

「食材の宝庫せいよ」が生む新たな“関係人口”

～これからの地域の創り方～

愛媛県西予市 宇都宮 健志



第 1 章 はじめに

人口減少・少子高齢化が急速に進み、首都圏一極集中が続いている。地域全体の活力が衰退し、担い手不足になっているケースが地方では“当たり前”になっているのではないだろうか。地域をこれから支えていかなければならない若者までも“あきらめ”という雰囲気になっていないだろうか。そのため、地域づくりの担い手育成・確保が地方での大きな課題となっている。

一方で、首都圏を中心に地方への移住希望者が増加し、移住・交流施策を行なっている地方公共団体が増えているという現状もある。東京都に所在する「認定 NPO 法人ふるさと回帰支援センター（以下「ふるさと回帰センター」という。）」には、45 道府県の移住情報ブースが開設されている。表 1 が示しているとおおり、2018 年度の移住相談件数は、41,752 件（対前年度比：約 20%増）と 4 万件を超え、移住セミナーの回数は、524 回となっている。

表 1: 年間相談数及びセミナー回数

	個別相談	セミナー
2018 年度	41,752 件	524 回
2017 年度	34,891 件	485 回
2016 年度	27,700 件	453 回
2015 年度	23,900 件	359 回
2014 年度	12,800 件	144 回

（「ふるさと回帰支援センター年次報告書」を基に筆者作成）

愛媛県は、ふるさと回帰支援センターと県内に移住コンシェルジュを置き、都内・県内の両方で相談できる体制を整えている。相談業務だけでなく、全国規模の移住イベントへの参加、県単独移住イベントなども開催し、毎月東京で移住イベントを開催している。

どこの県も、上記のような仕組みで、移住施策を行っているため、本県移住コンシェルジュは「セミナーに関しては、ありとあらゆるネタをやりつくした。もう、ネタがない。」と嘆いていた。現在の移住施策は、完全に飽和状態となり、誘客に苦労し、結局、金銭的援助施策頼みになっている。また、地方では、移住希望者（顕在層）の奪い合いになっている。

以上のような背景から、今後、移住者の「数」を増やすことを目標とした取組だけでは限界があり、そして、なによりも「移住」というのは、ハードルが高いと考える。

そこで、課題解決のために、今回は「関係人口」と西予市の強みである「食」に着目し、今後の取組について提言する。

第 2 章 なぜ関係人口なのか

移住相談・セミナー・イベント等、これらの移住施策は、今後も継続的に行い、そして今まで以上に「質」を高めていく必要があると考える。例えば、移住相談については、広島県が AI 技術を活用し、コミュニケーションアプリ「LINE」での移住相談システムの運用を開始した。これは、場所や時間にとらわれず、いつでも・どこでも移住相談できる仕組みである。

その他、移住相談やセミナーを“遠隔”で参加できる仕組みを作ってはどうかと考える。この仕組みづくりも、既に取り組んでいる自治体はあるが、本県では、まだどちらにも着手していない。冒頭では、“飽和状態”と述べたが、まだまだアプローチの方法は多数ある。これらの手段は、“顕在層”へのアプローチ方法だが、本稿においては、“潜在層”へのアプローチについて考察し、提言を行う。

本稿において着目するのは、関係人口の「数」を増やすことではなく、関係人口となりうる人の「質」である。総務省によると、「関係人口」とは、移住した“定住人口”でもなく、観光に来た“交流人口”でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々と定義されている。具体的には、「その街の

愛着度が高く、何度も来てしまう人」、「過去に居住や滞在等の経験があり、関わりがある人」、「その地域の人たちと一緒に盛り上がりを作ってくれる人」、「経済貢献の高い人」など、地域や地域の人々となんらかの“つながり”がある人と考えられる。

