

講演 2 地域ブランド戦略を考える



民俗研究家 結城 登美雄 氏

はじめに

ご紹介いただきました結城です。霞ヶ関の机上のプランに任せては駄目だという本間先生の話の聞きながら聞いていました。国もこれまで一生懸命にやってこられたとは思いますが、地域格差だけではなく、霞ヶ関と現場の格差も相当開いてしまったように感じます。私は本間先生のように含蓄深くないので、少々乱暴な言葉遣いが多いかもしれませんが、けれど我慢して聞いてください。

実際に携わらない人間が作ったプランは、見事に見えても、整合性があるように見えても、結局そこに暮らす人を説得する力が弱いつくづく思います。そして、たくさんの現場を見ながら、十分な地域づくりの力がなくても現場でこうしようと思った人たちが行うプランは、見てくれは悪いのですがなかなか動かす力があるなど感じてきました。

今日は二つの事例をお話ししたいと思っています。

一つは山形県真室川町という人口 1 万人の町です。地域ブランドという意味では真室川音頭以外に何もありません。「私じゃ真室川の 梅の花 あなたまた このまちの鶯よ」ということで行って見たら、別に梅の木もたいしてないしウグイスもいませんでした。よくある普通の農村集落がいくつか集まって町を成しており、林業と農業が主要な産業なのですが、30 年代後半から林業が後退してくるに伴い、農業も同じように後退していきました。

それでも、自分たちの町を何とかしようとする人たちはまだまだ健在です。真室川音頭以外にこれといって有名なものはありませんが、真室川町が今行おうとしていることの一部をスライドを交えて報告させていただきたいと思っています。

もう一つは「鳴子の米プロジェクト」です。ご承知のように、この 4 月から国の農業政策が大きく変わり、今後は米を中心に二つ以上の品目を栽培する 4 ヘクタール以上の認定農業者、ないしは 20 ヘクタール以上の集落営農以外は国の支援を受けられないということになりました。財政の問題、海外からの圧力などいろいろなことを考慮してそういうことに踏み切ったわけです。

現在の米の消費量は、パンを食べる都市の人たちが多くなったせいか、たくさん食べた時代と比べて半分くらいに減ってしまいました。1 俵 1 万 3,000 円が米の生産者価格ですが、最近はその価格を割りつつあり、北海道では 9,300 円くらい、青森辺りでも 1 万円を割る

のは既に秒読みの段階に入っています。そんな中で果たして面積を大きくして米を作っても大丈夫かと、4ヘクタール以上の農地を持つ人たちも悩んでいます。米あるいは農業、それらを基盤にした地域の人たちは将来に不安を抱えています。

そういう中であって、国の応援がなくてもそこに一緒に住む隣人たちが、同じ地域の人たちが共に農業を支えることはできないか。そういう試みを鳴子で始めてから2年目を迎えています。

鳴子の事例についてはDVDをご覧ください。今日のテーマである地域再生、あるいは地域ブランド、あるいは自立と再生の道筋について、みなさんへのささやかなご報告になればいいと思っています。

地域ブランドと地域の主体

本間先生もおっしゃっていたとおり、地域活性化、地域づくり、地域福祉、地域力など、地域地域と毎日いわれるわけですが、果たして地域とは一体何なのか。私は、もう一度立ち止まって、改めて考えてみてもいいのではないかと思います。

地域についてはいろいろな解釈があるかと思います。ある自治体のエリアを指す場合もありましょうし、コミュニティを指す場合もありましょう。あるいは、マーケットとして捉える見方もあるのですが、私は地域とは家族の集まりであると考えています。地域に暮らす家族の抱えている課題を解決し、あるいはそうありたいという願いをどう実現していくのか。そこに住む人たちの力を中心に、それを解決、実現していく積み重ねを私は地域づくりと呼びたいと思うのです。そこに住む家族のことを考えるという視点だけは忘れたくないと思って活動しています。

今日は地域ブランドのことをお話するわけですが、私は長いこと広告の世界におりましたので「ブランド」という言葉には親しみを覚えます。ブランドとはいわば企業社会における、あるいは競争社会における差別化戦略であります。

他者に優位に立つための信頼性をどう確保するか。そういう差別化戦略の背景には、やはり企業社会があります。ですから、それを安易に地域社会に当てはめてよいかという疑問を持ちながら地域ブランドについて考えなければならないと思っています。

企業は利益共同体です。経済における利益共同体がつくり出したようなものを、地域社会というさまざまな人たちのいる、一定の利益だけでは共同性が保てないようなところに簡単に導入していいかということは、もっと考えなければいけないと思うんです。

企業社会は社長や役員、株主あるいは社員だったり、ある意味で主体は見えています。それに対し、地域は本当に主体を持っているのでしょうか。あるのであれば行政の力ももっと大きく発揮されるはずですが。その地域主体が薄いのがために、行政あるいは国、いろいろな方々の苦労も大きいし、虚しくなったりすることも多いのではないかと思います。

