

モニター会議 講演

生消連携と

農畜産物加工品の販売促進

天使大学 看護栄養学部

教授 荒川 義人

ご紹介頂き、ありがとうございます。

私は元々、食品成分の分析屋で、農産物を中心にどのくらいの栄養価があるのか、食品の機能性を明らかにする研究などをしてきました。今、それらとも関連しながら食育問題にも関わっており、食育関連会議の北海道の座長や札幌市の会長も務めています。

今日は、具体的に個々の加工品を云々

するのではなく、それらの開発、販売を考えて行く上で重要と考えている「食育」と「生産者と消費者の連携」を中心に、自分を取り組んできた事例を主に三つご紹介申し上げ、少しでも皆さんのヒントになるようにしたいと思います。

素晴らしい素材、

しかし加工が

北海道の農産物は、素材としては抜群です。素材が良いが故に、いわゆる加工力が鈍い。一次産業と三次産業は強いけれども二次産業が弱いのが現状です。ですから連携して六次化しようとしても、ものすごく大きなハードルがあると思います。北海道の宿命とも言えますが、その辺を何とかしなければならぬと思っています。

例えば、知事さんをはじめ、「タラコ」は北海道なのに何で明太子は福岡ですか」という話がよくされますが、このようなことをいつまでも言われていても仕方ないと思い、数年前に私は北海道のタラコを使って北海道オリジナルの明太子を作ることを試みました。既に、北海道でつくられた明太子はありましたが、端的に言うつと福岡を真似た明太子です。ど

る出汁に「鯉節」を使っているところ
です。「鯉節」を使うのは九州に任せた方
がいい。であれば、北海道らしさをどう
出すか。いろいろ検討して「鯉節」を使
うことにして、「鮭節明太子」を作りま
した。これが、道内メディアの協力も
あって、結構、全国から注目され、
ニュースで全国に流れたら、福岡がその
情報をキャッチし、「ぜひコラボしよ
う」とか、「明太子対決をしよう」とか、
非常に面白い流れになりました。ただ、
当初、製造に協力してくれた大手の水産
会社が「福岡で原料を買ってくれなくな
るのでは」との不安を抱えたのか、ほど
ほどのところで手を引くことになり、現
在は渡島の会社が頑張って「鮭節明太
子」を作り続けていると思います。

今、北海道の素材は素晴らしいとい
話をしましたが、特に栄養面で付加価値
が上がってきたのが、ジャガイモやホウ
レンソウなどです。また、美味しさの面
では、米、ジャガイモ、肉、乳製品など
です。更に機能性という面では、ジャガ

イモやタマネギ、ソバ、アロニア、トマ
トなどです。

しかし、北海道は原料の供給基地に甘
んじ、「美味しいところ（加工で付加価
値をアップして得る収益）」は本州の企
業に持っていかれています。それを代わ
りにやれるところが道内にあるかとい
と残念ながらないですね。そこが、北
道の非常に大きな課題だと思っています。

機能性について、北海道フード特区の
関係で「ヘルシード。（北海道食品機能
性表示制度）」という制度ができていま
す。国には、「機能性表示食品制度」と
いう、科学的根拠に基づく健康効果を国
民に訴えていくという制度がありますが、
その北海道バージョンです。しかし、北
海道バージョンでは、例えば目に良い、
お腹に良いなどと具体的に言えず、「健
康でいられる体づくりに関する科学的研
究が行われたことを北海道が認定する制
度」のみの表示しか許されていません。
私自身は、このレベルの表示でも国はO
Kを出さないと思っていました。が、北

道庁の担当者が関係省庁との相談を重ね、
「ここまでの表示なら良い」となり「ヘ
ルシード」制度が二〇一三年にスター
トしました。本年九月現在、三七社、七
一品目が認定されている状況にあります。
私も外部審査委員として関わらせていた
だいています。国の「機能性表示食品制
度」が二〇一五年制度化されましたが、
機能性表示の内容は、「丈夫な骨をつく
るのを助ける」とか、「お腹のまわりの
脂肪を減らす」とか、かなり細かいこと
まで踏み込んでいます。

厚生労働省が怪しげな健康食品との差
別化を図るために、二〇〇一年、健康効
果の科学的根拠を有する食品を「特定保
健用食品（トクホ）」という形でまとめ
て機能性表示が始まり、表示に対する国
民の理解も得られていくことを願ってい
たのですが、今回、企業の責任で表示を
許す、どちらかというところと経済・産業振興
に力点が置かれた「機能性表示食品制
度」ができてしまったのは、本当に国民
の有益な情報発信になるか少々心配です。



