

クオリティの高い 食のネットワーク化は町を活性化させる

食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー 金丸 弘美

1 安全・安心と食 (食材のテキスト作りと参加型講座で食を知る)

「食のワークショップ（参加型講座）」を各地で開いている。これは「食育」「地域ブランドづくり」「食からの町づくり」の要請を受けたところで実施しているものだ。

その地域にある食材についての歴史的背景、生産方法、品種、旬、栽培法、加工法、料理の仕方などをテキスト化し、行政、料理家、栄養士、農家、漁師、加工業者など横断組織で、料理まで展開をするものである。

場所も対象もさまざま、親子教室、幼稚園、小中高校の授業、調理室、地元のレストラン、ときには農家や歴史的建造物を開放してもらうこともある。

またテイスティング用紙（官能評価）を用いて、ほかの地域のもの食べ比べもする。そして大量生産のものと地域の手づくりのものの明確な違いを食べて味わって、歴史や知識や加工や材料の違い、民俗学も踏まえて理解するというものだ。



大妻女子大学の牧場を開放しての料理会

これにマスコミをブッキングして広く伝えるという形を展開している。小学校や親子教室などでは、栄養士さんに食のバランスの話も入れてもらう。参加者には大好評である。なぜなら地域のいい食材で食べるから最高に美味しいし、また食に関する具体的な知識も増えるからだ。

2008年、総務省の地域力創造アドバイザーに任命され担当となった茨城県常陸太田市では、江戸時代からの蕎麦の産地としての認知度を上げたいとの話だった。そこで蕎麦栽培が行われている金砂郷地区に行き、歴史、環境、蕎麦の受粉の昆虫、栄養価、品種、輪作体系、生産量、出荷窓口までを調べ、またプロの写真家に頼んで撮影を行いテキスト化した。

そして農家を開放してもらい、一般参加者を募り蕎麦の背景からの解説とともに蕎麦を味わってもらう東京からのツアーを始め、東京の名店での新そばの会、イタリアのシェフと常陸太田市の蕎麦打ちの名人との競演による蕎麦の文化講座などの試みを行ったのである。

マスコミにも多く呼びかけ、さまざまな媒体で大



常陸太田市のイタリア料理家との競演

きく紹介された。蕎麦の環境の詳細がテキストで明らかになることで、その物語がマスコミにも注目されたのである。

テキスト化は本物や食の安全や伝統を伝えるのが目的で、食育と食のブランドづくりの基礎を作るためである。こうすれば本物を具体的に伝えることができる。このテキストづくりとワークショップは、常陸太田市の米やブドウなどでも展開された。

テキストがありワークショップで学べば、そのまま学校教育で使える。また地域のレストランや直売所や商店のメニュー開発にも展開することができる。ノウハウも残る。こういった横断的な取り組みで専門家も参加するものは行政の力だからこそできるものだろう。各県には農業試験センターや水産試験センター、大学などがあり専門家も多にいる。栄養士もいる。地元には多くの料理家もいる。それらを繋ぐことは行政なら簡単にできる。

食の安全はマークや認証や規制だけでは守ることはできない。基本は地域にある食材や加工、味わいから料理法から流通までを知る教育の場こそ求められる。そして直売所、商店街、地域のレストラン、農業、漁業、学校の連携が必要だ。消費者が食を理解し選択をし、地域のいいものがマーケットに残る仕組みを築くことが必要だ。

それは野菜や魚介類や肉類や加工品にとどまらず、伝統的な醤油や味噌や酢や塩といった、料理に必要な不可欠な調味料でも重要である。大量生産と伝統的なものでは、食材も原料も加工法も味も出来上がった料理もまったく異なる。伝統的な食材や小さな加工業者や農業こそ行政が支援すべきことだろう。

2 町づくりと食

(街並み景観に配慮し地域の食を優先する町づくりを)

ミートホープの偽装問題や中国ギョーザ事件と食の安全をめぐる報道が相次いでいる。BSEや大量の食の廃棄なども含め問題の本質は、ほとんど同じ

だと思っている。日本の食の流通構造の歪みと町づくりの貧しさが反映されている。これら一連の問題は実は私たちの足元にある。

全国を巡るなかで失望するのが、駅から郊外にかけての大型店やショッピングセンター、外食チェーン、パチンコ店などの出店と、画一化した町づくりの無個性化だ。

商店街はほとんどが道路を拡幅し車の通路に成り下がっている。郊外は優良な農地ほど埋め立てられて同じようなチェーン店が並んでいる。この結果、商店街は雇用が奪われ空き店舗が増えシャッター通りになっている。商店街の家賃は昔のままといふところが多いから、若い人は入らず空洞化がさらに進む。

