



生協産直は
日本の食の未来を
創りつづけています。

全国生協産直レポート 2009

生協産直は 日本の食の未来を 創りつつづけています。

全国生協産直レポート

目次

2009

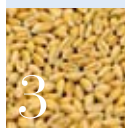
ようこそ、生協産直へ ……1



生協産直は
産地とともに「安心」を育んでいます。 ……2



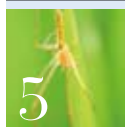
生協産直は
人と人をつなぎ付けています。 ……6



生協産直は
地域とともに歩んでいます。 ……10



生協産直は
産地・生産者を応援しています。 ……14



生協産直は
命のつながりを大切にしています。 ……18



生協産直は
日本の資源を活かした食べ物づくりに挑戦しています。 ……22

生協産直は日本の食の未来を創りつつづけていきます。 ……26

ようこそ、生協産直へ

「生協の産直」という言葉を聞いたことがありますか？

生協にとっての産直は、消費者と生産者との直接の結び付きの中で、食べ物を作っていこうとするものです。生協は全国各地で、それぞれの地域に根ざした「産直」を、生産者の方々と一緒に育んできました。

今、私たちは、かつてなく「食」と「農」のあり方が問われる時代を迎えています。その中で、生協と生産者たちが大切にしてきた「食」と「農」のつながりは、いっそう大きな意味を帯びてきています。

そこで、日本生協連の産直事業委員会では、全国の生協で行なわれているさまざまな「産直」の取り組みを、一つの読みやすいかたちにまとめ、広くご紹介できないだろうかと考えました。そうして生まれたのが、この小さな冊子です。

生協の産直をご紹介するに当たって、次の6つのキーワードをテーマとしました。

- ・ 第1のテーマは「品質保証」。安心して食べられる確かなものを、生産者と協力しながら作っていこうとすることです。
- ・ 第2のテーマは「産地交流」。生産者と消費者とがじかにふれあい、結び付いていくことです。
- ・ 第3のテーマは「地産地消」。地元の農業者や加工品メーカーの方々と連携して、地域内の「食」と「農」の循環をつくっていこうとすることです。
- ・ 第4のテーマは「共生支援」。生産者を応援し、困難を分かち合いながら共に歩んでいこうということです。
- ・ 第5のテーマは「環境保全」。食べ物を作る中で、自然環境や生き物の大切さに目を向けることです。
- ・ 第6のテーマは「食料自給」。水田、イネなど、日本の大地と食資源をもっと活用していくことです。

この6つのテーマは、どれも今、生協が大切にしている共通のテーマです。この冊子では、それぞれのテーマでの代表的な取り組みと、全国の生協での広がりをご紹介します。

「生協の産直って何？ どんなんことをやっているの？」と、関心を持ってこの冊子を開いてくださった方々に、生協産直のいくつかの事例を通じて、生協が「産直」に込めている思いを少しでもお伝えできたら幸いです。

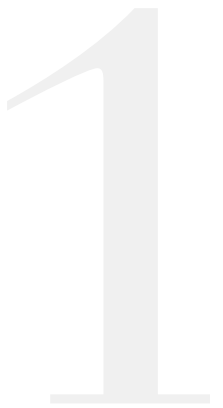
ようこそ、生協産直へ！

2009年6月

日本生協連・産直事業委員会 委員一同

生協産直は 産地とともに 「安心」を 育んでいます。

品質保証



産直のベニアズマに 込められたもの

2月上旬のある朝、コープとうきょうのある組合員さんの家に、野菜ボックスが届いた。心待ちにしていたベニアズマ（さつまいも）が、おいしそうな赤紫色の輝きを放っている。袋に入っている生産者カードには、「多古町旬の味産直センター、佐藤一夫」とある。組合員さんはイモを手に取りながら、生産者・佐藤さんからのメッセージに目を留めた。「土づくり・苗づくりからこだわって、丹念に育てました。甘くて、天ぷらによくあいますよ！」言葉は短いけれど、イモ作りに懸けるこだわりが力強く伝わってくる。このベニアズマには、生産者のさまざまな思いが込められている。



生協と産地で つくってきた 「安心」の仕組み

コープとうきょう、コープネット事業連合との産直事業の中で、千葉県の「多古町旬の味産直センター」は、いち早く「確かな品質づくり」に取り組んできた。どうすれば産直の野菜や果物の品質を確保できるか、どうすれば生協の組合員に安心してもらえるか。多古町の生産者たちは、生協や専門家と一緒に考えてきた。到達したのは、次のような「品質保証」の仕組みだ。

