

地域の食をブランドにする

食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー 金丸 弘美



【要 旨】

食のブランド化をするために食材のテキストを作ることを各地で勧めてきました。地域の食の文化背景、品種、栽培法から食べ方までをまとめ、だれでもが語れるようにし、食の販売に繋がるようにするためです。同時にどんな料理ができるのか参加型のワークショップを開いてきました。1回で20から30品目の料理を作ります。体験することで多様な使い方が理解でき、レシピ化することで豊かな商品化に繋がり付加価値も高まります。しっかり取り組んでいただいたところは知名度も上がり売り上げも伸ばしています。

新型コロナウイルスの影響は多くの飲食店や企業の売り上げ減などを招いています。しかし地方の農産物直売所は売り上げを伸ばしています。生活に必要な生鮮食品が地域でそろうからです。宅配も伸びています。共通しているのは農家・消費者のコミュニケーションをとり生活に必要な食材をそろえてきたところ。通販のできる体制をとり、レシピも提示して食べ方までも提案をしてきたところ。力のある直売所は雇用も生み、若い農家も育てています。地方のほうが環境もよく仕事があるとなれば、若い人たちの移住・定住にも繋がります。これからの地方の力が再認識されています。移住希望者も増えています。

地域の食をブランドにする

これまで各地で食育や地域づくりを連携させた食のワークショップのプランニング、食のテキスト化、プロモーション、ツアーの展開などを手掛けてきました。

これらの活動は「食をブランドにしたい」「食育を行いたい」「食で観光につなげたい」という要望があったことから具体化させるために始めたものです。

1. 食材の背景がわかるテキストを作る

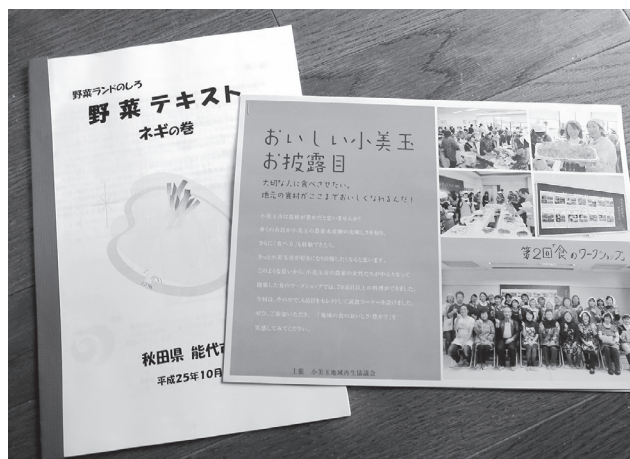
テキスト化は食材の品種、栽培歴、栽培法、栄養価、環境、歴史、文化、数量、収穫時期、味、香り、見た目、触感、食べ方までをまとめたものです。こうすることで誰もが商取引や子供たちの教育の場で具体的に語ることができるようになります。これまでに優れたテキストが生まれています。

秋田県能代市「ねぎ」、茨城県常陸太田市「常陸秋そば」、茨城県小美玉市「レンコン」、福井県「蕎麦」、岐阜県高山市「宿難かぼちゃ」、兵庫県豊岡市「コウノトリ育む米」、高知県中土佐町「おのおのみエコロジー米」、大分県竹田市「サフラン」などがあります。テキスト化することで知名度が一気に上がり、売り上げも価格も伸ばしました。

テキスト化の作成は地域にノウハウが残るよう



常陸太田市「常陸秋そば」テキスト



能代市と小美玉市のテキスト

に自治体職員に手掛けてもらっています。自治体には農政課があり、基礎資料はほぼあります。また保健課、学校給食の栄養士と連携すれば、栄養価や食バランスがわかります。県には、農林水産研究所、水産研究センターなどの専門部署がありプロがいます。大学には栄養学部、農学部、環境学部などもあります。地域には種苗会社もあります。そして、それぞれの専門家に協力をあおぐのです。また地域の篤農家を訪ねて栽培方法や環境の調査をします。これらのデータを写真とともに入力してもらいテキストを作成します。新たに分かったことは随時修正していけばいいわけです。

