

食の幸発信推進事業 専門家との意見交換会（第3回）

日 時 令和3年7月21日（水）

専門家 島根大学法文学部 飯野公央氏

○司会 飯野先生は1994年より島根大学法文学部・人文社会科学研究科で経済政策、地域政策論を担当されております。雲南市においては、雲南市産業振興ビジョン策定委員会委員長、雲南市地域経済振興会議委員長として、市の産業施策の指導をいただいております。そういった飯野先生でございますので、雲南市のことをよく御存じということで、今回お越しいただくことになりました。そして、これから自己紹介並びに雲南市で取り組んできたそういった調査事業、そういったことも含めて御紹介いただきながらお話をいただければと思っております。

それでは、ここからは石飛市長にバトンタッチをして進行させていただきたいと思っております。どうかよろしくお願いいたします。

○石飛市長 そうしますと、飯野先生、大変お忙しいところ御協力いただきましてありがとうございます。この食の幸発信推進事業については、現時点で一遍計画を立ち止まって再検討していくと、する、しないということではなく、まず、しっかりいろんな方の御意見をお聞きしながら方向性を決めていこうという判断でございます。そういう意味で、率直なところでの御意見を賜れば、あと、私どものほうがそれをそしゃくしながら、ほかの意見も含めて考えながら決定していきたいというふうに思っておりますので、本日大変短い時間で恐縮でございますが、よろしくお願いいたします。

○飯野氏 よろしくお願ひします。本日は皆さんお忙しいところ、このような機会をいただきありがとうございます。私のような者が果たしてどれだけの皆さんの参考になる意見が出せるか甚だ疑問ですが、全国各地を歩き回るのが趣味で、目の前のスクリーンに写真がありますが、道の駅や産直などにも随分足を運んでいます。後ほどお話ししますが、私、大学教員もやりながら株式会社の取締役も兼務しています。そこで企業経営の視点なども交えながら、実際にこの事業を実施するために考慮すべきことも考えてみたいと思ひます。

今ご覧いただひているのは発表資料の表紙です。表紙とは思えないものですが、私の好きな道の駅、そこのレストラン2か所の写真を載せてあります。上の3つは大分県大山町のものです。大分県といえは一村一品運動で非常に有名ですが、それ以上に大事なのは、この大山町の農協の皆さんはとにかく勉強熱心なんです。地域づくりのこともそうですが、

農作物のことなど頻繁に大学の先生などを町に招待して勉強会を開く。そして農家の子供たちを積極的に大学や大学院に進学させ、やがてそういう子たちが後継ぎになっている。私が訪問した際も年商（世帯の年間売上げ）が2,000万円とか2,500万円という農家が少なくないわけです。町民の8割がパスポートを持ち6割が海外に行った経験があるというような、まさに「桃栗植えてハワイへ行こう」を実践しているところです。

この大山町、チャンスがあったらぜひ行ってほしいと思いますが、極めて条件不利なところにあります。よって戦後国が進めた農業政策（米作中心）というものでは自分たちの町はやっていけないということを昭和30年代からはっきり自覚し、国の政策とは違う、自分たちの町がきちんと農業で食べていける、そういうまちづくりを進め、そのための農協であろうということで、熱心に取り組んできました。そうした長年の積み重ねによって今現在、非常に成功事例として取り上げられてるところです。ですので一朝一夕にできたわけではないというところはまず御承知ください。

この写真はレストランですが、常時100種類のおかずが並んでいます。お客さんは90分（大人1,500円です）自由にとって食べていい仕組みです。私も行きましたが、大体開店から15分～30分ぐらいで約130席がほぼいっぱいになります。これが大体お昼の営業で2回転から3回転するということのようにです。料理も随時新しいものが追加をされるというので、非常にいい循環ができています。お客さんはほとんどが観光客で、しかも団体のお客さんがひっきりなしにやってくる。そういう点では、地元の雇用の創出の場であるだけでなく地元の農業をアピールするとてもいい場所にもなっています。実際に今では大分市や福岡市などにも支店も出しているところまで来ています。

下の写真は岐阜県の中津川にあるサラダコスモスという、もやしの製造で非常に有名な会社です。そこが地域の雇用、特に高齢者の雇用をつくるということを一つの目的にして設立したちこり村という農業法人です。ここでは特産品開発やバーバーズ（婆婆's）ダイニングという主婦や御高齢の方が中心になってレストランを運営しています。ここも先ほどの大山町と一緒に、極めて条件は不利な地域ですが、その中で本当に皆さんが地域のために一生懸命様々なことを勉強しながら取り組んでいるところです。

チコリという野菜は日本ではあまり生産をされていないものでしたが、逆にそういう新しい、日本にないものを生産することで高付加価値を高めていこうというような戦略を取ってるところも非常に面白いと思います。後でもお話ししますが、先行事例あるいは成功事例を見ていると、やはり丹念に計画をつくり、粘り強く実践し、そして日々進化していく

という、そういったプロセスを取っていることがよく分かります。

それでは、本題に入りたいと思います。まず自己紹介です。私の生まれは静岡県富士市です。富士山の麓で育ちました。大学は京都の立命館大学で、その後、島根大学に赴任しました。専門は経済政策や地域政策です。経済政策が対象とする分野は幅広く、政府が行う経済政策だけでなく、まちづくり（産業振興なども含む）から、交通、住宅政策、最近ではインフラ問題、特に公共施設の管理の問題なども研究しています。先ほど取締役をしていると言いましたが、松江市市民活動センターの指定管理者である株式会社江友の取締役も務めています。その結果、公共施設の管理・運営についても非常に詳しくなりました。

趣味はお出かけです。ニュースや雑誌とかで面白そうだなと思った場所を、とにかく自分の目で現実を確認する。ニュース等で紹介されてなかった事実はないのか、実現に至るまでにどんな困難がありそれをどう克服したのか、そういうことを聞いて回ることが私の趣味です。そしてついでに各地の道の駅に寄り、いろいろなものを食べるというのが趣味になっています。それ以外に最近ハマっていることはふるさと納税です。全国にはなかなか行けないところもあります。ふるさと納税サイトをネットサーフィンすると日本全国1,800の市町村が本当に様々な努力をされていることがよく分かります。そして気になると寄附をして商品を取り寄せるだけでなく、行政の方と少しやり取りをしながら情報をゲットするなどしています。

さて雲南市との関わりですが、第2次雲南市産業ビジョン策定委員会でお世話になりました。それをきっかけに現在、雲南市地域経済振興会議の委員長を務めております。それと、雲南市の御協力をいただき学生と一緒にこの地域の消費行動調査をこの間進めてまいりました。今日はそのことを少し踏まえこの食の幸事業について少し考えるべき論点みたいなものを提示させていただければと思っています。

