

オホーツクから発信する新しい地域づくり

東京農業大学教授オホーツク実学センター長

黒 瀧 秀 久

1 地域の諸資源を土台にした起業に向けた戦略

地域の再生や活性化、そしてその起爆剤を考えていく上で何が重要かを考える必要があります。現在はグローバルに展開する市場経済によって、地域外産業との市場競争が激化し、産業の空洞化や海外からの輸入品の増大、WTO体制下での農産物輸入推進政策により、地域の移出産業の競争力が喪失し、地域経済の危機が起きています。

一九八〇年代から九〇年代初めのバブル経済のころは、北海道も観光産業や企業を誘致し、地域外からの資本を導入して外発的発展を行ってきましたが、外からの力だけでは発展できなくなってきました。これに対して、新しい動きとして私たちが求めたのは、自分たちの力で発展する、自らの力で発展するところを域内でサポートする、このような内発的発展を目指すようになりました。

内発的発展論は、上智大学の鶴見和子氏が発展途上国のモデルで提唱した概念ですが、国内の地域経済にも適用される概念です。内発的発展とは、

「地域の諸資源・潜在的な能力」をもとに、主体的に競争力ある産業を興す、「多様な価値観で行う多様な社会発展」であり、そしてその発展を可能とするのが、地域内産業連携の構築による地域内の再生産です。

地域内の諸資源を再点検して、「潜在的」地域力を顕在化し、具体的なものとして見えるようにする。そして地域内産業連関が地域内再生投資力を生み、そして売り上げやさまざまな経済活動があつた場合に生み出された資金を再投資するような経済・ビジネス循環をつくる必要があります。地域内再生投資力を生み出す契機として、現在すすめられている「農商工連携」や「六次産業化」ビジネスの課題がでてきます。

いま農山村に元気がなくなつてきており、限界集落や挙家離村という形態が多く出てきています。そういった農山村地域に必要とされている施策のアンケート調査（農林水産省「食品及び農業・農村に関する意識・意向調査」二〇一〇年四月）をみると、「若手等の人材の確保対策」が七七・二%、「農村資源維持活動に対する支援対策」が七七・四%と多く、地域資源の維持ができてい

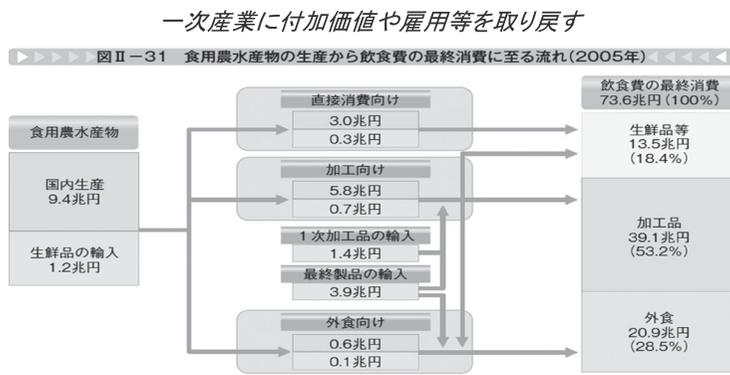
ないという課題が浮かび上がります。そして最も多かったのが「農業で十分な所得が得られるような対策」が九五・二%で、若者を確保し、資源を活性化し、所得を確保するのが、六次産業化の口ジツクとし地域で求められていることが分かります。

2 農業の六次化と農商工連携

六次産業化は、東京大学の今村奈良臣先生が一五年前の一九九七年に初めて提唱しました。今村先生は「農業は農畜産物の生産という一次産業にとどまるのではなく、二次産業（農畜産物の加工や食品製造）や三次産業（販売・流通・情報サービス・グリーンツーリズムなど）にまで踏み込むことで農村に新たな付加価値を所得を創り出し、新たな就業機会を作り出す活動をすすめるよう」と提起しています（『農業と経済』二〇〇九年・二合併号、三頁）。

なぜこの六次産業化が提唱されたのか。図1食用農水産物の生産から飲食費の最終消費に至る流れが一つの理由です。全国の食用農水産物は、国内生産額が九兆四〇〇〇億円、生鮮品の輸入が一

図1 食用農水産物の生産から飲食費の最終消費に至る流れ (2005年)



資料：総務省他9府省庁「平成17年産業連関表」を基に農林水産省で試算
 注：1)食用農水産物には、特用林産物(きのこ等)を含む。精穀(精米、精麦等)、と畜(各種肉類)、冷凍魚介類は、食品製造業を経由する加工品であるが、最終消費においては「生鮮品等」に含めている。
 2)旅館・ホテル、病院等の食事は、「外食」ではなく、使用された食材費をそれぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上している。

兆二〇〇億円で、計約一〇兆六〇〇億円で、それが飲食費の最終消費になると七三兆六〇〇億円となり、約七倍の付加価値生産が最終消費で計上されています。このうち、生鮮品等が一三兆五〇〇億円で最終消費全体の一八・四％。食品加工等の加工品が三九兆一〇〇億円で全体の五三・二％、外食として提供されるのが二〇兆九〇〇億円で、二八・五％を占めています。これをみると原料のまま消費されるのは最終消費全体の二割弱で、あとの八割は加工品や外食な

どのサービス部門の付加価値です。一九六〇年代には生鮮品等の最終消費は約三〇％の規模でしたが、この間二〇％を下回るまでに低下したので、農家や農山村が新しい価値を生む戦略は、加工品や外食産業等の六次産業化をすすめないかぎり、新たな付加価値創造はできません。このままでは、資源と価値を外部にとられるままなので、これを農村内部に取り返す戦略プログラムとして私たちは農工商連携、六次産業化を考えていくことが必要です。

3 地域活性化の先駆事例

(1) 梅栗植えてハワイへ行く

大分県大山町梅の商品化

地域活性化の先進事例として、大分県大山町(現日田市)と北海道富良野市の二つを取り上げ、どのように六次産業化に取り組んだかをみます。大山町は日田市と合併して日田市になりましたが、旧大山町は山奥にあるまちで、典型的な過疎町村でした。若者が流出し、農家一戸あたり二〇

アールから三〇アール程度の耕地面積と零細で、農家に嫁ぐ女性もほとんどいない、というときに立ち上がったのが矢幡治美町長で農協組合長も兼ね、一九六一(昭和三十六)年に画期的な農業・農村改革運動を始めました。

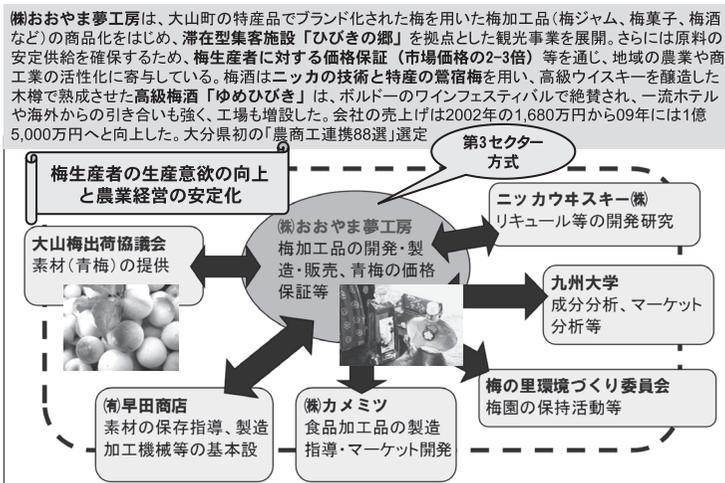
NPC運動と名付け、これはNew Plum and Chestnutすなわち新しい梅と栗の運動を提唱しました。稲作と畜産の規模が小さいので農家の収入が少なく、どうしたら地域の活性化を図られるかを考えたところ、周辺には昔から梅と栗の木が多いの

に、果実は放置されていました。そこで、梅と栗を核にして地域の活性化を考えていき、「梅栗植えてハワイへ行く」と有名なキャッチフレーズで取り組みました。稲作と畜産から梅と栗を植える農業に転換し、地域の気候風土に合い健康食品としても高値で取引される付加価値の高い作物となり、九州でも有数の梅産地へと成長しました。農家の収入も増え、十数回の旅行企画で農家の皆さんはハワイに行ってきたそうです。

さらに一九七二年には農協が梅干し加工に着手し、大山町の六次産業化、高付加価値農業に邁進する切っ掛けになりました。そして、一九七九年に当時の平松守彦大分県知事が着目して大分県の地域活性化策の「一村一品運動」のモデルになり、全国に運動が広がりました。この運動は、いまはタイなど海外にも広がり、村々の豊かさを追求するのに、地域の特産品に着目し一村一品の開発として取り組まれています。

現在の大山町農協が高付加価値化として目指す方向は、①オーガニック(有機無農薬)農業の推進。②消費者の求めている安心・安全・健康な食品の生産。③時代に即応した流通の開拓。④高付加価値産品開発に努め、収益率の高い農業をめざす。⑤若者が継ぎたくなくなる快適農業の推進。⑥週休三日の余暇で文化の創造を行う。⑦都市と農村との交流事業をすすめる。この七つの取り組みです。また、さらなる事業展開のために設立した第三セクターの(株)おおよま夢工房には、大山町と大分県そして隣の県の福岡市も出資しており、大山町は福岡市の後背地でもあって、大山町の農産

