

## 一村一品運動が育んだ地域資源を利用する人としくみ（特集 一村一品運動と開発途上国）

著者	西川 芳昭
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) <a href="http://www.ide.go.jp">http://www.ide.go.jp</a>
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	137
ページ	4-7
発行年	2007-02
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2344/00005300">http://hdl.handle.net/2344/00005300</a>

## 特集／一村一品運動と開発途上国

# 一村一品運動が育んだ地域資源を利用する人としくみ

西川芳昭

### ●はじめに

一村一品運動と関わり始めて一五年近くになるが、この運動ほど筆者のなかで評価が変化する地域運動も珍しい。最初のころは、ご多分にもれず湯布院や大山など全国的に「成功例」として紹介されていた地域やそのリーダーたちを訪問する視察が中心であった。そのうちに、それらに関わるいわゆるリーダーたちがその運動の中でもだえ苦しみながら工夫を重ねて走り続けていることに気づいた。そんな中で地方との連携を謳ったJICAの一村一品運動にかかわる研修コースの運営をお手伝いすることになったのが七年前である。当時は、内発的発展の視点から多くの論者が一村一品運動を批判しており、筆者も運動を開発途上国に移転するというJICAの考え方には疑問を持っていた。一方でそれを機会にこの運動を担ってきた人やしくみを自分なりの視点で再評価し、途上国からの研修員に伝えようと考えた。さらに今回のアジア経済研究所と立命館アジア太平洋大学の共同研究を通じて、地域における経済効果がそ

れほどでもない一村一品運動のどのような要素が、地域開発の文脈の中で運動をこれほどまでに有名にしたのかについて考える機会を与えていただいた。

前置きはこれぐらいにして、本題に入ろう。この小論の目的は、一村一品運動をそれを担った人たちが、本来移転不可能と考えられている地域資源なり地域のアメニティーをどのように認識し、それを利用していったかを明らかにすることによって、運動の他地域への適用可能な側面を切り出すことにある。この課題設定には、一村一品運動の内容の多くは開発途上地域に単純には移転できないという前提が存在する。実際に、タイやマラウイ、いくつかの途上国ではトップダウンで政策的に運動が導入され様々な困難に直面している。運動の原点である大分から何が学べるのか、経緯の異なる二事例を中心に議論したい。

### ●地域資源への着目

わが国の国土開発のなかで、地方・地域が注目されたことが何度かある。しかしながら、地方・地域が開発の主役になること

はほとんどなかったことは周知のとおりである。産業振興やテーマパークの誘致を中心とした外来型開発では、多くの場合地域とそこに暮らす住民の生活を必ずしも向上させなかったとも言える。

このような外発的発展に対して、地域の技術・産業・文化を土台に、地域住民が学習・計画・経営を行い、地域の環境保全が優先され、付加価値が地域に還元され、住民参加の下で自治体が計画に沿う形で資本や土地利用に規制を行うことができることを理念とする内発的発展（参考文献⑤、二九四～三〇三ページ）が注目されている。このような発展に必要な要素として注目されるものの一つに地域資源がある。大分県ではその「新農林水産業振興計画」において「農山漁村活性化戦略」（参考文献①参照）のなかで「本県には自然環境の優位さに加え、様々な地域資源が存在します。全国一の源泉数を誇る温泉を始め、宇佐神宮や富貴寺大堂、臼杵磨崖仏など国宝に代表される多くの観光資源、国見町のケベス祭りや大田村のドブク祭りなど地域に根ざした伝統行事、地元の新鮮で安全な食材を使っ



## 特集／一村一品運動と開発途上国

た様々な郷土料理、さらに、たとえば臼杵市の味噌・醤油、全国トップクラスの出荷額を誇る宇佐や日出の焼酎といった地場産業も地域資源という意味から新たにとらえ直す視点が必要です」と記述しており、地域資源というキーワードが、地域の開発において時代の中で解釈が変化していくことを認識して政策を展開している。

### ●地域資源とはなにか

わが国の国土開発のなかでは、初期には「自然資源の合理的利用」、「地域資源の保護」という視点が前面に出されていた(参考文献④参照)。その後、「まだ充分に利用されていない」資源を利用するという視点をより強く意識することから、活用の側面が重視されるようになった。第五次全国総合開発計画においては「多様な主体の参加」、「循環型社会の形成」、「地域資源を生かした付加価値の高い産業の育成」、「都市部への追従ではない自然環境・文化・農地・森林・河川等地域の有する資源を再発見し活用した独自のな地域づくり」などが謳われている。

大分県の大山町や由布院での内発的な地域づくりの動きを副知事時代に発見し、一村一品運動という形で概念化、さらに県の施策として組織化した平松氏は、大分県ではとくに農産物において大量出荷による産地化は困難であること、産品をつくることとそれを行政がどのように支援するかとい

