

安心届ける「顔見える野菜」

全国に生産者 20年で2500億円販売

土壌や農薬 独自に管理

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」。一の売り上げは、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」を台言葉に土や作物と向き合う人々の姿を辿った。

「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。畑の一部を農薬を減らした栽培に利用するグループが1980年代から活動し

「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。畑の一部を農薬を減らした栽培に利用するグループが1980年代から活動し



収穫したタマネギを手にする坂本司さん。13日、北海道訓子町



レタスの苗を育てる野田成之さん。18月22日、熊本県八代市



まき青い実を見守る畑尾大知さん。18月23日、熊本県宇城市

生産・出荷の仕組み

生産地

生産者の名前を付けて店頭へ

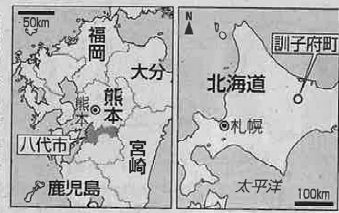
チェック項目

- 土壌の診断
- 肥料の与え方
- 残留農薬の検査
- 農薬削減



「春から秋まで早朝から夕方まで作業がある。帰宅してから農薬や肥料の報告を書くのは体力的にはきつい」と話す。

「顔が見える」の生産にも入っていきやすかった。



だが神奈川県に住む友人から「似顔絵の付いた袋を見つけたら買ったよ」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況のスーパーで見かけたという時は元気が出るといった。

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う。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おらかに工夫するしかない。

スタートしたのは2002年から。花や野菜のネット通販を手がけていたI.Tベンチャー「シフラス」(東京都江東区)が考案し、イトーヨーカ堂が販売を始めた。熊本県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、量の原料になるイグサの産地だった。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。

「顔が見える」のブランドを手がかりに、産地と小売りが一体になった農業の姿を農産品の流通会社と一緒に探っている。

「品種や栽培方法を工夫すれば農業はまだできる」とがあるはず。消費者に安心して買ってもらうことがその前提になる」と胸に刺さる。

熊本市の畑尾大知さん(39)はミカンなどのかんきつ類を育てている。祖父の代からの農家だが、同世代の生産者はそう多くない。

「顔が見える」のブランドを手がかりに、産地と小売りが一体になった農業の姿を農産品の流通会社と一緒に探っている。

AI医療機器 研究開発支援へ

経済産業省が、人工知能(AI)やソフトウェアを活用した次世代型医療機器の海外展開を目指す企業への支援に乗り出すことが22日までに分かった。世界中では成長産業と位置付け

「顔が見える野菜。」が

「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。

消費者の声支えに