

客論

地域支援コーディネーター 福永 栄子

ミヤマキリシマが待ち遠しい季節になった。健康と癒やしを求めて、多くの人が霧島山をトレッキングする。あるいはアケボノツツシの可憐な姿を愛でようと、諸塚山や市房山などに登る。こうした人々にとって、トレッキングは日



常であり、特別なことではない。毎週末、自然にたっぷり浸ることで、疲れを発散し、癒やしを感じ、活力をたくわえて帰る。ある時は夫婦で、ある時は仲間と、旬を感じ合い、ともに季節を迎えることができた連帯感や喜びを分かち合う。帰り道、いつもの直売所に立ち寄り、土地ならではの旬の

産物を買いたい。毎年、同じ食堂で食事をとり、店主とよもやま話を語る楽しみ。山歩きは「旅」というよりも「日常」そのものになっている。日々の暮らしの中に、旅がある。休みになれば、50キロも離れた「道の駅」など直売所に車を走ら

暮らしの中に旅を

せる時代になり、旅が日常化している。冬には、隣村まで椎茸やユズ、大根、イチゴを買いに行き、春になると、あちこちの山や野を歩き、ワラビ、ツクシ、イタドリなどの山菜を探る。朝市にも毎週のように出掛ける。旬の野菜を生産者から直接、買い求めることとは、今や当たり前。水を求めて県外に出るなんて、そう特別のこ

とではなくなった。竹田や阿蘇、霧島や綾町などに、毎週末、多くの水汲み人たちが集まる。彼らにとって週末の水汲みは、暮らしそのもの。帰りに土地の産品を買い、いつものソフトクリームを食べ、高菜めしのお握りをほお張り、ひとしきり交流をして帰る。これが新しい「旅」の形である。朝、起きて、天気を見て、思

ても得られない「交流」が、買ったものに付加価値をつけ、特別な品になる。宮崎県の観光動向調査によれば、今、本県の旅人の6割が宮崎県人であり、県外客の8割近くが九州からの旅人で、その上、その半分以上が鹿児島県人である。この統計数字は旅が日常化して、県内や近隣のリピーター創出が大

い付きで、今日もふらりと出掛ける。シバザクラを見に、ツツシ咲く牧水のふるさとを感じに、あるいは祭りやイベントに参加する。帰りに、直売所で晩ご飯の食材を調達しながらのちょっとした旅。大げさではない。お土産は自分に。旅は、日常の暮らしの中に息つき、日々の生活と同一化している。大型スーパーで買い物し

切であるという事実を物語っている。観光発信戦略としても、県内や県境を越える周辺地域、特に鹿児島県への情報をできるだけ多く綿密にしていくことの重要性が読み取れる。そして、その情報が人々の暮らしの中にすっぽりと入り込める関心事だと、なお良い。5月の連休、ノカイドウを見にきっと多くの人がえびの高原に来

ることだろう。できればノカイドウ以外の魅力、例えば山菜や竹の子採りといった土地の暮らしが体感できるような交流メニューを用意しておいてほしい。また、えびの高原エコミュージアムセンターを核にネイチャーゲームなど環境学や地域の魅力を学べる交流体験を数多く用意しておくことも大切であろう。そのとき経済効果を生み出す農産品などの数々を上手に交流販売していくことを忘れずに。旅人が家に戻ってから、家庭の食卓に残っていくような出会いをたくさん演出してほしい。宮崎県には人の数だけ豊かな暮らしがあり、その数だけ魅力ある旅がある。

ふくなが・えいこ 福岡県生まれ。上智大学外国語学部英語学科卒業。地域交流誌「みちくさ」編集長。県観光審議会委員。宮崎市。