

2023 FEBRUARY

通巻625号

AGRICULTURE FORESTRY FISHERIES

特集

02 月号

あふ

aff

日本の「食料」を学ぶ



農林水産業者の朝

奈良県

そうめん製造業者の朝

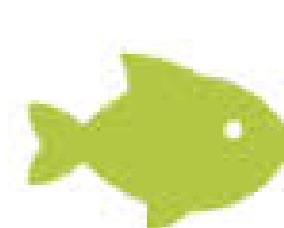
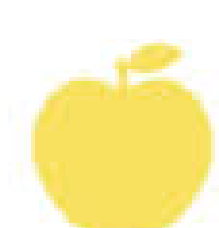
廃校再生プロジェクト

秋田県

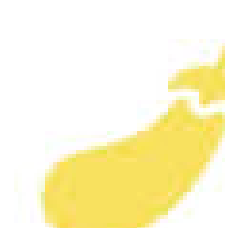
旧山田小学校

農林水産省

／ 日本の「食料」を学ぶ ／



01



数字で学ぶ

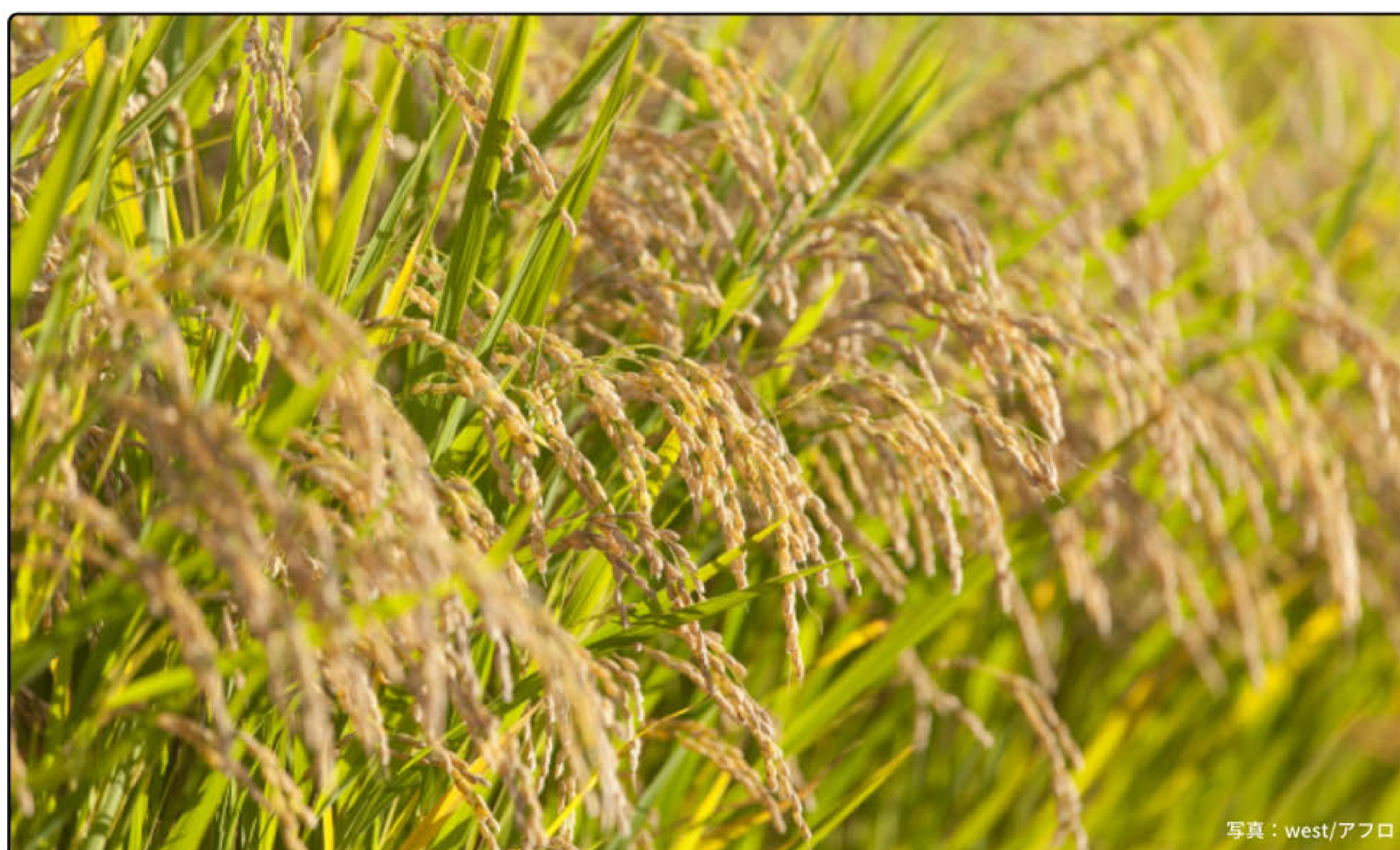
「日本の食料」

日本の食料事情は、社会情勢や生活環境から大きな影響を受けています。

そうした変化を受けて、農林水産省では

食に関するさまざまなデータを蓄積し、発信してきました。

ここに掲載されたグラフや図で日本の食の現状をご覧ください、
日本の食を持続可能なものとするためには何が大切か、一緒に考えてみましょう。



写真：west/アフロ

日本人の食生活 60年の変化

60年間で何がどのように 変化してきたのか？

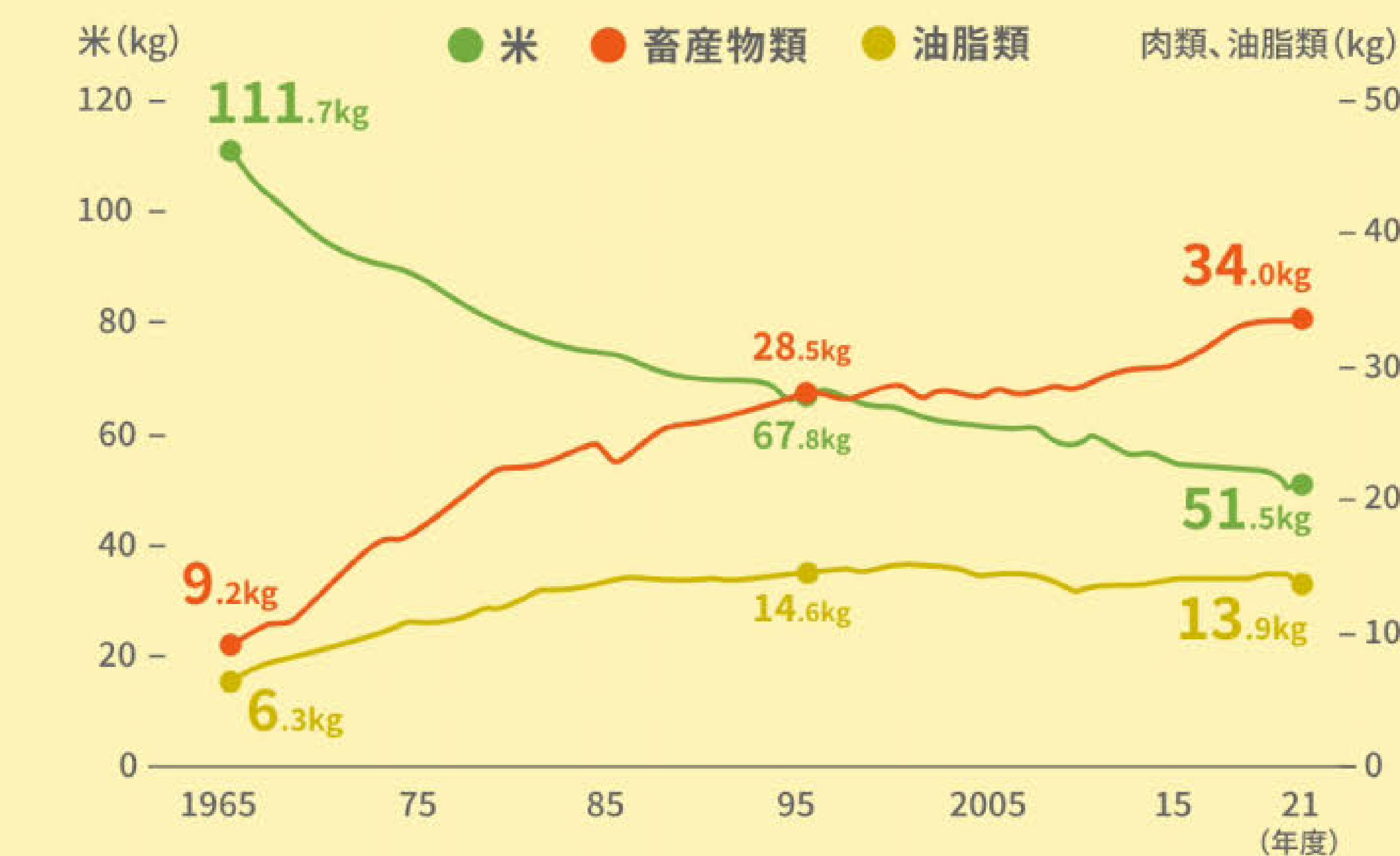
日本では、高度経済成長期以降、食生活が大きく変わりました。

具体的には、米や魚、野菜が中心の日本型食生活から、肉や油を使った料理が好まれるようになりました。その結果、米の一人当たり年間消費量は、1962年度の118.3キログラムをピークに減少に転じました。グラフの起点である1965年度にはすでに下降し始めていて、2021年度には1人当たり年間消費量も約51キログラムまで減りました。一方で、肉類の1人当たり年間消費量は約3.8倍、油脂類も倍増しています。

ごはんは半分以上、
肉と油は倍以上！



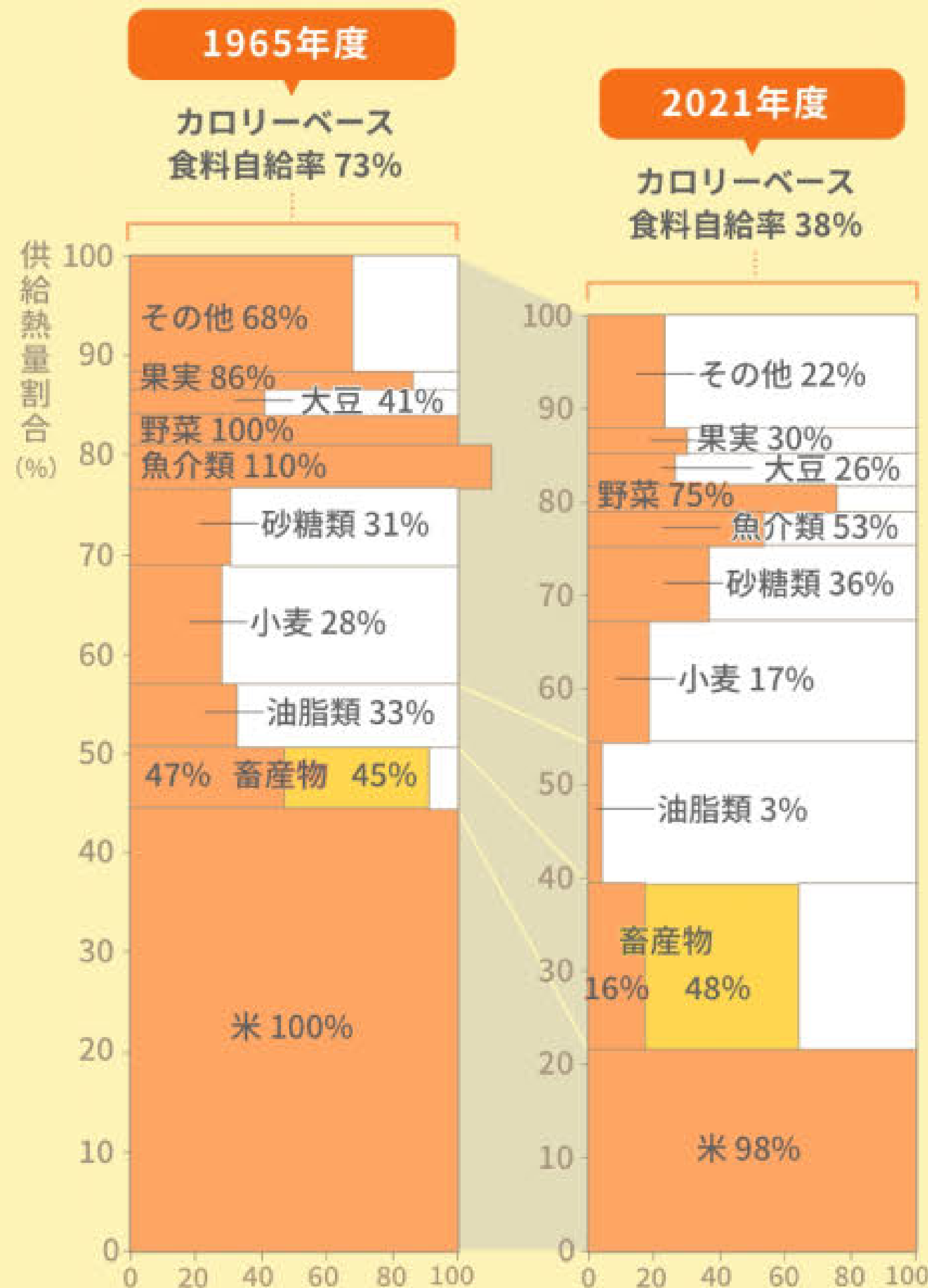
米、畜産物、油脂類の1人・1年あたり消費量の変化



資料：農林水産省「食料需給表」を加工して作成 注：1人・1年あたり供給純食料を記載

食料消費構造の 品目別供給熱量 自給率 (%)

- 輸入部分
- 自給部分
- 輸入飼料部分
(自給としてカウントせず)



食料消費構造の 供給熱量 [カロリーベース 単位 kcal/人・日]

1965年度		2021年度	
品目	供給熱量 (kcal/人・日)	品目	供給熱量 (kcal/人・日)
米	1,090	米	474
畜産物	157	畜産物	67
油脂類	159	油脂類	11
小麦	292	小麦	52
砂糖類	196	砂糖類	66
魚介類	99	魚介類	44
野菜	74	野菜	48
大豆	55	大豆	19
果実	39	果実	19
その他	298	その他	60

資料：農林水産省「昭和40年度と令和2年度の食料消費構造の比較」を加工して作成

食料消費構造の図から 変化を読み取る



60年前と現代では
何がどう違うの？

図の見方

- 縦軸は、供給熱量割合（1人に1日あたり供給される熱量の品目ごとの割合）を表していて、割合が大きいものは、それだけ消費されているということです。
- 横軸は、品目別自給率（供給熱量ベース）を表しています。

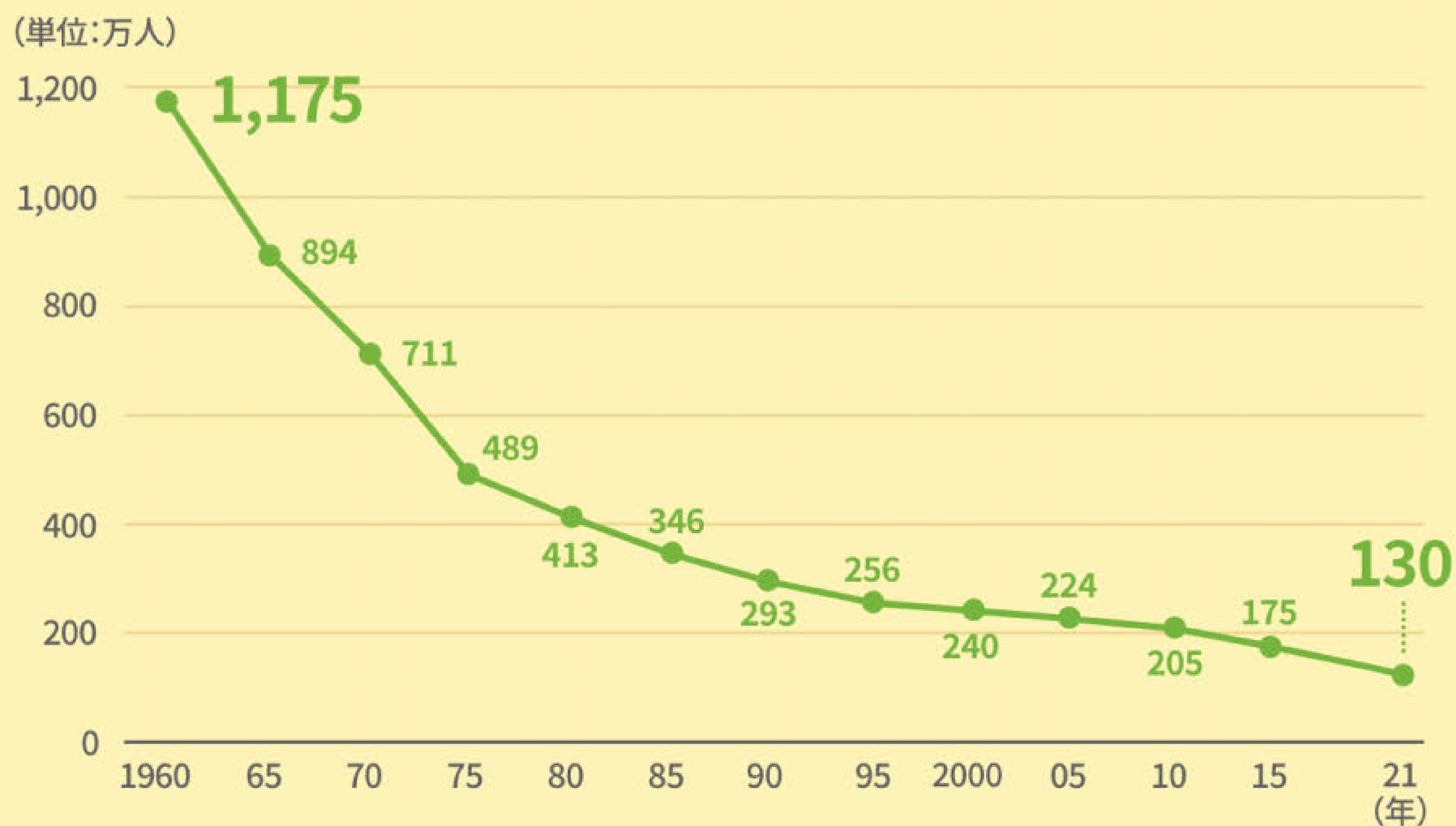
1965年度には73パーセントだった食料自給率（カロリーベース）は、2021年度には38パーセントとなり、長期的に低下してきたことがわかります。

