

「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

北海道大学 現代日本学プログラム准教授 クリーン スザンネ

I. 研究の背景と目的

本ワークショップは、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、今まで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」を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)。2013 年に大学等の教育研究は、地域の問題解決に役立っていないという意識を背景に、文部科学省が「地域密着型の”知の拠点”としての大学」(Center of Community=COC) という事業を開始したわけである (萩原 2016:20)。従って、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では少しでも大学の「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としては、「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も目的であった。「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」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・成長思考をよりシェア・エコノミー、デジタル・エコノミーなどが着目され、地方の不便をメリットに切り替えてくるようになってきた (山田 2016:4)。徳島県の神山町にあるグリーン・バレーという NPO の代表大南氏が提案した「創造的過疎」という表現もまさに新しい時代性のアプローチを表す (<http://www.in-kamiyama.jp/shisatsu/>)。5,569 人の住民しか住んでいない神山町 (<http://www.town.kamiyama.lg.jp/office/juumin/residents/population.html>) には近年、会社と大学のサテライト・オフィス、クリエイティブ系などの様々な自営業が増えている。そして、東京と神山の二拠点生活を送る住民もいて、20 代から 40 代の若手移住者がほぼ 150 人に及び、まさに「新しい地方」に転換してきて、移住者のコミュニティーが地元の方との協同事業が増えてきている。

近年の日本における人口の展開をみると、人口減少が不可避な現象であることが明確である (荒川 2017:18-9)。しかし、全体の現象に歯止めをかけられないだろうが、交流の事

業を通じて地方の新たな役割を模索することができる。

創造的過疎の事例として日本全国に最近多くなってきているのが様々なメディアに取材されているが、その事例をもう一つ紹介する。島根県はもとより人口の少ない県であるが、その中でも、隠岐の島という離島が特に過疎と高齢化が早く進んでいる地域である。隠岐郡を構成する隠岐諸島は、4つの有人島と無数の無人島からなっており、有人島は島前（どうぜん）の島（西ノ島、中ノ島、知夫理島）と島後（どうご）（隠岐の島）に大別され、それぞれが西ノ島町、海士町、知夫理町、隠岐の島町からなっている。2013年末の海士町の総人口は、2,370人で、このうち65歳以上の高齢者が38.4%を占めている。2005年の国勢調査によれば、離島振興法の指定を受ける110市町村、258島の平均高齢化率は32.9%であった。

海士町は、Uターンはもとより、Iターンを集計した統計は存在しないが、2012年10月に海士町が町政の経営指針として示した「離島発！地域再生への挑戦—最後尾から最先端へ」では、2011年3月末の時点でIターンを218世帯330人、定着率7割と見積り、「総人口では増えないが、活力人口が増えたことによって人口構成のバランスがよくなった」と総括している。海士町における15歳から64歳までの生産年齢人口およそ1,200人の4人に一人がIターンだと推測されるようになってきた。このことから、伝統的な農業や漁業以外の産業が海士町に誕生しつつあることが推測できる。考えてみると、離島という地理的な条件は政策でデメリットからメリットに切り替える事ができるという証拠でもあり、逆に経済成長ばかりに重点を置いた戦後の日本の消費社会と違う方向性を示す先駆的な模範としても解釈できると思う。

隠岐の島は統計的に見るとたいした事ないという意見もあり過疎の問題の解決には至っていないという見方もあるかもしれないが、統計よりアプローチが大事ではないかと思う。その理由は、移住者が少なくとも少しずつ増えてきているという現実があり、また非常に優秀な人が移住してきてもとの故郷に帰らないことである。なぜ高学歴で一流企業につとめた経験がある若者がいなかの辺鄙な所に移住するのか。もともとトヨタに勤めていた京大出身のAさんがもとの仕事をやめた理由として、「長期的な見込が自分なりに引き出せなく、それで自分の100%をだせなかった」という移住のきっかけを語っている。なぜ見込を感じなかったかということ、もとの職場では必ず成功するためにはどうしても犠牲者が生じてしまい、そのことは成功へのプロセスの一環だったという側面であった。すなわち、トヨタという世界的に知名度があるメーカでも、人が大事にされていないという人間らしさと持続性の不足についての疑問が生じたのではないかと思う。「都心に疲れて田舎暮らしをしたいのではなく、未来をつくるために移住した」と言う。

Aさんが2008年に隠岐の島にきて「巡りの輪」という株式会社を設立し、役場と協力しながら「持続可能な社会のつくり方」のために様々な活動を行っている。「巡りの輪」の取り組み内容は「地域作り」、「教育事業」（地域から学ぶ）と「メディア事業」（地域を伝える）という三つの趣旨がある。Aさんみたいな若くて非常に優秀な移住者は全国にいますが、「顔が見える社会」、「生きる楽しさ」、「ワークライフバランス」、「心の豊かさ」「自分なりの生き甲斐の追求」「自己実現」、「のびのび生きること」「納得できる行き方」「持続性」「地場産業」「柔軟な働き方」などがかれらと一緒に活動を行ったりお話ししたりするとよく出てくる用語である。この島根県の事例と新十津川のワークショップの関連性を考えると、