図2 具体例 梅の商品化プロジェクト (大分県日田市)



品を福岡市で販売し成功しています。(株)おおやま夢工房は、大山町の特産品でブランド化された梅を用いた梅加工品(梅ジャム、梅菓子、梅酒など)の商品化をはじめ、滞在型集客施設「ひびきの郷」を拠点とした観光事業を展開しています。さらに原料の安定供給を確保するため、梅生産者に対して市場価格の二〜三倍の価格保証をし、そのためには売らなければならないので、梅酒を開発し地域の農業や商工業の活性化に寄与しています。

梅酒はニッカウイスキーと九州大学と技術的に連携し、特産の青いダイヤ鶯宿梅を用い、高級ウイスキーを醸造した木樽で熟成させた高級梅酒「ゆめひびき」を開発しました。梅酒は二〇〇mlが二五〇〇円、五〇〇mlが三五〇〇円と高いのですが、よく売れています。そして梅ドレッシング「梅吉(二二〇gで六八〇円)も開発し好評です。高い梅酒をどのようにして売れるようにしたのか。ニッカ、九州大学と連携し容器デザインやパッケージに工夫をこらし、そしてフランス、ボルドーのワインコンテストに梅ワインとして出品し、金賞を受賞しました。風呂敷で包むパッケージが高い評価につながりました。一流ホテルや海外からの引き合いも強く、工場も増設し、会社の売上は二〇〇二年の一六八〇万円から二〇〇九年には一億五〇〇〇万円へと増えています。大分では初めて「農工商連携88選」に選定されました。一方、大山町の出荷農家と農協はレストラン「オーガニック農園」をオープンし、農産物直売所は大分県内と福岡市に計八店舗開設し、二〇〇八年度の取扱高は一六億八七〇〇万円、年間購買客は約二四〇万人に達しています。オーガニック農園は、地元旬で新鮮な食材を使った「農家のもてなしバイキング」で、いつも行列ができるほどの評判です。

大山町は地域の資源を有効に使い、高付加価値の商品、さらにツーリズムとあわせて、新しい直売所を中心とした売り込み方法、温泉宿泊施設も整備して、大山町のブランドを発信することに成功しました。「梅栗植えてハワイへ行こう」と

始まった地域づくりが地域ブランドの形成となり、地域づくりは、人づくりにつながり、地域経営の展望が広がっていきました。近年ではインターシップで都会や海外からも人が来ています。

(2) 富良野市のフラノ・マルシエ

富良野市は全国的に有名なまちで、観光客は年間約二〇〇万人台で推移していますが、賑わいは郊外の観光スポットに限られ、駅周辺の市街地を素通りし中心市街地の商店街は衰退がすすんでいました。このため、いかに商店街を活性化させ、観光客を中心市街地に呼び込むかが課題になっていました。

中心部にあつた総合病院が移転したことにより、市街地の通行量と買い物客はさらに減少し危機意識が強まり、こうした全国各地に共通するのは危機意識を認識することによって地域自体が変化することが多いのですが、ここでも地域活性化が取り組まれたことです。年間二〇〇万人の観光客と販売額一五八億円の豊富な農産物の地域資源、これを最大限活用することによって交流人口を増やせないか、観光客が立ち寄れる滞在施設はできないかと考えました。

二〇〇三年一〇月、民間主導でまちづくり会社「ふらのまちづくり株式会社」(商工会議所、市、商店会、民間企業など一九株主)を設立し、二〇〇八年に金融機関とJAふらのの、新たな民間企業が加わり資本金を一〇三五万円から八三五〇万円へ増資しました。

二〇〇八年に認定を受けた「中心市街地活性化

基本計画」では、歩いて暮らせるまちづくりをテーマに、まちなか居住の推進と地域の農産物を取り込んだマルシェ(市場)を設け観光客を呼び込み、賑わいのある商店街活性化を指向しました。

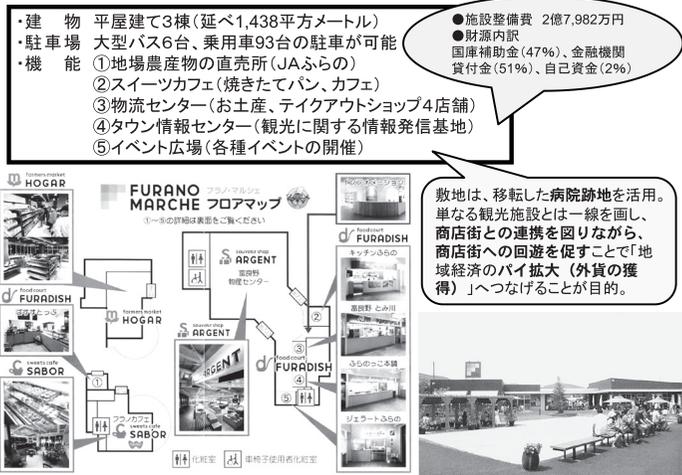
フラノ・マルシェは病院の跡地に平屋建て三棟(延べ一四三八㎡)をつくり、大型バス六台、乗用車九三台の駐車が可能。マルシェの機能は、①地場農産物の直売所をJAふらのが担い、②スイーツカフェ(地産地消型の焼きたてパン、カフェ)、③物流センター(お土産、テイクアウトショップ四店舗)、④タウン情報センター(観光に関する情報発信基地)、⑤イベント広場(各種イベントの開催)をつくりました。単なる観光施設とは一線を画し、商店街との連携を図りながら、この施設から商店街への回遊を促すことで「地域経済のパイ拡大(外貨の獲得)へつなげることを目的としています。

フラノ・マルシェができる前の中心市街地への来訪者は年八万人程度だったのが、マルシェができた初年度の二〇一〇年度は計五二万五九三二人、日平均一五七〇人。二〇一一年度は計六一万八八六八人、日平均二六六九人と、急増しています。マルシェのなかには、地域にあるような本格的な飲食店を設けず、カウンターなどの軽食を提供するだけなので、周辺商店街の飲食店では、これまでみていない行列ができるなど、マルシェからの波及効果が確認されています。

富良野が工夫をこらしたポイントは、以下の四つです。

第一に、富良野の全国的に高いブランドイメージ

図3 「フラノ・マルシェ」施設の概要



ジを持つ地域資源(農・食)を活かしたテナント構成をとり、販売する商品は徹底的に富良野産にこだわったことです。オホーツク管内各地の道の駅でも地元産品を提供していますが、徹底してオホーツク産にこだわる展開になっていません。

第二は、民間主導で、地元企業を中心に八〇〇〇万円以上の出資を集めて地域住民、事業者等のコンセンサスを得ながら事業をすすめ、農協も出資している意味は大きいことです。

第三は、行政が一等地を軽減賃料で賃貸するなど、官民一体となった体制で推進したことです。

第四は、あえて軽食以外の食事を提供するスペースを設けず、周辺商店街の飲食店への誘導を狙い、従来の商店街の活性化につながっていったことです。

今後のまちづくり株式会社役割は、中心市街地におけるデベロッパー及びコンサルタント的役割を担い、中心市街地の活性化事業に再投資、中心市街地活性化に向けた開発事業を継続的に行っていくことです。

4 潜在的な地域力を引き出すために

潜在的な地域力を引き出し、地域諸資源の見直しと掘り起こしには、地域の人の視点だけでなく「よそもの」の視点、そして徹底的に追求する「よそもの」、それと「わかもの」の斬新な力が必要で、これが地域活性化の三要素です。

地域内再生産投資力の形成のみならず、本日のテーマでもある地域資源の循環系をつくっていく「人間と自然の物質代謝」を踏まえた地域諸資源の活性化が大切です。さらに、地域内産業連携を生み出すためには、同業種連携に加え異業種連携を徹底して進めて行くことが重要です。

私に関わった管内の事例では、「オホーツクます鮭」があります。北見市留辺蘂などに経木をつくっている林産業があり、この経木は、ます鮭をつくっている器として道外に移出していました。ところがオホーツク管内では、カラフトマス(漁業)、米(農業)があり、鮭を包む熊笹、魚醬、チー

ズ、そして経木と全て揃っており、これらをまと

めて食クラスターをつくることを提起し、二年半かけてオホーツクます鮭が完成しました。千歳空港の「空弁」に採択され、売上高一位になったこともありましたが、諸般の事情で残念ながら現在は製造していません。

まちづくりや地域のブランド力を高めるためには、まちを良くしたいと思いい行動する人々の存在とその組織化、地域資源の見直しと活用、全国区になりうるものの発見と創造と発信、そして地域全体で協力することです。まちのブランドイメージを上げていくことが、まちの発展につながるという共通認識を持つことです。

