

行政 情報

Administrative Information

#01

2007日仏景観会議〜美しい農村漁村〜

北海道開発局開発監理部開発調査課

北海道開発局ではこれまで、北海道らしい豊かな田園空間の形成に向けて、地域住民の主体的活動を支援する「わが村は美しくー北海道」運動や「シーニックバイウエイ北海道」などの様々な取組を積極的に展開していますが、このたび食や観光の分野で世界をリードするフランスから専門家を招き、日本の専門家を交えた「美しい農山漁村」をテーマとする「日仏景観会議」をNPO日仏景観会議、(財)日仏会館、北海道大学観光学高等研究センター、国土交通省北海道開発局、北海道新聞社、(財)北海道地域総合振興機構との共催により、平成19年5月26日札幌市、28日網走市、29日東京都で開催しました。

本稿では、網走会場での概要について紹介します。

基調講演1

フランスのSRG（味・風景・人・遺産）網と その内容

ジャン・ロベール・ピット氏
パリ・ソルボンヌ大学総長

北海道に来る機会が今までに5回ありましたが、北海道の広大な土地の持つ可能性と、これから想像できる素晴らしい北海道の未来、あとは皆さんの非常にダイナミックな取り組みに関し、常に驚きを覚えています。ただし、その中で皆さんがどのように出口を、解決法をこの素晴らしい資源の中で見つけていくかが、これからの北海道の重要な問題提起になってくると思います。恐らく、これからは世界中の豊かな国、貧しい国を問わず、その土地に眠る豊かさをどのように选材し、どのように良くしていくかということが世界共通のテーマであると考えています。

現在、世界中で非常に悲観的な意味で使われている言葉の一つに、“グローバリゼーション”という言葉があります。世界標準化によって懸念される均質化や価格競争という動きに対して、クオリティを高め多様性のある個性を作り上げていくというのが一つの対抗策であると思います。今日は農業や食品や景観について、それを事例にお話していきたいと思っています。

農業には国の支援が必要ですが、財政的に自立できないものに補助金を出し続けることが正しいとは思えません。フランスでは品質を追求したワインが利益をあげることができました。原産地統制呼称（AOC）による品質保証や観光等他産業も組み入れて、食品以外の価値も織り込んでいます。

このような形で生きていくためには、いくつかの条件が必要です。まず最初に、その農産物、加工食品の品質が素晴らしいものであり、その流通を自分で積極的に作り上げていく必要があります。さらに生産以外のサービス型の農業や人を受け入れるツーリズムを組み入れていくことです。そうした中で、フランスではSRG (Site remarquable du gout) という協会が出来上がりました。Siteは“場所”です。Remarquableには“非常に素晴らしい”という意味があります。Goutは“味”です。

フランスのSRGは、食や味に関する知的工業権として確立され、消費者の皆さんがその場所に行きたいと思うことを目的としています。質の良い食品、景観、人を受け入れる体制、そして人材の4つの要素がそろってはじめて、SRGに指定されます。



SRGの認証マーク (ピット氏発表資料より)

現在、フランスでは114カ所のSRGが指定されています。SRGでは指定箇所が規模の大小や歴史の長短に関係なく平等に扱われます。SRGには、世界遺産に指定されているような歴史のある場所ばかりでなく、新しい場所も含まれます。

食品があり、そこに料理文化があり、そこに人がいる、という条件を満たし、その地域の農産物や景観やいろいろなものを価値付けしていくことによりSRGのカテゴリーに入ることができます。北海道でも例えば、鮭を中心にしてSRGのようなことを考案することも可能だと思います。じゃがいもや鹿肉のSRGを作ることにも想像できると思います。

SRGは、経済効果を期待していますが、最初からモノを買ってもらうことを期待してはいません。地域を「行ってみたいくなる場所」に変えていくことが重要です。ゲランドの塩の例をあげれば、有名な塩田地帯は維持していくのに大変な手間がかかりますが、消費者が現地を訪れ、その地域を案内する人から地域の説明を聞けば、消費者はその後、塩を見ればゲランドの



ゲランドの塩の説明を聞く (ピット氏発表資料より)

景観を思い出すようになり、ひとつの付加価値に結びつきます。

SRGには、北アルプスのボフォール村のように高地放牧で様々な草の香りが含まれるチーズを生産しつつ、観光客を呼び寄せて、放牧の景観を守っている例もあります。修道院の建造物遺産がそこで生産される独自のリキュールのおかげで守られています。ワインで有名なサンテミリオンは世界遺産に登録されていますが、国からの補助金は一切入らずに維持されています。

