

◆第10分科会 地域資源活用型まちづくり 環境と産業振興を考える ～ 食の安全と観光振興

●コーディネーター	株式会社雪屋媚山商店 代表取締役番頭	本間 弘達
●話題提供者	田中酒造(株)営業本部課長	岡田 栄造
	農業生産法人アオキアグリシステム(有)	青木 一廣
	(株)高橋牧場ニセコミルク工房店長	高井 裕子
●コメンテーター	山形県高畠町町長	寒河江 信
	環境自治体会議監査役 / 環境自治体会議アドバイザー	先崎 千尋

●コーディネーター 本間弘達

雪屋媚山商店という屋号でやらせていただいている。先ほどフィールドワークで見ていただいた雪冷房の設計やコンサルティングの専門の民間企業、日本では他にないので独占状態。代表取締役番頭と書いているが法務局は認めてくれない。この第10分科会では地域資源とまちづくりについてディスカッションしていく。また、今年の大きなテーマとして「住民力」というキーワードもあり、皆さんと考えていきたい。



コーディネーター 本間氏

●話題提供①

「環境と産業振興を考える～食の安全と観光振興」

田中酒造(株)営業本部課長 岡田栄造

115年を迎える造り酒屋。小樽市は今は観光の町だが、昔は産業の町だった。自社店舗2店舗で販売している。規模は北海道産米を100%使用し、四季醸造といって年中作っている。1回に仕込む量も小さく約2KL、年50週で1,000KLを製造している。清酒だけでなく焼酎や、甘いリキュールも人気で製造している。本日は1つ目に

後志発の高品質な北海道産の清酒をつくる、2つ目に取り組みの主な成果、3つ目に環境と産業振興の両立についてお話ししたい。

まず北海道の清酒製造の歴史。観光客の方が「北海道でも清酒を造っていたんだ」と言われるように、本州米を使った清酒製造の歴史といっても良い。150年ほど前から造られているが、ラベルに付加価値として山田錦と書いている蔵もあるように、道産米と書いているものはなかった。そんな中、道立の中央農業試験場と協力して、1990年代から北海道産の酒造好適米の開発に携わってきた。1998年に北海道産のハツシズクができたが、翌年から、田中酒造とニセコ町がタッグを組んでハツシズクの栽培をしている。今は低農薬とか低タンパクにこだわり、その品種はないが、今は彗星という酒造好適米をニセコ町の酒米生産組合蔵人衆（くらびとしゅう）という組合を作っていただき生産していただいている。使っている米の約7割はニセコ町産の米。ニセコ町の生産組合の皆さんとは品質向上の会議を何度も重ね試行錯誤して品質向上を図っている。蔵人衆という名前を使った純米酒はニセコ町の15店舗ほどで販売提供していただいている。ニセコ町で造られた米で私どもが醸造し、さらにニセコ町に持ってきて販売提供していただいている。

取組みの成果だが、2007年には新酒鑑評会で道産米では初めて金賞をもらった。翌年には蔵人衆生産組合の皆さんが第14回ホクレン夢大賞を受賞している。近いものでは2011年には全国酒類コンクールでニセコ町の米、彗星を使ったものが本醸造、レギュラー酒の部門で第1位、2012年には大吟醸の部門でも第1位をいただいている。南部杜氏協会の賞や全米での賞もいただいている。今日連絡があったが、2014年の全国酒類コンクールでレギュラー種の部門で第1位をいただいた。

最後に、環境と産業振興の両立とあるが、環境にやさしい原料米を使うことは、安全・安心、高品質な清酒をつくるうえで大変プラスの材料、観光で生きているので重要なところ。生産者の皆さんと製品企画の段階から何度も打ち合わせを重ねてようやく出来上がっていくもの。今はアジア圏の観光客も多く、ニセコ町産米を使っているということで、その名前だけでもクリーンなイメージがあり評価されている。記載義務としては国産が良いが、私どもはできるだけ細かく表示しようということでニセコ町産と記載して製品の付加価値を高めるようにしている。

清酒はお米を削って精米しているが、精米するときに出る糠を利用して、焼酎、おまんじゅう、おせんべいを造り、酒粕も無駄なく活用し、ビュープラザや観光協会を通じて販売し、どんどん派生した新商品もできている。フードマイレージの点でも、また、リユースできるビンも使っているので、環境に配慮していることが、商品の付加価値になっていることを実感している。今後も生産地の皆さんと協議を重ねてよりよい製品を増やしていきたい。

