ネクストテン next X

シリーズ調査

持続可能な地域づくりに向けて

～豊富な食材を活かす「食の王国」への可能性を探る～

『畑と食卓の間をつなぐもの』

第1章　農業大県茨城の現況と「美味しい茨城」への課題

第2章　農と食をつなぐ多様な仕掛けと県内の取り組み

第3章「農業大県」から「食の王国」に向けて

茨城県は、農業産出額や耕地面積などでは常に全国で上位を争う「農業大県」と言われている。農業生産の現場では、担い手の不足や耕作放棄地の増加など解決すべき大きな課題はあるものの、首都圏への安定した食料供給産地として生き残るため、県をあげての大規模化の推進や「儲かる農業」への転換など様々な努力が重ねられている。

しかし、「農業大県」を謳う一方で、それら豊富な食材を活かした「美味しい茨城」のイメージはあるだろうか。例えば茨城県に是非とも食べに行きたいと思ってもらえるような逸品やお店はどれほどあるのだろうか。本調査は、そんな疑問を出発点としている。

そのため本調査では、「農」と「食」に焦点を当て、県外で行われている食の質を高める「しかけ」を参考にするとともに、本県の食の関係者（生産者、料理人、調理学校、有識者）にヒアリングを行い、茨城県が食で魅力向上を図り、皆から「食の王国」と呼ばれる地域となる可能性を探る。

編集担当：小原 博一、梶山 健一

アドバイザー：赤津 一徳

調査のポイント

1．茨城県は農業産出額で９年連続全国第２位の農業大県である。しかしながら、「食事がおいしいイメージ」の都道府県ランキングでは46位となるなど、美食のイメージには乏しい。本稿では、そのギャップの原因が農と食との関係性（畑と食卓の間）にあると考え、県が誇る全国有数の農業の力を、人が訪れたくなる魅力ある「食」のイメージにつなげる方策を探った。

2．本県に「食事がおいしいイメージ」がない原因が、豊富な農産物を豊かな食文化へとつなぐための「食材の調理力・加工力の弱さ」にあるとするならば、「農の大県」が「食の王国」となるためには何が必要なのか、という視点から県内外でヒアリングを行った。

3．ヒアリングの結果、食材の出口を担う優秀な料理人と家庭での食の体験とが不可欠であり、志と地域に愛着を持った料理人の組織的な育成が必要であること、より長期的な視点から農と食をつなぐ人を育てるために、家庭の食卓を変えていく地域での食育の重要性が指摘された。

4．個々の農産物の品質向上は重要であるが、それが人を惹きつける地域の力となるためには地域の食・食文化が魅力を持っていなければならない。農の恵みを活かしきるために目指すべきは美味しい食卓であり、「地域に豊かな食の文化を育てていくこと」なのである。

第1章　農業大県茨城県の現況と「美味しい茨城」への課題

全国トップレベルの畑の力

2016年の都道府県別農業産出額（速報値）をみると、茨城県は北海道に次ぐ2位で、9年連続でこの順位を維持している。また、そのうち野菜の産出額においても、1位の北海道に次いで4年連続で2位を確保しているなど、本県の農業産出額、特に野菜を産する「畑の力」は全国トップレベルである（図表1）。

それらは、首都圏整備計画において近郊整備地域と位置付けられる中で、首都圏への安定した食料供給産地、すなわち農業大県を目指した県をあげての農業振興、大規模化の推進や「儲かる農業」への転換など様々な努力が重ねられてきた結果であろうと思われる。

図表１　農業産出額上位５道県

（単位：億円）

2016年	農業産出額	うち野菜
第１位	北海道 12,115	北海道 2,206
第２位	茨城 4,903	茨城 2,150
第３位	鹿児島 4,736	千葉 1,927
第４位	千葉 4,711	熊本 1,321
第５位	宮崎 3,562	愛知 1,127

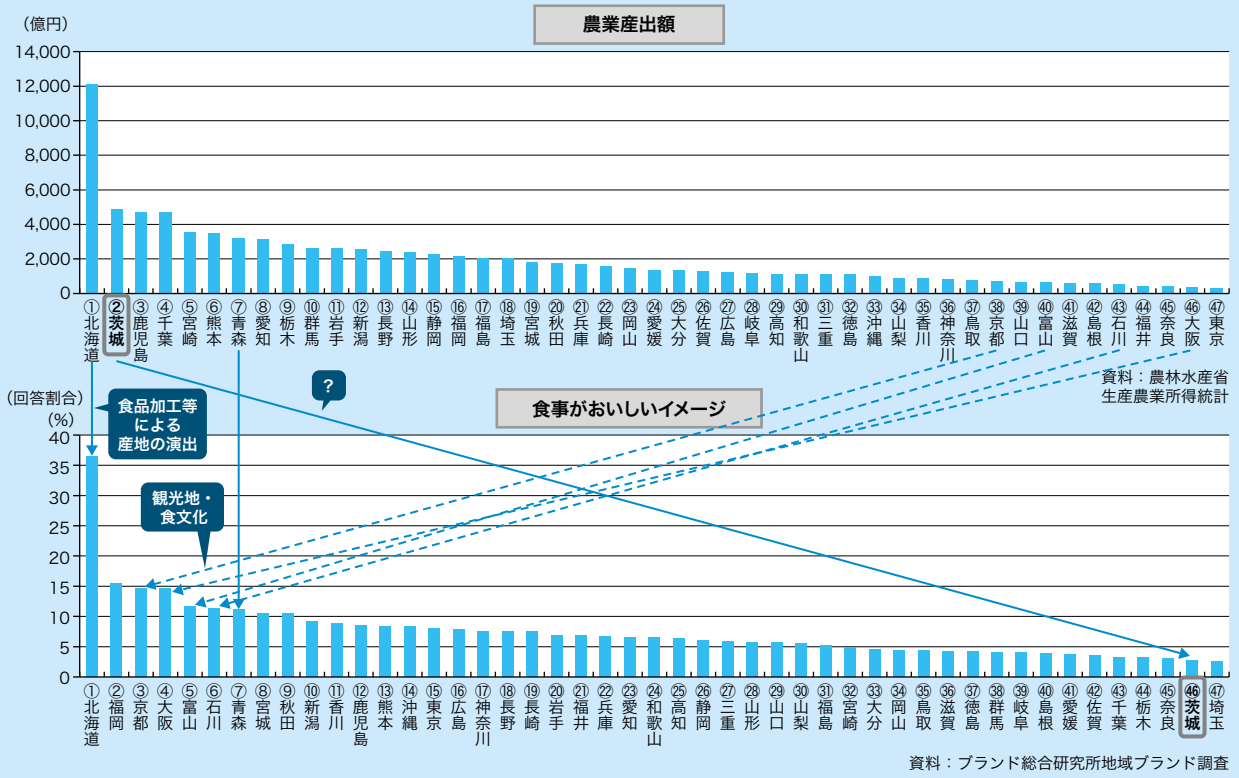
「農林水産省生産農業所得統計」より常陽アーク作成

農業大県でありながら「美味しい食事」のイメージに乏しい茨城県

こうして本県は「農業大県」を謳うようになったが、こうした農業生産の実態は、「美味しい茨城」のイメージにつながっているのだろうか。例えば、首都圏から本県に是非とも食べに行きたいと思ってもらえるような逸品やお店はどのくらいあるのだろうか。その参考となるものが、ブランド総合研究所が実施する「地域ブランド調査」のランキングで示されている。

