪っていく。いくら金銭的に豊かでも、この流行にとりつかれた国は2、3世代のうちに、健康な体力を持った国に取って代わられるに違いない。もちろん、そんな国が残ればの話。

私は、日本のエンゲル係数に興味をもっている。今や「それがあまりにも低すぎるので、農家はやっていけない」ということを以前に書いた。この本にはイタリアのことが書かれている。「70年当時、イタリアの家庭が食事にかけた金額を百だとすれば、96年には実にその七割にまで減少しているのです。残りの三割は服や電化製品に消えたのです」。日本はどうなの

でしょうか。

総務省の家計調査によると、1999年のエンゲル係数は23.7%である。

イタリアの話に合わせたデータを作ってみる。

本の紹介の域をこえるが、数値の整理をしてみる。日本人の食料費は、名目で見ると70年から96年までの間に2.84倍になっている。実質では1.07倍である。しかし、「家計の内食費の比重が下がった」という意味なら、エンゲル係数の比較になる。34.1%から23.4%に変化したのを仮に比較してみると、ウエイトは70%弱になっている。

それはさておき、クイズとして見ていただきたいのだが、70年には米類単対パンめん類連合軍は5.7:1

	1970(S45)	1980(S55)	1990(H2)	1996(H8)	1999(H11)
消費支出(円)	79,531 100.0	230,568 289.9	311,174 391.3	328,849 413.5	323,008 406.1
食料	27,092 34.1	66,923 29.0	78,956 25.4	77,042 23.4	76,590 23.7
米類	3,487 4.4	5,822 2.5	5,144 1.7	4,092 1.2	3,527 1.1
パン	484 0.6	1,724 0.7	2,180 0.7	2,304 0.7	2,361 0.7
めん類	431 0.5	1,258 0.5	1,457 0.5	1,484 0.5	1,469 0.5
野菜・海藻	3,611 4.5	8,591 3.7	10,089 3.2	9,866 3.0	9,642 3.0
調理食品	968 1.2	3,877 1.7	6,413 2.1	7,303 2.2	8,015 2.5
外食	2,413 3.0	8,467 3.7	12,349 4.0	12,786 3.9	12,802 4.0
財の支出	49,797 62.8	128,933 55.9	162,030 52.1	164,613 50.1	160,787 49.8
サービス支出	18,426 23.2	62,567 27.1	94,990 30.5	110,217 33.5	111,322 34.5
エンゲル係数	34.1	29.0	25.4	23.4	23.7
デフレーター(90=100)	38.9	82.8	100.0	103.1	103.7

家計で米とパンの比率はどう変わったか

	1970(S45)	1980(S55)	1990(H2)	1996(H8)	1999(H11)
消費支出(円)	204,450 100.0	278,464 136.2	311,174 152.2	318,961 156.0	311,483 152.4
食料	69,645 100.0	80,825 116.1	78,956 113.4	74,726 107.3	73,857 106.0
米類	8,964 100.0	7,031 78.4	5,144 57.4	3,969 44.3	3,401 37.9
パン	1,244 100.0	2,082 167.3	2,180 173.6	2,235 179.6	2,277 183.0
めん類	1,108 100.0	1,519 137.1	1,457 131.5	1,439 129.9	1,417 127.9
野菜・海藻	9,283 100.0	10,376 111.8	10,089 108.7	9,569 103.1	9,298 100.2
調理食品	2,488 100.0	4,682 188.2	6,413 257.7	7,083 284.7	7,729 310.6
外食	6,203 100.0	10,226 164.9	12,349 199.1	12,402 199.9	12,345 199.0
財の支出	128,013 100.0	155,716 121.6	162,030 126.6	159,663 124.7	155,050 121.1
サービス支出	47,368 100.0	75,564 159.5	94,990 200.5	106,903 225.7	107,350 226.6
エンゲル係数	34.1	29.0	25.4	23.4	23.7
デフレーター(90=100)	38.9	82.8	100.0	103.1	103.7

現在価格で見ると米は30年で1/3に減っている
デフレーターは日本統計年鑑、99年の数値は98年のもの
資料：家計調査年報

であったが、99年には逆転されているのである。米類軍が怠けたのか、パンめん類連合軍がよくやったのか。日本の農政は米のことだけをやっているように見えるが、このザマはなんだろう。小麦粉が安いからだなどという説明では納得がいかない。日本の米は、まずくしたものを消費者に食べさせるように努力しているが(古米を入れたものを新米ブレンドなどといって、

古米レベルの味に落として押しつけている)、パンめん軍は美味しく食べさせようとしたのではないのか。

話が横に行きすぎたが、とにかくご一読願いたい。スローフード協会なども日本に支部があるようだ。私はイタリアは好きだが日本主義者なので、昔からの普通の、平凡な田舎料理、季節のもので間に合わせた野菜や安魚の食事をしたい。(糸乗 貞喜)

第9回よかネットパーティーのお知らせ

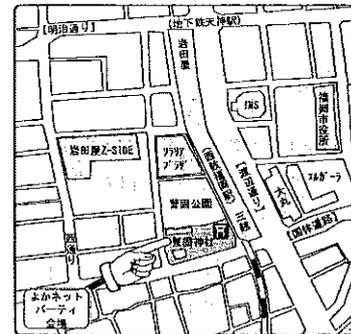
人と人との交流の輪づくり“ひともうけ”をする会として毎年開催しております「よかネット」を今年も行います。

昨年と同様、持ち寄り参加型パーティーとして行います。

詳しい御案内は後日皆様のもとにお送りいたします。今年も多くの方の参加をお待ちしております。

日時：平成13年5月19日 土曜日 12時～

場所：警固神社境内 東側棟 (福岡市中央区天神)



地域問題を様々な視点で解決できる 組織を目指せ 「協同組合地域づくり九州」の発足予告

地域の問題が多様化・複雑化しているならば、問題解決のお手伝いする側も、いろいろな知恵を集めて対処していくことはできないか—そうした呼びかけに応じて、地域計画に様々な切り口で関わっている九州内の有志の集まりを昨年2月にもちました。

そして、ほぼ1～2月に1度のペースで勉強会を進めてきた結果、同じ問題意識を共有して成り立つ一つの協同体を作ろうということになりました。

そして、現在、中小企業等協同組合法に基づく事業協同組合で準備を進めています。

名称は「協同組合地域づくり九州」です。参加組合員の業種を挙げると、建設コンサルタント、不動産コンサルタント、建築設計、マーケットリサーチ、カラーコーディネーター、生態計画、会計士などです。

そして、設立準備のワーキングチームに、(株)ジーコムの新貝耕一さん、弊社からは糸乗、尾崎が加わって作業を進めています。

平成13年3月末の発足を目指していますので、正式な発足の折には再びご報告します。

編集後記

1993年1月に第1号を発行してから8年と4カ月目の50号となりました。第1号に関西学研都市の第3セクター(勝けいはんな)の記事を書いています。偶然、先月末に関西に調査に行きました。当時はいろいろな試みが全国の注目を集めていたが、経済の変化とともに非常に苦しい状況のようです。宮崎のシーガイアも破綻するなど、第3セクターの功罪を含めて、どうすべきかを地域が真剣に考える時と思います。(ベ)

よかネット NO. 50 2001.3

(編集・発行)

(株)よかネット

〒810-0001 福岡市中央区天神1-15-35 ホンダハビエ5F

TEL 092-731-7671 FAX 092-731-7673

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

名古屋事務所 TEL 052-265-2401

東京事務所 TEL 03-3226-9130