「地域ブランド」というものは、地域にいる方々の、それほど強いものではなくても、自分たちが主体になって何かをなそうとする意識がどこかで出てこない、どのような良

いアイデアも事例も役に立たないのではないかと私は思います。そしてまた、“何のために”という目的もたくさんあるかと思いますが、それを見据えていかないと、地域ブランド戦略を地域で展開するのはなかなか難しいと思っています。

小さな集落の力を捉え直す

僕は中小都市や農村よりももっともっと小さな集落を、この十数年間、東北を中心に 600 カ所ほど歩いてきました。そこの方々にお話をいろいろ聞かせていただき、改めて集落というものを捉え直していく必要があると感じています。

明治元年、近代が始まったときに日本という国はどういう国だったかを少し調べました。仙台はその当時 5 万から 5 万 2,000 人くらいの人口がありました。宮城県には約 2,000 の村があったそうです。日本全体では 7 万 1,314 の村がありました。戦前の社会学者である鈴木栄太郎さんはそれらを「自然村」と呼んでおられますが、十数組から数十組くらいの、今日でいえば大字や小字に当たるような村が 7 万 1,314 あったということです。

日本の人口の 90%以上がそういう村に暮らす人たちであったということをちょっと振り返ってみたいと思います。その始まりはさまざまですが、十数組、あるいは数十組の集落がそこを一つの世界、社会として 300 年、500 年と営んできた歴史というものを思い起こしたいわけです。

今日においてなお「おらほの村では」と言うときの「おらほの村」は、自治体ではなく「我が集落」であるような気がします。そんなところから私は地元学という訳の分からないことを考えるようになったわけですが、その原点には十数組から数十組を単位とした集落の力があると感じています。

何百年と続いた村の暮らしをひも解くと、とても大事にしていたものがいくつかあります。最も大事にしたのは自然でした。この自然に働きかけることを「生産」と呼びます。今日では第 1 次産業ですが、海、山、川、田、畑、野、沢、沼、そういったところに人が働きかけ、そこで得た生産と、自然が持つ水・風・光・土という 4 つの要素を、巧みな技を使い、知恵をめぐらし、それで何百年かの今日で言う持続可能な暮らしを営んできました。今と比べれば貧しいかもしれませんが、単なる貧しさというわけではありません。そうした小さな集落や村々から日本の文化の 8 割は生まれたのです。

祭や芸能など、今日我々が東北の文化と呼んでいるものはそういう小さな集落から生まれました。働くだけが人間の暮らしの全てではない、一緒に楽しもうではないか。そんな思いから歌が生まれ、芸能が生まれ、祭が生まれ、さまざまな行事が生まれ、それらが受け継がれながら人のつながりを積み上げてきた。そういう村というものをもう一度捉え直してみたいものだと思います。

昔は、必要なもの、そうありたいもの、手にしたいものは基本的に自ら作るという暮らしでありました。暮らしは作り上げるものでした。そのためには身近にある資源を活用することや、人が力を合わせる必要があったわけです。それゆえに、自分ではできないこと、自分だけではなかなか叶わないことを、結（ゆい）、講、相互扶助、あるいは近隣の

市町村との付き合いの中で協力しあって行っていました。もちろん塩やそういったものを市場経済から買うことはありましたが、基本の暮らしは自ら作るということが普通でした。互いに支えあうものとして村社会はあったのだということを今日の日からもう一度捉え直さなければならないと思います。

今日、いろいろな格差がありますが、大きく言えば「買う力の格差」のように受け止められることがあろうかと思えます。しかし、買えないことを嘆き、買えないことを貧しいという前に、買う力がもし叶わぬなら、自分たちの地域と暮らしを上げるために、私たちはもう一度、そこに住むもの同士が何か力を合わせることはできないかを考える必要があるのではないのでしょうか。

地域ブランドは信頼関係の再構築

私たちは、戦後の経済成長を機に「お金を手にすれば豊かになれる」と刷り込まれてきました。そして事実豊かになったわけですが、そこから十分解放されていないような気がします。そういう意味で「買う暮らし」、あるいは買う力だけではない「作る暮らし」「作る力」をもう一度地域が取り戻す必要があるように思えます。

私はそれを、暮らしの一番の基本である「食べる」という一つの領域から考えていきたいと思い、地域の方々といろいろなことをやってきました。

そのときに主体になるのはお母さんやおばあちゃんです。どの地域でも大体、お母さんたち、おばあちゃんたちとやっています。

男の人は、儲かるときや経済に何か寄与しそうなときにはちょっと眠気を覚ましますが、そうでないときにはちっとも役に立たないんです。「なあに、金が入ったら何とでもなるわ」とか「予算が来たら何とかなるわ」という仮説の上で、ずっとグチばかり言うようなことがあります。

そういう点からいえば、「父ちゃんの給料が安ければ、こんなふうには工夫すればいい」という女の人の知恵や工夫の方が、作る暮らしを考えるときにはいいような気がします。

そういう意味で、地域ブランドとは地域に暮らすそこに生まれ育った人々が「どこかに行った方が少しは金が手に入るかもしれないけど、いい歳こいてからよその町行ってもしょうがねえからオレはここに暮らすよ」と腹を決め、お互いの力を持ち寄ることによって発揮される、お互いさまの力ではないかと思えます。

