話を聞いた人
笠木 恵介さん
（奨学麺チーム）

私の出身は、北海道です。普通は、農業の大規模化が進めば、同じ地域に住める人口が減ります。でも南島原は規模の大きい農家が多いのに、人口密度はそこそこ高い。「そうめん業」、「漁業」、「船員」という産業があるから、狭い地域でわいわい暮らしていける。すごいしうらやましい。本当！

奨学麺で、そうめん三昧 そうめんファンを育てちゃおう！

奨学麺チーム

笠木さんらが提案した「奨学麺」とは、奨学金のそうめん版。単なる試食やプレゼントなどとは一線を画す「ギブアンドテイク」を実現しています。

ルールは簡単です。そうめんの提供者は、学生にそうめんを提供。提供を受けた学生は、おいしく食べる見返りに、口コミの広報活動を行います。

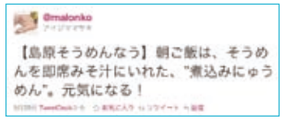
リーダーの笠木さんによると、「今回、募集活動はほとんどなしに、多くの学生が集まりました。学生側の潜在需要は高いと思います」とのこと。

もらったそうめんを食べた大学生は、ブログなどで、食べた感想や料理法を活発に発信。予想以上にそうめんについて発信する大学生に驚く関係者らの一方で、笠木さんは冷静に、こう分析します。

「参加者自身が『島原手延べそうめん』のファンになっているから」

まさに能動的なギブアンドテイクです。学生を育て、学生が広告媒体となる「奨学麺」。とても楽しみです。

フェイスブック（写真上）やブログで世界中の人に島原手延べそうめんを紹介したり、ツイッターでつぶやいたり（写真下）。それぞれが好きな方法、得意な方法で情報発信するところが、すごいのです。



「http://togetter.com/li/76922」でそうめんのつぶやき。まとめて見れます！

話を聞いた人
加藤 義士さん（農業チーム）

いろいろなところを訪れて、ご飯をご馳走になったり、お風呂を借りたり。みんなとても優しくしていただきました。民泊の準備中だそうですが、「民泊」うまくいかないわけがないですよ。一人でも多くの人たちに、僕たちみたいに感動してほしいですね。

ひまわりで、ロザリオみたいにつながろう

農業チーム

加藤さんら農業チームでは、耕作放棄地の解消を目指しました。

加藤さんらは、南島原市を「集落の結束力がこちらでは、考えられないほど高く、びっくりした」と評価する一方で、「横（業種間）のつながりが弱いのでは？」と分析。耕作放棄地解消のためのプランを提案しました。

まず、市の耕作放棄地に市の花ひまわりを植え、土を肥やす。その土を使った野菜を売り出したり、ひまわりから穫れた油で作ったそうめんなどの製品を売り出す、というものです。

名付けて「ロザリオプロジェクト」。「さまざまな職種の人たちがつながって、ロザリオのような輝きを持つように」との願いからだそうです。面白いのは、耕作放棄地を解消しつつ、同時に、「ひまわりのイメージ」そのものが、商品の付加価値となるところ。ひまわりのマークが、「安全・安心」のシンボルとなる日は近い？

昨年９月15日に中間報告、今年２月11日に報告会がそれぞれ行われ、関係者を前に、問題点の提起、改善提案が行われました。（写真は、昨年９月の中間報告時。リーダーの田向勝大さん）

話を聞いた人
田中 一弘さん
（産品チーム）

一番印象深かったのは海。鯛釣りなど、初めての体験に興奮しました。ですが、南島原の本当の魅力は、海でも山でも田畑でもなくて、それらが、コンパクトに共存していること。そして、「船は不要だがそこそこ不便」、というのも実はポイントが高いと思います。このへんを「いい形」に持っていけるといいと思いますね。

絶品に理由アリ 「ひょっつるdeみそ汁」と「みかんジュース」

産品チーム

産品チームが取り組んだのは、ひょっつるdeみそ汁」と「みかんジュース」の販売です。

ひょっつるdeみそ汁

産品チームの田中さんは、スーパーに並ぶひょっつるを見て、売ることの難しさを感じたそうです。

「だって、ただの袋詰めの何かでしたから。ですが、実際に食べると『おいしい』し、何より『面白い』と思いました」

田中さんらは、この面白さを消費者に伝えるためには、「とにかく食べてもらう」、「食べ方を提案する」ことが大事、と判断。産品チームは、1月8日・9日に、みずなし本陣ふかえで、「ひょっつるのみそ汁」の試食販売を行いました。結果は、みそもひょっつるも、あっという間に完売。

