日田市 総括会議 ハピカム ミライデザイン会議

大分合同新聞社が、次代を担う若手リーダーと一緒に地域の未来を考えるミライデザイン会議「ハピカム」第8弾日田市編が7日、日田市中央公民館などで行われた。「農業」「観光」「産創交流」の3分科会の議論を経て開かれた総括会議では、各分科会で出されたミライへの鍵」をどのように実現し、日田の活力を生み出すかについてさらに議論を深めた。その中では、市内にはナシ、ブドウなど農産品や小鹿田（おんた）焼、屋形船、歴史ある豆田の町並みなど数多くの本物があるが、それを伝えきれていないという課題が浮き彫りとなった。この課題の解決へ、外部に伝えるより前に市民がまず本物の魅力を知ることが必要と指摘された。約7万人の市民が、地元にあるものの良さをきちんと知り伝えていけば、7万の“宣伝マン”が生まれる。そのために、この会議に集まった日田を熱く思うリーダーたちが、業種の垣根を越えて連携を継続し自分たちの思いを市民に“感染”させていくことが大切と訴えた。参加者はこの日生まれたつながりを今後も維持し、新しい日田を創造していくことを誓い合った。

■ウェブ　http://www.oita-press.co.jp
■スマートフォン　http://www.oita-press.co.jp/h-come/

主催／大分合同新聞社　共催／日田市　日田商工会議所　日田地区商工会
協賛／国立大学法人 大分大学　㈱大分銀行　㈱NTTドコモ九州支社大分支店　日本たばこ産業㈱熊本支店　老松酒造㈱

市外催事に一般市民を派遣

農業に対しラブコール

衛藤　それぞれの分科会を見学させてもらいましたが、議論が白熱しており日田は熱いなとつくづく感じました。山浦先生どうでしたか。

山浦　話を伺っていて大変面白かったです。産創交流分科会の皆さんは、地元に対して愛着があって日田をどうにかしたいと活動しているんですが、愛着はあっても日田だけにこだわっていない。気持ちだけじゃなくてビジネスとしてちゃんと夢やっているという強い印象がありました。観光分科会については、外国の方がいらっしゃるようになって、日田の日常的な風景の受け止めいろ、という話がありました。ミライへの鍵も「本物」とされていて、非日常というと自分の普段の生活とは違う世界、かみりやすい言うと夢の国のディズニーランドのような観光もちろん、あるんですが、一方ではいま日常ということで、自分の日常ではないけれど、そこは連綿の日常であって、この場合は日田の誇さんが普通に暮らしている街並みの方が魅力的に映る時代に入ってきていて、外国の方の方が気付かれているというお話でした。農業分科会で印象的だったのは、世代交代や後継者の問題が大きいという話です。実は他の二つの分科会からは農業に対するラブコールがありました。例えば神田さんのナシにもありましたし、農業の皆さんが思っている以上に期待がある中で、その辺からお話をしていただけませんでしょうか。

衛藤　それぞれの分科会を見学させてもらいましたが、議論が白熱しており日田は熱いなとつくづく感じました。山浦先生どうでしたか。

山浦　話を伺っていて大変面白かったです。産創交流分科会の皆さんは、地元に対して愛着があって日田をどうにかしたいと活動しているんですが、愛着はあっても日田だけにこだわっていない。気持ちだけじゃなくてビジネスとしてちゃんと夢やっているという強い印象がありました。観光分科会については、外国の方がいらっしゃるようになって、日田の日常的な風景の受け止めいろ、という話がありました。ミライへの鍵も「本物」とされていて、非日常というと自分の普段の生活とは違う世界、かみりやすい言うと夢の国のディズニーランドのような観光もちろん、あるんですが、一方ではいま日常ということで、自分の日常ではないけれど、そこは連綿の日常であって、この場合は日田の誇さんが普通に暮らしている街並みの方が魅力的に映る時代に入ってきていて、外国の方の方が気付かれているというお話でした。農業分科会で印象的だったのは、世代交代や後継者の問題が大きいという話です。実は他の二つの分科会からは農業に対するラブコールがありました。例えば神田さんのナシにもありましたし、農業の皆さんが思っている以上に期待がある中で、その辺からお話をしていただけませんでしょうか。

衛藤　ナシに関するラブコールがあったということですが、どのような話でナシが出たのですか。

武内　日田市には、全国に伝え切れていない良いものがたくさんあります。ナシもブドウもそうです。そのナシを今観光客が買おうとしてもどこで買えばいいのか分からない。それを、例えば豆田町にナシの売り場を設けたり、焼き物なども含め、週末だけでいいので売り場を設けて徒歩の人が買いやすい状況をつくる演出が必要かなと思います。

