

地域の底力

馬路村

高知県安芸郡馬路村

# ゆずを武器に 全国区のブランドを手に入れた 山あいの村を訪ねて

「馬路村」。どこかで名を聞いたことがある人もいるだろう。

高知県の山あいに位置する人口わずか一〇〇〇人弱の村が

特産のゆずを武器にさまざまな加工品を生み、味と安全性を高く評価されてブランド化に成功した。

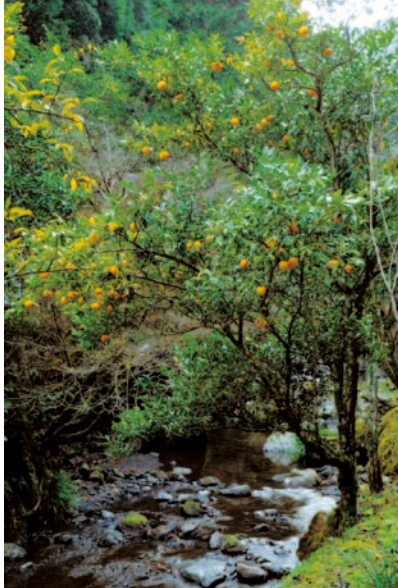
今では全国、いや世界から視察者が訪れる魅力的な村へと変貌を遂げている。

それを支えたのは村民が持つ進取の気風。

今も変化を続ける馬路村を訪ねた。

## 危機をばねに 大きな変化を実現

高知空港からタクシーや鉄道を乗り継ぎ、土佐くろしお鉄道の安芸駅から路線バスに乗り換えてカープの多い山道を行く。周りの山々には植林された杉の木が規則正しく天に向かって伸びている。約一



上／渓谷沿いにもゆずの木が植えられている。左上／農地は狭く段々畑が目につく。左下／国有林に杉が植えられ、林業が盛んな時代には税金にも恵まれた村として知られた。

時間後、目的地に到着した。ゆずの里として有名な馬路村である。人口は一〇〇〇人弱。川沿いに歩くと、同じ種類の低木が植えられていることに気づく。収穫を終えているため一見そうとは思えなかったが、ゆずの木だった。

馬路村が名を知られるようになったのはもう一〇年以上前のことではないだろうか。「馬路」という、素朴な響きを持つ村の名前。高知空港の売店などで、馬路村のゆず製品を見かけるようになり、首都圏や大阪など大都市の物販イベントで徐々に人気を集め始めた。個人的なイラストのラベルが印象的な「ぼん酢」が話題になり、味と安全性が評価されて首都圏の高級スーパーでも売られるようになった。

ていった。こうした軌跡をたどって、地方の小さな村が地元の特産品のブランド化を果たしていったのだ。

現実の馬路村は、訪れる前に想像していたよりもさらに険しい山々に囲まれていた。遅く日が昇り、早く日が沈む。だがここは、全国、いや、世界からの視察でにぎわう土地でもある。馬路村はなぜここまで独自の道を切り開くことができたのか。

「それは危機があったからです」と話すのは馬路村の上治堂司村長である。

「馬路村は九六％が山林なんです。つまり、ほとんどが森。そのうち国有林は七五％もある。国の政策が変わるごとにうちの村の置かれた立場も上がったたり下がったりしてきました」

土佐藩の山内家の山が明治に入ると国に移管され、国策で林業の振興が進められた。営林署が造られ、森林鉄道が引かれ、外から人もどんどん入ってきた。木材価格が高かった時代、たとえば国有林を持つ大径木は最低でも一本一〇〇〇万円という時代には、景



気がよく、なんの憂いもない村だったという。営林署の職員は公務員だから、税金をきっちり村に落としていく。他の村から羨ましがられるほど豊かさを誇ってきた。

だが、安価な外材が入ってくるようになると状況は一変した。国産材は暴落。木の代替品として化学製品が急増すると、さらに日本の林業は追い詰められていった。馬路村も例外ではなかった。

「もう林業では村が立ち行かない



J A馬路村（馬路村農業協同組合）組合長の東谷望史氏。ゆずの村として馬路村を全国に売り出したその人である。今もその情熱は変わらない。

となって初めて、ゆずが頑張りがしてきたわけです」

## ゆずを活かした加工品で全国に出る

ゆずで頑張ったのはJ A馬路村（馬路村農業協同組合）とその組合員だった。現在の組合長・東谷望史氏はその中心人物である。

もともと馬路村はゆずを重視してきたわけではなかったという。ゆずを植え始めたのは昭和三十八年ごろのこと。林業の先行きが怪しくなり始め、果樹による振興が全国的に叫ばれるようになった。馬路村も村の所有地二町歩でゆずを育て始めた。果

