

平成 31 年 2 月 吉日
議事録担当 園崎弘道

大阪市立大学大学院 都市政策・地域経済コースワークショップ
1 月 4 日実施分 議事録

テーマ：「自然な農と食を活かした地域活性化」

ゲスト：金丸 弘美 様

(内閣官房地域活性化応援隊地域活性化伝道師、総務省地域力創造アドバイザー)

実施日：平成 31 年 1 月 4 日 18 時 30 分～21 時 20 分

【ゲスト紹介】小長谷先生よりゲストの紹介

名所旧跡は当たり前ですが、食がキラコンテンツになってきます。安全な食をいただくことが最高の幸福であり、贅沢である時代になってきています。食の伝道師であり、各省庁のアドバイザーを務めておられる金丸先生に、「食による地域活性化」をお話しいたします。

【講演内容】

- ・名古屋で開催しているオーガニックで新規就農者だけのマルシェ。代表の吉野隆子さんは、子どもの時に自律神経失調症となったが、有機農業で治った。料理人もお客さんとして来られる。出店の仕組みは、テーブル 1 個 2000 円。それが運営者の収入。あとは、ボランティア的なお手伝い。新規就農者の相談窓口も設置。30 代で農業やりたい人が増えている。年に 6 回、新規就農者向けのセミナーも行っている。行政がやっても結局独立できずに離農してしまっていた。3 年間の新規就農補助金だけもらって、それ以降は成り立たない。どうすれば、ちゃんと経営が成り立つのかを研究し伝えている。売り先、マーケットを作って、消費者の欲しいものを作れば成立する。そうすれば、新規就農者は増えてきます。特に、オーガニックが人気です。有機農業は、全農家数の 0.5%。全農家面積の 0.4% しかない。イタリアが 7.8%。アメリカも進んでいて、日本は世界最低レベルです。日本の有機農業は、こんにゃくとお茶を輸出している。イタリアにも、小麦アレルギーでパスタを食べられない人向けに、有機こんにゃくが輸出されている。

※オアシス 21 オーガニックファーマーズ朝市村。2004 年、名古屋のど真ん中ではじまった有機で新規就農した農家によるマルシェ。旬のオーガニックの野菜や果物が並び、年間約 6 万人、1 回約 1200 人のお客さんと賑わいます。愛知と隣接する岐阜・三重・長野・静岡から 25～35 農家がやってきます。

参考資料

●吉野隆子インタビュー「金丸弘美のニッポンはおいしい！」

「名古屋駅前でオーガニック朝市を毎週開催。

市民と新規就農と都市と農村の架け橋として定着」 吉野隆子さん

<https://wan.or.jp/article/show/8119>

・都市農業の連携で面白いのが「旬八青果店」。31歳の左近君が始めた。10坪ほどの空き店舗でやっている。

こんなので大丈夫かという所でやっている。ゆがんだトマト、形の悪かったら、値が付かず、捨てられていく。彼は、規格外で捨てられてしまうものも売っていく。都会の方は、一人暮らしなどが多いし、高齢化率もどんどん増えている。東京は、友働きが49%。家で料理を作らない。総菜を買って帰る。お弁当などの中食が、急激に伸びている。総菜コーナーが大流行。一人暮らしの家庭も多いことから、野菜や果物もたくさんはいらない。1個、2個で購入のニーズも多くある。旬八青果店の彼らは、社内で勉強会をして、形の悪い野菜や果物も1個単位で、美味しさをしっかり説明して売っている。天王洲アイル、オフィス街しかないところで、まさかの八百屋。ここで野菜を売ると同時に弁当を売っている。魚も野菜も、弁当によって違う。バラバラでもいいじゃないかちゃんと説明できればという発想。スムージーも一杯200円。手書きで書いていて、日によって変わる。全国から果物や野菜を寄せ集めているので、毎日味が変わる。今までは、大量生産、すべて同じでないとダメというやり方だった。これまでよくあったのが地方のものを東京で売るとき知事さんが法被をきてPRしてサンプルをタダで配るといようなキャンペーン、こういうのは、やめた方がいい。大量生産の時代ではない。少量でも美味しいものを、消費者ニーズに合ったものをしっかりアプローチすることが大切。