主食である米の消費量は2021年度には1965年度の半分以上になっています。自給率が高い米の消費が減ることは食料自給率全体の低下につながります。

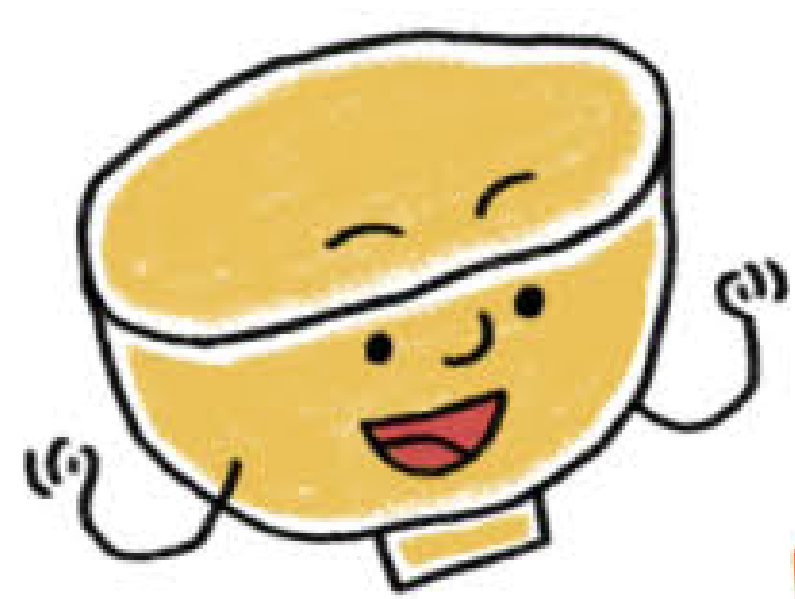
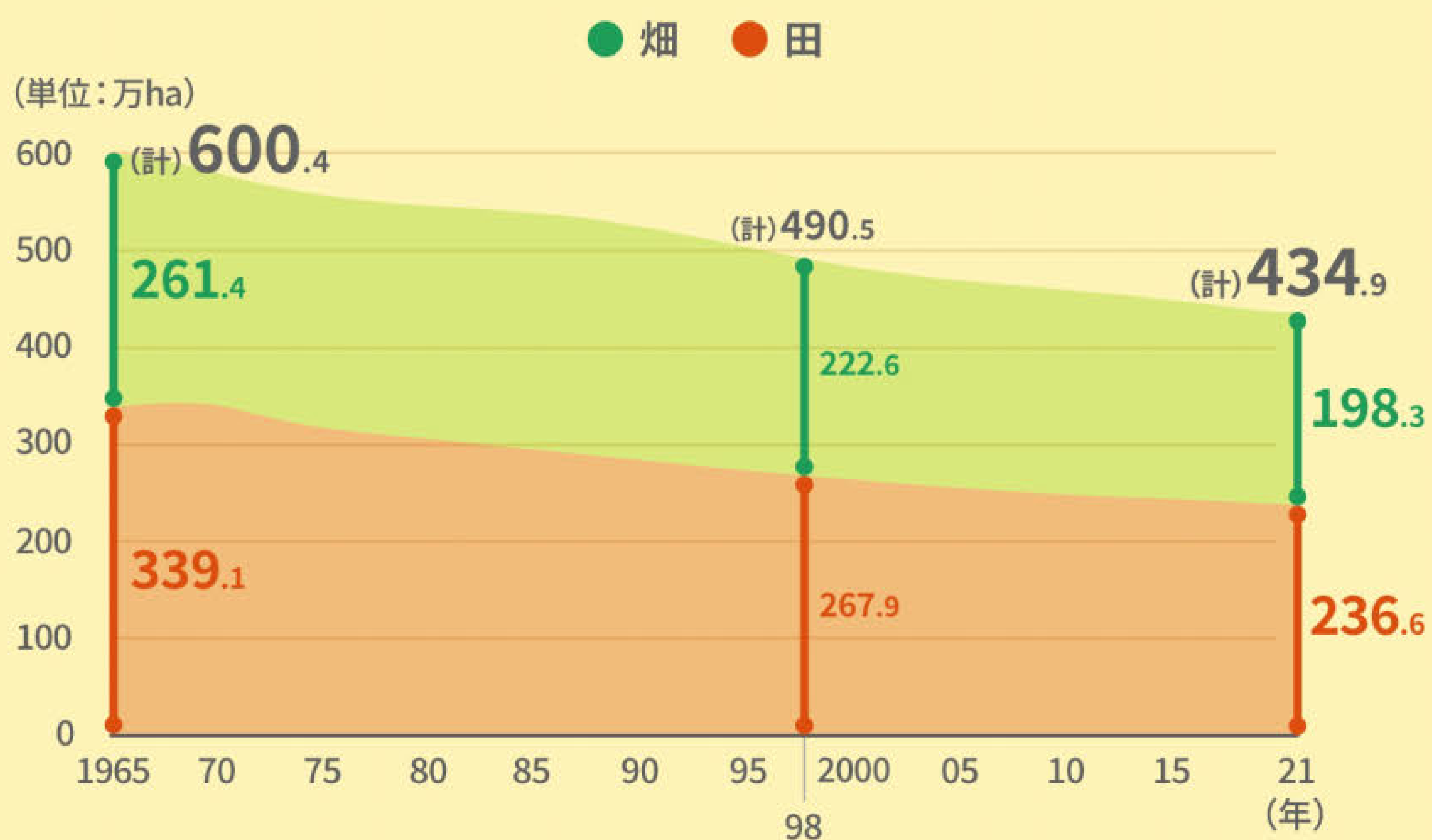
一方、畜産物や油脂類の消費量は増加しており、飼料や原料の多くを輸入に頼る自給率が低い畜産物や油脂類の消費が増えることは、食料自給率全体の低下につながります。

農業者の数と農地面積の推移

基幹的農業従事者数の推移



農地面積の推移



農業者が減少する中で、
一人あたりの農地面積を拡大して
がんばって生産しているよ！

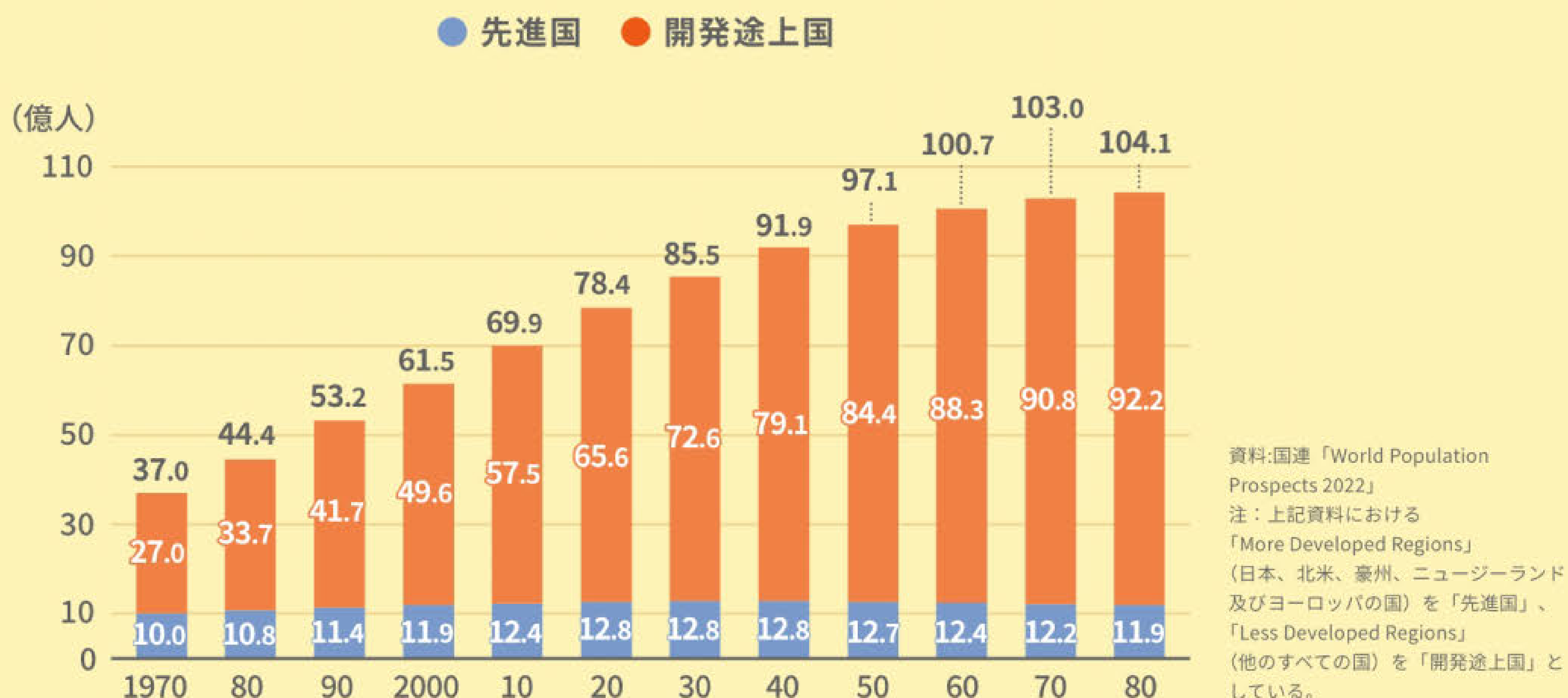
およそ60年の間に農業者数は約6分の1に減少しました。その平均年齢も2021年には67.9歳と高齢化が顕著です。農地面積は、耕作されずに放置・荒廃してしまった農地の増加や宅地などへの転用によって、1965年の約4分の3に減少するなど、日本の農業を取り巻く状況も変化しました。

一方で、生産者1人当たりの農地面積は拡大し、生産性向上の努力が続けられています。現代の農業者は限られた国土条件の中で消費者のニーズにできるだけ対応し、農産物の安定供給に尽力しています。

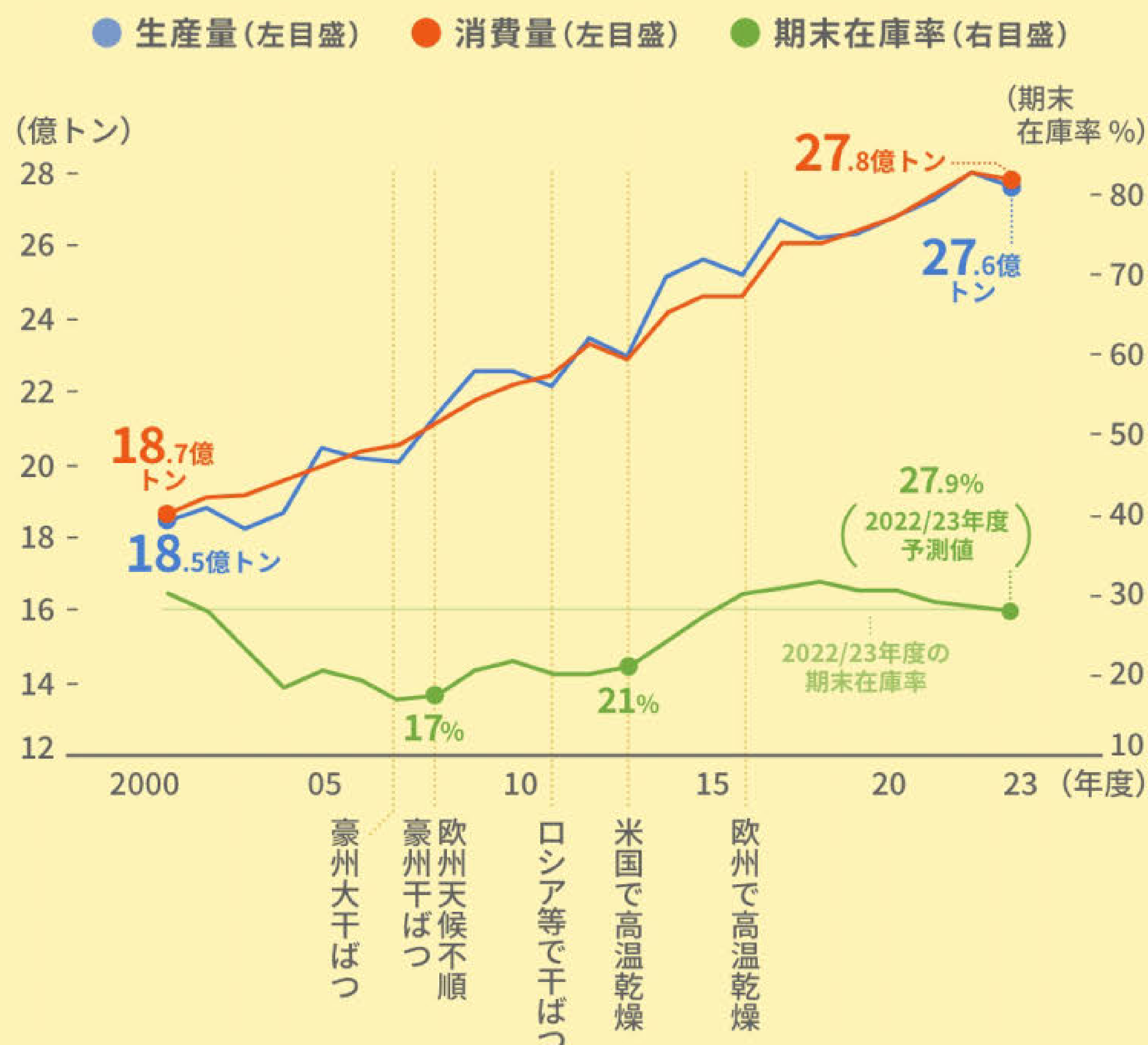
世界の動きと 食料事情

世界の人口増加と穀物需給

世界の人口の見通し



穀物（コメ、とうもろこし、小麦、大豆等）の需給の推移



これからも
世界の人口は
増えていくんだね



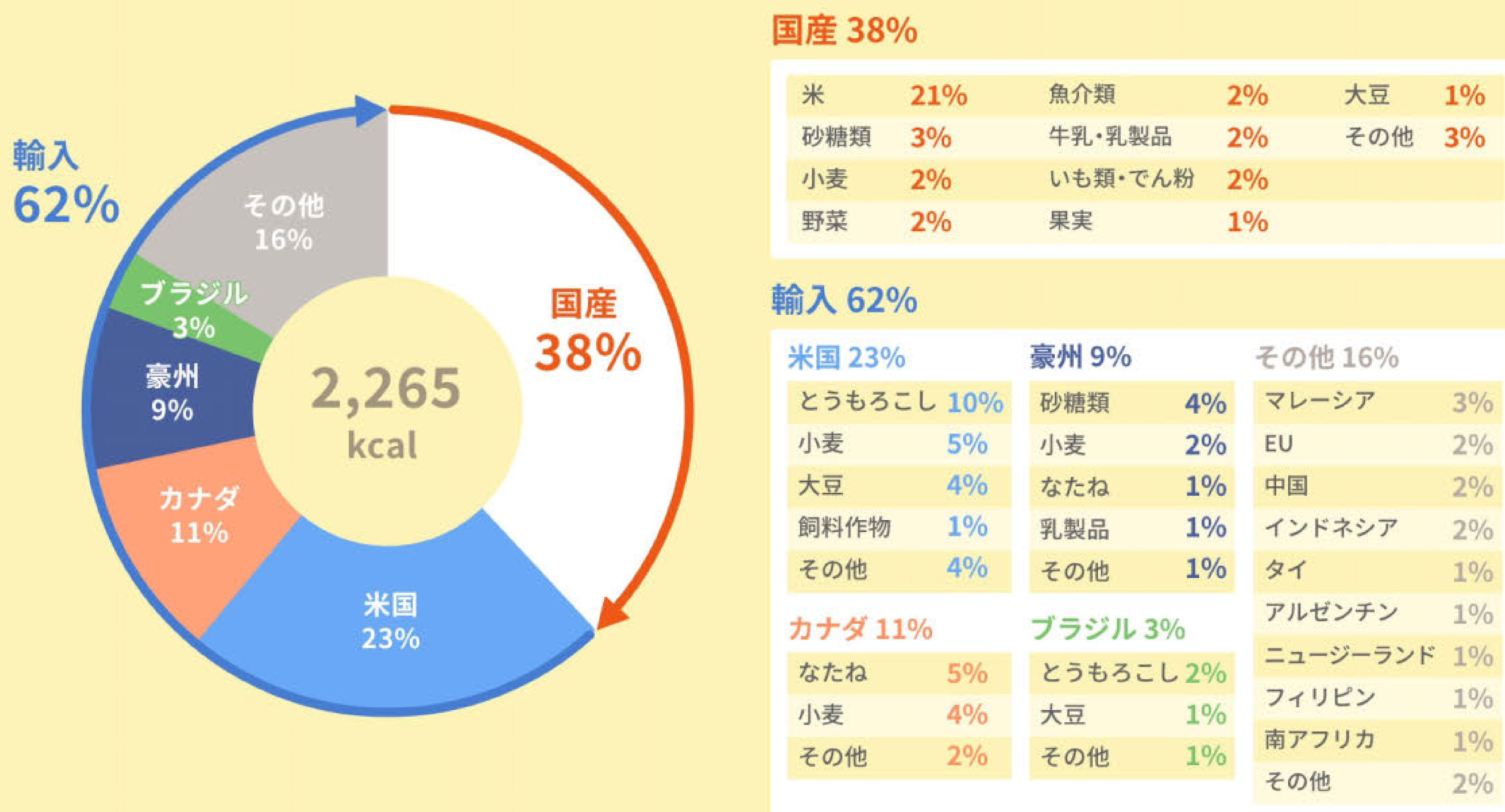
国際連合（国連）の推計では2022年11月15日に世界の人口は80億人に達しました。今後も開発途上国を中心に増加し、2050年には97.1億人になると予想されています。

人口の増加に加え、経済成長によって肉類の消費量が増え、その飼料としての穀物消費量も増加しています。このため、穀物の生産量も消費に合わせて増加していますが、干ばつ等の影響により年によって変動があります。