厚生労働省としても責任は持てないでしょう。北海道独自の「ヘルシーD.O.」は、機能性〜あまり過信してはいけません〜と安全性の審査を、かなり慎重かつ一生懸命にやっています。本州の企業でも北海道に拠点があればOKという制度ですから、本州の企業も注目しています。

「ヘルシーD.O.」認定商品で、販売額が順調に増大しているのはフジッコ(株)の商品と聞いています。苫小牧に工場を作り、大豆水煮製品や乳製品「カスピ海

ヨーグルト」が好調です。他に、西洋かぼちゃ種子、チコリー、アスパラガスの酵素処理したものなども申請されています。残念ながら、爆発的なヒット商品にはなっていない、その原因に「ヘルシーD.O.」の認知の不十分さがあると思います。「どこへ行ったら買えるの?」と聞いても誰も答えられないようでは困ります。ちゃんと売る仕組みや伝える仕組み、全体を考えないと駄目ですね。私が今、提案しているのは、例えば、ツルハさんやサツドラさんのような道内のドラックストアとコラボして、ちゃんとコーナーを作り、道民に伝えるべきということですね。また、「ヘルシーD.O.」の場合、一つひとつの製品に具体的表示〜例えばストレス緩和に効果がある、かぼちゃの種で頻尿が改善する〜などを書けませんか、買いたい人が情報を得られるようにデータ・ベース化を図り、その上で商品を流通させることも大切だと思います。

重要な作物のストーリー性

いずれにしても「道産素材は、栄養的にすごい、機能性もすごい、美味しさもアップ」しています。それに加えて、私大事だと思っているのはストーリー性です。次にそれぞれの動きについて具体例をご紹介します。

栄養価がアップしたという点では、ジャガイモの新品種「キタアカリ」はビタミンC含有量が今までのジャガイモの1・五倍位になっています。私達は実験をやっているからこういことが分かりますが、一般の消費者にはきちんと伝わっていません。「キタアカリ」が出てきて、「男爵」の系統らしいが食べた結構美味しいというレベルで終わっている。そこに「ビタミンCが多い」という情報を一緒に伝えることによって購買の意欲が変わってきます。私たちは「いかに良い物を選ぶ力を身に付けるか」という観点から一般の方々(消費者)に「食

育」を展開し、しっかりとした情報提供を合わせて実施することの重要性を認識しています。

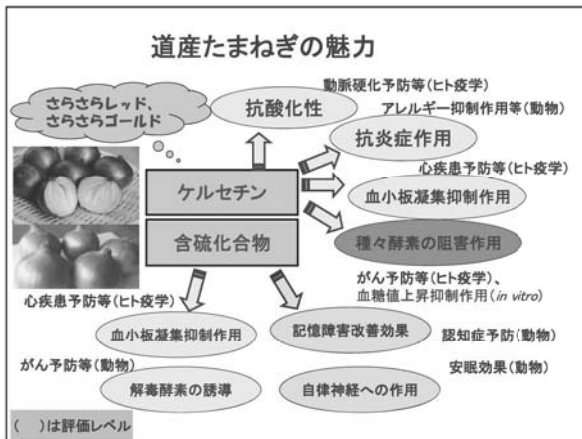
また、「インカのめざめ」という品種をご存知と思いますが、メチャクチャ甘いジャガイモですね。大きさは小さいけれどお菓子屋さんなどはすごく喜んで買っていくようになりました。かつての北海道農業試験場、現在の北海道農業研究センターにジャガイモ博士と言われた梅村さんがおられ、一緒にジャガイモの成分変化の研究をしたことがあったのですが、『インカのめざめ』がなかなかバイヤーさんに買ってもらえない」と、悔しがっていました。ところが今では「どこに売っているのか」となっています。付加価値がちゃんと伝わった成果です。どこに付加価値があるか、それを伝える仕組みが大事だと思っています。

最近、「インカのめざめ」から「インカのひとみ」に改良が進みました。また、赤色や紫色のアントシアン色素が入った「インカレッド」や「インカパープル」

も出ました。これらは健康効果の付加価値が非常に高いと思います。当時の北海道農業試験場が開発した品種ですが、そこに食品メーカーの浅田飴が関わっていました。何故、浅田飴が関わっていたか。

