

松浦市分科会

パネルディスカッション、意見交換

「過疎・半島地域の可能性 ～地域そのものが資源～」

コーディネーター

菊 森 淳 文 (ながさき地域政策研究所長)

パネリスト

(五十音順)

井 村 裕 子 (一般社団法人まつら観光物産協会) **柴 田 久** (福岡大学工学部准教授)

住 徳 一 洋 (有限会社 住徳水産) **平 愛 子** (有限会社ディーディー・カンパニー取締役社長補佐)

テーマ

過疎・半島地域の可能性

地域そのものが資源

パネルディスカッション

コーディネーター

ながさき地域政策研究所長

きくもり あつふみ
菊森 淳文



三重県生まれ。東京大学法学部卒。78年三井銀行（現三井住友銀行）入行。83年米国シカゴ大学経営大学院（MBA）卒。2000年日本総合研究所主席研

究員。現在、財団法人ながさき地域政策研究所研究所長（同ながさき離島研究センター長・長崎県地球温暖化防止活動推進センター長を兼任）、(株)日本総合研究所客員研究員、長崎大学大学院兼任講師（経営戦略論）。経済産業省大臣官房「21世紀社会経済システム研究会」座長など政府・長崎県他自治体の各種委員（長）を歴任。NHK・テレビ九州・テレビ長崎・NBCラジオ等テレビ・ラジオ出演中。六次産業化を進める食農連携コーディネーターでもある。

著書・論文/「学習する会社のナレッジコラボレーション」、「経営戦略ハンドブック」、「コンサルティング・イノベーション」、「こうすれば地域再生できる」など多数

パネリスト

一般社団法人
まつうら観光物産協会

いむら ゆうこ
井村 裕子



大阪府生まれ。立命館大学文学部卒業後、住江織物株式会社に入社。在職中は広報を担当。専業主婦を経て、全国チェーン塾の講師に。平成17年に松浦市に転入。ささやかながらも地域に役立つことを、と小規模な家庭塾を始める。平成22年から(旧)松浦市観光協会臨時職員、平成24年から現職。よそもの視点から、地元の人もあまり気にかけないような地域資源を見つけ、引き出し、発信する事業「まつうらとってあるさ旅」や「まつうら塾」を担当。

パネリスト

福岡大学工学部
社会デザイン工学科 准教授

しばた ひさし
柴田 久



福岡県生まれ。東京工業大学大学院情報環境学専攻博士課程修了。博士（工学）。筑波大学大学院ビジネス科学研究科講師を経て2005年より現職。専門は景観デザイン、まちづくり。主な設計作品に大島海洋体験施設「うみんぐ大島」、福岡市「警固公園」などがある。2011年度グッドデザイン賞、2010年度キッズデザイン賞を受賞。現在、長崎県公共事業等デザイン支援会議・副座長を務め、2012年より松浦市景観基本計画策定委員会座長。五島市久賀島文化的景観整備活用委員会委員、長崎県広域景観形成推進事業・小値賀地域コーディネーター等、離島地域の計画事業に多数従事。

パネリスト

有限会社 住徳水産

すみとく くにはろ
住徳 一洋



長崎県松浦市生まれ。大阪八洲学園高等学校卒業後、上京し民間企業の経験を経て、現在、父が経営する地元の有限会社住徳水産に入社。ハマチ、トラフグをはじめとする複合養殖を手掛け、本年から新たにヒラスの養殖を取り入れている。また、若手後継者で組織する漁協青年部において活動を展開。このほか、漁業活動組織の役員として、地域の水産業振興に向けて活動中。

パネリスト

有限会社
D・D Company
取締役社長補佐

たいら あいこ
平 愛子



福岡県生まれ。大学で管理栄養士取得、富士通(株)に入社し営業を学ぶ。30歳の時に古川年巳 料理研究家に師事し、TV・講演・地産地消を学び、JA料理講師を経て、D・D Company 糸島オーベルジュ 僧伽小野宿の立ち上げと女将業。小野Group各店12店舗のメニュー作りに参画し、食からのおもてなし、生きる喜びを伝える日々。2012年『松浦 鷹ふぐバル』が、天神イムズビルB1Fにオープン。月いち朝市の松浦マルシェ・毎週木曜 鷹ふぐバルタ市と、お客様のニーズを先読みし“お客様の満足度とは”・・・を追い求める事に邁進中。

〈菊森〉 それでは、約2時間というお時間をいただきまして、パネルディスカッションを「過疎・半島地域の可能性 ～地域そのものが資源～」というテーマで進めてまいりたいと思います。

昨日からこの大会が開かれておりまして、いわゆる人口減少、高齢化が急速に進む中で、過疎地域の担う役割、あるいは意味について議論を深めてきておられます。そうした中で、典型的な長崎県の半島地域と言える松浦において、過疎・半島地域の今後のあり方、可能性について、もう一度見直してみようじゃないかということで、このテーマを設定されたものと推察しております。

長崎県におかれましては、私が座長をさせていただいているんですけども、新しい半島振興の今後のあり方について、各委員さんを交えて議論が進められておりまして、何らかの提言を今年度中にまとめていく運びでございます。実際にどういう過疎・半島地域の発展の可能性があるのか、観光なのか、物産なのか、あるいはそれ以上のほかのやり方があるのかなどなど、短い時間ではございますけれども、今日おいでいただいております各分野のご専門のパネリストの方々と一緒に考えてまいりたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

早速、本題に入りたいと思います。

今日の構成は、まず、前半で各パネリストの皆様方についてプレゼンをしていただこうと思っております。その後、後半部分でそういった現状を踏まえながら今後、この地域資源をどう掘り起こして松浦地域の発展の可能性を探っていけばいいのだろうかとか、どう活用していけばいいのだろうかというテーマについて、ディスカッションを進めてまいりたいと思います。最後に少し時間があれば、会場からのご



意見、ご質問をいただきたいと思っております。

それでは、早速でございますが、まず、前半の各パネリストの地域での取り組みの現状について、順番にお話をさせていただきたいと思っております。一般社団法人まつうら観光物産協会の井村様から順番にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

〈井村〉 おはようございます。私は、一般社団法人まつうら観光物産協会の井村裕子と申します。

まず、まつうら観光物産協会について、まだお耳なじみのない方が多いかと思っておりますので、組織の簡単なご説明をと思っております。

まつうら観光物産協会は、去年4月に一般社団法人の民間組織として発足しました。旧松浦市観光協会を母体としておりまして、設立当初は市役所の中に事務所を置いていましたが、これから松浦市も観光と物産の振興をきちんとやっていきたいと思います。一旦、市役所から外に事務所を移転して、私たちがのような民間人が採用されて、活動しております。

もうばれてしまったかと思っておりますけれども、私は実は大阪出身でして、こんな感じで、全然松浦の言葉も一つもしゃべれなくて、何でよそのものが松浦の観光の仕事をしているのかなと、そうははっきりと言われたことはないんですけども、なぜだろうとたぶん皆さん思われるかと思っております。実は、うちの組織は外人部隊でして、6人中4人が市外出身者です。事務局長が福島県の南相馬市出身で、事務局長の採用のときに、こちらのほうに来ました。だから、まるっきり今も福島弁が抜けないんですけども。私ともう2人、京都と大阪の人間がおります。事務所のほうに来ていただいても松浦の言葉をあまり聞かないので、何でこの人たちが観光の仕事をしているんだろうと、たぶん思われているんじゃないかなと思うんですけども、それをはっきりとは、皆さん奥ゆかしくて言わないので厚かましくしているんですけども。

そういう、まだ1年足らずの組織です。すぐその松浦鉄道の松浦駅の中に、今、事務所を借りております。そこで観光物産の仕事と、西肥バスさんと松浦鉄道さんの発券の仕事も委託してもらっています。ですから、たぶん、高校生たちは、駅の中にいてる人、定期のおばちゃんぐらゐの感じかなと思うんですけども、まだ1年ということで、これからしっかりと観光物産の仕事をしていこうというふうに関、体制をかためているところです。

組織の話はさておき、協会の事業の取り組みということで、体験観光産業との絡みをと一応お題が出ていますので、私たちが今、これからしようと思っ
ている事業についてのご説明を先にさせていただこう
と思います。

撮影ツアーの「まつうらとってあるき旅」というもの
を去年の事業として行いまして、今年2年目です。
毎回毎回、申込みが定員をはるかにオーバーして、
あっという間に埋まってしまうというすごく人気の
ツアーでして、企画した私も、ちょっとびっくりする
ぐらい反響を呼びますので、こちらをぜひ紹介した
いなと思っております。

もともと松浦市観光協会時代に写真コンテストを
して今年で25回目ですかね。市役所にある古い
アルバムをたどっていくと、「昭和43年写真コンテス
ト入賞作品」というものもあったので、たぶん、松浦
市観光協会の発足時ぐらいに観光協会のコンテスト
になったんでしょうけれども、随分前からあったみ
たいですね。私が生まれる前から、50年ぐらいある
のかなと思います。

写真を撮られる方はすごく多くて、そこにちょっ
と視点を当ててみました。写真コンテストの常連の
方から、何で松浦市のコンテストはもうちょっと力
を入れてやってくれないのか、よその市もだいたい
どこでもしているけれども、賞金ももっと多いし、バ
スツアーとかでいろいろなところに連れていってく
れたりする、それぐらい厚くもてなしてほしいとい
う意見をいただきまして、なるほどと思ったんです
ね。それで、その次の年から、これをツアーとして事
業化してみようということで、「まつうらとってある
き旅」、これを去年3回行いました。そちらのほうの詳
細をご紹介します。