“移住”は、ハードルが高いのが現状である。また、観光においても、旅行者は一過性の場

合がほとんどで、恒常的な利益には繋がらないと考える。世界的に見て、日本人観光客は、客単価が低く、滞在時間が短いという統計結果が出ている。図 1 のグラフが示しているように、1 人当たりの国内旅行消費額を国際的な観点から見ると、ドイツは日本の 2 倍以上、また、日本と同じく国土を海で囲まれたオーストラリアも 2 倍以上、イギリスは日本の 2 倍に近い水準となっている。このように、日本は他国に比べて低い水準であると言える。また、日本人の 1 人 1 回あたりの旅行消費単価をみると、2010 年における宿泊旅行単価が 48,412 円、日帰り旅行単価が 16,122 円、2017 年における宿泊旅行単価が 49,732 円、日帰り旅行単価が 15,526 円と、ほぼ横ばいとなっており、今後も大きな変化はないことが予想される。交流人口は、外貨の獲得も目的としているが、日本人の消費額は低いという結果が示されている。全国的にも認知度が高い“道後温泉”や“しまなみ海道”のようなキラーコンテンツが今のところない西予市にとって、「交流人口」からの利益獲得や移住に結び

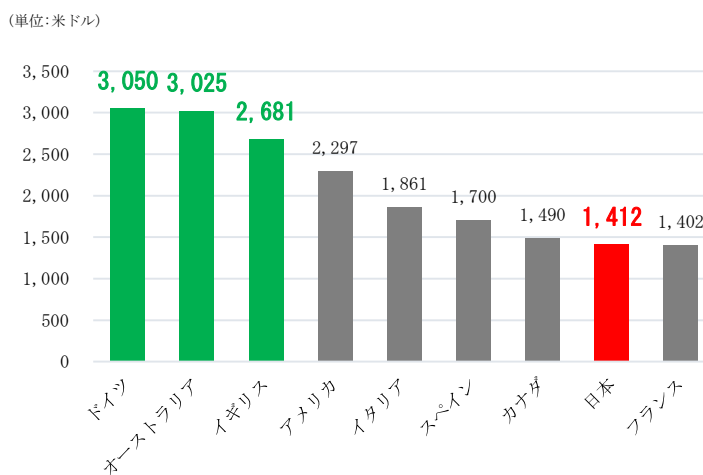


図 1: 国民 1 人 1 年間当たりの国内旅行消費額

(出典:観光庁「平成 30 年版観光白書」より)

つけるには効果が低いと考える。

対して、「関係人口」は、地域の人々と“つながり”を持つことにより、地域や地域の人々に活力が生まれる可能性や地域づくりの担い手となる可能性を秘めている。多様な人々と“つながり”を持つ関係人口は、地域に対して、経済貢献度が高いと考える。つまり、これからの地域にとって必要なのは、一過性に過ぎない「100 の交流人口」よりも、地域と継続的な“つながり”を持つ「1 の関係人口」であると考え。そして、より多くの“つながり”が生まれるためには、どれだけ多くの住民がプロジェクトや課題解決に参画できるか、いかに「質」の良い関係人口となりうるキーパーソンを発掘できるかがポイントになってくる。

以上のことから、今後の地方は、交流人口からの移住をゴールとするのではなく、観光以上移住未満の第 3 の人口と言われる「関係人口」に着目した移住施策に取り組んでいかなければならない。

第 3 章 西予市における食の可能性

具体的な提言の前に、西予市の概況を紹介する。当市は愛媛県の南部中央に位置しており、東は高知県境の四国カルストの山々と接し、西は宇和海に面するといった標高差 1,400 m を誇り、東西に約 50km、南北に約 20km の横長で県内 2 番目の広大な面積を有している。また、本市は、食材の宝庫であり、県の特産品代表である、みかんのほか、魚介類、米、ぶどう、乳製品、牛肉類など、四国一の多品目地域と言え、「日本の食べ物がほとんど食べられるまち」として、市の魅力を PR している。



図 2: 西予市位置図

各町別の「食」について紹介すると、海エリアの明浜町においては、世界のオレンジ地帯と同緯度にあるみかん産地で、温州みかん等の柑橘栽培、水産業としては、ちりめん漁やハマチの養殖が盛んである。明浜のみかんは、世界中のどこに出しても恥ずかしくないという自信があり、その秘密として、本県には、「3つの太陽」があるとされている。一つ目は、「空に輝く太陽」、二つ目は「海から反射する太陽」、そして三つ目は、「斜面に築かれた石垣に照りつけて反射する太陽」である。この「3つの太陽」に恵まれて、当市の柑橘は最高の味に育つ。

