

人口1000人余の村の持続可能性への挑戦

高知県・馬路村のユニークな試み

馬路村農業協同組合代表理事組合長

東谷 望史

東谷 望史（とうたに もちふみ）

四国高知県、東部の山の中にある馬路村は周りを1000メートル級の山で囲まれ、村の面積の96%は森林に覆われている。かつて営林署で栄えた時代もあったが、近年、村で生産される柚子（ゆず）の販売が伸び、地域づくりで注目を受けることになった。農協が昭和63年に発売したゆずジュース「ごっくん馬路村」が爆発的ヒット。全国的な人気商品となった。ゆず加工品の売り上げは右肩上がりを続け、平成17年は31億6千万円。過疎の山村でがんばる姿が共感を呼び、県内外から講演依頼や視察が相次いでいる。不利不便な地域でも「やればできる」という証明、そして新しい村おこしの手法として注目されている。

東谷はその立ち上げから今日までのゆずづくりや商品開発、販売の仕組みづくりなど20年にわたる活動の中心的役割を果たし、馬路村のイメージをつくりあげた、村おこしの仕掛人。馬路村は現在、人口1140名、高知市から車で2時間かかる、高知県の典型的な山間地である。

司会 龍谷大学大学院NPO・地方行政研究コース地域リーダーシップ研究講演会（第1回）を開催いたします。このコースは地域の自治体、NPOとか、地域社会の中で具体的に地域の公共政策を担う、そこで培われた実践的な知識、技術と大学が持っている理論をうまくつなぎながら新しい地域を単位とした公共政策のあり方を考える大学院のコースです。その一環として実際に地域社会でのリーダーをお呼びしてお話を聞いて、これからの地域公共政策のあり方を考えていきたいと思えます。

今日は高知県馬路村の東谷望史さんをお招きするにあたって、ご尽力をいただきました富野先生からご紹介をお願いします。

富野 馬路村農業組合長である東谷さんについてご紹介したいと思います。高知県馬路村って、地図で、どこがわかりますか？ 高知県と徳島県の境の奥、剣山があって、少し下がったところ、山の中で高知

市から車で2時間かかるところです。人口約1,200人くらいです。私は春に初めて行きました。こういうところで村づくりをやってらっしゃるんだなど。

日本の山村は厳しい状況に立っています。特に高知県とかは過疎地域の代表的なところでありまして、人口がどんどん減っています。若い人たちがいなくなる現象が起きています。食べていけななことが大きい原因です。都会に行けば就職口がある。サービスもある。しかし山村はどんどん人口が減って行って就職口がない。林業も衰退していく。何で食べていくかという大きな問題をかかえています。国は財政が厳しくなると山村の切り捨てという方向も出ているわけです。しかしこれでいいのだろうか。日本の豊かな自然の中で豊かな地方があって、都会と地方の交流があって初めて私たちは人間らしい生活を送ることができるのではないか。山村、農村の人たちが食べ

ていける、豊かな生活が送れるような地域づくりをしていかないといけない。これがなかなか難しい問題です。これからも難しい問題です。

その中で注目されるのは、その地域で地域の資源を生かした独特の産業を起こして、産業によって都会の人たちを地域に呼び寄せる。そこでつくったものを全国に、世界に出して行って、外からのお金の流入を図っていく。その人たちの生活ができるようにする。そういうやり方がないものか。内発的発展、地域の力を使って地域の中の資源を使って地域を発展させていき、人々が生きていけるようにするという考え方です。しかし日本ではいくつかのすばらしいケースが出てきています。

その中の一つの典型的な例が、高知県の馬路村です。ユニークなところは行政が頑張っているからではなく、農業協同組合、権力も何もない税金を集めているわけでもない。農業協同組合が頑張っていて地域づくりをリードして村も協力しながら村全体の活性化を図っている。林業中心で人口も減って厳しい状態のところ、日本の中ではピカッと光っている村の典型です。