衛藤　私たちもハピカム前に何度か日田に来る機会があって、ナシに関するグッズがあるかなと、期待していたんですがなかなかなくて、もったいないという印象を覚えました。

神川　そういう意見は生産者自体からも「あっ、そういえば」というように結構出ていたとかあります。日田にいて日田のナシが買えない状況がある反面、ナシとブドウはもちろ物だというイメージがあるのかもしれません。身近に直売所がなく、選果場にはあるんですが場所が分かりにくくて説明しにくい、という課題に最近気付いて、どうにかしなきゃいけないなと思っています。

衛藤　日田に来た人がふらっと行ってナシを身近な所で買えると、日田製っていいなという声が広がると思います。

武内　個人でするには限界があるので、市役所内にそういうトータルコーディネートの課を設けてもおもしろいと思います。どういうふうに売り出すかが一番重要なんです。

衛藤　樋口（和久・農業分科会）さんいかがですか。

樋口　ナシを説明するのが難しいという状況は確かにあります。私は農業振興で話をしていますけれど、ブランドとか流通の専門部署があるので、売り場や流通の相談をした方が早いのかなと思います。

武内　市役所にブランド推進課があるんですか。

樋口　ひたブランド推進課というのがあります。

衛藤　そこが日田のブランドとしてナシをPRするという形で動いていただけると、話が進みやすくなるのでしょうか。

顧客の声聞ける楽しさ

川津　この間びっくりしたんですが、博多の岩田屋さんで日田梨を売っていたら、めちゃくちゃ売れるんです。日田から近い博多であれだけ売れるので、関西、関東に行ったらまさすぐ売れると思うんです。うちもそうですが、名前が知られれば知られるほど、じゃあ地元でどこに置いてるの、という話になるんです。ブランド力が上がれば上がるほど地元に力を入れていかないと駄目じゃないかなかと感じました。

衛藤　特に（川津さんの会社の商品）ユズリッチなどは、東京からスタートしてこっちに戻ってきた感じですよね。

川津　われは本当に面白いものです。ナシやブドウと一緒でユズこしょうもちゃらう物で買う物じゃないと思っている。でも、向こう（東京）で買がとれました、うちの名前がビーんと出ました、となるとめちゃくちゃ売れるんですよ。しかもユズこしょうまで売れていくんですよ。

衛藤　本物は実はここに来ないと味わえないという貴いに来ないと買で、日田に人を引っ張って来れないかと思うんですが、どうでしょう。

武内　日田でしか買えない川津さんのところのユズこしょうとか。それが宿泊業の集客につながれば。

衛藤　農家さんから産直で素晴らしい食材をいただいて、ユズこしょうやワサビなどいろんな食材をうまく組み合わせて、日田に来ないと食べられないようなレシピを作っていかがでしょう。

川津　私もやりたいですが、それをやるには日田は狭すぎるんですよ。ロットがあってユズリッチにすると4千～5千本で賞味期限が半年間。限定範囲を大分県とかに広げないと難しい話になりますね。これがユズこしょうならできますが、ユズこしょうで地域限定、うち限定となると、作っている方が多いので、うちだけにする訳にはいかない、などなかなか難しいんですよ。

衛藤　ナシに限らず、加工に取り組んでいると話題が出ましたが。

神川　実際に菅原（勝志・農業分科会）さんは、作って加工して販売までしています。

菅原　ウメの栽培をしながら加工をやっています。栽培を止めて加工の方に力を入れると、どうしても木が傷んでしまうけどか、一番忙しい時に注文があったりすると本格的に取り組めないという課題があり、難しい状況です。

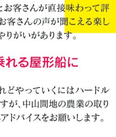
衛藤　でも、楽しいということはあるんじゃないでしょうか。

菅原　加工するとお客さんが直接味わって評価をいただくので、お客さんの声が聞こえる楽しさや面白さがあり、やりがいがあります。

気軽に乗れる屋形船に

衛藤　楽しいけれどやっていくには大変だなあ、ということですが、中山間地の農業の取り組みで田中さんからアドバイスをお願いします。

田中　今後農業が進展していくには、新しいものを作っていかなくちゃいけないなかなと。新しい需要に対して新しい商品を生み出していくことが重要ということが一つだと思います。それによって「元祖」となる物を作れば、他県にない物という強みになります。今、日田産ナシでは豊里（ほうり）が他県にない品種で、イオン九州でもギフトとして売っていこうとしています。



