

## 山古志村の直売活動の持続可能性の追求

プロジェクト2 地域産業研究グループ 客員研究員  
立教大学観光学部

清野 隆  
プロジェクト2 地域産業研究グループ 研究協力者  
東京工業大学社会理工学研究科  
速水 検太郎

### 1. はじめに

本研究センターのプロジェクト2・地域産業研究グループは、調査を開始した当初から直売所の存在に注目し、直売所で農産物を販売している村民たちに話を伺ってきた。直売所にはいつも村民がお茶を飲みながら談笑する光景がある。直売所は、山古志村民がふるさとに帰り、生活を再開させたことを実感させてくれる。

2011年5月時点で、山古志村には7集落に11店舗の直売所が開設されている<sup>1)</sup>。既報の通り、山古志村の直売活動は主として集落内の小規模な住民グループによって営まれており、各直売所は個性的である<sup>2)</sup>。

また、直売活動に参加する住民と直売所の利用者を対象に実施したアンケート調査は、山古志村の人々にとって、直売所は、山古志村を訪れる都市住民との交流の場所であり、同じ集落に住む人たちがコミュニケーションを交わす場所であり、山古志村の人々の農的暮らしを支える場所であることを結論付けた。その個性豊かな直売所はそのまま継続していくことが望ましい<sup>3)</sup>。

しかし、直売所はその持続可能性について、課題を抱えている。図1は、2010年8月に直売活動に参加している住民へのアンケート調査から明らかになった直売所が抱えている課題である。「客が少ない」という回答が最も多い結果となった。地震発生から時間が経過するに連れて山古志村への関心<sup>4)</sup>は薄れ、山古志村への

来訪者が減少しているためである。次に、「山菜が減っている」が問題視されている。地域外からの来訪者による山菜の乱獲は、直売所の運営を脅かしかねない深刻な問題である。この他、「人手が足りない」、「売り上げが少ない」が問題として認識されていた。いずれも、直売所が継続的に運営されるためには、避けて通れない問題といえる。

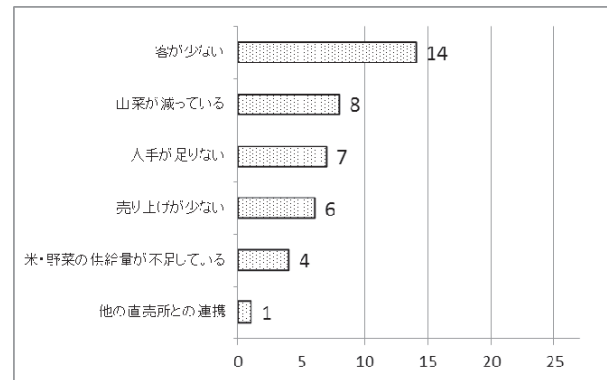


図1 山古志村の直売所が抱えている課題  
(2010年8月調査より)

そこで、2011年度は、山古志村の直売所が抱える問題点に対して取り組まれている現在の活動について報告し、今後の山古志村の直売活動のあり方を検討する。まず、2章では直売所の視察調査と山古志支所産業建設課へのヒアリング調査から、後述する「山古志かぐらなんばん保存会」の活動と山古志かぐらなんばんを活

用した地域づくりについて報告する。3章では、直売所の視察とヒアリング調査の結果に基づき、直売活動と山菜を巡る問題について考察する。4章では、山古志村の直売所のあり方を模索している山古志住民会議の直売所部会の活動を紹介します。なかでも、2011年3月に実施された、芝浦工業大学の学生によるノボリ作成に注目した。売り上げの低下という問題に対して、山古志村の直売所は多くの来訪者に認知され、より多くのリピーターを獲得しなければならない。その第一歩となる活動として注目している。5章では、これまでに実施した調査と今年度の調査の成果を踏まえて、今後の山古志村の直売所のあり方について考察する。