実がとれて、加工を始めたのが昭和五十年代。当時は搾ったゆず果汁を瓶詰めする程度で、加工場で働くのは地元の農家の女性たちだった。ところが五十四年にゆずが大豊作となり、価格は暴落してしまふ。当時の組合長にはつばをかけられて営業活動に走り始めたのが東谷氏だった。

五十五年には通販を開始。このとき売られたのは一〇〇%のゆず天然果汁である。果汁だけのものと、保存性を考えた塩入りのものとの二種類について各々四つのサイズを用意した。当時の販売経路は、はがき申し込みによる通販と百貨店の催事への出店だった。だが悲しいかな、馬路村には

左／人気のゆず製品を集めた詰め合わせの贈答セット。馬路村から全国に発送されている。下／村のあちこちにはゆずの実が輝く姿が見られる。



なんのブランド力もない。

「ゆず果汁そのものは年間利用できますが、しほりたての頃はちよつと売れても、それを過ぎれば動きが悪くなって従業員がいらなくなり、雇用も安定しませんでした。そこで催事に出るわけですが、ゆず果汁の利用方法そのものがあまり知られていなかったんです。これを拡大していかないか、ん、というのがスタートですね。それにはゆず果汁だけではなく、すぐに飲めるドリンクとか、料理に使えるぼん酢のような方向に行かないと伸びないだろうと考



え、少しずつ方向を変えていったんです」（東谷氏）

そうした方向転換もスムーズに進んだわけではない。当時の農業協同組合には、農産物を加工して売るための経験もノウハウもなかった。全国の農協でもそのような取り組みをしているところはなく、原料として市場に出すか、加工業者に売るだけだった。そうした中で試行錯誤を重ねながら生まれたのが、ぼん酢であり、「ごっくん馬路村」というゆずドリンクだった。

「ごっくん馬路村」は馬路村の公認飲料である。東谷氏が何種類もの配合を試して生まれた「労作」で、ゆず果汁とはちみつと水が原



J A馬路村の加工場兼コールセンター。地元の木材を活用した。手前の雑木林は農協職員自ら造成。

料。ほんのり甘く、さわやかで後味も良い。お風呂上がりやスポーツの後に飲むのにぴったりである。余計な添加物が入っていないので安心安全な飲み物としてブレイクしていった。

そして「安心安全」を支えるもうひとつ重要な要素がある。高齢者が多い馬路村の農家は、斜面に植えられたゆずの木を、丹念に手入れすることができなかった。それが結果的に無農薬で安全なゆずを生むことになった。それなら、安全を売り物にしようと、有機肥料を使い、無農薬や有機栽培のゆ

ずを育てる方向へと目標を定めたのである。加工品を売るのだから、見た目にこだわる必要はない。

東谷氏らの奮闘により、四国の中でも過疎地として知られた馬路村は、全国的に「ゆずで自立を遂げた村」として知られるようになったのである。製品を送り出すだけではなく、視察や観光を兼ねて村にある温泉を訪ねる人も増え、今では馬路村ファンを登録した「特別村民」が七〇〇〇人にも達する。

## 多数の雇用を生んだ JAの取り組み

今、馬路村のJA近くには地元材木を活かした立派な加工場兼コールセンターが建っている。大きなガラス張りの玄関から広い階段が上がると、そこには馬路村のゆず製品がずらりと並べられていた。おなじみの「ぼん酢」や「ごつくん馬路村」はいうまでもないが、ゆずを使った化粧品やゆずのアロマオイルなど、多彩な製品がそろった。接客コーナーは木工品で統一されていた。大径木を挽いて

作られた立派なテーブルが存在感を放っている。

「加工場はこだわって造ったがです。食品工場といったらふつうはあんな外観造らんですね。中の設備にお金をかけて、外は新建材を使うのが当たり前。でも馬路村は視察が多かったですから見た目も大事だと、高知市の木造建築の専門家に設計してもらいました。消防法の関係で全部木にするわけにはいかないので、耐火部分は漆喰を使いました」