まず、市内外のめばしい写真の愛好家の方のとこ
ろにご案内を出すのと一緒に、市報とかを通して広
報しました。1回目、2回目、3回目とプロの写真家
の先生をかえまして、その先生の得意分野について
の「とってあるき旅」というふうにしてみました。い
わゆる景勝地ではなくて隠れ家的スポット、地元の
人もあまり知らないようなマイナーなところ、暮ら
し・なりわいの様子が見えるような情景、島の生活、
山の生活、お祭り、そういったものを撮りましよう
というのが「まつうらとってあるき旅」です。

こちらの写真、左のほうに、後の柴田先生のネタば
らしになるんですけども、「ひやーし」というのが
ありまして、その「ひやーし」の前でみんなで撮った
ものですね。2回目なんです。去年の11月にしました。

写真の講師の先生は藤田洋三さんという写真家で、
私たちがびっくりするような怪人レベルのちょっと
変わった方です。その先生に2日間ぴったりついても
らって、写真の撮り方はもちろんですけども、写真
を撮るといことは一体何なのかという哲学的なこ
とまで教えていただいて、ものすごくこの回は好評
でした。

そのときに、前もって私のほうでつくったのが、右
側の絵です。江戸時代の古地図を探してきて、今の志
佐のまち並みと、江戸時代のまち並みと重ね合わせ
るように地図をつくってみたんです。

私も、何せよそ者なのでよくわからなかったん
ですけども、志佐のまちは、この5、600年全然変わ
っていないんです。昔の地図のままで、道もそのまま
残っています。松浦市文化会館あたりは干拓でずっ
と海のほうに陸が広がっていくという、だから
ちょっとこの辺だけが違います。駅から旧バスセン
ターが主要道、あと小学校通りも主要道で、それから
寿昌寺さんのところからずっと裏側が昔の街道と
なっていて、今の志佐中学校の下までが海だったと
いう、それが全部残っているんですよ。地図を描き
ながら志佐のまちが何か目に浮かぶようでした。自
分が住んでいるまちですけども、すごく楽しかっ
たです。そういう思いをしながら写真を撮ってほし
いなと思って、こういった地図をつくりました。



毎回すごく好評で、24年度の参加延べ数は100人
近かったですね。そして、市民の方からも、住んでい
ても知らないことが多いので、地元を知るよいきっ
かけになるという意見をたくさんいただくようにな
りまして、これは何かひとつヒントになるなと思
いました。足元を知ることが、わがまちへの愛着を深め
て、ひいては皆さんの自己肯定感の向上、幸福感の獲

得へとつながるんじゃないかと。また、自分が写真を通して思ったことが他者へ伝わることで得られる充足感もすごく大きいと思います。写真を通じて市外県外の方とのやりとりが生まれていって、そこから何度も松浦に足を運ばれる方もいらっしゃるのかなと。こうした地道な活動が、松浦好き、松浦大好き、松浦ラブという人をつくり出していくのかなというふうに思っております。

この間、9月の土谷棚田の火祭りにも写真撮影ツアーということで行かせていただきました。このときは東京のほうから来たり、ものすごくたくさん応募がありまして、ちょっと変わった撮影会をやっているよという口コミもあったのかなと思っています。

こういう事業を通して、こちらから不特定多数の方に情報を投げかけるというのはすごく効率が悪いなと思いました。あらかじめ対象者をこちらでより好んじゃう、絞ってしまって、その人たちからどういう要求が上がってくるかをまずリサーチして、その人たちが満足するような旅行サービスを提供するほうがよっぽど効率的だなと最近思っております。よく言われる「出口からさかのぼって」というものですね。そういう企画が、私たちのような小さいまちにはとても重要で、効果を生むのかなと思っています。

今年は、新事業の「観光講座まつうら塾」というものを目指して思っております。明後日、第1回を迎えるんですけども、松浦の歴史、文化、景観、食について、その道に詳しい市民の方やプロの人たちに講師をお願いして、松浦についてまずは広く、浅く、楽しく知っていただくような講座にしようかなと思って今、準備をしています。「まつうらとってあるき旅」と同様、地元の松浦の魅力についての、まずは再確認というものを目標にしています。それから、講座を修了された方が、松浦のよかところを自分の口を通して、自分の手を通して、自分の顔を通して発信していくようになっていったら、例えば松浦に来たときに、ちょっとここはどうなんだと、ちょっと知識があったら、ここのことを教えてほしいとか、まっさらで来られた「どっかいここはないかな」という人に対して、それぞれに適切に案内ができるという体制を整えておけます。そして、そういう人たちをつないでいくことが、旅行者の細かな要求を満たす、大きく言えば交流人口の拡大にちょっとずつつながっていくんじゃないかなと考えています。

講座の内容を決めるにあたっては、松浦の各地の習俗や伝統行事に詳しい人、祭りや地域行事の後継

者の人——担い手と言われる人たちからお話を伺って、こちらで資料を集めて概要を組み立てていく作業が必要になってくると思います。そのときに私たちが一番当てにしているというか、力になってほしいと思うのが、既に活動されている松浦市の体験型旅行のインストラクターの皆さんですね。この方々はほんとうに生き字引と言ってもいいですし、実践者であって、修学旅行で来る子供たちにメッセージを伝えるメッセンジャーでもあるということで、これからも協会としては、まつうら党交流公社との協力はやはり不可欠ではないかと思っています。まずはこの地で連綿と続く暮らし・なりわいが生み出した地域資源について、わかりやすく、まず整理して意味づけすることから始めていこうかなという、今は、準備の準備の準備段階というところですが、協会では進んでいこうと考えています。

特に食の分野については、今、地産地消、食の安全、あとは子供に与える情操面ですね。そちらのほうも観光資源として訴求力がどんどん強くなってくると思いますので、昔ながらのごくごく当たり前前に皆さんが食べていらしゃった食事が、どんなに豊かであるかということ、そういうアピールを含めて、地域の食を担ってきた農林水産漁業者、あと女性の皆さんの力がとても必要になってくると思っています。

〈菊森〉 ありがとうございます。

この「まつうらとってあるき旅」「観光講座まつうら塾」ですが、この松浦市というのは、私もここに来るとほっとするんです。山もあれば農村風景も広がっている、島もあるという非常に変化に富んだ地域で、どこに関心を持つか、人によって全部違うと思うんですね。歴史・文化も確かにそのとおりだし、食もそうだし、地域の資源を発見するという意味で、写真を撮るということの意味は大きいかなと思ってお聞きしておりました。どうもありがとうございます。

それでは続きまして、福岡大学工学部、柴田准教授のほうからお願いします。柴田さんは、松浦市景観基本計画策定委員会の座長でもいらっしゃると思います。

〈柴田〉 皆さん、どうもおはようございます。福岡大学の柴田です。

先日、夜遅くに松浦に入りまして、ふだんなら一杯飲んでから、お仕事を絡めてくるんですけども今回飲めませんで、しっかりお話したいと思います。



今、菊森コーディネーターのほうからご紹介いただいたんですが、私は松浦市と1年ほど前からかわりを持たせていただくようになりました。きっかけは景観計画を策定する会の座長を務めたことです。

ご存じの方もいらっしゃるかと思うんですが、2004年に景観法が制定されて、全国各地でこの法律にのっとって景観計画というものを策定しています。景観法は、単純に景観を守るための法律というだけではなくて、景観を守ることで、その地域独自の特色をどうアピールしていくかを全国で考えながら、そのひとつの手だてとしてこの景観計画を使っていくというものでして、これが今、全国の流れになっています。ただ、全てがうまくいっているかというところでもなくて、私が今、景観計画の策定に携わっているところが九州内でも結構ありますが、計画自体が絵に描いた餅になっているんじゃないかと危惧しています。そうならないように、松浦市のこの計画策定のプロセスにおいては、少し工夫をしてきたという話もしていきたいと思います。

まず、私のプロフィールについてお話しします。今回、過疎地域の今後の可能性をテーマとされているわけですが、私が松浦市に入る前に、5、6年ぐらい前からかわっております五島のお話を最初にさせていただきたいと思います。平成20年度に長崎県の五島市、もちろんご存じの方も多いと思いますが、ここも離島ですが、五島市が景観計画の策定をいたしました。当初からかわりを持ってここまで今来ているんですが、この景観計画を策定することで、翌年、久賀島——重要文化的景観というものに指定されている地域ですが、久賀島の景観まちづくり計画が策定されました。同じ年に奈留島——江上という重要な教会などがある島がありますが、そのアクションプランという、具体的にこう

いう行動を起こしていきましょうという景観計画よりもより詳しい具体的な計画案を立てております。

次の年、平成22年度には、福江島の奥浦地区という具体的な地区に絞った景観まちづくり計画を策定して、その翌年には先ほど私が申しました、久賀島全体が重要文化的景観に選定されました。

平成22年に五島市の景観計画が策定されて、先ほど言いました、この景観計画が絵に描いた餅にならないようにしていくには、どうしたらいいか五島市のほうで一生懸命考えました。河川や道路などの社会基盤ですね、景観法上、道路、河川は公共施設という言い方をしますが、これを景観重要公共施設として位置づけ、そうした施設の整備を実際いかに推進していけばよいか、また、各施設管理者の目標共有に向けたより具体的な整備方針をしっかりと明示したほうがいいんじゃないかと。単純に「計画を立てたから、よし、これで景観が守られる」というのではなくて、それに基づいてひとつひとつの公共事業に気をつけていきましょうというガイドラインをつくりました。それが景観重要公共施設の整備指針ですが、策定された。

