

パネル・ディスカッション及び フロアーとの対話

■コーディネーター

栗田 庄一 氏（社団法人農山漁村文化協会常務理事）

■パネリスト

横澤 芳一 氏（農業経営者、スローフード山形会員）

齋藤 文子 氏（生活協同組合パルシステム神奈川ゆめコープ理事長）

埋橋 恵美 氏（長野県長谷学校給食共同調理場学校栄養職員）

田邊 清八郎 氏（株式会社銀たなべ代表取締役社長）

矢羽田 雄一郎 氏（大分大山町農業協同組合流通加工事業部外商係長）

■アドバイザー

アンドリュー・スタウト氏（海外事例発表者）

レオ・ベルトツツィ氏（海外事例発表者）

コーディネーター



くり た しょう いち
栗田 庄一 氏

社団法人農山漁村文化協会常務理事・提携事業センター所長

昭和 19 年 2 月山形県酒田市生まれ

茨城大学農学部卒業

社団法人農山漁村文化協会の「現代農業」編集部次長、マルチメディア部長を経て、現職

「食育コンクール（提唱：農林水産省）」をはじめ、食育・農業・教育等のイベントを主催・企画・運営し、健全な食生活・食文化・食農教育の推進に努める。

地域に根ざした食育推進協議会委員、地産地消推進情報提供企画検討委員

パネリスト



よこさわ よしいち
横澤 芳一 氏

農業経営者・スローフード山形会員

昭和 46 年 山形県立置賜農業高等学校卒業。横浜市の園芸農家に実習

昭和 47 年 就農

昭和 53 年 国際農友会（現在の国際農業者交流協会）よりオランダで 1 年間実習

平成 5 年 米の直販を開始

平成 7 年 山形県の品種「さわのはな」の栽培を開始

平成 15 年 在来作物「花作大根」の復活作戦の活動開始

平成 17 年・18 年 米・食味分析鑑定コンクール品種部門金賞受賞

経営概要

水稲：2 ha 直販

畑：30 a 姫ヒマワリ、ワレモコウ、ウド、花作大根、行者菜等



さいとう ふみこ
齋藤 文子 氏

生活協同組合パルシステム神奈川ゆめコープ理事長
NPO 法人小田原食とみどり理事

昭和 60 年 けんぼく生協（現パルシステム神奈川ゆめコープ）加入
平成 7 年 けんぼく生協理事就任
平成 12 年 パルシステム連合会理事就任
平成 16 年 パルシステム神奈川ゆめコープ理事長就任

神奈川県都市農業推進審議会（委員）、日本食育学会（常任理事）、NPO 法人小田原食とみどり（理事）等、食と農をテーマに活動。

小田原地域で、農業者と消費者が協働する年間 3,000 人の都市と農村の交流事業に関わる。
趣味は、伝統的保存食作り、米作り。



うずはし めぐみ
埋橋 恵美 氏

長谷学校給食共同調理場学校栄養職員・管理栄養士

昭和 61 年 3 月 長野県立長野西高等学校卒業
昭和 63 年 3 月 昭和女子大学短期大学部 食物科学科卒業
昭和 63 年 4 月 長野県学校栄養職員として採用され、長野県内小中学校に勤務
平成 15 年 管理栄養士
平成 18 年 11 月 第 1 回学校給食甲子園 優勝

現在、長野県伊那市立長谷学校給食共同調理場 勤務

1 男（小 5 年） 3 女（小 1 年、4 歳の双子）と夫の 6 人暮らし



たなべ せいしちろう
田邊 清八郎 氏

株式会社銀たなべ代表取締役社長
社団法人日本フードサービス協会 副会長

昭和 37 年 3 月 仙台市立高等学校卒業
昭和 37 年 4 月 東京地域にある日本料理店にて勤務
昭和 39 年 4 月 大阪地域にある日本料理店にて勤務
昭和 43 年 3 月 帰仙。(合) 銀たなべ商店入社 専務
平成 3 年 3 月 組織及び代表者の変更により(株)銀たなべ 代表取締役に就任
平成 9 年 4 月 社団法人日本フードサービス協会 理事就任
平成 12 年 4 月 東北外食産業代表に就任
現 日本外食産業東北ブロック協議会会長就任
平成 15 年 4 月 社団法人日本フードサービス協会 副会長就任
平成 18 年 6 月 // 食育委員会会長就任



やはた ゆういちろう
矢羽田 雄一郎 氏

大分大山町農業協同組合流通加工事業部外商係長

平成 2 年 3 月 北九州大学 外国学部卒業
平成 2 年 4 月 大分大山町農業協同組合 入所
平成 2 年 8 月 中国蘇州大学へ留学 (大山町農協より派遣 2 年間)
平成 4 年 9 月 渉外部 (現流通加工事業部) に配属
平成 17 年 6 月 外商係長 (現在)

栗田 これから午後の部に入ります。午前中、永木先生の講演とアメリカ、イタリア両講師からのご報告をいただきました。そのあとを受けて、タイトルは「みんなで考えよう、地産地消 ～『食』の豊かさや安心を結びあう～」という大きなテーマで、今度は国内の実践者も含めて、お話を進めます。

農業が私のアタマのように不毛の地になってはいけない、そのためにも地産地消というキーワードが今大変大事になってきています。今回のパネリストには、作り手の立場の方と、それを受けて今度は食卓まで届ける立場の人がいます。二つに分けて、今どんなことに取り組んでいるのか、自己紹介を兼ねてまずはそのお話を聞きたいと思います。

最初に、山形県の農家の横澤さんです。よろしくお願いします。

横澤 雪の山形から出てきました横澤と申します。農業の話をするのに突然こんな写真が出てきました。「影法師」というフォークソングのグループをやっております。フォークソングを通してコミュニケーションを図るということで、33年ほどやっております。年間40回ぐらいのコンサートをしています。そっちこっちにお邪魔して、農業問題とか、自分たちの身の回りのことを歌にして、自分たちのメッセージを伝えようということでやっております。3年ほど前、テイチレコードというところから「おまえら、やってみないか」ということで、初めて1枚CDを出しましたが売れません。

主に米を作っています。山形県で作られた「さわのはな」という品種で、なくなりかけている米を作って、これはほとんど直販でやっております。平成5年から毎年ずっと体験稲刈り、体験田植えなどを、消費者にオープン参加で来てやってもらっています。

私の住んでいるところが山形県長井市花作町という所で、上杉時代から作られていたという花作(はなつくり)大根というのがあります。普通の大根の3分の1ぐらいの長さしかありません。これは比較の写真です。肉質が硬くて、主に漬物用にしてきた大根ですが、生産量がなかなか合わなくて作られなくなりました。それを何とか復活させたいと活動をしています。この花作大根を復活させて地元で定着させたいということで、栽培講習とか漬物講習・料理講習、そして試食会とかを年間5回ぐらい行っています。これは、講習を受けたあと、参加者の皆さんが実際に自分たちで畑に出掛けて種をまくという実習をやっているところです。これも同じで、今度は収穫の時期ですけれども、こういうかたちで、講習のあと、みんなでどういうふうな生育状況になったかという観察・評価もやっています。時々、テレビカメラなども入って、テレビやマスコミなども通じてこういう活動も紹介されております。

活動の名前は、「ねえてぶ花作大根」です。「ねえてぶ」は「ネイティブ(その土地生まれの)」から来ていますが、地の花作大根ということで、これを復活させようと、こういうグループ名を作って活動をしています。これは栽培講習のところで、皆さんが講義を聞いているところです。この大根はどうしても生産的に合いませんから、農家の方がこれを経済的に成り立たせようとして作ることはほとんどできません。そういうことで、希望者の方に種を分けて、それぞれ栽培して、自分たちで漬けたりして食べるという状況です。いろいろなできたものをお互いに持ち寄りながら、どんな活用方法があるかを少しずつ出して、試食会などもしています。ここでも同じように時々テレビカメラが入って来たりしています。

この花作大根という地の大根を復活させようと活動をしてきましたが、そういうことをやっている

と、自分たちのところの地大豆、青大豆があって、昔から作られていたのですが、「うちのじいちゃん、もう作れなくなっちゃったから、おまえらで何とかしてくれないか」ということで、昔からの青大豆が持ち込まれたりします。

全国の「大根サミット」が宇都宮大学でありました。これは、その中で知り合った大学の先生のグループが、行者ニンニクとニラを掛け合わせて「行者菜」という野菜を作りました。見たところはニラと同じかたちですけれども、刈ったところニンニクのおいがするという新しい野菜です。それを「おまえたちのところで何とかできないか」という話がありました。私たちだけではとてもできませんので、地域で行者ニンニクを作っておられるグループの方々に紹介をして、これを生産して、何とか産地化できないだろうかという取り組みも現在しています。

ざっと駆け足になりました。小さな百姓ですけれども、私の現在の取り組みはこんなところです。

栗田 ありがとうございます。とりあえず、花作大根はこういう大根です。(横澤さんが現物を紹介)

横澤 こういうかたちで、普通の大根と同じ期間かかっても1/3ぐらいしか大きさがありません。その分硬くて、苦いと言われていました。なかなか癖のある大根ですから、生産量がどんどん減っていったということがありました。昭和55年ごろ、地場産業振興で復活させようということで、私の父親が中心になって1回やりましたが、生産量とコストが合わなくて数年間でつぶれてしまいました。

今、リベンジを掛けています。前のときは産業的に大きく出そうということでやりましたけれども、生産量が追いつかなくなってしまいました。平成15年からの活動で、今はとにかく地道にじわじわと…。スローフード協会にも加盟していますが、平成17年にこの大根もスローフード協会の「味の箱舟」に認定されました。それで、普通なら一挙に産地化しようという動きもあるかもしれませんが、できるだけ地元に着させたいということで地道な活動をしています。

栗田 ありがとうございます。次は九州の大分からおいでいただいた矢羽田さん、よろしく願います。

矢羽田 皆様、こんにちは。ただいま紹介をいただきました九州の大分県大山町農協の矢羽田と申します。

今こちらに出ているのは大山オーガニックランドのポスターです。今、私どもの農協が取り組みを進めています。これは30年前から大山独自の「オーガニックランド農業」ということで、環境や地球生命体に優しい、そういうものに配慮した環境重視で、安全・安心、しかも健康であるという地域農業振興の取り組みをしています。

これが私ども大山町のちょうど中心部に当たります。今、人口が約3,800名で、7割の約700戸が農家です。周りが山々に囲まれていて、耕地面積が非常に狭くて、交通も不便です。大分には今現在23農協ありますが、昭和30年代ぐらいには、その農協の中で最も貧しいどん底の村と言われていました。1人当たりの耕地面積も約40アールで、昔は貧乏百姓のことを「5反百姓」という表現があったよう

に、非常に貧しかった村です。こういう村がいかにして村興しをするかということで、30年、40年、今もずっと取り組みを続けています。他の産地と同じように、大量に生産をして大量に販売をするのでは非常にリスクが大きすぎて大山には合わないということで、収益率の高い農業をこれまでずっとやってきました。一つ一つのものをたくさん作らずに少量生産、多品目、いろいろなものを少しずつ販売する、それも付加価値を付けて有利販売をしようということでやってきました。

昭和36年から、「梅栗植えてハワイへ行こう」という当時のキャッチフレーズで村興しが始まりました。この写真が梅園です。これはもう30年以上になりますけれども、これが梅の木です。これが梅の実です。こういうふうに、大山では、「梅栗植えて」という梅のほうに力を入れていて、こういういろいろな品種を作っています。これが栗です。農家収入が非常に低い農村でしたので、梅と栗を植えただけでは、一般の企業のサラリーマンから言えば、ボーナスに当たるという位置付けになります。ただ春と秋の収入だけでは農家は安定しません。当時、サラリーマンのようにきちんと安定した月収があって、ボーナスもベースアップもあり、豊かないろいろな文化的なものまで享受できる村になりたいということでした。当時、畜産も少しやっていましたが、そういうものを全部やめて、納屋を改造して、こういうエノキ栽培の取り組みを始めました。これを採り入れることで通年生産ができ、安定した月収を得ることができ、春の梅、秋の栗をボーナスと捉え、これ迄以上に収入が上がってきました。これは収穫の風景です。こちらはナメコの栽培をしています。こういうものがあります。こちらは梅の花やユズの花です。私どもは、農村は宝の山だと思っていて、その季節季節で旬のものが採れます。この中で言えば、今ちょうどギンナンとかユズの時期で、イチヨウの葉、もみじの葉、柿の葉なども販売しています。私たちは農業をやっていますから当然食べるものを供給していますが、食べるだけではなくて、こういうものは一般的に季節を感じてもらおうという観賞用にも出荷して、主に料亭とかホテルでも使っていただいています。こちらの特徴で言えば、一番下にいが栗があります。栗は食べるものではありませんけれども、こういうふうに青い状態のまま、いが栗として料亭とかホテルに供給をしています。

