

地産地消の仕事人

現地検討会で交流を深める

金丸弘美

食総合プロデューサー

現地検討会を提案

国は「地産地消」を推進している。地域で採れる農産物をその地域で使うことの奨励である。食料自給率のアップと、直売所や加工などの活動を通じて付加価値を高め、地域経済につなぐという狙いだ。

これらの取り組みの中で、平成20年度から始まったのが「地産地消の仕事人」の選定。農林水産省が、全国で地域の農産物を利用している人を募集・選定し公表している。これまでに158人が登録されている。

仕事人たちをどう活用したらよいかを議論しているのが、農林水産省の「地産地消人材育成・派遣事業」企画委員会（委員長・野見山敏雄東京農工大大学院教授、運営・財団法人都市農山漁村交流活性化機構）まちむら交流きこう。筆者はこの委員に任命された。

同委員会で筆者たちが提案したのは、現地における研修制度である。リストアップされた仕事人

の名前と略歴を見ても、具体的な活動内容が分からない。講演会で話を聞いても、その実態はなかなか見えにくい。地域の食もさまざまだし、取り組みも多様だ。

そこで、現地で話を聞いて交流を深めたらどうかと提案した。これは、すぐに「地産地消の仕事人と学ぶ・現地検討会」として実践されることになった。

4人の仕事人

平成22年度に検討会が行われたのは、仕事人である委員会メンバーでもある次の4人の活動の場だった。

福島県猪苗代町のホテル「ヴィライナワシロ」総料理長（当時、現在は独立）の山際博美さんは、スキー客相手だったホテルの宴会場をオープンキッチンに改装し、ライブ形式で料理を紹介した。農家の現場を歩いて地域食材のリストを作製し、四季のメニューを展開するとともに、農家で余った野菜類の加工を農業者にアドバイスしてきた。真空調理の手法を応用し、出荷できない不ぞろいのリンゴやモモなどでさまざまな加工品を生み出した。また、学校給食のメニュー開発や、子どもたちの料理実習も行ってきた。

山際さんには、ホテルのキッチンシステムの説明のあと、実際に料理を披露してもらった。

新潟市立大形小学校の栄養教諭・上杉玲子さんは、市場や八百屋、JA、農家などと連携し、地場野菜を使ったメニューを学校給食で展開してき

た。給食の模様を公開してもらい、市場を視察しながら連携の仕組みを紹介してもらった。

長崎県大村市の「おおむら夢ファームシユ」代表の山口成美さんは、新しい中山間地活性化の取り組みを行っている。長崎空港から車で約15分の山間地で、直売所やレストラン、体験農場、体験教室などを組み合わせた複合経営を展開。農家を中心に地域の食と加工・販売などを連携させることで、山間地でも独立して運営できる農業交流拠点施設をつくり上げた。

20戸の観光農園と4戸の農家民泊とも連携し、今では地域全体で年間約50万人が訪れる。

4人目は、奈良県明日香村の直売所「あすか夢販売所」の元店長で、直売所コンサルティング事務所「オフィスシンセニアン」代表の勝本吉伸さん。

同販売所は、周りの風景に合わせた木材を主体とした造りで、野菜や果実が豊富にそろっている。100坪ほどだが、売り上げは2億7000万円に上る。小さな農家の出荷場でも売る体制をしっかり整えれば、継続できるという事例だ。

検討会では、現場でそれぞれの取り組みを解説してもらい、農家の連携体制や地域食材の販売方法、集客の仕組みを学ぶ。

実際に現場に行ってみると、さまざまな工夫がされていて、地域活性化の手法はいくらでもあるということが分かる。特に、加工や調理の現場、学校給食づくりなどは普通の研修ではなかなか接する機会がない。こうした活動を現場で見ること

で、生産、加工、料理、消費者までの流れがしっかり把握できる。おまけに、合宿形式なので親交が深まり情報交換もできる。

委員長の野見山さんに尋ねると、「東京で話を聞いても分からない。やはり現場を見ることが大切ですね」。同感である。それぞれの参加者がノウハウを持ち帰り共有化すれば、地域の活力につながる。

仕事を派遣

現地検討会と共に始めたのが、仕事人の派遣事業だ。派遣の要望は全国各地からあり、予定の件数にすぐに達してしまうほどの人気だ。

筆者もさっそく山際さんを高知県に紹介した。同県では直売所で農作物を加工したり、道の駅でアイスクリームを開発したりする話を持ち上がっていたからだ。山際は、モモのピクルスやタケノコのみそ漬けなど、真空パックを用いた商品を開発し、山菜からキュウリまで地元食材で40種類以上のアイスクリームも試作している。

