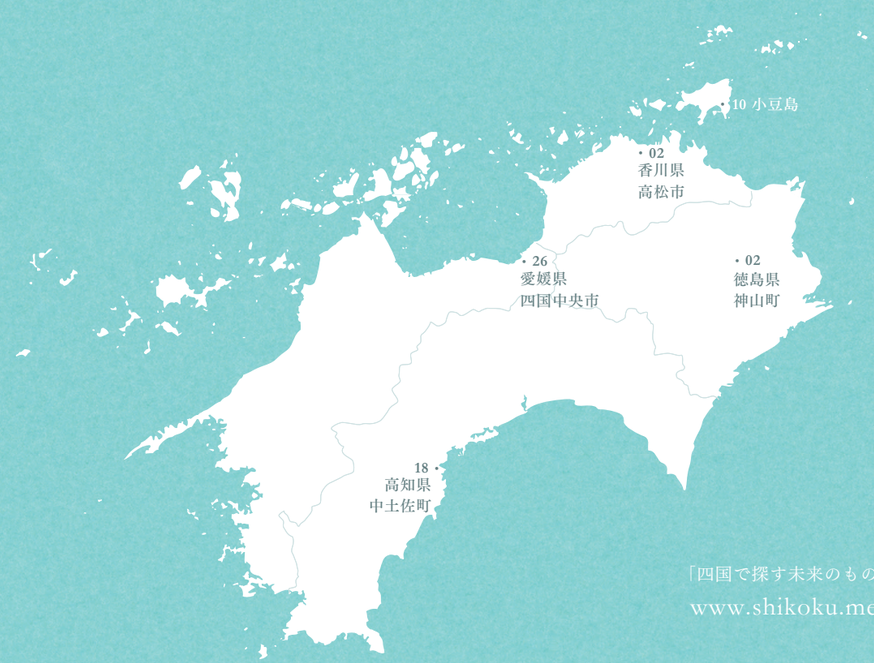
四国びとの素（もと）

The principle
of
Shikokubito

四国びと

「四国らしさ」ってなんだろう。
四国が幸せになるための新しい「ものさし」を探して、
わたしたちは、約1年半にわたって、
四国に暮らす多くの「四国びと」に会い、話を聞き、
その内容をWEBサイトでご紹介してきました。
四国では、従来の幸せの概念や大都市圏の価値観にとらわれず、
自分たちのものさしで考え、行動し、
今までにないオンリーワン生業（なりわい）を生み出す人たちが増えています。
この「四国びとの素」では、
これまでWEBでご紹介してきた「四国びと」を再び訪ね、
彼らの活動の素となる想いや価値観に触れてきました。
すでに反応のリレーションは始まっています。
今日も、四国のどこかで、
新しい四国びとたちのつながりが生まれているかもしれません。
あなたのまわりは、いかがですか？



「四国で探す未来のものさし」インタビューマガジン
www.shikoku.meti.go.jp/shikokubito/

もくじ

index

02　四国びと対談
大南信也さん × 真鍋康正さん

10　四国びとの素　「伝統の味を伝える、島の醤油屋」
山本康夫さん ヤマロク醤油

17　コラム　「四国の地域資源」

18　四国びとの素「新しい氷とともに歩む漁師町の現場から」
松本泰典さん　高知工科大学

25　コラム　「四国の水産業」

26　そとからの目線「四国の次のステップは？」
トム・ヴィンセントさん

30　データで見る四国

32　四国びとアーカイブ

四国びと対談

「四国」ってどんな場所？

四国びとのものさしで見渡してみると、今までの価値観では見えなかった新しい四国の姿が見えてきました。「地域」「人」そして「未来」。3つのキーワードで、お2人の四国びとに、私たちが暮らす四国について聞いてみました。

成田｜まずは「地域」について、お2人が地域に関わるきっかけを教えてください。

大南｜私の関わりは1990年ころから。戦前に日米親善の印として贈られた青い目の人形を米国へ里帰りさせようという国際交流の取り組みがきっかけでした。その後、県の国際文化村を神山に作ることになって、いずれ地元で管理するなら、最初から将来を見据えて関わろうと。

地域

そこで年に一度アーティストインレジデンスをやって国内外のアーティストを神山に招くうちに、いろんなことが見え始めたんです。移住者を受け入れたり、サテライトオフィスを誘致したり、いろんなクリエイティブな人が集まることによって、地域が動き始めたと感じたのが4、5年前くらいですかね。

真鍋｜私は高松育ちで、東京の大学に進学後、10年くらい東京で働いていました。その後、実家が鉄道会社の再生に携わることになり、父と相談しているうちに、鉄道に可能性を感じて。鉄道って、今まではモータリゼーションの中で沈んでいた業界なんですけど、これからはむしろ重要になってくるのではないかと。高松にもどって3年目に、ちょうど琴電開業100周年を迎えまして。普通なら百年史を作ったり、これまでの歴史を振り返るところなんでしょうけど、私はむしろ鉄道のこれからに関心があったので、地元の若いクリエイターたちと、修理工場の写真集を出したり、映画を撮ったり、現代サーカスを工場の中でやったり。あるいは電車の中でライブやお茶会、婚活パーティをやったり。電車や駅、工場の新しい価値を発見したいなと思って、いろいろやっています。

まずは5人くらいで成功体験を共有すること。

ことでん仏生山工場で行われた「100年サーカス」

レトロ車両を貸し切って行われた「パブトレイン」

香川県在住の写真家GABOMIによることでん仏生山工場の写真集

成田｜お2人が、地域で何かを始める時に大切にしていることは？

大南｜まず同士を集めること。最初は5人位、同じ思いを持った人間を集めることです。そして、小さくてもいいので成功モデルを共有すること。例えば、あれやってみようと話した時に、自分しか知らないことは周りにも伝えづらい。こういう時に言葉で伝えられることはほとんどなくて、「とにかくええんよ」って言っても、「何が？」ってことになる。でもみんなが体験していたら、「あれな」って言ったら、「あれやろ」ってわかるわけですよ。まずは小さくてもいいから同じ成功体験を共有することが、物事の始まりというような気がしますね。

真鍋｜その同士はどうやって集めるんですか？

大南｜最初はノリですね。ちょっと面白いよな、こんな事できたら夢があるよなって。最初に人を動かすのは「楽しい」って思えるかどうかじゃないですか。

真鍋｜すばらしい（笑）。きっと土地としてのつながりがあるからでしょうね。逆に都会では、ノリで始めるのって意外と難しい。何をするにも予算は？スケジュールは？みたいになっちゃう。それって小さな地域の強みですよね。

成田｜真鍋さんは、経営陣という立場から、組織の中で様々な新しい取り組みをされていますが、その際に心がけていることはありますか。

真鍋｜鉄道会社は、基本的に安全を絶対的な使命としているんですよね。だから厳格なところがある。でも一般の人が鉄道に求めるものはむしろ快適さや便利さ、見た目のかわいらしさだったり、楽しい感じだったり。そういう普通の人の目線を、現場にフィードバックして、まちの人とコミュニケーションできるようにするのが私の役割かなと思っています。

大南｜ヨソ者の目線というのは、地域にとっても、会社にとっても、そこが一つの可能性の扉なんですよね。その風穴をどう開けて、そこから何を起こしていくか。例えば、神山では1999年から毎年アーティストインレジデンスをやっていますが、彼らにとっては不便だとか家が古いってことは問題じゃない。むしろ「ここで可能性を見つけるのがアーティストの役割だから、これは俺らに任せろよと」という感じ。地元ができることは、その人たちにやりたいことができる環境を提供すること。つまり場貸しビジネスですね。

神山アーティスト・イン・レジデンス（KAIR）の作品
カリン・ヴァン・デ・モーレン（オランダ）「Moon dome」

海外のアーティストを迎えて地域住民との交流会

神山サテライトオフィス第1号の「納屋オフィス」

真鍋康正さん
高松琴平電気鉄道取締役

プロフィール：
1976年香川県高松市生まれ。一橋大学経済学部卒業後、経営コンサルティング会社、投資会社に勤務しながら、四国出身の首都圏在住者らと四国の魅力発信にも尽力。2009年帰郷、現在、高松琴平電気鉄道取締役、香川日産自動車取締役。アイル・パートナーズ代表取締役等。地域のインフラ企業の経営に携わり、交通・移動と地域の新しい関係について考える。

