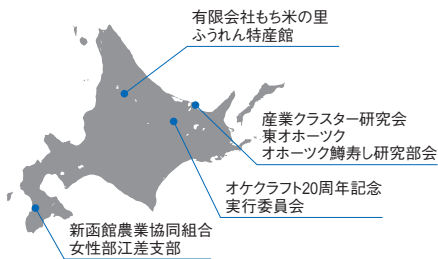


「わが村は美しく —北海道」運動

第2回コンクール

入賞団体を訪ねて



第1回

「わが村は美しく—北海道」運動第2回コンクール（北海道開発局主催）には、全道197件もの応募があり、景観、地域特産品、人の交流の3部門に分かれて審査・選考が行われ、平成17年2月25日には表彰式が行なわれました。

本シリーズでは、この受賞21団体の活動現場の訪問レポートをコンクール審査委員の方々にとまとめていただきます。

道北の地で花咲く 農民会社 「ふうれん特産館」

地域特産物部門・金賞

有限会社もち米の里ふうれん特産館（風連町）

レポーター 黒澤 不二男

農畜産物の加工・販売は、本道農業の中で最近注目されている分野です。農村における起業活動は、個別経営の経営展開方策のみにとどまらず、地域活性化や、産業クラスターにまでつながる要素を持っています。

そのプロセスとしては、原点である自家利用のための食品加工から、余剰加工品の親類縁者への贈答利用、小規模テスト販売、本格ビジネス段階というステージをたどるのが理想的であるといわれています。いま道内農村では農畜産物加工販売で、それぞれ原料にこだわり、製法に工夫をこらし、競い合っており、まさに百花斉放のようですが、現状では、ビジネスとして

定着しているものはさほど多くはありません。

そんな中で、道北・上川支庁管内風連町の(有)もち米の里ふうれん特産館の特産のもち米加工・販売の取組が高く評価されました。

日本人のもち好きは、遠い昔にこの日本列島に住みついた私たちの祖先が、そのルーツの地である東南アジアで常食していたサトイモ類のネバネバした食感が遺伝子の中に刷り込まれていたためという話があります。もち好き人の一人でもある筆者らが風連町の特産館を訪れたのは激しい地吹雪の舞う2月末でした。

交通量の多い国道40号線に面した店舗兼工場である拠点施設・特産館では、精悍な顔をほころばせながら代表の堀江英一さんが出迎えてくれました。

起業化の契機

道北に立地する風連町は、その気象条件から米作の北限地帯とされ、もち米の生産団地指定を昭和59年に受けて、その生産を地域の稲作の柱としてきた町ですが、堀江代表の話によりますと、この地域の基幹品種である「白鳥もち」は、関西の製菓業者向けの販売が主体でしたが、切り餅や丸餅にする際に「固まりにくい」性質が難点とされ、その評価は必ずしも高くはなかったそうです。それもあって、もち米生産農家の農家経済状況は厳しく、多くは冬期間の出稼ぎ等を余儀なくされていたとのこと。何とかこの苦境を、自己の生産米に付加価値をつけ、加工して販売することで脱却、出稼ぎも解消しようと、堀江代表や渡辺工場長たち7戸の専業米作農家（病気等による離脱で現在は5戸）が、もち製品の加工販売に踏み切ったのが昭和63年、創業開始が翌平成元年でした。

「もち米の里ふうれん特産館」設立

平成6年には法人組織「(有)もち米の里ふうれん特産館」を設立、名実ともに農民会社（資本金約2,000万円）として体制を充実しました。



ふうれん特産館

その事業内容は、もち製品の製造・販売と店舗兼工場の2階のレストラン営業です。店舗には切りもち、大福もち、鏡もち、おはぎ、赤飯など多彩なアイテムが、特に18種にもわたる「かわり大福」が見るからに食欲をそそるようにディスプレイされていました。店舗での直販のほか、道内外の有名量販店、デパート、菓子チェーン店等に開設している支店や販売コーナーで販売、また、大手外食産業（モスフード）の主力食品「ぜんざい」の構成食材（玄米もち）として出荷されるまでに成長発展をとげています。年間販売額約3億円、従業員45人（冬季期間工具40人）と地域の経済基盤維持にも一定の貢献を果たしていることに大きな感銘を受けました。

