

山口県周防大島の「瀬戸内ジャムガーデン」は、島内の53軒の農家の柑橘や芋などを120種類ものジャムにして販売。

お洒落なカフェで、トーストにのせた焼きジャム、アイスクリーム、デザートなど、食を提供しジャムを売る。女性に圧倒的な支持をうけ、島に多くの人を訪れる。ジャムは10万個近くが売れる。

北海道上士幌の「村上農場」が栽培するジャガイモは、レッドムーン、インカのめざめ、メイクイン、北海こがね、インカの瞳など27種類。品種ごとのレシピと一緒に料理を提案して販売。売り上げを十勝平野の農家の倍以上にしている。

福岡県宗像市の「道の駅むなかた」は、直接、農家・漁師が生産物を搬入する生鮮がメイン。売上17億5千万円。動員160万人。直売所で1千万円を超える売上の生産

『美味しい田舎のつくりかた』  
地域の味が人をつなぎ、小さな経済を耕す



学芸出版社  
四六判 208頁  
定価1,800円+消費税

者が40名もいる。超鮮度の魚が評判。漁師が一匹ずつトレーに入れパックして持ち込む。従来の漁業ではなかった手法。魚や野菜にはレシピが100以上もつく。

今、食の生産の現場は、消費者との接点を直接作る手法が大きな潮流と地域経済と雇用を生んでいる。地域性に根差した多様な農産物を食べかたまで提案する。地域にある特徴のあるものを集積し話題を創るほうが、結果、首都圏に売れるという逆転現象が起きている。

買い手側の市場が確実に変化している。人口減で量ではなく、少量で質が問われるようになった。海外からの料理法が広がり、多様な農産物が求められるようになった。そんな新たな動きを敏感にとらえた北海道から九州までの事例を紹介する。彼らの動きこそが、これからの生産の主流となることだろう。