同調査の地域の魅力のイメージに関する質問に、「食事がおいしいイメージ」を問う項目があり、その都道府県ランキングにおいて、本県は下から2番目の46位（2016年調査）となっている。つまり、食材の大産地ではあるが、その食材を使った美味しい料理が食べられる地域とは思われていないようなのだ（図表2）。

図表2　「農業産出額」順位及び「食事がおいしいイメージ」順位



農業産出額順位と「食事がおいしいイメージ」の関連性

同調査を見ると農業産出額1位の北海道は「食事がおいしいイメージ」でも1位であり、農業産出額7位の青森は、「食事がおいしいイメージ」も7位といずれも上位にある。そのような中、本県は46位と下には埼玉があるだけであり、産出額で上位を争う千葉も、北関東県の栃木や群馬も「食事がおいしいイメージ」は下位にあるものの、本県ほどギャップは大きくない。

しかし、その一方で京都や大阪、富山、石川など、農業産出額が下位にありながらも、「食事がおいしいイメージ」は上位となっている県も少なくない。このような差は一体どこに要因があるのだろうか。

生産者から最終消費者への過程からの検証

①他都道府県にあって茨城に無いもの

まずは農業産出額全国1位の北海道をみると、食料品製造業の出荷額が全国1位（工業統計調査2014年）となっている。これは大消費地である首都圏から遠いという不利な地理的要因を克服するために付加価値を高めるということが背景にあると考えられ、最終商品までの加工力が高いことを示している。北海道に来て食べてもらったり、お土産として買ってもらったりすることで、最終消費者へ産地のイメージが伝わっていると思われる。

一方、本県はというと、北海道同様にやはり食料品製造は盛んである。しかし、その流通先をみると全国にチェーン展開する飲食店や大手食品メーカーが多いようであり、北海道のように生産地のイメージが最終消費者と繋がらず、産地のイメージが無いのではないだろうか。

次に、農業産出額下位ながらも、「食事がおいしいイメージ」では上位にくる福岡、京都、大阪などの各府県、富山、石川などの北陸各県はどうであろうか。どの府県も、観光地として人が集まりやすい地域である。その背景として、歴史や伝統文化を大事にし、併せてその地特有の食文化も大事にしている地域と考えられる。そのため、「ここに来たら○○を食べなくては来た甲斐がない」という名物料理などがある地域が多く、食事をイメージしやす

いと推測できる。

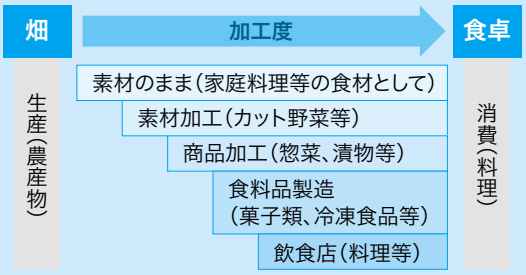
②市場出荷割合との関連性

都道府県別の農業経営体毎の出荷先をみると（農林業センサス、販売金額）、市場出荷の割合が高い県は「食事がおいしいイメージ」が下位となる傾向がある。大消費地である首都圏に近く市場出荷の割合が高い本県や埼玉、千葉、群馬がそれにあてはまる。逆に、市場出荷の割合が低い北海道や富山、石川、秋田、新潟は「食事がおいしいイメージ」で上位にある。

③食卓における食材利用との関連性

ここで、農産物の生産から実際に消費者が食べるまでの加工度イメージによる過程を想定してみる（図表3）。

図表3　畑から食卓への過程



かつて野菜等の多くは家庭料理の食材として、そのまま最終消費者が購入していたし、産地である本県では米や野菜は市場を通さない流通も盛んであった。しかし、現在はどうだろうか。袋詰めのカット野菜や温めるだけでいい惣菜、冷凍食品等が人気を集め、産地が国産と表示されていればひとまず安心といった具合になってきているのではないだろうか。これらの食卓の変化も、食材の提供に特化してきた本県が、美味しいイメージで低位にある要因になっているかもしれない。

「畑から食卓までの間」で何かが不足していることが要因

以上から、本調査における「美味しい茨城（食の王国）」となるための課題を、生産者から最終消費者に至るまでの過程「畑から食卓までの間」で何かが不足していることに要因があると捉え、その中でも特に、その地特有の料理や食文化にフォーカスして考察していくこととする。

第2章では、本調査の参考になると思われる県外の取り組み事例を、県内においては、生産者や食の提供者、食の専門家などにヒアリングを実施した。県外事例については、より実践的な事例をみるため市町村単位での事例を参考とした。

なお、ヒアリング先は、以下の事項に基づき選定しており、伺った内容については下表の通りである（図表4）。

① 県外自治体～食に関する取り組みを行い、本県の参考になると思われる都市
② 生産者～県内において、生産する野菜をその地域ならではの風味にすることにこだわりを持つ農家
③ 食の提供者（料理人）～野菜を中心に食材にこだわりを持つことはもちろん、外からの目線で本県の食の事情の評価が出来る本県出身のシェフ
④ 食に関わる学校～食に携わる専門家を輩出し、本県で地産地消の教育にも注力している教育機関
⑤ 有識者～世界、国内における食の情報に精通しており、かつ本県の事情にも詳しい食の専門家

図表4　ヒアリング先一覧（番号は上記①～⑤の該当番号に対応）

		属性	取材先	住所	ヒアリング内容
県外	①	自治体	鶴岡市 企画部食文化創造都市推進課	山形県鶴岡市	国内初の「ユネスコ食文化創造都市」の登録認定を受け、世界の都市とのネットワークを通じて創造的な食文化の持続的発展に取り組んでいることから、その概要について
		自治体	いすみ市 水産商工課	千葉県いすみ市	“サンセバスチャン化計画”を掲げ、全国的な美食の街になるための事業計画を進めていることから、その取り組みの概要について
県内関係先	②	生産者	つくば飯野農園	つくば市	つくば市でこだわり野菜を栽培し、県内で初のＣＳＡ（地域協働型農業）の仕組みを導入しているつくば飯野農園に、その取り組みについて
	③	料理人	HATAKE　専務取締役・総料理長 神保　佳永氏（いばらき食のアンバサダー）	東京都新宿区	都内にイタリアンレストランやカフェを展開する本県日立市出身でいばらき食のアンバサダーでもある神保佳永氏に、茨城県の食材と食の取組みによる地域振興について
	④	学校	学校法人 中川学園 中川学園調理技術専門学校	水戸市	調理師専門学校としての学校設立以来、地産地消と食育にも力を注ぎ、多くの名料理人を輩出している同校に、地域に対する役割などについて
	⑤	有識者	株式会社フレール　代表取締役、 食文化研究家、フードアナリスト 藤原　浩氏	東京都世田谷区	５年にわたり「いばらき食のアドバイザー」を務められた藤原浩氏に、茨城県の農と食の魅力、及びこれからの課題等について