馬路村は農業協同組合も村も合併しませんでした。人口1,200人ですが、頑張っている。どうしてそういうことができたか。私たちは何を学んでいけばいいか。それをリードされてきたのが東谷さんです。今年の春、代表理事組合長になられたのですが、それまでは専務理事、トップリーダーとして厳しい中で工夫をされています。

ゆずというのは四国だったら、どこでもできるのです。ゆずをベースに特産化して商品化して日本全国のブランドとして育てあげてこられた。それが徐々に村づくりに

広がってきている。まだ課題はたくさんありますが、今回は東谷さん自らの口からお話していただき、その中から皆さんと一緒にいろんなことを学んでいきたいと思っています。東谷さん、よろしく願いいたします。

村づくりのきっかけ

東谷 皆さん、こんにちは。高知県馬路村は人口1,140人まで減ってきて、小さい村ですが、まだ何とか生き残ろうと思って、いろいろな活動をやっております。今日はこんなにたくさん聴きにきていただけたとは思っていませんでした。パンフレットが足らなかったようで、インターネットで検索していただき、こんな活動をしているのかと見ていただきたいと思います。これから私の話の中で、自分の思いを皆さんに半分くらいしか伝えられないと思いますが、思いだけは感じてほしいと思います。

自己紹介をさせていただきますが、昭和27年生まれなので今年54歳です。高校を卒業して高知市で2年働きました。馬路村にずっと帰りたと思っていたチャンスが、農業協同組合に就職口があると親父から連絡が入りまして、会社を辞めまして村に帰りました。なんで帰りたかったかと申しますと、小さい頃から川や山で遊んだことで「いつかは村に帰って村で仕事をしながら、この村で一生を終えたい」と考えていました。

当時の馬路村の状況はどうであったかと言いますと、まさに林業立村で、村に営林署が二つあり、営林署や林業組合も賑わっていました。私が入ったのは農業協同組合で、間違っただなと思ったんです。農地が少

ない村で農協に出番がないと、心の中で不満を持ちながら生活をしていました。青年団の活動や地域の活動をやっていて、ある時に不満が夢に出てきました。高知の先人、坂本竜馬が夢の中に出てきて、枕元でこう言ったんです。私は生まれた時代が悪いと思ひ、なんと平凡で退屈な時代と思っていたので、その時、竜馬が夢で言ったのが「おんしゃ何いいよるか。おんしゃの生まれた時代にも、おんしゃも、なんぞやる事があるろがや」と。その時から自分自身が少しずつ変わり始めていったなという気がします。それまでなんと平凡で退屈な時代と思っていたのが、昭和という時代に生まれて、自分も何かやることあるはずやな、とだんだんやってきたんです。

ゆずを売するために全国各地を走り回って汗をかいていった。汗をかく中で、やり方が違うんじゃないか、こうすればよくなるのではないかということに、そしてゆずを売ることから地域をつくるという考え方に変わり始めます。

マーケティング活動からはじめる

農協に入って学んできたことは何か。農産物の生産ということは学びました。けれども売り方を一度も習っておりません。マーケティング活動が農協にできていなかったため、農協の職員は農産物の生産指導を行い、出来た物を指示された市場に、指示された数量を出荷している。たったこれだけのことやな、と気がつきました。私たちの村でとれるゆずは市場に出荷するほど、きれいなものができていない。市場に出荷するほどきれいでないものを、どう売っていくか。それができないと農家に代金が払

えない。それをやらないと農協が必要とされないという思いの中から、少しずつマーケティング活動が始まっていきました。

マーケティング活動と言ってもいろんな方法があると思いますが、私たちが行き着いたところは直接お客さんに売るということだったんです。昭和56年の頃ですので、その当時は、まだ全国ネットの運送屋さんが馬路村に来てくれない時代。少し売れたゆずを安芸市まで35キロかけて持って行き、そこから全国発送を始めました。その時に、全く情報が入ってこなかったため、そういう売り方がこれから日本の市場で広がっていくかどうか分かりませんでした。わからないけれど、取引先がないために産地直送の方法しかなかったということです。