ここで言いたいのは、景観計画をひとつぽんとつくれば、じゃあそれで景観が守られるというわけではなくて、それをひとつのベースとして次の展開、次の展開、次の展開と積み上げていくのがとても大切であるということです。今回、五島では、久賀島が重要文化的景観に選定されて、今、五島市さんはすごい頑張っておられます。

ここに示すのは、先ほど言いました公共施設のデザイン指針ですね。単純に文章だけで、こういう公共事業を、「この場所に道路をつくるときはこの山並みとか海に向かった景観に配慮しましょう」とか言葉だけで記述するのではなくて、こういうふうな絵に描きました。旧五輪教会という、世界遺産登録に向けた教会群のリストの中でも結構重要な教会がある地域では、どこから見たときの眺めを大事にして、基本的にはこういうデザインにしましょうと地図に落とした、というんでしょうか、これは絵ですけども。こういうふうな、わかりやすくビジュアルにちゃんと意識を共有していきました。

じゃあ、そういうガイドラインがどう実際の事業につながっていったかですが、これは先ほど言いました旧五輪教会につながる参道です。ただの参道なんですけど、この道は昔、隠れキリシタンがここを歩いて旧五輪教会に礼拝に来ていたという道です。世界遺産を登録していく上でもストーリーとして、この

道はただの参道ですけどもすごく重要なわけです。こういう場所は、一般的には公共事業としてはあまり重要視されず、単純に、もしかするとアスファルトなんかで舗装される可能性もありますし、そう配慮されません。けれども、先ほどの景観計画や重要な文化的景観の中のアクションプログラム、いろいろな制度が積み重なっていくことで、参道は実は、階段と土系舗装で二つに分かれて少し景観に配慮した、しっかり道路整備されています。でも、ぱっと見は、普通の参道にしか見えないようにわざとつくっているんですね。これは、旧五輪教会の景観を守るためにその公共事業に配慮した事例です。こういうことも可能になってきます。

もうひとつお話したいんですが、今の話は五島市という福江を中心としたお話ですが、今、新上五島町と小値賀町と——これは菊森さんにもすごくお世話になっている「シンクながさき」と一緒に連携してやっているところなんですけれども、五島列島を広域に捉えて景観整備で、何かひとつの事業をやっていけないかというお話です。全国からすれば、五島市の福江も小値賀町も新上五島町も、五島列島ということでひとつなわけですね。できればこの3地域がひとつになった、連携した、広域で捉えた事業を進めていけないかということで、3地域で集まっての全体協議会を繰り返しながら広域景観形成の計画案を今つくっているところです。

南のほうは五島市、新上五島町が真ん中で、北が小値賀町です。五島列島は、小値賀町、新上五島町、五島市に地区が分かれています。今回、やってみておもしろかったんですが、すぐ近くなんですけれども全然行き来がないということがよくわかってきました。ここで心がけたことは、計画案を単純につくるだけではなくて、この計画案をつくる話し合いの過程で小値賀の人、新上五島の人、五島の人をどうやってつなげていくかという、飲み会はもちろんですけども、そういうことをしっかり考えながら協議会を進めていったことがひとつの工夫です。

なかなか松浦に話が行きませんが、今回、地域資源の話になると先立ってお聞きしておりましたので、次は大分県の豊後高田市についてです。ここは、非常に今、観光客がたくさん集まっているまちで、昔は何の変哲もない、一般的にという語弊があるかもしれませんが、衰退する中心市街地に悩んでいたまちでした。

これが昔の豊後高田です。昔は豊後高田だけじゃなくて、いろいろなまちで見られていたまち並みで

す。けれども、最近、昭和をテーマにした「ALWAYS 三丁目の夕日」という映画がありましたよね。豊後高田は古くなった店舗などを「昭和の町」として、ひとつのテーマとかコンセプトにして、それをばんばん前面に打ち出すようなまちづくりを始めたわけですね。

これが豊後高田市の店舗の様子です。基本的に、こういう店舗は、屋根の上にパラペットで、古くなった屋根を隠すために囲ってしまうんですね。これをやめようよと。古くなった昭和の雰囲気、レトロなものをどんどん出していこうということで、パラペットを外しました。一部はもちろん改修して新しくしていますが。

これはラムネの古いただの看板です。今までだったら、これは捨ててしまって、新しいものにかえようというものをそのまま使っています。ベンチ、コココーラのさびた看板、こういうものも廃棄しないでそのまま飾っています。

そして昔、どんな店舗だったかということで、ちょっと見えにくいですけども写真をつけて、この店は、昔はこういう店で、この店には一店一品というか、この店には一品こういうお宝があるんですよという説明書きをして、観光客の方に楽しんでもらうという工夫して、非常に大当たりして、今、すごく地域が潤っているという事例です。



それで、本題の松浦に入ります。つまり、自分の地域の資源が何かなのですが、今日来ていらっしゃる方はたぶん、いつもそういうことを考えておられるであろうし、すごくチャレンジングに取り組んでおられると思うので、釈迦に説法みたいなのところもあります。しかしやはり、松浦でもまだまだ、自分の地域の資源が何か、つまり松浦らしさって何だろうと

いうことを、そんなに日常的に考えるということはないですね。そこをどうくすぐって、皆さんが日常的に見ているものが、外の人から見るとすごくおもしろくなって、それが観光、まちづくり、活性化につながっていく可能性があるんだということをどうやって伝えていくかです。そこを今一生懸命やっています。伝え方の話は後でしたいと思うんですが。

ここに松浦の資源がいろいろあります。土谷の棚田とか田園風景、モンゴルとの歴史、そして先ほど井村さんにネタばらしをされてしまった「ひやーし」ですね。

松浦市の景観基本計画では、まず松浦らしい景観を守るということで、松浦らしい景観を生かします。松浦の景観の守り手、生かし手を支援し育てるというような人材育成もしっかりと——これは全国の景観計画でもあまりなくて、珍しいと思います。普通、景観だけどう守るかとか、規制・基準をどこでとるかとかを重要視した計画案が多い中、基本計画というものもありますけれども、松浦市ではどちらかというと、人をどう巻き込んでいくかについてしっかり書いたというのがひとつの工夫です。

さっき、絵に描いた餅だと何回も言っていました。景観計画を立てたから、はい終わりじゃなくて、その中でしっかり具体的にまず、先行して何かアクションを起こしましょうというアクションプログラムをつくっています。

そのひとつが「ひやーし」と呼ばれる高生垣です。松浦に特徴的な生垣があるんですけれども、九州だと鹿児島ちんらんの知覧ちんらんが有名ですが、そういう生垣を使った景観まちづくり。あと、鷹島・福島というまちづくりでかなり先導的に活動を活発にやっておられる地域があります。そこには先導的にまちづくり計画を立てていこうと。以上2つ、具体的にこことここはしっかりやりますと基本計画の中に明記しました。抽象的でアバウトな、景観守りますよ、これ大事ですよとか言うだけではなくて、こことここはこれからしっかりやります。何年までにやりますというところまで書いたということです。

これが私が今やっているものです。皆さん、見えませんか、生垣です。人が立っていますので大きさがわかっていただけと思うんですけれども、かなり大きいです。この生垣はマキの木です。出雲にも築地松ついでまつなど風よけの大きな生垣はあるんですけれども、玄関くわんに入っていく開口部の上をつなげてあるんです。これはあまり見られなくて、松浦にすごく特徴的なものです。今、歴史的、文化的価値をいっぱい調

べているところで、これはヒアリングをしている様子ですけれども、もしこちらに松浦の方がいらっしゃって「ひやーし」の歴史に詳しい方は、どうぞ松浦市役所の都市計画課までご連絡いただいて、私にお話をお聞かせいただければと思います。以上です。

〈菊森〉 ありがとうございます。

地域資源ということを考えるときに、松浦らしさをどこに見出していくかが非常に重要だと。その中で、戦略性といいますか、どれに絞って景観として売り出していくのが非常に重要なことかなと、先生のお話を伺っていて思いました。その中で「ひやーし」という、確かに知覧とも似ているかわかりませんが、私が見たところ平戸のマキの木の生垣も、こんなに大きな規模じゃありませんけれども、非常に地域の特色をあらわしていると感じました。そういう意味では、何を戦略的に決めて、それを地域資源として売り出していくのが、計画段階で非常に重要なことかなと思ってお聞きしておりました。それから、人材育成についてはまた後でさらに詳しいお話を伺いたいです。どうもありがとうございます。

それでは、水産業の観点から、住徳水産の住徳さんからプレゼンをお願いしたいと思います。



〈住徳〉 どうも始めまして。住徳水産の住徳一洋と申します。今日はどうぞよろしく申し上げます。

それでは、水産業の現状と将来の展望についてお話をさせていただきます。

まず、住徳水産の仕事内容です。近年、魚価の低迷、えさの高騰、燃料の高騰、さらに若者の水産離れと、現状は厳しく、下火傾向にあります。こういう時代だからこそ、やりがいがあると僕は思って、日々仕事に励んでいます。

