

小豆を使った神話のまちおこし (その2)

田邊 達也

はじめに

出雲ぜんざいは、今や2つの大きな使命を持って大きく飛躍を遂げつつある。1つは、出雲ぜんざいの活動が、ある地域の活性化の大きな核になっていること。2つ目は、「出雲ぜんざい」が新しい出雲を代表する地域商品として認知されつつあること。1つ目の地域活性化については、概要を前回（61号）でご紹介したが、今回はその後の様子と、もう少し深い背景などを記述することとする。

出雲大社の門前町の衰退

元々、私がぜんざいと関わるようになったのには大きな理由があった。それは、全国的に展開された平成の大合併の平成17年まで遡る。私たちの住む出雲市は、この合併で全国に誇る出雲大社のある観光都市へと希望を膨らませた。それは、当時の行政関係者はもとより多くの市民が望むものであった。しかし、現実は厳しいものもあった。早速設置された会議では、出雲大社の門前町である神門通りの衰退ぶりが報告された。

神門通りは、明治45年国鉄大社駅の開業に伴い開設された参拝道であり、完成から今年でちょうど100年を迎える、出雲大社では比較的新しい参詣道である。以来発展を続ける中、幾多の試練も乗り越えて来たが、昭和40年代後半になると、日本中に車社会が到来し、神門通りもその洗礼を受けることとなる。マイカーに対応するため出雲大社周辺に大規模な駐車場が設置され、それは参拝者の動線に大きな変化を与え、ついには神門通りの衰退へと進んだ。通り沿いに軒を連ねていたお店は1軒また1軒と空き屋になり、町並みは崩れ、道路の傷みも激しくなった。平成17年の合併時には店舗は生活に必要な店を中心に20数軒まで減少していた。



出雲ぜんざい

神門通り復活の核

前述の状況の中で、合併し新たなる希望を実現するためには、まず出雲大社の表参道である神門通りの復活が不可欠となった。当時観光協会の副会長の職にあった私への指示は、ずばり“神門通りの復活”であった。そこで私は、核になるものを見つけることに専念した。ただ見つけると言っても何のきっかけも無くは難しく、そこで「日本一、あるいは●●発祥の地」というキーワードで探すこととした。

古い歴史と伝統文化の豊富な出雲地方の文献等を2年掛けて勉強した結果、3つの候補にたどり着いた。1つは、相撲の神と言われた野見宿禰が第13代出雲国造であったことから「相撲」での町おこし。2つ目は出雲市平田には佐香神社、別名松尾神社があり、これは酒発祥の地といわれていることから「酒」による町おこし。3つ目が、歌舞伎の祖と言われる「出雲阿国」での町おこし。

しかし、私たちが活動するにはどれも帯に短し、襷に長しでしっくりこなかった。多少の焦りを感じ始めた頃、一枚のコピーとの出会いがあった。それには、「ぜんざい発祥の地は出雲」（祇園物語より）と書かれていた。これを手にしたとき「これだ!」と直感した。そして、直ちに文献の信憑性を探るために「祇園物語」を追究したが巡り会えず、平成19年2月日本ぜんざい学会を一人で立ち上げ、神門通り復活のために見切り発車をする。この件も、後に19年3月の島根県立古代歴史博物館オープンのために全国



日本ぜんざい学会壺号店

から集まった学芸員の一人が難なく東北大学の図書館で祇園物語の原本を発見してくれたことは、前回ご紹介したとおりである。

躍進と挫折

日本ぜんざい学会の活動は順調なように見えたが、厳しい試練が待ち受けていた。

まず、1つ目はお客様の要請を受けて、会員事業所に製造してもらったレトルト製品のトラブルだった。雑菌が入り、発酵してパンパンにふくれあがり、食べれば酸っぱいという状態だった。2つ目は、商標登録という思いがけないものであった。古い文献からぜんざい発祥の地は出雲、根拠としては、ぜんざいの語源となった「神在餅」。これがすでに登録されていたのである。

ここで肝に銘じたのは、ボランティアであろうと、商売であろうと、社会に出れば責任は等しく課せられるという事である。その点ではどこかに甘さがあったと思う。

出雲産大納言への挑戦

今回は、出雲ぜんざいを核とした町おこ

しについて記述している。その本家本元の出雲ぜんざいの小豆生産とそのブランド化に執念を燃やす、創業100年を超える老舗和菓子屋の坂根社長については前回ご紹介したが、ここで改めてその取り組みの状況を紹介したい。

そもそも坂根氏が出雲産大納言に関わるようになったのは、10年ばかり前に起きた中国での食の安全に関する事件がきっかけであった。当時出雲菓子協会の会長の職にあった氏にとって、主要材料である「小豆」を安全かつ確実に確保、管理することを目的に、従来より栽培していた地小豆を、体系的に栽培し安定供給したいという事から平成16年5月、母体を出雲菓子協会に置き、研究を開始。出雲市、JAいずもと共に同年10月出雲商工会議所にて、北海道十勝農業試験場より講師を招聘し、「あずきフォーラム」の開催を皮切りに、翌年には先進地北海道十勝を視察し、同年7月には18軒の農家で試験栽培を開始した。

しかし、この年は大雨被害により反当150キロの収穫予定に対し60キロに満たない有様だった。平成18年には、最高品種とも言える丹波より生産指導を受け、収穫高は90キロに留まったが、粒ぞろい等の高品質を確保。平成19年は生産開始3年目にして、その生産がやっと収穫高、品質共に満足できるものとなった。

