

参加者の声

印象に残った言葉・興味深かったこと

- 味の景勝地
- 食育
- 祭り
- 景観の保全と生業を守る
- 農家民宿
- 「味の景勝地」という統一基準で地域のイメージを消費者に届ける
- 食と景観によるブランドづくり
- 消費者の意識変革
- フランス人の学者に熊本がどのように映ったのか
- 食と景観がつながっている
- 買うことが支援に
- 「味の景勝地」プロジェクトが25年前からの新しい潮流であること
- くまもと手仕事研究所
- 補助金に頼らない
- 大規模農業が営まれる平坦地と中山間地では農村風景が違う
- 食と景観が一体化したアート
- 生産者の自覚
- 外部の方の視点で阿蘇の魅力や課題を語ってもらえたこと
- 美味しい食は美しい景観から生まれる
- 愛の物語
- フランス人の景観に対する意識が特別高いという訳ではないこと
- 農産物(食品)の歴史を知ること
- 生活の利便性をとるか、昔ながらの生活を守るか、再認識した
- 風景は生きている、時代とともに変わってもいい
- 守っていくための世代間のノウハウの継承が大切

「文化的景観と食による地域のブランド力」を向上させる取組みについて

- 人を育てるための仕組みが大事なのでこのようなシンポジウムは有効だと思う。次はアクションを起こす人材と予算が必要。
- ツーリズムとの連携が不可欠。「農家民宿」の推進。
- 子供に食育しても食べ物を与えるのは“親”。親が変わらないことが問題。“食育”の考え方が当たり前になることを望んでいる。
- 子供の頃から農産物(食品)の歴史を知ること重要。
- 重要な取組みであることは理解してもらえが、なぜ必要なのか、誰がどうやってイニシアティブをとり、動かしていけばいいのかを具体的に知りたい。
- グローバルな視点は大切。阿蘇地域は特に様々な認定を受けたことでその価値に気づき、発信できればいいが、これからの正念場。
- 農家が地域ブランドをいかに確立するか、強い意志と実行力が求められる。農家、行政、大学の連携は益々重要になると思う。
- 農家の方々の意識改革も必要(補助金をあてにしない・自立)。
- 農家の方(作り手)は景観についてどう考えているのかも知りたい。
- 熊本の人が、その歴史や価値を理解することからはじまる。
- まずは、阿蘇地域内の周知が必要(観光協会、各市町村等)。
- もっと食の安全にこだわって欲しい。
- 学校給食を通して地産地消や生産者との交流を深める。
- 特定の地域だけでなくすべての地域振興につながると思う。
- まず自分がきちんとした食材を買って、料理をすることから。
- 子供たちが深く関わる機会(給食やマルシェへの出展)をつくる。
- 自分の立場で協力できることがないか考えたい(メディア関係)。
- 農家が生業として成り立つことが前提。
- 阿蘇クオリティを高めていきたい。
- 阿蘇出身なので故郷の発展には積極的に協力したい。
- 阿蘇に限らず農家の実情は切実。少しの余裕は必要。
- 田舎に若者が定住できる“何か”を真剣に考えるべき時期。
- あれもこれも無理。皆でひとつの食材(題材)に取組めないか。
- 地域ごとに、家庭が個別にもつ食文化、生活作法を掘り起こし共有していけばいいと思う。

多くのご意見、ご感想を頂きありがとうございました!

文化的景観と 食による地域のブランド力を 考えるシンポジウム 報告書



文化的景観と 食による地域のブランド力を 考えるシンポジウム

日時/ 2014年10月26日(日) 14:00～17:00
場所/ 熊本県庁地下大会議室(熊本市中心区)

共催: 熊本大学政策創造研究教育センター
公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター
後援: 熊本県、一般社団法人大学コンソーシアム熊本、熊本日日新聞社



■ 第1部 [基調講演]

演題 「文化的景観と食による地域のブランド力」

講師 ジャン・ロベール・ピット 教授

[通訳] 近江屋志穂 法政大学法学部教授

■ 第2部 [鼎談]