農業／アドバイザー
Hironori Tanaka
田中弘法 さん
福岡県出身、大分市在住、31歳。イオン九州食品商品部農産グループ大分南崎地区担当バイヤー。農近の日本の高齢変化、人口の構成比の推移が気に掛かっている。

衛藤　若い人が経験すると外に出て説明してくれるきっかけにもなります。他にも観光資源が話題に上がりましたが。

武内　宿泊した人は今、小鹿田焼をという声がかなり多いです。観光客がピークからだいぶ割減ですが、小鹿田焼だけは伸びている。車でないと行きにくい所ですが、日田、ときどきいろいろに来ってでも行きたいとか、タクシーをチャーターして往復で1万円ほど掛かるが、それでも行きたいという方が多いです。特に外国人の方はびっくりして感動します。

衛藤　黒木（昌伸・観光分科会）さんは受け入れる側としてどう感じていますか。

黒木　最近お客さんが増えて、特に若い方がすごく増えました。かといってこちらはすぐ接客するわけではなく、売り場は無人ですし昼休みはみんな昼寝してたりするんですが、お客さんは自由に回れるのが逆に楽しいのかなと感じます。遠くから来る方が多くて、宿泊場所を聞くと海布院、別府、黒川が多く、日田に泊まるとはほとんど聞きません。

武内　天瀬に泊まると日田に戻ってこないんですね。そのまま大分や湯布院に行っちゃうんです。

常に良い物を作りたい

衛藤　ミライへの鍵「本物」で言えば、小鹿田焼はまさに本物ですが、ものづくりのこだわりを教えてください。

黒木　全国の数多くある中から小鹿田焼を選んでもらうということを第一に考えています。お土産屋さんにならずに常に良い物を作りたいと思います。大物のかめやつぼはあまり売れないですが、売れなくても技術として後世に伝える ために継承しないといけない。売ることだけを考えるんじゃなくて、常に本物を目指すというのが大事だと思います。

衛藤　本物を守るということでは、日田げたも同じ話になると思いますが、木野（憲幸・産創交流分科会）さんはどの部分にこだわっていますか。

木野　組合に入っている社は規定で100％日田杉を使ったげたでしか作っていませんが、組合に入っていなくて中国産やベトナム産などを輸入販売しているところがあります。豆田を散策してうちにげたを買いに来るお客さんがいるんですが、古い町並みをゆっくり見たいのに、周りから客引きのように声を掛けられると何度か言われました。

衛藤　小鹿田が変わらないために工夫していることは。

黒木　変わらないところがいいということではなくて、世の中が変わっていくと作る物も変わっていくので、昔と同じ物を作っていればいいというわけではないですし、時流に合わせながら進んでもらえる物を作っていく。その上で大物にも取り組んでいくということですね。

衛藤　観光的なアプローチは積極的にはしないんですよね。

黒木　基本的にはやってないですね。やらないことがいい結果につながっている面もあるので、あまり観光地化しなくていいと思います。

衛藤　木野さんはPRのためのパフォーマンスをするなど対極的で、スタンスの違いが面白いと感じます。

本野　小鹿田がすこくうらやましいですね。僕も昔ながらの日田げたが一番履き心地がいいので、それだけで勝負したいんですけど中国産とか出てきて価格だけで判断される時代になっているんで、昼寝していてもお客さんが来てくれるのはうらやましい（笑）。

社員にフィードバック

衛藤　今までは日田にあるものをベースに話をしましたが、つながりという部分で話をしていきたいと思いますが、おもてなしの面で観光はどういう工夫をしていけばいいでしょうか。

武内　日田市自体の国際化を目指していきたいと思います。国際化の第一歩は姉妹都市で、現地との交流から始まるものだと思っています。次は市役所のホームページの改定。まず情報がないと外国人は全く来ないと思うんで、私個人で作った英語のホームページでも、かなり見てくれている人がいるみたいで、3～4カ月に1組くらいだった外国人観光客が、今は1カ月に3組くらい来ます。

衛藤　川津さんは地域に貢献する人づくりという面で考えていることがありますか。

川津　われわれは農家さんがいないと加工の仕事ができない。70～80歳のおばあちゃんが担いで持って来てくれるタケノコを見た時、絶対にいい商品を作らないといけないという思いでやってきました。その思いが通じて商品が売れた。今度はそれを社員やパート、生産者に伝えることも重要です。人のつながり、人の教育というところで、思うことによって自発的に成長していく、そういうようにやっています。

