

富士地区分科会

2012年2月27日開催

「食文化と観光の融合—目指せ

環富士山フードツーリズム王国」 をテーマに基調講演とパネル討論



「サンフロント21懇話会」(代表幹事・岡野光喜スルガ銀行社長)は2月27日、富士地区分科会を富士市のホテルグランド富士で開いた。「食文化と観光の融合—目指せ 環富士山フードツーリズム王国」をテーマに、全国各地の「食からの地域再生」に精通し、イタリアのNPOスローフード協会を何回も取材している食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー金丸弘美氏の基調講演とパネル討論を行い、来年に迫った富士山の世界文化遺産登録を追い風とするために食を生かした富士山周辺地区の活性化の可能性などを探った。会員ら約150人が参加し、北村敏廣静岡新聞社代表取締役専務は「ご当地の富士、富士宮地区には長く根付いた食文化があり、世界的な価値が認められた富士山とその周辺の観光を融合すれば、一段の地域活性化が期待できる」とあいさつ。開催地・懇話会代表としてあいさつした鈴木尚富士市長は「食をつないで誘客を図る、地域の食文化を根付かせるというのも環富士山ネットワーク会議(県内4市1町)の取り組

みテーマの一つ。世界文化遺産登録への大きな弾みになる」と期待を寄せた。

「スローフードで地域再生—イタリアを例に」と題して基調講演した金丸氏は「スローフード協会は単品大量生産ではなく多様で小さな生産物に味覚の文化を見だし、グリーンツーリズムなどと融合させて疲弊していた中山間地を活性化させた。元気な日本の農産物直売所などに大きな影響を与えている」と指摘し、事例を具体的に示した。

パネル討論は県観光顧問で外国人観光客誘致に経験豊富な谷口せい子さん、富士市の旅行会社顧問で着地型観光や広域観光連携の推進や支援に取り組む田淵正人氏、ブドウの産地山梨県でワインツーリズムを主導し食文化を軸に地域の魅力発信をプロデュースする大木貴之氏がパネリストを務め、食を生かした観光活性化の可能性や課題などについて意見を交わした。コーディネーターは懇話会シンクタンクTESS研究員の野村浩司静岡総合研究機構主席研究員。

主催者代表あいさつ

静岡新聞社代表取締役専務 北村 敏 廣



年度末で何かとお忙しい中、サンフロント21懇話会富士地区分科会にご来場いただき誠にありがとうございます。懇話会活動は今年で18年目を迎えます。皆様方の日ごろからの温かいご支援、ご協力に心より感謝申し上げます。

ご当地の富士、富士宮地区には待望久しい大きなうねりが起きようとしています。富士山の世界文化遺産登録が来年に迫り、私たちは富士山の世界的価値を見据えたものの考え方や行動が求められています。特にこの地域には長く根付いてきた食文化があります。これに富士山とその周辺の観光を融合すれば一段の地域活性化が期待できるのではないかと考えています。

この予想される追い風をどのようにとらえれば、富士山地域がプラスα（アルファ）の価値をより高めることができるかという視点で本日のテーマを設定いたしました。今後の取り組みを皆さんと一緒に考える場にしたいと思っております。

懇話会代表あいさつ

富士市長 鈴木 尚



富士市での開催に感謝申し上げます。サンフロント21懇話会は18年目を迎えるということですが、実績を積み重ねて今や多くの方にその存在が認識され、東部地区の活性化に果たしてきた役割には大きなものがあります。

富士山の世界文化遺産の登録がいよいよ来年に迫りました。私ども富士山を取り巻く静岡県側の4市1町は環富士山ネットワーク会議を形成して環境や防災、観光といったさまざまな問題に連携して取り組んでおります。

本日のテーマの「食」もその中の一つであり、この地域には富士市のつけナポリタン、富士宮市のやきそば、裾野市の餃子などがあります。これらの食をつないで観光の誘客を図る、あるいは食文化を定着させるという取り組みも進めているところです。本日の分科会が持つ意義は大きく、来年の富士山の世界文化遺産登録に向けて大きな弾みになると期待しております。

基調講演

「スローフードで地域再生— イタリアを例に」

食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー

金丸 弘 美 氏



「スローフード」は事業団体の名称

私は年間全国150カ所ぐらいに行き、地域活性化の話をするのですが、きょうは地域の再生ということでスローフード、イタリアを中心に取り上げます。世界遺産が最も多い国はイタリアで45カ所を数え、その世界遺産の中にスローフードがあります。誤解しないでいただきたい