●話題提供②

「都市と農村の婚活の必要性」

農業生産法人アオキアグリシステム(有) 青木一廣

羊蹄山のふもとで畑作農業を営んでいる。90度曲がるとニセコ連峰がある。明治29年に新潟から来て、木を伐採し、開墾から始めた。水を活かし水車と石臼を使い、最初にじゃがいもから澱粉を製造した。石臼を回しながら水車を回しながら代々農業をしてきた。一方、大量生産・大量消費で消費者と距離を感じるようになり、不安を感じてきた。たまたま米を作っていた田んぼは羊蹄山の地下水で冷たすぎて米がうまくできない。水的重要性を知っていたが、二度と米を作らないことで水利権を得て池にした。

昔の品種で「ぼたんそば」という品種がある。お客様と交流を深めようということで、隣の農家から100年以上使っていた建物を移設した。木造なので乾燥するとまだまだ十分使える。畑でそば、じゃがいもをつくり、雪室(ゆきむろ)で貯蔵して一年中食べていただけるようになり、ファームレストランじゃが太をオープンした。雪室貯蔵庫は冷房にも使用する。廃物利用で使っているので家庭用の除雪機で入れている。地粉パンのまる麦工房は昨年4月にオープンした。天然酵母でパンを焼いている。新小麦を食べようと、日本の食の中にも一粒ずつ

の麦をおかゆのように食べる食べ方を普及させたいと作った。食事パンを主体にしている。

この地域の自然は素晴らしいぞ、その自然の中で育った食べ物は美味しいぞ、健康にもいいぞ、加工したら一年中美味しいものをいただけるぞということで、婚活の期間が成功すると結婚に至るのではないか。田舎を離れて二代三代たつと、都会の人で故郷を持たない人が増えてきている。そういう中でこのニセコ、羊蹄中心にレジャーとか長期滞在とか色々な形で訪れて気に入っていただける人が増えていくのではないか。そして四季のメリハリのある自然の厳しい地域ではあるが、寒暖の差があり、食べ物が美味しくなり、そういう地域だと理解していただいて、あわよくば最後はこの地域で生活しようという人が増えていけば有難い。そして回り回って多様な人が住む、多様な生産物があり、多様な人が集う、そういうことが地域力になったりするのではないか。回り回って地域経済の活性化につながり、地域が維持管理されていくのではないかと農家として考えながらこのような事業展開をしている。

最近よく何人かの農家と話しているのだが、最終的に農家の守備範囲を最大限広げると、皆さんの気に入っていただければ土にかえるお手伝いまで、つまり一言でいえば福祉の事業まで農業が関わっていくほうが理想的ではないかと強く思うようになってきた。そこまで農業の守備範囲を広げて総合産業化されて、包容力なり地域力が高まり、多くの人が宿り集うようになると良いのではないかと思う。

●話題提供③

「ミルク工房(高橋牧場)の取組み」

株高橋牧場ニセコミルク工房店長 高井裕子

先ほどお店の説明をさせていただいたが、お店の前に牧場であることが重点となっている。父母と兄、従業員3人で第1牧場、隣村の真狩牧場には社員が4人、それぞれ150頭ずつ計300~350頭ほどの牛を飼育しながら牧場を経営し、その牛乳を使用して加工品を作っている。

美味しい牛乳を作っていくためには牛が元気でなくてははいけない。あの雄大な自然の中で牛を育てることは私たちニセコ住民にとっては当たり前のことで、父が、牛にストレスのない環境で育てることにこだわっていたが、私は何のことか分からずにいた。牛一頭一頭に搾乳機はつけるが一頭ずつの様子を見てということでこだわっている。先ほどミルク工房に来て見ていただいた羊蹄山のふもとにある牧草地に、朝になると牛が放牧される。牛



ミルク工房 高井氏

は好きな所へ行って好きな草を食べ、食べ終わったらそろそろ牛舎へ行けばエサがあるなど分かっているのと呼ばなくても自分で牛舎へ戻ってくる。自由にして牛にストレスがないようにしている。その子牛を本州に販売した。その牛をたまたま見に行ったが、同じ牛なのに目つきが全然違う。息が荒く怒っているように怖く見えた。愛知県の牧場は一年中外へ出ることがなく狭いところにつながれたままになってしまった。そのときに初めて、うちの牛はストレスがなく幸せだと感じた。その牛乳から加工するものは美味しい、牛づくりからそんな原料にこだわって作る。お客さんには申し訳ないが、牛の糞尿を畑にまいて、シュークリームを作るときに出る卵の殻、フルーツのヘタなどの生ごみは堆肥に混ぜて畑にまいてトウモロコシを作るという形で循環させている。そのような牧場のこだわりがあつてのミルク工房である。

