

志産志消が息づく 「当地ならでは」×「この人ならでは」

岩手県西和賀町

高橋 明氏（やまに農産株）
藤田 春恵氏（左草ブラウンスイス牧場）

皆がなんとなく当たり前と想っていることほど、「本当にそうなのか」が、深くは考えられていないものだ。

「農業は男が主導するものだ」とか、「高額すぎる国産食材は売れない」とか、「平地のない山村は農業不適地だ」とか、「乳牛の肉はおいしくない」とか、我々は機械的に、何の

根拠もなく思い込んでいる。

「イノベーション」とは何か。そういう「当たり前」は本当に当たり前なのかと疑問を持ち、自ら試してみよう。そうではない道を切り拓くことだ。だから農業のように、古くからの思い込みが放置されている分野ほど、イノベーションの芽は多い。好

んで試行錯誤を重ねる生産者が増え、彼らのトライを支える消費者が増えてくれば、日本の農業と食文化はもつとも豊かになる。

キーワードは、地産地消ならぬ「志産志消」。志を持ってイノベーションの道を進む生産者と、志を持って消費し支える消費者のコラボだ。

雪に埋まった岩手県の山村・西和賀町での実践には、その「志産志消」の美しい芽生えがある。

古来の街道筋が育んだ イノベーションの芽

藤田 春恵



ふじた はるえ

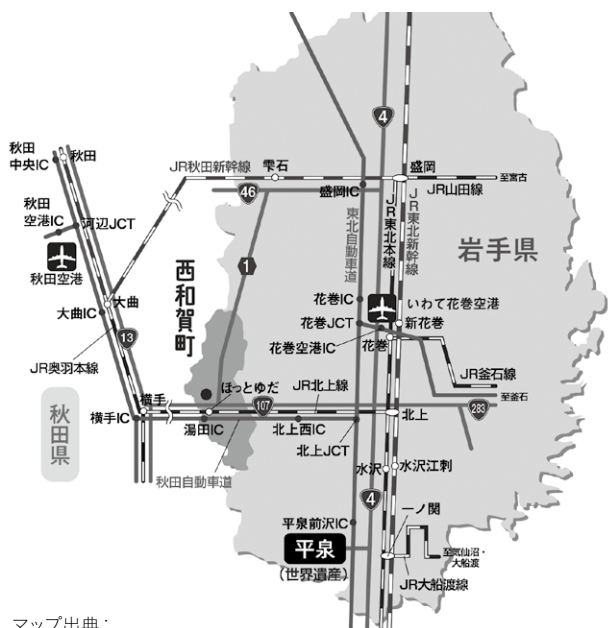
1980年生まれ、入植して酪農を始めた父母の牧場で育つ。東京農業大学農学部畜産学科卒業。1年間の米国研修を経て2004年実家の菅原牧場に就農。07年結婚(菅原→藤田)。18年末来の畜産女子育成プロジェクト事業でメンターとしてニュージールランドへ同行。20年左草ブラウンスイス牧場を開業。

高橋 明



たかはし あきら

1953年、岩手県旧湯田町生まれ。73年に宮城県立農業短期大学を卒業後に就農。2010年、妻の医久子を社長にしてやまに農産株を設立。経営総面積33ha(うち自社所有4.6ha)。水稲23.5ha、ワラビ3.5ha、カシス1.3ha、アスパラガス1.2haなど。種苗生産、農産加工(山菜水煮、ジャム、ワラビ粉など)。



マップ出典：
西和賀町「にしわが旅」

岩手県の西端の山中、秋田県との県境にある岩手県西和賀町。旧湯田町と沢内村、山村同士が合併してきたこの町に、下界を騒がせている新型コロナウイルスは、ほとんど及んでいない。しかしこの冬も雪害は深刻だった。一階は雪に埋まって窓に陽は射さず、雪かきをしなければ外にも出られない。埋もれては掘り出す私たちごっこを怠ると、ハウスの骨組みも倒壊する。かつて2万人近くあった人口は6千人を切り、半数が65歳以上だ。

「なんでそんなところにわざわざ住むのか」と考える人もおられよう。だが、住む必然があるから住むのである。令和の時代に6千人が住める

藻谷 浩介(もたに こうすけ)

山口県生まれの56歳。(株)日本総合研究所主席研究員、一般社団法人スマート・テロワール協会理事。平成合併前の全3,200市町村、海外114カ国を自費で訪問し、地域特性を多面的に把握。2000年頃から精力的に、地域振興や人口成熟問題に関する研究・著作・講演を行なっている。著書に『デフレの正体』『里山資本主義』(共にKADOKAWA)、『世界まちかど地政学Next』(文藝春秋)など。共著に『進化する里山資本主義』(Japan Times)、『東京脱出論』(ブクマン社)。日本農業新聞のコラム「論点」に、2014年以来、年2回寄稿中。