実は、浅田飴は目に良い商品を作ろうと、その効用があるアントシアン色素を効率良く含む作物を探す中で、赤色、紫色のジャガイモに辿り着いたのです。現在は、もっと効率よくアントシアン色素を含有する「シャドークイーン」や「ノーザンルビー」に注目が集まっています。このようなカラフルなジャガイモは観光客に大変喜ばれます。以前、札幌駅の北口近くのレストランで、ただ茹でただけのジャガイモに品種名を書いた旗を立てて出していたメニューがありました。お連れしたお客さんは大いに喜ばれました。タマネギも、よく研究されている素材の一つです。とくに、機能性の面から「ケルセチン」と、臭いや涙のもととされる「硫黄化合物」の健康効果が、動物や人を使って研究されています。私の研

究室でも、消化酵素の阻害作用に注目し、タマネギにはでんぷんを消化する酵素の働きを阻害することで血糖値の上昇を防止してくれるという結果が確認されています。私の大学の後輩で、栗山町でタマネギの育種研究所を営んでいる岡本大作氏は、ケルセチンが豊富な品種「さらさらレッド」と「さらさらゴールド」を栽培していますが、大手メーカーさんとコラボ



ポしてドリンク系製品に加工しています。これはこれで良いとは思いますが、加工、流通も地元で展開できると、もっとお金がかかるとは思いません。残念ながら今はそこに至っていません。タマネギはこれからもますます研究対象になると思います。

現在、私のところでは、道立北見農業試験場で改良された品種「ゆめせんか」も研究素材にしています。この品種は、加熱しても褐色にならない特性を持っています。何故そのようなものが必要かという点、例えば、大手食品メーカーでホワイトシチューのレトルトなどの加工品を開発する時、色が付かず真っ白なままというのはすごく良い特性になります。期待どおり、大手メーカーさんが注目してくれて、一緒に研究させていただいています。タマネギは、まだまだ伸びる余地があり、注目されますね。

それから、ホウレンソウ。北海道は寒いから、冬に野菜づくりは困難、というのを逆手に取った「寒締め」です。盛岡

の東北農業研究センターで始めた栽培法ですが、それを北海道農業研究センターでやってみたら、糖分とビタミンCがものすごく増えることが確認されました。皆さんもご存知のとおり、今、ホウレンソウは一年中生産が可能となっております。

ところが、ホウレンソウのとくにビタミンCは五〇年ほど前の三分の一度まで下がっています。何故か。実はホウレンソウは元来、冬の野菜です。したがって春や夏、秋に収穫すると旬ではなく、十分な成分を蓄積せず、糖分やビタミンCが低下します。最新の成分表では、夏採りの場合の一〇〇g当たりビタミンC二五mg、冬採りの場合は六〇mgとなっていますが、私たちの調査では、夏採りではさらにその半分位となっている場合も少なくありません。夏のホウレンソウが悪いということではなく、夏の場合は栄養価が低くなっている状況を理解し、意識的に多目に食べないとだめというように、正しい情報をネガティブではなくポジティブに伝えていくことが大事です。そ

れが「食育」の大切なところでは。「寒締め」にするとビタミンCは三倍位になり、その値は五〇年位前の成分表に載っていたビタミンCの値に匹敵します。その頃、ほとんどが東洋系の品種でビタミンCも多く、サクサクしたものでした。

しかし、今は春夏にも作れる西洋系品種も増え、またビタミンCが減ってしまう。長距離輸送も流通では一般的になって拍車をかけていると考えられます。私は地産地消の大事さを話す時、このホウレンソウのビタミンCの変化を取り上げます。近くで収穫されたものをできるだけ短時間で食べたなら栄養的に有効である、遠くで収穫されたものが時間をかけて運ばれてくると、見た目には分からないが「実は中身が半分くらい」になっている可能性もあるということです。その辺のことも消費者は、しっかり理解するようにならないかもしれません。

米と蕎麦 — 穀類

これも皆さんご存知のとおり、道産米が美味しくなりました。品種改良が進み、指標の一つであるアミロース含有量の低下が実現し、「コシヒカリに匹敵すると言われるところまできました。しかし、その中で「ゆきひかり」は残っていて、米アレルギーの患者に良いという別な意味での付加価値を持っているからです。□
□³ミで患者の間に広まり、一定の生産量を維持しています。更にもう一つ。「血糖値の上がらない米」を探している中で、アミロース含有量の多い米が浮かびあがってきました。昔、美味しくないと言われた道産米、実は血糖値を上げ難く、その点で健康的な米との見方もできるようになります。最もアミロースの多い米はインドで食べられているインディカ米です。アミロースがものすごく多く、血糖値は上がり難いのですが、日本人にはなかなか馴染まない。食味だけを追求し、ど