まず、最初にこの地域の経済調査をするに当たりこの地域でお金がどう回っているかをきちんと把握しておく必要があります。とりわけ地域経済を考える上では地域内経済循環もしくは地域内資金循環が重要です。所得や収入、あるいは雇用が地域の中できちんと再生産されていくことがとても重要ですので、その状況を把握しておきます。これは政府のまち・ひと・しごと改革本部が2013年ぐらいからやっていますけども、RESASという地域分析の手法があります。最新は2015年データで、各市町村の資金循環の様子を示しています。

これを見ますと、図の真ん中の分配（所得）のところ見ていただくと分かりますが、雲南というのは結構域外から稼いでいます。1,866億稼いできています。それでは雲南の中でどういう形で支出してるかを見ると、民間消費や民間投資、さらに政府支出がデータとして示されていますが、企業間取引あるいは行政取引で388億円のお金が市外に出ている。それに住民の消費行動においても106億円のお金が市外に出ている。出雲や松江で買物をしてお金が流出している。せつかく1,866億円の稼ぎがありながら、地元へは1,317億円しか落ちていないというふうに考えてもいいかもしれません。ですからこの約500億円の流出をできるだけ域内に、この雲南の中で回せるような仕組みをつくるのが雲南の経済を豊かにしていく、あるいは所得を向上させていく大きな要因、手だてになると思います。

問題は、雲南のイメージと実態が違っていて、付加価値の生産で見ると、実は圧倒的に3次産業なんです。何となく自然環境も豊かですから農村のイメージがありますが実は極めて都市型になっている。もう一つは2次産業の生み出す付加価値が大きいこと、これはまさに企業誘致の結果だと思います。そういう中で、実は1次産業が生み出す付加価値は26億円しかないんですね。今後どの産業を強化していくのかはそれぞれの地域の皆さんが考えることではありますが、単純に考えるとこの2次産業、3次産業の部分の再生産といたしましょうか、ここの部分を大きくしていく、付加価値を上げていく方が短期的にはこの地域を豊かにしていく可能性が高いのではと思います。

ちなみに、少しデータが見にくいのですが、ここに雲南市の1人当たり付加価値額が書いてありますが、実は2次産業の方が高いです。ですから、雲南に来ている誘致企業は極めて付加価値の高い製品を生み出しているという点で誘致としては非常にうまくいっているということが分かります。例えば松江は御承知のように2次産業はあまり盛んではありません。実際に1人当たりの付加価値額で見ると542万円ということで、雲南に比べ6割程度です。雲南は3次産業についても、1人当たりの付加価値でいうと松江よりも高いんですね。私も数字見たときにどきとしたんですけども。ところが逆に、農業のほうは松江のほうが高いんですね、農業といいますか1次産業のほうは松江のほうが高いんですね。ということは、1次産業の付加価値化に関しては雲南よりも松江のほうが何かうまくやっているというのが見てとれると思います。ですから、はたから見たイメージと実際の付加価値生産という点でかなりギャップがある。この辺りはちょっと認識を新たにすることがあると思っています。

この地域内でお金が回る循環率という指標をみると雲南は70.6%です。それに対して松江が90.7、出雲が86.3、安来はさすがに地域内での企業間の取引がうまく回ってるっていうのもあり100を超えています。もしかすると雲南の場合、せつかく誘致した企業と地元企業との取引がもっと盛んに行われるようになるとこの付加価値額はさらにアップすると思いました。

次の問題は、消費者の支出（購買力）がどこに向かっているのかということです。県が行いました商勢圏実態調査を加工し雲南エリアの中で調べてみました。購買力全体と主に食料品に分けてありますが、全体として半分もしくは半分までいかない程度が雲南の中で一応回っている。しかし、詳しく見てみると結構外に流出している。例えば大東、加茂、木次という松江、出雲に近いエリアでは、やはり松江、出雲に流れているのが分かります。逆に、吉田、掛合になると、グラフの緑の部分ですね。三刀屋のエリアが、一つの防波堤といえましょうか、ダムの役割を果たして、購買力の流出に一定程度の歯止めをかけている。ですから雲南において三刀屋エリアの位置づけ、商工業のエリアとしての位置づけをどのように考えるのかは結構大事なポイントになります。食品についても言えることですが、食品も6割ちょっとが域内で回ってるだけで、30%~40%が外に出ている。ここをどうやって食い止めるかというのが深刻な課題になると思っています。

簡単にまとめますと、少なくとも三刀屋エリアがダム効果を発揮している。この効果をできるだけ高めていくことがエリア政策として重要になってくると思います。ではそのためには商工業はどうあるべきかということを経営としては考える必要があるでしょうし、商工会議所をはじめ、様々な団体と話し合いを持たれる必要があるでしょう。

これに関し私どもの学生と研究室が出した答えの一つは、地域には様々なお店や事業者があるが、その情報が共有されていないことが取引の進まない大きな原因ではないのかということです。学生の調査で行政や商工会の職員の方と一緒にいろんな事業者を回る中で、こんなこともやってたんですか、そんなこともやってたんですかという発見がたくさんあり、お互いに知らないことがたくさんありました。図の右側は千葉県佐倉市ユーカリが丘という、これは山万というデベロッパーが約50年以上かけて開発をしているエリアですが、そこは山万が地域内の様々な情報を一括管理し、企業や住民の皆さんに、情報共有サイトを提供しています。例えばこの暮らしのサポートサービスを探すというところをクリックすると、こういう画面が出るんですね。その中から例えばハウスクリーニングで困っている場合ここをクリックする。そうするとハウスクリーニングをしてくれる会社

が一覧で出るわけですね。このように困ってることをこのサイトで探せば、対応してくれる店あるいは事業者が簡単に探すことができる、こういう情報提供をその山万っていう会社がエリアを開発する中で同時に進めているわけです。ですから、住んでる人間はこれを見ることによって、まちの業者が何ができて何ができないかということが一目瞭然なわけです。逆に山万は、ここで対応できないニーズが出てくると、ニーズに対して新しいサービスを提供するような形をとって、ある種の囲い込みができていますね。単なるディベロッパーとして開発するのではなく、生活し続けることができるよう一括して面倒をみていくというやり方が非常に面白い事例です。これを参考に現在雲南市の商工会のほうで独自のサイトをつくってくださっています。まだまだ浸透してないようですが、こうしたことを皆さんと共有していくと、先ほど言いました地域内での消費、あるいは地域内での事業者間の取引が増え、地域内循環がより大きくなっていくと考えています。こういう仕組みづくりがとても重要だと思います。

