

これからの北海道の地域づくり

世界における経済等のグローバル化の進展により、北海道においても農林漁業等の基幹産業をはじめ、産業経済等への影響は避けられない趨勢^{すうせい}にあります。これらに対処していく一つのあり方として、特色ある地域づくりと産業おこしが北海道に求められています。

平成25年8月2日、(公財)はまなす財団は、フランスにおける地域・産業振興戦略である「テロワール」を参考にこれからの北海道の地域づくりと産業おこしを検討する「地域づくりシンポジウム2013」を札幌市で約200名の参加者を得て開催しました。

基調講演

北海道の食と農村を活かすテロワールの提案

～フランスの農業・農村政策を参考に～

テロワールは国際競争の切り札

今は、TPPに日本が加盟するかどうか非常に不安に思っておられるという大変な時期です。TPPの脅威^{おそ}に対して保身的になっている農家の方が多く、また、政府や公的機関は自分たちを保護すべきと考えている人が多いと思います。フランスでもここ50年来、政府はヨーロッパのほかの国に対して、自分たち農家を守ってくれなければいけないと考えてきており、私たちにとっても非常に身近な問題です。

驚かれるかもしれませんが、私はそういった考え方とは反対です。すなわち、国際的な競争に対抗するのは、自分たちを守るという形で活動するのではなく、反対に攻勢に出、自分たちのテロワールを国際競争の中でうまく活用していく方向に向かうべきであり、

テロワールはその大きな切り札であると思っています。

テロワールの三つの基準とグローバリゼーション

テロワールの考え方というのは、土地の人たちが自分たちの考え方を基にして作りあげたものということです。そこには、三つの基準があると思います。その一つは、非常に高い品質であるということ。二つ目は、土地の文化や地理を反映した本物であるということ。三つ目は、良いものが出たら、それを知ってもらい、売るために、輸出なりいろいろな形で振興し、プロモーションしていくことです。

農業や農産加工品に対してテロワールという言葉がよく使われていますが、現在のグローバリゼーションの中で生き残っていくためには、テロワールの意味合いは、小さな形で生産することに留まらず、地域に根ざしたそれ以外の大きな経済自体を指していると思います。

例えば、マクドナルドのハンバーガーのように大量に出回っている食べ物は一見、安く手に入るように見えますが、その原材料は遠い外国で栽培され、なおかつ大量に栽培されている農業は国の税金で補助を受けており、その意味で高くつくわけですから、こういった食料品や農業産品は、実際には工業的な大会社が農家から非常に安い価格で買って作ったものを、流通がさらに安く買い、それを消費者が買うわけですから、農家の方たちにとっては何の利益にもなっていないわけです。

そこで、私が申し上げたいのは、喜びを与えてくれて、健康によく、経済的にも持続可能な社会にも役立つものを推奨したいということです。ちゃんとした生産地表示のあるものは、私たちにとってもいいものですし、地球の将来にとっても非常に大切だと思います。



J・R・ピット 氏
前パリ・ソルボンヌ大学
総長、フランス文化地理
学会会長

フランスの中で培われた品質保証制度

フランスの品質保証制度によって、フランス国内だけでなく、国際的にも認知されている製品がたくさんあります。なおかつ、これらの製品をいかに売っていくか、歴史の中で培ってきたノウハウがあります。

幾つかの例を申し上げます。札幌の百貨店でも見かけるカマンベールというチーズですが、AOC^{※1}の品質保証制度で認証されているノルマンディーのカマンベールと、その隣にある大量生産されている製品では、食べた方に味わいに大きな違いのあることを分かっていたかと思えます。

フランスは、地理的表示保護に関しては世界でもパイオニアの一つです。フランスのAOC制度は、1919～1935年ぐらひにかけて確立した制度です。中でもシャンパンとコニャックの地方のワイナリーの人たちが、世界中の国で「シャンパン」や「コニャック」という名前を使ってお酒が造られています。本来の地域の人たちの製法で造ったものを「シャンパン」「コニャック」と認める制度を作ってくれと政府や公共機関に要望したことで、地理的表示保護が起こったわけです。

その後、同様な制度がヨーロッパレベルで作られたのが、「原産地呼称保護」と「地理的表示保護」です。「ラベル・ルージュ^{※2}」は、地理的にはそれほど限定されていませんが、優良品質を保証する制度です。「有機農産物証明（AB）」のラベルは、化学的、工業的な肥料を使わない有機的なしっかりとした製法にのっっていることを認めている制度です。

農業に重要な役割をもつ景観と観光

品質には、景観も重要な役割をもちます。農業を補完するもの、プロモーションという意味でも重要な役割を果たしています。なおかつ、景色も美しいと、アグリ・ツーリズムという形で観光にもつながっていくことがあります。