## 2. 山古志かぐらなんばんのブランド化

山古志かぐらなんばんは、山古志村の地場産品であり、直売所の主力商品である（写真1）。夏季には、すべての直売所で販売されている。見た目は丸みを帯びたピーマンであるが、食べると唐辛子のように辛い。炒め物や塩漬けにして食卓に並べられる。味噌漬けに加工するとかぐらなんばん味噌と呼ばれる保存食になり、一年を通じて家庭で食される。かぐらなんばん味噌は加工品の販売許可を得ている直売所で販売されて



写真1 山古志かぐらなんばん

いる。

以前は市場でほとんど流通されることがなかった、かぐらなんばんは、現在では長岡市の平野部でも生産され、スーパーの棚に並べられるようになった。しかし、山古志村で生産される山古志かぐらなんばんと比べてみると辛みが少なく、まるで別の野菜のようになる。日中と夜で寒暖の差が大きい山古志村で生産されること、山古志かぐらなんばんは辛みを蓄える。山古志かぐらなんばんは、まさに山古志村の風土によって育まれる、この土地ならではの農産物といえる。しかし、名前と見た目では差別化できないため、山古志村の特産品として売り出すためには、戦略が必要となる。つまり、山古志かぐらなんばんを他産地のかぐらなんばんと差別化し、その独自性を周知するブランド化が必要とされてきた。

2010年10月、「山古志かぐらなんばん保存会」が結成された<sup>5)</sup>。保存会の目的は、「山古志かぐらなんばん」生産と販売を振興し、「山古志かぐらなんばん」を次世代に引き継ぐことで、地域の活性化に貢献することである。2011年7月現在、栽培農家と加工業者30名が参加している。現在の保存会の活動は、主として系統<sup>6)</sup>の整理と保存、栽培の指導と管理である。設立から日が浅いため、先進事例である「斑尾ぼたんこしょう保存会」<sup>7)</sup>との交流から今後の活動のあり方を検討している。このほか、「山古志かぐらなんばん」を対外的にアピールする活動も行われている。直売所では、山古志かぐらなんばんを購入する人に、山古志村の伝統的な食べ方を紹介している。また、2009年に行われた長岡名物料理コンテストで提案されたレシピ集が配布されている。山古志かぐらなんばんを楽しんでもらい、リピーターになってもらうための仕掛けが取り組まれている。

## 3. 資源としての山菜の枯渇と管理

山古志の直売所は雪が融ける4月の終わりから5月連休の頃に1年のスタートを切る。この時期の直売所では、

山菜が店頭を賑わせる（写真2）。直売所で話を伺うと、山菜を求めて直売所を訪れるリピーターは多いという。また、調理方法や加工方法を住民に聞きながら、山菜を購入する人もよくみかける。多くの人が山菜を楽しんでおり、その需要の高さを伺うことができる。山古志村の直売所の主力商品であり続けるだろう。



写真2 春先の店頭に並べられた山菜

店頭に並べられる山菜は、早朝に村の人たちが、知る人ぞ知る、あるいは自分だけが知っている、生息場所まで足を運び、採取されたものである。山菜は、自然の恵みであるものの、容易に見つけられないので、山菜の生息場所を発見し、それを採取することは一種の楽しみでもあり、村の人たちの誇りでもあるだろう。しかし、無尽蔵の資源は存在しないように、山菜の収穫量は有限である。山菜は、根こそぎすべてが採取されると、翌年春に姿を現すことはない。だから、山菜を末永く楽しむためには自らにルールを課さなければならない。

しかし、そういった知識を持たない人、目の前の山菜を手に入れば満足する人にとっては、翌年の収穫は関心事になりえない。特に後者は地域に大きな問題をもたらす。山菜の採取を毎年の楽しみにしている村の人たちにとって、自宅を土足で踏み入られるような行為に映るだろう。山古志村の中を移動していると、至る所に外部者に対して山菜の採取を禁止する旨を伝える看板を見つけることができる。それでも看板を無

