

編集室から

このニュースレターが、現在の紙面構成になって以来、毎号欠かさずご寄稿を頂戴してきました。そのスタイルを今月号では、破ることになりました。

内容に関することは勿論、読みやすさ（読みにくさ）などについても、忌憚りの無いご意見を頂戴できれば幸いです。

全く個人的な趣味なのですが、消費者という言葉が好きではありません。「消費」という言葉には、「費やし、消し尽くす」という意味を感じ取ってしまうからです。単純な経済の循環のためには、生産されたモノを、何の思慮も無く費やし消し尽くす存在があれば、楽です。

テキトーなサラリーを与え、「賢い消費者」などというセリフでくすぐられて深く思慮することはダサいと思ひ込み、自動的にモノを費やし消し尽くす存在。それに消費者というラベルを貼った…。そんな風にしてしまうのは、考えすぎなのかもしれません。

ですが、どうしても宮崎監督の「千と千尋の神隠し」の「カオナシ」と消費者というコトバがイメージで重なってしまいます。その代わりに「生活者」という言葉を取り敢えず使っています。

そんな、些か不器用なほどの拘りも、今回のコラムから感じ取っていただければ幸いです。

情報が錯綜する今日、どれが操作された情報で、どれがより客観的な情報なのか。それを見抜こうとすること自体、気が遠くなる努力を要するのかも知れません。誰かが究明して伝えても、それにも個人のフィルターが掛かってしまいます。

何が正しいか。という基準ではなく、何を受け入れるのか。という決断のレベルでしか事は動かないのかも知れません。

難しい時代になったものです。（は）



本ニュースにレギュラー執筆していただいている川畠さんが経営する「能登の夜市（のとのよるいち）」。

最近、問い合わせを多く頂きますので、こちらに連絡先を記載いたします。

上京された際、ご利用になってみてください。毎夜能登から直送の酒肴に包まれ至福です。

もちろん、川畠さんご自身もお店に立っておられます。

能登の夜市：03-6417-9787
17:00～23:30 日・祝日 定休
目黒駅西口前。サンフェリスタ目黒B1F
<http://notoyoru.jp/>

このニュースは、計画に携わる若手の技術者を育てることを目的に発行を始めました。

その後、計画という仕事の内容や、普段、計画マンがどのようなことを考えているのかなどに触れて、少しでも業界を知っていただければと考えて編集しています。

2012/12
(株)アスリック
<http://www.neting.or.jp/usric>

〒920-1167
石川県金沢市もりの里1-149-302

電話 076-233-7217
Fax 076-233-7375
Email usric@neting.or.jp

2012/12
(株)アスリック
<http://www.neting.or.jp/usric>

師 走



仙台市、光のページェント
by hama

濱のつばやき 『変化の胎動』

能登半島は、国連食糧農業機関（FAO）によって、「能登の里山里海」が、新潟県佐渡市「トキと共生する佐渡の里山」とともに、日本初となる「世界農業遺産」として二〇一一年認定された。

この関連で過日、あるシンポジウムにゲストコメンテータとして招聘された。その席で、「ソトコト」編集長の指出氏とご縁を頂いた。



月刊『ソトコト』は、「ソーシャル&エコマガジン」で、地球と仲良くし、楽しく生きていくためのライフスタイルを探り、提案していくことをコンセプトに、一九九九年、世界初の「環境ファッションマガジン」として創刊されている。

そもそも「SOTOKOTO」とは、アフリカのバンツー族のことで「木の下」という意味とのこと。「心地よい木陰ができる木の下、樹木が醸す安らぎ、みずみずしい生命感、そよぐ風、さえざる鳥。地球といのちの交歓が、私たち人間に叡智を与えてくれる。『ソトコト』というもつひとつの木陰で、地球環境や私たちの暮らしについて議論しあい、未来につながるいい知恵を生み出そう。そして、それを愉快地伝えていきたい。」そんな想いが込められているという。