んどんアミロースを下げていくと糖尿病が増えるリスクが高くなる可能性があり、高アミロース米もちゃんと作っておかないといけないのではないかと思います。

それから蕎麦です。今、私のところで韃靼蕎麦を研究対象としていますが、これもかなり広がってきました。ただ、東京で「蕎麦はどこが有名か？」と聞くと圧倒的に信州と答えられるでしょう。北海道とは、ほとんど誰も言ってくれませんが、最近、新橋付近では「幌加内の蕎麦」もやっと知名度が上がってきましたが、まだまだ少ない。また、韃靼蕎麦も今までの主流は「北海T八号」という品種でしたが、最近、苦味の余りない「満天きりり」が開発されて、韃靼蕎麦への注目度も上がっています。しかし、私のところで苦い成分にでんぷんを消化する酵素の阻害を介して血糖値上昇を抑える働きを見出しています。苦い成分に高い健康効果があるということを考えて、苦くない「満天きりり」にはちょっと疑問を持ちます。全く否定はしませんが、黄信

号です。とりあえず韃靼蕎麦の認知度が広がっていくのであればいいのですが。

蕎麦はタンパク質が豊富で、栄養価に富み、高血圧に良いカリウムも豊富な優れたものです。高血圧にはルチンが良いと言われてきて、蕎麦屋に行くと「ルチンは高血圧に良い」とのポスターを見かけました。しかし、残念ながら蕎麦屋で食べる蕎麦にはルチンはほとんど含まれていません。普通蕎麦の場合、種実にはルチンを含みますが、製粉して、加水して、麵をつくり、茹でて食べる頃はほとんど残っていないのです。ルチンが高血圧改善に効果を発揮するには40〜50mg摂取が必要とされていましたが、今はその量でも有意な効果と認めなくなり、まして数mg程度の残量では効果を期待するのは無理です。

韃靼蕎麦には、ルチンが普通蕎麦の100倍ほど入っています。だから茹で汁が真黄色になります。麵も苦味があります。しかし、ルチンが高血圧に有効かというところでもないことが分かり、では、

普通蕎麦は高血圧に有効ではなかったの
でしょうか。実は、最近、ルチンと異な
る有効成分が見つかってきました。その
成分の含有量は普通蕎麦も韃靼蕎麦も変
わりません。韃靼蕎麦は血糖値を上げに
くく、また高血圧の改善に有効な蕎麦と
して、これからますます注目される可
能性があります。麵だけではなく、どのよ



うな加工品を作っていくのが今後の課
題と言えます。

トマトや野菜・小果実

トマトも全国的にすごく研究が行われ
ている素材です。トマトは昆布と同じ旨
味成分のグルタミン酸を含んでいます。
有機質肥料を入れて栽培するとグルタミ
ン酸量が増える傾向を見出しましたが、
それよりも注目されているのが、近年、
高血圧やストレスの改善に有効性が確認
されているガンマ・アミノ酪酸、通称
「ギャバ」です。これはいろいろな素材
に含まれていますが、簡単に摂れるのは
トマトです。それだけにトマトは非常に
注目される素材であり、今、その加工品
がたくさんあり、競争率も激しい市場で、
いかに差別化していくかが重要となっ
ています。

四年程前、京都大学の先生が「トマト
の中にメタボを解消する成分を発見し
た」と学会で発表し、話題になりました。

その先生は動物実験の結果を発表したの
ですが、インタビューしたテレビ局は
「動物実験の結果を人に例えると、どれ
位の量を摂れば良いですか」と聞き、
「換算すると毎食コップ一杯ぐらいのト
マトジュースですかね」との回答が、い
つの間にか「毎食、コップ一杯のトマト
ジュース」だけが独り歩きし、全国的に
トマトジュースが消えるという事態を招
きました。

その他、今、北海道の野菜や、小果実
のアロニアやハスカップなどが注目され
ています。その背景ですが、生活習慣病
として動脈硬化が増えている中で、その
原因に悪玉コレステロールから生じる
「本当の悪玉」が指摘されており、逆に
「悪玉が「本当の悪玉」に変わらなければ
問題ない」という話があります。そのため
には小果実や野菜に含まれているカロテ
ン類、ポリフェノール類のような成分を
しっかりと摂ることが重要とされています。
これは、お茶ノ水女子大学の近藤先生の
グループが行った研究で、フランス人は