うことは開発において違ったフェーズであることをいち早く明言し、大分の各地に人々を惹きつける磁場をつくることを目指した。そのなかで、地域資源の活用と関連する視角として、単なる特産品作りではなく地域との結びつきを重視し、作り出されるものも決して農産品に特化せず、行政を含めた外部者の技術支援および何よりも産品そのものと同等またはそれ以上に付随する情報の重要性を説いている(参考文献②、四六一～四七四ページ)。さらに、運動の最終目標は、これらのことを認識し、実践できる人材の開発であった。

### ●「いちこ」にみる地域資源の捉え方

一村一品運動は、人づくりがその目標とされているにもかかわらず、国内の他地域や海外に紹介され導入される時には、ローカルにしてグローバルという側面が強く意識され、モノづくりの側面が強調されることが多い。そのなかでも、麦焼酎は一村一品販売額一〇億円以上の品目一九品目(一九九九年)の中で二品目数えられ、金額的にも群を抜いており、モノとして際立った存在となっている。この麦焼酎は一八六六年(慶応二年)創業とされる日出町の二階堂酒造(吉四六、一九七四年製造開始)と、宇佐市の三和酒類(いちこ、一九七九年製造開始)の二社が中心となっている。ここでは、積極的に新商品開発と工

場の拡大路線をとってきた三和酒類を事例に取り上げたい。

#### ①利用された資源とアクター

「いちこ」を生産する三和酒類は、酒造りの決め手は、原料と水と空気の三つの要素であるとしており、その主力商品「いちこ」の場合、原料はオーストラリアから輸入された大麦なので、地域の資源は水と空気ということになる。水は宇佐市の郊外にある工場の地下の水脈から汲み上げられており、これには酒造りに適さないミネラルは少なく、酵母が好む適度なミネラルが含まれている。空気はその山麓の澄みきった空気を利用している。同時に蔵つき酵母と呼ばれる周囲の自然から入る酵母の影響も認識されている。酒に心地よい環境をもたらす設備や施設の充実を図り、昔ながらの焼酎づくりの良さを活かしながら「高品質のモノづくり」の醸造システムの構築を図っている。ちなみに、三和酒類は、もともと地域にあった三つの老舗造り酒屋(後にもう一社参加)が「家業から企業へ」を合言葉に共同瓶詰め工場を運営したことから始まり、三つの会社の和を大切にすることから一九五八年に設立された会社の名前は三和と名づけられている。

#### ②利用における工夫と評価

設立後開発された新製品は「下町のナポレオン・いちこ」「いちこ」は、宇佐地方の方言で「いいですよ」の意味)の名で売り出された。販売戦略の特徴として、



由布院観光のスポット、金鱗湖の冬景色。何も無い田舎の風景が若い女性を中心とした都会からの観光客にアピールしている

おもに東京の消費者をターゲットとした外部デザイナーの起用による雑誌や地下鉄の広告ポスターというメディアの利用が行われた。この戦略は、モノづくりと、「モノ」に載せて運ばれる情報（たとえば、どこか懐かしい風景）との連携を重視している。

最近、九州農業試験場が開発した国産用大麦品種の「ニシノホシ」を、地元宇佐平野で栽培し、これを原料とした新しい焼酎「西の星」が商品化された。ラベルには古代人が収穫時期の目安としたといわれる麦の穂にかかるスピカ（乙女座）をデザインしている。栽培農家に対しては国からの補助に加えて、会社独自に買い上げの補助をしており、地域環境の保持にも貢献している。一村一品後の大分県の農村開発政策の重点でもある地産地消とも整合性があり、

新しい地域資源の創出と活用事例と考えられる。「いいちこ」に代表される大分の焼酎が、「モノづくり」としても「情報」としても地域性に密着し、一定の経済的効果をあげていることが、このような狭義の地域資源への回帰を可能にしていると考えられよう。

### ●「由布院の地域づくり」にみる工夫・苦悩と未来

観光産業は、地域に根ざした地場産業として古くから重要視されているが、とくに近年は地域づくりとの融合において注目されるようになった。そのなかでも神社仏閣など歴史資源を利用した観光開発や、温泉を活用した保養地の開発は古くからの事例が多く見られる。ここでは、温泉湧出量日本一の別府温泉に対抗する形で発展を遂げてきた由布院（由布市・旧湯布院町）を取り上げ、その経緯と現状および課題について触れたい。

#### ①利用された地域資源とアクター

日本が高度成長を謳歌していた一九七〇年当時、大きなホテルも歓楽施設も持たない由布院の温泉関係者は、その隣接する別府温泉との比較において、同じ内容での競争では生き残れないことを自覚していた。一方で、温泉がそのもつとも大きな地域資源であることも自覚していた。問題は、その温泉をどのように地域のために利用するかであった。

当時の旅館の若い経営者たちは、一九二四年に行われた林学博士・本多静六の講演にある「文化生活の基本は健康である」、「公園のなかに町のあるバーデンバーデン」などのことを活かして、農協からの資金提供を受けてドイツへの視察を行った。隣接する別府とは異なる地域資源として、由布岳を象徴とした田園風景を利用しようとしたのである。