その最新号である十一月号の特集は「若い農家が日本を変える」と題され、たちまち完売。雑誌には珍しい重版がされたという。

農林業が主となる地域に居ると、目に見える景色は、ほとんど変わっていない。しかし、第一次産業を取り巻く環境は、激動の渦の中にある。このような時代にあつて、確実に成功する・伸びる一次産業のあり方が変わって来ていると感じていた。指出氏のお話は、ちょうどそのような意とぴたりと符合するもので、すっかり意気投合してしまった。

これまでの農家の意識は、「ものづくり」の範疇にあったと思う。従つて「俺が、こんな凄い米・農産物を作った。」ことが重要視されてきた。しかし、それは一方で、本人も気付かぬうちに「俺が、俺が」の自己主張の縄張り争い化し、無限の産地間競争・実態の怪しげな「ブランドイメージ」さえ作ればこちらの勝ち」的な意識を巻き起こしていた。

生産者の顔を出せば、安心感が伝わるという表向きの理由で、ずらりと農家の顔写真が並べられている店頭を見かける。そこに、生産者のプライバシーは省みられない。生産者の「俺が」意識を巧みに利用し、自らは責任を回避できる流通業界の隠れた意図を垣間見てしまつのは、穿ち過ぎか。

消費者は、何も知らないし、知らされていない。無意識的に大きく支持されているコシヒカリより遙かに美味しい米の品種は少なくない。しかし、下手に炊いてもそこそこ、冷めてもそこそここの米であるコシヒカリは、ストライクゾーンが広いこともあつて、

それほどこだわりの無い消費者が大多数を占める一般的な市場では、未だ不動の地位を保ったままである。一方で、健康・安全に対する意識は着実に変化している。無頓着な市場とは別に、真剣に健康・安全を求めめる人々が、ほんとうの情報を探索し始めた。

そんな人々は、自ら産地にも赴く。店頭で晒されている写真からの一方通行な情報ではなく、自ら足を運んで、直接的なご縁を感じ、つながっていくこうとする意識。そこには、生産者と生活者との対等平等な関係性がある。一方的なプライバシー開示ではなく、買う方もプライバシーを開示する双方向の関係性と、それを厭わない価値観。

善いものづくりをしようとする人は、語りが下手な人が少なくない。であるからこそ、それを介け支え合おうとする仲間が現れる。「ソトコト」編集長の指出氏は、そんな仲間・チームによる農業が自然体で行われている事例を、新しい動きとして熱心に紹介された。そして、どうやらこつこつというタイプは、若い農家に少なくない潮流のようなのである。

「俺が、俺が」型意識が二十世紀的農業意識であるとするならば、二十一世紀は仲間意識型農業の時代なのかもしれない。その仲間の中には、農産品を買う生活者も入っている。

つまり、「金を払っている者が王である」的な乱暴な消費者貴族意識で、何度痛い目にあつてはいるか。いや、今の瞬間もマス市場の消費者は、栄養価がほとんど無い野菜の形をしただけの「商品」を買わされていることにすら気付かないリスクを負わされている。

そんな立ち位置から離れ、「お金はありがとつての表現手段の一つであり、買う者だけが良ければそれで善いのではない」という一体感・連帯意識をベースにしなければ、ほんとうに健康的で、地球環境的にも安心できる作物には、巡り合えないことを知った人々が現れ始めている。

むさぼり尽くす消費者から、ともに持続する善い関係性を築こうとする生活者へ。産地だけでなく、人々の意識が変わり始め、選択行動が変わり始めている。

変わるうとしていいる現場の取材を通じて「ソトコト」誌は、大きく変化しつつある農家の姿を浮かび上げさせた。その視点の鋭さに感銘を深くした。

意識が変わつても、景色や空の色が変わつて見える訳ではない。目に見える変化でしか時代の変化を察知できない眼力だと、変化の激しさに追いつくことは難しくなっていくかも知れない。

