

人を呼ぶ地産地消へのこだわり



— 農的社会デザイン研究所代表・蔦谷栄 —

二地域居住で週末は畑仕事のために山梨市牧丘町に通う。野菜はできるだけ自給を心掛けてはいるものの、栽培したものは時期が来ると集中して収穫せざるを得ず、自家消費できる量は限られることから、かなりは近所におすそ分けしている。通年・平準化しての生産・収穫も困難であるため、地元農家の応援と割り切った外部での購入も多く、自給するというより農作業や土に触れるのを楽しんでいるというのが実態である。

こうしたことから毎週、山梨市の周辺も含めて買い物に出掛けるが、東京のわが家で消費する野菜だけでなく、すぐそばに住む息子家族や、近所の高齢化と障がいのため自分たちだけでは買い物をするのが困難な姉妹二人の分も買ってお届けしている。3家族で消費する1週間分の野菜を購入して東京に持ち帰るとい、運び屋的機能も果たしている。

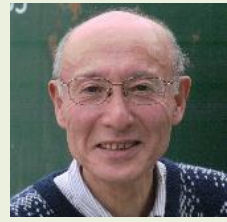
山梨での買い物は、J Aの直売所とともに、地元のスーパーにも毎週のように足を運ぶ。自分の畑から車で5分ほどのスーパーNが一番近いが、野菜のメインとなるJ A直売所と方向がずれるため、J A直売所の先にあるスーパーOを使うことが多い。スーパーOは季節性に乏しく、いつ行っても同じ物が相対的に安い価格で売られているのが特徴で、ここで扱っていないものは少し足を延ばしてスーパーIで購入するというのが通常のパターンであった。実はスーパーNは以前、時々使っていたものの、10年近く前に倒産してしまい、これをドラッグストアが買収し、医薬品半分、食料品半分で販売するスーパーNとなった。食料品の品ぞろえはいささか中途半端で、医薬品については当方のニーズがあまりないことから、ほとんど足を運ばなくなっていた。

ところが、ひと月ほど前、買い物する時間があまりなく、一番近いスーパーNに出掛けたところ、店舗のレイアウトが刷新されていて、食料品売り場も充実し、少なかった客数も増えて随分と活気もあり、以前とは一変していた。どこが変わったのかよく確認してみると、食料品全体として地元商品の取り扱いを増やし、これを手書きのポップでアピールするとともに、レジ係の女性もドラッグストアに対応した白い制服を着た姿からエプロンを掛けた普段着の姿に変更するなど、地元との距離そして客との距離を大きく縮めたところにあると見た。

これを象徴する一番が野菜で、地産地消を前面に打ち出し、まずは生産者に当スーパーを通じて販売する

ことを呼び掛けるポップを大きく張り、「じもとでやさい」をブランド化し、無農薬・無化学肥料栽培で安全安心を強調するとともに、品種はもちろん、種子の出どころ、栽培者とともに栽培地まで明示している。また、みそや豆腐などの加工品については、原料とともに加工工程についても分かりやすく解説、さらには各野菜ごとにお薦めの調理方法も豊富に表示している。

価格競争や品ぞろえで勝負するスーパーがほとんどの中、地産地消に徹底的にこだわることで活路を見いだしつつあるスーパーNに、日本、地域にまだ残る豊富な潜在力を垣間見た。



蔦谷 栄一（つたや えいいち）

東北大学経済学部卒業。1971年農林中央金庫入庫、熊本支店長、農業部副部長を経て、96年7月農林中金総合研究所基礎研究部長。常務取締役、特別理事などを経て、現在、農的社会デザイン研究所代表。

〔主な著書〕

「未来を耕す農的社会」「農的社会をひらく」「地域からの農業再興」「共生と提携のコミュニティ農業へ」（以上創森社）

「日本農業のグランドデザイン」（農山漁村文化協会）など



地元生産者に出荷を呼び掛け