生産者は、品目別に作付・出荷計画や栽培履歴をきっちり記帳・保管し、必要に応じてトレースして確認できるようにする。それを取りまとめる産直センターも、組織基盤をしっかりとつく



「多古町旬の味産直センター」・サツマイモ部会の佐藤一夫さん。
卸売市場への出荷と生協への出荷の違いは、卸売市場へは出したら終わりだが、
生協では反応が返ってくることだと言う。

り、綿密なやりとりによって生産者の意識を喚起し、サポートする。生協は、このシステムが機能しているかどうか、買う側のプロの目で定期的に確認する。これらの共同作業により、供給する産直品の品質を確かなものと保証できるようにする。

生産者の従来の考え方からすれば「面倒くさい」ことだ。しかし、メリットは大きい。栽培から出荷までのプロセスを形に残すことで、野菜や果物を育てる中での努力や苦勞を跡づけて、消費者に見せられるからだ。

多古町のセンターでは、ベニアズマの袋に一つずつ生産者名を記したカードを入れる。どの畑で取れたものかのデータもたどることができる。いわば、「名刺」と「履歴書」を兼ねたものだ。このカードを入れることから、生産者は緊張感をもって栽培・出荷に取り組まなければならない。卸売市場に出すときよりも厳しい条件だ。しかし一方で、卸売市場に出すときには伝えられない気持ちも、カードに込めることができる。

組合員さんのもとに届いたカードには、多古町の生産者・佐藤さんからの「安心」を届けたいという気持ちとともに、土づくり、苗づくりからこだわって育ててきた「生みの親」の一生懸命な思いがにじみ出る。

このベニアズマは、安全でおいしくて、いつも喜んで子どもたちに食べさせている。でも、これを育てる過程ではご苦勞もあつたのだろうか。この値段で、利益はどのくらい確保できているのだろうか。後継者はいるのかしら――。

一本のサツマイモが運んでくれた「安心」の向こう側、生産現場へと組合員さんは思いをはせた。



「多古町旬の味産直センター」・
生産管理・販売担当
鎌形芳文さん。
「生産者にとって、毎日、圃場ごとに生産履歴を残すのは大変なことです。ロスを減らすことで、生産者にもメリットが生まれるように頑張っています」

高まる消費者意識と 生協・産地の危機感

近年の生協産直では、商品の品質を確かなものにする仕組みづくりに力を注いできた。2000年前後から急速に高まってきた消費者意識に後押しされてのことだ。その背景には、この間の、農畜水産物をめぐる不祥事の続発があった。

産地偽装、表示違反、無登録農薬などの問題が相次いだ。もちろん一部の事業者との関係で起こったものであったが、農畜水産物の生産者・取扱事業者全体のモラルを疑う空気が社会に広がってしまった。生協産直でも事故が発生した。生協と産地が長い間の提携によってつくりあげてきた「生協産直」の看板は、明らかに危機に直面していた。

このままではいけない。組合員に対して、産直品が確かなものであることを保証し、安心して食べてもらえるような仕組みを早急に整備する必要がある。



おがら 雄勝りんご生産同志会での公開確認会。組合員は事前に学習を重ね、生産者に真剣な質問をぶつける。(写真提供・パルシステム生協連合会)

あった。

先進的に取り組んだ生協の一つが、コープネット事業連合だ。コープネットは、多古町の「産直センター」など、付き合いの深いいくつかの産地組織と一緒に、「品質保証」の課題に取り組んだ。それは、根拠の不確かな「信頼感」の上に漠然と成り立っていた従来の生協産直から、「確かな商品を届ける生協産直」への脱皮を目指すことだった。

整備されてきた

「品質保証」のシステム

産地には、品質の向上に努めることが従来以上に要求される。前提となるのは、産地での「工程管理」だ。

計画から栽培、出荷までのすべての「工程」について、品質が危うくなり

やすい「急所」を特定化する。農業管理の不備が生まれやすいポイント、衛生管理が甘くなりやすいポイント、異物が混入しやすいポイント、出荷する品目の間違いが起こりやすいポイント……という具合だ。こうして、全工程中の急所を網羅的に引き締めることで、効果的な「品質保証」が可能となる。