しかし、意識が変わると、選択行動が変わり、ご縁も代わっていく。これに伴って人間関係が変化し、やがて人生が変わっていく。

意図して積極的な人生を生きるのか、それとも受動型で時代に追従していくのか。それは意識の変化を受け入れるかどうかの選択でもあるのではないか。

今年もはや、暮れようとしていいる。新しい年がまた、訪れる。

きただより55 弘前大学地域社会研究会 上村 康之
『かつての現場、山形県鶴岡市の「街なか」を訪ねて(1)』

山形県の日本海側、庄内地方に位置する城下町の鶴岡市。仙台市から高速バスで2時間10分、秋田市と新潟市からJR羽越本線の特急いなほ号で1時間50分の時間距離にある。今でもこの時間距離のおかげか、庄内地方は経済的、文化的にやや独立し良き個性が残る地域を形成している。

筆者はこれまで鶴岡と多少の縁がある。シンクタンク在籍時には「商業近代化地域計画」(1989年)、その後、当時計画中であった「鶴岡IC周辺の土地利用計画」(1991年)に関わった。この当時、中型の専門店がロードサイドに立地しはじめた頃であり「鶴岡市における中型店の立地展開」というささやかな研究も併せてさせていただいた。その後、仕事としての関わりはなかったが、僅かばかりでも自分が関わった鶴岡の状況が気になり、数年に1回、立ち寄り程度はしていた。

今回の訪問は自身の「街なか再生」調査として、11月中旬に仙台から高速バスを利用して鶴岡入りした。高速道路(東北横断自動車道酒田線)は酒田まで2001年に全通し、仕事で鶴岡に通っていたころに比べ、高速バスの運行により鶴岡と仙台的所要時間が当時の半分以下になり、劇的に交通環境が変わった。

鶴岡ICを降りたところに庄内観光物産館(文字通り、飲食、物販等の観光施設。店舗面積1,345㎡)があり、高速バスが停車する。多くの乗客が鶴岡駅近くのバスターミナルには行かず、ここでバスの乗降をする。庄内観光物産館は高速バスのパーク&ライドが可能で、観光拠点としてだけでなく市民にとってバスターミナルにもなっていた。IC寄りに市街地が拡大したことも要因であろう。このIC周辺が現在、鶴岡の一大商業集積地になっている。1991年に前述の計画で観光ゾーン、居住ゾーン等と色分けした地域を、20年経過し外観だけであるが垣間見ることができた。その反面、先の中型店研究でみたロードサイドショップ群は、まちの道路体系の変化から、すっかり当時の勢いを失ってしまったという。

次にバスは、鶴岡駅近くの庄内交通バスターミナルを併設した商業施設エスマール(店舗面積11,426㎡)に到着した。エスマールは、かつて庄交モールとして開業したが、核テナントであったダイエー鶴岡店が2002年に撤退し、同年専門店街として再スタートしたものである。1990年前後の鶴岡駅前には、ダイエーと鶴岡駅前再開発ビルに核店舗であるジャスコと2つのビッグストアが立地していた。そのため中心商店街の集客力が一気に落ち、その対策が「商業近代化地域計画」であった。しかし、ダイエー、ジャスコとも撤退し駅前の様相も一変してしまった。

鶴岡駅から南に歩いていくと、駅前から山王商店街、銀座商店街と線状に城下町時代からの商人町である中心商店街が連なっている。商店街は確かに空き店舗、空地が増えてはいるものの、様々な施策の展開もあり踏ん張っているように見えた。鶴岡市では前市長が2000年に「都市機能は街なかに。いまあるものは外に出さない、郊外に出て行ったものはもとに戻す」とし、市立荘内病院の移転を2003年に近隣の中心市街地内とするなど、市として「街なか」に対する強い姿勢が伺われる。今回は、踏ん張っているように見えた「街なか再生」の具体例を紹介したい。

『衆院選を控えた今』
株式会社GARBAGE代表 川島 嘉浩

本日の飲食業界のニュースで『吉野家の逆襲!250円均一店の出店開始』とありましたがこれを見た私としては「牛丼業界、広義では外食業界に未来はもうないな」と思いました。