ジャン・ロベール・ピット 教授

谷口 功 熊本大学長

小野泰輔 熊本県副知事

コーディネーター

田中尚人 熊本大学政策創造研究教育センター准教授

■ ご挨拶



公益財団法人
阿蘇地域振興デザインセンター
理事長 河津修司

先日2014年9月カナダで開かれた『世界ジオパーク会議』で、阿蘇は『世界ジオパーク』に認定されました。また、2013年には、阿蘇の地で培われてきた農業・生活の様式・景観が認められ、『世界農業遺産』に認定されました。

世界ジオパーク会議開催地カナダには、農村地帯や素晴らしい畑地帯が点在しています。会議に参加した際、その景観と人々の生活が非常に調和していると感じました。また、地域住人が誇りと自信を持って暮らしていることも大変印象に残りました。

世界農業遺産・世界ジオパークに選ばれた阿蘇の風景や農業、食文化を後世に受け継いでいくためには、阿蘇の農産物をどのように活かしていくのが鍵になるのではないのでしょうか。

そのためにも『景観と食』の結び付きは大変重要であると考えます。本日はフランスのソルボンヌ大学前総長ジャン・ロベール・ピット教授にご講演をいただくとともに、このシンポジウムが「熊本、阿蘇の未来」を考えていくきっかけとなれば幸いです。

第1部

美味しい食べ物、美しい風景のなかでこそ育つ。
フランス『味の景勝地』事例とともに、熊本・阿蘇の未来を考える

文化的景観と 食による地域のブランド力

素晴らしい景色と農産品に 恵まれた阿蘇には、 輝かしい未来がある

本日はご多忙のなかお集まりいただき、誠にありがとうございます。日本は何度も訪れていますが、熊本の地は初めてです。熊本には1週間前に到着し、妻とともに様々な場所を巡りました。この間、農家の方や生産者の方、議員、大学研究者など、様々な方との出会いがありました。そこで確信したのは「優れた景色、農産品を備えた土地は、輝かしい未来を持っている」という事です。

例えば、カルデラで出来た地・阿蘇。目に映る風景すべてに「阿蘇の未来」が存在しています。阿蘇は世界的に見ても例外的な活火山です。普通ならばまず「噴火の危険」を考えるものですが、阿蘇では火山とともに“生活と生業”が共存しています。景色が人間味に満ち溢れているのはそのためです。

さらに印象に残ったのは、阿蘇の水田の風景です。また、美しい山都町の棚田の風景にも心打たれました。この棚田は、江戸時代に整備され、継承されていると伺いました。また通潤用水という灌漑システムも、大変興味深く拝見いたしました。

この数日間、阿蘇地域振興デザイン

センターの國谷さんと阿蘇エリアのあちこちを、熊本大学の田中先生とは山都町の棚田を訪れ、その風景の中で農家の方が作られたお米を味わいました。その後、通潤橋とその周辺を散策しました。その時私は、阿蘇や山都町の“魂”あるいは“精神”を深く感じたのです。

以前、ソルボンヌ大学地理学の学生と同様の体験をしたことがあります。学生たちと一緒にブドウ栽培地を訪れ、ブドウ生産者が作ったワインをその風景の中で味わったのです。そのような体験をすると学生は、ワインの質と素晴らしい風景、そこに関わる人びと、それらの密接な関係の重要性を瞬時に感じ、学ぶことができます。

阿蘇の風景をフランス人の視点で見て、感じたことがいくつかあります。私は今回、山の草原に放牧されたあか牛や黒牛、馬を初めて目にしました。その後、あか牛を阿蘇の風景の中で味わい、その品質の素晴らしさに感動いたしました。また、家並みの美しさにも目を奪われました。見ていて大変心が安らぐ、そんな喜びをもたらす風景でした。阿蘇の方たちは、美しい風景を守ることに成功していると実感したのです。このような体験をすることで、私の心の中に“阿蘇の風景”が深く刻まれていきました。



ジャン・ロベール・ピット教授

フランス学士院会員/フランス地理学会会長/パリ・ソルボンヌ大学前総長/フランスワイン・アカデミー会長/フランスの食文化とその遺産を守り発展させる会会長/フランス料理のユネスコ無形文化遺産登録の際の推進会会長/日本国より旭日重光章受勲<翻訳を含め著書多数>