その後、地域づくりに風が吹き出し、「一村一品運動」や「村おこし」という言葉が出てきました。私たちはそれ以前から、そういう活動に入り、方向がわからなかった訳ですが、活動とすれば間違っていないと、少し整理がついたかなという時代です。

日本の中山間地域や農村がどんどん衰退していく中で、やり方を変えれば生き残っていけるのではないかと思うようになりました。ある数字で、過去30年間に於いて農山村から600万人の人が消えていったという事実があります。人口が1,100人余りに小さい村であっても、それに反発してみたい。挑戦してみたい。残ってみたいと思うようになったのが最近の活動であります。

豊かさとは何か

今日もってきた新聞に「この国のかたち」という言葉が載っております。司馬遼太郎さんが『この国のかたち』を執筆された。

亡くなるまで書かれたそうですが、そのことを高知新聞の記者がこういう記事でまとめています。

「司馬さんが『この国のかたち』を執筆し始めたのが15年ほど前のことだ。国について考えるようになったことを、司馬さんはこんなふうに記している。(中略)。戦後直後から多くの人々が豊かな生活、豊かな地域、豊かな国をつくろうとして一生懸命に働き続けた。時には夜も寝ず、身体を壊してまで働いた。やがて高度経済成長と言われる時代を経て、日本は世界屈指の経済大国となった。しかしどうだろう。ふと立ち止まって周りを見ると、この国はよくなってきたのだろうか。司馬さんが終戦時に抱いた疑問、同じ思いを持っている人は多いのではないだろうか。

ここ数十年国づくりのキーワードは効率だったように思う。効率的に産業を育成し、効率的に人口を集積させ、効率的な都市づくりに努めた。そして効率的な近代国家を現出させた。たしかにさまざまな意味では便利にはなった。が、半面、国土はコンクリートに覆われ、山は荒れ続けている。先人が嘗々と築いた小さな田畑は次々と打ち捨てられた。富が集積したはずの中央は水や空気さえ汚染され、自然豊かな地方はいつのまにか非効率と指弾されている。国が効率ですべてを判断するなら、高知県は非効率の代表選手だろう。かつて本県には無数の山ひだに無数の小集落がへばりついていた。中央の視点からすると、道路をつくるにしても、学校をつくるにしても、効率が悪い。産業構造の変化と国の政策に追いつてられ、山ひだの人家はこの数十年で急速に消え去った。結果として山は荒れ、残る集落は老人たちが細々と生をつないでい

る。我々が追い求めた豊かさの終着点がこれなのだろうか。」

まさに高知県というところは四国山脈が高く、この山ひだに集落があって、山の中腹に田畑がたくさんありました。田畑がこの数十年においてほとんど森林に変わっていきました。ところが森林さえも、昭和30年代、40年半ばまでは木材価格もよかったです。現在は植採をして50年、60年たつて木を伐って搬出して販売する。山主に返ってくるお金が、ほとんどない。伐採の費用と搬出の費用で全部消えていってしまう。これが現実的に山で生活できなくなってきた大きな要因ではないかと思います。木材そのものが外国から自由に入ってくる。国内の建物の建築様式も変わってきた。あわせて木材の価格も下がってきたということで、山間地域が苦しんでいるという現状であります。

村の資源について

馬路村の産業構造。96%が森林です。うち75%を国有林が占めています。明治27年魚梁瀬杉の資源があったことにより営林署ができましたが、資源がなくなることによって合理化され、最近に村からなくなりました。多い時は3,600人の人が暮らしていました。

もう一つは観光に力を入れております。昭和54年温泉開発を行い、馬路温泉をつくりました。温泉を村の産業にしていこうと取り組みをやりましたが、日本全国、観光によって地域の活性化をやろうと取り組んでいるところがたくさんありますが、あまりうまくいっていないのが現状です。私たちの村の温泉も、夏休み、春休みにはお客