簡単ながら、僕の生い立ちについて話をさせていただきます。大阪の高等学校卒業後、東京の会社に入社しました。2年ぐらいたったとき、当時、だいたい23、4歳だったと思いますが、父親の住徳水産の社長から連絡があり、帰ってきて仕事をしないかと言われました。僕は水産業界をそれまで全くしたことがなく、少し考えると言いながら、だらだらしていましたが、悩んだあげく、約1年経っていたと思いますけれども、帰郷しました。最初は全くわからず、がむしゃらで、時が流れていましたが、年数を重ねるごとに、養殖のやりがい、そして仕事への意気込みを持つようになり、現在に至ります。

遅れましたが、住徳水産事業概要を説明します。わが社では、ハマチ、トラフグ、ヒラスの3種類の魚種を養殖しています。ハマチは、近年、魚価の低迷が激しく、ハマチにかわる青物はないかということでヒラスを導入しました。トラフグに関しては死亡率を抑え、他社と違うところで勝負できるような商品を目指しています。

次は、青年部活動についてです。僕が水産業界に入って、新しい活動がないかと探していたとき、地元の水産業界が集まっている部を見つけました。それが青年部です。総勢21名が所属している、生き生きと活気がある青年部です。

活動内容を説明します。サメの駆除活動、磯監視、夜間の磯監視といった活動をしています。みんな仕事の合間を見つけ活動しているので、なかなかそれぞれが集まることができず、時間を割いて、連絡をとり合っただけでそれぞれが分けて活動を行っています。今年初めて活動を行ったのが、水産多目的機能発揮対策です。あちらの写真を見ていただいてよろしいでしょうか、主にガンガゼという、とげが長いウニを駆除する活動です。潜水器具などをつけ、船上から潜るといった活動を行っています。海の上から見て、海はただきれいだと思っていたのですが、実際に海の中に潜って見ると、害がある毒ウニであるガンガゼが多く、磯焼けが進行しています。皆さんの目で見てもわからない海の中で、こういった水産業界の青年たちが今も陰ながら活動しています。そういった中で、私は活動できているのをとても嬉しく思います。

次に、現状と課題です。現状の水産業界はまず、体を動かさず機械を使っただけの効率化が遅れているような気がします。私が帰ってきた当初は、3、40年前と変わらない仕事をしていました。ここはクレーンを使ったほうがいいんじゃないかと思ったりもします



が、いまだ機械より手が早いなどとよく耳にします。水産業界は特別だからといった声も多々聞こえます。ですが、水産業界は特別じゃなく、誰もがができるような仕事にしなければ若者離れは止まらないと思います。機械を導入し、そして、誰もがわかりやすくできるような仕事体制を整えなければ、いたずらに効率化がおくれて、人も寄りつかない仕事現場となると僕は思っています。よく誘われて、県外などに研修に行かせてもらっているのですが、やはり長けている他県の業者の仕事内容は、よく機械を使い効率化がされています。どの仕事も一緒だとは思いますが、やはり機械に対して勝てる人などはいないと僕は思っています。細かい作業には人の手が必要だとは思いますが、人を3人使うより機械を使ったほうが僕はいいと思っています。少ない人数でより大きいことをというのが、現状のわが社の課題だと思っています。

今後の展望ですが、販売ルートの確保、販売ルートの開拓、関西方面、東京方面などにそれぞれのルートをつくれるような体制をとっていきたいです。

東京などのシーサイドフェスに紹介されて行かせてもらっているのですが、やはりそういったところにまず行って、自分の目で見て、その後、まず自分が行動に移すということが大切だと思って、今も取り組んでいます。

今はえさが高騰し、えさの確保も難しくなっています。その中で、私は余っているえさ、残渣と言われているものをより今まで以上に活用し、そしてその確保を大幅にできることを目指しています。世界にもまだ余っている場所が多々あることに気づき、松浦の資源も使い、世界の資源も使いたいと思っています。

以上で終わらせていただきます。

【菊森】 今後の展望まで一気にお話しいただきまして、どうもありがとうございます。

水産品も、この松浦の地域資源の非常に重要な部分を占めております。特にフグは、もともと松浦の特産品として全国的に名が知れていますが、それ以外にも多くの水産品が、天然物もそうですし、養殖物としても出荷されているという現状がある中で、食の世界の、特に代表的な水産品というものに、どう取り組むかを住徳水産の住徳さんに今お話しいただきました。

水産業自体はそのまま放置しますと、漁獲高が10年前と比べて半分近くになってきてしまっている現状では、維持することは非常に難しくなってくると思います。そういう意味では、水産業の維持、発展のためには今お話いただいたような養殖、あるいは加工品、あるいは水産の体験型観光、いろいろな形を模索していくのが全国的な傾向でございます。その中でも特に、付加価値が高くて、漁家所得を平均以上に押し上げることができる養殖は、非常に大事な水産業のひとつの形態になっていると感じております。

そういうことに真正面から取り組まれて、かつ、問題提起として、機械化の問題と販売ルートの開拓という、この大きな2つの課題に真正面から取り組まれていることは非常に感慨深いものがあると今お話を伺っていて思いました。最終的に回収をして、お金にかえて、次の生産に取り組んでいくことが、水産業のような業種でも当然必要になってきますから、多くの後継者をつくっていくという意味でも、販売あるいは機械化の問題は避けて通ることはできないのではないかと今、お話を伺っていて強く感じました。ありがとうございます。

それでは、販売の話、水産品の話とも特に密接に関係していらっしゃる有限会社ディーディー・カンパニー取締役社長補佐でいらっしゃる平様に次のプレゼンをお願いしたいと思います。

よろしく願いいたします。

【平】 皆様、おはようございます。貴重なお時間をありがとうございます。

私は先ほどご紹介いただきましたディーディー・カンパニーという、福岡でONOグループとも呼ばれております飲食のお店を12店舗展開させていただいております。また、松浦市、福岡市の都市圏の交流プロジェクトチームということで、代表が小野、そして私が顧問をさせていただいております。

今から1年4か月ほど前に、福岡天神の真ん中にあ

るイムズという情報発信ビルの地下1階に「鷹ふぐバル松浦」という長崎県松浦市のアンテナショップが誕生いたしました。平成24年6月ですね。ここで松浦の豊富な産物、食材を福岡の方々に楽しんでいただくバル形式でのお目見えとなりました。

そして、松浦を感じてもらうには、まだまだ小さなスペースで、どういう発信をしようかとなったときに、6月に誕生してその3か月後に、代表の小野が朝市をやろうと。もっと松浦を知ってほしい、もっと松浦を感じてほしい、味わってほしいということで、松浦のマルシェをしよう。マルシェというのは旬を味わうという意味でして、月1回、新月のとき、魚が大量にとれるときを狙い、朝7時半から10時までのマルシェというものがスタートしました。当店の主力スタッフ、店長クラスが集まり、福岡で松浦の朝どりの新鮮食材の野菜からお魚まで、もう松浦市の観光の方から農家の方々、そして漁師の方々、まつうら党交流公社の方々にも参加していただいて、すごくたくさんの方に来ていただいております。

これは、お野菜が並んでいますが、「アジ20」と見えますけれど、あれは200円じゃなく20円なんです。1尾20円。なかなかこの安さはないです。新鮮で、お刺身でも食べられるお魚という発信でして、たいへんにぎわってスタートいたしました。ちょっと先ほどに戻っていただくと、店内では左側に写っています松浦のクロマグロの解体もさせていただいて、その場でマグロを食べていただくこともやっています。お子さんたちも食いついて見るような、こういうインパクトから始まった「松浦マルシェ」です。

ここで、月1回だけの皆さんへの発信ではまだ少ない、もっと松浦を知ってもらえるイベントはないか、朝に弱い方にも楽しんでもらえる楽しい発信はないかということで、いろいろな知恵を持ち寄って、毎週木曜日に、今度は、鷹ふぐバルタ市が去年11月にスタートしました。時間は、博多とのコラボですので、博多山笠の追い山は朝4時59分にスタートするというので、「鷹ふぐバル」は夕方4時59分にバル形式でスタートしています。

朝のマルシェとはまた違って、夕方、松浦のお魚がずらっと並びます。赤提灯に明かりがともりまして、ざるやトレイを持って自分たちでお魚を選びます。これもまた劇的に安いです。そして、自分たちでプラス100円でメニューを選ぶと。このプラス100円でお刺身、カルパッチョはもちろん、塩焼き、煮つけ、てんぷら、から揚げ、アクアパッツァなんかも、調理していただいてバルで食べるという形です。昨日も木曜

の夕市があったんですけれども、ワタリガニ1杯250円とか、キス、サバ、コウイカ、ヤリイカ、全てお刺身から楽しんでいただけるお魚が並んでいます。

こういう朝市と夕市という形で、朝の楽しみ方も、ほんとうに天神がしんと静まりかえっているところから、そして夕市でオフィス街の人たちが天神の真ん中で、階段をおりてきていただいて、自分たちがお魚を手にとって食べていただくと。こういう2つの形を今、展開しております。

でも、始めればそれでいいのではなく、もっともとお客様の笑顔が見たい、満足度をもっと追求していくためには進化していかないといけないんですよ。そこで、また考えました。朝市のマルシェが始まって6か月ぐらい経ったとき、マルシェも進化いたしまして、今度は福箱というものをつくりました。これは1,000円とか500円で作っているんですが、1,000円の中には2,500円相当の10種ぐらいのお刺身が楽しめるお魚がどさっと並んでおります。500円にもそういうお魚が並んでいるんですね。この2つも全て、プラス300円で全てきれいに2枚、3枚にさばきます。私も主婦をしておりますけれども、どこのスーパーよりも、安過ぎるだろうという丁寧なさばきとパック詰めもしてお渡します。これがすごく功を奏してまして、10月6日、先日の松浦マルシェで、マルシェ始まって以来、過去最高の売り上げを出せていただきました。