次に地域内消費行動調査で、翌年には独自にアンケートを取らせていただきました。普通のアンケートですと、10代から60代、70代と幅広く取りますが、消費において重要なのは、一番のボリュームゾーンである30代から50代ぐらいがどういう消費行動を取るのかが決定的に重要になりますので、そういう人たちを対象に取らせていただきました。結果を見ると分かりますが、品目別買物エリアを見ると、食品あるいは加工品、飲料、などの比較的身の回り品についてはグラフの青線のように、地元で買われる方が多いですが、それ以外のものは、ほとんど皆さん地元での購買はしないという、非常に厳しい現実が出ていました。それと医薬品・化粧品の青が伸びてますが、これはどうやらドラッグストアを使う方が多いということから出ています。ドラッグストアは域外資本ですので、そこで使ったお金はみんな外に出てしまうため、地元消費といっても域内循環には貢献しません。最後は花木・園芸ですね。このように地域内が買物エリアとして比較的選ばれた品目は本当に限られてるということがこの30代から50代、特に消費を活発に行う人たちの消費行動だとわかりました。

これには理由があります。雲南は共働きの比率が高く、そういう人たちが買物にマイカーを使います。データから分かるように9割以上が買物は基本的にマイカーです。仕事の帰りに1回で済ませてしまう方が約4割、週末に家族で外出したときにまとめ買いをする人が25%です。実際の買物もスーパーがやはり中心になります。ですから、消費額の多い世代の買物行動は仕事帰りにマイカーで立ち寄れるスーパーでというのが極めて典型的

な行動になっています。

そして週末の外出エリアなのですが、図を見ると、家族で買物を楽しむのはどこですかの問いに、ほぼ8割から9割の方が松江、出雲と答えています。しかも、外食はどこですか、外食を楽しむのはどこですかについても松江、出雲ということになります。そういう意味では、地元の皆さんが買物を楽しむ、あるいは外食を楽しむ、そういう環境を雲南エリアの中にどうつくるか、もっと言うと、逆に、週末に松江、出雲の皆さんをこっちに引っ張り込むような魅力的なものをどうつくるかということになります。これは結構ハードルが高いことです。でもチャレンジすべき大事な視点かもしれません。

ここまでは比較的數字で見えてきましたが、數字で見えないものもたくさんありますので、翌年には事業者直接向ヒアリングをかけました。商工振興課や商工会の皆さんにはアポ取りをはじめ日程調整など御協力いただき感謝しています。おかげで面白いことがたくさん聞けました。

例えば飲食店で地元食材の使用の有無を尋ねると、すぐに返ってくるのが、品種や品ぞろえが少ないこと、それに数量、ロットに難点があり、自分たちが欲しいときに数量が集まらないという問題が指摘されました。

それから、お肉に関して言われたことですが加工の品質です。本当にいい加工をしてくれる業者とそうでない業者があって、やっぱり本場の味に近づけようとする、いい加工をしてくれる業者のものでないといい味が出せないと。恐らく肉だけではなくほかの領域でもそうではないかと思えます。そういう意味で、いいものを出したいという事業者になればなるほど域外の仕入れの比率が高まってしまうというのは、非常に難しい問題ですということをおっしゃってました。

それと、飲食店の中には自分の足で農家を歩いてお店で使える農産物を作ってくれる農家さんを探している飲食店さんが少なからずいらっしゃいました。そういう方がいい農家を見つけて、ぜひうちと直接取引をさせてくださいとお願いしても、これまでのJAさんとの付き合いがありなかなかすぐに「はい」と言えない感じがあり、相当頑張ってるわなと取引ができないというお話もありました。

あとはこれも皆さん共通なのですが、やはり供給の安定性という問題が雲南の農産物に関しては共通の問題点として指摘されました。スーパーで聞いたときもそうでした。

次にスーパーで聞いたお話です。基本的に地元資本のスーパーは、地元産がやはり集客の目玉になるのでどこも力を入れてるのは共通でした。ただ聞いてみて初めて分かったん

ですが、お店によっては仕入れ権限が誰にあるかが結構影響するということでした。この三刀屋エリアのスーパーを歩いても、非常に地元産が強調されていて、しかも品ぞろえが豊富なところは、そこの店長に仕入れの権限が結構柔軟に与えられてるケースが多かった気がします。逆に、自分の会社にはバイヤーがいて、バイヤーが基本的に何を仕入れるか決めてくるので、自分の裁量権はあまりないというところなどは、残念ながら、産直スペースには多少の地元産がありますけども、それ以外のエリアは結構全国のものが置いてあるというのが現状でした。バイヤー向けにきちんとした情報を出す、強化するというのは、地元産の消費に向けてはとても大事な作業じゃないですかということは何人もの店長が教えてくださいました。

それから県外資本のスーパーですが、こちらは完全にもうデータ重視の時代を反映して、消費者が求めるものを分析し、積極的に提案をしていくという形になっており、地元のものが入っていく余地は少ないのかなと思います。ただ食の地域性ということをおっしゃる方もおり、独特のものがある場合にはそれを置いておかないと、地元の皆さんに支持されないということにも神経を使っています。ただ、いかんせん生産者が小規模事業者が多いため、配達のロットが少ないと、事業者の方も少ないものをわざわざ届けに行くのはコストや手間を考えると面倒くさいからいいですっていうことで、取引を断られてしまうことも少なくないようです。このあたりの配送問題っていうのは雲南の場合には大きな問題になると思いました。資料に赤で書きましたが、小規模生産者の配送問題というのはやはり深刻ですね。雲南ではJAが農家を回って集荷をしており非常にすばらしい取組をされていますが、加工業者にしてもそれこそ家族でやっているところでは配送に人手が回らない。ここらあたりをどうやってクリアできるかを考えるのはとても重要だと思いました。

次に道の駅ですがそれぞれ事情がいろいろあります。オロチの郷はまさに観光客がターゲットで、地元食材で差別化を図っている。しかし、いかんせん生産者が高齢化してるのと特に雪が降る冬場ですね。ピタッと人が来なくなる。そうなるとうちを続けるのは非常に困難があるという話でした。それから、掛合の里ですが、尾道松江線が開通してから交通量が激減し、かなり危機的な状況だという話でした。次に今回話題となっている桜の里きすきですが、ここの産直市はもちろん地元産ということでもいいのですが、課題はレストランですね。ここでもお話を伺ったのですが、現状では周辺の工場に勤める皆さんのふだんの食事の提供が中心になる。確かに週末は外から人がやってくるので、そういう人に対応できるよう考えなければいけないが、残念ながら来客数と売上げのことを考えると、平



