

「あいつがやっているのなら」と、人と人をつなぐ「半商品」

直売所を

地球の食の拠点、農の拠点、環境の拠点に

八尋幸隆・佐藤剛史・西日本新聞社「食 暮らし」取材班

半商品と関係性、そしてやりがい

八尋幸隆（福岡県筑紫野市「むすび庵」）

読み進めている内山節さんの本「農の営みから」（注1）の、「半商品と関係性」というところが私のアンテナにひっかかりました。私たち百姓が物をつくって売るとき、それは完全な商品経済のなかで交換価値にもとづいてやっているのではない、ということです。完全な商品生産者になっては自分の労働はまったく面白くないわけ

で、具体的な他者との関係の中で自分の役割を感じ、働いているときのほうがずっと面白い。

私と消費者との関係についても面白い。「売り買い」はやりませんが、商品経済の合理性が貫徹された関係ではけっしてなく、両者の関係性のあり方の中で、いわば半商品としてやりとりしているに過ぎないのです。関係性を排

除して合理的な基準にもとづいて行動するのであれば「有機認証農産物」や「トレーサビリティ農産物」に向かえばいい。

今日、この人と人との関係を省略して大規模化した産直、直売所ができてきていますが、農産物が半商品として人間関係を基盤にして動いていくという観点からみると、自滅の道を歩んでいるように思います。たんに便利な購入先になってしまふ。どうして産直なのか、直売所なのか、その存在意義がだんだんと薄まってしまふのではない

でしょうか。

わが「むすび庵」をふり返れば、小規模でこれから先もポチポチ続いているのでしようが、私のつくったものは

あくまでここにおいでいただく人たちとの「つながり」の中でしか流れていけないことは明白でしょう。私のつくったものが最高級品で商品価値が高いから売れる

とかいうことはこれからは先もないでしょう。

実際、これまで自分のつくったものが一番おいしいとか言ったことはありません。当たり前のこと

をやるだけ、特別にこだわってつくっているわ

けではないので、もっといいものが世の中にいっぱいあるでしょう。でも

「あいつがやっているのなら」という関係のなかで支えてもらっているのだと思います。「あいつがやっているのならば」と思っていただけ人間になりたと思うのです。

人と人のつながりの中で半商品が流れていく中で「文化」が生まれる——おーこれは「むすび庵」のめざすものそのものではないか——そんなことを考えていたら、あす十三日の西日本農業新聞（注2）「食卓の向こう側」には「つながり」「モノより人へ回帰」と題して記事が載るとか（本記事末に転載）。一読あれ。

ブログ「天耕野人のむすび庵日記」
<http://blog.dream.jp/musubian/>
二〇〇六年十二月十二日より

（注1）農文協・人間選書「創造的である」ということ・上 農の営みから」
（注2）正しくは西日本新聞。農業新聞以上に農業新聞らしい西日本新聞に敬意を表した八尋さん流のギャグ。



直売所兼つどい処「むすび庵」の前で、八尋幸隆さん・道子さん夫妻と研修生

これからの直売所に求めたいもの

佐藤剛史（九州大学大学院農学研究院助手）

■直売所の「直」って何だろう？

八尋さんの「今日、この人と人との関係を省略して大規模化した産直、直売所ができてきていますが、農産物が半商品として人間関係を基盤にして動いていくという観点からみると、自滅の道を歩んでいるように思います。どんなに便利な購入先になつてしまう。どうして産直なのか、直売所なのか、その存在意義がだんだんと薄まってしまっているのではないのでしょうか」に、はげしく同意。

十二月十二日、福岡県地域農政推進連絡会議主催の「直売所のこれからを考える研修会」に講師として招かれる。与えられた演題は「これからの直売所に求められるもの」。しかし、直売所について専門的に研究しているわけでは

ないから、これからの直売所に求められるものはよくわからない。「一利用者として、これからの直売所に求めたいもの、であればお話しできます」として引き受けることにした。

研修の中では、それぞれの直売所の概要を模造紙上に一覧にまとめ、それぞれが抱える悩みや問題点、失敗談を引き出す。それに対して、みんなの経験を持ち寄って課題を解決するというアクティビティを行なった。

盛り上がった。本当に面白かった。そして、こう問題提起した。

「あなたの直売所の近くに、同じ品ぞろえ、同じ価格の大型直売所ができることになりました。あなたの直売所は生き残れますか。生き残るための、あなたの直売所のウリは何ですか？」これは非現実的な課題設定ではな

い。どこの直売所もこの深刻な課題に直面している。幹線道路沿いに道の駅ができる。JAが大型の直売所をつくる。郊外型のショッピング・モールの中にも直売所コーナーが設けられる。