同じく海エリアの三瓶町においては、特に漁業が盛んで、ハマチ・ヒラメの養殖を行なっている。そして、当市の魚として制定されているアジが獲れ、「奥地アジ」という名前でブランド化を行い、域外への販路開拓に努めている。東京の割烹料理店でも「奥地アジ」を提供しており、現在も恒常的に取引を行なっている。

そして、里エリアの宇和町は、県下有数の穀倉地帯として知られ、広い水田を生かした米作りやイチゴ、ぶどうなども栽培している。米に関して言うと、平成 28 年に若手米農家 4 人が立ち上げた町内企業である「田力本願（株）」が業界で注目を集めている。注目を

集める主な理由として、今年12月に開催された「米・食味分析コンクール」国際部門において、約5,000検体の品種から、田力本願が作った米「田力米（ひめの凜）」が最高の賞である金賞を獲得したことがあげられる。本コンクールは、業界の中で最も権威あるコンクールであり、県内でも初受賞という最高の結果となった。

最後に、山エリアの野村町は、酪農と畜産、そして、同エリアの城川町は、肉用牛、トマト、栗、柚子について、県内屈指の生産額を誇る。

このように、当市を改めて見ると、「食材の宝庫」であることがわかる。しかし、市民はこの素晴らしさに気づいているのだろうか。

実は、筆者自身も反省する出来事があった。先日、東京の友人に、西予市産のみかんジュースをふるまったところ、「こんなに美味しいみかんジュースは飲んだことがない」と非常に喜んでもらった。大げさだなと感じ、「愛媛なら普通だ」と言ったところ、「こんな美味しいものが普通なんて、ものすごく贅沢なことだ」と言われた。その言葉を聞いて、反省する気持ちが生まれると同時に、身近に高品質な食材がある地域に生まれたことを本当に誇りに感じた。

このような点から、市民にとって最も身近な存在である「食」にスポットを当て、「食」を軸とした施策に取り組んではどうかと考える。

第4章 「食」と「関係人口」

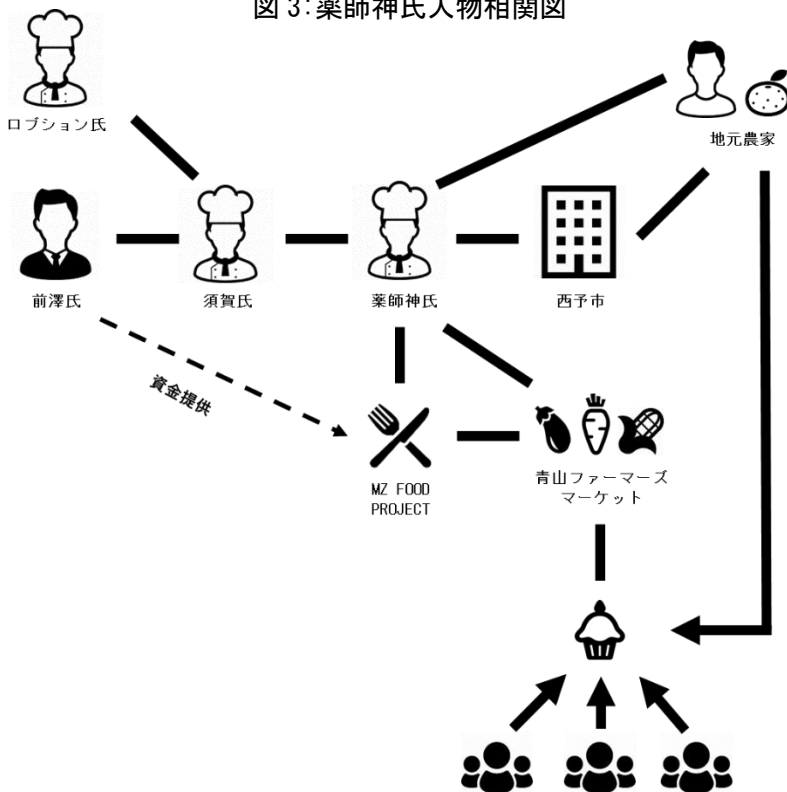
本稿において、「関係人口」のキーパーソンとなるのが、当市出身で日本最大級の料理コンテスト「RED U-35」でGOLD EGG（3位相当）になった、フレンチシェフの薬師神 陸氏である。薬師神氏はミシュランの星を世界一持つフランス料理の重鎮 ジョエル・ロブション氏の右腕として活躍してきた須賀洋介シェフとタッグを組み、国内外を飛び回り料理の腕をふるっていた経験もある。薬師神氏いわく、「子どもの頃、当たり前のようにきゅうりやトマトを食べていたが、あの頃食べていたものが『おいしいもの』であることに、東京に来てから気づいた。西予市産品には、都会でも十分求められるほど高品質なものが多いと感じている。大きな可能性があるのではないかとのことである。また、豊洲市場で西予市産のトマトが出てきたことがあり、“ふるさと”との偶然の出会いに、大変嬉しくなったとのことであった。薬師神氏も西予市の食の可能性を感じ、今後、食を通じて“ふるさと”に貢献していきたいとのことである。