逆転の発想と明確な企業コンセプト

もち加工では難点とされた「固まりにくさ」という風連産もち米の特性を逆手にとって、しなやかな柔らかさを要求される「大福もち」とする着想が見事に開花したのです。

工場で強く印象づけられたことに、徹底した品質管理・衛生管理が挙げられます。ふるさとの味とか、北海道の豊かな大地の産品という素材の特色のみに依存するのではなく、消費者に衛生的にも味覚的にも完全・完璧な商品を届けるのだという企業姿勢が徹底していました。

この偉業を達成したメンバーは、カリスマタイプのリーダーに率いられた特別な人たちではなく、結束力の堅い篤実な稲作農家の人々であったことも驚きでした。リーダーの堀江さんの的確な情勢判断や企業センス、それを支える渡辺さんたちメンバーの商品開発や労務管理の努力と、息のあったチームワークがはずかって力があつたことは想像に難くありません。

素晴らしい実績を挙げてきましたが、今後は、新生名寄市が計画している「道の駅」構想との関わりなど新たな展開に向けて課題も想定されます。しかし、「特産館」の5戸10名の方々の情熱ともちのような粘り強さで、どんな局面にも対応できることを確信しながら、色鮮やかな「ふうれん田舎もち『雪の里』」を土産に買い込んで、家路につきました。

江差地方の伝統の味わい 「追分こうれん」

地域特産物部門・銅賞
新函館農業協同組合女性部江差支部（江差町）

レポーター 石田 美恵

伝統のこうれん

こうれんは、古くから江差地方に伝わる米のお菓子です。農家の家庭では毎年夏に必ず作り、子どものおやつに、農作業の合間に、また、お盆の供物や遠くから来た親戚への土産など、とても身近で大切な食べ物でした。

こうれんをつくることを、「こうれんおし」といいます。これは、専用の短いし棒で、丸めたもちを平たく「おす」ことからきているようです。また、古くからの農家の助け合いの風習「結い」、江差では「ゆいっこ」といいますが、こうれんおしも「結い」で、今日はAさんの家、明日はBさんの家と、地域総出で行っていました。

それが、20年ほど前から農家の戸数が少なくなるとともに、地域でこうれんをつくる機会もだんだんと減ってきました。

そんななか、伝統の味を残したい、こうれんを通して江差の文化を伝えたいと、江差農業協同組合（現・新函館農業協同組合江差支部）女性部のみなさんが、こうれんづくりに取り組むことになったのです。

現在、メンバーは年代の違う女性たち38名。みなさん、元気でパワーあふれる農家のお母さんです。

こうれんおしの難しさ

こうれんの材料は米、砂糖、塩にゴマなど、素材はいたってシンプルですが、作り方は大変



みなさん勢ぞろいの「こうれんおし」の日



こうれんをすだれに並べる

手間がかかります。米をといで一晩水につけ、ふかしてもちにつき、小さくちぎり、こうれん棒で丸くせんべい大にのばします。これを大きなすだれに広げ、丸一日、天日で乾燥させ、ほぼ乾いたところで、ついている打ち粉をていねいに落とし、翌日もう一度カラカラになるまで干します。この状態で缶などに入れておくと、何年でも保存できます。食べる時は、網にのせて焼いたり、油で揚げたりします。面倒なときは電子レンジでもよいそうです。

網にのせて直火であぶると、すぐに香ばしいかおりが立ち上ります。火が通ると表面がぷくっとふくれて、食べごろです。かすかに甘く、とても懐かしい素朴な味で、いくつでも食べられそうです。

「追分こうれん」を地域の特産品として売り出すことになってから、大変なことがいくつかありました。

ひとつは、作り方の統一です。家ごとに味も作り方も違うので、何をもって「商品」とするかで苦労をしましたが、何度か試行錯誤をくり返し、みんなが納得できる規格に落ち着いていきました。

もうひとつは、天気心配です。こうれんは、日差しの強い夏でなければうまく干し上がりません。乾燥機が使えるれば、季節も天気も関係なくたくさん製造することも可能ですが、そうまでして増産する気持ちはみなさんにはありません。もともと、伝統の味を伝えること、地域の人みんなで楽しく続けることをめざしているのので、無理をすることはないのです。

とはいえ、「道の駅」などで常時販売しているので、年間で約2万枚は必ず製造しています。天気予報を頼りに、婦人部長の長尾和子さんが中心になって日程を決め、前日から仕込みをし、当日は朝から会場に集まって「こうれんおし」