右は、逐次通訳の近江屋志穂氏(法政大学法学部教授)



高森町の「山村酒造」にて日本酒を試飲するピット教授

■ 文化的景観とは

文化的景観とは、以下の文化財を指します。地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で我が国民の生活又は生業の理解のため欠くことのできないもの(文化財保護法第二条第1項第五号より)日本が一番新しい可能性に満ちた文化財保護制度です。

重要文化的景観選定基準

- 1… (1) 水田・畑地などの農耕に関する景観地
- (2) 茅野・牧野などの採草・放牧に関する景観地
- (3) 用材林・防災林などの森林の利用に関する景観地
- (4) 養殖いかだ・海苔ひびなどの漁ろうに関する景観地
- (5) ため池・水路・港などの水の利用に関する景観地
- (6) 鉱山・採石場・工場群などの採掘・製造に関する景観地
- (7) 道・広場などの流通・往来に関する景観地
- (8) 垣根・屋敷林などの居住に関する景観地
- 2… 前項各号に掲げるものが複合した景観地

文化的景観の要件は、①歴史、②自然環境、③生活・生業。これらを保持する地域の風景生成メカニズムを文化財とするものである。

フランスの取り組み、テロワールに基づく『味の景勝地』とは

では、フランスの『味の景勝地』についてお話ししたいと思います。フランスの『味の景勝地：Sites remarquables du goût (SRG)』は、高品質型農業とサービス型農業の振興を一体化し、地域の振興につなげることを目的に立ち上げられた認定制度です。SRGとは、テロワール(気候風土・景観)と、それらに育まれた質の高い食に着目した地域拠点のネットワークのことで、現在100カ所あまりの地域が認証されています。対象となる生産物は、農水産物、ワイン、砂糖など多岐に渡っています。その地の食文化と景観保全の

ために、経済性のみを優先せず、大量生産や均一化、効率化とは正反対のコンセプトつまり伝統を守りクオリティを高めて多様性を作り上げていくことを目的としています。

皆さんのなかにも、日本・世界各地を訪れ、その土地の名産品や料理を堪能した経験をお持ちの方も多いかと思います。高品質の食品・料理を、美しい風景の中で食すと、その土地の思い出と印象は心に深く刻まれるものです。そして「再びこの地を訪れたい」と強く感じるはずなのです。

このように、食べ物、味の記憶と景観は密接な関係にあります。これらの関係性に着目し、多くの人にその地へ足を運んでもらうことを目的としたのが『味の景勝地』システムなのです。

『味の景勝地』になるための10の基準項目とは

『味の景勝地』は、以下の10項目の基準によって定められています。

1) 象徴的な産品

その土地の象徴的な産物であること、他の何物にも似ていない独特の産物であること。例えば、ブジージュの牡蠣。ラングドック地方の海水湖で養殖されるこの牡蠣は、特殊な味わいで人気を高めています。

2) 他のにない経験

そのためには、個性のある美しい風景、特別な景色が必要となります。

3) 伝統的なノウハウ

世代から世代へと受け継がれる伝統、そのノウハウの蓄積が非常に重要であるということ。例えば、棚田。棚田を維持するには、水を上手く運ぶ必要があります。そのためには蓄積されたノウハウ以外に、農家の方たちが自立できる経済モデルも必要です。

4) 貴重な建造遺産

これは建物に関する基準です。伝



ラングドック・ルシオン地方ブジージュの牡蠣



ブルターニュ地方のブーショ牡蠣

統的な建築、近代的な建築、両方に当てはめることができます。

5) 自然のリズムを尊重した開発

世界中の食べ物が通年流通している現在、季節を問わずどこでもトマトやイチゴを食することが可能になりました。しかし季節外れで作られた野菜や果物は、味が薄く、本来の味わいとはほど遠いもの。なぜなら、適切な方法で栽培されていないからです。そのため季節に応じて、適切な方法で生産された食べ物であるということが重要になってきます。

6) 永遠に完璧を追及する

美しい愛の物語

生産者が消費者に自分たちの作った食べ物がどのように生産されたのか、どのように消費者に届けられるのかを語る。

7) 地域の限らない誇り

農家の方が自分たちの作るものに誇りを持つということ。これは農業に限らず、生活一般に言える方法・方針・基準だと思います。働く人が自分の仕事に満足して生きるということは、あらゆる分野で大切な要素です。また、自分たちに誇りを持っている人たちは、他の方たちと何かを一緒にしたいと願うものでもあります。

