

**第3部** 座談会

# 質問！食文化による地域活性化に “本当に”必要なものはなんですか？

## 「日本食文化ナビ」 検討委員によるナビゲーション・トーク

出席者： 竹村 真一 京都造形芸術大学教授 戎谷 徹也 (株)大地を守る会生産部部長  
藤井 大介 (株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニー代表取締役  
細川 モモ (社)Luvtelli Tokyo&NewYork代表理事 藻谷 浩介 (株)日本総合研究所調査部主席研究員

### 世界が求める価値を持っているのは、 実は地域の伝統食。

**竹村** 「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されたのは、これからの地球人の食生活のソフトウェアとして、日本食が地球全体にも役に立ちうるという可能性が評価されたのだと思います。私なりの言い方をすれば、70億人が生きる宇宙船地球号の食のOS(オペレーションシステム)として引き出せるものが日本食にはたくさんあり、重要なのはその宝を、実は地域の伝統食が持っていること。それを再発見する機運が世界で加速する大きなチャンスだし、地域に眠っている宝が数多く見つかってほしいと思っています。

一方で、日本人の食生活の内実はどうかということ、お寒い状況もあるわけです。都市生活者を中心に、一汁三菜の伝統的な食生活がだいぶ失われている。米の消費量も50年前の半分で、物理的に減ってきただけでなく、ちゃんと調理をして食事をすることが少なくなってきている。私たちの食生活から日本食のOSというのが消えつつある。「和食」が無形文化遺産になっても、日本人の食生活がそれに値するものであるかどうかがいま問われていると思います。

いまここで私たちが日本人の食生活を再構築していくという作業をしない限り、20年後30年後の日本人と日本社会のサステナビリティはさらに大きく壊れていくことになるのではないかという危惧を私は持っています。今回の「日本食文化ナビ」とはそういう危機意識も踏まえながら、もう一度、地域の食生活を再構築していこう、その宝を再発見しそれを未来、次世代につなげていく大きなムーブメントを起こしていくことだと認識しています。

いずれにしても私たちは戦後68年、食というものを軽視する社会を作ってきたのではないか。グルメ的に日本食が注目される一方で、実は若い世代の中で食に対する関心が必ずしも高

くない。社会全体が食というものに価値をおかない、食べる営みに価値をおかない社会を作ってきた。工業に対して農業、働くことに対して食べること、そうした暮らしを軽視する感覚からの組み替えが求められています。

そうしたことを踏まえつつ、日本人の食生活のいまの状況下で、食を介して地域を元気にしていこう、地域づくりに取り組んでいこうという時に何を考えなければいけないのかということをお話いただければと思います。まず日本食というものをどういう視点から捉え直せばいいのかということ、予防医学がご専門の細川さんから。

**細川** 日本食の価値を、特に日本人としてではなく地球人の食としてのOSという視点で俯瞰してみると、6点あるかと思っています。

1点目が、世界中の人々を健康に出来るということ。特に欧米の高脂肪の食生活をしている方々が日本食によって肥満を防げ、健康になれるのではないのでしょうか。これからアジアの国々が豊かになり、子どもの健康や国民の健康を考える上で、日本食を支えてきた栄養学が普及して、それは途上国、先進国含めて世界中の人々の健康への道を開く。ひいては医療費の削減、介護予防問題など、社会的負担の軽減になると思っています。

2点目としては、日本食というものはコミュニケーションを育むという点。海外の方々が日本食の価値を感じる、そのひとつが「いただきます」と言う習慣。誰かが作ってくれたことへ感謝して食べるのは日本食の特徴。現代が抱えているうつ病や心の病気の背景には、みんなで食べる、家族で食べるという場が失われてしまったことがあるのかなと思うと、世界の人が日本食で、コミュニケーションが円滑に行われれば、非常に優れたコミュニケーションツールにもなると思っています。