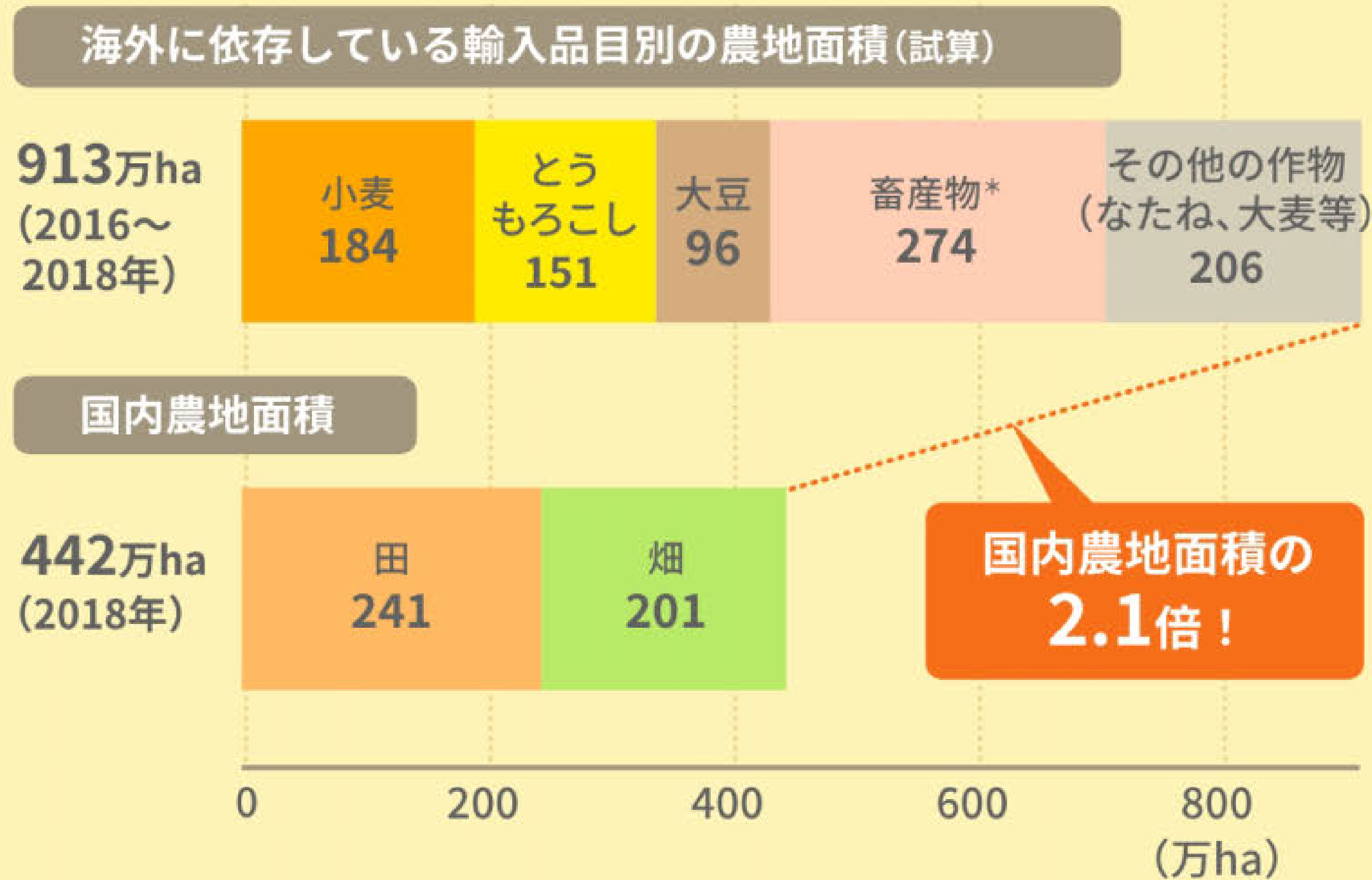
食料の供給カロリーを国別に見てみると

我が国の供給カロリーの国別構成（試算）

2021年度



日本の農産物輸入量の農地面積換算（試算）



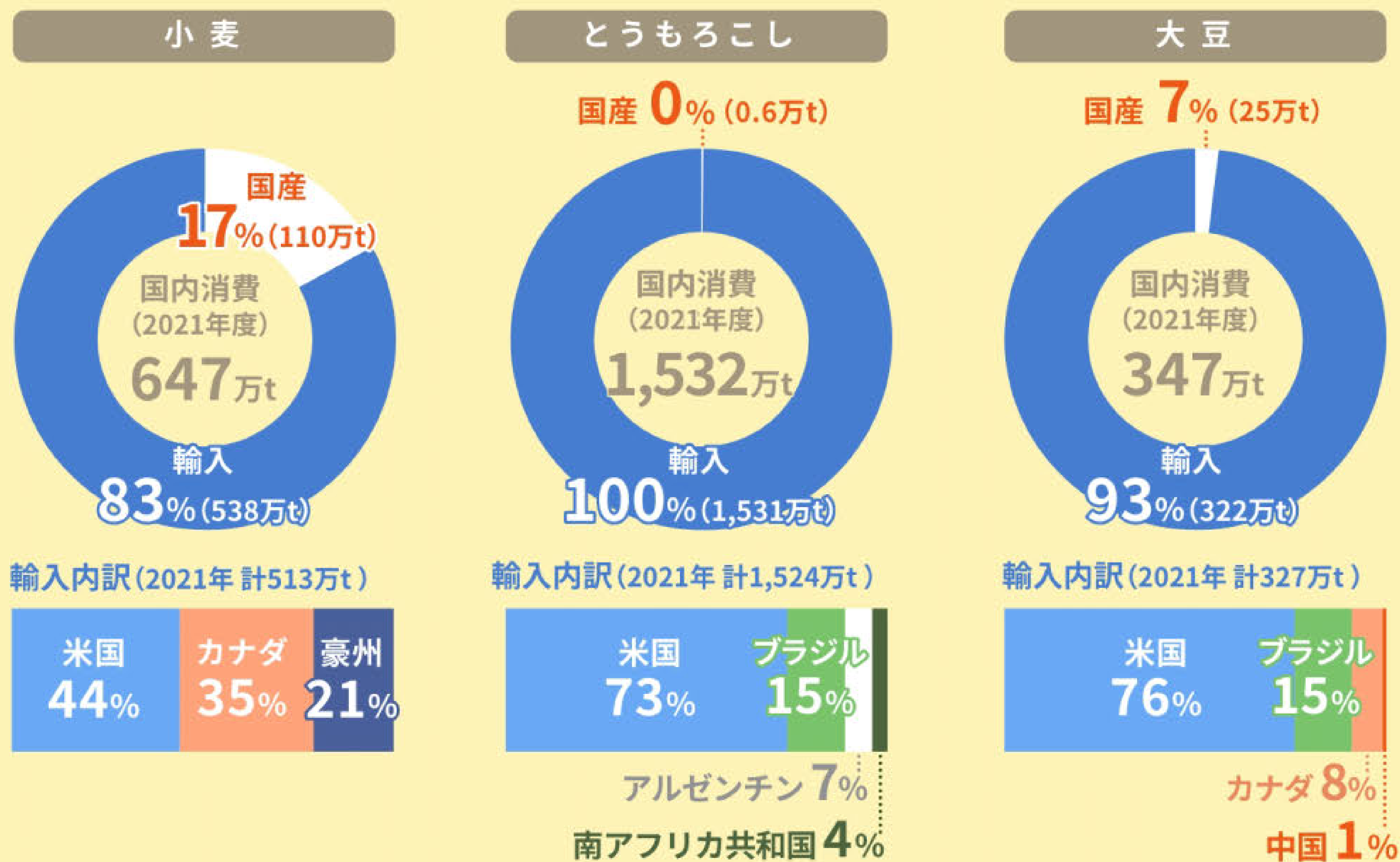
小麦やトウモロコシなどの穀物は農地の広い国から来てるんだな～

我が国の食料供給を供給先別に見てみると米国（23パーセント）、カナダ（11パーセント）、豪州（9パーセント）、ブラジル（3パーセント）からの輸入と、国産（38パーセント）とを合わせて、これらの国だけで供給カロリーの大部分（84パーセント）を占めています。現在の私たちの食生活を前提として、今後の食料供給の安定性を維持していくためには、これらの輸入品目の国産への置き換えを着実に進めるとともに、主要輸入先国との関係を維持していくことも必要不可欠となります。

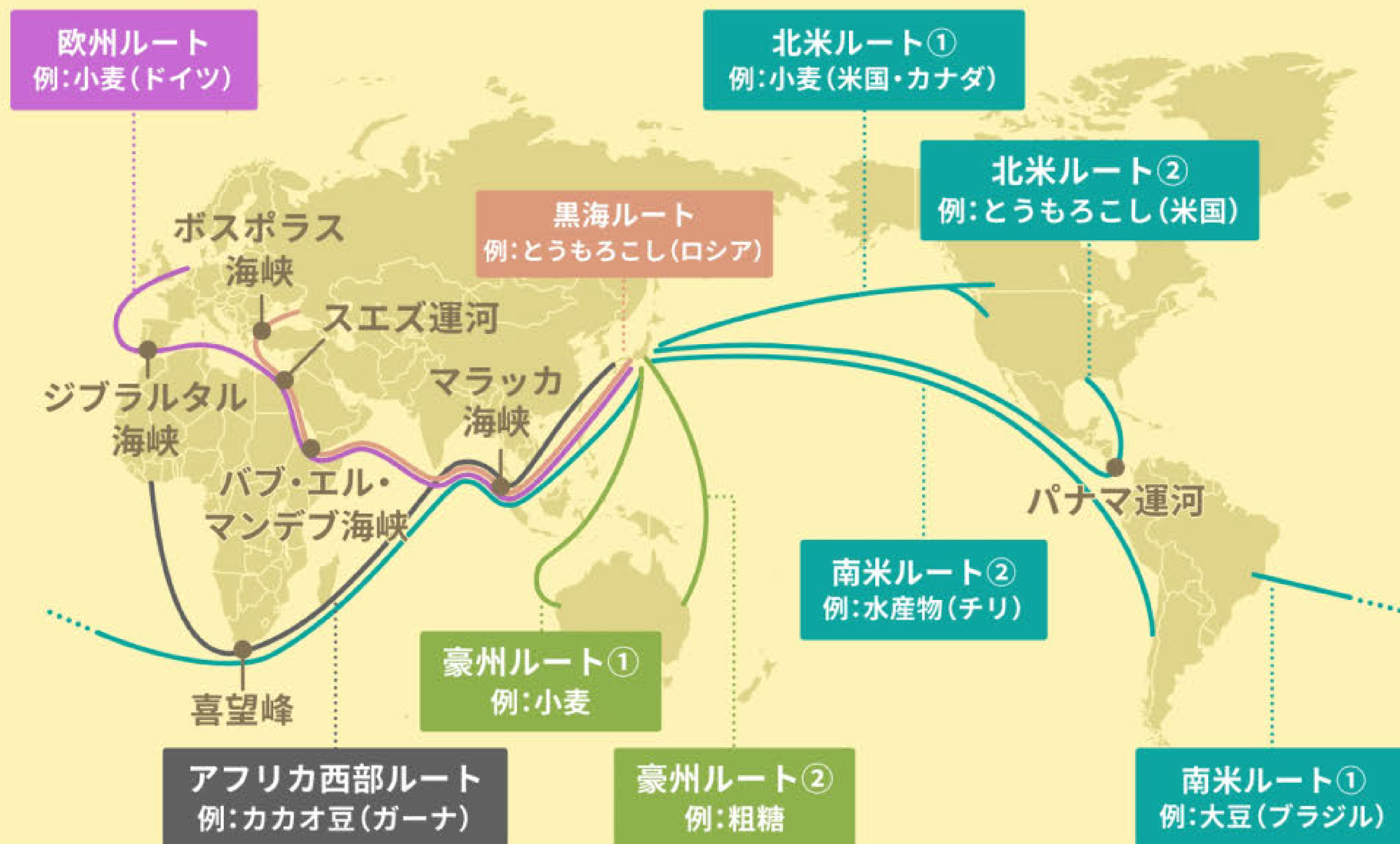
穀物の輸入状況と輸入ルート

我が国の品目別輸入状況

2021年度



海外から日本への主な農産物輸入ルート



国内生産だけでは国内の需要を満たすことができない品目は、国際需給や価格の動向を踏まえて輸入し、国内への安定供給を図っています。我が国が輸入している農産物・水産物のほとんどが船で運ばれてきます。国際情勢に影響を受けやすい、水運の要衝となる運河や海峡を通過しない輸入ルートが比較的多いのが我が国の輸入の特徴のひとつです。

日本の「食」のあり方を考える

農林水産省では2021年から「食から日本を考える。NIPPON FOOD SHIFT（ニッポンフードシフト）」をスタートしました。ニッポンフードシフトでは、日本の食を取り巻くさまざまな課題を改善するために、消費者と日本各地の食を支えてきた農林漁業者・食品関連業者、政府が一体となって持続可能な日本の「食」のあり方を考え、確かなものとして次世代へ引き継いでいくことを目指しています。

＊ニッポンフードシフトの中心的なイベントである「食から日本を考える。NIPPON FOOD SHIFT FES.」の様子は2月15日配信記事でお伝えします。



Tips

動画で学ぼう「日本の食」



私たちの「食」を将来にわたって持続可能なものにしていくために、私たちはどのように対応していけば良いのでしょうか。そのヒントを解き明かしているのがニッポンフードシフト公式チャンネルの動画「食から日本を考える。」です。「食」について考えることは、これからの社会や暮らしを考えることです。動画で学び、私たちの「食」の未来を思い描いてみてください。

動画はこちら

<https://www.youtube.com/watch?v=N3lHio5kgII>



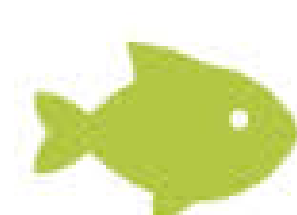
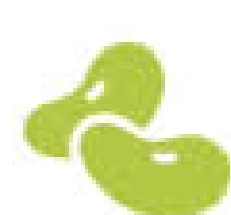
今週のまとめ

60年の間にお米の消費量は半減した一方で、

肉類や油脂類の消費量が大きく増加しました。

国内生産だけではまかなえない小麦や大豆などその多くを海外から輸入しています。

／ 日本の「食料」を学ぶ ／



02

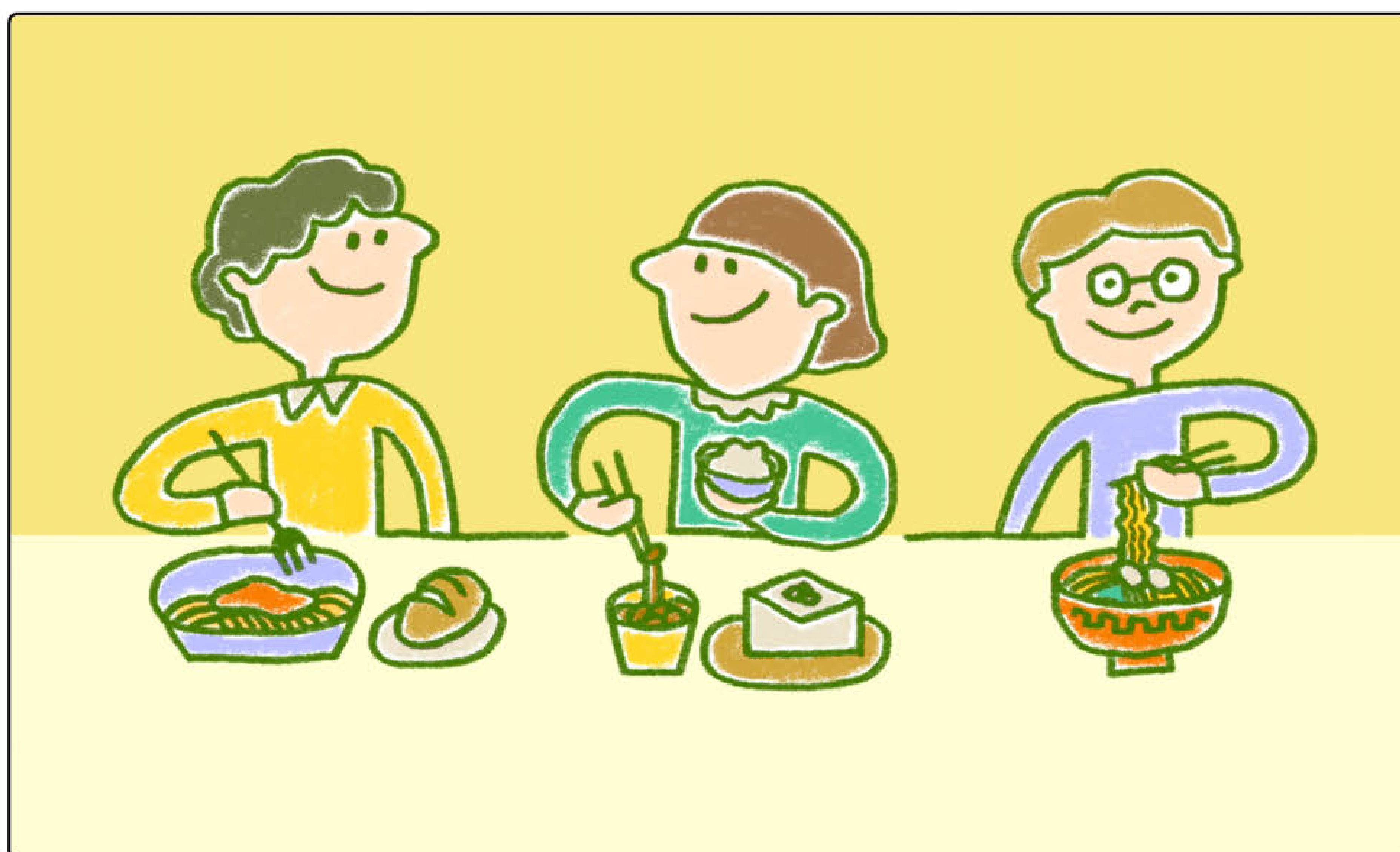


知るから始める 「食料自給率の はなし」

2021年後半以降、歴史的な食料・エネルギー価格の高騰により、
日本でも身近な食料品や日用品に影響が生じ、食料自給率への関心が高まっています。

では、そもそも食料自給率にはどんな意味があるのでしょうか。

農林水産省食料安全保障室で食料自給率を担当する林企画官が解説します。



食料自給率を知るための

10の質問

QUESTION

01

「食料自給率」って
何ですか？

食料自給率は、食料の国内消費に対する国内生産の割合を示したものです。つまり、国全体で見たときに、私たちが消費した食料に対して国産がどれくらいかを表す数字です。日本の現在の食料自給率は、カロリーベースで38パーセント、生産額ベースで63パーセントとなっています。

「自給率」という言葉自体は食料に限ったものではなく、日本だと他にもエネルギー自給率や木材自給率などが算出されています。消費と生産の数字さえあれば、自動車の自給率や衣服の自給率も計算はできますが、なぜ食料の自給率が注目されるのか、それにはいくつか理由が考えられます。

1つめは、国民生活に特に不可欠であること、2つめは、輸入への依存度が高いこと、そして、3つめは、輸入に関する不確実性が高いことです。

日本で食料の自給というものが多く論じられるようになったのは、今から100年程前のことです。江戸時代まで3000万人台だった人口が、明治時代以降の経済発展や衛生環境の改善等によって5000万人台にまで急激に膨れ上がり、主食であるお米ですら生産が消費に追いつかなくなって、1910年から1920年頃には米の自給率が9割を下回りました。そのような中、1914年から1918年に第一次世界大戦が勃発すると、食料を輸入に頼ることへの不安が高まったことで、食料の自給が国民の関心事になったと考えられます。