商品を色々用意しているが、基本的にはここでしか食べられないものも何点か作っている。それ以外にも飲むヨーグルトやバウムクーヘンや焼き菓子などはミルク工房以外でも販売できる。売れてくるとデパートからもオファーがあるが、なぜシュークリームなどここでしか販売できないかという、こだわりとしてシュークリームは注文を受けてからクリームを詰める。ミルク工房へ来たときに羊蹄山を見ながらあの空気の中で食べることがより美味しくなると思っていたきたい。田舎まで来ることによって価値を見出す商品づくりをしている。社員を50人も抱えているので商売としては販売先を広げたいが、ここへ来たからこそ食べられるものをとこだわっている。そのこだわりを捨てる和我々らしい商売でなくなると思う。

最初はスタッフ5名、はじめは近くに住むパートのお母さんたちが一生懸命働いてくださっていたが、今年も新入社員3人、来年も5人ほど採用する予定。株式会社になったのは最近。田舎で働くところがない、田舎を

出たいと一旦出ていくが、やっぱり故郷が恋しくて帰ってきたいときに働く場所がなくて帰れないという人が多い。仕事を選ばなければ仕事はある。子どもを育てる環境を考えるとニセコに戻りたいという声も聞く。若い人が働けるような場所になっていけばいいなと思う。若い人が増えていき、子どもが増えていき、少子高齢化に悩まされている中で、子どもが増えて若い人が増えて、働く場所になっていけば良いと思う。ちなみに今年3名が妊娠している。毎年2～4名が必ず妊娠して、退職したり産休をとったり辞めたりしていく。ベテランがいなくなるのは悩ましいが子どもができて幸せな職場、子どもが増えて良い町だなと思う。

今回、私のほうが勉強させていただいている。またニセコに来られることがあったら、またご来店いただき、来られたときには気軽に声をかけていただきたい。

●コメント

山形県高島町長 寒河江信

私どもの町は幅広い製造業と食品製造業が基盤なのが特徴。製造品出荷額ではかつては1,000億円を超えた時代もあった。リーマンショック後は600～700億円まで低迷している。ただ、食品分野についてはこの5年間で7%増加し、全体の約2割を占め、22年には132億円を出荷している。人口25,000人。高島町のおいしい食材を提供する「株式会社セゾンファクトリー」は昨年4月に東京銀座にオープンした新歌舞伎座の中に、全国から2店指定されたうちの1店になった。全国に30店舗を展開している。工場は中山間地にあり、地元に来て地元の食を食べてほしいと考えている。デラウェアの生産量日本一は高島町。ワイン製造のレベルも向上している。お米は有機農業として先駆的で、西の（宮崎県）綾町、東の（山形県）高島町といわれている。アジア最大級のフードトレードに毎年商品を出店している。

安全で安心な食糧を生産するためには自然環境との調和が最も重要である。平成14年2月に山形県内の市町村では2番目にISO14001の認証取得をしている。環境と食、農業との一体化のある取組みが必要と考え、環境方針に、食生活・環境・地域農業の相互連携によって、町内で生産された農産物を町内で消費する地産地消運動を盛り込んで策定したのは全国で初めてで注目された。高島ブランドの目的は、食べ物を育て、美味しく加工する技術、それが町が誇れる資源。ぶどう、ラ・フランス、酪農、有機農業は、昭和48年より実践し、食品加工業の集積につながっている。

私の実家は料理屋と旅館をしている。私も調理師の免許をもっている。その経験から、食と加工技術が町の活性化につながると思っている。商品としてのブランド化、地域としてのブランド化、高島町全体のブランドをつくるのが必要であると思ひ、ブランド認証基準づくりなどを各方面の代表者で検討し平成19年度からブランド化し、14事業所26商品の認証をしている。ブランド食品については6つの認証基準を設けている。高島らしさを追求したもの、お客様の感性に響くもの、審査員は町内の各年代の女性にお願いしている。とりまとめ役の私も苦慮する場面もあるが、次回の食品開発に活用いただき徐々に事業の成果が出ている。