01 山形県鶴岡市
鶴岡市

世界から「食」を楽しみ「学び」に訪れたくなるまちへ

ユネスコ
食文化創造都市
鶴岡
UNESCO Creative City of Gastronomy

日本海に面する鶴岡市には、1,400年続く出羽三山・山岳修験道の精進料理や多彩な在来作物を使った郷土料理などの食文化が存在する。給食発祥の地であるほか、地元出身シェフ・奥田政行氏が経営するイタリアンレストラン「アル・ケッチァーノ」が、地産地消のモデルケースとして有名になるなど、食に関連する新たな取り組みを発信する土地柄でもある。

同市企画部食文化創造都市推進課食文化創造都市推進専門員の伊藤賢一氏に、食文化の持続的発展に向けた取り組みの概要について話を伺った。

鶴岡市の基本理念は「食の理想郷へ」

鶴岡市は、2005年10月に1市4町1村が合併し、東北一広い市（全国10位）となったことを機に新市における統一理念について考えてみました。

その結果、当市の特徴は、山岳修験道の聖地・出羽三山に伝わる、山伏が山で生きるために創作された「精進料理」、祭祀や家庭で守り続けてきた「行事食や伝統食」、そして多くの農家が種と栽培方法を守り継いできた50種類以上の「生きた文化財」としての在来作物などのこの地特有の食の豊かさであると気づきました。そこで、当市の目指す基本理念を「食の理想郷へ」としたのです。

郷土の食文化ブランド向上のため世界へ発信

当市の「郷土の食文化」はそもそも地域の生活の中で育まれたものなので、地元の住民は特別価値があるという意識を持っていません。そのため、外からの評価が必要だと考えました。通常、国内の料理や文化の専門家に評価してもらおうとするのでしょうが、これからの時代は世界からの評価が必要ではないかと考えたのです。

2014年12月に、ユネスコ創造都市ネットワークの都市に登録認定されました。創造都市ネットワークとは、「グローバル化の進展により固有文化の消失が危惧される中、文化の多様性を保持するとともに、世界各地の文化産業が潜在的に有している可能性を都市間の戦略的連携により最大限に発揮させるための枠組みが必要」という考えに基づいて作られた世界レベルのネットワークで、7部門（2018年3月現在）あります。

当市は日本で唯一「食文化」部門で登録認定されており、食文化部門の登録26都市（2017年11月現在）とともに、食文化の持続的発展のために先進的な交流を進める役割を担っています。

世界レベルでの情報発信とグローバルにシェフ・大学との交流を推進

現在までに当市が実施してきた活動は次のとおりです。

①ミラノ国際博覧会への出展

イタリア・ミラノで開催された「2015年ミラノ国際博覧会」に出展しました。「ユネスコ食文化創造都市 鶴岡」をメインテーマに、郷土ブランド・だだちゃ豆を使った料理や精進料理の実演を行い、鶴岡の食文化の存在をアピールするとともに、観光誘客、鶴岡の食材や食関連産業の海外展開促進を図りました。そのほかミラノのレストランやイタリア食科学大学、フランス等へ出向いて、様々な鶴岡食文化プロモーションを実施しました。

その結果、これらの活動で鶴岡を知った方々が、その後鶴岡市を訪れるなどの波及効果も出ています。

②イタリア食科学大学との連携協定締結による交流

「食科学」を専門とした世界唯一の大学・イタリア食科学大学と2016年に連携協定を締結しました。

この提携は、相互間の交流から新しい食文化産業の創造を図っていくとともに、「鶴岡の食文化を学ぶ」という気運を高めることを目的としています。これまで5回にわたり、世界20ヶ国90人以上の学生が鶴岡フィールドスタディプログラムを体験しています。

鶴岡フィールドスタディプログラム　保存技術の研修

③スペイン・バスク地方の都市ビルバオ市との交流

2017年2月に、鶴岡市の料理人3名をスペイン・ビルバオ市に派遣する一方で、同年4月には、交流したミシュラン・スターシェフを鶴岡に招待しました。ビルバオは、世界的な美食の街として有名なサン・セバスチャンと同じバスク地方にあり、食文化にはこだわりを持つ都市です。お互いの国を行き来することで食文化の背景にある歴史・文化について学びつつ、調理方法についても意見交換をし、今後の料理に活かせればいいと考えています。

人材育成を目的に
辻調理師専門学校との連携協定を締結

当市は、2017年5月に、業界大手の辻調理師専門学校（大阪府）と「ガストロノミー包括的連携協定」を締結しました。目的は、「消費地」と「生産地」、「食」と「観光」と「農」が協働する教育研究活動を行うことで地域の食文化を支える人材育成を行い、地域における持続可能な食文化産業を推進することです。

協定締結後、辻調理師専門学校の学生に生産現場を学びに来てもらいました。このように当地の生産者と料理を作るシェフの卵との交流により、将来、鶴岡の食材を選んでくれるシェフが出てくることを期待しています。

辻調理師専門学校との教育研究活動の様子

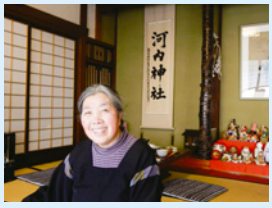
持続可能な仕組みづくりが今後の課題

まずは海外への情報発信と人材交流を中心に施策を実施してきましたが、いまのところ民間を含めた市全体の活動には繋がらず、行政主導という域を出ていないというのが実感です。持続可能な仕組みづくりには行政主導だと限界があるので、今後市民・民間主導の事業展開が必要と考えています。まだ取り組みは道半ばであり、持続可能な仕組みができるまでには今後5～10年はかかるとは思いますが、一歩ずつ前に進んでいきたいと考えています。

トピックス

農家レストラン知憩軒（ちけいけん）　女将　長南 光（みつ）氏

かつて、日本経済新聞の何でもランキングで「農家レストラン全国No.1」を獲得し、現在も県外を中心に多くの方がこの地の郷土料理を食べにくるという農家レストラン「知憩軒」がある。山形県鶴岡市の市街地から車で約20分の農集落にある昔ながらの民家が何故人気なのか、女将の長南氏に話を伺った。



若い頃から農作業や親の介護やらで、旅行できない時期が続きました。そこで、「旅人に来てもらえれば旅行するのと同じでは」と考えて20年前に始めたのが農家民宿でした。「知憩軒」という名は、ギャラリーと茶室だった当時の別棟の名をそのまま継承しています。そのうち、自炊とは知らずに宿泊したお客様から「朝食だけでも出して欲しい」と請われ、「自分たちが食べる朝ごはんでよければ」と出したら喜ばれたのがきっかけで、母屋の一階を使ってレストランを始めました。

お客様に出す料理は、昔も今も何にも飾りっ気がない、日頃私たちが食べている献立です。そのようなものであっても来訪される方にとっては日頃食べることがない、そして一方では懐かしさを感じる食事のようです。

ここ庄内平野は山に囲まれた雪国なので、食べ物の保存法では常に知恵を絞ってきた歴史から、独自の食文化が育ちやすかったのでしょう。また種を大事にしている土地柄もあって、在来作物など、この地ならではの野菜が多いことも他とは異なる風味を出している料理が多い理由かもしれません。

