



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	<講演>ゆずの村の産直が村へ人を呼ぶ : 1000人の村の観光振興
Author(s)	東谷, 望史
Citation	地域経済経営ネットワーク研究センター年報, 3, 15-22
Issue Date	2014-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/55201
Type	other
File Information	REBN3_015.pdf



＜講演＞ ゆずの村の産直が村へ人を呼ぶ－1,000人の村の観光振興－

講 師 東谷 望史

(高知県馬路村農業協同組合代表理事組合長)

山間の村でゆずを売る

皆さん、こんにちは。高知県の馬路村という村から来ました。人口が1,000人を切りまして970人、村の面積の96%が山林の小さな村です。馬路村農協は、合併をしておりませんので、昭和23年に農協法ができて、そのときにできた農協がそのまま続いています。

今、田村先生からアメニティという話がありました。アメニティの次元というので私の村の観光がどうかという数字を入れてみましたら、ほとんどないと思いました。今は一つ二つあるかもしれませんが、40年前に私が農協に入ったときは本当に何も無い、営林署が村に二つある林業の村だったのです。

何で私がここに観光ということで来ているかというと、農地のほとんどない山村でゆずがつくられていて、そのゆずを売るためにこの40年間、試行錯誤したり走り回ったりいろいろやってきた中で少し売れていくようになりました。あわせて、そのお客さんが村へ足を運んでくる、遊びに来る。ホテルはありませんが、行政がつくった馬路温泉という観光宿泊施設が一つだけあるのです。小さいですからたくさんは泊まれません、来てくれたお客さんがそこに泊まるということです。もう一つが、視察でお客さんがやってくるということで視察先と馬路温泉で交流をしたりということがあります。そういう話をこれからさせていただきます。

私が農協に入ったのは、先ほど言いましたように40年ぐらい前です。私が農協に入ってまず感じたことの一つは、この村で農業や農協が地域に

とってほとんど期待をされていないということ。そういう農協に入りましたので、当時、定年は55歳でしたが、定年までこの農協は続くかなと考えました。そこで、生き残るためにどうしていったら自分たちの仕事があって暮らしが成り立っていくか、そして組合員がゆずを作っていく中でどうやる気を持って取り組んでいけるかということを考え始めました。

農協という組織は、総合農協ですから金融や共済や営農指導、そして販売、それからエコープ、こういうところがありますが、私は入ったときにはエコープにいました。で、5、6年たちまして組合長に営農の仕事をやらせてほしいと言いましたら組合長は、喜んだような顔をしたと思うのですが、そのかわり、おまえ一生やれよということと言われたのです。そんな思いを持って言ったつもりはありませんでしたが、後々に、物を作り売るということは3年、5年、10年で簡単にできるかというと、そうでもなかったなと思いました。組合長があつたときに一生やれと言ってくれたから腹を据えて取り組めたかなというふうにも思いますが、1年1年が非常に新鮮であつたと。それで、新しいことに挑戦をしていくとか、売れないものを何とかして売ろうということをして30年間ぐらい毎日やってきたことがやっぱり大きな変化になったかと思います。

きょう皆さんにパンフレットを配布しております。広げるといっぱいになりますので帰ってから見ていただければ結構ですが、今はこんなふうな情報を出していています。このパンフレットを今、年間に4回つくっています。何で4回かという話をまずすると、ゆずという農産物、北海道

には当然ありませんけれども、中国、四国、九州、西日本の山間に行けばどの村にも大体は何本かはあるのです。大きな産地が四国、一番大きいのが高知県で、かつてはかなり激戦だったのです。日本の農産物が産地間競争という波の中で、消えそうぐらい私のところは小さな無名の産地だったのです。本来なら農産物は青果出荷を行って東京や大阪の市場に送れば高価格で扱ってくれますけれども、私のところの農家は青果出荷ができるゆずをつくらなかったというところがまず一つあります。やっぱり農家所得を上げるのには青果出荷の比率を上げなければいけないと思って、営農指導になった時にそういうことを組合員と随分やりましたが、残念なことに馬路村は豊かだったのです。