そしてフェアでセンスの良いコアリーダー（コアメンバー）と、得意な専門分野を持ち、まちづくりに熱い思いを寄せる行動力に富んだ仲間づくりが、人材育成と地域活性化の展開につながっていきます。地域力を発揮するのに「五つの原動力」があります。一つは、地域資源に何があるのか、そして「地域資源の魅力を高める力」で、それはよそ者の視点でみることです。たとえば、網走の流水は重要な観光資源になっていますが、かつて流水は、寒い、漁業ができないと厄介なものでマイナスイメージでした。他方、外からくる人には流水は珍しく、地域資源として外から再評価されるようになります。現在では観光の目玉となっており、このように「他者の眼」で、徹底して地域資源を洗い出すことが重要です。

二つめは「多様な主体を巻き込む力」で、異業種の人と連携し、一緒に取り組んで行くことです。三つめは「小さな成功を次につなげる力」で、最

初から大きな成功を収めるのは難しいのです。四つめは「先導するリーダーの力」です。五つめは「担い手を生み出す力」です。

東京農大の「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」が独立行政法人科学技術振興機構の「地域再生人材創出拠点の形成」事業に道内では三番目に採択されました。二〇一〇年四月より開講し、二〇一二年三月に第一期生三名が「オホーツクものづくりマイスター」として修了しました。地域創成塾は、オホーツクの潜在的な地域資源を最大限活用するため、地場産品を利用した食品開発に関する知識・技術力・事業構想力を持った人材養成を目的にしています。東京農大は、北海道開拓に携わり「蝦夷共和国」を夢見た榎本武揚が設立した大学で、「現代の榎本武揚」をつくらうという意気込みも、この地域創成塾に込められています。地域創成塾では、グループディスカッションによる新商品の検討、地域資源のエミュー肉やエゾシカ肉を使ったソーセージ加工実習、地元イベントでの試食会、マーケティング、開発した商品に顧客やバイヤーに売り込むためのプレゼンテーションなどを行ってきました。

商品開発の成果として(図4)、シカ肉を使ったドッグフード、道産食材を使った棒状パンのグリッシーニは、札幌から来ていた塾生が開発し、東京にある北海道のアンテナショップの「どさんこプラザ」で販売し、香港への輸出商談が進んでいます。紋別のカニを使ったカニシユウマイ、後ほど報告される地元のタマネギを使った肉まん「たまちゃんまん」、紋別のこだわりチャーシュー、

図4 オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾での新商品開発の成果

現在、店舗販売やテスト販売、イベント販売等を経ている受講生による開発製品



ドッグフード(シカ肉活用)
(店舗販売)



グリッシーニ(道産食材)
(店舗販売)



かにしゅうまい(紋別)
(テスト販売・商談)



たまちゃんまん(玉ねぎ肉まん)
(イベント販売)



こだわりチャーシュー(紋別)
(イベント販売・注文販売)



白花豆プリン(留辺蘗)
(店舗販売)

北見市留辺蘗産の白花豆プリンなど、一八品目以上の商品が開発されてビジネス化が取り組まれ、地域資源を使った地域活性化としての農商工連携による六次産業化が起こってきていることを問題提起し、お話を終えます。

へくろたき ひでひさ・東京農業大学教授

本稿は二〇一二年九月七日、網走で開催した自治研全道集會・全体集會の問題提起をまとめました。文責・編集部

オホーツクの食を通じた 地域活性化

財団法人オホーツク地域振興機構 研究員

拔山嘉友

地元産品による オホーツク北見塩やきそばの誕生

私は北見で生まれ、北見で育ち、東京農大オホーツクキャンパスで四年間学び、最初に就職した興部町農業科学研究所センターに一年半勤務しました。二〇〇四年に北見のオホーツク財団が運営している北海道立オホーツク圏地域食品加工技術センターの研究員になり、地域の資源を活用した食開発と食品産産を支援する仕事をしています。センターは地域での製造販売の営みのなかで課題となっている解決の拠り所となる対応を行っています。

これまで、地域の食品企業、自営業者、自治体などとともに関与した食品数は六四品目にのぼり、それらの商品の年間売り上げの合計は約五億円から六億円です。

オホーツクの農業、漁業、林業の一次産業は、地域の社会と経済を支える重要な産業です。その

営みの中から生み出される豊富で良質な地域の資源を活用した特産品の開発とご当地グルメなどの食によるまちおこしが、地域経済を活性化させる大きな切り札になるかもしれない、ということ、オホーツクにおいて多様な展開が図られています。

その代表例ともいえるのが、北見市のご当地グルメ「オホーツク北見塩やきそば」です。今日はこの塩やきそばの取り組みを、オホーツクにおける地域活性化の事例として紹介します。

北見市は北海道東部に位置するオホーツク圏（網走管内）最大の都市で、人口は約一二万人。

二〇〇六年三月、常呂町、端野町、留辺蘂町と北見市が合併し、大雪山系の石北峠からオホーツク海にいたるまで一つのまちになりました。恵一四二七平方^キで道内最大の市になりました。恵まれた山林から生産される木材資源、肥沃な大地から生み出される生産量日本一のタマネギ、豊かな海に育まれた全国有数の水揚げを誇るホタテなどの海産物が地元の産物として活用できるようになりました。

これを契機に、これらの産物を有効活用したご当地グルメをつくり、観光客も呼び込みまちを元気にしようとして開発したのが「オホーツク北見塩やきそば」です。

メニューの開発を担う「オホーツク北見塩やきそば推進協議会」を二〇〇七年二月に発足し、メニュー開発から定義やルール作り、プロモーションや普及推進の方法を考えていきました。この協議会には市内の飲食店の人、私のような研究機関の職員、会計事務所の職員など民間人を中心に編成。観光協会や商工会、市役所、JA、漁協などはオブザーバーとしてのかかわり方で、あくまで民間主体の組織で取り組み、行政には側面支援をお願いし、五年たつた今もその状況は変わりません。現在私は推進協議会の副会長を務めています。

私が担当したのは、やきそばの味付けの基本となる塩ダレと麺の商品開発で、約三カ月間の開発期間を経てできたのがオホーツク北見塩やきそばです(図)。そしてやきそばの定義とルールは、地産地消として、生産量日本一の北見タマネギとオホーツク産のホタテ、北見市留辺蘂の間伐材を利用した割り箸を使う。道産小麦を主原料とした麺、北見の特長を生かしたスープ、さらにオホーツクの海の塩を使った味にする。素材はいいものなので、あんかけ、ソースのやきそばではなく、究極の味付けである塩にしました。

写真の「魔法の水」とはホタテのブイヨンで、熱い鉄板にのったやきそばに魔法の水をかけると、ジュューツという音とともに湯気があがりホタテの風味がし、五感でやきそばを味合う演出になっ



図 オホーツク塩やきそばの定義とルール



ていて、好評です。現在、北見市内二三店舗でやきそばが販売されています。

地産地消と波及効果

北見塩やきそばは、地産地消を軸にした食によるまちおこしの取り組みです。地域で生産されたものを地域で消費するとはどういうことなのか。オホーツク、北見と地元の名前を冠している料理なので、地元の食材を使う。二〇〇七年四月から二〇一二年四月まで五年間の販売数は五六万二四

表 オホーツク北見塩やきそばの活動

	2007年度 07.4.25～	2008年度 ～08.4.25	2009年度 ～09.4.25	2010年度 ～10.4.25	2011年度 ～11.4.25
売り上げ数量	7万7千食	9万8千食	11万6千食	14万7千食	12万4千食
マスコム報道回数	55	83	57	158	141
店舗数	21	27	23	26	24
講演回数	3	10	17	20	29
オホーツク北見塩やきそばは、以下の地元原材料等を使用					
やきそば専用麺	102.6トン				
北見産たまねぎ	28トン				
その他の地元野菜	28トン				
北見産ホタテ	11.2トン				
その他の海産物	11.2トン				
専用ソース(塩ダレ)	11.2トン				
道産箸	5.6トン				
合計	約200トン				
5年間販売数56万2417食 (2007.4.26～2012.4.25)					
CO2削減量:51トン 協力:北海道環境財団					
(2008試算をもとに現在の食数で再計算)					
経済波及効果:10億7700万円 協力:北海道銀行経済産業調査部					

一七食で、市内店舗とイベントでの販売数です。五六万食の販売による原材料は、地元製麺のやきそば専用麺一〇二トン、北見産たまねぎ二八トン、その他野菜二八トン、北見産ホタテ一・二トン、その他海産物一・二トン、専用塩ダレ一・二トン、間伐材の道産箸五・六トン、計約二〇〇トンの地元の原材料を使っています。二〇〇トンという量は、農家や漁業者や自営業の方は少ないと思われるかもしれませんが、単にトン数だけではない意味があります。二〇〇八年に道環境財団が二酸化炭素の削減量を試算したの、それを基にして現在の五六万食数で再計算すると五・一トンの二酸化炭素削減効果がありました。一食あたり、五〇〇ミリリットルポトル九一本