さんがドンと来ます。施設が小さいですから、すぐ予約で一杯になります。9月になるとお客さんがバツタリと途絶えてしまう。夏休みだけでは1年間の経営が成り立たない。これが地方の観光の現状ではないかと思えます。

馬路村の場合は、ゆずの商品をつくり、全国のお客さんに直接売ったことによって、そのお客さんたちが村に遊びに来てくれるようになりました。もう一つ、年間約300団体の視察が来てくれます。視察のお客さんは、村おこしの活動や町おこしの活動をやってきたが、うまくいかなかった。「なんで馬路村は山の中であるのにうまくいっているのか見たい、聞きたい」と来てくれます。そのお客さんの3分の1の方が馬路温泉に泊まってくれます。一般の観光客は土日、春休み、夏休みに来てくれます。視察のお客さんは平日。このバランスで馬路温泉は成り立っているのかなということです。

今から20年前、私がゆずの担当をやっている時、横浜のお客さんからゆずの注文を聞き、その日は電話の少ない日なので、お客さんとゆっくり話をしました。私は「馬路村にいつか遊びに来てくださいね」と話したら、横浜のお客さんは「先日、行ってきましたよ」。それにはびっくりしました。その後「まずいな」と思ったんです。お客さんから「あなたの村に行ったけど、村には何もなかった」と答えが返ってきそうだった。その心配をしながら「どうでしたか？」と聞いてみたんです。そうするとお客さんの答えが「よかったですよ」。何がよかったかを聞いてみました。「ゆっくりできた」。もう一つは「散歩をされていて村の方と話ができた」。この二つでありました。その二つのことで「よかった」と言ってくれる

んだったら、いくらでも情報を出して人を呼んでもいいなど。私たちの村に特別な観光施設があるわけでもない、有名な観光地であるわけでもないと心配していたことより「時代が変わり始めたな」と思うようになりました。

また、どこに行っても「馬路村」と言うのが恥ずかしい時代がありました。村に高校がありませんので、中学を卒業すると、町の高校に行く。その時「馬路村」とは自信を持って言えなかった。山奥、田舎ということで村に住む人たちが自信を持っていなかった時代から、今はお客さんが来たり、ゆずが全国的に売れていくことで、子どもたちも「馬路村」と自信を持って言えるようになってきたと思います。

このたびの合併で、多くの村が全国から無くなったのではないかと思います。3,232あった市町村が1,820になって、570あった村が200以下になっているのではないかと思います。今から20年ほど前、東京で行われた「日本の101村展」という催事にゆずを売るため参加しておりました。その時のポスターのタイトルは「東京に村が欠乏している」。あ、いいこと書いちゃうなと思いました。多分、20、30年先を読んだコピーと思いましたが、その頃から先を見られる方は、ふるさと、村というものが都市に欠乏し始めていると感じ始めていたと思います。

「道路」のメリット・デメリット

これより映像で私たちの取り組みを話します。馬路村に行くのに、太平洋から20キロ安田川を上ります。ガードレールの見えるところが県道です。国道は通っていません。国道昇格を多くの人が望んでいたと思

いますが、私は「国道にならなくてよかった」と思いました。国の規格で国道をつくった場合、この川は相当破壊されていきます。それでも少しずつこの道路も2車線になっています。農協にこの2年間で十数名の若い人が就職してきました。その若い仲間の多くが2車線には反対だという考えを持っています。時代もかわりはじめています。不便も価値と感じ始めているのです。