また、こうした取り組み内容を、生協・消費者に対して公開できるようにすることも重要だ。つまり、「産地での」ように品質管理を行なっているか、目に見える形にする」ということだ。この観点から、圃場^{ほじょう}・台帳や栽培記録などの書類にも、かつてない厳密さが求められることになった。

産地の取り組み実態を生協が確認する「点検活動」の方法も整備された。コープネットでは、「工程管理」の考え方を生かして、産地点検の「基準表」をつくった。基準に則って産地を一つひとつ訪問点検することで、各産地の取り組み実態を正しく把握できる。この活動が、「確かな生協産直」をつくる

するための基礎となる。08年度のコープネットの実績では、点検産地数は565カ所に上る。

日本生協連も、このような各生協・事業連合の品質保証の取り組みを集約して研究を重ねてきた。その成果として、05年、「青果物品質保証システム」が生まれた。各生協・事業連合も、日本生協連の提案する統一的な方法を取り入れつつある。生協版の適正農業規範（GAP）とも呼ばれるこのシステムは、中身・運用方法を含めてまだ発展途上にあるが、安全な食を届けようとする「生協産直」の看板として期待されている（P.5・コラム参照）。

生協産直の新たな

「品質保証」を目指して

このような「品質保証」は、消費者意識から要請されてのこととはいえず、取り組み産地側の負担は大きい。生協は、この仕組みをきっかけとして、産



コープネット事業連合の柏青果集品センター。点検や鮮度管理など、品質管理のノウハウが詰まっている。ちばコープの組合員向けに、1週間に約12万箱をセットする。生産者から納品された青果物を、責任を持って、確かな商品として組合員宅まで届ける。

地には組織・経営を見直す力を付けてもらい、産地の発展に結び付けてほしいと願っている。多古町を含む多くの産地では、生協の期待する水準を超えて、意欲的に「品質保証」に取り組んでいる。

もともと産直産地は、丁寧に育て、自信を持って出荷した野菜や果物をきちんと評価してほしいという気持ちをもって生協産直に取り組んできた。裏返せば、一般の市場では、青果物が

圧倒的に外観や規格によって評価されてしまう状況があった。消費者と直結し、どのように育てたものか説明して、外観に出てこない中身を伝える。相互理解を通じて消費者にも安心感が生まれる。これが「生協産直」の良さだ。

品質保証のシステムは、こうした産直の原点とも言える発想を、新たな形に置き直したものだ。多くの産地では、「品質保証」への要望を積極的に受け止め、生協・消費者との信頼関係の発展に役立てようとしている。

ユーコープ事業連合などに産直品を供給している、ながさき南部生産組合では、自主的に「公開監査」を行なっている。外観に表れない生産者の努力の証しを進んで書類に残して開示することで、自らの組織の力を強化するとともに、消費者との信頼関係も深めていく考えた。

生産者と消費者の相互理解のきっかけとして

一方の消費者側も、こうした生産者の取り組みを機械的に点検するだけで

は、相互の信頼を深めようとした本来の目的から離れてしまう危険がある。ながさき南部生産組合の近藤一海代（こんどうかずみ）代表理事は、点検・監査をきっかけとして、消費者が生産者と真剣に向き合ってくれることを期待する。「点検自体よりも、ひびを突き合わせて語り合うことのほうが大切なのです。生協の組合員さんもどんどん参加してくればありがたい」

こうした産地の声に応じた取り組みとして、組合員参加型の点検活動がある。いわて生協の「公開安全確認会」、生活クラブ連合会の「おおぜいの自主監査」、東都生協の「公開監査」、パルシステム生協連合会の「公開確認会」コープかごしまの「産直二者認証現地審査」などがそれだ。

パルシステムの「公開確認会」は、1999年から始まった。毎年5〜15カ所の産地を対象に、組合員も参加して産地点検を行なっている。実績は、

08年度までで延べ85産地となった。参加する組合員は、栽培履歴や台帳を含め、生産者の取り組み内容をその目で見える。産地側が直面している問題を肌で感じ取り、農産物を消費する側として共有できることがあるかどうか、考えるきっかけにもなっている。

大事なことは、この機会を、生産者・消費者の相互理解に役立てることだ。「あら探しに行くのではなく、共感し、励ましに行く、という気持ちでやっています」(パルシステム神奈川ゆめコープ・齋藤文子理事長)。