その豊かさというのは何かというと、村に二つ営林署があって、数百人の方がその営林署で働いていて暮らしが十分成り立っていたのです。ですから、（青果出荷をするために）休みの日にゆずの手入れをするという農家がほとんどいなかった。しかしながら、水田転作が当時どんどん進んでいきまして、転作でゆずがどんどん増えていったのです。その中でどう売るかということですが、青果出荷がないわけですから、やっぱり自分たちで売る仕組みをつくっていかなければいけない。ところが、加工するということになると、またゼロからのスタートだったのです。農協という組織は全国にありますけれども、みずからが農産物を加工して全国に売っていった、それがうまくいった事例というのがほとんどありませんでした。ですから当時の組合長あるいは役員も、私たちが売る仕組みを幾らかつくったときに、もう少し加工場を大きくして、もうちょっと大々的にやっていきたいという提案を幾つかしましたが、お金のかかることにはほとんど消極的でなかなか前に進まなかったのです。ここを突破するには、事業ですから結果は数字でしか証明されません。幾ら汗をかけたといっても数字を見て、上がっているか上がっていないか、黒字になっているか赤字かというところを見るのでなかなか前に進まな



図1

い。結局は数字を上げなければいけない、赤字だった事業をやっぱり黒字にしなければいけない、ということでやっていきました。結果、それが今度、観光へも結びついていくことになります。

場所はどこかということ、徳島県との県境の山の中です。平地がない村です。先ほども言いましたが面積の96%は山林です。村を上空から見るとこんな地形です（図1）。私たちは、このすり鉢の底のようなところで暮らしているのです。ですから北海道に來ると非常にうらやましい。何度も何度も來ましたけれども、こんなところは北海道には多分ないと思うのです。ある時営農指導をやっていて、もうちょっと私が大きかったら、この山を手でぎーっとならして平地にすれば幾らでも農地ができて何でもつくれるのになとは思いましたが、この山を人間の手で平地にしようと思っても1,000メートル級の山なのでちょっと困難なのです。そういう村なのです。

村に営林署があった理由はこうです。土佐藩が持っていたこの山が、江戸から明治に時代が変わったときに全部国に移管されました。その山は山番という方が既に育てていて、200年、300年たった杉やヒノキを国策で伐採するために営林署ができたのです。そして森林鉄道ができました。今思うと随分もったいないことをしたと思うのがこの森林鉄道です。村じゅうを走っていたその森林鉄道を、昭和40年ぐらいに木材輸送が鉄道からトラックにかわったときに全部やめたのです。幾らかの区間を観光資源として、あるいは、こういう時代が來るということを予測した人がい



図2

で残していたらすごい観光資源だったのですけれども、なくなってみんな気がついたのです。そこで、復活しようということで村がお金を幾らか出して公園の中をぐるぐる回る小さなやつができておりますが、A地点からB地点へ実際にお金をもらって運行していた鉄道もあったということです。私たちは隣の町まで出るのに、この森林鉄道の客車に乗って1時間かけて20キロ区間を通っていました。そんな不便な村だったということです。

そこで今はゆずをつくっています。始まりのころは昔ながらのゆず栽培です。田畑に植えていないころは、高い木は6メートル、7メートルになりましたが、昔から自然にあった木のでっぺんに登って竹で落として、それを家に持って帰って絞って、これを瓶詰めにして幾らかで売ってということがもともと四国のゆず文化の始まりであったということです。

これは、ゆずを農協が扱い始めたころです（図2）。昭和40年代です。私がまだ農協に入る前ですけれど、ちょっと見ると表現的にも薬事法にひっかかるようなことも書いていますが、先輩方はこんなふうにしてこれを売る努力をしていたのです。これを売るために、農家ごとに搾ったものでは品質にばらつきが出るし、農協がそれを集めて搾ろうということで、小さな集出荷施設をつくりました。ちょうどこのころに私は農協に入りましたが、まだ担当にはなっていなかったのです。

この図は担当になって始めのころです（図3）。

今思うと随分懐かしい写真ですが、ゆずの皮を、中のへたとか酢袋を取って処理をすると業者が幾らかで買ってくれると。私たちの価値というのは搾った果汁を売るということだったのですが、漬け物の業者とかいろんな食品会社がこのゆずの皮が欲しいということで、こういう加工を始めたということです。これでは余り農家に返すメリットがないので、自分たちでこういうものを最終的には加工していくことになります。それが簡単ではなかったということです。

ゆず果汁を原料として売るというのは非常に楽です。当時は一升瓶で販売していましたが、商談が成立すれば2,000本、3,000本とまとまって動きますので一人一人のお客さんに売る必要はないのですが、その場合、値段が非常に安いということで、そういう売り方をできるだけしないようにしていきました。