観光につながるアイデアを最初に取り入れたのがワイナリーの人たちで、アグリ・ツーリズムの原型がで

きた最初の土地がアルザスです。第2次世界大戦ですべてが破壊された後、村を素晴らしい形で再生し、ワインの品質を上げて、観光客を呼び込むことをやったわけです。さらに成功させるには、住んでいる人たちが訪れる人を暖かくもてなす心を持っているということです。また、観光客の宿泊施設はいろいろなカテゴリーで整備し、なおかつ、景色もきちんと維持していくことが大切です。そうした全てが一緒になったときに初めて、みんなの利益になる経済に発展するわけです。

地方振興を支える「地方自然公園制度」「味の景勝地」

フランスでは、地域振興も含めた形で特徴的、独創的な「地方自然公園制度」があります。国立公園が自然を保護するのに対し、地方自然公園の制度は観光で自然を楽しむことも可能ですが、その住民の農業や工業製品、その地に根差した手作りのものを振興していくことが大切なポイントになっています。

「味の景勝地」という制度もあります。そこで作られたものを基に素晴らしい味と景観が作られているところです。生活の中で周りの環境や景観を守ることに非常に気を使っています。

ボフォールは、1950～60年代には非常に貧しく、廃れた大変なところでしたが、住民が努力し高原にアルパージュ牛を放牧し、牛乳でチーズを作る製法を発展させて、ボフォールのチーズはAOCにも選ばれる素晴らしいものになっています。

「味の景勝地」として著名なところを挙げると、セヴェンヌの甘いタマネギと周辺の景観、アルマニャックとブドウ畑の景観、ブジューグのカキと養殖の沼、モアサックのシャスラというブドウは建築物と農産品の交わりも重要なファクターとなっています。ゲランドの塩は50年ほど前には消滅の寸前でしたが、伝統的な製法を守ろうと若者たちが立ち上がり発展しました。日本人は味覚が発達していて敏感ですので、ゲランドの塩のようなモデルは非常に役立つのではないかと思います。

ニヨンの町のオリーブは、AOCに選ばれるほどに

※1 AOC(Appellation d'Origine Contrôlée)
フランスの農業製品、ワイン、チーズ、バターなどに対して与えられる認証。原産地統制呼称。フランスの生産地呼称委員会が管理している。

※2 ラベル・ルージュ (Label Rouge)
フランス公認の優良品質を保証する農業ラベル。

なりました。昔はフランス人も、オリーブオイルを使いませんでしたが、今、みんなが食べるようになったのは、観光の力が大きいと思います。食べるとバカンスに行ったようなイメージがわくわけです。そうしたすべてを味わうというのが本質だと思います。

石灰質の岩の貧しい地方で羊を飼って、チーズを作るロックフォールのチーズは、なくなる憂き目に遭っていたのですが、景観とチーズを併せて売ることによって、生き残ってきています。

そういうおいしいものをみんなが買っていくことによって経済というのは発展していくわけですから、小さな生産者を守るために政府に補助金を出してあげて、保護政策をとくというのは、間違った考え方だと思います。良い製品を作って、多くの人に知ってもらい、適正な価格で買ってもらうことによって、みんなが生き残っていく道筋ができます。消費者も、小さな農家がおいしいものを作っていれば、税金でたくさんお金を払うよりは、満足してお金を出すのではないのでしょうか。

ナントの港町では、新鮮な料理とともに、「イワシ祭り」を催してイワシの振興をしています。

AOCになっているバニユルスの南の方のルシオンは、おいしいワインの産地で、段々畑で栽培されています。生産者は力仕事になりますから、その労苦に見合った価格の収入を得ることも重要です。

良いものを作って素晴らしい景色を作り上げ、効果を上げるためには、プロモーションが大事になります。

北海道の産品・文化・景観を自信を持ってもっと世界に！

日本は、昔から各地でお土産が盛んに作られて売られてきました。お土産は食べ物が多かったと言えます。日本は、昔から国内のいろいろなところを旅する国だと聞いています。日本に来るたびに、駅弁の種類の高さにはびっくりします。日本人は本当に、それぞれの土地の中で作られたものに繊細に感じる国民だと思います。

結論になりますが、TPPを恐れることなく、経済の国際化を恐れることなく、自分たちから世界に出て

行って、自分たちの素晴らしい産品や、自分たちの素晴らしい文化、素晴らしい景色をどんどん売っていく、そういう攻勢に出るといことがどれだけ大切かということをお願いしたいと思います。