3点目に、技術。世界に出ると日本の技術のすごさというのはひしひしと感じます。国内にはなかなか自分達の器用

## PROFILE



竹村 真一  
京都造形芸術大学  
教授

文化人類学、環境、食など幅広い領域で活動。マルチメディア地球儀「触れる地球」プロデューサー。環境セミナー「地球大学」主宰。「コメ展」ディレクション。



戎谷 徹也  
(株)大地を守る会  
生産部部長

一般財団法人生物科学安全研究所評議員。共著に『地球大学講義録-3.11後のソーシャルデザイン』他。



藤井 大介  
(株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニー代表取締役

中小企業診断士。農・食を軸にした経営支援・講演活動に従事しながら、飲食・惣菜事業を経営。また、(株)大田原ツーリズムの代表取締役として地域活性化に従事。



細川 モモ  
(社)Luvtelli Tokyo&  
NewYork代表理事

予防医療コンサルタント。東京とNYに支部を構える医療と食の専門家から成る予防医療プロジェクトチーム「Luvtelli Tokyo&NewYork」代表理事。



藻谷 浩介  
(株)日本総合研究所  
調査部主席研究員

地域振興や人口成熟問題に関し精力的に研究・著作・講演を行う。近著に「里山資本主義」「デフレの正体」「金融緩和の罠」など。

さを自覚することは出来ませんが、世界から見ると、すごく手先の細かい作業をする民族だと思うので、包丁裁きや職人芸も文化のPRになると思っています。

4点目には、地域食文化が豊かで、きちんと多様化をとげてきたからこそ食に携わる従事者が多く、産業がそれだけ発達していること。もみじ一枚が産業になる国はなかなかない。他の国々も地域食文化を持つことによって産業を起こし、経済を動かすいいお手本になるのではないかと思います。

5点目は自然環境ですね。天日干しや発酵は、そこに棲んでいる微生物や太陽がもたらしてくれる。魚の種類で言いますと日本は世界トップクラスで、魚介の種類を加工が支えている国です。自然をどう食に生かすかということでも非常に長けている歴史を持っていると思います。

6点目に、今は崩れかけていますが継承の歴史。地域の食文化はなぜ残ってきたのか、それが祭りや行事として、例えば核家族ではなかったから残ったのか。日本人に日本食を受け継がせたものは何だったのかということがわかると、これから食文化の変化に飲み込まれていく多くの国々が自国の料理を、食の味をどう守るかという時に、きっと日本が参考になるはずだと思う。

**竹村** いい整理をありがとうございます。3点目の職人、技術ということも逆に言うと、かつお節にしてもそこまで仕込んでいからこそ素人でもいい出汁がとれる、それが大衆性ということにもつながってくると思う。フランス料理の場合、一流シェフと一般の家庭の差が大きいわけですが、一流の和食職人に匹敵するとは言わないけれども、それに準ずる出汁が素人でもとれるということは、職人の技術が支えている。それも7番目の特徴に上げてもいいかもしれません。参加性が高いということ。

**藻谷** 加えてもう一つ、日本食には適応力があります。歴史の

中で大きく変化してきているのですが、筋を壊してはいない。新しい食材や調理法を取り込む力が高いのが特徴なんです。もともと日本原産の食材はものすごく限られていて、魚はいっぱいあるが、野菜は少なかった。かぼちゃの煮物がおふくろの味になったのは大航海時代以降だし、肉じゃがは明治になってからです。よくクイズで「信長が食べた可能性があるのはどれ？ 1ワイン 2チョコレート 3醤油餅」と聞くと、みんな「醤油餅」と答えますが、そもそも醤油は元禄時代に発明されたものです。甘みにしても砂糖が使えるようになったのはサトウキビ以降で、明治以前の庶民が口にできた一番甘いモノは干し柿だと思えますが、面白いもので日本人は干し柿を甘味料にするというやり方をせず、徐々に普及してきた砂糖を和三盆にし、食事に上品な甘みを加えていった。そうした変化する力が、日本食にはあると思う。

とはいえ根幹には、料理は米に合わせ、きちんと出汁をとり、そして大皿料理というよりは細かく分け、季節の食材を活かし、というようにいくつかの基本OSがある。そこが日本料理のいいところ。今後変わっていきいけれども根幹のOSを崩すようなやり方はいけない。境界線を引くのは難しいが、一線を超えたと思われるところは刈りこんでいく作業が常に必要だと思う。

香料や化学調味料の使用は一線を超えています。煮干や昆布だけで、あるいはかつお節だけで出汁が出るのに、そこにあえて合成した調味料を入れるのは日本食の根幹を崩すものでしょう。そこは刈り込んでいくべきです。