私どもは昭和30年代から「オーガニック・マニユア・プラント」ということで堆肥工場を造っております。エノキの栽培をやっていますので、そのエノキの培地にはおがくずを使います。そのおがくずが当然要らなくなりますが、これを堆肥にしてまた土に戻してやるという取り組みをやっています。健康な土から生まれる健康な農産物こそ本当の農業だということで、土作りをずっとやってきました。最近は消費者、量販店や百貨店のいろいろな取り組みをしている業者も来ていただいて、一緒に交流してこういう堆肥散布をやっています。これは、そのとき、終わったあとに、消費者の方と一緒に田舎料理で団欒をして、都市と農村の交流を行っているところです。

ただ、農産物をフレッシュな状態で販売するだけでは農家の収入は安定をしません。そこで、私たちは、海外も含めていろいろ研修や視察に行きました。その中に、イスラエルのキブツという集団農場があります。そこもいろいろな取り組みをしていますが、農産物をフレッシュな状態で生計を立てている農場と、それと合わせて加工までしているところがあります。一番豊かなところはやはり農産加工をプラスしています。それで、大山にも農産加工は必要だということで、地元の産品を使っているいろいろな加工をしています。これがジャムとか梅干しで、いろいろなものを作っています。

加工をやって、私たちは次に第三次産業、サービス業まで自分たちで取り組みたいということで、

「木の花ガルテン」というアンテナショップを、地元と大分、福岡で今8店舗運営をしています。これが農産物を販売しているお店です。これが中の風景です。これがちょうど出荷をしているところです。生産者は農産物を生産しますが、当然農協に出荷をして、農協が窓口になって市場流通をさせていくというのが通常の流通です。ところが、例えば100円で売られている農産物は、今農家の手取りが20円から30円です。かつては市場がもっと力を持っていたので、非常に優位な価格を付けられましたけれども、今こういうグローバルな状態で、非常に安さを求められて価格が付きません。大山は農家の収入をもっと上げる為に、この木の花ガルテンの販売システムでは、生産者自らが価格を付けてもいい、それから何でも出していいということにしています。農協はその販売をお手伝いします。例えば、値段を100円と付ければ農家の収入は80円です。農協は、残りの20円で流通からいろいろな管理費のすべてを賄っています。これは地下に造っている梅蔵です。この中に生産者の梅干しを寝かせて、中ではクラシックを聞かせています。

これが2001年の4月にオープンして、今、大分と福岡合わせて、農協直営のレストランを3店舗やっています。メニューは、常時、50~60種類の野菜を中心にした、昔からこの大山という土地に伝わる伝統的な料理です。専門的なシェフは置かずに、現役を引退した60歳、70歳の地元のばあちゃんたちが作ってバイキング方式で提供しています。

機会があればまたのちほどいろいろお話をさせていただきます。ありがとうございました。

栗田 ありがとうございました。今の方は農家の協同組合の人です。30年前からもう長い間、農家の立場で、付加価値を付けて農家の懐をいかに豊かにするかということに取り組んできました。先ほどのアメリカとかイタリアのお話と大変共通のところがあると思いました。では続けて今度は、作り手から受け取る側の話として齋藤さんにお話を伺います。パルシステムという生協の理事長をされています。よろしくお願ひします。

齋藤 皆さん、こんにちは。パルシステム神奈川ゆめコープの齋藤と申します。私たちの生協は神奈川県に20万人の組合員を組織しております。大半、52%が20代、30代です。40代を入れても75%ぐらいで、非常に若い人たちを組織しているとデータで実証されています。事業としては、産直と環境、そして命の源である食育に非常に力を入れている生協です。

ここでは、地元の生産者と消費者が、単発の交流ではなく、神奈川県に暮らす生活者としてともに豊かな地域作りを目指して実践している「小田原食と緑の交流事業」についてお話いたします。場所は、小田原の曾我梅林で有名な下曾我という所です。都市の住民はこういうところに通うごとに土地の魅力に引かれてファンになっていくんです。

この交流は、「地産地消、環境保全型農業の推進、独自ブランド、地域ブランドを意識して、食育、グリーンツーリズムなどを目指して、農業者と消費者が作る豊かな地域」などをコンセプトに活動しています。この地域は、果樹を中心に玉ネギ、菜花、米などを生産しております。これは組織図です。私たちの生協は30年ほど小田原の地域と産直関係を続けてきました。それをさらに進化させて、この交流事業に発展させたということです。小田原市とも共同事業をしながら進めております。

これはプログラムです。農業体験プログラムをはじめとして、就農者支援とか「都市農業推進特区」

という構造改革特区で、耕作放棄地の有効活用もしております。これは、例えば体験から就農へというステップ・アップ・プログラムです。たんぼの学校の場合は、最初は体験イベントをします。その体験イベントは非常にいいとこ取りというか、収穫だけ楽しむわけです。そこから入っていいのだと思うのですが、さらに農業への関心とか技術を深めていくという意味で、初級コース、中級、インストラクター実習コースと、中級以上は豊年倶楽部というグループを作り、先輩から後輩へ技術を伝えていくような感じです。ゆくゆくは就農までできるといいなというプログラムです。これは各種収穫体験です。千名ほどの参加者がいます。中でも、オニオン祭は500~600名の参加者がいます。

こちらはたんぼの学校の初級です。最初に初級コースということで、小田原伝来のスケールを使った田植えとか、草取りとか、さまざまなことを行います。2年目以上になると、4枚のたんぼを耕作して「もみまき」から始めます。黒米を作ったりもして、皆さん、年間を通して20回ほど小田原に通ってきます。今年は助成金をいただき農機具をたくさん買いました。右下のほうはエンジン付きの除草機ですが、こういうものから始めて今年は7台ぐらい農機具をそろえております。これは春水田んぼというものです。ちょっと時間がないので説明は割愛いたします。いろいろ実験的なこともしております。

こちらは畑の場合です。同じような感じで、野菜コースとか果樹、ハーブなどもこのようにしてプログラムを回しております。これは畑の学校の野菜コースです。これはハーブです。2002年に荒地を開墾して、今はとてもきれいなハーブの畑になっています。

果樹の生産地ですので、生産者の方はやはり果樹にかかわりたいということで、今、梅とミカンとキウイと三つのコースを持っています。今、農の学校全体で大体207家族ぐらい、650名ぐらいの人が登録して、1年間通って参加しております。そのことによって、本当にささやかですが、今7カ所で64アール、6反4畝のたんぼや畑が、農地の有効活用ということで小田原市の都市農業推進特区事業で実現しております。

こちらは商品開発です。先ほど、大山では非常に豊かな食材がありましたが、ささやかですが、プライベートブランドの商品でジャム2品です。無農薬のブルーベリーを使ったジャムと完熟の梅を使ったジャムです。右下の女の子はブルーベリージャムのラベルになっている子で、1歳ちょっとのときにブルーベリー収穫体験に来て、たまたま写真に撮ったのをラベルに採用した子が、大きくなってまた小田原に帰ってくるというドラマもあります。こちらがブルーベリージャムです。やはり交流があるから伝わる価値というのがありますので、商品を買うことで参加していく環境保全活動ということで、この売上げの3%が私たちの活動に使われていきます。交流から生まれた商品はカタログに載せて、パルシステム全体で65万人の組合員向けに供給しています。

これは地産地消の小さな取り組みです。小田原には十郎梅という在来の品種があります。ある生産者から「南高梅に押されてよい値が付かない。切り替えようと思うがどうしようか、迷っているんだよ」という相談を受けました。プロではなくて、消費者が漬けたらどうなるかということを試すということで初年度に私のほうで50kgの生梅を預かりました。50人に試食をしてもらったら、80%が十郎梅を支持してくれましたので、2年目には今度は生の梅を50人に配りました。梅干しコンテストを実施しながら広げていって、3年目にはカタログの中で販売しました。梅干しの電話相談などもしなが

ら、ささやかながら、小田原の十郎梅としてのブランド化に貢献したと思っています。このように、同じようにカタログに載せました。今、小田原の十郎というとパルシステムの中ではブランド化されています。今年の新聞に、最近JAでも小田原で十郎を売り出しているということがありましたので、地域の中のブランド化にも貢献したと思っています。

このような本当に一部の取り組みですけれども、こういうことをしております。

栗田 ありがとうございます。今度は、英語でスクールランチと言うのかもわかりませんが、学校で出すお昼の食事を作るセンターにお勤めでいらっしゃる埋橋さんです。長野からおいでいただきました。よろしくをお願いします。

埋橋 皆さん、こんにちは。長野県伊那市長谷学校給食共同調理場で学校栄養職員をしております埋橋です。よろしくをお願いします。

これはわがセンターです。長谷学校給食共同調理場は、長野県伊那市長谷地区にあります。山村の過疎の進む地域です。世帯数は830戸です。その地区の小・中学校の給食175食を作っています。小規模な共同調理場なので、旬の食材を大切に考えた手作りの味にこだわっています。昨年、第1回学校給食甲子園に出場しました。地元の食材をふんだんに使ったことが評価されて、優勝という栄誉をいただくことができました。作ったものは、長谷で取れたもち米、古代米、粟、小豆などを炊き込んだ「長谷の恵みの五穀ごはん」、「ニジマスの香味ソース」、地元野菜と小麦粉、白玉粉、豆腐、牛乳を練り込んで作ったすいとんを入れた「杣人汁」、野菜とえごま、味噌を使ったあえものの「野菜のえごま味噌マヨネーズ和え」、長野県の特産品のリンゴをたっぷり使った「すりおろしりんごゼリー」の5品です。優勝できたことの一因は、地域の方のおかげとっていいと思います。

長谷の学校給食を昭和63年から支えてくださっているのが「麦わら帽子の会」の皆さんです。代表の方と毎週打ち合わせをして、その時期に取れる野菜をできるだけ献立の中に盛り込むように心掛けています。昨年度の長谷産の野菜利用量は、重量ベースで52%、品目ベースでは68.5%、県内産の食材まで広げて考えると、品目ベースでは84%になりました。麦わら帽子の会の皆さんは、自分の家で食べる野菜を多めに作って、学校給食におすそ分けという感覚で野菜を届けてくださっています。ほかに、地元の農産物直売所「ファームはせ」からも野菜をいただいています。地元で対応できない野菜のみを給食業者からいただいています。会の方々が納品してくださる野菜は、長ネギ、ジャガイモなどの保存の効く野菜から、フキ、栗、ギョウジャニンニク、マツタケと季節限定の食材などさまざまです。「長谷の畑にある食材はできる限り使う」をモットーにしています。麦わら帽子の会の皆さんは、できるだけ農薬を使わずに野菜を作ってもらいますので、虫がいたり規格が不ぞろいだったりします。葉物野菜などは朝取りの新鮮なものが納品されるため、取れ立ての味を子どもたちに食べさせることができます。取れ立ての野菜はやはり味が濃くておいしいです。給食技師も、地元野菜を使うよさを理解していますので、下処理などに手間は掛かりますが、手を掛けて調理をしています。野菜もそれぞれ姿かたちが一つ一つ違いますので、機械で切らずにすべて手切りで対応しています。中学校には、全国でも3番目に造られたというランチルームがあります。そこで、生徒と教職員みんながそろって食事を取ります。麦わら帽子の会の方々も年に数回給食に招待され、生徒と一緒に給食を食