悪玉コレステロールをたくさん持っているが動脈硬化が少ない。何故か？フランス人は何を食べているのか？何を飲んでいのか？いろいろ調べたら野菜、果物をいっぱい食べている。

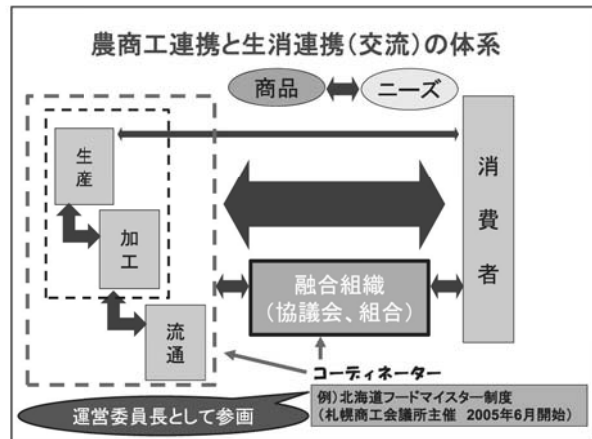
それともにもう一つ決定的だったのは赤ワインです。赤ワインには悪玉化を進めない強烈な成分（ポリフェノール）が入っていました。その情報だけが入ってきて「赤ワインは動脈硬化を予防する」というポスターが酒屋に貼られ、「赤ワインは体にいい」と飲み始める。飲み過ぎれば肝臓を痛めるのは間違いないのに。動脈硬化は防いでも肝硬変になりますから、どっちを選びますかということになります。しかし、野菜や小果実の成分なら大いに注目しても間違いないところです。

北海道では 「農商工連携」が重要か

このように全道各地にいろいろな素材

があり、それをブランド化し、地域興し、元氣創りに繋げたいという相談がいくつもありました。確かにブランドは品質保証にもなりますし、差別化も出来ます。プレミアム、ロイヤリティもありますので販売促進効果は期待できます。しかし、打ち上げ花火的にポーンとやり、すぐ終わってしまうようではものにならない。いかに継続して取り組んでいくかが重要で、言うほど簡単ではありません。「本当にやる気があるか」「本当に何がしたいか」が大事だと思います。

それとともに、総合的に考えなければなりません。観光資源や環境、打ち出したい食などを総合的に考えることです。そして、「ブランド」を作った時、それが本当に消費者、ニーズに合うかどうか、非常に大きな「カギ」となります。そのための有効な手立てをどうするかを真剣に考えないと、作ったはいいが、誰も見てくれない、触れることもない、情報も伝わらなければ、誰も買いに来てくれないともなりかねません。



「六次化」でも同じことが言えます。特に北海道は、周りに人がいっぱいいてちよつと発信すれば、大勢の人が集まってくる関東とは違い、環境的には結構厳しい。

そこで、私は農商工連携が大事だと思いますが、それをどうやって築いていくか、何度も言いますが、北海道は本当に加工が弱い。それに流通面での課題もあ

ります。この辺の「連携」をどう作っていくかが大事だと思います。生産者と消費者とが直接結びつくのも全然構いませんが、それにはやっぱり限界があります。そこをコーディネートする仕組みを、どう構築していくか。いろいろなパターンがあると思いますが、そこがこれからの「カギ」かなと思っています。

消費者ニーズは多様ですが、それに合った商品をつまく届けていかなければなりません。北海道では過去に、「一村一品」運動が展開され様々な商品が供給されました。しかし、供給はしたが「それ、誰のニーズなの?」「誰が買ってくれるの?」と聞くとも誰もしつかり答えてくれない。それではいくら良い商品を作っても自己満足、結局、売れないで終わってしまう。したがって、いかにニーズを掴むか、そのニーズに対応したものをどう作っていくか、更に「連携」をどうしていくかが、これから大きな課題になるのではないかと思います。