「地方」の良さは人それぞれが違うフォーカスを当てることにあり、地方と都会が多様な形で繋がっているのも共通点ではないかと思われる。

新十津川町の住民基本台帳人口によると、新十津川町の出産される子供と死亡する方が平成 26 年では出生数 31 名、死亡数 73 名で、少子化の進展が隠岐の島の海士町と比較したら低いが (<http://www.town.shintotsukawa.lg.jp/hotnews/detail/00000804.html>)、住民に「地場産業」と百姓以外の多様性の働き方の意識を増やせれば地域性もより顕在化するのではないかと思われる。現在の雇用の状況を見ると、新十津川町には役場、農協、教育関係以外には就職する施設が見当たらない。

グローバル時代こそ学生にそれぞれの文化的背景を出発点としながら、ローカル課題をしっかりと考えてもらい、問題意識を抱きながら建設的な解決方法を探ってもらうのがグローバル・リーダーという人材育成に役に立つのではないかと筆者は主張したい。そういう意味で、地方が学習過程の貴重な場でもあるにちがいない。それは、具体的にフィールドワークの体験で自分の五感で「現場」を感じてもらい、観察、記録することで課題の意識を強化させてもらい、他の学生と地元の方と意見を交わすことで自分の「見え」をみて、他の人の「見え」をみて、問題意識を発達させて、解決方法を提案する「経験学習」のプロセスである (加藤 2009:51)。

新十津川町が空知という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) で、平成 22 年の国勢調査と比べて 418 人 (5.8%) の減少があり (<http://www.town.shintotsukawa.lg.jp/hotnews/detail/00001806.html>)、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もある。人口の長期的展開を分析すると、総務省統計局の国勢調査によると、昭和 45 年の新十津川町の人口が 10,483 人に及んだが、平成 2 年に 8,787 人で衰退が続く状態である。札幌から車で 2 時間弱という便利な立地にあるが、一日 3 往復の各駅停車のディーゼルカー (1 両編成) 以外に直接の鉄道がなく、滝川駅までの快速が一番近いという交通の便がよくないという現実がある。ちなみに車で 5 分の距離にある滝川市という町がある。滝川はまちづくりに熱心でランタン・フスティバルなど様々なイベントも企画したりしており、新十津川町の知名度は隣の滝川と比較して圧倒的に低い。日本にはドイツなど海外と比べて首都圏を中心の経済発展 (と文化発展) が地方の過疎と高齢化を引き起こし、日本政府が近年、人口のアンバランスを「地方創生」というキャッチフレーズとそれと関連する政策で是正しようとしている。北海道でも札幌市以外、人口が増えて来ている都市は稀である。その政策の効果は別とし、中長期に渡って、人材育成は、人口の移動がある地域を維持するための必須な条件である。人口の移動としては新十津川の歴史に見られるような長期的な移民が基本であるが、短期的な来訪者もある地域にとって貴重な刺激であり消費者でもある。

新十津川町は、豊かな自然環境に恵まれている町でもあるので農業が盛んで農産物が幅広く作られている。高品質名の「ゆめぴりか」と「ななつぼし」以外にメロン、しいたけ、タマネギ、トマトなど幅広いお野菜と果物、それに明治 39 年に創業した長い歴史を誇る地酒「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、他の米と混ぜて販売されるので「新十津川」という名前が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。町のお土産品が揃って販売されている「くじ

ら館」に行くと、商品は多いが、新十津川にしかないようなものがトマトの味のチョコと金滴という商品ぐらいである。しかし、そのトマトチョコという商品でさえコンビニのスティック・野菜みtainなプラスチック・カップに入っていて、便利でドライブには最適かもしれないが、プレゼントとしての高品質のイメージと地域特有性からはかなり遠い。要するに、ものが良くてもパッケージ・デザインのインパクトが着目されていない。その状況は特に新十津川特有の問題でもない。

神尾と松林が指摘するように、「日本には、独自の自然、歴史、文化、農水産品、特産品を有する地方都市は多く、国内外から数多くの観光客を集めている“観光都市”も少なくない(2016:98)。しかし、過去に農業を主産業に頼った町にとって観光に切り替えることは政策のレベルだけでなく、地元のレベルでも様々なチャレンジを内包する。神尾と松林氏の指摘のように、「地域住民も地方創生には欠かせない」(2016:99)存在として観光のキープレーヤーでもある。結局、観光についても地元の政府とコンサル達が様々なアイデアと政策を提案し実施しても、市民が完全に納得しない限り地方創生が持続的に進展する確率は極端に低いと考える。