べています。「『おいしい』と言ってくれるので作る張り合いがある」と喜んでくれます。

地域の食材や郷土食、行事食の理解を深めるために、月に1回、「長野県味めぐりツアー」を実施しています。日本一郷土食が多いと言われている長野県ですが、子どもたちの口に入る機会がなかなか少ないのが現状です。長野県に伝わる郷土食、行事食を月1回献立の中に取り入れて味わう機会を持っています。これは、地域の方々の協力で長谷の山で採れたマツタケ御飯です。これも年に1回ぐらい登場します。

中学校では、総合的学習の時間で長谷についての学習も行っています。今年は地域の方の協力を得て、モチキビやホロホロチョウの栽培・飼育にかかわらせていただきました。食育は、体験などの活動を通して五感を働かせることで育つ教育と考えています。モチキビの栽培も、機械に頼らず行う体を使う作業です。その活動を通して、こつこつと自分の力でやり抜く精神力を身に付けてほしいと願っています。子どもたちがかかわったモチキビなどは給食のメニューにもしばしば登場します。自分たちの手に掛かった食材を食べることは格別なようです。

野菜たっぷり地域食材満載の学校給食を実践していると、子どもたちの姿にも変化が見られます。子どもたちの好きな料理は、「お母さんヤスメ、母キトク」に代表されるハンバーグ、スパゲティ、焼きそばなどが挙げられますが、長谷の子どもたちに希望献立の調査をすると、ほうとう、納豆あえ、芋煮汁、根菜スープなどのメニューが挙がってきます。お母さん方からも、「最近家庭で給食の話をよくするようになった」という声が聞かれます。「何々がおいしかった。おうちでも作って」とか、「埋橋がこんなことを言っていたよ」とか、保護者の方や児童・生徒から給食のレシピを求められることも多くなりました。食べていくものによって子どもたちの嗜好が変わっていきます。地域の方たちとの連携のもと、地元産の新鮮野菜を給食で使用することで、その野菜のおいしさを子どもたちが身をもって体験した成果であると思います。

自然豊かな長谷の地の恵み、地域の人たちの協力、愛情を込めて給食を作ってください給食技師の方々、たくさんの方たちのおかげで「給食甲子園」優勝という栄誉をいただきました。この過疎の進む地域の子もたちが、学校給食を通じて自分たちの住む地域に誇りが持てるような特色ある給食作りを、これからも連携を大切にしながら目指していきたいと考えています。ありがとうございました。

栗田 ありがとうございました。もうお一方は宮城県仙台から来ていただきました。和食のお店を営んでいて、さらに日本フードサービス協会副会長をなさっている田邊さん、取り組みのご紹介をお願いします。

田邊 ただいまご紹介いただきました田邊です。私は日本フードサービス協会という、全国に486社の大手のナショナルチェーンがほとんど入っている外食産業の協会の副会長をしています。今、食育という問題を提案として協会に出して、それを全国に啓蒙している最中です。食育と地産地消は非常に強いきずなががあります。業界としては食育もまだ始まったばかりで、外食にとっては、地産地消は未知数がまだ非常に大きすぎます。いわゆるビッグ企業になればなるほど地産地消は難しいのです。

では、わが「銀たなべ」としてはどういうふうに取り組んでいるか、お話をします。まず、わが社の経歴は、昭和24年に先代の父が創業しました。そのあと私が後を継ぎました。私が継いだのは昭和

53年で、現在6店舗を営業しております。仙台は100万都市ですが、飲食街が本当に集中しているのは国分町通りです。これは東北一の歓楽街と言われている場所です。そこに6店舗出しております。日本料理店ばかりです。ただ、日本料理店でも、一店舗一店舗がオンリーワンのスタイルを持った店作りをしております。特色を持った店が私の夢でもあり、また地域にとって非常に喜んでいただけるような店作りということで、6店舗は業種・業態を変えたかたちで作っております。

こういう中で、地産地消をどのように今回取り組んでいったかという経緯を話させていただきます。当社には料理人が60人ぐらいおります。うちの店は、調理師学校を出て、本当に包丁をやっと持てるか持てないかということから育てて、約7～8年預かって、また実家に帰り、あるいはうちからよその店に行くというスタイルを採っております。料理人を育てるということでは、ここ数十年間ずっとやってきました。今、独立してやっている子もたくさんおります。

これから本当の日本料理店がどんどん減っていく中で、われわれが今後どういう取り組みをしていくかですが、この地産地消もまさに取り組みの一環だと考えています。地産地消は地元で取れたものを地元で消化するということですが、私どもにきっかけができたのは、日本フードサービス協会のほうから話がありました。山形県月山というと皆さんすぐにわかると思いますが、ふもとに西川町という町があります。その村おこし再生復興に力を貸してくれないかというお話がありました。これは西川町の月山竹ですが、われわれの料理人数人がこの現場を見に行くと非常に感動しました。仙台に入ってくる月山竹はやはりもう硬くなっています。生でも食べられるというものを見て、「これはすごい食材だ」と、そのときから地産地消という発想ができました。当社で取り組んでいるのはまだここ数年ですが、まさにこれが地元で採れた食材です。これは山形で、仙台から大体1時間半ぐらいで行ける場所です。近くにこのような良い食材があるのです。西川町は土地としてはそんなに肥えておりません。山のふもとですので、採れるのはこういう竹の子類とか、秋になればキノコ類というものが中心で、食材的にはそんなに多くの種類が採れる場所ではありません。

われわれが西川町と一緒に話した中で、それでは、うちでその月山竹をはじめ、西川町産の食材を使った料理をやろうという料理人の声がありまして、仙台のご婦人方を集めて料理教室をやりました。食材は西川町から提供していただき、それをうちの料理人が仙台のご婦人方に調理の仕方を学んでいただき、食べていただくということでした。これが非常に好評を得たということから今年もまたやりました。これも非常に好評でした。では西川町という産地は実際どういうところかということで、私どもは、今200名近くおりますうちの従業員全員を連れて、去年西川町に見学かたがた観光に行きました。そこで西川町の方々との親密な交流ができ、調理人の考え方が、生産者側と本当に距離が短くなりました。地産地消を料理店でとりあげるのには、交流ということが非常に大事だと感じました。目の前で採れた食材だけではなくて、人と人とのつながり、交流によって、食材をわれわれが調理してお客様に提供するというかたちことができました。これも地産地消の一環だと思っております。

これが山形での一つの私のまとめです。「食材を通して西川町との付き合いが始まり、西川町の方々、生産者側の方々とわれわれ料理人とお客様」と、という関係が、距離が、非常に短くなりました。生産者の本当の顔が見えて、それをお客様にも喜んでいただく、西川町の方にも喜んでいただくというのが、われわれの役割だと思っております。

宮城県でも今、「食材王国みやぎ」ということで宮城の食材を全国に発信しております。その中で、

私どもの料理人が、2年程前、「若手料理人甲子園」でグランプリを取りました。これは「宮城の食材を使いなさい。限られた食材、海の食材、山の食材の何種類かの食材で、体に、健康によいものを作りなさい」ということで、限定された時間の中でその料理を競っていきます。最終的に全部で百何人ぐらいが応募して、レシピで落とされて、次の段階でまた落とされて、最終的には3人が残りました。そこはもう生で、限られた時間の中で実際に商品を作ってグランプリを取りました。

われわれの調理長が、今まで考えていなかった「こういうことも料理の中で作れるんだ」というところから地産に目を向けました。料理人というのは、大体いい食材を全国からかき集めて、いい食材だけを選んで出す、悪いところは全部カットして捨てるのです。いい意味では本当に職人かたぎでしょうけれども、食材のいい部分だけを使うという昔の伝統的なものをどうも引き継いでいるところがありました。今は、「宮城県にはこういういろいろな食材があります。これをもっと掘り出したらどうなのですか」という目の付け方が料理人の間にも出てきました。今回、うちの若手がグランプリを取ったということで意識が変わってきたということが非常に大きいことです。今までは、調理長も産地にはあまり直接行かなくても食材は市場に行けばあるわけです。仙台から1時間ぐらいの距離には海があって、山もあって、畑もあって、環境的にはそんなにものすごく遠いというわけではありません。実際に生産地に行って、その生産者と直接話をして、いい材料を自分の目で見て、生で食べて、それがいいというものを仕入れるようになってきました。種類のにはそんなにたくさんあるわけではありませんし、農業をやっている方も小規模農業ですから、ロット的にもそんなに多く持っているわけではありません。でも、その中で1点か2点、すばらしいものがその季節季節の中であれば、われわれ料理屋をやっている人間にとっては、その食材が、お客さんに非常に喜んでいただけるようなものになるわけです。われわれとしても、調理長達の意識が少しずつ変わってきたところが、地産に目を向けたことの大きな収穫ではなかったかと考えております。今日も会場に来ていると思いますが、うちに「銀兵衛」という店があります。ここはどちらかというと郷土的な料理をやっています。その調理長が非常に食材に関してはこだわりを持っていて、宮城の食材、仙台の食材も含めて、現地に行っているいろいろといい食材を見つけてきます。トマトは普通青いうちにとっていますが、ハウスでそのまま完熟させると実がしっかりしています。私もそれをむしって食べましたが、非常においしいトマトで、今まで食べたことがないトマトの味がしました。こういうものも本当に地元にあるのです。いい食材に恵まれ過ぎて、宮城県の人たち、仙台の人があまり地元の食材を知らないということも現実にあります。われわれとしては、それをみんなに発信してあげることが役目だと思っています。これはカブの写真です。農家の方は、「カブを生で食べてくれ」といいます。だけど、焼いたらどうかということで焼いたらもっと甘みが出ました。われわれが考えていた以上に本当にすばらしい食材がやはりあります。身近にあるのに気が付かなかったのです。これからも、こういう食材の掘り起こしをしていきたいと考えております。これも、ポークとカブラを使って煮た煮物です。こういうものも商品として出しております。

最後に、お米のササニシキというのがあります。今日もブースに出ています。米は今、大変です。60kgで1万円くらいに下がって、農家はもうほとんどやっていけないという状況です。そういう中で、生産者側ではお米の使い道はないかと考えて、これをめんにした場合どうなのかということで、何度か繰り返し試行錯誤してめんを作ったようです。これをわれわれが生産者側のほうに行ってきた、実

際にゆでて食べてみようと思ってみたら、こりこりしておいしいのです。小麦アレルギーを持っているお子様は平気で食べられるわけです。米も食べ方によって、パンにするということもありますし、米をこのように「めん」にするというやり方で、いろいろな食べ方があるはずです。米の用途をいろいろ変える、私は、米というのは本当に大事な、日本人にとっては一番大事な食品ではないかと思えます。

地産地消ということになるかどうかわかりませんが、「生産者が作った食材を、料理人が再現して、それを『感動』として消費者に伝えていく」というのが、われわれ料理人の役割だと考えております。外食として地産地消に取り組んだのはまだここ2～3年です。これをこれからどういうふうにも本物にしていくか、課題山積です。外食が地産地消に取り組んで、本当にいいものがお客様に提供され、喜んでもらえるものにしていきたいと考えております。本日はどうもありがとうございました。

栗田 ありがとうございます。5人の方に五つの地域での取り組みを報告・発表していただきました。多分共通の方向性もあったかもしれませんが、今度は外国からおいでになったお二人に、今の取り組みについての感想とか、あるいはどんな印象を持たれたかお聞きしたいと思います。まずはアメリカのスタウトさんにお話を聞かせていただきたいと思えます。いかがでしょうか。

スタウト 皆さんお一人お一人、素晴らしいお話をいただきました。驚くほど献身的に努力をされていて、皆さんが地元の生産者と深い関係を作っていることに感銘を受けました。どのお話も大変興味深く伺いました。共通性は随分あると感じました。つまり、生産者が生産したものに付加を与える、付加価値を高めることです。これは皆さんがおっしゃって、考えていたと思えます。それは特に重要です。つまり、農家にも価値を還元しなければなりません。農業者自身の売り上げ、収益性を高めなければなりませんし、経済的な存続性を確保するために重要です。

とりわけ、教育、啓蒙、研修に力を入れていることに感銘を受けました。農業者の将来世代は大変弱い立場にあります。若者はなかなか機会が得られないかもしれないことが心配で、米国の農業者も将来が不安で、日本でも同じような不安があると思えます。教育は大変重要だと思います。