これは東京の池袋西武へゆずを売りに行ったときです（図4）。東京という大きなマーケットでゆずが売れるようになればとずーっと思って、東京に随分足を運びました。ゆずの食文化のないところに持って行って売るわけですから時間がかかるわけですが、少し売れ始めてくると非常に大きな市場がそこにできるということで、それを30年かけてやってきたということです。その間には、女性を連れて行って東京の百貨店でゆずを使っておすしを作ったりしました。田舎でゆずが受け継がれてきた理由というのが、食文化がいろいろあったのです。その一つが、すし飯にゆず酢を使ったおすしをつくる。これが四国の山間の食文化ということです。



図3



図4

ゆずをいかに売るかーものを売る仕組み作りー

そういうことをやっていたら、たくさん手紙が届き、ここから通販が始まっていきます。昭和55, 6年ぐらい、私が担当になったころです。やっぱりビジネスというのはセンスというものが要るのかなと思うのですが、ここから先は、どんなマーケティングというものもほとんどない時代に自分たちで考えながら物を売るという仕組みをつくっていきました。農産物の産直なんてこの時代ありませんでしたので、馬路村から全国へ商品を届けるのも、隣の安芸市までトラックで運んで、そこから全国へ発送していたのです。今日でしたら宅配が荷物をとりに来てくれて、翌日には東京にも届くという非常に便利な時代になりましたが、当時は自分たちが40分かけて隣町まで運んで発送していました。

ここからがスタートなのですが、なかなかゆず果汁だけでは売れないなというのを何度も東京に行っている中で感じてきて、やっぱり最終的には飲むとか料理に使うとか、そうした商品を作って売っていかないといけない。ところが、設備がない。この設備は、ゆず果汁を搾ったときに充填をするものをちょっと改良して、「ごっくん馬路村」というゆずドリンクをつくり始めたときのものです(図5)。このころはまだ役員の理解はほとんどありませんでした。

もう一つ前のヒット商品。北海道のお店にも少し並んでいるかもしれませんが、ぼん酢しょうゆです。この商品を何でつくったかという、高



図5

知県のゆず果汁の原料はほとんど醸造メーカーと飲料メーカーに行っているのです。自分たちの村でドリンクとかぼん酢をつくったほうがいいのではないかと考えた訳です。売れるとか売れないとかそんなことは別として、まず挑戦してみようというところから始まっていったということです。それから工場ができるまでに6年ぐらいかかります。このときが平成5年、6年ぐらいで、利益が出始めてきたのです。利益が出始めてくると、少々難しいお金のかかる案件であっても理事会も通るようになってきました。一つ変わったのは、林業の村ですから全く期待をされていなかったこのゆずを、栽培する農家が増え始めてきたということと、もう一つが農家の収入が安定してきたということです。農協の事業もこのころから安定し始めてきました。利益を組合員に配当で返していくということと、将来に備え体力をつけるために内部留保ができ始めてきたという時代なのです。

それから、もう一つよかったことがこれなのです(図6)。自分たちが思うイメージとか、よその町の人から見たイメージ、どう思われているかということです。私たちは15年ぐらい前に、やっぱりイメージというのは大事だなと思うようになってきたのです。イメージがよい村と悪い村、どっちに観光客が来るか。物が売れるとか売れないということもここに大きく影響してくると思うのです。そこで、ある時期からデザイン事務所と提携を始めました。デザイン事務所は仕事が欲しかっただけなのですが、年間契約をしてくれということで年間契約をしました。これがまた理事会

村のイメージを作る



図6

を通すのになかなか苦労しましたが、デザイン事務所と年間契約をしたことによって「村を売る」という戦略が明確になっていったのです。これにちょっと時間がかかりましたけれども、物を売るというより地域イメージを上げていこうという取り組みが続いたのです。

そうした中で生まれた一つの商品が「ごっくん馬路村」であり、小さな何もない村なのですが、このころから少しずつ知られていくようになったのです。モデルは全部、村のおじいちゃんとかおばあちゃん、子供だったのです。これは今も続いています。若い女性はつかわなかった。似合わないと言われて、大体が子供だったのです。