左官職人が塗っていく漆喰は今では贅沢なものである。だが東谷氏は、「ここで都会風のもので造ってもつまらん」と、あえて木と漆喰にこだわった。

ユニークなのは接客コーナーからコールセンターが見えることだ。数十名の女性たちが電話を受け、パソコン端末を操作している。若い女性も多い。全体が開放的で明るい雰囲気である。「ここで働いてみたい」と思えるしくみだ。同じフロアには研究室もある。ここで化粧品を始め、新商品開発のための研究開発が行われているのである。高知大学など、研究



コールセンターは見学者から見渡せる構造。若い女性たちが多く、明るい雰囲気が漂っていた。

機関との共同研究も多いという。

圧巻なのは「ごつくん馬路村」の製造ラインと、受注した製品を箱詰めして発送する大きな部屋だった。大きく、びかびかの製造ラインが動いている。それだけ「ごつくん馬路村」が人気を集めているということだろう。一方、箱詰めと発送が行われる部屋では、人々が見とれるほど手際よく作業を進めていく。製品の種類や数に合わせた箱に詰め、あつという間にきれいに包装する。コールセンターと同じく、働く人々の多さが印象的だった。人口一〇〇〇人



左／発送を担当する部屋は広く、たくさんの人々が働く。その手際の良さと発送量には驚くばかりだ。下／加工場内の接客コーナーには多彩なゆず製品がずらりと並ぶ。ゆずを原料とする化粧品やアロマオイルも。



弱の村でこれほどの雇用を確保できる産業が存在しているのがある。  
建物の外には雑木林が広がっ

ていた。中にはゆずの木もある。木でできたベンチがところどころに置かれている。訪問した時期はもうほとんど葉が落ちていたが、夏には葉が茂って、すずしい木陰を作り出すことだろう。

「最初は『ゆずの森』のイメージでした。でも九州・黒川温泉の方に『お客さん呼びたかったら雑木を植える』とアドバイスを受けて、四季を感じられる森にしたいんです。自分たちで設計して土を運び、木も自分たちで植えました」都会と同じことをやっても仕方がない。何もないなら、知恵を絞って都会ではできないことをやっていく。それを徹底して生まれたのが馬路村のゆず製品であり、立派な加工場である。視察に訪れた人々は、広い加工場やコーンセンターに感嘆する前に、雑木林のなかで深呼吸し、くつろぐのである。

この加工場ではおよそ八〇名が働く。馬路村民だけでなく、近隣自治体に住み、通ってくる人も多く、大きな存在感を持つ。それだけではなく、「あの馬路村の製品を作っている・売っている」

という誇りも持てる。光あふれるコーンセンターの光景を眺めながら、東谷氏らが成し遂げたことの大きさを思った。

### 林業の発展形 「エコアス馬路村」

もうひとつ、馬路村を支える産業として誕生したのが「エコアス馬路村」である。撤退した企業の工場を活かした加工場は、杉の香りに満ちていた。「エコアス馬路村」は、馬路村の杉の需要拡大のための新製品開発や加工、販売促進などを行う第三セクターである。この製品が目目されるきっかけの一つは、「monacca（モナッカ）」という木を使ったか

ばんがニューヨーク近代美術館（MOMA）のミュージアムショップに置かれたことだった。企画とデザインが良ければ、世界に受け入れられる。その自信が得られた（現在は置かれていない）。  
現在扱われているのは、多彩なデザインのバッグを始め、家具、食器やインテリア製品から団扇まで実にさまざま。団扇であれば、よい香りが風と共に送られてくる。オーダーにも応じる。広報担当の山田佳行氏は、

「今『エコアス馬路村』の従業員は二四名。このうち二一名が馬路村で働いています。JAさんに比べれば人数は少ないですが、小さい村の中の二二名ですから比率は決して小さくないですね」



エコアス馬路村の広報担当・山田佳行氏。職場から徒歩1分の村営住宅に家族と暮らしている。山田氏が手に持っているのは木材を薄く加工した柔らかい板。



左／エコアス馬路村の多彩な製品。中／工場内での加工風景。薄く加工された板で盆や団扇、カバンなどを作っていく。下／広い工場内に木の香りが漂う。



と話す。山田氏は都市部で開かれる展示会に継続して出ていき、「エコアス馬路村」の製品を浸透させるべく、活動している。実は山田氏は、高知県内からのインターン組。職場から徒歩一分の村営住宅に、妻と二人の子と暮らす。究極の「職住近接<sup>きんせつ</sup>」である。この環境に慣れてしまったので、大都市に出張すると人の多さに疲れるという。たしかに、通勤時間一分という勤務条件は、毎日の通勤に