また、集団で協力をする意識が大変高いことが聞いて取れました。つまり、ゼロから全員が始めるのではなく、力を合わせれば、ほかの人が行っているものを有効活用でき、全体としての収益性、利益性、経済的な存続可能性を実現できることがわかりました。共同体で力を合わせるが大変重要で、すべての話で大変感銘を受けました。ここで学んだことを米国で伝えて、今聞いたことを活用したいと思えます。

栗田 ありがとうございます。今度はイタリアのベルトツツィさんにご感想をお願いします。

ベルトツツィ 非常に感銘を受けました。プレゼンテーションを聞いて、地元の例えば大根とか果物の重要性ということで非常に感銘を受けました。また、スローフードの動きにも言及がありました。午前中も話していましたが、午後にも出てきました。この動きの創設者のお話も聞くことができました。しかし、新しいものではないのではないのでしょうか。スローフードは、本当にマーケティング

グの戦略として、人々に対して自分の持っているものに誇りを持つ、そして、自分たちのもとの原産を再発見しようということで、新しいものではありません。適切な商品を誠実な私たちで提供すれば、常にそれに関心を持ってくれる人がいるということで、これは何かを伝えるということの文化だと思います。

教育に関しても申し上げたいと思います。例えば学校での教育、人々への教育、教師を通しての教育、また給食を作る人たちを通しての教育ということです。現在生産者と食品のユーザーの距離がどんどん遠ざかっています。例えばどうやって牛が生活しているのか、牛が何なのかということ子どもが知らない、鶏の由来も知らないという子どもが多い中で、子どもに適切な経験をさせるということは非常に重要なことだと思います。

今、母国でも直面しているのは、新しい課題として文化的なチャレンジがあります。イタリアでは非常に移民が多い、いろいろな大陸から移民が多く入ってくるということで、文化的なチャレンジがあります。ですから、もう一つのチャレンジとしては、どうやってそのような人たちと対話をするか、違う国から来た食文化の違う人たちとどうやって対話をするかということがあります。宗教的な要素も入ってくるかもしれません。例えば、同級生の中でも考え方や宗教の違ういろいろな子どもたちがいる中で、そういう対話をどうやってするかということです。

外食の話もありました。レストランで働く方々によって、食べ物の原産が守られることもあれば、逆に破壊されることもあります。ですから、レストランの人々が担う役割も多いと思います。

生産者が自分のやっていることに誇りを持つことができるというのがいくつかの例でありました。連帯的な食材は1人の献身によるものも多いかもしれませんが、それがほとんどなくなってしまいうということもあります。もともとに立ち戻って、十分な量を生産して、それを市場に出して、それを保護すること、原産地呼称保護制度の話は私にしましたけれども、食品がいったん発見されて、マーケットでいろいろと認証されると、保護することがなかなか難しいわけです。だれかがそれをまねするとか、名前を取ってしまう危険性が出てきます。

栗田 どうもありがとうございました。今もいろいろな共通項が出ましたけれども、今度はもう少し絞ってお話を聞きたいと思います。今、教育が大事だという話が共通項として出てきました。日本ではそれを食育と呼んでいます。先ほどの講演でも、かつてアメリカに「提携」という言葉を導入したという話が出ました。これからは、提携と並んで「食育」、フード・ライフ・エデュケーションと云うのかわかりませんが、その辺がとても大事だということは共通項として出てきました。

食育もそうですが、もっと束ねると、販売面では交流販売という話がありました。私の言葉で言えば、「交流型農業」です。農業の在り方としても、どこに行くかわからないものをただ作って市場へ出すだけというのではなく、特に地産地消というかたちで動き出すと、交流型農業になってくるというのはよくわかります。その交流型農業の中に、食育もあればいろいろなお母ちゃんの出番があったりします。

そう考えていくと、先ほどの横澤さんの花作大根も昔の食べ方につながります。味噌漬けなどは面白そうでしたが、その辺の話をちょっと聞かせてください。

横澤 そうですね。大根を作るのは男衆の役割でいいのですが、これをどういうふうに出していくかという問題になってくると、漬け方とか加工する方面では、女の人にすごく大きな力を発揮してもらわなくてはなりません。コンサートであちこちにお邪魔することがありますけれども、農村で元気なところは、大体農村のお母さんたちが大変元気なところだという感じを受けています。この大根でも、今までの漬け方から新しい漬け方の工夫をされる方とか、とにかく女性の力は大変大事なものではないかという感じはしています。

栗田 ありがとうございます。この花作大根は大変硬くて、ちょっと渋いのですか。その辺をどうするかというのも、何か地元の知恵が出てきたとかありますか。

横澤 そうですね。もともと苦くて、生ではちょっと食べられなかったという大根でした。これに酢を使うとその苦みが消えるというので、最近は生の大根を酢で調理するという方法で、おいしく食べられるのではないかということも出てきました。

栗田 先ほどの大山町農協の取り組みの中でも、木の花ガルテンは地産地消のレストランですね。あの中にも、女性の知恵を多分たくさん生かしているのではないかと思います。いかがでしょうか。

矢羽田 大山は非常に耕地面積が狭くて、非常に貧しかったのです。貧しい村から這い上がるためには、収益率の高い農業をしないといけないということで、これまでずっと大山町農協として守り続けていることがあります。「優等生教育はしない。けれども劣等生を作らない」という農業をしてきましたし、これは今もしてきています。農協として、ほかの農協とはちょっと違うところが、一次から三次産業まで農協でやっているということです。農家は非常に小規模な農家が多いですから、ピラミッド型のかたちになると、力の強い生産者は自分たちでやっていけるわけです。ところが、大山は、すそ野の広い底辺、低所得の農家が非常に多いところ。だから、その部分に光を当ててやれば農家は過疎になるはずがないということで、三次産業の取り組みが木の花ガルテンです。今、外食からすべてを含めて、日本人の年間の飲食にかかる支出が約30兆円あります。その中で、中食から外食が約8割を占めています。家庭で作るのが約2割に落ちているということで、農協としても何かできるのではないかと。例えば親戚の方が帰ってきたときに、地元で取れたもの、地元で農家がずっと作ってきたもので作ってあげる。それは当然その時期に取れたものを、地元でずっと培われてきた伝統的な料理でおもてなしをするわけです。ですから、このレストランのタイトルには、「農家おもてなし料理」と付けています。

その中で働いている人たちは専門的なシェフはおりません。すべて現役を引退したおばあちゃんばかりです。その中で提供する料理のメニュー、中で使う食材は全部おばあちゃんたちにお任せをしています。レストランの横に併設で農産物の直販所を持っていますので、そこからどんどん持ってくるわけです。自分たちで考えながら、都市の方にそういうものを供給します。フロアで働いている方も当然地元のお姉さんとおばあちゃんばかりです。ですから、都会から食べに来られた方には、「今大山では、この時期にこんな野菜が取れていて、こんな時期には大山ではこんな料理を出しています」とい

うところまで紹介しながらやっています。そういう意味でいくと、女性の力なくして農業は成り立たないのではないかという気はしております。

栗田 神奈川で生活協同組合というかたちで組合員の食べ物と食卓をつなげる仕事をしている齋藤さん、組合員には若い世代が大変多いそうですね。そういうところで、どんな思いで女性たちのネットワークを作っているのか、その辺をもう一度お願いします。

齋藤 はい。生協も本当に小さい規模のときには、どの畑でだれが作ったものかというのははっきりわかるものをいただきました。しかし、いい意味でも悪い意味でも生協が非常に成長してきましたので、そのときにやはり食卓と生産現場が見えません。それともう一つ、若い世代が調理の仕方を知りません。

では、若い世代の人たちは食べ方を知らないから全部作らないかという、そうではありません。私どものライフステージ別の3つのカタログの中に、初めての赤ちゃんが生まれた世代向けに作っているカタログがあります。そのカタログの中で、情報を付けて食材を提供するときちゃんと作ります。やはり知らないというのは大きな原因なので、産地と食卓をつなげる役割を、私たちが分かりやすい情報をきちんと出していくことが大切ではないかと思っております。

栗田 次に埋橋さん。学校の食事、給食が非常に優れた食育の場であるというのは私もよくわかります。その中で、旬を大事にして子どもたちと接触をしているということで、どうやら随分我慢も要求しているような話も聞きますので、今度はぜひその辺の話をお聞かせください。

埋橋 はい。私が地産地消の取り組みをすることで子どもたちに一番伝えたいのは、旬の食べ物を知らせるということです。旬の食材を知らせるということは野菜の本当のおいしさもわかるというのがあります。ですから、いろいろな取り組みの中で、旬の食材の味が子どもたちに伝わるようにしています。

例えば、ピーマンは夏が旬の食べ物ですが、今の時期（冬）に、「先生、チンジャオロースが食べたいたけど」と言われます。「そういうのは来年の夏まで待ちましょう」。この間、アップルパイとかスイートポテトを給食に出しましたが、「先生、おいしかったで、また作ってくれないかな」と言うから、「来年の秋まで待ちましょう。これは季節限定のデザートで、来年の秋まで出ません」。やはりそれで、子どもたちに旬の食材ということを大切に考えてほしいと願っています。

栗田 田邊さん、「おばあちゃんは、もったいないという気持ちがまだあるんだよ」ということで、だいぶ影響されているようですが、その辺の話を聞かせてください。

田邊 はい。今、「もったいないよ」というのは地産地消の中でも使われていますが、いわゆる「もったいない文化」というのは昔からあります。うちは日本料理店をやっていましたが、料理人はいいとこ取りです。大根でも、かつらむきのつまにする場所は真ん中だけです。端とか皮はほとんど全部

捨ててしまっていました。「これはもったいないんじゃないの」と、うちのおふくろがそのむいた皮を、うちに持って帰って刻みます。それを酒かすに漬けて3日くらい置くとおいしい漬物ができます。これを知り合いのお客さんにたまたま出すと、「これは、お店で食べる料理よりもおいしいよ」と言われて、うちのおやじが怒りました。それを目当てにお客さんがひっきりなしに来て、来ると必ずその漬物を出すようになって、『おかみさんのおしんこ』という名前を出しました。うちの姉がこれを本に書いて出しました。

料理人の世界はどちらかというと職人の世界で、男性社会です。でも、こういうことを考えると、そこに女性の知恵が何らかのかたちで入ると、非常に新しい食文化が生まれるのではないかと。そういう伝統的な料理は日本人の女性が作ってきたはずです。最近女性は仕事を通して、社会進出が忙しくなり、家庭に入って料理を作る時間も少なくなったと思いますが、昔の日本伝統の食の文化をずっと見てくると、イタリアもそうですしフランスもそうですが、日本にとって最も大事な食文化、昔からの日本の食文化があるはず。いわゆる「おふくろの味」。それを掘り起こして、何かすばらしい、新しい地産地消の食文化が生まれるのではないかと。これは女性の知恵でないと生まれないのではないかと。私は、これが、ある意味では古きから新しさに変わるものにもなっていくのではないかと思います。ここにいらっしゃる女性の方もぜひ実際におやりになって、家庭から何かこういう文化が生まれたと、われわれに逆に教えていただきたいと思います。

栗田 ええ、本当にそうですね。考えてみると、日本もそうですが、アメリカもイタリアも世の中の半分は女性が支えています。むしろ女性のほうが強い世の中にどんどんなっていると思いますが、どうでしょうか。

それぞれの国のそれぞれの取り組みがあります。例えばあのCSAでスタウトさんがやられてきたことはすごい伸びを示しています。けれども、最初は本当に小さいところから始まったと聞きました。多分、奥様の力がものすごく強かったのではないかと思います。特に交流型CSAというかたちでやると、交流するというのは女性の絶対の得意です。男性よりはるかに話があつという間に伝わるということがあります。多分イタリアでもチーズを作るのに…。食事を毎日作っているのはお母さんですね。女性の知恵を借りるというのは外国ではどうなのかを、ぜひそれぞれにお聞きしたいと思います。まずスタウトさん、お願いします。