また、同氏は、「平成30年7月豪雨」で被害を受けた当市のために、都内で毎週末開催される「青山ファーマーズマーケット」において、当市のみかんを使用したスイーツを販売したチャリティーイベントも行なった。このイベントへの参加も“つながり”により実現したもので



写真1:青山ファーマーズマーケット

図 3: 薬師神氏人物相関図



ある。図 3 で示しているとおりに、薬師神氏のパートナーである須賀氏が、(株)スタートトゥデイ代表取締役社長の前澤友作氏と“つながり”があった。前澤氏は、地方の食材を盛り上げていくことを目的とした「MZ FOOD PROJECT」を立ち上げており、この事業を軸に被災した当市を「食」の力で盛り上げていきたいとの思いから実現した。イベントには、あら

ゆる人が関わっているが、メインとなる人物は薬師神氏、須賀氏、前澤氏の 3 人である。つまり、わずか 3 人の“つながり”により、都市部の住民を呼び込み、多くの住民に義援金を寄附してもらった。まさしく、関係人口は、「数」ではなく「質」が重要であると言える。そうした「質」の良い関係人口の種を少しずつ撒いている当市ではあるが、薬師神氏とのつながりは、まだまだ弱く、西予市に拠点を置いてもらっているとも言えない。そして、今後は、薬師神氏以外に、より多くの関係人口となりうる人を結びつける必要があると考える。そのための仕掛けとして、「食」の可能性を信じ、国内外の「食」の取組事例を参考にした。

第 5 章 国内外の「食」の取組事例

第 4 章で述べた「質」の良い関係人口を生むためにどうすればいいのかと考え、以下、国内外の「食」をきっかけに、多くの人が結びついている事例を参考にした。

(1) ユネスコ食文化創造都市鶴岡

山形県鶴岡市は、広大な庄内平野、日本海へと至る変化に富んだ地形の中で、海の幸・山の幸に恵まれ、当市と特徴が似ている。また、1400 年以上にわたり山岳信仰や修験道の聖地と呼ばれる「出羽三山」があり、「精進料理」という独自の食文化が今も色濃く残っている。そして、農家の人々が数百年にわたり「種」を守り継いできた「在来作物」は、50

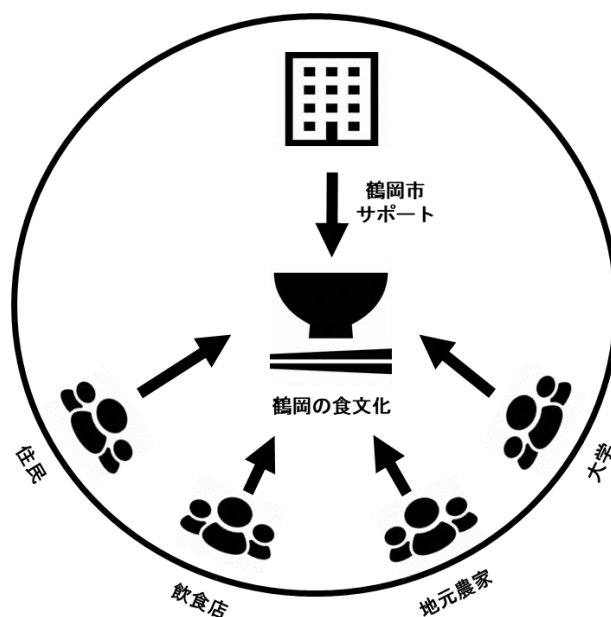
種類以上確認されており、その栽培方法とともに継承された作物は、「生きた文化財」として、訪れる人々を魅了している。

