

ブックガイド

◎会ってみたい人、体験してみたい味の情報が満載!

金丸弘美 著

美味しい田舎のつくりかた

2014年9月

学芸出版社(075・343・0811) 本体1800円+税

評……京都府立大学大学院生命環境科学研究所講師

中村貴子

昨今の各都道府県や各市町村でのアンケート調査によると、8割以上の人が「地産地消」という言葉を知っていると回答しています。これだけ認知されてきた地産地消ですが、ビジネスとして成立するには、今一歩、社会の変革が必要だと思います。端的にいうと、消費者が日常生活の中で地産地消の物を選択購入する暮らしを実現することです。そのためには、地産地消の物量が増えること、消費者が望んでいる内容を追求して提供側が努力することが供給側としては必要です。本書は、この後者を実現している人たちの活動に焦点を当てています。すなわち、地産地消をビジネスとして、おしゃれに、そして美味しく仕上げることにこだわる人びとが、何にこだわり、どのような工夫をしているかということです。加えてどのように美味しいのかもわかりやすく

教えてくれています。これから起業をしたい人、起業をしたけれども壁にぶつかっている人にとつての良書だと思えます。また、地産地消などに関心が高いわけではないという方に、読んでもらえる機会さえ作ることができれば、体験したくなるような魅力的なモノ・コトの紹介が満載ですので、そういう機会をどうにかして作りたいと個人的には思いました。さて、本書でとりあげられている事例は、瀬戸内ジャムズガーデン、池田牧場、村上農場、コスモファーム、山際食彩工房、まちのシュレ963、良品工房、道の駅むなかた、知憩軒、素材香房 *BeKitchen* です。この中でお会いしたことがある方は5事例でした。お会いしたこととはないけれども、お土産でいただいたなど、ご縁のある事例が2事例ありました。お会いしたことのある方でも、本書

にあるような詳しい内容を知ることにはなく、それぞれの苦悩を乗り越えてこられた転機について知ることができました。またご縁のあった2事例では、アンテナを張っていると、縁はあるものだと思ふと同時に、出会った商品から不思議と温かみを感じていたのは、なるほどそういう理由だったのかとあらためてその商品を作ってくださった方々に感服した次第です。全事例に共通しているのは、①商品・役務が完成するまでのリーダー層の探究心の強さと行動範囲の広さ、②起業家たちが新しくはじめたと思っていたことも実は過去の経験と繋がっていると自覚していること、③つぎつぎと新しいことにチャレンジしていることです。つぎつぎとチャレンジができるのは、①②のような経験を踏まえ、自分を信じる力がいつそう高まっているからではないかと思えます。最後に、表紙の帯には、安倍晋三内閣総理大臣夫人の昭恵氏が推薦文を書かれています。総理夫人がこのようなたくみを応援して下さっていることは心強いのと思った次第です。