郊外での大型ショッピングセンターやスーパーなどの出店ラッシュは安売りが進み、しかも売られているものは、ほとんど外部のものだ。利益の多くは企業に持っていかれる。地域に還元されない。

安い商品の寡占化は、農業・漁業・加工業者にも安売りを強いることとなる。つまり日本のお粗末な町づくりと流通構造に「食の安全性」も脅かされ、その中にミートホープも中国ギョーザもあるというわけだ。

魅力のない町づくりは価格競争を煽り、それに負けた店舗は撤退し荒涼とした風景と犯罪が残る。観光誘致にもマイナスに働く。人は、さらに都市部へと流れてしまう。さらに郊外でのインフラの整備は税制に負担をかけ、そのつけはやがて住民にやってくる。

量販店の経営はほとんどが業績が下がっている。もともと人口増を当て込んで作られてきた業態だが、既に全国の人口は減り始めている。今後増える見込みはない。また同じような店の乱立で売り上げも下がっている。となると、業者は価格を安くするために材料をより廉価なものや、輸入や冷凍や添加物など、さまざまな選択をせざるを得ない。当然ながらミートホープのような業者が出てもおかしくな

いわけだ。そこでさらに安いという中国への丸投げということとなる。つまりは、材料が廉価で労働賃金が安いところへと流れている構造となっている。

改革のポイントは町づくりには明確なビジョンと計画が必要ということだ。地域景観を配慮した町づくりを行うこと。地権者を仲間に入れ、商店街では家賃を安くして若い人たちが入れ、高齢者が安心して歩けるような町を作ること。高付加価値で地域に根付く商品開発と投資を行うということ。農家の直売所や地域農産物を主体とした商店を奨励すること。なにより地域に経済が回る仕組みを優先することなどがあげられるだろう。地域性を生かした、その町らしいパーソナルを作ることだ。これこそ行政でないと行えない。

ちなみにイタリアでは「チッタ・スロー（ゆっくりした市）」が1998年から行われている。5万人以下の50市が連携している。公共交通を優先し商店街には車を入れない。歩いて触れ合いのある町づくり。伝統的農業、加工業者を守るために歴史的な街並みで毎日小さな農家や加工業者の市場を建てる。遺伝子組み換え作物は持ち込まない。学校給食は地場産を使う。子どもたちは学校に街並みを見ながら歩いていく。商店街で地域産物を売り触れ合いのあるところを推奨する、などが取り決められ実践され、郊外の大型スーパーとの差別化を行政自体が行っている。また町は1970年代から、歴史的建造物や農村風景などの景観の色合いや周りとの調和に配慮した建築や修復が求められており、景観を壊すような改修や色や建材などは勝手に使うことができないようになっている。イタリアは世界遺産登録で世界トップ、EU内ではワインを始めとする農産加工品で輸出トップである。これらの背景には、街並み保存や小さな農業や手づくりの加工業者優先の町づくりがある。

景観や街並みを大切にしている地域は、国内でも埼玉県川越市、岐阜県飛騨高山市や古川市、石川県金沢市東山町、愛媛県喜多郡内



小さい農家の市場（イタリアピエモンテ州トリノ）

子町、大分県臼杵市などで実践されていて多くの観光客を集めている。また高知県高知市では高知城に続く道路1.3kmにわたり、毎週日曜日に地元の農家の市が開かれていて多くの客を集めている。

商店街活性化、農業の振興、観光誘致など、これまでの縦割り行政と単独の振興策では、どれもうまくいかない。すべてを含めたトータルマネジメントが必要である。そこに地域の信頼ある食があってこそ、地域も農業も活性化するだろう。

3 教育と食 (食の質を問うことは子どもたちの健康を守ること)

1995年、300名以上のアトピーの親子や専門の医師たち取材した。その動機は、当時、私の長男が保育園に通っている頃、周辺の子どもたちにアトピーがとても多いことを知ったからだ。その後の取材で、現在のインスタントやファストフードを代表とする簡易で偏った食生活が、子どもの健康に大きく影響を与えていることを知った。アトピーだけではない。肥満や糖尿も子どもに増えている。子どもたちの健康づくりに食は欠かせない。それを目の当たりにした。

その後、2003年からは、秋田から沖縄まで、またイタリアの学校給食の現場にも行っている。子どもの健康づくりの食の現場を知りたかったからだ。なかでも埼玉県では早くから学校給食に地域の農産