日本は現在も、限られた国土で世界11位の人口を養っており、食料自給率への注目が高まる状況は100年前も今も変わらないのではないかと思います。

QUESTION

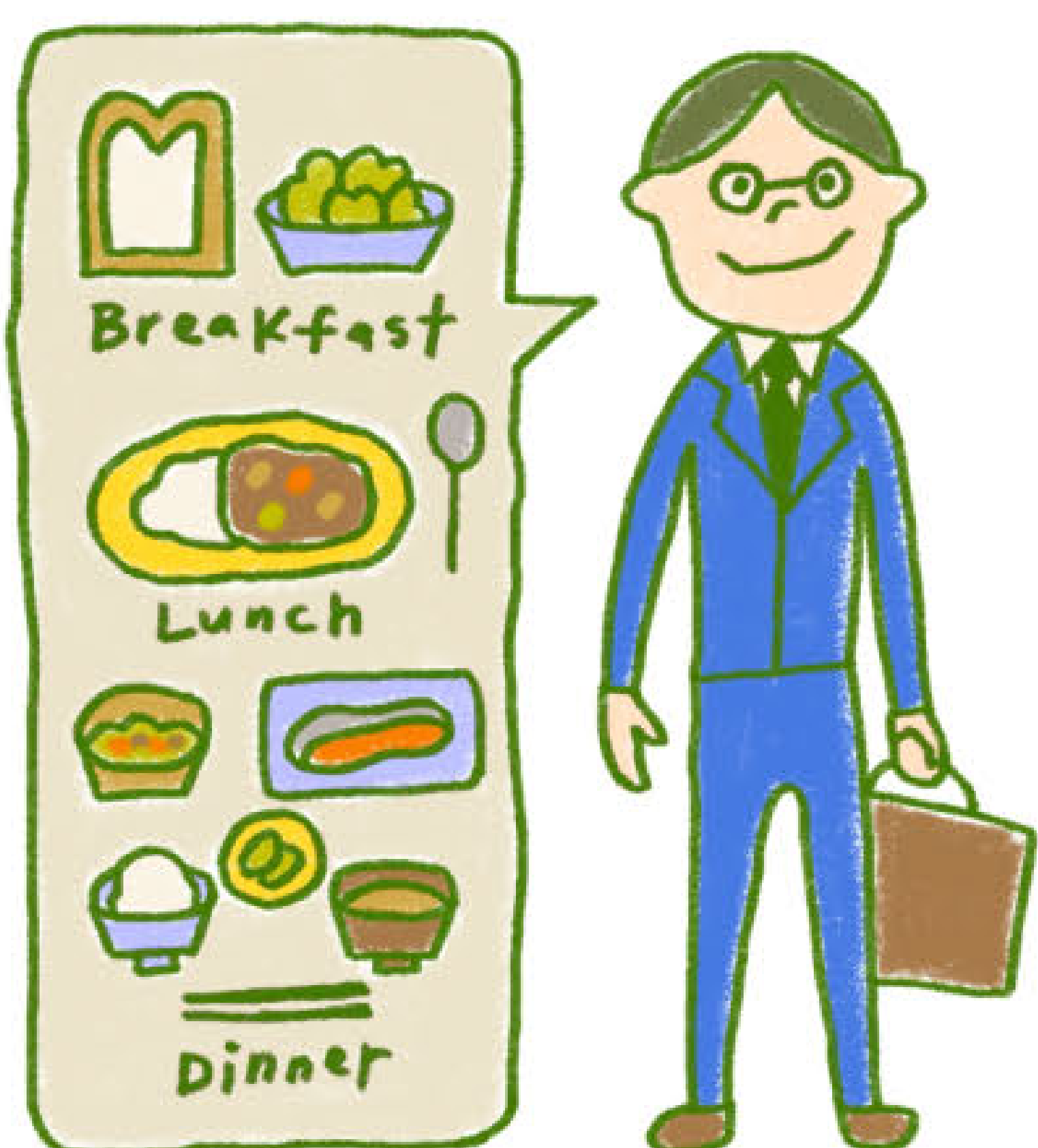
02

食料自給率はどうやって計算するの？

カロリーベース

||

生きていくために必要なエネルギー量に換算する



生産額ベース

||

経済的な価値として金額に換算する



米や大豆など個別の品目の自給率であれば、国内生産量を分子に、国内消費量を分母にとって、単純に重量で割り算すれば、それぞれの自給率が計算できます。一方で、米や野菜、肉など性質の異なる品目を合計して食料全体の自給率を計算する場合には、単純に合計しても意味のある数値が得られないことから、重量で合計するのではなく、何らかの意味のある単位に揃えて計算する必要があります。

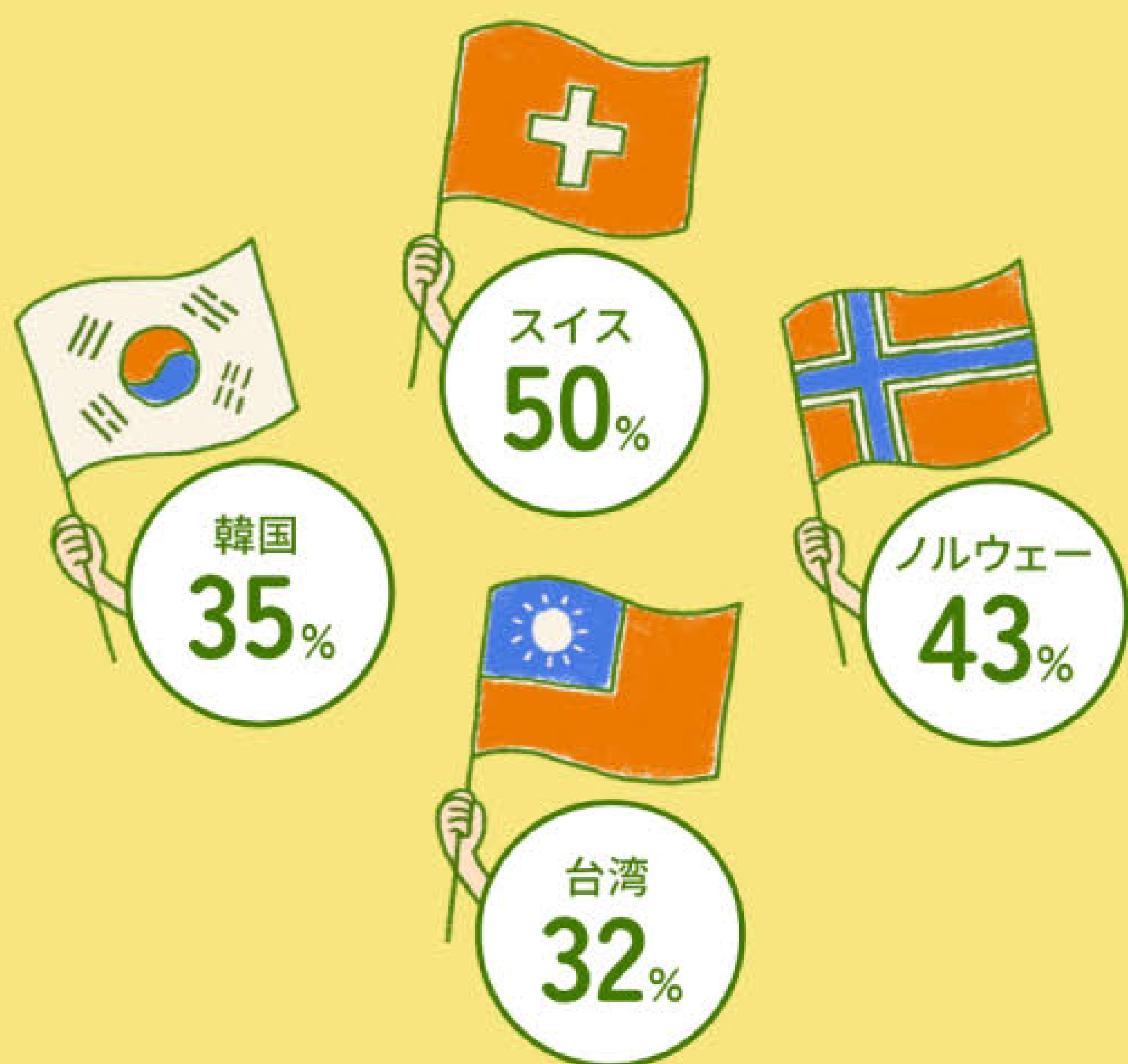
日本では、人が生きていくために必要なエネルギー量に着目してカロリーに換算する方法「カロリーベース」と、経済的な価値に着目して金額に換算する方法「生産額ベース」の二種類の計算方法によって、食料自給率を算出しています。

カロリーベースでは、穀物など重量当たりカロリーが高い品目のウェイトが大きくなり、生産額ベースでは、野菜や果実のようにカロリーはさほど高くなくても、単価が高い品目のウェイトが大きくなるといった特徴があります。

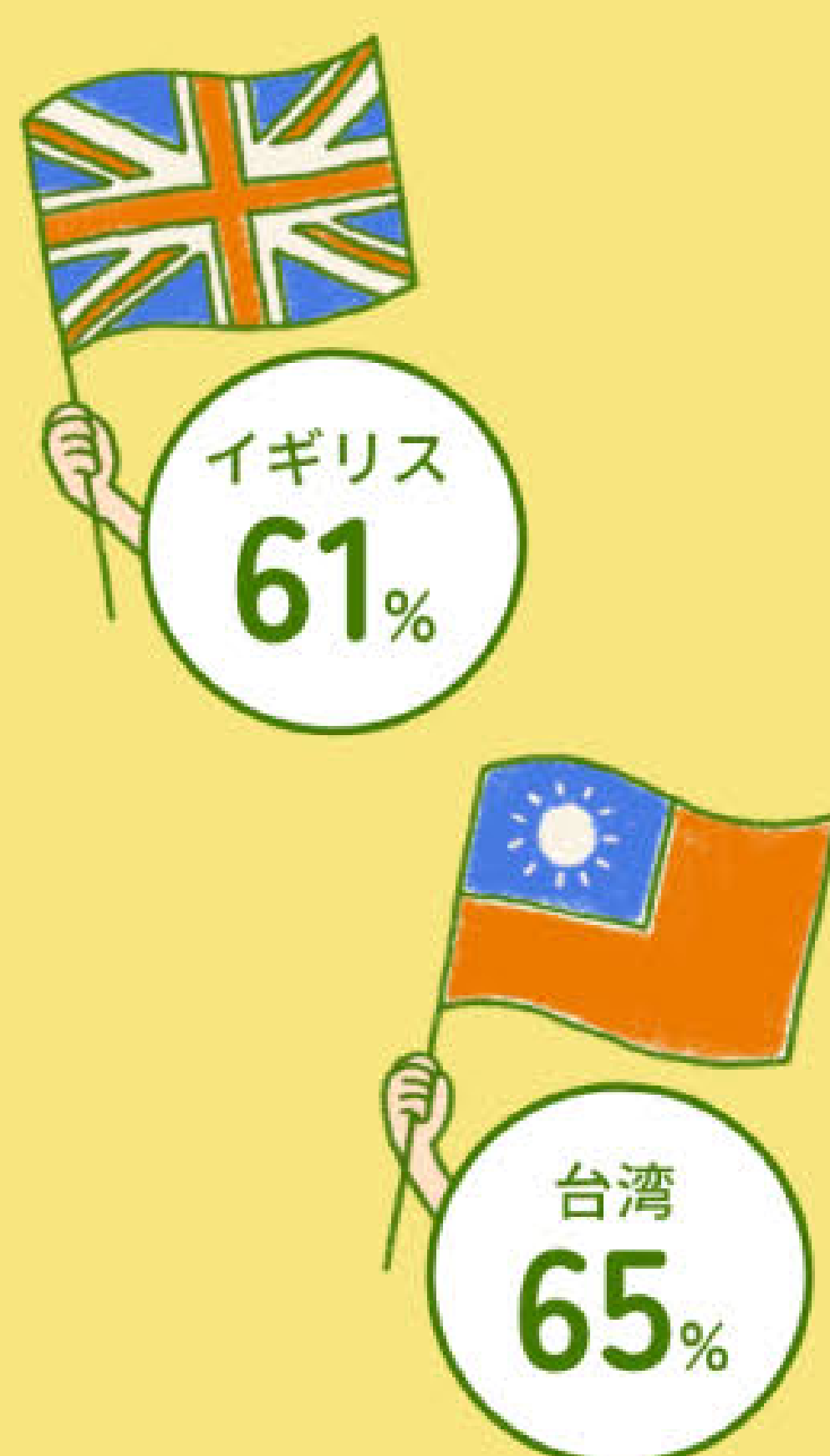
QUESTION
03

食料自給率を計算しているのは日本だけ？

カロリーベースで 公表している国と地域



生産額ベースで 公表している国と地域



日本だけではありません。食料自給率をカロリーや金額で計算する方法は、国連食糧農業機関（FAO）の手引きにも示されており、2012年にはFAOが各国のカロリーベースの食料自給率を公表しています。日本以外には、スイス、ノルウェー、韓国、台湾がカロリーベースの食料自給率を公表しており、イギリス、台湾が生産額ベースの食料自給率を公表しています。Q1でお答えしたように、食料自給率は輸入の依存度が高い国にとって関心が高い指標であり、これらの国・地域はすべて食料自給率が100パーセントを下回っています。アメリカやオーストラリアのように食料自給率が100パーセントを上回る国は、食料自給率への関心が相対的に低く、特に公表していないものと考えられます。

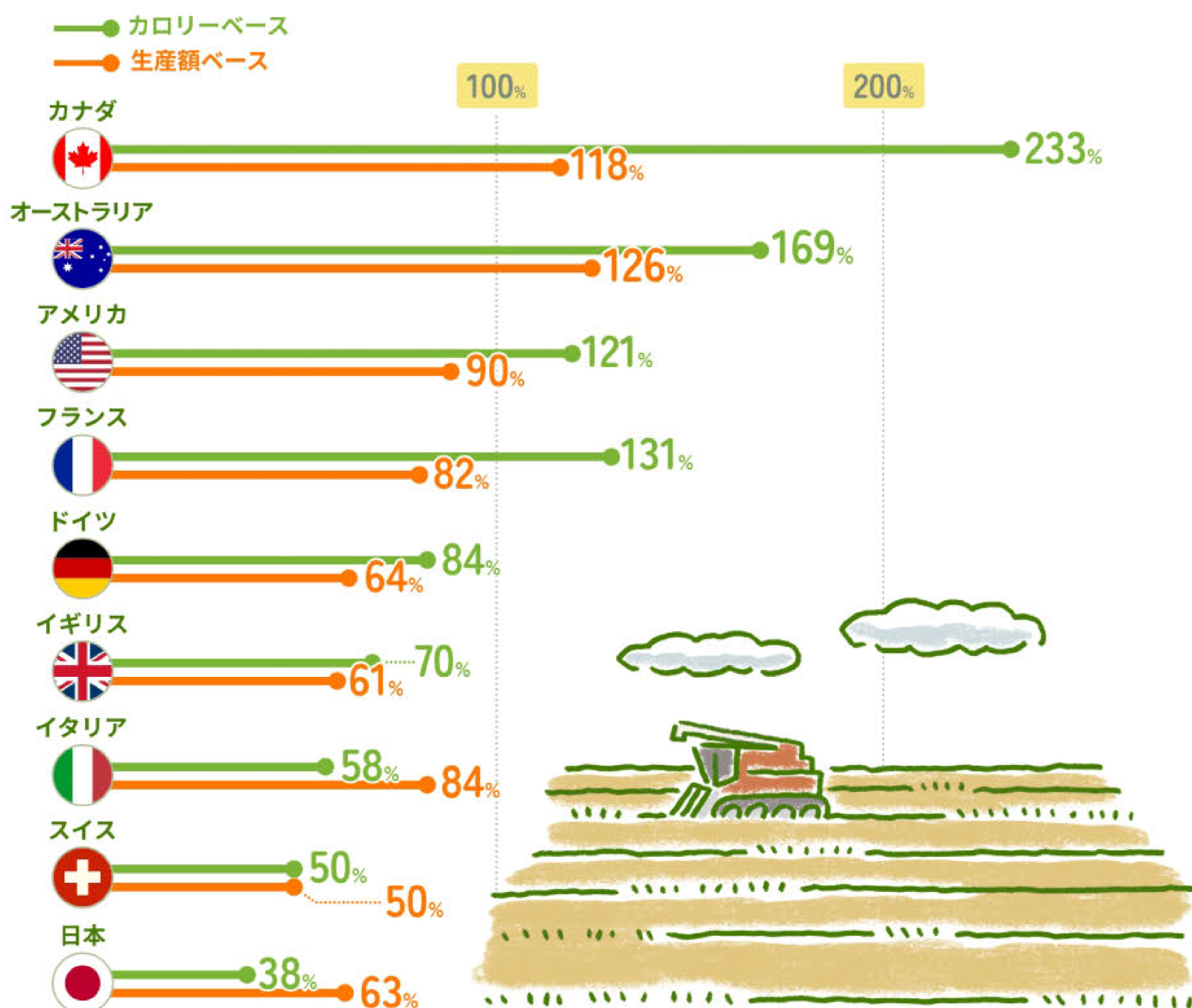
QUESTION
04

食料自給率が100パーセント以上あるってどういうこと？

食料自給率は国内生産を国内消費で割り算したものですから、食料自給率が100パーセント以上あるということは、国内消費を上回る国内生産があることを示しています。上回った分は海外に輸出されていると考えられます。例えば、カロリーベースの食料自給率について、農林水産省の試算では、カナダが233パーセント、オーストラリアが169パーセント、アメリカが121パーセント、フランスが131パーセントなどと100パーセントを上回っていますが、これらの国は農産物の主要な輸出国です。

ただし、食料自給率が100パーセントを超えているからといって、その国が輸入に頼っていないかというと、必ずしもそうではありません。アメリカは人口が日本の3倍くらいありますが、農産物の輸入額も日本の2.6倍あり、輸出と同じくらいの規模で輸入もしています。

どの国でも気候的に国内では生産が難しい農産物などがあるので、全体の食料自給率が100パーセント以上あるからといって、輸入に頼っていないということにはならないのです。



QUESTION
05

東京の食料自給率は 0パーセントって本当？

小数点以下を四捨五入して「0パーセント」と公表していますが、小数点以下も表すと0.47パーセントです(カロリーベース)。東京都でも、大消費地に近い利点を生かしながら、野菜や米、畜産、漁業などの農林水産業が行われています。しかしながら、日本の人口の1割以上の約1,400万人が東京都に住んでおり、その食料消費と比べてしまうと生産の割合はごくわずかです。