8) 村の生活、市場、そして

特定のお祭り

市場を開いて、来訪者に農産物を買ってもらったりその場で味わってもらったりすること。

9) テロワールと味をめぐる観光の提供

できる限り観光客をもてなすこと。つまり観光客に来てもらい、自分たちの作ったものを食べてもらい、どのように生産されているのかを理解してもらうこと。

10) テロワールの正統性の特色を強く高品質で守る地方協会

アソシエーション(地方協会)の歴史は古く、20世紀初頭まで遡ります。約30年前に100あまりのアソシエーションが結束して『味の景勝地』というシステムを構築しました。

これら10項目を基準にして選ばれた100カ所あまりの『味の景勝地』は、地域に特徴的な産品と景観との相乗効果を通して、ツーリズム振興に効果をあげています。

その地でないと体験できない、味・風景・記憶が、未来を育てる

次に『味の景勝地』にはどんな生産物があるのかをご説明したいと思います。まず、海や川、池といった土地の食べ物。あるいは農場や牧場、野菜畑、果樹園といった場所で作られる食べ物、

食前酒、食後酒を含む飲み物。またスイーツやキャンディー、デザート。これらは非常に古い伝統を持つ食べ物です。各食品にはそれぞれの歴史やエピソードがあります。場合によっては1000年あるいは2000年、ローマ時代までさかのぼるような長い歴史と伝統を持つ食べ物もあります。

質の高い食品の今後、未来を切り開いていくためにはその食品の事をより深く知る必要があります。そこで大学の研究者たちのお力が必要となります。皆さんの知識によって、ある食品がどのような歴史を持ち、どのように発展してきたのかを調査・考察していただきたいのです。

2日前に山都町を訪れた際、たくさんの子供たちが通潤橋の見学に来ていました。そこでは「この橋はどのような目的で造られたのか。それは農家の人たちが米を作るためである」という説明がされていました。このような機会は、子どもたちにとっても、大変教育的な効果が高い経験だったと思います。



通潤橋視察(2014年10月23日)



アグリツーリズム(農村民泊)



牡蠣生産者のお祭り



「各『味の景勝地』のすばらしさは、テロワール、その保護、そして自然のリズムに対する尊重が結合していることです。それらを見出し、理解するためには、専門家のガイドに導かれ、かれらの活動に従い、思いがけない本当の秘蔵の味を賞味してください」

※SRG プレスキット(日仏語)より引用



アルザス地方のワイン街道



オーベルニュ地方サレールのチーズ



ポーフォールのチーズ



アキテーヌ地方の蒸留酒



アルプスの山村ポーフォール



「味の景勝地」を訪れる観光客



ボーム・ド・ヴニーズのミュスカワイン



セットの牡蠣



リックヴィルのワイン製造者



プロヴァンスの果樹園で作られたフルーツの砂糖漬け



シャルトルーズのリキュール酒



グランドの塩

阿蘇にも当てはまる、『味の景勝地』の哲学とその事例

では『味の景勝地』の生産物について、フランスの事例をいくつかご紹介したいと思います。

■アルザス地方の『揚げた鯉の街道』

池で育てられた鯉をフライにしたものが名物となっています。九州でたとえるならば、福岡の明太子を使ったレシピ街道を作ることも出来るのではないでしょうか。

■アキテーヌ地方で作られる蒸留酒

数十年、場合によっては百年ものの蒸留酒が存在します。

■オーベルニュ地方『サレールのチーズ』

サレール種という品種の牛からとれたセミハードタイプのチーズ。標高1000メートルの地で作られています。阿蘇でも、農場や山で育った牛の乳に、その土地の草を混ぜた“阿蘇のチーズ”というものを作ることができるのではないでしょうか。

この他にも、シャンパーニュ地方のシャンパン、フランシュ・コンテの豚肉加工食品、柵田で栽培されるラングドッグの甘いタマネギ、母牛の乳で育てられるリムーザン地方の子牛など、多様な食品が認定されています。