でもまた、夕市も進化しないとと思って、夕市も6か月たったころに夏本番に向けまして、メニューを楽しんでもらう中で、ビールも100円で楽しんでもらうハッピーアワーの時間をつくったり、その日しか食べられないメニューも出したりしました。バルに來られているお客様たちから出てくる言葉として、

新鮮な魚が並んでいて食べさせてもらえればいいかというよりは、それだけじゃなくて、粋なおもてなしと新鮮なお魚を掛け合わせることで、もっと生きがよく感じられると。松浦が楽しいと。「松浦を食べる」と感じられるよと言っていました。

せっかくの天神の真ん中のイムズで発信しない手はないと思います。松浦の地元の方々が福岡に出てきていただいて、交流の場をもっと持っていただきたいと思います。朝市には朝市ならではの漁師さんや農家さんの朝どりのものを直接、福岡の方に届けていただいたり、また、いろいろな松浦で生まれている食べ物とかさき酒、そして試食なんかも、今度は夕市でお酒とともにということで皆さんと交流していただいて発信をしていただけると、もっと松浦発信のマルシェと夕市に仕上がっていくんじゃないかなと思っています。今、そういう展開で取り組みをさせていただいております。以上です。

〈菊森〉 ありがとうございます。

今のお話を伺っていて思いましたけれども、やはり松浦を感じてもらえる場を福岡につくると。それはお魚というものを通じて、お魚に親しんでもらうということも大きな目的になるわけですが、同時に松浦を感じてもらうことに成功されている例かなと思います。朝市・夕市・福箱、この3つのものを使って、そういった表現をしようとしているということは、全国でも非常にユニークな例だと思いました。

沖縄県那覇市の公設市場は戦後、自分で選んだ魚を調理してもらって、それから有名な唐戸市場もそういうやり方をとっておられるんですけれども、もう少しおしゃれにして、まちなかでそういうことができる、しかも松浦というものを体感してもらえるところが非常に大きな成功の要因ではなかったかなと感じました。

どうもありがとうございます。

それでは、後半に入っていきたいと思います。前段で、皆さん方にどういうことに取り組んでおられるか、それから松浦の今後の過疎・半島地域の発展にどのようにつながっていくのかという、その具体的なケースをご説明いただきました。後半はもう一歩踏み込みまして、今後の地域資源をさらにどう掘り起こしていったらいいか、どのように活用をしていくべきなのかについてお伺いしていきたいです。私が常に思っておりますのは、過疎・半島地域において一番大事なことは、先ほど井村さん、柴田先生それぞれの方々からお話がありましたように、地域資源を

どう発見するかという気づきをどう地域に与えていくかです。場合によっては、よそ者であるがゆえにわかることも多かろうと思います。そのような、地域資源の発見というひとつのステップがございます。

それから2つ目に、それをどのように活用していくかです。それを物産の販売として、福岡、東京、大阪などで販売していくのか、あるいは観光として松浦に来てもらえるような手だてを考えていくのか。こういった地域資源を活用した大きな2つの方策があるかと思っています。

3つ目に今後の具体的な計画とかマーケティングです。誰を主な対象としていくのかということも大事になってきます。例えば、井村さんのお話にありましたように、カメラで撮るとしても、いろいろな方々のニーズが背後にあるわけで、誰をターゲットにしていくのが非常に大きな要素かなと思います。

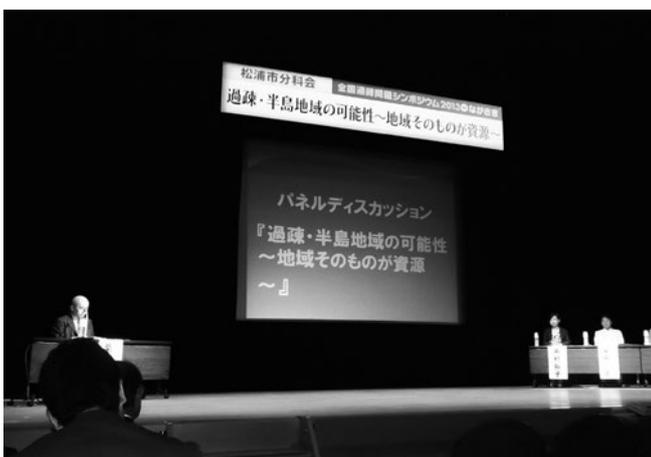
そして最後に実行の段階がございます。マーケティング戦略をつくるだけじゃなくて、どうやって実行していくかも非常に大事で、このためには実行できる組織、人材育成が地元で行われないと、なかなかこれも実現しません。

以上のような全体構成になっているのかなと感じながら、皆さん方のご意見を伺ってきました。

そこで、お一人お一人にいろいろ伺っていきたくは思いますが、前半の話とダブっても構いませんので、関係のある部分から順番にお伺いしていきたくは思います。

まず、地域資源の発見というところは、なかなか一般的には気づかない部分が多いと思うんです。地元の方々でも気づかない、眠っている資源がまだまだあるかと思うんです。

どなたからお聞きしましょうか。平さんの目から



をどう表現するか、相当いろいろな新しいアイデアでもって、ONOグループさんでやっておられるわけですけれども、どうやったら松浦のお魚とか水産品が福岡でより評価されるようになるだろうかと。どういうふうに感じておられるでしょうか。

〈平〉 今、画面に映っていますのが松浦のアジサバ井で、始まって以来の大人気商品です。今、旬の「旬さば」が出てきておりますが、アジとサバなど青魚を博多もんは大好きで、目も厳しいんですけども、松浦のアジ、サバは確かな味で、色つやも確かですから。井ということで、サバを焼いたほぐし身が入ったご飯の上にアジ、サバを乗せて、そして最後はお茶漬けで楽しんでもらったり。あと、「鷹ふぐ」というフグですね。

フグも、鷹ふぐバーガーという形で出させていたでいるんですが、フグフライが非常においしいんですよ。生では食べられない方や、お子様でも、揚げることによって身の弾力を感じていただけます。フグはこんなにおいしいのというのをお子さんからお年を召した方まで感じていただけるのがこの鷹ふぐバーガーです。

あと、マルシェでも出していますブリ井もすごくおいしいです。

今、「魚島来めし」というものも松浦の特産で、出しております。これもすごく人気です。そして今、「オナゴ飯」をつくっております。松浦版と福岡版をつくって、福岡版を私が担当でつくらせていただいています。今度、写真撮影があるんですが。これも今、言いたいけれども言えませんが、チリメンも使いつつ、おいしい「旬さば」を使って、ちょっとフレンチの技法も入れた井に仕上がっています。福岡からも、松浦に逆発信というか、逆輸入してもらえるような商品を私たちも生み出したいです。

また、松浦の地元ならではの味を福岡の方にどうやったらもっと発信していけるか。つなげていくのは食べ物だけではなく、人がここにかかわって、人との交流で魚も変化していくので、これだけおいしい素材があって、松浦は食の宝庫です。福岡では、小学校の参観なんかで必ず松浦漁港が取り上げられるぐらい、松浦が日本一の漁獲量を誇るということの子供のころから教えられるんです。だけど、なかなか福岡で松浦のお魚だけを食べられる場所がなかったので、松浦が福岡で食していただけるこの絶好の機会に、お魚の交流ももちろんですが、人との交流を含めて、もっと新しいものが生み出せたらと思います。あ

と、高級食材のクロマグロもトラフグもクルマエビもあるんですけども、すごくクオリティが高いので、どうしてもお高くなるんですけども、皆さんに松浦を食していただくためには、少しでも粹な値段で福岡の方に食べていただいて、松浦のすごさをもっとアピールしたいなと現場は今思っています。



〈菊森〉 ありがとうございます。

魚島来飯、オナゴ飯という発想はなかなか普通生まれてこないと思うんですけども、アジとかサバとか、長崎県で非常に豊富な魚種なんですけど、そういったものをどのように見せるか、それを料理の形で見せるのか、どうなのか。それから、大事なのは話題性ですね。そういったことを考えながら物産振興につなげていく。つまり、よくあるサバとかアジであっても、見せ方とか取り上げ方によって大きく資源の価値がかわってくることの非常にいい例をお話いただいたと思います。長崎の牧島で生産しているアジ茶漬も、ピークはほぼ過ぎてきているかとも思いますけれども、かなり多くの売上げをあげてきた商品でございます。そういったものも、「地域資源を外部の人の目で見直すと、こう変わる」ということのひとつの大きな例だったかもわからないと思っております。

それでは、観光の分野でこの地域資源を今後どうさらに発見していくかということについて、井村さんと柴田先生のほうで何か補足することがありましたら。今後どういうふうに松浦の地域資源を発見していったらいいかということで、何かコメントがありましたら、お願いしたいと思います。どちら様からでも結構です。まだまだいっぱい眠っているとは思いますが、

〈柴田〉 今の平さんのお話を聞いて、いっぺんでおながすいてですね。やはり見せ方というか、粹なおもてなしということでした。ほんとうに、ちゃんともうけているんでしょうかね。(笑)

〈菊森〉 どうでしょうか。あまり言えないですかね。

〈平〉 はい。(笑)