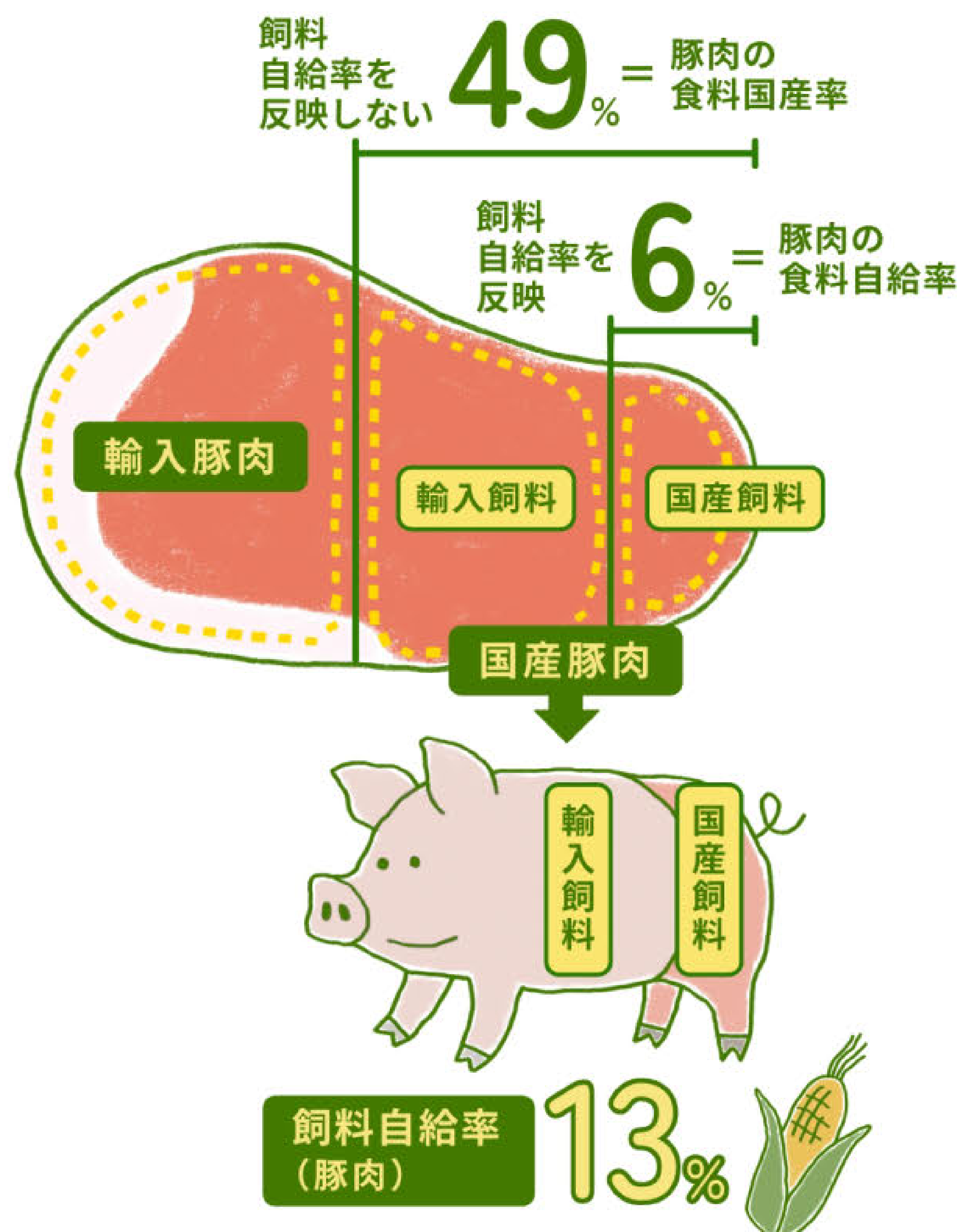
東京都の自給率0パーセントという数字は、都市部の食生活が全国各地で生産された食料によって支えられていることも表しています。農林水産省では、地域段階の食料自給率向上の取組を後押しする観点から都道府県別の食料自給率を毎年公表しています。自分が住んでいる都道府県の食料自給率を知ること、どんな食材がどこから自分のところに届いているのか考えるきっかけになればと思います。

都道府県別の食料自給率はこちら
https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/zikyu_10.html



QUESTION
06

肉類は国内で生産しているものも多いのに、 なぜ自給率は低いの？



牛肉は約4割、豚肉は約5割、鶏肉は6割から7割が国産ですが、食料自給率の計算においては、牛肉の自給率は10パーセント、豚肉は6パーセント、鶏肉は8パーセントとなっています。肉類の自給率が低いのは、国産であっても輸入飼料による生産相当分は除くこととしているためです。肉類の生産は、とうもろこしなど飼料の多くを海外からの輸入に頼っており、国内で生産されている食料を厳密に評価するという観点から、食料自給率の計算において、肉類など畜産物については、飼料の自給率を考慮して計算しているのです。

一方で、飼料の自給率を反映した数字では、需要に応じて増産に取り組んでいる畜産農家の努力が反映されず、また国産の肉類を購入している消費者の実感ともそぐわないといった課題がありました。そこで農林水産省では、2020年（令和2年）に策定した「食料・農業・農村基本計画」から、飼料が国産か輸入かにかかわらず、国内で生産された畜産物であれば国産として計算する「食料国産率」という指標を併せて公表するようにしました。国内外での国産畜産物の市場拡大と、飼料の国産化による輸入依存度低減の両方にしっかり取り組んでいくことが重要であり、食料自給率と食料国産率を共に示すことは、その道しるべになると考えています。

食料国産率はこちら
https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/011.html



QUESTION
07

小麦や大豆の自給率が低いのはなぜ？



小麦の自給率は17パーセント、大豆は7パーセントです。うどん、味噌、醤油、納豆、豆腐など日本の食を昔から支えてきた小麦と大豆の自給率が低いのは意外かもしれません。

なぜこんなに低いのかというと、ひとつには消費量が大幅に増えて、国内生産だけではまかなえなくなったということがあります。明治時代中ごろの日本国内の小麦と大豆の消費量はどちらも年間50万トン前後でしたが、現在では小麦が600万から700万トン、大豆も300万から400万トン消費されています。小麦はパン、パスタ、中華麺、菓子など、大豆は大豆油の原料としても使われるようになり、これだけの量を国内の農地で生産するには限界があります。

国内での生産を増やすために、消費量が減少した米の代わりに田んぼを活用して小麦や大豆を生産する取組をこれまでも進めています。しかし、もともと水を張っていた田んぼで湿気を嫌う小麦や大豆を安定的に生産するには、農地の改良なども必要です。さらに、梅雨のある日本の気候、米作りと比べた労力の違いなど、小麦や大豆の生産を増やすには様々な課題があります。

それでも、平成10年に9パーセントだった小麦の自給率は17パーセントになり、大豆の自給率も3パーセントから7パーセントに上昇しています。この自給率向上を支えた要因のひとつは品種開発だといえるでしょう。例えば小麦では、2008年に農研機構が開発したパン・中華麺用の「ゆめちから」という品種がブレイクスルーとなり、国産小麦を使ったパンが今では一般的なスーパーでも買えるようになりました。そうした研究者や生産者、加工・販売業者の方々の努力によって、小麦や大豆は作付面積の拡大にも進展が見られます。技術革新が生産拡大に寄与し、自給率の向上につながっているのです。

QUESTION
08

「食料自給力」って何ですか？



輸入が著しく減少するような不測の事態の時には、国内生産を最大限増やすことが必要になってきます。そのような時、日本では最大限どのくらいの食料を生産することが可能なのか把握しておくことが重要です。日本の農林水産業が有する食料の潜在的な生産能力を「食料自給力」と呼んでいます。

食料生産にはいくつか基本となる要素があります。まず1つめが生産基盤である農地・農業用水などの農業資源、2つめは農業生産を担う農業者、3つめが収量や生産性を向上させる栽培技術や品種改良などの農業技術です。この3つを最大限活用した場合に、どれだけの食料を供給可能か、農林水産省ではそれをカロリーで示したものを「食料自給力指標」として公表しています。カロリーの高いいも類を中心に農地をフル活用すれば、国民の必要カロリーをまかなえるという試算結果となっていますが、これは現在の食生活とはかけ離れており、まさに「生き抜くための食事」です。農地や農業者の減少に伴い、食料自給力指標は長期的に低下しており、農地や農業者を維持・確保することの重要性も示しています。

なお、実際に輸入が著しく減少するといった不測の事態が発生した場合の対応については、「緊急事態食料安全保障指針」で具体的な手順等を整理しています。不測の事態の時には、この指針に従ってレベルに応じた対応をしていくこととしており、日頃から指針が機能するかどうかの検証も行っています。

QUESTION
09

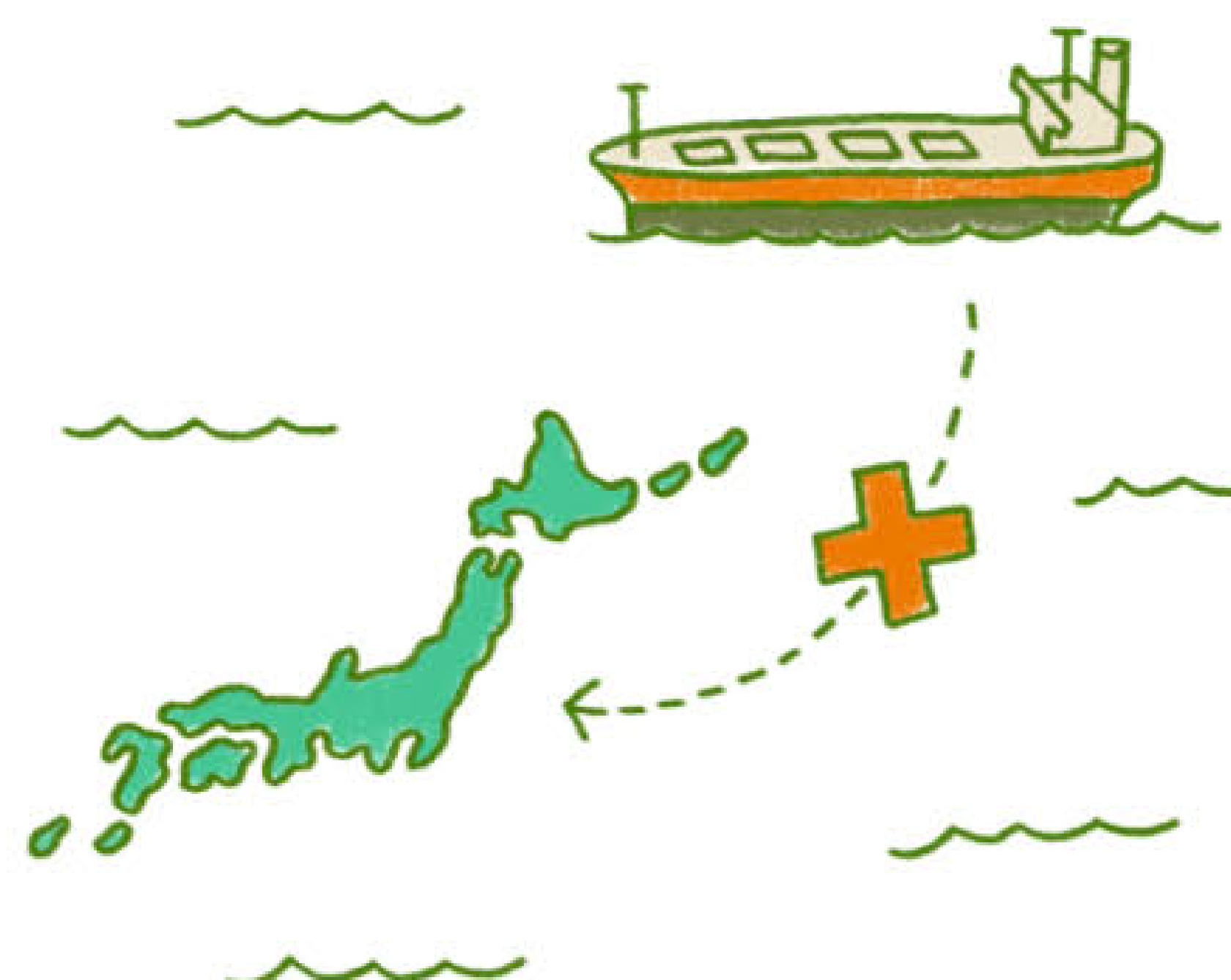
どうして食料自給率を 上げなければいけないの？

日本の食料の安定供給は、国内の農業生産を増大させることを基本として、それと輸入及び備蓄とを適切に組み合わせることによって確保することとしています。なぜ国内生産と輸入が同列ではなく、国内の農業生産の増大を基本とし、食料自給率を向上させることとしているのか。これは、食料の特徴を踏まえて考える必要があります。Q1の回答と重複しますが、まず1つめは、食料は生きるために不可欠なものだということです。

2つめは、食料の生産が水や太陽光など自然環境を利用しているため、異常気象などによって生産量が不安定になる場合があるということです。いざ緊急増産をしようとしても、農産物に適した季節が巡ってこなければ生産することはできません。

3つめは、世界全体で見た場合、生産される農産物のうち輸出に回る食料は比較的少なく、さらには農産物を輸出している国も数が限られていることです。主要な農業生産国で異常気象などによって大幅に生産量が減少した場合には、価格が急激に高騰したり、輸入できる量が減少したりするリスクがあります。

このような食料の特徴を踏まえた上で、世界の食料需要の増加や最近の緊迫した国際情勢などを鑑みれば、将来にわたって食料を安定的に供給していくためには、やはり国内で生産できるものはできる限り国内で生産し、食料自給率の向上を図っていくことが重要と考えています。



QUESTION
10

どうしたら自給率を 上げられますか？



食料自給率については、2020年（令和2年）に策定した「食料・農業・農村基本計画」において、2030年度（令和12年度）にカロリーベースで45パーセント、生産額ベースで75パーセントという目標を掲げるとともに、その達成に向けて克服すべき生産・消費面の課題を品目ごとに明らかにしています。

例えば、小麦や大豆は、その多くがパン、麺、豆腐、納豆などの加工業者等を介して消費者に届けられます。そのため、国産の小麦や大豆を増やすには、加工業者等にとって重要な、量・品質の安定供給が不可欠であり、作付けの団地化（生産を地域でまとまって行うこと）や機械の導入、保管施設の整備などに取り組んでいます。

また、業務用加工野菜や冷凍野菜は輸入品の割合が多いですが、それを国産に転換していくための安定供給に向けた生産・流通体系の構築、輸入小麦に代わる米粉製品の生産・消費の拡大に向けたパンや麺に適した米粉用米の品種開発なども進めています。

食料自給率を上げるためには、ただ生産を増やせばよいということではなく、消費者の方々に積極的に国産の農林水産物を選んでいただくようにしていくことも併せて行っていかなければなりません。農林水産業の生産現場の努力や創意工夫が伝わるようにしていくことも必要ですし、国産のものを買いたいという方のニーズに応えていくことも必要で、生産者と消費者の結びつきを深めていくことが重要です。

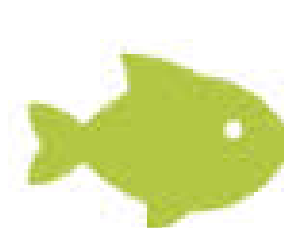
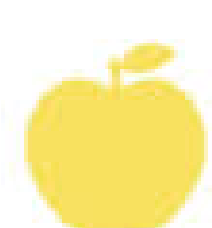
私たち一人ひとりが、スーパーに行った時、レストランに行った時、この農産物はどこから来たんだろうか、どういった人が作っているんだろうかと思いを巡らせることが、その第一歩になると思います。

今週のまとめ

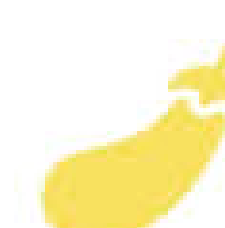
生きるために不可欠な食料は、今どのようなかたちで消費者に届いているのでしょうか。

**食料自給率を上げるためには、生産を増やすだけでなく、
国産の農林水産物を積極的に選択していくことが大切です。**

／ 日本の「食料」を学ぶ ／



03



Z世代と 食の未来を考える

2022年10月29日（土）、30日（日）の2日間、
「食から日本を考える。NIPPON FOOD SHIFT FES.東京2022」が
東京・六本木ヒルズアリーナで開催されました。
参加したZ世代の食に対する価値や食の未来に対する思い取材しました。



「NIPPON FOOD SHIFT FES. 東京2022」に潜入

ニッポンフードシフトとは？



近年、食の外部化・簡便化が進み、食とその背景にある農業や農村との繋がりを意識する機会がかつてより減っているのではないのでしょうか。

将来にわたり日本の、自分たちの食を確かなものにするために、消費者、生産者、食品関連事業者、日本の「食」を支えるあらゆる人々と行政が一体となって、考え、議論し、行動する国民運動として、農林水産省は2021年から「食から日本を考える。ニッポンフードシフト」をスタートしました。ニッポンフードシフトでは、日本の食を取り巻く課題を身近なものとして考えてもらうため、例えば、公式WEBサイトで取組事例の紹介や、公式noteにおける発信、吉本興業や無印良品、テレビ東京などと連携した情報発信など、官民協働による取組を進めています。

また、消費者と生産者や事業者とが出会い、交わることで、食への新たな気づきや発見を促し、意識や行動を変えていくためのきっかけ作りを目指すイベントとして、「NIPPON FOOD SHIFT FES.（以下 NFS FES.）」を2021年10月から全国各地で開催しています。

多くの人が訪れ、関心を持って参加

「NIPPON FOOD SHIFT FES.東京2022」の会場を訪ねました。

2022年10月29日、30日の両日は天候にも恵まれ、会場となった東京都港区の六本木ヒルズアリーナにはたくさんの人。会場では2日間にわたって、終日多彩な発表やトークセッションが行われ、多くの展示・体験ブースやマルシェが並びました。

これまでほとんどの会場で中心的な役割を担い、トークセッションや展示・体験ブースなどで活躍しているのが、食の未来を担う1990年代後半から2000年代生まれのZ世代の若者たち。今回も参加したZ世代はそれぞれ、農業の生産現場などを体験し、全国の生産者たちと交流した経験を活かしてNFS FES.東京2022を盛り上げました。

Z世代の展示ブースをWATCH！



龍谷大学経営学部藤岡ゼミは、ぶどう山椒の一大産地である和歌山県有田川町において、学生がフィールドワークを行い、産地を未来につなげるために取り組んだ4年間についてトークセッションで発表しました。また、有田川町の農産物や加工品等、「ぶどう山椒をかけて食べるカレー」などオリジナル開発商品を販売するブース展示も行いました。



立正大学法学部の社会学・教育学の西谷ゼミでは、「Z世代が考える！『未来の食と農』教育プロジェクト」として、学生のフィールドワークや農業体験の様子、小学生との協働授業でグループ活動を行った様子を、ブース展示とトークセッションで発表しました。



多様な大学生のマーケティングチームとスイーツの専門学校生がコラボした「100日後にできるZ世代プロデュースカフェ」ではレシピカードを配布し、スイーツも販売。

未来を担うZ世代の アクションに注目

「NIPPON FOOD SHIFT FES.東京2022」で、ひときわ目を引いたのは、京都芸術大学芸術学部情報デザイン学科の学生たちが手がけた「シ展。2022-2023」。選択科目の「情報デザインプロジェクト」（担当教員 服部滋樹教授/村川晃一郎講師）という講義の中で、学生たちは食料安全保障と価格転嫁について学びました。学びを深化させるために、さまざまなリサーチを、3人から4人1チームで行いました。10チームそれぞれに異なるテーマでプロジェクトを進め、その成果をまとめたものが今回のグループ展です。

タイトルの「シ展」とは、より良い未来に向けた“始点”であり、未来を支える“支点”でもあるといいます。さらに、思考を止めてしまえば、取り返しのつかない“死点”へと向かうことになるから、どんな“視点”をもって未来を創造するのか、自分たちの手に委ねられているというZ世代の思いを込めているのだそうです。