中間説明:地域づくり取り組み団体からの説明

オホーツク・テロワールの活動と経緯



大黒 宏氏
(一社)オホーツク・テロワール代表理事

フランスの中山間地の農業の現場を視察して感銘を受け、帰国後、オホーツクで活動を開始した経緯と活動内容が大黒宏代表から説明されました。

ボフォールのチーズを例に、地域のテロワールを生かした伝統的な技法による高品質の産品が、地方自然公園制度や品質保証制度に支えられ、正当な評価を与えられています。その結果、都市との良好な交流もなされ、それらが奏功してフランスの農村人口はここ50年増加傾向にあります。現在の活動は、オホーツクの地域資源の見直しやブラッシュアップ、情報発信を中心に「オホーツクマルシェ」の開催、「オホーツク・テロワールの店」の実験店舗経営、雑誌「HARU」の発行、農工商等連携支援事業、定期的なシンポジウムやセミナーの開催等を行っています。

パネルディスカッション

これからの北海道の地域づくり

パネルディスカッションでは、慶応義塾大学大学院SDM研究科特任教授林美香子氏をコーディネーター、北海道大学大学院農学研究院助教小林国之氏、NPO法人日本自治アカデミー理事長谷一之氏、(株)道銀地域総合研究所産業戦略部長西山泰正氏、(一社)オホーツク・テロワール代表理事大黒宏氏をパネリストに、またディスカッションの最後のコーナーにはJ・R・ピット氏、戸塚真弓氏(ピット氏夫人、エッセイスト)が加わり、テロワールを念頭に置いた「これからの北海道の地域づくり」について議論しました。

北海道の持つポテンシャル「テロワール」

下川町のテロワール・森林を生かしたエネルギーと環境をキーワードにした取り組みの説明がなされ、今後人口減少する北海道がこれから世界で評価され生き残っていくにはそれぞれのまちがしっかり施策を提案し実行していく必要があると提起されました。

農業の人口増には、テロワールが取り組みの核になり、また、テロワールを生かすには行政区域を越えた取り組みもときには必要になります。

テロワールを生かした地域と食のブランド化

現在、北海道の各地で取り組まれるブランド化の取り組みが紹介されました。

民間主導で開発が進んだ十勝が先行し、さまざまなビジネスを立ち上げる動きや新たな小麦文化を売り出す動きもあります。一方で、北海道のブランドイメージは、まだ一面的にしか伝わっておらず、北海道のイメージが何に起因しているのか冷静に見つめ直す必要があります。ブランドの実態を伴ったものを磨かなければ、グローバルに展開できません。

認証制度の社会的信頼性の確保は難しいですが、食べものの背景にあるテロワールが見える「高い品質」の認証制度が、消費する側も含めて次のステップとなります。食と景観を生かした魅力的な地域が新たなツーリズムをつくります。

人口減少の地方の中にあって雇用の場を創り出す下川町では、さまざまな事業の場面で官民の工夫がなされています。全道各地で自然体験や農業体験の受け入れ活動あるいは農村カフェを始めている者がいます。また、農業者には、グリーンツーリズムへの関心はあっても受け入れできない事情を含め、サポート体制が必要です。これからますます広がる傾向にある、多面的な機能を持つ農業等の1次産業と観光の連携は大きなビジネスになると期待されます。

テロワールを生かすこれからの取り組み

ミルクを生かしたスイスのチョコレートの成功例のように、北海道の潜在的な可能性をプロモーションしていくことが必要です。認証制度は、国等が公正性を

監視し守っていくべきです（J・R・ピット氏）。

これからは、行政が持つ情報と民間のビジネス情報を上手につないでやっていくことが大事です。

地域振興は、それぞれの描いている目標がばらばらで、自分たちの地域は何をもってゴールとするかを明確に見定め、議論する必要があります。

「生活」と「産業」、これからの重要なキーワード「もてなし」の、バラバラだった三つの要素をどう描けば、持続的な社会システム、経済システムができるかが一つの目標。そのサポート役として大学の研究もあります。

人材育成は重要な課題です。官民それぞれのプログラムの中で、こういう具合に人を育てていくという具体的な取り組みを起こすことが大事です。

北海道の集落対策では、どうやって優位性を上げ、劣性のマイナスイメージを変えるのか、きめ細かな施策の提案と実行が必要です。

何度も来道し、北海道は美しい、おいしい、人々がパイオニア精神を持っていると確認しました。これからは、北海道の景観や生産したものも、その価値がどの辺にあるのか、おいしさも世界の基準と比べてどの辺にあるのか、そういう価値観を突きつめることが次の課題ではないか。世界に通じる味、世界一おいしいというものを、どこかで一つ作ってほしいと思います（戸塚真弓氏）。