〈柴田〉 でも、今回、ONOグループさんと松浦がつながったことは、非常によかったと思うんですね。観光でひとつ大事だと思うのは、今の菊森さんのお話にもありましたけれども、見せ方と、それをどう活かすかということの外に発信していくという、外とのつながりを持っていくことの重要性です。特に、過疎地域はなかなか自分のところのまちにお金がなかったり、人材がなかったり、いろいろな課題を抱えているものですから、外の力を借りたり、外の人材とかパワーを求めることがとても重要になってくるという、これは私もそう思います。

ただ一方で、そこにあまりにも迎合というか、やり過ぎて、地元が意図していないお客さんがいっぱい集まってきてしまっていて、地元が荒れてしまったようなケースもたくさんあるわけですよ。

観光ということをしっかり考えるときに、地元がお客さんを選ぶんだぐらいの、こだわりを観光の中で。そこがたぶん、松浦らしさだったりすると思います。松浦に来てほしい人はこういう人で、松浦のよさはこういうところで、これをちゃんと感じてほしいんだということを明確に地元が持つということが、観光を成功に導く——最初は、難色を示されるんですよ。誰でもいっぱい来てもらえれば、とにかく人に来てもらわないと、お金も受けしないとということですね。でも、実際に成功されているところは、そういうところではなくて、しっかりとこだわりをもって、これだというふうに出されているまちのほうが全国的に多いです。そのほうが後々、持続的に活性化につながっている、観光がうまくいっていると思います。以上です。

〈菊森〉 ありがとうございます。

今の柴田先生から問題提起していただいたことは非常に大事です。外部の人間から見て、地域資源を発見されたとしても、それが地元のものになるかどうか非常に大事であろうかと思います。

経営戦略の世界では、顧客はできるだけ絞り込む、

それが戦略性の一つのあらわれになるわけです。どんなものをどの層に対して販売していくのがマーケティング戦略の重要なところになってくるわけです。そういう意味では、ある程度、「こだわり」という表現をされましたが、絞り込みをしていって、そこをまずメーンターゲットとするということが最低限必要になってきます。そこから、あとは広げていけばいいということだと思えますね。そのためには、地元の人のこだわり、あるいは地元の人たちからの選択ということもあわせて考えていく必要があるという問題提起をいただきました。ありがとうございました。

井村さんのほうから、コメントがもしあればお願いしたいと思います。地域資源の発見とかですね。

【井村】 私が一番下の子供が小学校5年で、4年生の単元で今、平さんもおっしゃっていましたが、地域の学習というのがありまして、去年も観光の話をしてくれということで学校に行ったりしたんです。そのときに話したのは、松浦の人が松浦のことをもっと知ってほしいということですね。私は大阪出身ですが、大阪の人はすごい大阪が好きなんですけれども、異常に好き過ぎてあんなふうになってしまうんですが。なぜ大阪の人はこんなに大阪が好きなのかなと思ったときに、徹底的に、小学校ぐらいのときに自分の地域の文化とかを教え込まれるとかか刷り込まれるとかかですね。思えば、落語を聞きにいったり、漫才をしにきてもらったり、地域の劇団の人が来たり、しょっちゅう体育館に行っては何かジャンカジャンカと。私らは授業が潰れるからラッキーぐらいやったんですけれども。小学校のときに、先生たちも大阪府豊中市も、いろいろ子供たちにしやろうというのがいっぱいあったなと思います。

松浦に来てみると、先生たちはほんとうに熱心なんですけど、やはり子供が少なくなっているというのと、景気が悪いの——日本全体が停滞しているというのものもあるんでしょうか、学校に行ってもそういう文化に触れることがあまりありませんでした。大人になったときに、大人も、松浦党という、ここは松浦家という松浦水軍とかいろいろあるすごく歴史も豊かなところで、鷹島なんかは教科書に載っている元寇、蒙古襲来の絵巻の出来事があったということも知っているけれども、何があったのかはよくは知りません。あったらしいね程度で、少しがっかりしたなと思うことがあるんですよ。知っている人は、ものすごく詳しいんですよ。郷土研究とかされる方は

もちろんおられるんですけども、一般的にあまり自分の足元のことを知らないなという印象がありました。すごく自己を卑下されるんですよ。何もないとか、こんなところおもしろいとか、何ももうからんとかですね。自分の松浦に対してちょっとマイナスのイメージを持って大きくなられてしまったのかなと僭越ながら思いますので、やはり小さいときから細かなことから教えてやってほしいなと思います。

観光は何ですかと聞かれるときがあるんですけども、観光はやはり人じゃないのかなと思うんです。平さんもおっしゃっていましたが、人とのつながりというか、人に会いに行くというよりも、自分に帰るといふか、人とか自然とか、そこに帰るために人は旅をするのかなと思うんですよ、根源的なところで。だから、人というものを大事にする松浦であってほしいなと思うので、まず足元についてこつこつとですね。一足飛びにはできないので、私たちのほうからも、いろいろ投げかけをして、自分のまちの歴史、どういう自然があって、どういう魚があって、昔ここにはこんな人がおってとか、そういうところからと。身近な、「えっ、そんなことで」というところから、どんどんどんどん啓蒙と言ったら何か嫌らしいですかね、そういう活動を中から発信してほしいなと常々感じています。偉そうで済みません。

【菊森】 いえいえ、ありがとうございます。

これもたいへん大事な点をご指摘いただいたわけですが、地域にも自己イメージとか、自分たちが誇るべきものがあって、それをどう子孫に継承していくか。そのためには教育も必要になるし、気づきを与えることも大事だと思うんですけども。そういったことを連綿として地域がどう取り組んでいられるかが非常に大事だなと思ってお聞きしておりました。

私も関西人なものですから大阪の話は特になるほどと思うんですけども、地域イメージの強いところは、一旦衰退しても、またよみがえることが非常に多いと感じています。これはどの地域でもそうです。例えば長崎県内で言えば小値賀町もそうですけれども、長崎市内も実はそうですね。「さるく博」が何で成功したのか考えたときに、あれは長崎のまちの人たちのプライドがあったからだと私は思います。それまで観光客が激減していったわけです。これ以上減ると、観光都市長崎なんて、もうなくなってしまいうじゃないかと言われていたんです。自分たちのまちの魅力を、自分たちの言葉で、人として市民が、ボランティアも含めてまちのガイドをしていくことで表

現していったんですね。それがプライドの高い長崎の市民にとって非常に心地よいことだったので、聞いているほうも熱意を感じて、観光客が集まるようになった、そういう面が実はあったと思うんですね。

観光とは、確かに人が人を呼ぶという面が非常に強いと私も思っています。人の魅力で人が来るということもあります。でもそれは、自己イメージの高い人がいないと、なかなか観光にはつながっていきにくい面もあるんじゃないかなと思います。そういう意味で、教育の果たす役割が、それは学校教育だけじゃなくて社会教育の果たす役割も大きいのかなと思って伺っておりました。非常に重要な点をご指摘いただきまして、ありがとうございます。

ほかにも、いろいろ地域資源の発見、その活用についてはご意見もあろうかと思えますけれども、もうひとつ、私が非常に大事だなと思えますのは、いろいろ市役所が計画をつくったり、あるいは、まちの人たちが自主的にそういう景観計画をつくったりすることあろうかと思うんですが、実際にそれを実行していけるかです。これがかなり大事な点かなと思うんですね。柴田先生から先ほどご指摘いただいた後半部分で、地元の人材育成も含めて、地元の人たちがどういうふうにしてそれを遂行していくのかという点などについて、具体的に地域資源を活用して、それを実行に移して成果をおさめていくという過程で、何か参考になるお話があればいただきたいと思えます。

まず、柴田先生のほうからお願いします。

〈柴田〉 やはり、人が人を呼ぶというのは、ほんとうにそうです。この話をしているかわかりませんが、私の研究室として五島に入るようになって、五島の人たちとすごく仲よくなりました。それで、五島の人たちのまちに対する熱い思いにある学生が感動して、その後、その学生が五島市役所に勤めたいと。福岡出身で全く五島には縁がないんです。今日、実は会場にも来ているんですけども。人にほれて、そこで働きたいと。つまり、人口がひとり増えているわけですね。しかも、人材がそこで生まれているわけですね。だから、人づくりには、人が人を呼ぶということと、もうひとつあって、人材を育成していく、人が集まっていくという面も大事です。最初のステップは、誰と誰を会わせたらいいとか、こういう場ではキーマンは誰で、それを探してつなげていくとか、そういうことが人づくりにはとても大事なんですが、それがちゃんと後につながっていくかまで人づくりは考えないといけないということです。



それともうひとつ、これはとても大事なんですが、今日来られている方もそうなんですけれども、今の一番の課題は、意外と計画をつくる側の庁内の人づくりだと思っています。五島もそうですし、松浦でもそうですが、景観計画をしっかりと進めていくうえで、いろいろな部署が連携していかないと絶対にうまくいかないわけです。農林、観光、建設、教育委員会の文化系、そういうところがひとつの計画を進めていくうえでしっかり手を組んでやっていかなければいけません。各課から集まってもらって、庁内勉強会をしっかりとやって、今回こういう景観計画を立てますが、こういうところを大事にしていますので、皆さんの課に影響が及びます、皆さんもちろんちゃんと協力していただいて、この趣旨を理解してくださいねと言うことです。たいへん面倒ですけども、来てもらって、話をして、帰ってもらってということを毎回やっていく。何となく、人づくりというと、住民間とか地域の人たちというところに目が行きそうですけれども、実は、それをやる側のほうも、ちゃんと庁内の連携——縦割りを崩すということですね、それをしっかりと計画づくりのプロセスの中に取り込んでいく工夫を私は大切にしています。