平成 26 年 10 月に当時北海道大学の特任教授・南哲行先生とともに「観光及び防災フォーラム」を新十津川町総合健康福祉センターの多目的ホールで行い、著者が「外から見た新十津川町の観光」という発表をした。その後のパネル・ディスカッションで「観光資源の再発掘及び有効な PR について」というテーマについて新十津川の観光協会の関係者や市民と有意義な議論が行われたのが本事業の出発点でもあるといわれている。当時、新十津川町は主に農業という産業に恵まれ、観光が住民と役場の意識にあまりなかったが時代の流れで観光により力を入れることを新十津川町の産業振興課が決めた。

背景としては、この数年インバウンド観光が飛躍的に発展してきている北海道で、エコ・ツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルス・ツーリズムなど従来の観光と違う外国人向けの「ニュー・ツーリズム」を企画するニーズが生まれ、地域の魅力を再発見するきっかけにもなった。

インバウンド観光のニーズを定義するには留学生の観点が欠かせないとの考えを基に、日本の大学に所属する留学生が日本文化についてある程度の知識を持っていると同時にそれぞれ独特の文化の背景をもち、新十津川町にとっても新鮮な観点を提供できるのではないかという期待があった。その後、留学生と地元の婦人会の協働が「新十津川町観光進行計画」に目的として取り上げられており、その中にある「都市と農村の交流促進」と「観光資源の発掘」いう 2 点の項目にも当てはまっている。

II. 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内容であった。数人の学生が自転車ツーリズムなど新十津川で実施できる観光のアイデアも積極的に提案した。その時に、ニコンがワークショップのスポン

サーとして学生にデジタル・カメラを用意し、ワークショップの参加者がそのカメラで町の観光によるアピール・ポイントとして印象に残る風景などを取り発表もした。その時の町民との議論で継続してやって欲しい内容として今回のワークショップのテーマの食文化が提案されたわけである。インバウンド観光の仕掛けになるような「新十津川にしかない名物」への第一歩としてのメニューがあればという課題に対して、初めて新十津川に来る若い学生と地元との明らかに違う視点を生かすことを本ワークショップの目的とした。本ワークショップを機会に、普段接触のない地元の婦人達と北大の現代日本学プログラムの学生が協同で事業に取り組むことになった。つまり、地域に根付いた庶民食とグローバル観点を組み合わせ、イノベーション豊富な創作料理を目指すことで、地域ブランドの戦略を提言する異文化交流事業でもある。ワークショップの準備、実施、発表に関わる方のそれぞれの価値観、目的、プライオリティというエミック (emic) なパースペクティブ (地元の観点) とその間に生じる交渉という常に変わりつつあるプロセスが本ワークショップの特徴でもあり、それを質的に (参与観察とインタビュー) 調査することを目的とした。



5月の日帰り見学の時の新十津川町役場前の団体写真

本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5月の日帰り見学、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が7月上旬にできた。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、ワークショップの前に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 (教授2人とティーチング・アシスタント) と学生が朝早く JR 札幌駅からの札沼線に乗り、各駅停車を使用した。札沼線は長い伝統を誇る線で、1935年に開通したが、戦争の関係で1943年に休止になり、1953年に営業再開になった。我々は、月形町で乗り換えのために20分間待つことになり、全部で所要時間が3時間にも及び、車で行くのと比べて2倍弱の時間とな

った。しかし、新十津川駅に到着すると、その日はちょうどイベントの日で、町の幼稚園児が演技をやってくれたり町長さんが挨拶してくれたり、駅の隣に咲いている花畑という春の風景が学生に深い印象を残した。到着後すぐに農協、専門の肉屋、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。そ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。

新十津川町は、明治 22 年 8 月に、奈良県吉野郡十津川郷一帯を襲った豪雨によって死者 168 人、負傷者 20 人、流出・全半壊家屋 610 戸という村が壊滅するほどの大惨事を受け、地域再建には厳しい状況となったことが移民のきっかけになってできた町である（新十津川観光ガイド、平成 24 年 4 月第 4 版:16）。人家や畑は押し流され、生活の場を失った 600 戸 2,489 人は、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。十津川村は和歌山県・三重両県に接する奈良県最南端に位置する山林と水資源に恵まれた村であり、面積は 672.35km²で奈良県の 5 分の 1 の広さを占め、村としては日本一の広さを持ち、林業、観光を主産業としている人口約 3,900 人の村である。現在でも、新十津川の町民が十津川村を「母村」と呼び、児童・生徒の交流や剣道、踊りなどを通じて様々な側面で親交を深めている。役場の代表も定期的に十津川村に行ったりしている。他に、新十津川の高校に使用される椅子と机も十津川村の木造で作られていて、新十津川町の日常生活においても十津川との関連を度々実感できる。

