

フードシステム

豊かな地域食文化の発信に向けて

地域の活性化を図り、地場食品産業の振興と各県の特徴を活かした農業の発展を図るために、地域特産物を見直し新たに創造していく施策が求められている。地域には、それぞれの風土で育まれた優れた郷土料理が数多く存在し、地域の食材と結びつき、受け継がれてきた。今回は、地域特産物の振興をめざした各地の取組みを、フードシステムの観点から取り上げてみたい。

一・地域の食材を活かした取組み

(一)秋田比内地鶏ときりたんぼ鍋の普及
在来種を基礎として高品質鶏肉を生産する取組みは、全国的な広がりを見せているが、その代表的成功事例が秋田県の比内地鶏である。比内地鶏の伸びとともに、郷土料理の「きりたんぼセット」の出荷が増え、おり、ゆうパックや宅配便を利用して全国に販売されるようになった。

(二)山形県の芋煮セットの販売

山形県の「芋煮会」は、地元にとって、なくてはならない年中行事になっている。村山・最上・置賜・庄内の各地域によって、それぞれ特色のある芋煮鍋があり、地域食材が活かされている。芋煮セットは百貨店や通販など多様なルートで販売されるまでになった。

(三)京都府の京野菜ブランド化の取組み

京都には京野菜を食材とした食文化の伝統があり、京の歴史が育んだ有職料理や精進料理、懐石料理、京のおばんざい、祭礼や行事にちなんだ料理など、多彩な料理が発展した。この伝統を食材の面から支えたのが京都の伝統野菜、京野菜であり、全国的にみても伝統野菜の品目ではトップクラスにある。昭和六十二年には、京都府農林水産物ブランド確立推進協議会が設立され、関係者が一体となって京野菜のブランド化に取り組み、今では全国的にも普及している。

二・地域特産物の振興

(一)ふるさと認証食品

大阪府では、水なす漬を大阪府Eマーク認証事業(ふるさと認証食品)の第一号として認証し、なにわの特産品としてブランド化を推進してきた。大阪の地域野菜を原料とした認証食品には他に天王寺蕪や毛馬きゅうりなどがあるが、特に水なす漬は生産者や加工業者、行政等の連携により、全国的な知名度を獲得するまでになっている。

(二)都市近郊での取組み

都市近郊においては、環境創造型の取組みが重要性を増しており、都市住民との交流促進等、新たな地域農業の展開と地域振興が必要になっている。

△梅による環境創造△

小田原梅の復興には、「小田原市梅研究

会」の組織的な活動が貢献している。小田原市とJA小田原市が事務局として主体的な役割を果たしており、観光協会や梅まつり実行委員会等とも連携して振興をはかっている。梅加工にも取組み、地域特産物づくりにも力を入れている。

(三)中山間地域の取組み

中山間地域は農業生産条件が劣後し、高齢化の進展等により、耕作放棄地も拡大している。しかしながら中山間地域のもつ多面的機能を発揮するうえで、地域資源等を有効に活用していくことが重要なテーマとなっている。

△蒟蒻による地域振興△

秩父の蒟蒻は生産農家、町村、JA、秩父こんにやく等が連携し、地域特産物として振興をはかっている。現在では、学校給食や生協、JAの直売所、Aコープ店、一般量販店、青果市場等販路が広がった。また、「こんにやく村」をつくり、見学や手作り体験もできるようになった。

三・需要の創造と情報発信

消費者ニーズの把握には、消費者との接点が重要である。特に地域にとつては、直売所や道の駅等をアンテナショップとして、情報発信とニーズの把握に積極的に活用する必要がある。フードシステムの高度化と連携強化をはかり、豊かな地域の食文化として発信していく運動を全国的にも盛り上げていく取組みが求められる。

(鴻巣 正)