

NEWSきのくに

きのくに活性化センター

〒646-0031 和歌山県田辺市湊1655番地の4
田辺市民総合センター内
TEL&FAX 0739-26-9670発行責任者: 中田 肇
発行日: 2003年1月1日

菜の花エコプロジェクト始動

和歌山大学経済学部 4回生

得津 久仁香 さん

「菜の花エコプロジェクト」が動き出しました。

昨年10月18日、熊野川町で地元の農家の方々を中心として、自治体、環境団体、近畿大学

生物理工学部、和歌山大学経済学部の学生など、多くの人が参加しました。

まず、石橋石油の石橋幸四郎社長から、エコフェルについての説明があり、実際に実験してみました。公開実験では、耕耘機、トラクターでそれぞれエコフェルと軽油の排気ガスの比較を行いました。その結果、エコフェルの方が、煙が少なく、黒さが半減していて、まさに「百聞は一見にしかず」で、参加者全員がその結果にとっても興味を示していました。

その後、熊野川町「自然食と農地を守る会」の三枝孝之さんの指導で、畑で学生が中心となって菜種を蒔く作業を2種類(バラまき・筋まき)体験しましたが、慣れない



▲菜種を蒔く作業 (バラまき)



▲エコフェルと軽油での排気管から出る黒煙の比較実験(奥がエコフェル)

ことなので悪戦苦闘し、農家の仕事の大変さが身に染みて分かりました。種まきをした後の畑では、エコフェルを使ったトラクターでの攪拌作業もありましたが、「排気管から出る煙りが少なく、匂いがやさしい」など、農家の人たちからの評判も良かったのが印象的でした。「部品の磨耗や馬力が今までと変わらないなら、エコフェルを利用していきたい」という意見も聞き、今後期待できそうです。

4月6日に開催する「菜の花シンポジウム」まで、自分たちの蒔いた菜種がどのように成長していくのか見守っていきたいと思っています。

※エコフェル=使用済天ぷら油をきれいにした上で、白灯油を添加した軽油代替燃料。

新年のごあいさつ

きのくに活性化センター 会長 中田 肇



「きのくに活性化センター」が設立されて2年目を迎えることになりました。きのくに活性化センターは、紀南地域をフィールドに、大学・自治体・企業・市民等がパートナーとなり、地域の抱える諸問題について、協同して調査や研究を行い、その成果を地域の活性化に役立てることを目的として設立されたものであります。初年度の2002年度は、独自の事業のほか各市町村等からの委託事業を受け、活動を続けてまいりました。

私達の紀南地域は、解決しなければならない多くの課題が山積しており、特に、地域の活性化が大きなテーマとなっております。

また、現在、広域合併という大きな問題に直面しており、新たな枠組みの中で地域づくりが始まろうとしております。こうした中であって、きのくに活性化センターが様々な活動を通じて、紀南地域の活性化や地域づくりに少しでも貢献できれば幸いです。

きのくに活性化センターでは、和歌山大学きのくに活性化支援センターをはじめ、和歌山県、和歌山大学、田辺周辺広域市町村圏組合、新宮周辺広域市町村圏事務組合、紀南農業協同組合、田辺商工会議所、新宮商工会議所、関係する市町村や団体と連携を密にし事業を進めてまいりたいと思っておりますので、今後ともより一層のご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

年頭所感

前進と連携強化をめざす

和歌山大学きのくに活性化支援センター長 橋本 卓爾



昨年4月、きのくに活性化支援センターが産声を挙げました。同センターは、紀南地域を拠点に大学・自治体・企業・市民等がパートナーシップにもとづき共同して調査・研究し、その成果を地域の活性化に役立てるとともに、地域住民・学生等のニーズに即した情報や修学機会の提供を行うことを目的に設立されたものです。お陰をもちまして、この目的は多くの方々から賛同と支持をいただき、1年目から委託調査や公開講座等かなりの事業を実施することができました。ここに、改めまして関係機関・各位に対しまして厚くお礼申し上げます。

しかし、途はこれからです。2年目となる今年も、一層の前進が求められています。そのためにも、まずしっかり活動して「活性化支援センター」の存在を多くの方にもっと知っていただく必要があります。また、学内での体制を強化し、目に見える実績を積み重ねていかなければなりません。

現在、地球温暖化等地球規模で環境問題が深刻化するとともに、人口・食料・資源・エネルギー問題等が激化する中で「持続可能な社会」、「循環型社会」の形成が全人類の課題になっています。紀南地域は、この重大な課題を追求していくうえにおいて先進モデル地域になる可能性を秘めています。同センターは、こうした課題達成の拠点として地域との連携を強めながら活動していく所存です。