大南信也さん
グリーンバレー理事長

プロフィール：
1953年徳島県名西郡神山町生まれ。スタンフォード大学大学院修了。2004年、NPO法人グリーンバレーを立ち上げ、神山アーティスト・イン・レジデンスや神山塾、移住・起業支援やサテライトオフィス誘致などユニークな事業を展開。クリエイティブに過疎化をさせる「創造的過疎」を持論に、多様な人が集う「せかいのかみやま」づくりを進めている。

ウチとソトの人を「つなぐ場」が重要

真鍋　今は一人ひとりが一つのメディアだと思うんです。たった一人でも面白いと思う人がいたら、ソーシャルメディアで、その周りからじわじわと情報は広がっていく。ピンポイントで情報を届けられるからこそ、誰に何を届けるかで結果が変わってくる。

大南　今、四国中でいろんな形で情報発信が行われていますが、みんなに知ってもらおうという意識が強いと思うんですよ。でも、日本中の人が四国に来ても困るでしょ？本当は「みんな来て下さい」という場所には誰も来たくない。それは観光も移住も企業誘致も同じ。こういう人に来てほしいと意思を持って発信すれば、小さくてもビンビン響く。

真鍋　今は個人の情報収集能力が格段に上がっていますからね。そこで必要なのは、まんべんなくというより、むしろ情報の深さですね。

大南　例えば、移住希望者でなくても、地元の暮らしに観光として飛び込んでみたいという人は結構いるわけですよ。観光化された情報ではなく、もっと生活そのものの中に、まるで親戚みたいな気持ちで入っていけるような旅の在り方を求めている人が増えている。

真鍋　神山がまさにそうですね。

大南　四国はお遍路さんの影響も強いと思います。神山はちょうど遍路道沿いにあるので、私も小さい頃から旅の人には慣れていました。あれは焼山寺の場所がわからんようになっとるなと思ったら、こちらから「お困りですか？」って声をかけたり。お接待というだけじゃなくて、困っている人に手を貸すという素地が生活の中に刷り込まれているんですね。これは四国の偉大な資産だと思いますね。

成田　インターネットの時代でも、結局は情報を発信するのは「人」。そのために、もっとこうしたらいいのにと思うことはありますか？

大南　たぶんこれから必要になるのは、カフェやパブ機能。コーヒーやお酒を飲む場所という意味ではなくて、人の情報が得られる場所です。例えば、誰かが成田さんを神山に連れてきたとしたら、成田さんは、こういうことに興味があるから、この人に会っておいた方がいいよということで、きっと誰かが私の所に連れてきてくれると思うんです。でも、インターネットで調べたからといって、いきなり飛び込みで来られたら、さすがに困りますよね。そんな風に、地元の人と外の人を紹介してくれる人やつないでくれる場が重要になると思います。

真鍋　四国にはいろんな人がいますから、その情報は最大の資産になるでしょうね。

成田　一方では、外から見ると、四国はまだまだ印象が薄いと言われます。お2人が外の人を四国に招き入れる中で、そうした不満やギャップはありませんでしたか。

大南　サテライトオフィスに来る人たちは、最初は、東京の生活に比べたら不便でしょって言うんです。でもそういう不便さは住めば慣れるもの。それよりも違う価値を見つけ出して、結果的にみんな元気になって東京へ帰っていくわけです。結局、来た人がその土地の魅力や価値を見つけていくんです。よく町の入り口に「日本一美しい町」って書くでしょ。あれはまち側の願望を押し売りしているだけ。でも訪れた人が自分で発見したものは、帰った後もずっと持ち続けてくれる。あなたが見つけたものが最高の価値ですよと。そういう土地を四国は目指していけばいいのではと思いますね。

真鍋　モノが少なかったり、人が少なかったり、要するに何もないからこそ、自分の価値を見つけやすいとも言えます。自分がアーティストで作品を発表するとしたら、東京のギャラリーで見せるよりも、神山で発表することで、より作品が輝く可能性があると思うんです。

大南　私は、旅っていうのは「光」を見に行くんじゃなくて、「自分」を見に行っていると思うんです。都会にいたら、自分のやってることがシャドーボクシングのようで、パンチが効いてるかどうかもわからない。だからやみくもにパンチを出して疲れてしまう。ところが、四国にいると、パンチの効き具合がよくわかる。

真鍋　思わぬところでカウンターが入ったり。小料理屋のおばちゃんから、「あんたニュースに出とったやないの」って言われたり、いつも行く食堂の定食が大盛りになってたり。都会では絶対にあり得ない（笑）。

まちの背骨を受け継ぐということ

成田 ― 東京から見ると、四国のＧＤＰは日本の３％、人口も３％弱、そんなふうにしか見えませんが、四国のものさしで見れば、もっと前向きな評価ができるし、未来へ向けてどう進めばいいかも見えてくるんだなあと実感できましたね。

大南 ― 問題が多ければ多いほど、ある意味フロンティアな場所でもある。新しい価値創造の場になり得ると思えば、逆にワクワクしませんか。限界集落万歳！とは言わないけども、いろんなクリエイティブな人たちが過疎地をどう解釈するか、彼らがブレイクスルーを起こす中で、きっと大事なものが提供されると思うんです。

成田 ― 中国では、「危機」の字の中には、チャンスと言う文字が入っていると言われます。「危機」の機は、「機会」の機でもあると。

真鍋 ― そういうものを解決するアイディアや知恵は、多様な人たちが出会うことでしか生まれないと思うんですね。高松に帰ってきて驚いたのは、いろんなジャンルの人が自由に出入りできる境界のないコミュニティが多いこと。まち自体が異業種交流の場所になっているんです。

大南 ― 私なりに言い換えれば、これからは循環型のモデルが必要だということです。イタリアのある町でトラットリアに入ったとき、ウエイターは若いお父さんで、店の端では、子どもがお母さんと遊んでる。厨房では、いわゆるマンマが料理を作っていて、その横でお父さんの妹が料理を手伝っている。20年後、おそらくマンマはいないけど、きっとこのトラットリアは同じように続いているだろうなって、パッと見て世代の循環が見えるんですよね。でも今の四国にはその循環が見えない。循環という背骨が見えれば、今起こっていること一つ一つの意味も変わってくると思うんです。

真鍋 ― その背骨は、受け継がれていく価値観がつくっていくということでしょうか？

大南 ― その塩梅は、その土地に住んでいる人間が一番よく知っていると思います。たぶん真鍋さんは独特の感覚で高松の塩梅はわかってるでしょ。各々の地域が、自分たちの塩梅で背骨を作っていけば、自ずと個性が生まれ、多様性にもつながっていくでしょう。

成田 ― 背骨を継承するとは、具体的にはどういうことだと思われますか？

真鍋 ― まず、自分たちのまちの何が背骨かを話し合うことでしょうね。言わば、まちの記憶を受け継ぐこと。私の周りには、地域のお年寄りに折に触れて会う機会があって、昔の高松はこうやったとか、まちの歴史を聞く機会がすごく多いんです。そのままやるのではないけど、そういう話を知っておくのは大事だと思います。

ことでん仏生山工場
今回対談が行われたのは、真鍋さんのホームグラウンドである「ことでん仏生山工場」。ふだんは車両修理工場だが、写真集が発売されたり、サーカスの会場になったり、地域との関わり方を模索することでんの新たなシンボルになりつつある。

大南 ― まちのＤＮＡを引き継いでいく時、今までは血縁地縁の者で受け継いできたけれど、今後それが難しいなら、私は移住者にも加わってもらったらいいと思います。誰が残すかではなく、何を残すかにフォーカスすれば、おのずと大事なものが見えてくる。