左から中野緑さん、部長の長尾和子さん、笠原幸子さん

一色となります。最近は特に雨が多いので、日を選ぶのが難しいそうです。

伝統を次世代に引き継ぐ

最近はいくつか新しい動きが生まれています。地域の小学校から「こうれんづくり」を教えてほしいと依頼される機会が増え、出張講座にでかけるようになりました。子どもたちはもちろん、こうれんを食べたことのない若いお母さんたちも喜んで一緒に参加しています。

また、まだ試作段階ですが、生のままのこうれんに、自家製の豆でつくった「あん」をたっぷり包んだ新製品の「こうれん大福」ができました。もち米に、古代米の黒米を少し混ぜて、美しい紫色の大福なども試しています。

「小さいときは、こうれん干しが子どもの仕事で、手伝いするのが嫌だった」「干している途中の『生干し』をつまむのが好き」「やっぱり炭火であぶったのが一番おいしい」「食べだすと止められないけど、おもちと同じだから太るよねえ」「うちの孫は他のお菓子があっても、こうれんばかり食べるのよ」と、こうれん話は尽きることがありません。

これからも、温かくて、素朴で、大切な地域の財産を、ずっとつくり続けてください。

「オケクラフト」新たな時代への「一寸引」

地域特産物部門・銅賞

オケクラフト20周年記念実行委員会（置戸町）

レポーター 東村 有三

誕生以来23年、日本を代表するオケクラフト

「オケクラフト」は、素朴な木のあたたかさとお白く上品な美しさを合わせ持つ、日本的にも知名度の高い工芸作品である。全国各地の伝統的

な漆器と比較しても、オケクラフトのシンプルでモダンなデザインは、現代の生活様式にほどよく調和し根強いファンも数多く広がっている。

「オケクラフト」の町、置戸町は網走支庁管内の西端、国道39号線の有名温泉地「温根湯」から南へ20キロ程下った、あの「ふるさと銀河線」沿いの細長い町である。人口3,800人、面積の84%が森林に囲まれた、まさに森の町。この小さな町で昭和58年、「オケクラフト」は誕生したのである。

あれから23年、現在では20を超える工房が立ち並び、販売高も最盛期には8,000万円近くまで上っていた。町には「オケクラフト」を展示販売する「森林工芸館」をはじめ、「共同工房」、指導者のひとりであった日本有数の工業デザイナーである秋岡芳夫氏が収集された「手仕事に使う手道具資料」を展示する山村文化資料保存伝習施設「どま工房」と、関連施設も点在し、年間15,000人もの人々が訪れているのである。



森林工芸館の展示。ここでは販売も行われている。

「モノづくりと作り手づくり」の同時作業

エゾマツやアカマツ等に代表される森に囲まれた置戸町は、いうまでもなく林業が基幹産業の町である。しかし、木材の一次加工（製材）だけでは付加価値も低く、輸入外材に押されて林業は衰退傾向にあったという。そんな課題を解決するために、町は昭和57年「地域産業開発センター」を開館させ講師を迎えて勉強を始めたのである。

翌年、講師として来られたのが、列車をはじめ、カメラやオートバイから鉛筆まで生活の中に生きる幅広いデザインを手がける工業デザイナーの草分けとして名高い秋岡先生であり、東北工業大学工業意匠学科で教えるかたわら、各地の農村で裏作工芸の指導をしておられた時松辰夫先生のお二人。

二人の先生は、建築材等一般製材としては不向きなアテ材と呼ばれている偏芯材に注目、当時はチップ材やまき燃料としてしか利用されていないアテ材に特殊な加工を施すことによって木工芸品を創ることを提案された。

「アテ材を上手に作れば美しい木目を持った工芸品になる」。それは、従来木工には向かないといわれていた針葉樹による工芸品づくり、全国に類を見ない試みだったのである。



制作途中のオケクラフトと食器の完成品

先生たちと町の動きは素速かった。町では時松先生による「ろくろ教室」が何回も開催され、なんとその年の11月には秋岡先生の手配によって、東京日本橋の高島屋を会場に「北ッ子 白い器展」を開催、先生命名による「オケクラフト」が全国デビューをしてしまったのである。

続いて翌'59年には作り手を育成する研修生制度も立ち上げ、地元はもちろん全国各地から優秀な木工技術者を目指す人々を募集し育成を始めた。まさに「モノづくり」と「人づくり」の同時作業。