日のほうにウェイトを置かざるを得ない。週末にお客を引き込めるようなメニューはなかなか作れない、絞れないというジレンマにあるということをおっしゃってましたね。

それから農業生産者の方にもお話を伺いました。とにかく高齢化と後継者不足ですね。これが大問題でしかも時間の問題だと皆さんおっしゃってます。何十年先とかなんて悠長なことを言っている場合ではなく、数年先とかそのぐらいのスパンで考えないと大変なことになりますという、強い危機感を募らせていました。特に、消費者ニーズが多様化しており、多品種少量生産というものに対応できる人と仕組みが本当にこの地域で可能だろうか、ここが死活問題だということをおっしゃってました。

それ以外の課題として、意外とこだわりの生産者が多いがそれをきちんといいものだ、あるいはこだわっているものだとして評価する仕組みが雲南にはないのが問題だと。島根県は認証制度を持っていますが、雲南でも雲南版認証制度みたいな形で付加価値をつけて売るといふ仕組みを地域独自に考えてもいいんじゃないかとおっしゃってました。

4年目の調査ですが、スーパーや道の駅に対する雲南市民の評価について去年の暮れから今年の前にかけてアンケート調査を行いました。この図では道の駅だけのデータを出しています。先ほどの道の駅が非常に厳しい状況だということが、見方を変えると消費者から支持をされていないということが数字でも表れています。雲南市に4つの道の駅がありますが、その利用について尋ねたところ、一番多い答えは「利用しない」というものでした。その中ではさくらの里きすきが比較的利用する方が多い方かと。たたらばはどうしても高速道路のところにある関係で一般の利用という感じにはないというイメージになっています。掛合の里、オロチの里は先ほど述べたような理由から利用が少なく、本当に近所の方がそこを使うというような感じになっていて、これから先、新しい施設を造るといふ場合に、既存のこういった施設との関係をどう整理するのかを考えておかないと行政としては大変になると思われます。

次に直売場の利用頻度ですが、図を見ても分かりますが、「ほぼ毎日」という人は恐らく近所にお住まいの方で日常の買物で使っているのかもしれませんが、そうではない方は本当に「月1回」か「利用しない」ということで、道の駅の直売所が雲南市民にとって本当不可欠なものなのかと言われると、必ずしもそういう位置づけではないと言えます。後でお話ししますが、この三刀屋エリアを見ると、どのスーパーにももう産直のエリアがあります。ですからそこで買物ができますので、わざわざ道の駅の産直に行く必要はないというのが意識として見てとれます。

道の駅での1回当たり購入額を聞いたところ、1,000円～3,000円が一番多いということです。よくニュースやワイドショーなどで紹介される道の駅で爆買いをする光景とは明らかにこの雲南の道の駅は違うということです。

それでは最後に私から食の幸発信事業に対する意見として少し思ったことを述べたいと思います。この事業を推進すべきかどうかということに関しての判断はできませんが、先ほど石飛市長がおっしゃったように一回立ち止まって考えたいということであれば、次のようなことを考えてもいいのではということをご提案したいと思います。

まず一つは、この事業のそもそもの目的は何なのかということをもう一度じっくり考える必要があると思います。先ほど見たように、雲南の農業というのは、生産者をどう育成するかという点がとても大きな課題になっています。販売に力を入れることは重要ですが、生産が追いつかなければ意味がないわけです。しかも、その生産に継続性がなければいけないわけですから、まずその基盤をきちんとつくること、あるいはそこに一度力を注ぐことの方がむしろ必要ではないのかと思いました。

これは私の勝手な思い込みですが、雲南のライフスタイルとして、勝手に「農のある暮らし」と書きました。先ほど言いましたが、雲南は誘致企業に成功しています。そういう企業で働く皆さんがたくさん市内にいます。そういう方、例えば自分の家に畑がある、ちょっとした庭がある、週末は少し農業をやったりする。そういう方を兼業農家として育て、現役世代のときには企業で働き週末ちょっと農業をやるというスタイルで、定年したら今度は逆に農業に本腰を入れてみたい、常にライフスタイルのいろんな場面で必ず農業があるみたいな、そういう暮らしがこの雲南で豊かに暮らしていく一つのスタイルですみたいな、そういう形の地域づくりを考えていくのも一つの手ではと勝手に思っています。

新規営農がなかなか増えない理由の一つ、これは全国的に一緒なんです、農業は意外と初期投資かかります。こここのところをうまくクリアできるようJAを含め、いろんな皆さんと考えを出していかないと生産者を継続的に維持することはないと思っています。

それから、食関連産業の強化ということも事業の目的にうたわれています。具体的に6次化に向けた、最近では10次化という言い方もあり、6次化+観光だとか体験だとか、あるいは人材育成だとかと様々な要素を加えこれを第4の要素ということで、6プラス4で10次産業化という言い方が最近されますが、それに向けた具体的な取組は一体どうなっているのかということも考えておく必要があります。よく地産地消という言葉が言われて

いますが、僕はこの地産地消は無理だと思っています。地産地消というのは、地元で作ったものを地元で消費しましょうということですが、そういうプロダクトアウトの発想ではなく、雲南の皆さんが現在どういうものを食べているのか、つまり、実際に消費されているものをきちんと分析し、その中うち地元で作られていないものを地元で作るように持っていくことによって、地元で売れるものが地元でつくられているというマーケットインの発想がやっぱり絶対必要になってきます。

同時に、雲南がこれまで進めていた地産都商ですね、これは是非継続するべきだと思います。今回のコロナでこの地産都商が完全に止まっているとお聞きしました。すごいもったいないことをしたなと思っています。ご承知の方も多いと思いますが、わが家ではオイシックス・ラ・大地という、農産物の直販サイトを使って野菜を買うことがあります。コロナですごく売上げが伸びているようです。こんなこと言うべきではありませんが、コロナで食べることにしか楽しみがなくなってきました。そういう時に、健康な食事をしたい、おいしいものを食べたいというニーズは都市部にはすごくあります。彼らはこの通販を使って地方のおいしいものを買っています。一般のスーパーで売ってる野菜に比べると1.5倍～2倍の値段ですが、全然高いという印象はないと言ってますね。味はもとより、どういうふうに調理したらいいとか、おおよそ20分で料理ができるよう下ごしらえした形で送られてきます。これ共働きの主婦にとっては最も欲しい手助けなんですね。ゼロから作るのもいいんですが時間がかかってしまいます。皆さんもお気づきだと思いますが、料理が始まってから20分たつと、家族の誰か、特に子供が、ご飯まだって必ず言いますよね。自分も言ったりします。20分は大事な時間なんです、料理を待てる時間の限界。そういうことも全部計算されたうえで最後の一手間を主婦が加えればおいしい料理ができるというような、そういうものをオイシックスでは提供しています。忙しい主婦からすると手抜きにはならない、それでいておいしい。このネット通販はこのコロナ禍で売上げを伸ばしています。本当はこの雲南の地産都商も、コロナで直接向こうで販売ができないというときに、以前から顧客のデータを収集しお客との関係性が構築されていれば、こういった新しい提案ができたと思っています。残念ながらそういうところまではできていなかったようですが、コロナの後でもとても重要になります。