のはスローフードとは郷土料理のことも、ゆっくり食べることでもありません。NPOスローフード協会という事業団体の名称です。協会にはコンサルタント部、出版部などがあり、大学も運営しています。イタリアのスローフードは食をテーマにしていますが、イタリアの食をプロモーションする、あるいは教育をするという事業団体の名称と理解してください。

日本もそうですが、イタリアでも1980年代ぐ

らいまでは出稼ぎ、若者の都市流出、高齢化、兼業化などが農村で顕著となり、農村はどんどんさびれていった。さらに中山間地は栽培適地が限られていたから耕作放棄地が増えた。そこでEU諸国は日本と同じように大規模化を促す集約型農業政策を取りました。反動で小規模農家が疲弊。加えて集約したため畜産が増えて地下水汚染などの環境問題が出てきた。これに対処するために取り入れたのが環境直接支払いという補助金制度でした。EU諸国の農村景観が美しいのは環境政策として推進したこの制度のたまものです。日本で明確に取り入れているのはコウノトリで知られる兵庫県豊岡市で、無農薬の田んぼに補助金を出す。これによって豊岡市のコメは通常の2倍の値段で売れる。コウノトリのお米の販売先は2005年に58カ所でしたが昨年は400カ所に拡大した。環境政策を明確に打ち出すことによって安全安心が保障される。スローフードがやっているようなことを今、豊岡市がやっています。

イタリアに限らずEU諸国は農業と農村、観光とツーリズムをセットで政策化しています。この辺りが日本とは根本的に違う。約110カ所でスローフード協会がもともと考えた「ゆっくりする街」という条例を設けていて、商店街には一切車が入れません。歩くということが条件になっています。コンビニとか自動販売機、スーパーは規制され、市場は毎日、伝統的建築物の前に立つというわけです。商店街はもちろん、地域の農家が優先される仕組みです。

スローフード協会の本拠はイタリア北部ピエモンテ州のブラ市にあります。設立は1989年。前身はジャーナリストたちの文化運動「アルチ」で、その中のブラ市に住んでいたジャーナリストたちが作ったワインの愛好会が始まりといわれています。スタート時は農家の人たちの集まりではありませんでした。「我々はワインをただ飲んでいるだけでいいのか」と目覚めて、地元ワインのブランド化に乗り出します。先進地のフランスへ調査に出掛け、好事例の導入を進める。今までのように大手のワイン業者にブドウを売るだけの農家から、自分たちが作ったということを表す樽詰めにして、その製品も量が求められるものから日常品、海外に輸出できる高級品までと作り分け、バイヤーに売っていける産地を目指しました。

スローフード協会はジャーナリスト中心に活動を始めましたから、得意分野を生かして雑誌などに載せて情報発信を行った。アドバイザーとかワインのソムリエとかを連れてきて産地のレベルアップを図り、オリジナルのレットルも作った。そ

して村の景観を生かし、ワイナリーを案内して飲んでいただくという付加価値の高い産地化、農村の再生に向けて、1980年代から今、日本でいう6次産業を始めたのです。

ちなみにスローフードと名乗ったのは、当時ローマにマクドナルドが進出し反対運動が起こったことから、向こうが「ファストフード」なら、こっちは「スローフード」にしようということで名称を変更したそうです。

世界遺産のお城にある大学

本拠地のブラ市はどんな街か。人口は約2万8千人。駅は新築ですが、自動販売機はないし看板もありません。景観条例によって古い町並みに合わせています。駅前には古い建造物が残り、市役所は1400年代の建物です。商店街には車が入りません。買い物も通学も歩くのです。

スローフードは議会にも進出していて地元の八百屋さんや肉屋さんなど商店街を優先する街づくりを推進しています。日本でも市街地活性化に取り組んでいますが、今や商店街は約7割以上が閑散としシャッター通りといわれています。どこでも道路を拡幅して量販店を誘致したため商店街はガラガラというのが日本の現状ですが、こちらはそういう形にならないよう地域商店の振興に力を入れました。そこにはスローフードの考えが反映されています。