〈菊森〉 ありがとうございます。

ちょっと前段に戻ることにするんですけども、実は、私はかつて内閣府から、全国の地域再生に成功した地域と失敗した地域を比較して、何がどう違ったのかを冷静に分析してほしいという依頼を受けたことがあります。そのときに結論として出たのは、その地域にキーマン、あるいはキーパーソンと言われている人、リーダーでもいいんですけども、それと、それを補佐するネットワークがあるかないかでした。それだけで、多くの場合決まってくるという結

果が、かなり多くの事例をデータとして調べたんですが、出てきたわけですね。これが全てとも思いませんけれども、県内を見ても、「あの人のいる、このまち」というイメージがはっきり湧くような地域は、地域の発展に相当大きなプラスに働いている可能性があるなというふうに思っています。

松浦市も典型的ない例なんですけれども、松浦市というと、まつうら党があり、物産協会がありという、具体的なイメージがある。福島にはあの人がいるよね、鷹島には彼がいますよねと挙げられるような地域になっておられると思うんですね。これをさらに進めていく必要があるかなということで、人材の育成、人の発見——地域資源の発見も大事ですが、人材の発掘ということもまずは大事だと思います。

それに加えて今、やや私も耳が痛いなと思ったのは、柴田先生の今の話の後半です。役所の縦割りをある程度排除してでも庁内の風通しをよくするんだよ、庁内の意見交換でいい計画をつくっていくことも大事だよというご指摘をいただきました。これはなかなか、まだまだできていない部分がある、どの市であろうと町であろうとあるのかなと思います。ありがとうございました。

井村さんのほうから、実際に観光物産協会で地元の人たちと接しておられて、人材の育成とか発掘とか、そういういろいろな点について、具体的に進めていくためには協力なしにはできない、一緒にやっていかないとできないわけですが、何か感じられることがあれば、ぜひコメントをお願いします。

【井村】 それは私が今、一番教えてほしいなと思うところでして。(笑)

何をしても、すばらしい計画、すばらしいプランができ上がっても、実行部隊がないことには、というところが、たぶん、松浦で何をやるにおいても一番大きな課題だと思います。いろいろなアイデアは数々浮かぶんですけども、じゃあ、それをお願いしますという頼み先がないというのが実情です。住徳さんのような若い事業者さんとか、頑張っておられる方をいかにうちのほうも網を張り巡らして、引っ張っていくかとかですね。埋もれていっちゃるとも思うんですけども、ほんとうに実数が少ないので、一人への荷重が重くて、嫌になっちゃって続かないとか、潰れちゃうとか、よく見られる傾向です。ですから、そこを私も教えてほしいんです。どうしたらいいの。高校生もみんな出ていっちゃいますしね。20代、30代、40代になってその人たちが帰ってきて

くれるのかどうかということとかですね。私もそこは今、いくら頭をひねっても答えが出ない状況で、どうしたら底上げできるのか、また、リーダーになるような人たちをつなげられるかが悩みどころです。

【菊森】 ありがとうございます。

これはすぐに答えの出る問題ではなかなかないと思うんですけども、取り組んでいかなくはないという意味では大事な課題だと思います。

そういう点から、住徳さんが青年部活動を一生懸命やっておられると。その前に、実際にこの水産業のはっきり言いつて経営の改革といいますか、発想を全く変えて今、養殖に取り組んでおられると思うんですけども、青年部活動などを通じて地元の青年部の21人が、みんなでどういう話し合いをして、誰がどういうふうに物事を決めていかれるのか、ガンガゼ駆除もそうですけれども、どういう過程で、どう動いておられるか、教えていただきたいなと思いました。

【住徳】 青年部には部長、副部長、会計と3種類の役職があって、支部があり、そしてまたさらに、漁協で集まって鷹島、福島、あとは新星鹿の本部で構成されています。そしてガンガゼ駆除は、部長のほうで駆除の話を持ってきたと私は聞いています。

【菊森】 部長さんがまず発案されて、みんなでやろうじゃないかと動かれたということですね。そういう意味ではリーダーとしての部長さんの役割というのが大きかったとすることができるわけですね。

【住徳】 そうですね。水産は縦関係がとても厳しく、でも、その厳しさの中にやる気があって、先輩たちが



やっているからこそ、自分たちもそれ以上のことをしなければいけないというのが、昔ながらのいいところでもあると思っています。

〈菊森〉 今のお話を伺って、僕はすごくびっくりしたんですけれども、そういう意識でずっと言い伝えられてきているというか、そういう文化があるんですね。僕はそれはすごいことだなと思いますよ。なかなかそう思わない組織とかが多いんですけれども、今話を聞いて僕はびっくりしましたね。ありがとうございます。

平さんのほうからも何か具体的に企画を実行に移していくとき、当然いろいろ障害もあるでしょうが、それをどうやって乗り越えていくとか、実際に、実行にかかわるところで何か参考になるお話があれば、お伺いしたいなと思います。

〈平〉 松浦と福岡という距離が少しあるんですけれども、随分縮まってきてまして、今日の朝、私は車で来たんですが、西九州道の延長が伸びてまして、思ったよりもかなり短時間で着きました。

この距離感を、もっと短くするというのは、やはり人と人のつながりで、先ほどから申している部分ですが、私たちのスタッフがまつうら党の体験をさせていただいたときに、帰ってきて、どうだったと聞いたところ、開口一番、「子供がかわいかったんですよ」と言うんですよ。農業も漁業も体験しているんですけれども、印象に残ったのが子供のかわいさだったと言うんですね。何でと聞いたら、サッカーをしながら、「お兄ちゃん、人数が足りないから入って」とか自然に言うんだそうです。そういう気さくな子供たちと遊び、そして、もちろん大人の方々とのかかわり、ふれ合いも楽しかったらしいんですが、やはり人の温かさを感じたと。

私は、この松浦マルシェが進化をしていくもうひとつとして、子供さんたちが、松浦のことを勉強して、福岡で「こんなところですよ」「こんなところできたお野菜です、お魚です」と、マルシェで活躍してもらう場も今後できたらいいなと思います。また、高校生の人たちも、インターンシップで、職場体験という形で、松浦のよさを福岡でアピールするとか。外に出ることで、松浦の食材の豊富さを初めて知ったり、地元のよさを感じられる、その一瞬にマルシェがなっていけばいいなと今思っています。

〈菊森〉 ありがとうございます。

だんだん時間も迫ってきているんですけども、この辺で会場のほうから、もしご質問があればお受けしたいと思うんですが、ご質問、あるいはご意見でもいいんですけども。どなたに何を聞きたいかということでも構いませんので、もしよろしければ、そういう方がおられれば、お手を挙げていただけますでしょうか。何かございますでしょうか。突然なのであれですが、せっかくいい機会でございますので、もし聞きたい方がいらっしゃいましたら、お願いしたいと思います。

お一人、手が挙がりました。

〈質問者〉 ひとつ質問をさせていただきたいんです。平さんのお話を伺っていて、とにかく安くいいものを売るんだということで、松浦の発信という面では非常に魅力的な活動だなと拝聴させていただきました。けれど、いいものを安くで喜ばれるというのは、聞いていて、これは当たり前なことなんじゃないかなと思ひまして、次のステップとして、いいものをいい価値で売ると、地元にもっと還元できるような、次のステップのお考えとかがあったら、ぜひ聞かせていただきたいと思います。よろしく願います。

〈菊森〉 じゃあ、平さんのほうから可能な範囲でお答えいただけますか。

〈平〉 これはほんとうに、私たちも松浦マルシェをしていて痛感するところなんです。松浦の方々の価値を下げずに福岡の方々に発信すること。でも、価値というのは、新鮮で安ければ喜んでもらえる、新鮮で高かったら食べてもらえない、そうではなくて、まずは食べてみないと、味のよさを知っていただくチャンスがなかったり、わざわざ朝7時半に天神までお休みの日に起きてくるには、それなりの、先ほどから言っていますが、劇的なこととか、ここまでするのという部分がないと、まず人を呼んでくることはできないという現実の厳しさがありません。

来ていただいたうえで味を知っていただく。今、1年4か月続けさせていただいて、お客様がお金を払うときに、こんな値段で買わせてもらってごめんねと。私たちも、会計幾らですと言うときに、安過ぎますよねと。私は、レジで集計をやっていますので、こんないいものを食べさせてもらって、ありがとうねという会話を最近すごくしています。ちょっと変わってきたなと思ったのが、こんないいものを安く食べさ

せてもらってありがとう、また楽しませてもらいたいから来るねとなってきていることです。そういう形で今お客様とつながっています。

もっともっと松浦を知っていただきたいし、私たちだけの力ではなかなか発信する幅も狭くなりますので、先ほど言ったように、漁師さん、農家さんに直接持ってきていただいて、福岡の方々に、「これは俺が必死で育てたけん、こんなに下げられんと」とかいふ会話をしてもらってもいいので、「この金額で食べてもらって、絶対うまいけん」と。そういう形のかかわり方がほんとうのマルシェの活気だと思えます。プライドを持って、一緒に来ていただいて、福岡の方々に価値を食べていただくような、そういうマルシェの形も目指したいと思っています。