食への「安心」は、食べ物がどのような過程を経て作られてきたか、生産者に自ら聞いて、学ぶことによって確かなものとなる。さらに、作る人の人となりを知ることによって、この「安心」はいつそう豊かなものとなる。生協産直の「品質保証」が目指しているのは、このような人間味のある関係性なのだ。(文 林 薫平)

日本生協連・青果物品質保証システム

日本生協連は、コープネットなどで取り組まれてきた先進的な品質管理手法を生協全体で共有する目的から、2005年に「青果物品質保証システム」とその運用マニュアルを策定し、説明会や点検者養成講習会を広範囲で開催して普及を図ってきた。このシステムは、生協と産地が共同する取り組みという色彩が強いことも特徴で、産地側の自己点検のレベルアップを促そうとする考え方に立っている。普及活動も、産地や取引先事業者を巻き込んで行なわれている。各生協・事業連合は徐々にこのシステムを活用した点検活動を拡大している。09年度からは、米も対象に含めて「農産物品質保証システム」とした。

2

産地交流

生協産直は 人と人との 結び付けをしています。

「おいしい」の理由が 産地にあった

東都生協の組合員になったばかりの野本麻由さん^{のともまゆ}は4歳の娘、笑里ちゃん^{えみり}を連れて、新人組合員向けの企画、JAやさとの有機ネギの収穫体験に参加した。食卓に上る野菜を畑から取る感動を、笑里ちゃんに知ってもらいたいと思ったからだ。現地にはマイクロバスで向かった。

茨城県のほぼ中央部に位置している、JAやさとの畑の一面に到着。目的のネギは2月の冷たい風の中にすくと立っていた。畑の土は毛足の長いじゅうたんより柔らかい。笑里ちゃんは、恐る恐る足を踏み入れた。ヨイショと引っ張ってみると、意外と重い。しっかりと根を張っている感触が手に伝わってくる。ネギ独特のさわやかな香



りが鼻を刺激した。「ママ、これ楽しいよ。もつと抜く!」と止まらなくなっていました。したのは、組合員、飲崎貢子^{かみきこうこ}さんの娘、小学3年生の恵音ちゃん^{けい}。ビニール袋に入っているネギは知っていたけど、ここで初めて、大地から空に向かって力強く伸びる、ネギの本当の姿を見た。

収穫体験の後、JAやさと直営の納豆工場に移った。大豆の生産から納豆ができるまでを、ビデオを見ながら説明してもらった。大豆の自給率は現在わずか5%であること、輸入は大部分がアメリカからで、遺伝子組み換え大豆がほとんどであること、変わる農業政策——納豆を通して日本の食料の実態が垣間見えた。

ここでは、JAやさと産大豆100%の納豆を作っている。ふっくらとおいしいコップの産直納豆の理由



J A やさと農業体験お米コースで行なわれた田植え。(写真提供・東都生協)

が分かった。「つい値段に左右されるけど、これからは国産かどうか、どのように作られているかを考えてみたい。味に敏感になってみよう。もうちょっと興味を持ってみよう」と、野本さんは思った。

交流は産直事業の大切な仕事

J A やさとは周囲を山々に囲まれた盆地にある。その地域性から、少量多品目と輪作を特徴とした農業を営んでいる。米、さまざまな野菜、果物、豚肉、鶏肉、鶏卵と何でもある。産直交流のプログラムには事欠かない。今回のような単発の収穫体験は序の口で、米作り、野菜作りなど、継続的なかわりを促す取り組みも行なっている。1年間に訪れる生協の組合員は、主要な企画についてざっと数えても、延べ2,000人を超える。

「消費があつて生産があるというのが産直です。だから、消費者には農業のことをきちんと知ってもらいたい。交流は産直の仕事の一つで、とても大切なんです」。前J A やさと・対外対策室長の柴山進しばやすすむさんは、コーディネートはさぞや大変だったのではないかとという問いを、きっぱりと否定した。

J A やさとの産直は32年前の鶏卵か



NPO 法人アグリやさと代表の柴山進さん。

ら始まっている。20年前には、東都生協との間に地域総合産直を打ち立てた。産直事業は筋金入りだ。今年、NPO 法人アグリやさとを新たに設立した。産地交流をいっそう発展させるための役割を担う。

この春、J A を退いて、そのNPO 法人の代表となった柴山さんは、「今は、食べる人と作る人が分断されている。消費者は食べ物のことが理解できないし、作る人も消費者のことがわからない。産直交流は生産と消費を近づける手段で、とても大切です」と語る。「農業が大事だと生産者が言う」と自己主張になってしまふ。でも、農業を理解してくれた消費者が農業は大事だと言うと世論になるんです。つまり、農業というのは誰のために必要かということを理解してもらいたいのです」