※左今 克憲(さこん よしのり)福岡県立新宮高校 普通科卒。東京農工大学農学部環境資源科学科卒。
2007年3月 株式会社インテリジェンス新卒入社 2009年1月 同社退社 2009年2月 アグリゲート創業
2010年1月 株式会社アグリゲート設立 旬八農場、旬八青果店、旬八キッチン、旬八onlineなどの食の生産流通小売事業(SPF)、旬八大学や食農業界の生産性向上のための人材採用教育、ブランディング、などのプラットフォーム事業、を行っております。「未来においしいをつなぐインフラの創造」というミッションを掲げ、経営を行っております。

・周防大島

高齢化率51%。人口1.7万人。観光客が100万人来て、若い人の起業。移住もどんどん増えている。ジャムズガーデン。京都出身の松嶋匡史君がやっている。奥さんの智明さんの実家は、お寺。彼は、最初、中部電力に就職した。その頃出会ったのが周防大島出身の智明さん。二人は惹かれ結婚。彼女はお寺を継ぐのが嫌だったこともあり、これでサラリーマンの妻になると思っていた。ところが新婚旅行で行ったパリで、彼は、ジャムに魅せられて、ジャム屋をやりたいと言い出した。彼はジャム屋をやろうと計画を作り始めた。お父さんが賛成した理由は、ジャム屋はすぐつぶれるだろう。そうすれば、お寺を継いでくれると思った。それで夫婦で島に移住して、奥さんの実家でジャム屋をやることに。彼がおいしいジャムがあれば売れると言ったが、彼女は美しい風景と素敵なカフェがあってジャムを買うんだというのが、彼女の提案。お洒落なカフェを島に作った。今では、売上1億円。30名の従業員。大量生産ではなく、手作り。ジャム800円~1200円。51%は島で売れている。毎回ジャムが変わるので、島に来る理由がある、リピーターを生む。食べ方の提案、おしゃれ。お父さんが農業を始めジャムの原料の果実を作り始めた。またお父さんの知人で農業指導員だった方が県を退職した後に参加し農業部門を設けて、島にない果物を作っていた。そして、ジャムにしていく。奥さん智

明さんは、今年からお父さんの後を継ぎ住職。今、お寺の視察が多い。廃寺が進んでいる。人口が減ると、お経だけでは食べていけない。智明さんはお経の内容を自分なりに歌にして歌う住職として、歌ってジャムを売る奥さんがすごく人気となっているとのこと。

島の観光協会も独自の観光誘致政策を打ち出して県外から多くの人を集めている。それがなんとフラダンス。周防大島は、明治時代に、ハワイへ移住した歴史がある。そこで観光協会主催のフラダンスを始めた。8週間もやる。きっかけはハワイから来た妖艶な女の人のフラダンスがすごかった。島で始めたらいいのではというのが始まり。国内でもフラダンスの愛好家が多いが、公民館で踊ったりしていて、外で踊る機会はほとんどない。そこで、周防大島の浜辺で踊ることを企画した。ここにきて踊って、宿泊もしてくれる。

町では移住も増えている。効果をあげているのは町で企画した移住ツアー。1回1泊2日で9800円。有料です。仕事や暮らし、医療体制、さらに島の暮らしに付き物の、浜辺の掃除も体験してもらうこともやっている。移住希望者は増えている。若い人で40代くらいまでの希望者が多い。

東京・有楽町にあるふるさと回帰センターがある。ほとんどの県が移住相談窓口を設けている。移住希望者は増えている。実は、うちの息子も、そこに行って和歌山県に移住した。

※松嶋 匡史（ただし）＜略歴＞(株)中部電力に11年間勤務。うち2年間は東京のベンチャー企業株式会社ビー・スタイルに社会人インターンシップとして勤務。2001年に新婚旅行先で見つけたパリのコンフィチュール専門店に魅せられ、周防大島で手作りジャム専門店を起業。