ですからブランドを、外に向けてというよりも、お互いの信頼関係の再構築と捉えたいと思っています。ブランドとは信頼であると私は考えたいわけです。外に向けてまことしやかな見せかけのようにならないためにも、まず内側の、お互いの力をつなぎ合わせていき、そして自分が暮らす地域社会を楽しく不安なく生きていけるものに、もう一度組み立て直していく作業であると考えたいわけです。

ただ、行政の方もそうかもしれませんが、地域の方とお話しすると、地域づくりに関わることについて「地域というものはいいことだけではないのだ」「煩わしいことがたくさん

あるのだ」「何でこんな会合に来なきゃいけないんだろう」「何でこんな作業をみんなでやらなきゃいけないんだ」、そういった面倒くさいという気持ちを割合強く持っているようなんですね。

かつての支え合ういろいろな相互扶助を全部外注して、水利管理から草刈、お祭さえも業者や行政に頼むような体質になってしまった中で、そういう煩わしさに付き合っていくことがまず一つの条件です。そういう煩わしさの中からお互いの心が通ったとき、今度は支え合うことにもつながっていきます。

地域づくり、あるいは地域とは、煩わしくもあり有り難きものでもあります。隣人がいるということの有り難さを享受すると同時にその煩わしさにも向かい合う、その両義性を持って地域を捉えていかないといけません。いいことだけしか言わない、考えないような地域づくりは脆いぞということを申し上げています。

地域というものは一瞬にして変わることはあり得ません。地域の人はみんな、「どうしたらいいのか」ということをその心の中に持っているわけです。そこに、ぐずぐず、ぐずぐずと付き合ううちに、いつの間にか少し達成できている。

霞ヶ関の数字やお金しか見てない人たちは何億円を投入したら一気に変わるというような幻想を持つでしょうが、人間というのはぐずぐずしながら良い方向に行くものだと思います。それを信じなければ地域力というものはありません。

繰り返しますが、地域ブランドとは他に比べて我が優位性を誇るために頑張るものではないんです。我が隣人たちとともに、ここにあることを喜び、安心しあうためにこそなされるものだと思います。その一つの事例としてこれからスライドを見ていただきます。

真室川の「食べ事会」—食と器の出会い—

山形県最上郡真室川町という、人口約1万人、3,000世帯の町です。三十いくつの集落があり、そういう集落の方々とこの2、3年いろいろな作業を行っています。

昔は祭と食べ物とが一緒だったのが当たり前でしたが、私が回るこの十数年、祭は誰かに委ねて、祭の弁当もどこかの仕出屋からということが多くなり、祭と食べ物がばらばらになっていました。そこで、真室川の集落にはどのくらいの食べ物があるのかが知りたくなり集落のお母さんたちに言ったところ、130点ほどそれぞれの家の普段食べている家庭料理を持ち寄ってくれました。

おいしい、手の込んだその家々をしのばせるような料理がたくさん並びました。他の家々の食べ物は普段なかなか見ることができません。あなたもこんなものを作っているのかと味見をしたりしているうちに会話が生まれてきます。

食べる力と祭を楽しむ力、それらを融合することができないかとある集落に働きかけましたら、そりゃそうだなということで、自分たちの番楽（山伏が伝えた神楽）をみんなで楽しもうやということになり、2月の2メートルもの雪が積もった日に集会所で集まりを持ちました。

かがり火をたいて行灯番楽をやったのですが、150人ほどの集落のうち、100人ちょっとが集まってきました。そういう人たちをお母さんたちの作った食べ物でもてなし、こんなふうに食べていただきながら、子どもたちの番楽を楽しんだりしました。



そのときに、盛り合わせる器がばらばらではスペースがいっぱいになってしまうので、何か盛り合わせる器がないかと聞いたら、会合のときに使ったものがあると言います。まあ、それでも良からうということでその器を使ったら、ちょっとご馳走という感じになったわけです。



農業出荷額では見えない、家庭が持っている自給力といたしましょうか、家族のために育てている、あるいはキノコや山菜を保存している、そういったことをしているお母さんたちと「食べ事会（たべごとかい）」という会を作りました。集落をまわりながら、自分たちの足元にある食文化についてお話を聞く会と受け取っていただければと思います。

食文化を見つめ直す「食べ事会」

食べ事会を開催すると、食べ物が持ち寄られて会話が弾んできます。やっぱり自分が育て、保存し、あるいは収穫して調理し、料理をしたものについては、女の人は何を聞かれても答えられます。食べ物はさまざまなことや思い出とつながっているので、話し始めると止まらなくなってしまいます。町づくり、村づくりについて話せと言ってもほとんど意見が出ない人たちでも、こういう食べ物の話になるとたくさんのお話をしてくれます。まずは、どんな話題であれ、同じ村に住む者同士がお茶飲み一つしなくなったところで地域力もへたたくれもないわけです。