指導にあたった教員の村川晃一郎さんは次のように話してくれました。

「課題がどこにあるのか、どのようにしたら人に伝わり、また見た人の考え方が変わるのか。そういったことを、デザインを行う際に用いる思考や手法でひも解いていくと、新しいアプローチができるのではないかと思います。デザインを学ぶ学生たちは、思考したものをアウトプットする能力を持っているので、食の問題に対してもきっと課題解決につながると思います」。

そこで、学生たちがどんな課題に取り組み、どのように感じたかを10チームそれぞれの代表者に聞きました。



京都芸術大学情報デザイン学科 情報デザインプロジェクト「シ展。2022-2023」のチームリーダーたち。後列左は指導にあたった村川さん

A TEAM
野菜との
始点生産者を選んで
野菜を購入する自動販売機

LEADER 大谷郁実(おおたに・いくみ)さん (3回生)

自動販売機には生産者の情報のみを提示。その情報から生産者を選び、何が出てくるかわからない野菜との出会いを楽しんでもらうことが狙いです。会場では、協力してもらった8人の生産者の情報をフライヤーにまとめ、来場者に持ち帰ってもらいました。



オンラインで8人の生産者さんにインタビューしたのですが、知らないことだらけでとても勉強になりました。自動販売機なら野菜も気軽に買ってもらえるのではないかと思います。

家族や友人には少し高価なものでも買ってあげたいと思うので、そんな気持ちを消費につなげられないかと考えました。農産物の情報の「いいね」が増えて、つながり合えるといいなと思います。

**B TEAM**
つながりの
始点農産物のSNS型
ショッピングアプリを開発

LEADER 大島江里子(おおしま・えりこ)さん (3回生)

食をコミュニケーションツールと捉えて、農産物を贈り物として利用しやすくなるSNS型アプリ「わかば」を考案しました。「わかば」を使って生産者から購入した野菜をフォローしている人に送ることができ、また生産者の情報や直伝レシピも共有できます。

C TEAM
選択の
支点食の現状を回転パネルに
デザインして問いかける

LEADER 山崎寛門(やまさき・かんと)さん (3回生)

「食品添加物」「遺伝子組換え」「慣行農業と有機農業」「国産と輸入」「食料自給率」の5つのテーマについて調べ、是非や可否を述べるのではなく、すべての物事には裏表があることを踏まえ「あなたはどう思いますか」と意識喚起をする展示です。



自分が口にする食べ物のことを、私たちは本当にわかっているでしょうか。食にまつわるウワサや、知らず知らず形作られたイメージの「ホントのところ」を知り、見た人自身がこれからの食について考えてほしいです。

今回は野菜について、食べられるのに捨てる部分の有効活用を考えましたが、ものづくりではいろいろな素材の廃棄物が出るので、そういった素材の有効活用も考えてみたいと思いました。

**D TEAM**
野菜の
始点廃棄される野菜や果物に
新たな価値を

LEADER 岡本志音(おかもと・しおん)さん (3回生)

廃棄される野菜を食べること以外で有効活用しようということから商品化を模索。野菜の色素を利用して自分たちで絵の具や石鹸、入浴剤などを製作。食品廃棄物から新素材を生み出すベンチャー企業の協力を得て、ごぼうなどから作った高強度の建材も展示しました。

E TEAM
価格の
始点

Instagramで適正な 価格形成に向けた情報を発信

LEADER 西川菜々子(にしかわ・ななこ)さん (3年生)

大手スーパーマーケットに取材に行き、食品の価値を正しく評価して販売する大切さを知ったことから、適正な価格形成を知ってもらうための展示パネルを作りました。展示を見た方が、適正な価格形成の大切さを広められるように、Instagramによる発信も行っています。



私たちのチームは、講義で初めて知った価格転嫁という言葉で消費者にとって一番身近な問題だと捉えました。スーパーの取り組みを見て、たくさんの人に知ってもらいたいと思いました。

見た目や賞味期限が近いという理由で、まだ食べられるのに捨てられてしまう見切り品の中には魅力のある食品もたくさんあるし、十分手に取ってもらえる商品だということを知ってみたいです。



F TEAM
選ぶ
視点

見切り品を気軽に 手にしてもらうアプリを開発

LEADER 大原梨桜(おおはら・りお)さん (3年生)

賞味期限や消費期限が近いものや、規格外品などの見切り品に着目。見切り品を買ってポイントを貯め、それをこども食堂やフードバンクに寄付できるアプリ「びっくる」を考案。見切り品にはシールが貼ってあるので、それを店内で宝探しのように楽しんで探してほしいと考えました。

G TEAM
作法の
支点

食料自給率をあげるために 和食の文化、作法に着目

LEADER 高木果琳(たかき・かりん)さん (3年生)

和食に親しみをもち、和食を食べる頻度を増やすために、和食の作法や豆知識などをイラストで見せるフリーペーパーや展示を作成しました。和食の消費拡大から、食料自給率の上昇へつながればと考えています。



Z世代でも食べ物に対して値段で選ぶ人、写真映えを狙う人など価値観が違い、チームの中でもばらばらでした。それをどうやって一本化するか話し合っ、テーマを作法や伝統に絞りました。

コピーを考えるのは難しかったけれど、楽しんで取り組みました。「できそこ」というコピーは、形は規格外でも味や品質が「できそこないではない」という意味で「ない」を削ったものです。



H TEAM
野菜の
視点

規格外野菜を そのまま販売するために

LEADER 吉良幸太(きら・こうた)さん (3年生)

食品ロスの統計には、出荷前に廃棄される規格外野菜が含まれていないことを知ったことから規格外野菜のブランディングのために、みんなに注目してもらえ、ふっと笑えて親しんでもらえるキャッチコピーを考えてポスターを作りました。

I TEAM
意識の
始点規格外野菜や果物の
ジュースやスイーツの店

LEADER 川崎広大(かわさき・こうだい)さん (2回生)

規格外野菜や果物を購入し、それをジュースやスイーツなどにして提供するカフェ店舗の内装やパッケージを展示。メニューもチームで考案しました。店名は「砦 (toride)」。自分たちZ世代が食の問題の最後の砦になるという決意を込めたネーミングです。



規格外野菜をテーマにカフェづくりをしようと考えたのは、ごみの低減に取り組んでいる量り売りスーパー「斗々屋」にフィールドワークを行い、フードロスへの意識を多くの人に持ってもらう必要を感じたことがきっかけです。

CSAのことを初めて知り、取り組んでいる生産者さんのお話にワクワクしました。農産物を買う時も、自分がきちんと選ぶことで状況が変わっていくことを知り、その大切さがわかりました。

J TEAM
つながりの
支点地域支援型農業
「CSA」を広めるために

LEADER 原葉菜(はら・かな)さん (3回生)

消費者が農産物の購入費を先払いすることで生産者と消費者が相互に支え合う仕組み「CSA (Community Supported Agriculture)」の新しいバージョンとして、飲食店と契約して、誰もがCSAに参加できる場所づくりを考案。「食について考える、新しい居酒屋」の仕組みのデザインと店舗デザインを展示しました。

Tips

推進パートナー募集

あなたもニッポンフードシフト!

食から日本を考える。

NIPPON
FOOD
SHIFT

推進パートナー

登録はこちら
<https://nippon-food-shift.maff.go.jp/partner/>

ニッポンフードシフトの趣旨に賛同・共感するすべての企業、団体、個人を対象に、推進パートナーを募集しています。推進パートナーとして登録すると、ロゴマークを広告、名刺、商品などに使用できるほか、店頭やキャンペーンなどにも無償で利用することができます。さらに登録者が主催するイベントや催事において、「ニッポンフードシフト」の名義を使用することができます。登録については左記のサイトをご覧ください。

今週のまとめ

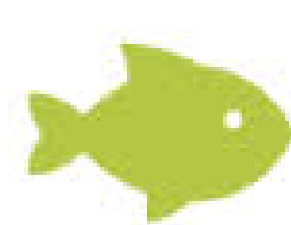
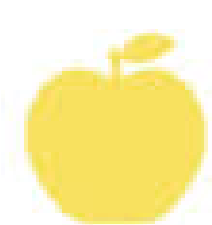
農林水産省では、食と農のつながりの深化に着目した国民運動

「食から日本を考える。ニッポンフードシフト」を実施しています。

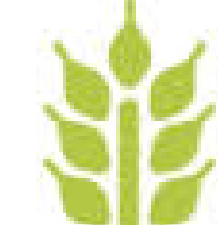
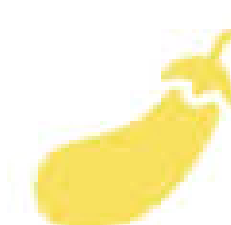
食への発見や気づきのきっかけとして、

生産現場などを体験したZ世代のリアルな発信が期待されています。

／ 日本の「食料」を学ぶ ／



04



私たちの選択で支える 国産の農林水産物

食料自給率を上げ、生産者を支えるために、私たち消費者が日常的にできることは
食に関心を持ち、国産の農林水産物を選択することです。
その方法のひとつとして、産地直送のECサイトに注目しました。



産直ECサイトの 利用者が急増中！

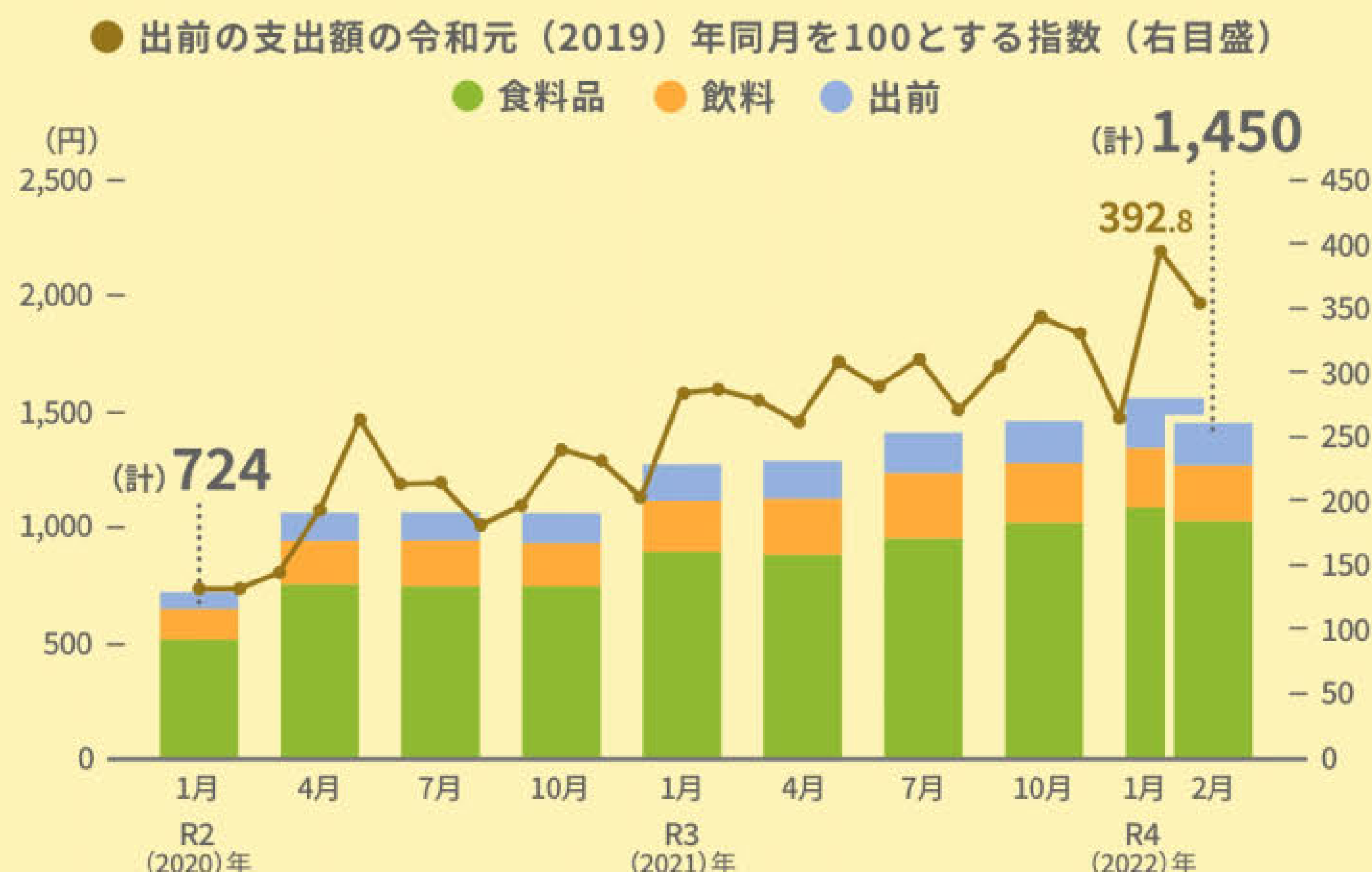
ECサイトって何？

ECは「Electronic Commerce」の略で、インターネット上での売買や決済、サービスの契約などを行う「電子商取引」のことです。利用者はパソコンやスマートフォンなどでECサイトにアクセスし、欲しい商品を購入することができます。

新鮮な商品が届けられるようになったことや、スーパーなどの実店舗ではわかりにくい生産者の情報が得られることなどから、産地直送のECサイトを利用する消費者が増えています。

特に、新型コロナウイルス感染症の影響によるステイホームが後押しする形で2020年3月以降、インターネットによる通信販売（ECサイト）での食料消費支出額が増加しました。この傾向は2021年9月に緊急事態宣言が解除された後も継続していることから、一過性ではないことがうかがわれます。

インターネットによる通信販売での食料消費支出額



資料：総務省「家計消費状況調査」（月次・二人以上の世帯）を基に農林水産省作成

注：1）消費者物価指数（食料：令和2（2020）年基準）を用いて物価の上昇・下落の影響を取り除き、世帯員数で除した1人当たりの数値

2）出前の指数の算出方法は、当月金額÷令和元（2019）年同月金額×100

出典：『令和3年度食料・農業・農村白書』

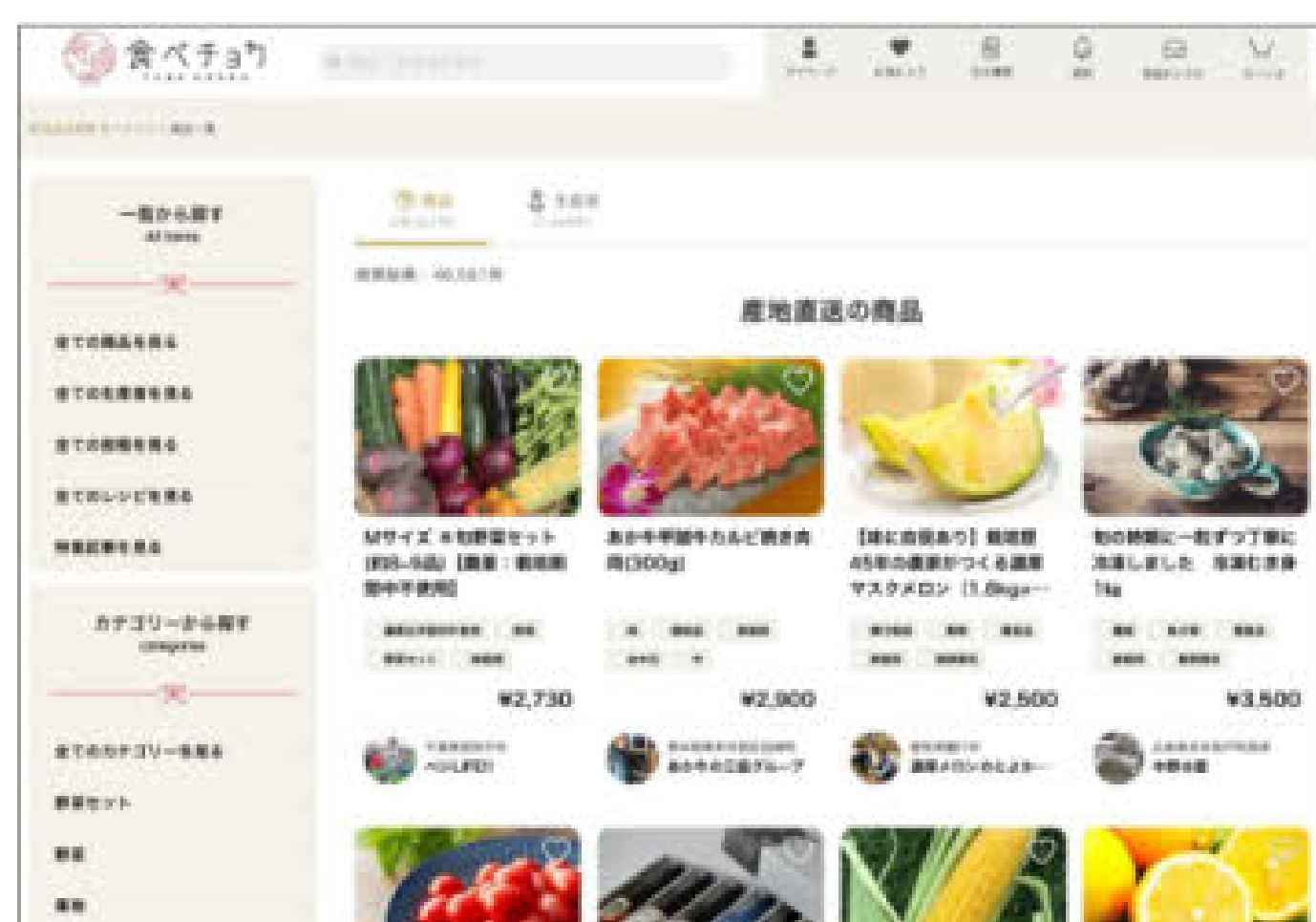
産直ECサイトの魅力

ここでは数ある産地直送ECサイトの中からいくつかご紹介します。これらの産地直送ECサイトでは生産者と直接やり取りできるだけでなく、利用者同士の交流も深められます。レビューを参考にして商品を選んだり掲載されているレシピを活用したり、楽しみ方の幅が広いことも人気の理由のひとつです。お気に入りの商品、生産者を見つけることから始めましょう。

食べチョク

全国の農家や漁師から新鮮な食材を直接購入できるオンライン直売所。約8,000軒の生産者が野菜・果物から肉類、魚介類、加工品から花・植物まで50,000点以上の商品を出品しています。生産者と直接メッセージでやり取りができる機能で食べ方を教えてもらったり、数多く投稿されている口コミを見て商品を選ぶことができます。