＜ジャムズガーデン以外での職務＞内閣府地域活性化伝道師・周防大島観光協会副会長・山口県キャリア教育推進会議委員・山口県活力創出推進会議委員・周防大島へのUIターンを応援する会会長など

※周防大島町定住促進協議会概要

会長：椎木巧(周防大島町町長)。目的：定住者の受け入れ体制を構築し周防大島町への定住を促進する。

事業内容：UJIターン者及び受け入れ者の支援に関する事など

参考資料

●「美味しい田舎のつくりかた：地域の味が、人をつなぎ、小さな経済を耕す」金丸弘美著

(学芸出版) <http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/book/bookdetail.php?no=196&a=1>

●松嶋智明インタビュー「金丸弘美のニッポンはおいしい！」

瀬戸内ジャムズガーデン海に見える風景と180種類のジャム

<https://wan.or.jp/article/show/7396>

※特定非営利活動法人100万人のふるさと回帰・循環運動推進・支援センター(略称：NPO法人ふるさと回帰支援センター)：NPO法人ふるさと回帰センターは、地方暮らしやIJUターン、地域との交流を深めたいみなさんをサポートするために、東京・大阪を除く45道府県の自治体と連携して地域の情報を提供し、都市と農村の橋渡しによって地方の再生、地域活性化を目指しています。

・千葉県山武市 有野実苑

農業地帯で何もないですが、農園なのに、キャンピングカーが泊まれる。東京や千葉の都市部の人がキャンピングカーの駐車場がないので利用している。年間1万2千円で借りることができる。車ごと来てキャンプしてもいいよ。イタリア、イギリス、ドイツ人がくる。老夫婦がキャンピングカーを借りて日本を回って、成田から帰る前の最後は、ここで泊まる。

お父さんが、戦後、梨観光農園をしていた。その時には、バイキングをしていたが、イタリア料理のシェフがそこに入ってきて、地元の客さんが来て流行りだした。農業と旅と食とインバウンドとの連携。キャンピングカーでキャンプという新しいニーズマッチングで成功している。マルシェ、ワークショップなど体験を行う。バブルのころオートキャンプが流行ったが、今再び増えてきています。初心者、シニア、女性、外国人、グループ。夏休み、春休みが多い。

※収穫体験とオートキャンプの有野実苑へようこそ <https://arinomi.co.jp/>

収穫体験、オートキャンプ場、農園レストラン（ランチ、ディナー）、貸農園、モータープール
参考資料

●住生活産業の専門誌「Housing Tribune」（創樹社）連載

農家発のオートキャンプ場が家族利用で好評

<https://htonline.sohjusha.co.jp/rensai/kanemaru-report/>

・高知県 「おおのみエコロジーファーマーズ」

岩波から本を新しく出したのですが、食を売る時に、素材の歴史、その生産の過程等を見せて、消費者に伝えると高価格で売ることができる。また、調理の方法まで提案する。イタリアやフランスでは当たり前のようにやっていて、それと農家民泊が連携している。

高知県中土佐町の大野見地区は20ヘクタールの農地、環境もいい、お米もおいしい、ここに子どもたちが来たら喜びますがどうですか？と言われるが、美味しいといわれても、どう他と違うのか、データを作らないと分からない。環境もそう。どう示すかが大事。大学との連携を役場がマッチング、4年間やった。毎月、生き物調査やテイスティングなどを行った。女子大生が1回だけきてという浅いのではダメ。昨年6年目に入ったが、何と農林水産大臣表彰をもらった。環境にいいよりも、まずホームページに写真をあげる方がすぐわかる。虫もいるなら、虫もあげていこう。水質調査のデータもホームページにあげていくと、環境にいいことがわかる。農薬についてもどんなものを使っているのか標示した。規定の半分以下の特別栽培。これも公表した。このようにデータで出すと一気に取引が増えた。地元小中学校も一緒にやりたいと、連携も生まれた。お米の値段が、農協の2.5倍となり、全国からの注文が入り、1カ月で完売する状況。