年中行事をテーマにすれば、例えばこれは笹巻きですが、十人が十人、同じように笹を使っているわけではなくて、巻き方が家ごとに違うということが分かってくるわけですね。それはなぜなのかとか詮索が始まり、そこか



ら食べ物をめぐってたくさんのお話が生まれます。食べ物は人を近づける力があるということ。私にはこの「食べ事会」で教えていただいたような気がします。

そして分かってきたことは、この地域の集落は神様を大切にしてきたんだということです。神様を大切にするというのは、宗教ではなくて、自分たちの暮らしを支えてくれる自然に近いもの、太陽であったり、水神様であったり、風神様であったり、そういった暮らしを支えてくれるものに対する感謝を忘れないということです。そういうところから、行事のたびに、例えば太子講のお膳を作り、お盆のお膳を作ります。時代遅れだと笑われながらもそれを欠かさない暮らしがまだ残っているということなんですね。残しているということは、それをまだ大切に思う心があるということです。

神様を今でも大切にしています



真室川には「うるしセンター」という漆の施設があります。うるしセンターでは漆の木を2万本以上植えたのですが、中国産の漆の価格が国産の8分の1のために売れず、掻く人がいなくなりました。うるしセンターには女性の職人さんが一人いるのですが、その方が行っている漆のワークショップに参加した学生たちと、お母さんやおばあちゃんたちがたまたま一緒になる機会がありました。そのとき、お母さんやおばあちゃんの作った料理を学生たちがデザインした器に盛りつけたところ、女の人の目がキラリと輝いたんです。お母さんたちは、自分たちが作った料理もこのような良い器があればさらに引き立つということが分かったのです。

うるしセンターのものも含めて、今なぜか漆器が売れません。取り扱いが分からないとか高いとか、売れない理由はいろいろあるのですが、漆器は日常の食べ物を盛りつける普段使いの器ではなくなってきています。祭と食がバラバラになったように、食と器もバラバラになっています。それを何とか一緒にすることはできないかと考えました。そして、真室川の食を盛りつける「真室川の器」を作ろうということになりました。

しかしながら、真室川では、漆は塗れるけれども木地作りはしていませんでした。そこで、木地を作る勉強をしないかと地域の人に声をかけたところ、やりたいという動きがありましたので、どうなるかは分かりませんが、まず始めてみることにしました。

器作りへの挑戦

九州の湯布院や岩手の大野村、北海道の置戸、島根の匹見など、地域にある木を生かした器作りの第一人者である時松辰夫さんに月1回真室川に通っていただき、自分たちの身近にある木で器が作れるんだということを教えていただいているところです。若い人だけ

でなく、おばあさんやおじいさんも参加しています。

そうすると、今までは道路に転がしておいたり、軒下に置いておいたり、山に投げておいた木がもう一度見直され集まってきます。それらの木がろくろやカンナ、ノコを使えば器になるのだということを見せていただいています。

一見すればカルチャーセンターのような感じがするのですが、時松さんのご指導は「自分で道具を持ちなさい」「自分で道具を作れるようになりなさい」というもので、鉄の棒からカンナを作る方法まで教えていただきました。

と同時に、稲作が盛んですから、ワラ縄でも器が作れるんだということを教えてもらい、こちらには女性たちが大変関心を持ってくれました。こんな器が日々、女性たちによって作られています。そして、布もまた器になり得ます。余った布、思い出の布、そういったものを器にする作業も行われています。

最初に真室川音頭を紹介しましたが、真室川町には梅の木があります。1月、2月くらいに枝を剪定するのですが、その枝をどうしているのか聞いたら、捨てているということでした。それは箸になりますよと言ったら、目を輝かせたのは女性たちです。それができれば今度は箸置きが必要になり、今度はそれを作り始めました。そして、作業の合間合間にどんな器がいいか、どのように食と合わせるかなどのお話し合いをするわけです。何人もが集まってくると、まだまだ未熟ではありますがいろいろな作品が出てきます

縄の器に漆をかければまた趣向の違う器になります。木の器、縄の器、布の器、あるいは木の箸。そうしたものが出てくると、これに自分たちの作った食べ物を載せて食べてもらいたいもんだなあという気持ちが出てきます。

家族のためだけに食事を作ってきた女性たちに、家族以外の大勢の人にも人に食べさせることができないかと言ってみたら、これだけの器があるのだからと張り切って料理を作ってくれました。それで、2月の真冬ではありましたが「食と器の文化祭」を開催しました。

漆を活かし、食をさらに楽しく

「器づくりワークショップ」



いろいろな器が出来上がりました



2,000円程度の会費でしたが、予想以上にたくさんの方に集まっていただきました。

食べ事会で見直した行事食や保存食の展示もありますし、その家ならではの料理を知ることができます。冬の長い真室川には保存のための瓶詰めも多種多彩なものがあることに気付かされます。こういう場ができる地域の人たちの力が発揮されるのだな、ということも感じました。

器もずいぶんできてきました。折敷なども作られました。布の器に漆をかけるとなかなか見事なものも出来上がります。稚拙なものかもしれませんが、これを半年間、一生懸命、20人、30人の人たちが作ったわけです。中には諦めていく人もいないわけではありませんが、それぞれの思いを持ちながら同じ場に集まり器を作ってきました。