「食べてもらえれば、うまくいく確信はありました。南島原には、おいしい『みそ』もありましたしね」

みかんジュース

長有研（長崎有機農業研究会）で販売しているみかんジュースは、1本1リットルで650円。普通のジュースよりずっと高い値段です。

「決して安くはありません。ですが、実際に飲んで、説明を受けてみると、このジュースには値段以上の価値があると思いました。それを理解してもらえれば、必ず売れると考えたのです」と田中さん。

産品チームでは、消費者とラベルで対話することを考えました。農家が丹精込めて栽培したみかんであること、何より、1リットルの瓶に、なんと2kgの温州みかんが入っていること。産品チームでは、こうしたよさを伝えるために、添え書きを作成して同日に販売しました。結果は、ひょっつる、みそと同じく完売となりました。今後はラベルの改善などに生かしては？との提案がありました。

とはいえ、今回の売れ行きは彼らにとっても、予想以上だったそうです。「南島原の産品には、まだまだ可能性がある」彼らの言葉が印象的でした。

このほか、産品チームは、みずなし本陣ふかえにも、「南島原コーナー」の設置を実現。関係者らによると「観光客の評判は上々。これまでなかったのが不思議なくらいです」と絶賛。

試飲（食）即売会では、アンケートも実施。

南島原市の明日

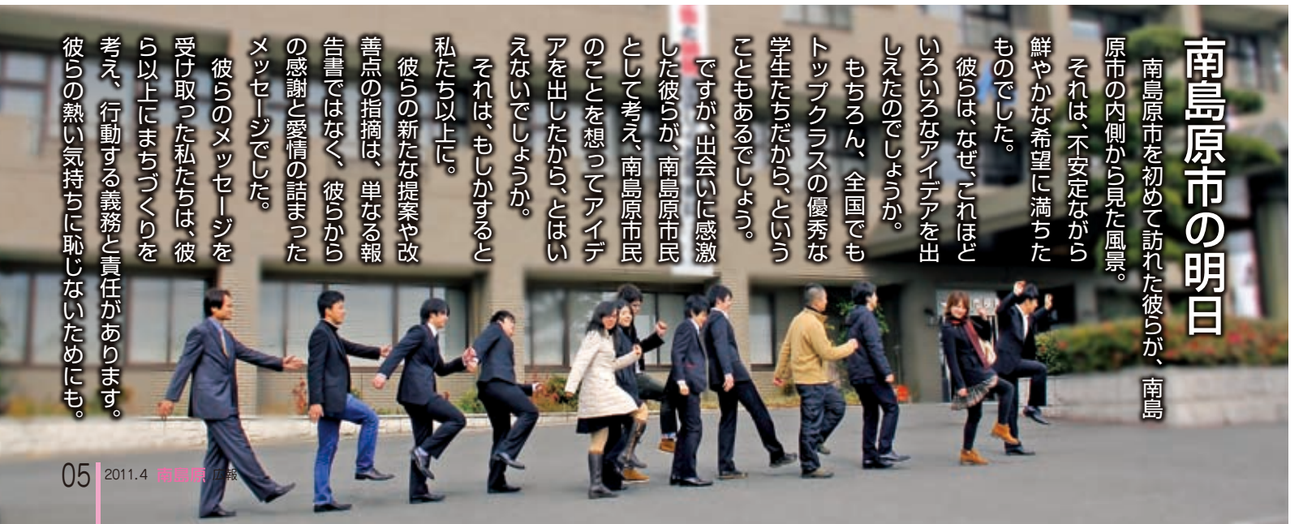
南島原市を初めて訪れた彼らが、南島原市の内側から見た風景。それは、不安定ながら鮮やかな希望に満ちたものでした。

彼らは、なぜ、これほどいろいろなアイデアを出しえたのでしょうか。

もちろん、全国でもトップクラスの優秀な学生たちだから、ということもあるでしょう。

ですが、出会いに感激した彼らが、南島原市民として考え、南島原市民のことを想ってアイデアを出したから、とはいえないでしょうか。

それは、もしかすると私たち以上に。

彼らの新たな提案や改善点の指摘は、単なる報告書ではなく、彼らからの感謝と愛情の詰まったメッセージでした。

彼らのメッセージを受け取った私たちは、彼ら以上にまちづくりを考え、行動する義務と責任があります。彼らの熱い気持ちに恥じないためにも。