人材育成研修プログラムから

特集
【1】

村の暮らし、村の人間を売り出す体験的地域づくり論

地域プランナー
田舎丸ごと販売研究家 松崎氏 講演

「地域をつくる 人をつくる」をテーマにした地域づくり人材育成研修プログラムが2002年11月29・30日の両日、田辺市元町にある元嶋館を会場に開催されました。これは南紀熊野21協議会の主催(企画協力きのくに活性化センター)で、地域の活性化に不可欠な「人材」の発掘や確保をどのように行い、「地域リーダー」となる人材を育てるのか、先進事例に学びながら研鑽を図るとともに、紀南各地の住民、地域行政に携わる人たちの連携、交流を深める場にするを目的に開いたものです。

研修会は、西日本の地域づくりの先進地から、3人を講師に招いて行われました。3人はいずれも地域づくりに中心的役割を果たしてきました。

そこで、第3号と第4号では、研修会における講師のお話をダイジェストで紹介します。

今回は地域プランナー、田舎丸ごと販売研究家の松崎了三さんの講演「田舎丸ごと販売術・発想の内側」を取り上げます。高知県馬路村は人口約1200人、馬路村農協の柚子の加工品の売り上げが27億円余り、日本を代表する「柚子の村」で地域づくりの先進地として知られています。松崎さんは、この村の地域づくりに深く関わってきました。

物をつくって、物に自分たちで価値を付けて、自分たちで売るという行動について、大事なことが4つあると考えています。「情報」、「価値」、「融合」そして「顧客満足」です。

馬路村の柚子を売ろうと思った時に、自分が一番最初の仕事というのが「情報」です。知らない村、名前を聞いたことがない村には人は行きません。イメージされていない店が絶対に売れないのと同じことです。イメージされていない店には絶対行かないでしょう。では、どうしてイメージされたかといいますと、日常の情報です。情報コントロールのできない商品と企業と地域は絶対物も売れないし、人も来ないということです。それだけ情報というのは重要です。だから、村を売するためにいろんな情報を村から出していったわけです。パンフレットを見ると、どこもだいたい同じですね。見た瞬間にドキドキしません。あれでは、全然イメージが広がりません。情報をきちっと考えないといけません。我々はこういう考え方で、こういう環境で、こういう暮らし方、自分たちの暮らし流とか価値観とかフィールドという風に、自分たちの地域というものをもう少し絞り込んで考えていかないと、非常に差別化できない状態になります。僕にとって「情報の組み立て」というものが、非常に重要で、イメージ先行型で売ってきました。販売が成り立ちますと、だんだん後から中身がついてきます。

田舎は都市を追いかけます。でも都市は田舎を追いかけます。都市は田舎に憧れて、田舎は都市に憧れます。田舎が都市を相手に商いを考えた時、「田舎らしさ」というもの、「我々是我々らしい暮らし方をします」というようなことを、実はコンセプトにしました。その中でも特に「村の人間を売ろう」ということをしました。例えば、鮎かけの名人がいます。そのおじさんは馬路村の唯一の人、「only-one」です。人間を中心に全部コミュニケーションを組み立てようということです。要は、日本の中でなくなりつつある「日本の農村」みたいなものを、僕らのベシクなテーマにしました。そこは日本人にとって共通項ですね。そういうものをテーマにして、ジャム、佃煮、味噌のラベルに村の子ども、おばあちゃん、おばあちゃんの写真を貼りました。今はすごいですね。お客さんはなんと云いますか?「生産者の顔を見せてくれ

と言います。今は顔を見せてくれるのが当たり前です。きちっと生産者の名前を100%見せて、畑の消毒が何回かをレジで出せるようになっていきます。そこに「信頼」というものがあります。今みんながいう「地域ブランド」の「ブランド」というのは最終的には「信頼」です。「この人たちのものなら間違いないな」と呼ばれるものであって、非常に安心できる「履歴書」のあるところだけが伸びています。

「価値」には、「物質的価値」、「精神的価値」の2つがあります。ちよっとでも自分たちは違うというか、差別できる商品を作らないといけません。じゃあ「精神的価値」とはなんですか。「大事にされる」という感覚に非常に価値があります。「精神的価値」というものがすべての価値に変わってくるということです。だから、それができるところだけが「ほんもの」と言われます。最後は「one-to-one」ができるかどうかです。「あなたに」という作業ができるかどうかです。顧客を大事にしているかどうかです。価値がどんどん変わっているのに、いまだに同じ価値ばかり追いかけていたら無理です。価値は変わっていきますから。単純に言うとおばあちゃんの「ありがとう」の言葉に価値がある」ということです。

3つ目は「融合」です。スーパーで買った100円の農産物は、農家に20円。これでは、やっていけません。再生産できないということです。僕がずっといつも考えることは、こういうおかしい構造が普通にならないかということです。100円の物を買ったら、生産者は50もらわないといけないのではないのでしょうか。その仕組みに変えていかないと、生産者は再生産できません。作っている人ももっと売ろうと考えるといけません。「one-owner」で生産から販売を組み立てないと利益が出てこないということです。価格競争も今からますます続きます。そうすると、いっぱい作るのではなく、再生産できる金額で販売できる仕組みを作らないとい