衛藤　河津（奈津子・産創交流分科会）さんは地産地消で農家の作った物を大切にしていると思います。

河津　日田で飲食店をやるということを考えたら日田で作ってくれている方の産物を使い続けて、それがこんな商品やお弁当になって、こんな人たちがそれを買ってくれた、とフィードバックすることで、またやりがいがでる。うちがコミュニティーカフェにしているのは、それを食べてくれる方たちにも知ってほしいという思いがあります。作ってくれた人の方が輝いんだと、という思いを“感染”させて、日田市の方みんなが「農家さんありがとう」と言うようにならないといけないと思います。

衛藤　農家の方へ熱い思いを語られていますが、神川さんどうでしょうか。

神川　ありがたいです。地元をまず大切にしないと先には進まないと実感しました。人口の多い所の方が多くとってくれるのは確かですが、地元の10人が10人オ

観光／若手リーダー
Masahiro Takauchi
武内真央 さん
日田市、31歳。ホテル風早専務。アメリカのリンカーンメモリアル大学に在籍。京都新聞を経てテレビを嫌い、古巣に残る此花津渡（ひさつひ）伝説に興味がある。

産創交流／若手リーダー
Mineyuki Kawazu
川津峰之 さん
日田市、40歳。川津食品社長。流通経済大を卒業後、南津江町役場、帰ク藤ハイランドパークの支配人を経て、ユズこしょう製造のため2004年に川津食品を設立した。

総合コーディネーター
Saiho Eto
衛藤正法
1991年入社。整理部、地域報道部を経て整理部長。45歳。猛獣もかすむハートの熱さに、日田人のパワーを実感した。

異業種の“たのもし”作ろう

観光／アドバイザー
Teruaki Naka
那賀輝彰 さん
大分市出身、36歳。JR九州本社旅行事業部営業創造課主査。法政大学を卒業後、JR九州へ入社。旅行事業本部でマーケティングを担当している。

那賀　未来を創造したり、デザインするのはそう簡単なものではないですし、10年かもしれない、15年かもしれない、15年してもしかしたらできないかもしれない。けれど、理想を持ち続けないと実現することはできないと思います。ぜひこの会をきっかけに地元の方が働きたいとか、来る方に こんなことを伝えたいという日田のまちをつくっていくための第一歩にしていただきたいと思います。

衛藤　会議を通じての感想を山浦先生にお願いします。

ルイーダの酒場つくる

山浦　振り返ると三つ話が出たと思います。一つは日常が大事だということ。日常を今のうちから磨いていくことがポイントだと思います。二つ目は市民が大事ということ。7万人弱の日田市民をどう巻き込んでいくかがポイントだろうと思います。市民7万人が365日来てくれるお客さんだと思えば2千万とか2500万人になるのと、市民をお客さんとして大事にしていくこともありますし、宣伝の話では、7万人も営業マンがいると考えれば、こんなに心強いことはありません。最後につながりの話をされていました。神川さんたちのイメージの部会で毎年ナシ料理コンテストをしているそうですが、せっかく開発されたメニューを河津さんのカフェで食べられるようにするとか、ここに今いらっしゃる皆さんの中でも連携が生まれるんじゃないかと思います。これは言うかどうか迷ったんですが、ドラゴンクエストというゲームの中に、ルイーダの酒場という戦士や魔法使いなどいろんな属性の人が集まっている所があって、そこで当面役に立つ人を連れて行くことができるんです。情報交換もできて、ルイーダの酒場で吹っ飛んでしまいました（笑）。今日は日田を語るには狭い場所だったんだろうなと思います。ぜひ、今日のつながりを次の機会につなげて、新しい取り組みがどんどん花開き、窓を開くように視界が開けていくような形で、日田に新しい可能性を開いていくつながりであってほしいと思います。私どももバックアップしていきたいです。今日はありがとうございました。

農業分科会まとめ

分科会では非常に活発な議論が展開され、選んだ「ミライへの鍵」は「農業」。「きつい、つらい」というイメージが強い農業だが、楽しいこともたくさんあるという思いを込めた。例えば、やった分だけ自分に返ってくるやりがいの部分と、自分で自由に時間を使いながらしていけるという部分で、農業を楽しんでやっているというメッセージと、その楽しさを次世代にもつなげていきたいという思いを込めた。またこの字は「らく」とも読める。楽すると言うと言葉は悪いかも知れないが、突き詰めて考えると収益性を高めるということになる。現在、農業は大きな分岐点にあり、後継者不足などいろんな課題もある。だが、加工や販売もする6次産業化や貯蔵施設を使って出荷時期を調整するとか、インターネットを使っての販売網の拡大など、いろんな可能性も満ちているのが農業ではないか。それぞれの農家が独自な物を作り出して、新たな産地、新たな産品を育てあげることが発展につながるのではないか、という意見が多く冬点がた。その中でキーワードとして「楽」を選んだ。