効果の大きなものにプロモーションがあります。テキストがあれば、新聞、雑誌などに正確な記事を書いてもらえます。また取引先のバイヤーにも説明がしやすくなります。地元の料理家や料

理店も、テキストがあれば素材の特徴から料理を紹介することができます。農家と連携した体験学習でもテキストがあれば農家も先生になれます。

実際取り組んだ事例として高知県中土佐町「おのみエコロジーファーマーズ」があります。高知県中土佐町は標高300mの中山間地域で、四万十川の上流にあります。県職員の方から「環境もいい。米も美味しい。こんなところに子供が来れば喜ぶと思います」と言われました。「メダカやホタルやどじょうはいますか」と尋ねると「います」とのことでした。

どの県にもレッドデータブックがあります。それに照らしあわせるとメダカやホタルなどが絶滅危惧種になっています。メダカやホタルなどの写真を見せれば環境がいいことがわかります。

田んぼや水辺の生き物調査をするには農家では大変です。大学と連携するといいと話しました。すると中土佐町の役場の方は高知県立大学にすぐに出向き、少なくとも4年間、定期的に田んぼの生き物調査と米の品質調査をしてほしいと依頼したところ実現しました。

学生たちの農家を応援する立志社中団体「COME☆RISH」が結成され、40名以上が毎年、田植えから収穫、生き物調査、収穫祭などに通うようになりました。

学生が中土佐町の環境や歴史、栄養価、米のテイスティングなどをまとめて発表しました。農家のホームページにも掲載されました。「環境がい



高知県中土佐町



高知大学学生による清流度調査



い」「米が美味しい」が具体化することで米の価格が倍以上になりました。米の売れ行きも急上昇し、収穫後すぐに完売しました。

彼らの活動は次々と地元新聞に大きく取り上げられました。役場職員が新聞社に協力を求めて広告費換算にして対費用効果まで出したのです。すると360万円以上になりました。これは議会に提出され、そのことで地域の支援が大きなものとなりました。

大学生の取り組みは農林水産大臣賞を受賞しました。卒業した学生が栄養士になり、農業の現場もわかることで高い評価を受けています。さらに関連の農産品までも売れるようになりました。

2. 食のワークショップ

食のワークショップとは、地元の食材を使い、参加型で実際に料理を作り、どんな料理と味わいになるのかみんなで体験をするものです。

レシピは、趣旨が分かって料理レシピ作りに協力をしてもらえる人をお願いします。筆者の場合は、主婦から料理を学びプロになった馬場香織先生によく依頼しています。彼女は料理教室を主宰し、本もたくさん出しています。なぜ彼女に頼むのかといえば、あるものを上手に使い、素人でもできる料理のレシピを20～30本考えてくれて、ワークショップでもお母さんたちと一緒に料理を作ってくれるからです。

いくつかの地域では、女性に人気のお店を訪ねます。そして実際に料理店で、シェフを口説くということもよくしました。地元でみんなの力になると言う、皆さんに喜んで協力していただけます。最近では、長男で料理家・金丸知弘にも頼んでいます。

開催の1か月くらい前に料理家に食材を送り、レシピを考えていただきます。それと同時に参加者を募集します。農家・漁業の方、学校給食の栄養士、直売所の方など、地元の食のレシピ開発に興味のある方々です。20名から30名程度。会場を押さえてもらいます。行政・JA関係には調理室が必ずあります。調理室では調理道具や食器などがそろっているか確認してもらいます。また隣接した会場で試食ができるようにしていただきます。