けません。新しい自分たちの仕組みを考えないといけません。

土産もおいしいものを作らないといけません。地元の食材をきっちり出してきているホテルは少ない。こういう施設が地元の食材をきっちり使い出したら、まだまだ加工品は伸びます。めちゃくちゃおいしいものを食べて、「あそこで食べたものを食べたい」と言ったら、DMを送ればいいんです。その仕組みを考えなければいけ

地域づくり・人材育成研修プログラム



ません。これは「交流」から「特産品」が伸びたひとつの例です。お客さんにとって「交流」と「特産品」は一絡のものです。今みんなすぐく分けて考えています。「特産開発部」、「交流促進部」というふうな。しかし、分ける必要はありません。顧客は、「融合」した情報がほしいのです。誰も知らない間に一生懸命作った特産品が消えてなくなりました。

みんなまだまだ情報のコントロールや情報発信ができていません。「情報発信してます」という人もいますが、情報は出したらいいというものではありません。情報とは、相互の双方向からのテーマをもっていないとだめなのです。コミュニケーションというのは、行って戻って1回分です。この2-wayの双方向の仕組みがまだできていません。行って戻ってこないといけません。

最後に「顧客満足」ですが、お客さんはあまり不満を言いません。不満を言わない人はやりにくいですね。しかも、そういう人は身内や近所の人に不満を言います。そして、その不満がどんどん広がります。人間は不満に敏感で、満足に鈍感なんです。だから、顧客とダイレクトに商売をしないとダメです。もっとお客さんに近づいて、不満を聞いて、それをきっちり整理し直して、商品に直していったら、レベルが上がります。「B(ビジネス)-to-B」ではなくて「C(顧客)-to-B-to-C」で顧客の不満や、喜びを探して、発想や気付いたことを形にして、顧客に応えていかなければいけません。

きのくに活性化センター後援事業

『ダイビングをとおした教育・福祉・地域活性化プログラムづくり』

「第1回 サーフェス・スキューバ in 串本」開催

きのくに活性化センターの後援事業である「第1回 サーフェス・スキューバ in 串本」が、昨年11月4日串本町の田子ビーチで開催されました。サーフィス・スキューバは、スキューバの器材と浮力のあるベストを利用して水面から海中の生物などを楽しむ“串本生まれ”のエコスポーツ(自然探索体験を主目的とするスポーツ)です。子ども、若者から中高齢者、身体に障害のある人まで誰でも安全に楽しめるので、体験型観光や自然体験学習、生涯学習などのツールとして活用できそうです。串本のサーフェス・スキューバが“ブランド化”し、その教育・福祉・経済効果が明らかになれば、紀南の海がもつ魅力や可能性が再認識され、紀南地域の活性化につながると思います。

今回の事業は、産官民学共同プロジェクト「ダイビングをとおした教育・福祉・地域活性化プログラムづくり」の最初の事業として行われました。このプロジェクトの背景にはエコスポーツ研究会の活動があります。エコスポーツ研究会はスポーツ心理学、運動生理学、スポーツ経営学、野外活動教育などの研究者のネットワークで、紀南地域の自然を探索する手段として好ましいエコスポーツの実施形態を検討し、エコスポーツをとおして自然を愛する心を育む教育プログラムや、自然がもつ“癒しの力”とスポーツがもつストレス低減効果などを利用した福祉プログラムを企画しています。また、これらのプログラ

ムによる地域の経済・ビジネスの活性化について産官民と共同で研究を進めています。プロジェクトでは、

串本町の14のダイビング・ショップの協力を得て運営・実施母体となる「串本ダイビング環境会議」を組織しました。きのくに活性化センターが広報活動や活動資金の面で、エコスポーツ研究会が企画・調査・学術情報提供などで地元の取り組みをバックアップする体制をとっています。今

後は、体験型観光プログラムや小中学校を対象とした自然体験学習プログラム、ひきこもりの若者や不登校の子どものためのスクーリング、障害者や高齢者も一緒に楽しめるプログラムなどを実践していくことにしています。

こうした取り組みへの参加を市民に呼びかけるため、今年の3月、和歌山市内でシンポジウムを開催することにしています。



～編集部から～

きのくに活性化センターが紀南地域を拠点に活動を開始してから8ヶ月あまり、初めての新春を迎えました。

「NEWSきのくに」第3号は新年号として特別企画になっています。表紙の菜の花エコプロジェクトは、和歌山大学経済学部得津久仁香さんに原稿を書いていただきました。またサーフィス・スキューバ in 串本は、和歌山大学経済学部藤永博助教授によるものです。

編集部では、2年目の今年も様々なニュースを取り上げていく予定です。ご意見や情報の提供をお待ちしています。

