

「ローカル食を通じた グローバルなまちづくり」 に関する研究



スザンネ・クリーン (Susanne Klien)

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院准教授

オーストリアのウィーン出身。専門は文化人類学。2013年以降、北海道大学の現代日本学プログラムに所属する。現在、都会から地方に移住する若者のワークライフバランスの質的調査を行う。

詳細はホームページ:

http://www.oia.hokudai.ac.jp/mjssp/faculty_and_staff_list/susanne-klien/

<http://susanne-klien.net>

はじめに

本研究のワークショップは、新十津川町と北海道大学の現代日本学プログラム (Modern Japanese Studies Program, MJSP) の間に提携された協定の一環として、平成27年から実施されているワークショップの連続事業として開催され、観光地として知名度の低い新十津川町におけるツーリズムによる交流人口の拡大など、地域振興を目指した取り組みである。また、大学のミッションである「教育」、「研究」と「社会貢献」をそれぞれ組み合わせた事業でもある。特に、萩原氏が指摘するように、「社会貢献」に真剣に取り組んできた大学は少ないのではないだろうか (萩原2016: 3)。大学の世界に引きこもりがちな学者と大学所属の教員という現実を背景に、このワークショップは、少しでも大学の「象牙の塔」のイメージを改正できればという発想を基に企画され、地域と大学の新たな連携を具体化させた取り組みとして試みた。

ワークショップの企画の背景としてもう一点取り上げたい要因は、「地方」という偏見、すなわちマイナスのイメージを考え直すきっかけの場を学生に提供することであった。「地方」はあやふやなイメージが多いが、「何にもない」、「古い」、「仕事がない」、「見込みがない」、「年寄りばかり」、「限界集落」などのイメージがほとんどである。しかし、近年、「新しい地方」というイメージが、様々なメディアに提案されるようになってきた。要するに、「見込みのなさ」というデメリットより「見込みに溢れている」^{あふ}メリットのほうが多く取り上げられている。20世紀型の開発・成長思考より、シェア・エコノミー*1、デジタル・エコノミー*2などが着目され、地方の不便をメリットに切り替えるようになってきた (山田2016: 4)。

新十津川町は空知地域の地方都市で、人口が6,831人 (国勢調査2015年の結果、基準日:平成27年10月1日)、ほかの地方都市と同じく高齢化と人口減少という問題に直面する町である。札幌から車で2時間弱という便利な立地にあるが、各駅停車のディーゼルカー以外に直接の鉄道がなく、交通の便がよくないという現実がある。

*1 シェア・エコノミー

物・サービス・場所などを、多くの人と共有・交換して利用する社会的な仕組み。

*2 デジタル・エコノミー

コンピュータによる情報処理技術によって生み出された経済現象。IT産業における経済活動も含まれる。

一方、新十津川町は、豊かな自然環境に恵まれている町でもあり、農業が盛んで農産物が幅広く作られている。「ゆめびりか」と「ななつぼし」以外にメロン、多種類のお野菜と果物、それと地酒「金滴」が知られている。新十津川産地のお米は、高品質であるにも関わらず、他の米と混ざって販売されるので、「新十津川」という名前は知られていないことが多い。同じく、特産品が多くても新十津川町の観光地としての知名度が低く、新十津川にしかないような名物がすぐ浮かばないのが現実である。

事業の実施

ワークショップが初めて開催された平成27年度は、現代日本学プログラムの学生が町の施設を5日間にわたって見学し、地元の農家に一泊ホームステイして、最後に町の魅力を写真で市民に発表した。平成28年度のワークショップでは、新十津川という町に相性の良いイノベーションメニューの提案を課題とした。前年度と比べて具体性が高くなったので、本ワークショップの前に日帰り見学(5月)、北大内の準備レクチャー(5月から7月)と北大の準備セッション(7月上旬)ができた。5月の日帰り見学は、ワークショップの前の事前現地調査として計画され、町の食と関係する施設を視察することを目的とした。教員二人、ティーチング・アシスタントと学生が、朝早くJR札幌駅から各駅停車の札沼線に乗った。到着後すぐに農協、専門的肉屋、ソーセージを作る専門店など「食」と関係する施設を見学し、町役場で地元の婦人たちに町の食生活と食文化について、ヒアリングも行った。結果として、地元の「食」に対する意識が低く、町民が育った地域の良さの意識があまりないことが分かった。このことは新十津川の町独特の歴史と関係していると思われる。