今、日本全体では米の消費量はだんだん下がっている。今、私が教えているフェリス女学院大学の学生の健康調査によると、朝食では30パーセントが米、35パーセントはパン。それ以外は、スムージーとかパスタとかそれ以外。興味があるのは、美容やダイエット。美しくなれるコメの食べ方を提案をしないとダメ。環境、食べ方、美しくなるで、授業を行っています。美しくなる→腸内チェック→農家の現場とつなげていく。高知の事例では、マスコミに取り上げられたその広告の経済効果を議会に出していったら、補助金も出た。出張もしやすくなった。数値化するというのは大事。今や

農業との連携で数値化見える化を行ってブランド米を作り上げた学生も講演会で引っ張りダコ。ドブ
ロクの関連商品も売れていく。視察も増えていく。

視察料を取ると選任者にも任せられる。または、レストランで食事をするを条件に行うこと。
地域のポテンシャルが上がれば視察料でお金が取れる。ドイツのフライブルクは役場に専門の部署が
ある。観光は名所旧跡でないとお話ししましたが、食べるものと環境をやれば世界中から視察がくる。

※COME☆RISH について

高知県高岡郡中土佐町大野見地区の四万十川流域で農業を営む「おおのみエコロジーファーマーズ」
の方々のもとで、田植えを行ったことをきっかけに、将来、管理栄養士を目指す健康栄養学部の学生
たちによって結成されました。大野見エコ米の PR 活動を通して、同地区の地域活性化につなげ、日本
人の主食であるお米の美味しさを伝えることを目的に、定食屋、朝食料理教室、地元企業とコラボし
た健康弁当の開発など年間を通じて活動を展開しています。

※農林水産省は、ボランティア活動、教育活動、農林漁業、食品製造・販売等その他の事業活動を通
じた食育関係者の取組を対象として、その功績を称えるとともに、その取組の内容を広く国民に周知
し、食育を推進する優れた取組が全国に展開されていくことを目的として、「食育活動表彰」を実施し
ています。このたび、平成 30 年度「第 2 回食育活動表彰」ボランティア部門において、本学立志社中
団体「COME☆RISH」が「農林水産大臣賞」を受賞することが決定しました。

参考資料

- 「タカラは足元にあり！ 地方経済活性化戦略」金丸弘美著（合同出版）

<http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/book/bookdetail.php?no=200&a=1>

- 「おおのみエコロジーファーマーズ」インタビュー「金丸弘美のニッポンはおいしい！」

高知県中土佐郡中土佐町・大野見 清水美佳さん、

<https://wan.or.jp/article/show/7128>

- 「地域の食をブランドにする！ 食のテキストを作ろう」金丸弘美著 岩波ブックレット（岩波書店）

<https://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/4002709884/kanamaru2007-22/ref=nosim/>

・静岡県掛川市 丸山製茶

お茶ですが、消費量がどんどん減っている。コーヒーは増えている。ダイエーやヤオハンが、どんど
ん安いお茶を入れたので、お茶の価格が下がった。昔は、商店街に、お茶のお店、お茶屋さんがあっ
て売っていた。コーヒー文化も入り、売れなくなった。丸山製茶は問屋だった。愛知県に新聞広告を
出してお茶を買いませんかというところから始まった。高齢者しかお茶を買わない。カルフォルニア
のワイナリーを見に行ったら、レストランもあった。飲めて体験して料理も食べられた。カッコいい。
ドイツに行くとき紅茶のテイस्टィングをやっている。これだと思い、自宅を改装して、茶室を作り、
和菓子屋を買収。売り上げが 2 4 億円。働く従業員の 8 割は女性。オーガニックにして海外に売るこ
とを農水省も注目し、有機農業を推進している。