こうした歴史と食文化を背景に、平成 26 年 12 月に「ユネスコ食文化創造都市」に認定され、市民の誇りである食文化の保存継承、国内外の都市との交流を生かした市民活動の促進を行なっている。「ユネスコ食文化創造都市」とは、ユネスコ(国際連合教育科学文化機関)が平成 16 年に創設した取組で、創造的・地域産業の振興、文化の多様性の保護、世界の持続可能な発展に貢献することを目的に、それぞれの地域の活性化を目指す都市同士が、国際的な連携と相互交流を行うことを支援する枠組みである。食文化のほかに、文学、映画、音楽、クラフト&フォークアート、デザイン、メディアアートの 7 つの分野があり、食文化創造都市としては、鶴岡市を含め世界で 18 都市がユネスコから認定されている。国内での認定は、鶴岡市のみである。

具体的な食文化プロジェクトを紹介する。国外向けとして、平成 28 年に「イタリア食科学大学」と包括連携協定を締結し、同校の学生、シェフ、食の専門家が鶴岡市の食文化を体験するプログラムを展開している。外国人の目線や専門家の知見を活かし、新たな食文化の魅力を掘り起こしている。

国内向けのプロジェクトとして料理人を目指す「辻調理師専門学校」と「ガストロノミー包括連携協定」を締結し、学生たちが、鶴岡市の生産者・料理人・研究者から、調理の技術だけでなく、食材の知識とその背景にある自然や食文化などを学ぶ研修がスタートしている。研修の中で、食材を活かした新しいメニューを学生自身が開発し、地域住民に食べてもらうといった交流を行なっている。この研修により、学生たちにとって鶴岡市の食材は、ほかの地域の食材よりも特別な存在になり、愛着が醸成されると考える。

図 4: 鶴岡市の「食」を軸とした人のつながり



以上を整理すると、図 4 が示しているとおおり、鶴岡市の魅力的な「食文化」を軸に、新たな“つながり”や“活力”が生まれている。そのほかの取組として、料理人や飲食店に従事する者が、自らの技術や技能向上を図るために行う資格取得、コンクール等への参加に対して、受講料や旅費の支援を行う「料理人等高度化支援事業補助金」を策定している。また、「ユネスコ食文化創造都市」の各都市へ鶴岡市の料理人を派遣し、現地の外国人との交流を行い、新たな技術・技能の習得を行い、高度な料理人の人材育成を目的とした「料理人派遣研修制度」があり、継続的な“つながり”や地域に対しての士気を高める仕掛け

を行っている。

このように、鶴岡市は、「ユネスコ食文化創造都市」に認定されたことをきっかけに、「日本で唯一の食文化創造都市」として、国内外との交流が始まっている。そして、こういった点からも、「食」と「関係人口」は親和性があると言える。

(2) 「美食の街」サン・セバスチャン

次に、国外の事例として、世界屈指の美食の街として知られる、スペイン・バスク自治州にあるサン・セバスチャンについて述べる。「世界一美味しい街」と言われるサン・セバスチャンには、25 キロ圏内に 16 個ものミシュランの星がある。ミシュランの 3 つ星（最高格付け）を獲得したスペインのレストラン 7 店のうち、3 店がこの街にある。

サン・セバスチャンが美食の街と言われる所以は、ミシュランの星が多いというだけにとどまらず、近年、様々な地域で行われる「バルめぐり」である。バルとは、年中無休で朝から夜まで開いており、「タパス」といわれるおつまみを楽しみながら、気軽に立ち寄る店である。この地域では、「ピンチョス」というおつまみが提供される。「ピンチョス」は、サン・セバスチャンが発祥である。この美味しいピンチョスが食べられるバルが数多く存在することにより、世界各国から人が訪れ、「バルめぐり」を行い、街が潤っていくという仕組みである。また、飲食店などのサービス業が発展するだけでなく、美食の街を支える様々な原材料は、基本的に地元で調達され、地元飲食業が一次産業の発展にも貢献している。