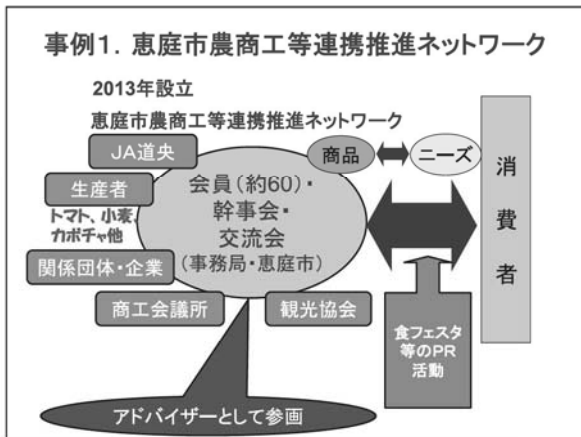
「連携」に関して「北海道フードマイ

スター」制度について触れておきます。私が運営委員長をやっていますが、今、三、〇〇〇人くらいの資格を取得した人材がいます。しかし、折角資格を取ったのに「何かできることはありませんか」という状態になっていきます。北海道の素材の特性をしつかり勉強した方々ですから、これではもったいない。この方々を活用しながら、加工業者、流通業者、消費者との連携を模索していくことが重要で、その中から消費者ニーズにマッチングするものが生み出されるのではないかと思います。

具体例として、五年程前から相談を受け始めた恵庭の農商工連携の話を見せていただきます。恵庭はかぼちゃが有名で、また道内稲作（水稻）の発祥の地とも言われています。

市役所の方々にまずお会いした時、例えば「東京へ行く時、持っていくおみやげがない」と言う話になり、昔からあるかぼちゃを使ったスイーツのようなものを作れないかと言うことになりました。

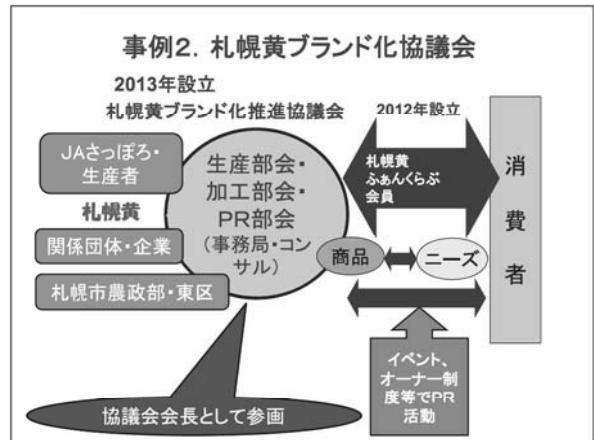
いろいろ相談し、JA道央、生産者、関係団体、学校、それに企業、商工会議所、観光協会などをメンバーとした農商工の「ネットワーク」を作ることになりました。現在、会員は六〇社ほどで、幹事を置き年一回、交流会を開き商品開発に関わる情報交換をしています。今、力を入れている一つは「余湖農園」の調理用トマトです。



また、小麦の精麦工場が恵庭にできたので、小麦も売りにしたい。更に、かぼちゃも大事に行きたい。ということとで、この「ネットワーク」で動いています。いかに消費者に繋げるかという面です。「えにわ食農交流フェスタ」を開催し、今では恵庭はもろろん千歳や北広島などから四千人もの人々が集まる一大イベントになっています。そしていろいろな商品が生まれ、新聞などでも記事として掲載されています。

「札幌黄ふあんくらぶ」に なろう

二二二目の例として、札幌市農政部からの依頼で始めた「札幌黄ふあんくらぶ」を紹介します。このままでは札幌黄が消えてしまう。「何とか残したい」と二〇一二年に旗揚げしましたが、今では全国的に「ふあんくらぶ」が広がり、二、〇〇〇人ぐらいのファンが集っています。さらに、それをベースにしながら加工品



を作り、更に札幌黄をPRしようというとなり、農林水産省の目にもこの動きが止まって「補助金を出すから協議会を作り推進して欲しい」という要望を受け、「札幌黄ブランド化協議会」を作りました。今、協議会内に生産部会と加工部会、PR部会を作り、JAさっぽろと生産者、関係団体、それに企業、札幌市農政部との連携の下で活動しています。札幌黄を

使った加工品としてラーメン、ピクルス、スープなども生まれてきています。

「札幌黄ふあんくらぶ」、「札幌黄ブランド化協議会」の動きの中で、どうしても触れておきたいのは「オーナー制度」です。代金を前払いしていただいた方には、確実に札幌黄を届けるという仕組みです。何故、そんなものを作ったのか。折角「ファンになってふあんくらぶに入会しても、札幌黄を買えない」との声が会員の方から寄せられたからです。スタートした二〇一三年には一〇kg送料込で二、六〇〇円と決して安いとは言えませんが、一、一九五〇とすごい反響でした。しかし、その後、三、〇〇〇円、四、〇〇〇円と値上げしたところ申し込み数が減ってきましたが、趣旨を理解してくださる真のファンに絞られたと理解しています。会員でなければ申し込めませんが、当初、「ギフト」に申し込む方もいて、実際の送付先から「なんでこんなものを送りつけてきたのか」と叱責を受けたこともありましたが、確かにF