- ・こんにゃくも伸びています。群馬県昭和村。野菜倶楽部。モスバーガーのレタスもここから出ています。こんにゃくは、オーガニックをやっていた。震災で風評被害があり、海外から群馬県の商品も外されたが、環境調査をしてホームページにあげて、明確に証明したら、海外から取引が増えた。イタリアでは、パスタアレルギーのある人にはこんにゃくがいいので、糸こんにゃくが売れるようになった。やっぱり、環境調査は、有機で売るときも非常に大事。こんにゃく芋は冬に収穫して、殺菌するときに農薬を使ってきたが、昔の囲炉裏でいぶすというやり方に戻した。

参考資料

●『田舎の力が 未来をつくる! ヒト・カネ・コトが持続するローカルからの変革』

金丸弘美(著) 合同出版

<https://www.amazon.co.jp/o/ASIN/4772613242/hnzk-22>

【質疑応答】

Q・高知県観光特使となった先生と高知県の関係は？

A・ベストセラーの小説『県庁おもてなし課』の有川浩さんから連絡がありました。どうも彼女の書いた小説に、私の本を参考にして書いて下さったとのことで、座談会をやらないかということで、話が来た。後に、彼女の本をサイン入りで100冊もらったので、私の知る著名人にお送りしたら、お礼の手紙をたくさんもらったので、その返信をファイリングして高知県知事に送ったら、私も高知県の観光特使になりました。私は、2010年～2015年高知県の農業人材育成事業を行った。特産品を開発する前に直売所の動線を変えたり、外に売るより来た人に売ろうとか、様々なアドバイスを行ってきました。先ほどの、高知県中土佐町の大野見エコロジーファーマーズの話もそこから始まった。

Q・府南部はお茶の京都で、抹茶は伸びていますよね？

A・抹茶は期待できる。飲み方をどう提案するかが大事。おじさんが商店街のお店でぼーっとたっているのは、違う。またスーパーにもない。

小長谷・シチュエーションまでつくるべき。コーヒーのレベルまで提案できる状況を作してほしい。

Q・星野リゾートが和東に来ますが、和東のお茶も、その環境は特にいいです。

A・外国はそれが当たり前。星野リゾートは環境を見せている。料理とかも普通ですよ。福井県越前市、包丁が売れており、外国人が買いに来た。でも、泊まる場所はない。ビジネスホテルふざけるな。泊まるのは、京都にいこう。日本らしいところがいい。京都で一番早かったのが庵さん。最初のゲストハウスの始まり。一棟貸し1泊5万円。京都を楽しめる。京都は外で食べる文化。フランス、オーストラリア人、イタリア人などを狙って星野は出てきたのではないのでしょうか。京都も、離れたら、昔の染め物、機織り屋などが空き家となっている。それをリノベーションしていく。そのリノベーションを行っているのが、東京や金沢で頑張る R 不動産(リノベーションの R)。<https://kyoto-machiya.com/> コンセプト: 京都で暮らすように旅する。美しい日本の暮らしを伝えたい。

Q・野菜倶楽部の取り組みを教えてください。モスバーガーとの関係性は。

A・良いときも悪いときも、年間を通じて同じ値段で売り引きする。野菜倶楽部は、売り先が決まっている。また作り方も教えてくれる。だから就農しやすい。現在、30以上の取引先と契約をして

いる。一つの事例としては、静岡県に就農した女性塚本佳子さん。30ヘクタールでレタスやキャベツなどを栽培。売り上げ1億5000万円。農地を買わずに、借りている。ここを拠点に農業を学び、周辺で、すでに10名以上就農している。

Q・海外では有機が売れている。国内でのトレンドはどうか。食への危機感が弱いように思う。

A・良いものを買いたい層と安い層と2極化している。インターネットなどでミツバチ問題などの情報が出てきているので、それに気づいた人は、危ない食品を買わなくなってきた。

※ネオニコチノイド系農薬で、なぜミツバチが消えるのですか？「生態系への影響」「高い浸透性」「高い残効性」の3点が問題と考えられます。

Q・高知県の事例は、生産量を増やすことはできないのか。

A・農地の広さが決まっているのでこれ以上収穫は増えない。いままでは売れなかった。農協出荷型だった。高く売れるようになってきた。今は、農地を増やしたいという方向に変わっている。量でとれないので、食べ方や環境調査など質で勝負しようということ。