**戎谷** 重要な視点だと思いますが、刈り込む際には、ただ「悪いから」と善悪の価値二元論で進めないようにしたいですね。そこで育まれた文化のおおもとを取り戻す方向にナビゲートしたい。元来日本人は、外から入ってきた目新しいものが好きですね。しかしそれを異分子として眺めるままにせず、自分たち流に取り込み、絶妙に作り変えてしまう力を持っています。今やラーメンは中国より日本の方が美味しいと言われたりする

わけですから。それこそ編集力だと思うのですが、逆に言うと、取り込んだものの危うさを解析する慎重さ、あるいは警戒する保守性、頑固に伝統を守るといった思想が、食に関しては意外と弱いんじゃないか。それでも生活と経済圏がまだローカルであった時代なら、地域の気候風土に適應した素材はその土地の文化の構成要素として融合されていくわけですが、すごいスピードでグローバル化が進み、食が工場で生産され、化学合成品が次々と生まれてくる時代にあっては、異分子を受け入れて巧みに育て直す姿勢が、逆に風土とマッチしていた文化をあっという間に崩壊させてしまう因子になってしまっている、そんな気がしてならないです。それによって、知らない間に地域の自立性と持続可能性と健康まで失われつつあることを、今私たちは慎重に見極めなければならない状況かと思えます。その気づきから、自分たちの手で刈り込む力と編集力を取り戻す、そんな方向に進みたいと思います。

**藤井** 地域を元気にしていくというときに、地域では目の前の利益を追うことが中心になってしまっている。そうした背景があるからこそ、日本全国で、日本食の本当の良さ、日本食はなにということをはひとつひとつ知ってもらうことが重要だと思います。そこにある在来種や、伝統の価値や、そもそもそこにいる農家さんと生産物の特徴をひとつひとつ洗い出しをせずに、逆に売れるもの、人気のあるものを持ってきてしまう。そういう価値観自体に根本的に問題がある。食や地域に関わる人たちにこの考え方から伝えていくというところが必要かなと思っています。

**藻谷** それは6次産業化を進める際にも重要な視点ですよ。地元の1次産品を地元の2次産業が加工して、地元の3次産業がなるべくブランド化して売らしようという、1×2×3の発想が本来の6次産業化なわけですが、これが逆に3×2×1型になってはいけません。流通業者が主導権を握って、地域産ではない原材料を調達して売り上げを増やそうとする動きです。うどんやラーメンが典型で、地名が付いているが、地元産の原料を全く使っていないものがいっぱいある。このような3×2×1では、売り上げ増加が地元の農業振興にはならず、地域の食文化で地域振興するという本来の目的はどこかに行ってしまう。

**藤井** その話は、栃木県でも同じことがあって、かつては日本でも誇る生産地だった。しかし、2次の加工流通業者が強くなって、いま海外から材料を持ってきて、地元の農産物が弱くなってしまっている。売れるということでは、細川さんが言われたハイファット問題もあります。肉や揚げ物、ラーメンなど、地域が打ち出す食のカロリーが、最近非常に高くなってきている。そもそも日本食で、旨味が大切にされてきたのは、日本には食材が豊富にあったわけではなく、逆に野菜や魚を中心にローファットだか

らこそ旨さをどう引き立てるのが追求されてきたからだと思う。だからそこに旨味成分というのが出てきた。ですから、「売れるハイファット」に行くのではなくて、より日本食というものを理解した上で、旨味を取り入れながらどうローファット＝健康を考えていくのか、伝えていくのかということが重要なのではないかと私は思っています。

**戎谷** 文化という言葉も多様に使われますが、食文化という場合は、土台とつながっていてこそですよ。例えば、福島県喜多方市はラーメンの町として有名で、私も行くと必ず一杯は食べてしまいますが、地元の人に「この地の食文化は？」と尋ねた場合、おそらくラーメンとは答えず、会津の伝統料理を挙げるんじゃないでしょうか。この違いを僕なりに考えると、小麦の輸入がストップしたらラーメン街は即存亡の危機に陥るでしょうが、どっかい会津は生きていと言わせるものであって、地元への矜持のようなものが心象に受け継がれているからだだと思います。だからこそ来訪者に、昼はラーメンでも夜は会津の郷土料理を食べて帰りたい、と思わせる力がある。また造り酒屋は、とても地元の米と水にこだわっています。その土地の文化の土台がしっかり受け継がれていると、環境や景観を大切にしようという意識も自然と身についていくのではないのでしょうか。