成田 ― 先ほどの話に戻ると、四国は小さいというデメリットが強調されがちだけど、小さいからこそのメリットもあると。

真鍋 ― 何万人住んでいても、1人の人間が付き合える人数は限られていて、東京でも、高松でも、神山でも、たぶん同じくらいの規模感で、人って生きてるんだと思うんですよ。それが同世代、同業種に偏らずに、ばらけているところが、小さなまちの良いとこかなと思います。

成田 ― 最後に、このような四国のものさしを、今後どう広げていったらいいと思いますか。

真鍋 ― 私は特に若い世代と話す機会を作るようにしています。特に高校生くらいになると、日々接している情報源が違うので、こちらは伝えたつもりでも、全然伝わってなかったりする。やっぱりダイレクトに話をするのが大事ですね。

大南 ― 世の中は、関心のない人がいるから正常なんだと、逆に私自身は考えています。みんなが賛成してくれるようなことはたぶん面白くない（笑）。今すぐ変化が現れるというよりも、もっと大きな変化は自分が死んだ後に現れるくらいの気持ちなわけですよ。やり続けていれば、いつかは必ずいい状態になる。それを見られるか否かは問題にしない。これまでスローできたんだから、これからも四国らしいペースで取り組む方が、逆にいいものができる気がしますね。

伝統の味を伝える、島の醤油屋

山本康夫さん ヤマロク醤油

四国びと FILE
（Web版／2012年6月26日掲載）

プロフィール
1972年生まれ。小豆島に代々継く醤油屋の五代目。木造土壁の醤油蔵に昔から住んでいる菌たちと対話しながら、昔ながらの醤油を造っている。
http://yama-roku.net

編集部コメント｜2年前、Web版四国びとの取材で伺った際、昔ながらの木桶仕込みの醤油を守るために取り組んでいる「木桶職人復活プロジェクト」について熱く語ってくれた山本さん。今回、自らつくった木桶にはじめての仕込みをすると聞いて、再び小豆島を訪ねました。

取材でヤマロク醤油を訪れた時の感動を今でもよく覚えている。おそらく日本人にとって最も身近な調味料である醤油。これまで意識することなく口にしていた。ところが、ヤマロク醤油の再仕込み醤油を舐めたとき、今までとは違う「旨さ」を感じた。ヤマロク醤油の再仕込み醤油は、2年かけてつくった醤油をもう一度桶に戻して、さらに熟成させてつくる醤油のこと。つまり、材料も手間も歳月も、普通の醤油の倍以上かかるのだ。木桶でゆっくりと熟成された醤油は、風味豊かで角のない濃厚な味わいになっている。

ヤマロク醤油
再仕込み醤油
鶴醤
（つるびしお）

香川県の高松港からフェリーで1時間のところに浮かぶ小豆島にヤマロク醤油がある。小豆島は400年以上続く全国有数の醤油の産地。醤の郷と呼ばれる地域には、20軒以上の醤油蔵や佃煮工場が立ち並び、通りを歩くと食欲をそそる香ばしい香りが漂ってくる。

ヤマロク醤油の蔵に入ってまず目についたのは、大きな木桶。強い存在感を放っていて、五感すべてに「ここに本物がある」と訴えかけてくるようだ。この蔵の主、ヤマロク醤油5代目の山本康夫さんは、「木桶は最高の醸造容器なんです」と話す。木桶には100種類以上もの酵母菌や乳酸菌がすんでいて、醤油づくりを助けている。山本さんになぜ木桶仕込みの醤油が美味しいのかと聞くと、「何故か美味しくなる」という答えが返ってきた。じつは、醤油づくりの細かな仕組みは、いまだによくわかっていないのだそう。ある香料メーカーが日本中の醤油蔵の香りを分析したとき、なぜかヤマロク醤油の蔵からはミント系の香りが出たのだが、発酵学の世界では、醤油をつくる菌にミントの香りを出す菌は存在しないのだそう。発酵の世界はまだまだ未知の世界なのだ。

＊四国びとWeb版はこちらからご覧いただけます。
「木桶でつくる島の醤油屋
孫やひ孫に本物の醤油を受け継ぐために今できること」
http://www.shikoku.meti.go.jp/shikokubito/interview/19/

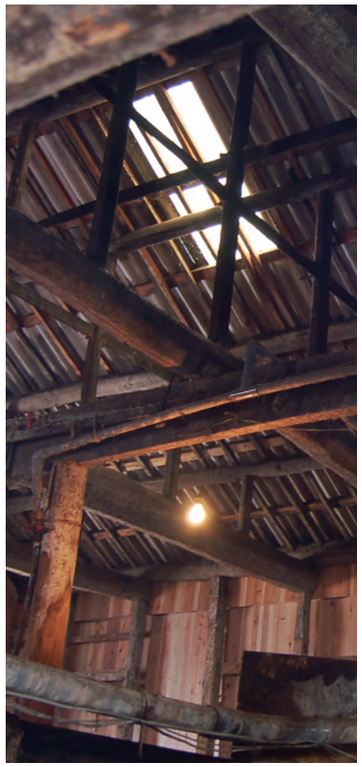
舌の記憶

そもそも、なぜ山本さんは木桶にこだわるのか。「うちなぁ、タンク買うお金なかったんよ」と、意外な言葉が返ってきた。「でも、お金があってもタンクは買わんかったと思う。木桶でつくらんと、旨ぁないんよ」。

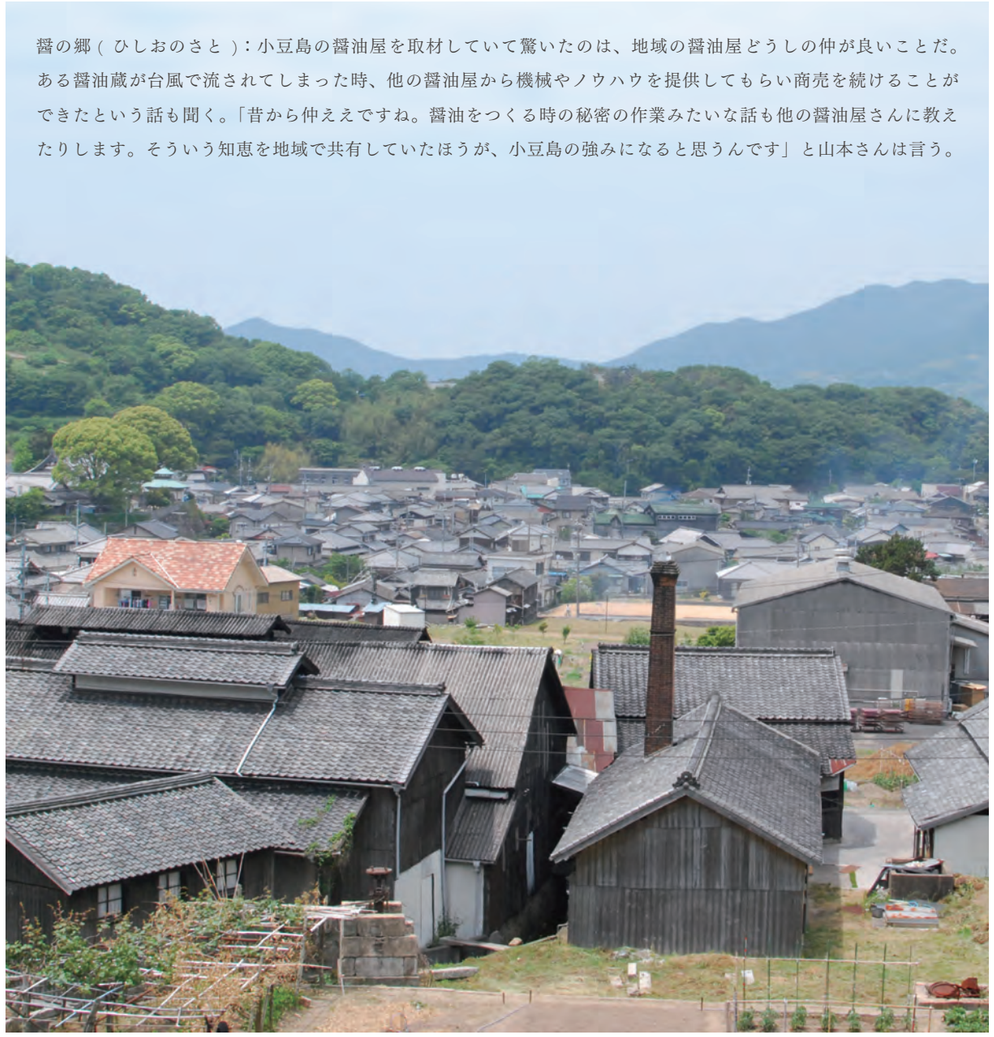
かつて、醤油をはじめとした発酵調味料はすべて木桶でつくられていた。しかし、工業化が進むにつれて、次第に大量生産や管理のしやすいタンクが採用されるように。現在、木桶仕込みが行われているのは、現役の木桶が一番残っていると言われる醤油と味噌でも、全体の生産量の1%にも満たないという。たしかに、生産効率を考えればタンクの方が採算が合うし、アミノ酸を添加すれば旨み成分の多い醤油をつくることができる。それでも、山本さんが「木桶仕込みは旨い」と断言するには理由がある。