だけの、ここならではの資源があるのだ。「なんとなくの常識」の中に生きていると気づかないが、人間以外に資源のない、食料はもろん飲料水すらも自給できない東京都に、1千数百万人がわざわざ集まって住んでいることの方が、実は必然でも必要でもない。

西和賀は天恵の町だ。岩手県は、太平洋の寒流で冷やされた東風「やませ」のもたらず冷害に苦しんできた。だが秋田県に接する盆地の西和賀は、冬は豪雪でも夏の日中は高温で、おいしい作物が育つ。おまけに幾つもの共同浴場のある、温泉の宝庫でもある。中心部にある「ほっとゆだ」駅は、温泉浴場が併設された駅として有名だ。

ここは東北地方を南北に走る奥羽山脈を、最も低い峠で越えることのできる場所なので、古来交通の要衝でもあった。平泉（現在の岩手県南端）で平安時代に栄えた奥州藤原氏が整備した街道も、ここで穀倉地帯の秋田方面に越えていた。

今も、東北自動車道から分岐して秋田に向かう高速度はこの町を通る。町の中心部の湯田インターから仙台までは、2時間かからない。県の盛岡へは、高速でも一般道でも1時間少々だ。郊外型大型店の多い北上市や秋田県の横手市へは、高速

に乗らずとも半時間程度で行ける。JR北上線もあって、横手まで30分、新幹線の北上駅までは45分だ。山村だが、交通は至便なのである。

それなのに若者は出て行く。彼らが揃って口にするのは、「この町には何も無い」「仕事がない」「将来性がない」だ。昭和の時代はともかく、今もそうなのか。それこそが機械的な、何の根拠もない思い込みなのではなからうか。

それに、こういう街道筋の山村には、ビジネスセンス豊かな人を生む風土が、連綿と残っているものだ。

奥様が社長で 旦那が常務の農業株式会社

やまに農産株式会社は、平地に乏しい西和賀町内で33ha（うち借地28ha）を営農する、従業者数5名の6次産業企業だ。「おもしろい・やりがい・利益」の3点をキーワードに、後継者が育つ農業、高齢者も活躍の場がある農業、西和賀でなければできない農業を目指している。経営者は60代の高橋ご夫妻だ。

「西和賀でなければできない」という以上に、「当社ならではの」といえるポイントを、幾つか挙げてみたい。第一は、社長が妻の高橋医久子さん、常務が夫の明さんという体制だ。夫婦で営農に精を出すというのは「農

家の当たり前」だが、妻が社長、夫が常務という体制の経営体は稀だろう。本来は普通にあってもいいはずなのに、形だけでも夫の方を社長にしがちだ。ご夫婦で話し合っただけのように決めたのだろうか、これだけみても「発想がイノベティブで、柔軟に現実に対処していく姿勢の会社なのだろう」とわかる。夫婦で営む農家、商店、医院、〇〇士事務所などで、このような事例はもっと増えていっていいのではないだろうか。

今回のオンラインセッションでは、夫の明常務が、パワーポイントを使って楽しく説明してくださった。医久子社長は出演を固く断って、聴く側に回ったという。しかし資料やホ



評価の高い西ワラビ（若芽を指さしているのは医久子社長）

ームページには、畑に立つ彼女の写真が幾つもある。農地の現場をこよなく愛する人なのだろう。

水田転作で高原ならではの 6次産業化

「当社ならではの」の第二は、水田転作作物による6次産業化だ。営農地の3分の2余りは水田だが、残り10haでは、下界との気温差を活かして、さまざまな種苗の生産を行なうほか、カシス、アスパラガスなどを栽培している。中でもワラビ畑は3.5haあるという。土地の狭い山口県生まれの筆者は、思わず「ワラビが3.5ha？」と聞き返してしまった。

当地産のワラビは「西ワラビ」と呼ばれ（岩手県東部の北上山地ではなく西部の奥羽山脈産という意味だと思われる）、大きさ、柔らかさ、粘りなどが違う一級品だ。岩手県内でもそういう評価なら、首都圏では普通は口に入ることはないような品質だろう。ぜひ同社のサイトから通販で購入し、お試しいただきたい。