それから運営に手を挙げているJA雲南のホームページを見させていただきました。JA雲南の農業（金融事業以外）で比較的収益を上げてるのは何かと見ましたら、失礼な言い方かもしれませんが、牛肉の一本足打法なんですね。もちろんほかのものも収益を上げてい

るのですが、突出して牛肉なんですね。もちろん決して悪いことではないのですが、ほかの農産物でも稼げるようにするということが実は重要だと思っています。それゆえ先ほど述べましたように、地元で消費されているが外からやってきている農産物をできるだけ地元で作れるような形に農業の方向性を転換していくことが一定程度必要だと思います。さらにお米がかつてのように高い値段で販売できるわけではなくなりました。雲南もプレミアム焔米というブランド米を作ってますが、米作からの転換、そして稼ぐ農作物をどう生み出していくのかということ大きな課題になると思います。

それからこの事業の3つ目の目的が交流人口の拡大です。おそらくそういうことがあって道の駅なのかと思いましたが、そうすると既存の道の駅との関係性をどういうふうに整理するのが課題となります。再編するのか統廃合するのか、一拠点化を進めここに集中するのかなど、そういうこともやはり考えてなければなりませんし、そのためにはどうゆう人をターゲットにした道の駅づくりをするのか、そのための売りは何なのかということも当然考えなければいけません。

ところで道の駅ではないのですが、最近私が頻繁に訪れるのが、鳥取県八頭町の大江の郷です。鳥取市の仕事をしている関係もあるのですが、それとは無関係によく買物に行きます。農業法人がレストランから最近では廃校だった学校をリノベーションして宿泊施設を運営するなど、鳥取の暮らし方や豊かさを実感できるような農山村の暮らしを提供しています。ここでは関西ナンバーの車がすごく多いですね。特に女性をターゲットにしたマーケティングと商品戦略は確実にお客さんを引きつけています。これからはこうしたものがないと、簡単に交流人口が増えるわけではないと思います。同時に交流人口を増やすためには、つながりを生み出す仕掛けというのもしっかり必要です。こうしたことを考えると、本当にこの雲南がやりたいこと、しなければいけないことは何なのかという点を、もう一度皆さんで議論をした方がいいと思います。

さらに厳しいお話をします。事業の採算性をどのように担保するのかということ。事業の中身、事業の主体、実際にどのような方が運営者になるのか、立地場所は本当に適切なのかというあたりも考える必要があります。今回の資料を拝見すると、プロポーザル方式で事業者を募集したということでした。プロポーザル方式が悪いわけではないのですが、プロポーザル方式にはやっぱりリスクがあります。例えば、誰も応募してこなかった場合にはまだいい（事業の見直しができる）のですが、1社しか応募がなかったという場合そこに発注することになってしまいます。この場合、比較対象がないものですから、事

業の問題点が見えてこない。よほどのプロフェッショナルでない限りは、その事業の問題点って見えてこない。応募が少ないということは、このプロジェクトは民間ベースで考えたときに採算性が取れない、あるいは収益性が期待できないものではないかということを考える必要があると思います。かつてのように財政が豊かな時代じゃありませんから、事業採算性が取れない施設をつくることは極力避けるべきです。応募が少ないあるいは応募がないという場合は、そもそも事業自身が採算性、収益性があまり期待できないというふうに考えて、撤退するという勇気も必要だと思います。これはこの事業云々ということではなく、他の事業も全般的にそうだと思います。事業採算性ということに対する厳しい目を今後は持つ必要があります。

それと少し怖いと思うことは、新しい施設で産直をやります。他にもいろんなものを販売しますといった場合に、外からの集客ができればよいのですが、場合によっては地域の限られたパイを奪い合うことです。下手をすると共倒れの可能性が出てきます。その意味からも採算性あるいは収益性ということを厳しく吟味する必要があります。行政のプロジェクトはどうしてもここが非常に甘い。ですからそこは十分考える必要があると思います。

ちなみに最近よく使われる手法として「サウンディング」という対話型市場調査といわれるものがあります。国土交通省が平成30年にガイドラインを発表して、いろんな自治体でこれを導入する動きが活発化しています。公民連携の新しいやり方なんです。例えば行政がこれまでいろんな事業を手伝ったもったり関係性があつたコンサルや事業者、今度自分のところで行う事業の採算性や市場性などについて対話をしながら可能性を検討するものです。そこでこれ無理ですよって話になれば、やめる。逆に、いけそうだっていうことになれば、今度はその事業の実施を前提に業者の選定や内容の詰めを進めるというやり方がサウンディングということです。やはり事業の採算性が取れるような事業を進めるというのは非常に難しいと思っています。実際にはサウンディングによって、いろいろ知見が行政のほうにも入ってきますので、そういう意味で、是非このサウンディングという手法を考えてもらえるとうれしいなと思います。

だいぶ時間が過ぎてしまい申し訳ありません。最後に費用対効果に関する説明責任、これが市長にとってはとても大事な課題になると思います。予算が10億円と伺っています。この10億円を本当にこの事業につぎ込む必要があるのかどうか、あるいは10億をつぎ込むことによって、どれぐらいの将来的な経済効果が期待できるのか、ほかの事業に10億円をつぎ込むことによってもっと大きな成果が期待できる事業はないのか、という辺り

やはりきちんと吟味をしなければいけないなと思っています。最初のところで地域内の資金循環の話をしました。雲南市の地域内資金循環を高めるには、やはり企業間取引の地域内循環を高める方が、金額的な効果としては高いと思います。決して農業を軽んじるつもりはないのですが、この大事な予算10億円。これをどう有効に活用するかということをご検討いただきたいと思います。特に費用対効果の面からはそう思いました。

長々話してしまいましたが、終わりたいと思います。ありがとうございました。

○石飛市長 どうもありがとうございます。非常にちょっと耳の痛い御意見もいただきながら、でも、こういう御意見をまず踏まえて、私どもも検討して進めていかなきゃいけないと考えたところでございます。

お話の中で、もうちょっと突っ込んで教えていただきたいところ、1枚目の大分県大山町ですね、国が進める農政とは違ったものをずっと進めてやってこられたと。具体的にどういう視点で進めてこられたのか、触れていただければ。