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、食文化が密接に移民の歴史に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。要するに、ヒアリングに協力した婦人たちによると、北海道の他の場所より「和食」のものが多く、十津川村の食文化を反映させる食品が家庭料理として人気がある。もちろん町民には十津川以外の様々な地域からの移民の歴史もあることから、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。「笹寿司」という店があり、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。それが先ほど触れたパッケージ・デザインへの無関心とも関連するが、町に初めてくる来訪者は内容より第一印象で商品を決めるのが基本で、デザインがその第一印象を左右するのが常識である。それと同時に、外食する目的は、基本的に家庭では食べられないものを味わうことにあるが、そのためには、店の雰囲気と建築、食べ物のデザインなど付加的なことも整備することが必須条件である。付加価値を作るにはある程度のノウハウと人脈が必要である。要するに、人の移動でその確率が高くなる。東京などの大都会には昔から人の移動と競争が激しく、商品とサービスに付加価値をつけることで競争してきた。新十津川町にはこのような競争が見られなく、今まで競争するメリットも考えるきっかけもなかったように見える。しかし、札幌でも近年海外からの観光客の数が大幅に増えてきているので、札幌に比較的に近い新十津川町がその観光客をターゲットしようと思えば、その可能性は十分に高い。

新十津川町・新十津川町観光協会が編集した「しんとつかわ観光ガイド」というパンフレットを見ると、グリーンパーク新十津川、パークゴルフ、温泉など満喫できるレジャー施設以外に、陶芸体験、織物、染色などの体験できる文化伝習館と夫婦山の霊水などの癒しとパワースポットがあるが、全部を揃って紹介できる「何か」を模索中である。近年全国に人気を広がってきた「経験ツーリズム」という発想がここの地域にまだ薄いし、昭和の「消費を中心する観光」というイメージが強い印象である。考えてみると、陶芸、織物、染色などは楽しい活動であるが、新十津川という場所と特に関連性がないし、現代の観光客（特に最近日本に増えてきてる外国人観光客）は、モノを買うというより、現場にしか味わえない体験をしたいという希望がある。離島も近年、日常生活を体験できるようなプログラムの開発に取り組むようになり、日常を観光資源にする傾向が全国に強まってきている（筧・issue+design project 2011:94）。しかし、農業を主産業としてきた新十津川には現在、「観光」であれ「ツーリズム」であれ、そのような意識と存在感が薄いと見える。新十津川町ではトマト産業が発達するので、トマトを中心にツアーを組むのも経験ツーリズムとしてのアプローチであると推定される。本年度のワークショップにもトマトの出荷作業という活動が日程に入っていて、大変好評であった。今までの観光では「トマトを消費」で終わっていたが、これからはトマトの畑の見学、出荷のコツ、そして最後にトマトを試食するという体験がふさわしいのではないかと思う。トマトの農家に実際会ってみて、日常の活動を体験したり、試食したりすることで町が抱えている社会問題について勉強し、考えるきっかけになる、そのことがツーリズムと学習の有意義な組み合わせという新しい取り組みでもある。それと関連するが、本研究プロジェクトの概要に書いたように、「地域固有の食文化をテーマとする *culinary tourism*（フード・ツーリズム）にはソフト面が多く、費用があまりかからないことから、持続性のある「ニュー・ツーリズム」を促進させるために実施しやすいメリットがあり（p.7）、町の観光政策として挙げられているグリーン・ツーリズムにも属する。住民の日常をツーリズムとリンクさせることでただのモノと場所の見学以外の付加価値が生まれることになり、新しいツーリズムを紹介するには有効なアイデアである。例えば、本年度のワークショップに参加した学生の数人は、新十津川町で体験したファーム・ステイで味わえた家庭料理の写真にコメントも入れてネットで発信していた、よほど感動的だったらしい。町民が日常的で何とも思わないことこそが短期的に訪れる人にとって一番の魅力であるので、将来に地域おこし協力隊、移住した方、短期的にホームステイする高校生など様々なよそ者に町として、あらゆる形で町の宝物（魅力）を網羅的に発見する活動もやれば効果的かもしれない。個人それぞれが感じる「魅力」やそれが何かという発想も違うので、普段都会に住む方が地方を訪れると発見がいっぱいありそうだ。

本年度ワークショップ中に学生がファーム・ステイしていた間にそれぞれのファミリーにちょっと同行し、ある農家の田んぼも夕方に見学した。そこにはカエルがいっぱいいて、生きているカエルに手で触ることができることは個人的には相当感動的であったが、地元農家によると、カエルはいくらでもいるので、ただうるさいだけということだった。学生があるファミリーの犬たちと遊んだり、畑のいい香り、トマトの新鮮な味など様々な形でキャンパス外の「五感を活かす」教育（米山 2015）を受けながら、それが「地方の新しい機能」でもあると本ワークショップが示した。移住以外に短期交流としてワークショップの