疲れる都会のサラリーマンには夢のような環境である。

ただ、問題は情報発信である。「monaca」のように製品が注目されるのはうれしいが、それを持続的なものにするためにはまだまだやるべきことが多い。

「インターネットやホームページで発信することも大事ですが、まずホームページを読んでもらうためにはきっかけが必要なので、展示会やメディアとの連携が必要だと思っています。ですから同じ展示会に出続けるだけではなくて、高い感性を持ったお客様がいらっしやる場所に、自分たちで情報と商品を持って行き発



上／村内には見事な杉の大木があるが、珍しいものではなく、ご神木になっていないのが馬路村の特徴。

### 「心の美しい村」で 若者定住へ

「エコアス馬路村」の社長は、上治堂司村長である。馬路村はゆず製品で名をあげたが、それだけではなく、多角的に村を支える産業を育成していかななくてはならない。そこで、外部からの視察者が今度は観光客としてリピーターとなってくれるような、魅力的

信し続けなくてはいけません。また馬路村は東京都港区と提携して、港区の公共施設用に木材を供給できるようにしているんです。そんな取り組みを活かして、僕たちも活動していきたいと考えています」



左／展望台へと向かう山道も、杉の木で階段が作られていた。木の感触を味わいながら登ることができる。右／村を流れる安田川の流れば清らかで小さな滝もあちこちにある。

な村づくりにも取り組んでいる。「馬路村は『日本で最も美しい村』連合に加わっているんですよ。実はここに参加している全国の村の中では、馬路村が一番きれい



馬路村村長の上治堂司氏。手に持っているのはMoMA（ニューヨーク近代美術館）でも取り扱われ、人気を集めた木のカバン「monacca」。

じゃない村かもしれない。景観でいえば杉の植林が多くて、他の村みたいな美しさはないですからね。それでも厳しい審査に通ったのは、馬路村が伝統や資源を守ってつなげているから。また、宿泊施設が整っており、外部の方々の交流が盛んなところも評価されたようです。心が美しいというのか（笑）

山奥にありながら、馬路村は以前から外に向かって開かれていた。営林署が大人の職員を擁していた時代には、たくさんの人々が外から家族を連れてやってきて、刺激を与えた。転勤によって次々に新しい人々もやってくるため、競争心や外に対する好奇心

も生まれた。だから、ほかではやっていなかった農業協同組合によるゆずの加工品開発や販売にも取り組めたのではないか。

「そういうDNAみたいなものが馬路村にはあるわけです。みんなより早くやろうとか、負けたくないという気持ちが強い。私がいづも言うのは、二番目にやることは大変しんどい。必ず成功させないといかんですから。しかし、一番先に物事を始めるときは、チャレンジすること自体が成果なんです。たとえ失敗しても結果が次のステップになるのですから。皆さん視察に来られると、馬路村にはあれがあつてよかつた、これもあつてよかつた」と有利な条

件を言われる。でもそれは違ひます。皆さんのところにもあるんですよ。馬路村はよそより先に始め、コツコツ続けることで成功したと言われるようになっただけです」

村としては、若い世代の定住を目指してさまざまな施策を進めている。中学までは医療費無料、保育料も安い（三人目からは無料）。村営住宅や自宅を建てられる土地の整備も進む。

J Aの東谷組合長も、ゆず製品を多角化していく理由として、売り上げ規模と雇用の拡大をあげた。若い世代が定住し子供が多く生まれなければ、いくら馬路村のブランドが定着しても村の将来はゆらいでしまうからだ。

「ここ三年ぐらいの間に職場結婚も含めて村の定住者が相当結婚しました。今はそうした家庭で子供も誕生し始めている。村の中で子供がコンスタントに生まれ、育てられていくことが大事です」  
進取の気風が、たまたま村に育っていたゆずを、加工品としてブランド化し、全国区の人気にまで押し上げた。それに甘えず、次々

に新しい製品を生み出し、村の景観まで変えていく。刺激し合つて他の産業も育つ。どこでもできることではないが、実は上治村長が言う通り、素材は日本全国あちらこちらに隠れているのではない。ぎりぎりのところまで知恵を絞り、行動し続けたところに、馬路村の実力が見える。手をこまねいては見えてこない、大きな何か、この小さな山村に存在しているのだ。



展望台から見た馬路村全景。季節ごとに装いを変えるが、その中心となるのはやはり杉とゆずの木だ。