食の安心を確信に変える 「交流・訪問2万人運動」

輸入食品の安全性の問題だけでなく、国産品の偽装も後を絶たない。これでは、日本の「食」への不信は強まるばかりだ。日本の「食」を取り巻く生産と流通の仕組みが効率を優先させてきた結果として、「食」と「農」が遠ざかっている状況がある。いわば、その距離感を何とかしたい。これが、東都生協が交流に懸ける思いだ。

だからこそ「交流・訪問2万人運動」を掲げ、よりいっそうの積極性を打ち出した。前のページで紹介したような気軽に参加できる交流訪問から、体験コース、公開監査、また、生産者を招いての学習・交流などを、さらに大きく広げ、深めるためだ。これまでも、顔と暮らしの見える「1万人の運動」に取り組んできた。「2万人」という数値目標を掲げることで、「食」と「農」

のコミュニケーションをさらに発展させ、相互理解を通じて、食の安心を確信に変えたいという。

農業と自然の大切さ学ぶ ポラン農業小学校

いわて生協の「ポラン農業小学校」は、2008年度で10年目を迎えた。産直のパートナーであるJAいわて花巻との共同の取り組みだ。小学生を対象に、農作業、そば・みそなどの食べ物作り、調理、食べることを通して、農業と自然環境の大切さを学ぶことを目的にしている。毎月2回の土曜日と日曜日に、盛岡市内からバスで西和賀町まで通うこと1年間。参加者もそうだが、受け入れ側にとっても相当なエネルギーが必要だ。そこには現職と退職後の教師たちの支援があり、心強い存在となっている。これまでに参加した子どもたちは360人を数



エフコープが、JAふくおか八女^{やめ}の協力で開催している「とうもろこし道場」。種まき、草取りからかわってきたとうもろこし畑で収穫する喜びは格別だ。JA職員からは、農薬使用を抑えているので虫が付いているという説明があった。虫が食っていないものを見分けるコツも習った。(写真提供・エフコープ)

えた。

1993年に、いわて生協では子育て支援活動に多面的に取り組んでいた。当時、子育てについてのアンケートを取ったところ、組合員から「農業・産直・自然と親しむ企画」の要望が高かった。西和賀農協(当時)では農業を支えている世代の高齢化、後継者や経営の困難に直面し、農業や農

業を支えている世代の高齢化、後継者や経営の困難に直面し、農業や農

村に「存続の危機」を感じ、何らかの地域起こしを必要としていた。この両者のニーズが合致し、「ポラン農業小学校」が生まれたのだった。

10年目の記念集会で、小学生のときに「ポラン農業小学校」に通い、中学生となってから3年ぶりに参加したひとり、こう語った。

「何か役に立つことができればと思い

芽を出した瞬間だった。

参加し、懐かしい人にも会うことができました。バスの運転手さんが私のことを覚えていたのは驚きでした。小学生のときとても農業が好きで常に身近だったのに、今は違う……。そう

思った卒業生は、私だけではないと思います。将来、何かの形で野菜を育てたい。西和賀は、永遠に私たちのふるさとです」

ポラン農業小学校でまかれた種が、

耕作放棄地を利用した

「たんぼの学校」はたけの学校

神奈川県の食料自給率は3%。他県や海外の食料にほとんどを依存しなければならぬ大都市圏にある生協、パルスシステム神奈川ゆめコープ。理事長の齋藤文子さいとうふみこさんには、「地域を維持する」という点からも、環境を守るとい

点からも、今ある農業をきちんと継続できるようにしたい。耕作放棄地はきちんと利用できるようにしたい。そこに生協がかかわることができれば」という強い思いがある。

そうしただけを形にしているのが「小田原食と緑の交流事業」だ。農事組合法人小田原産直組合とゆめコープが中心となり、小田原食と緑の交流推進協議会を02年に立ち上げた。04年にはNPO法人「小田原食とみどり」をつくった。NPO法人設立のきっかけには、耕地の有効活用を提唱する小田原市の「都市農業成長特区事業」が始まったこともある。追い風だった。従来の産地交流から、消費者が実際に米や野菜を作る活動へと一気に展開し始めた。耕作放棄地を借りることができるようになったからだ。