○飯野氏 戦後の食糧政策は主食であるお米を増産するというものでした。しかし大山町は中山間地ですので、そもそも効率的な稲作はできない。そんな政策を押しつけられても無理だと。そこでお米よりもはるかに付加価値が高くなるようなものを作ったほうが絶対まちとしても農家にとってもはいいだろうと考えたようです（昭和30年代に農業企業化連盟を結成し収入の多い作物を栽培する）。そのときに目をつけたのが、お米よりも果樹栽培（梅が有名です）でした。果樹栽培は付加価値が高いということで、そちらに関心を持って研究開発を進めてきたという歴史があります。そういう意味では、採算性や事業の継続性を重視し、それができないと地域が守れないというかなり戦略的な分析を当時の農協の方がしていたということのようです。

○石飛市長 農政を進めていくときに、例えば国でいえば中山間支払制度とか、様々な投資をするに当たって国あるいは県、行政の支援、これはやはり自治体の国の農政に従った場合でないとなかなか得られないという状態で先ほどのようなことをすると、どうやって投資してるんですか、これを実現していかれたものなんですかね。

○飯野氏 当初は、本当に厳しかったようです。米は生産者米価で高く買ってくれることも分かってましたが、質に関係なく作れば買ってもらえたわけで、いずれは駄目になるだろうと思ったようです。国策に逆らうわけですから資金面でも大変だったようです。農家や農協もですが、町も財政支出を農業振興に傾斜配分するなど村全体を挙げての取り組みで厳しい時代を乗り切ったようでした。とにかく品質の向上に努め、得られる収入を人材

育成や再投資に回したと聞いています。その後平松知事が推進する大分県の一村一品運動などが追い風となり事業が拡大していったようです。

○石飛市長 あと、雲南のライフスタイル、農のある暮らしで兼業農家を支援、私も実は農のある暮らしといたしますか、地域を守っていく上で兼業農家っていうものを支援をして、そこに住んでいくという形をしていこうというのを選挙の公約にも上げながら進めてきたところなんです、先生のお考えになる雲南、いわゆる農業の、何というんですかね、これを価値として、一定の農のある暮らしみたいなものを価値として認めてもらっていく、それを若い方がそういうライフスタイルを目指していく、そういうきっかけになるような、取組について、何かいいお知恵はないものでしょうか。

○飯野氏 そうですね、雲南には非常に優位性があると思っています。先ほど触れましたが誘致企業ができておりサラリーマンとしての所得が確保できている。あとは農業というものをどういうふうに、おしゃれと言うと語弊があるかもしれませんが、都会の人たちがこんな暮らし方をしてみたいと思うようなスタイルに転換できていくかです。やはり農業でつらいのは休みがないことであったり、予定が立たないということがありますが、そうしたところを変えることができれば、意外と可能性はあるかもしれません。例えば何軒かが共同して、月、火は私がみんなの畑の面倒見るよ、水、木はじゃあ僕が見るよ、金、土はじゃあおまえ見てよみたいな、緩やかな地域の関係性ですね。そういった形で一人一人の負担をうまくシェアする。そういう暮らし方を提案していく。今の若者はシェアに関しては非常に寛容です。全ての責任を負うよりは、仲間とやっていくことの方にむしろ関心を持ちますので、そういうライフスタイルの中に農業というものがあるという形の提案は個人的にはありだと思っています。農業だけで暮らしていくのは大変ですが、暮らしは誘致企業で働くことによって安定してますよ。でもそれだけでは意味がない。やはり雲南に暮らすのだから、おいしい食事、安全な食、豊かな自然環境、そして周辺とのコミュニティーというようなもので、都会にはない安全安心な暮らしができるっていうところの付加価値をどううまく伝えられるか、そこだと思いますね。

○吉山副市長 今日、飯野先生のお話を聞いて、改めて感じたのは、人口減少とかコロナなんかもあったりして厳しい状況の中で、この事業を成功させるとすれば、これをきっかけにパイを増やすとか、あるいは新たな付加価値を増やすとか、やっぱり何かそういうことがないと、さっき言われた、中の取り合いみたいなことになっては、なかなかこの事業の成功っていうのは難しいなと。そうしたときに、具体的には、何かこの事業をきっかけ

に、そこでヒット商品とか、それから圧倒的に何かを求めて人が来るとか、やっぱりそういうことが起こす必要があるんじゃないかというのをすごく感じました。一つの質問は、飯野先生、県内そして全国見ていらっしゃると思いますので、そういった比較をする目があると思うんですけど、今言ったヒット商品とか、人を引きつけるもの、それがこの地域にある良さ、強みだったりしたときに、それは物として、例えばどういうものが、可能性があるのかっていうことをお聞きしたいのが1点。

そして、もう一つ、この事業は、これ行政の食の発信推進事業になってるんですね。発信という言葉が入ってることを私はちょっと強くいつも感じるんですけども、やっぱり発信していく、単に一つの事業、商売だけじゃなくて、これはやっぱり雲南市が日本だったり全国に発信する何かがないといけない。先生の資料の中にも、今、市長も農のある暮らしという言い方があったんですけども、我々、さっきの農業が身近にある地域、それが豊かだったり安心だったり、コミュニティがよかったり、そういう暮らし方とか、物でない、ソフトですよ、やっぱりそういうのを発信していかないといけないんじゃないかなど。じゃあどういうふうに発信していったらいいのかというのは難しいんですけども、もちろん事業者としてこの事業を運営していくときに行政が関わる意味っていうのは、やっぱりそういう、この地域が残っていくために、一つの価値観、暮らし方のよさみたいなものを発信していくということをこの事業に入れて出していかないといけないんじゃないかなというふうに強く感じました。これは質問ではないんですけども、そういうことも踏まえて、最初の特に物、ヒット商品ですね、そんなものはどんなイメージかということを中心に、あわせて、そこについても触れていただければと思います。

○飯野氏 個人的な体験ですが、島根に来るまで木次乳業という牛乳を飲んだことがあります。最初、スーパーで値段を見たときに衝撃を受けました。でも地元の皆さん結構買われるんです。特に特売日などすぐなくなってしまう。実際に飲んでみたら、やはりうまいですね。逆に、自分が今まで飲んでいた牛乳は何だったんだ、みたいな。それと同時に、今の仕事に就いてから全国を回るようになるんですが、いろんな地域のいわゆるセレクトショップ的な、特に食料品のセレクトショップに行くと、なぜか木次乳業が置いてあります。関西だけでもないです、四国にも関東でも置いてあるんです。びっくりしました。ここまで来てるのかと。本当にいいものを探し求めている人たちからすると、この雲南の持っているブランド価値というのはかなり高いと思います。恐らく地元の皆さんが思っている以上にあると思います。特に有機農業に興味がある方にとっては、木次乳業はすご