本物を見極める体験が風景と文化を生み出す

次に、味と景色の関わりについて『味の景勝地』よりいくつかの事例をご紹介します。

■ポーフォールのチーズ

アルプスの山村ポーフォールで育てられている牛は、阿蘇のあか牛に似ています。雪が降るなどの極寒の日のみ牛小屋に入りますが、それ以外は一年中、高地放牧で育てられています。

この牛たちの乳は大変美味です。また伝統手法により高地放牧の牛乳のみで作られたチーズは、この地の草や花の香り、味が凝縮されています。さらには熟成により味の変化が顕著になり

ます。

一時期は、牛を高地に上げる手間のために、高地放牧という伝統的な飼育方法は消滅の危機に直面していました。今から40年前のこの地域は、打ち捨てられたような状態だったのです。ところが、何人かの農業者が再生を試み、高地放牧の牛乳のみのチーズを作った。他にはない独特な味わいを持つこのチーズにより、地域が再び活性化されていったのです。現在ではこのチーズを味わうために多くの観光客が訪れる地となりました。また農家民宿も行われており、農家の副収入ともなっています。

アグリツーリズムは、日本の農家の方たちにも強く推奨したい活動です。また、都市部の人たち、特に子供のいる家庭では、こうした活動に積極的に参加していただきたいと願います。例えば家族で農村を訪れたとしましょう。子供が山に走って行き、そこにいる牛を撫でたします。そしてその牛から採れた牛乳を飲みますと、その子は工場で大量生産されたまがい牛乳やチーズを口に

したいとは二度と感じなくなると思うのです。

子供の食育は、彼らの将来のために強く勧めるべきであると考えています。また、よりよい消費者を育てるという意味では、子供だけではなく大人にも食育は行われる必要があります。大人になって始めるには遅いということはないので、ぜひみなさんも食育に目覚めていただき、本物の味を選択していただきたいと願っています。

唯一無二の味わい、風景は心の奥深くに刻まれるもの

■ボーム・ド・ヴニーズのミュスカ

ミュスカは大変香りの高いワインです。美しい風景の中でこのワインを味わったならば、その人は二度とその味を忘れられなくなるはずです。

■プロヴァンスの果樹園

プロヴァンス地方の果樹園では、質の高いフルーツが栽培されています。この地方ではここで採れた様々なフルーツ

の砂糖漬けが作られています。多くの観光客がこの果樹園を見学し、そのあとフルーツの砂糖漬けに舌鼓を打ちます。

■セットの牡蠣

セット地方の牡蠣は池で養殖されています。牡蠣の生産者はお祭りを企画して客人をもてなします。自分たちが作った食べ物に誇りを持っている人たちは、友達や知り合いの人を呼んでお祝いをしたいと願うものです。

■シャルトルーズのリキュール酒

山の中に修道院があり、修道僧たちは完全に閉じられた山の中で生活しています。中世来、彼らは生きるために周辺の草原に草を取りに行き、リキュール酒を作りました。

■リックヴィルのワイン

写真(右上)に写っているのはリックヴィルのワイン製造者です。彼はワイナリーに観光客を呼び、自分たちが作るワインを味わってもらうことを楽しみにしています。彼の背後に見えるのは、17世紀にさかのぼる樽です。「ワインの製造と風景、そしてワインそのもの

を結び付けよう」という製造者の意思が見てとれます。製造、風景、ワイン全体で、ある意味において芸術作品をなしていると言えます。

私は「美味しい料理とは、素晴らしい芸術作品でもある」と思っています。美味しい米、漬物、梅干しもひとつの芸術作品なのです。そのことを生産者の方々が確信していると、美しい景色は自然と作り出されていくものだと考えています。

■グランドの塩田

上空から見たグランドの塩田です。中世来、この塩田で塩の生産が行われています。美しい風景ですが、すべての行程を手作業で行っているため、製造には大変な重労働が伴います。

しかし、グランドで採れる塩の味は格別なものです。私の家では、グランド以外の塩は購入しません。この塩を買うと、税金を支払うことなくグランドの塩製造者を支援できることも十分理解しながら購入しています。農家の方たちを援助したいと願うのであれば、