その中で「うつわの会」も結成されました。そして食べ物を大事にしようという「食べ事会」との一種のコラボレーションみたいなもので、この「食と器の文化祭」が始まったわけです。

地域の食を自分たちの手に

お米を何とかしたいというわけで、今、各地で米粉を利用する取り組みが行われています。総務省の家計消費支出を見ると、約1万人の真室川のパンの消費支出は約1億円というデータが導き出されます。お米が安いといいながら、日常はパンを食べる暮らしに変わってきているわけです。

安い米がたくさんあるのに、高いとはいわないけれどパンを買って食べていたら、いつまでも貧乏から抜けられないよと話したところ、お母さんたちからパン作りを覚えたいという声が上がりました。

総務省の数字によると1世帯あたりの年間食料費は約90万円ですから、3,000世帯の真室川町の食料費は約27億円になります。そのうち外食費が4億5,800万円程度です。弁当や寿司、おにぎりなどが8,400万円。パンが1億円。麺が5,400万円。惣菜が1億8,000万円。豆腐や油揚げ・納豆などが5,000万円。野菜の加工品が5,000万円。

住民はそれらを大型店などで買いますから、地元の材料が使われているわけではないの



見る、味わう、そして楽しむ



で、自分たちが農業や林業で稼いだお金が外に流れ出していくこととなります。その流れを引き戻していくことが、地域の経済を取り戻していくことにならないだろうかと考えました。全部とは言わないが、みんなの興味があるパンを作れば、少しでも地域の経済に貢献できることとなります。真室川町内にはパン屋はありません。コマースで聞くようなメーカーのパンのために真室川の経済がやせ細っていかないように、自分たちのパンを作ろうということになりました。

流出している 1 億円を取り戻すべく、自分たちの地域の材料で地域の人たちが作り、食べ、自分たちで楽しむ場をつくれないうだろうか。これを「地域の食卓」づくりと呼んでいますが、それをやってみようではないかということで、今、取り組み始めています。

真室川の「地域の食卓」づくり

2 年目になり、だんだんテーマが絞られてきました。「食べ事会」「お寿司の会」「パンづくりの会」「うつわの会」、この四つのチームが動き出しました。

うつわの会では、今はお菓子を食するときの楊枝なども作り始めています。

食べ事会では、「神様のごっつお」というテーマで真室川の神様と食との関係について調べました。真室川では神様に感謝する心が残っており、いろいろな神様を今でもまつています。鮭が非常に貴重な魚であったという時代の面影を伝える料理が奉納されている神社のことを聞き、みんなでそこの方にお話を伺いにも行きました。

食べ物を神社にお供えしみんなで参拝をした後で、神社のお堂でレストランもできるよねという話になりました。神社は見晴らしのいいところにある場合が多いものです。そこに私たちも月 1 回くらい集まって、境内の草を刈ったり掃除をしたりした後に、みんなで食べ物を味わおうではないかというようなこともアイデアとして出てまいりました。



こちらは、お寿司の会で作ったお寿司です。いろいろな寿司の種類がありますが、押し寿司で絵を描けないかと考えました。お寿司もきれいな器に盛られることでご馳走感が出てきます。

これは、おばあちゃんが、ポテトチップとご飯を融合させたポテトチップ寿司です。私が個人的に大好きな寿司です。梅肉なども載せて、子どもにたいへん評判です。大人の知恵、年寄りの知恵が、こういうところで発揮されるので、たいへん学ばせてもらっています。お母さんたちもまた、どんどん台所で



力を付けていきます。

このように、それぞれのお母さんたち、おばあちゃんたちの力が、お寿司という形になってくると、もしかしたら、こういうものがいつも食べられる場だって作れるかもしれないという思いが出てきます。と同時に、こういうものを食べさせたいと思えば顔が町内にあるわけです。お年寄りたちは、こういうのを作ったら孫たちが喜ぶだろうねと考えます。押し寿司の絵から孫たちとお年寄りたちの会話が始まるのではないかと。そんなささやかな思いが出てきます。

こちらはパンづくりの会です。真室川のパン消費額の1億円が売上目標ですが、一度も作ったことがない人ばかりです。仙台から来ていただいた先生に教えていただき、パン作りが始まりました。天然酵母を使った難しいパン作りです。お米の粉を使ったパン作りにも取り組んでいます。パンの中に入れる具材などは30、40種類が真室川町で手に入るようになってきました。



地産池消という言葉がありますが、パンよりご飯を食べなさいというのではなく、自分たちのお米の粉と麦の粉を合わせたおいしいパン、お米や大豆などこの地域のさまざまな食材を生かすパンの作り方を学んでいるということです。

パンを焼くのは若いお嬢さんばかりではなくて、70歳を過ぎたおばあちゃんも張り切ってやっています。子どもたちも若いお母さんたちも参加しています。今年は高校生も参加することになりました。そういう中から、いろいろなバリエーションが出てきました。技術的にもずいぶん進歩したと先生から聞きました。