ホームページ等は作成していないし、自分から広報活動はしていませんので、遠方からもいらっしゃるのは口コミで広まっているのでしょう。特に夏場は毎日満員になるくらい県外や海外からお客様が来訪されます。

02 千葉県いすみ市
いすみ市

世界から食を求めて人が集まる街を目指す ～サンセバスチャン化計画～

千葉県いすみ市は、房総半島東部の太平洋に面する人口約3.9万人の都市である。同市では地方創生の一環として、地元で採れる食材を活かすことにより、全国的な美食の街になるための計画が進められていることから、その取り組みの概要について話を伺った。

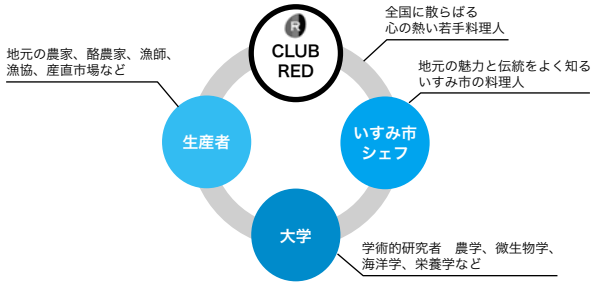
副市長　早川 卓也氏（左）、
水産商工課　いすみ産品販売戦略班　主査　山口 高幸氏（右）

「いすみ市サンセバスチャン化計画」の概要

サン・セバスチャンとは、スペインの大西洋に面したバスク地方にある人口約18万人の地方都市です。この都市は、かつては避暑地として多くの観光客を集めましたが、年々観光客が減少することに頭を悩ませていました。しかし「食」で観光客を呼び込もうと地域ぐるみで食に関するレシピ共有や料理研究などの取り組みを行った結果、今では「ヨーロッパの美食の都」と称され、人口1人あたりのミシュランの星つきレストランの密度が世界一となり、世界中からその食を求めて観光客が押し寄せるようになりました。

いすみ市は、イセエビや豊富な野菜など優れた食材に恵まれていますので、食文化の育成を通じて、サン・セバスチャンのような美食の街とすることを地方創生の柱に位置づけたいと考えています。

具体的には、東京など都市部の一流料理人といすみ市の生産者・料理人等とを結び付け、食材や調理技術の共有を図り、地域全体の食材レベル、調理レベルの向上、さらには地域所得の向上や雇用の促進までを図りたいと考えています。



いすみ市サンセバスチャン化計画図

ブランド選定委員は外部から専門家を招致

最初の取り組みは食のアドバイザー探しでした。地域の良さや優れた食材を見分けるには、やはり「よそ者」による評価が必要です。そのため、いすみブランド認定委員会の構成委員（全６名）は、１名の市民代表を除き委員長を含め市外から専門家を招致しました。

まず、ブランド認定委員長には、地域活性化センター理事長の椎川忍氏に就任してもらいました。さらに、ぐるなび、ロケーションジャパン（ロケ地紹介誌出版社）からも認定委員に就任してもらっています。

一流シェフとの出会いによって計画が大きく進む

当計画を進める上で最も重要なことは一流シェフから料理に使う食材として認めてもらうことです。ぐるなびの声掛けで、「CLUB RED（※）」の催し物に参加したところ、全国有数のシェフである脇屋友詞氏（中華料理オーナーシェフ・東京）、山根大助氏（イタリア料理オーナーシェフ・大阪）など全国でも有名なシェフと知り合うことが出来ました。

最も大きかったのは、杉本敬三氏（フランス料理オーナーシェフ・東京）と出会えたことです。杉本氏は、CLUB REDが開催する若手シェフの登竜門のコンペティション「CLUB RED U-35」の初代チャンピオンであり、

若手シェフのリーダー的存在です。その杉本氏に当市に来てもらい、採れたての海の食材（イセエビやアワビ等）を見てもらったところ、自信のあった海産物はもちろん、この地でとれる野菜も料理の食材として優れていると認めてくれたのです。

また、ANA総合研究所が事務局をしている「ONSENガストロノミーウォーキング」でも、当市に杉本氏が来てくれて、いすみの食材を使った料理を作るなどしてもらっています。

シェフ　杉本 敬三氏

生産者の気づきと自信が好循環を生む

当市には一流のシェフの目利きでも評価してもらえる食材があるということを、生産者たちに気づいてもらい、そして、自信を持ってもらうことが重要だと思っています。現在ではいすみブランド認定制度が軌道に乗ったため、以前よりも産物の価値が上がり、漁師や農家の所得向上という形で結果が出てきています。

また、当市で採れた海産物や野菜が、レストランでどのように調理されるかを生産者に知ってもらうために、脇屋氏が経営する東京・赤坂の中華料理店で、当市の食材だけのフルコースを作ってもらい、地元の生産者に食べてもらうというイベントを実施しました。このイベントは、生産者にとってのモチベーションアップにつながったと思います。

いすみ産イセエビのPRからの一点突破

「サンセバスチャン化計画」は、まず当市が自信を持つ高級食材・イセエビを買ってくれる一流料理店に、当市の食材の情報を届けることが出発点になっています。始めはイセエビ関連の業者しか恩恵を受けないかも知れません。しかし、それでもいいと割り切り、徐々に他の食材に波及していくことを信じて推進しました。

行政は、依怙贔屓をしてはいけないという思い込みが強く、ターゲットを明確にしないで施策展開することが多いのですが、我々のような地方都市が成功するためには、一点突破で活路を見出すしかないと考えています。

目標は“美味しいものを食べにいすみへ”の実現

目標の第一段階は、前述の通り都会の有名シェフにいすみの食材を使ってもらうこと、第二段階は、当市の食材に魅了された有名シェフに、この地にレストランやオーベルジュ（郊外や地方にある宿泊設備を備えたレストラン）を出してもらうことです。この計画を開始してから、昨年国道沿いに地産地消のカフェレストランが一店舗できたのは、一つの成果であろうと思っています。

人材の育成が課題

サン・セバスチャンは、取り組みを始めてから世界的な美食の街として有名になるまでに、10年以上かかったと言われています。このことからも、当市も数年程度で美食の街になれるとは思っていません。

当市を、サン・セバスチャンのような食で人が訪れる美食の街にするという意気込みと取り組みを長い期間続けていくことが大切だと考えています。そのためには、やはり地元の様々な分野の方々にこの取り組みに同意してもらい、参加してもらうことが必要です。

都会の有名シェフの技術や考え方を地元のシェフにも知ってもらおうと、共同で料理を作るイベントを開催しました。そのイベントでは、農業生産者や漁業関係者に参加してもらい、自分たちが提供した食材でどのような料理が出来るかを知ってもらう機会にしています。

このほか、行政職員はもちろん、地域全体で、自分で考え、事業を仕掛けられる人を増やしていこうという人材養成塾を、市が主催して開催するなどして、人材の育成に取り組んでいます。