網走地域にも、いくつかの要素を組み合わせ、地域振興の出口となるきっかけができる可能性は十分にあると思います。

基調講演 2

美しい村とセカンドホーム・ツーリズム

佐藤 誠氏 北海道大学観光学高等研究センター教授

私は九州の阿蘇や天草の農村開発、農業や漁業と観光を結びつける仕事を30年来やってきました。2010年代、東アジアを中心とするツーリズム・ビッグバンが世界的に起こる。その中心に北海道はなるという予感がします。フランスは日本より先んじて、農業自由化の波をくぐり、1980年代全般にはもう壊滅的な農村消滅の危機を迎えましたが、今見事によみがえりました。そういう小さな村々149がまとまり、「最も美しい村連合」として世界的なプロモーションをやり、今、世界で最もツーリストのあこがれの地になっています。美しい村、美しいということは発見されるものです。人と人との出会いや、土地との出会いを通して心の中に結ばれる、くっきりした心象風景が美しいとい

うことであると思います。どうしたら北海道を素晴らしい美が発見される地として、我々が一緒に作っていきけるかという話をしたいと思います。

フランスでは美しい教会があり、堅固な石の家があり、野の花がある、こういうクールビューティー、秩序美、村にも都市の美しさがあるわけですが、日本にはそういう村はありません。そこで、我々は、アジアの特に日本の風景というのは、山があり、森があり、畑や牧草地や田んぼや美しい川、ほろほろの民家であっても、ほんわかと人を引き付ける、そういうものを美しいと呼ぼうと決心しました。ウォームビューティーというコンセプトです。

由布院の中谷健太郎先生が、「よそから吹いてきた風が個々の土や水の温度を整え、木や草を増やし、新しい世紀、生命力を生んで、またよそに吹いて。あとに命の結び目が瑞々しく立ち上がってくる、その結び目の文様ははつらつとして、しかも整っている。それが風景である」と言っていますが、美しい風景は、よそ人と地元の人との、そしてまた土地のエネルギーと人間の力との結び目で、そこに日本の美しさの原点があると思います。

これから活き活きと生きる産業が生まれてくる、その舞台は美しいアメニティ・リッチな村なんだと私は思います。2年前、連合が首都圏の5万人の組合員にアンケートしたところ、4割の人たちが田舎に住みたいと言っています。私どもは4年前に、小淵沢町という美しい南アルプスの麓で、東京の生協や労働組合の人たちにNPOグリーンライフ小淵沢という組織を設立してもらいました。このNPOと町が協定を結んで、農家が町に農地を譲託して、それを町が東京の市民に又貸し、リースするという特許を取りました。天草市では、同様に遊休農地を活用し、ロシアのダーチャを参考にした菜園付住宅を建設予定です。

また、アジアの伝統的な医学を導入した田園リゾートを作りたいと思っています。私は、ラオスにある世界で唯一のハーブスチームサウナのノウハウを調査していますが、北海道の薬草・薬木を使っての癒しのツーリズムも非常にいいと思います。北海道の美しい土地はそれを求めている人とともに美しく使うべきと思っています。そういう産業、それは、農業や漁業のみならず、癒しの産業や住宅産業や、教育産業や、あらゆるライフウェア産業を育てていく。土地への関わりが日本で一番素晴らしいたくましい開拓精神を持った北

海道の人たちと、こういう事業を立ち上げていきたい。ぜひ、このアジアに開かれた美しい土地で、世界に冠たる事業を始めようではありませんか。

討論会

現地報告 1

山田 照夫氏 農業者・津別町有機酪農研究会会長

仲間5名とともにオーガニック牛乳販売に向けた取り組みを始めて今年で8年になります。ようやく去年の9月に牛乳販売をスタートさせました。

山田牧場では、自然、牛、そして人の協調バランスの中で、環境と牛に優しいエコロジカル酪農、経済性も確保するエコノミー酪農という考え方で取り組んできています。牧場の景観については、どなたが牧場に来られても、毎日きれいな状況を作っていくため、日常清掃、環境改善に努力をしています。また、「ゆう水施設」を使い、尿を分解させて、畑にまき、牛舎の除ふんをした後にまき、酪農家特有の臭いを消しています。この土壌菌を使った「ゆう水」の利用は、私が有機に進んでいくきっかけでもありました。

また、酪農教育ファームの認証を取り、乗馬、搾乳体験、牧場の仕事、ヨーグルトやバター作りなどを体験させていますが、牛の温かさや白い牛乳が出てくることに子どもたちは感動しているようです。