物が取り入れられ、それを活用した授業を行う学校教育を取り入れてきた、最も先端の県である。

2005年「食育基本法」ができて、食は子どもの健康づくりには欠かせない重要な場として、法的にも支援体制が作られて、大きくクローズアップされることとなった。それは国内の食の現状がただならないところまできているという証でもある。子どもたちの健康被害が増え医療費負担が増加し、大量生産の食品は食の安全も脅かしている。子どもの食は大切な未来と健康を育む場である。学校給食は、子どもの健康には欠かせない。もっと関心を持ち、現場にできるだけ耳を傾けるべきだろう。そして優れた学校の取り組みは情報を公開していくべきだろう。

さらに農業、商店、料理店、直売所と連携した、一般向けの食の参加型講座を実践していくべきだろう。

千葉県香取郡多古町では、農家500戸と東京の学校給食の連携から米のオーナー制度、宅配、多古町への農業体験ツアーまでが生まれ、売り上げ14億円ともなり、食の安心安全が地域づくりにまで発展している。

あるいは、茨城県東茨城郡茨城町のJA全農いばらぎでは、農家100軒が集まる直売所を運営しているが、ここでは地域の旬の野菜や果物が売られ、化学添加物や化学調味料を使った加工品は一切置いていない。自動販売機も置いていない。加工品はす



千葉県多古町の親子の田植え体験講座



茨城県茨城町のポケットファームどきどきの地場の野菜を使ったレストラン

べて手作り。レストランも運営されているが、ここで使われている野菜の多くはオーガニック。やって来た親子たちに畑から野菜を取って料理をする教室や味噌作り豆腐作りなどの体験教室が毎週開かれている。それは消費者に本物の味や旬の美味しいものを伝えるためである。つまり、食を学ぶということは、地域の活力にも直結する。

4 そのほか

(自給率を上げるためには農家の経済システムを構築すること)

自給率を上げるには、農家が経済的に豊かになる仕組みの再構築が必要だ。効率化や規模拡大だけでは、生き残れない。専業で大きな農家は、ごく限られているからだ。

いくつかの要素があるだろう。

一つは、専業の農家に関しては、一定額の直接支払いによって、農家の経営を安定させることが必要だろう。たとえば、米は70年代の頃の相場の半額近い価格となっている。現在の下落と資材代の高騰のなかでは、ほとんど経営が成り立たない。価格は据え置きにして、差額に当たる分を公的に保障する直接支払いである。

もう一つは、間接的な補助で、例えば、平成20年度に始まった有機農業推進法による、循環型農業を目指すところに補助をする。これは有機農業の先進地埼玉県小川町、コウノトリを戻した兵庫県豊岡



長野県飯田市の修学旅行の五平餅体験講座

市などが、新制度の補助金を獲得している。

あるいは2008年に始まった農林水産省と文部科学省の新規事業で、小学5年生を対象に一週間の農村体験をする活動「子ども農山漁村交流プロジェクト」。5年間で2万3000校120万人の動員を目指している。これには大きな国家予算が付いている。

長野県飯田市では、農家450戸が修学旅行の受け入れを平成10年から行っており、経済効果も8億円といわれ、農家の活力を生んでいる。

こういった農村の機能や受け入れなど、ある程度の条件を満たしたところでの補助の活用である。

美しい景観や街並みの美観での補助もあっていいだろう。伝統的な建造物のある飛騨高山、大分県臼杵市などでは、景観での補助が行われている。あるいは味噌、醤油、味醂、酢などで伝統的な手法を用い、国内の原材料を使う加工品に限っての補助もあっていい。積極的なプロモーションも必要だろう。

さらに、小さな農家の地域でのまとまりや法人化で、地域経済を生み出すところへの支援である。例えば、長崎県大村市弥勒町の「おおむら夢ファーム

シュシュ」は、地域農家が集まり出資して、農産物直売所、季節の果実を使ったジェラード店、レストラン、体験教室、一般向けの農業講座などの運営をしている。さらに半径1km内の地域観光農園と連携して、地域全体をまるごと楽しんでもらうネットワークを築いて48万人を動員するまでになっている。

農業、加工、販売、サービスの複合体での新しい展開をするのは、大分県大山農協、高知県馬路村農協など有名なところがいくつも出ているが、こういったところの支援である。そしてこれらの情報公開と、運営をするマネージャーの育成支援が必要だろう。育成支援に当たっては、大学と現場と連携しての講座開設もあるだろう。

特に埼玉県は有機農業、街並み作り、伝統的な農産物の栽培農家、直売所、体験農園を始め、味噌、醤油、豆腐、日本酒など、優れた農産加工品を作るところも既にたくさんある。そのネットワーク化ができれば、もっと地域はクローズアップされるだろう。地域活力も食の安全も群を抜いた存在となることだろう。



長崎県大村市 シュシュの子ども体験教室

寄稿者

金丸 弘美 (かなまる ひろみ)

食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー

<http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/home/index.php>

総務省地域力創造アドバイザー