料理イベント開催時の様子

※CLUB RED：日本有数の料理コンペティション「RED U-35（RYORININ's EMERGING DREAM）」において優秀な成績を修めた料理人と審査員とともに、料理人たちの交流・経験・発信の場となる様々な活動を進めていくための食のクリエイターズチーム。

03 つくば市
つくば飯野農園

固定種野菜・有機農法にこだわり、つくばの気候・風土で育ったオンリーワンの野菜を提供する

つくば市でこだわりの野菜を作り、県内で初のＣＳＡ（地域協働型農業）の仕組みを導入しているつくば飯野農園の飯野夫妻に、その取り組みについて話を伺った。

飯野　恵理氏（左）、飯野　信行氏（右）

つくば市花室で夫婦2人で農業を営む

つくば飯野農園は、2012年につくば市花室で新規就農した夫婦2人での小規模・家族経営の農園です（2017年12月現在、耕作面積は6.2ha）。

F1品種でない在来種や固定種など、市場に出ない稀少な品目も含め多品目の野菜を栽培しています。販路は主に３つ、①一般消費者への直売（単品・野菜セット）、②イベントでの対面販売（ファーマーズマーケット）、③レストラン・ベーカリー等の飲食店への納品などであり、全て直売です。

□Ｆ１品種：人為的につくられた一代限りの雑種。両親の優性形質だけが現れるため、形や大きさも揃う。大量生産・大量消費に適した種。
□固定種：代々同じ形質が受け継がれている種で、形質（味や形）が 固定されたものが育つ。昔から続く在来種や伝来種は固定種のタイプ。自家採種が可能で、環境適応能力が高い。
□在来種：固定種の一つで、自然な育種をしていくうちに、その地域の気候・風土に合わせて適応していった品種。

栽培方針を明確にしたこだわり野菜

当農園は、無農薬、有機肥料、露地栽培、自家採種にこだわっています。農薬については、化学合成された農薬はもちろん、有機JAS法で認められた農薬であっても使用しません。有機肥料については、有機質肥料（植物性・動物性）をごく少量使用し、化学合成肥料は一切使用しないようにしています。また、野菜本来の味と香り、旬の美味しさを提供できるよう、露地栽培を基本にしています。

さらに、固定種・在来種と呼ばれる自家採種できる野菜に特化することで、特徴のある魅力的な野菜づくりを目指しています。

茨城県は比較的気候風土に恵まれているので、どこの産地の固定種・在来種でも大体は栽培が可能です。種には育った環境を記憶する能力があると言われており、種採りを繰り返すにつれて、次第につくばの気候にあったオンリーワンの野菜になります。例えば山形在来の「あかねほうれんそう」も、年々甘味が増してきています。

地域支援型農業で生産者と消費者の新たな関係を構築

就農４年目に、経営改善の目的でCSA（地域支援型農業、Community Supported Agriculture）を導入しました。CSAとは、「代金前払いによる農産物の定期共同購入契約（会員制）を基本とし、地域の農家と消費者が相互に支え合う、新しい地産地消型の農業経営・まちづくりシステム」です。農作物の売買取引だけでなく、地域の消費者が農家の経営安定化に協力したり、畑での農作業や出荷調整作業を手伝ったり、豊凶リスクも共有したりする点が特徴で、1986年に米国で始まった仕組みと言われています。

CSA導入以前は野菜セットの戸別配送（自社便での配達）をしていたのですが、人手不足で作業の効率が悪く悩んでいました。CSAを導入し、消費者会員に丁寧に説明をして協力を仰ぎ、野菜セットは、原則決まった

曜日の午後に会員が出荷場に引き取りにくる方法に切り替えることができました。自社便で配達しなくなった分、コスト削減や効率化が図れ、畑仕事に専念できるようになりました。

また、野菜セットの代金は、次のシーズンが始まる前（栽培準備資金が必要な時期）にシーズン分をまとめて前払いする決まりで、経営の基盤作り・資金繰りの円滑化・会計事務の簡素化に役立っています。
（2017年12月時点でのCSA会員数約50軒、うち20軒は東京都港区青山の分配所の会員）

消費者からの評価を栽培方法へ還元

会員制という閉じられた関係による馴れ合いからの品質の劣化を防ぐために、会員から率直な意見を聞く意見交換会の場を設けるなど意識的に対策を行っています。また、レストランなどを販路として持っていることは生産者としての刺激になっています。食のプロフェッショナルとして食材にこだわりがあるレストランのシェフから、納品した野菜について厳しい評価を頂くことで、品目選定や栽培技術の向上などに還元しています。

「つくばオリジナル野菜」としてブランド化を目指す

当農園の野菜は少量多品目、かつ固定種野菜のため同じ品種でも色・形・大きさ・生育速度などがまちまちであることから、市場出荷には向いていません。しかし、見た目よりも美味しさを求める方、そして自身や家族の健康に気を遣う方などからは、根強い人気を得ているのも事実です。

この在来種・固定種等の野菜たちは、年々その気候風土に合った地元オリジナル野菜へと変化する「生きた地域資源」だと思っています。つくば市には京野菜や加賀野菜の様な伝統ある在来の野菜がないため、このやり方で新たな「つくばオリジナル野菜」としてのブランド化を図っていくことも可能ではないかと考えています。恵まれた気候風土という茨城の素晴らしい地理的条件が評価され、志を持った人たちが地域でうまく連携できるようになることを期待しています。

トピックス

フレンチレストラン　ル パパ グルウトン
オーナーシェフ　高野 正氏

つくば市の洞峰公園前で、フレンチレストランを経営する高野シェフに、つくば飯野農園の野菜を使う理由や茨城県の食に対する意見等を伺った。

食材は地元産のもの～地産地消へのこだわり

私がつくばでフレンチレストランを経営するようになって5年ほど経ちます。それ以前は、都内のレストランやフランスで修業したのち、ワインで有名な山梨県勝沼市で5年ほどフレンチレストランを経営していました。

私たちシェフは食材に強いこだわりがあります。その点、つくば飯野農園さんは、私たちシェフが食材として好む、味や香りが強い固定種野菜を多品種提供してくれることが、同農園の野菜を使っている大きな理由です。また、品目や食味などこちらの要求に対してもいろいろとチャレンジしてくれることが大変有り難いと感じています。

今年の3・4月は、つくば市のいちご農園「むつみ農園」の、いちごを使ったフレンチのコースを出していました。すぐ近くに新鮮で優れた食材があるので、当店では地産地消にこだわっています。

いばらき食文化の発展への期待

山梨県では、「無尽（むじん）」という地域のメンバーが定期的に集まって飲食店で食事をする会合が地域に根づいていました。「無尽」は、鎌倉時代からあった庶民同士の互助会制度が発展した会とされていますが、これが地域の食文化の発展に大きく貢献していると考えています。

一方、茨城県は昔から食の産地として豊かな地域だったせいか、美味しさの基準を、そのままの状態で食べた時の美味しさとしているようです。例えば「美味しい野菜とは、生で食べた時に味がよい野菜」と信じている人が多く、美味しく調理して食べるという文化がそれほど育っていないと思われます。今後はどのように料理したら美味しく食べられるのかという視点からも食材の価値を高めていくことが必要ではないでしょうか。