大学は2005年に開校しました。国が管理していた1800年代のネオゴシックのお城が大学となり、世界遺産の中にあります。中にはワイナリーがあり、ホテルやレストランも入っています。「食文化を発信する世界の大学を目指しているからすべて一流でなければ」という考え方からミシュランのレストランがあり、教職員や学生が使うレストランもレベルが高い。授業は年の半分以上が現地調査に充てられている。ワインならブドウの圃(ほ)場に行き、醸造を見て、どのように販売されていくかなどを学ぶ。土壌や品種、香りや味、どの料理と組み合わせるかということも含めて学習しています。特徴は教育の段階から戦略を取り入れ、組み立てていることです。

大学の地下にはイタリア全土のビンテージワインがそろっていて、我々も会員になれるワインバンクがあります。年会費3万円余、カタログを見て注文すると日本に送ってくれます。有料で試飲できるスペースもあります。市役所の人に聞いたら、「大学ができて世界中から観光客と若者が集まるようになり、ブラ市が一躍有名になった」と

話していました。

多様性が持つ豊かさに重点、バイヤーも注目

スローフード協会が仕切っているイベントに奇数年開催のチーズ祭り「ミルクの形」があります。歴史的建造物が残る古い町並みをフルに使い、山間地で手作りの希少性のあるチーズを作っている人たちを集めて開くのです。そこではメーカーは脇に追いやられていてメインは山間地の農家の人たち。そして世界中から15万人ぐらい集まる。もちろんバイヤーも来ています。

彼らの考えは一つのをどんと出す、単品大量生産の企業方式ではなく、さまざまな地域に多様にあるものを押し出して行って小さいながらも経済を作っていく。山間地にも経済を作って若者を雇用できる場を設ける。目指すのは多様性のグローバル化です。スローフードは多様性の豊かさに重きを置き、世界遺産と結びつける形で発信しています。

パンフレット一つとってみても、デザイン室があつてレベルの高いデザインを施したパンフレットを作っています。会場マップも街の中をどう歩いて行けばどういうチーズに巡り合えるかを分かりやすく紹介していて非常にグレードが高い。会場ではワークショップが行われています。チーズだけでも小学校の教室みたいなブースが約50。ヨーロッパには1000種類ものチーズがあり、様々なチーズの勉強会が開かれています。テントは景観に合わせるため白で余計な広告は入れない。イベントだけでなく、景観や街そのものも楽しんでもらおうという趣旨が徹底されています。

ブラ市のこのイベントには冷蔵庫がない時代に保存性を高めるために作られたカチカチのチーズとかカビの生えたチーズも並んでいます。ヒツジのチーズやヤギのチーズもあります。そのいくつかは中山間地が衰退したため途絶えそうになったものをスローフードが入って存続させたものが含まれている。こうして伝統的なチーズを作る職人がいて、テキストやワークショップがありますから、どういう味か香りか、どういう文化性があるかまできちっと知って海外市場まで送り出せる仕組みが出来上がってきた。カビの生えたチーズも、スローフード協会は微生物を守れという運動をやっている、科学的な証明と共に文化遺産であるということを主張して伝統を守り継承しています。

チーズのイベントにワインは付き物。ソムリエがかかっています。ガイドブックは地域調査を

してソムリエが選定しリスト化してあります。何番をくださいというとその番号のワインが出て来るし、このワインと合うチーズが欲しいという生産地を記入したカード付きで出てきて組み合わせが分かるようになっている。ソムリエはワークショップで授業も行います。

もう一つ、スローフード協会が仕切っている大きなイベントは偶数年開催の世界生産者会議、味のサロンとも言われている食の祭典です。会場はトリノ。地域に根差した本物を志向している小規模な生産者が一堂に会し、スローフードが調査し推奨する地域のワインとかチーズを売り出しているという試みです。もちろん狙いは山間地の経済を支えていくこと。会場には地域の小さい生産者が作ったオリーブオイル、バルサミコス、サラミ、地元の小麦だけのパスタなどが並びます。大手中心、大量生産とは異なるマーケティングで発想し、新しい食材を求める国内外のバイヤーの注目度も高い。生産者会議ですからイベントと共に世界中から集まった生産者がノウハウを交換する場でもあります。

私はこれにヒントを得て農水省の地産地消拡大推進委員会で提案し実現したのが合宿という方法です。全国の地域で頑張っているメンバーが先進地に集まって合宿し、つぶさに現場を見てノウハウの交流・共有を図り、地域に持ち帰って仲間たちに伝える。このノウハウの交流会は大好評で、定員オーバーでキャンセル待ちということにもなっています。