県外の大学に進学した山本さんは、食堂の醤油を使ってみて、自分の家の醤油の旨さに改めて気がついた。天然醸造の醤油は、桶や蔵にすみついた菌が、発酵の過程でさまざまな成分をつくり出し、それらが複雑に絡み合うことで独特の風味や旨味を生み出す。蔵によって働く菌や環境が異なるので、蔵の数だけ味わいの異なる醤油が日本各地でつくられ、その土地ならではの味を育んできたのだ。そんな本物の醤油で育った山本さんだからこそ、大量生産の醤油に満足できない自分がいたのだと言う。

じつは山本さんのお父さんも、「子どもの頃に食べたあの味が、うまあて、うまあて、忘れられん」と、一度はやめていた再仕込み醤油を復活させた。ヤマロク醤油の旨さは、代々子どもの頃から山本家が親しんできた味。ヤマロク醤油の蔵にすむ菌でないとつくれない。それが、山本さんが木桶仕込みにこだわるシンプルであり力強い理由なのである。



醤の郷（ひしおのさと）：小豆島の醤油屋を取材していて驚いたのは、地域の醤油屋どうしの仲が良いことだ。ある醤油蔵が台風で流されてしまった時、他の醤油屋から機械やノウハウを提供してもらい商売を続けることができたという話も聞く。「昔から仲ええですね。醤油をつくる時の秘密の作業みたいな話も他の醤油屋さんに教えたりします。そういう知恵を地域で共有していたほうが、小豆島の強みになると思うんです」と山本さんは言う。



木桶の菌：山本さんが「最高の醸造容器なんです」と言う木桶。桶には100種類以上もの酵母菌や乳酸菌が何百年もすんでいて、醤油づくりを助けている。

醤油屋が桶屋に弟子入り!?

元来、醤油・味噌・酢・みりん・酒など、日本食を支える基礎調味料には木桶が欠かせない。しかし、現在使われている木桶の多くは、戦前につくられたもの。100年後には、ほとんどの木桶が使えなくなる。そうなれば、私たちの子どもや孫の頃には、木桶でつくる伝統的な調味料が食べられなくなってしまう。もちろん、ヤマロク醤油も例外ではない。しかも、ヤマロク醤油で使っている醸造用の大桶を製造できる桶屋は、現在、大阪府堺市にある藤井製桶所1社のみと言う。

「今、我々が動かなければ、日本の食文化の基礎が崩れてしまう」。そんな危機感を抱いた山本さんは、仲間と「木桶職人復活プロジェクト」を立ち上げた。小豆島の大工とともに、木桶職人を目指して、藤井製桶所で修行することにしたのだ。万が一、桶をつくってくれる職人さんがいなくなったとしても、自分たちだけで桶を組み上げられるよう、目下修行の真っ最中だ。

山本さんの素(もと)
先を読む

2013年1月28日、自分たちで組み上げた木桶に初めて醤油を仕込んだ。瀬戸内では珍しく外は雪。まるで今日という歴史的な日を祝福してくれているかのようだ。2009年、藤井製桶所から新桶を仕入れたのは、戦後初めてのことだと聞いた。ましてや醤油屋が自ら桶屋に弟子入りし、木桶をつくるという前代未聞のプロジェクト。おのずと気持ちが高ぶる。息が白く残る醤油蔵で、もろみと塩水を混ぜ、無事に新桶への仕込みの作業を終えた。今回仕込んだこの醤油が食卓に届くのはなんと2年半後。天然醸造の醤油造りは手間暇がかかるのだ。

山本さんと話していると何年も先を考えていることに驚かされる。今使っている木桶が使えなくなるのは50～100年後の話。自分はもうこの世にいないかもしれない。どんな事業でもここまで先を見通して考えることは簡単にできるものではない。聞いてみると、「それは、醤油造りのサイクルが長いからかもしれないです」と山本さん。通常、天然醸造の醤油は1年ほどで完成するが、再仕込み醤油は4～5年がかり。「生きているうちにあと何回再仕込み醤油をつくれるか?」と自然に考えるようになる。ものづくりの期間が長いので、自然と世代を超えて考えるようになるのだ。

伝統の味を守る

死んだ爺さんが桶に必要な真竹を植えていたことを知った時、涙がでそうになりました。

ところで、木桶に欠かせない箍（たが）を編むには13～14mの真竹が必要だ。車では運べないので島内で確保しなければならない。ある日、近所の人に「死んだお前の爺さんが山の上のほうに植えとったぞ」と言われ、山本さんは涙がでそうになったと言う。また父親の代で桶を解体した際も、その材料を捨てずに蔵の奥に残してくれていた。組み直して木桶をつくるときに、その材料を削り使うことで、その木桶にもヤマロクの菌が生きている。孫子の代に木桶を残そうと奔走している山本さんだが、実は父も祖父も、同じように次の世代のことを考えてくれていたのだ。何代にも渡ってこの蔵の味を守り続けてきた先代たちの想い。山本さんは、きっと自分が次の世代のために行動してきたことが間違っていなかったと背中を押された気分になったに違いない。

そして今、山本さんの3人の子どもたちも、ふらりと醤油蔵に来ては父親の働く姿を見たり、ぷちぷちという発酵の音を聞きながら育っている。家で使う醤油はもちろんヤマロク醤油。こうして、また次の世代にこの味が受け継がれていくのだ。「何百年も前から受け継いできたものを、未来に伝えていくのが僕の仕事です」。時代がめまぐるしく変化する今だからこそ、少し立ち止まって、自分の周囲や孫子の世代のことまで見渡してみる。そうすると、おのずと今すべきことが見えてくるのかもしれない。

ちょっと一息

四国の地域資源

四国で生活を営む人びと。彼らを育む環境には
「四国ならではのもの（四国の地域資源）」
が重要となっています。
ここでは、その中の一例をご紹介します。

ルボア （香川県 東かがわ市）

・皮革加工技術が集積。
・経営が相手に左右されるOEM製造から、自社ブランドを立ち上げ。
・2012年、アジア最大の皮革製品展示会「APLFファッション・アクセス展」で、APLFアワードを受賞。

井上誠耕園 （香川県 小豆島町）

・オリーブ栽培が盛んな小豆島。
・オリーブを使った加工食品、化粧品などを商品化。
・通信販売で全国展開。
・オリーブ畑にcafeを併設。

菊水酒造 （高知県 安芸市）

・商品開発に女性を登用。
・「女性のためのお酒」を展開。

新しい氷とともに歩む漁師町の現場から

松本泰典さん

高知工科大学 地域連携機構 ものづくり先端技術研究室

プロフィール

1971年生まれ。兼松エンジニアリングから高知工科大学に転職。製塩技術、スラリーアイス製造技術などを地域に生かすため、現場主義をモットーに奮闘している。

四国びと FILE
（Web版／2012年4月16日掲載）

編集部コメント｜Web版四国びとの取材で伺った時は、とにかく中土佐町の皆さんのパワーに圧倒されたのを覚えています。業種も性格もバラバラだけど、共通の何かでしっかり結ばれている。そのチーム力の源は何なのか、ふたたび松本さんに聞いてみました。