運営会社：（株）ビビッドガーデン

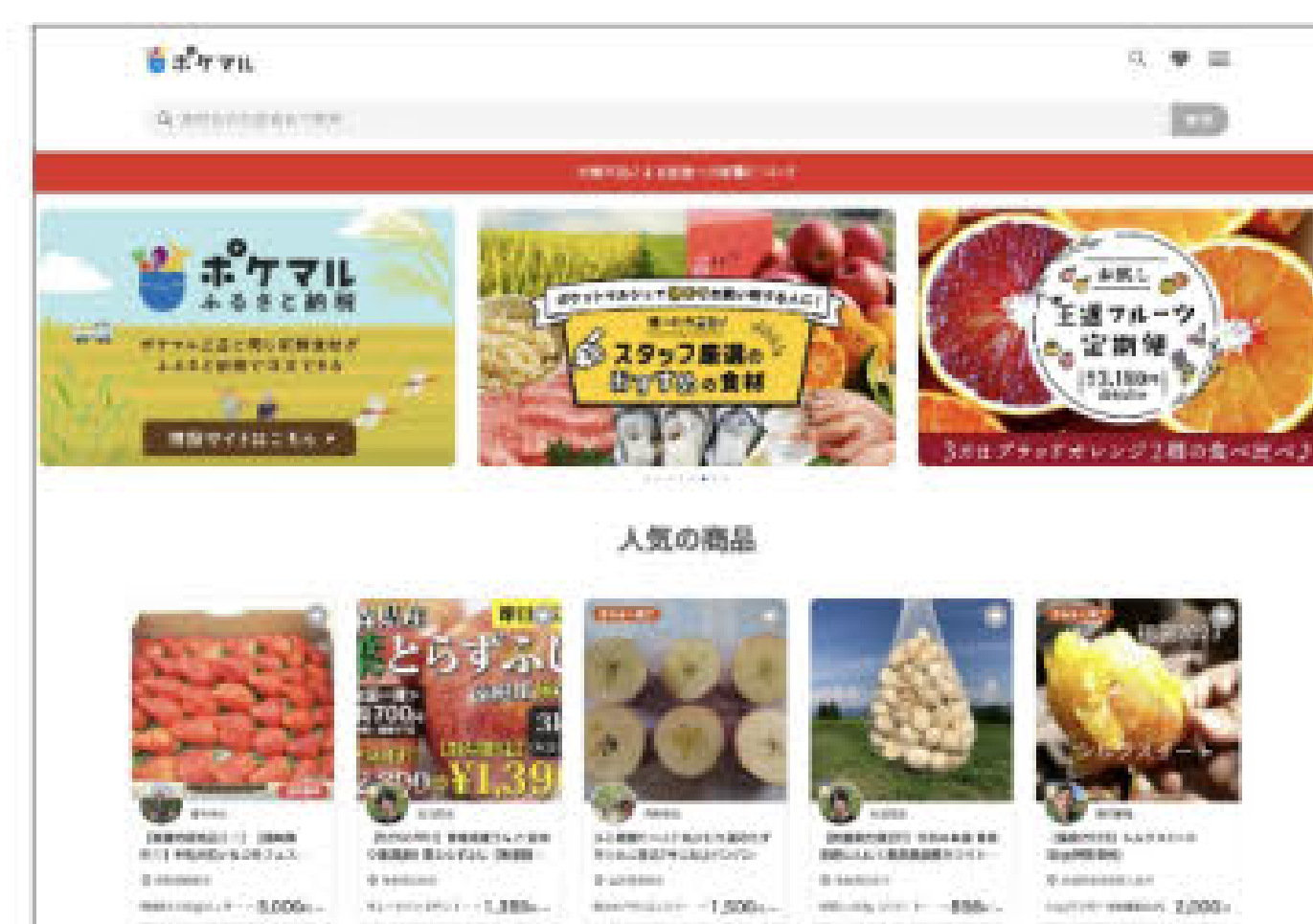


<https://www.tabechoku.com/>

ポケットマルシェ （通称「ポケマル」）

2016年に消費者が生産者と直接やり取りしながら食材を入手できるスマホアプリとして登場しました。ポケットの中のスマホがマルシェに早変わりし、生産者と消費者をつなぎます。もちろんPCサイトもあり、新型コロナウイルス感染症の影響で、行き場を失った食材や商品、自治体との連携・補助を受けて商品割引や送料が無料の商品などもラインアップされています。

運営会社：（株）雨風太陽



<https://poke-m.com/>

豊洲市場ドットコム

2004年に開設された築地市場直送の食材を取り扱うECサイト「築地市場ドットコム」が2018年の豊洲市場開場を機にリニューアル。豊洲市場の卸業者や全国の生産者とのネットワークを活かして豊洲市場に入荷する水産物、青果物、加工品を販売しています。早朝、競り落とした鮮魚がその日のうちに届く（東京23区限定）当日便や掘り出し物コーナーなど、市場ならではのサービスも。

運営会社：（株）食文化



<https://www.tsukijiichiba.com/>

JFおさかなマルシェ ギョギョいち

全国漁業協同組合連合会が2020年に開設した、魚介類の産地直送ECサイト。全国各地の漁業者がおすすめする「プライドフィッシュ」や漁港に足を運ばなくては手に入らない希少な魚や鮮度の高い旬の地魚にも出会えます。地元秘伝のタレに漬けこまれているもの、産地加工でフィレになっている、すぐに調理ができるよう加工されたものや、冷凍保存がきく個別包装のものなど、簡単に魚料理を楽しめるよう工夫された商品も数多く、また魚種別にレシピが掲載されているのも便利です。

運営会社：全国漁業協同組合連合会



<https://jf-gyogyo.jp>

水産物の産直ECサイトを利用してみよう！

「ギョギョいち」で産直魚介をネット注文

日本の食文化を語る上で、また健康面からも魚介類は欠かせない食材ですが、近年、若年層を中心に「魚離れ」が進んでいます。今回はaff編集担当の松本が、魚介類の産地直送ECサイトで実際に商品を注文し、調理してみました。

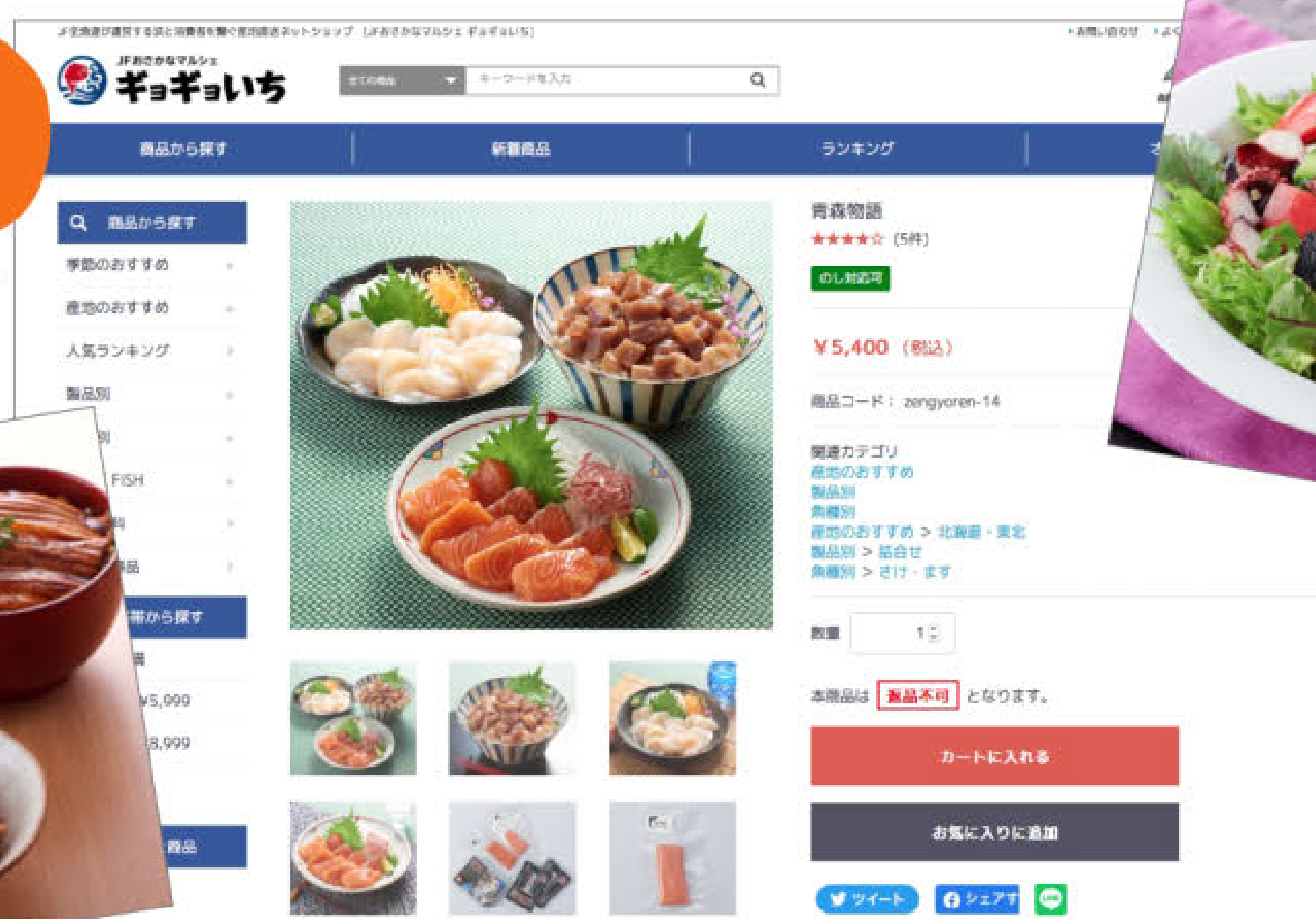
【注文から到着まで】

1 サイトにアクセスし、商品を選びます。

地域や県別、魚種別になっていたり、季節のおすすめがあるので見ているだけで楽しい。「決済後キャンセル不可」など注意事項もあるのでしっかり確認を。

いろいろあって迷いますね。何がいいかな～

対馬西沖
あなごセット！



大阪府泉州沖産
泉だこ（ボイル）



2 決まったらカートに入れます。

商品を選んでカートに入れると、ショッピングカート画面が出ますので、商品の内容、数量、金額など、しっかり確認します。このサイトは初めての場合は個人情報の登録が必要なので、それも慎重に入力しましょう。

商品は間違っていないかな？
数と金額は大丈夫？



3 注文が完了しました！

「お客様情報」を入力し購入手続きが済むと、「ご注文内容確認」画面が出るので、この時もしっかりチェック！「完了」とすると、注文の確認メールが届きます。もし「ご確認メール」が届かない場合はどこかに不備があるかもしれないので、問い合わせましょう。

届け先や
支払い方法などを
入力して・・・ポチッ！



調理してみました！

青森県むつ湾産の刺身用ほたて貝柱（300グラム）、同県産天然本まぐろの贅沢漬け（100グラム×2）、同県産サーモン刺身用セット（100グラム×2）が現地で冷凍されてクール便で届きました（5400円、税込み）。賞味期限は冷凍で90日、食べたい時に必要な分だけ解凍すればいいので便利です。



今回届いたのはこれ！

「青森物語」

「天然本まぐろ贅沢漬け」を使った まぐろ漬け丼

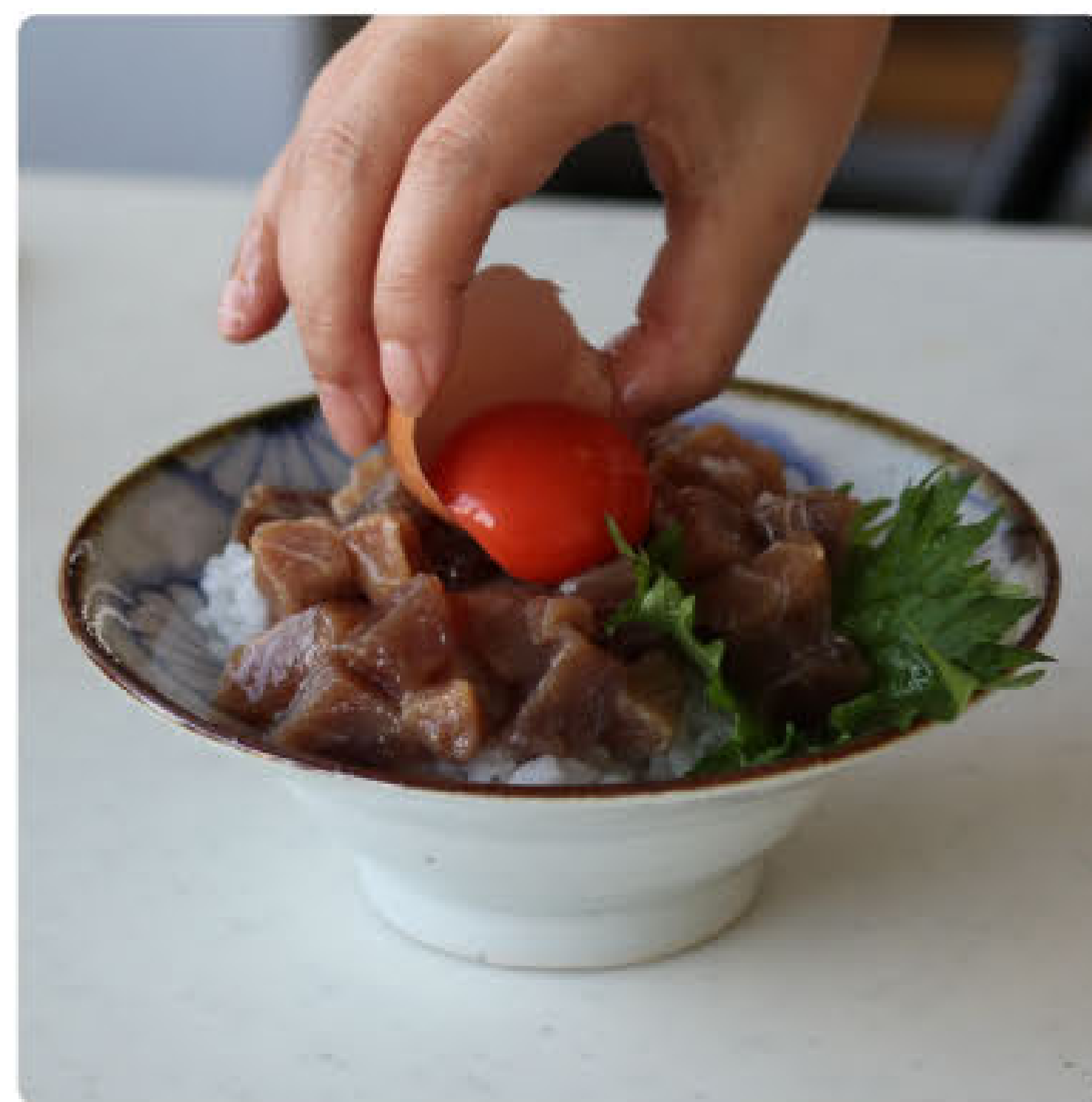
1 ご飯を炊きます。炊けるまでの間にねぎを刻みます。



2 ご飯をよそって、大葉と解凍した本まぐろを汁ごと盛り付けます。



3 商品レビューに「卵黄を載せると絶品！」とコメントがあったのでやってみました。刻みねぎを散らして完成！



「むつ湾産ほたて貝柱」を使った ほたてのグレフル カルパッチョ



ギョギョいちサイトにリンクされている「プライドフィッシュと地魚の美味しいレシピ」で見つけたカルパッチョに決めました。レシピを見て、材料を揃え、画面の作り方に沿って調理に挑戦！



レシピサイトはこちら

<https://www.pride-fish.jp/recipe/detail.php?pk=1608867612>

【材料(2人分)】

むつ湾産ほたて貝柱 … 6個
 グレープフルーツ … 2分の1個
 セルフィーユ … 適量
 紫玉ねぎ(粗みじん切りにして水にさらし、水気を切る) … 15グラム
 エキストラバージンオリーブオイル … 小さじ2

【A】

・白ワインビネガー … 小さじ2
 ・はちみつ … 小さじ2分の1
 ・塩 … 小さじ6分の1
 ・黒こしょう … 少々



【作り方】

1

ほたて貝柱は1.5センチメートル角ぐらいに切ります。



3

ボウルに【A】を入れ、エキストラバージンオリーブオイルを少しずつ加えながら混ぜ、紫玉ねぎを加えて混ぜ合わせ、ドレッシングを作ります。



5

器にセルクル型を置き、4を詰めて型を抜きます。



2

グレープフルーツは皮と薄皮を除いて房取りし、1.5センチメートル角ぐらいに切ります。



4

ボウルにほたて貝柱・グレープフルーツを入れ、3を加えて和えます。



6

セルフィーユを飾ります。



Finish!



aff編集担当 松本

「まぐろ漬け丼」と
 「ほたてのグレフル カルパッチョ」の
 出来上がり！
 あっという間にできました。

今週のまとめ

国産の農林水産物を手に入れる方法のひとつに、産地直送ECサイトの活用があります。
 レシピが掲載されているサイトもあるので、届いた食材を使って、作ってみましょう。

一日の始まりに密着

農林水産業者の
朝

農林水産業の朝は早い。早朝から働く人々の様子をのぞいてみました。

第9回

そうめん製造業者の朝

(株)三輪そうめん小西 [奈良県桜井市]

「細きこと糸の如く 白きこと雪の如し」と「日本山海名物図会」（1754年刊）に謳われた三輪そうめん。

奈良時代の頃からそうめん作りが行われていたとされる三輪地方（奈良県桜井市）で
工程のすべてに人の手が加わる伝統製法を守り続ける（株）三輪そうめん小西の製造現場を訪ねました。



左：小西大士さん、右：小西幸夫さん

PROFILE

（株）三輪そうめん小西の代表・小西幸夫さん（1950年生まれ）は、創業約100年の同社3代目。19歳から手延べそうめんを作り続けて53年。奈良県三輪素麺工業協同組合の理事長を務める。工場長の小西大士さん（1984年生まれ）は幸夫さんの次男。料理人の修業を経て、21歳から同社でそうめん作りに携わる。現在、従業員は12名。

限りなく細く長く。
2日がかりの丹精込めた手延べそうめん作り



AM3:45

こね

夏の風物詩として知られるそうめんですが、製造の最盛期は冬。12月上旬のある朝、小西幸夫さんと大士さんは、まだ外が暗い3時45分に作業を始めました。まず、こね機に小麦粉を入れ、塩水を加えます。2日間かけて製造するため、塩加減は当日と翌日の気温や湿度などを見計らいながら調整します。「この塩加減を決めるのが、全工程の中で一番大事。そうめんの味やコシは、塩加減に大きく左右されるからです」と幸夫さん。長年の経験が判断材料になっているといいます。

こね機で麺生地を30分以上こねます。小麦粉と水をこねることで形成されるグルテンが働き、粘りや弾力が出てきます。部分的に硬すぎたり柔らかすぎたりせず、均等の弾力になるようにするため、機械を止め手でさわって確かめることもしています。硬い生地を柔らかい生地に混ぜ合わせたり、時には少し水を足したりと微調整します。