分の削減効果です。

さらに、最近行った北海道銀行経済産業調査部の調査によると、五年間の北見塩やきそばの経済波及効果は一〇億七七〇〇万円です。この他の効果として、まちおこし関連の事例発表等が五年間で七九回。新聞、テレビのマスメディアや広報誌等で紹介されたのが四九四回ありました。食品メーカーが北見塩やきそばを定番商品として販売しており、北見の知名度が高くなる効果があります。

郷土の誇る味とまち起こしの素材に

昨年(二〇一一年)、B級ご当地グルメの祭典、第六回B-1グランプリ(姫路)に総勢約四〇人の規模で参加しました。推進協議会のメンバーは一〇人で、そのうち調理人が五人、残りの約三〇人は市役所の職員、青年会議所の人や自営業者など、直接的な塩やきそばの受益者ではないのですが、一緒に姫路まで参加しました。塩やきそばを売ることが目的ではなく、塩やきそばを通じて北見を宣伝する、郷土が誇る味をつくり、それをまち起こしの素材にして北見を売りこもうと取り組んできました。活動は飲食業界団体の取り組みと見られがちですが、そうではなくまち起こしの取り組みとして知ってもらおう。

B-1グランプリには全国六三団体が参加、塩やきそばは二日間で一万食販売し、一時間に千食のペース、四秒で一食を販売したことになります。全国の団体と共に競い合いながら、地元を宣伝することができるようになりました。

北見市の人口は約一二万人強で、四〇代は一万五千人台、三〇代一万六千人台なのに對し、二〇代と一〇代は一万一千人台と少なくなっています。これは地域社会を中長期的展望に立つてみたとき、いまの四〇代が六〇代くらいになったとき、社会の中堅層の年代が少ないので、地域の消費が停滞することが予測できます。地元の商店や飲食店は将来少ないパイを取り合つて、立ち行かなくなるという危機感を持っています。

ではどうするか、いまの三〇代、四〇代はやはり働き、人数も多いので智慧を出せるのではないかと。退職年齢になる六〇代までには二〇年はあるのだから、それまでにはできることはないかと始めたのが、北見塩やきそばの取り組みでした。これを高校生に話をはじめから六年目になり、最初に話しを聞いた高校生は社会人になり、自分たちが地域で何かできるのではないかと考えるようになり、ボランティアで集まってくれました。

昨年七月、北見で開催した新・ご当地グルメグランプリは一三団体が参加し、二日間二万二千人の来場者があり、延べ五〇〇〇人の地域ボランティアが集まり、そのうち一〇〇人が高校生ボランティアでした。こうしたことを通じて地域のまち起こしを個人々が考えるようになり、郷土色をつくる取り組みの成果の一つだと感じています。

私が関わってきた特産品は地産地消を軸にして地域の特産品、地域の誇りとなる商品開発を目指してやってきました。以上で報告を終え、後ほどのパネルディスカッションで補足したいと思います。

へぬきやま よしとも（財）オホーツク地域振興機構研究員

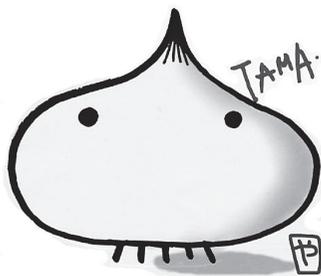
6次産業化を通じた農業の活性化

たまちやんと魅せる、伝える、育てる、美味しい農業 はっしん

伝える農業

清里町は斜里岳の麓にあり、人口は約五千人で自然の豊かな地域です。夫婦で農業を行い、ピート、小麦、馬鈴薯、タマネギ、小豆、スイートコーンなどの畑作産品を生産しています。六次産業化を通じた農業の活性化について、私がどのように考え、農業を行っているか報告します。

標題にある「たまちやん」とはタマネギをイメージして私が考えたキャラクターです。たまちやんを使っていろいろ販売戦略を考えています。



六次産業化に色々取り組む背景になったのは、まず「農業って何だろう？」という思いからです。結婚して農家に来て、子育ても一段落して、農業を本格的にやるようになりまし

清里町やなぎや*ふあーむ

柳谷 亜紀子

た。色々な作物を作っていますが、自分がつくった作物を食べている人をあまり見る機会がありません。タマネギや小豆などはそのまま消費者に食べてもらえる作物ですが、地元のスーパーやAコープでさえ、地元の野菜を販売していないので、生産者の思いが消費者に伝わっていないのだからかと疑問になり、農業で夢を持てるのだろうか、と考えるようになりました。

そうして「農業を伝える」「夢をつくる」「人づくり」として、楽しみながら、人も地域も産業も創っていくため、いろいろ取り組んでいます。

取り組みは地産地消の考えで、自分のところできれた野菜を、食べた人が美味しいという顔を見ることがよって、農家をやっているよかったです。野菜を作ったよかったです。まず野菜直売を始めました。網走市内でのアンテナショップや、地元きよさと産業まつりでは「柳谷さんちのたまねぎ屋さん」を出店してたまねぎを販売しました。たまねぎの箱詰め販売もしています。町内で新聞の折り込みチラシを入れて注文を受け、玉ちゃん

す。九月から一二月まで注文販売を行い、今年で四年目です。昨年一月には、仲間の農家と一緒に自宅の車庫で冬ごもりフェアとして、越冬用野菜の直売を行い、ご近所をはじめ町内から買い物に訪れ、好評でした。

このような野菜の直売を通してうれしく、そしてやりがいになったのは、お客さんの笑顔、美味しかったからまた来年も直売をしてねなど、お客さんとの何気ない会話と交流でした。農家をつづける励みにもなります。

「玉ちゃんまん」と加工販売施設

野菜の直売でお客さんと交流するのは楽しいのですが、直売とは違いかたちで喜ばせたいと思うようになりました。そこで、東京農大のオホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾を受講し、玉ねぎをたっぷり使った肉まん「玉ちゃんまん」(写真)を開発しました。

原材料は、自分でつくった玉ねぎ、道産小麦粉、創成塾の仲間が生産している紋別市の上しよこつ豚肉を使い、これは乳牛の初乳だけを与えた豚のこだわりの肉です。その他に地元の食材を使っています。試作品を農大の先生や創成塾の仲間に試食してもらい、試行錯誤しながら商品化し、地元イベントで販売するようになりました。

自店舗の販売を目指しましたが、どこで製造加工するのか課題になりました。網走市は食品加工体験センターがあるので、その施設で加工を考えたのですが進展せず、知り合いの休業中のパン工



場を期間限定で使わせてもらい生産することになりました。

今年のイベント出店は六月から四回行っています。冷凍してある玉ちゃんまんを、イベントのときにせいろで蒸して販売しています。

借りていたパン工場は期間限定で使えなくなったので、自分で加工場をつくることにしました。

町の補助制度を活用し、加工場と小さな店舗を併設しものを建設中です。お店の名前は「ファーマーズキッチンTOKO—TOKO」(二〇二一年一〇月中旬オープン)で、お客さんがトコトコ寄ってほしい、トコトコ遊びにきてくれればいい、という思いがあります。そして一歩ずつすすんでいこうと日頃から思っているので、早い歩みでな

くとも、トコトコと少しずつすすんでいきたい気持ちから、この名前にしました。

行動しなければすすまないで、今回はいい機会に恵まれ決断し、挑戦することになりました。商品づくりや商売は素人なので、東京農大の先生の協力や、創成塾の仲間からアドバイスをもらい、取り組んで行きたいと考えています。

自分一人で完結させず、商品化にチャレンジしたい仲間がいれば、加工場を使ってもらい協力していくことも考えています。こうしたことが広がっていけば、六次産業化のハードルも低くなり、取り組みやすい環境、条件をつくる一助になります。

TPPをはじめ、農業を取り巻く情勢は変化していますが、一〇年後、二〇年後もこの大地で楽しく仲間たちと農業を続けていけるようにしたいと思っています。そして子どもたちの笑顔がふれ、魅力ある地域でありつづけることを願っています。

六次産業化は自分が楽しむことよって、誰かが喜んでくれ、地域の活性化につながることで、これからも楽しみながら続けていきたいと考えています。

へやなぎや あきこ・清里町やなぎや*ファームV

美幌町の森林を活用したまちづくり

美幌町経済部耕地林務主幹

伊成博次

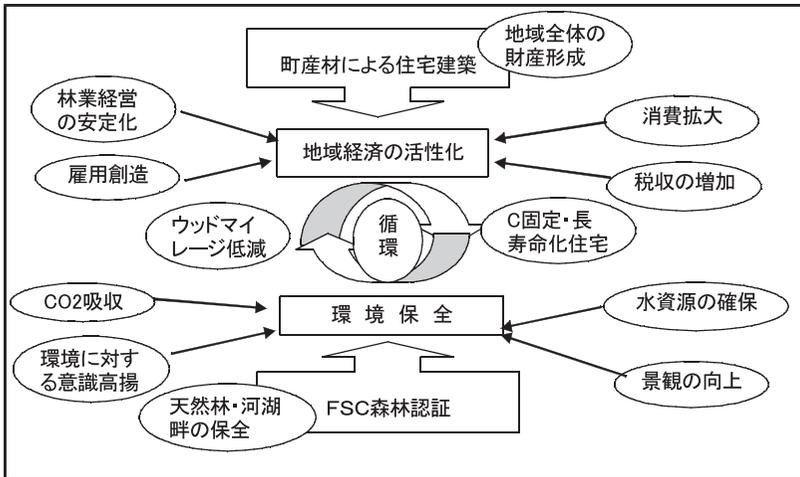
FSC森林認証と低炭素なまちづくり

美幌町はオホーツク管内の南西部に位置し人口は約二万二千人、屈斜路湖を望む景勝地の美幌峠には多くの観光客が訪れています。

町の総面積は四万三三八六ヘクタール、森林面積は二万七一三五ヘクタールで総面積の六一・九%を占めています。民有林面積は一万三二五三ヘクタールで森林の約五割、このうち半数以上がカラマツ人工林です。