い存在なんですね。このイメージは雲南のすごい価値だと思います。佐藤さんたちが本当に頑張って育ててきたっていう、それが恐らく今後ますます見直されてくる時代になると思います。しかも、これから先、地球全体では人口が増えていきます。今世紀末には100億を超えると言われてます。そうすると世界的には食料の奪い合いになることは目に見えています。さき程述べた農ある暮らしという形で、働くところもある、安全な食べ物も確保がされている、というエリアの価値は間違いなくこれから上がると僕は思っています。逆にそういうものが確保できない地域、典型的なのは東京ですが、間違いなく価値は下がっていくと思っています。ですから、地域のコンセプトとして何を打ち出すか、そしてそれにふさわしいものを生み出していく。時間のかかる作業かもしれませんが、そういう丁寧な暮らし方といいましょうか、丁寧なものづくりみたいなものをきちんと出していくというのが、僕は雲南の暮らしをととても輝かせるものになると考えています。

○吉山副市長 ありがとうございます。

もう1点だけ、先生の資料の最後のページにサウンディングの必要性という言葉がありました。私もあんまりちょっとこれ勉強してなくてあれだったんですけど、対話型の市場調査っていうふうに書いてあります。こういうことがすごく必要、大事なと思うんですけども、行政の分野ではあんまりちょっとこういうことになじんでなかったような気がするんですけども、例えば具体的にこれって、例えば県内で活用しようと思うと、それは可能性がどうかとか、ちょっとこのサウンディングについて、もうちょっとその辺活用するにはどうしたらいいとか、留意点とか、その辺があればちょっとお聞きしたいと思いました。

○飯野氏 例えば今回の食の幸発信事業でいえば、恐らく基礎調査的なことはコンサル等に委託していると思います。ところが重要なのは、実際にこの事業をもしあなたの会社が実施するとするならばどうですか。いま市ではこんなこと考えてますが、このような市の考え方で実際に皆さんがこの事業を受けるとするならば関心持ちますか。あるいは、もし関心を持つとするならば、どういう条件が必要ですかとか、場所に関してもこの場所を考えているんですが果たしてこの場所が事業を成り立たせるのに適切な場所でしょうか、といったことを一つ一つ対話をしながら実現可能性を探っていくのが、サウンディングという作業なんです。もちろんどの程度の人たちが関心を持ってくれるかということ是不透明なので、これまでお付き合いがあるところ、比較的なじみあるところに声がけをし、そういうところから糸口を探っていくことだと思います。そうした過程を通じて、行政として

は当初いけると思ったがやはり条件をみていくと難しそうだとか、もしやるとするならばやはりもうちょっと違う場所を考えたほうがいいのかなど、いろんなことをこの段階で検討できるわけです。諸般の条件から、これは無理そうだと思えば事業化を見送ることもあるわけです。

なぜサウンディングということを非常に強調するかということ、これまではちんとした精査をしないで施設を造り、あるいは事業を実施してしまうということが多かったわけですが、これからはそんなこと許されない時代に入ってきますので、このサウンディングというやり方は、僕は地方自治体が今後ぜひ導入すべきやり方なのかなというふうに思っています。

○吉山副市長 ありがとうございます。今のお話を聞いて、さらに思ったのは、今回発信事業で行政の事業でもあるってということで、例えばこの地域、雲南市民のやっぱり理解と協力ということも、特に暮らし方っていうことであれば、市民がそれを普通にできるようにならなきゃいけないということがあって、やっぱり市民の関わりというのもすごく大事だと思うんですね。それを、今こういう現状はあるんですけども、まさにちょっといろんな意見を聞くってということも、その手法も含めて、やっぱりもっと市民に御理解いただいて、特に新しく何かつくっていかうとか、それと、当然消費活動ということがあれば、やっぱり地域の理解も得て、協力してもらおうということも大事かなと思いましたので、そういう意味でそういう手法ってというのはちょっと大事なやり方かなというふうに感じました。

○飯野氏 まさに今、副市長おっしゃったように、大事な税金使うわけですからこのお金が住民にとって将来にプラスとなって返ってくる、あるいはそれをもっといいものにするには、住民もどういう参加の仕方ができるか。今まで安ければいいと思って大手スーパーで買物してきたけども、それって結局自分たちの首を、長い目で見たら首絞めてることなんだな。子供や孫たちがこの場所で安心して暮らせるためには自分の消費行動をこういうふうに変えていかうというふうになるためにも、こういった作業ってというのは僕はとても大事な作業だというふうに思っています。

○石飛市長 まだちょっと時間がありますので、もう1個ちょっと教えていただきたい。例の地域経済循環図というのでお示しになりました。私も非常にこれが意外な数字が並んで、特に付加価値額、ちょっとこの言葉の定義とどういう計算っていうんですか、あれがもともとが何かっていうのもあるんですが、特に雲南市における第3次産業の1人当た

り付加価値額っていうのが高い、松江並みにあると。ただ、ここでいう3次産業というのが、イメージとすれば、例えば医療とか介護とか、ああいう、そういう分野、実はそこに従事されてる方が非常に多い、比率が高い、そういう意味では、この3次産業というのはそこに当たるというイメージで考えたらいいのかなとも思ったりしたんですが。

○飯野氏 僕もこの中身まで詳しく見てないので、そのとおりですとはなかなか答えられないのですが、そういう部分が入ってることは間違いありません。

○石飛市長 なるほどですね。この1次産業における付加価値という言葉というのをどう理解するかなんですが、労働に対する、何ていうんですか、所得というようなイメージで考えればいいものなんでしょうか。

○飯野氏 純所得と考えたほうがいいのかもかもしれません。要は、付加価値というのは最終生産価格から中間投入分を引いた、純粋にプラスアルファしたものだけということになります。

○石飛市長 例えば米作りであると、要は雲南市の主な農業生産物というのは基本的にはお米であると。要はお米ではもうあんまりもうけが少ないと、そういうイメージで考えてもいいんですかね。

○飯野氏 そう思いますね。労働投入量に対して、実際に高く売れないわけですから、逆に、肥料だとか、機械の減価償却だとか、いろいろかかりますので、そういうのを差し引いていくと、実際に働いた割に残ってないっていうことになりますね。

○石飛市長 そういうふうに考えれば、理解はなかなかできます。

もう一つの支出のほうで、先ほどもその他支出の上での地域外流出388億円、これというのは企業間での取引ではなくて。

○飯野氏 企業間の取引も入りますし、あと、行政の支出も入ります。ですから、行政がいろいろ発注している業務が必ずしも地域の中でお金を回すような形ではなく、外へお金が流れてる部分も意外とありますということです。

○石飛市長 388億のその他民間の投資、消費でないということは、どちらかというと、388というのは、いわゆる公のセクターでの支出というふうなイメージで考えればいいんですかね。

○飯野氏 中身まで詳しく、実はデータがないので、言えないんですが、恐らく366、これは意外と行政のウェイトが高いと思っています。この388のほうのウェイトはどちらかというと官よりも民間企業同士の取引のものが多というイメージで僕は捉えています。