さて、既存の直売所はどうするか。選択肢の一つは、大型化である。効率化することでもあり、品ぞろえを充実させるということでもあり。私がよく利用している直売所も大きい。年間のレジ通過客数は四、五万人、売り上げは六、六億円だという。米、野菜、果物、味噌などの加工品、肉、魚、惣菜、花、なんでもそろろう。利用者にとつては非常に便利だ。

しかし、その直売所を別の視点から見つめ直そう。レジにはアルバイトの女性が立っている。店内に農家の人はおらず、出荷すると忙しそうに帰っていく。地元の野菜がほとんどであるが、北海道産のタマネギも売られている。

直売所がだんだん大型スーパー化しているように感じる。なんと、青果店



向かいの卓「食卓の向かい」実践報告会
九州大学で開かれた「食卓の向かい」実践報告会
2月18日に九州大学で開かれた「食卓の向かい」実践報告会
この側で自作の弁当を披露する佐藤剛史さん

が直売所に出荷しているというケースもまれではないという。その一方で、大型スーパーは直売所の要素を取り込んでいます。つまり、両者の境がなくなってきたのである。

あらためて考える。直売所の「直」って何なのだろう？

直とは、たんに流通プロセスを短縮するという意味だけではない。そこには、生産者と消費者との関係性の構築という考え方が含まれているはずだ。そうでなければ、直売所は、スーパーと同化してしまう。

「あなたの直売所のウリは何ですか？」と、質問したところ、多くの直売所関係者が、「新鮮な野菜」「すべて地元産」などと答えた。それはスーパーでも提

供できる。「同じ品ぞろえ、同じ価格の大型直売所ができることになりました。あなたの直売所は生き残れますか」と問題提起したのはそのためだ。

そんな中、いくつかの直売所は、

「笑顔」

「女性」

「おばちゃん」

と、答えた。私が直売所に求めたいものはそれなのである。直売所では、スーパーでは絶対に提供できないものを提供してほしい。それは、生産者としての「想い」であったり、「苦労」であったり「裏話」であったり、「笑顔」であったり、「農家ならではのおいしい食べ方」であったり、「生産者の人柄そのもの」であったりだ。

そうすれば、その野菜を食べるときに、農家の人の顔を思い浮かべることができ、味としてのおいしさとは異なつたおいしさもかみしめることができる。ありがたいと思える。感謝できる。そうして、食を通じての生産者と

消費者との関係性が構築される。こうした直売所こそが、「直」売所なのだと思います。

■売り上げの1%を合目的に

私が直売所に求めたいもの。もう一つは、直売所が地域の「食の拠点、農の拠点、環境の拠点」になってほしい、ということだ。こういうことは理念的に語るのはやさしい。そこで、私は具体的な提案をした。

売り上げの1%を、地域のために、合目的に使うてはどうだろう。

前述のように、年間の売り上げが六億を超える直売所もある。その1%なら六〇〇万だ。それを地域のために、合目的に使う。

たとえば、農の拠点をめざすなら、農業研修生及びその受け入れ先を支援する。研修生一人当たり月五万円。たとえば、本人に三万円、受け入れ農家に二万円という内訳である。年間六〇万円。六〇〇万円なら年一〇人。毎年、

一〇人の研修生が、その地域で農業を学び、その地域の農業を愛することになる。一〇年やれば一〇〇人。一〇〇人全員が、その地域の農業の担い手にならないとしても、少なくともその地域の農業の真の理解者、応援団を育てることができる。

たとえば、食の拠点をめざすなら、地域の食の写真集をつくる。六〇〇万円あれば、十分に出版可能だ(注)。農家のおばちゃんの写真と、真心があられる食がてんこ盛りの写真集。その直売所で「このおいしい野菜の食べ方はこの本に……」なんて、本も販売できる。売れなくなつて、地域の人が元気になる。自分たちの料理が本になるんだから。

たとえば、環境の拠点をめざすなら、六〇〇万円で荒廃した里山を手入れする。地域の一部にでも、昔ながらの水路を復活させ、その管理費用に充てる。直売所で、農産物を「買えば買うほどメダカが増える」なんて、消費者も絶

対に賛同してくれる。

これは夢物語ではないはずだ。直売所の利益は、町に寄付するケースが多い。ある直売所は、一年に三〇〇万円も寄付したことがあるという。

町が建てた施設を利用しているの、その修繕費という理屈である。では、その修繕費がちゃんとそれだけのために使われているかと言えば、一般会計に組み込まれるケースもあるという。