国際認証であるFSC森林認証を取得し、「環境保全」として二酸化炭素の吸収、環境に対する意識高揚、水資源の確保、景観の向上に取り組みんでいます。国際認証をうけた町産材（認証材）を活用した住宅建設を行うことにより、「地域経済の活性化」として林業経営の安定、雇用の創出の循環体系を確立し、低炭素なまちづくりをすすめています（図）。

二〇〇四年一〇月に「未来（明日）を拓く森林（もり）づくり協議会」を設立しました。協議会は林家や林業事業者のみならず、環境団体、教育関係



者、消費者団体、など二四団体と公募による町民、計三三名の委員で協議検討を行い、森林づくりと地域の森林を共有財産として守り、利活用するための提言を行いました。

このなかで、「過剰伐採や環境に配慮し、森林がもつ多面的な機能を維持するため、世界的な基準で管理し、自然環境に配慮した質の高い森林を維持し保全していく必要がある」と提言されました。さらに、協議会では単に認証を取得するだけでなく、取得した後には何ができるのかを協議し、最終的には伐採した認証材を町内の住宅建築材として利活用することとしました。

この提言を受け二〇〇五年一〇月、美幌町森林組合を代表にしてFSC国際森林認証を取得しました。認証には森林管理（FM認証）と、加工・流通過程（COC認証）の二つの認証があり、住宅建築業者や流通加工業者に説明会を行い町内六業者がCOC認証を取得しました。町外事業者にも理解を得て置戸町の木材加工二社、北見市留辺蘂の木材加工一社、流通業界では札幌の一社がCOC認証を取得しました。

町は二〇〇七年九月から、認証材を使った住宅建築に対し、認証材の使用量に応じて建築費の一部を助成する「町産材活用助成制度」を開始しました。制度の特徴は、①FSC国際認証材の使用、②COC認証を受けた町内工務店が建築、③建て主に助成します。

二〇一一年度からは町産認証材の使用量一立方メートルに対し四万円（一万円引き上げ）、最大一〇〇万円まで助成することにし、二〇一一年度

の一戸あたりの平均助成額は八四万円（認証材使用量二一立方メートル）となっております。

助成制度を始める前は町外工務店が六割弱でしたが、制度開始の二〇〇七年度から町内工務店が半数を超え、多いときは八割近くになっていました。

森林エネルギーの活用と バイオマス協議会

二〇〇八年七月、上川管内下川町の呼びかけで、十勝管内足寄町、オホーツク管内滝上町と美幌町の四町により「北海道森林バイオマス吸収量活用推進協議会」を設立しました。

現在は環境省のオフセット・クレジット（J-V E R）制度の取り組みとして、森林の温室効果ガスの吸収量強化と、地域内の未利用森林資源を活用した木質バイオマスボイラー等の利用による温室効果ガス排出削減によるカーボン・オフセット事業を実施しています。

バイオマス推進協議会は、カーボン・オフセットの取り組みを企業・団体と森林パートナーズ協定を締結して実施しており、協定の第一号は音楽家の坂本龍一さんの一般社団法人で、その後J C B、日本野球機構（NPB）、伊豆倉組、中道リース、サッポロビールと締結しました。

地域の森林資源による循環型森林経営を行うには、林地残材の活用が必要のため、木質ペレットの製造を行っています。林地残材の回収は町有林の直営で行い、木質ペレットの製造はプロポーザルで募集し、二〇一二年以降に事業化を目指す

企業を選定して実証試験を行い、本年度からペレット製造が事業化されました。

B & G 海洋センターの温水プールに木質バイオマスペレットボイラーを導入し、木質ペレットを常時使用することによって、ペレット製造工場の安定した稼働を図っています。また、温泉施設峠の湯「びほろ」では木質チップボイラーを導入し、

化石燃料の使用を減らして二酸化炭素排出量を低減し、二〇一一年度の実績では九三二万円の燃料費を削減しました。

以上簡単ですが、美幌町の森林を活用したまちづくりを報告しました。

へいなり ひろつぐ・美幌町経済部耕地林務主幹

事例報告 4

健康な人・まち・経済の網走

網走市長

水谷 洋一

健康をキーワードにまちづくり

網走の人口は三万八七九二人で（八月末現在）、農業、漁業と観光が基幹産業のまちです。

一八九〇（明治二三）年に現在の網走刑務所の前身である釧路集治監網走分監・網走囚徒外役所が開設されてから、一三三年の歴史があります。周辺に屯田兵が入植してきたころに集治監ができ、一八九一年に受刑者によって網走と上川を結ぶ北見道路ができました。今年には網走神社二〇〇年祭、そして市制六五年といった歴史をもつまちです。産廃処分場の埋め立て地に、市内では二カ所目となるメガソーラー発電の誘致がきまり、環境・

エネルギーの取り組みが実を結んできています。また、現在、三万トン規模の麦の乾燥貯蔵施設が二〇一三年三月完成予定で、道内一の規模なので、全国一の規模となります。

二〇〇九年九月一五日に健康スポーツ都市宣言をし、健康をキーワードにまちづくりを行っています。健康とは、「単に病気でないということではなく、身体的、精神的、社会的に完全に良好なこと」です。まちのインフラ整備の面でも健康の視点を取り入れています。健康な市民、健康な経済、健康なまちの三つの柱を施策に取り入れ、取り組んでいるところです。

いま、地域医療の維持と医師確保が課題になっています。市内の網走厚生病院は二次医療圏のセ

ンター病院で医師は七〇余名います。網走市と小清水、斜里、清里、大空四町からの利用が多いのですが、四町の住民に身近な一次医療が機能しないと、厚生病院に患者が集中して対応できなくなる危険があります。

地域医療は一市四町の全体の課題として対応することが必要で、現在、夜間救急医療体制については一市四町で協議会を設け、財政負担のあり方も含め取り組んでいるところです。医療は地域、時間、診療科目の偏在が指摘されますが、幸いにして産科病院が市内二カ所あり、脳神経外科の救急外来、心臓などの循環器科もあり応急の対応はできるようになっています。市民が安心して生活し暮らし続けられるよう、地域医療を維持していくことが、まちづくりの基本だと考えています。

健康都市推進として、北海道大学公共政策大学院と網走市は包括連携協定を結び、網走市の健康づくりの総点検をしています。どんな病気が多く、どうすれば介護されずに、健康寿命を延ばせられるのかを、研究しているところです。レセプト点検などにより、市民の病気の傾向が分かってきましたので、予防を柱とした施策、健康づくりが重要になってきます。

今年の七月二四日、網走市はWHO（世界保健機関）が提唱する「健康都市連合」に正会員として加盟しました。全国では一八番目、道内からは初めての加盟です。他都市との連携交流のなかから、人の健康に限らず、都市環境、自然環境、文化など人の健康に及ぼす要因を改善していく健康都市づくりに取り組んで行くものです。

また、健康寿命を延ばして平均寿命との差をなくし、介護と医療を必要とする期間を短くする健康政策の取り組みをしているところです。

スポーツ合宿による交流人口と地域活性化

いま、多くのアスリートが網走で合宿をしている

表 網走市のスポーツ合宿の実績 2011年度 54団体 1,728名

ラグビー 16団体 993名				
	チーム名	人数	合宿日程	回数
1	中国電力ラグビー部	48	8月7日～8月14日	11
2	パナソニックワイルドナイツ	59	8月16日～8月25日	15
3	豊田自動織機シャトルズ	61	8月18日～8月23日	2
4	リコーブラックラムズ	80	8月15日～8月29日	16
5	キャノンイーグルス	61	8月20日～8月23日	初
6	コカ・コーラウエストレッドスパークス	65	8月21日～9月8日	8
7	ホンダヒート	62	8月22日～9月4日	8
8	東芝ブレイブルーパス	72	8月22日～9月9日	18
9	釜石シーウェイブスRFC	33	8月24日～8月28日	10
10	トヨタ自動車ヴェルブリッツ	59	8月30日～9月11日	8
11	神戸製鋼コバルコスティーラーズ	72	9月1日～9月9日	13
12	サントリーサンゴリアス	68	9月1日～9月11日	16
13	日本ラグビーフットボール協会(レフリー)	30	8月16日～9月9日	8
14	法政大学ラグビー部	111	8月5日～8月12日	24
15	東海大学ラグビー部	65	8月8日～8月19日	8
16	青山学院大学ラグビー部	47	8月14日～8月18日	初