**竹村** 四季に恵まれていて、いい風土だとか、これが日本食を育てているという反面、実は日本の風土、国土は扱いづらい荒ぶる自然だった。地形は急峻過ぎて、降る雨は多いけれども洪水と渇水を繰り返す。そこをうまく灌漑し水田を作り、水の豊かな国に変えてきたのは人の力ですし、決して豊かとは言えない食材から旨味を引き出して豊かな食へと価値を引き出してきたのも人の力です。地元にはいい産品がある、だからこれをただ出そうというだけで終わるのは日本食ではないというメッセージにもつながってくるんですよ。

**藻谷** 先ほど細川さんが産業の裾野が広いとおっしゃったんですが、その中に例えば器の産業があり、昔のちゃぶ台や食の場にふさわしいいろんな家具を作る産業、葉っぱを拾って飾る産業もある。風土に合わせてしつらえをすることで文化になり、土地土地の自然条件が違うのでしつらえが微妙に違うからこれが非常に味わい深い。ファストフードチェーンの世界中でしつらえが同じというあり方の対極にあるわけですよ。

組み合わせで考えることで価値が引き出せるんですよ。その時に、藤井さんがおっしゃったのは、いつの間にか中核にあった食材が抜けてしまう問題。地元の農産物を明治以降大きな産業に育て上げてきたのが、いつの間にか中核の素材が外国産になって、関連の産業だけが残ってしまう。それでは食文化の空洞化ですよ。

**藤井** そうです。地元の農家は違うものを作ったり、やめてしまったということですよ。

**藻谷** やっているうちに段々本末転倒になっていく怖さですね。素材だけで、なんのしつらえもなければ周辺産業も一切ありませんというのも困るけれど、周辺がある程度いいところまで育ったけれど最後に肝心の素材が抜けて周辺産業だけになってしまうのも困る。ちょうど真ん中のところでどう止めておくかということが必要になる。

**戎谷** 人の暮らしに寄り添うようにあって、人の手によって食に融合してくるような形で、山の資源や海の資源が活かされてきたんだと思うんですが、産業となって切り離された時に、それはしんどい競争になってしまって、さらに遠ざかっていようになりますね。そして山も荒れていく。地産地消のコンセプトは、それをもう一度つなぎ直すものであってほしいと強く思っています。

**竹村** 考えてみれば、今の地域の特産品とか売り物になっているような食材あるいは料理文化というのは大体江戸期に、なにもないところから創出したものが多いですよ。だから、その当時ではクリエイティビティの塊であった。その過去のクリエイティブの産物を今我々がクリエイティブに扱っているかということがそろそろ問われてもいいのかもしれない。そういう意味では食材を作る方、あるいは提供者側の視点で言いましたけれど、食べる側の文化とか、食べる側のリテラシーも同じように日本の食文化を支えてきた。作り手ばかりでなくて、参加性ということでは食べる側と作る側というのはそれほど分離していない。食べる側のリテラシーは高かったというのは非常に大きかったと思うんですよ。その辺は現代でどうかというと、危惧される部分があります。

### 競争のなかで、地域の食文化が一線を守ることに意味がある。

**藻谷** 自由競争が行き過ぎると、食事も安かろう悪かろうの方向になって、食べ手のリテラシーが壊れがちです。それでは、地域文化も守れません。自由競争の中でもこの一線は守ったほうがいいですよ、と示すことに意味がある。そうしないとまさにアメリカで起きたように、国中で同じような味が好まれるようになり、産地の違い風土の違いに立脚した地域の食関連産業は壊れていくでしょう。

売れ筋の野菜が流行っていく背後で、在来野菜が消滅するというのもったいないことです。むしろ、在来野菜を高く売っていく、付加価値化するということをもっと真面目に追求すべきだ。明らかに多くの消費者もそれを求めていると思うのです。ただし、あまりに高く売ろうとすると、一般の人がかえって輸

入の大量生産のものしか食べなくなるという矛盾もあります。

**竹村** 安全・安心という言葉が、特に東日本大震災以降よく言われますが、本当の安全・安心というのは自分の頭でものを考え、自分の舌でものを見分けられる人間を作る、次世代を作る、そういう人間が生きている国が最も強靱な国だと思うんですね。

例えば激辛ブームというのも味覚というよりは痛覚なわけですね。いろんなものを繊細に味わい分けられる日本食のOS、それによって育った日本人の味覚のレンジの広さ、解像度の高さというのは日本食の底力なんですよ。その日本人の味覚のレンジと解像度を狭めてしまう、低めてしまうと、これは日本食の一番重要な経験資源の根幹を失うと思う。食べる文化の再生というときに、食べ物だけにみんなフォーカスしてしまう。でも、食のナビゲーションといった時に味覚のレンジ、自由をどう担保するかというのは改めて大きな問題だと思います。