マーケティングを進めていくうえで4つのP——Product（製品）、Price（価格）、Promotion（販売促進）、Place（販売ルート）があるといわれているが、私はもうひとつあると思う。それはパートナー。協力者、応援者が必要。たとえば新宿京王プラザホテルで20年前からラ・フランスを使ったデザートフェアを11月から1ヶ月間開催していただいている。JRは駅構内でのプロモーションに協力していただいている。特に仙台駅では高島町単独フェアの開催をしている。プロ野球の楽天でぶどうナイターの実施なども行っている。

お客様のニーズは多様化しているが、作り手の思いをどう伝えるかが高島ブランドの課題でもある。お客様に支持されるブランドとして、商品に対するこだわり、価値基準を伝える目配りが大切だと思っている。昨年度、東北経済産業局の登録地域ブランドの創生支援事業の採択をいただき、高島ブランドの総点検と今後の方向性について専門家のアドバイスをいただいた。一昨年より新採職員全員がJR仙台駅でのフェアの際にメーカーの方々と一緒に販売する体験研修をしている。町内産品を広く理解するとともに、物を売る大変さを実感し、商品の良さを分かりやすく説明する実践型の研修で、役場の業務に活きると思う。

最後に、品質が良い、安全性が高い、健康に加え、倫理的な要件も重要になってきている。高島町、ニセコ町はどのようなまちづくりをしているのかというまちづくりの姿勢が重要。一連のブランド形成の中で、買いたい、訪れたい、食べたい、交流したい、最後は住みたいを誘発するような世界観を作り上げたい。高島町は人口25,000人から30年後に18,000人まで減少すると予測されたが、職員には常々、この予測値が間違いであったと言わせるような施策を進めるようにと指示している。町長は営業本部長だと自負している。今後何よりも重要

なことは人材育成、先人から引き継いでいる自然環境、食べ物を美味しく加工する技術をどう後世へ伝えていか、優れた感性をもつ人材や企業の育成に努めていきたい。ニセコ町は人口微増ですばらしい、地域資源、地産地消、こだわりを持って前進していただきたい。

環境自治体会議アドバイザー 先崎千尋

最後に発言しても先崎（まっさき）です。この会が始まるまで、住民力とは何ぞや、今年新しくポンと出てきたと感じながら会場に入って来た。お三方の話を聞き、これなんだと感じた。皆さんもそう感じたのではないかな。誰かが与えてくれる、外から運んでくるのではなく、そこに住んでいる人が自分の仕事を通して何かを見つけ大きくしていく。人と人をつないでいく。青木さんのところも高井さんのところも、高島町もそう思う。行政は地域全体をブランド化していく役割がある。一昨日札幌へ入った。雪印乳業の創業者・黒澤西蔵の孫が3カ所で牛飼いをしている。雪印乳業は偽装表示などがありつぶれた。創業者の精神を完全に裏切る行為を続け、社会的な制裁を受けた。サツラクという組合員が100人くらいの酪農組合に所属する西蔵の孫の牧場を見に行った。健康な土づくりをして初めて私たちの身体も健康になる。創業者の精神が形を変えて受け継がれており、それこそまさに住民力だと思った。地域資源というと特産物、名産品、観光、景観、リゾートというイメージをもたれるが、ここニセコの場合、有島武郎らの歴史も人もいろいろなものが地域の資源であり、それらをどう活かしていくかはそこに住む人にしか決められない。その活かし方をどうするのか。なにもないと考えるなら、新しいものを作っていけばよい。若者、余所者、ばかもの、そういう人が何人かいると必ずその地域は5年後10年後に変わっていく。そういうことと行政がうまくつながっていく。それが住民力であり、その展開だと感じた。私は環境自治体会議の第1回から関わりをもっているが、地域という概念をうまく使って、地域とつながっていきたい。毎年全国各地でいろいろな取組みがされ、発見がある、自分のところはこうだ、これはないから真似しようと、1つでも持ち帰ってほしい。