合目的に使えば、本当にすばらしいことができるほどのカネだ。

最後に、「ぜひ、夢と志のある直売所をつくり上げてください」と想いを伝える。

講演後、何人かの参加者に話しかけられる。その人の持っている配布資料の最初のページには、大きく、

「夢と志」

と、メモされていた。

ブログ「経済学を学ぶ非営利な毎日」
<http://id.hatena.ne.jp/keda-top/>

二〇〇六年十二月十四日・十五日掲載に
加筆

(注)一部カラーの「食の文化祭」報告集程度であれば、そんなにはかからない。A4版、簡易製本、カラー二〇ページ、モノクロ九〇ページ、五〇〇部なら二〇万円くらいでできる。



各地の「食の文化祭」「家庭料理大集合」の報告集やCD-ROM

生産から流通、消費までを結ぶ産直グループ「関西よつ葉連絡会」(事務局・大阪府茨木市)の仕入れ・企画部門を担当する星野建士さん(65)。約二年前、タイトル名にひかれて連載をまとめたブックレット(注)を購入した。

食の問題といえば、「何を食べたら危ないか」と「わが身の安全」ばかりに関心を示す消費者層が増えてきた。それが、星野さんの実感だ。牛海綿状脳症(BSE)や鳥インフルエンザの発生で安全、安心の

つながり 「モノより人」へ回帰
西日本新聞社「食暮らし」取材班

「向こう側」つちゆう発想が出てきたか。面白いな」

論議が過熱したが、中川健二事務局長(57)は言う。「問題の『根本』には、資本主義社会のひずみがある。目先の問題ではなく、食から生き方を考え、社会をよりよくしないと解決しない。そんな「向こう側」を問う姿勢は、よつ葉の思いと一緒やわ」

同会は、近畿二府四県の会員約四万人に配るカタログに、ブックレットを紹介する企画を掲載。子育て世代を中心に注文が相次ぎ、約五千冊を会員宅に届けたという。

◆ ◆
ブルル……。配送センターの電話が鳴る。「野菜の格好が悪い」「また欠品?」「よつ葉独自の有機認証は、基準が明確じゃない」……。職員たちはため息交じり。「産直ゆうても、会員さんからの苦情はけっこう多いんです



「食卓の向こう側」第9部「広がる輪」

「モノより人」を信じる社会を取り戻すのかもしれない。

◆

有機JASマーク禁止された農薬や化学肥料を使用していないなど登録認定機関が検査認

「食卓の向こう側」ホームページ
<http://shinippoon.co.jp/np/ffstyle/shoku/>

である本田香苗さん(38) 〓同府高槻市〓も、「モノ」から「人」に価値観が変わった一人だ。

約五年前、「安全な食品日当て」で入会。気付くと、職員と生産者の「近所のおじちゃん、おばちゃんのような付き合い」に引き込まれていた。当時、母親友達ができず悩んでいた本田さんに、「つながりの輪にかかわり、徐々に自分を取り戻せた」。その後、ふとしたことで友達ができ、子育てもぐんと楽しくなった。「食も子育てもつな

がりが大切」。今、しみじみそう思う。「付き合いがなく楽だから」と、父母会のない幼稚園に希望が集中する現代。公園で遊ぶ親子は、互いにどここの誰かも知らない。今の子育て世代に、顔が見える関係のよさを伝えたい。本田さんは、そんな思いで会報作りに携わる。

「おじさんたちより、母親同士の方がうまく伝えられることもあるでしょう」

気づいた人がつなぐ手を差し伸べます。その連鎖が、



「食卓の向こう側セミナー」は西日本新聞社主催

ばあちゃん。できるだけ自然栽培をしているから、厳密な計画出荷は無理。有機JASマークのような高い手数料がかかる認証を取る資金もない。ここに思い至らない苦情の数々。人と人のつながりが分断された社会の弊害と言えないか。

単一作物の大量生産、広域流通のための野菜の規格化、それらに不可欠な農薬や化学肥料、機械への依存……。自然相手の農業は、国策で効率主義に転換。同会が活動し始めた七〇年代半ばは、「安全な食の喪失」が「顔が見える関係の崩壊」と表裏一体で進んだ時代だった。

だからこそ、「モノより人にこだわること」を掲げてきたが、経緯を知らない会員とは意識の溝が埋まりにくい。

◆ ◆

「あのおじさん」のリングゴが届いた。「頑張って作ってくれたんやな。傷まんうちに、皮までいただこう」

以前は、有機JASマークを選択基準にしていたという会員、奥野眞理子さん(48) 〓大阪府箕面市。今、信頼するのは、マークより、人。変化のきっかけは「体験」だった。

十一月の朝早く。奥野さんは中一の二女と、山に囲まれた同府能勢町の畑に出掛けた。同会職員と一緒に畑仕事を始める「にんじんクラブ」にかかわり始めて約三年。ニンジンや大豆の栽培、出荷で汗を流すうち、野菜の向こう側に、作り手の姿が思い浮かぶようになっていた。

奥野さんは、同会の会報作りを手伝う「助っ人会議」にも参加。その同僚