**戎谷** 安全・安心は、不安と危険の裏返しなのですが、根本はつながりが断たれたことにあって思っています。食品偽装事件などはその象徴の一端です。生産と消費の断絶がただのモノと金の流れだけになって、両者だけでなく社会そのものを貧しく、不幸にさせていっています。そこで社会システムを変えようとか言う、それは容易ではない作業になりますが、でも「私は私の食＝健康を守る」ことから始めることはできます。それは作り手たちとつながることです。実はそれこそが最初の一步だと思います。つながることで、私の健康を守るという利己主義は、あの人も守らなければ達成できない、という輪に広がります。そうなると作られたモノの価値は、高い安いの物差しだけではなくります。そこで信頼をつなぐ接着剤のひとつが舌であることは間違いありません。これは竹村さんのおっしゃる自由の担保にもつながっています。舌は自分の身を守る重要なセンサーですから。

**細川** 藻谷さんがおっしゃったとおり刈りこみが大事だと思います。ご飯を作る女性のモチベーション自体は何千年も変わっていないと思う。家族が喜ぶもの、健康になるもの、つまり家族の笑顔が見られるものを作る。そこにお弁当の動機もあるし、3食をこしらえる動機もあり、それは不変です。ただし、その手段が変わった。子どもが喜ぶものに非常に価値を置く。肉じゃがを作るけれどセオリーどおりに作ると子どもが食べない。食べてほしいからマヨネーズ風味にしたら、子どもが笑顔になった。それで、マヨネーズ肉じゃがが人気になっていく。お味噌汁をこしらえたけど飲まない。だからコンソメをお味噌汁にしたらすごく飲んだ。それをあるお母さんがWEBにアップしたら「それ味噌汁？」と議論にならず、「じゃあ自分もやってみる」となる。

レシピサイトで、味噌汁に油をスプーン一杯加えるとコクが出て美味しいと人気上位になる。そのコクを出したら、かつおとこんぶは、何のためと思うんです。こうしたリテラシーの欠如であったり、経験資産の欠如であったりというところから見ると刈りこみを入れるというのはすごく大切なことだと思います。

**竹村** これからの日本が、どういう人口構成でどういうコミュニティで食文化を育てていくかという、食文化を育てる地域という器の話に移りたいと思うんですが、都市の核家族、特に食事にお父さんが揃わない母子食卓、それが標準では決していないわけですよね。またこれからさらに標準は変わっていく。ポジティブな意味でのおひとり様、多様なおひとり様、あるいはいろんなかたちで共食をする関係というのが出てくる。そういう文脈で考えた時に、これから地域という受け皿がものすごく重要になってくると思います。

**藤井** 地域から見てみると、一般的に売られている料理本のレシピは、東京で食べるものなんですね。地域で目の前の畑でとれたものをその場で料理するのは、料理の仕方がまったく違う。美味しさが違うんです。人気の料理サイトもありますが、人気のレシピだからといって、全国どの場所でも同じ料理の手法でいいのかと思ったらそうではないんです。そういうことにまず着目できないといけない。地元に行ってでないと食べられない一番おいしいものを残しておく文化を大切にしなければいけないと思います。

**藻谷** 最近干し柿を作りませんよね。西日本に行くと、多くの家に柿の木がありますが、もがれずに木に成ったままです。昔懐かしいグミなどはもう果実としては生産されなくなってしまっている。おばあちゃん手作りのまんじゅうも、代替わりする時に誰も継ぐ人がいなくてなくなってしまう。

昔からあった手作りのものを食べないようになり、代わりにコンビニで買ってきた工場製のお菓子や、遠くから運ばれたバナナを食べる。手をかけてものを作って味わうという余裕がなくなっている。

