

# 篠山市



兵庫県篠山市

1999年、旧多紀郡4町（篠山町、今田町、丹南町、西紀町）が合併して誕生。面積377.61平方キロ、人口約45,000人。過疎化・少子高齢化が進む地域を活性化させようと、合併後、多くの住民が立ち上がり、行政と一体となって特産品や観光資源の開発に努めている。国際交流事業や在住外国人の支援を行う（特活）篠山国際理解センターが中心となり、市民の国際理解を深めるとともに、途上国の人々に篠山の取り組みを学んでもらうため、観光振興・地域振興などをテーマとしたJICAの青年研修を2005年より受け入れている。

黒大豆畑を視察する研修員。「ほかの作物と比較してどれくらい収益性があるのか?」「黒豆農家が抱える一番の問題は?」と質問が次々に飛び



ユズやウメなど、さまざまな果実でワインを作る小さな醸造所を訪問。「珍しいワインで地元を元気にしたい」との若オーナーの言葉が研修員の胸に響いた

## 地域が一つになって 取り組む特産品開発

「ご飯と一緒にふっくら炊き上がった大粒の黒豆に、一同が思わず顔をほころばせる。ここは、黒大豆の最高級品として名高い「丹波黒」の産地、兵庫県篠山市にある地域活性化センター「黒豆の館」。2008年11月、この地を舞台に、JICA兵庫はアフリカの青年たちが日本の地域振興の経験を学ぶ研修を実施した。

参加したのは、ルワンダ、マリ、セネガル、チュニジアの4カ国・21人。自国で地域開発に携わる若手の行政官や、起業して特産品開発を進める経営者たちだ。

美しい里山風景が広がる篠山市は、黒大豆に加え、クマ、山の芋、マツタケ、猪肉といった特産品や、篠山城下の伝統的建造物郡など、多様な地域資源に恵まれる。「黒豆の館」は、特産品の開発・販売、観光客への農業体験事業を通じて、新しい農業の展開と活力ある農村づくりを進める地域拠点の一つ。行政の支援を得ながらも、その運営には生産者を中心に住民が主体的にかかわっている。併設の



丹波布伝承館で糸紡ぎに挑戦。篠山市のお隣・丹波市にある同館では、代々受け継がれてきた技術をお年寄りが若者に伝えている

レストランでは、特産品を用いた多彩な料理が提供され、昼食を取る研修員たちも興味津々の様子で慣れないはしを動かしていた。

優れた地域資源も、そのままでは宝の持ち腐れとなる。篠山市では、資源の価値を守り、高めていくため、高品質の特産品や加工製品の開発、伝統的な町並みの保存、伝統文化の継承など、住民のアイディアと行政の施策が一体となった取り組みを精力的に続けている。05年には、特産品振興や地域ブランド力の向上に特化した「丹波ささやま黒まめ課」を市役所に新設。農協と連携し、高齢化や後継者不足に悩む生産者への支援や商品の品質管理の改善、特産品のPR活動を行っている。また、「黒豆検定」制度を導入したり、「黒豆販売解禁日」

## 海を越えアフリカに 伝わる篠山の誇り

を設定して、それ以前に販売される他産地の製品との差別化を図るなど、「丹波黒」のブランドを守るユニークな施策も話題を呼んでいる。

「人々の誇りである特産品への思いや、その価値を少しでも高めようと努力する生産者、行政の姿から何かを感じ、帰国後に役立ててほしい」と話すのは、研修の運営を担う（特活）篠山国際理解センターの足立眞理子事務局長。研修では、大分県の一村一品運動の関係者、市の特産品開発担当者が講義したほか、市内の農協や直売所を視察。また、黒豆煮や黒豆甘納豆、ゼリー、お菓子を製造する加工業者、この地方で発祥



黒豆ゼリーの加工工場を視察。ゼリーは高級品として料亭や百貨店などに出荷される



ホームビジットや文化祭への参加など、住民との交流も行われた。「こうした経験をきっかけに、市内に住む外国人との交流や助け合いの輪が広がれば」と足立さん

し180年以上の歴史を持つ「丹波布」を伝える伝承館なども訪問した。研修員からは「生産者の商品に対する自信と誇りが印象的」「加工製品として付加価値を高めるアイデアが多彩だ」「伝統技術を途絶えさせず、地域活性化

## 地域の誇りで

# ふるさとを元気に

豊かな自然にはぐくまれた、四季折々の特産品で知られる兵庫県篠山市。そんなふるさと自慢の品々を掲げて地域おこしに取り組む同市の経験を学ぼうと、遠くアフリカから青年たちがやって来た。

の源としている点が素晴らしい」といった感想が聞かれた。最後は、フィリピンやガーナで農村開発の経験を持つ清家政信・JICA国際協力専門員の指導のもと、研修での学びを取り入れた行動計画を作成。「カシューナッツを加工した多品目商品の開発と、生産者団体の組織化」（セネガル）、「住民主体の特産品開発を支援する地域資源センターの設立」（マリ）など、それぞれが篠山で得たヒントを生かした地域振興策を発表した。

藤本妙子・同センター副代表理事は、10年ほど前に住民総出で特産品開発に乗り出した時代を振り返り、「初めは『ホンマに売れるんか』と半信半疑ながら、さまざまなアイデアを持ち寄っては試行錯誤を繰り返した」と話す。そんな篠山の経験が、海を越え、地域を盛り上げようと奮闘するアフリカの人々に多くの示唆を与えている。「篠山の食べ物、風土はどこにも負けない」と自負する彼らにとっても、それはふるさとの自信と誇りを再確認する、大切な機会となっている。