ような取り組みが町にとっても大学生にとってもいい機会で、刺激、新しいアイデア、自分の視野が狭かったなどの意識、自分の町の良さの意識など相互的なメリットが生まれてくる。

新十津川町の役場が平成 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、地域資源を生かした観光の推進、第三、「食」と「農村」の魅力を生かした観光である。第三の「食」と「農村」の魅力を生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」や「農産物ブランド化」などの項目も挙げられ、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、新十津川町の観光進行計画をみると、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。



7月の北大にて準備セッションの際調理に取りかかる学生と婦人達

7月に北大で開催された準備セッションの際に、学生に協力してくれた婦人達が、初めてメニューについてチームごとで意見交換を行った。関係者によるとチームの中の信頼醸成には多少時間がかかったが、準備セッションが完了した時にそれぞれのチームが提案したいメニューを実際作成する初めての試みであった。メニューの調理の仕方に関しては婦人達と学生の間意見の相違もあったが、全体的には順調に終わり、[協働]の面では大変有意義な時間となった。それぞれのメニューの調理が完了された後に、関係者全員でコーヒーと新十津川の婦人達が持ってきてくれた手作りの和菓子を食べた。普段コンビニと外食に頼りがちで料理していない学生が調理の時に料理に達者な婦人達に頼り、価値観が違っても順調に料理の準備に取り掛かることができた。本ワークショップに向けて学生がメニューを調理できる自信が身に付き、味、プレゼンテーションなどに関する回復すべき側面とメニューの絞りなどもチームごとに検討されて、半日の準備セッションがあつという間に終わった。本ワークショップの二週間前に開催された準備セッションのおかげで本ワーク

ショップの実際のメニューの調理が順調に行われ、婦人達と学生の中に信頼の雰囲気があったためにチームごとに無事にメニューの調理に取り組むことができた。萩原氏が指摘するように、「地域貢献で一番大事なことは、地域との信頼関係です」(萩原 2016:43)。

「信頼関係の醸成」は簡単に聞こえるかもしれないが、計りきれないところもあり、把握しにくい要因でもあるが、ワークショップという過程の成功に決定的な重要性を持っている。信頼関係が成り立つにはある程度のコミュニケーションが要求されていて、本ワークショップのように、価値観の違うステークホルダーの間には特に時間と努力が必要である。チャレンジと共に相互の理解が増えてくると同時にコミュニケーションが進化し、相互の刺激が増すのである。本ワークショップのように異質な参加者が打ち解けるために「食」の準備を「アイスブレイキング」の方法として使うのは効率よかったが、時間が限られていたので、コミュニケーションを十分交わす余裕がもうちょっとあればよかったと振り返って思う。このことは、「食」というきっかけの力が加藤氏にも指摘される(加藤 2014:39)。どの地域でも過疎、高齢化、少子化を抱えているので、学生の地域定着を希望するだろうが、「交流」には様々な形があり、本ワークショップのような短期滞在でも十分に学生個人として地域貢献できている。

「食」を通じて、普段地域の良さと魅力に対する意識が薄い住民と「馬鹿者、若者、よそ者」である全世界から来ている留学生が本ワークショップをきっかけにお互いに刺激を与え、協働で新十津川のための観光づくりに向けてメニューを発展させた。「食」が国と文明と関係なく人間の普遍的なテーマであると同時に、それぞれの文化と密接と大きく関連しているということは本ワークショップでも明らかになった。要するに、新十津川町の方が好む料理が地元の文化に深く影響・形成されることになり、それぞれのチームが提案したメニューに関する評価においても明らかになった。たとえば、お米が含まれたメニューが新十津川という米どこで育った町民には好評に繋がり、お米が普段とちょっと違う形で含まれたら本番のワークショップでは審査員の意見が分かれていた。