国際競争だ、経済成長だと騒ぐ中で、飯を食べてる暇はない、とにかく戦え、とりあえず転がっている缶詰を開けて食べておけ、という気分が蔓延している気がする。

**藤井** 実際そうだと思います。忙しくなるとどうしても手間がかからないもの。例えば箸一つ持つのが大変になってくると、どんどん炭水化物の比重が高くなってくるし、野菜も食べなくなる。

**戎谷** 忙しいと大事なものが他人任せになるんですよ。そしてお金でしか得られなくなってしまいます。私たちはいつの間にか生きる力をどっかに置いてきてしまった、というか他人任せにして買うようになってしまい、その結果が耕作放棄

地の増加や荒れ放題の里山、という姿なんじゃないでしょうか。

## 食文化による地域おこしはどんなゴールを目指すのか。

**藻谷** 里山にある金銭換算できないもの、マネー資本主義に無視されているものにも価値がある。広島県庄原市のデイケアセンターでは、利用者のおばあちゃんたちが自宅で作っては食べきれずに捨てていた半端モノの野菜と、施設の利用券とを交換することを考えた。それによって施設にとっては食材調達のコストが減り、地球環境からいえば食材を遠くから運ぶために燃料の消費も減り、なにより利用者のおばあちゃんたちが、自分で作ったものが食事に出てくることに誇りを感じて元気になっている。

ところが、全国の他の福祉施設で似たようなことをやっているという話を聞かない。半端モノ野菜は種類も収量も安定しませんが、小規模な学校や福祉施設での給食になら、使う工夫はできるはず。経費も下がるし、新鮮でおいしいでしょう。調理場で若い人とおばあちゃんが一緒に働いていれば、伝統の味を若者が受け継ぐ場にもなる。家庭が崩壊しておひとり様がすごく増えていく時代に、地域の食文化を担う担い手として、福祉施設と学校は重要です。

**竹村** いまの例もそうなんですが、食を通じての地域おこしの何が成功の基準になるのか。それは東京で売れることなのか？その点をひとつずつ皆さんにいただきたい。

**藻谷** 風土に根ざした、必然性のある地域おこしであることだと思います。地元の気候風土に合うものであれば、一部外来のものを持ってきてもいい。ただし、「あまりに合ったので、100年後に来ても続いていた」というのが、あるべきかたちです。5年ぐらいで終わりましたというような「地域おこし」はやめたほうがいいのではないのでしょうか。出版業界に例えると、「こういうジャンルの本がいま売れているから便乗しよう」というような意識のレベルで地域おこしをするのではなく、「紙の本を読むという習慣をネット社会にどうにかたちで残せるか」というような、掘り下げた意識のレベルで取り組むべきなのです。それから、核となる食材だの人材だの、屋台骨となるものはアウトソーシングしない、ということも大事ですね。

**藤井** サスティナビリティという点で言えば、地域にいい、人にいい、地球にもいい。三方良しという考え方もありますが、そういうかたちですよ。一時的に流行るような、売れるような、例えばカロリーが高くて売れて、でも数十年たったら子どもたちが病気になりやすいとか、そういうのは後で問題になってきます。農業問題もそうですが、生産する人間、売る人間、食べる人間、それぞれに長期的にいいものが最終的には大切なんじゃないでしょうか。

**細川** 続いてきたものをさらに受け継いでいくということを考えると、その時間と手間、経済の二重苦をいかに乗り越えるかが課題だと思います。文化でも、地域おこしでも、結局のところは個人の選択の集合が結果を生むんですね。自分がパンと納豆から、納豆を選ぶだけで日本の食産業を支えられるという意識を持ってみなさん食べているわけではないと思うんですね。スイスはそれがすごく強い国で、自国の物が100円200円高くても食べる国なんです。自分たちの食べるものが国を支えるという自覚を持って選んでいる。ですから、手間とコストという二重苦を乗り越えても、日本食を選ぶ、地域食文化を守ることに明らかな意味があると多くの個人が思うこと。その力が集って文化になる。最終的には、日本人全員が、自分たちが食べるということが文化を紡ぎ、食べるということが経済を支え、日本食を支えることになるという、選択の重みを理解してもらうことが一番なのかなと思いました。

**戎谷** 本物の価値を伝える、ということでしょうか。都会に売り込むためでなく、都会の人を呼び込む源泉として見つめ直して、編集してみる。この味はここに来ないと味わえない、生きる力も身につくぞ、みたいな。そんな気運が高まって、それぞれに地域の特性を活かしたオンリーワンの美しい村づくり競争が生まれたら、若者たちは必ずやってきます。面白い国になると思うんですが。