スタウト おっしゃるとおりです。妻がCSAを本当にソフトに展開する手伝いをしてくれました。意外ではありませんけれども、買い物に来る人たち、参加者は家庭の中でも女性の人です。女性が買い物に来たりメニューを考えたり、お料理をするのも女性です。それを認めることは大変重要です。あなたのお客様は本当はだれであるか、それは女性であるということを認識することが重要です。食育、家庭の料理を教えているのも女性ですし、何かイベントを行えば、男が女に引きずられてきます。子どもも女性に引きずられてくるわけです。女性が引っ張ってくれて、ニンジンと一緒に引き抜いてみたり、この食べ物初めからパックされていたものではない、元は生であった、生きた野菜であったということを教えてくれるのは女性です。それを台所に持ってきた場合、その野菜を料理し、調味料が組み合わさってどうなるのか、それによって食事というものが完成することを教えてくれるのは

女性です。

私の妻も大変深くかかわってくれて、新しい品種を考えたり、新しい機会を探してくれております。花の栽培も始めました。なぜかという、花はきれいですけれども、それだけではなく、女性のお客様が「花束を持って帰りたい」と言い始めたためです。それによって新しい機会が生まれました。「食べ物ではなく、花だけでも欲しい」と言うお客様がいましたので、経営手段も増えております。

栗田 では続けて、ベルトツツィさんにイタリアの様子をお願いします。

ベルトツツィ ありがとうございます。最初に、私の妻はフランス人であまり料理が好きではありません。フランス人だからということではなくて、ただ単に料理はあまり得意ではありません。

私どもの国は日本からかなり離れていますが、しかし今のお話に関して状況が似ているということに驚きました。私たちのお母さん、おばあちゃんの料理を学んで、私どもの地域でも「家庭が最高のレストランだ」ということを言っています。もちろん家庭の柱は男ですが、食品、食べ物に関して本当にパワーを持っているのは女性です。それは昔から今も変わりません。ですから、家庭の役割が非常に重要だと思えます。まず家族の役割、男性、女性はそれぞれ違う活動、役割があると思えます。

今でも昔の伝統に基づいて何らかの価値を再発見しなければいけないというのはあると思えます。数千年の歴史の中で、古いものでも本当のものがある、付加価値のあるものがあるということを見なければいけないと思えます。伝統の中から価値を発見して、それを若い世代に受け継いでいかなければいけないと思えます。

栗田 ありがとうございます。実は、先ほどの長い名前のチーズは日本にも入っています。私は今柏に住んでいまして、ちょっとおしゃれなスーパーマーケットがあって、昨日の夜寄ってみました。そうするとありました。持ってきましたけれども、これです。先ほどマークを説明されていました。地域の承認マークがこちら辺に付いています。これはいくらだと思いますか。結構大きいからどのぐらいかな。1,280円です。この大きさにするとそんなに高くはないかもしれません。だけど、普段あの小さい6 Pチーズしか食べていない私にはこれはちょっと大きい。このチーズは硬いのでハードタイプです。上からスパゲティに掛けるやつが粉チーズで、最高級は多分これを粉にしたやつでしょう。イタリアの例えばこの地域の人、この硬いチーズしか食べていないのでしょうか。酪農家はもつといろいろなソフトなチーズなどを意外と食べているのではないかという気がします。自給自足というレベルでは意外といろいろな知恵を働かせていますから、極端に言って、実はこれは輸出用で、ほかは違うのをやっているとは思っていましたが、そんなことはありませんでした。16%ぐらいしか輸出はしていません。国内あるいは地域でほとんど半分以上食べています。「ああ、なるほどね」と思いました。最後に、私の興味で、このチーズやほかのチーズを、イタリアの地方の家庭ではどんなふうに使っているのか、ちょっと教えていただけませんか。

ベルトツツィ イタリアはチーズ生産国ですから、一般的に言ってチーズは熟成させて料理に使います。狙いはたんぱく質と食味を加えることです。大体小麦ベースの Pasta に味を加えるためです。例

えばスパゲティはドライパスタの典型ですけれども、パスタに詰め物をします。野菜を刻んだものをラビオリのようなものに詰めたりして食べることが多くあります。そこでこのチーズを下ろします。細かく下ろして振り掛けます。そうすると味が濃くなりますし、たんぱく質、カルシウムなど小麦粉にはない栄養を加えることができます。さらに油分を使ったソース、特にオリーブオイルを使ったソースを掛けると栄養も満点です。

栗田 先ほどのお話で面白いと思ったのは、チーズマスターという方がいらっしゃって、技や感性がそれぞれ違う、だからできあがる味もまた変わるといことです。「あ、なるほどな」と思いました。日本にも実はマスターがいっぱいいます。豆腐マスター、納豆マスター、味噌作りマスター、皆さんマスターです。チーズのあの写真を見ても、本当に手作りで、最初の固めるところからハンドメイドです。そういう技を持っているマスターを養成しないと、これから伝承していかないと、いけない。味噌もそうです。漬物もそうです。ハンドメイドの味がわかるというマスターを作ることがとても大事だとわかります。

「このチーズの中に800年の文化と800年の歴史、作っている風景が全部入っている」と。その言葉にとっても感銘を受けました。ですから日本も同じです。味噌にしても、風土に根差した作り方、材料があるということを、いわゆる食育でいかに伝えていくかということが大事です。

とりあえず休み前のまとめとします。ちょっと休憩をして、今度はご意見、ご質問も含めて次に展開をしたいと思います。ありがとうございました。

栗田 それでは、続きを始めたいと思います。午前中の永木先生を含めた講演に質問が届いています。まずはその質問に答えてもらうかたちから始めてみます。

最初に永木先生に対して、大変重たい質問がいろいろ来ていまして、二つに絞ります。一つは地産地消というのはこだわりが強く高価なイメージがあります。と同時に、安全・安心のコストというのがかかるわけです。安全・安心へのコストを理解して買ってくれるという人はいるのだろうか、先生にお聞きしたいということがありました。

今日は永木先生は、後半は皆さんの話を聞く立場で、前列で聞いておられますので、お聞きになった事例も含めてお話をちょっといただけませんか。

永木 ご質問をいただきました「地産地消の店舗に並んでいる商品は高いのではないだろうか」ということですが、取引は経済の仕組みの中で行われているわけですから、消費者も「いいものをできるだけ安く」という気持ちがあると思います。それから生産者もできるだけ真心を込めて作った自分のものを「そこそこの値段で買っただきたい」という気持ちがあると思います。

最近の農林水産省ですとか厚生労働省のいろいろな調査を見ましたら、購入時の重要な要素として価格は2番目とか3番目のところに位置づけられていて、やはり大事だということです。でも最近は、いろいろな事件が起こっているからということもあるのでしょうか、やはり安全なもの、安心できるもの、本当においしくいただけるもの、本来の自然の味、旬のもの、あるいは心のこもったものをいただきたい、そういう消費者は非常に多いと思います。

ですから、私は地域でこういう取り組みをするときのターゲットをしぼって商品にコンセプトを持って、それで「こういうものだからこういう値段で、消費者に納得して買っただきたい」というお互いの理解が必要だと思います。売る方もそうですし、買う方もそうですが、お互いがそういうことへの理解が大事です。あらゆる消費者に地産地消で売っている直売所に来ていただくということではないと思うんです。

ただし、私が言いたかったことは、これまでの消費者はお店に並んでいるものをそこで品定めして買うだけであったということです。生産方法とかどなたが作っているのかはわからないけれども、お店に並んでいるものから選んで買っていたということだったんです。

そのような「単なる消費者」ではなくて、先に私は「かかわり」と言いましたけれど、それはどういうおいしいものをどんなふうにも努力して作っていただいているのか、それから安心できるものを作っていただいているのだろうか、そんなことを消費者も求め、そこでコミュニケーションに広がりを持たせたいのです。そういう取引が地産地消の取引であって、そこが「関係性の経済」とであると私は申し上げました。

逆に今日、生産者同士がお店に品物を並べたときに、お隣さんのトマトは非常に売れていたのに自分の名札の付いた商品は売れていなかった、同じようなものを並べたのに何だろうと。そこでもっと値段を安くして売りたい。そういう価格の値下げ競争が生産者同士で始めると、これは自ら破壊的なことになってしまうわけです。そこは避けなければならないことです。

やはり安全・安心と真心のこもった、しかも旬な商品が店舗に並んでいる。しかも包装代とか、うんと高い運賃とか、あるいは倉庫に長いこと貯蔵していたとか、そういうような経費はかけないこと

によって生産者もコスト引き下げの努力はするし、消費者もそれによってコスト引き下げのメリットをいただく、そういう考え方でコストの引き下げには努力しなければいけないだろうと思います。

例えば、私の研究室の学生さんに調査してもらったのですけれども、消費者には低価格志向、それからこだわり志向、便利さ志向とかいろいろな考えの人がいました。すべての消費者に来ていただくということだけでなく、お互いが理解しあえる関係が大事です。

そのためには生産者と消費者の交流をもっと深めていく、お店だけのお付き合いではなくて、時には生産現場に行ってみせていただくとか、生産者と話し合うとか。そういう、お互い、地場にいる生産者と消費者だからできるようなことを続けなければいけないのではないだろうと思っております。

多分、その点でアメリカのCSAには興味があります。私が思うには、アメリカ社会は契約型社会ですから会員制という発想には馴染みやすいのでしょうか。消費者が「これこれ、こういうものが欲しい」という注文があるのだらうと思うのです。それを生産者と品質とか、安全性の問題とか、それから欲しい時期、そんなことについていろいろ話し合っ、そしてその最後に価格交渉があるのだと思うんです。

そこらについて、どういう話し合いをしているのでしょうか。そんなところをアメリカのスタウトさんにお聞きしてみたいなと思っております。そんなことでいかがでしょうか。

栗田 はい、どうもありがとうございます。永木先生以外にスタウトさん、ベルトツツイさんにも質問が来ています。まずはアメリカのスタウトさんへの質問です。

4千人ぐらい、このCSAのプログラムの参加者というのか会員というのか、どういう組織で、例えば規約というのがあるんでしょうか。そんなご質問です。まずその辺いかがでしょうか。

スタウト メンバーは緩い組織体で必ずしも料金、会費を取る必要はないと思ったのですが、メンバーであるというかたちになるとコミットメントを取ることができると思うので、いわば「仮想的なメンバー」と思ってもいいかもしれません。料金があるわけではないんです。

例えば具体的にこう申し込まなければいけないという手続きがあるわけでもありませんけれども、もちろん料金は買ったものについては支払っていただいて食料は配達されます。存在しているルールと言えはその配達の方法など何時に取りに来ることができるか、どうすれば注文ができるか、どうすれば農家とのやり取りができるかなどです。これはお客様にとってのやり取りを一番簡単にする方策を考えた結果です。

農産物自体は素晴らしいと思いますし、共同体を代表していると思います。品質は高く、種類も多く、味もとてもおいしいと自信を持ってはいるのですけれども、便利とは言えないかもしれません。青果店のほうがひよっとしたら何千もの商品が1カ所で買えるほうが便利かもしれません。しかし、われわれが考えているのは異なる水準のサービスであって最低限のサービスを提供すると、その中でもできるだけ便利に農業者とのやり取りがやりやすいようにします。

タイミングであるとか、どこで回収ができるのか、例えば仕事の行き帰り、学校の行き帰りに「ここだったらピックアップができます」という場所は相談して決めます。それ以外にメンバーに欲しい

と思う人たちはコミュニティーの中にコミュニティーを作ってくれるような人材です。共同体の中の共同体とはどういうことかということですが、新しいメンバーを探す場合にはマーケティングといってもほとんど口コミです。一番よく紹介をしてもらうのは口コミですから、一つでも売る場合、毎週毎週、最もよいサービス、最もよい品質でいいものを出していかなければ口コミは実現しません。

一方で新しい方法でメンバーを増やそうとしていますが、既にコミュニティーが存在しているところで増やしやすいためです。われわれはCSAの拠点としての企業で場所をお借りしてファーマーズ・マーケットをやろうとしています。アトド、アマゾン、マイクロソフト、スターバックスといった大手の会社があるのがシアトルなのですが、従業員が多くその建物で働いておられますし、人事部とお付き合いがあります。「ここに野菜を置いてもいいですか」とマイクロソフトの本社では食料を皆さんの机に日中、配達しているのです。夜野菜を持ってお帰りいただくのです。とても便利ですし、従業員にとっても健康的だと思います。