取り組んだのは「たんぼの学校」「はたけの学校」などの農場体験。オニオン祭などの体験イベントを皮切りに、初級・中級コースを設け、インストラクターを育成し、最終的に就農までを視野にいれたステップアッププログラムを提供している。「たんぼの学校」では中級コースからインストラクターまでの頼れる人材、17家族50人が「豊年倶楽部」を結成し、この学校を自主的に運営する推進力となっている。

生協の組合員がにぎやかに活動を繰

り広げていくのを、地元の小田原産直組合も応援している。耕作放棄地を使うことの直接の効果はわずかでも、地域農業に与えた刺激は小さくない。小田原特産の「十郎梅」のブランド化、ブルーベリージャムの商品化なども、組合員の参加で進んだ。農業以外の地場産業を巻き込もうと、協議会では知恵を絞っている。

08年度の交流事業への参加者は、全体で延べ4,100人に上った。多彩なプログラムの充実のたまものだ。

「単発的なものでなく、もっと複合的、重層的な取り組みを産地の中で一緒に進めたい。人的な交流や地域資源の有効活用を通して、その産地が元気になる、農業も活性化したいと思います。成功のカギは『ビジョン』とそれに共鳴する『人』にあります」。齋藤さんは確かな手応えを感じている。

組合員が産地を訪問して、現場のことを学ぶ交流、そこで地元の人たちを巻き込んだ事業にまでつながってしまう交流、店頭での交流、職員交流など、生協の産地交流は多様だ。が、「食」と「農」の間の距離を埋める交流活動の中心は、人と人とのつながりにある。その中で、古くからの大切な考え方を掘り起こし、新しい価値を与えていくことに、産地交流の大きな意義がある。

(文 宇佐木のぞみ)



産直のお米のふるさと滋賀県のJAグリーン近江と、大阪いずみ市民生協は、10年以上前から春の田植え、秋の稲刈りを通して交流を重ねてきた。08年の秋には19人の親子が稲刈り体験に参加した。(写真提供・大阪いずみ市民生協)

3

地産地消

生協産直は 地域とともに 歩んでいます。



「ゆきちから」のこだわりは みやぎ育ち

みやぎ生協の店舗の棚には「CO・OPみやぎ育ちゆきちからのラーメン」「ゆきちからの小麦粉」など、「ゆきちから」という名前が付いた商品が並んでいる。これらの商品が目の高さ
に陳列されているのは、それだけ人気がある証拠だ。

物業コーナーの人気商品「焼きそば」も「ゆきちから」を原料としている。特徴はコシが強く、時間をおいても伸びにくいこと。県内産の注目株だ。

これらの麺類の製造を一手に引き受けているのは、(株) だい久製麺。

これまで、国産小麦は中華麺には適さないというのが業界の常識だった。新品種の県内小麦として登場した「ゆきちから」は、タンパク質を多く含んでおり、その特性は麺類には適して

いるものの、製造工程では、でんぷんや卵白粉、水などの割合を新たに調整しなければならなかった。

「試作は7、8回しましたね。2〜3分でゆで上がる太さにするため、納得いくまで繰り返しました」と、製造部のやすだまさひろ なかばちいすみ 安田真広さんと中鉢泉さんは語った。

消費者の顔が見える関係

仙台から北東に40kmほど離れた大崎 おおさき 平野——北上川や鳴瀬川 なるせ など6つの大きな川が流れる穀倉地帯で、JAみどりののエリア管内の南郷地域 なんごう は、「ゆきちから」の産地の一つだ。

実をいうと、JAみどりのの他の地域には生協との長い産直の付き合いがあったが、南郷地域は産直の「サ」の字もなかった。それに、「ゆきちから」の栽培は従来の小麦より余計に手間がかかり、追肥も多く施さなければなら



圃場は米、麦、豆類で、2年3作の輪作を行なう汎用水田だ。
耕作放棄地は全国で平均6%と言われているが、「南郷地域に耕作放棄地はない」と、
生産者の芝垣信さん(写真右)と堀田茂さんは話してくれた。

ない。害虫の駆除や病気の予防も必要だ。それなのに収量は低い。1俵の価格は他の小麦と変わらないから、当然収入も減る。

正直、当初はあまり乗り気にはなれなかったという。でも、みやぎ生協からは「販路を確保するので、頑張ってくれないか」と言われた。生産者の芝垣信さんと堀田茂さんにとっては、初めての消費者の顔が見える関係だった。供給先が見えたことで、みんなが「農家のプライドに懸けて良い物を作てやろう」と腹を決めたのだ。