ワークショップ（左から2人目が馬場香織先生）



ワークショップでの料理紹介と試食会



ワークショップは2日間をとってもらいます。1日目は仕込みです。朝から参加者とともに料理の準備をします。調理室には、6台くらいの調理台があります。そこに3、4名でチームを組んでもらい、1チームに4、5のレシピを渡して料理を作ってもらいます。料理の先生は全体をぐるぐる巡りながら調理指導をします。

翌日も朝から仕込みを始め、12時に試食会がスタートします。試食会には市町村長、議員、商工会、学校給食の栄養士さんなどが来られます。また地元の新聞、ミニコミ、ラジオなどにも声をかけます。当日は、メインとなる食材のテキストを配布します。PowerPointで食材の説明もします。そして料理家の料理紹介から試食となります。

茨城県小美玉市の例を紹介しましょう。最初、小美玉市では主要農産物レンコンをメインに据えていました。これも現地調査をしてテキストを作成したところ50種類もあることがわかりました。

レンコンのほかに調べると、イチゴ、ブルーベリー、柿、ゴボウなども栽培されていました。また湖があるので、そこにはエビや白魚などもいました。そしてそれら地域の食材を使って、レシピを組み立てていただきました。

できた料理はレンコンのお好み焼き、レンコンシェパーズパイ、レンコンとエビのお団子、レン

コンの揚げ餅、レンコンのエビ挟み揚げ。ブルーベリー・キウイ・イチゴのロールケーキ、いちごのショートケーキ、イチゴのサンタクロース、いちごのスムージー、いちごのサラダ。鶏ゴボウ巻きの紅茶煮、酢ごぼう、八幡巻き、鶏牛蒡味噌煮、根菜スープ、牛蒡スープ、細いきんぴらごぼう。柿のタルト、柿のフルーツのゼリーケーキ、柿羊羹など44品目が生まれ、壮観な料理会となりました。

ワークショップは2度開催されて、その次には30品目が生まれました。それまで農家の女性が「うちは何もない」とおっしゃっていたのが、「うちは何でもあるんだね」と言い方が変わりました。



小美玉市のワークショップでできた料理の数々

した。また家で作り始めたりする人も出てきました。

これらは写真に撮りレシピと組み合わせ、食のテキストをセットにします。そうすれば、食材からレシピ提案ができます。ホームページにレシピを毎週掲載しても約2年間続くことになります。

ワークショップの体験を生かし、これを直売所の販売で生かす、ブッフェの料理で出す、食材をレシピ付きで販売する、評判のものは商品化する、などができるというわけです。

ワークショップは、少なくとも年に4回は開催してもらいたいものです。旬で食材が変わるからです。そしてソフト開発にも予算を組んでもらいたいものです。予算がなければ入場料を取る形でもいいでしょう。実際、入場料を取って開催したものもあります。

3. プロモーション

ワークショップをするときに地域のメディアの方々に声をかけます。新聞、ケーブルテレビ、ラジオ、WEB、ミニコミ。役場の広報課ではメディアのリストがあります。

また東京で売り出したいという話もよくあります。こういったときは、たくさん人を呼ぶのではなく、メディア、バイヤーなど対象を絞り込み、キッチンスタジオ、レストランなどで、テキストとPowerPointを使い、素材の背景から、食の特徴、味わいをしっかり伝えます。

リストは、筆者がこれまで知ったメディアの方、東京で出版されている雑誌、専門書なども徹底的に調べて作成します。バイヤーは、県の担当から市場に声をかけてもらいます。

4. ツアーへの展開

地域の食を調査して食材の豊かさと料理展開があれば、体験の観光につながることができます。そして都会にないものを提供する必要があります。田んぼの風景、四季の花、木々、鳥、浜辺など都会がもたないものを探します。伝統的な建造物の