山際はさんには高知で技術指導をしてもらい、講習を受けた人たちからは大好評であった。そして、すぐに商品開発の試作と試食会が行われ、販売に向けた道筋が開けた。

直売所「さいさいきて屋」

現地検討会は平成23年度も継続され、最近ではJAおちいまばり（愛媛県今治市）の直売所「さいさいきて屋」での集いがあった。松山空港から

松山駅に行き、JRで今治駅まで約40分。駅から車で15分ほどの今治市中寺の国道196号線沿いにある。

広い売り場と高い天井を持ち、さながら市場のように花類、果実類、コメ、野菜、山菜、根菜類、肉類、鮮魚類が並ぶ。日常食べる生鮮品はすべてそろってしまふ。そのほとんどが今治産だ。

売り場の横にはカフェ、食堂、子どもたちに料理を教える教室用の調理場がある。市民農園や、新しい品種の柑かんきつ橘などを栽培する実験圃場（ほじょう）も併設されている。

売り場面積は562坪。駐車場は270台分。営業は朝9時から夜7時までで、休みは正月三日だけ。年間150万人が訪れ、売り上げは23億円。

しかもほとんどが地元客だ。土日には、市外からもたくさんの方が訪れる。パート、アルバイトを含めると140人が働く。

参加農家は1300軒に上り、1人当たりの売上は平均80万円。中には1000万円程度を稼ぐ人もいる。直販開発課 課長の西坂文秀さんは「トッパは女性。まんじゅうや餅、弁当などの加工品の売り上げが多い。手間暇かけて細かい作業をするのは女性の方が得意なんです」と言う。

魚は地元の漁連との連携で、鮮度のいいものがずらりと並ぶ。鮮魚店は20坪だが、年間2億3000万円を売り上げる。売り場に出る旬の魚と野菜の組み合わせメニューが毎日ボードに書かれる。

「トリ貝、マテ貝、アサリ!! ワケギを添えて酢和えはいかがですか」「鯛たいの真子・しらこ!! タケノコとフキの炊き合わせはいかがですか」といった具合だ。

「さいさいきて屋」直販開発課 課長の西坂文秀さん



一般の市場にはほとんど出て来ない雑魚も、ト口箱1杯500円で販売されており、飛ぶように売れる。

農産物以外のジュースやドレッシングなどの加工品も、今治市内の業者と連携して開発し、60品目のオリジナル商品が並ぶ。

「今治にこだわるのがスーパードレスにも勝つことであり、差別化にもなります。ドレッシングも肉まんも餃子も今治のものを作ろうと、今治にこだわる

ことがオンラインワンになる道です。最近、地域性にこだわったものが売れると分かってもらえたのか、オリジナル商品を地元の業者さんが提案してくださるようになりました。徐々に地域のものが増えています」と西坂さん。

農協合併がきっかけ

直売所ができたきっかけは、平成9年の農協合併である。それまでJAおちいまばりの営農販売を担当していた西坂さんは、危機感を持っていた。共同選果に参加する専業農家が目に見えて減り、高齢化していたからだ。

共同選果とは、農家から農産物を集めて大手市場に送り出すシステムである。ほとんどの農協が、大量に集めて都市部に送り出すことを重点的に行ってきた。

市場に出荷するためには、規格にそって形や長さをそろえ、箱詰めする必要がある。形の悪いものや傷ついたもの、大き過ぎるもの、小さ過ぎるものなどは出荷できない。このシステムでは、大量に生産する必要があるのだ。

農家は、農協に運びさえすれば大手市場に送り出すことができる。だが、価格は市場任せで農家側には決定権がない。また、ある程度まとまった量を出せる農家はいいが、高齢化などで少量しか生産できない農家は出荷もできない。

「これからは専業農家のものを扱うだけいいのか」と疑問を持った西坂さんは、「小さな農家や兼業農家が、女性・高齢者が農産物を出せるよ

うに」と直売所を立ち上げた。

最初は、使われなくなった豚のセリ市場跡地の敷地30坪の所に天井だけを造った直売所だった。参加農家は94軒から始まった。それもほとんどが兼業農家だった。

POSシステムに注目

オープンに当たり参考にしたのが、愛媛県内子町の直売所「内子フレッシュパークからり」である。ここは、町が呼び掛けて地元の小さな農家の女性たちが出資して生まれた。参加者は430人。53人を雇用し、800種類の野菜や果実の加工品を販売する。売り上げは7億2300万円に上る。

西坂さんが、最も注目したのはPOSシステムだった。「からり」では農産物や加工品をバーコードで管理し、売り上げを携帯電話に1時間ごとに配信している。それで農家が売り上げを把握し、売れた分だけを絶えず補てんしていく仕組みだ。

西坂さんは、計画書を作成してJA理事会や農家に説明し、POSシステムの導入に1500万円を投資してほしいと頼んだ。その際、1年目で1億円を売り上げることが宣言し、経営には一切口出ししないよう求めた。