本格的に栽培を開始したのは2007年。栽培技術はまだ発展途上だ。病気を防ぐ農薬の開発や種まき、刈り入れの最適なスケジュール設定など、研究課題は山積している。技術を確かなものにするには、時間と経験が必要だ。だが、「実際、体で覚えていかないと。良い物を作て、収量を上げようと思う」。2人のプロフェッショナルは、その瞳の奥に自信をのぞかせた。

願いは 元気な地域をつくること

宮城県は農業・水産業の大きな産地であり、仙台という巨大消費地もある。この恵まれた環境だからこそ、みやぎ生協は創立以来「地産地消」にこだわ

り、地場の生産者を大事にする産直を展開することができた。

しかし、食生活の変化は、素材そのものより加工品の需要を増加させ、産直事業に複雑な影を投げかけている。そのような中で登場した「ゆきちから」は、単なる一素材を超える意味を持ったのだ。

「ゆきちから」の地産地消に踏み出して、さまざまな商品が作れるということがわかった。地場の物を使った加工品での産直を広げられる可能性が広がったのだ。それは、良質の加工品を求める今の消費者ニーズに即して、地域内で「食」と「農」の循環をつくっていくことにつながる。みやぎ生協では、従来の「地産地消」というのは生産者から見た言い方なので、今後は「地産地消」、つまり消費者から生産者に食べたい物を積極的にアプローチすることも大切にしていくという。



地元産の原料を加工して 地元で消費する

みやぎ生協の08年度の産直活動の柱は、「食料自給率の向上と地域の発展を目指して『地産地消』を推進し、産直品や地場品の普及拡大を行なう」とだ。みやぎ生協では07年度の、主たる原料を国産とする加工食品の扱いは20%。これを50%まで引き上げるアクションプランを立て、地場の生産物を使った商品開発を進めている。

このような活動の推進母体として、生産者、加工業者など38団体の参加による宮城県産消提携推進協議会が1985年につくられている。事務局を担い、いわば「接着剤」の役割を果たしているのがみやぎ生協だ。

このネットワークで実現したい姿はこうだ。「食料自給率の向上をめざし、日本と宮城県の農・水・畜産業と食品



ララコープの店舗で取り組まれるインショップ。
(写真提供・ララコープ)

加工業を守るために、地場商品や地場の原料を使用した加工商品の取り扱いの拡大と、『地産地消』と地域経済の振興に寄与する取り組みを継続して行ないます」

福島県では、「ふくしま大豆の会」が精力的に活動している。会の構成メンバーは、JA福島中央会などの生産者団体、加工事業者、そして消費者として、コープふくしま、コープあいつ、福島県南生協、パルシステム福島など10団体。

コープふくしまが、生産者団体や加工事業者に呼びかけた結果、契約生産農家への支援金制度をつくり、1万世帯の消費規模を目指す会が、1998年にスタートした。「大豆の会」は、消

費者と生産者、加工事業者が一体となり、国産品を食べること（『地産地消』で、食料自給率を高めようとする実践的な運動だ。

「福島県版CSA（地域消費者が支える地域農業）」による地域農業の再生、活性化への貢献を掲げる「大豆の会」の志は高い。さらに、生産者との交流や加工体験などを通じた「畑の学校」を開催し、「食育」活動にも積極的に取り組んでいる。07年からは、規格外大豆（市場流通規格から外れた小粒大豆）による「生産者応援納豆」を商品化し、1パック当たり15円を生産者応援基金に充てるなど、地域での期待はさらに高まっている。

発足から10年を経過し、「大豆の会」の原料大豆の取扱量は、50tから180t（08年度契約数）へと3倍になり、商品の供給高も、初年度の6,700万円から2億円に上ってい

旬の野菜を インショップで供給する

る。消費者会員は、4,600人から1万3,000人に増えている。

「地産地消」を推進する取り組みの一つには、インショップ（店舗内直売コーナー）もある。

長崎県のララコープでは06年からインショップを導入し始めた。店舗は8つある。ララコープが目指したのは、これらすべてにインショップを入れようということだった。

初めは近隣の農家などを訪ね歩いたが、多品目の出荷ができない、夏場は商品が不足する、野菜に偏り果物が少ない、安全性に不安がある、物流・商流に不安があるなど、導入するには障害があり、なかなか踏み切れなかった。やはり、仕組みが整っている大きな流