本物と大量生産の違いは、食育を徹底

スローフード協会は100点以上の本を出版しています。その中には食育の本があります。イタリアの文部省職員の教育は協会が作ったテキストに従って学ぶことになっていて、学校教育の現場では本物と大量生産がどう違うかということなどを学ばせて食の教育を組み立てている。

味覚の教育はフランスが1970年ごろから取り組んでいます。毎年10月に小学校で1週間ほど行われ、パンとかチーズの香りや味わいなどを通して産地とか料理の組み立てを学ぶ。最終日はお楽しみで三ツ星のシェフが学校に来て料理を作ったり、原価で店に招待してくれたりします。スローフード協会も「味覚の学校」というテキストを作っていて教育を重視しています。

味覚の教育には地元のソムリエやワインの醸造家、チーズ工房の職人、伝統的な味を守っている人たちが参加し、講師になってきっちり伝えて

いる。教育・学習という観点からだけでなく、幅広く文化としてとらえているのが特徴です。培ってきた文化を伝えていくことを徹底させています。こうした点は深く根差した文化力というしかない。ここまでやるのかという感じです。

ブランドづくりにはテキスト化が有効

私は1998年ぐらいから何度かイタリアを訪れ取材をしてきましたが、驚いたのはちゃんとテキストが作られ、素材の調査が徹底的に行われていることでした。日本では県の特産品振興といいながら、素材調査はおろそかでした。それで大分県竹田市とか兵庫県豊岡市などに「スローフード協会は大学も含めて素材調査を徹底し、地域調査のうえで食育とかブランドづくりとか食の振興というところまで戦略的にやっている」という話をしたら前向きになってくれ、テキスト化に予算が付きしました。その一つ常陸太田市で作った蕎麦（ソバ）のテキストは蕎麦の品種から環境の違い、虫媒している虫の種類まで特定してテキスト化しました。蕎麦の実の国内自給率はわずか14%ですから、高く評価されてブランドづくりにはテキスト化が有効ということが認知されました。

テキスト化すると、すべての品種から環境、出荷量、どの山間地でどういう歴史があり、どういうものがいつ出荷できるか特定できるので、地域での共有が可能になります。観光から教育まで一緒にできる。来年度の農水省のブランド化振興にはこのテキスト化という項目が入ります。地域の食を徹底的に調査して足元をきちっと抑えていけば付加価値の高いものができると思います。

出版物で面白いのは農家レストランを対象にしたガイドブック「オステリア・デ・イタリア」です。有名なガイド本・ミシュランと同じ趣向でスローフード協会の会員がこっそりレストランに入り込み、おいしいか、値段は手ごろか、地元の農産物が使われているか、地元のワイン、チーズが使われているかなどを調査してお奨めの店を掲載する。推奨店に選ばれた農家レストランにはスローフードのカタツムリマークが認定証として送られるという仕組みです。イタリア全土で1700店舗が網羅され、年間14万部ぐらい出ている。収益はスローフードの再投資に回っています。

私は香川県のうまいもの振興の委員をやっている、この覆面調査をやってみないかと提案しました。まだ実現するかどうか分かりませんが。その香川県はこの間、レストラン2軒を推奨店にしましたが、ともに個人店です。チェーン店とか

ホテルは除外しています。審査員として食べて回りましたが、お店の方がかなり地域を回って食材を集めていて、熱意とその食のレベル、おもてなしが素晴らしかった。香川県のうまいものプロジェクトは来年から本格化します。注目してください。

農家レストランは農家を改装して作ったところが多い。ヨーロッパでは改装費用の補助申請を出すと、資金を無利子で貸し付け、レストランとか宿泊施設の充実を図ってきました。イタリアでは地域振興を掲げるスローフードが上質のワインとかチーズを推奨し、食との連携を強化することで個々の店のレベルを向上させた。あるオーナーさんが言っていました。「ガイドブックに載って1年目、2年目はなんていうこともなかったが、3年目になるとフランスやドイツからお客さんが来た。今まで来たこともない日本人もこの村を訪れるようになった」と。海外からの観光客誘致につながっていったのです。観光客の立場からしても、小さな田舎とか裏通りの店はガイドブックがないと分からない。看板が規制されているし、農家レストランは入っていいのかわかっても不明。そんな時にガイドブックに載っていてカタツムリのマークがあれば役立つ。値段も料理が大体3000円、ワインを飲んでも5000円でほぼ収まる。何軒か訪れましたが外れはなかった。