農園は奥羽山脈を横断する街道筋に面した場所にあるので、ワラビなどの山菜も、カシスなどの果実も、観光農園で提供しつつ、加工もして通年販売している。ジュースやジャム、水煮などのラインナップの、地元デザイナーによるパッケージデザ

インのお洒落さは、都会と変わらな
い。いや都会の普通製を大きく上回
る。このあたりも女性が社長である
会社ならではなのか、あるいは社長
は畑に専念していて男性常務の方に
販売センスがあるのか、いずれにせ
よ、夫婦で相補い合い助言し合っ
て、顧客目線の商品を提供しているこ
ろが素晴らしい。

希少な国産ワラビ粉の 生産を支える「志産志消」

ワラビは、何年か続けると連作障
害が出る。数年おきに、張り巡らさ
れた地下茎ごと鋤き起こして別の作
物を植え替えねばならない。その地
下茎には、わずか5%程度だが、で
んぷんが蓄積されている。いわゆる
ワラビ粉であり、その粉を精製して
作る日本の伝統食がワラビ餅だ。植
え替えの際に出る何トンもの地下茎
を活用し、純国産のワラビ粉を作れ
ないかと高橋さんご夫妻は考えた。

ところが日本では、国産ワラビ粉
の製造はほぼ途絶えていた。そもそ
もわずかな量しか取れないうえ、精
製と熟成に3年もかかる。国産をう
たう会社もあるのだが、その周囲に
はワラビ畑が見当たらない。「加工
が国内」という、他の作物でもよく
ある「国産」なのかもしれない。
そこで高橋夫妻は、飢饉のときに

どうやってワラビ粉を精製したかを
祖母の世代に聞き、機械を工夫して、
自ら試行錯誤した。そして多年の苦
労の末に、現在では年300kgを生
産するまでになった。

だが今度は販路がない。1kg3万
円という値段の高さと、既存の流通
業者への遠慮から、ほとんどの製菓
事業者が尻込みする中、東京の名店
と、地元に残るお菓子屋さ
んが購入してくれるところまでこぎ
つけた。地元の協力の結果、人口6
千人弱の西和賀町が、本当の国産ワ
ラビ粉を使ったお菓子を、日本で一
番手に入れやすい場所になっている
わけだ。まさに「志産志消」の聖地
ともいえる。



まだ雪が残る中で掘り出されるワラビの地下茎

駅の通路やスーパーの特売などで
売っているワラビ餅は、ジャガイモ
などのでんぷんを使っており、液体
のように柔らかい。しかし国産の本
物には、滑らかな中にも明らかにコ
シの強さがある。やまに農産のワラ
ビ粉を使う東京の名店によれば、本
物の粉は修業を積み覚悟を決めて加
工しなければ使いこなせないし、当
日に食べないと味が落ちるという。
筆者も後日いただく機会があつた
が、確かにレギュラーとインスタン
トコーヒーくらいの違いがある。

そんな本物を、使いこなし売り切
ることのできる和菓子店も、数は少
ないかもしれないが全国に幾つもあ
るはずだ。本物が売れる日本に戻さ
ねば、本当の和菓子文化、本当のク
ールジャパンはありえないのではな
いか。やまに農産では、もつと多く
の販路を探している。1kg3万円は
高いかもしれないが、生産側から見
れば僅か年商1千万円だ。もつと生
産できる場所とノウハウもある。「志
産志消」の拡大に、ぜひ読者の皆様
もご協力いただきたい。

酪農家で一児の母だが 「農家の嫁」ではない人生

人口の半数が高齢者の西和賀町。
しかし逆に言えば、半数は64歳以下
ということだ。この町にも、地域に

根差した若い人はいる。下界から半
時間でまったく違う環境に身を置く
るだけに、この場所ならではの暮ら
しを求めてUターン、Iターンして
来る人も意外に多い。そうした、と
んがった若者のネットワークの中心
の一つが、藤田春恵さんだ。酪農家
であり、肉牛生産と肉の加工も営む、
はつらつとした女性である。

藤田さんはアラフォーで、一児の
母だが、いわゆる「農家の嫁」では
なく、夫は民間企業のサラリーマン
だ。そういうライフスタイルの女性
酪農家や女性農家は、もつと増え
ていい。夫の仕事は別の方が、農業
という自然相手のリスクの高い業種
に取り組むには安心だし、女性が自
分で経営している方が、夫に遠慮せ
ずに自分の意見でイノベーションを
試せる。