パンに付けるディップ、ジャム、ペーストといったものも地域の食材で作られています。そして器も出来上がっていきます。バターナイフやディップナイフなど、いろいろなものが作られるようになりました。

食べ物と器は一体に考えていくべきものだと思います。単に食べ物の器だけでなく、それを支えるテーブル、テーブルを囲む部屋、その部屋を取り巻く庭。それを広げれば小さな村になり、地域に広がっていくのではないかと。「地域とは人が生き暮らしていく器である」として考えていくことはできないかというのが私の勝手な思いです。

そして、お母さんたちの寿司やパン料理を、まずは地域の3,000世帯の人たちに食べてもらう場を作ろうではないかと考えました。

この頃は一人暮らし、二人暮らしが圧倒的に多くなりました。弁当宅配もいいけれど、一緒に食べる場があればもっといい。家族が小さくなれば、大家族の時代に生まれた郷土料理を作る場も食べる場もなくなっていく。だからこそ、みんなが集まり、みんなで食べる場として「地域の食卓」をつくりたいものだと、お母さんたちによっていろいろな計画

が語られ始めています。

今年は廃校になる学校が三つほど出ます。そういったところを利用し、週 1 回でもそこに集まってお寿司やパンが食べられるようになり、食べ物の力を借りておしゃべりが始まって、お互いの気持ちを通じ合うような場を作ることはできないだろうかということです。

「地域の食卓」が一つの町にいくつかあることによって、そこに行けば誰かに会える、懐かしい料理が食べられる、友達に出会える、おしゃべりができる。そして、出て来られない人のためには宅配することもできます。

食べ物は一日 2、3 回、生涯食べ続けるものです。こういったものに、お母さんたちのもう一つの力を発揮することができないかと考えています。

3 年目を迎えた食べ事会は今なお続いています。ますます作ることに励みと意欲を燃やしたお母さんたちの料理で、食卓はいつも溢れんばかりです。

そしてこの先はどうなるのだと私も責められるのですが、「学校に食堂をつくります」「空き店舗を食べられる場にします」そんなことをお答えしています。そんな計画を推進するために行政が 3 名体制の地域ブランド開発室をつくってくれたのも、一つの変化だと思っています。

まだまだ伝統的なものを色濃く残しており、それを消さないでもう一度捉え直し、物語として次の世代に、あるいは来客に伝えながら続けている、山形県真室川の食べ事会の活動でありました。

「鳴子の米プロジェクト」のスタート

次はもう一つの事例、「鳴子の米プロジェクト」です。

今年の 3 月 4 日、国の経営安定対策による支援が 4 ヘクタール以上の認定農業者か 20 ヘクタール以上の集落営農組織しか対象にならないことになりました。鳴子は温泉町のようにでありながら、620 戸の農家があります。10 年前には 730 戸ありましたが、高齢化あるいは農業の低迷のせいなのか 620 戸まで減少しています。そのうち国の政策の支援を受けられるのはわずか 5 軒しかありません。

耕作放棄地が 10 年で 4.5 倍に増える中、近い将来、鳴子の田園が全て耕作放棄地になってしまったら。そうなれば、茫々たる、荒涼たる風景の中で温泉に入ることになりかねません。そんな観光地を誰が喜ぶでしょうか。

農業の不安や危機は観光地の危機でもある、知らん顔をしていて良いのだろうかと温泉旅館の人たちに声を掛けたところ、きちんと受け止めてくれる旅館の方たちがいました。

生産者の手取り価格が 1 俵 1 万 3,000 円まで落ちてしまった米の価格ですが、生産者に向こう 5 年間 1 俵 1 万 8,000 円で買い取ることを保証するプロジェクトを始めました。「鳴子の米プロジェクト会議」が主体になって賛同者を募集し、1 俵 2 万 4,000 円で買っていただくことになりました。そして 2 万 4,000 円のうち 1 万 8,000 円を農家に、残りの 6,000 円を事務経費や若い人たちが農業をしていくための支援費に回し、若き農業者たちを応援

するために使いたいと思っています。全国から 450 人の方々がこの試みに興味を持たれ、集まってくださいました。

水田のあることがどれほどの意味があり、お米が身近にあるということが地域にとってどれだけ幸せなことかと、あと数年もすれば気付くと思います。国際的に見ても、中国の人口は 13 億人、インドは 11 億人。やがて食糧危機は日本にも確実に訪れることでしょう。その前に鳴子の農家が農業を辞めてしまわないようにするために、旅館の人たちも地域の人たちも農業を応援できないか考えました。

アメリカに C S A という動きがあります。Community Supported Agriculture の略で、地域が支える農業と訳されていますが、鳴子のみんが農家を支え、農業を支えていくことはできないか。今、厳しさを増すお米に、それができないかと始めました。

「魚沼産コシヒカリを知っていますか」と聞いてみると、100 人が 100 人「知っている」と言うんです。でも、「お米は何を食べていますか」と聞くと、魚沼産コシヒカリと答える人はあまりいません。新潟でも同じです。食べているのは 5 人くらいです。知っているのと食べているのとは違うはずなのに、「おいしいですか」と聞くと全員が「おいしい」と言うんです。食べたこともないのにおいしいと言う。日本人とはいい加減なものです。