サン・セバスチャンが世界に誇る美食の街となったのは、ここ 10 数年ほどの期間である。主だった産業もなく街が着目したのが「美食」だった。サン・セバスチャンには、古くから食通やプロたちが集まる「美食倶楽部」があり、若手シェフたちもレシピを共有して、共に研究を重ねてきた背景がある。世界的に有名なシェフの多くも「美食倶楽部」に所属し、身分に関係なく、互いに料理を教えあうことにより、地域のレストラン全体のレベルが高いと言われるようになった。1 軒のレストランが集められる人数には限界がある。しかし、街全体のお店が美味しいと評判になると、1 軒だけでは集められないような数のお客を集めることが可能になる。さらに、1 人の料理人単独では思いつかないようなアイデアが生まれ、クリエイティブなメニューとなる。このような、レシピの「オープンソース化」により、街全体の食文化が向上していったのである。

以上のように、今のサン・セバスチャンがあるのは、料理人の“個”の力ではなく、料理人どうしの“つながり”が生んだのではないかと言える。また、近年では、世界で初めて調理学科を有する 4 年生大学を設立し、地域全体でハイレベルな料理人や資格を有する専門家の育成に努めている。

第 6 章 西予市で実現したい具体的提言

(1) 西予ローカルガストロノミー包括連携協定

前項で述べた事例の共通点として、鶴岡市は、「辻調理師専門学校」と連携した取組、そして、サン・セバスチャンにおいては、料理に特化した大学の設立があげられる。この 2

つの事例の共通点は、「教育機関」と連携した取組を行なっている点である。今から当市に、料理に特化した大学や専門学校を創設するのは、現実的ではない。そこで、当市においても、鶴岡市同様、「辻調理師専門学校」と連携した取組を提案する。

本稿における「関係人口」のキーパーソンである薬師神氏は、「辻調理師専門学校」を卒業し、その後、同校において、教員を行なっていた経歴がある。この薬師神氏が持つ、「辻調理師専門学校」との“つながり”を活かし、「西予ローカルガストロノミー包括連携協定」の締結を実現したいと考える。学生にとって、東日本のフィールドワークの場が、「鶴岡市」であるならば、西日本は、「西予市」を学びの場とすることを提案する。東日本と西日本では、生産される食材、調理方法等、地域によって異なる食文化が存在する。これは、料理人を目指す学生にとって、現在の「鶴岡市」でのフィールドワークと全く違った経験ができ、見識が広がるのではないだろうか。地域の受入体制から考えても、学生は、地方に溶け込みやすいのではないかと考える。そして、「食材の宝庫せいよ」の魅力を知ってもらった学生が、将来、西予市にお店を出すことにより、移住につながる可能性もある。この可能性は、地域とつながりを持つ“関係人口”だから生まれる可能性であり、観光などでは決して生まれえないと言える。

(2) 「西予美食倶楽部」の設立

サン・セバスチャンの事例を参考に、市内約 150 店舗の飲食店全体のレベルアップを図る必要があると考える。そこで、「みんなで教え合おう」精神のもと、「西予美食倶楽部」の設立を行う。

まず、ステップ 1 として、薬師神氏を軸に当市の料理人を集め、地元の食材活用についてレシピの出し合いを行い、当市料理人たちの、地元食材へのさらなる愛着心醸成を図っていくべきであると考え。また、薬師神氏の料理人の“つながり”を基に、新たなアイデアを提供してくれるプレーヤーが登場することも期待する。そして、この取組により、美食の街サン・セバスチャンと同様に、原材料の地元調達を基本とし、地元飲食業が一次産業の発展にも貢献する仕組みづくりを目指す。

ステップ 2 として、薬師神氏と当市料理人たちが、「西予美食倶楽部」会員になってもらった市民へ料理を振る舞う。今までなかった外部の視点により、新たなエッセンスを加えた西予市の食材が更なる輝きを放ち、市民に感動を与えたと考える。