天井だけの直売所に、パート2人、レジ2台という態勢でスタートした。だが、1年目の売り上げは2億1000万円に達し、初年度で初期投資を取り戻してしまった。

「ロコミで売れることがほかの農家にも広がり、ました。直売所で売れるとバーコードで読み取り、

個々の農家に配信されるので、在庫や売り上げを個人で管理できると説明しました。携帯を使ったマーケティングです。朝持って行った野菜が売れると携帯で配信されます。昼に追加で持って行けばさらに売れます。チャンスを広げることができます」と西坂さん。

平成19年には、食堂やカフェなどを併設した新たな直売所が現在地に誕生した。

直売所の売り上げは、JAおちいまばりの農産物販売部門でトップに躍り出た。ほかは柑橘20億円、野菜共選8億円、畜産8億円、コメ・麦・豆3億円である。まさにチリも積もれば山となるである。

今では、野菜類がよく売れて供給が追いつかないほど。農業をやめないという人が増え、女性や高齢者が売り場のメインになった。新規就農者や若い世代の参加も増えている。

低温倉庫で玄米を保存

さいさいきて屋の取り組みには、注目の活動が幾つもある。

市町村合併で一緒になった島の農家から、農産物を何とかしてほしいという要望があった。幸い主な島は橋でつながっている。そこで、県北端の大三島で2人を雇い、毎朝7時から各島を巡りトラックで集荷して8時までに直売所に届けることにした。2人は集荷後、直売所の売り場を手伝い、夕方に島に戻るといふ勤務体制だ。

今後は、山間地の高齢者が作る農産物を公民館

かJA支所に集荷することも計画しているという。

直売所は野菜や柑橘、花がメインだが、コメもよく売れている。1俵30^{kg}で年間2万1000袋を販売する。これは今治市のJAの販売の半分を占める。

3人のスタッフがコメや野菜を毎日得意先に届ける。

配達先は食堂、病院、老人ホーム、ホテル、個人の家など200軒ほどに上る。

また、直売所にはコメの低温倉庫がバックヤードにあり、玄米で保存している。配達分と販売分を毎日精米している。こうすれば劣化せず、いつもおいしいコメが提供できるというわけだ。

食堂、カフェも大人気

併設されている食堂とカフェも大人気。

食堂はセルフ方式で、直売所の野菜や肉類、魚での料理が並び、好きなものを取って食べる。素材が旬で鮮度が高いから、どれもとてもおいしい。メニューは、ポテトサラダ、卵焼き、にしめ、肉じゃが、きんぴらごぼう、ホウレンソウのごまあえ、おから、ヒジキ、旬の野菜のかき揚げ、切り干し大根、和牛ハンバーグ、トンカツ、照り焼きチキン、チキンカツ、豚のしょうが焼き、ブリカマ、魚の塩焼き、すし、刺し身、和牛のコロツケ、豚汁、みそ汁——などなど。旬の食材を使った料理がずらりと並ぶ。

西坂さんは「ほんとはフレンチかイタリアンにしたかったのですが、今治産では材料がそろわない。ビュッフェも考えましたが、直売所にふさわ

しいセルフ方式の食堂にしました」という。

カフェでは、地元産の完熟イチゴを使ったタルトが飛ぶように売れていく。ショーケースの端から端、上から下までずらりと並んだものが1日3回転する。タルトは1ホール2000円。カットした1ピースが400円である。

ほかに、ちよつとイチゴが顔を出している大福や、大きなイチゴのショートケーキなどもある。

大ぶりでないイチゴはジャムやジュース、ゼラートにもなり、店頭で販売される。一粒も無駄なく使われている。

タルトの果物は季節ごとに変わる。

「ブルーベリー、イチジク、マスカット、クリ。それにちよつとモモ、メロンが入ります。旬のものを出すんです。それで一年が回る。うちは、ケーキを売りたいのではなくて、果物を売りたい。それでやっているうちに、こんな形になったんです。ケーキ屋だと、いろんなものを作って並べるでしょう。だけど、うちはイチゴならイチゴなんです。それがどんと並ぶ。タルトといってもイチゴの横にちよつとクリームが付いている」と西坂さんは笑った。

農家のやりがい・生きがいに

最も注目すべきは学校給食の取り組みだろう。さいさいきて屋では今治市全域の学校給食の食材を提供している。

「給食の提供は地産地消の良い機会。販売戦略というもあるが、子どもへの取り組みをしてい

るということがステータスになり、ファンづくりにも役立つと思う」

今では、農家のやりがい・生きがいにもなっている。「学校に孫がいるので、お金は要らないから使ってほしい」という生産者もいる。

まさに、さいさいきて屋は協同組合の本来あるべき姿を見事に形にし、地産地消によって地域に貢献していると言えるだろう。

「時事通信社『地方行政』より」