それから、きょうは時間がないので農業の話はしませんが、栽培の形態はある時期から全部有機へ切り替えていきました。今190戸ぐらい農家がありますが、JAS認定を受けている農家は13人しかいません。私もJAS認定農家なのですが、認定を受けていない農家も全部、化学系肥料、農薬、除草剤を使わないゆず栽培へ切り替えていきました。これはなかなか勇気が要ることでした。農協が現に農薬、肥料を売っていますので、それを全部、化学系肥料、農薬、除草剤を売らないということも決めました。それは誰のためだったか。もちろんゆずを売るためですが、消費者の方の視点から考えて、農協が扱っていないということが一番説明がし易いということだったのです。

地域の特性を活かすとは

それから、時間がないので急いで話しますが、時代がちょっと進みまして平成10年を回るころに、体力も少しついてて、設備も小さくなってきた。で、このころ村に随分視察が来ていたのです。今も来ていますが、年間300団体ぐらい来ておりました。そこで、工場が狭いので、工場を作り直そうと私は考えました。

私たちの村の特徴というのは、先ほどのアメニティの中の数値には入っていませんでしたが、ある時期に一つだけ感じたことがあります。神奈川県のお客さんから電話が来ました。私はまだそのころ電話をとっておりましたが、注文を受けた後にそのお客さんに、いつか遊びに来てくださいと言ったのです。そうしたら、先日遊びに行きましたよと言うのです。そのときドキッとしました。何もない村ですから。そこで、聞いた以上はちょっと感想を聞いてみようと思って、どうでしたかと聞きました。そうしたら、よかったですよ。何がよかったかと聞いたら、村の人と話ができたということと、ゆっくりできたと。たったこれだけのことだったのですが、そろそろ農協が情報を出し始めた時代に、それだけのことで「よかった」と言ってくれるのだったら、これから出す情報というものは少し自信を持って出せるなというふうに変え方が変わり始めていったのです。

そして立てた計画が「ゆずの森構想」です。この敷地は全部、営林署の貯木場、庁舎、住宅だったところ。時代がたちまして、あれだけあった資源が、ばさばさ杉の木を切って行って、もう資源がなくなってきたのです。その貯木場が空いていたのです。その空いている貯木場へゆずで地域を活性化するためにどんな絵を描いたらいいかなと思って描いてみました。しかし金額をはじいてみたら、この建物が5億円かかって、中に設備を幾ら入れてと計算していくと、1,000人の村に25億ぐらいの投資が要るのです。これは実現できるかなと思っておりました。ちょうどそのころ役員へ出ないかという話があって、私はこれを何とか仕上げてみたいと思って役員になりました。

職員の立場では、これを熱っぽく理事会で語って進めるというのはなかなか難しかったかもしれません。今これは一応完成をしております。

その過程にこういうことがありました。少なかったゆずも面積がふえて、出荷時には出荷の車が並んで、受け渡しまで1時間、2時間かかるということになりましたので、みんなこの投資に反対はなかったということです。

できた工場がこれです（図7）。ちょうど今、ゆずの収穫期。私も農家ですので本当はゆずを採りたかったのですが、今日は北海道まで出て来ました。農協の役目は、集荷をして、あとは全部それを加工して商品にして売っていく。初めは設備があんなに小さかったものが、生産がふえ、加工商品がふえ、設備も大きくなって、大きく変わっていったのです。

そうして、もう一つここへ作ろうと思ったのがメインの工場なのです。これがドリンクの工場です（図8）。景観をちょっと見ていただきたいと思いますが、先ほどの工場も木の村ですから外観は全部木で作ったのです。ところが消防法があって、全部木ではできないと。庇から上は耐火にしろということで、この部分も庇から上は耐火で、土佐漆喰という土壁になっているのです。お金がちょっと高いのです。そうすると理事会でも、農水省からの補助金も幾らか入っていますので、贅沢やと言われましてカットされました。理事会でも、何でそんなにこだわるのだと言われました。村へお客さんを呼ぶということは、やっぱ



図7



図8

りこだわる部分が要るのではないかとあって、この上は黒い漆喰壁にしました。ここで作っているものがドリンクです。ぼん酢は別工場になります。手作業でやらなければいけない部分もあるので。