“ミライへの鍵”
楽

観光分科会まとめ

分科会で選んだ「ミライへの鍵」は「本物があるまち日田」。日田にはいろいろな顔がある。落ち着いた豆田の町並み、歴史薫る咸宜（かんぎ）園跡、素朴な小鹿田焼、隈の美しい散歩道、亀山公園、沈み橋、そして三隈川の夕日、屋形船、祇園、アユ……一つ一つが洗練されており、本物がそろっている。しかし、2005年の712万5千人をピークに観光客が徐々に減少し、11年は472万人になった厳しい現状がある。91％が日帰りで、より長く日田にとどまってもらうにはどうすればいいかを議論した。やはり、キーワードは他の観光地に負けない本物があるということ。これらはまだまだ発掘させ、魅力を高めることが可能で、新たなチャレンジをしている若者がたくさんいる。豆田を市場のようなマーケットにできないか、そのために車の規制ができないか、など具体案が出された。またホームページについても、国境を超えて誘客できるように英語、中国語、韓国語での説明が載せられないだろうか。他の場所に決して劣っていない「本物があるまち」日田で行政や業種の垣根を越え、若者が集まる会をつくることで一致した。

“ミライへの鍵”
本物があるまち日田

産創交流分科会まとめ

原料を作る農家の思いを受け止めて伝統のユズごしょうを製造している方、日田げたの普及に取り組んでいる方、地産地消のコミュニティーカフェで伝統の食を広めようとしている方、行政の立場で市民との協働や市民活動の支援をされている方という多士済々のメンバーが熱い議論を交わした。分科会タイトルの産創交流は造語だが、産み創り交流するという中で、その目的として、アドバイザーから顧客の創造力や大切だろうとの指摘があった。顧客というのは、もちろん商品を買ってくれる方も大事だが、それだけでなく、会社の従業員であったり、原料を供給してくれる農家であったり、コミュニティービジネスに取り組む仲間であったりに対しても、ファンや思いの共有を図り、広げていくことが大切なのではないかと提起された。そのために何が必要なのかを話し合う中でできた「ミライへの鍵」が思いの“響噪”（きょうがい）。響噪も造語だが、“感染”させるように、自分たちが持っている思いや信念を多くの人に響かせて、広げていく熱い取り組みをしていこうと意見が一致した。

“ミライへの鍵”
思いの響噪

農業／若手リーダー
Hiroyoshi Kamikawa
神川裕芳 さん
日田市、42歳。ナシ生産農家。日田梨青年部会、日田梨研究同志会副会長。神戸学院大学を卒業後、メーカー勤務を経て2010年に家業を継いだ。

総合アドバイザー
Yoichi Yamaura
山浦陽一 さん
大分大学経済学部地域システム学科准教授。専門分野は農業経済学。農村の活性化に関するゼミを主宰し、フィールドワークを中心に農内各地の地域づくりに関わっている。

産創交流／アドバイザー
Tetsurou Miura
三浦哲郎 さん
大分市、32歳。大分ベンチャーキャピタル企業支援部サブマネージャー。金融機関での法人金融を経験後、2009年入社。事業再生ファンドの運営に従事。

武内　個人でするには限界があるので、市役所内にそういうトータルコーディネートの課を設けてもおもしろいと思います。どういうふうに売り出すかが一番重要なんです。

樋口　ナシを説明するのが難しいという状況は確かにあります。私は農業振興で話をしていますけれど、ブランドとか流通の専門部署があるので、売り場や流通の相談をした方が早いのかなと思います。

武内　市役所にブランド推進課があるんですか。

樋口　ひたブランド推進課というのがあります。

衛藤　そこが日田のブランドとしてナシをPRするという形で動いていただけると、話が進みやすくなるのでしょうか。

顧客の声聞ける楽しさ

川津　この間びっくりしたんですが、博多の岩田屋さんで日田梨を売っていたら、めちゃくちゃ売れるんです。日田から近い博多であれだけ売れるので、関西、関東に行ったらまさすぐ売れると思うんです。うちもそうですが、名前が知られれば知られるほど、じゃあ地元でどこに置いてるの、という話になるんです。ブランド力が上がれば上がるほど地元に力を入れていかないと駄目じゃないかなかと感じました。