視し、無断で山菜を採っていく人が後を絶たない。山菜の所有権は、原則的には土地の所有者に帰属するのであるから、山菜を無断で持ち帰ることは違法行為である。今後も違法行為が絶えない場合、パトロールを行うなど自警的に取り締りを行わなければならない状況である。

また、山菜の直売活動については、地域内で新たな問題が生じる可能性もある。すなわち、山菜の商品化は、山菜の総収穫量を急増させ、山菜の枯渇を招来しかねない。山菜は各年の収穫量を計測することが困難であり、収穫が経年的にどのように変化したかは感覚的に知る以外ない。したがって、山菜を巡る問題は、単純化すると、毎年限られた量の山菜を楽しむというルールをいかに徹底できるかが重要である。

山菜が山古志村の人々にとって大切な資源である以上、直売活動を含めた山菜の販売については、一定のルールを設けることも必要である。現在みられるように、採取した山菜を加工して販売する。村内のレストランなどで提供する。山菜を採取するツアーを催行し、住民のガイドで山菜を採取し、収穫物を加工、調理を体験する企画も魅力的である。山古志村の山菜は、無数の人が楽しむものではなく、山古志村を訪れた人に振る舞うものとし、山菜を山古志村から外に出さない、といった大胆なルールをつくってもよいだろう。



写真3 ぜんまいは加工された後に販売される

#### 4. 直売所の連携の動き

山古志村には集落ごとに直売所が存在し、個性的な直売所が共存している。利用者は、いくつかの直売所を比較しながら、買い物を楽しむことができるので、この状況は山古志村の直売所の魅力である。しかし、実際には直売所の個性を理解している利用者は少数派であり、多くの利用者は山古志村の中にある無名の直売所として捉えていると考えられる。直売所の個性を打ち出して、各店の固定客、リピーターが増えていくことが望ましい。これまで、各直売所は山古志村内で開催される祭りやイベントに出店し、山古志村の農産物を販売してきたが、それはあくまで各直売所の個別の活動にすぎなかった。しかし、村内の直売所が連携して、山古志村の直売所をアピールすることも必要である。

山古志住民会議の直売所部会では、この問題について議論を重ねてきた。そして、2010年5月に5店舗が共同で山古志直売所まつりを開催した。山古志村に多くの観光客が訪れる、牛の角突きを開催日に合わせて、山古志支所の駐車場にテントを並べ、直売所が顔を揃えた。

2年目を迎えた山古志直売所祭りでは、「やまの野菜」の文字と棚田をモチーフにした緑色のシンボルマークが描かれたノボリが披露された(写真4)。このノボりは、



写真4 山古志直売所まつりで披露されたのぼり

芝浦工業大学の学生有志たちの提案で、山古志村の直売所の共通ノボリとして作成されたものである。芝浦工業大学の有志は、以前から山古志村の地域づくりを支援してきた<sup>8)</sup>。2010年度には、油夫集落にあるアルパカ牧場の大型看板を作成した実績を持っている。

芝浦工業大学の有志メンバーは、2011年3月26日、4月18日に直売活動に参加している住民を招いて直売所デザイン会議を開催し、ノボリのデザインワークショップを開催した(写真5、6)。まず、有志メンバーは初回の会議で住民から意見を聞き取り、その場で即座に5つのデザイン案を作成した。さらに住民たちへ意見を聴取し、この日のワークショップは終了した。有志メンバーは、提案した5つのシンボル・デザインを改良する