私も青年団をやっていた頃、早く2車線にしてほしい。道路は災害で崖崩れで通行できなくなる。町に行くのに時間がかかる、と思っていたことが、お客さんの言葉で変わり始めました。農協に届く手紙に「いつか行きたいと思っていた馬路村に、やっと行きました。あの狭い道を通っていった馬路村のことは一生忘れません」。それまでは道路が広くなれば、お客さんが多く来る。自分たちも町に出るのが便利だと思ったのが、馬路村が活性化していく中で、果たして道路が便利になった方が豊かになるのかどうか、賛否両論がありますがどっちが豊かになるかを考えると、日本全国便利になりすぎて、衰退していった地域も多いのではないかと思います。便利になると、馬路温泉に泊まるお客も少なくなる。

高速道路が延びて行って、有名な観光地の宿泊客が減ってきたという事実が数字として出てきています。しかし馬路村は道路が2車線になりかけております。工事をやるなというわけにはいかないんですね。災害に弱い道路ですから、災害に強い道路をつくることは住む人にとって重要なことですが、不必要な広い道をつくる必要はないと思います。このへんが村づくりの中で地方にある自然を残し、走っていて楽しい道路をつくってほしいと声を大きくして国に

言いたいところです。

村の林業について

かつて林業鉄道が村の奥地にある森林資源を搬出するために昭和40年くらいまで走っていたんです。私たちが中学生の頃なんですけど、その時代に「この林業鉄道を将来残しておいたら観光資源として評価される時代がくる」と予測して、残す運動をしていたら、すごい資源が残っていたと思います。なくなって20年経った、昭和50年後半になり、当時の森林鉄道に関わっていた、おんちゃんたちが集まって、森林鉄道を懐かしむ声から復活へと動きはじめていきました。現在ごく一部ですが、公園の中で走ることになりました。A地点からB地点へ人を運べる形で残っていたら、すごい資源であったなと思います。当時の鉄道はかなり険しい道です。切符に「命の保障はいたしません」と書いてありました。今でしたら絶対に許されないと思いますが、その当時はそれで通用した時代です。

日本三大美林、魚梁瀬杉の森です。立派な杉で、木に関心のある方は観光で見に来ますが、川沿いから山の上まで、この景色が変わらないので、普通の山登りの方にとってはつまらないと思いますが、それくらい杉の木が立派に育っているということです。この資源があったために馬路村は栄えてきましたが、現在はすべての環境変化によって厳しい時代をむかえています。

ゆず加工品の販売一都会での直販一

ゆずの話。秋になると自然と実ったゆずを収穫し、手作りの搾り器で搾って、一升

瓶に入れて発酵させないために食塩を入れて販売していました。私が担当し始めた昭和55年頃は、ゆずが売れないために県下各地を売り歩いていましたが、高知は山間地域にゆずが沢山植わっており、そこで考えたことは何か。「高知県内で競争するよりも東京や大阪に売りにいって、早く市場を開拓した産地が生き残れるのではないか」と都会の催事に参加を始めました。

当時、売っていたのは搾り汁のみです。搾り汁が売れていけば商品開発をする必要がなかったわけですが、市場が出来上がっていないために売れない。将来もゆずの搾り汁はそんなに売れないのではないかと、思って商品開発に入りました。取り組みを始めて10年以上経過していきますが、一つだけ思ったことがあります。

小さい頃からゆず料理を食べてきました。いろんなものにゆずを使って年中、食べてきましたが、その中で、飽きがこなかった。ゆずの香りはもっと売り方を変え、情報を出していけば、ゆずの食文化のなかった地域にも、ゆずの香りを広めていけるのではないかという思いがあって長く続けました。結果は、それから20年くらいたちましたが、今、まさにゆずという一つの農産物が日本の市場に大きく出てきました。

四国の多くのゆず産地では、ここ数年前から、ゆずが全く足らなくなってきました。かつて東京、大阪の市場に玉出荷すれば、値段のいい時は一個500円くらいした時代もあります。搾り汁そのものは市場を創るとして広がってきました。時には、東京へおばちゃんを連れていって、ゆず寿司を作ったり、ゆずの香りを嗅いでもらってゆずを売ろうと。またお客さんの少ない百貨店に売りに行くと、テーブルの上の商品を