直接お持ちするわけですから、青果店に勝つことができるものではありません。本当に直接の直販ですから非常に緊密な関係をわれわれが持っているわけです。これは理想的かもしれませんが。職場における農場、組織における農場という存在です。われわれが建物、会社に入り込んでいるのです。そのようにしてメンバーを増やしてかかわりを深めています。楽しみを提供しています。同じような考えを持った人たちのお付き合いが深くなると楽しさと喜びがあると思います。

栗田 ありがとうございます。面白いですね。職場に届けるというカタチもあるということですか。マイクロソフト社とか。

スタウト そのとおりです。これは新しいトレンドなのです。企業の皆さんと関係を作りたいと思っているんです。保険会社、例えばアメリカでは残念ながら国民全員加入健康保険制度ではありません。すべてが民間ですけれども、もし喫煙していなければ保険料が少なく済むとか、運動していれば保険料が安いといった商品もあります。例えばCSAモデルを使っていると、ウィスコンシン州のマディソンでは保険料が安くなるといったプログラムもあります。保険会社が協力してくれまして、CSAに参加していると保険料が安くなりますし、それだけではなく、その農場に対して資金を拠出してCSAを助けてくれるという慈善事業もあります。保険会社としても実は節約になっているのです。お客様がみんな健康になるわけですから。もっと調査研究が行われていますけれども、具体的な証拠が出てくれば、結局は健康なものを食べていけば保険会社にとっても最後は得になるということがわかってくると思います。われわれ全員が健康的な食生活を行えば社会のためになるということです。

職場は特殊な機会だと思います。従業員は満足度を得ることができますし、職場で購入できるということであれば農家、あるいは農業者が提供する珍しいものとの関係ができると思います。病院とのお付き合いもあります。学校も同様ですが、学校と病院といっても患者さんにとって必ずしもベストのものを出しているわけではありません。本来は健康の面倒を見るのに、病院では必ずしもベストのものを提供していないどころか安ければいいというところがあるのも事実です。しかし一部の病院では考えを変えて、本当にいいものを提供したいということで私どもが呼ばれたりします。ファーマーズ・マーケットを病院で行うこともあります。それは病院の職員、並びに患者さんのために例え

ば2週間に1回、マーケットあるいはスタンドを昼食の時間に設けて職員の方、あるいは患者さんが買い物に来てくださったりしてCSAのピックアップサイトを病院内で作っています。そのほうが皆さんに楽しんでいただけるために便利だと思うからです。

栗田 面白いですね。CSAモデルに入ると保険料が安くなる、そういう時代になってきたんですね。ちょっとまだほかにも質問がありました。時間があつたらまたやります。今度はベルトツツィさんにご質問が来ています。

一つの質問は今の生産と売り上げ、消費の状況はどうですか。つまり例えば消費が多くて生産が追い付かないという場合はどんなふうにするのですか。どうやっているのですか。どういう状況になっていますかということがご質問です。

ベルトツツィ まず生産ですが、協会がきちんと指定した地域内で生産されなければなりません。物理的にそこで搾乳ができる生乳の量が制約されています。わが地域に関しては95%のミルクはパルミジャーノチーズに使われています。今では恐らく生産能力の限界に達しているかと思います。

生産量は11万6千トンです。これは原産地呼称を受けているチーズの、例えばフランスのチーズ生産量と比較しますと、量としてはコンテが一番量が多く4万5千トンです。ですから、わが生産量の半分で生産量が最大のコンテがあります。一方で呼称の保護を受けていて、グラナパダーノという北イタリアのチーズがあります。これもハードタイプのチーズなのですが生産量が14万5千トンを超えていまして、まだ生産余力はあるかもしれません。

生産量はそういう水準なので生産を増やそうとしています。特に80年代、90年代は増産をすることでした。なぜかといいますと、国内市場、とりわけイタリアの南のほうで羊の乳を使ったハードタイプではなく、よりマイルドな味のチーズ、そしてパルメザンに目が向いた時代がありました。そのような時代があったので、われわれはチーズの生産を増やしましたが、物理的に限界があります。それはこの場所で生産しなければならないということがあるからです。

第2に、それでは量を増やしても品質は維持できるのかどうかですが、そこが十分に考えなければいけない課題です。私のそれに対する解答は、確かに品質を維持することは可能なのですが、それは生産をきちんと管理ができてこそです。量を増やしたからといって質が伴うとは限りません。われわれ自身の経験で学んだ教訓を紹介すると、増産をした場合、需要に従ってどんどん量を増やした場合にはやはり品質を維持することは難しいのです。これがわれわれの結論です。

ただしこれは生産者の責任次第です。今は生産者は厳格な生産の仕様、スペックのルールを定めております。例えば生産者はチーズの包装を生産地のみで行うことを求めています。生産地で包装すれば品質を保証できるだけでなく模倣を回避することができます。これはやはり増産にはつながらない方法ですが、現在はそういう動きです。

栗田 はい、ありがとうございます。「赤福」というお菓子屋さんがあるんですけど、聞かせてあげたいお話だと思いました。経済の論理だけで動き出すとどうしてもうそをついてしまうのですね。そこを厳格に守るということに徹するということが本当の信頼のベースなのですね。その辺がやはり

そうしなければこれだけの信用はなかなかできないという感じがしました。

まだ質問があるんですが、今度はこちらのパネリストの方々に会場からもし質問があったら手を挙げていただいて、マイクを持っていきます。ここで延々と持論を展開されていると時間がなくなりますので、端的に質問をしていただいて、それにまた端的にお答えするというで。なるべくできれば多くの人のご質問に答えていくようなかたちで行いたいと思います。こちらの2人（外国講師）にでも構いません。質問をお願いしたいと思います。どうぞ、お手を挙げください。何でもいいです。遠慮せずに。日本人は人柄が大変おくゆかしい人が多いので。遠慮している場合が多いんです。挙がりました。よろしくをお願いします。マイクを回してください。

質問者 東京農業大学の学生です。スタウトさんに三つ質問があります。まず初めにアメリカにおける有機食品の定義を教えてくださいませんか。国によって違うと思いますので。また二つ目としまして、有機食品と言うときには安全だということを直接意味しているわけではないと思います。例えばコンポストが使われている場合には、堆肥が使われている場合、例えば豚からの堆肥であった場合にはもし、もともとの豚が遺伝子組み換え作物の飼料を食べていた場合には何か問題が生じる可能性もあります。コンポスト、堆肥、そしてまたその安全性についてご意見をお伺いしたいと思います。また質問の三つ目として、若い人々にもっと農業に関心を持ってもらうということ、何か難しいことはないでしょうか。若い人々に農業に関心を持ってもらううえで何か困難なことがあったかどうか、三つ目のご質問として伺いたいと思います。

スタウト 非常によいご質問をありがとうございました。できる限りベストを尽くしてお答えします。

まず第1問目の「有機」という表現ですが、私どもは認定された有機農場ということでアメリカ農務省が決めたルールにきちんと従って行なっています。そして、これは認定機関による解釈に基づいています。この認定解釈をしているところというのはワシントン州の農務局です。そちらは非常に慎重にアメリカにおいて検討され、そしてまた世界的にも検討されているものですので、「有機」という定義で国際的にも認定されているものです。安全であり信頼できるというものです。そして個人的なレベルにおいても非常に適切なものであると思っています。

ただ確かに偽装であるとか、または有機作物の定義に関してその解釈を取り違えるということもあり得ると思っています。やはり信頼というのがここで重要だと思います。生産者と消費者がお互いにわかり合える言語で理解をし合い、そして何が有機であるのかという信頼に基づく関係といったものが重要だと思います。

実際にそういったものを何年にもわたって培ってきました。そしてまた、よりよい技術をそこから作り上げ、基準に関しても導入されて、今振り返ってみますとこういった努力があったことで問題も最小限に抑えられたと思っています。常に生産者1軒1軒に対してきちんと教育を行い、そして有機農業というものを基本的なところから、例えば土壌の健康に関して習慣に関して検討してきました。一番わかりやすいのは薬品、農薬の利用、そしてまたホルモン、抗生物質を使わないといったこともありました。ただ最低限のこういった標準を設定することにより有機農業に新しく入ってくる

人々に関しても、すぐにわかる、理解できるということが重要だと思います。本当に有機というものの理想的なものを求めれば、それは高いものがあるのかと思いますが、それと同時に最低限の守らなければいけないルールがあるということは重要だと思います。

また次の二つ目のご質問、すなわち「有機イコール安全」かどうかということですが、やはりそれは生産者側の大きな責任であると思います。人が食する食品を提供するわけですから、やはりこういった安全性の面では最も高いルール、レベルを設定すべきであり、決して軽んじるべきではないと思っています。生産者共通の問題として人々が食べる食品に関しての責任を持つということを非常に重視しています。

という意味で安全性に関しても、適切な、今日の朝のGAPというお話も永木先生からありましたが、まさにそれを順守すべきだと思っています。これに関しては研究も、そしてまた科学的な検討が行われていまして、「安全性」という考え方が基本的なレベル、生産者のレベルにも浸透するということが現在徹底されています。

現在世界におきましても、食品の安全性に関して非常に不安が広がっています。例えば化学薬品によりいろいろと問題が起きています。そしてまた伝統的な食品といったものを求める、食品の楽しさといったものを求めるのに対して、実際に安全性が図られるのかどうかということで、もちろんこれは常識を当てはめるべきところだと思います。食品の安全を徹底させるためにやはりまず常識を使わなくてはならないと思います。先ほど堆肥という例を挙げられましたけれども、それを適切に使うこともできますし、不適切に使うこともあり得ます。不適切に使ってしまった場合には、食品を収穫して問題をすぐフードチェーンに入れてしまうということになります。そしてまた土壤に不適切なかたちで入ってしまうというのを防がなくてはなりません。それは過去何千年にもわたりの確に管理することは可能であると思っています。また農薬・化学薬品といったものも、もちろん有害ですので最終的には土壤の劣化に通じますし、より多くの薬品を土壤に入れなければ同じだけの収量を得られない悪循環が農業に生まれてしまいます。

また三つ目のご質問ですけれども、先ほどのパネリストの方のお話伺いまして、一般の人々に農場にも来てもらうということは非常に興味深いと思いました。ただ、なかなか若い人に興味を持ってもらうというのは難しいんです。もう既にいろいろと世界のことに興味があって、そして時事問題などにも興味があるそのような若い人もいます。小学生でも、小さな子どもたちでも構いません。例えばラディッシュを自分で育ててみて、家に持って帰れるようにすると、非常に楽しいし、満足感を得ることができます。そういったかたちで若い人々を農場に呼ぶことができますし、子どもたちが例えばサラダ用の野菜を収穫して洗って、自分でボウルに入れて食べるという経験をしますと、実際に収穫したものを食べるということは非常に楽しい経験だと思います。

とても楽しい思い出があります。子どもをニンジン畑に連れて行きましてシャベルを与えたんです。ベビーキャロットという小さなニンジンですけれども、大きい料理されたニンジンとは全く違う生のかたちの全く見た目が違う、本当の生のニンジンを見ることができるといってとても楽しい経験をしたようです。いったんそういうことを経験しますと、それが普通のニンジンと違うということに気が付きますと、「あ、これは違うんだ。形が違うんだ」と。食べてみますとそれは味が違うとわかります。自分自身で買い物をするときにも、そしてまた調理をするときにも新しいものを試してみよう

といった経験につながります。その土台になるような経験を小さいときにできればと思います。

また、いわゆる「メンタリング・プログラム」と呼んでいますが、研修・教育のようなものがあります。私自身もインターンシップなども経験しました。そういった中で大学、または高等教育機関で学ぶ学生さんですけれども、実際に農場に来て、いろいろ見学をする体験をするということも見てきました。あまりまだ数としては多くないのですけれども非常に興味深いと思いました。

先ほど伺いました日本の農業の交流につきましても、やはり基本的にはこういったトレーニング、教育を行って、理解を深めてもらうということだと思います。私は第一世代の生産者ですけれども、ただ新しい農場・農業者がこれからも増えてくるように期待をしています。そしてまた、地産地消という直接の関係を持つということはそういった意味で重要だと思います。消費者自身がそういった農場に直接興味を持ってもらえるということは非常にすばらしいと思います。三つのご質問、どうもありがとうございました。