プロヴァンス地方ニヨンのオリーブ



ブルゴーニュ地方のクロ・ド・ヴージュ村



ラングドック・ルシヨン地方バニユルのブドウ栽培



ボルドー・メドック地方のシャトーマルゴー



ヴェズレー村のブドウ畑



シャンパーニュ地方『クロ・デュ・メニル』のシャンパン

クオリティの高い美味しいものを農家の方たちから買うということをご心がけると良いのではないのでしょうか。

■ニヨンのオリーブ

プロヴァンス地方ニヨンのオリーブ栽培の様式です。風力のおかげでオリーブを絞り出すなど、伝統的な製法で作られたオリーブオイルは高級品として愛されています。

■マルゴーのワイン

ボルドーでもっとも美しいシャトーマルゴー。マルゴーのワインの美味しさは、シャトーの建築美と切っても切り離すことができません。また、自分たちが作った美味しいワインを大切に扱いたいという願いから、美しい地下倉庫の中に保存されています。

■ヴェズレー村とそのブドウ畑

中世までさかのぼる伝統を持つブドウ畑ですが、一時期は消滅の危機に直面していました。その後持ち直し、現在ではユネスコの世界遺産に指定されています。

■クロ・ド・ヴージュのワイン

ブルゴーニュ地方にあるクロ・ド・ヴージュ

ジョという村で生産されるワイン。有名なロマネコンティエを生産している村としても知られています。美しい風景と家並みという景観は、多くの観光客を惹きつけています。ワイン製造者たちもまた、この土地を訪れる人たちにワインを振る舞うことを楽しみにしているのです。

■バニユルのワイン

ラングドック・ルシヨン地方バニユルという町の、石造り棚田で作られるブドウ栽培の風景です。この地でのブドウ栽培やワイン製造は大変辛い労働となります。しかしバニユルのワインを購入することで、この美しい風景を維持することにひと役買うことになるのです。

■シャンパーニュのシャンパン

シャンパーニュ地方メニル・シュル・

オジェという集落では『クロ・デュ・メニル』という最も品質の高いシャンパンが製産されています。

■おわりに

このような『味の景勝地』を訪れ、その地で飲食したものを家に帰り再び口にすると、様々な人との出会い、風景、思い出を想起するものです。少量で高品質なものを生産する人々を経済的に支えるためにも、多様な文化として郷土の食文化と景観を守るためにも、皆さんもぜひ美味しい物をたくさん食べて飲んでいただきたいと思います。

皆さん、ご清聴ありがとうございました。



第2部

鼎談

受け継がれてきた風景や食のなかに、熊本の未来がある



はじめに
文化的景観とは



田中尚人
(熊大政創研)

田中：ピット先生の基調講演では『文化的景観と食による地域のブランド力』をテーマにお話いただきました。鼎談に入る前に、この文化的景観について補足説明をさせていただきます。文化的景観は、現在の日本の文化財制度の中では最も新しい生活・生業のための変化を尊重できる文化財制度です。“地域らしき”を守っている歴史、自然環境、生活・生業の三要素が重要とされています。2013年度の11月現在で38件、現在は43件が認証されており、そのうちの15件が九州にあります。つまり九州は“文化的景観大国”と言えるのです。熊本県内にすでに国が選定する文化的景観の2事例があります。ひとつは山都町の白糸大地。もうひとつは天草の崎津・今富地区の文化的景観です。また、三角の三角西港でも文化的景観の活動に取り組んでいます。

鼎談を進めていきたいと思えます。
小野：熊本県副知事の小野です。今日は世界農業遺産の関連イベントということで、農業分野を担当している私も参加させていただきました。私自身、2013年5月に阿蘇が世界農業遺産に認定された際、非常に深く関わりました。昨年は、イタリア・ローマにて、阿蘇の世界農業遺産のプレゼンを行ったという経緯もございます。

ピット先生にお伺いしたいのは「フランス人の、風景に対する思い」についてです。日本は食に対して非常にオープンマインドで、世界中の料理や食材をいつでもおいしく食べることができます。その一方で、街は雑多な部分が多く、景観に対しては保守的ではないように思えます。私にとってフランスの方は、様々なことに保守的であり、自分たちのスタイルを貫いているように感じられるのです。その精神は、景観保全についても当てはまるのかをお尋ねいたします。