食事処、景色の綺麗なゲストハウス、1棟貸しの宿泊。そして農家で野菜摘みから料理体験、果物摘みからデザート作り、酒蔵での解説と試飲。いろんな組み合わせができます。

これまで鹿児島県・徳之島、長崎県平戸市、岐阜県高山市、ドイツ、イタリア、フランス、ベトナムなどツアーをコーディネートしました。そして、その地域にあるものを使いました。田舎のなにげない、地域にとっては特別に思われていないものほど、都市の人にとってはここだけのものになります。ふだんは観光客が来ないというのも喜ばれる理由です。

フランスは1棟貸しのキッチン、シャワー、ベッド、洗濯機もある宿泊施設（ジット）が4万軒以上あります。イタリアも個室タイプの農家民泊（アグリツーリズム）が2万軒以上あります。周辺は田園が広がりワイナリー、チーズ工房、農家レストラン、商店のマルシェもあるので、地方での観光が容易にできます。地元の食と体験が堪能できる仕組みになっています。紹介のサイトも充実しています。

5. 愛媛県今治市「さいさいきて屋」などの直売所で行われている地産地消について

今治市のJAおちいまばり「さいさいきて屋」は画期的な農産物直売所です。売り場面積は562坪。駐車場270台。参加農家は1,300人。150人（パート・アルバイト120人）が働いています。売り上げは24億円。新型コロナでも売り上げが下がっていません。一方で、食堂・カフェなどはコロナの影響を受けました。しかし、直売所、通販などが売り上げを伸ばしました。直売所から遠方の孫や息子、娘、親戚などに宅配で送る人も増えました。東京の飲食店にも宅配で販売を行っています。

大きなことは生鮮3品がそろうことです。野菜、果実、花卉、肉類。漁業組合と連携して魚も販売されています。弁当、菓子、饅頭、調味料、ハム、ソーセージ、農産・魚介類・畜産などの加工品もあります。地域の業者連携の地産地消商



今治市「さいさいきて屋」
(右はイチゴのタルト)

品で100点以上あります。つまり東京の飲食店にとっても直売所の品ぞろえの豊かさは宅配で購入するのに便利です。ということは、東京に販売をするよりも地域の食の品ぞろえをしっかりとした方が、結果都市部に売れるということです。

カフェではイチゴ、ブルーベリー、イチジク、ぶどうなどのタルトを出しています。旬の完熟です。これまでの市場出荷では完熟は傷むので出せませんでした。それを逆手にとって、いちばん美味しいものを現地で食べてもらうことにしたのです。これが評判を呼び売り上げを大きく伸ばし、雇用も生みしました。

学校給食との連携も行い、1年間なにがあるかをカレンダーにして栄養士さんに知ってもらい、そこからレシピを組み立ててもらって、市と連携して地産地消の給食を推進しました。

食堂ではメニューを立てず、その日の直売所の食材を観て料理に使うセルフ食堂になっています。こうすることで品数が少ない魚であっても、その数だけ出すことができ、無駄なく利用できます。また直結したクッキングスタジオがあり、地元の料理家とも連携し料理を学ぶことができます。食べ方が広がれば食材の利用も増えます。

新規就農者支援も行われています。農業指導員がいることから、丁寧に指導ができます。1期で2名を受け入れ、現在4期生が研修中です。これまでに3名が就農しました。耕作放棄地を使い柑

橘を栽培し、共同出荷してもらう。規格外は直売所で引き受け、加工販売をするという仕組みです。

今治市は目の前が瀬戸内海です。6つの島が橋で繋がっています。島にあった農協も合併しました。島の農産物は集荷され、直売所で販売されます。島には大三島という大きな島があり、ここにはこの15年で200人近くが移住し、カフェ、うどん店、革細工、農家民宿、ゲストハウスなどが生まれています。景観がよく自然豊かな地域です。しまなみ海道がサイクリングのメッカになったことも大きいでしょう。ありのままの自然を楽しむ新しい観光のスタイルが生まれています。