この動きは全国的にも注目を集め、日本デザイン会議地域文化賞やサントリー地域文化デザイン賞受賞となり、置戸町とオケクラフトの名前を一気に高めていった。

「人間ばん馬」と「オケクラフト」は置戸魂

置戸町で毎年開催される夏祭り。クライマックスはあの「人間ばん馬」である。今年で29回目を迎える「人間ばん馬」は、予選300キロ、決勝500キロの馬ばそりを人間たちが引いて走るユニークな催しである。置戸町にはこの催しのキッカケになった「一寸引」という言葉が今も残っている。「太刀打ちできないような重い木材を動かすには、一度に全部動かすのではなく、時間をかけて一寸ずつ動かせ。そうすりゃそのうちいつかは動く」という意味である。

こんな言葉を教えてくれた岩藤孝一さんは、43才。ご本人も当初からのオケクラフトマンで



岩藤孝一さんの作品とご本人

あり、仲間たちの取りまとめ役のほか、町議会議員でもある。

岩藤さんは若いころ、長野県のスキー場などでアルバイトを重ね、オークビレッジ等の木の作品やウッドライフに触れていたという。そんな時、故郷の町から研修制度の便りがあり、置戸にもどることを決心。以来20数年、オケクラフトと共に歩いた人である。

「20年を過ぎて、作り手たちにもさまざまな考えが出てきた。所得格差も広がっているし、作品の趣向も各々違ってきた。だからこそもう1回、作り手たちがまとまり、今後のオケクラフトを考えていかななくてはいけない」。

例えば、そのひとつが20周年事業であり、北大のポプラ並木の倒木を使った仲間たちによる作品への挑戦なのである。「モノづくりと人づくり」から始まり「まちづくり」にもなったオケクラフトの取り組みは、いままた原点に立ち返り、新たな時代への「一寸引」が必要な時に差しかかっているのかも知れない。

売り切れご容赦、話題の「空弁」 オホーツクます鮭「せっぱり」

地域特産物部門・特別賞
産業クラスター研究会東オホーツク
オホーツク鮭寿司研究部会（網走市）

レポーター 東村 有三

千歳空港と女満別空港で限定販売中

「駅弁」ではなく「空弁」。空港ロビーやゲート内店舗で並んでいる「お弁当」のことである。「空弁戦争」といわれるまでに競争の激しいこの市場に、昨年9月網走発の空弁がデビューした。商品名は「オホーツクます鮭・せっぱり」。その名の通り、オホーツク網走に上った天然カラフトマスを使い、鮭米との間にリコッタチーズ*と大葉を挟んだちょっとユニークなます鮭。味はチーズが効いているので酢が立ちすぎず、さっ

ぱりまろやか。切り身も厚く食べごたえがあり、なかなかいける。ひとつずつ筐の葉に包まれた鮭が四個入って850円、お値段も手ごろである。



空弁として人気上昇中のオホーツク
ます鮭・せっぱり

ちなみに「せっぱり」とは、地元の漁師たちによるカラフトマスの愛称。別名オホーツクサーモンと呼ばれるカラフトマスが、生まれ育った川に上る時背中が隆々と盛り上がりが見えることからこの愛称が付けられたといわれている。このあたりのネーミングにも、制作者のこだわりが感じられる。

商品開発は、クラスターのプロジェクトチーム

この空弁、ユニークなことに開発したのは、「産業クラスター研究会東オホーツク」の中に結成されたプロジェクトチーム。部長は網走合同定置漁業の理事・事務局長の元角文雄さん、サケやカラフトマスを獲る方の親方である。「獲る方は上手なんだけれど、弁当となるとねえ〜（笑）」とはご本人の弁。

元々カラフトマスは、サケよりも身が細やかで脂のりが良くおいしいと漁師たちは思っていたという。しかし、どういうわけか、使われるのはサケ缶かコンビニの切身原料、市場価格も安かった。このカラフトマスを地元で加工し、付加価値化することは、永遠の課題。「ならばます鮭でも作ったら」という地元にある東京農大の先生の一と言で、このプロジェクトチームは平成14年にスタートしたのである。

狙いが「ます鮭」となれば、オリジナルメンバーだけでは心もとない。そこで情報を集めながらその道のプロたちの一本釣り。熱意に感じて集まったのは、地元のお米屋さん、つけもの屋さん、食品加工屋さん、お弁当屋さん、そして箱づくり屋さん。それぞれ地元の優良企業主たち、総勢13名のチーム結成となって動き始めたのである。