ピット：フランス人が風景に対して敏感であるのか。少なくとも25年~30年前からはそうであり、新しい現象だと思えます。例えば、アルザス地方は、第二次世界大戦後にほとんどの町が破壊されてしまいました。そのような背景もあり、アルザスの方達は風景に対してとても敏感です。

食や景観に対する
フランスと日本の向き合い方

田中：では、熊本の文化的景観について、



ジャン・ロベール・ピット 教授



谷口 功 熊本大学長



小野泰輔 熊本県副知事



風景と食の結びつきを辿る (2014年10月23日 山都町白糸台地)

また、ブルゴーニュ地方の人々が風景に関心をもち始めたのは、ごく最近のことです。「好き勝手に建造物を建てると、風景が損なわれる」ということを自覚するようになり、ユネスコの世界遺産への登録、村の風景の整備・維持について意識が高まったのは、つい最近のことなのです。

次に「日本は食と風景の結びつきが弱いのでは」という懸念について。美味しい食事を提供する日本のレストランは、レストラン自体が整備されていて美しい風景を保っていると私は思います。内装はもちろん、料理を盛り付ける茶碗、そこに描かれている絵付けも素晴らしい。私にとっては、食事の場や器もまた「美しい風景」なのです。

世界遺産になった和食にふさわしい風景とは

谷口：ピット先生のお話を拝聴し、食べ物と景色の関係は非常に深いという事を改めて学ばせていただきました。そこで質問がございます。世界遺産になった和食には、果たしてどんな風景が

最もふさわしいとお考えでしょうか。その場合、自然の景色がよいのか、それともアーティストが作ったような景色がよいのか。和食にはどのように風景を結び付けられるのかということをお伺いしたい。

ピット：和食と景色の結びつきは多様にあると思います。水田、庭園や果樹園、あるいは牧草地もよいですね。椎茸や松茸が採れる場所や、漁業が盛んな海や漁村も風景として素晴らしいと思います。

例えばこの写真(上)には「美味と美酒の集合体」が映し出されていると思うのです。水田からは米が作られていることが想像できますし、美味しい日本酒も作れるでしょう。左にあるイチョウからは銀杏が採れますよね。茶碗蒸しにするとおいしくいただけると思います。また、茶畑も見えますので、おいしいお茶がいただける期待感もあります。このように、風景全体を食に結びつけて楽しむのはいかがでしょうか。そこに、美味しい料理を作る料理人、そして仲のいい家族や友達が加われば完璧だと思います。

代々受け継がれてきた手仕事、風習、食べ物を地域の人々が情報発信

田中：次に、小野副知事、谷口学長のほうから「現在、熊本県、熊本大学で行っている様々な取り組み」についてお話をいただけますでしょうか。

小野：2年前より『くまもと手しごと研究所』という事業を進めています。日本の良いところは、季節感があることだと思うのですね。そして四季折々、曆には必ず“人の生活の営み”が結びついています。また、地域には代々受け継がれてきた手仕事、農業、風習、伝統工芸などがある。しかし、それらが存続の危機にあるのも事実です。

そこで文章と写真が得意な地域の人々90人を『キュレーター』に任命し、その土地で受け継がれている手仕事や自然の風景、料理、クラフトアートの情報を、facebookと

ホームページにて情報発信してもらおうという仕組みを作りました。

地域の情報を熊本県民自らが知り、消費して楽しんでもらうことができれば、今まで培ってきたものを残していけるのではないかと思います。ピット：まず、副知事のような地位のある方が、このような関心を持っていらっしゃるという事に驚きました。フランスでは稀なことです。フランス料理が世界遺産に登録された際、関係省庁の方々を動員するには大変な苦勞がありました。日本やフランスのような民主主義国家において、政治家や官僚の役



割は「質の良い物を国民にプロモーションすること」だと思うのです。

プロモーションする内容は、食や風景だけではなく、文化や教育といった分野も入ります。質の良い物を、若者たちはもちろんのこと様々な人に積極的にプロモーションしていくことが重要なことです。良質なものが無い地には民主主義もない。また、質の良い物をプロモーションしない国に、未来はないと思います。