2段、3段と山盛りにして、空いた箱を全部捨てて、机の上に乗った商品は売り切ろうと。持って帰る箱を処分しているわけですから、自分にプレッシャーをかけて死に物狂いで努力したこともあります。

もう一つは産地間競争が当時厳しい時代でした。今日は国内の産地間競争より農業そのものが海外との戦いになっております。中山間地域は情報を共有しながら助け合って生き残っていかないといけないというのが今日ではないかと思えます。

設備投資について

ボン酢醤油「ゆずの村」を発売したのが昭和60年です。日本の101村展に参加して特産品展で日本一になりましたが、この頃から事業が大きく変わり始めたんです。高知新聞が紹介してくれたこととあわせて、もう一つうれしいことがありました。日本の101村展というタイトルにちなんで101万円賞金がついていました。この頃、通販をやり始めていて、一番苦労していたことが顧客の管理と代金回収です。産地直送でゆずを売っても代金を回収するまでが仕事です。

その頃まだコンピュータが入っていなかったために、帳面で管理していました。101万円を使って将来に役に立つものに使いたい。当時、加工する設備もまだ不十分でしたが、そういうものではなく、将来のため役に立つ何かに使いたいと思ってコンピュータを入れました。通販の企業は当然コンピュータも持っていたと思いますが、当時は市販ソフトもありませんでした。そのためソフト開発に数百万円かかると言われた時代です。私たちはオフコンを入れて、企

業経営に使っているソフトを手直ししてもらい、お客さんの管理と伝票の発行、代金の管理をするようになりました。そうすると代金回収がスムーズになり、余った時間を商品開発や販売に使えるようになってきたということです。

当時はどんな設備だったかといいますと、映像に映っているのは「ゴックン馬路村」です。まだまだ設備が不十分でほとんど手作りの時代でした。しかし、この商品を開発して前向きにやっていなかったとしたら、馬路村は活性化していなかったのではないかと思います。当時研究員はいなかったので、商品開発は私がやりました。私たち自身ものづくりのノウハウが身につけていない時代です。しかしやればできるということです。

「ゴックン馬路村」にはゆずと蜂蜜・馬路の水が入っています。混ぜ合わせると商品ができるわけですが、あとはビンに入れて保存する。どういう処置をすれば腐敗が起らないか。そういうことがわかってきたら、AとBとCをどれくらいの量で混ぜ合し、同じ事を何度も繰り返せば何らかの形の味が出てきます。製品が粉体だったり、固形物だったりしますが、頭の中で描いていたものを形にする。これがものづくりであり、おいしい、おいしくない、あるいは安全か、ということクリアしていけば、ものづくりは、素人でもできると思います。

問題はその後にあったんです。商品はできたんですが、設備投資になかなか理解が得られなかった。農業協同組合は加工品開発を行って、商品の販売を軌道に乗せた事例がないということだったと思います。それでも出来ることから挑戦を始めました。

様々なゆず加工品—商品開発について—

ゆずドリンクのネーミングに迷いました。なかなかいいのが出てこなかった。夢の中に出てくるくらい考えました。そして行き着いたのが「ゴックン馬路村」でした。その前が「村のドリンク」。村というものを名前の中に入れていたと思っていましたので、村のドリンク。その名前は商標登録されていました。高知県内にあるお醤油さんがジュースをつくっていて、それが村のドリンクでした。社長に相談して「使わせてくれ」と相談しましたが、「いかん」ということです。また考え始めましたが「ゴックン馬路村」が出てきました。うまいかなかったことで、かえってよくなることもあるわけです。

この100円ドリンクは当初採算がとれませんでした。しかし売れていったら採算はとれる。これが軌道に乗ったら、馬路村の役場は村の観光宣伝費を全く使わなくても商品がひとり歩きして村を宣伝するようになる。「売れたら面白い商品やな」と考えました。しかし当時のドリンク業界は新しいものが出ては2、3年で消えていく時代だったので、3年、5年保つかなという不安も持っていました。そんな「ごっくん馬路村」ですが、来年20年を迎えます。