衛藤　特に（川津さんの会社の商品）ユズリッチなどは、東京からスタートしてこっちに戻ってきた感じですよね。

川津　われは本当に面白いものです。ナシやブドウと一緒でユズこしょうもちゃらう物で買う物じゃないと思っている。でも、向こう（東京）で賞がとれました、うちの名前がビーんと出ました、となるとめちゃくちゃ売れるんです。しかもユズこしょうまで売れていくんですよ。

衛藤　本物は実はここに来ないと味わえないという貴いに来ないと買で、日田に人を引っ張って来れないかと思うんですが、どうでしょう。

武内　日田でしか買えない川津さんのところのユズこしょうとか。それが宿泊業の集客につながれば。

衛藤　農家さんから産直で素晴らしい食材をいただいて、ユズこしょうやワサビなどいろんな食材をうまく組み合わせて、日田に来ないと食べられないようなレシピを作っていかがでしょう。

川津　私もやりたいですが、それをやるには日田は狭すぎるんですよ。ロットがあってユズリッチにすると4千～5千本で賞味期限が半年間。限定範囲を大分県とかに広げないと難しい話になりますね。これがユズこしょうならできますが、ユズこしょうで地域限定、うち限定となると、作っている方が多いので、うちだけにする訳にはいかない、などなかなか難しいんですよ。

衛藤　ナシに限らず、加工に取り組んでいると話題が出ましたが。

神川　実際に菅原（勝志・農業分科会）さんは、作って加工して販売までしています。

菅原　ウメの栽培をしながら加工をやっています。栽培を止めて加工の方に力を入れると、どうしても木が傷んでしまうけどか、一番忙しい時に注文があったりすると本格的に取り組めないという課題があり、難しい状況です。

衛藤　でも、楽しいということはあるんじゃないでしょうか。

菅原　加工するとお客さんが直接味わって評価をいただくので、お客さんの声が聞こえる楽しさや面白さがあり、やりがいがあります。

気軽に乗れる屋形船に

衛藤　楽しいけれどやっていくには大変だなあ、ということですが、中山間地の農業の取り組みで田中さんからアドバイスをお願いします。

田中　今後農業が進展していくには、新しいものを作っていかなくちゃいけないなかなと。新しい需要に対して新しい商品を生み出していくことが重要ということが一つだと思います。それによって「元祖」となる物を作れば、他県にない物という強みになります。今、日田産ナシでは豊里（ほうり）が他県にない品種で、イオン九州でもギフトとして売っていこうとしています。

衛藤　若い人が経験すると外に出て説明してくれるきっかけにもなります。他にも観光資源が話題に上がりましたが。

武内　宿泊した人は今、小鹿田焼をという声がかなり多いです。観光客がピークからだいぶ割減ですが、小鹿田焼だけは伸びている。車でないと行きにくい所ですが、日田、ときどきいろいろに来ってでも行きたいとか、タクシーをチャーターして往復で1万円ほど掛かるが、それでも行きたいという方が多いです。特に外国人の方はびっくりして感動します。

衛藤　黒木（昌伸・観光分科会）さんは受け入れる側としてどう感じていますか。

黒木　最近お客さんが増えて、特に若い方がすごく増えました。かといってこちらはすぐ接客するわけではなく、売り場は無人ですし昼休みはみんな昼寝してたりするんですが、お客さんは自由に回れるのが逆に楽しいのかなと感じます。遠くから来る方が多くて、宿泊場所を聞くと海布院、別府、黒川が多く、日田に泊まるとはほとんど聞きません。

武内　天瀬に泊まると日田に戻ってこないんですね。そのまま大分や湯布院に行っちゃうんです。

常に良い物を作りたい

衛藤　ミライへの鍵「本物」で言えば、小鹿田焼はまさに本物ですが、ものづくりのこだわりを教えてください。

黒木　全国の数多くある中から小鹿田焼を選んでもらうということを第一に考えています。お土産屋さんにならずに常に良い物を作りたいと思います。大物のかめやつぼはあまり売れないですが、売れなくても技術として後世に伝える ために継承しないといけない。売ることだけを考えるんじゃなくて、常に本物を目指すというのが大事だと思います。