陸上競技	31団体	583
バイアスロン	1団体	22
野球	2団体	92
トライアスロン	1団体	1
車椅子マラソン	1団体	5
スキー	2団体	32
2011年度 合宿合計(54団体)		1,728



国内トップチームのラグビー合宿（練習試合）

ます。ラグビーチーム、陸上競技を中心に、今夏の合宿の経済波及効果は五億七千万円と試算されています。二〇一一年度のスポーツ合宿は五四団体、一七二八名で、ラグビーでは国内トップチームが合宿にきています(表、写真)。

例えば東芝は八月二日から九月九日まで一八日間、七二名が合宿をしています。一日の宿泊と食費は大体一人あたり一万三千元から一万四千元ですから、七二名だと一日約一〇〇万円、一八日間だと一八〇〇万円です。さらに、市内の飲食店でも食事をし、お土産を購入しますが、これは波及効果として計算されていません。合宿事業は、網走へのリピーターになるので、施策を継続して期間を長くできるかが重要になっていきます。

網走湖を見下ろす、呼人地区のスポーツ・トレーニングフィールド(四一・四ヘクタール)を中心に合宿が行われ、六面の芝グラウンドがあり、選手にはイギリス・プレミアリーグのスタジアムの芝と同じくらいの質だと評価されています。

ただし、芝がいいだけでは合宿にきません。衝撃を強く受けるラグビー選手の場合は、脳外科病院、整形外科病院のあることが合宿の条件です。さらにコンビニがあり、パチンコなどの遊戯施設や飲食店があること、これらの条件が揃わないと、なかなか合宿地としては認められない。網走にはこれらの条件が揃っていて十分な合宿環境にあります。

もう一つ、網走で合宿することのブランド化があります。昨年、東日本大震災があった後も、岩手県の釜石シーウェイブスRFC(新日鉄釜石の

後継チーム)が網走で合宿をしました。被災地で大変なものになぜ網走に来たのかというと、彼らは「強くなりたければ網走にいかなければ」と言いました。国内トップチームと一緒に練習できる、強くなる環境と条件があるので網走にやってくるのです。

人口減少がすすむなか、いかに交流人口を増やしていくかが地域活性化のカギになると思います。最も多いラグビーの合宿は八月中旬から九月上旬に集中するので、他のスポーツ合宿の拡大に取り組んでいます。今夏一カ月の経済波及効果が五億七千万円ですから、二カ月、三カ月と利用拡大できればと考えています。

来年五月にはモヨロ貝塚館がリニューアルオープンします。約一二〇〇年前の遺跡で、アイヌ文化とも異なる独特のオホーツク文化がかつてあり、モヨロ人と呼ばれ、こうした網走独自の北方文化の発信が地域づくりに寄与すると思います。

一次産業のさらなる充実

網走は一万五千ヘクタールの耕地面積があり、農業と畜産の生産額は二七〇億円です。昨年の麦の生産高は二七億円で、品種改良等により生産高は三割増でした。高品質の小麦を供給するため、先ほど述べたように乾燥貯蔵施設を増設中です。

網走では三万トン近くの麦を生産しており、オホーツク管内では一三万から一六万トンを生産し、今年は豊作の予測で二〇万トン見込まれています。小麦をそれぞれの地域が一〇トントラック

で輸送しているのはコストがかかりますから、管内の小麦を網走に集荷し、(網走港から)道外に輸送する戦略を立てています。さらに、小麦から高品質な小麦粉にし、小麦粉にすることによって様々な商品開発も可能になります。

管内は、小麦、ビート(砂糖)、小豆、牛乳は豊富ですが、スイーツがありません。地域に素材はたくさんありますが、最終製品が少ないので、六次産業化は切実な課題です。「金印」が名古屋工場を移転させ、網走市内のわさび工場を一八倍に拡張しました。作付け面積は減っていませんが、わさび農家が減少してきているので、生産量を確保するためにも、わさびを原料にした六次産業化、商品化を支え、雇用の拡大にもつなげたい。

昨年の水産業は、前浜だけでの漁獲生産高で史上最高の一三五億円ありました。農業、水産業が好環境の時に、次のステップに着手する、六次産業化を図っていくことが大切だと考えています。

健康な市民、健康な経済、健康なまちの三本の柱を中心にお話をしました。後ほどのパネルディスカッションでいろいろ議論させていただきます。

へみずたに よういち 網走市長

オホーツクから発信する 新しい地域づくり

拔山 嘉友 オホーツク振興機構研究員
柳谷亜紀子 清里町やなぎや*ファーム
伊成 博次 美幌町経済部耕地林務主幹
水谷 洋一 網走市長
司会 黒瀧 秀久 東京農業大学教授

ディスカッションにあたって

黒瀧 第一部の問題提起、事例報告を受け、第二部のパネルディスカッションをすすめていきます。

さて、小泉構造改革路線のいわゆる新自由主義、そして昨年三月一日の東日本大震災以降、地域社会の存在基盤、人々の暮らしとコミュニティのあり方そのものが機能低下して、その再生の課題が出てきています。

こうした課題に対する新たな動きとしては、地域のなかで一定の食料、エネルギーを自給し、それを可能とする地域循環を守りながら持続可能な地域循環型社会をつくっていく活動が出てきています。

これらの課題は、北海道が追求してきた、食、農、水、自然環境などを生かした地域づくりそのもので、なかでもオホーツク地域はその可能性と挑戦を発信できる地域といえます。

この課題については、ご発表いただいたパネルの事例報告と、私の基調報告で提起されたいと思います。

第一の拔山さんのご報告は、食を通じた地域活性化として、地域の食材を使った北見塩やきそばによる地域活性化の事例です。第二の柳谷さんからは、六次産業化を農家の視点から、新たに玉ねぎの「玉ちゃんまん」をつくった取り組みです。

第三の伊成さんはFSC森林認証から町の認証材による住宅産業、バイオマス、カーボンオフセットにつなげていった取り組みです。第四の水谷網走市長からは、健康を中心にしたまちづくりの可能性、スポーツ合宿と交流人口の拡大による活性化、そして一次産業の付加価値化についてご報告いただきました。

これらの報告を踏まえ、パネルディスカッションでは、第一に地域の現実と可能性をどう考えるか、それぞれの実践で困難な課題や今後の可能性の方向性などについて、第二に農林水産物を中心とする生物資源、観光資源等の自然資源、活性化をすすめていく人的資源、こういった地域資源を活かしていくポイントとして何が必要か、第三に地域づくりにおける自治体や地域公共サービスと自治体職員との役割は何かについて、討論をすすめていきたいと思います。どの課題からでも構いませんので、最初は拔山さんからお願いします。

郷土愛に満ちた地域特産品

拔山 報告の補足と日常の仕事を通して気づいたこと、そして最初は現在の地方の食品産業の実際と直面している苦境をお話しします。最近のO157の食中毒など食品をめぐる諸問題がでけると、消費者は普段の食生活を見直す機会になり、スーパーに並んでいれば安全とは思わず、表示をみて原材料や添加物、製造工程を気にするように

なります。

一方、食品製造業は自分たちの経験と勘に基づき、美味しいものつくれば喜ばれるという一心でいままでやってきましたが、環境が変わってきま



売していたのが、流通の発達により遠く広範囲に販売するようになって製造量も増え、そして事故が起ると被害が大きくなります。安心安全のものづくりに対するニーズは、消費者はもちろん製造業にとつて最も重要な課題です。

私のいるオホーツク財団は、日々の製造管理を大企業と同レベルでやれるよう、賞味期限の設定から、安全性のチェックまでトータルサポートしています。地域の製造業の多くは小規模事業所や個人事業のレベルです。商品開発から製造、品質管理、営業まですべてを担っているので、自助努力だけでは解決が難しい商品開発、衛生管理を支援する拠り所となる機能をオホーツク財団は果たしています。

商品開発力は大手企業には到底かなわない技術力の差があります。どうすれば地方の商品を売れるようにできるのか、それは大手メーカーとの違いを見いだすことを、側面的にサポートする私たちが一緒に智恵を出し合って考えていきたい。

短期的なトレンドに振り回されると商品開発は難しいですが、地域の特産品とは何かという原点に立ち返って考え、中長期の展望の視野で地域の将来とまちづくりを考えながらの、ものづくりとしての視点があると思います。そのなかで、北見塩やきそばをはじめとする地域の特産品を手にとったとき、その土地の人たちの暮らしぶりや、地域の良さと魅力が目に見え、その特産品だとすれば、いかに地域の人たちの後押し受けながら

商品をつくり、販売していくのがポイントになります。

郷土愛、地域に対する愛情をいかに商品のなかに盛り込んでいくのが、重要なポイントになると考えます。自治体職員はそうした商品づくりコーディネーターの役割を担い、地域全体を見渡した産業の特徴、将来展望を見る力を発揮してほしいと思います。役場は若い人の雇用の場にもなっているのです、若い人が先頭に立って地域のものづくりをサポートすることを期待しています。