04 東京都新宿区

HATAKE 専務取締役・総料理長　神保 佳永氏

食にこだわりを持つこと、まずは情報発信と食育の充実から

神保 佳永氏

本県日立市出身で都内にイタリアンレストランとカフェを展開し、いばらき食のアンバサダー（※）でもある神保佳永氏に、茨城県の食材と食の取組みによる地域振興について話を伺った。

こだわりの強いシェフほど食材に物語性を求める

茨城県の野菜は鮮度が良く、さらに種類・量ともに豊富で食材として使い勝手が良いと思います。一方、シェフの立場としては、一流どころほど使う食材が持つ個性や物語性にこだわりがありますので、茨城県の野菜はその魅力にやや乏しい面があります。

私は自分の店で使う食材は必ず生産現場に足を運んで確かめます。野菜であれば、畑を見て、生産者から直接栽培方法などの話を聞いて納得してからでないと購入しません。重要視するのは土づくりや栽培方法、その地域が持つ風土や歴史・文化などです。特有の風味やくせを持つ地域の野菜は、プロ意識が強いシェフほどに挑戦しがいのある食材として好む傾向があります。

地域ブランド野菜によりオンリーワンを目指す

私は将来、故郷・日立市を美食の街として有名にしようと考えています。今の日立は、食材は豊富にあるけれど、本物の飲食店は少ないというのが実情です。そのため5年位前から人を呼び込むためのアイデアを、市内の講演等で提案し、事業者らに呼びかけています。

その一つの方策が野菜の地域ブランド化です。鎌倉には鎌倉野菜という野菜ブランドがあります。昔からあったわけではなく、近年、地元販売所の取扱いからブランド化されたものです。日立市は鎌倉によく似ていて、海と山が近く変化に富んだ地形を持ち、そこで育つ野菜は独特の風味があります。それらの野菜のうち、一定以上の品質の野菜を「常陸野菜」と名付け、情報発信することで生産者を応援していきたいと考えています。

また、市内に私が監修したイタリアンレストランを出店しています。シェフは地元出身です。継続的に取り組むことを考えれば、外からシェフを呼ぶのではなく、地元のシェフが育っていくことが大事だと考えています。

料理でもプロと触れ合うことに価値がある

食育や地産地消の取り組みの一環としてよく聞くのが、地元産の食材を使った給食を、子ども達と生産者が会話しながら食べてもらうという取り組みです。しかし、それだけでは子ども達の心に響くまではいかないのではないでしょうか。

スポーツでは、野球やサッカー教室に憧れのプロ選手が来て教えてくれたら、子ども達は感動して熱心に取り組み、その想い出はいつまでも心に残りますよね。それは料理の世界でも同じことが言えると思います。

ボランティア活動ではありますが、私は東京都の小学校へ出向いて家庭科教室で子ども達と一緒に調理しています。料理に使う食材には、子ども達が栽培に関わり自らの手で収穫した野菜を使うこともあります。料理に、自分で苦労して育てたものが食材として使われ、調理されていく過程をみれば、子ども達の食材や料理に対する意識が変わります。なにより心に必ず響くはずです。

農業大県だからこそ食育が重要

豊富な食材を他県に提供している農業大県である本県こそ、食に関してはこだわりを持つことが大切であり、それには食育先進県となる必要があるのではないでしょうか。まずはモデル事業としてひとつの学校で実施してそれを拡げていったらいいと思います。私はいばらき食のアンバサダーとして本県のためになるのであれば、そのような協力は惜しみません。

※いばらき食のアンバサダー…茨城県農林水産物のブランド化を応援・協力してくれる県内外の一流料理人

05 水戸市

学校法人中川学園　中川学園調理技術専門学校

地域に根ざした料理人を育てる
地産地消のパイオニア

統括部長　真嶋 伸二氏

学校設立以来、地産地消と食育にも力を注ぎ、茨城県内から多くの著名な料理人を輩出している中川学園調理技術専門学校の統括部長である真嶋伸二氏に、地域に対する同校の役割などについて話を伺った。

川上の農と川下の食は一体で考える

我々は、「生産者が心を込めて作った食材で、お客様の健康を考えながら美味しい料理を作る」をミッションとしておりますので、開学以来、川上である農と川下である食を一体的に考えています。

したがって、我々料理のプロは、素材である農産物の生産過程を知ることも不可欠であると考えています。そのため、よい食材を探究するという目的意識から、生産者側の考え方を学んだり、栽培状況を確認したりするために、常に生産現場に足を運ぶことを心がけています。

家庭料理の衰退に対する危機感

当校では、15年以上にわたり茨城県農林振興公社との共催で、小中学校向けに料理教室を開催しており、茨城県産の野菜の種類や各野菜の栄養素に関する授業、そして県産野菜を使った調理実習を行っています。

しかし、深刻なのは実はその親の世代の方なのです。一般の方向けにも料理教室を実施していますが、そこで分かったのは「旨い味」イコール「好きな味」とは限らないという点です。例えば、鰹節から取った天然のだしと、即席の粉末だしを比較すると、ほとんどの方は「天然のだしの方が旨いと感じるものの、好きな味は即席のだし」と回答するのです。家庭で料理する機会が減少すると、このように味の好みも変わり、ついては食文化の衰退に繋がるのではないかと強い危機感を持たずにはいられません。

生産者と料理人を繋げる役割の実践

那珂市では、市内の生産者や直売所、加工業者などでアグリビジネスネットワークを設立しています。我々も食材を使う側として、当校出身の料理人とともに意見交換を行っています。生産者は料理人の注文通りの野菜を作ると出荷先が安定しますし、料理人も思い描いた通りの料理が作りやすくなります。

このように生産者と料理人を直接繋げることも我々の重要な役割のひとつであると考えています。

茨城特有の味の追求と将来の方向性

日本には何処にでも必ず「この地でこの時期に出来たこの野菜は、こう料理して食べるのが一番美味しい」というその地の味があるはずです。最近はそうした味を顧みず、またその探究を怠ってきた感は否めません。将来を見据え、食材の持つ栄養や料理の理屈をしっかりさせたA級グルメにこそ注力するべきだと思います。そして、将来的には豊富な食材のある本県が、一流シェフが集まり料理の腕を競う地になって欲しいと思っています。

草臥(くたび)れさせないやり方が必要

本県は、古来常陸風土記にも記されていたように、地形・気候・風土に恵まれ、海川山野からの産物が豊富な地域だと思います。ただし恵まれた地域であるが故、何とかなるという危機意識の希薄さということも背中合わせに存在するのかもしれません。

そのため、何かを進めるにしても、“草臥(くたび)れさせない方法”でないと、長くは続かないというのが、本県の特徴であり、難しさでもあると思います。

06

東京都世田谷区
株式会社フレール 代表取締役、食文化研究家、フードアナリスト　藤原 浩氏

見（魅）せる農業の推進
～農業生産者と農風景、食材を使って料理するシェフにフォーカス

藤原 浩氏

今年3月まで、5年にわたり「いばらき食のアドバイザー」を務められた藤原浩氏に、茨城県の農と食の魅力、及びこれからの課題等について話を伺った。

茨城は、優れた食材を豊富に生み出す食の宝庫

茨城県は、全国で最も豊富に、かつ美味しい野菜が出来る地域であると思います。アドバイザーに就任し、数年の歳月をかけて茨城県の食材カタログを「いばらき食彩カタログ」としてリニューアルしました。