AM4:30

熟成、朝食

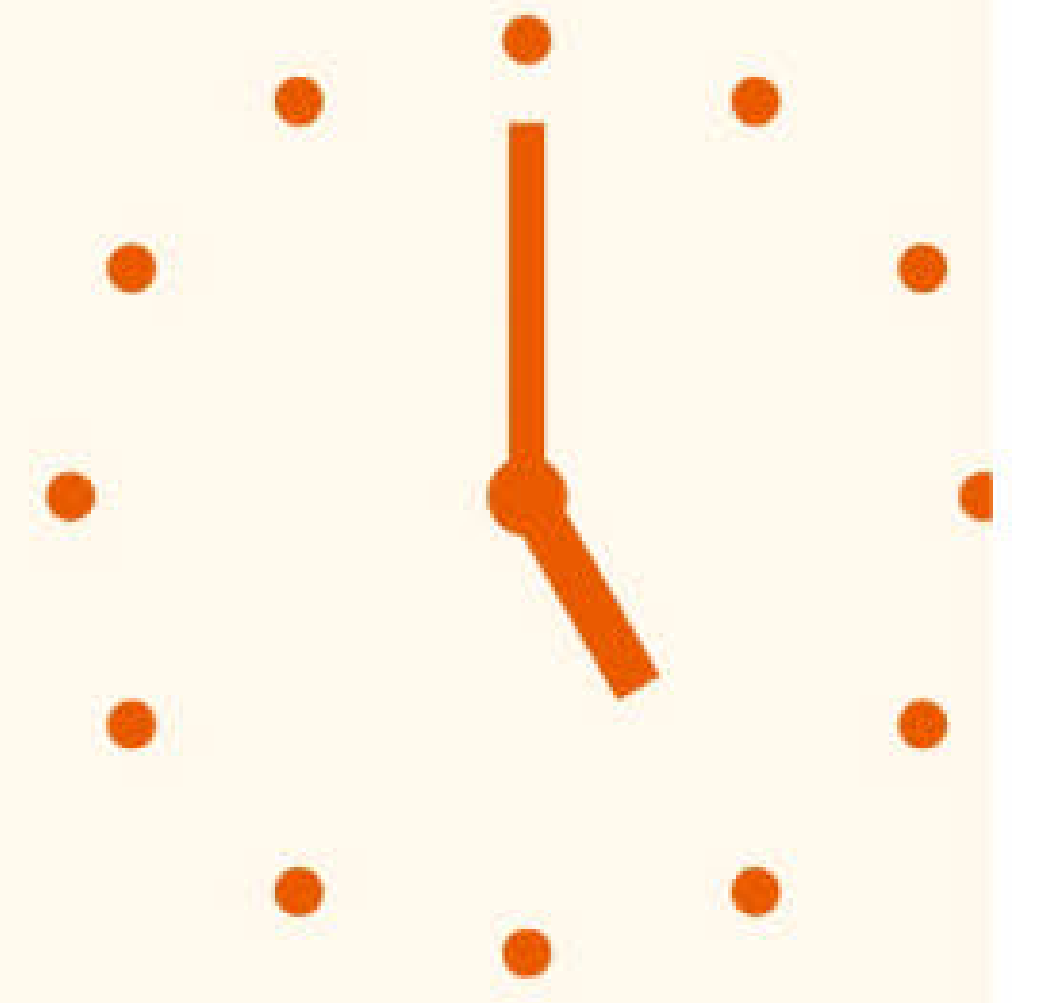
こね上げた麺生地を麺圧機に移し、30分ほど回転させながら熟成させます。熟成によって生地がなめらかになり、グルテンも落ち着くそうです。

その間に、製造所とつながっている自宅で朝食タイム。まだ早朝ということもあり、食事はパンとフルーツなど、簡単なもので済ませることが多いそうです。



AM5:00

圧延、板切り



麺生地に圧力をかけて延ばしながら太い板状に切り出し、手作業で採桶（さいとう）と呼ばれる丸い桶に巻き込んでいきます。「まだ麺圧機がなかった父の若い頃は、足で踏んで平らにしていたと聞いています。当時と比べると、手延べそうめん作りも機械化が進んで、だいぶ作業効率が上がったのではないのでしょうか」と大士さん。

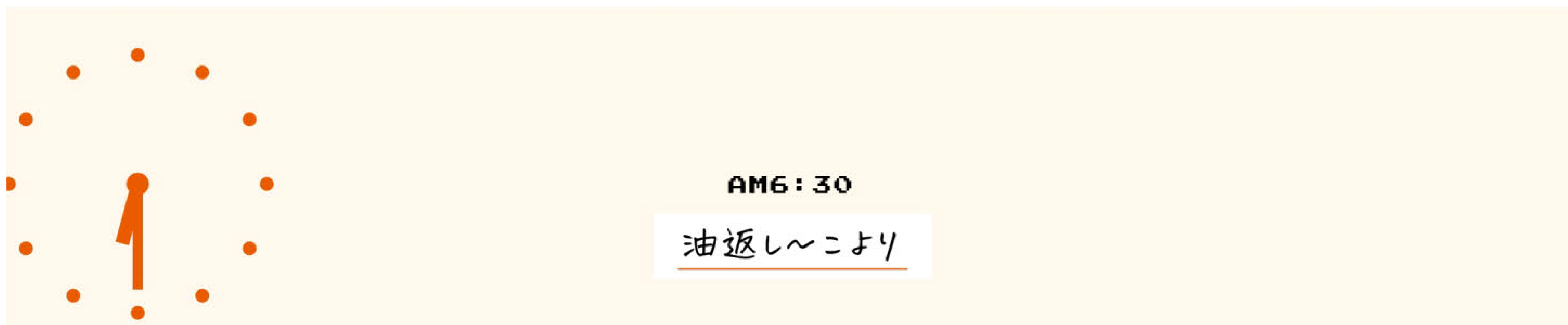
板状の麺生地を重ね合わせ、ローラーに数回通して圧延を繰り返します。平たい板状から丸い棒状へと変わってきました。



麺生地を4つのローラーに通し、細く延ばしながら綿実油（めんじつゆ：ワタの種子から採った油）を塗り、採桶に巻き込みます。

覆いをしてしばらく熟成させます。この熟成にも麺のコシの秘訣があると考え、作業工程の合間合間に4回の熟成時間をとっています。



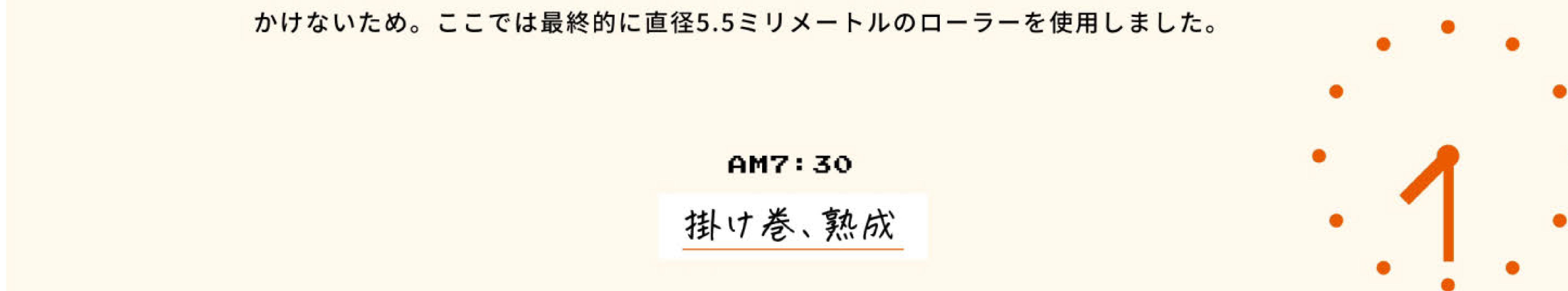


AM 6:30

油返し〜こより

麵生地のかっつきや乾燥を防ぐため、ハケでまんべんなく油を塗ります。そして直径15ミリのローラーに通し、細ひも状にしていきます。この工程を「油返し」と呼びます。

徐々に細いロールを使用し、採桶への巻き込み、熟成を繰り返す「こより」という工程を行います。段階的に細めていくのは、麵のコシに大きく影響するグルテンにできるだけ負担をかけないため。ここでは最終的に直径5.5ミリのローラーを使用しました。

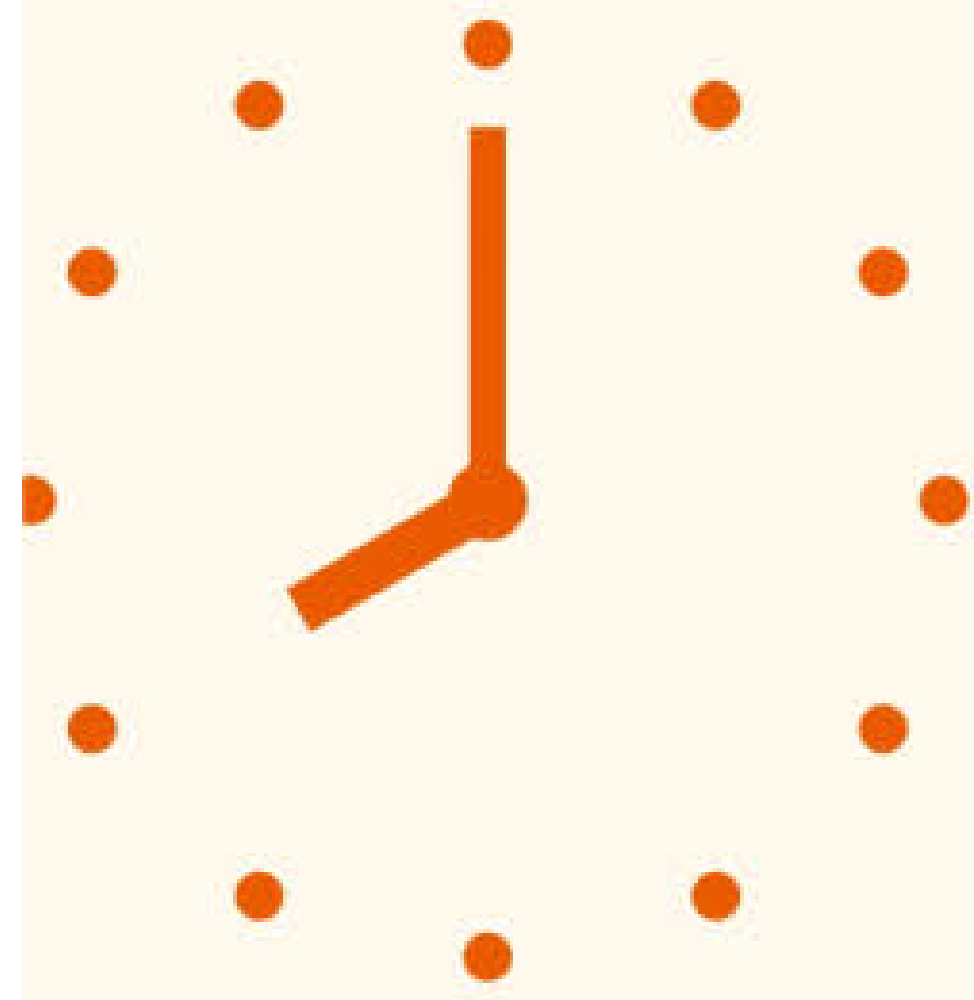


AM 7:30

掛け巻、熟成

さらによりを掛けて細くするため、掛け巻機という機械を使います。麵が重ならないよう、開いた2本の棒に延ばしながら8の字形に掛け付けていくと、細さは直径3ミリメートルから4ミリメートルほどになりました。

麵を2本の棒に掛けたまま、風呂と呼ばれる長持状の木箱に入れて数時間熟成させます。



AMS:00

検品、裁断、結束

同じ頃、2階では別の作業が行われていました。このフロアには、前日に製造し、約2メートルにまで引き延ばして乾燥させた麺が、ハタと呼ばれる干し具にびっしりと掛けられています。最初の麺生地がこれほど細く長くなるとは驚きです。この時間には麺が完全に乾燥しているので、仕上がりに問題がないか検品します。



麺をカッターで製品規格の19センチメートルに裁断し、再度検品します。



裁断した麺を1束50グラムの重量に計量し結束します。鳥居印の結束帯紙は三輪そうめんの証です。



AM10:30

小引き

一方、1階では掛け巻作業後に風呂の中で熟成させた麺を、60センチメートルほどの長さまで引き延ばす小引きという作業を行っています。引き延ばしたら再び風呂に入れ、2時間以上熟成させます。

このようにたくさんの手間ひまをかけて出来上がる三輪そうめん。材料は小麦粉、塩、水、綿実油のみ。シンプルだからこそ、奥行きのあるおいしさには、作り手の優れた技とチームワークが不可欠です。（株）三輪そうめん小西のみなさんは、万葉の昔からこの地で培われてきた伝統製法に最新設備を組み合わせ、日々真摯にそうめん作りに取り組んでいます。



COLUMN

季節や料理ジャンルを問わず 楽しめる三輪そうめん



しっかりとしたコシがあり、茹でのびにくい特徴をもつ三輪そうめん。冬は好みの具をのせ、温かいだし汁を注いだ、にゅうめんがおいしい季節です。和食に限らず、洋食や中華に取り入れるのもおすすめ。奈良県三輪素麺工業協同組合のHPには、そうめんブイヤベース、そうめんペペロンチーノ、麻婆茄子あんかけといったレシピが並びます。ぜひ四季折々の食卓で、三輪そうめんを味わってみてください。

奈良県三輪素麺工業協同組合
<https://www.miwasoumen-kumiai.com/>



＊三輪そうめんはGI産品です。GI産品とは地理的表示法に基づき、伝統的な生産方法や生産地の気候風土が品質などの特性に結びついていると判断され、その名称が知的財産として登録・保護された産品のこと。GIマークが目印です。





＼ 農山漁村を元気にする ／

廃校再生

プロジェクト



農山漁村の新たな拠点として注目されている
廃校活用事例を紹介します。

第9回

(株) しらかみフーズ

[秋田県大館市]

冷涼な風が吹き渡る

元教室で生ハムを育む



©コンドウダイスケ (AKITEDGE)

秋田県大館市の市街地から北西に約5キロメートルの農村集落にある
(株) しらかみフーズ。2008年春に廃校となった山田小学校の校舎
を活用し、本格的な生ハムづくりをしています。

\\ 「故郷に恩返しを」と先代社長が工場立ち上げ //



削って食べる生ハムの原木

豚もも肉の塊を塩漬けにし、乾燥、発酵熟成させた非加熱の加工食品が、一般的に「生ハム」と呼ばれています。スペインのハモンセラーノやイタリアのプロシュットが世界的に知られています。近年は日本でも、本場に負けない味わいの生ハムづくりに挑む生産者が増えてきました。その中でも（株）しらかみフーズは、廃校を活用したユニークな生ハム工場として、たびたびメディアに取り上げられるなど、注目を集める存在です。

2009年に会社設立、大館市と賃貸借契約を結び、改装工事後の2010年に操業開始した同社。当時の社名は白神フーズ（株）。「私の母方の伯父である先代が、故郷の大館市に恩返しをしたいと立ち上げました」と話すのは、現社長の夏井雅人さんです。東京在住の先代社長は、さまざまな事業を手がける実業家。生ハムを大館市の新たな特産品に育て上げたいと、工場立ち上げを市に相談したところ、廃校活用を勧められたそうです。



（株）しらかみフーズ社長の夏井雅人さん



生ハムをスライス中

「先代の地域貢献への想いと、企業を誘致し廃校を有効活用したい市の意向が合致。とんとん拍子に話が進んだと聞いています」。夏井さんは秋田市で医療関係の仕事をしていましたが、操業間もない頃に先代社長から声をかけられ、工場長に就任します。そして社長を引き継いだ2019年に、社名を（株）しらかみフーズに変更しました。

\\ 生ハムづくりに最適な白神山麓の気候風土 //



冬は雪に包まれる旧山田小学校

そもそも、なぜ生ハムだったのでしょうか。きっかけは、先代社長があるときレストランで生ハムを食べ、そのおいしさに感動したことでした。製法を調べ、厳寒の冬場に仕込むこと、冷涼な風を利用して乾燥、熟成させ旨味を引き出すことを知ります。「それなら故郷の気候風土がぴったりだと思ったのでしょーね」と夏井さん。大館市から提示された廃校をいくつか視察し、旧山田小学校に決めたのは、白神山地の麓にあるという立地が理由でした。



教室を改装し熟成庫に

「白神山地から吹き下ろす風が、原木の乾燥に最適なんです。この校舎は南北に大きな窓がたくさんあり、風が吹き渡ります。校舎の前に遮るものが何もなく、風通しと日当たりが良い。絶好の環境条件が揃っているわけです」。また、大量の原木を貯蔵するためには、重量に耐えうる建物が必要です。旧山田小学校はしっかりした鉄筋コンクリートの校舎だから安心でした。

\\ 秋田県産の三元豚を使用し1本1本丁寧に手づくり //



仕込みは水温が5度以下になる冬場に行う

同社で製造する生ハムの材料は、秋田県産の良質な三元豚とメキシコ産の天日塩のみ。仕込みは毎年1月から3月に手作業で行います。余分な脂肪の切り取り、成形、血抜き、塩のすり込み、寝かせ、塩抜きという工程を、約1,500本の原木に丁寧に施します。パート従業員として作業に当たるのは、地域の農家の方々。冬場はちょうど農閑期なので、仕込みに集中することができます。

仕込みが終わった原木は、2階の各教室を改装した熟成庫に吊るされ、乾燥、熟成の工程に入ります。熟成は1年、2年、3年の3パターン。合わせて3,500本ほどがゆっくりと旨味を凝縮させています。「同じ部屋の中でも風の当たり具合が異なるため、年に2回から3回、窓側と廊下側の原木を入れ替えて、熟成が均等に進むようにしています。私たちはこれを『席替え』と呼んでいるんですよ」



風通しの良い環境でじっくり熟成



網戸で虫の侵入をガード

各熟成庫のすべての窓や出入り口に網戸を取り付け、虫の侵入を防いでいます。開放的な校舎で自然の風を利用する製法だからこそ、防虫対策を徹底しているそうです。

\\ 生ハムを楽しむ文化を日本に根付かせたい //



原木オーナーの体験風景

毎年仕込みの時期に、原木オーナーを募集しています。オーナーになると、血抜きと塩のすり込み作業を体験できます。その後は工場が責任を持って管理し、1年半熟成させたあと引き渡す仕組みです。自分で仕込んだ原木を自宅で丸ごと1本味わえるとあって、遠方からわざわざ体験しにくる生ハムファンも少なくないとか。やはり削りたての味わいは格別なのだそうです。

豚肉本来の旨味があり、しっとりした食感、ほどよい塩気、芳醇な香りが楽しめる生ハム。酒のおつまみとしてだけでなく、サラダ、パスタ、サンドイッチなど料理にも活躍する食材です。「スペインやイタリアのように、日本でも生ハムをもっと気軽に味わう文化が定着することを願って、製造に励んでいます」。丁寧な手作業と冷涼な自然環境によってつく上げた（株）しらかみフーズの本格生ハムは、ふるさと納税の返礼品となるなど、いまや大館市の特産品として知られるようになっていきます。



オードブルの定番



©コンドウダイスケ (AKITEDGE)

(株)しらかみフーズ

<https://shirakami018.com/>