学生が三人ずつチームを組むことようになり、学生の国籍がそれぞれ違う組み合わせであった。本年度のワークショップでは 2 人の学生が、現代日本学プログラムの学生でなく、法学部と理学部(惑星学)の日本人学生が参加した。2 人とも道外出身(都内、長野県)であったので、チームの多様性(日本人と外国人の学生の協働)にとって良かった。本年度のチームは 3 つあり、「東南アジア・チーム」、「フィンランド・チーム」と「アジア・山村チーム」に編成された。一つのチームがフィンランドのメニューを和風にアレンジするためにお米を入れたが、お米を牛乳で煮込むという日本とまるで違う調理だったので審査員にメニューとして選ばれたが、予想より評価されなかった。「フィンランド・チーム」は野菜がいっぱい載っているトマト・スープと卵バターソース添カレリア・パイを提案した。カレリア・パイは牛乳で煮込んだお米とそば粉のパイでリッチなバターソース和えで意見が分かれていた。「東南アジア・チーム」がかぼちゃと椎茸の炊き込み御飯と焼き野菜を提案し、彩りがきれいで季節が反映したメニューでお米というテーマでしたので地元で好評だった。「アジア・山村チーム」はズッキーニのビーフンと椎茸の肉詰めとタマネギのおにぎりを提案した。彩りがきれいだっただが、地元の審査員によると、形がまとまっていなかった(「ビーフンが崩れたところがあった」という指摘を受けた)。第三番目のチームは地元の徳富(トップ)川という形と似ているビーフンの形を作成した。コンセプトはと

でも充実したが抽象的で地元の方にぴんとこなかったところもあったのではないかと思う。そのチームが第一ラウンド（ワークショップ）で抜かれ、アイデアと実現（調理）のギャップが明確になった。他のチームのコンセプトが恐らく第三のチームに負けていたにも関わらず、次のラウンドに行けたのはコンセプトと調理の繋がりアイデアのプレゼンがポイントとしてどんなに重要かということを示してくれた。ワークショップの審査員のコメントに、イノベーションに好意的なメンバーもいたが、新鮮さを保つスキルなどの実施力も重要視される。主なコメントを列記する。「おにぎりは新しい発想で良いと思った。駅弁として売ってみてもおもしろいかもかもしれないと思った。野菜は確かにおいしいが、温かいうちに出す工夫が必要だなと思った。」同じく、パイについて、「アイデアが良い。」「そばのパイが新鮮。だけど風味が少し弱い。」「日本にない味。土台もしっかりしていて食べやすい。」など審査員のコメントが好評だったが、実際のプレゼンテーションについては批判も込めていた。「時間がたってパイの生地がかたくなってしまっていた。」「パイは中にトマトを入れても良いかも。パセリをきざんで卵にふりかけた方が良い。」

最終的に、イノベーションと馴染みの地域性の味と素材を均等に組み合わせたメニューが理想だが、実際に調理するハードルもあるのがワークショップの際に明確になった。イノベーション的でも抽象すぎて町民が理解できないメニューの提案なら成功しない結果になった。審査員に一番好評だった単品がトマト・スープだった。「スープは見た目もきれいで、食材を生かしたおいしい料理だと思います。」「トマト・スープ、カレリア・パイともに喫茶店などに大変なじむメニューに感じた。」「スープがおいしい。最高の味（素材も生かしている）。」

学生がワークショップにおいてチームで作業をしていたので、学生には、チームワーク、コミュニケーション・スキル、企画力、タイム・マネージメントとソーシャル・スキルが求められ、限られている時間で知らない相手と作業を進め、即座に問題解決と危機管理しなければいけない側面がチャレンジであった。そして学生にとっては達成感と学習の経験にもなったとワークショップ後に学生が指摘した。前年度と同じくワークショップ中（と日帰り見学の際でも）には、毎日新十津川町の図書館の故郷コーナーを自由に調べる資料収集の時間が設けられた。また、図書館にある教室を予約し、教員とチームが意見交換とディスカッションをできる時間があり、それぞれのチームがメニューについて議論したり、プレゼンの発表を準備した。図書館の時間が学習の面でもワークショップ参加者同士の連帯感の面で貴重だったと思われる。

振り返ってみて、地元の素材であるトマトを生かしたトマト・スープがとてもシンプルに見えるかもしれないけど、焼き野菜を載せるちょっと工夫を加えただけで普段使わないバジルというハーブが加わり、地元で圧倒的な人気を納めた。

ワークショップの終了後の10月21日に北大で一般公開の参加者の報告会が実施された。ワークショップと担当する新十津川町の役場の代表二人が来ていて、アスマン教授と著者がワークショップの概要を紹介してから、学生の3つのチームがそれぞれ発表を行い、最後にディスカッションの場を設けていた。