す。ただ、中身についてのデータが開示されていないものですから、そこはちょっと想像をするだけです。そういう意味では、域内の企業間で完結するような取引関係ができると思います。雲南の場合には、せっかく誘致企業がありながら、その誘致企業が域外の企業と取引をしてしまってるっていう辺りで、外に出るお金が多いという感じになっていくと思います。地元の中企業が技術力を高めるなりして、誘致企業との取引関係を増やしていくと、地元にお金が残るといった形になろうかなと思います。

○石飛市長 分かりました。

○飯野氏 思った以上に実は雲南というのはお金を稼いでいるんですね。

○石飛市長 ありがとうございます。思った以上にといいいますか、まだまだ儲けれるという気もしておりますが、企業誘致をした結果、島根県内でも第2次産業の集積っていうのは、それ、そこそこ出てきている。

○飯野氏 そうなんですね。

○石飛市長 ただ、若干やっぱり中小企業における、2次の中小企業ですね。

○飯野氏 そうですね。

○石飛市長 その技術力の向上みたいなものが、さらになれば、そこにおける取引量っていうのが増えていくと思うんですが、問題はその2次の中小企業におけるの担い手、後継者不足っていうところが今大きな問題かなとは思っております。

最後にですが、いろんなところで趣味で食べ歩いていらっしゃる中で、先ほど木次乳業ですね、ありましたけど、食べておいしいなと思ったもので、農作物、すみません、お肉、牛乳以外で、例えば雲南市でいうと、特産物、儲かる儲からんは別ですけど、今プレミアムつや姫、ブランド化っていうようなものを進めております。やっぱりおいしいと思っていただけるものを作っていくっていうのが非常に大事なかなと思ってまして、それと、もう一つは有機とか、別の付加価値ですね、そういったものも当然ある。いろんなところでお買い求めになっていらっしゃる中で、雲南市のもので何かお買物になったものがあれば御参考に教えていただけると。

○飯野氏 すごい厳しい質問ですね。雲南市にふるさと納税してないので、ちょっとつらいですが・・・（笑声）。ふるさと納税はしてないのですが、私の兄が結構お酒好きでして、つまみにいつも、また木次乳業になっちゃいますけど、チーズを送っています。年に2回は送りますね。友達にも配ると喜ばれると聞いていますね。あとは、そうか、木次乳業ですごい買ってるな。お中元はマリアージュのアイスクリームを送ってますね。個人的に一

番好きなのは焼きサバです。実はサバアレルギーなんですけど、あの焼きサバはうまいですよね。命をかけて食べてます。たまに友達に送るのですがびっくりされます。一本丸ごと焼きサバってすごいインパクトです。もっと日本中に発信しても面白いと思います。雲南の皆さんは、えっあれが、というふうに思ってるかもしれませんが、僕はすごく誇れると思ってますよ。すみません、余分なこと言いました。

○熱田部長 農林振興部の熱田と申します。飯野先生、今日はありがとうございます。質問ということではなくて、先生のお話を聞いての感想ということをちょっとお話しさせていただいたらというふうに思っております。2点、私としてはちょっと大事だなと思ったところがあって、1つはマーケットインの重要性ということでお話をいただいたところでございます。これは今、地産地消、地産都商の中でのそういった発想ということだったかと思うんですけども、私、今の産直の中で、なかなかそういったマーケットインの発想がまだまだ低いなというふうに思っていて、どうしても農家の皆さん方のプロダクト志向が強いということで、やっぱり今後さらに伸ばしていくためには、消費者のニーズも含めて、マーケットインの発想をもっと強めていかないといけないかなというふうに思ってますし、さらにそこを伸ばす、そこを意識することによって、まだまだ伸びていく可能性もあるんじゃないかなというふうに思ったところでございます。そういったところ、消費者の皆さん方のニーズを酌み上げるところに、これも一つのサウンディングの手法ではないかなというふうに思いましたので、そういったところを今後さらに進めていきたいなということと、あと、農作業のシェアということのお話がございました。これも市内のほうで集落営農法人とか設立をされておりますけども、これも農作業のシェアの形の一つじゃないかなというふうに思ったところでございまして、それをさらに若い皆さん方が何か入っていく、農業につながっていく、一つの形として、そういったところのシェアリングですね、集落営農に代わる何かスタイルができれば、若い皆さん方のそういったところがまた促進されるんじゃないかなというふうに強く思ったところでございまして、今日、先生のお話を聞かせていただいて、非常に参考になったなということをお話をさせていただきたいなというところでございます。ありがとうございました。

○飯野氏 ありがとうございます。マーケットインのことですが、ここに大山町の木の花ガルテンの料理の写真がありますが、常時100種類の提供となると、料理する人の腕も大事ですが、食材の種類がそれなりにないといけないんです。大山町ではなぜそれができているのか。大山町では猫の額ぐらいの畑を持つ兼業農家の皆さんに、とにかくお隣と違

うものを作ってくださいという形で、農業指導員の皆さんが戸別訪問をする。そして、こういう新しい野菜をどうですかとかという提案をしていくんです。そうすると、それがこのレストランで材料として販売されるということになるので、ある意味では、買ってくれるから作ってもいいよねという関係性ができてきてるわけです。ですから、まさにマーケットインで、はなから料理の材料として売れるっていうことが分かっている、実際にどういう料理が売れるかっていうのは当然いろんなところを見ていけば分かりますから、それに必要なバリエーションを農産物の中に増やしていくという形で、いろんな人がちょっとずつでもいいから農業に関わっていくっていうのが、この大山町の非常に面白い特徴なんです。

それとさき程のシェアの話ですが、邑南町がやっているやり方ですね。シェフがいて、シェフ自身も農業をやって、それを周りも応援するという形のシェアのやり方ですね。僕は雲南にもっとあってもいいと思います。

ですから、先ほどから農ある暮らしといった場合でも、ただ農作業をするとか農業をするとかではなく、それを通じてどんな豊かな暮らしといいたいでしょうか、こういう暮らしをしたかったんだというものを実現できるような道筋をつくっていく、そこが大事な気がします。農業にはまだまだ昔のステレオタイプの印象が強くて、きつい、汚い、大変みたいながありますが、そうじゃない。とても人間らしい生き方をするベースとして農業に携わるとこれから人生100年時代の中でとても豊かな暮らしができる。そのベースが実は農業と関わる暮らし方なんだというような発信の仕方がもし雲南でできると、僕はとっても面白いと思っています。それができたら、僕も雲南に住むかもしれません。（笑声）

○石飛市長 ぜひ将来雲南にお越しいただけるようなまちづくりを目指していきたいと思っています。今日は率直なところの御意見いただきまして、大変参考になりました。ありがとうございました。