黒瀧 現在の食に対する厳しき、食品産業の業態は中小企業や自営業が多く、大手メーカーとの競争では厳しい面がありますが、そういったなかで地域の特産品としてイメージづくりできるものがあることによつて郷土愛が生まれ、郷土愛に満ちたものをつくり、売っていくことが必要、というお話でした。この点は後ほど議論できればと思います。

つづいて、柳谷さんお願いします。

女性の視点で高付加価値、六次産業化

柳谷 清里町の農家の女性は組織活動に積極的で、イベントがあれば地域の特産のデンプン団子をつくり、研修会や勉強会なども活動的です。一方、地域産業の面からみると、もつと食について関わることはできないかと考えますが、北海道にいと安全で安心な食料は当たり前と思ひ、私の

周りでは無農薬で新鮮な野菜を誰でもがつくっている状況です。直売をしています。当初は野菜をつくってお金をもらうことに戸惑いました。なぜなら野菜は近所や知り合いにおすそわけするイメージだったので、野菜を直販してお金を得る、産業につなげていく発想が弱いと思っています。

まちの各農家は大規模経営で、経営状態もまあまあ良好なので、わざわざ六次産業化でリスクと手間をかけること自体が余計なことに見えたり、農業経営に影響が出ると思われることも多く、新しい取り組みをするのに難しい面もあります。

私たちの仲間とは、楽しいことをやろうという気持ちで、それが切っ掛けになって、人づくり、地域づくりにつながっていくればいいと思います。いま六次産業化を楽しみながらすすめています。

黒瀧 ありがとうございます。地域で創成塾のような六次産業化の講座の受講を呼びかけた場合、生産者の農家や漁家の方々はなかなか反応してくれません。原料生産で系統出荷をして利益がでて生活できるのだから、なぜ六次産業化までやらなければならぬのか、という声はよくあります。しかし、そうしたなかでも、女性の視点から、顔のみえる農業、農家の楽しみ、という視点から六次産業化へ取り組むというお話でした。

現在の原料供給基地のオホーツク、道東地域の農林水産業が、今後このまま維持できるかは分からないので、動揺する前にいろいろな選択肢を持ちながら活性化の課題をもつことが重要だと思

います。そして自治体がどうサポートできるかが問われると思います。つづいて、伊成さんお願いします。

森林認証と多面的な価値、活性化の課題

伊成 北海道そして国内の木材は、輸入された安価な外材に押され、林業経営は厳しい状況でした。そこで林業を新たな視点で取り組むため、FSC森林認証を取得しました。先ほど触れたように、町民参加の協議会の提言によって取り組まれ、住宅産業への認証材の活用をはじめ、現在は企業から寄付により環境の面から森林づくりをしています。永続する事業ではないと思います。今後どんな施策に取り組んでいくか検討している段階です。

管内の網走西部流域（紋別市、遠軽町、湧別町、滝上町、興部町、西興部村、雄武町）では国内独自のSGEC森林認証を取得し、今後網走東部流域でも道有林がこの森林認証を取得していくところ。森林認証を取得しそれをどう活かすか。住宅建築への助成をしても、認証材の利用はそれほど量ではありません。管内では伐期に来ている木が多く、皆伐、植栽という循環のなかで認証材を活用して、活性化に向けていくのが大きな課題になっています。

黒瀧 ありがとうございます。全国の林業生産

は停滞し、道東は森林の豊かな地域だったので、天然林の枯渇や人工林材が増加する過程で、外材との価格競争力がないという点で大きな困難に直面しました。そのなかで上川管内下川町が道内で初めてFSC森林認証を取得し、次いで美幌町が取得し、環境への意識の高まりを追い風に取り組んできました。ただ、地産地消という規模では、住宅産業に波及効果をもたらすという点でも、限界があるというお話でした。

とはいえ、森林認証をいかに使うかは重要ですし、森林の環境機能、見える化は大切なので、後ほどフローアとの意見交換で方向が見えればと思います。

次に、水谷市長お願いします。

地域資源の開発、職員の感動

水谷 エネルギーの地域資源として網走にメガソーラー発電の誘致をお話しましたが、誘致できたのは太陽の恵みが日本有数の地だからです。国内で太陽の恵みの多い地域は瀬戸内海沿岸で、網走より日射量が多いのですが、太陽光の電気への変換効率は網走が高いのです。これは、寒冷地のほうが電気効率が高くなるからです。オホーツク地域は太陽の光が多く、気温が低いことが資源になっています。

流水は重要な観光資源になり、砕氷船オーロラ号では台湾からの沢山のお客さんを見かけます。



ぬきやま よしとも 氏

先般、網走観光のプロモーションで中国上海を訪
問し、中国の旅行代理店と航空会社に冬の流水観
光をはたらきかけると、流水を知らず、河の水と
いうイメージなので、網走の映像をみて観光にな
ると納得していました。巨大なマーケットの中国
に売り込んでいなかったことを改めて気づかされ
ました。台湾の人が知ってるから、当然、中国大
陸でも知られているという思い込みがあり、反省
させられ、常に発信していく必要性を感じました。
黒瀧先生が紹介した大山町の梅栗植えてハワイ
行く取り組みは、農業協同組合活動の原点と思っ
ています。大山町農協は「全国梅干コンクール」
を行い、最優秀賞三〇万円をはじめ、賞金総額は
一〇〇万円です。そんなに賞金を出すのかと驚い
たのですが、農協の方の説明では、毎回全国から
数百出品され、新しい商品のレシピや技術が全国
から集まり、大山農協で美味しい梅製品をつくる



やなぎや あきこ 氏

ことができるのだと説明されました。大いに触発
され、網走でも、地元の産品を活かした全国コン
テストを、と思つていきます。また、米がとれず、
地元の梅と栗を使うしかなかった厳しい環境で取
り組んできた大山町を真摯に学ぶべきだと思います。
自治体、職員の役割は何か。人は感動しなければ
動きません。職員も自ら感動し、他者に感動を
与えなければ地域はよくならないだろうし、活性
化しないとと思います。感動の内容はさまざまです
が、心が動くような体験をしないと、まちもよく
ならないし、感動を共有することを呼びかけてい
ます。

黒瀧 地域資源それは太陽の恵み、流水、地域
の生物資源を開発していく、それらを導くために
自治体職員の感動を、どう与えるかという重要な
お話でした。

さて、パネラー四人の発言を終えたので、最初



いなり ひろつく 氏

の問題提起と事例報告、そしてパネルディスカッ
ションに対して、フロアーからご発言ください。

新しい地域づくりとはどんなこと

フロアーからAさん

パネルディスカッションのテーマは「オホーツ
クから発信する新しい地域づくり」となっていま
すが、パネラーの皆さんは新しい地域づくりをど
のようにイメージしているかお聞かせください。

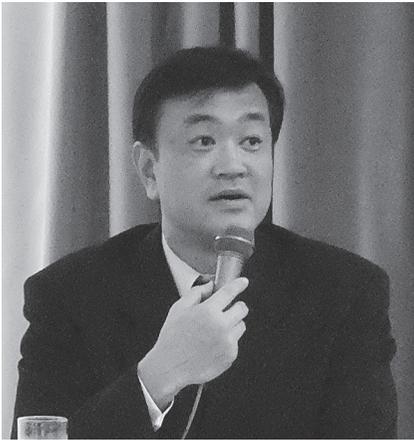
黒瀧 討論の最後のテーマとしても考えていま
したが、質問ができましたので、新しい地域づく
りについて、抜山さんから順にお願いします。

抜山 自分の仕事と地域活性化のことになっ
てきますが、最終的な目標設定にしているのは、地
域の産物の価値や魅力を発見し、地域のなかで根
付いて理解され、わがまちの特産産品との位置づけ

をもって全国に発信されていくことだと思います。B-1グランプリに参加して、北見市はこの県ですかと聞かれました。管内の網走は知られていますが、北見はあまり知られておらず、道内の他市町村も同様だと思います。風光明媚な観光地であれば全国に知られていくでしょうが、それ以外の地域は「モノ」が全国にまちを知ってもらう切っ掛けになります。

地域の産物を活用しようとはじまった「北見塩やきそば」は五年目のときに、B-1グランプリ第五回厚木大会で全国一〇番目の評価を得るご当地グルメになり、北見が知られるようになりました。出品しなければ北見が知られることはなかったでしょう。挑戦して失敗してもリスクはなく、積極的に取り組む機運と気風づくりをどうつくるか、いろいろな議論しています。

黒瀧 価値や魅力が確認され、PRできるよう



みずたに よういち 氏

なモノづくりとして、北見塩焼きそばを使って発信された、そういう地域づくりです。次に、柳谷さんお願いします。

柳谷 新しい地域づくりとして目指したいのは、女性が活躍できる、生き活きと輝いている地域です。オホーツク地域の素材の良さを活かし、一次加工で終わっていたものを女性ならではの六次産業化に取り組む地域にしたいと思っています。