表紙には「茨城産季節野菜のガルグイユ」を掲載しています。ガルグイユとは、フランスの人間国宝ともいわれるMOF（フランス国家最優秀職人章）の料理人であるミシェル・ブラス氏が考案した料理で、数十種類にも及ぶ野菜やハーブを別々の方法で調理し美しい絵のように盛りつけたものです。ブラス氏と話をした時に、日本でこの料理を地元食材だけで作れる都道府県は、北海道と茨城県ぐらいではないかと話したものです。

茨城産季節野菜のガルグイユ イメージ

ノウハウを共有する互助精神の向上が質を高める

茨城県は、全国的にみても高度な生産ノウハウを持つ優秀な農業生産者が多い県だと思います。ところが、一部分では必ずしも高品質とは言われないというのが私の感想です。理由は恐らく個人主義的な傾向が強く、地域でノウハウをうまく共有できていないからではないかと考えています。

私がかつて食ツーリズムのアドバイザーをしていた山形県は、個々の農業生産者の能力は本県ほど高くない印象ですが、雪国という地域性からか互助精神が強く、農業生産者間のノウハウの共有により、地域全体のレベルアップを図っていました。本県も地域内でノウハウの共有ができればさらに農業生産の力が高まるのでないでしょうか。

食材に対する固定観念をなくし多様な価値を知る

茨城県の農業生産者は、野菜の価値というものに固定観念があるようです。例えば、「優れた野菜とは？」と聞くと、ほぼ全員が「生で食べて美味しい野菜」と答えます。そのため、例えばトマトは甘いほど良いと思いがちになり、生産もそうした方向を目指してしまいます。

一方、日本の3倍も野菜を消費するイタリアでは、加熱調理した時の野菜の美味しさに重きを置くこともあり、その場合「甘いトマト」より、「煮込んでも型崩れしないトマト」の方が、価値が高いトマトとなります。

このように、消費者の嗜好やレストランなどによって求められる野菜の価値が違ってくることを知ってほしいと思います。

農業生産者は作った野菜がどのように使われているかを気にかけて欲しい

本県の農と食の将来に向けた発展という観点から、い

くつか提案をしたいと思います。

例えば、山形県では、多くの農業生産者が出荷した野菜がどうなるかを気にかけていました。自分が作った野菜を卸している東京の有名レストランなどに、少なくとも年1回程度は食事にいって確かめているようでした。

一方、茨城県の農業生産者は市場出荷に慣れているせいか、自分が作った野菜がどのような料理になって食べられているかということに、あまり関心がないように思えます。自分が作った農産物が有名レストランなどの美味しい料理に使われていることを、自分で確認するようになれば、より品質の良いものを作るモチベーションが高まるのではないでしょうか。

農観連携の推進～農の現場にフォーカスする

私は北海道美瑛町によく行きます。地平線と大地のうねり、多種の農作物のコントラスト、そして赤い屋根の家や畑に点在する独立樹などの美しい景観で有名な地では、農地を観光名所にしているのです。

実は、本県にも美しい農業の景色があることを県民の皆さんは気づいていないのではないでしょうか。北海道に行かなくとも、それに匹敵する美しい農業風景がみられる地域であることを、見（魅）せる農業としてPRし、農観連携を図っていくことが必要ではないでしょうか。

茨城農業の風景

また、私が茨城県に来た時の最初の感動は雲の美しさでした。雲は大地が生きていることの証であり、その美しさは大地が健康かどうかのバロメーターとなります。そう考えると、茨城県の大地は健康であり、その大地から出来る農作物を食べることは「地球の健康を食べる」ことに等しいのではないでしょうか。

かつて料理人は、お客様から見えないところで働いていましたが、今ではオープンキッチンなどにより逆にお客様に姿を見せるように変わってきました。農業生産者の現場も同じように、「見せる現場」に変わることができれば、もっと大きなチャンスが生まれると思います。

産地を挙げたプロモーションが必要

以前、水戸駅でタクシーに乗った時に、「偕楽園までお願いします」と言ったら、運転手さんから「あんなところに行っても何もないよ」という言葉が返ってきてがっかりしたことがあります。このような事例は、当県だけではないのですが、来訪客の期待を損ねてしまいます。

旅行者が目的地に着いた時に初めて会う人、例えば駅員、売店員、観光窓口、タクシーの運転手、バスの運転手などフロントマンとなる人々の対応は大事です。それを食のアドバイザーの立場から言い続けたら、ある時タクシーの運転手さんに「地元の方が食べている食堂に連れて行って下さい」とお願いすると、「都会の人の口に合うか分からないけど、私たちは地元の野菜を食べてこんなに笑顔で元気だから是非食べてって」との言葉が返ってきました。このような言葉は来訪者の心におもてなしの言葉として残るし、農業生産者への応援として地域の力や魅力にも繋がります。

観光と農林水産は関係が深く、行政や産業界はともに横断的に対応していくことが必要ではないでしょうか。

料理人の青田刈り
～未来の茨城の食材ファンとなる料理人を育成する

自分で飲食店を持つような料理人の多くは、調理師専門学校を卒業すると、複数の料理店で修行し、料理長となった後で独立すると聞きます。その料理店で使う食材は、修行時代お世話になった地域の食材を引き続き使うことが多いようです。そして、一旦そうした食材に慣れてしまうとなかなか他の食材に変えることは難しくなります。

私の提案はそうした料理人が独立する時に、茨城県の食材を使ってもらうようにすることはできないかということです。例えば、専門学校時代に「独立時に茨城県は食材で応援しますよ」という姿勢を伝え、仕組みを作ることです。具体的には、専門学校に調理練習用の食材を提供することや、茨城の農業現場の視察や体験学習の実施支援などです。

これらの支援を行うことで、未熟だった料理人の卵が、茨城の農業に理解や応援、感謝の気持ちを持つように育ってくれたら、茨城の農業の未来にプラスになるのではないでしょうか。

1. 地域全体で取り組む手法とその課題

その地域にしかないオンリーワン型の追求

山形県鶴岡市は、在来作物野菜等の郷土料理と出羽三山の精進料理という伝統ある独自の食文化を見直すことで、国内で唯一ユネスコ食文化創造都市に認定された。世界各都市とのネットワーク構築による情報発信に特徴があり、主に海外のプロの料理人や調理学校の学生向けに、日本有数の食文化が「鶴岡市」にあることを発信し、世界規模で通じる食文化の創造に取り組んでいる。

一方、千葉県いすみ市は、地元住民にとって身近であり、特別にその価値を認識していなかったイセエビにフォーカスすることで一点突破を図ろうとしている。インパクトのある「サンセバスチャン化計画」という目標を掲げ、高級料理店を経営もしくは経営する可能性のある有望な若手料理人に食材を使ってもらうことをきっかけに、美食の街として人が集まる地を目指している。