折しも私たちの「ぜんざい発祥の地は出雲」の下、出雲ぜんざい学会の活動が相乗効果となり、その生産に拍車を掛けた。その後着実に栽培面積も増やし、平成24年



出雲産大納言

には栽培農家も38軒、作付面積も約5haまで拡大した。そして、本年1月には島根大学農学部と共に、地域セミナーを開催し「出雲地域における小豆の品質、在来種、栽培生産、加工利用、更にスイーツ文化」をテーマに、将来展望として小豆による第6次産業化や地域活性化策を討議し、より高品質な出雲産大納言のブランド化を科学的、かつ学術的に体型化すべく奮闘中である。

認定店制度

出雲ぜんざいの普及を目指す上では、どうしても出雲ぜんざい学会の組織強化は避けて通れないところではある。かと言って闇雲にメンバーの数だけ増やせばいいというものではない。特に、出雲ぜんざい学会の活動は「出雲ぜんざい」を通じての町おこしというボランティア活動である。

そこで、出雲ぜんざい学会では、学会員の資格は出雲ぜんざいのビジネスに関わらない者という原則があり、事業者はその学会の認定を受けるという認定店制度を実施している。これは、公平性を保つというこ

とが一番の目的である。現在認定店を紹介する出雲ぜんざいマップを更新中であるが、認定店数は2つのアンテナショップを入れて19店である。認定店はそれぞれの独自の「出雲ぜんざい」を提供すること。名称を必ず出雲ぜんざいと称すること。年に数回の研修会を開催している。

公認商品制度

出雲ぜんざいの普及のために、出雲ぜんざいの名称を用いた商品の開発販売にも積極的に取り組んでいる。そのためか現在10数種類の商品が開発販売されている。

例えば、出雲ぜんざい学会創立の早い段階から大きな力になってくれている出雲商業高校の経済調査部の皆さんが開発し、大手コンビニで販売されている「出雲ぜんざい風シュークリーム」、地元有名ケーキ屋の「出雲ぜんざいプリン」は大手カタログショッピングに搭載された。

また、製パン業界大手のヤマザキ製パンからは「出雲ぜんざい風ランチパック」が販売され、期間限定ではあったが全国への大きなPRにつながった。

ほかにも、地元菓子メーカーからは、「一口ぜんざい」なる観光客向けのお菓子を製造し、出雲大社へ参拝の全国の方に購入していただいている。そして、こうした商品は、出雲ぜんざい学会の活動の趣旨を理解し、出雲ぜんざい学会が発行する公認シールを購入して商品に貼付してくれている。これは、広報になることはもとより、学会の貴重な運営資金になっている。

他にも公認シールまでは購入しないが、出雲ぜんざいの名称をつけた商品、あるいは出雲ぜんざいを意識しての商品も多々あり、その宣伝効果は大変顕著なものがある。こうした出雲ぜんざいの新ブランドとしての躍進と共に、1つ目の目的である神門通りの復活という町おこしの点でも大きな成果をもたらしている。

民間先行、行政後方支援

平成19年10月出雲ぜんざいの専門店「日本ぜんざい学会壺号店」を核に神門通りの甍りの物語は始まった。

偶然にも同じ思いを持った3人が集結し、神門通りを愛する多くの人ボランティアで活動に参加し、翌年7月正式に「神



出雲商業高校経済調査部のみなさん



出雲ぜんざい風ランチパック

「門通り廻りの会」を設立。会の信条は「まず行動」「行動しながら考える」「金はなんとかなる」の3項目。出雲大社にふさわしい日本を代表する門前町にしたいという思いだけだった。以来「観光客のため」をモットーに数々の事業を展開し、その情報をパブリシティーという方法により地域へ時には、全国へ発信を続けた。

10年も昔なら自分たちの商売、つまり儲けのためなのに、なにもしない内から行政に補助金を求めるような事があったと聞くが、私たちの方式は、自分の事として公共性も含めてスタートする。そして、行政はある程度の段階で今事業が一部の者たちだけのことではなく公共性があるか、将来性はあるかを判断し、良とすれば支援する。支援といっても金だけではない、人、智恵などあらゆる手段である。こうした方式は、いつの頃からか「民間先行、行政後方支援」方式と呼ばれるようになった。

この方式は、神門通りにおいて、名実共に「官民一体」の開発が進んだ。平成19年出雲ぜんざいを核に町おこしに取り組んだとき、520メートルの神門通りのお店の数は、観光以外の店を中心に20数軒ばかりだった。それが平成25年10月現在65店舗となり、建設計画、出店希望者が後を絶たない。

また、平成20年4月から28年3月までの出雲大社の平成大遷宮によって、奇跡的な追い風、正に「神風」が吹き続け、年間200万人の参拝者が25年の予想は、なんと600万人を超える勢いである。



多くの人で賑わう神門通り

最後に

今私は、この現状の中、将来への大きな期待と不安を誰よりも感じ、神門通りの商店街の年内の法人化を目指して奔走している。ただし、会を法人化したり、物質的な組織強化をすれば、出雲大社にふさわしい門前町になるかと言えば、決してそうではないと考える。

大切なことは、ここに集う人たちの「心」である。町おこしの技術さえ時代と共に変化をする、また社会環境に合わせて変化させなければならないこともある。しかし、決して変わってはいけない、変えてもいけないものが「心」だと思う。

この地に脈々と伝承される心を大切に、次代へ繋げていくことこそ私たちの使命と考える。そして、この度の設立する法人名を「神門通りおもてなし協同組合」とし、活動以来一貫して唱えてきた「おもてなし」を活動の基本としたい。これも、五穀の一つ小豆の取り持つ縁であり、正に五穀豊穡と言えるだろう。

小豆に心より感謝。