7月、北大にて準備セッションの際、調理に取り組む学生と婦人達

新十津川町は、明治22年8月、奈良県吉野郡十津川郷一帯を襲った豪雨をきっかけに、住民2,489人が新しく生活する場所を求めて北海道への移住を決意したことに始まる。新十津川町の歴史的な背景を考えると、新十津川の町民の意識、食文化が、移民の歴史に密接にかかわり形成されてきていることが、ヒアリングと資料で明確になった。もちろん十津川以外の様々な地域からの移民の歴史もあるため、富山、四国などの食文化の影響もある。ヒアリングの結果として、基本的に外食という文化が新十津川にあまりない印象であった。代表的な食べ物としては「笹寿司」が取り上げられ、明らかに関西のお寿司文化に深く影響されている。しかし、「新十津川の代表的な一品」を伺っても、地元の歴史、文化、産業を代表する食の一品がない結果だった。町民がたまに外食する時は、日本全国どこにでもある焼肉屋と回転寿司屋が人気である。外食不足の根底にあるのが、食の付加価値への理解不足でもあると私は解釈する。

新十津川町役場が平成24年に編集した「新十津川町観光振興計画」によると、観光振興に関して、基本の方針として三点を取り上げている。第一、観光情報発信の強化、第二、地域資源を活かした観光の推進、第三、「食」と「農村」の魅力を活かした観光である。第三の「食」と「農村」の魅力を活かした観光という点には「グリーンツーリズム」と「ファームステイ」と「農産物ブランド化」などの項目も挙げられている。また、「都市との交流を深めるため札幌圏からの誘客方法を検討」という項目も、本ワークショップの取り組みと密接に関わっている。しかし、ファームステイが「経験ツーリズム」の種類であるのに、新十津川町の観光振興計画をみると、新十津川町役場の全体の観光振興へのアプローチが交流よりモノの消費がまだ強い印象を受ける。

事業の結果と考察

2016年5月の日帰り見学の際のヒアリングと、アスマン教授(北大大学院特任教授)と著者がワークショップ終了後の2016年11月18日に行った地元の婦人達のインタビューの結果、以下の点が挙げられる。

- 新十津川町は、歴史的な背景である移民の影響が強く、現在でも母村である十津川村との繋がりが強い。食文化においても、「笹寿司」など関西の伝統が継承されている。「もし新十津川の歴史とアイデンティティーを代表する食べ物の一品を選ぶことになりましたら何にしますか?」という質問に対し、地元の婦人達からは「お米」、「めはりずし」、「にしんずし」などがあげられた。しかし、あげられたものはいずれも日本全国の他の所にもあり、新十津川の独自性を表す一品ではなかった。新十津川町の観光資源について伺ってみたら、明らかに婦人達の観光に対する意識があんまりないことがわかった。同じく、新十津川の代表的な秋祭り、味覚祭りの定番メニュー「芋煮鍋」が山形県の名物であり、新十津川町の多様な移民の歴史を示すと同時に、地域固有のアイデンティティーの薄さという問題も顕在化させている。
- 町民によると、変化が望ましいと同時に、現状に強い不満も抱いていない。ということは、役場側が変化を起こすという態度を持続的に継続したいのなら、町民の納得と力がないと成功しない。山崎氏によると、「地域を変えるためには生活者のちからが必要」(山崎in寛・issue+design project 2011: 258)である。やはり、変化を起こす準備としては「地域に住んでいない人」との繋がりが(紫牟田+編集部 2012: 164)の機会を増やせばいいと思う。多様な人との交流で情報も交わすことができ、町民の自分の町に対する愛着も増えて、自分が住む町と地域の良さとともに弱点を考えるきっかけになる。
- 町民の多くは、地元の良さと外向けの発信を考えたことがなく、「新十津川」というアイデンティティーが薄い。
- 新十津川町に外食の文化が薄く、全国にありそうな焼肉屋、回転寿司などのレストランと食堂が多く、新十津川にしかない地域に根付いた庶民食堂がほぼない。笹寿司を提供するレストランがあるが、年配の方にしか人気がなく、予約制で気軽に行けないので長期の継続性が疑われる。秋の味覚祭りに笹寿司も販売されたが、売れ行きが他の食べ物と比べてほどほどであり人気がなかった。笹寿司が確かに歴史的な伝統として新十津川町に「正式な記憶」として認められているが(Sutton 2001: 7)、実際に町民の日常生活に取り入れられていないのも現実である。笹寿司を作るには高菜の葉っぱが必要な素材であるが、現地にないので個人としては作りにくいというハードルがある。上記の地元の発言を分析すると、人気料理は、何より地元の素材、馴染みの味、作りやすく便利であることが必然的な条件であるようにみえる。
- ワークショップで紹介されたカレリア・パイ(お米のパイ)、トマト・スープ、小エビ、カボチャと椎茸で作られたおにぎりが人気を集め、秋の味覚祭りですぐ完売し、好評だった。地元の婦人達は、ニンニクがたっぷり入っていたおにぎりに最初は疑問を抱いていたが、試食の際には、予想以上に美味しく、季節感があり、「自分でも作れる」という理由以外に「馴染みの味」のために好評だった。
- 町民の多くも役場の方も、地元の見所にあんまり詳しくない。ワークショップ中に見学した「夫婦山」という霊水スポットに行ったことがない人が多く、新十津川町を観光地に展開させるためには地元のプライドを高め、知識を増やさないと難しい。町民の多くが買い物もレジャーも滝川市と札幌市に行くことが多く、自分の町を積極的に応援しようという意識が薄い。
- 同じく、新十津川町内にある出雲大社には、インタビューした婦人達の6人に2人しか行ったことがなく、地域の文化と歴史に対する関心の薄さを示している。逆に、ワークショップ中に宿泊したホテルの他のお客さんとお話ししたら、島根県からわざわざ出雲大社新十津川分院を見学するために訪問している方もいて、町民より町の歴史と文化に関心が高かった。宗教と民族に関心を持って新十津川町に来る観光客の人数が限られているが、そのニーシュ・マーケット(すきま市場)のポテンシャルが存在し、町がそのポテンシャルを活かしたいと思えば、色々