●コーディネーター 本間弘達

余所者、若者、ばかもの、でいくと自分はばかものだと思う。ばかものはちょっと違うことを考えている。自分の仕事の内容をご紹介したい。

美唄、「びえい」ではなく「びばい」。札幌と旭川の中

間くらいの場所で、もともと炭鉱があった。ここに大きな工業団地があるが、工場が1つくらい、そして明らかにゴルフ場がある。売れないためにゴルフ場にしてもまだ100haある。土地の値段は390円/㎡、それでも売れない、しかしこれが地域資源だと思っている。北海道は雪を捨てる。人口1人当たり1万円の税金をかけて雪を捨てている。札幌ではほっとくと解けない。近隣住民から苦情が出るので200億円ほどかけて重機で割って解かす。生活の利便性を確保するために必要だからやっている。どうにもならないもの、雪、しおづけの工業団地。IT事業者だけで日本の電気の10%を使っている。何かというとコンピュータは熱が出る、ほとんどの電気が熱に変わり、それを冷やすためにまた冷房の電気を使う。東京にたくさん作ると東京の電気を使う量がさらに増えている。北海道は農業、水産業、ビニールハウスなど、光熱費が高い。冬も農業をやりたいが、ハウスでは電気をたくさん使うのでやらないで、パチンコ屋に行く。そうならないようにしようと、いらぬもの、やっかいものを組み合わせるとすごい地域資源になる。今やっているのはデータセンターを、雪捨て場の雪で冷やす取組み。40度くらいの熱をもらってハウスに供給しよう、植物工場をつくろう、内陸で魚の養殖をやろう、と言っている。誰がやるかという、冬にパチンコ屋へ行っている農業の方、年とって漁業にいけない人。お年寄りも地域資源。大きな雪捨て場があって、データセンターを増やして、農業施設や養殖施設、食品工場群をつくって加工し、雪で倉庫に保管して、最後に地産地消も良いが、商品ごと首都圏に売ってあげる。雪も一緒にもって行ってあげる。従来の冷蔵車を走らせるのではなく、半分雪を積んで行って、残った雪は東京でも雪冷房で使ってもらおう。今、雪の駅が民間ベースで進んでいる。やっかいものを組み合わせればこれも地域資源になる。

■総合討論

本間：地域資源とは何かについて、皆さんにもう一度お話しいただきたい。

岡田：ニセコ町の地域資源というと米、じゃがいも、人、ニセコ町という歴史も含めて名前も価値として商品に明記している。

青木：四季のメリハリ、寒さの厳しさ、水の深さ、水の清らかさ、夏の盆地の暖かさ、バランスが良くて美味しい食べ物を作る。自然の豊かさが地域の一番の財産であり、消費者、都会の方に喜ばれる、好んでいただければ度々足を運んでもらう、地域力、地域の財産。

高井：小さいことでいうと、新商品開発と新しい店、建物を建てることを考えるが、それだけの資金力がないとなると、無駄になっているものは何かをまず考える。我々にとって商品にならなかったものはケーキのはじ、端材を商品として作り変えて安価で売る、無駄になっているものを商品にすることが大事。商品に限らず気づいていないもの、自然、水、気候、30度に上がることはない、過ごしやすい気候。無駄になっているもの、当たり前になっていることが地域資源かなと思う。

先崎：先ほどコメントした中で田中酒造さんに触れないでごめんなさい。地元産の米で酒造りをする。みんな楽しんで酒を飲む。結局、物と金が地域内で循環していく。なおかつ、観光客にたっぷりお金を置いて行ってもらって、極めていい関係だなと思う。ご承知のように今後TPP問題がどうなるかわからない。たとえ日本が参加しても、お三方のようなしっかりした考えや関係性があれば、TPP交渉が妥結しても大丈夫だろう。青木さんから婚活という話があったが、作り手と食べる人の関係が循環している。高井さんの従業員との関係でいうと隣近所のおばちゃんたち。そういうことをもっと北海道でやっていけば、絶対大丈夫でなくても自分の地域で防御策を作っていく。消費者も地元のもの食べる。地域のもの食べる。国産のもの食べる。そういうつながりを広げていくことが極めて大事な時に至っている。

本間：地域資源についてはニセコ町でいうと、気候、四季のメリハリ、自然の豊かさ、無駄になっているもの、観光、歴史、人、とあった。地域資源を使って結びつけていくのが大事というお話があった。会場から意見、質問を受けたい。

参加者：私の住んでいる市の場合は地域資源に何があるか考えると特にない。日本で県外就労者数が一番多く、大阪の人が本市に住居を構え、近年はリタイヤする人が人口よりも増えている。そういう人たちは地域に地盤がなく、そのままでは住民力がない。今年から地域レビューガイドダンスをはじめた。有名な方も呼んで、地域にどんな活動があるのか紹介して、そこに入っていく。地域で力を発揮していただく、産業はないが、人だけはいる。

本間：資源は物に限らない、人も。人と人を結びつける、そんな情報の使い方も大事。

参加者：環境と産業というなかで農が大きい。当市は住宅都市なので、環境と産業、交通、商店街の活性化、いろ

いろいろな産業の切り口があると思っていて、環境への取り組みを環境の中だけで使っているのはもったいない。環境の切り口はランドデザイン、裏の総合計画の中で使っていくことが必要。当市は素敵な自然もあるし、高齢者だけでなく、専業主婦、現役世代がボランティアとして参加している。