6. 新型コロナウイルス感染拡大による直売所の動向の変化

新型コロナの影響で社会が大きく変動しました。地方に転じると、農産物直売所は売り上げを20～30%伸ばしています。農家に直結しており生鮮がそろっていることで、日常の必要な食品が購入できるからです。また品ぞろえをしっかりとってきたところは通販を伸ばしました。

共通項があります。

1. 地域の農家としっかりコミュニケーションがとれていて品ぞろえが多彩。地産地消。
2. 消費者のニーズに合わせた品ぞろえができている。

3. 加工品も豊富。
4. 早くからサイトをあげていて、どんな商品があるかわかるようにし、通販体制をとっている。
5. ブッフェ、体験教室などがあり、メニューも豊富で早くからレシピ、食べ方も提案してきている。
6. 固定客を持っており、名簿も持っている。
7. 地域の飲食店にも固定客がいて、連携したケータリングを実施したところもある。

直売所の利点としては、生産者が価格決定権を持てることで所得が上がることです。

多くがPOSシステムで、生産農家各自に携帯で売り上げが配信され、時間帯ごとに売り上げがわかるようになっていきます。小さい農家、高齢化の農家でも出荷できることが利点です。

直売所全体の売り上げは1兆789億円（2018年）、施設数は1万6,816か所（2010年）。売り上げは年々伸びています。

直売所に限らず売り上げを伸ばしている農家や農業法人は、農産物の特徴を把握したうえで、どんな料理に向くのか、食べ方を紹介しているところがほとんどです。

画期的なところに北海道十勝平野「村上農場」があります。26種類のジャガイモを栽培しており、あまみ、粘り、どんな料理に向くのかデータとレシピとともに紹介されています。

埼玉県さいたま市「ヨーロッパ野菜研究会」は、レストラン、農家、種苗会社、飲食店専門の流通業者、JA、市が連携して、レストランの欲しい、料理に向けた西洋野菜約60種類を農家が栽培しています。農家はレストランに行き、どんな料理で味わいになるのか、レストランのシェフは農家に行き、栽培の様子と料理に適した収穫をしてもらうことをしています。種苗会社は栽培から品種の特徴、食べ方までを提案しています。流通会社がレストラン個々に届けることをしています。

新型コロナの影響もあり、都市部よりも地方で



体験学習 東京都八王子「磯沼ミルクファーム」

暮らしたいというニーズが高まっています。高知県、和歌山県田辺市では、行政・大学・金融機関・商工会などと連携して、農業も含め、さまざまなジャンルの若者の起業支援と移住促進をしており、大きな成果を上げています。また地方に空き家が多いことから、これらをリノベーションして農家民泊、ゲストハウス、ワークスペース、カフェ、ジビエ工房、農家レストラン、農産物加工所など、さまざまな若い人の起業が生まれています。

新規就農者も年間5万人ほどいて、多くの人がちが地方で農業を始めています。直売所に出すことで収益も安定します。また優れた直売所では雇用も生まれます。これらを含めて、人材育成に投資をするなら、今後の地方は豊かになるかもしれません。

Profile 金丸 弘美 (かなまる ひろみ)

総務省地域力創造アドバイザー、内閣官房地域活性化伝道師、食総合プロデューサー。明治大学農学部兼任講師。フェリス学院大学国際交流学部非常勤講師。各行政機関と連携した食からの地域創り、特産品のプロモーション、食育事業のアドバイザーとして活動。

著書に『ゆらしい島のスローライフ』（学研）、『田舎力 ヒト・物・カネが集まる5つの法則』（NHK生活人新書）、『幸福な田舎のつくりかた：地域の誇りが人をつなぎ、小さな経済を動かす』（学芸出版社）、『里山産業論「食の戦略」が六次産業を超える』（角川新書）、『田舎の力が未来をつくる！：ヒト・カネ・コトが持続するローカルからの変革』（合同出版）、『地域の食をブランドにする！ 食のテキストを作ろう』岩波ブックレット（岩波書店）など多数。