Q・お祭り評論家の山本です。移住となるとしきたりなどの問題がある。消防団に入るとか、お祭りでは下積みでとか、のどう乗り越えていくのか。その地域がゆるいのか、我慢強い人がいくのか。

A・うちの息子が和歌山に移住して市が始めた「たなべ未来創造塾」に入塾しました。若者同士の場づくりで、情報共有をし、地元の方と折り合いをうまくつけている。周防大島の事例では、ゴミ拾いだけは必ず必要なので、これはやるべきだと始まった。結果、ゴミ拾いとお風呂がよいコミュニケーションの場となっている。どう折り合いをつけるか、その場づくりが重要。折り合いをやっていないところは、来た人が地域から浮いていることはあると思う。地域おこし協力隊のやる活動でも、地元とのミスマッチが起こっているケースも少なくない。無償で何かあげるとか、移住したら補助金いくらとかそういうもので安易に移住を決めてしまうのもいいとはいえない。お互いに情報を出しあっていないといけないし、アナログの部分は移住する前にしっかりと自分の目でみて確かめることも必要。

Q・移住に特化したコンサルタントも必要ですね。ふるさと回帰センターはどんなところですか？

A・首都圏以外の都道府県の情報がすべてそろいます。移住した人のその後を追いかけて情報を出している地域もある。その比較ができるし、差も出てきている。大分県竹田市の情報発信は優秀。起業のスタートアップセミナーも丁寧に予算を組みやっている。行ってもどう仕事をするのとなる時に、高知県や沖縄や和歌山県田辺でも移住や若者のためのセミナーをやっている。

Q・大学が4年間やるときに、大学として合うのか。また、今後もこのような取り組みはでてくるのか。

A・出てきます。大学がやりなさいではなくて、何をやりたいかというニーズがあって、マッチングして、資金的に応援しようという枠組みはでてきている。その延長に、起業もある。学生は、ボランティアで動いている。高知県立大学の場合は、授業ではなく、クラブでやっている。4年たって卒業生もでて、評価も高い。最初に提案したのが私、役場の担当者（南部満君）がマッチングして続いている。一過性のイベントではなく、4年間付き合ってくれと言われたのはあなたが初めてだと大学に、南部君は言われたそうです。大学で、地域の連携をやるということは、国の補助対象になる。先生たちは、やりたいけれど、どこの地域とやったらいいのか、それを見つけれない大学の先生たちも多い。地域も、何を目指していて、何を大学に求めるのかを明確にすることが大切。調査の目的を明確にして、ミッションをだすことが大切。

【その他情報】

本日の事例の詳しい情報は、以下で、具体事例を紹介されています。

好評連載中！「金丸弘美のニッポンはおいしい！」

<http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/yotei/yoteidetail.php?&no=768&a=2017>

住生活産業総合情報誌「ハウジングトリビューン」「田舎再生の現場から」

<https://htonline.sohjusha.co.jp/rensai/kanamaru-report/>

「地方創生」を支援する「地方創生カレッジ」が配信中！受講無料

「地域資源を生かす幸せな田舎の作り方～小さな経済の地域力・田舎力～」

<https://chihouseisei-college.jp/e-learning/basic/industrialization/127.html>

総務省地域力創造アドバイザー・内閣官房地域活性化伝道師

<http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/advice/index.php>

金丸弘美（食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー）

◎ホームページ <http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/home/index.php>

.....

■好評3刷り

「食にまつわる55の不都合な真実」(ディスカヴァー携書)

金丸弘美著 (ディスカヴァー・トゥエンティワン出版) 定価：1,080円

<http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/book/bookdetail.php?no=208&a=1>

■絶賛発売中

「地域の食をブランドにする！ 食のテキストを作ろう」

岩波ブックレット (岩波書店) 金丸弘美著 本体 620円 (税込み 670円)

<https://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/4002709884/kanamaru2007-22/ref=nosim/>