

明日への挑戦

誰がどこで、どんな方法で育てたのか把握し、消費者に伝えることが安心につながる。こんな思いから生まれた食品ブランド「顔が見える野菜。」の売り上げは、果物も合わせ、この20年で累計2500億円近くに達している。土壌管理や農薬削減のハードルを乗り越えて野菜や果物を出荷する生産者のネットワークは北海道から沖縄まで広がっている。安全、安心を合言葉に土や作物と向き合う人々の姿を追った。

▽制約が意識を変える

オホーツク海に近く、雲ひとつない青空が広がる北海道訓子府町。この地でタマネギを作る坂本司さん(43)の朝は早い。収穫期を迎える夏は午前4時には畑に出る。タマネギを集めるコンテナを次々に並べ、トラクターで畑を回り起す。夏の間にコンテナ450個分を収穫するという。「顔が見える」のブランドの生鮮食品は、大手スーパーのイトーヨーカ堂を中心に全国で販売されている。両親や妻と一緒にタマネギ、メロンなども育てる坂本さんは商業高校を卒業してから農業を始めた。

訓子府町や隣の北見市がある地域は国内最大のタマネギ産地として知られる。畑の一部を農業を減らした栽培に利用するマルチが1980年代から活動しており、「顔が見える」の生産にも入っていきやすかった。

「春から秋まで早朝から夕方まで作業がある。帰宅してから農業や肥料の報告を書くのは体力的にはきつい」と話す。だが神奈川県に住む友人

生産者の姿 消費者へ



収穫したタマネギを手にする坂本司さん=3日、北海道訓子府町

安心届けるブランド

20年で売り上げ250億円に

約束した基準を超えてしまう。そうしないためには散布の時期や回数をおろかじめ工夫するしかない。「最近では気象情報から目が離せない。雲の動きや空気の流れにも敏感になってきた」。安全な作物を育てるための制約は、生産者の意識や日々の作業にも変化をもたらしている。

▽転作の弾みに

「顔が見える野菜。」がスタートしたのは2002年かつけたら買ったよ」と連絡があったり、自分の作物を買ってくれる人の姿を近くのスーパーで見かけたりした時は元気が出るという。北海道も温暖化の影響を受けており、豪雨に見舞われることが増えたといい。畑にまいた農薬が流れてしまえば収穫が減る。追加で散布すれば

「顔が見える野菜。」がスタートしたのは2002年かつけたら買ったよ」と連絡があったり、自分の作物を買ってくれる人の姿を近くのスーパーで見かけたりした時は元気が出るという。熊本真八代市の野田成之さん(69)は05年からレタスなどを出荷するようになった。八代市周辺はもともと、豊の原料になるイグサの大産地

食品ブランド「顔が見える野菜。」は包装に生産者の似顔絵とQRコードが印刷されており、スマートフォンで収穫された場所や生産者のこだわりを知ることができる。これまでに参加した生産者は累計で7千人を超えている。

土壌、農薬、肥料を点検

運営会社「シフラ」は、生産者から使用している土壌の酸性度や養分、農薬量や肥料の種類などの情報を集め、独自に定めた農薬削減などの基準に合致しているかどうか確認する。種まきや植え付けの時期、栽培方法なども報告してもらう。農家

だった。しかし1990年代に中国産の安いイグサが大量に流入し、国内の生産者は苦境に陥った。野田さんもイグ

サからレタスに転作した農家の一人だ。当時は地元の青年部の仲間と「イグサを作り続けても将来はないよなあ」と悩む日々だった。大きな借金を抱え、自ら命を絶つ生産者もいた。知人からレタスの生産を勧められ転作したが、イグサとは土の作り方が全く違う。思うようなレタスはなかなかできず、心が折れかけていた時に、世話になっていた集荷業者から、「顔が見える」を紹介された。

「東京という巨大なマーケットで販売されるというのがいちばんの魅力だった。不安もあったが、ばーっと光が差



を直接訪問し、農業の保管状況などを実際に点検することもあるという。生産者の写真を包装に印刷した商品は他にもある。シフラの審査担当者は「顔が見える」の特徴について「土壌から生産、出荷などの情報を生産者ごとに集めて安全性を確認する手法を開発し、20年かけて改善してきた」と説明している。

(次回は10月12日)