それから、これも手作業が多いのですが、化粧品工場の工場を2年半ほど前に作りました。ずっと問題だったのですが、1個のゆずの中に30個ぐらい種があります。この種さえなければ搾汁率がもう少し多くなって農家にもっと還元できるのにとずっと思っていました。で、この種を何か食べるようにできないかと思って、フライパンでいったりボイルしたりいろいろやりましたが、なかなか苦くて食べられない。結論として取り組んだのが、種を乾燥して油を搾ってみようということでした。最初は大手食油メーカーに搾ってもらいましたが、価値がないと言われたのです。天ぷら油というのは大体リッター500円から1,000円までですが、1リッター搾るのに費用が1万ぐらい当初かかりまして、食油メーカーから言わせれば価値がない。しかし私は何か秘密があるだろうとずーっと思ってきまして、高知大学医学部、農学部と組んで最近やっとその研究が進んできました。

これは先日NHKで放送もされましたが、美白効果、アトピーへの効果とかいろんなものが出てきまして、今このやっかいものだった種が実は売れるようになってきました。そういうことで化粧品という分野へ進出をしました。組合員から反対もありました。化粧品メーカーというのは日本に

数千社ありますので、そんな化粧品というレベルの高いものを自分たちの村でうまくいくはずがないというところなんです。一生懸命やれば成果が出てくるということで化粧品が売れ始めてきたのです。私たちの目的は、組合員に還元をする、もう一つは地域に働く場をつくるということです。これには少し貢献ができ始めてきたかなというところです。

馬路村の観光とは

これからちょっと観光の話をして終わりますが、10年ちょっと前になりますか北海道に来たときに北海道の友達がニングルテラス（富良野）に連れていってくれたのです。何で連れていってくれたかわかりませんが、今後の何かの参考にしたいということだったと思うのです。ここに職員も連れて私は何度も行きました。「ゆずの森」をつくっていく中で入り口の玄関から駐車場までをどういうふうに作ったらいいかというヒントにさせていただきました。

また、熊本の黒川温泉。皆さんのところからは遠いからあまり行った人はいないと思いますが、私は何度か行きました。ここには観光カリスマの後藤哲也さんという方がいます。この方にも会って随分話を聞きました。お客さんを呼びたかったら雑木を植えることだと。植えるとこんな風情になるのです（図9）。

そこで、うちは駐車場に森があったらおもしろいかなと思いました。工場の前にその森を作りました。これは自分たちで全部作ったのです。土は林道の残土を村に全部捨ててもらって、あとは機械を持ってきて、自分も農家ですし、ゆずの改植とかにもバックホーに乗っていますのでこんなのは簡単で、セメントはできるだけ使わずに作りました。

それがこんな感じです（図10）。この奥に工場があるとはとても想像できないと思うんですが、今はここにバスを停めて、50メートルこの森の中を歩いたところに工場があります。

この写真は（図11）、工場の2階にあるコール



図9

センターです。全国からゆずのいろんな注文をここで受け付けて、コンピューターに入力をして、荷づくりをして全国へ届けています。こういうことが今できるようになりました。通販で非常によかったのは、やっぱりうまく時代の波に乗れたことです。私たちが始めたころはインターネットはありませんでした。しかし今は、先日NHKでゆずの種を使用して作った化粧水について放送された時には数千万円の化粧品とゆずのシードオイルが売れました。電話注文の倍以上ネット注文が来ていたのです。ネットというのは24時間受け付けていますし、そういう意味では、うまく情報を出していけば効果があるかなというところです。

私たちの村に行く道というのは山間の1本道なのです。まだ2車線になっていない道。ちょっとずつ2車線化されていますが、私たちが生きている間にはどうも2車線にはならないかな



図10



図 11

と。それだったらもうならないほうがいいんじゃないかと思って、あるとき言いました。不便な村というのを売り出していくのもいいと。

ところが、私も考え方が少し変わってきました。村のほうからも言われましたが、農協の組合長が道は要らないなんていうことを言うと、今まで30年、40年、道を広げようと努力をしてきていることが無駄になる、と。確かにそうなのです。この道だったら、大阪から来る車に不慣れな運転手はやめようと思うかもしれないのです。広がって短い時間で来られる、そうなった時に今まで来ていなかった人がもしかしたら来るかもしれない。そのためには、やっぱり便利だということ。そうすると泊まらずに帰られる場合があるかもしれないけれども、やっぱり魅力ある地域でないといけないかなと。便利になったけど、やっぱり行ってみようという村をこれから目指していかないといけないかなと思っています。

馬路温泉というのはこんなところですよ。

ざっとお話ししましたのでちょっとわかりにくかったかもしれませんが、馬路村の一例として紹介させていただきました。ありがとうございました。(拍手)