魚を新鮮なまま保存できるシャーベット状の氷、「スラリーアイス」が、カツオのまち、高知県中土佐町を変えようとしている。中土佐町は、高知市から車で西に45分ほど走ったところにある人口7500人ほどの小さな港町。漫画「土佐の一本釣り（青柳裕介作）」の舞台としても知られる。商業港である久礼港を中心に、宿場町として栄えた中土佐町も、時代が変わり、高齢化、過疎化の波が押し寄せてきた。そんな中、町を活性化させるために着目したのがスラリーアイスだった。

スラリーアイスで船上冷蔵された鮮度のいい魚「ぴんぴ」ブランド

スラリーアイスを開発したのは、高知工科大学の松本泰典さん。無類の魚好きを自負している。松本さんが、魚を新鮮なままで保存できる温度マイナス1℃に着目して開発したスラリーアイスは、魚が凍ってしまっていた既存のスラリーアイスとは異なり、魚を凍らすことなく最適な状態で保存をすることができる。

現在、中土佐町ではスラリーアイスで保存した魚を、鮮度の良い〝ぴんぴん〟とか、ピンきりの〝ピン〟、絶品の〝ピン〟などをもじった「ぴんぴ」ブランドとして、東京などの有名ホテルに販売し、好評を得ている。釣られたカツオは漁船の上でスラリーアイスに保存されるが、狭い船内にはたくさんのスラリーアイスを積むことはできない。つまり、選りすぐりのカツオだけがスラリーアイスに保存される、まさに数量限定のトップブランド、別格のカツオである。

中土佐町が掲げたスローガン「すべては漁師が誇りをもって黒潮の群魚を追い続けるために　俺の子も俺の孫も」に応えるために、「一人では絶対に何もできない」と言い切る松本さんが現場でプロデュースしてきたこと、地域の変化などについて、関係者も交えて話を伺ってきた。

＊四国びとWeb版はこちらからご覧いただけます。
「漁業を守るマイナス1℃の挑戦」
http://www.shikoku.meti.go.jp/shikokubito/interview/15/

一人では絶対に何もできない。連携力をいかに生かすか。

漁業のまちを振興したい

カツオの一本釣りで全国に知られる中土佐町だが、高齢化による後継者不足、燃料代の高騰などにより、カツオの漁獲高は年々減少している。このような状況下で、スラリーアイスに着目したのは、中土佐町の池田町長だった。もちろんカツオに対するこだわりは人一倍持っている。巻き網で一網打尽に獲った魚よりも、やはり一本釣りが一番だ。カツオの美味しさは個体差があり、見極めるには職人技が必要、極端に言えば3枚におろした左右に差が出るほどである。極上のカツオはまさに美味。しかし、店頭に並ぶカツオはいくら新鮮と謳っていても、一口食べると「残念…」というものが少なくない。池田町長は「自分たちの知っている本来のカツオの美味しさをそのままの状態で届けたい。それが出来ればカツオの価格は上がり、漁業関係者にも還元される。必ず漁業の振興、町の活性化につながる」という思いを募らせていた。そんな矢先、知人の紹介で高知工科大学のスラリーアイスと運命的に出会うこととなる。早速大学へ赴き、初めてスラリーアイスに浸かったカツオを食べた池田町長は、これこそ自分の知っているカツオの味、その美味しさに驚いたと言う。

スラリーアイスの挑戦

民間企業から高知工科大学に転職した松本先生は、大学に入った頃、当時上司であった横川明先生に「一人では絶対に何もできない」と徹底的に教え込まれたと言う。大学人は、ともすれば入ってくる情報が偏ってしまう恐れがある。しかし、何かを判断するには正確な情報が必要であり、何をするにも地元の協力は必要不可欠だ。松本先生は、まず地元を知ることから地域の教科書や歴史書を読むことで中土佐町と地域の教科書や歴史書を読むことで中土佐町を学び、首尾一貫して現場主義に拘ってきた。

平成21年11月、漁協の横にスラリーアイス製造施設が完成した。製造を任された財団法人中土佐町地域振興公社の中越さんは、「漁師さんの最初の反応は、警戒心というか、誰だ？という雰囲気でした。陰からジッと見られているような視線は感じていました」と振り返る。

初めて施設に来た人は、トイレを借りに来た漁師だった。魚を捕ることが漁師の仕事、鮮度を保持するのは仲買人の仕事と割り切っている漁師も多い。中越さんは、漁師の家を一軒一軒訪問し、スラリーアイスの効果や、それが漁業に役立つかもしれないことを、懸命に話して回った。「漁師さんから、初めてスラリーアイスを船に持ってこいと言われた時は、涙が出るほど嬉しかった」と顔をほころばせる。しかも、釣ったカツオが陸に降ろされるのは出港する久礼港だけではない。中越さんは、漁船から連絡を受けると寄港のその時間その港にカツオを引き取りに行く、こうした地道な活動の積み重ねで、少しずつ信頼を勝ち得ていった。

「魚を釣ってなんぼ」の世界にいる漁師が鮮度にもこだわり始めた

スラリーアイスを製造し始めてから3年。スラリーアイス入りのクーラーボックスを届ける際、最初は「漁船まで持って来い」と言っていた漁師たちが、いつからか「俺が漁船に持っていくわ」に変わった。今やスラリーアイスに対する漁師の期待は高まるばかりである。漁を終えた漁船が帰港する際、漁場に残る漁船にわざわざ船を並べてスラリーアイスを積み替えたり。胃ガンを患って以来、食事に興味がなくなっていたが、ぴんぴ鰹（かつお）のお陰で食事が楽しくなったと消費者からの声をもらったり。決して楽な道のりではなかったが、中越さんは「苦労よりも嬉しいことの方が多かった」と振り返る。

漁師は「魚を釣ってなんぼ」の世界。数秒間に一本カツオを抜きあげると言われている。竿がしなっているにも関わらず、船上でスラリーアイスにカツオを漬ける漁師の姿は、想像し難いほどの大きな変化である。これまで漁師からは「自分たちの代で終わりだろう」という声がよく聞かれたが、魚価を向上させることに目覚め、モチベーションが高まっていけば、そういう声を聞くことも、いつかなくなるかもしれない。

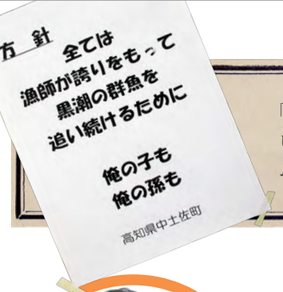
チーム力の秘密はマネジメントにあり

中土佐町の成功によって、スラリーアイスの製造装置の需要も増え始めている。連携先の装置メーカーである株式会社泉井鐵工所では、他地域への装置の販売実績が徐々に増えている。スラリーアイスが普及すれば、当然中土佐町のライバルも増える。しかし当の本人たちはまったくそんな危機感は持っていない。もともと全国で盛り上げていこうというオープンな気質はあったが、例え特殊な氷があったとしても、地域に生かす、人を動かすのは机上の理屈ではない。要はやっぱり人。中土佐の人たちの表情からは、「真似できるならやってみい」というプライドさえ垣間見える。

中土佐町での取り組みは、地域（中土佐町）の課題を、地域の技術（高知工科大学のスラリーアイス）で解決しながら、新たな価値（極上の鰹）・地域の魅力（水産資源の豊富な町）を全国に発信する言わば産官学連携プロジェクトだ。例え優れた技術があったとしても、それが生かされない限り、スラリーアイスはただの氷、スラリーアイス製造装置はただの機械装置のままである。そこで重要になってくるのが、関係するプレイヤーたちの熱意とブレない姿勢を維持するためのマネジメント力である。

連携事業によく欠けていること、そして最も重要なことは〝マネジメント〟である。中小企業はこれらの機能が活かしきれていないことが多いので、産学連携において単なるグループのような連携体ができてしまうことも少なくない。研究資金獲得を目的とする研究体ができてしまうこともまた然り。