広がる「地域発」シリーズ

コープCSネット事業連合では、「とっとり育ち」「しまね発」「おかやま育ち」「旨いぞ広島」「大好きやまぐち」というシリーズで地域ブランドをつくっている。例えば「とっとり育ち」の「大山ヨーグルト」は、鳥取県内産の生乳を50%使用している。「しまね発」の「五目炒飯 焼豚入り」では、島根県産米「きぬむすめ」と、県内産の豚肉を使っている。「大好きやまぐち」の「岩国れんこん入りとうふハンバーグ」は、岩国産のれんこんを使用していて大人気だ。

また、東海コープ事業連合では、「愛知、岐阜、三重を食べよう! 日本の食を大切に!」を標語に、地元の生鮮品を集めた企画をつくり、共同購入カタログで訴求している。



通には、それなりの合理性があるからだ。それでも、近隣の畑で元氣よく育っている野菜を、何とか取りたてで供給する方法はないか。

これまでも共同購入で付き合いがあった、ながさき南部生産組合はどうか。同生産組合は諫早市に直売所を持っていた。また、安全な「食」の提供を柱に、環境にやさしい農業を目指している。全国各地の生協との交流や提携を積極的に行っている。栽培には長崎県の慣行栽培基準の半分以下の農薬・化学肥料の使用を基本とし、土壌消毒、除草剤を使用しないなど、土作

りからこだわった農業を行なっている。ララコープは、何よりこうした考え方に共感した。最初にぶつかった問題はほとんどクリアできる。ながさき南部生産組合のほうでも、新しい販売方

法を直売所に求めていたところだった。こうして導入が可能となった。

08年度の供給高は約8,900万円だが、09年度は1億600万円を見込んでいる。店舗の中では、オリジナルの販売台やパネル、ポスター、生産者のポップなどが掲示されていて、地元の農業者たちの苦勞や、作る喜びがじかに感じられる。

行政との協働が特徴の取り組み

いわて生協では「みやこうまいもの市」に取り組んでいる。毎月1回、宮古地方の水産物を盛岡市内の主要2店舗で紹介し、即売するイベントだ。「宮古地方にとつて重要な商圏である盛岡地域において宮古地方の農林水産物と

加工品の販路拡大並びに地域情報の発信を図る」というのがその趣旨。

この取り組みの特徴は、行政との協働にある。宮古地域うまいものおすめ推進機構（宮古地方振興局）と宮古市産業振興部産業支援センター、そして、いわて生協の三者が共同主催者となっていることだ。行政が中心となって「市」への参加出店を募り、生協が販売や情報発信を担うという関係である。

昨年の参加出店業者は、田老町漁協や宮古漁協、水産加工業者など14業者。第三セクターの三陸鉄道（株）が入っているのも興味深い。

09年4月には、花見カキ、生ウニ、冷凍アワビ、花ワサビなどの商品が並んだ。もちろん、生産者による対面販売。漁の様子や暮らしぶりなどを聞く

こともできるだろう。イベントと並行してトラベル企画などにも取り組む。消費者も産地に出かけ、生産者と交流するという趣向だ。

08年度の「みやこうまいもの市」の販売高は1,080万円。09年度への期待も大きい。

一口に「地産地消」と言っても、地域によって多様な形がある。地域経済の衰退、地場産業の縮小化に歯止めを掛けること、地域を活性化することが望まれている。だからこそ、地域内の食と農・水産業の循環をつくっていく取り組みは大切だ。中心には、みんなで知恵を出し合う協議の場がある。地域の特性に合った方法で、生産者、加工事業者、消費者が手をつなげば、着実に歩を進めることができるはずだ。

（文 宇佐木のぞみ）

鮮魚ボックス

コープいしかわと富山県生協では、石川県漁連と提携して「鮮魚ボックス」を供給している。3～4種類の魚がどっさり入って1,500～1,580円だ。大きな「フクラギ」（ハマチ）なども入ることがあり、お得感がある。京都生協の「かもめ鮮魚BOX」、生協共立社の「庄内丸鮮魚セット」などもある。

生協共立社には「庄内浜文化伝道師」がいて、各種魚のさばき方・調理方法の講習を開いている（写真は「伝道師」による「親子お魚料理教室」【写真提供・生協共立社】）