な形で対応できる。

- 地元の良さの意識が発信の条件にもなるので、役場側とNPOなどが、町民とワークショップを行う必要があるのではないかと実感した。今まで町民の多くが町としての良さ、アイデンティティーなどを考えるきっかけがなく、プライド（誇り）とアイデンティティーの醸成というプロセスが求められている。秋の味覚祭りの屋台で販売されるメニューを見ると、新十津川町の文化的な多様性が、把握できる。新十津川町の移民の歴史による多様性が観光の面では弱点としてもメリットとしても解釈することができる。町民同士が現在より反省の機会が増えれば、町の多文化遺産をどのような形で建設的に活かせるかという、フード・ツーリズムの出発点にもなる。

これと関連するが、役場側に上記の「新十津川町観光振興計画」のように、新十津川を観光地にしたい構想があると同時に、はっきりした戦略がなく、どのような観光客に来てもらいたいのかという具体的な定義がされていない状態である。

- 過去に関係のなかった観光を、農業を主業にしている新十津川町に導入することは、何より長いプロセスで市民の理解を得る必要があり、今まで公に関わる事に消極的だった婦人達こそキー・プレーヤー（行動を起こす人）になるように、役場が対策を講じる必要がある。前提として、町に対するプライド、ほかの地域の町に比べて自分の町の相対的な良さと弱さをはっきり意識することも必須である。その意識がないかぎり、観光客の誘客に必要なアピール・ポイントがどこにあるかという意見がなく、戦略が展開しにくい。町民の食に対する記憶、あこがれ、

誇り、地域性などについて継続的に取り組むべきだと思われる。その次のステップとしては、「食」と「観光」をどのような形でリンクすればいいかというヒアリングも町としての観光・まちづくり政策の展開には役に立つだろう。変化を起こすのは大変長いプロセスであり、時間と努力が必要であること以外に、町民の理解と直接的なインプットがないかぎりは成功しないという前例が全国にいっぱいある。

- 「経験ツーリズム」に内包される交流と行動が、本ワークショップでも大変人気が高かった。学生が新十津川産地のモノを食べることも好評だったが、何より地元の方との交流が高く評価されていて、恐らく観光客も同感するであろう。将来のツーリズムには「現場」の風景と資源も重要だと思われるが、何より地元の方をツーリズムにどのような形で活かせるかが、これからの主な課題であろう。
- まとめてみると、新十津川町は豊富な自然と歴史資源を持つが、観光に活かすには継続的な努力が必要であり、長期的な意識変革がないかぎり観光の展開が難しいだろう。町の立地も考えると、札幌から割と近く大変恵まれていて、日帰りパックの展開でも一泊二日でも、海外の観光客が好む長期メニューの実施も可能だろう。弱点としては、せっかく貴重な移民の歴史があるのに、現在、それがまったく活かされていないことである。少なくともこの町に住む住民が、自分のヘリテージ（遺産）に関心を持たない限りは他からも注目されないだろう。



2016年10月の秋祭り「北海道大学」の屋台にて

引用文献

- ・ 荻原誠、「地域と大学：地方創生・地域再生の時代を迎えて」、鹿児島：南方新社2016
- ・ 笈裕介・issue+design project、「地域を変えるデザイン」東京：英治出版2011
- ・ 紫牟田伸子+編集部、「クリエイティブ・コミュニティ・デザイン：関わり、つくり、巻き込もう」、東京：フィルムアート社2012
- ・ 新十津川町・新十津川町観光協会、新十津川観光ガイド、平成24年
- ・ 山崎亮、「地域を変えるデザインコミュニティ」、笈・issue+design project 「地域を変えるデザイン」、東京：英治プレス2011, pp. 258-269.
- ・ 山田順、「地方創生の罫」、東京：イースト新書2016
- ・ Sutton, David E., Remembrance of repasts: An Anthropology of Food and Memory, Oxford/New York: Berg 2001.

* Klien Susanne (2016)「ローカル食を通じたグローバルなまちづくり」に関する研究『北海道開発協会平成28年度助成研究論文集』（一財）北海道開発協会ホームページ掲載予定。