チームの発表には、メンバーの自己紹介、新十津川の感想、レシピとコンセプト、チームワークの挑戦とメリット、勉強になった事が主なテーマとして盛り込まれた。

本年度のワークショップでは前年度より新十津川と札幌（北大）の間の移動と交流が企画されていて、交通費、時間などのコストが色々かかったが、二つのまるで違う場所に住み、違うライフスタイルの参加者間の相互理解、信頼と親近感とその結果として生まれたと推定される。学生が最初に5月に日帰りで新十津川に行ってから、北大で地元の婦人たちと準備セッションを行ってから本ワークショップのために改めて現場に行き、地元の方と交流した。これらが、三つのチームの内に、二つのチームが10月の味覚祭りに3回目に現場に行った経緯である。特に、前年度と本ワークショップの時に日程に入っていた一泊二日のファーム・ステイが大人気であった。学生が農業を仕事にする家族と一緒に道外向けの高品質トマトの発送するための段ボールに入れる作業、畑仕事など様々な農業の活動を体験し、農家の家庭料理を味わえる機会に恵まれ、「食」の実際の勉強に大変貴重な経験になったのではないと思われる。学生には海外出身でも道外出身でも北大で勉強しているにも関わらず道内の地方に行ったことがない学生が多くて、このワークショップをきっかけに実際に地方に行き、地方がどのような状況にあり、どのような社会問題に直面しているか自分の目で確認でき、また地方の良さ以外に自分が抱いていた地方のイメージと現場の相違も実感できた。例えば、学生の多くが想像していた高齢者ばかりの何にもない「田舎」には実際多様な方が住んでいて、ワークショップ中に、地元と違うところから移住してきた方（地域おこし協力隊とレストランと経験観光とエコ・プロジェクトを運営する道外の方）にお話を伺う機会もあった。地方が戦後に見込みのないところから自分のアイデアがあれば色々できるところまでのシフトが顕在化した（伊佐 2017）。

ワークショップが最初に行われた前年度からワークショップに参加する学生もいて、来年もぜひ参加したい若い「新十津川ファン」も出て来ている。理由として自分が普段接触ない世界に入っていける以外に地元の住民の優しさに感動したということが挙げられ、人間関係など「ソフト面」が明確な要因である。それが先ほど取り上げた現場の日常生活を体験できる「経験ツーリズム」と直接関係している以外に、上記の加藤氏の「経験学習」の一端でもある。

Ⅲ. 事業の結果

2016年5月の日帰りの見学の際のヒアリングとアスマン教授と著者がワークショップ終了後に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として、以下の点が挙げられる

- ・ 新十津川町の歴史的な背景である移民性のインパクトが多く、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が、「新十津川」という意識が薄い。「もし新十津川の歴史とアイデンティティ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、地元の婦人たちからは「お米」、「めはりずし」、「にしんずし」などがとりあげられた。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、逆に地元の婦人達に「新十津川でそんなに面白い場所があると思いますか」と聞かれて、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である味覚祭りの定番メニューである「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 筧・issue+design project 2011:258)。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(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来て自分が住む町と地域の良さと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。笹寿司の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人気あまりなかった。笹寿司が確かに歴史的な伝統として新十津川町に「公式的な記憶」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。同じく移住した方のスープ・カレー屋さんがあるが、役場の方はスープ・カレーが本格カレーでないし、「馴染んでいない味だ」という主張し、そこは「行かない」人が多い。上記の地元の発言を分析すると、食品の人気料理が何より地元の素材、馴染みの味と作りやすい便利であることが必然的な条件であるように見える。
- ・ ワークショップの審査員の意見を見ると、イノベーションに対して慎重な態度が多いので、「新十津川」を代表するメニューを発展させるにはイノベーションをほどほどにしながら地元の馴染みの素材を充実させないと行けないことが明確になった。
- ・ ワークショップで紹介されたカレリア・パイとトマト・スープと小エビ、カボチャと椎茸で作られたおにぎりが人気を収め、秋の代表的な地元の祭りである味覚祭りですぐ完売し、好評だった。地元の婦人達は最初に、ニンニクがたっぷり入っていたおにぎりに疑問的を抱いていたが、試食の際に予想以上美味しくて、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。ワークショップ

プの終了後にワークショップを担当する役場の方にレシピを共有した。将来に機会があれば地元の方が作成することもあるということである。

- ・ 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市民が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と知識を増やさないと難しい。町民の多くが買い物の時もレジャーの時も滝川と札幌に行くことが多く、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、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感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来ていた方で出雲大社新十津川分院を見学するために訪問しているということで、町の歴史と文化に町民よりよそ者に関心が高かった。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、そのニッチ・マーケットのポテンシャルが存在し、町がそのポテンシャルを生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でもメリットで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、町の多文化ヘリテージ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。ドイツの南部にある人口10万人の地方都市であるエルランゲンでは人口の25%が外国にルーツを持ち、人口流動を町の活力にする現象が起きている(高橋2016:30)。人口の桁が違っても、同じく移民の歴史による多様ヘリテージを持つ新十津川町にもそれができる。現在、夫婦山というところが観光資源としてポテンシャルがあると感じた学生が多いが、市民も役場もその意識がないのも上記のアイデンティティーの薄さの事例でもあるのではないと思われる。ワークショップに参加した学生一人が提出した論文の中に、日帰り見学、ワークショップ中と味覚祭りの際に新十津川で用意された食事に、新十津川を代表する食べ物として笹寿司以外にはなかったという指摘がもう一つの事例になるのではないと思われる。しかし、上記に観察したように、笹寿司の人気は町民に少なく、家庭で食べる人がいなく、新十津川を代表するメニューを家庭でも調理される一品がない。