その背景にあるのは

「食」という『健全で強い国民を育成する』、『国の一次産業を守り成長させる』という国家戦略上で大きな役割を担うはずの業界に高い志を感じることができない

他社との競争戦略、それも価格戦略でしか自社の存在価値を見いだせていない

それを助長させてしまう国民の『食』に関する無関心さ

安売り=企業努力の賜物=いいお店という、一方的な情報を流す稚拙なメディア業界等々でしょうか。

中には、「デフレを招いた金融・経済・外交政策の失態」・「都市部での核家族化と地方の過疎化や少子高齢化を加速化させた全総計画の失敗」という方もいるでしょうがそれを言い始めると日本は社会主義・共産主義・独裁主義国家でいいわけで、やはり民主主義、資本主義国家としては市場が国づくりにおいてどういう役割を担うべきか?という視点が重要なのだと思います。

現在の激安が進めば、サービス産業従事者の所得が下がる 市場で消費活動が低迷 製造業にも影響 低価格志向の加速化 一次産業の壊滅 有事の際に自国で食を賄えないという国家危機という滅亡へのデフレスパイラルが止まりません。また『激安』は飲食業に限ったことではありません。家電、車といった日本のコア産業である製造業も蝕まれ崩壊寸前に追い込まれています。日本国家に関わるすべてのステークホルダーが真剣に考え、行動せねばならない時期にきております。

そしてたまたま来月に衆院選挙が行われるこのタイミングは私自身にとって争点でもある

- ・国防のあり方に伴う憲法改正
- ・産業政策(TPP含む)
- ・金融政策
- ・エネルギー政策

など国家の視点で考えるいい機会になりそうです。

『富士の国から ~大魔神のたび~』 寸又峡温泉開湯50周年記念フォーラム
「若者が地域を変える」その5 静岡県職員 溝口 久

五番目のご登壇は、小林浩樹さんだ。ほぼ毎日フェイスブックで「せとやコロッケの会」の活動を情報発信している。氏は静岡県藤枝市の山間部、瀬戸谷地域にある大久保グラススキー場、キャンプ場を運営する大久保振興会の職員だ。地域の特産物であるしいたけを使った瀬戸谷コロッケを活用し、瀬戸谷地区全体が連携して情報発信を行おうと、平成19年に「せとやコロッケの会」を立ち上げた。周囲は皆年上の人生の先輩ばかりだ。「せとやコロッケを売



るのではなく、コロッケのある瀬戸谷を売る」、のコンセプトのもと、販売箇所を地域の活性化施設に限り、かわいらしいキャラクターによるPRを展開した結果、報道機関にも多く取り上げられ、瀬戸谷地域への訪問者は倍増させた男だ。北海道江別市の酪農学園大学で酪農経済を専攻、ちょうどリゾート法が花盛りの時代で、『リゾート開発と地域農業』をテーマに卒業論文を書いた。地方では、リゾート開発がされるものの、それが地域づくりや地域振興に結びついていないと感じていた。そこで、リゾート開発と農業による地域づくりの先進国であるニュージーランドで、1ヶ月間のファームホリデーを体験した。ファームホリデーは農家へのホームステイであるが、義務的に農業体験をするのではなく、農家に滞在してバカンスを楽しむようなものである。帰国してからは、北海道の農村を追いかけ、農村で過ごす余暇づくりを提唱した。

今の日本は、何でも農業体験しなければならぬ風潮があるがそうではない。北海道にある「ヨークシャーファーム」は、サホロ川沿いにある10haの羊牧場で、農場の中に小さなペンションとレストランがあり、のんびりとファームステイを楽しむことができる。そこでは、季節に応じ、動植物の観察やアウトドアスポーツ、農業体験など自分たちの趣向に応じて色々な体験ができる。農家の方が、自分の孫を迎え入れる「もてなし」と同じである。あれもこれも提供することを考える必要はない。至れり尽くせりは不要なのである。