有機酪農研究会は、自給飼料主体でこだわり牛乳を作りたいという20戸でスタートしました。化学肥料や農薬を使わない畑を3年間続けて、ようやく有機の畑になりますが、3年目には8名しか残らず、有機でやる厳しさを経験しました。

普及所、試験場には有機のマニュアルがないので、各会員の牧場を回って生育具合や雑草対策とかの勉強会を開いています。私も化学肥料を使っているときは、当たり前前に5~6トンという収量でしたが、有機にした途端、年間で300~500万円の餌不足に陥って、パルプや乾草を買わなければならないという厳しい状況に追い込まれました。

平成16年には、会員の5名も「これ以上はやれない、これ以上やったら倒産する」というところまで追い込まれてしまいました。それで、乳業メーカーにお願いして、17年4月からプレミアム乳価という付加価値をつけた乳価をいただいて、なんとか持ちこたえてきました。これからは、消費者の皆さんに牧場に来ていただいて交流を深め、我々のやっていることを理解して

いただくということが一番大事なことだと考えています。

現地報告 2

元角 文雄氏 漁業者・網走漁業協同組合監事

今日、私が一番言いたいのは、山田さん方のグループが大変素晴らしいということです。我々漁業者が今一番求めているのは、山田さん方のグループのような人が、どんどん増えてくれることを望んでいます。

私たち漁業にとっては、景観といった場合は、見た目よりも、見えない海の中がどうなっているかということに非常に関心が強いということです。有機農業で川をきれいにしてもらおうということは、我々漁業者にとって、継続的に漁業をやっていく上で、とても大事なことになっています。

我々漁業者は、環境を守ることが、我々の漁業や我々の子どもたち、未来を守っていくことになるんだという強い意志を持っています。鮭のふ化事業は、一匹の鮭の精子でたくさんふ化しますので、多様性に欠ける部分があり、できるだけ自然産卵ができる川を作っていかなければいけないと、漁業者の意識も変わっています。山田牧場の近くを流れる川まで鮭が遡上^{そじょう}するような環境にしていきたい。山田さんたちのような方々を応援して、一緒に漁業も農業もオホーツクが栄えるようにしたいと思っています。見た目ばかりではなく、この土がどういう土であるのか、海や川の水がどういう水であるのか、見えないところにも気を遣ってやっていきたいと思っています。

討論

この地域の印象は？

大久保 良市氏 日本航空札幌支店副支店長

北海道が魅力的な土地であることは間違いありません。このオホーツク地域も極めて魅力的で、景観も素晴らしい。北海道の観光と一次産業は密接な関わりがあります。北海道の観光における消費額は、農業の粗生産額をはるかに超えて、直接消費で1兆3千億円の規模になっています。この中で食べ物に費やされる部分、食事や土産ですが、全国では25%ぐらいのところ、北海道は40数%を占め、食が観光のキーワードになっているのは間違いありません。観光客はそれを求めて北海道にやって来るわけですが、そこに満足しているかという観点から見ると、必ずしも満足していないと

いうデータもあります。ポテンシャルは高いですが、まだまだ活かす余地があるという見方をしています。

佐藤 水を通して、農業者のやっていることが自分らの次の世代の生業に響くということが自覚されているという、漁協の元角さんのお話に大変感動しました。それをさらに広げて、都市の人にまで結びつけて、水を介した命の都市農村連携みたいなものをくっきりと示せたらと思います。私は、都市の人も、農業自由化がここまできたら、多少のコストを自分たちが払ってでも日本の農業を守りたい、そして産業として、域外に食料を供給する力がある北海道の農業が日本の生命線だということを理解していると思います。その人たちが北海道の農業や畜産や漁業を守るために何ができるかということ、くっきりと何かアピールするツールを打ち出すべきではないか。ひとつのアイデアですが、海から見た、川から見た美しい北海道というのに絞ってはどうか。これから伸びる中国の観光客が何を求めているかということ、水です。美しい水。北海道のこれからの可能性は、水の気というか、水の循環が見える、命が結ばれ合っていることが見えるような都市の巻き込み方を考えてはどうでしょうか。岸壁で獲れた魚の命をいただく感動を、鮭が遡上してきて死んで、ほっちゃんれで流れていく姿を見ることによる命の感動を、そういうツールをぜひお願いしたいと思います。