そんな“ブランド”なんていうものはくそ食らえだと思ひまして、鳴子の米プロジェクトでは、鳴子で一番標高が高い 420 メートルのところの 3 反歩で、東北 181 号というまだ実験段階の米の栽培実験を始めました。私たちはその米を「鳴子の米」と呼んでいます。ブランド米でなくとも、きちんとしたやり方で炊けばおいしくなるという経験がありました。鳴子の米も 85% の水分で炊くと最もおいしく食べられました。

あるとき、お母さんたちに手を貸して欲しいとお願いしたら、おむすびを作るくらいはできるよと、鳴子の米でたくさんのおむすびを作ってきてくれました。それを試食しながら、魚沼産コシヒカリにも負けないね、という“味の自信”をもったわけです。

そして、みんなの動きを見た漆の職人さんなどいろいろな方たちが、俺も何かできないかと、頼みもしないのに「おむすびを載せる器を作ってみたので使ってくれ」「箸を作ったが」というふうに持ってきてくれました。鳴子には職人さんがずいぶんいますので、そういった方たちの協力も得られました。まだまだ見捨てたもんじゃないなという気がしました。

この「豊」という字がプロジェクトのシンボルです。これは殷か周の時代の文字であります。下の「豆」という字は豊かさの象徴で



あり、器の高坏（たかつき）を表します。その上に黍（きび）を載せた字が「豊」の文字の語源です。これがやがて稗（ひえ）になります。黍だったり粟（あわ）だったりしました。作物がこのようにいつも実りますよう神様によろしくお願ひしたいというのが、「豊かさ」ということの語源です。

格差社会をなくし豊かになりたいという思い。高度経済成長はこれを経済、お金に託しました。現金をいっぱい持っていることを喜ぶ時代が長く続き、これからもそうでありましょう。しかし、食べ物が手元にあることの豊かさというのを失いたくないものだという意味を込めて、これをひとつのシンボルにしました。

これは鳴子の米のプロジェクトの発表会の様子です。

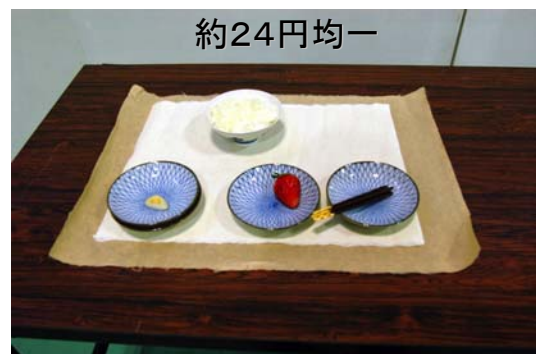
1俵2万4,000円で売るとは高いではないかという声もあるわけです。しかし、2万4,000円をご飯1杯に換算すると24円です。24円分の笹かまぼこは四分の一枚、イチゴのMサイズが1個、ポッキーが4、5本くらいです。

お米が大事、水田が大事、農業が大事といながら、茶碗一杯分のお米に13円しか払わないことを当たり前のように思っていたのでは、日本という国は良くなると私は思っています。

食育食育といながら、自分たちが日々食べているごはんすら誰がどのようにしてどんな思いで作っているのかという想像すらできなくなった社会です。しかし、みんなに問いかけたら、それなりの関心を持ってくれました。

今年の5月には、たくさんの鳴子の旅館の女将さんたちも駆けつけてくれ、小さな田んぼで田植えをしました。今年3町歩植えました。21、22軒の農家が1反部くらいずつ栽培に参加してくれました。来年は10町歩、再来年は30町歩、4年後には100町歩まで栽培面積を増やす予定です。我々はこのお米を買って支えてくれる参加の輪を、理解の輪を広げるために、鳴子の米プロジェクトを頑張りたいと思っています。

詳しくはDVDで紹介させていただきます。



2年目 田植え



そのダイジェスト版をビジュアルライズして冊子にしたものを全戸配布しました。それを鳴子3,000世帯、8,000人の方に配布して、我々がやろうとしていることを理解してもらうための手立てにしているところです。

～ DVD（映像）上映 ～

途中経過しかお伝えできないのですが、僕は民俗学者の宮本常一氏に大変影響を受けた一人であります。彼は全国を何十年にも渡って歩いて、4,000日を旅に生きた方でありました。農山村漁村を励まし続けた方でありました。

昭和40年頃に宮本さんがメモを残しています。そのメモにはこう書いてありました。「みんなが新しい豊かさを求めて東京に出て行き、都市に出て行って、農村が過疎になっていく」。出て行く人たちの後ろ姿を見ながら、宮本さんがふと漏らした言葉があります。それは「自然は寂しい」ということです。

今まで僕は、自然は豊かだとか、自然はすばらしいとか、そういう言葉を自分も発し、人の言葉も聞いてきました。だけど、歩きに歩いた宮本さんは、人が離れていった農村を見て「自然は寂しい」とおっしゃったんです。それが心に残り、この15年ほど東北を歩きながら、同じような思いも感じました。