この写真からどんな商品になるかわかりますか。青ゆず。青唐辛子、九州出身の方いますか？これがゆず胡椒になります。食べた方いますか？約200人中、10人いないですね。これからのものづくりは何か。いろんなゆず商品がありますが、こういう生(なま)ものが必要とされる時代と思っています。正味期限も短い。腐りはしないが変色する。今は日本も飽食の時代、食べ

物に飽きがきた。夏場食欲がなくなる時、冷や奴に乗せる、冷やしソーメンに入れる。冬は鍋にも使えます。これからの日本の風味になってくると思います。

今まで、なぜこの九州の食文化が広がらなかったか。ゆずの皮を剥くのが大変でした。また、唐辛子は種をとってヘタをとるのが大変です。ある時、長野県飯田市で青ゆずのかわはぎ機を発見しました。長野県の飯田は干し柿の産地です。干し柿も皮を剥く人がいなくなったということで産地が途絶えかけていた。ある機械メーカーが柿の皮を剥く機械を作ったら機械が売れて干し柿の生産が増え、1,000万農家が復活したということで、その光景を見た時、農協組合長に案内してもらって皮を剥く機械を見せてもらったんです。「これがゆずに使えんかな」と思って買うことにしました。テストもせず買いましたが、これがうまくいって、包丁で一個一個、剥いていた皮が1分間に10個以上剥くことができるようになりました。この商品が出るようになりました。生物(なまもの)や素材に近いものが、大手食品メーカーに出来ない物であるし、これからの生き残りに必要な商品かなと思います。

ものづくりの考え方と合わせてギフト商品の考え方。私たちの考え方をお客さんに伝えていおうというのが、この商品です。一つは箱にお金をかけない。ゴミになるものを入れない。ギフトのピン商品については割れやすいことがあります。それでクッション材にタオルを使いました。そしてこの商品には村からのメッセージや素朴さがあります。また、小さくメッセージとして「お客様にお届けするお荷物からゴミになる資材を少なくできないかと考えた結果、タ

オルをクッションとして使ってみました」。それに反応してくれたお客さんがリピーターになる商品ではないかと考えています。価格は3,000円です。箱にお金をかけなかった分が商品のボリュームとなって出てくるということです。

これからの馬路村について

ゆずを売るためにいろいろやっていて、最後に行き着いたのは「村をどう活性化していくか」ということです。写真は昭和30年頃の営林署の風景です。4、5年前に今の工場が狭くなって、もし営林署の土地が農協に手に入ったとしたらゆず工場をどう作るか、絵を描いてみました。それが「ゆずの森」構想なんです。こんな大きな計画を立てましたが、どう実行していくか。想像してみてください。事業規模は25億円ほどで、現場の1担当課長が理事会に提案しても簡単に動かないなど考えました。丁度その頃、世代交代の時期になりかけていて、「役員に出ないか」という話がありました。私は55歳頃辞めて、川で天然あゆと天然ウナギをとって、自分の子どもが経営する店に納めたいと夢に描いていました。迷いましたが、20代からやってきたゆずの仕事の集大成として、「夢を形にしたいな」と思うようになり、役員をやるようになりました。

写真は完成した工場です。建設にあたっては、他に役員とも議論になりました。「なんでお前はここまでこだわるか」ということですが、搾汁工場の概観に木や土佐の漆喰を使い、なんでここまでお金をかけないといかんのか」と言うことですが、つくった時が一番きれいで、古くなってみずばらしくなるより、古くなっても味のあるもの