大学卒業後、農作物を売りたいとの想いで静岡県に戻り、静岡JA経済連に就職した。思いとは裏腹に、自動車販売や石油販売、不動産の部署を経験したが、農作物を売る機会には恵まれなかった。その後、農協を退社し、海外青年協力隊として2年間、中米パナマへ行くこととなった。農協的な販売の受け皿づくりの指導に当たり、生産者や生産地の顔が見える委託販売形式を確立した。

学生時代にスノーボードをやっていた。ある時、実家の藤枝市芝生の上を滑るスノーボード版であるマウンテンボードの施設（大久保グラススキー場）があることを知り関わることになった。このグラススキー場のある瀬戸谷が小林の舞台だ。



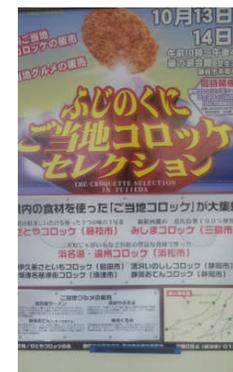
藤枝市は、干しいたけの取扱量が日本一である。地元特産のしいたけを使っ

た郷土グルメで、瀬戸谷地区を活性化できないかと考え、コロッケに注目した。一つ一つ手作りで、瀬戸谷で採れたしいたけをたっぷり使い、ソースを使わず手で簡単に食べられることを前提に、オリジナルのコロッケ開発に取り組んだ。



そして3種類のコロッケが完成した。瀬戸谷特産物加工販売組合せとやっこでは、昔ながらのお母さんの味をイメージした「シンプルコロッケ」、瀬戸谷温泉ゆらくでは、湯上りのおつまみに合うよう味噌にチーズを加えた「みそチーズコロッケ」、大久保グラススキー場では、茶所大久保ならではの抹茶が入った「抹茶コロッケ」を仕上げた。

このコロッケを買ってもらうためには知ってもらうことが一番である。テレビ、雑誌、インターネットなど、あらゆる媒体に出るための仕掛けづくりをしたB1グランプリならぬC1グランプリ（コンパクト・コンビニエンス・クリーンをテーマとした大会）を作り、いつでも、どこでも、だれでも手軽に食べられ、ゴミを出さない環境に配慮したC級グルメの大会を藤枝で開催し、全国にせとやコロッケを知ってもらいたかった。最近では、藤枝市中心街の居酒屋とコロッケ対決も仕掛けている。



コロッケを売ることが目標ではないので、外売りは考えていない。コロッケを通じて瀬戸谷地区を知ってもらうことが最終の目的である。

藤枝市と岡部町との合併の際に、岡部名物の焼きそばとコロッケを結婚させて焼きそばコロッケパンを誕生させるイベントを開催。モットーは知恵を生み出し知恵で笑おうという「知産知笑」。せとやフラガールというアイドルユニットを仕掛けたり、コロッケのテーマソングを小学校で流したりとアイディアの泉に枯渇はない。今月13,14日には静岡県内の食材を使った「ご当地コロッケ」が大集合するイベントを藤枝市瀬戸谷で開催することにしている。

コロッケにとどまることなく、小林のエネルギーはほとばしる。「茶畑の中心で愛を叫ぶ」、「みかんの皮飛ばし大会」など次々と年間15~20本のイベントや仕掛けている。年間に100本ほど、マスコミに露出をしている。イベントを、年間15~20本打っている。

若い世代にここの良さをしてもらいたい。山は垣根をなくせるボーダレスの繋がりを持っているところである。そもそも、この地域は、高いポテンシャルを持っており、そこをコーディネートすれば良い。地域の人たちやその土地を知ってもらうことが地域振興の近道であると小林は言う。

このフォーラムの第2弾を12月14,15日(土日)に同じく寸又峡温泉(すまたきょう)で「先輩も若者も地域を変える」をお題に、ますますパワーアップして開催します。詳細、お申し込みは、<http://www.okuooi.gr.jp/> 寸又峡温泉で皆様方のお越しをお待ちしております。