でも、宮本さんが優れた方であったのは、そこで終わらなかったことです。宮本さんは、自然は寂しいと言ったその後に、「しかし」と続けています。「しかし、そこに人の手が加わると温かくなる」とおっしゃったわけです。

寂しいのは自然だけではなく、お米も寂しいし、もしかしたら漁業も寂しいかもしれない、中小都市も寂しいかもしれないし、子どもたちも寂しいかもしれない。だけど、そこに人の手が加わると温かくなるんだということを、僕はこれからも大事にしていこうと思っているんです。

行政も含め、いろんな人の手が加わることを地域は心待ちにしているのではないかなと思うんですね。身近な人たちとささやかでも何か手をかけることによって地域を温かいものにしていきたい、それが私の考える地域ブランドというものなのかなと思っている次第です。

これからの地域づくりは、どうするかの前に少し立ち止まって、一度整理していく必要があると思っています。今後、どうやろうとも責任は絶対に行政が持つという行政領域と、今までは行政に頼っていたけど、住民がやるべき責任領域、この二つの地域課題をはっきりと峻別する話し合いがまず必要だと思っています。

お米についても農業についても、国の役割というものをしっかりしてもらいたい。しかし我々住民の方も、自分たちが食べることの責任をちゃんと果たしたい。だけど、その役目が果たせない、グレーゾーン、どちらともいえない領域がまだまだたくさんあるかと思っています。その領域は共同領域だと私は思っています。行政と住民といろんな人の力を借

りて、そこをどうしていくか考えていかなければなりません。そのためには、まずはお互いの責任領域をきちっと確認した上で、その間に横たわるたくさんのテーマをお互いの力を持ち寄りながら解決していきたい。そして、できればそこを温かい場所にしていけるようにしたいものだと思います。

質疑応答

質問 鳴子の米プロジェクトで、みなさん2万4,000円という価格に賛同しているのでしょうか。

結城 今年は210俵採れる予定ですが、30俵はいろいろなものに使うので、残りは180俵になります。その半分ほどは既に売れています。夏くらいまでには完売の予定です。

質問 物理的にはどのくらいまで可能なのでしょうか。100町歩まで賛同してくれる方はいらっしゃるのですか。

結城 今は3町歩です。来年は10町歩、再来年は30町歩です。物理的には100町歩まで可能です。賛同してくれる方がいるというよりも、実はお米について知っているつもりで、知らない方がたくさんいます。1万4,000円と2万4,000円を比べれば、誰だって高いと思うわけです。だけど、一体自分たちの食べているお米がいくらなのか、一杯に換算すると24円なわけですね。24円は高いだろうか。24円の中身のところを、なるべく多くの方に伝えていきたい、伝えることで、私は10キロ、私は20キロ買いたいという人たちの広がりにつなげたいと思っています。

質問 地域住民の方が主体なのか、鳴子の旅館組合の方が主体なのか、その辺はどうなっているのでしょうか。

結城 旅館組合へはあくまでもこちらがお願いしてご協力いただいています。それでは、うちは6俵買いたいとか10俵買いたいとかですね。今年も1俵ずつしかお分けできないですが、来年は6俵でも大丈夫ですと言っています。

東京の方もいらっしゃいます。その米を自分が10キロ買うことでこの活動が続くのであれば、と思ったださるような方が今のところ多いようです。100俵全部欲しいと言ったださる方もいらっしゃいます。

私は、売れば終わりということではなく、一人でも多くの人に、お米というもの、農業というもの、あるいはそこでの暮らしというものを伝える人たちの輪をたくさん広げたい。現在は一人が一年間に1俵食べる時代だそうですが、100町歩で約7,000俵のお米が採

れます。やがて、自分も鳴子の米を食べているよという人たちの輪が、3万人、5万人と広がっていけば、鳴子に遊びに行こうという観光客の一人になるかもしれません。

いずれにしても人のつながり、理解の輪、共感の輪、あるいは協力の輪を広げることが鳴子の米のプロジェクトです。もし出来上がったものが完売できないということがあったら、私は責任者の一人ですからご迷惑をかけることは一切しません。ただし、どこかの業者にボーンと売ったら万々歳というのでは、後は何も続かないような気がします。まどろっこしく、ぐずぐずしながらも続けて行きたい、広げて行きたいプロジェクトとご理解いただければと思います。

質問 宮本常一さんのお考えに賛同していらしたとおっしゃいましたが、先生はいつ頃からその考えに賛同していらしたのでしょうか。

結城 15、16年位前からです。お亡くなりになられてから本を読み、現場が大事だと気付かされました。地域はさまざまな事情を抱えていますから、そこに合わせて、100俵採れたから100俵売れば終わりではなく、10俵しかとれないところでは10俵なりの方法がある、そんなことを宮本さんから教えていただきました。その土地の声を耳に聞きながら進めなければいけないということを、宮本さんから学ばせていただいたような気がします。