これらは何れも目標を絞り、その地域にしかないオンリーワンとなることを目指している。生産量や数を追求するのではなく、価値ある食文化や食材の質を追求し発信することで外から人を呼び込む取り組みであり、効果も少しずつではあるが出始めている。

行政主導には継続性リスクも

その一方で課題も出てきている。特に両市に共通するのは“継続性”であった。行政主導であるが故、予算減少等の資金リスク、異動等による人的リスクがあり、これらが継続性を阻害するリスクと認識している。いかに民間主導の活動に育てられるかが今後の鍵となる。

2. 農(畑)と食(Table)をつなぐ:farm to table

食の関係者へのヒアリングを通じて分かった農業大県から食の王国に向けた重要な課題は、農(畑)と食(Table)をどうやってつなぐかであり、本県はその両者をつなぐコミュニケーションなどが不足しているという点である。

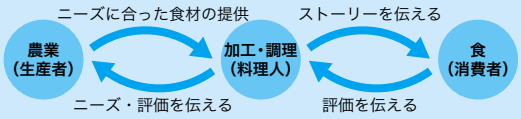
それでは、本県のコミュニケーション不足をどのように解消していけばいいのか。本稿では両者をつなぐ役割を担うべき料理人を中心に整理する。

生産者と料理人とが育む物語が食の文化を綴る

中川学園調理技術専門学校（以下、中川学園）では、生産者と料理人とが接触する機会を増やしているという。料理人は自分が作る料理をイメージしながら、「こういう風味の野菜が作れないか」と生産者に注文を出し、一方の生産者は「そのような野菜は作れないが、このような風味の野菜は作れる」といったコミュニケーションを図っているという。生で美味しい野菜が、必ずしも加工や料理に最適な素材という訳ではないのである。

このような生産者と料理人とのコミュニケーションの場を強化していくことで、料理人は自らイメージする最高の料理を、生産者から聞いた食材のストーリーとともにお客様に提供でき、それらが継続することでその地の食文化を育てていくことに繋がると思われる。

図表5　食文化を育むコミュニケーション



料理人の卵を県産農産物のファンに育てる

フードアナリストの藤原氏は、最終的により多くの料理人に茨城県産の食材を使ってもらうには、料理人志望の学生にアピールすべきであると提案する。

鶴岡市では、辻調理師専門学校との連携協定により、同市の生産現場を教育フィールドとする研修プログラムを始めている。生産者と学生との関係が深まり、学生が一流シェフとなるであろう将来、鶴岡市の食材のファンとなってくれる期待を持っているという。

県内においては、すでに中川学園がこうした取り組みを続けており、できれば県内全体で支援・拡大する体制を整えるとともに、県外の学校にも門戸を広げることや県内での飲食店開業の支援体制なども考えていく必要があるだろう。

名刺のない交流の場を育てる

中川学園の真嶋氏が言うように、県民と県内の料理人に本県は食材が豊富というだけでなく、食事も美味しいという誇りと自覚、食に対する探究心を持ってもらうため、何らかの継続的な組織や仕組みを作れないだろうか。

いすみ市では食に関する様々な仕組みがつくられ、外

部の有識者や地元の生産者・料理人らが一緒に勉強会等を行っている。本県内でもそのような農業と食をテーマとした継続的な活動によって生産者と消費者、料理人がつながることで、三者の良い循環を生むことができれば食文化の発展につながると思われる。

ただし、こうした場は「率直な意見の交換」が命である。行政や経済団体、企業など名刺を持った人間が数多く集まるほどにその意義も失われて行く可能性が高い。多くの人たちが名刺（肩書き）抜きで集まるような仕掛けが動き出すのであれば、大きな期待が持てるだろう。

食材の供給地だからこそ食に通ずるべき

本県の役割は、第一義的に「首都圏の食料の供給地」という立場が強い。そのため、郷土の食材をより美味しく調理するという探究心と、それを地域で共有する食文化、人に来てもらって喜んでもらうという、もてなしの心が育まれにくいのだろうという声があった。

いばらき食のアンバサダーの神保氏は、「供給地としての役割を背負っているからこそ、県民が食べ物の栄養素や味覚に敏感でなければならない」と警鐘を鳴らす。確かに「味の違いも分からない県民」が出荷している野菜に価値を認めてもらうのは難しい。神保氏は、そうした食に通ずる県民を育てるために自分のような料理人にもできることがあるはずだという。

子ども達の心に残る「食の記憶」を提供する

かつて子ども達への食育は家庭が担っていた。しかし家庭環境が変化する中、家庭での食育は困難になってきており、その代役として義務教育に期待が高まっている。

現状の学校での食育をみると、栄養学や「地元産の食材を取り入れた給食を、生産者と一緒に会話しながら食事をする」といったケースが多いようだ。しかし、子ども達により強く興味を持って貰うには、野球やサッカー教室でプロ選手に直接指導してもらうようなインパクトが必要ではないだろうか。

シェフの神保氏は、「人気料理店の一流シェフが、子ども達の目の前で調理パフォーマンスを見せ、その出来立ての料理を食べたり、作り方を教えてもらったりする。さらに、その食材そのものが、子ども達自身で育てたものであれば、心に残るのではないだろうか」と言う。

神保氏は、都内の小学校で農業体験と併せてこのやり方を実践しており、生まれ故郷である本県が本気で食育を進めるのであれば、協力は惜しまないので是非声をかけて欲しいとのことである。

地域野菜を「物語化」する

複数のヒアリング先から主張があったのは、「地域野菜の物語化」である。県内でも、イバラキング（メロン）や江戸崎かぼちゃ（カボチャ）など品種ごとのブランド化や、食材に限定せずその地域の特産品を対象に認定ブランド品とする活動が行われている。今後、求められるのはそうしたブランド化ではなく、鎌倉野菜や加賀野菜等のその地ならではの野菜をストーリーとして伝える物語化である。

県内でも固定種・在来種野菜を少量多品種で生産し、有機農法にこだわりのある農家が少なからずいる。それらのこだわりがある野菜こそ、年々その土地の気候風土に合った風味になり、腕利きの料理人にとって調理しがいのある「物語のある野菜」となり得るだろう。

野菜の種類や作り方を規定して、例えば県北地域であれば「常陸野菜」、筑波山周辺でできる野菜であれば「筑波野菜」として「物語化」すれば、他とは違うオンリーワンの食材・料理としてアピールすることが可能になるのではないだろうか。

3．おわりに

食は日々の繰り返し、変えるには根気と時間が必要

今回の調査を通じ、本県の食関係者の多くが、「真の農業王国であれば、食事もおいしく食べにいきたい魅力ある地と思われるはずであるのに、本県はそうではない」ことにジレンマを感じていることが分かった。

そのため、ヒアリングの際には、何か手を打つ必要があるのではないかという想いが詰まった多くの意見や提案を頂いた。しかし、これらはともすると、非日常的なイベントになりかねない。

最も大事なことは、「食」は日常の生活に溶け込んだものであり、家庭や飲食店において同じことを毎日根気強く繰り返しつつ、徐々に変っていくものだということである。そういう点から考えると、「食」を変えていくためには、長い年月をかけて継続していく覚悟が必要だろう。