衛藤　本物を守るということでは、日田げたも同じ話になると思いますが、木野（憲幸・産創交流分科会）さんはどの部分にこだわっていますか。

木野　組合に入っている社は規定で100％日田杉を使ったげたでしか作っていませんが、組合に入っていなくて中国産やベトナム産などを輸入販売しているところがあります。豆田を散策してうちにげたを買いに来るお客さんがいるんですが、古い町並みをゆっくり見たいのに、周りから客引きのように声を掛けられると何度か言われました。

衛藤　小鹿田が変わらないために工夫していることは。

黒木　変わらないところがいいということではなくて、世の中が変わっていくと作る物も変わっていくので、昔と同じ物を作っていればいいというわけではないですし、時流に合わせながら進んでもらえる物を作っていく。その上で大物にも取り組んでいくということですね。

衛藤　観光的なアプローチは積極的にはしないんですよね。

黒木　基本的にはやってないですね。やらないことがいい結果につながっている面もあるので、あまり観光地化しなくていいと思います。

衛藤　木野さんはPRのためのパフォーマンスをするなど対極的で、スタンスの違いが面白いと感じます。

本野　小鹿田がすこくうらやましいですね。僕も昔ながらの日田げたが一番履き心地がいいので、それだけで勝負したいんですけど中国産とか出てきて価格だけで判断される時代になっているんで、昼寝していてもお客さんが来てくれるのはうらやましい（笑）。

社員にフィードバック

衛藤　今までは日田にあるものをベースに話をしましたが、つながりという部分で話をしていきたいと思いますが、おもてなしの面で観光はどういう工夫をしていけばいいでしょうか。

武内　日田市自体の国際化を目指していきたいと思います。国際化の第一歩は姉妹都市で、現地との交流から始まるものだと思っています。次は市役所のホームページの改定。まず情報がないと外国人は全く来ないと思うんで、私個人で作った英語のホームページでも、かなり見てくれている人がいるみたいで、3～4カ月に1組くらいだった外国人観光客が、今は1カ月に3組くらい来ます。

衛藤　川津さんは地域に貢献する人づくりという面で考えていることがありますか。

川津　われわれは農家さんがいないと加工の仕事ができない。70～80歳のおばあちゃんが担いで持って来てくれるタケノコを見た時、絶対にいい商品を作らないといけないという思いでやってきました。その思いが通じて商品が売れた。今度はそれを社員やパート、生産者に伝えることも重要です。人のつながり、人の教育というところで、思うことによって自発的に成長していく、そういうようにやっています。

衛藤　河津（奈津子・産創交流分科会）さんは地産地消で農家の作った物を大切にしていると思います。

河津　日田で飲食店をやるということを考えたら日田で作ってくれている方の産物を使い続けて、それがこんな商品やお弁当になって、こんな人たちがそれを買ってくれた、とフィードバックすることで、またやりがいがでる。うちがコミュニティーカフェにしているのは、それを食べてくれる方たちにも知ってほしいという思いがあります。作ってくれた人の方が輝いんだと、という思いを“感染”させて、日田市の方みんなが「農家さんありがとう」と言うようにならないといけないと思います。

衛藤　農家の方へ熱い思いを語られていますが、神川さんどうでしょうか。

神川　ありがたいです。地元をまず大切にしないと先には進まないと実感しました。人口の多い所の方が多くとってくれるのは確かですが、地元の10人が10人オ

観光／若手リーダー
Masahiro Takauchi
武内真央 さん
日田市、31歳。ホテル風早専務。アメリカのリンカーンメモリアル大学に在籍。京都新聞を経てテレビを嫌い、古巣に残る此花津渡（ひさつひ）伝説に興味がある。

産創交流／若手リーダー
Mineyuki Kawazu
川津峰之 さん
日田市、40歳。川津食品社長。流通経済大を卒業後、南津江町役場、帰ク藤ハイランドパークの支配人を経て、ユズこしょう製造のため2004年に川津食品を設立した。

総合コーディネーター
Saiho Eto
衛藤正法
1991年入社。整理部、地域報道部を経て整理部長。45歳。猛獣もかすむハートの熱さに、日田人のパワーを実感した。

産創交流／アドバイザー
Tetsurou Miura
三浦哲郎 さん
大分市、32歳。大分ベンチャーキャピタル企業支援部サブマネージャー。金融機関での法人金融を経験後、2009年入社。事業再生ファンドの運営に従事。

観光／アドバイザー
Teruaki Naka
那賀輝彰 さん
大分市出身、36歳。JR九州本社旅行事業部営業創造課主査。法政大学を卒業後、JR九州へ入社。旅行事業本部でマーケティングを担当している。