一方で、松本さんは「僕らは決して一枚岩じゃない」と断言する。多様な分野の人が集まれば意見が異なるのは当然。「メンバーが集まるといつもぶつかっては議論が始まる」と苦笑いするが、そうした中で、ビジョン（いつまでも漁師のいる町）と目標（極上の魚を全国に届けることで魚価を向上させる）を明確にし、そのために必要なメンバーを動かし、意思共有を図りながら、少しずつ信頼関係を築き上げていくという作業を、松本さんは緩やかにコーディネートしてきた。その姿は、横川先生から引き継いだ「一人では絶対に何もできない」という言葉にも重なる。こうしたマネジメントの力こそが中土佐町のチーム力の秘密であり、だからこそ一人一人がのびのびと能力を発揮し、チーム力を最大限に生かせるのだろう。厳格な漁師たちを前に、スラリーアイスを製造する姿を見せ続け、〝だるまさんが転んだ〟のように少しずつ歩みを縮めていった原動力は、そうして培われたもの。即席の連携体とは訳が違うのだ。



スラリーアイスに関わる仲間たち

「今回の取り組みは、この人たちが誰一人欠けても実現しなかった」と松本さんが語る、個性派揃いの開発チームの皆さんに、それぞれの思いを伺いました。

高知県 中土佐町長　池田 洋光さん

私の思いは単純明快です。中土佐町のシンボルである極上の鰹を全国に届けたい。そして町の振興に繋げたいと言うことです。スラリーアイスの鰹を初めて食べた時は、とにかく驚きましたよ。試食会などで中土佐町から東京へ輸送してもほとんど味は変わらず、地元で食べるのと同じ新鮮な鰹が県外でも味わえるようになりました。松本先生と中越さんは、誠実な対応で漁師さんともいい信頼関係をつくっておられて、本当によくやってくれていますよ。

高知県　中土佐町　水産商工課長　竹邑（たけむら） 安生さん

“ぴんぴ”ブランドのロゴマークは、全ての魚の愛らしい幼魚が“ぴんぴ”の王冠をかぶっている姿として描きました。中土佐町の取り組みはオープンなので、ぜひ町に来て本場の魚をご賞味ください。

久礼漁業協同組合　溝渕 景久さん

スラリーアイスの魚は、そりゃぁ新鮮ですよ。久礼の漁師の平均年齢は６８歳、若手と言っても５０代後半という状況ですから、漁船の数も減ってきています。スラリーアイスが現状打破のきっかけになればいいですね。魚の価値が上がって、また昔のように、たくさんの漁船が沖に出て、市場に大量の魚を並べてくれるよう、期待してます！

高知工科大学 社会連携部長　長山 哲雄さん

私たちの大学のミッションは、教育、研究、社会貢献が３本柱。スラリーアイスの開発は、社会貢献の重要課題のひとつとして、大学の事務方と先生が一体となって取り組んでいます。

高知工科大学　社会連携部　佐藤（さとう） 暢（まさと）さん

スラリーアイスの製氷技術は、実は溶液が濃くなる濃縮技術でもあります。従来の濃縮方法では損なわれてしまう風味を保持できるので、例えば季節ものの少量品種の果汁を濃縮処理する装置として、ニーズがあると思っています。装置の製造業者を一般公募するなど、新しい連携先の模索を経て、現在は経済産業省の助成事業に採択され、研究を進めています。

中土佐町地域振興公社 スラリーアイス事業部　中越 竜夫さん

最初は口も聞いてくれなかったけど、丁寧にお付き合いする中で、少しずつスラリーアイスを使ってくれる漁師さんが増えました。初めて漁師さんに「スラリーアイスを船に持ってこい」と言われた時はうれしかった！また、病気で食欲がなくなった人が、ぴんぴ鰹をきっかけに食事が楽しくなったと言ってくれた時も感動しました。

泉井鐵工所　北村 和之さん

松本先生と一緒に、スラリーアイス製造装置を開発してきました。これまでに全国で 25 台の装置を販売（H25 年 1 月現在）。うちは、もともと漁労機械のメーカーで、漁師だった創業者が船上での危険な作業を軽減したいとの思いから立ち上げた会社。スラリーアイスは中土佐の漁師の未来をつくる仕事。自分たちの仕事に誇りを感じているからか、最近、若い社員も顔つきが変わってきたのがうれしいです。

地域の思い応えものづくりに

これまでは、厳選した高品質の商品でブランド力を上げることを目標にしてきた中土佐町だが、今後、量産化が進んでいけば、新たな体制の検討が必要となる。大量のカツオをスラリーアイスで保存するには、船上ではなく港で保存せねばならず、今までよりも鮮度が落ちることは間違いない。量と質のバランスをどうとるかが今後の課題だ。品質にこだわりブランド産地として観光誘致につなげる、販路拡大のために量産化を図る、加工食品などに展開する、カツオ以外のブランド魚種（メジカ等）を増すなど、関係者の思いはバラバラだが、目標を共有しているからこそ、このような方向性も含めて議論できることが中土佐町の強みだ。

松本さんは「私は中土佐町と関わり、人からはいろいろなアイデアが出てくること、3年あれば人は意識もモチベーションも変わることを改めて思い知りました。地域に課題があってこそ私の所属する地域連携機構の存在意義があると思っているので、これからも〝ものづくり〟で地域の思いに応えていきたい。もっともっと隣の人が笑えるような地域を作りたい」と力強く語る。

中土佐町という一つの地域の取り組みが、いつか振り返れば四国らしい取り組みだった、四国発で全国の漁業に希望を与える取り組みだったと言われる日を期待したい。

ちょっと一息

四国の漁業

四国を水産面でみると、
四国の県が上位を占めている品目が少なくありません。
下表はそのなかで一部を抜粋したものです。
水産業は四国の強みのある産業ともいえます。
今後は、漁業者と商工業者等が通常の商取引関係を超えて協力し、
お互いの強みを活かして売れる
新商品・新サービスの開発・生産等を行い、
需要の開拓を行う等の一層の取り組みが期待されます。

海面漁業

	かつお類		たちうお		たこ類	
1位	静　岡	74,329t	愛　媛	2,385t	北海道	17,881t
2位	三　重	29,568t	大　分	1,333t	兵　庫	2,212t
3位	高　知	25,869t	和歌山	1,107t	香　川	1,349t

海面養殖

	ぶり		まだい		真珠	
1位	鹿児島	22,266t	愛　媛	34,738t	愛　媛	7,293t
2位	愛　媛	20,625t	熊　本	8,789t	長　崎	6,387t
3位	大　分	19,679t	高　知	5,501t	三　重	4,341t
4位	高　知	8,508t				

出典：平成23年漁業・養殖業生産統計／農林水産省

四国の次のステップは？

「四国びと」のヒントを探るうちに、そとからは四国がどう見えているんだろう？と気になってきました。「四国びと」を立ち上げからサポートし、徳島にサテライトオフィスを持ち、四国の地域や企業とも交流の深いトム・ヴィンセントさんに、「四国のこれから」について聞いてみました。

人モノじゃなくて、好きだから住む

地域経済を元気にするために最も必要なのは、間違いなく「人」です。まず、四国4県を束ねた一つの島として、今後四国がどういう形になれば豊かでいいなと思えるようになるのかを、みんなで考える必要があるのではないでしょうか。そのためには、仕方なくではなく、好きだから住んでいるという意識が大事。嫌なところばかりに目を向けていても、魅力的な場所にはならないでしょ。

僕が何かをいいなと思う基準は、「もの」よりも「人」です。人の方に興味と関心と感動があって、その人の態度や生活価値観、苦労やがんばりが見えると、いいなと感じます。その人を通して、その人が住む地域やコミュニティ、組織の魅力がどんどん見えてくる。日本中で素敵な人に会う度にすごいなと思うんですよ。もちろん、四国でもたくさん出会いました。そんな人がいる場所は強いですよね。