1とは違い、札幌黄は形もバラバラで、もしかして「二級品」「八ネ品」、あるいは「怪しい商売」と間違えたのかも知れません。次の年からは会員ご本人のところにしか送らないことにしました。

また、協議会でタマネギの日を作ろうと「いいオニオン」の日として「一〇月二〇日」を定め、二〇日を含む一〇月の週の土曜日、「まじらんど」においてフォーラム、カレーパーティーなどを実施しています。一〇月一〇日はトマトの日ですが全国トマト工業会で決めたものですが、チョコレートを贈るバレンタインデーもお菓子屋さんが勝手に決めたものでしょう。「誰が決めたの」と怒られることもないので、「タマネギの日」も同じだと思っています。ただ、こういう日を決めて何かやるということはすごく大事だと思っています。何かの素材で、みんなが注目する日を決める。例えば、ヨーロッパでもある日になるとトマトの料理を皆で食べる習慣が残っている。そういうことを大事にしていくことも必要だと

思います。

小学校の教材として「札幌黄の冊子」も作られることになりました。北海道新聞でも取り上げられ、生産者も結構増えて、札幌黄も少し盛り返しました。あまり盛り返すと、希少価値性が失われますので、生産者が嫌がらない程度にやっています。最近では空知や日高や北見でも札幌黄を作るようになってきたので、「一体、何が札幌黄なのか」をはっきりさせる時期にも来ていると考えています。しかし、遣伝子レベルで「札幌黄はこれまで」としてしまうと、代々作ってきた生産者が嫌な思いをする可能性もあるので、慎重にやらないといけないと話しています。実際に、札幌黄の栽培コンテストで、「真っ白なタマネギ」を持って来る人もいました。変異種でしょうが、代々作ってきた「札幌黄がどうなっているか」、「本当の札幌黄とは何か」分からない難しさが今、出てきています。

また、「札幌大球」というキャベツの応援隊も作っています。まじらんど、「札幌

大球」だけに留まらず、「八列トウモロコシ」のような伝統野菜を守り、PRする活動にも取り組んでいます。「札幌大球」でもオーナー制度を去年から始めました。しかし、一〇kg以上あるキャベツを直接送るわけにはいかず、北日本フード株にお願ひして「ニシン漬」にして送っています。去年二二二〇、今年三三二〇と申し込みが増え、手応えを感じています。ニシン漬は好き嫌いがあるので、一気にとはいかないと思いますが、他にも、お好み焼の「風月」さんが注目してくれ、期間限定で使っていたただけのまじらんどになりました。

「コープさっぽろ」 取り組みの紹介

三つ目の私に関わっている取組例として、コープさっぽろの食育研究会、「食べる・たいせつフェスティバル」実行委員会、農業賞を紹介します。

食育研究会は設置されて三年程になり

ます。当初は生産者も入っていましたが、

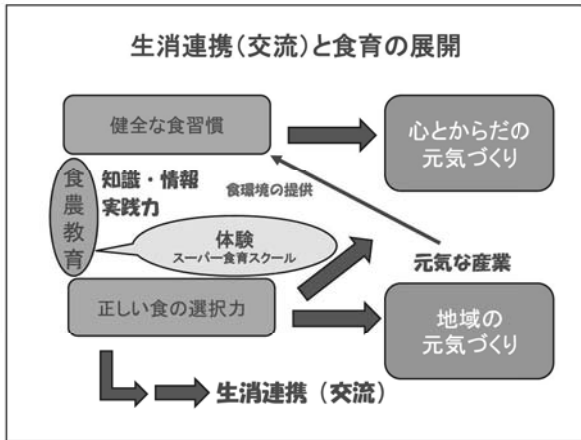
今は企業や北海道内の食育関係者が中心で、毎回、二〇〇〜三〇〇名の方々の参加の下、生協独自の実践的なプログラム構築を目指し、様々な食育事例紹介や情報交換を行っています。また、「食べ・たいせつフェスティバル」は釧路・旭川・函館など、全道各地で展開していて、それぞれに数千人規模の来場者がありますので、そこにブースを構えるだけで、いわば充実した生消交流が可能となります。こんな機会はめったにないので、各社、各団体の関心が高まっています。農業賞も、新しい時代に相応しい農業者の取組を受賞の対象とし、組合員（消費者）が生産者とどう繋がっているか、逆に消費者が生産者をどのような形でサポートしているかという点にもスポットを当てることを検討してきました。前回（第九回、二〇一四年実施）の農業賞では、実践的な生消交流の取組をクローズアップ・表彰し、今後も組合員に広く伝えるとともに、交流の一層の活発化を