藤田さんの場合は、両親が当地に
秋田県北部から入植した非農家出身
の酪農家だった。高校から盛岡市内
に進学し、農業に限らず地域振興分
野で有為な若手人材を輩出している
東京農業大学の畜産科を卒業。国際
農業者交流協会のプログラムで、1
年間米国で研修した後に、実家にU
ターン就農した。恵まれた立場だっ
たともいえるが、非農家の娘であつ
ても彼女のような道を進む人を増や
せないものか。後継者のいない牧場



乳肉兼用種のブラウンスイス（前側）

に、彼女のように志のある女性が就農して、やがて事業承継をするという流れである。藤田さんはそうした、あって当たり前であるにもかかわらず、なかなかなかった流れの先頭を切って進んでいる。

ブラウンスイス 乳肉兼用種への挑戦

藤田さんには農業経営の明確なビジョンがある。外的要因に左右されない、常識や慣例に囚われない、低投資で持続性のある、「小規模経営」を目指します、ということだ。3月号で紹介した、茨城県稲敷市の上野裕さんとの交流から、受け継いだ部分は、さすがにアグレッシブだ。

めたことだ。ブラウンスイスは名前の通りスイス原産の、乳肉兼用種である。性格も温厚で、病気にも強い。ただし生涯の生産乳量は、普通の乳牛の8割だ。肉も活かしてこそ採算の取れる挑戦というわけだ。しかしブラウンスイスは全国で6千頭しかおらず、知名度が低い。

しっかりした味のある赤身とミルクの風味が特徴で、チーズやバター等との乳製品との相性が良く、ゆつくと美味い温度帯を通過させることで旨味が増す。肉質は和牛よりも硬いが、切り方や切る角度で克服可能ということなので、つまりはプロの調理に向いている。限られた生産量をどうやって、ぴたりと合う顧客に届けるか。藤田さんはフェイスブックを駆使し、様々なネットワークも使って、「志産志消」の拡大の工夫を重ねている。

食と農でつながる 広域の仲間たち

藤田さんは、シャルキュトリーの生産販売もスタートしている。シャルキュトリーとは肉の加工品のことで、フランスではワインに合わせるつまみとしてチーズ同様に愛好されている。町内に移住してきた若いシャルキュトリー職人に教わり、ブラウンスイス肉を使ったコンビーフ、



ブラウンスイス肉を使ったシャルキュトリーもスタート

ソーセージ、生ハム、低温加熱ハムなどを売り出している。

藤田さんの頭の中にあるのが、「オペレーションR107」という未来図だ。R107とは、日本海側の秋田県由利本荘市から、太平洋側の岩手県大船渡市までを東西につなぐ国道107号線のことだ。その中間地点に西和賀町がある。秋田県側にはレストランや、酒販店を営むシニアソムリエ。岩手県側には肉屋さんに、ジェラートを直販する酪農家。町内にはシャルキュトリー職人や藤田さん本人。食に志す沿道の事業者が連携し、さらに商売を広げ仲間を増やしたい。

地域振興の世界では30代を中心とした若い世代の活力が目立っているが、上の世代とは違う彼らの大きな特徴が、SNSなども駆使して横にゆるやかに広くつながり、いろいろ協働できる点だろう。点在する若い力が力を合わせていくことで、過疎地は一人一人の人材の活躍できる余地の大きいパラダイスに変貌する。メンバーのソムリエの助言では、

ブラウンスイスの肉と乳から藤田さんの作ったブーダンブラン（牛乳と肉を使ったソーセージ）には、オーストリアのオレンジワインがベストマッチだそう。東京に住みコンビニで三食を調達するような生活を送っている人たちは、「消滅に向かっている」とされている過疎地で、自分の人生を自分で切り拓く若者たちがこのように豊かでグローバルなイノベーションを起こしているのだろうか。

「過疎地には何も無い」「仕事がない」「将来性がない」という、昭和の時代のままの思い込み。土地に根差した産品と、人のつながりと、それを求める需要のある今こそ、「志産志消」でそれを破ることが出来る。「先輩の明さんたちの切り開いてきた道を、次は我々の世代が形を変えて進んで行きたい」と、藤田さんは頼もしく語った。

オンライン セミナー

目指そう！我が町を スマート・テロワールに

コメンテーター：井上貴至

スマート・テロワール協会ではZoomによるセミナーを毎月開催中。第5回は5月5日14時～、「薩摩のスマート・テロワール」と題して、(株)さかうえ代表取締役・坂上隆氏に登場いただく。参加費1000円（税込み、協会員は無料）。申し込みはst55@nagai-inc.onlineに空メール送信（電話会社のアドレスからは不可、G-mailなどはOK）。