ピット 観光も農業も、非常に大きな潜在性が北海道にはあります。しかし、否定的な部分もあると思います。確かにダイナミックでパイオニア精神に満ちているのですが、美的な部分に対して、個人個人が勝手に想像して勝手に創り上げている。共同でその地域の美しさを作り上げる、そういうところに関しては若干弱点を持っていると思います。

個人個人からたくさん素晴らしいアイデアが出ることはもちろんですが、将来を長期的に眺め発展を考えたときには、北海道の若い方がどんどん日本の違う地域や世界に出ていき、いろんな土地の発展のあり方、建築、美しい土地とは何か、景観とは何かを見てきて、今後の北海道らしい景観を形成する要素や、どうしたら美しくなるか、皆さんと話し合い、北海道らしい景観を作っていく旅に出る、勉強しに行くという必要があるのではないかと思います。

目先にとらわれずに、北海道の持っている実力を静

かに強く打ち出していくという、そのようなやり方があってもよいのではないかと思います。

これからの具体的活動は？

大久保 イメージ展開や見せ方の一例をあげますと工夫を航空会社がお手伝いするという例があります。札幌のホワイトイルミネーションや地産地消の機内食などがあります。いろいろなよそ者の知恵、いろいろな異業種の知恵、これをぜひ拒まないで受け入れていただいて、やっていく。小さなことでも実行する取り組みがすごく必要でないかと思っています。

元角 我々漁業者というのは、海から陸を見ます。そうするとやっぱりちょっと違うんですね。陸から見る景観と、海から見る景観とでは。そういう意味では、佐藤さんの言っているように、「海道」海からの道というのは、非常に面白い視点だなと思いました。それと、我々漁業者は、それほど観光については深く考えてはいません。ただ、結果としてそれが観光に結びつかならばいいと思っています。我々はやっぱり農業と一緒に、地に足をついた生き方をしていますので、海にいても、本物を求めてやっていきたいと思っています。

山田 農水産業と観光、地域振興をどう結びつけていくかを考えています。北海道農業は大量生産で大量販売、そういう中で、消費者とどうつながっていたのかというと、ほとんど消費者とのつながりはなかったんですね。子どもに「コーヒー牛乳を出す牛はどの牛ですか」と質問されショックを受けたこともあります。このように、酪農や農業についての理解度が消費者に低いのは、やはり消費者と交流を持っていなかったというのが大きいと思います。外国では、農業をやりながら、ファームステイをやって、消費者とつながっています。

今年から私たちも、有機酪農研究会の中でファームインを作り、消費者とつながって、オーガニック牛乳をしっかりと売っていかうとしています。もう一つは、グリーンツーリズムです。農協、役場、観光業者が一緒になって、津別の観光を、農業、林業も含めてしっかりと売りこんでいくために、今年からは高校生の修学旅行なども受け入れ、また、定年退職をした人たちをなんとか呼び込んでいこうと取り組んでいる最中です。

佐藤 私は、2001年に国土交通省の北海道観光研究会の座長という重責を負ったときに、北海道ではホテル

に落ちるお金がない、それで、しょうがないから冷凍食品をチンして出して、もう二度と行かないという人を大量に作っているという現実が一番衝撃を受けました。北海道にはこれだけの食材とこれだけのステージがありますので、関係者の皆さんへのお願いは、一番いい食材を地元に残して、飛行機に乗って食べに来る人に少し分けてほしい。これで成功したのが由布院です。

もう一つ、シーニックバイウェイは素晴らしいと思います。これを北前船で津々浦々と新しい米を運んだ海道とは別の、津々浦々の海道のシーニックバイウェイを作してほしい。アジア市場を狙っている大きな会社のサポーター企業を集め、美しい村とシーニックバイウェイという二つの北海道発の運動を一つに結びつけることを提案したいと思います。

ピット 景観や経済や農業、漁業など、北海道で行なわれているすべての活動を支えているものについてキチッと手を加えていく。その最良の手段とは、学校、大学、専門学校、あるいは職業についている専門家の皆様の研修会だと思います。そして、すべての教育、養成、研修が、北海道のクオリティを高めるという一つの目標に向いているということが必要であると思います。また、漁業者の方、農業者の方、またその他の職業の方も、さらにその職業をクオリティの高いものに、目線を変えていくためにも、そのような研修を受けられるようなシステムを作って、世界の事例を見て歩く、違う地域の事例を見て歩く、そうして自らの職業の質を高めていく制度が必要なのではないかと思います。それが北海道の発展につながり、それがうまく調和してクオリティが全体として上がったときに、先ほどSRGの中で申し上げました、「行ってみたい土地」という場所につながっていくのではないかと思います。