那賀　未来を創造したり、デザインするのはそう簡単なものではないですし、10年かもしれない、15年かもしれない、15年してもしかしたらできないかもしれない。けれど、理想を持ち続けないと実現することはできないと思います。ぜひこの会をきっかけに地元の方が働きたいとか、来る方に こんなことを伝えたいという日田のまちをつくっていくための第一歩にしていただきたいと思います。

衛藤　会議を通じての感想を山浦先生にお願いします。

ルイーダの酒場つくる

山浦　振り返ると三つ話が出たと思います。一つは日常が大事だということ。日常を今のうちから磨いていくことがポイントだと思います。二つ目は市民が大事ということ。7万人弱の日田市民をどう巻き込んでいくかがポイントだろうと思います。市民7万人が365日来てくれるお客さんだと思えば2千万とか2500万人になるのと、市民をお客さんとして大事にしていくこともありますし、宣伝の話では、7万人も営業マンがいると考えれば、こんなに心強いことはありません。最後につながりの話をされていました。神川さんたちのイメージの部会で毎年ナシ料理コンテストをしているそうですが、せっかく開発されたメニューを河津さんのカフェで食べられるようにするとか、ここに今いらっしゃる皆さんの中でも連携が生まれるんじゃないかと思います。これは言うかどうか迷ったんですが、ドラゴンクエストというゲームの中に、ルイーダの酒場という戦士や魔法使いなどいろんな属性の人が集まっている所があって、そこで当面役に立つ人を連れて行くことができるんです。情報交換もできて、ルイーダの酒場で吹っ飛んでしまいました（笑）。今日は日田を語るには狭い場所だったんだろうなと思います。ぜひ、今日のつながりを次の機会につなげて、新しい取り組みがどんどん花開き、窓を開くように視界が開けていくような形で、日田に新しい可能性を開いていくつながりであってほしいと思います。私どももバックアップしていきたいです。今日はありがとうございました。

これまでのハピカム開催地／平成23年度 ①宇佐市（10月）②津久見市（3月）　平成24年度 ③九重町（6月）④日出町（9月）⑤国東市（12月）⑥臼杵市（3月）　平成25年度 ⑦竹田市（6月）⑧日田市（9月）

大分を学ぶ

教育に尽力した淡窓 現代にも通じる理念

日田市編　咸宜園

江戸時代、大分県には高度な教育機関だった塾がいくつか開設されました。当時の教育について学ぶために、日田市の咸宜園を訪れました。

咸宜園は江戸時代後期に廣瀬淡窓によって開かれた私塾です。咸宜とは「咸く宜しくあることよろし」という意味で、身分や学歴、年齢の差別なく門下生を受け入れるという塾の理念（三奪法）に通じています。

咸宜園の中では皆が平等に扱われていました。全ての門下生を客観的に評価する基準となったのが月旦評というの成績表で、学力はもちろん人柄も総合的に評価され、月に一度公表されたそうです。門下生はこれを指標とし、学習意欲の向上につなげていました。

淡窓は門下生の人の間性や社会性を育てることも重視していました。門下生に塾のいろいろな職務を分担させたりもしたのためです。塾の敷地内に建てられた、現存する塾主の居宅「秋風庵」や書斎「遠思楼」を見学すると、当時の塾での生活の様子が鮮やかによみがえってきます。

80～90年も続いた咸宜園は5000人を超える門下生を送り出していて、その中には大村益次郎や清浦奎吾、上野彦馬など当時の日本に影響を与えた人物もいました。

日本有数の私塾を生み出し、「教聖」と称される淡窓ですが、学芸員の溝田直さんから、淡窓が遺した日記には、猫を可愛がっていたとか、UFOのような物体を見たとか、高い場所が好きで二階建ての建物を建てたなどという記述もあります」という話を聞き、私たちと同じように、人間味あふれる人物だったということも知りました。

現在の日本と違い、江戸時代は学びたい人が自ら学ぶという方法を取っていた時代です。幼少のころから学問に対する情熱を持ち、当時の日本の教育に反力する淡窓の姿に、学問を学ぶ立場である大学生として、とても感銘を受けました。

国立大学法人
大分大学
OITA UNIVERSITY
□旦野原キャンパス　〒870-1192 大分市大字旦野原700番地
□挾間キャンパス　〒879-5593 由布市挾間町医大ヶ丘1丁目1番地
□王子キャンパス　〒870-0819 大分市王子新町1番1号

取材
3年
城ヶ盧栞
服部茉莉