の対応をしていません。自然・だけではダメ。分が大きくなっ」と語った。しい水やお酒、そばなどの食に北アルプスとトのもとにこれてなしが加われ地となっていく

た。唐桟きものの展示会や旧川越織物市場も一般開放された。

川越きものの日

着物のお客に対して「小江戸巡回バス」の1日フリー乗車券を350円で販売する。通常価格は500円なので3割引となる。この割引は18日のみとなる。車内や最寄りの販売所で販売する。浴衣はOKだが、甚平や作務衣は対象外とのこと。「江戸時代の風情が色濃く残る川越には着物がよく似合います」（同社）と話す。

停留所は川越駅、本川越駅、川越市駅にもあり、各スポットをクラシックなデザインのボンネットバスが結ぶ。街の雰囲気にぴたりと合うので、大型バスでは入り込むのが困難な路地裏のようなところも違和感を感じさせない。また、運転士さんが分かりやすく川越の案内人も務めてくれるので川越初体験者にも心強い。ちょっとした渋滞や信号待ちなどでもウィットに富んだアナウンスで乗客をいらいらさせない達人の技も見逃せない。

9月15日には横浜赤レンガ倉庫で来年に市制90周年を迎える川越のPRイベントが開かれる。

筑波山神社神官とパワースポット巡り

茨城県の筑波観光鉄は9月10・17・24日3日間、「筑波山神神官と行くパワースット巡り」ツアーを施する。募集人員は回限定100人、参費無料（交通費は自負担）。小雨決行。筑波山は山全体が御神体」として崇められており、男体山頂に「筑波男大神」、女山頂に「筑波女大神」を祀る本殿が建てられ、中腹に拝殿「筑波山神社」がある。低山ながらも1千種類以上の植物に恵まれ、水郷筑波国定公園に指定されている。奇岩・怪石スポットも多く、さまざまな言い伝えがあり、ハイキングコースの見所になっている。

筑波山神社の大杉

同ツアーは、約1・5㌔の登山道を散策しながら、樹齢800年の「筑波山神社の大杉」、間宮林蔵ゆかりの「立身石」、願いを込めた石をここに重ねれば願いが叶うといわれる「大石重ね」の3つのパワースポットを巡る。神官に祈祷もしてもらえる。

問い合わせ・申込み＝☎029（866）0611。

未完の礼拝堂

子や歴代の王たちの棺が並ぶ。

修道院の東側に未完の礼拝堂がある。ジョアン1世の息子ドゥアルテ1世によって建築が始まったが途中で他界、その後マヌエル1世が引き継いだが、途中で他界…と100年ほど建築は続いたが、結局未完のままで終わっている。屋根がなく真っ青な空を見渡せる。幾重にも重なるアーチには細かいデザインの彫刻、ステンドグラスから流れて来るブルーの光、その他、装飾の一つひとつを見てもため息が出るほどである。時代の流れとともにゴシック様式、マヌエル様式、ルネサンス様式と微妙に混ざっている。修道院の北側には王の回廊がある。アフォンソ・ドミンゲスの作品で、マヌエル様式で中の庭園や噴水が美しい。

（写真作家）

地域ブランドを引き出す力

金丸 弘美 著

食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサーという肩書を持つ金丸弘美氏は、「食からの地域再生」をテーマに全国を取材。特産品のプロデュース、食育事業のアドバイザーなども務める。本書は過去、雑誌や新聞に書いたものを再構成した。イタリア料理店「アル・ケッチャーノ」（山形県）、道の駅「萩しーまーと」（山口県）、イタリアの「スローフード運動」など事例数は36。日本を飛び出し、イギリス、ドイツ、フランス、イタリアにまで及ぶ。

著者は「農産物の価格が低迷する昨今、農村地域での作物の加工販売は、農村経済活性化の重要な鍵」と指摘する。2011年現在、全国の直売所の数は約1万6千カ所、直売所全体の平均売上は1億円、年率20%で伸びている。その売り上げのほとんどは手作り味噌、弁当、ジュース類、ドライフラワー、まんじゅうといった加工品であるという。わかりやすい例が「10㌔300円のリンゴと1杯300円のリンゴジュース」。つまり付加価値を付けたオリジナル商品を生むことで、農家は価格決定権を市場から取り戻せる。

本書の副題は「トータルマネジメントが田舎を変える!」。考え方のヒントは、「消費者、食べる側から発想していくこと」。本書に紹介されている事例の多くで女性が活躍しているのも興味深い。「女性、それも料理が好きという女性に入ってもらうと、話が具体的になり、進展がきわめて速い」。ヒット商品を生み出すためには女性の視点が不可欠のようだ。

もちろん個々の農家の工夫だけでは地域再生はできない。環境保全、観光事業などトータルに考えられた農業を展開するイギリスの事例などを引きながら行政が果たす役割についても言及する。

（合同出版、1400円）

観光最前線

ご当地もん

ここ数年、よく耳にする言葉に「ご当地」がある。ご当地グルメ、ご当地ソング、ご当地検定、なかにはご当地ヒーローなるものまで誕生している。なかでもご当地グルメは、それぞれの地域で昔から地元の人に愛され、親しまれてきた自慢の一品が多く、どれも魅力的なものばかりだ。

以前、10月から始まる熊本・宮崎・鹿児島DCの取材の席で、鹿児島県の方が「食というのは、その土地の歴史や文化と切り離して語れないもの」と言われた。

おいしいものは、どこで食べてもおいしい。だが、その土地で地元の人から料理の成り立ちやおいしい食べ方を聞き、ときにはご当地流の作法を駆使して食すると、味覚だけでなく五感で味わった気分になれる。お取り寄せもいいが、やはりご当地もんはご当地で。

【塩野 俊誉】