熊本の素晴らしさを表す3つのカラー『RGB』

谷口：熊本大学では「熊本あるいは九州を世界に繋げる」ために様々な取り組みを進めています。熊本を世界に繋げるためには、少なくとも地域の大学の研究や教育は“世界のトップ”でなければならぬ。熊本に人を呼び込むため、また人との交流を生み出すためにも、熊本大学はトップを目指さなければいけないと考えています。世界に繋げるという事、国際化するという事は結果的に、日本あるいは熊本の良さを発見して表現することだと思っています。

また、熊本の良さを世界にアピールする際、私は『RGB』という文字で説明をしています。Rはレッド、Gはグリーン、Bはブルーという光の三原色の頭文字です。これは熊本市の『わくわく都市くまもと』というプロモーション活動のシンボルマークの色でもあります。“赤”は火の国・熊本の色。阿蘇の火山のイメージ、または熊本の人たちの心の温かさ、情熱的な魂を赤色にとらえています。

夏目漱石が熊本を“森の都”と称したように、熊本は緑の町・グリーンシティでもあります。また、阿蘇の草千里を

訪れると、まさに緑に包まれた環境であることを実感いたします。

そして“青”は水の青をイメージしています。熊本は日本一の地下水都市“水の都”でもあるのです。2013年にはユネスコから『生命の水(Water for Life)』の最優秀賞を受賞いたしました。アジアで唯一このアワードを受賞したのが、ここ熊本なのです。

豊かな地下水で作られるお酒や食べ物は当然ながら美味しい。熊本の水をウイスキーに例えるならば、20年物、30年物のクラスなのです……という説明をいたしますと、どなたも熊本に強い興味を示されます。

このように熊本の魅力をわかりやすくアピールし、ファンになっていただき、応援団を増やしていく。そのような役割を熊本大学が中心となって担い、世界に発信していく機会を作っています。

ピット：『RGB』は、まさに阿蘇のカラーですね。赤は火山の色、緑は阿蘇の森林や草原の色、青は阿蘇の青空と水源の色だとイメージできました。

次に大学の目指す方向についてのコメントです。ソルボンヌ大学長時代の経験を踏まえると「いかなる大学もジェネラリストになることは出来ない」というのが私の考えです。つまり「ひとつの大学がすべての分野においてスペシャリストになるのは難しい」ということですね。

学生数が熊本大学の規模であれば「何の分野でスペシャリストになるのか」と分野の絞り込みをするのが良いのではないのでしょうか。そうしますと日本国内、あるいは世界に誇れる優れた分野が熊本で育つのではないかと思います。

本日のシンポジウムのテーマである「景色・風景・農業・食物の関係」。このテーマは様々な分野の研究者が関

心を示すことでしょう。例えば、経済や農業、地理、歴史分野の専門家達です。熊本大学の研究者の皆さんがこの分野をテーマに研究されると、日本一となる将来像が描けるのではないかと思います。

今年2014年、私は3つの国にて同様のテーマを人々にお話する機会を得ました。その三か国とは、ブータン、ケベック、そしてモリスです。それぞれ地理的な条件や風景、経済などの状況が異なる国々です。しかしどの国の方々が「景色・風景・農業・食物の関係」というテーマに大変強い関心を示していることが見てとれました。この分野が注目されることは、いまや世界的な動向なのではないかと思います。

熊本大学がこの分野の研究を極めることができれば、日本はもちろん、世界における拠点になりえるのではないのでしょうか。

伝統の地で生まれる“パイオニア精神”で世界に向けて発信を

ピット：皆さんにはこの場に足をお運びいただき、誠にありがとうございます。日曜日の午後にこれだけの人が集い、風景や食について考察していくことは、フランスではなかなか実現されません。また、この種のシンポジウムに、学長や副知事といった高い地位の方に来ていただくというのも、フランスでは稀なことです。

今回熊本に来て実感したのは、九州・熊本のような長い伝統を持つ地域にも“パイオニア精神”が生きているという事です。皆さんのアイデアや強い意志、エネルギーを、ぜひ日本、世界中に広めていただきたいと願っています。