にしたいということが一つです。施設そのものを観光に活かしたいということです。だんだんと皆の理解を得まして工場ができあがりました。

もう一つの構想がゴックン工場でありました。今度もこだわりました。木と漆喰です。農業協同組合ですから補助事業も使えます。漆喰は贅沢品と見られて補助金をつけないということで、今回も対象外の部分は、自己資金でやりました。

そして最後に、この工場の周辺をどうつくるかがポイントでした。この光景、北海道富良野にあるニングルテラスですが、倉本聡さんがホテルの横につくった小さなテーマパークです。店と店をつないでいるのが枕木ですが、この使い方、このやり方は公共事業と違って手作り観があり、きれいでないがあたたか味がある。人手が加わっている部分がよさではないかと思えます。

この写真は馬路村と比較されて雑誌に載りました黒川温泉です。後藤哲也さんという人が黒川温泉を復活させたこだわりのおっちゃんですが、黒川温泉のような紅葉が、ゆず工場の周辺にあったら嬉しくなると思って、作りましたが、自分たちで絵を描いて、自分たちで重機を使って玄関前にゆずの森を作ったんです。今、こんなふうに木が生い茂っています。向こうに見えるのが工場です。秋になるとどんな色になるか。楽しみです。

写真は工場の中で、オペレータの対応風景ですが、これらも全て視察の方には、オープンで見てもらっています。

私たちが馬路村で20数年間やってきたことは、どんなふうにゆずを売るか。大手の流通になかなか乗らないということで、通販を自分たちで始めていきました。すべて

が試行錯誤でありました。「対応が悪い」とお客さんに怒られました。怒られたりすることによって少しずつ発展、進歩してきたのかなと思います。同じやり方で来年は通用しません。また、住民の考え方、村づくりの方向もどんどん変わっていきます。そんな中で、農協は平成9年、周りの13組合と「合併しない」と決めました。また村も「合併しない宣言」をしました。将来、村がどんなふうになるのかわかりません。小さい村だけれど生き残ってみようと思っています。どうもありがとうございました。

[質疑応答]

質問 食文化の話で、ゆずで、地元周辺住民への食育は考えておられますか？

東谷 すばらしく最新の質問をしていただきました。「食育」と最近言われています。そういう中にゆずだけを特別にやっているというのは、まだないんですね。学校給食では地元の産品を給食のメニューに入れることはやっていますが、ゆずで食育をしつかりやっているということではありません。昨年入った女性を月1回、東京の料理教室に行かせています。「ゆず」という一冊の料理本を本年出しました。料理の先生に、ある程度、基礎的なことを習って、料理のことを身につけさせ、そこから入っていかないといけないかなと思って取り組みを始めたところですよ。

富野 講演はここで終わりにしたいと思います。皆さんも今日の話、いろんな受け止め方があると思います。一つは直販、直接都会の人と地域の人が触れ合う形で商品を渡して情報をもたらってくるやり方。これはいい方法だと思います。都市と農村の交

流が話題になっています。理念だけでなく、モノを媒介としていって、その中で都会の人が馬路村を訪れるようになるという戦略的なやり方をされている。私もボン酢を飽きずにいただいています。馬路村に、ぜひ行きたいと思って、行ったわけです。行ってみると、こんな山の中で、よくこんなところで、と思うようなやり方をされていました。

日本の地域社会が実は豊かなものを持っている。それを自分たちで発見すると同時に他の人にも発見してもらい、皆で育てていく。山村や中間山地の厳しいところも都会との交流を含めて生き残れるという地域

の自治の豊かさを表現していると思います。これをやるには簡単ではありませんね。こだわり、「ここがこの村のこだわらないといけないとことだ、しっかりと発信していこう」、そういうところがなければできない。流行に追われて国の政策を追っかけ、自分の主体をなくしていったら、それはできないと思います。

私もお話を聞いて学ぶところがありました。皆さんもそこからいろいろとくみ出していただきたいと思います。それでは東谷さんに改めて拍手でお礼を申し上げたいと思います。どうもありがとうございました。

[2006年6月24日]