青木さん、高井さんへ質問。行政があまり前面に出すぎる産業振興はよくないと思うが、こういうところが助かったとか、こんなやなくてよかったといったことがあれば話してほしい。

青木：私どもは、自然の中で種をまき収穫する経験はあるが、農業界や田舎社会がもっていない技術的なノウハウ、経験を農業のために貸していただく。採用面接では過去の仕事、何ができるかを根掘り葉掘り聞く。個人情報かもしれないが、共同で地域社会を守るために何ができるかマッチングする。過去の経験を活かして上手にマッチングすると有意義な人生を送る方が住民に増えていくのではないかと。

高井：牧場をやっている、民間で17年くらい店をやっている。幸か不幸か小さい町なので、ニセコ町役場の方々もみな知り合い。お酒も一緒に飲み、役場に行っても昨日はどうもというくらい話ができる。ちょっとした機会にこういう制度ができたとか、情報交換ができるのがすばらしいこと。行政にやってほしいことがあれば遠慮なく言える関係を築けていて、困ったことは相談しているので困っていない。利用させていただき、逆に利用されてという関係性をもっている。行政に限らずニセコ町民の方々にも有難く思っている。町民でもミルク工房に来たことがないという方もまだいるが、来たことがなくても知り合いが来たときに大半の方がミルク工房と道の駅に行けばと言ってくれている。住民や行政の方々が宣伝部長になっている。こういうつながりを大事にしていけば、行政だからとか民間だからということなしでも良い関係を築いていけるのではないかと。町長もいるというランプがついているので、気兼ねなく行っている。

本間：ここにいるお三方はかなりの成功者で特殊な事例で参考にならないのではないかと。むしろぬれ落ち葉さん達とどうやって情報のやりとりができるかを考えなくてはいけない。成功事例をうまく伝えていくとか、婚活、マッチング、合同お見合いパーティも必要。最後に、本題の住民力も踏まえて一言ずつ話してほしい。

岡田：住民力というより社員力に例えると、私どもは若手社員、20代が多い。準備することがすべてだとい

うことで、結果もあるが、準備することから何をしてきたかを含めて評価することになっている。住民力も同じことがいえて、ネットワークを通じて交流することから何かが生み出される、行政からというよりは住民から、生みの苦しみが大事。

青木：住民力を我々の業界に置き換えると何かというと開拓者魂だと思う。二代三代続くと薄れてくるが私は好奇心が旺盛。北海道農業は大量消費地の東京へ運ぶにも交通費もかかり運賃もかかり厳しい。そのような中で開拓者魂で、どんな状況に置かれても常にいろいろなパターンを逃げ道として持っている、一歩引いても二歩進む。そういう人がたくさんいることが住民力の強い結束力のある町になる。

高井：さきほどの行政のやってほしいことを話した時に、成功者と言っていた。こういう場で話させていただく機会があるということは成功した事例ということだが、住民の中にはまだまだたくさん引き出していない原石がいる。うまく話せない伝えられない人がたくさんいる。それを引き出し見つけ出し、実行に移すような手伝い、聞き役になることが行政の役割かなと思う。社員がたくさんいる中で普段は自分がしゃべるよりも聞き役になるようにして、個性を活かしてどこの部署がいいか、と考えるのが私の仕事。たくさん眠っている原石を引き出すお手伝いをする、そういう役割を行政がやってくると良い。人とのつながりを大事にしながら私も引き出せるような人間になりたい。住民力はまだまだあると思うので地域活性化につなげていきたい。

寒河江：食と環境ではないが、20年前に山形新幹線が開通した。無人駅だった駅になんとか停まってほしいと観光協会や商工会などと運動した。20年前に若者が集まって、仙台の東北支社へだるまをリレーして直訴した。熱い思いを受けて新幹線が停まることになった。それから20年はJRと良い関係ができています。今は年に一度町民300人で新幹線を町民号と称して借り切っている。青木さんから開拓者精神と言われたが、時には率先して動く人材が本当に必要。高島町は商工会もJAも指導力が低下しているので、そこは町が入り農工商・観光の連携は行政が音頭を取り、その中で良いものを作っていただくのが良いと思う。

先崎：私が町長の時にキャッチフレーズにした言葉は、物を活かす、人が動く、心をつなぐ、の3つ。

本間：地域資源活用型のまちづくりということで議論してきた。これで終わりにしたい。