現していることとしています。

いずれの取組も広い意味で「食育」の一環と言えます。「食育」は大人から子供まで正しい食習慣、正しい食の選択力などを培い、身につけてもらうことそのものです。「どういう食べ物を選ぶか」、その力を身につけてもらうことがとても大事だと思います。このような力・能力を身につけるためには「食農教育」、つまり生産現場の体験を通して養成していかなければいけません。単なる座学で知識や情報を得ても、なかなか身になりませんし、本来のものになっていきません。そこで、国も体験を中心とした「食育」の重要性を強調しています。「食育」がスタートした時は、まず「食育ってなに」ということの「周知」を目的にしたのですが、第二次計画では「周知から実践へ」がスローガンになり、今、第三次計画では「さらに実践へ」を掲げています。

なが、北海道は非常に環境が恵まれており、本当の生きた「食育」が展開できる環境にあります。文科省は、生産者に学校に来て頂く「生産者・小学校」協力の食育、「スーパー食育スクール」を推奨し、二〇一四年全国三〇校ほどが指定されスタートしましたが、北海道で指定されたのは東神楽小学校の校一校だけでした。なぜもっとエントリーし、認定されないのか不思議です。全国的には秋田も頑張っていますし、総合的には長野が先進的です。平均寿命で沖縄が一番の時、北海道は下位の方でしたが「まあ、しょうがないか。沖縄は温かいし、交通事故少ないし、野菜もずっと一年中あるし」と納得するしかありませんでしたが、今、一番は男女ともに長野で、北海道は三十分目でしょうか。これをどう説明すればよいか、私は、北海道の「食育」の力不足があると思っています。

長野県では、宴会が始まって「三〇分は皆ちゃんと食べよう」、そして「残り一〇分になったら皆、残さずに食べよ



「う」といった運動も積極的で、「フードロス」対策を実践しています。今度、札幌市でも同様な運動を推奨するそうです。塩分摂取量は長野の方が多いいにも拘わらず、野菜摂取量が非常に多い、これは食に関する教育が徹底しているからではないでしょうか。

「食環境」面では北海道には元気な農業・漁業と生産者がいます。元気な生産

者の方々の協力を得て近所の小学校とのコラボレーションを組んで頂き、効果的な「食育」が展開され、正しい「食の選択力」が身につく、更に、「生消の連携交流」が深まっていくことを期待します。イタリアでは、生産者の方々が非常に積極的で、消費者をどんどん自分の農場に招き入れ、「生消交流」をやっていることので、コープさっぽろも視察に行っていました。私は行っていませんが、報告書・DVDを見せて頂き、「すごいね、ここまでやっているのか」と感心し、札幌市の学校給食担当者に「イタリアの食育」を紹介し、「ここまでやっているの、札幌市だって負けないでー!」という話をしています。生産者として消費者とコラボレーションできるものがあるはずですよ。ぜひこのようなことを意識していただければと思います。

一〇回目(二〇一七年)の農業賞の受付がスタートしましたが、前回、第九回の「交流賞」のトップ、「札幌市長賞」は「多田農園」でした。「多田農園」は

葡萄の生産者でもあり、他方、障害者をサポートし、我々がやっているような葡萄のオーナー制度も展開しています。オーナーになればワインを届けているそうです。外国からも視察があるほど、本当に多様な交流に取り組んでおられることに感心しながら帰ってきました。第九回の「交流賞」の応募数が二八で、予想より多い数でした。漁港に子供たちを呼んで燻製作りをする取り組みの応募もありました。まさに、生産者と消費者の距離を近くする交流のあり方だと思います。ただし、私は北海道の地域性から考えると、生産者と加工者、それに流通が上手に「コラボレーション」し、消費者とつながるような、そういうスタイルの方が北海道には適していると思っています。

今日は、自分が関わってきた「生消交流」に関する事例を中心にお話させていただきます。ご清聴どうもありがとうございました。