Interview / Tom Vincent

Next Step For Shikoku

田舎には何もない？

田舎には“何もない”という考えはどこからきているんでしょう。かつての地方から都会への憧れは、買い物などの選択肢の多さによるものが大きかった。でも、今は昔と違って、地方にいてもパソコンで何でも調べられるし、買い物だってできます。そのうえ、自然が豊かで、物価は安く、魅力的な文化も残っている考えると、都会よりも地方の方がずっと豊かに生きられる気がします。

トム・ヴィンセント

1967年ロンドン生まれ。1996年に来日し、株式会社イメージソースの役員兼クリエイティブディレクターなどを経て、2009年に株式会社トノルーブネットワークスを設立。さまざまな企業のウェブや映像の仕事を手がける一方、多くの地域のプロジェクトに参加している。四国経済産業局が実施した「世界と日本に「四国らしさ」を探る基礎調査2010」での参画をはじめ、神山ではサテライトオフィスを開設し、コンテンツ制作も行っている。

Interview / Tom Vincent

数字だけでは測れない豊かさ

経済面だけで判断せずに、自分が暮らす地域の豊かさを認識することが必要ですね。それでも好きじゃない、不便だと感じる所は自分で変えていけばいいんです。向こうがいいな、じゃなくて、こっちをもっとよくしたい。この議論がこれからますます重要になってくるのではないでしょうか。

Sustainable 持続可能なDNAとして維持する

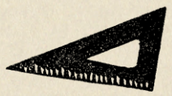
一方で、町おこしには加減が重要だと思います。小さな町ほど小さな変化でもすぐに全体に影響します。地域に外から人が来て関わりが生まれることはすごく良いことですが、背中にしょってもちゃんと歩くことが出来る重さ、これが大切。ダンボールに荷物や本をいっぱい入れて、入った！と思ったら持ち上げられない（笑）そんな町おこしにはならないようにしたいものです。

背負うなら、歩き続けられるだけの荷物を

Interview / Tom Vincent

たしかに地域を客観的に見ることは大事だけれど、僕も含めて（笑）ヨソ者は余計なことを言ってしまう時があります。責任を持たないから正直に言える部分もあるけれど、本当の事情を知らない場合もあります。外の目線だけに頼らず、地元の目線と上手く使い分ける事が必要。ヨソ者が去った後も、そこで気づいたことをSustainable（持続可能）なDNAとして維持していければいいですね。

地域の Sustainable 持続可能なものさしをつくる



昨年から始まった「四国びと」が、読者にとって、こんな四国になれば多くの人が喜ぶよねという「ものさし」を探し出すツールになればいいと思います。みんな、こうなりたい、こうありたいって何となく感じてはいるんですけど、上手く会話にできていない面があると思います。それって行政や企業はもちろん、個人にもあてはまることです。四国地域のSustainable（持続可能）なものさしをつくること。それが次のステップではないでしょうか。「四国びと」が1つの小さな窓になって、公の場と、民間の場と、個人の場が混ざりあっていく。それって強くて、大きな可能性を秘めていると思います。

ありたかせんざんどう
有高扇山堂

紙産業が盛んな愛媛県四国中央市では、「伊予の水引」という和紙を使った飾り紐が伝統産業として受け継がれています。今回の対談場所となった有高扇山堂は伝統的な技法を継承しながら、催事用だけでなく、箸置きやワインボトルサックなど、日常で使える様々な商品を作っています。商品づくりにはトムさんも携わっており、トムさんの運営するインターネットショップ「Loop to」にもラインナップされています。

有高扇山堂：http://aritaka.jp
Loopto：http://loopto.com

Interview / Tom Vincent

データで見る四国

四国四県を統計から眺めてみました

四国の概観

（すがた、産業、くらしから）

		徳島 順位	徳島	香川 順位	香川	愛媛 順位	愛媛	高知 順位	高知
H23FY	総面積	36	4,147km²	47	1,877km²	26	5,678km²	18	7,105km²
H21FY	森林面積割合	09	74.9%	37	46.5%	18	70.4%	01	83.3%
30年平均	日照時間	06	2092.9時間	11	2053.9時間	15	2017.1時間	02	2154.2時間
30年平均	降水量	29	1453.8mm	46	1082.3mm	33	1314.9mm	01	2547.5mm
H21FY	県内総生産（名目）	44	26,434億円	37	35,876億円	27	46,320億円	46	21,408億円
H21FY	第一次産業	34	581億円	36	558億円	22	1,028億円	27	848億円
H21FY	第二次産業	40	7,539億円	34	9,166億円	26	10,679億円	47	3,025億円
H21FY	第三次産業	44	19,494億円	38	27,470億円	26	36,423億円	46	18,304億円
H21FY	県民所得／人	19	2,590千円	23	2,551千円	35	2,323千円	47	2,017千円
H23FY	家賃（民営賃貸住宅）（1か月3.3㎡当たり）	38	3,741円	14	4,443円	47	3,273円	37	3,747円
H21FY	貯蓄現在高（2人以上の世帯）（1世帯当たり）	05	17,502千円	01	19,725千円	31	13,178千円	36	12,153千円
H21FY	小売店数 人口千人当たり	04	11.75店	17	10.70店	18	10.69店	02	12.53店

総面積5.0%、総人口3.2%、域内総生産2.7%の四国地域。自然が豊かで農林水産業に強みがあることに加えて生活指標をみると全国平均を上回っている指標が多く、大都市では得られない「くらし」が垣間見えます。

※ 出典：「統計でみる都道府県のすがた2013 総務省統計局」「平成21年度の県民経済計算について 内閣府経済社会総合研究所」「気象庁ウェブサイト」

四国の農作物

にら			なす		
1位	高知	16,000t	1位	高知	33,700t
2位	栃木	11,300t	2位	熊本	31,000t
3位	茨城	6,980t	3位	群馬	22,100t

しょうが			カリフラワー		
1位	高知	24,000t	1位	徳島	2,390t
2位	熊本	6,470t	2位	茨城	2,330t
3位	千葉	4,100t	3位	愛知	2,230t

洋らん類 切り花類			ゆり 切り花類		
1位	福岡	3,330千本	1位	埼玉	28,200千本
2位	徳島	3,210千本	2位	高知	19,800千本
3位	沖縄	1,960千本	3位	新潟	16,600千本

みかん			キウイフルーツ		
1位	和歌山	181,800t	1位	愛媛	6,520t
2位	愛媛	150,000t	2位	福岡	4,130t
3位	静岡	128,200t	3位	和歌山	2,930t

れんこん			ピーマン		
1位	茨城	27,600t	1位	茨城	35,200t
2位	徳島	7,100t	2位	宮崎	26,300t
3位	佐賀	4,400t	3位	高知	13,400t

※ 出典：「平成23年産野菜生産出荷統計 農林水産省」「平成23年産果樹生産出荷統計 農林水産省」「平成23年産花き生産出荷統計 農林水産省」

四国のGDP（国内総生産）

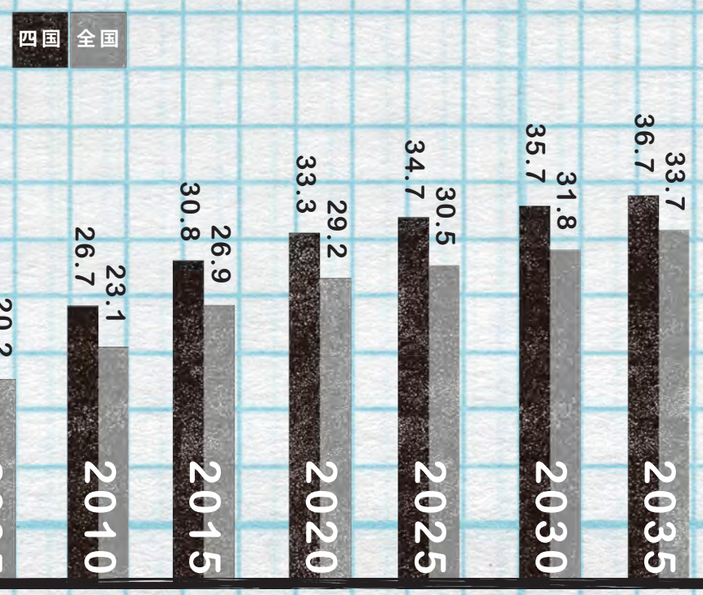
シンガポール	1,366億ドル
コロンビア	1,360億ドル
ルーマニア	1,227億ドル
フィリピン	1,176億ドル
四国	1,174億ドル（日本全体の3%）
アルジェリア	1,165億ドル
ハンガリー	1,129億ドル
エジプト	1,122億ドル
ウクライナ	1,078億ドル