※リコッタチーズ

チーズを作る時に出るホエー（乳清）を再び加熱して作られる。水分が多くて柔らかく淡白でほのかな甘みがある。



プロジェクトチームは何回も試作を繰り返し

富山と同じじゃ負けてしまう！究極の地元産へ

「ます鯨」といえば富山県がブランド、一説には関連企業を含めて200億円の巨大産業だといわれている。せめてその10%でも実現できれば大きな成果。視察から帰ったチームがまず取り組んだのは、富山と同じ丸型の商品。だがこれは不評だった。いくら富山が輸入品を使用し、こちらがオホーツク産だといっても、向こうには一日の長がある。「同じ形、同じ値段なら、きつと負けてしまう！」

さらに道産米にこだわるとパラツキ感が気にかかる。米の配合や炊き方、酢の具合、醤油で食べるのか、マヨネーズがいいのか、入れる容器は経木を使いたい等々。チームの面々は本業の仕事が終わってから東京農大に集合、試作と試食を重ねていった。最盛期にはその回数は週3日にも及んだという。思いはひとつ。全ての原料を地元産にこだわり、地元で加工して世に出したい。しかし、特徴ある味の決め手はなかなか発見できないでいたのである。

そんな時、札幌のホテル料理長からヒントが飛び込んできた。「カラフトマスにチーズを挟んでみたら！なかなかイケると思うよ！」

初代大好評。JALから「空弁」オファー

結局チーズは日高産のリコッタチーズが味に調和した。大葉も挟むことにした。一個の大きさは笹に包んだ一口サイズ。醤油もこだわって



左から試作品、好評の市販品、現在の商品

魚醤を使った。試作品を若い農大の学生たちにも食べてもらい、「これなら私たちでも大丈夫」と太鼓判が押され、ネーミングのアイデアまで出してくれた。容器には地元の木を使い舟型に仕立ててもらった。これで富山のます鯨のイメージから完全に脱却。まさにオホーツク産オリジナルのます鯨が完成したのである。視察からちょうど一年、試験限定販売は地元の祭りや流水観光砕氷船ターミナル等で行われ、大好評を博した。

そんな噂が入ったのか、平成16年5月、JALの商品販売部門から注文が飛び込んできた。「空港で売らないか。ただし、価格は1,200円から800円に下げること。パッケージをもっと小型にすること！」

その注文に見事応えたのが、現在の商品。いまのところ、千歳空港のJAL系の店舗で毎日30個、女満別空港で20個販売、売切れご容赦状態だという。ゆくゆくは羽田空港でも思っているが、課題は配送とのこと。最近では地元の鮭店でも「カラフトマスのあぶり」などを出し始めたという。まさに地元密着、クラスターの面目躍如である。

profile

黒澤 不二男（くろさわ ふじお）

1940年樺太（サハリン）生まれ。'63年北海道大学農学部卒業後、道立滝川畜産試験所、道農政部などを経て、現在、(社)北海道地域農業研究所常務理事。北海道構造改善推進協議会「地域づくり専門アドバイザー」、北海道経営改善支援センター「経営指導スペシャリスト」。著書に「今すぐ役立つ経営チェックマニュアル」（北海道農業協同組合通信社）、「ロシア極東の農業改革」（お茶の水書房）など多数。

石田 美恵（いしだ みえ）

1970年札幌生まれ。北海道大学経済学部卒業後、(株)グラフ社に入社、料理実用書の編集を行う。'97年より(株)マーケティング・コミュニケーション・エルグ、広告や広報誌の編集などを担当。同年、道内のチーズ生産現場を取材し「北海道ナチュラルチーズ紀行」（東京書籍刊）を制作。2000年より(株)インテリジェント・リンクに勤務し、書籍などの編集制作を行う。

東村 有三（ひがしむら ゆうぞう）

1948年生まれ。北海道教育大学札幌分校美術美術史研究室卒業後、放送作家活動および広告やイベントの企画制作プロデューサー活動、広告代理店を経て、(株)C.S.P.T地域計画機構を仲間と設立、現在、代表取締役主席プランナー。専門分野は、中心市街地の再活性化、TMO、商店街再活性化、地域マーケティング、観光振興、メディアイベント、食関連計画。中小企業庁中心市街地活性化タウンマネージャー、「いま北を考える会」道産品研究会委員など公職多数。