栗田 はい、今のお答えでよろしいでしょうか。東京農業大学の学生さん、こういう質問をされる人が、多分スタウトさんみたいなかたちの農業を目指しているのかもしれない。大変参考になったと思います。

ほかにはいらっしゃいますか。何でもいいですよ。はい、あの男性の方。

質問者 埋橋さんに質問です。うちに今、小さい子どもがいて、行く行くは小学校に上がっていきます。やはり給食というのにちょっと心配があるんです。お話を聞いていたらすごくうらやましいと思ったんですけれど、長野に引っ越すわけにもいかないの。父兄のほうから給食の内容を、もっと安全なものに替えていくような働き掛けというのはできないものなのかというのを前々から思っていました。実際、今保育園に行っています。保育園でも普通におやつでグレープフルーツだとかバナナとかという向こうのものがです。うちの子はまだ6カ月なんですけれど、おやつにグレープフルーツとかを平気で食べさせたりとかして、ちょっとびっくりしたんです。

ですので、自分は青梅ですけれど、青梅でしたらまだ地場のものも結構あるはずなので、できればそういうものをもっと使える方向にしたいなと思います。一父兄でそんなことができるのかどうかは全然わからないです。なので、そういう方法とか何かありましたら教えていただきたいです。

栗田 はい、大変大事な質問でもあるのですけれど、なかなか大変。割と長い時間をかけて、いい関係を作ってここまで来ているのだと思うんです。ですからどんな関係作りでここまで来たかというのをちょっと教えてください。

埋橋 長谷の場合は昭和63年から地場のものを給食に採り入れました。そのときは最初市場に出せないものを売るととてもお値段が安いので、それを何とか給食のほうで使えないかということで、栄養士と生産者が話し合いを持ちました。栄養士のほうも地場のものを使うことのよさを認識しておりましたので、それで給食のほうに採り入れることになりました。

今それが20年になるんです。一番大切なのはコミュニケーションの取り方だと思います。生産者の

方と学校関係、栄養士、それから調理員、それから子どもたち。そのコミュニケーションをどう構築していくかによって、うまくいかうましくないかがあると思います。学校給食に対しても栄養士、いろいろな考えを持っている者が多いのですけれども、一番心の中にあるものは次世代を担う子どもたちがどうすれば心身ともに健康で将来を担うことができるかということだと思います。

ですので、子どもたちに安全なものを食べさせたい、それから栄養バランスのよいものを食べさせたい、いろいろな願いを持って給食を実施しておりますので、保護者の方のそういう意見も大切に受け止めたいと思います。

どうすればいいのかというのは、私が今考えられるのは、各学校では給食試食会というのを毎年やっております。そのときにはPTAの方が学校へ直接行って給食を食べていると思います。そういうときにどんどん意見を言ってくだされば、栄養士のほうも考えると思います。また学校のほうにどんどん意見を言うていただくことも大切だと思いますので、恐れることなく伝えていただければいいかと思っています。

栗田 国も「どんどん給食を地産地消型にしましょう」ということははっきり食育推進基本計画に載せています。ですから多分、皆さんの意見をどんどん学校に寄せて、ただ意見を言うのと同時にもっとネットワークを、作り手のほうのネットワーク、サポートするネットワークとつなぐ。そんなことで少しずつやっていると多分とても面白い給食というか、本当の意味の地域に根差した給食になるだろうと思うんです。学校は結構オープンです。敷居は決して高くないと思いますので、どんどんお話しに行かれたらいいかと思っています。

ほかに、はい、今大きな声を出された方。

質問者 茨城県から来ました。矢羽田さんに質問いたします。高齢化・少子化の時代ですが、担い手のほう、やっている人、それと700戸の農家というんですが、農協の販売高とを教えていただければ幸いです。そうすれば1戸当たりの所得もわかりますし、確かに知事さんが梅を植えてハワイに行こうというのも「ああ、そうかな」、ということも認識できるかと思っています。よろしくお願いします。

矢羽田 大山というのは農家戸数が700戸ぐらいです。それで先ほどピラミッドの形をしましたがけれど、ここが一番てっぺんの規模の大きな農家というのはもうほんのわずかです。大山の場合は先ほど1戸当たりの耕地面積が約40アールぐらい、約4反ぐらいです。それも田畑を何枚も何枚も合わせてそのぐらいです。

確かに高齢化はしております。ただ農協が地域で何ができるかということはずっと考えてきまして、こここの底辺、所得の低い農家の方々がたくさんいますから、農協はそこに重点的に光を当てて有利販売をしてやる、少量ですけれどもそれをできるだけ高く、付加価値を付けながら販売をしてやるということをやっていけば、過疎が進むはずがないということでそういうことを今までずっとやってきました。

ですからこの50年間、全国から見ても非常に珍しいのですけれども、農家戸数はほとんど変わってい

ないんです。若い長男だとか、あるいは長女の方まで今梅の栽培だとか、ハーブだとかいろいろなものを行っています。ですから農家戸数がこの50年ほとんど変わっておりません。

それから販売高についてですが、通常、市場流通をさせているものが約20億ぐらいあります。それとは別に今先ほど「木の花ガルテン」という店舗の紹介をしましたが、これが今8店舗やっているんです。この売り上げが約18億。1戸当たりの収入がどれかというとなんとそれとプラスをして割る700ということが、それでは単純にはできないのですけれど、木の花ガルテンに出荷をしている生産者も500万とか600万とかという方は結構ざらです。

うまく加工とフレッシュなものを組み合わせた生産計画など、それを農協も当然、定期的に講習会をやりますけれど、そういった年間で計画を立てて作物を栽培するというで今1千万円を超えている農家もいます。2,000万円を超える農家も出てきました。ですから農業はやり方次第で非常に夢のある、生涯現役で働ける産業だと考えています。

栗田 はい、じゃあ、もうひとつ方。

質問者 今日はどうもありがとうございました。早稲田大学の学生です。出身は秋田県の大潟村というところで、僕も将来は農家になりたいと思っています。

さて、ベルトツツィさんに質問です。僕自身、ジーノ・ジロモニーニという人の本を読んだりしまして、イタリアの、まさに農業に関して、もしくはその消費者の意識が非常に高いレベルにあるなということを感じました。イタリア人の「自分たちの食を守ろう、大切にしよう」という意識というのはもともとあったものなのか、それとも何かそういう取り組みをした結果、このようになったのかということ、まず一つお聞きしたいと思います。

それから日本の場合はライフスタイルの変化もあって、例えばお米を炊く時間がなかなか取れないとか、そういう要因もあって食生活が変化してきていると思っています。イタリアの場合もそういうような食生活の変化の危機にさらされるような局面が大きかったのか、それとも日本ほどはそういう危機というかそういう圧力すらあまりなかったのかということをお聞きしたいと思います。

もう一つは日本の取り組み、もしくは日本の現状を見ていて、ここがよくないというか、ここをもうちょっとよくすればいいのではないかと、そういうような客観的に日本の食育、もしくは食生活の変化について何か意見があれば聞かせていただきたいと思っています。よろしくお願いします。

ベルトツツィ ご質問ありがとうございました。一般的に言いまして、イタリアの人たちは閉鎖的といえますか、どちらかといえば地元とのつながりをとても強く感じていますので、イタリア料理というのではないのです。地元料理しかないのです。イタリアという国のものではなくてイタリアの各地方の郷土料理です。可能であれば出身の場所にいたがります。イタリアの人たちはなかなか出身の場所を離れたがらないのです。少なくとも昔はそうでした。今は近代化していますので確かに出身地を離れなければいけなかったり、離れる人も増えています。イタリアは移民の国でした。多くのイタリア人がアメリカに行ったり、南米に行ったり多くの移民が出掛けています。ですからこそ、イタリアレストランは今は世界各地に存在しています。移民が自分たちの料理を持っていき、現地で料理を始め

たからです。

ところでイタリア料理を作るということは、これはイタリア人自身ではなく、もはやイタリア人ではないシェフが勉強をしてイタリア料理を各地で作っています。しかも非常にプロフェッショナルにイタリア料理を外国人が作っています。そういう意味で状況は変わっていますし、家族の形態も同じように進化的に変わっていきました。両方の親が働いていれば料理をする時間はどんどん減っていきますので、それはすべての国で起こっていることではないかと思います。

一方で伝統的な食材を推進し、保護する努力をすることによりまして、その伝統料理の知識を残そうとしていますし、郷土料理を維持し、普及させようと努力はしています。問題は新世代です。どのようにしてその新しい世代にこの郷土料理、地元の食材を伝えるかです。最初はお母さんがしてくれるでしょうが、そして以前はお母さんがしてくれたかもしれませんが、今は学校だけにそれを期待することは無理でしょう。学校の存在は重要かもしれませんが、期待し過ぎかもしれません。

私の気持ちでは、本当に郷土食に関する理解はやはり学校より家族、家庭ではないかと思います。家庭における教育があれば、その知識とでもいいでしょうか、その文明の知識が本当に伝わると思うのです。なぜかといえばそれを経験に基づいて学ぶんです。学校ですべてを経験させることはできないと思います。学校でできるのは教えることです。家庭ではそれを実体験できるんです。自ら体験して食べることで教えてもらうことは違うんです。体験ということは人と人との接触、自らが触れて経験することが重要です。

まず、子どもたちに対して、どのようにして若い世代に教育を提供し、育成をしていくことができるかが課題です。次にイタリア人で移民になった人たちも新しい現象を経験しています。それは人が入ってきているんです。これは北側のヨーロッパにある国々ですが移民が増えていると思います。フランス、ドイツでも何十年も移民を迎え入れていたかもしれませんが、イタリアに移民が来るということは最近のことであり、そのような国外からの人たちにどのように対応するか、食材に対する見方をどう考えるかという課題が増えています。

例えば、アフリカ、アラブ系の人たちの移民が増えています。チーズの生産といえば、ハムの生産を思い出すかもしれませんが、ムスリム、イスラム教徒の人たちは豚肉は食べません。そのような場合には給食、学校では問題になる可能性があります。教室の中で違う宗教の生徒・学生がいて、ある特定のもを食べてはならないという状況が教室であった場合には悩みにもなるかもしれません。

また日本の食育、食習慣に関してはコメントするほど私は知識がないのです。ただ、見たところ、日本に初めて来たのは1990年代の初頭ですが、習慣は変わりつつあると思います。昨夜出掛けまして、若い人たちが非常に多く、外でコーヒーを飲んだりしていましたけれども、そのコーヒーを飲むということも、もう日本の文化なのだなと思いました。お茶よりはコーヒーになったのだなと思いました。

そうはいつでも不思議にも思いませんでした。何も恐れる必要はないと思います。もし新しい食材を導入するにしても心配はないと思うんですが、均質化のほうが怖いと思います。つまり同じものばかりが違ふところで食べられているほうが不安かと思います。多様性が大事だと思います。世界が均質化してしまうほうが恐ろしいと思います。違いがあるからこそ豊かさが生まれるのだと思います。だれもが同じものを食べているのであれば、そしてみんなが同じ音楽を聴いているということが世界

中であるのであれば、何か失われていることになります。多様性が失われていることを意味するわけで、そちらのほうが心配すべきだと思います。つまり違う人が移民として入ってきて違う食習慣を導入してきたりしても、それは恐れる必要はないと思います。私が恐れるのは選択肢がなくなることです。生鮮品、共同食材がなくなる、本当の世界の均質化、このほうが怖いと思います。

栗田 はい、本当にとってもいいお話を聞かせてもらいました。ほかに今度は向こうにいきましょうか。手を高く挙げていらっしゃる方。

質問者 長野から来ました。いろいろお話を聞かせていただいて今、頭にあるのが、地産地消っていういろいろなアプローチの仕方、あるいは切り口があるのかなと感じております。それでパネリストの方、5人それぞれのお立場での地産地消というお取り組みをされている中で、それぞれの地産地消というのは一言で言って何なんでしょうか。あるいは地産地消ということ、あるいはその活動を通じてそれぞれのお立場で目指すもの、あるいは目標というようなことをちょっとお聞かせいただきながら、多分この会場に来ている方もいろいろなお立場の方がいらっしゃると思うんです。それぞれ、ご商売、あるいは学生、研究者の方。それぞれ今後の帰った明日以降、どうかたちでこの「地産地消」という社会運動というかそういうものにかかわっていくかのヒントとなるようなものを得たいということでこういう質問をさせていただきました。