四国の人口

ノルウェー	481万人
ニュージーランド	426万人
四国	404万人（日本全体の3%）
横浜市	358万人
モンゴル	267万人

※ 出典：「総務省統計局 世界の統計2009」「県民経済計算年報（2009年度版）」「国連国民経済計算データベース」「平成21年版ポイントチェック四国経済」「CIAワールド・ファクトブック」「国際連合 世界の人口推計（2008年度版）」「総務省統計局 人口推計（平成20年）」

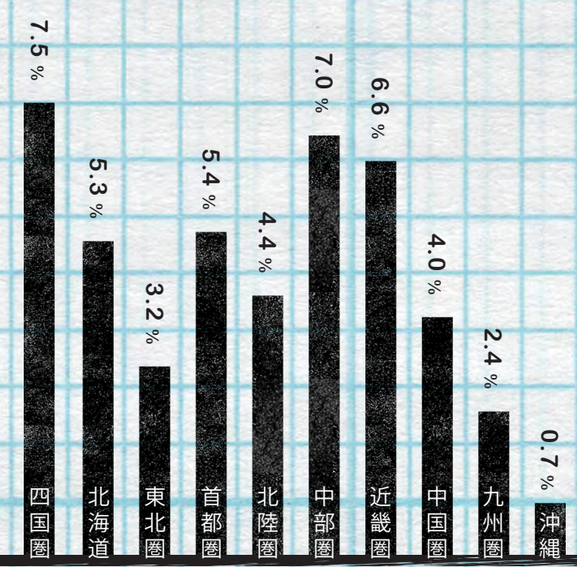
65歳以上の人口構成比（%）



人口減少は20年、高齢化は10年先行

年少者（14歳以下）と生産年齢人口（15～64歳）が減少し、老年人口（65歳以上）の割合は全国に先行して増加しています。

消滅が危惧されている集落の割合（%）



消滅が危惧されている集落が全国で最も多い

四国は、高い高齢化率、山間地、小規模、地理的末端の集落が多く、今後、消滅が危惧されている集落が多くなっています。

※ 出典：「国土形成計画策定のための集落の状況に関する現況把握調査」（2007年国土交通省）

WEBマガジン「四国びと」の発行をはじめて1年半以上が過ぎました。開始以来、職員自らが「企業や地域の四国らしい（かもしれない）営み」を取材し、30名以上の方をインタビュー形式で紹介してきました。

この企画のはじまりは、これからは、大都市圏の経済的指標や豊かさの概念だけでなく、より四国らしい地域・産業振興の「新たな道しるべ」を模索していくことが必要ではないかという考えからでした。

この取り組みは「答え」を出すものではありません。「新たな道しるべ」を模索するうえでの「ヒント」を提供できればというものです。同時に、四国で生活するひとが四国に誇りを持てるようになるために、四国外の方に、四国の魅力を知っていただくためのきっかけ作りも大きな目的です。

今回の冊子は、WEBでの取り組みを広範囲の方々に知っていただくこと、そして、WEBでは伝えきれなかったことを紙面で紹介することを目的に作成しました。WEBと冊子の連動も図っています。この冊子をきっかけに、WEBにもアクセスしていただければ幸いです。

まだまだ発展途上の媒体です。四国経済産業局では、これからも、WEBマガジン「四国びと」を通じて、四国内外のみなさんとともに、より四国らしい地域・産業振興の「新たな道しるべ」を考えていきたいと思います。

四国びとの素（もと）

作　成：2013年3月

本誌は無料でお配りしております。
郵送の場合、送料は着払いとさせていただきます。
ご希望の方は、こちらにお問い合わせください。

お問い合わせ：

経済産業省 四国経済産業局 総務企画部 広報・情報システム室
〒760-8512 香川県高松市サンポート3番33号 高松サンポート合同庁舎
TEL：087-811-8505 / FAX：087-811-8549 / Email：qsiksk@meti.go.jp

Copyright © Shikoku Bureau of Economy,Trade & Industry All rights reserved

http://www.shikoku.meti.go.jp

四国びと
「四国で探す未来のものさし」インタビューマガジン

四国びとアーカイブ

■ 徳島 ■ 香川 ■ 愛媛 ■ 高知　(2013年03月01日)

これまで四国びとで紹介された方の一覧です。
詳細は、Web版の四国びとをご覧ください。
http://www.shikoku.meti.go.jp/shikokubito/

小畠源さん
テイクワン（アイシネマ今治）
http://e-takeone.com/icinema

岸本賢治さん
キシモト
http://www.kishimoto-web.com

武田敦年さん
みかん職人 武田屋
http://www.takedanouen.com

佐々木将司さん
ぶらうん

近藤裕昭さん
鬼北町農業公社 鬼北きじ工房
http://www.kihoku-kiji.com

芝照雄さん、芝初美さん
企業組合 ひろみ川
http://www.okusimanto-kihoku.com

武樋泰臣さん
ファースト・コラボレーション
片岡直子さん
エイブルネットワーク高知東店

真渡康之さん
島宿 真里
http://www.mari.co.jp

大籔崇さん
エイトワン
http://www.i-ori.jp

大島健運さん
フォーライズ
角田善彦さん
K's Marine

土居一徳さん
土居真珠
http://www.doi-pearl.co.jp

山本康夫さん
ヤマロク醤油
http://yama-roku.net

大内由美さん
愛媛県若年者就職支援センター
（ジョブカフェ愛work）
http://www.ai-work.jp

宜保美紀さん
椿原町立松原診療所長
川田早苗さん
農家民宿「野彩（やいろ）」女将

酒井直行さん
ニューウェーブ
http://himekyun.jp

中井今日子さん
うたんぐら（VTANGRA）
http://vtangra.com

中村裕司さん
中村農園
http://nfb.co.jp

松本泰典さん
高知工科大学
ものづくり先端技術研究室
http://www.kochi-tech.ac.jp/renkei

堀川洋幸さん
ミロク製作所
http://www.miroku-jp.com

林周二さん
ルボア
http://www.ruboa.com

藤原勝壽さん
林幸男さん
田村元男さん

小西智都子さん
ROOTS BOOKS
http://rootsbooks.exblog.jp

近藤保仁さん
自然派ハム工房リーベ・フラウ
http://www.wiener.co.jp

山内章正さん
山内石油
http://www.yamauchisekiyu.co.jp

内村浩美さん
愛媛大学大学院農学研究科
http://www.agr.ehime-u.ac.jp/~webtest/kami_sangyou/

山岡美和さん
早川賢治さん
まこと
http://tencosu.com

大下勝二さん
四国化工機
http://www.shikoku-kakoki.co.jp

八束典子さん
四国ＥＰＯ（四国環境パートナーシップオフィス）
http://4epo.jp

竹村利道さん
ワークスみらい高知
http://www.worksmirai.com

熊谷有記さん
山一木材・KITOKURAS
http://www.yamaichi-mokuzai.com

井上智博さん
井上誠耕園
http://inoueseikoen.co.jp

岡村剛一郎さん
hacomo
http://hacomo.com

＊ 四国びと Web 版はこちらからご覧いただけます。

「四国で探す未来のものさし」インタビューマガジン

www.shikoku.meti.go.jp/shikokubito/

本誌は無料でお配りしております。

郵送の場合、送料は着払いとさせていただきます。

ご希望の方は、こちらにお問い合わせください。

経済産業省 四国経済産業局 総務企画部 広報・情報システム室

〒760-8512 香川県高松市サンポート 3 番 33 号 高松サンポート合同庁舎

TEL : 087-811-8505 / FAX : 087-811-8549 / Email : qsiksk@meti.go.jp