〈菊森〉 今のお答えで少しイメージが湧いていただきましたでしょうか。さらに何かご質問があればどうぞ。

〈質問者〉 質問に答えていただいて、ありがとうございました。

基本、マルシェに定着して来ていただくお客様は、安くて新鮮なものを目指して来られる方で、その中で、ほかと比べて松浦の価値を認識してくださったということですが、そのマルシェの取り組みだけでは、生産者の所得の向上にはたぶんつながらないんじゃないかなと思うんですね。結局、いいものを安く出して喜ばれると。天神ではいいかもしれないですけど、松浦の発展に果たしてつながるのかなというのが…。安く売らなくちゃいけないのに、自信を持って売ってくださいというのも、またちょっと違うかなという気がいたします。最初の入り口としてはすばらしい取り組みだと思うんですけども、長い目を見て、松浦市の第一次産業の発展につながるようなそういった長期的なお考えがおりならと思ったんですけども、そこはいかがでしょうか。

〈平〉 松浦の食材の価値を高めるとか、発展につながるようなマルシェにしていきたいというのと、今は、まずは松浦を知ってもらうチャンスとして始まっていて、先ほどからお伝えしているように私たちだけではなかなか伝えきれないです。松浦と福岡とのニーズの違いというのがあります。福岡に松浦のものを持ってきて、そのままウケるかと思ったら、ウケないこともあります。福岡から松浦に持ってきて、松浦では通用しないということもありま

す。この壁というのは一緒になって改善していく、そういうものだなと思っています。

〈菊森〉 ありがとうございます。

時間の関係でこの辺で終わりたいと思うんですけども、今のお話で非常に大事な点を問題提起していただきました。

実際、アンテナショップとかで試しに売ってみる、あるいは松浦市のPRをする、松浦の魚になじんでいただくという段階では、どうしても安くていいものを提供するというフェーズがたぶんあるんだろうと思うんですね。それを今、着々とやっていただいているんですが、問題はその後です。どうやって売価を上げていくか、あるいは、ほんとうにその価値をわかってくれたりピーターをどれだけつけていくか。リピーターになってくれた人たちは多少高くても買ってくれるしという過程をたぶん経るんだろうと思うんですね。

その中でひとつ、平さんのところの強みだと思うのは、料理部門を多く持っておられることです。料理の開発ができること、価値のあるものを高く売ることができる、そういう業態のお店を持っていっちゃいます。ですから、単にマルシェとして新鮮な物を安くということだけではなく、それなりの価値に対する対価を払っていただける顧客層をどうつかんでいくかが非常に大事なかなと思います。

既に長崎市と佐世保市と雲仙市が福岡に出店しておられます「キトラス」でも同じことが起こっています。私がああ企画を長崎市の田上市長にご提案したときもそうだったんですけども、単に宣伝費として使うんだったらもったいなさ過ぎる、これをいずれ定着させた販売につなげていけないと大きな意味はないんじゃないかと申し上げたことがあります。そういう観点からすると、やはりレストラン、食の楽しみ方の多様化が図られるグループとつき合っていくことも非常に大事かと思いました。松浦市の水産品がいいと思っても、チャンスが今までなかった人たちに、まず食べていただいて価値をわかってくれ、そこから入られたのは大正解だったんじゃないかなと思います。

時間も近づいておりますので、質問はこの辺にさせていただきまして、最後に各パネリストの方々に、今日言い残されたこと、あるいは今後の活動への抱負などを一言ずつ頂戴して終わりたいと思いますが、いかがでしょうか。

まず、井村さんのほうからお願いします。

〈井村〉 言い残したことは特別ないんですけれども、まずは柴田先生の話にもありました「招かざるお客さんに来てもらっても、うちは喜ばない」という視点は必要だと思います。でも来ていただいた方には、きちんと満足してもらわないといけないとも思いません。

今、ガイドの養成もうちの協会ですしているんですけども、例えば今、皆さんの家の横をたくさんの一—たくさんといっても100人じゃないですけども、10人、20人ぐらいの小グループが結構な頻度でうろうろされたら困るかなとか、まち歩きというメニューをつくったとして、そうした人たちが来るともしかしたら嫌じゃないのかなとかもあるので、受け入れ体制について一方的に言いつばなし、やりっぱなしじゃなくて、湧き上がってくるような感じで、私たちはこういう人たちに来てもらうことを喜びますよというところからいかないと、観光も立ちいかないかなと思います。

今、お話があった、物を売るという、物産振興と観光を絡めるというのはすごく難しいですね。慎重にいかないといけない部分もあるなと今日、私も感じましたので、その辺をもうちょっといろいろな人たちの話を聞いて、頭の中でぐるぐる回して妙案が出てきたらなと感じました。

今日はありがとうございます。

〈菊森〉 ありがとうございます。

それでは、柴田先生お願いします。

〈柴田〉 今日のお話はほとんどそうだと思うんですが、人づくりもそうですし、計画づくりもそうですし、場所づくりもそうです、全部それがそれだけで終わるのではなくて、そこからいかに波及効果を生み出せるかを先に考えて人づくり、計画づくり、場所づくりを行っていくことがとても大切じゃないかなと思えました。

松浦にはまだまだ、つくられていない人、つくられていない計画、つくられていない場所もいっぱいあります。その資源をいかに地元が活かせるか。先ほどの、もうける話もそうだと思うんですけれども、ビジョンをどこに持っていくかを早く考えて、また、何か少しでも成果をひとつ見つけるということがとても大事です。人づくりも、人づくりばかりやっている、結局、何が変わったのかがどうしても目に見えないから、見せられるものを何かひとつでもつくること、とても大事になるのかなと思えました。

以上です。

〈菊森〉 ありがとうございます。

成果を見せる、成功体験を地域が持つかどうかというところも大きなポイントかなと思います。

住徳さん、お願いします。

〈住徳〉 これからの方向性の転換をと。まず自分で行動して、そして今の状況をよく理解し、そして県外へ向け、せっかく松浦に住んでいるのだからこそできることをまず自分たちが一丸となりやっていきたいと思っています。

〈菊森〉 ありがとうございます。

最後になりましたが、平さん、お願いします。

〈平〉 博多は、多くのビジネスチャンスと交流のチャンスが眠っている場所でもあります。

その福岡と松浦との交流ということでのアンテナショップが1年ちょっと前に誕生して、大いに松浦を試し、また大いに試されて、お客様のニーズへの感度、そして新規の発想を磨いて、福岡から松浦への流れ、松浦から福岡への流れができていくように日々頑張りたいと思います。

〈菊森〉 ありがとうございます。

今日は、「過疎・半島地域の可能性～地域そのものが資源～」ということをテーマにしまして話を進めてまいりました。かなり、それぞれのお立場から具体的な事例をいただきまして、それについて分析、あるいは意見交換をさせていただけたものと思っております。

最後になりますけれども、過疎・半島地域におけ



る地域資源をどう発見するかが、まずは入り口として大きな部分だと思います。地元の住民の方は気がつかないこともあるでしょうけれども、実は多くの地域資源がまだ眠っています。その切り口というのが、例えば自然景観であったり、歴史・文化であったり、食であったり、健康であったり、あるいは女性、子供からの視点というものもあるかと思っています。地域資源の活用については、今日のお話でも挙がっていましたが、やはり物産、それから観光、この2つをどう絡めるかということも含めて、マーケティング戦略をつくっていく必要があるだろうと思います。

それから、地域が発展する条件として、ひとつはキーパーソン、または事業主体、あるいは地域内外のネットワークをどうつくっていくか。販路であるとか、観光客をどう誘致してくるとかといったことも含めて、こういったことが必要になるだろうと思います。2つ目に、やはり事業の企画力です。特にマーケティングを踏まえた企画力。これは市役所の政策立案能力にも求められると思います。3つ目に、交通アクセスです。この問題は解消されつつあると私も思います。例えば西九州自動車道が延伸されて、福岡との時間距離が相当また縮まってくることがございますし、それによって企業誘致も含めて、大きくこの地域が今後変わってくると私は実感しております。

それから、何といたしましても、地域が発展する条件としては、地域、地元に対する愛着・愛情ということが最終的には一番大事な点です。高い自己意識といえますか、そういったものを地域がどう持ち続けることができるかが、非常に大事なかなと思っています。

こういう点も総合しまして、今後、地域人材育成、財政支援とかの支援措置が、半島振興計画には必要になってくるかなと思ひまして、実は長崎県さんにはそういったことも含めたご提案をしていきたいと思ひ、活動を続けております。

最後になりますけれども、東京にオリンピックが誘致されることが決まった日、世界で最も印象に残る言葉として滝川クリステルさんがおっしゃった「おもてなし」という言葉がございます。最終的にはこの地域がどれだけ異質な方々を受容できるような「おもてなし」の力を持てるかどうかが、かなり大きくなってくるとは思ひません。しばらくの間、このホスピタリティー、あるいは「おもてなし」という言葉が、日本の今後の観光、地域の発展、特に過疎・半島地域の発展には欠かせないのではないかと考えます。

逆に言うと、この過疎・半島地域の方々は「おもてなし」の力をもともと潜在力として持っているのではないかと私は信じております。こういったものを起爆力としながら、ぜひ、過疎・半島地域の今後の発展に役立てていただきたいと思ひますし、また、一緒に考えて行動してまいりたいと思ひます。

今日は長時間に及びましたけれども、過疎・半島地域の可能性について皆様方とディスカッションできたことをたいへん幸せに思ひます。

今日はどうもありがとうございました。