夫婦山に水汲みに来る人が多少いる(私たちが現場に行った時にも夫婦が、水を大きいボトルに何本も入れていて、地元の婦人たちからその水でお米を炊くと美味しくなるというお話も伺った)。その水を町の代表的なお土産としてブランド品(例えば:「新十津川の霊水」)にするとかその場所にツアーの主体にするなどの動きが現在までない。ワークショップに参加した学生一人がワークショップ終了後に提出した論文で夫婦山の新鮮な水でおにぎりのためのお米を炊くと地域のブランド化のためのアイデアとして提案し、夫婦山の

民族的なストーリーも何らかの形で加えて観光と繋げることができたらと観察した。アニメ巡礼観光も近年益々増えて来て、ある場所に観光客に来てもらうきっかけを創ることができる一つのキーポイントである。

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かというプロファイルの定義がされていない状態であるので、競争にならない。

過去に関係なかった観光を、農業を主業にしている新十津川町に導入することは、長いプロセスで何より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イヤーになるように役場が対策する必要がある。前提としては町に対するプライド(誇り)、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。心構えの展開には恐らくまちづくりコンサルなど専門家のアドバイスが必要であると推定される。例えば、役場が先頭に食文化に関するヒアリングを行い、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プロセスとして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。変化を起こすには大変長いプロセスであり、時間と努力がかかる以外に、町民の理解と直接的なインプットがないかぎりには成功しないという前例が全国にいっぱいある。

- ・ ワークショップが3年間の連続取り組みで2017年もまた開催されることになる。2017年の重点は役場と観光産業の代表者とモニター・ツアーに関する意見交換と展開である。学生が7月に3日間、新十津川町で文化、宗教などの見所を見学して、ファーム・ステイを経験し、町の自然を満喫してから10月の北大のヒアリングで自分のツアーの提案を発表する予定である。連続して都市と農村の交流事業と地域資源の観光における生かし方に関する事業として、学生にとっても地元の方にとっても刺激になることが予想される。
- ・ 上記に触れた「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に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のも好評だったが、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けど、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、新十津川町が豊富な自然と歴史資源を持つが、観光における生かし方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、札幌から割と近いので大変恵まれていて、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、現在にそれがまったく生かさ

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に感心を持たない限りによそものも注目しないだろう。



10月の秋祭りの「北大」の屋台にて

引用文献

荒川和久、「超ソロ社会」、東京：PHP 研究所 2017

伊佐知美、「移住女子」、東京：大進堂 2017

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

加藤文俊、「キャンプ論：あたらしいフィールドワーク」、東京：慶應義塾大学出版会 2009

加藤文俊・木村健世・木村亜維子、「つながるカレー：コミュニケーションを「味わう」場所をつくる」、東京：フィルムアート社 2014

神尾文彦・松林一裕、「地方創世 2.0」、東京：東洋経済新聞社 2016

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、スクリ、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

新十津川町、新十津川町観光振興計画、平成25年12月、
<http://www.town.shintotsukawa.lg.jp/hotnews/files/00001300/00001357/20140916111807.pdf> (ダウンロード 2017/03/01)

高橋平蔵、「ドイツの地方都市はなぜクリエイティブなのか」、京都：学芸出版社 2016

安田亘宏、「フードツーリズムと観光まちづくりの地域マーケティングによる考察」、Journal for Regional Policy Studies, Hosei University Repository, 2012.

安田亘宏、「フードツーリズムの変容についての観察」、日本国際観光学会論文集（第 19 号）、2012 年 3 月。

山崎亮、「地域を変えるデザインコミュニティ」、*筑・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、「地方創生の畏」、東京：イースト新書 2016

米山喜久治、「大学の再構築：五感を生かし手で考える」、*経済学研究* 65(2), 北海道大学：33-61, 2015.

Love, Bridget, “Fraught Fieldsites: Studying Community Decline and Heritage Food revival in Rural Japan”, *Critical Asian Studies* 39:4, 541-559, 2007

Rath, Eric C., *Food and Fantasy in Early Modern Japan*, Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press 2010.

Robertson, Jennifer, *Native and newcomer: Making and remaking a Japanese city*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press 1991.

Sutton, David E., *Remembrance of repasts: An Anthropology of Food and Memory*, Oxford/New York: Berg 2001.

地元のメディアの取材：

2016 年 7 月 23 日、毎日新聞 「街角」

2016 年 10 月 5 日、空知プレス 「「新米、おいしいね」しんとつかわ自覚まつり 来秋に長蛇の列」