**竹村** 私なりに地域おこしのゴールを、何を基準にするかと言うと、それをやることでこの地域に自分の子どもが結婚した後で子育てをしたいと思ってくれるか、ここにUターンやIターンで次世代の子育てが家族がやってくるか。それはおひとり様も含めてなんですけどね。

またそれは、自分がそれを食べますか、自分の子どもに食べさせますか、自分の孫に食べさせますかという話だと思います。自分ごとにするのが非常に重要なのではないかと思います。

地域の景観も食と決して切り離せないものですよ。日本の景観や風土は米を軸とした食と農が作ってきた景観でもある。コメ作りを基本にして水も調律してきたし、里山も調律してきたし、やっぱり食というのは国土も変えうる。環境、景観と食をセットで考えなければならない。

子どもたちや10代の若者が、一日体験というレベルを越えて数週間、数ヶ月単位で農業や漁業を体験してもいいと思います。日本の海が、田畑がどうい状態であるか、どう生き物は育ってきて実るのか、人がどう手をかけているのか。体験によって、食材だけでなく、それを育てる人や風土、国土を自分なりに守っているのだというその実感値が高まってくる。

最後に『日本食文化ナビ』に期待する、あるいは『日本食文化ナビ』のユーザーに期待することを。

**藤井** 先ほどの三方良しという部分で言えば、今日皆さんが言

っているOSという本質的な考え方をもう一度見直すという意味で、ぜひ視点を変えるためにも使っていただければと考えています。

**細川** これまで考えてもこなかったことや、着眼してこなかったことに対して新しい視点を持てる一冊であり、また同時に世界を対象にした広い視野で自分たちの小さな地域の食文化を考えていく。視点とシェアの二つが、その人の中で新しく花開くといいなと思っています。

**戎谷** 私は最近、少子高齢化と言わず、はっきりと人口減と言うようになりました。子ども一人一人を大切に育てなければならぬ時代に入っているわけです。子どもたちを健康に鍛える、そのためには食が大事です。そのためには土台が守られなければなりません。地域の食と環境を誇れる街や村に、若者たちは集まってくるでしょう。彼らは次の時代の担い手でもあるので、企業も追いかけてくるかもしれません。あるもの探しを始める、そこから地域の力をつかみ取ってほしいです。

**藻谷** このナビは、「経済効果のある地域おこしを、本気で実現させたい」と志す現場の方々のチームにこそ、愛用してもらいたいものです。商品化や話題づくりといった目先の成果だけを急ぐと、大事なものを見落とし、結果として経済効果も発生しないし定着しません。

このナビを生かして、地域の食文化を再発見し発展させることの先にこそ、本当に息の長い地域振興があります。

**竹村** 私自身これは本当に自分を写しだす鏡として作ったつもりです。ですから、教科書ではない。けれども、これだけすごいOSが足元にあり、またそのOSを使いこなしている地域づくりをしようとしている試みがこれだけたくさんある。詳しいところはBOOKで見いただき、さらに現地に足を運んで、それを踏まえて自分はどうなのかな、自分は次世代に子どもや孫に何を残せるか考え、自分を写しだす鏡としてこのナビをぜひ使って欲しいと思っています。せっかく貴重な人生を地域づくりに投じていただくわけですから、ほんの2,3年で意味がなくなってしまうものではなく、骨太の本物の飛距離の長い地域づくりをやっていただきたい。でないと、日本人1億2千万人というこの大変な経験資産のデータベースの宝の持ち腐れですよ。それは、日本にとっても地球にとっても。それを保有している日本人がしっかりしなければ、地球から大きな資産が失われることにもなるので、人類的な損失です。そうした意識が持てるかが、私たちの世代に問われているということです。ぜひ、世界からの参加も拒まず、しかし自分ごとでやっていきたいと思っています。ありがとうございました。

Handwriting practice area on page 172, consisting of 20 horizontal dashed lines.

Handwriting practice area on page 173, consisting of 20 horizontal dashed lines.





食文化 地域活性化

検索



<http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/vitalization>

【お問い合わせ先】

農林水産省大臣官房政策課食ビジョン推進室

TEL: 03-3502-5516

FAX: 03-3508-4080

E-mail: syoku\_vision@nm.maff.go.jp