#### ②利用における工夫と評価

当時のまちづくりのリーダーたちは観光するためだけに見世物風に何かを行うと町が廃れると考え、「クアオルト構想」という「緑と、空間と、静けさを創り、育て、守ること」を上位構想に、そこに暮らす人々の「暮らしの文化」を豊かに保ち訪問者に見せようという努力をした。いや、見せようとしたというよりは、なによりも、自分たちが住みよいまちを創ることが由布院のリーダーたちのもつとも大きな目標であった。しかしながら、由布院は、近年「地域づくりが住民参加型ではない」、「地域住民の実質的な参加は低い」と批判されるようになった。年間四〇〇万人前後というあまりに多くの観光客が訪れるようになったため、由布院はその魅力を失いつつあるとも言われている。その理由として、由布院の地域づくりの中心は観光業関係者であったため、交流人口を増加させるためにも情報はおのずと外部をターゲットとして流され、多くの住民が置き去りにされたと感じ





## 特集／一村一品運動と開発途上国

ていることに一因があろう。

しかし、ここから新しい動きへと繋げる  
ところに由布院の力がある。二〇〇二年に  
は国土交通省の支援を受けて、住民と地域  
外のボランティアが一体となって、由布院  
らしい交通体系のあり方を探る社会実験が  
行われた(参考文献③参照)。合併に前後  
して、二〇〇五年には単に形式的なもので  
はなく中身を議論することを目的に行政と  
農協、観光関係者が一堂に会したまちづく  
りの協議会が発足している。リーダーの一  
人、中谷健太郎の下には地域の農業生産者  
が集まり、減農薬・有機的栽培の食材の旅  
館への提供について自発的な研究会を行っ  
ている。一方で、これまで作り上げてきた  
魅力があるがゆえに外部からの投資意欲も  
続いており、大規模宿泊施設の進出・遊歩  
道への車両乗り入れなどの課題も抱えてい  
る。しかしながら、これらの問題も以前と  
比べて住民のなかでの議論が活発化してい  
ることは確実である。遠回りではあるが、  
ひとにぎりのリーダーがひっぱりまわす  
りから、地域にいる多様な関係者が地域資  
源の管理を共同して行っていく機運が高ま  
りつつあると考えられる。

### ●まじりあつて

地域の価値は固有であるが、固有である  
ことに価値があると言う正論だけでは、経  
済的に財を取り出すことは困難である。地  
域資源の価値が享受者に把握される必要が

ある。その際に、既存の市場システムにす  
べてを委ねるのではなく、地域に住む人々  
が築いてきた人間と環境の関係、それを支  
える地域における人間同士の共同性、相互  
性を価値化していくことが望まれる。まず、  
出発点として、地域資源を「内発的發展を  
支える重要な要素」と捉え、そのような資  
源が地域の住民や企業を中心とした関係す  
る様々な人間の手によって加工され、財や  
サービスが取り出されることが、地域づく  
りに共通する過程であると考えられる。こ  
のような地域づくりが経済的効果まで生み  
出すようになったときに、それは地域開発  
の一部となる。モノづくりにおいても、  
観光開発においても、一村一品運動に連な  
る事例で成功したものには、このような共  
通の過程が見られるのではないだろうか。  
逆に言うと、多くの持続性を失った事例で  
は、成功例で見られる当事者たちの継続的  
な資源把握と解釈、情報発信がしくみとし  
て成立しなかったと考えられる。

すでに三〇年近く前に当時大分県知事と  
なったばかりの平松氏が指摘したとおり、  
現在は、同質のものの大量消費ではなく、  
少量多品種の消費が志向されつつあり、本  
来希少である地域資源の価値化にとっては  
追い風となっていると考えられる。本論で  
は、伝統的なモノづくりにこだわったビジ  
ョンからの地域資源の利用を享受者との出  
会わせ方の工夫で実現し、その結果地域固  
有のモノづくりへの回帰を可能にしている

事例と、地域外の視点を自らの地域を見る  
ときに導入し、その視点を共有できる可能  
性のある地域内外の享受者との交流を意識  
した観光開発と地域づくりを紹介した。地  
域資源をキーコンセプトにモノづくりから  
情報の発信への変化、さらに情報の発信か  
らモノづくり、さらには新たな地域資源管  
理のしくみづくりへの回帰として注目でき  
よう。今後このようなながの地域事例と  
開発途上国での地域事例が交流を通じてノ  
ウハウを相互に交換していくことが期待さ  
れる。

(にしかわ よしあき／名古屋大学大  
院国際開発研究科助教授)

### 《参考文献》

- ①大分県『おおいた農山漁村活性化戦略  
(新農林水産業振興計画)(案)』二〇〇  
五年。
- ②大分県一村一品21推進協議会『一村一品  
運動二〇年の記録』二〇〇一年。
- ③小林華弥子「ゆふいんとまちづくり」西  
川芳昭・伊佐淳・松尾匡編『市民参加の  
まちづくり』創成社、二〇〇五年。
- ④三井情報開発株式会社総合研究所『いち  
から見直そう! 地域資源―資源の付加  
価値を高める地域づくり』ぎょうせい、  
二〇〇三年。
- ⑤宮本憲一『環境経済学』岩波書店、一九  
八九年。