ステップ 3 としては、域外の「西予美食倶楽部」会員へ西予市産品フルコースメニューを振る舞う。この域外の会員獲得としては、「ふるさと納税」の返礼品メニューとして「西予美食倶楽部」への会員券を打ち出してはどうだろうか。

このように、今まで我々行政職員ではリーチすることが困難な人物が、薬師神氏というキーパーソンにより、様々なアンテナへ波及し、“つながり”が生まれることを期待する。「西予市の生産者」と「首都圏の料理人」がつながり、新たな取引が生まれ、儲かる農業の仕組みが生まれ、就農希望の移住者が増加する可能性も生まれる。もっと言えば、首都圏の料理人が、当市にお店を構え、最終的には移住へつながる可能性も秘めている。薬師神氏についても、将来的には、当市にお店を展開してもらい、今よりもワンランク上の“つ

ながり” になれたらと考える。

(3) 西予オリジナルペットフードの開発

当市には獣肉処理加工施設「ししの里せいよ」という施設があり、地元の猟友会が捕獲したイノシシに新たな価値を加え、ソーセージ・ハム・フランクフルトなどの加工品にして販売している。また、イノシシの脂は、保湿性に優れているという点に着目し、保湿化粧品の販売も開始した。しかし、捕獲したイノシシのうち、商品化され活用されているのは5%程度に留まっており、まだまだイノシシを軸とした商品開発を考える必要がある。活用率の低さに加えて、猟師の高齢化という問題もある。若者が猟師を魅力的に感じ、お金をきちんと稼げる仕組みが必要である。

このように、イノシシを人が消費するものとして捉えるには限界があると感じている。そこで、筆者が考えるイノシシ利用率拡大に向けて、猪肉を使った「西予市オリジナルペットフードの開発」を行うのはどうかと考える。そして、「食材の宝庫」である当市の特産物のうち、傷などの影響で廃棄される物と猪肉を組み合わせた、他に類をみない、当市独自のペットフードの開発を推奨する。開発のテスト過程においては、提言(1)で述べた連携協定をもとに、学生への協力、そして、更なる独自性を生むために、薬師神氏にも加わってもらい、フレンチの要素を加えて商品開発をしていきたいと考える。この取組により、また新たな“つながり”が生まれることも狙う。

また、域外の販路開拓に向けて、「一般社団法人ジビエペットフード協会」と連携した取組が必須であると考え。同協会は、食肉以外のジビエ利用率を急速に拡大させるために、ペットフードへの促進を進めている、令和元年に設立された新たな法人である。具体的な取組としては、ジビエペットフードの商品開発・販売・情報発信等の事業内容を行なっている。「西予市オリジナルペットフード」を域外へ販路開拓を行うためには、格好のプラットフォームであると考え。

このように、今まで当市に存在しなかったペットフードという新たな「食」の視点から「職」を生む流れができ、地域の人たちに新たな“関係”や“雇用”が生まれる可能性がある。そして、この取組が“稼げる仕組み”となれば、“関係”から“定住”へ近づくのではないだろうか。

7. おわりに

本稿では、全国的に地方移住への機運が高まっている状況において、自治体が今、取り組むべき施策について「関係人口」を手段とし、「食」という切り口を軸に検証を行った。「食」が「関係人口」を呼び、食を介して「人同士が結びついて」、結果的に当市を訪れ、貢献し、最終的には、移住につながる可能性も十分にある。

また、筆者自身の愛媛県東京事務所での2年間の経験で、改めて、人の“つながり”によって様々な課題が解決できるということを感じた。東京でしか出会えない人々と多く繋がることのできたこの財産を基に、当市に帰っても多くの“つながり”を増やし、「食材の宝庫せいよ」発展に向けてまちづくりに取り組んでいきたい。

(参考文献)

- 西予市ホームページ <https://www.city.seiyo.ehime.jp>
- ユネスコ食文化創造都市鶴岡ホームページ <http://www.creative-tsuruoka.jp>
- Donostia San Sebastian ホームページ <https://www.sansebastianholidays.com/jp/>
- 一般社団法人ジビエペットフード協会ホームページ <https://gibier-petfood.org>
- 広報せいよ 令和元年 9 月号(令和元年 8 月 20 日発行)