先ほども触れましたが、ヨーロッパ、EUは1980年代、共通の農業政策としてグリーンツーリズムに力を入れました。中山間地の農家に宿泊することで誘客を図り観光資源化する。農家民泊です。イタリアで1万軒以上、英国で1万8000軒、ドイツ、フランスで各2万軒あるといわれています。農家レストラン同様、改装には無利子融資の政策が取られました。イタリアは個室タイプでベッドルーム、シャワールームがあり、快適に旅ができるというスタイルになっている。スローフード協会がやってきたことは日本流に言えば中山間地支援の6次産業化です。それも1980年代からですから先駆的な取り組みとっていいでしょう。

元気な直売所、中山間地の経済を回せ

今日本で元気なのはヨーロッパでは見られないような農産物などの直売所です。全国で1万7千カ所あります。頑張っているところでは先月合宿したJAおちいまばり（愛媛県今治市）の「さいさいきて屋」、ここは自家消費分だけを栽培している小さい農家に呼びかけて少量多品種の農産物を集め、7年間で売上23億円、動員150万人の直

売所に成長した。茨城県のJA茨城がやっている「ポケットファームどきどき」はオーガニックでレストランを展開し、160万人ぐらい動員している。三重県の「モクモク手づくりファーム」は中山間地8000人の村ながら400人を雇用し50万人が訪れる。レストランと体験工房があって年間400校の修学旅行がある。これはヨーロッパにはないタイプ。ですからスローフードはスローフードのやり方があるし、日本では日本の新しい中山間地支援の仕組みが各地で作られようとしている。

スローフード協会がなぜあれだけ大きくなって、支援が拡大したかといえば、中山間地の農業支援で経済が回るという仕組みを構築できたからです。中山間地の農業は儲（もう）からないという定説を覆した。日本では大分県の大山農協、3000人の村で農業事業収入56億円。当時の組合長がヨーロッパに足を運び、大きいものを一つ作るのではなく多様なものを作ってグリーンツーリズムを導入することが農山村の活力となることを知った。そこで小さいものをたくさん作って加工レストランを設けた。JAとか国の方針に逆行するものですが、今や先駆的な存在。1000万円クラスの

農家が100軒以上あると聞いています。僕らが今、合宿をしている高知県の山間地、馬路村農協は1000人の村でユズを売って30億円、儲かったお金で植林をして木造建築で住宅を作り、村らしい村を目指している。村らしい村を作れば作るほど、若い女の子たちが観光にやって来る。これもヨーロッパ、スローフードの影響でしょう。なぜ影響を与えたか、これまでお話してきたように教育戦略と文化戦略の明確なコンセプトがあったからにほかなりません。日本ならではのスローフードの構築を期待しています。

< 略 歴 >

■金丸 弘美(かなまる ひろみ)氏

食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー。「食からの地域再生」などをテーマにした各地の取り組みを取材し、書籍、新聞、テレビなどで広く伝えるほか、特産品のプロモーション、食育事業のアドバイザーとして活動する。子供たちの食べ物が大切と考え、秋田から沖縄まで全国50カ所の学校給食を取材した。著書に「田舎力～ヒト・夢・カネが集まる5つの法則」(NHK出版)ほか。佐賀県出身

パネル
討論

「食文化と観光の融合— 目指せ 環富士山フードツーリズム王国」

富士地区分科会 静岡新聞 SBS



〈パネリスト〉
谷口せい子氏 静岡県観光顧問
(日本政府観光局<JNTO>シニア・スペシャリスト)
田淵 正人氏 (株)レイライン(富士市)顧問
大木 貴之氏 ワインツーリズムプロデューサー
〈コーディネーター〉
野村 浩司氏 静岡総合研究機構主席研究員

◆野村 世界文化遺産を目指す富士山はユネスコへの申請が決まり、来年には登録されようかという状況にあります。さらに2015年には伊豆半島の世界ジオパーク認定が期待されていて、県東部には世界が認める新しい価値が数年のうちに連続

して誕生します。こうした全国、世界から注目される大きな流れをどのように地域の活性化に結び付けていくか。今から行動を起こしていくことがこの地域に求められていると考えています。第2部のパネル討論では富士山周辺地域のプラスα(ア