写真5 ワークショップの様子



写真6 いくつかのデザインから1つを選ぶ

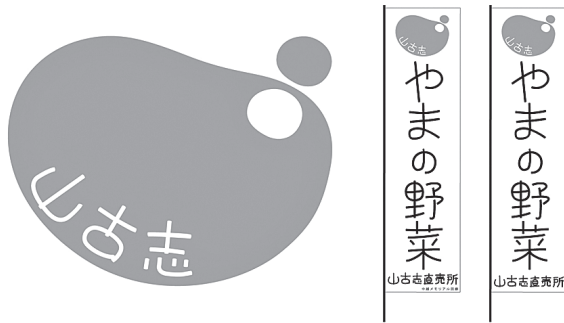


図2 完成した山古志のロゴとのぼりのデザイン

ためのヒントを持ち帰り、新しいシンボルをデザインした。2回目の会議では4つの新しいデザイン案が披露された。住民から好評を得た1つのデザイン案について、さらに住民たちから感想を聞き、その場で有志メンバーがデザインを改良する形で、最終的なノボリがデザインされた（図2）。

直売所まつりの終了後、ノボリは各直売所で使用されている。車で村内を移動していると、白いノボリが目に入ってくる。村内の直売所が共通のノボリを使用することで、山古志村の直売所の存在感は高まっている。長岡市内で山古志産の農産物を販売しているアンテナショップでもノボリが使用されている。山古志産の野菜であることが認知され、山古志産の野菜を通して、山古志村に興味を持ち、足を運ぶ人が増えていくことが期待される。

## 5. 直売所の協働の必要性

既に述べたように、山古志村の直売所は、複数の集落に設置されており、それぞれが個性を持っているところに面白さがある。どの直売所も集落にとって、そして山古志村にとっても重要な存在なのである。村内に直売所が林立することは、互いの存在を意識し、切磋琢磨する状況をつくりだす。競争意識が農産物の質や安全性の向上につながれば、このライバル関係は山

古志村の直売所によい影響を及ぼすだろう。他方、直売所は集落に寄り添っているため、競争が過激になることは望ましくない。山古志村の直売所は、互いの長所を認め合い、多様性を保つことが重要である。しかし、一方で直売所が協力して取り組むべき課題も存在し、互いに連携することが必要な状況を迎えている。

### 注

- 1) 現在、池谷集落（1店舗）、桂谷集落（1店舗）、木籠集落（1店舗）、竹沢集落（2店舗）、種苧原集落（2店舗）、虫亀集落（3店舗）、油夫集落（1店舗）で直売所が開設されている。
- 2) 清野隆・川澄厚志・明峯哲夫・青柳聡・杉原由紀子（2011）「山古志の農的営みを支える直売所の現状と課題」、『福祉社会開発研究センター研究概要プロジェクト2』No.4, 3-21, 福祉社会開発センター。
- 3) 清野隆・川澄厚志・青柳聡・古山周太郎（2011）「震災復興期に長岡市山古志地域の農産物直売所が集落再生に果たした役割」、『都市計画論文集』46, 157-162, 日本都市計画学会。
- 4) 2011年3月11日に東日本大震災が発生し、山古志村への関心は再び高くなっているのが現状である。特に、震災復興に取り組んでいる東北地方の行政関係者や専門家が山古志村の震災復興を学ぶために視察に訪れている。
- 5) 保存会設立は、2007年度から2009年度の3年間に実施された産官学連経営革新普及指導事業がきっかけとなっている。同事業では、かぐらなんばんを地域特産物としてブランド化と生産と消費の拡大を目標に、長岡市、長岡中央青果、JA越後ながおか、新潟大学が協働で調査を行った。
- 6) かぐらなんばんには、4つの系統が存在する。「山古志かぐらなんばん保存会」は櫛木系統と呼ばれるかぐらなんばんの種を保存している。
- 7) 「ぼたんこしょう」呼ばれる、「山古志かぐらなんばん」に類似した野菜は、長野県北部の斑尾で生産されている。山古志かぐらなんばんと同様に辛みを持つ。味噌に漬けて保存食とする加工方法も類似する。

- 8) 芝浦工業大学有志メンバーの活動は、芝浦工業大学・学生プロジェクト「旧山古志村支援活動」(2009、2010、2011年度)として実施されている。彼らの一連の支援活動は大学HP (<http://www.shibaura-it.ac.jp/campuslife/activity/project/>) に公開されている。