栗田 ありがとうございます。とてもいいリードをしていただきました。そろそろ私もそういうふうには皆さんに聞きたいなと思っていただろうそのときでして、これからの地産地消の在り方、いろいろな今も切り口があるとおっしゃっています。そのとおりだと思います。それぞれが今どんな思いを持っていらっしゃるか、「こんなことをしたいんだ」ということをお一人ずつ、2分ぐらいずつを一応頭に入れてお話しください。横澤さんからどうぞ。

横澤 私の場合は先ほど話したように地元の大根とか、あと、地の大豆とか、また新しい食材も入ってきていますけれども、そういうのを使って今度いろいろな企画・イベント、そういうふうなかたちで自分たちが楽しみたいと思っています。そして、その楽しさを、いろいろなことをやっていますけれど、これはほとんどあまりお金にならないんです。けども、そういうふうな中で結構楽しくやっているなという姿を見せながら農業の在り方というのも、均一化するのではなくて、その中でいろいろな多様性があることを発表できればいいのかなと感じています。

これから若い人たちにとっても、ただ農業というのは私のところはどうしてもそんなに山奥でもないし、かといって町でもない、ただ宅地化が進んでそれ以上、規模というのはあまり増やせないところなんです。そういうふうな中でここでできたもの、そういうものを使いながら、まず自分たちが楽しみながら農業をやっていききたいなと感じています。

栗田 じゃあ、次に矢羽田さん、よろしく。

矢羽田 非常にダイレクトで難しい質問ですけど、「木の花ガルテン」という事業を、私たちは地産地消ということ意識しながらやったわけではないんです。この木の花ガルテンの「木の花」というのは、伝説の女神様で「木の花咲耶（さくや）姫」という豊作の女神が昔おられたというこの「木の花」。いろいろな海外を見て回って、ドイツに「クラインガルテン」、これは市民菜園、家庭菜園と言われているのですが、この「ガルテン」を取って「木の花ガルテン」。あえて「ガーデン」とせずに「木の花ガルテン」ということで、地元で採れた農作物、それから農産加工品、そういったものを販売しています。

そのイメージは、ヨーロッパなんかでは朝採りの野菜を道路のところにお店を出して、消費者の方と農業者、生産者が会話をしながら買い物をされているという非常にいいイメージがありまして、この「木の花ガルテン」という名称を付けました。まさしくこのサブタイトルの中で、私たちは「農業者によるバザール」ということを訴えています。

生産者と消費者、お取り組みをするいろいろな業者さんもいますけれど、そこでいろいろな会話が飛び交って交流をします。そういう関係ができてくると、ただものを供給しているという関係ではなくて、先ほど、共同体だとか、信頼関係というのが出てきていましたけれど、まさしく血縁とかを超えた親戚付き合いが生産者、産地とその都市に住む消費者との結びつきができてくると思いつつやっています。ですから地産地消というのはそういう双方の信頼関係で成り立つ一つのバザールのものかなという考えは持っております。

栗田 ありがとうございます。じゃあ、齋藤さんお願いします。

齋藤 私が住んでいるのは神奈川県です。自給率3%です。神奈川県には都市農業推進条例というのがあり、その中で地産地消をすごく推奨しているんですけども、自給率3%ですからそれだけでは神奈川県民のおなかはいっぱいにはなりません。

そこをどう考えるかという、私たちは首都圏を中心とした生協ですので、神奈川が3%で東京が1%という消費と供給のアンバランスを、大消費地にあるパルシステムは、国産を中心に日本の農業を守ろうというスタンスでずっと産直を継続してきました。そのために青果の専門子会社を作りまして、全国の150以上の生産地と提携しています。その中では、国産であることが大前提です。例えばタマネギでしたら長崎から始まりまして、ずっとその土地の旬を追いながら、私たちの産直関係を大事に北海道までリレー式で供給していただいています。

そうは言っても「それでも、地産地消なのか」と言われますと、そこはなかなか言い切れないんですけども、国産であることを第1に考えながらも、国産で賄えないグレープフルーツとかバナナですとか、それから国産が端境期になる季節のキウイフルーツとかそういうものはフェアトレードで輸入をしております。それで私たちの日々の暮らしがなっています。

だけど、自分たちだけが安全なものを食べられればいいのかという、そういうことではありません。地産地消というのは単なるものの流れだけではなくて、やはりそこにあるべきは交流です。なぜ、先程のようなああいう体験をするのかという、子どもだけではなくて20代、30代の人たちも体験したいんです。実生活に命のリアリティーがないから、様々な事件を起こしてしまう。そういうことを、

もっと踏み込んだ体験や交流で学んでほしいし、そういう場を提供するというのがさっきの交流事業の内容になっています。

地産地消というのは私たち消費者も一緒に日本の農業を支えていくために、具体的な消費行動で日本の農業と一緒に支えていくとそういうふうを考えています。

栗田 はい、それでは続けてお願いします。

埋橋 私は学校給食なんですけれども、学校給食というのはこれからを担う子どもたちが、心身ともに健康で生きることのすばらしさを伝えていきたいと考えています。この会場に見えている方たちは大丈夫だと思うのですが、今の家庭、家庭教育力が二極化されています。食に関してもきちんと作られる方、それから作られない方、その層が二つに分かれています。

学校給食では、この子どもたちを教育することで家庭のほうにも働き掛けていきたいと考えています。子どもから親にアプローチすることで、親・保護者の方たちも食育に目覚めていただきたいと考えています。子どもを教育することで、またその教育された子どもたちが将来健康で生きることができるということを願っています。

そういう目的を持って給食を行っていますので、学校給食、義務教育の中で行われていて、長谷の場合、今、年間200日ぐらいです。「365日」×「1日3回」の食事からすると大体6分の1ぐらいの食事にしかなりません。でもみんながバランスの取れた同じ献立を食べています。その献立が食育の教科書というか、生きた教科書です。毎日、そこに出てきている食べ物の形態の在り方で主食がそろって主菜があって、おかずがあってというそういうきちんとしたバランスの取り方を毎日経験することで健康な体作りをするんだということを大切に考えていきたいと思っています。

もちろん個に応じた食事というのも作っておりまして、例えばアレルギー食ですとか、宗教の問題で豚肉が食べられないという子に関しては、豚肉を除去した献立、アレルギーを除去した献立というのも作っています。それから選択、バイキングですとかセレクト給食だとかそういうことをしながら、またバランスよく食べられるような給食のほうも行っています。

地産地消の取り組みの中で一番大切に考えているのは、やはり旬の食べ物を知ることです。それから地域の方たちとのかかわりを深めるということが大切だと考えています。長谷の場合も、毎日給食に野菜を届けてくださる地域の方がいらっしゃいますし、それから今年も高価なマツタケを届けてくださった方がいらっしゃいます。そういった地域の方々の思いを感じて心を育ててほしいと思います。今キレる問題とかいろいろありますけれども、自分たちは地域の方たちに支えられて、守られて暮らしているということを感じてほしいと願っています。

体験に基づくということもあります。学校のほうでは総合的学習の時間というのがあります。その中で体験活動を通して食習慣を、知識を学ぶのではなくて、そういう総合的な学習の時間の中から体験や活動を通して、心も体も元気になるにはどうすればいいかということを知って実践する教育というのをこれから大事にしていきたい、それには地域の方たちのご協力ということも大切ではないかなと考えています。

栗田 では、田邊さん、お願いします。

田邊 大変難しい課題です。今問われているのは、私は外食をやっており、今外食がいろいろな問題を起こしています。外食のみならず、食品関係が社会を騒がせている現実の中で、あるニュースで食品に対する信頼を失った為、「もう何を食べたらいいか、わからなくなってきた」という声がこの前、聞こえてきました。食に対する国民の不信というか、そういうものが非常に今急速に膨らんでいるような気がします。

これは作り手の問題もありますし、外食並びに食品関係は、大量生産、大量消費というような時代を迎えて30兆円を越すような状況を作ってきました。こういう中で企業の目的がちよっとずれてきているのかなというような感じもいたします。われわれはそういう意味では外食を担っている1人として、その方向性をやはりもう1回、原点を見直していくということが、私はこの食育だろうと思います。

そういう面で今日はアメリカのお話、あるいはイタリアのお話もいろいろと聞きました。日本がこれからどういう方向を目指していくべきか、外食がどういう方向を目指していくべきかの、何か先の光が見えたような気もします。

われわれ外食をやっている人間として、やはり生産者とのコミュニケーションをよく取りながら、私はこうでなければならないということはないと思うんですが、本当にその信頼関係を結び付けることが可能であれば、私はこういう、今の世の中を騒がしているような問題は起きないはずだと思います。食の信頼を回復するために、われわれは頑張っていかなければならないと考えています。

栗田 ありがとうございます。多分まだたくさん質問をしたいと思っていらっしゃると思うんですが、あとで展示も見てほしいということもありますので、そろそろ締めに入りたいと思います。

今日は午前中から午後のこの時間まで大変意欲的に聞いていただいて、特に最後の最後までいろいろな貴重な言葉が聞けたと私は思います。ベルトツツイさんがおっしゃった「イタリア料理というのはいない。地元の料理しかないんです」と。「ああ、すごいな。さすがにスローフード発祥の地の方だな」と思いました。基本的に多様性が大事だ、違いがあるから豊かさがあるんだということですね。それがとても今印象に残っています。

それからスタウトさんも農業者の立場から、農家がリーダーになって活躍する時代になったとおっしゃいました。この会場にどれだけ農業者がいらっしゃるかちょっとわかりません。それぞれの固有の価値にもっと自信を持って、自分たちのストーリーをもっともっと話していくということが今とても求められていて、それはすごい可能性を秘めています。そこがまたとても印象的です。

「日本の現実はいやあ、どうなの」ということですが、さっきから出ている食料自給率、例えば東京は平成17年度ですが1%です。近県で言うと、神奈川が3%。あとは大阪が2%。大きな都市は当然人口が多いから1人当たりの自給率という意味でも大変低いわけですが、私は逆にまだ東京でも1%残っているという、そこを支えている農家や漁業者がいるんです。私もよくそういうところへ行きます。とてもいい話を聞かせてもらったりしています。ぜひ皆さんが例えば東京に住んでいけば、ふるさとに目を向ける、私は田舎が山形ですけど、ふるさとに目を向けて、ふるさとに

気を配っていただければと思います。さっきもスタウトさんがおっしゃった「気を配る人たちがいるから、そことのつながりが大事なんだ」と。皆さんは、もちろんここへ参加しているということは当然今思いがあって参加されていて、遊休農地、荒廃農地が田舎でどんどん増えているということに対して、気を配る人がいるということが基本的に大事だと思います。

いろいろなまとめ方があると思うんですが、私なりに言うと、ここまで下がった自給率を組み立て直す、立て直すというのは大変なことです。だから今必要なのは、今日のテーマである地産地消です。あるいは「地域内自給」という言葉でもいいと思うんです。そこを積み上げていくこと、そのことでさっきから出ている地域の個性、地域価値、そういったものが誇りになる暮らしを作っていく、そこに私も含めて、皆さんが目覚めないと、自給率は上がらないと思います。

地産地消を全国化する。顔の見える、小さな流通を日本のあらゆるところに再興する。食べる人が農家のことを考えながら食べる。農家はやりがいを持って、命のもとである食材を作り続ける。どうやらその「食材イコール命のもと」だというのが意外と忘れられていて、「うまい、うまい」だけになっているというところが一つの問題かもしれません。

今地産地消は、食の作り手とそれを食べる食べ手が、お互いに当事者として食の豊かさと、それから安心を結びあうこと。今日のテーマである「食の豊かさと安心を結びあう」大事なキーワードがこの「地産地消」だということで、今日は大変私も勉強になりましたし、今日おいでいただいた外国のお二人に感謝申し上げたいと思います。

とりあえず今日は、まだまだ話したいのですが、ここでお開きとして、外に展示もありますので、ご覧いただいて、ぜひまた交流を深めていただきたいと思います。今日はどうも皆さんありがとうございました。