黒瀧 全国の農産直売所等は、農協女性部のほたらきかけで設けている事例が多いのですが、しかし往々にして、男性は抵抗し、農協も消極的なのですが、それを変えていくのが女性です。女性の方で農業をものづくりで高付加価値商品に変えていくことを担うのは大事です。農業に限らず、地域、社会で女性の力が必要です。つづいて、伊成さんお願いします。

伊成 モノ自体は継続していても、発想を転換



くろたき ひでひさ 氏

していかなければ前にすすまないと思います。いまの仕事である林業も従来どおりのままでは、先細りになりますから、新しい考え、発想をとり入れることが不可欠です。発想の転換なくして新しい地域づくりはないと思います。

黒瀧 これまでの林業は山の木を伐採して木材をつくるのが課題でしたが、いまは環境の価値があり、二酸化炭素を吸収固定し、さらに吸収固定する量を販売することもできます。発想の転換により従来の産業の価値を、新たな価値に変えていくことが、新しい地域づくりですね。最後に、水谷市長お願いします。

水谷 東京農大が網走に開学した一九八九年（平成元年）は、網走が大きく踏み出した転換の年になり、現在二四年目です。先ほど紹介した、合宿地のスポーツ・トレーニンングフィールドができたのも一九八九年です。この年を起点に、いま全国からスポーツ合宿に訪れ、約一七〇〇人の学生が暮らすまちになりました。

ラグビーの合宿はトレーニンングフィールドができる前からありましたが、土のグラウンドは選手のケガが絶えないので芝のグラウンドを整備し、つくるのなら当時ラグビー合宿で有名な長野県の菅平のグラウンドにまけない芝にしよう、ということから現在に至っています。

東京農業大学の卒業生が地元において、地域には農林水産品の一次産品が豊富なので、食品産業を支援する試験研究を行う機関が必要ということか

ら東京農大が網走に開校しました。いままでの歴史や先輩達が築き上げてきたものがあつて発展しているのが、地域の新しいさだだと思います。ですから、網走の新しい地域づくりは、先人たちが築いてきたものをさらに発展させていくものです。

新機軸としては、よそ者、ばか者、若者の視点をいまの基軸に組み込んで、新たなものをつくっていくことです。

黒瀧 市長から紹介いただいたように、東京農大は網走で開学して二四年目で、実は開学前に寒冷地農場がすでに網走にあつて、今年で農場開設三〇年です。榎本武揚が東京農大をつくった段階から、樺太に寒冷地農場を二〇〇ヘクタール所有していて、戦後になくなっていったので、その代替農場を網走につくりました。

そうした歴史的基盤があつて、一九八九年に網走に開学し、網走が変わつていったという市長のお話でしたが、私たちも実感するところです。

それでは、つづけてフロアーからの発言をお願ひします。

地域づくりの自治体職員役割はなに

フロアーからBさん

皆さんの話のベースには地域の持続性が強くあると思います。都市部をのぞき、限界集落を抱えている中山間地域の自治体職員が感じているのは、少子高齢化には太刀打ちできないという気持

ちです。

地域で生活していて感じるのは、自然が豊かで恵まれた環境にいるけど、消費者、医療、教育などの社会基盤を維持するのが困難な地域だと実感しています。将来にわたつて安心して豊かに生きていける確信がもてないのではないかと感じています。

どう緩やかに変化させていくのか、あるいは、緩やかに衰退していくのか、と感じている自治体職員は少なくないと思います。

水谷市長は、職員に感動してほしいと言ひ、私もそう思いますし、地域の住民との達成感も感じてきました。バネラーの皆さんからは、自治体職員はこうあつてほしい、こういうことを頑張ろうと伝えていただければと思います。

黒瀧 地域の持続性において、現在の状況には漠たる不安があり、今後頑張つても衰退していき、限界集落などの問題がでてくるなかで、自治体職員がどう緩やかに地域を衰退させていくか、他方で衰退させない場合でも、どう感じて感動しながら職員が働いていくかという大きな問題ですが、非常に難しい課題ですので、答えられる範囲で手短にお願ひします。

水谷 職員、人は仕事を通して成長します。仕事を通して社会との絆と稼ぎを得ており、仕事を通して感動することが私たちの人生を豊かにすると思つているので、市の職員には仕事を通じた達成感、社会の絆を得てほしいと言つています。

伊成 難しい課題で、美幌町も人口は減少傾向

です。森林づくりのことで、企業から寄付をいただきそれを委託に出すだけでなく、美幌町では職員自ら山に行つて植林を体験しているところであり、現場を知ることにより、発想の転換となりそれが出発点ではないかと思ひます。

柳谷 六次産業化に取り組みはじめると、役場の職員と接する機会が増えました。そしてありがたいのは職員がサポートしてくれることです。頑張つても、そしてサポートでも町職員の給料は同じでしょうから、やりがいを感じる仕事をしてほしい。そこで大切なのは、仕事のなかで人と人のつながりが充実しているかだと思います。

私も事業を始めようとしたとき、役場の職員という意識を越えた仲間という気持ちで、一緒に考え、サポートしてくれる人が役場について、支えてくれると本当にうれしく、そのような人が増えてほしいと思ひます。

拔山 こういう場では、自治体職員が何に関心を持ち、何を聞きたいのかといつも考えますし、以前自治体職員だった経験も含めてお話しします。北見塩やきそばは成功事例のかたちとして見られますが、語るべきは手法やテクニクではなく、なぜそこまでできるのか、という関わる人たちのマインド、意識や思いを読み取ってもらひ、それぞれの地域やまちに合わせて反映されるのかを考へたい。

二〇年前に興部町に就職したときは、かつて

七千人以上いた人口が五千人台になり、先日、興部町商工会の青年部でお話をする機会があったて人口を調べると四二〇〇人台で、二〇年間で約千人減少し、子どもたちも少なくなっています。そうしたなか地域社会をどうするのか。子どもたちが育つて巣立ち、そしてまちに戻ってくるような場所をつくれるかにかかっています。

それは住まいや仕事だけの問題ではなく、交流する人口が増えていけば、そこに産業が生まれる可能性もあります。五年経って経済効果を語れる商品開発に挑戦する、まちのオンリーワンを使つて、人が立ち寄るまちにするのは、若い役場職員やJAの職員が、二〇年かけて創り上げていくしかないと思います。

北見塩やきそばができてからこの五年間、多くの地域でお話をする機会がありました。自治体の場合は年度末に呼ばれるのがほとんどで、講演会開催のための事業になっています。そうではなく、来年こういうことを仕掛けたい、うちのまちのためにやりたい、仲間のみんなで負担して旅費は工面するから来てくれないか、ということであればマインドだけでなく手法まで、そのまちに合うコーディネートをお手伝いできると思います。

地域は変わるうという挑戦 新しい地域資源と人間像の追求

黒瀧 質問への直接的な答えにはなっていない

かもしれませんが、思いは伝わったのではないでしょう。

パネラーの皆さんにはもう一回り発言をと思つていたのですが、時間がきましたので本パネルディスカッションを簡単に総括します。

地域は大きな転換点にあつて、地域の人口減は避けられないことで、現在の日本の人口一億二〇〇〇万人が八〇〇〇万人台、あるいは六〇〇〇万人台まで少なくなるという推計値もあり、限界集落や廃村になる場所が増えていきます。ただ、緩やかに衰退していく過程では、地域間格差がでてくると思います。

一生懸命に地域の活性化に取り組んでいくところは、地域が持続していきます。たとえば、島根県隠岐諸島にある海士（あま）町は人口わずか二五〇〇人ほどで、社会インフラが整備されているとはいえませんが、一〇年間で島外から三〇〇世帯の移住があり、大学院を卒業した若者などが一〇年間暮らしています。過疎市町村でも交流人口、そして人口が増えているまちがあり、こうしたところが内発的発展形態の地域です。

二四年前に網走にきたときは硬直的な地域と感じ、いろいろ提言や厳しく指摘してきたこともありますが、今日の話を聞いて、地域は変わるうとしている、様々なことにチャレンジしようとしている、新しい地域資源、人間像を追求しようとしている、その動きが少しずつ見えてきたことが、それぞれのパネラーに共通していると思います。

これが持続的にどのようなインパクトを与えるのかは未知数ですが、役場など自治体のコーディネート的な機能やサポーター的な役割が期待され、自治体も万能ではありませんが、その思いは会場の皆さんに伝わったのではないかと思います。他方で、このまま温暖化がすすめば、それは必ずしも正しいこととは思いませんが、北海道への移住人口が増えると思つており、自治体と地域が共同して北海道の次のステップを創り上げていく、そういうことも考えられるのではないのでしょうか。そして、こうしたオホーツクからの発信が、一つの切っ掛けになっていくのではないのでしょうか。

パネラーの皆さん、そして会場の皆さん長い時間ご静聴いただきありがとうございます。

本稿は二〇一二年九月七日、網走市で開催した自治研全道集會の問題提起、事例報告、パネルディスカッションをまとめたものです。

文責・編集部